

## 9. 中国（地域別調査機関：公益財団法人中国地域創造研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

| 分野             | 景気の現状判断 | 業種・職種                 | 判断の理由  | 追加説明及び具体的な状況の説明  |
|----------------|---------|-----------------------|--------|--|
| 家計動向関連<br>(中国) | ◎       | 一般レストラン<br>(経営者)      | お客様の様子 | ・忘年会を中心とした予約売上が前年比120%ととなり、売上の4分の1を占めている。前年同月と比べて構成比は7%以上高く、全体の売上を押し上げている。内訳としては、支払金額が固定されている食べ放題、飲み放題のジャストプライスコースに利用が集中し、170%以上と大きく伸びており、単品追加オーダーの積上げによる利用パターンは減少傾向である。 |
|                |         | バー (経営者)              | 来客数の動き | ・12月に来客数が増えた。  |
|                | ○       | 一般小売店 [洋裁附属品] (経営者)   | 来客数の動き | ・最近はイベントが多く、若い人が増えている様子である。週末のイベント時には、来客数が多くなる。  |
|                | ○       | 百貨店 (売場担当)            | 販売量の動き | ・ラグジュアリー商材、ジュエリーなど数百万円の商品が3点、100万円を超えるブランドバッグも2点売れ、今月も好調であった。来月もこの傾向が続きそうである。  |
|                | ○       | スーパー (店長)             | 来客数の動き | ・お歳暮商戦、クリスマス商戦共に好調に推移し、来客数が前年比105%と伸びている。年末のおせち予約も前年比110%と伸びており、年末の来店客増も期待できる。   |
|                | ○       | スーパー (店長)             | 来客数の動き | ・来客数の増加により、売上が好調に推移している。低単価商品を求める傾向から高単価商品への移行が進んでいる。また、買上点数は前年比で増加傾向にあり、食品を中心に回復しつつある。平日の来客数の増加が要因とみられる。食品以外については、まだ大きな回復とは至っていないが、今後に期待はできる。                           |
|                | ○       | コンビニ (店長)             | 販売量の動き | ・例年11月は売上が下がる傾向にあるが、今年は売上も来客数も前年を超えていている。  |
|                | ○       | その他専門店<br>[土産物] (経営者) | お客様の様子 | ・高額の商品が売れるなど以前と比べて客の商品への食いつきが良くなっている。  |
|                | ○       | 一般レストラン<br>(経営者)      | それ以外   | ・年末という時期の影響で景気がやや良くなっている。  |
|                | ○       | 都市型ホテル<br>(総支配人)      | 来客数の動き | ・レストランのカバー数は、3か月前は前年同月比でほぼ横ばいか1～2%減少していたが、現在は前年同月比で約1%増加している。レストランは季節の影響が大きいため、前月比ではなく前年同月比での比較を行った。   |
|                | ○       | 都市型ホテル<br>(宿泊担当)      | 来客数の動き | ・年末に向けて宿泊予約が増加している。客は宿泊に加えて食事への支出もやや積極的になっており、旅行関連の支出意欲は3か月前と比べて改善しているとみられる。一方で、物価上昇の影響から、宿泊プランや食事内容を慎重に選ぶ傾向は残っており、全体としてはやや良くなっているという印象を受ける。                             |
|                | ○       | 通信会社 (運用担当)           | お客様の様子 | ・首相交代により経済が回っている。  |
|                | ○       | 通信会社 (企画担当)           | お客様の様子 | ・前年12月及び今年7月と比較して、客の購買意欲、商材への関心度が少し上向いている。   |
|                | ○       | 競艇場 (企画営業担当)          | 販売量の動き | ・3か月前よりも、一般レースの1日平均売上が若干上がっている。  |
| 商店街<br>(中国)    | □       | 商店街 (代表者)             | 来客数の動き | ・相変わらず財布のひもが固く、必要以上の数量や商品を購入しない。   |
|                | □       | 商店街 (代表者)             | 単価の動き  | ・前月と同様で、大きな変化は特にない。  |
