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	・10月の宿泊について、３か月前の時点では前年比マイナス５％の予約ペースだったが、現在は前年比プラス10％以上のペースとなっている。
	○	一般小売店［洋裁附属品］（経営者）	来客数の動き	・イベントの開催に向けて準備を進めており、客足が伸び始めている。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・直近３か月前と比べると、美術品やブランド品等の高額商品の動きが明らかに良くなってきている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・来客数が増加しているわけではないものの、商品価格の上昇に客が慣れてきたことで、財布のひもが緩みつつあるとみられる。給与は上がらないが、節約を続けることにも限界があり、これまで購入を控えていた商品を買う動きが増えているようにみられる。
	○	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・ようやく気温が下がってきたため、秋冬商材を求める客が増えてきている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・現在、故障などをきっかけとした乗換えの案件があるため、販売量が一時的に増えている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算期を終えると、例年は市場の動きが落ち着き、低迷する傾向にある。しかし、10月を迎えた現在も、微増ではあるものの、来客数と販売量が増加傾向にある。今後もこの状況が継続してほしい。
	○	その他専門店［土産物］（経営者）	来客数の動き	・観光バスの来場が増えてきたことや、イベント開催時の集客状況を見ても、徐々に良くなってきている。
	○	その他専門店［和菓子］（経営者）	来客数の動き	・修学旅行での来場者が増えた。
	○	その他専門店［革製品］（店主）	単価の動き	・今月は、来客数がそれほど増えてはいないが、単価が少し高かったため、結果として良かった。ただし、景気が良くなったことで単価が上がったというよりも、たまたま高価な商品を必要とする客が重なったという印象を受ける。
	○	その他小売［ショッピングセンター］（支配人）	来客数の動き	・売上と来客数が前年を上回っており、好調である。特に飲食関連のレストランやフードコートが大きく伸びている。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・行楽シーズンを迎え、インバウンドを中心に来客数が増えている。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・３か月前と比べると、来客数は前年比で約８％改善している。曜日によるばらつきは大きいものの、客の流れは若干良くなっている。
	○	その他飲食［パーキングエリア内レストラン］	販売量の動き	・家族連れの観光客が多くなっている。秋はイベントや紅葉シーズンを迎え、人の移動も増加してくるとみられる。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	来客数の動き	・宿泊需要は引き続き堅調に推移しており、観光客に加え、ビジネス利用も増加傾向である。特に週末やイベント開催日における稼働率が高く、来客数は３か月前と比較して増加している。また、客室単価も比較的高い水準で推移していることから、身の回りの景気はやや良くなっているとみられる。
	○	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・10月と11月は旅行会社の法人営業において、団体旅行の実施が最も多い繁忙期であり、販売量、収益共にピークである。
	○	通信会社（企画・総務担当）	販売量の動き	・価格の見直し等も実施し、社内の気運も加わり、景気は上向くとみられる。
	○	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・秋のベストシーズンを迎え、９月、10月共に順調に推移している。台風の影響で１週間分がキャンセルとなったが、前年を上回る実績となっている。
	○	ゴルフ場（営業担当）	販売量の動き	・ようやく涼しくなり、来場者が増えてきた。天候によるキャンセルはあるが、予約状況は良い。

□	商店街（代表者）	販売量の動き	・ここ数か月、ある店舗の販売量が前年比で減少傾向である。常連客の来店頻度が減少している様子である。
□	一般小売店［印章］（経営者）	販売量の動き	・暑さは和らいだが、客足は回復していない様子である。
□	一般小売店［茶］（経営者）	販売量の動き	・秋になって観光客も増えてきたが、天候によるイベントの中止など、様々な条件が重なり、売上は低迷している。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・売上と来客数に変化はない。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・本格ブランドやハイブランドを購入する客層は引き続き購買意欲が高い一方で、国内ブランドを購入する客層には依然として買い控えが見受けられ、消費の２極化が続いている。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数に加え、１人当たりの買上点数が大幅に増加したことで客単価が上昇し、売上も大幅に伸長している。平日の来客数が大きく伸長していることからも、消費に対しての動きは活発化していると考えられる。特に食品に関しては、単価の高い商品の動きも良くなっており、これまで低単価商品が中心だった商品構成も、高単価商品の割合が増えている。買上点数を指標として判断しているが、この傾向は継続していることから、良い方向に向かっていると考えられる。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数が前年比97％と前年割れとなっている。10月に入ってからも商品の値上げが続き、客の買物籠の中身は増えない状況が続いている。客からも値段が高くなったとの声が多く聞かれる。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・９月と10月の値上げの影響により、売上は増加しているが、来客数が前年の99％となっている。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は伸びているが、買上点数が減少している。
□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・販売点数は前年比２ポイント上昇しているが、売上の伸びに比べると少ない。
