

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)	◎	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・3か月前には3月の宿泊予約ペースが前年より5%遅れていたが、3月前半から改善し、現在は前年比3%増で推移している。
	○	一般小売店 [印章] (経営者)	来客数の動き	・年度初めでもあり、客の動きが良い。
	○	スーパー (店 長)	来客数の動き	・平日の来客数の回復が顕著にみられる。買上点数についても微増であるが上向きである。週末よりも平日の来客数の伸長率が高く、良い傾向であると判断している。値上げ分で客単価が増加し、買上点数の増加による改善もみられる。現状の価格水準に慣れてきていることも一因と考えられる。
	○	乗用車販売店 (業務担当)	販売量の動き	・年度末であることや税制改定の予定といった要因により、やや上向きの動きがみられる。
	○	その他専門店 [土産物] (経 営者)	来客数の動き	・物価対策の商品券が配布されたため客が増えている。一時的なものかもしれないが良くなっている。
	○	その他専門店 [和菓子] (経 営者)	来客数の動き	・春休みや気候の好転により、国内旅行者が増加している。
	○	その他専門店 [革製品] (店 主)	販売量の動き	・来客数に変化はないものの、オーダーメイドの依頼が多く、3か月前と比べると良くなっている。この増加が景気の上向きによるものか、一時的な要因によるものかについては、引き続き動向を注視する必要がある。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチタイムの来客数が各曜日とも前年の115%以上と順調に推移し、2週以降のディナータイムは、食べ放題、飲み放題のジャストプライスの予約宴会が増えて110%以上の売上を計上している。また、休日にはファミリー客の利用も増え、前年の130%と大きく伸び、売上に貢献している。
	○	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・3か月前と比較すると、前年比で来客数が増加しており、僅かに良い傾向となっている。来店頻度も前月比でやや改善しており、予約来客数は前年比で約10%増加している。
	○	観光型ホテル (予約担当)	来客数の動き	・今年は天候が良い日が多く、来客数も増えている。
	○	都市型ホテル (宿泊担当)	単価の動き	・物価上昇は続いているものの、近隣施設でも宿泊単価が上昇傾向にあり、宿泊需要の高い日程では高単価での受注が可能となっている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・3月に入り人の動きが出てきて、利用客が増えている。
	○	通信会社 (企画 担当)	お客様の様子	・年度末であるが、前年の同時期と比較して、問合せ件数や対処工事の引き合い数がやや増加している。
	○	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・週末は天候に恵まれ暖かくなったことで集客につながっているが、春休みの動きは余り良くない。
	□	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・今年に入り、来客数及び購買額が減少している。一方で、商店街の通行量については、肌感覚ではあるものの、インバウンドが増加しているように見受けられる。
	□	商店街 (理事)	来客数の動き	・来街者数が減少している。買回品中心の商店街なので、来街者を増やすのは難しい。
	□	一般小売店 [茶] (経営 者)	来客数の動き	・春の訪れとともに人出は回復傾向にある。テレビドラマの影響もあり、今のところは観光客も多いが、今週末でドラマが終了するため、その後の動向については不透明である。
	□	百貨店 (営業担 当)	販売量の動き	・今月もハイブランドや高額商材は一部の顧客に好調に動いたが、購入金額の少ない人にとっては、低価格の商品であっても購入が進まず、消費の2極化が進んでいる。
□	百貨店 (営業担 当)	販売量の動き	・平常時の定価品の動きが鈍い。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・前年は絵画の大口販売があったため、今月はその影響により前年売上を超えられなかった。数十万円や数百万円のブランドバッグは売れたが、安心はできない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・中東情勢を背景とした原油価格の不安定さの影響もあり、生活必需品の価格に対する意識が更にシビアになっているようにみられる。ファッション関連商品等の売上低下が継続している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品の値上げにより1品単価は上昇しているものの、買上点数は伸び悩んでおり、前年の97%となっている。一方、特売日の売上は好調である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ数年、来客数は前年を下回る状況が続いており、今月は前年の98.8%となっている。客単価は上昇しているものの、買上点数が減少しているため、売上も前年の98%にとどまっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・1品単価が上昇し、売上は前年を上回っているが、買上点数が落ちている状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・全体として販売点数は微減であるが、商品単価の上昇により、売上は前年を約3ポイント上回っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・春先は異動シーズンで贈物需要がやや増える時期であるが、動きが鈍い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数は横ばいからやや減少傾向にある。