

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)	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・ 県外からの来店客が増え、高額商品が売れるようになり、客単価が上がっている。
	○	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・ 地下スーパーの開店に伴い、入店客数は増加している。また、近郊の商店街においても、来街者数が明らかに増えている。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・ 猛暑が続くなか、夏休みの子供向けイベントなど、集客催事により、来客数が好調に推移している。日傘やUV手袋などの猛暑対策商品も好調に動いている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ 揚げ物や弁当の動きが良くなっているが、冷たい麺類やおにぎりの売上は前年と比較して伸びが鈍い。一方で、3か月前と比べて来客数は戻りつつあり、それに伴い売上も良くなっている。
	○	家電量販店（店長）	お客様の様子	・ 新たな省エネ基準を意識したエアコン需要の先取り感もあり、来年の需要動向が懸念される。一方で、報道を受けて客の反応は良く、暑さの影響もあり、今夏のエアコン販売は好調に推移している。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・ 梅雨明けの7月からじわじわと客が増え、8月は前年比110％程度で推移している。観光バスが毎日のように来ており、来客数増加につながっている。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・ 夏休みに入り、客足は好調に推移している。一方、猛暑の影響から屋外での活動は低調となっている。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・ 夏休みということもあり、物価高とはいえ生活に変わりはない様子である。
	○	その他飲食〔パーキングエリア内レストラン〕	来客数の動き	・ 飲食の客が1日当たり5～10人増えた。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・ 8月の宿泊稼働は、3か月前の時点では前年比5％ほどマイナスだったが、現在は前年とほぼ同じペースとなっている。飲食も同じ傾向となっている。
	○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・ 中東情勢や中国渡航制限などの問題も縮小しており、直近3か月でみると、インバウンド需要が戻ってきている様子である。また、前年比でも客数、単価共に向上している。
	○	タクシー会社（営業所長）	来客数の動き	・ 7月実績で前年比113％と、値上げ分を差し引いても前年同実績である。6月までは前年割れの状態であったことを考えると、上向きと捉えることができる。
	○	通信会社（企画・総務担当）	お客様の様子	・ 新規サービスに関する問合せが増える傾向にある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・ 外気温の高さも一因と推察されるが、高齢者を主な客層とする店舗では、昼間の来客数が激減している。涼しい夕方に来店する傾向がみられる。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・ お盆を過ぎても厳しい暑さが続いており、地元客も朝夕にしか来店しない状況となっている。
	□	一般小売店〔食品〕	お客様の様子	・ 販売数量と来客数に変化はなく、現状維持の状況が続いている。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・ 暑さが和らいだことなども影響しているとみられ、客足は回復している。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ 消費動向に大きな変化は見受けられない。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ 売上の動向に変化がない。
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・ 館内に大型ディスカウント食品スーパーが入り、客数が大幅に増加したことによる他フロアへの一定の波及効果が期待されたものの、効果は限定的となっている。従来の百貨店商材についても、依然として前年実績を下回っており、厳しい状況が続いている。

☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数の増加に加え、買上点数の伸長が大きく、客単価も上昇しており、売上増加につながっている。特に食品の伸びは大きく、一般食品や日配商品といった日常に欠かせない商品の買上点数が堅調に増加している。単価については、基本的に低単価傾向であるが、高単価商品の動きも伸長している。週末中心の集客ではあるが、平日の伸長率も大きく、前年を大きく上回る結果となっている。
☐	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年比104%と増えているが、買上点数が前年比96%と伸びていない状況である。客からは値段が高くなったという声が多く、財布のひもは固い。
☐	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年の98～99%で推移している。値上げにより売上は何とか前年並みを維持している。
☐	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・売上は前年比4ポイント増まで伸長し、プラスに転じている。販売点数も前年比1.2ポイント増、来客数については前年比0.5ポイント増と小さいながら前年を上回る水準を維持している。
☐	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・物価上昇のため、節約による買い回りにより、来客数は前年を上回る状況が続いているが、1人当たり買上点数は前年を下回る状況が続いている。
☐	コンビニ（店長）	お客様の様子	・毎日の生活において食事は切り離せないが、単価を下げたり、購入商品を見直したりする客が多いとみられる。弁当の購入を控え、サンドイッチやパンなどにシフトしている傾向がうかがえる。
☐	コンビニ（副地域ブロック長）	お客様の様子	・猛暑が続く、昼間の来客数が減少している。朝夕の来客数は増加しているが、主力商品の米飯類が前年ほどの勢いがなく、低迷している。商品単価も上昇し、消費者が価格に敏感になっている様子である。
