

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)	◎	衣料品専門店（経営者）	・反物を始めとして、平襟や足袋など細かな商品に至るまで仕入価格の上昇が続いているが、先行きについては景気回復を期待したい。
	◎	都市型ホテル（宿泊担当）	・年末に向けて旅行や外食の機会が増え、人の動きや消費が活発になると見込まれるため、景気は今月より良くなると考えられる。特に観光やレジャー関連の需要拡大に期待している。
	○	商店街（代表者）	・祭事の期間を迎えるため、観光客の増加が見込まれる。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・年末にかけて季節商材が増えるとみられる。
	○	百貨店（売場担当）	・商店街への買物客の流入は当面続くと考えられ、既存店が、これらをどう取り込んでいくかが課題である。
	○	百貨店（売場担当）	・周辺や当館への来客数は確実に増加すると見込まれるが、それが当館全体へ効率よく好影響を与えるかという点、厳しい面もある。しかし、対象商品の拡充により、売上拡大の可能性はある。
	○	乗用車販売店（統括）	・新型車効果による増販が見込まれる。
	○	乗用車販売店（店長）	・下半期へ向けて販売促進活動が活発化してくるため、連動して市場も動くと思われる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今後、例年であれば市場状況が低迷していく時期ではあるが、現在の好調な状況がしばらく継続することも期待される。この状況を維持していくことができれば、下期のスタートダッシュにつながるものと考えられる。好条件を有効に活用し、販売計画を立てていきたい。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・円高になれば輸入品の値下げにつながる可能性があり、それによって客の購買意欲が高まり、相乗的に販売が伸びることも期待できる。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・9月の大型連休同様の盛り上がりや10月の行楽シーズンにも期待できる。観光バス等の乗り入れ予約が順調に入っており、商品をしっかりそろえて準備したい。
	○	その他専門店〔革製品〕（店主）	・年末はクリスマスやボーナスの支給などにより、買物をする機会が増えるため、景気はやや良くなる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・今年度の売上は、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度を上回る見込みである。前年度は、米やガソリンの価格高騰が家計に直接的な負担を与えたが、今年はこうした影響がないことから、消費回復が見込まれる。
	○	バー（経営者）	・サービスの基本に立ち返り、日々接客に取り組んでいる。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・秋の行楽シーズンを迎えインバウンドの動きも活発になることから12月中旬までは高稼働が続くものと予測している。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・10月の予約ペースは、前月まで前年並みで推移していたが、現時点では前年比5%以上の伸びとなっている。
	○	旅行代理店（支店長）	・為替の不安定さによる海外旅行への影響が懸念されるものの、旅行業界では10月と11月が最繁忙期となることから、旅行需要は好調に推移するとみられる。
	○	通信会社（企画担当）	・対面営業で接する顧客層に限った見方ではあるが、給与水準の上昇や販売の上向きといった景気に関する明るい情報が、悪化を示す情報より若干多い。
	○	テーマパーク（営業担当）	・秋の観光シーズンや冬のイルミネーション期間を迎えるため、景気はやや良くなる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・年末までの予約状況は好調に推移しており、インバウンドの集客も予定どおり進んでいることから、今後も堅調な集客が期待される。
	○	住宅販売会社（営業担当）	・金利が上昇傾向にあることから、来場者数はやや増加するとみている。
	□	商店街（代表者）	・現在の状況を継続することが望ましいが、一過性のものとして終わらせないための取組が必要であると感じている。
	□	商店街（代表者）	・原材料費や人件費が上昇するなか、売値を上げられず、厳しい状況は続く。
	□	一般小売店〔食品〕	・商品単価の上昇により、売上は前年を上回ると見込まれるが、顧客の節約志向により販売数量の減少は今後も続くと思われる。