セール時には増加するものの、通常営業時は伸び悩んでいる。来店動機として、お買い得感や割安感を重視する傾向が強まっていると考えられる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・気温が上昇し、旅行用の衣類を求める客が増えてきたが、買い控えが日常化している傾向もある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・購買行動に大きな変化はない。買換え需要はあるが、他店との比較後に購入するケースが増えている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・エアコンとパソコンは好調であるが、来客数が減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（リース担当）	お客様の様子	・物価上昇の影響により、点検や車検で来店した客の間でも、交換部品の購入を控える傾向が高まっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・3月の販売量は前年比90%と厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・現状維持の状態が続いている。人気商品に需要が偏っていることから、買い控えがみられる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【時計】（経営者）	来客数の動き	・物価上昇により、消費が低迷している。株価も動きが激しく、中東情勢の収束まで景況の安定はないと考えられる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店【宝石店】（店員）	単価の動き	・商品の値上げにより売上は前年並みで推移しているが、買上点数、購入客数は前年の8割となっている。客のぜいたく品に対する買い控えがある。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・来店客は消費に意欲的な人とシビアな人に分かれていて、様子が少しずつ変わってきている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・3月後半は桜の開花に合わせて予約が少しずつ増えてきているが、大幅な増加には至っていない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・インバウンド需要に大きな変動はなく、高水準で推移しており、加えて国内レジャー需要も増加している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・衆議院選挙の結果により政治の安定と、物価対策や景気対策、少子化対策など様々な課題の解決が迅速に進むことが期待された。しかし、中東情勢の影響で原油価格が急騰し、それに伴い関連する様々な物価も上昇し始めたため、人々の動きが沈滞しつつある。
<input type="checkbox"/>	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料の回収率及び延滞率に大きな動きはない。
<input type="checkbox"/>	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・今月もネット投票が好調である。
<input type="checkbox"/>	設計事務所	お客様の様子	・年度末なので動きは少なくなっているが、計画の中止などはなく、案件は進んでいる。
<input type="checkbox"/>	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。

□	住宅販売会社 (事業推進担当)	来客数の動き	・市内マンションの在庫が飽和状態のなかで、新規販売物件や計画物件も増加している。そのため、購入者は回遊期間が長く、価格の高さを改めて認識することで契約までに時間を要している。来場者数はある程度維持できているものの、契約の進捗は遅れている。
□	住宅販売会社 (住宅設計担当)	販売量の動き	・戸建て住宅の着工戸数は減少の一途をたどっており、急激ではないものの、景気が徐々に下向きになるのは必然的な状況である。
▲	商店街 (代表者)	お客様の様子	・中東情勢の影響により、先行きに対して悲観的な見方が広がっている。
▲	商店街 (代表者)	単価の動き	・客の購買意欲が低下しており、前年数値を下回っている。検討の末、購入を見送るケースも増えており、非常に景気は悪い。
▲	一般小売店 [洋裁附属品] (経営者)	販売量の動き	・イベント時は人通りもあるが、なかなか売上にはつながらない。
▲	一般小売店 [眼鏡] (経営者)	お客様の様子	・新品一式のメガネではなく、レンズ交換のみを希望する客が増えてきた。
▲	百貨店 (営業担当)	お客様の様子	・富裕層の外商顧客のうち、投資家の購買は株価の不安定さを背景に控え気味になっている。
▲	百貨店 (外商担当)	お客様の様子	・株価に加え、金相場も下落し、客の消費マインドは明らかに低下している。
▲	スーパー (財務担当)	販売量の動き	・物価上昇の影響により節約志向は続いており、価格訴求商品への購買が中心となっているため、1人当たりの買上点数は前年割れが続いている。
▲	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・1年近く来客数が戻らない。コンビニ業態として商品価格が比較的高く、度重なる値上げの影響や、おにぎりについても300円を超える商品が増えていることから、買い控えによる来客数の減少が生じている。さらに、周辺で工事もなく、工事関係の来店もないことから、来客数の減少が続いている。
