

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 (中国) | ◎ | 一般レストラン (経営者) | 単価の動き | ・来客数は前年並みでほぼ横ばいに推移しているものの、予約宴会は3か月前から好調に伸長しており、その流れが今月も継続している。現状では、予約宴会は前年比155%と大幅な増加となっている。売上構成比は前年より5%上昇しており、そのうち5割強を占める食べ放題、飲み放題のジャストプライスコースの利用が全体売上を押し上げている。その結果、客単価は前年比110%を超え、売上増加に大きく貢献している。 |
| | ○ | 一般小売店〔印 章〕 (経営者) | 来客数の動き | ・年度末から新年度に掛けては、例年好調になる。 |
| | ○ | スーパー(店 長) | 販売量の動き | ・来客数の回復もあるが、買上点数の回復が顕著に出ており、売上を押し上げている。相変わらず食料品中心の値上がりは継続しているが、週末集中傾向に加え、平日においても買上点数の伸長がある。高単価商品の動向は鈍いが、点数の伸長は大きいと考えられる。 |
| | ○ | コンビニ(副地 域プロック長) | 単価の動き | ・物価上昇の押し上げ効果が出てきているようで、食品やファーストフードでの販売量改善が進んでいる。出来立て感のある店内調理品の支持が高まっている。 |
| | ○ | 乗用車販売店 (営業担当) | 販売量の動き | ・新年を迎える市場の動きが活発化しつつある。来客数と売上に好影響をもたらしている。 |
| | ○ | その他専門店 〔宝石店〕 (店 員) | 販売量の動き | ・年明けは多くの客でにぎわい、明確な目的を持って来店する客も多かったことから、販売量は一時的に増加した。しかし、1か月を通してみると、前年比約90%にとどまっている。例年と比べて状況に大きな変化はない。 |
| | ○ | 都市型ホテル (総支配人) | 販売量の動き | ・1月の宿泊予測は3か月前より5%以上良くなっている。 |
| | ○ | 通信会社(運用 担当) | お客様の様子 | ・客の動向を見る限り、景気は悪くないとみられる。 |
| | ○ | 通信会社(総務 担当) | それ以外 | ・ガソリン価格が下がり、株価が少しずつ上がってきている。 |
| | □ | 商店街(代表 者) | 来客数の動き | ・天候も関係しているのか、極端に来客数が減っている。 |
| | □ | 一般小売店 〔茶〕 (経営 者) | お客様の様子 | ・当業界では例年1月は売上が落ち着く時期であり、加えて前年より降雪量が多いので、売上は低迷している。 |
| | □ | 百貨店(広報担 当) | 来客数の動き | ・大幅な増減は見受けられない。 |
| | □ | 百貨店(営業担 当) | 販売量の動き | ・購入する客はほぼ固定化しており、高額商品は購入するものの、一般的な商品には手を伸ばしていない。また、購入しない層は低額商品にも手を出しておらず、経済的な余裕がないとみられる。 |
| | □ | 百貨店(営業担 当) | お客様の様子 | ・最寄りを中心に、物価高の影響による節約志向が散見される。 |
| | □ | 百貨店(売場担 当) | 販売量の動き | ・ブランドのスーツやジュエリーは売れているものの、前年の数値には届いておらず、今月は厳しい状況が続いている。来月についても、安心できる状況ではない。 |
| | □ | 百貨店(外商担 当) | お客様の様子 | ・物価高の影響なのか、食品を含む生活必需品は前年並みの売行きであるが、高額な宝飾品や美術品等のぜいたく品の動きが鈍い。 |
| | □ | スーパー(店 長) | 販売量の動き | ・来客数は前年比101%と伸びているが、値上げの影響もあり、買上点数が前年を大きく割っている状況が続いている。今月は前年比97%となっている。財布のひもは固く、節約傾向にある。 |
| | □ | スーパー(店 長) | 販売量の動き | ・年末商戦においても割引日に客が集中し、節約志向が継続した。販売点数は依然として前年を下回っているものの、1品単価の上昇により、売上は前年をクリアしている。 |

| | | | |
|---|------------------|--------|---|
| □ | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・来客数が前年をクリアすることが難しくなっている。値上げで1品単価は上昇しているものの、買上点数が減少し、来客数も微減している。売上は何とか前年水準を維持しているが、非常に厳しい状況で推移している。 |