☐	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・客の動きが悪く、景気は変わらない。
☐	百貨店（営業担当）	・ハイブランドの購入金額は一定又はやや増加しているが、中間層の買上金額は横ばい、若しくは5%ほど低下しており、全体的に購買状況は変わらないと考えられる。
☐	百貨店（営業担当）	・消費動向は安定せず、判断が難しい状況にあるが、価格志向は強まっていくと考えられる。
☐	百貨店（営業担当）	・景気が大きく変わる要素はない。
☐	百貨店（外商担当）	・全国的に明るい話題がなく、震災の影響に加え、食料品を中心とした値上げも続いており、購買意欲が上がる要因が見当たらない。
☐	スーパー（店長）	・景気は上向いているものの、今後、更に良い方向へ向かう材料は乏しく、現状を維持していくことが望ましいと考える。秋から更なる値上げも予定されているので、先行きは不透明な状況である。食品については現状と大きく変わらないとみているが、衣料品等は厳しい状況になると予想する。また、収入面で大幅な増加も見込めないことから、今後も節約志向が続くと予測する。
☐	スーパー（店長）	・10月から最低賃金の引上げが予定されており、景気の上昇が期待される一方、物価上昇も続くことから、景気がすぐに好転するとは考えにくい。
☐	スーパー（店長）	・商品単価は上昇しているものの、高単価商品は徐々に動きが活発になっている。しかし、現状以上に高単価商品の動きが良くなるとは考えにくい。
☐	スーパー（店長）	・節約志向が続き、セール品や特売日への購買集中も続いている。
☐	スーパー（営業システム担当）	・米単価は大幅に低下したものの、他の商品の値上げが続いており、特売日に来客が増える傾向が更に強まっている。
☐	スーパー（業務開発担当）	・10月も値上げが相次ぐことから、客はメモを見ながら必要な商品だけを購入し、余分な買物や衝動買いはほとんど見られない状況が続く。
☐	スーパー（販売担当）	・原油価格の安定が見込めない。
☐	スーパー（販売担当）	・取扱商品が生活必需品ではないため、値上げの影響で販売が鈍化している。
☐	コンビニ（エリア担当）	・値上げにより、加熱式たばこの売上が減少するとみられる。ただし、おにぎりや弁当の販売価格が下がっているため、来客数が回復すれば売上は確保できるとみられる。早期の物価安定を望む。
☐	コンビニ（店長）	・値上げは毎月のように続いており、値上げ幅は落ち着いてきた感覚があるものの、気がつけば大幅な価格上昇となっている。ただし、米価格の下落により、おむすびなど一部商品の価格は下がっている。セット販売など、お買い得になる商品の売行きが好調なことから、客は少しでもお得に購入できる商品を求める傾向が続くとみられる。
☐	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価上昇が続くなか、価格競争では不利な状況にあり、今後は人件費の上昇も見込まれることから、経営環境は一層厳しくなる。そのため、利益率の高いファーストフードの販売構成比を高めていく戦略が必要である。
☐	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなるような要素はない。
☐	衣料品専門店（経営者）	・業界によって好調なところと苦戦しているところがあり、それぞれが相殺されている状況が続くとみられる。洋服については、ビジネスシーンにおける高級感のあるカジュアル化への対応や、正統派のスーツを着用する機会を捉えた販売戦略の構築が重要になる。
☐	衣料品専門店（代表）	・衣料品は減税の予定がないため、経済の活性化が望めない。
☐	家電量販店（店長）	・新商品がなく、キャッシュバックキャンペーンはある一方、エアコンは先取り需要の時期でもあることから、今後も現状と大きく変わらない状況が続く。
☐	家電量販店（企画担当）	・物価高騰が続いており、家電にまで金が回らないため、景気は変わらない。
☐	乗用車販売店（経営者）	・部品などの仕入価格が上がっているが、客の予算にも限りがあり、売価を余り上げることができない。

□	乗用車販売店（営業担当）	・決算時期を迎え、新規来場者が増えている。一方、10月からの酒類の値上げが話題となっており、今後も節約志向が強まることが予想される。
□	乗用車販売店（営業担当）	・商品ラインアップの減少に加え、商品単価も上昇する見込みである。
□	乗用車販売店（業務担当）	・景気の影響もあり、客の動きは鈍い。
□	自動車備品販売店（経営者）	・冬季商材の販売は伸びるとみているが、年々、日本製品に比べて安価なアジア製品の需要が高まっており、日本製品メーカーとの取引量は大幅に減少している。
□	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・インバウンドも期待できず、客が増加する要素は見当たらない。
