

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (中国)	◎	－	－
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価がこれまでのように急騰しなければ、状況が改善するとみられる。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・新年度になれば多少は良くなるとみられる。
	○	スーパー（店長）	・食品を中心とした値上げ基調は変わらないものの、来客数の増加傾向は今後も続くと予測される。前年と比べ、売れている商品が変化していることから、単価面でも緩やかな回復が見込まれる。収入面の増加も、良い方向への材料であると考えられる。
	○	スーパー（販売担当）	・景気対策は進んでいるものの、現時点では店舗での効果は感じられない。これからに期待したい。
	○	コンビニ（店長）	・インバウンドは引き続き好調に推移している。年明け以降もインバウンドは増加するとみられ、花見シーズンに向けて減少する可能性は低い。国内旅行も増えている。売価が上がっているため、前年と同程度の販売量でも売上金額は前年を上回るとみられる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・初売り商戦や決算商戦、新型車の登場で販売の見込みはある。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス支給後の盛り上がりを期待したが、想定ほどの販売台数ではない。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・ここ数か月、少しずつ客単価が上がってきており、幾らかの景気上昇を感じている。
	○	一般レストラン（経営者）	・政府の経済対策がある程度効果を上げ、景気が良くなるとみている。
	○	バー（経営者）	・11月と比べたら、来客数の増加が見込める。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・前年と比べ1～3月の予約ペースが2%ほど伸びている。
	○	タクシー運転手	・天候不順、近隣の大学受験により、客足が増える見込みである。
	○	通信会社（運用担当）	・首相交代による効果がより高くなる。
	○	住宅販売会社（住宅設計担当）	・国の補助金が世の中に周知され、年明けからは景気が上向きとなると見込まれる。
	□	商店街（代表者）	・値上げが続いているため、客との会話からも景気が大きく変化している様子はない。
	□	商店街（理事）	・景気が良くなる要素はないが、現状が大きく悪化せず、このまま維持されることを期待する。
	□	商店街（代表者）	・米国の関税問題やカキの生育状況など特に良い話も悪い話もなく、従来どおりで横ばいの状況である。
	□	商店街（代表者）	・景気対策は実施されているが、効果が出始めるのは4月以降とみられる。
	□	一般小売店〔食品〕	・客の節約志向に変化はなく、今後も現状が続いていくとみられる。
	□	百貨店（広報担当）	・年末の来客数の動きから、今後も大幅な増減はないと予測している。
	□	百貨店（営業担当）	・景気に強い影響を与える中国、ロシア、米国の動向が不透明であり、見通しは立たない。
	□	百貨店（営業担当）	・客はハイブランドや高額で資産価値のある商品を中心に購入を望んでおり、一般ブランドへの需要は余り高くない状況が続く。
	□	百貨店（営業担当）	・景気回復の兆しがない。
	□	百貨店（外商担当）	・株価は高水準で推移しているものの、消費ニーズへの影響はほとんどない。
	□	スーパー（店長）	・景気は徐々に上向きの傾向と感じられるが、大幅な景気回復は考えにくい。大規模な景気政策を期待したい。
	□	スーパー（店長）	・依然としてセールや割引デーに客が集中している状況であり、この傾向は今後も続くとみられる。
	□	スーパー（業務開発担当）	・最低賃金引上げの効果がいまだ出ていない。地方の食品スーパーは、大手のディスカウントストアやドラッグストアに押されて苦しい状況が続いている。

<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・ 2 月に多数の品目の価格改定が行われる予定である。さらに 3 月と 4 月にも価格改定の予定があるため、販売量は減少する可能性があるが、価格上昇に伴い売上金額は維持できると見込まれる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・ 政府の経済対策は、うまく効果を発揮しないとみられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	・ 物価上昇により売上は増加すると考えられるが、人件費を最小限に抑える時期に入っていく。急激な人件費削減は難しく、しばらく景気は横ばいとみられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	・ 中小企業を支援する政府の施策に効果がなければ、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・ 大企業のボーナスが平均100万円を超えるというニュースがある一方で、中小企業には恩恵がないと考えられる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・ 客を盛り上げるムード作り、工夫次第で悪くなることを食い止められる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・ ガソリン価格の暫定税率は廃止になるが、その他の減税案はなく、経済の活性化が見込めない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・ 物価の上昇により、客の購買意欲が低下するなど厳しい状況が続く。