□	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・値上げによる１品単価の上昇や、消費者の節約志向による買い回り、セルフレジの導入、一部店舗での24時間営業開始などにより、売上は前年を上回っている。一方で、１人当たりの買上点数は前年を下回る状況が続いている。
□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・物価高騰が続くなか、衣料品の購入は必要最低限にとどまっている。
□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・雑貨業界では、１アイテム当たりの販売量が少ない。シーズン商品なども動きが悪く、買い控えがみられる。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・毎月のように実施される商品値上げが、既に恒例化している。前年と比べて来客数は減少している。自社製品に限っては値下がりもみられるが、余り客に浸透していない様子である。
□	コンビニ（副地域ブロック長）	お客様の様子	・物価上昇が加速している。値引きした商品から早く売れていく傾向にあるので、利益率の悪化が懸念される。
□	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・電気料金の補助金廃止や最低賃金引上げ等により、営業コストの負担が増加している。
□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・人口減少に伴い、消費の勢いは確実に弱まっているが、販売店の努力などにより横ばいで推移している。
□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・仕入価格の上昇や織元の廃業など厳しい状況が続いている。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・来年、蛍光灯の製造が中止になるとの報道があり、省エネ商品としての需要に加え、補助金制度も後押しとなり、例年よりもＬＥＤ照明の動きが良い。
□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数は前年を下回り、売上も低調に推移しているものの、３か月前と比べて大きな変化はない。
□	乗用車販売店（リース担当）	単価の動き	・油脂関係の価格が毎月のように上昇しており、客からは購入しづらくなったという声を聞く。
□	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・10月の販売量は前年比95％となっており、新型車効果が出ていない。

□	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・物価上昇の影響もあってか、新型車が発売されても販売台数は伸びてこない。
□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・物価高で仕入価格が上昇し、販売価格への転嫁を余儀なくされており、客の購買意欲の低下が懸念される。
□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・中東の海峡封鎖後、あらゆる商品の価格が上昇し、消費者の財布のひもは固くなっている。国産品が高額であるため、アジア製の格安商品を購入する客が増えている。このままでは国内メーカーの需要が減少することが懸念される。
□	その他専門店［宝石店］（店員）	来客数の動き	・金価格の高騰により、商品の販売価格も上昇していることから、売上は総じて好調に推移している。一方、来客数や購入客数はここ数か月、前年の８割程度で推移しており、今月も同じ状況となっている。
□	一般レストラン（経営者）	それ以外	・10月から最低賃金が引き上げられ、雇用する側としては悩ましい状況となっている。
□	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンを迎え、紅葉を目的とした日帰り宴会の利用客は増えているものの、宿泊予約については、まだ動きが鈍い状況である。
□	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・観光シーズンを迎えたものの、３か月前や前年と比較して大きな変動はなく、おおむね前年並みで推移している。
□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・物価高などの影響により国内旅行需要は伸び悩み、前年実績を下回る状況が続いている。海外旅行についても、中東情勢の影響で、欧州を始めとする長距離方面の需要が低迷している。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・昼間は通院や買物などによる利用が安定してあるものの、夜の飲食店利用客の動きが余り良くない。特に深夜時間帯の利用客が少なくなっている。
□	タクシー会社（営業所長）	お客様の様子	・売上は前年比109%で推移しているものの、前年に実施した約13%の運賃改定を考慮すると、実質的な利用状況は前年を下回っており、景気回復の実感は乏しい。大きなイベントや人の動きを活発化させる要因も少なく、タクシー需要に力強さはみられない。今後についても大幅な需要増加は期待しにくい状況である。
□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・ＡＩ関連の話題は絶えないものの、パソコンの利用動向に大きな変化はなく、高価格帯商品の需要が高まっている様子もない。スマートフォンについても同様で、ハイエンドモデルよりも普及価格帯の商品に対する需要が堅調である。
□	通信会社（総務担当）	それ以外	・サービス提供用設備の構築においては、依然として資機材の価格高騰や納期未定の状況が続いており、サービス提供にも支障が出ている。また、食料品等の値上がりも続いており、衣食住全てにおいて負担感しかない。
□	通信会社（運用担当）	お客様の様子	・中東情勢の影響により、経済の不安定な状況が続いている。
□	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、延滞解消率共に大きな変化はみられない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・サブスクリプションサービスの解約が増加傾向にあるなど、家計の引締めが続いている。
□	設計事務所	お客様の様子	・工事費は上昇しているが、設計完了後に工事を見送る判断となった案件はわずかである。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新築やリノベーションの引き合いはあるものの、建築費の高騰により予算に収まらず、成約に至っていない。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価が上昇しているが、所得は増えていない。