| □ | スーパー（販売担当） | 販売量の動き | ・正月のしつらえ品などは例年売上の多くを占めてきたが、年々売上は減少している。物価高の影響で節約の対象となり、新年を迎える行事が簡素化されている。 |
| □ | スーパー（財務担当） | 来客数の動き | ・節約のため、買上点数と単価は前年を下回っているものの、来客数と1品単価が前年を上回っているため、既存店の売上は前年を上回る状況が続いている。 |
| □ | コンビニ（支店長） | 来客数の動き | ・中小企業においては、賃金上昇が足かせとなっている。 |
| □ | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・客の様子からは、景気が好転する兆しはない。 |
| □ | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・コロナ禍が落ち着き、着物で出掛けの機会が増えている。 |
| □ | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・まとめ買いが減少し、良い物を慎重に選ぶ。 |
| □ | 衣料品専門店（代表） | 販売量の動き | ・物価高により、必要な商品以外の買い控え傾向がみられる。 |
| □ | 家電量販店（企画担当） | 来客数の動き | ・来客数は前年より約1割減少しており、それに伴い売上も落ち込んでいる。一方で、エアコンやパソコンは好調に推移しているが、テレビや洗濯機の販売が低調であることもあり、全体として売上は良くない状況である。 |
| □ | 家電量販店（副店長） | 販売量の動き | ・冷蔵庫や洗濯機、エアコンの販売量が落ちているが、パソコンやリフォームは好調である。全体では前年並みの売上となっており、上向きでも下向きでもない状況である。 |
| □ | 乗用車販売店（店長） | 来客数の動き | ・販売可能なものが限られており、誘致活動が難しい。 |
| □ | 乗用車販売店（リース担当） | お客様の様子 | ・物価が上昇し、点検内容や交換部品の選択もシビアになり、客の財布のひもは固くなっている。 |
| □ | その他専門店〔土産物〕（経営者） | 来客数の動き | ・例年この時期はカキ目当ての客が増えるが、今年は不漁で見込みが大きく落ち込んでいる。代わりに、いちごの出荷ピークが例年より前倒しとなり、いちご目当ての客が増えたことで、カキのマイナス分を相殺している。 |
| □ | 高級レストラン（事業戦略担当） | 来客数の動き | ・エリア自体が閑散期である。 |
| □ | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・毎年1月と2月は、飲食店にとって売上が落ち込む時期であるため、やむを得ない部分もある。 |
| □ | バー（経営者） | お客様の様子 | ・年末年始なので、何ともいえない。 |
| □ | 観光型ホテル（副支配人） | 来客数の動き | ・正月明けから例年と比べて利用者数は減少しているが、前年とほぼ同水準で推移している。 |
| □ | 都市型ホテル（宿泊担当） | 販売量の動き | ・国内外共に目立った動きはなく、単価や販売量も従来どおりの水準で推移している。 |
| □ | 旅行代理店（支店長） | 販売量の動き | ・個人旅行は国内が横ばい、海外については回復基調にあるものの、2019年比では依然として約80%の水準にとどまっている。 |
| □ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・昼から夕方の動きが非常に悪い。寒冷前線の影響により人の動きが鈍く、乗車も減少している。夜も早く帰宅している様子である。 |
| □ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・新年を迎えて、以前のような新年会や年始回りなどの行事は控えめで、景気の影響があるものとみられる。また、物価上昇の影響もあり、タクシーの利用頻度は減少している。衆議院選挙といった政治情勢の変動により、状況が迅速に好転することが期待される。 |
| □ | 通信会社（企画・総務担当） | 販売量の動き | ・品質と安定を求める層と値段の安さに注力する層の2極化傾向にある。 |

| | | | |
|---|------------------|---------|--|