|                | □       | 商店街 (代表者)             | お客様の様子 | ・消費者としては、値段が高くなっていることもあり、必要な商品だけを購入する意識が高まっている。  |
|                | □       | 一般小売店 [印章] (経営者)      | 販売量の動き | ・例年と比べて季節商材の動きが悪い。   |
|                | □       | 百貨店 (広報担当)            | 来客数の動き | ・年末にかけて、大幅な増減がみられなかった。   |
|                | □       | 百貨店 (営業担当)            | 販売量の動き | ・客はハイブランドや高額、資産価値のある商品の購入を望む。  |

|   |                  |        |  |
|---|------------------|--------|--|
| □ | 百貨店（営業担当）        | お客様の様子 | ・購買頻度は低下気味だが、多少値が張っても、欲しい物は購入している様子である。  |
| □ | 百貨店（外商担当）        | お客様の様子 | ・富裕層の購買動向は好調であるが、中間層は低いままである。  |
| □ | スーパー（店長）         | 販売量の動き | ・売上は前年を上回っているが、販売点数は下回る状況が続いている。   |
| □ | スーパー（販売担当）       | お客様の様子 | ・売上も買上点数も変化がない。  |
| □ | スーパー（販売担当）       | 販売量の動き | ・正月関係の商品が売れる時期だが、例年と比べて売行きが悪い。   |
| □ | コンビニ（副地域ブロック長）   | お客様の様子 | ・売上は上がっているが、人件費や消耗品に関する経費が上がっているため、店舗の経営は悪化している。売上の上昇が滑らかになっているため、景気は横ばいか悪化していると考えられる。 |
| □ | 衣料品専門店（経営者）      | 単価の動き  | ・単価の上昇に給料が追い付いていない。  |
| □ | 衣料品専門店（経営者）      | お客様の様子 | ・年末年始に着物を着て出掛ける機会が増えているため、良い傾向である。   |
| □ | 衣料品専門店（経営者）      | 来客数の動き | ・前年と比べ変化がない。   |
| □ | 衣料品専門店（代表）       | 販売量の動き | ・食品を中心に全ての価格が上がったことにより、生活費を切り詰める傾向にある。   |
| □ | 家電量販店（店長）        | 来客数の動き | ・ガソリン価格が下がったことで、客の行動範囲が広がり、来客数が増加すると見込んでいたが、実際には増えず、厳しい状況である。                          |
| □ | 家電量販店（企画担当）      | 来客数の動き | ・来客数は前年より減少しており、販売量も減っている。その一方で、Webでの注文が増えているため、やむを得ないと考えている。                          |
| □ | 乗用車販売店（店長）       | 来客数の動き | ・人気商品や新商品の販売に制限が設けられており、積極的に販売活動ができない状況がある。  |
| □ | 乗用車販売店（営業担当）     | 来客数の動き | ・10～12月まで市場の動きが低迷している。例年と比較すると、悪い状況ではないものの、今後の動向に関しては先の読めない状況であるため、不安要素は残る。            |
| □ | 乗用車販売店（業務担当）     | 販売量の動き | ・生産は少しずつ安定してきているが、販売量自体は伸びていない。  |
| □ | 自動車備品販売店（経営者）    | 販売量の動き | ・続く値上げで1人当たりの単価は上がっているが、肝腎の来客数は伸び悩んでいる。  |
| □ | その他専門店〔時計〕（経営者）  | 来客数の動き | ・年末になり、食品は販売量が前年比で増加しているが、買回品については厳しい状況である。  |
| □ | その他専門店〔革製品〕（店主）  | お客様の様子 | ・当店の来客数は多かった。SNSにログインできなくなった影響でSNSからの仕事がなくなり、売上が下がった。他店については例年どおりに推移している。              |
| □ | 高級レストラン（事業戦略担当）  | 来客数の動き | ・特段悪くもないが良くもない。  |
| □ | 一般レストラン（経営者）     | 単価の動き  | ・年末だからといって大幅な動きは見られない。   |
| □ | 都市型ホテル（宿泊担当）     | 販売量の動き | ・季節要因で3か月前より販売数は減少しているものの、前年同月比では同水準かやや上回っている。   |
| □ | 旅行代理店（支店長）       | 販売量の動き | ・海外旅行需要は回復基調にあるものの、2019年の約80%の状況であり、円安、物価高の影響を受けている。国内旅行も同様で、年末年始においても旅行控えがある。         |
