

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状況の説明
家計 動向 関連 (中国)	◎	その他専門店 〔宝石店〕（店員）	販売量の動き	・年始から続く勢い買いやギフト需要といった季節性や地域性を背景とした購買が継続していることに加え、価格改定前の需要も重なって、購入理由が明確な動きが非常に強く、決定率も大変高かった。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・新年度に向け、多少良くなるとみられる。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・暖かい日には、客の動きが少し出てきている。
	○	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円を超えるブランドジュエリーが数点売れ、今月は好調だった。株価上昇で富裕層の動きが良く、来月も良い流れが期待できる。
	○	百貨店（外商担当）	単価の動き	・前月と前々月と比較して、時計や美術品などの高価格商品の動きが好調である。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・値上がりは継続しているが、来客数は前年を超えている状況である。平日の回復が大きく、食料品の購入に対する意識が変わってきているとみる。低単価商品への偏りも少なくなっており、全体として買上点数も回復傾向である。週末のまとめ買いも点数の回復がみられる。
	○	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・前年が悪かったせいもあるが、販売点数、来客数共に増えてきている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・1月下旬以降、来場者数は増加傾向にあり、それに伴って収益も伸びている。決算期という背景もあり、実績は堅調に推移している。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・観光バスの来訪が増えており、特産品のいちごが前年同期と比べて好調に売れている。全体の来客数も増加し、土日を中心に活気が出ている。
	○	都市型ホテル（総支配人）	販売量の動き	・3か月前の時点では前年とほぼ同じ売上を予想していたが、2月に入ってから予約のペースが上がり、前年比で5%以上増加している。
	○	通信会社（運用担当）	お客様の様子	・衆議院選挙の結果を受けて、景気が好調である。
	○	通信会社（企画・総務担当）	販売量の動き	・従来サービスの競争の厳しさは今までと変わらないが、高速度である10ギガ契約の販売が伸長している。
	○	住宅販売会社（事業推進担当）	販売量の動き	・物件数が増えてきたこともあり、集客、契約歩留り共に、若干回復してきているが、在庫物件が多く、飽和状態になりつつある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数、購買金額共に下がってきている。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・積雪はあったが、観光客は微増している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・物価上昇が激しいのに、所得が伸びていないため、消費マインドが上昇する気配はない。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・衆議院選挙も終わり、これからどのように景気が動くのか、消費者も様子見の気配がする。当業種においても、今年は増産傾向にある新茶について、価格、数量共にどのように推移するかを見極めている状況である。
	□	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・大幅な増減は見受けられず、前年並みで推移している。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・高額商品や特選ハイブランドは数百万円クラスも動いたが、一般商品や一般ブランド、国内ブランドはほとんど動かなかった。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・購入単価に大きな変動がない。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・入店客数は増加しているが、レジ通過客数は引き続き減少傾向にあり、状況に大きな変化はない。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・婦人服部門では、一定の顧客管理ができていミセス部門は好調に推移しており、前年実績を上回っている。一方で、一般客の比率が高い若年層向けブランドフロアは非常に厳しい状況が続いている。当館全体としても入店客数は減少傾向にある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・節分やバレンタインデーなど、催事の多い月だったが、価格高騰の影響もあり、買上点数が伸びていない。客の財布のひもが固い状況は続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・1品単価の上昇により、売上は前年を上回っているが、買上点数は依然として前年割れが続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・引き続き値上げが続いており、節約志向が根強い。前年より買上点数が落ちている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	それ以外	・大雪の影響で商品の入荷に遅れが生じたり、来客数も激減した。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	来客数の動き	・前月より上向いているが、3か月前と比べるとほぼ横ばいとなっている。1～2月は来客数が増えにくい時期なので、景気が悪いとも良いとも言えない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数の伸びは鈍化しており、特に夕方以降については、新型コロナウイルス感染症発生前よりも低い水準で推移している。