| □ | 放送通信サービス（総務経理担当） | お客様の様子 | ・利用料の延滞率、解消率に変わりはない。 |
| □ | ゴルフ場（営業担当） | 来客数の動き | ・この時期は天候次第で集客が大きく変動する。今年は年明けから雪の予報が多く、集客の大きな伸びは期待できない。 |
| □ | 競艇場（企画営業担当） | 販売量の動き | ・3か月前と比較して、1日平均売上がほぼ横ばいである。 |
| □ | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・景気の影響や節約志向の高まりもあり、売上がなかなか伸びず、来店頻度も減少している。 |
| □ | 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・季節要因も考えられるが、全体的に客の動きは鈍く、毎月来店していた客にも来店時期のずれがあるなど、例年と比べて客足はかなり低調である。 |
| □ | 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順調に推移しているが、建築費の高騰でなかなか前に進まない。 |
| □ | 住宅販売会社（住宅設計担当） | 販売量の動き | ・国の補助金の影響により上向きになると予測していたが、販売量増加に至っていない状況である。 |
| □ | 住宅販売会社（事業推進担当） | お客様の様子 | ・販売進捗状況に大きな変化はなく、高額で好立地の物件は投資家を含む富裕層が購入している。一方、価格重視の物件については、市内外を問わず顧客の回遊が見られる。しかし、ファミリー向け物件は高額化が進み、買い控えが続いている。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・地震や積雪の影響により人出がかなり少ない。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | 単価の動き | ・今月の売上は非常に悪い。一時的に回復の兆しがあったものの、直近3か月は元の水準に戻り、全体として厳しい状況が続いている。 |
| ▲ | 商店街（理事） | お客様の様子 | ・日々の食品価格の上昇を受けて、漠然とした不安が広がっている。景気が悪くなっていく感覚のなかで、生活防衛意識が働いたような買物が増えている。 |
| ▲ | 一般小売店〔眼鏡〕（経営者） | 競争相手の様子 | ・取引メーカーから、今月の同業他社の売上が新型コロナウイルス感染症発生以降、最大の落ち込みと聞いた。 |
| ▲ | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・来客数が前年に戻っても、衣料品の売上が厳しい状況が続いている。 |
| ▲ | 百貨店（売場担当） | お客様の様子 | ・今月は、初売りのスタートダッシュ後も非常に苦戦が続いていることから、浮上の兆しはみられない。 |
| ▲ | スーパー（店長） | 単価の動き | ・単価が上がり過ぎたため、例えば米といった高単価商品の動きが鈍い。 |
| ▲ | スーパー（営業システム担当） | お客様の様子 | ・大雪の影響に加え、寒波が長引いたため、来客数が減少した日が多い。 |
| ▲ | スーパー（業務開発担当） | 来客数の動き | ・気候のせいだけではなく、明らかに来店頻度が低下している。 |
| ▲ | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・正月休み明けから、販売動向に顕著な変化が見受けられる。値上がりの著しい商品から他の商品へとシフトしており、やはり価格上昇の影響とみられる。 |
| ▲ | 家電量販店（店長） | お客様の様子 | ・収入は減少していないものの、物価の上昇により節約志向が高まり、厳しい状況が続いている。 |
| ▲ | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・前年同月と比べると販売台数は上回っているものの、3か月前からは落ちている。 |
| ▲ | 乗用車販売店（業務担当） | 販売量の動き | ・国の税制の影響で、新車の登録が進みにくくなっている。 |
| ▲ | 乗用車販売店（統括） | 販売量の動き | ・1月の販売量は前年比83%と厳しい状況が続いている。 |
| ▲ | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・客の購入単価が低くなっているため、購入数も前年割れしている。冬商品に至ってはほとんど売れていない。 |