| □ | タクシー運転手          | 来客数の動き | ・繁忙期であるが、動きは鈍く、タクシーの利用も少ない。夜の繁華街の人出も限られており、日中通しても動きが悪い。                                |
| □ | 通信会社（企画・総務担当）    | 販売量の動き | ・高速通信の50ギガの販売数は引き続き伸びているが、他の商品の販売数は一進一退であり、全体として大きな変化はみられない。                           |
| □ | 放送通信サービス（総務経理担当） | お客様の様子 | ・月額利用料の延滞率及び延滞解消率は、いずれもほぼ横ばいの水準で推移している。  |

|   |                  |         |  |
|---|------------------|---------|--|
| □ | 通信会社（総務担当）       | それ以外    | ・ガソリン価格が下がったことは実感できているが、その他の物価が下がる気配すら感じられない。  |
| □ | ゴルフ場（営業担当）       | 来客数の動き  | ・前月と比べて土日の日数が少ないため、来場者が減っている。予約状況は年末に向けて空きがあるものの、3か月前と比較すると直前予約が増えるとみられる。  |
| □ | 美容室（経営者）         | お客様の様子  | ・いろいろな物が値上がりし、客からは買い控えの声が聞かれる。クリスマスケーキを購入せず手作りするなど節約を意識している様子で、景気は余り良くない。  |
| □ | 設計事務所            | お客様の様子  | ・3か月前の計画の一部は中断となる物もあるが、新たな計画も多く、数量は減ることなく順調に進んでいる。   |
| □ | 設計事務所（経営者）       | お客様の様子  | ・新築住宅やリノベーションの引き合いがコンスタントに来ている。  |
| □ | 設計事務所（経営者）       | 来客数の動き  | ・建築資材価格の高騰の影響で、価格は高止まりしており、収入格差が影響して全体的に低調であるが、所得の高い客は活発に動いている様子である。対策として、底上げのため長期ローンを活用した物件提案が増えており、来春頃には効果がみられる可能性がある。 |
| □ | 住宅販売会社（住宅設計担当）   | 販売量の動き  | ・国の補助金事業が公開されたことにより、今後は販売量の増加が期待できる状況であるが、現在はその兆候が僅かしかない。  |
| □ | 住宅販売会社（事業推進担当）   | 販売量の動き  | ・県全体の販売戸数の推移によると、販売開始物件は増えているが、販売戸数は月に100戸程度である。各物件いずれも月に1～2戸の販売進捗が中心で、販売進捗がゼロの物件もある。                                    |
| ▲ | 商店街（代表者）         | 単価の動き   | ・数か月前まで回復傾向であったが、11月と12月の売上が非常に悪くなっている。  |
| ▲ | 商店街（理事）          | お客様の様子  | ・これまでの値上げで消費者は精神的に負担を感じており、年末や正月の支出が重なる時期には、また、値上げだという気持ちが強くなり、どうしても購買意欲は高まりにくい。   |
| ▲ | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者）   | お客様の様子  | ・50代までは来客数に大きな変化はないが、60代以降の高齢者の来客数は減少している。   |
| ▲ | 一般小売店〔茶〕（経営者）    | お客様の様子  | ・全体的に静かな様子で、年末の慌ただしさを感じない。日程の影響もあり、今週末から多くの企業が正月休みになるため、今年は人の動きが悪いようにみられる。   |
| ▲ | 百貨店（営業担当）        | 販売量の動き  | ・12月に入り、入店客数、販売量共に前年を大きく下回っている。  |
| ▲ | 百貨店（売場担当）        | お客様の様子  | ・年末商戦真っただ中ではあるが、相次ぐ値上げの影響により、婦人服や洋品など買回品を中心に厳しい売上状況が続いている。   |
| ▲ | スーパー（店長）         | 来客数の動き  | ・ここ半年、来客数が前年の98～99%で推移している。売上は値上げの影響により前年水準を辛うじて維持しているものの、低単価商品の購入が増えている。  |
| ▲ | スーパー（店長）         | 競争相手の様子 | ・競合店の商品の回転が悪く、定番商品の動きも鈍い。  |
| ▲ | スーパー（業務開発担当）     | 来客数の動き  | ・商品価格の高騰もあるが、来客数、客単価共に前年比では3ポイントほど下がっている。  |
| ▲ | スーパー（財務担当）       | 販売量の動き  | ・値上げにより1品単価が上昇し、来客数も増加しているため、売上は前年を上回っている状況が続いているが、買上点数が前年を下回っている。   |
| ▲ | コンビニ（支店長）        | 来客数の動き  | ・大手自動車メーカーの工場での生産台数削減により、労働人口が減少しており、その影響が出ている。  |
| ▲ | 家電量販店（副店長）       | 来客数の動き  | ・来客数が減少し、売上が前年割れとなっている。  |