収入が増えない限り、財布のひもは固くなるとみられる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・ 新製品の話もないため、大きな変化は余り期待できない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・ 景気が良くなる要素が見つからない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・ 現状が続く限り、改善がなければ状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・ 年明けから 3 月の決算を迎えるに当たり、市況が上向くことが期待される。10 月以降の遅れを取り戻すために計画を見直し、現状を打破していきたい。景気回復に期待したい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	・ 新型車の発売予定はあるが、販売台数は平均的な台数になりそうである。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（営業担当）	・ この 1 年間来客数が増えてこない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔時計〕（経営者）	・ 円安が続き、全ての商品の販売価格が上昇することから、景気が良くなるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・ 景気が良くなる要素はない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔革製品〕（店主）	・ 当店においては、失った SNS 経由の客を取り戻すのは容易ではないと考えられるため、当面は景気回復は期待しにくい。一方で、周囲の状況を見る限り、特に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・ 物価高により生活防衛の傾向が強まっていることと、中国からのインバウンドの増加が数か月見込めないことが影響している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・ ガソリン価格の引下げや所得に関する規制緩和、物価や税制への対応策などが次々と打ち出されているものの、食品や日用品の価格は依然として高止まりしているため、すぐに消費拡大や可処分所得の増加につながる状況ではない。年度末から年度初めにかけては卒業、進学、就職、転勤などによる支出が増える時期でもあり、節約志向を意識したメリハリのある支出傾向は、現状と大きく変わらないとみられる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・ 金利上昇で改善するとの見方もあるが、変化は見込めない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店長）	・ 客の財布のひもが固くなっており、この状況がすぐに改善するとは考えられない。中国からのインバウンドも減少するため、春節も余り期待できない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（宿泊担当）	・ 1 ～ 2 月は販売量が前年を上回る推移となっているが、3 月は鈍化している。インバウンドの動向による改善を期待したい。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（宿泊担当）	・ 年末年始の繁忙期を過ぎると、大きなイベントもなく、例年どおり観光需要は減少する傾向がある。しかし、テレビドラマの影響でロケ地を訪れる観光客が増えており、需要増加の要因となっていることから、今後 2 ～ 3 か月は現状と同水準で推移すると見込まれる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・ 物価高の影響により厳しい状況が続くと想定され、旅行や休暇を楽しむ状況にはまだならないと考えられる。旅行関連の物価高騰対策はなく、回復への材料は少ないとみられる。

□	タクシー運転手	・繁忙期であるため期待はしているものの、今年は金曜日と土曜日にしか人の動きがない。前年は平日も非常ににぎわっていたため、今年の変化にはやや不安がある。
□	タクシー会社（営業所長）	・客の動きは例年とほぼ変わらないと予測するが、インフルエンザ流行のため、年始の集まりが減る予測もある。観光関連の仕事も減少する時期なので見通しは良くない。
□	通信会社（企画・総務担当）	・大きなイベントもなく、効果を奏してきた量販店での営業も客足が鈍り、販売数の増加は見込めない。
□	通信会社（企画担当）	・当社の提供商材については、来春まで変動の予定がない。当月の若干の上向きは、経済環境や給与変動の影響と考えられるが、今後更に押し上がる要因は見当たらない。
□	通信会社（総務担当）	・政府による諸外国との外交懸念もあり、景気が良くなる要素はない。
□	観光名所（観光振興担当）	・客との話でも良くなる要素はない。
□	美容室（経営者）	・2～3か月程度の短期では大きな変化はみられないものの、日常的な節約が進み、徐々に状況が変わってきている。経済的影響を受ける人が多く、長い目でみると景気は悪くなる。
□	設計事務所	・今後も客からの相談は続く見込みであり、事前段階の軽い相談も多い。
□	設計事務所（経営者）	・しばらくは様子見の客がまだ多いため、大きな変動はない。
□	住宅販売会社（事業推進担当）	・主要駅周辺部と市内中心部は投資目的で購入する人も多く、販売進捗は良い。一方、郊外物件は実需が中心で、物価上昇による家計圧迫の影響から景気回復は困難であり、販売鈍化が続く見込みである。
▲	商店街（代表者）	・11月と12月の売上が大きく低迷している。少し前までは回復傾向で安心していたが、再び悪化に転じており、非常に憂慮している。