| ▲ | その他専門店〔和菓子〕（経営者） | 来客数の動き | ・国内、インバウンド共に動きが鈍い。 |

| | | | | |
|--------------------|----------------------|----------------------|--|--|
| | その他専門店 [革製品] (店主) | 販売量の動き | ・これまで、魅力的とみられる商品があれば購入することが多かったが、最近では、本当に欲しい、本当に必要な場合でないと購入に至らないことが増えている。振り返ると、リーマンショック時も同様の状況であった。客の家計について詳しく聞くことは難しいため推測になるが、世の中の雰囲気として、節約しなければならないという意識が広がっており、安定した収入がある人でも、財布のひもを固くしているとみられる。また、国の財政状況への不安もあり、消費より貯蓄や投資に回していると考えられる。 | |
| ▲ | 一般レストラン (店長) | 来客数の動き | ・月初から、例年と比べて来客数が大幅に減っている。天候の影響もあったとみられるが、全体的に来店控えがみられる。常連客の来店頻度も低下している。 | |
| ▲ | 都市型ホテル (宿泊担当) | 来客数の動き | ・直近1か月の来客数は、3か月前と比べてやや減少している。繁忙期が一段落する季節要因もあり、観光目的の個人客を中心に動きが鈍く、平日の集客が低調となっている。 | |
| ▲ | タクシー会社 (営業所長) | お客様の様子 | ・12月の実績は、運賃を13.7%値上げしたにもかかわらず、売上の伸びが約10%にとどまった。例年の動きと比較すると、夜間の需要が落ち込んでおり、空車も以前より多く見られる状況であることから、1月と2月の見通しも厳しい。 | |
| ▲ | 通信会社 (企画担当) | お客様の様子 | ・年が明けて間もないが、年末の来店や売上の動きと比べると、全体的に出足は鈍い。前期と比較しても鈍い印象である。 | |
| ▲ | 通信会社 (営業担当) | お客様の様子 | ・月額利用サービスの解約件数が増加傾向となっている。 | |
| ▲ | 通信会社 (広報担当) | お客様の様子 | ・客は価格の安さを重視しており、とにかく安さを求めている。 | |
| ▲ | テーマパーク (業務担当) | 来客数の動き | ・天候の変化が激しく、雪が降ったり晴れたり、寒暖が入れ替わったりするため、計画が立てにくく、予約につながっていない。常に雪があるなど天候が安定していれば、雪目当ての来客も見込めるが、ドカ雪や春のような気候変化が続くため、対応が難しい状況である。 | |
| ▲ | 設計事務所 | お客様の様子 | ・新たに計画の中断や投資削減があるわけではないが、いろいろなプロジェクトの進行が以前より慎重になっている。 | |
| ▲ | 設計事務所 (経営者) | 来客数の動き | ・来場客の反応からは、資金的に合わない人が増えている傾向がうかがえる。物件探しが長期化する客も増えており、成約のハードルが高い状況である。 | |
| × | 一般小売店 [洋裁附属品] (経営者) | 販売量の動き | ・1年で最も寒く、商売も閑散とする時期であるため、客の動きはほとんどない。 | |
| × | コンビニ (エリア担当) | 来客数の動き | ・前年4月は来客数が前年をクリアしたが、それ以降は前年を割り続けている。おむすびや弁当が主力商品となるが、米の価格上昇によりおむすびの価格が高騰しており、その影響とみられる。 | |
| × | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・若い人の動きはあるものの、本来の主要客層の来店はなく、非常に景気が悪い。 | |
| × | 観光型ホテル (予約担当) | 来客数の動き | ・例年1月の来客数は少ないが、寒波やインフルエンザなどの体調不良での直前キャンセルも目立つ。 | |
| 企業動向 関連 (中国) | ◎ | 食料品製造業 (営業担当) | 受注量や販売量の動き | ・12月に続き、1月も前年同月比で好調に推移している。 |
| | ◎ | 輸送用機械器具 製造業 (経営者) | 受注量や販売量の動き | ・モデルチェンジ前で多忙である。 |
| | ○ | 一般機械器具製 造業 (管理担当) | 受注量や販売量の動き | ・輸出向け製品の受注状況は、前月より大きく変わっていないが、為替が円安に振れていることで売上増加が見込まれる。 |