| ▲ | 乗用車販売店（経営者）      | 販売量の動き  | ・案件が大変少なくなっている。  |
| ▲ | 乗用車販売店（統括）       | 販売量の動き  | ・12月の販売量は前年比86%となっている。   |
| ▲ | その他専門店〔和菓子〕（経営者） | 来客数の動き  | ・中国からのインバウンドが減少しているため、売上が低下している。   |

|                    |   |                             |                  |   |
|--------------------|---|-----------------------------|------------------|---|
|                    | ▲ | その他専門店<br>[宝石店] (店員)        | 来客数の動き           | ・3か月前より来客数が2割減少している。  |
|                    | ▲ | その他小売<br>[ショッピングセンター] (支配人) | 来客数の動き           | ・中国からのインバウンドの減少とインフルエンザの流行の影響で若年層の来店が減少している。  |
|                    | ▲ | 一般レストラン<br>(店長)             | 来客数の動き           | ・9月以降、来客数と売上の落ち込みがひどくなっているが、当月は更に拍車が掛かっている。忘年会シーズンで宴会は前年並みであるが、少人数の宴会や会食による一般利用は大幅に減少している。                                  |
|                    | ▲ | 観光型ホテル<br>(副支配人)            | 販売量の動き           | ・年末は宿泊が多く入っているが、それ以外の日は例年の12月と比べて減少している。  |
|                    | ▲ | タクシー会社<br>(営業所長)            | お客様の様子           | ・繁忙時間帯の動きは前年とほぼ同水準であるが、22時から翌朝5時の深夜帯の動きが悪い。時間帯によってはタクシーが飽和状態にあるとみられる。11月に値上げを行い、売上が短時間で上がるため、運転手の乗務時間が減少傾向にあることも要因の1つとみられる。 |
|                    | ▲ | 通信会社 (営業担当)                 | お客様の様子           | ・高齢者のサブスクリプション系サービスの解約が引き続き増加しており、特に固定電話や新聞といった、かつて必需品とされていたものの解約が特に顕著である。  |
|                    | ▲ | 通信会社 (広報担当)                 | 単価の動き            | ・物価高、特にパソコン用メモリの価格上昇が大きく影響しており、消費は鈍化している。   |
|                    | ▲ | テーマパーク<br>(業務担当)            | 来客数の動き           | ・天候に関係なく、クリスマスから年末にかけての予約は減少しており、前年の80%程度で推移しそうである。   |
|                    | × | コンビニ (エリア担当)                | 来客数の動き           | ・月初めの来客数は前年を約10%下回っていたが、年末に向けてやや持ち直しつつあるものの、来客数はなかなか回復せず、非常に厳しい。  |
|                    | × | 観光型ホテル<br>(予約担当)            | 来客数の動き           | ・例年どおりであるが、12月に入ってから来客数が極端に減っている。   |
|                    | × | 美容室 (経営者)                   | 来客数の動き           | ・来店間隔が広がりつつあり、客離れがうかがえる。低価格帯の店舗へ移行する動きが多く、景気は悪い。  |
| 企業動向<br>関連<br>(中国) | ◎ | 食料品製造業<br>(営業担当)            | 受注量や販売量<br>の動き   | ・受注量が前年比2けた増となっている。当地区だけでなく、全国も同様の推移となっている。   |
|                    | ◎ | 輸送用機械器具<br>製造業 (経営者)        | 受注量や販売量<br>の動き   | ・大手自動車メーカー及びサプライチェーンが多忙であることから、受注が堅調である。  |
|                    | ◎ | 不動産業 (総務担当)                 | それ以外             | ・来客数が約15%増加し、成約数は約29%増加している。需要が増えたためか、状況は良くなっている。   |