☐	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・景気が良くなる様子はない。
☐	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・当市のプレミアム付商品券の利用を目的とした来客が増加しているが、物価上昇により購買意欲は停滞しているとみられる。
☐	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・これまで好調だったエアコン需要は、今月は前年並みとなっている。売上は前年を下回っているが、来客数は前年並みを維持していることから、景気は悪くないとみられる。
☐	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・エアコン、冷蔵庫、洗濯機、テレビといった主要商品は好調に推移しているものの、その他商品の販売量は落ち込んでおり、3か月前と比べても状況に大きな変化はみられない。
☐	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・積極的な購買というよりも、買換えが必要となった際に購入するなど、必要に迫られた購買が中心となっている。
☐	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・最需要期ではあるが、商品のラインアップが少ないため、販売量が予想より少ない。
☐	乗用車販売店（リース担当）	お客様の様子	・個人経営をしている客からは、仕事があっても利益がほとんどないものばかりとのことで、景気は依然として悪い状況である。
☐	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・8月の販売量は前年比98%となっている。
☐	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・余り変化はみられない。受注制限や長納期のものが落ちてきたため、急いで結論を出す必要がなくなってきたことが理由と考えられる。
☐	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売数は低迷しているが、来客数は微増している。ただし、売上につながっていないため、横ばいで推移している。今後、市場も決算期を迎えることから、最終まで実績を積み上げていきたい。
☐	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・生産台数が安定してきたため、受注台数、販売台数共に大きな変化はない。

□	その他専門店 [革製品] (店主)	単価の動き	・ 今月は、暑さが続くなかでも来客数、販売数共に増加している。しかし、低単価商品が多く動いていることから、景気に変化はみられない。買物をしたいという需要はあるが、節約志向もあり、比較的低価格な商品が選ばれる傾向がある。ただし、低価格商品の新作を増やしたことも、こうした販売動向に影響している可能性がある。
□	その他専門店 [宝石店] (店員)	お客様の様子	・ 中東情勢を始めとする現在の経済状況に慣れてきている様子が、客との会話からうかがえる。また、今後も金価格の高騰が予想されるなか、欲しいときに、欲しい物を買うという意識がみられる。
□	バー (経営者)	来客数の動き	・ お盆などの関係もあり、来客数にばらつきがあった。
□	都市型ホテル (宿泊担当)	単価の動き	・ 客単価に大きな変動はなく、宿泊、レストラン共に3か月前と同程度で推移している。客の消費動向にも大きな変化はみられず、景気は横ばいが続いている。
□	旅行代理店 (支店長)	販売量の動き	・ 特需もなく、販売量は想定通りに推移しており、前年と比べても大きな変化はない。
□	通信会社 (総務担当)	それ以外	・ 事業活動においては、設備構築用の資機材納入が滞っており、サービス提供にかなりの影響を及ぼしている。
□	通信会社 (企画担当)	お客様の様子	・ お盆休暇で帰省する人の移動が増えることから、新たな営業案件の引き合いが出てくることを期待していたが、特に新しい引き合いはなく、静かな状況であった。
□	通信会社 (運用担当)	お客様の様子	・ 中東情勢により経済が不安定になっている。
□	放送通信サービス (総務経理担当)	お客様の様子	・ 料金の延滞率や延滞解消率に大きな変化はない。
□	ゴルフ場 (営業担当)	販売量の動き	・ 猛暑が連日続き、直前でキャンセルする客が増えている。熱中症対策用に氷のサービスや冷風機、塩あめなどの提供をしているが、集客は難しい。気温が落ち着けば、予約状況にも変化が出てくるとみられる。
□	競艇場 (企画営業担当)	販売量の動き	・ 売上が横ばいである。
□	美容室 (経営者)	お客様の様子	・ 客は安さを求めており、景気は良くない。
□	設計事務所	お客様の様子	・ 新たな大型案件の相談もあり、縮小している雰囲気はしない。かといって大量に動き始める話も聞かない。
□	設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・ 住宅の新築やリノベーションの引き合いはあるが、予算に見合わない状況で先に進まない。
□	住宅販売会社 (住宅設計担当)	お客様の様子	・ 販売価格や金利動向に大きな変化はなく、客の動きもさほど変わらない。夏場の休暇シーズンの影響から、来客数は若干減少しているが、大きな落ち込みには至っていない。
□	住宅販売会社 (事業推進担当)	お客様の様子	・ 市中のマンション価格は軒並み5000万円台となっており、50年ローンを利用しても購入が見込めない世帯が多く、先が読めない状況である。しかし、建築費の高騰は続いており、価格が下がる見込みもない。
□	住宅販売会社 (営業担当)	来客数の動き	・ 金利上昇により客の動きが鈍化しており、3か月前と比べても状況に改善はみられない。
▲	商店街 (代表者)	単価の動き	・ 購入を迷った末に見送る客が多く、苦戦している。
▲	一般小売店 [茶] (経営者)	販売量の動き	・ 売上は国内外共に伸び悩んでいる。また、先週開催された商店街のイベントについても低調であった。
▲	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・ 毎月、100万円以上の商品を10人以上の客が購入していたが、今月は10人に達しておらず、景気は悪い状況である。
▲	百貨店 (売場担当)	販売量の動き	・ 100万円超えのブランドジュエリーや数十万円のバッグは数点売れたが、新店舗のオープン後も期待したほど客足は伸びず、厳しい状況となっている。来月も引き続き厳しい状況が続く見通しである。

▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げによる1品単価の上昇により、売上は前年を超えているが、販売点数は前年を下回っている。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・値上がり商品が多々あるなか、節約志向が続いている。
▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・呉服業界では仕入価格が上昇しているが、販売価格を上げることも難しく、厳しい状況である。
▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・購入アイテムの単価が上がった分、購入点数が減った。
▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・値上げが続くなか、9月からも更なる値上げが予定されており、近年の値上げサイクルの短期化が、客離れの一因となっている。
▲	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・令和8年熊本地震や中国からのインバウンド客の減少が客数に影響している。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前までは来客数が前年を2けた伸長していたものの、月を追うごとに徐々に伸びが鈍化し、今月は前年を下回っている。来客数の増加をけん引してきたランチタイムについても、厳しい気温や気象条件の影響を受け、前年を割り込む状況となっている。一方で、夏場商戦を前に7月より実施した値上げによる客単価の上昇に支えられ、売上は前年並みの水準を維持している。
▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数が前年比4%の減少となっている。暑さの影響もあるとみられるが、客の来店控えがみられる。
▲	観光型ホテル（副支配人）	お客様の様子	・暑い日が続いて外出を控えているのか、客の動きが例年より少ない様子である。
▲	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・エリア内の競合環境に変化があり、受注数は減少傾向となっている。新規開業やリニューアルオープンが相次ぐなかで稼働が減少していることから、エリア全体としての純増も大きな伸びは見込めないと予測している。
▲	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・地震や台風といった自然災害の影響により取消しが相次ぎ、取扱金額が大幅に減少していることから、最繁忙期である夏休み需要にも影響が出ている。海外については、取扱額が前年比102%となっているが、取扱人員は前年比95%にとどまっている。中東情勢の影響による催行中止も続いており、遠方への影響が大きい。
▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・良い物を選ぶというより、価格の安い物を選ぶ傾向にある。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・悪化状況に変化はなく、サブスクリプション型サービスの解約が増加している。
▲	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・猛暑の影響もあり、屋外での活動を控える傾向がみられる。コテージは前年比80%であったが、キャンプは70%と落ち込んでいる。
▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅借入金金利の上昇で支払の余裕がなくなり、購入に対して慎重な動きが見られる。若年層では、住宅に対するこだわりや要望が強くなり、意思決定が遅れる傾向も見受けられる。
×	商店街（理事）	お客様の様子	・当初は、相次ぐ値上げにより客も慎重な購入姿勢であったが、最近は猛暑が続き、買物に出掛けること自体を控える傾向で、買物以前の問題となっている。
×	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・今年は暑さが長く続いており、客足も伸び悩んでいるため、なかなか売上につながらない状況である。
×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・米国の関税の影響が強く、客の消費は抑えられている様子が見える。業界全体として、前年同月比で悪い状況である。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークには外出などで支出が増えたこともあり、5月以降、景気の悪化を感じる状況が続いている。例年であれば、8月はボーナスの支給時期であり、景気が回復する傾向にあるが、今年はその動きも見られず、景気の低迷が続いている。

	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・異常な暑さで体力を消耗し、疲れがたまっている客が多く見受けられ、外出すること自体が体力的に負担となっていることから、来店頻度も低下している。また、節約志向が強まっている。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新車の立ち上がりの時期となり、忙しい状況である。
	○	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・国内需要は若干落ち着いているものの、北米需要が引き続き全体をけん引している。
	○	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（主任）	取引先の様子	・取引先企業への訪問時に、受注の増加や設備更新の計画など、前向きな話題が増えている。また、資金需要も底堅く推移しており、取引先の様子から、景気は3か月前と比べてやや良くなっているとみられる。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・単価、販売数量共にそれほど変わらない。
	□	繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・夏の酷暑、台風の直撃、全国での地震、豪雨などで消費活動が鈍化している。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・モノや値動きについては若干落ち着いているものの、様子見の取引先が多く、景気を押し上げるほどの動きは感じられない。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・受注量や発注量などに特段の変化はない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	それ以外	・民間の設備投資や建築需要は依然として低迷している。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・液晶関連や車載関連は客の生産調整の影響に伴い減少しているものの、プリント基板関連はA I 関連の半導体向けなどの装置需要増加が続いており、好調に推移している。