▲	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・1月と2月は正月明けということもあり、来客数はやや減少するとみられる。
▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・新年を迎えても、静かな正月になると予想される。
▲	百貨店（売場担当）	・現状は来春以降も継続するとみられ、地方の百貨店業態の厳しさは継続していくと予想される。
▲	スーパー（店長）	・カニや数の子の動きが鈍い。正月需要が減少していることも一因と考えられるが、高単価商品の動きは特に鈍い。また、商品原価の上昇もこれまでにない水準となっている。
▲	スーパー（店長）	・高齢者比率の高い地域で年金生活者が多いことから、相次ぐ値上げの影響により、客は買上点数を抑えたり、低単価商品を選択する傾向が高まっている。売上は徐々に低下しており、来客数も前年を下回る状況となっている。
▲	スーパー（財務担当）	・節約による買い回りににより、来客数は前年を上回る状況は当面続くが、買上点数の減少により客単価が前年を下回る。
▲	衣料品専門店（経営者）	・着物や帯だけでなく、足袋や半襟、伊達締めなどの仕入価格が何度も上昇しており、厳しい状態である。
▲	家電量販店（副店長）	・来客数は前年に比べ約7%減少しており、景気は悪化傾向にあるとみられる。
▲	乗用車販売店（統括）	・車両価格の上昇により、販売量が落ちている。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・物価高と円安が続き、当業界では経費が増加しており、値上げによる客離れや買い控えが進んでいる。生活必需品以外では、消費を控える傾向が広がりつつある。
▲	その他専門店〔宝石店〕（店員）	・インバウンド、特に中国からのインバウンド数が減少しているため、今後も現状のままである。
▲	高級レストラン（事業戦略担当）	・閑散期に入る。
▲	観光型ホテル（予約担当）	・積雪の少ない地域であるが、雪を心配して訪問を控える様子が毎年見受けられる。
▲	観光型ホテル（副支配人）	・年明けはスキー客の宿泊利用が多く入っていたが、この冬の予約は大幅に減少している。
▲	通信会社（営業担当）	・目に見える物価対策が全く進まず、ばらまき程度で消費が浮揚する状況でなく、より緊縮傾向になるとみられる。
▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・物価高と賃金格差などの今後の影響は、マイナス要因の方が多いと考えられる。

	▲	通信会社（広報担当）	・物価高に対して、客の収入増加が追い付かない状況であるため、景気の改善傾向はみられない。
	▲	テーマパーク（営業担当）	・イベント終了に伴い3月中旬まで閑散期に入る。
	▲	テーマパーク（業務担当）	・1～3月の予約が激減している。天候を確認しながら直近で判断する傾向があり、早めの予約を控える様子がうかがえる。先の見通しが立たない状況である。
	▲	ゴルフ場（営業担当）	・予約状況は1月と2月は少なく、3月は平年並みとなっている。冬季は雪の影響による閉鎖が少ない地域だが、近年は閉鎖する日が増えてきているため、直近の予約が増加している。一方で、先の予約状況は依然として厳しい。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後の一般レースの1日平均売上は、12月よりも若干下がるとみられる。
	▲	美容室（経営者）	・物価上昇の影響で、顧客の来店間隔がやや延びている傾向が見受けられる。
	▲	設計事務所（経営者）	・建築コストが高騰し続けている。これまで木造のコストは比較的上昇が抑えられていたが、現在は急激に上昇している。
	×	コンビニ（エリア担当）	・商品価格がかなり上がっており、おむすびとビールの値段が変わらないといった声を客から聞くようになった。以前は100円台で購入できていたおむすびが、現在は200円程度となっている。主力であるおむすびや弁当の値上がりが顕著で、今後も厳しい状況が続く。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車の立ち上がりで多忙な状況が続く。
	○	繊維工業（財務担当）	・新年となり、若干ではあるが消費活動が活発になる。
	○	一般機械器具製造業（管理担当）	・産業機械分野での新規事業所の立ち上げにより、生産量と販売量が増加している。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先からの長期内示情報より、景気は良くなる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	通信業（企画担当）	・地政学リスク、半導体不足、電気代高騰などによる、データセンターやクラウド、I C T機器の不足につながる懸念は少ない。
	○	金融業（経済産業調査担当）	・新型量販車種の投入等のプラス材料もあり、持ち直し基調はしばらく続くと予想する。
	○	金融業（副支店長）	・市況も物価上昇の受入れ傾向にあり、売価転換が可能となれば景気は好転すると予想する。
	○	不動産業（総務担当）	・需要時期であるため、来客数、成約件数は良くなると推測する。
	□	農林水産業（従業員）	・好転する要素がない。
	□	食料品製造業（営業担当）	・年明けは受注が例年落ち込む。
	□	化学工業（総務担当）	・全体的に価格面と生産面が安定的となれば景気は上向くとみられ、当面は様子見の状況である。
	□	化学工業（総務担当）	・日本銀行の利上げ決定に伴う動向が読めない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・各分野において好転する材料もなく現状維持にとどまる。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・現時点で電子部品関係は、受注量、出荷量共に大きく変動する情報はない。