▲	コンビニ (店長)	来客数の動き	・例年と比べて来客数は伸び悩んでおり、特に朝の通勤前の時間帯での来店が低調である。春は人の動きが活発になる季節であるが、今年はその傾向がみられない。
▲	家電量販店 (副店長)	販売量の動き	・冷蔵庫と洗濯機の売上は前年比で約80%と低迷しており、単価及び販売台数の両方が減少している。
▲	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・客の財布のひもが固く、予算を抑える傾向が強まっている。
▲	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・年度末の3月初旬は市場や来客の動きが活発であったが、中旬以降は徐々に低迷している。例年通りの状況ではあるものの、明らかに厳しい状況が続いており、今期残りを何とか乗り越えていきたい。
▲	自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・物価高の影響が余りにも大きく、客の買い控えや低価格志向により販売量が低下している。
▲	自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・前年同月比で業績は悪化している。また、石油製品の値上がりも影響している。
▲	高級レストラン (事業戦略担当)	来客数の動き	・花見時期であるが期待したほど客足が戻っていない。
▲	旅行代理店 (支店長)	販売量の動き	・中東情勢の影響で、中東並びに欧州方面への海外旅行の取消しや中止が発生し、取扱が縮小している。この減少分を国内旅行で補えるほどの売上もなく、中東情勢の影響を受けている。
▲	通信会社 (運用担当)	お客様の様子	・中東情勢により、世界的な不安が高まっている。
▲	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・サブスクリプション系サービスの解約が増加しており、家計負担の軽減意識がより高まっている動きが見受けられる。
▲	通信会社 (広報担当)	お客様の様子	・客は価格の安さのみを重視して選ぶ傾向にある。
▲	通信会社 (総務担当)	それ以外	・中東情勢が不安定になっており、ガソリン価格や物価上昇に拍車を掛ける格好になっている。
▲	ゴルフ場 (営業担当)	販売量の動き	・燃料費の高騰が影響しているため、来場者が増えない。インバウンドは減少傾向にある。

	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・いろいろな物が値上がりし、客は節約志向を強めている。旅行に出掛ける機会も減り、遠出を避けて近場で済ませるなど支出を抑える行動が目立っている。	
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・年度末の時期と気候の好転により、インバウンドが増加してきたが、全体として景気は悪化している。	
	×	バー（経営者）	来客数の動き	・3か月前は繁忙期であったため、現在は落ち着いており、良い状況とは言えない。	
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の自営業者からは、仕入価格の上昇で利益率が悪化し、経営が苦しいという話をよく聞く。	
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	・当地区は他地区に比べて大幅に受注量が増加している。	
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新車の立ち上がりがあり、忙しい状況である。	
	○	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・年度替わりで、購買行動が活発になっている。	
	○	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（経済産業調査担当）	それ以外	・自動車メーカーの新型量販車種の投入もあり、生産活動や輸出などで持ち直しの動きが見られる。	
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月に値上げを実施し、販売量は5～7%減少したが、売上は約3%増加した。高価格帯商品の売上は2%低下したものの、セール商品の動きはやや良い。	
	□	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	・鉄鋼業向けの生産量に変化はない。ポンプ向け部品の生産が好調で、一部の部署では多忙な状況がみられる。	
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・動きに大きな変化はなく、横ばいの状況が続いている。なお、人手不足の影響も見受けられる。	
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・中国向けの特需案件の生産は終わったが、他の案件を受注したため、生産は引き続き超勤で対応している。	
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・事業面では取引先の設備投資は増加しているものの、物価上昇の継続や米国の政策動向などを踏まえると、景気は明確に判断できない状況である。	
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・以前より割高の建設工事の見積りを提出しても、顧客から一定の理解を得られている状況であり、景気の悪化を強く感じる状況ではない。	