物価高の影響により、コンビニへの来店頻度も低下している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・大企業も苦戦している様子である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・着物を着る機会が増えており、買い求める客が増えている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新生活に向けての需要が高まっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・ガソリン価格の暫定税率は廃止されたが、物価には反映されていないため、財布のひもは固いままである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・前年より来客数が減少しており、エアコンは好調だが、新生活関連の動きが鈍く、その影響により売上が落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・新型車や人気車種の販売は引き続き好調に推移しているが、それ以外の既存商品の動きに変化はない。客が欲しい物が流通すれば動くが、現状が続く限り大きな変化は見込めない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（リース担当）	販売量の動き	・販売台数の制限があり、販売量が減少しているため、景気回復はないとみられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・販売台数に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・インバウンド、修学旅行客共に大きな変化は望めない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔革製品〕（店主）	お客様の様子	・気に入った商品があっても購入に至らない客が一定数おり、検討の上、改めて来店するという客が多いが、再来店する客は少ない状況である。財布のひもが固い状況に変わりはないとみている。
<input type="checkbox"/>	その他小売 〔ショッピングセンター〕（支配人）	販売量の動き	・売上、来客数共に3か月前と大きな差はない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・景気は思ったより悪くなく、これからの行楽シーズンに向けて期待が高まる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年どおりであるが、1年で1番落ち込む月である。
<input type="checkbox"/>	バー（経営者）	来客数の動き	・2月は営業日数が少なく、月の売上が伸びない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（宿泊担当）	来客数の動き	・旅行需要は3か月前と変わらず維持されているものの、旅行には行くが、現地での支出は抑えるという傾向がみられる。宿泊よりも体験への支出が重視されている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・大きな単価上昇の傾向はみられず、目立った販売量の増減はない状態が続いている。

□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・2月は閑散期であり、個人は前年比90%、団体も前年比80%で推移しており、厳しい状況である。3月の春休み需要の申込みも低調である。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・衆議院選挙の結果、安定政権に移行することになり、物価対策、景気向上の施策等スピーディーに進められて、好循環になることを期待する。物価が高くて、それに見合う収入があれば全てが向上していく。
□	通信会社（総務担当）	それ以外	・物価高の影響は依然として続いており、景気の変化がみられない。また、米国の関税施策も安定していないため、景気が上向き要素はない。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・延滞率、延滞解消率はほぼ横ばいで推移している。
□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・正月を過ぎて以降、営業面の動きは停滞感が続いており、活性化の要因が見当たらない。
□	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・1～2月は雪の影響により来客数が特に少なかったが、中旬以降の季節外れの好天により、連休中の来客数は例年よりも多かった。ただし、事前予約は少なく、前日や当日の天候を踏まえた来園が中心であり、先を見通すことはできない。
□	ゴルフ場（営業担当）	販売量の動き	・予約状況は例年と変わらないため、今後の天候次第では伸びる可能性がある。
□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・一般レースの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	・物価上昇の影響により節約志向が続いており、不要な支出を控える動きが一段と強まっている。
□	設計事務所	お客様の様子	・途中見直し案件もなく、淡々と事が進んでいる様子である。
□	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続いているが、予算とのかい離からなかなか成約に至らない。
□	住宅販売会社（住宅設計担当）	販売量の動き	・例年この時期は販売量が増加傾向になるが、現状は変わらない結果となっている。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・ここ2～3か月、非常に悪い状況となっている。客は迷った末に結局購入せず、売上確保に苦労している。何か有効な対策はないものかと考えている。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・メガネ一式の購入ではなく、レンズ交換のみの客の割合が増えている。
▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・値上げによる1品単価の上昇と、買い回りによる来客数の増加により、既存店売上は前年を上回る状況が続いているが、1人当たりの買上点数と客単価は前年を下回っている。来客数も前年実績は上回っているものの、伸び率は下がっている。