□	高級レストラン（事業戦略担当）	・秋の行楽シーズンを迎えているが、予約数は大きな変動もなく、おおむね堅調に推移している。
□	一般レストラン（経営者）	・年末にかけて本来は景気が良くなる時期であるが、金利の上昇や円安が続いていることから、景気が良くなるとは考えられない。
□	一般レストラン（経営者）	・気候的にもイベント開催などが増え、人の動きは見込まれるものの、天候に左右されるため、大きな伸びは期待しにくい。
□	その他飲食〔パーキングエリア内レストラン〕	・1000円前後の土産品の購入や食事を考える客が多いとみられる。
□	都市型ホテル（企画担当）	・3か月先も同じような傾向が続くと予想される。
□	旅行代理店（支店長）	・引き続き物価高や円安の影響を受け、遠距離の海外旅行需要は回復が遅れる見込みである。国内旅行についても、申込数は前年比90%前後にとどまっている。
□	タクシー会社（営業所長）	・今後の景気に大きな変化はないと見込んでいる。駅構内や待機所の利用状況はおおむね前年並みで推移しており、回転率や売上についても大幅な増減はみられない。また、地域経済に大きな影響を与える新規開発や大型イベントの予定もなく、需要が急激に増加する要因は限定的であると考えている。一方で、物価や人件費の上昇は続いているものの、利用動向は安定していることから、当面の景況感横ばいで推移すると判断している。
□	通信会社（企画・総務担当）	・利益確保に向けて価格改定が予定されているが、値上げ後の客の反応は予測しにくい。
□	通信会社（総務担当）	・これまでの状況が改善する見込みはなく、今後も好転は期待できない。
□	通信会社（運用担当）	・中東情勢による経済への影響は続く。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	・物価高による家計への影響も想定されるが、ここ数か月は大きな変動がみられない。
□	テーマパーク（業務担当）	・今後の天候次第で状況は大きく変わり、週末の天候が良ければ来客が見込まれる一方、悪天候の場合はキャンセルにつながる可能性がある。
□	設計事務所	・今の投資ができる状況がいつまで続くか分からないなかで、優先順位をつけて進めているようにみえる。
□	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰が一段落したものの、高止まりの状況が続いている。施主の予算に合わないケースが増加しているため、しばらく状況は変わらないとみられる。
□	設計事務所（経営者）	・客が金利上昇に慣れ、購入意欲が回復するまでには、しばらく時間が掛かるとみられる。
□	住宅販売会社（住宅設計担当）	・顧客の動きや情報収集の状況をみても、これまでと大きな変化はみられない。
▲	商店街（理事）	・値上げが相次ぐなか、長雨も重なり、客の買物意欲は低調となっている。必要な商品以外の購入を控える状況が続く限り、景気は良くならない。
▲	商店街（代表者）	・客の購入意欲が低い状態は続くともみられる。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・10月も食料品の値上げがあるため、高額商品の売行きが悪化するとみられる。
▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・茶畑が抹茶生産へシフトしていることから、煎茶系商品の更なる品薄や価格上昇が懸念される。

	▲	スーパー（財務担当）	・物価上昇が今後も続くことで、低価格志向と、1人当たりの買上点数の減少が進む一方、コストも増加し、収益力の悪化が懸念される。
	▲	家電量販店（副店長）	・今年のエアコン特需も終わり、パソコンも低調が続くとみられるため、景気は低迷していく。
	▲	乗用車販売店（リース担当）	・自動車業界に限らず、他の業種でも仕事はあるものの、部品などの価格上昇により、現在の工賃では赤字となるケースもあり、景気が良くなるとは考えにくい。
	▲	その他専門店〔宝石店〕（店員）	・物価上昇が続くことに加え、自然災害による生活への影響も懸念されることから、ぜいたく品とされるジュエリー業界は、今後も厳しい状況が続くことが予想される。
	▲	一般レストラン（経営者）	・飲食料品の消費税が引下げられるなか、外食は対象外となり10%が維持されることから、外食控えの動きが強まると考えられる。米には値下がりの動きがあるものの、円安や悪天候による肉や魚、野菜などの高騰が家計を圧迫しており、内食による節約志向は引き続き強い。特に平日や給料日前の外食需要の落ち込みが懸念される。
	▲	一般レストラン（店長）	・10月からの値上げにより外食離れが進み、しばらく厳しい状況が続くとみられる。
	▲	観光型ホテル（副支配人）	・台風の発生が相次いでおり、旅行客の移動に影響が出ている。