▲	商店街（理事）	お客様の様子	・猛暑や豪雨などの異常気象に加え、相次ぐ値上げにより、生活防衛意識が一層強まり、必要性の低い商品は購入を控える傾向が広がっている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・観光客はいるものの、地元客は減少している。

	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・購入を迷う客が多く、購買に至るまでに時間を要するなど、慎重な姿勢が顕著となっており、非常に厳しい状況が続いている。
	▲	一般小売店［眼鏡］（経営者）	単価の動き	・低価格商品が売れるようになり、特に高齢者を中心に、高価格帯商品の販売が伸び悩んでいる。
	▲	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・相次ぐ商品の値上げや先行きの不透明感から客の節約志向が強まっている様子である。これまで比較的高価格帯の婦人服を購入していた客の来店が減少したとの声もある。
	▲	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・前年のブティックオープン時に好調な売上を記録した反動もあり、今年は苦戦している。来月もその影響が予想される。
	▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・洗濯機やエアコン、クリーナーの販売数が80%程度と低迷している。来客数も90%程度と伸びていない。
	▲	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・来場者数の減少と、見込み客の発生頻度の低下がみられる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型車効果が薄れてきている。
	▲	その他専門店［時計］（経営者）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンということもあり、レジャー関連に消費が向かい、高額品が売れない。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・３か月前までは、全曜日、全時間帯において来客数が前年を上回って推移していたが、今月に入り、平日のランチタイムは前年の80%台前半まで落ち込んでいる。また、ファミリー客が中心となる週末のディナータイムも90%台にとどまっており、全体の来客数も前年の96%となっている。一方、夏場商戦前に実施した値上げが定着したことで、客単価が前年の108%、売上は104%を維持している状況である。サラリーマン層やファミリー層の外食に対する考え方や行動が大きく変化していると考えられる。
	▲	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・宿泊は前年を上回っているものの、ここ３か月では伸びが鈍化している。また、宴会についても前年と比べて伸びが鈍く、最近の動きも弱まっている。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・前月に引き続き、客は性能よりも価格を重視して商品を選ぶ傾向にある。ただし、最近のサイバーセキュリティ関連の問題を受け、セキュリティ対策には費用を掛ける傾向がある。しかし、その分、他の支出を削減する動きになるため、消費は鈍化している。
	▲	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・３か月前の売上と比較すると、発売時間が冬時間で短くなったため、１日平均の売上は下がっている。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・低価格の店舗が大盛況となる一方、その他の店舗は厳しい状況となっている。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・将来の生活に対する不安から住宅購入意欲が低下しており、今後の収入と支出のバランスを見直す動きが見られる。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・周辺の業者との話でも、戸建て住宅、マンション共に来場者数が減少しているとのことである。
	▲	住宅販売会社（事業推進担当）	お客様の様子	・住宅ローン金利の上昇が確定し、週によっては来場者が全くない物件もあるなど、住宅販売を取り巻く環境は厳しさを増している。また、購入希望があっても、最終的に借入れへの不安から購入を断念するケースが多い。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・町から人が減り、来客数も減少しており、回復の見通しが立たない。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・サラリーマンや年金生活者の来店間隔に変化はないが、自営業者は仕事量が増えているものの、利益率が悪いとのことで、景気は厳しい状況にある。
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	・順調で多忙な状況となっている。
	○	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・気候が安定し、衣料の需要が増えてきた。

○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は海外向け、国内向け共に好調であり、従来の人員に加えて応援要員を必要としている。この先１か月は活況が続くと見込んでいる。
○	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・液晶パネル製造装置の販売量は減少しているものの、プリント基板製造装置については、ＡＩ関連向けパッケージ基板の需要が続いており、全体としては好調な状況である。
○	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増えている。
○	金融業（主任）	取引先の様子	・取引先の受注状況や営業活動をみると、以前と比べて動きが改善傾向であり、身近な景気はやや良くなっているとみられる。
○	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・県内製造業の生産活動は持ち直し基調が続いている。
□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・引き続き、様々な商品の値上げが続いており、取引先でも様子見の姿勢を取るところが多い。