▲	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・インバウンドが減少している。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が前年を割っている状態である。
▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・引っ越し需要やシングル需要が例年よりも少ない。冷蔵庫と洗濯機の販売台数が落ち込んでいる。
▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・走行距離が20万キロメートルを超えるなど、車の買換え時期に差し掛かっているものの、辛抱して節約している傾向にある。
▲	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・2月の販売量は前年比87%と大変厳しい状況である。
▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・輸入製品の値上げにより、主力商品の販売量が低下し、販売経費も増加している。
▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・衆議院選挙と県知事選挙が同時に行われた初週末の2日間は、売上が前年の78%まで落ち込み、ディナータイムも70%台に低下した。現状は回復傾向にあるが、衆議院選挙期間中の減少分を取り戻すまでには至っていない。また、衆議院選挙期間中は法人利用も激減した。

	▲	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・当月は前年と比べて来客数が10%以上減少した。3か月前と比べても減少が顕著となっている。衆議院選挙やオリンピック、天候の影響もあるだろうが、常連客の来店控えも増えたように感じられる。
	▲	観光型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・3月後半から桜の時期となり、宿泊や宴会の予約が前年と同様に順調である。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・朝昼晩を通して利用者が非常に少ない状態が続いている。ここまで低調なのは久しぶりであり、今後の不安である。
	▲	タクシー会社 (営業所長)	来客数の動き	・前年の料金改定以降、タクシー需要の動きは明らかに鈍化している。運賃は13.27%上昇したものの、乗務員1人当たりの売上増加は約8%にとどまり、期待した効果を十分に発揮しているとは言い難い。昼間の街中ではタクシーが飽和状態となり、主要駅では車列が途切れることはほとんどない。供給過多の様相を呈する一方で、需要側は衆議院選挙を前にした消費マインドの冷え込みにより動きが鈍く、地域イベントや新規出店の減少も追い打ちを掛けている。こうした複合的な要因が重なり、足元の市場環境は依然として厳しく、先行きも楽観視しづらい状況が続いている。
	▲	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・月額サービスを解約する又はダウングレードする傾向がより加速している。
	▲	通信会社(広報 担当)	お客様の様子	・客は質より、価格の安い物を求めている。
	×	商店街(理事)	来客数の動き	・商店街への来街者数が減少しており、それに伴い入店客数も少ない。
	×	コンビニ(エリア 担当)	来客数の動き	・商品の値上がりが続いており、おにぎりの平均単価はこの1年でほぼ50円上昇、弁当も100~150円の値上がりとなっている。その影響により来店頻度が低下し、来客数が伸び悩むなど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	・人口減少が加速しているため、来客数が減少気味である。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比較すると、2月は例年どおり景気が良くない。
	×	観光型ホテル (予約担当)	来客数の動き	・例年どおりではあるが、客足が遠のいている。また、単価も低い。
	×	美容室(経営 者)	来客数の動き	・客の財布のひもは固く、外出も減り、来店頻度、来客数共に落ち込んでいる。1年を通してみても悪化している。
企業 動向 関連	◎	輸送用機械器具 製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・現在、海外向け新車の立ち上がり対応のため、繁忙な状況である。
(中国)	○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・他社も含め、12月以降、受注量が前年を大幅に超えている。
	○	繊維工業(財務 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・年度末を迎え、購買活動が活発になっている。価格転嫁ができた販売価格での商売になっている。
	○	一般機械器具製 造業(管理担 当)	受注量や販売量 の動き	・国内では米価格の高騰を背景に農機製品の購買意欲が高まり、販売状況が上向いている。海外向け製品も在庫が一巡したことで生産量が増加している。
	○	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	・年度末に向けて公共受注が増加傾向となっており、景気が上向きになっている。それに付随して資金需要が旺盛となっており、今後も継続していくと予想する。
	○	金融業(経済産 業調査担当)	それ以外	・県内の住宅投資において、下げ止まりの兆しがみられる。
	○	不動産業(総務 担当)	それ以外	・来客数は約2%の微増、成約件数は約10%増加となっている。
	○	会計事務所(経 営者)	受注量や販売量 の動き	・マーケティング関連業務を開始したが、景気変動の影響を受ける非定例業務であり、継続受注が重要となる。
	□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・値上げ効果が出ており、物量は伸びていないものの、売上は改善している。一方で、品質や価格に対する客の目は一段と厳しくなっている。

	<input type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・仕入れ、販売共に荷動きが安定しない。また、取引先における事業再編等の動きを注視している。