	▲	通信会社（営業担当）	・高齢者にとって、今後も負担増が見込まれることから、状況は更に厳しくなるとみられる。
	▲	通信会社（広報担当）	・価格の安い商品を求める傾向が続いており、しばらくこの状況は変わらない。
	▲	観光名所（観光振興担当）	・地域が農村地帯であり、高齢化や異常気象の影響が大きい。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・冬時間により販売時間が短くなるため、売上は現状より減少する。
	▲	美容室（経営者）	・物価高の影響が大きく、財布のひもは固くなっている。街中の人出も減少しているように感じられる。また、コストの上昇が速く、価格転嫁が追いついていない状況にある。
	▲	美容室（経営者）	・物価が下がらないと景気回復の実感はなく、自由に金を使うこともできない。物価上昇が続いているため、景気は良くならない。
	▲	住宅販売会社（事業推進担当）	・50年ローンでも返済負担が大きく、金利も上昇傾向にあることから、需要回復につながる要因は少ない。購入意欲があっても、先行きへの不安感がより強い状況である。
	×	住関連専門店（営業担当）	・来店客数が少ない状況が続く。
	×	美容室（経営者）	・仕入商品の価格上昇により支出が増えているため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・生産は繁忙な状況が続く。
	○	繊維工業（財務担当）	・気候が安定し、行楽シーズンにも入るため、消費行動が活発になる。
	○	化学工業（総務担当）	・不透明感のある問題が少しずつ解決していくとみられ、徐々に景気回復が浸透してくるとみられる。
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・年内一杯、生産活動は高水準のまま推移する予定である。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	金融業（主任）	・今後2～3か月は、物価高や人手不足の影響が懸念されるものの、取引先では受注や設備投資に前向きな動きが見られており、景気は緩やかに改善していくものと見込まれる。
	□	化学工業（総務担当）	・中東情勢が解決しない限り、景気回復の兆しはみえてこない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・景気が大きく好転する要素はなく、販売環境にも特に変化がみられない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・取引先により違いはあるが、現時点で大きな変化はみられない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・経営に大きな影響を与える情報は入ってきていない。現状と同じく、生産能力以上の受注が続くと見込んでいる。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。

	☐	一般機械器具製造業（管理担当）	・状況に変化はない。
	☐	電気機械器具製造業（総務担当）	・A I 関連向けの設備は引き続き受注が続いており、消耗部品の販売も増加していることから、しばらくは今の状況が続く見通しである。
	☐	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先の内示情報によると、状況に変化はない。
	☐	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・新規車種の立ち上がりもなく、当面は今月の売上水準で推移すると考えられる。
	☐	建設業（経営者）	・取引量は横ばいが続き、価格が上昇しても原価も上昇していることから、利益面でも改善は見込めず、当面は現状が続くとみられる。
	☐	建設業（総務担当）	・順調に推移しているが、技術職の手待ちや空きが生じた場合に備え、対応可能な物件を確保する必要がある。
	☐	輸送業（業務推進担当）	・大きなプラス要素やマイナス要素はなく、今後も取引先の動向に目立った変化はないとみられる。
	☐	輸送業（企画担当）	・米国の政策による世界的混乱が続くなか、中東情勢にも大きな変化はなく、当面現状が続くとみられる。
	☐	輸送業（営業担当）	・顧客へのヒアリングでは、受注量に目立った変化はなく、新規の見積依頼も限定的な状況となっている。
	☐	通信業（企画担当）	・資材価格の高騰や納期遅延の問題についても改善の兆しがみられず、受注量や取引量が減少する要因が増えつつある。
	☐	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅需要が落ち着く時期でもあり、変わらないと予測する。