	□	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は相変わらず減少したままである。
	□	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・資機材の価格や納期については不安定な面があるが、価格転嫁の対応や客先の理解が進んでいる。
	□	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・米国の政権の影響により、世界的に地球温暖化対策に対する政策の姿勢が弱まっていると考えられるものの、関連する設備投資は引き続き行われている。関係するエンジニアリング会社や機器メーカーでは多くの案件を抱えており、工事業業者についても当面の受注案件が確保されていることから、納期が長期化しているケースもみられる。
	□	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（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積極的な動きは見られない。
	□	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中東情勢の影響により、資材調達価格の高騰が継続しているものの、3か月前と比べて大きな変化はない。
	□	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数は約5%増加しているが、成約率は約3%低下している。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・人件費負担が増加しているものの、M&A手数料収入など、非定型業務による収入が増加しており、コスト増を補っている。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品価格が高騰するなか、定番から外れる商品も出ており、対応に苦慮している。さらに、物量も減少しており、一段と厳しい状況が続いている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・お盆過ぎから受注量が極端に減少傾向となっている。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・5～7月は短納期対応のため工場負荷が高く、超過勤務や他部署からの応援を行っていたが、受注のピークを越え、現在は定時操業に戻っている。
	▲	建設業	受注価格や販売価格の動き	・様々な品目で物価上昇が続いている。

	▲	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・中東情勢の影響による不確実性は薄れつつあるものの、原材料価格や人件費の増加により、企業のコスト負担は高まっている。
	×	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・ICT関連機器の資材価格高騰などを背景に、サーバーや通信機器などの受注量が減少している。これに伴い、データセンターの利用や利用時期の見直しにも影響が出始めている。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・面接数や内定数など、いずれの指標も伸長している。未取引先からの新規求人依頼も増加傾向にあるが、十分に対応しきれない状況となっている。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・当社の人材紹介事業において、求職者からの問合せ数が3か月前と比較して124%増となっている。8月のお盆期間についても、7月と比較して108%増となった。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	採用者数の動き	・ここ数年、最低賃金引上げに合わせる形で、人材派遣料金の値上げを続けてきた。あくまでも派遣労働者に対する適正処遇を実現することが目的であったが、一部の中小企業では、派遣料金高騰に対応しきれず、派遣利用に負担感が生じている。こうしたことから、人材派遣の利用を最小限にとどめる動きも見られる。そのため、派遣料金の単価は上昇しているものの、派遣労働者の数自体は計画どおりに増えていない。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	求人数の動き	・現時点では、良くも悪くもない状況である。今後、繁華街への人の出入の減少や、最低賃金の改定が各企業のマイナス要因になると考えられる。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	採用者数の動き	・新卒の採用活動は中長期的な事業計画に基づいて実施されるため、3か月という短期間の景気変動が、採用枠や実際の採用者数に影響することはほとんどない。現在も当初の計画どおりに採用活動を継続しており、直近の採用者数の動きに変化はない。
	□	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減少傾向が続いているものの、直近3か月前と比較した人手不足感に大きな変化はなく、医療福祉、建設業、運輸業等では慢性的な人手不足の状況が続いている。一方、中東情勢の影響については、一部で原材料価格の上昇や資材調達難の懸念する声があるものの、現時点で雇用への直接的な影響は確認されていない。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・求人数は順調に増加しているものの、求職者が希望する職種と一致しない求人も多く、景気が良くなっているとは判断できない。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	求職者数の動き	・当社求人への応募や新規登録者数など、求職者の動きが鈍化している。7月と8月は例年と同様の動きであるが、新規登録者が前年比80%程度まで落ち込んでいる。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・ここ数か月、物価高、猛暑による外出控え、海外情勢の不安定化、想定外の災害等、消費を刺激するニュースはない。地方経済に良い影響がない状況が続いている。
	×	—	—	—