	□	建設業	・今後も様々な物の価格上昇が続いていくなか、価格転嫁して受注額を確保できるかが不透明である。
	□	建設業（経営者）	・建設コストの増加が続いているが、最低限の投資はされており、特に修繕工事などの受注は安定している。
	□	建設業（総務担当）	・発注時期には前後の変動があるものの、予定されている案件は豊富にある。
	□	輸送業（業務推進担当）	・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）	・株価も安定的であり、物価上昇も報道されているほどは感じない。
	□	輸送業（営業担当）	・顧客ヒアリング時に新しい動きはみられない。
	□	広告代理店（営業担当）	・給与は増加しているものの、税金や社会保険料の負担が大きく、物価も上昇しているため、景気は変わらない。
	□	会計事務所（経営者）	・人手不足が大きく影響し、D X等の活用で生産性向上を目指しているものの、時間が掛かる。貸金負担の増加も人手不足に拍車を掛けている。

	▲	食料品製造業（経営者）	・原材料や経費の高騰が今後も続きそうで、再値上げが必要になる見込みである。消費者離れが続きそうなので、厳しい状況となる。
	▲	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け大口案件が終了し、通常の生産体制になるため、多忙な状況は終了する見込みである。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界の客先からの特需が11月で終わり、受注残が減少する2月からは減産の見込みである。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の設備投資が落ち着きつつある。また、中国向けの製品出荷が多いなかで、今後の日中関係の動向次第では、影響を受ける可能性がある。
	▲	通信業（営業担当）	・今後も続くと思込まれる物価高に対して、価格転嫁が困難である。
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。
雇用 関連  (中国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（支店長）	・例年1月頃から、徐々に求人数と求職者数が増えてくる。1年のなかでは最も動きのある時期に入ってくるため、やや回復傾向となると予想する。
	○	人材派遣会社（求職者対応）	・4月開始を希望する求職者が例年増加するため、応募数が増える傾向にある。
	○	人材派遣会社（事業部長）	・経営悪化のため採用を抑制していた大型病院が、この度の診療報酬のプラス改訂に伴い、採用を再開すると見込んでいる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・優秀な人材、とりわけ技術職については、まずは面接をする流れができつつあり、書類選考に時間を掛ける企業は激減している。選考スピードも速まり、早期就労による売上確保が実現している。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・年度替わりに伴い、求職者、求人者共に問合せ数が増加する時期となる。特に第2新卒者の動きが活発化してくる。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・人材派遣事業の市場成長率が鈍化している。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・いろいろな施策が打ち出されるが、消費動向や企業の節約志向に変化はなさそうである。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・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（新卒採用担当）	・人手不足を構造的に解決するには時間を要するため、採用者数が下向くことは考えにくい。一方で、3か月では大きな変化は見込みにくく、変わらない、やや良くなるという回答になる。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒、中途市場共に売手市場は継続している。若年層の人数が減少する将来を見据え、企業は存続と繁栄のため人員確保への危機感が高い。一方、求職者側ではキャリア危機を意識する人も多く、給与面や健康面、仕事の負担に悩みを抱えている人は転職を視野に入れる可能性が高い。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・政府の経済対策の効果に期待する声はあるが、日中関係の問題、米国大統領の動向など企業は慎重にならざるを得ない状況である。当面は様子見とみられる。
	□	職業安定所（職員）	・求職者数、求人数共に減少傾向は変わらない。今後2～3か月で大きく改善する兆しはない。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数が低い状況が続いているが、業種によっては人手不足が深刻化している。物価上昇に賃金が追いついていない状況が続いているため、景気状況は変わらないと判断する。
	□	職業安定所（事業所担当）	・求人提出の動きは鈍化しているようだが、最低賃金引上げ等の影響による求人数の減少は今のところは見られない。人手不足による採用意欲は依然として高い。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・保育系職種は人手不足で求人数は多いものの、ほとんどの学生が既に内定を得ており、求人過多の状況が続いているため、大きな変化は見込みにくい。
	▲	職業安定所（事業所部門）	・中小企業を中心に人件費の高騰を背景として採用抑制や投資控えがある。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・中国との経済取引の関係から影響を受ける企業があると想定できる。
	×	—	—