	☐	広告代理店（営業担当）	・当面は、物価高や国際情勢の影響から、企業、消費者共に慎重な姿勢が続くとみられる。
	☒	食料品製造業（経営者）	・今後も原料不足などの不安要素が多く、年末商品も値上げが予定されていることから、更に厳しい状況になるとみられる。また、金利上昇により、返済への不安も高まると考えられる。
	☒	食料品製造業（営業担当）	・12月以降、価格改定を予定しており、今後の販売動向は競合メーカーの動向にも左右されるとみられる。
	☒	建設業	・今後も物価高が続いていくと考えられ、先行き不透明な流れとなっている。
	☒	通信業（営業担当）	・10月、1月と節目の時期に、これまで販売価格の改定を見送っていた企業でも、値上げが一段と進むと予想される。
	☒	金融業（経済産業調査担当）	・中東情勢の先行きに不透明感が強まるなど、景気の下押し要因が増えつつある。
	☒	会計事務所（経営者）	・金利負担の増加が顕著になりつつあり、過去の低金利時代の資金調達が足かせとなっている。
	☒		
雇用 関連 (中国)	☒	—	—
	☒	—	—
	☒	—	—
	☐	人材派遣会社（事業部長）	・人材派遣の求人受注数は前年比では増加しているが、一部の企業を除き、業績好調や事業拡大による増員ではなく、人口減少を背景とした人手不足によるものが大半である。また、中小企業では、原材料費や最低賃金引上げによる人件費などのコスト上昇分について、価格転嫁が進んでいない。こうした状況から、2～3か月で現状が好転するとは考えられない。
	☐	人材派遣会社（経営企画担当）	・これまで当社では、最低賃金引上げに連動して、派遣先企業に派遣料金の改定への協力を求めてきた。一方、毎年のように派遣料金が上昇しており、コスト増加を吸収し切れず、改定への対応が難しい企業も一部でみられる。また、人材派遣業界を巡る問題の影響により、派遣料金の改定に対する取引先の反応が一層慎重になる可能性もある。
	☐	求人情報誌製作会社（総務担当）	・ここ数年、最低賃金の引上げ時期には、各企業が求人広告の掲載を抑える傾向がみられる。これは、景気が上向いていた時期には見られなかった動きである。
	☐	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・新卒採用という業務の性質上、採用活動のペースや採用予定数に大きな変更が生じることは想定していない。企業側の採用意欲も年間を通じて一定水準を維持する傾向にあるため、数か月という短期間で採用市場を取り巻く景況感が急激に好転、悪化するような要素は少ない。今後も現状と大きく変わらない状態が続くと判断している。

	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・海外情勢の不透明感が解消されない限り、景気の上向きは期待できない。
	□	職業安定所（職員）	・最低賃金引上げがあったものの、物価上昇に見合う水準には至っておらず、中間層の賃上げも進んでいない。中東情勢の不透明な状況が続くなかで、徐々に企業の体力が奪われつつある。
	□	職業安定所（事業所担当）	・求人動向は産業によって差がみられるものの、医療福祉、建設業、運輸業などを中心に人手不足が続いており、当面はこの状況が続くものと見込まれる。一方、中東情勢の影響によるコスト増加や最低賃金引上げに伴う人件費の増加が、今後の雇用動向に及ぼす影響について注視する必要がある。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・求人数が増加傾向にあることから、景気が更に悪化するとは考えにくい。人材を確保できれば事業を維持し、売上を伸ばせる状況は続くと考えられる。景気は大きく改善せず、現在の状況が続くと考えられる。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・求人検索サイトで採用活動を行うのであれば、広告を使わない求人への応募は今後も減少していくため、スポンサー広告の費用を見直す必要がある。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人数は多く、日本人学生については順調な内定獲得が予想される。一方で、外国人留学生については、在留資格の技術、人文知識、国際業務の審査要件の厳格化の影響もあり、今後も厳しい就職活動が続くと見込まれる。
	▲	人材派遣会社（求職者対応）	・例年、応募数の鈍化がみられる。
	▲	人材派遣会社（支店長）	・人材不足が続くと予想されるため、今後の景気についても、現状維持又は悪化するとみている。
	▲	職業安定所（職員）	・10月の最低賃金引上げが、雇用情勢や失業情勢に悪影響を及ぼす可能性がある。
	▲	職業安定所（事業所部門）	・原油価格の高騰や人件費の上昇により、物価上昇が更に進むことが予想される。
	×	—	—