| | ○ | 輸送業 | 受注価格や販売価格の動き | ・受注が増えている。 |
| | ○ | 金融業 (副支店長) | 取引先の様子 | ・建設業では年度末に向けた公共工事の受注が増加しており、また、域内特有の防衛関連受注も安定して発生していることから、景気は上向き傾向にある。 |

| | | | | |
|------------------|---|--------------------|--------------|---|
| | ○ | 不動産業（総務担当） | それ以外 | ・賃貸住宅の需要時期でもあるため、来客数と成約件数が伸びており、前年同月比でも来客数が約7%増加、成約件数も約2%増加となっている。 |
| | □ | 繊維工業（財務担当） | 取引先の様子 | ・年明け以降、銀行の借入金利が上昇傾向にあり、運転資金の借入れが厳しくなっている。また、中小受託取引適正化法の改正により、サプライチェーンでの資金回収期間が短縮される。一部では、支払サイトが短くなることで資金繰りが厳しくなる。 |
| | □ | 化学工業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・様々な化学工業薬品において、販売価格や仕入価格の変動が続いているが、数量的に低調に推移しており、先行きは不透明である。 |
| | □ | 窯業・土石製品製造業（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納期対応で関連部署は多忙な状況だが、他の部門の生産量に変化はない。 |
| | □ | 鉄鋼業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・人手不足の影響もあり、弱含みのまま変化がない。 |
| | □ | 金属製品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・定時工数分の受注量を確保しており、この状況は3か月前と変わりはない。 |
| | □ | 建設業（経営者） | 取引先の様子 | ・建設計画があるものの、施工業者を探している状態が続いている。施工業者にも施工量に限りがあるため、現状はしばらく継続しそうである。 |
| | □ | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・資材の納期に時間を要するケースや価格高騰は継続しているが、客の理解や価格転嫁は進んでいる。そのような状況下でも、予定物件が多く、順調に受注につながっている。 |
| | □ | 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 | ・衆議院選挙が急きょ行われることになったが、取引業者との打合せでは、特に大きな変化はないとの感触である。 |
| | □ | 輸送業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注数量、新規引き合い共に大きな変化はない。 |
| | □ | 通信業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注量に大幅な増減はない。 |
| | □ | 金融業（経済産業調査担当） | それ以外 | ・企業の生産活動は、足踏み状態が続いている。 |
| | □ | 会計事務所（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新規案件の受注は少ない一方で、年度末業務の受注量は増加しており、プラスマイナスゼロの状況である。 |
| | ▲ | 農林水産業（従業員） | 取引先の様子 | ・年末の反動もあり、どこも売上は伸びていない状況である。 |
| | ▲ | 食料品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・新年を迎えてから20日頃までは商品の動きが鈍く、厳しい立ち上がりとなった。下旬に入ってから徐々に回復しつつあるが、前半の低迷を補えない状況である。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・物価高や円安の影響により、国内外の受注量は減少傾向にある。 |
| | ▲ | 建設業 | 受注価格や販売価格の動き | ・物価上昇が続いていることにより、設備投資等も停滞感がみられる。 |