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・予定案件が手一杯の状態である。資機材の価格高騰に対しては、価格転嫁が受け入れられる環境となっている。	
	□	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（営業担当）	受注量や販売量の動き	・顧客ヒアリングにおいて、おおむね変化がないとの回答であった。	
	□	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数は約1%減少しているが、成約件数は約1%増加しており、全体としては大きな変化はない。	
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末業務や確定申告などで業務量は増加しているが、季節変動の範囲内である。一方で、新規業務や非定型業務の受注は弱い状況である。	
		▲	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・中東情勢による原料調達の動きについて、不透明感が強まった。
		▲	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・中小受託取引適正化法対応により資金繰りが悪化しており、具体的にはサイト短縮や振込手数料の当方負担といった影響が出ている。
		▲	建設業	受注価格や販売価格の動き	・中東情勢が不安定なこともあり、原油価格やその他の物価上昇が影響している。
		▲	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・ウクライナ情勢の継続やパレスチナ問題に加え、中東情勢で、世界情勢に対する不安が高まっている。特に、石油製品の供給不足による価格上昇を懸念する様子がみられる。
	▲	金融業（副支店長）	取引先の様子	・原油価格の高騰により物流コストが上昇し、経費負担が増加することで利益を圧迫している。	

	×	通信業（企画担当）	それ以外	・最近の資材価格の高騰による取得コストの上昇が継続しているなか、中東情勢の影響により、これまで以上にICT関連機器やデータセンター向けの電気料金の高騰が進んでいる。
雇用 関連	◎	—	—	—
(中国)	○	人材派遣会社（経営企画担当）	求職者数の動き	・派遣スタッフの登録が順調であり、求人先に対するマッチングが進んでいる。特定技能を持っている外国人人材の紹介も順調に進んでいる。特に外国人人材については、求人に対して候補者を擁立すれば、ほぼ確実にマッチングできる状況である。
	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・毎年のことではあるが、求人数と求職者数が最も増える時期なので、今月だけで判断すると状況は改善しているようにみえる。その分契約を終了する人も多いため、結果としては余り変わらないとみられる。
	○	人材派遣会社（求職者対応）	求職者数の動き	・1月と比較して応募数が250%増加した。
	□	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・求人数の新規受注は好調に推移しているが、業務量の増加によるものではなく、そもそも通常の事業運営に必要な人員が確保できていないという、構造的な人手不足が目立っている。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	周辺企業の様子	・製造業の工場が地元企業と形成する協力が解体したり、不確定な世界情勢の影響で、設備投資や雇用計画が白紙となったりするなど、今後の動向が不透明である。また、将来の受注に向けて事前に設備投資を実施しても、受注が白紙となることがあり、そうしたケースに対して補完が必要になる可能性があることも確認された。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	求人数の動き	・人手不足が依然として続いており、この状況は当面改善されそうにない。
	□	職業安定所（事業所部門）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で減少しているものの、3か月前と比べて人手不足感は変わらず、全体として大幅に募集人数を減らす動きは今のところみられない。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・例年の同時期と比較して、求人数に大きな変化はみられない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・中東情勢など不確定要素が加わり、従来の物価高騰による消費の冷え込みが一層進んでいる。地方における賃上げの効果も限定的である。
	▲	職業安定所（事業所部門）	周辺企業の様子	・人件費の増加や物価高騰などの影響で、仮に売上が伸びていても、経営状態は売上の伸びに見合わず、収益面で課題を抱える企業が多い。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・原油価格の高騰に加え、先行きの不透明感を背景に、複数社から求人の取下げや一時停止の連絡が入ってきた。今後も予断を許さない状況がしばらく続きそうである。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	雇用形態の様子	・当地の支店撤退の動きがあり、今後徐々に状況が悪化していくとみられる。
	×	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・転職希望者が増える3月に登録者を獲得するため、大手人材紹介会社が求人検索サイトへの広告出稿費用を倍増した。その影響で、当社を含む全国の中小紹介会社が求人検索サイトに掲載している受注案件の表示回数が大幅に減少し、3か月前と比べて求職者からの応募数が約100件減少した。