|                    | ○ | 電気機械器具製<br>造業 (総務担当)        | 受注量や販売量<br>の動き   | ・プリント基板関連では、A I 関連向けの設備投資が増加した影響で、製造装置の受注量が増加している。  |
|                    | ○ | 輸送業                         | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・受注が増えている。  |
|                    | ○ | 通信業 (企画担当)                  | 受注量や販売量<br>の動き   | ・データセンター利用やI C T 関連機器の引き合い量が増加してきている。年末から年度末にかけて受注量の増加も見込んでいる。地政学的なリスクもなく、半導体などの供給も安定しているため、今後も好調な状況は継続すると見込まれる。            |
|                    | ○ | 金融業 (経済産<br>業調査担当)          | それ以外             | ・堅調な設備投資に加え、輸出の持ち直しなど経済に底打ち感がみられる。  |
|                    | □ | 食料品製造業<br>(経営者)             | 受注量や販売量<br>の動き   | ・全体的に発注単位がシビアになってきている。値上げは理解されているものの、その分だけ物量は減少している。12月は全体的に少し厳しい状態である。   |
|                    | □ | 繊維工業 (財務<br>担当)             | 取引先の様子           | ・年末が近づいているが、12月の気温が高めであるため、冬服の需要が伸びていない。金利も高く推移しているため、思い切った投資がしづらい。   |
|                    | □ | 化学工業 (総務<br>担当)             | 取引先の様子           | ・これ以上の値上げに対して慎重であるためか、販売、仕入れ共に数量が減少しており、先行きの不透明さが感じられる。   |

|                  |                          |              |   |
|------------------|--------------------------|--------------|---|
|                  | □ 窯業・土石製品<br>製造業（総務経理担当） | 受注量や販売量の動き   | ・鉄鋼業向け大口案件の最終段階となり、多忙な状況となっている。   |
|                  | □ 鉄鋼業（総務担当）              | 取引先の様子       | ・取引先の様子に大きな変化はない。   |
|                  | □ 金属製品製造業（総務担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・定時工数以上の受注量を確保している。年間を通して仕事が途切れず、久々に活況を呈した1年であった。   |
|                  | □ 一般機械器具製造業（管理担当）        | 受注量や販売量の動き   | ・農業用機械の分野では、国の政策により販売増が見込まれるが、海外向けは各国の規制の影響で販売減少が予想され、全体としては大きな変化がないと見込んでいる。  |
|                  | □ 建設業（総務担当）              | 受注価格や販売価格の動き | ・資機材の価格上昇は継続しているが、受注に対して価格転嫁ができる。引き続きこの状況に変わりはないとみられる。  |
|                  | □ 輸送業（業務推進担当）            | 取引先の様子       | ・特に大きなプラス要素やマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った様子はない。  |
|                  | □ 輸送業（企画担当）              | 取引先の様子       | ・取引先の設備業者、工事業者がそれなりに受注している様子である。親会社の設備投資も若干増加している。  |
|                  | □ 輸送業（営業担当）              | 受注量や販売量の動き   | ・顧客ヒアリングでは大きな変化はない。   |
|                  | □ 金融業（副支店長）              | 取引先の様子       | ・受注量は増加傾向にあるものの、原材料価格の上昇分を売価に転換できておらず、景気の改善はみられない。  |
|                  | □ 会計事務所（経営者）             | 受注量や販売量の動き   | ・単発受注と一定の値上げ効果で、ある程度の収益確保はできているものの、ベースとなる定例業務量は横ばいで推移している。  |
|                  | ▲ 農林水産業（従業員）             | 受注量や販売量の動き   | ・高単価商品の動きがかなり悪い。  |