| | ▲ | 通信業（企画担当） | 受注量や販売量の動き | ・年度末に向けて、受注量や販売量の動きは鈍い。ＩＣＴ関連機器やデータセンター関連商材の動きも鈍く、原材料の高騰も一因となっている。ただし、これらは計画的に発注される商材であるため、年度初めと比べると、今の時期は販売量が落ち込む傾向にある。 |
| | × | — | — | — |
| 雇用 関連 (中国) | ○ | — | — | — |
| | ○ | 人材派遣会社（事業部長） | それ以外 | ・人手不足を背景とした新規求人件数の受注は好調に推移しているものの、派遣を利用する企業では、これまでほとんど見られなかった倒産や破産が、足元で数件立て続けに発生している。 |
| | ○ | 人材派遣会社（経営企画担当） | 求人件数の動き | ・求人先企業に対して人材派遣料金の値上げ交渉を行っているが、最近の相場環境のなかでは、比較的多くの企業が値上げに応じている。 |

| | | | |
|---|-------------------------|---------|---|
| ○ | 人材派遣会社 (求職者対応) | 求職者数の動き | ・3か月前と比べて求職者の動きが活発化しており、求職者数や応募の反応にも明らかに回復傾向がみられる。 |
| ○ | 求人情報誌製作会社 (総務担当) | 求職者数の動き | ・求人広告掲載営業の際、充足により今は不要との回答が多くなってきた。当社には痛手であるが、社会全体には良い。 |
| ○ | 民間職業紹介機関 (職員) | 求人数の動き | ・特に技術職人材に関しては、採用意欲が高止まりしており、募集要件は次第に緩和されている。その結果、未経験者可の求人数が中途採用市場で増加している。 |
| □ | 人材派遣会社 (支店長) | 雇用形態の様子 | ・派遣を希望する人のなかでは、短期勤務や在宅勤務を希望する層が増えており、この層はスポットバイトに流れている印象がある。多くの人は正社員を希望しているものの、スキルと求人のミスマッチが生じている。それでも、ノンスキルの若年層や50代以上のベテラン層でも、他社で正社員転職を果たすケースは少なくなく、競合他社との求職者確保競争はますます激化している。 |
| □ | 求人情報誌製作会社 (新卒採用担当) | 求人数の動き | ・求人数は底堅く推移しており、大幅な減少はないものの、急拡大の勢いもない。企業の採用意欲は一定の水準を維持しているが、先行きの不透明感から慎重な姿勢を崩さず、全体としては横ばいの状況が続いている。 |
| □ | 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月入社向けの新卒採用人数の動向に大きな変化はない。 |
| □ | 新聞社「求人広告」 (担当者) | 周辺企業の様子 | ・現内閣の積極財政に期待する企業の声は大きいものの、物価高の影響で消費マインドは鈍化している。また、株価の高騰により消費動向の2極化が進み、ローカル経済は停滞感が強い状況にある。 |
| □ | 職業安定所 (事業所担当) | 求人数の動き | ・有効求人数に大きな変化はみられず、3か月前と変わらない状況が続いている。 |
| □ | 職業安定所 (事業所部門) | 採用者数の動き | ・今年度の採用者数は低調である。最低賃金引上げ前に一時的に持ち直したもの、その後は再び低調な状況が続いている。 |
| □ | 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、求職者からのエントリー数が3か月前と比べて12%減少している。また、求人検索サイト経由の応募も約5%減少した。今後は、新年度に向けた潜在層の動きに期待したい。 |
| □ | 学校「短期大学」 (進路指導担当) | 求職者数の動き | ・12月末時点において、就職希望者のほぼ全員が内定を得ており、状況に変化はない。 |
| ▲ | 求人情報誌製作会社 (広告担当) | 採用者数の動き | ・学生数が今後減少することが分かっているなかで、企業の採用意欲は年々高まっている。インターンシップでは、大学3年生の夏休みの時期に志望先が固まっている学生も増えており、従来の大学3年生の3月スタートから大きく前倒しとなっている。現在では、インターンシップ時期が早期選考も含め、本格的な就職活動の激戦期となっている。企業は景気が悪くても、新卒採用をやめない状況である。 |
| ▲ | 学校「大学」 (就職担当) | 求人数の動き | ・当県の有効求人倍率が下がってきている。 |
| × | — | — | — |