	<input type="checkbox"/>	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	・鉄鋼業向け大型注文が完了し、多忙感がなくなった。通常生産体制となるが、生産水準は低い。
	<input type="checkbox"/>	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みられない。
	<input type="checkbox"/>	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・現時点で景気を左右する具体的な事象は見受けられない。
	<input type="checkbox"/>	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おり、この状況は過去1年変わっていない。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体需要に減速感が出ており、プリント基板製造装置関連の需要が減少している。車載関連や産業用機械関連も顧客の生産調整により減少している。
	<input type="checkbox"/>	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き案件は継続的にボリュームがある。資機材の物価高騰に対する価格転嫁の環境は整いつつあるが、LEDなど一部製品の納期が未定であるため、不安要素もある。
	<input type="checkbox"/>	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。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・新内閣により、先行きは明るいと考えているが、世界情勢において変化が予想されるニュースもある。取引先との打合せや面談でも当面は様子見のようである。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新規の引き合いなど、大きな変化はない。
	<input type="checkbox"/>	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンター関連やクラウドなどのICT関連の引き合いが増加している。来年度に計画された取組への動きとみられる。AIに関連する機器への投資が増えている。
	▲	*	*	*
	×	*	*	*
雇用関連	◎	—	—	—
(中国)	○	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・ブルーカラー職種の伸長により、求人数全体は好調に推移しているが、事務職は減少が続く。事務職は欠員補充に対するニーズは強いが、企業の採用意欲の慎重化により増員ニーズが減少し、事務職全体を押し下げている。
	○	人材派遣会社（経営企画担当）	雇用形態の様子	・求人企業は当初の予想を上回る形で価格改定に応じており、単価と売上の増加を促進している。
	○	人材派遣会社（求職者対応）	求職者数の動き	・3か月前と比べて応募数が増加している。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	周辺企業の様子	・2027年卒を対象としたインターンシップや早期選考が、3か月前と比べて一段と活発化している。深刻な人手不足により企業の採用意欲は非常に高く、早い段階から内定を出す企業も増えており、学生の優位性が更に高まっているとみる。
	□	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・前年同月比でやや下降気味となっており、特に企業からの契約終了が多い。理由としては、業績悪化や本社への業務集約、DX化等により地方でのニーズが減少している印象である。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	求職者数の動き	・求人誌、クーポン誌への広告掲載状況に変化はない。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	求人数の動き	・企業の採用意欲は引き続き底堅く、人手不足を背景とした求人ニーズは一定数存在している。しかし、物価高騰や先行き不透明な経済状況から、採用予算の大幅な拡大には慎重な企業が多く見受けられる。そのため、既存顧客からの継続的な掲載や例年どおりの出稿はあるものの、新規での大型契約や採用枠の急激な増加には至っておらず、全体的な求人数や広告出稿の動きとしては、3か月前と比較して大きな変化はないとみている。

□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	求人数の動き	・人手不足に変化はなく、本来であれば求人数は加速度的に増加するはずだが、企業の業績に十分な余裕がないため、求人増加が控えめである。そのため、求人を積極的に増やすよりも、効率化や既存の人材での対応が進んでおり、求人数は一時的に落ち着いていると考えられる。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・原価高騰による物価上昇に賃金上昇が追い付いておらず、株価上昇の恩恵を受けた富裕層による高額商品の売上は好調であるが、地域のスーパー等小売業、販売業は苦戦を強いられている。
□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・3か月前と比べて有効求人数は増加しているものの、季節要因を除外すると、それほど大きく増加はしていない。
□	職業安定所（事業所部門）	求人数の動き	・比較的好調な企業と人件費の高騰などにより低調な企業の差が大きいため、企業により温度差はあるが、総合的には状況に大きな変化はない。
□	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・新たに採用した人材がすぐにやめてしまう。結果としてマンパワーが不足し、営業活動に制限がかかり、業績が思うように伸びず、既存社員の負担が増えてキャパシティを超えてしまう。そのため、既存社員も退職してしまうという悪循環が幾つも見受けられた。
□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介事業において、求職者からのエントリー数が3か月前と比較して98%とほぼ横ばいの状況である。
▲	—	—	—
×	—	—	—