|                  | ▲ 通信業（営業担当）              | 受注価格や販売価格の動き | ・物価高に伴うコストの拡大に対して、価格転嫁が進んでいない。  |
|                  | ×                        | *            | *   |
| 雇用<br>関連<br>(中国) | ◎                        | —            | —   |
|                  | ○ 人材派遣会社（事業部長）           | 周辺企業の様子      | ・来年度に向けて派遣料金の値上げ交渉を行っているが、今夏頃と比べ、明らかに反応が良くなっている。  |
|                  | ○ 求人情報誌製作会社（新卒採用担当）      | 採用者数の動き      | ・時間が経つにつれて人手不足の課題が大きくなっている。有料求人募集を始めたり、採用予算を増やしている企業が多いとみられる。   |
|                  | ○ 民間職業紹介機関（職員）           | 採用者数の動き      | ・特に求人募集をしていない職種であっても、技術系人材であればオープンポジションという形で面接を実施する製造業やIT系、建設企業が増えてきており、雇用につながっている。   |
|                  | □ 人材派遣会社（経営企画担当）         | 雇用形態の様子      | ・求職者の登録は好調であるが、一部企業では業績不振により派遣利用を停止している。また、ごく一部の企業では、売掛金の回収ができない取引先が発生しているが、通常期であればほとんど発生しない事象である。                                      |
|                  | □ 人材派遣会社（支店長）            | 求職者数の動き      | ・求人数はやや増えているが、登録者は微減している。求人と求職者のミスマッチが続いているが、これまでと余り状況は変わっていない。   |
|                  | □ 求人情報誌製作会社（総務担当）        | それ以外         | ・求人広告の減少や予約件数は前年並みだが、人数が減少している飲食店の運営状況から、企業の節約傾向や個人消費の抑制が見受けられる。先行きが不透明であることも要因となっている。  |
|                  | □ 求人情報誌製作会社（新卒採用担当）      | 採用者数の動き      | ・2027年4月と2028年4月入社向けの新卒採用者数に関しては、過去と比べて変動がないと回答している企業が多い。   |
|                  | □ 求人情報誌製作会社（広告担当）        | 求人数の動き       | ・新卒市場同様、転職市場も転職者優位の売り市場となっている。即戦力を求める企業が多く、特に20代後半から30代の中堅層を求める企業が多い。一方、これまで不利とされていた40代後半から50代も技術職や管理職経験者を中心に受け入れる企業が増え、全体的に求人数が増加している。 |

|   |                     |         |  |
|---|---------------------|---------|--|
| □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者）      | 周辺企業の様子 | ・決して上向きとはいえない状況である。10月以降の物価上昇によって、地域の小売業や飲食業、サービス業などの個人消費はかなり冷え込んでいる。一方で、企業業績が好調であることは救いであるが、2極化がますます進行している。 |
| □ | 職業安定所（事業所担当）        | 求人数の動き  | ・新規求人数は、前年比では減少傾向にあるものの、直近3か月の有効求人数は、ほぼ変わっていない。  |
| □ | 学校〔大学〕（就職担当）        | 求人数の動き  | ・新卒求人については前年度と同水準で確保している。2026年3月卒業者向けの求人も継続している。   |
| □ | 学校〔短期大学〕（進路指導担当）    | 求人数の動き  | ・保育系職種の内定獲得は順調であるものの、これまでも同程度の状況が続いているため、大きな変化はみられない。  |
| ▲ | 人材派遣会社（求職者対応）       | 求職者数の動き | ・季節要因の影響もあり、3か月前より応募数が40%減少している。   |
| ▲ | 職業安定所（事業所部門）        | 採用者数の動き | ・企業の採用基準が上がっている。   |
| ▲ | 民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当） | 求職者数の動き | ・人材紹介事業では、求職者の登録数が3か月前と比較して45%減少している。求人サイトからの応募も10月以降軒並み減少したが、12月初旬からはやや回復傾向となっている。                          |
| × | —                   | —       | —  |