□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に低調な動きが続いている。国内景気は緩やかな回復基調にあるものの、原材料やエネルギー価格の上昇、海外経済や通商政策の不透明感などから、一部業種では先行きに対する慎重な動きも見られ、需要の本格的な回復には至っていない。今後も市場動向を注視していく必要がある。
□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・荷動きに大きな変化はなく、依然として低調のままである。
□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・定時生産工数分の受注量は確保できている。自動車業界からの受注に波はあるものの、舶用部品や半導体製造装置部品の受注は底堅く、生産を支えている。
□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・米国向けの輸出は引き続き旺盛であるものの、欧州向けは減少傾向にあり、全体としては横ばいで推移している。
□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・安定した受注と受注見込みを確保できている。一方で、価格転嫁は受け入れられやすい環境にあるものの、資機材の価格上昇は依然として予断を許さず、利益率の低下が懸念される。
□	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・発注先企業との打合せでは、受注高は一定程度確保できており、当面は問題ないものの、物価高騰により利益が圧迫されているとのことである。さらに、人材不足もあり、これ以上の受注拡大は難しい状況とみられる。
□	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	・顧客へのヒアリングでは、積極的な企業活動や新規引き合いがある様子はみられない。
□	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数に変化はない。
□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、売上共に堅調に推移しているが、人件費や金利負担の増加により、高コスト体質が徐々に顕在化している状況である。
▲	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・単価が高くなり、物の動きが悪い。
▲	食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・原材料価格の高騰で、各社が値上げを実施しているが、大手企業と中小企業では価格転嫁力に大きな差があり、値上げ幅にも大きな開きがある。値上げ後は物量も減少しており、需要期に入るなか、ヒト・モノ・カネの全ての面で厳しさが増している。
▲	食料品製造業（営業担当）	取引先の様子	・小売店の販売状況が芳しくない。
▲	一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・米価下落により農業機械の販売量が減少している。
▲	建設業	受注価格や販売価格の動き	・原材料等の高騰が続いている。
▲	通信業（営業担当）	取引先の様子	・中東情勢の悪化による資材価格の高騰を背景に、仕入原価の上昇が続いている。

	▲	通信業（企画担当）	それ以外	・物価上昇や中東情勢の悪化に加え、不正アクセスによる情報漏えいなどのセキュリティ事案も重なり、経済環境の悪化に対する懸念が続いている。
	×	－	－	－
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	・稼働者数は前年水準を維持できるかどうかの厳しい状況が続いている。派遣料金は上昇傾向にあるものの、顧客側のコスト負担は限界に近づきつつあり、今後の単価維持や需要の先行きは不透明な状況である。
	□	人材派遣会社（事業部長）	それ以外	・業績は前年に比べ微増で推移しているものの、主な要因は既存取引先へのサービス価格改定によるものであり、成約件数が増加しているわけではない。そのため、実質的に業績が向上しているとはいえない。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	求職者数の動き	・求人広告案件や職業紹介事業への応募状況は、数か月前と比べて大きな変化はない。季節要因も考えられるが、最近は年間を通して同様の傾向である。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	求人数の動き	・新卒採用は中長期的な経営計画に基づいて行われるため、過去３か月間の短期的な景気変動によって、採用計画や採用者数が左右されることはない。現在も当初の予定どおり選考や内定者フォローなどを進めており、採用活動に特段の変化は見受けられない。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・有効求人数は前年比で減少傾向が続いているものの、医療福祉や建設業、運輸業等では慢性的な人手不足が続いており、人材確保に苦慮している。一方、中東情勢の影響が懸念されるものの、雇用面への影響は限定的となっている。
	□	職業安定所（事業所部門）	求人数の動き	・全体の求人数は横ばいから微減で推移しているものの、企業の採用意欲は引き続き維持されている。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・求人媒体の採用企業向け有料サービスを利用して以降、安定的に求職者からの問合せが寄せられている。
	□	学校［短期大学］（進路指導担当）	求人数の動き	・新卒の夏採用が終了したこともあり、求人数の増加が停滞傾向にある。
	▲	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・前年比で求人数が減少している。
	▲	新聞社［求人広告］（担当者）	周辺企業の様子	・円安や物価高騰、海外情勢の不安定化など、先行き不透明な状況が続くなか、金利上昇も重なり、地域の消費活動は一段と冷え込んでいる。一方、一部の富裕層による消費や企業の設備投資は引き続き活発であるものの、企業は思い切った賃上げに踏み切れない状況にある。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・例年10月は、多くの企業で下期がスタートする期の変わり目に当たるため、他の月と比べて入社数が増加する傾向にあるが、今年は減少した。また、９月や11月への入社時期の前倒し、後倒しによる変動ではなく、純粋な減少であり、前年同月と比較しても減少している。
	×	－	－	－