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）	◎	自動車備品販売店（経営者）	・前年同月比では減少が予想されるものの、年末に向けて冬季商材の動きが活発になり、３か月後は現在より良くなると考えられる。
	◎	テーマパーク（営業担当）	・繁忙期に向けて、イルミネーション期間が始まる。
	○	一般小売店［茶］（経営者）	・抹茶ブームに関連した企画に関する商談が、これまで以上に増加している。すぐに成果へ結びつくものではないが、今後の展開次第では先行きは明るい。
	○	スーパー（業務開発担当）	・商品の値段は上がったが、客は受け入れている面もあり、最低賃金引上げの効果が出てくる時期でもあるので期待している。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・同業他社も好調な様子であり、今後も高水準を維持できると予想する。年末に向けて市場の動きも活発化するため、現状を維持したまま年度末を迎えたい。
	○	その他専門店［土産物］（経営者）	・消費税減税に向け、テイクアウトコーナーの需要拡大が見込めることから、メニュー開発を進め、商品力を強化しているため、良い方向に進むと考えられる。
	○	その他専門店［時計］（経営者）	・クリスマスシーズンを迎え、高額品の動きに期待している。
	○	その他専門店［革製品］（店主）	・これからクリスマスやボーナスの支給に加え、年越しや正月商戦と続き、最も繁忙期となる12月を迎えることから、景気は良くなる。ただし、以前と比べてクリスマスを始めとして各種イベントの盛り上がりは落ち着いているため、景気判断はやや良くなるとしている。
	○	バー（経営者）	・接客、無料サービスの見直しなどで、来客数が増えてきている。
	○	旅行代理店（支店長）	・世界情勢の不透明さや物価高が続いており、旅行需要の回復が見込めない。しかし、年末年始を控え、近場の海外旅行を始めとして、各種商品を取りそろえ、積極的に販売額の拡大を図る戦略を取っていることから、今後の成果に期待している。
	○	タクシー運転手	・繁忙期を迎えることに加え、キャンペーンの実施による観光客の増加が期待できる。
	○	通信会社（企画・総務担当）	・他社と同様、情報漏えい事例による影響は大きいものの、その後の適切な対応によって信頼を取り戻しつつあり、景気の上向き傾向は今後も続くとみられる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・年末までの予約は順調に増えると期待している。
	□	商店街（代表者）	・年末にかけて消費行動の活発化が予想されるが、従来の水準まで回復するのは、なかなか難しいと考えられる。
	□	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因も悪くなる要因もなく、現状のまま推移する。
	□	一般小売店［食品］	・最低賃金が引き上げられたが、食品価格も上昇しており、景気が良くなる見通しは立たない。
	□	一般小売店［印章］（経営者）	・相変わらず材料価格の高騰が続いており、年末に向けても不安が残る。
	□	一般小売店［洋裁附属品］（経営者）	・季節商材の販売が本格化する時期を迎えるが、今後の動向を注視する必要がある。
	□	百貨店（営業担当）	・ハイブランドを購入する客層は購買を継続するが、国内ブランドでも購入を控える客は今後も買い控えが続き、消費の２極化に変化はないとみられる。
	□	百貨店（営業担当）	・国際情勢が不安定であるため、先行きの見通しが立たない。
	□	百貨店（売場担当）	・年末に向けても状況に変化はないと考えられる。クリスマス商戦やお歳暮商戦についても好材料は見当たらず、現在の厳しい状況が続くと予想される。
	□	百貨店（外商担当）	・食品の消費税減税などの話題もあるが、現状より景気が大きく改善される要素は見当たらない。

□	スーパー（店長）	・現状の傾向が続くとみられる。年末年始にかけては需要が高まる時期となるため、現在の流れを維持できれば、一定の成果が期待できる。しかし、収入面に大きな変化はないため、今以上の改善は難しく、直近と同様の水準を維持するものと考えられる。また、商品の値上げは毎月のように続いており、価格改定が落ち着くことを期待している。
□	スーパー（店長）	・政府が進める所得税の負担軽減や食品の消費税引下げなどが実施されれば、一定の景気回復が期待できるが、現状のままでは難しい。
□	スーパー（店長）	・食品の消費税引下げが実施されるまでは、値上げが段階的に続くと見込まれる。来客数は前年を下回る一方、値上げの影響により売上は前年の102～103%で推移しており、今後も同様の状況が続くとみられる。
□	スーパー（店長）	・店舗の業績に大きな変化はなく、１品単価が緩やかに上昇している。米相場の下落が、こうした業績に大きく影響しているとみられる。
□	スーパー（店長）	・客の節約志向に変化はなく、割引日に来客が集中する状況は続く。
□	スーパー（営業システム担当）	・12月を迎えることで、値上げは一旦落ち着くとみられる。包材費についても一部商品が値下げされたものの、依然として高止まりしており、コスト削減にも限界があることから、収益の増加は厳しい状況である。また、鍋物に使う葉物野菜も高騰しているが、人参やじゃがいも、玉ねぎなどの日常的に使用する農作物は安値で推移しているため、シチューなどの販売促進に生かしていきたい。
□	スーパー（販売担当）	・物価高騰が続いており、今後も厳しい状況は続く。
□	スーパー（販売担当）	・商品の値上げは落ち着きつつあるものの、客の購買行動に大きな変化はないとみられる。
□	スーパー（販売担当）	・社会情勢の影響もあるが、インバウンド需要を除けば、国内向けの販売に大きな変化はないとみられる。
□	コンビニ（エリア担当）	・商品価格の上昇に客が慣れ、値上がりしたたばこの売行きは変わらない。低価格の弁当を販売すれば売上につながるなど、所得は伸び悩むなかでも消費は続いている。この傾向が今後も続くことを期待したい。
□	コンビニ（店長）	・物価の上昇は続くが、収入は大きく変わらないため、支出を抑える動きが続くとみられる。余分な商品や高い商品は敬遠される傾向にあると考えられる。
□	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価や人件費の上昇、光熱費の高騰が今後も見込まれることから、売上を拡大していかなければ、収益は下降又は横ばいで推移すると予想される。
□	衣料品専門店（経営者）	・買回品の値上がりが続き、今後も厳しい状況に変化はないとみられる。
□	衣料品専門店（経営者）	・販売店の努力次第で、実績に差が生じるとみられる。
□	衣料品専門店（代表）	・食品の値上がりに関する話題が多い。食品の消費税減税による経済の活性化に期待したい。
□	家電量販店（店長）	・エアコン需要のピークは過ぎたものの、特に目玉商品もなく、今後も現状と大きく変わらない状況が続くとみられる。
□	家電量販店（企画担当）	・今後は気温の低下に伴い、季節商材の需要増加が期待されるものの、新製品など目新しい動きは見られず、景況感に大きな変化はないとみられる。
□	乗用車販売店（経営者）	・案件は一時的であるため、先行きは不透明であるが、車検などがあるため、プラスマイナスで変わらないと判断する。
□	乗用車販売店（統括）	・良い材料はなく、現状が続く。
□	乗用車販売店（店長）	・年末にかけても、現状と同様の厳しい状況が続くと予想される。
□	乗用車販売店（営業担当）	・新規の来客数は２～３か月前から変わっておらず、販売台数や点検車検の入庫数も横ばいである。今後も大きな変化はないとみられる。
□	乗用車販売店（営業担当）	・来店数や商談状況に大きな変化はなく、購入検討の客の動向も現状と変わらないことが見込まれる。
□	乗用車販売店（業務担当）	・当面は客も経済情勢を見極めながら購買を判断するとみられ、販売台数も余り変化は見込めない。
□	その他専門店［和菓子］（経営者）	・今以上には良くならないとみられる。

□	その他専門店［宝石店］（店員）	・例年であれば、ボーナス支給を控え、購入を検討する下見客が増える時期であるが、今年は半減している印象を受ける。物価高と金利上昇のダブルパンチにより、ぜいたく品に対する購買意欲は更に鈍化し、今後も慎重な購買姿勢が続くとみられる。
□	その他小売［ショッピングセンター］（支配人）	・物価上昇や原材料価格の高止まりなど、先行き不透明な要因はあるものの、雇用環境や個人消費は大きく変化する見込みがなく、今後２～３か月の身の回りの景気は現在と大きく変わらず、おおむね横ばいで推移すると考えられる。
□	高級レストラン（事業戦略担当）	・景気が変化するような大きな話題はなく、変わらない。
□	一般レストラン（経営者）	・ボーナスが支給されれば、多少の改善は期待できるものの、景気全体が良くなるまでには至らないとみられる。
□	一般レストラン（店長）	・忘年会の予約も前年並みに入っており、今後も増加が期待できることから、引き続きある程度の好調を維持できるとみている。
□	その他飲食［パーキングエリア内レストラン］	・冬季は当地で降雪が多くなるため、客足が鈍くなる傾向にある。
□	観光型ホテル（副支配人）	・景気が良くなる材料が特に見当たらない。
□	都市型ホテル（宿泊担当）	・現状、予約保有数においては前年をやや下回る水準で推移している。需要を促すイベントもないことから、大きな変動はないものと予測している。
□	都市型ホテル（企画担当）	・当初、今後３か月間は前年を上回ると見込んでいたものの、現時点では前年並みの収入にとどまると予測している。
□	タクシー会社（営業所長）	・年末に向けて忘年会などによる夜間需要の増加は見込まれるものの、当地ではタクシー利用を大きく押し上げるようなイベントなどの好材料が少なく、全体的な需要回復は期待しにくい。物価上昇による消費者の節約志向も続いており、年末の一時的な需要増加はあっても、今後２～３か月の景気はおおむね横ばいで推移すると考えられる。
□	通信会社（運用担当）	・中東情勢の影響により、経済の不安定な状況が続く。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	・物価上昇は続いているものの、ここ１年の客動向に大きな変化はない。
□	通信会社（営業担当）	・何ら回復措置が講じられていないため、状況は下げ止まりの状態から抜け出せていない。
□	テーマパーク（業務担当）	・11月と12月の予約が伸びてきていない。
□	競艇場（企画営業担当）	・２～３か月後も現状と同じ冬時間で、発売時間が短いため売上は伸びない。
□	美容室（経営者）	・物価高や給与が上がらないことから節約志向が高まっており、２～３か月で景気が良くなることはない。
□	設計事務所	・新規案件の相談が減ることもなく、淡々と計画が進められている印象を受ける。
□	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰や人手不足が続くことが予想されるため、現状は変わる見込みがない。
□	住宅販売会社（住宅設計担当）	・来年度の補助金制度の発表を待つ時期に当たり、客の動きは停滞しているとみられる。今後も景気に大きな変化はないと予想している。
□	住宅販売会社（事業推進担当）	・景気回復につながる要因は見当たらず、今後は安価な物件が完売し、坪単価250万円以上の物件が中心になるため、景気の回復は見込めない。
▲	商店街（代表者）	・年末年始を迎えても、現状が大きく変わるとは考えにくい。
▲	商店街（理事）	・異常な天候や値上げラッシュなど、景気が良くなる材料がなく、今後も生活防衛意識の高まりにより、自ら景気を悪くさせるような状況が続くとみられる。
▲	商店街（代表者）	・客の購買意欲は非常に弱く、購入を迷った末に見送るケースも多く、今後もこうした慎重な購買姿勢が続くとみられる。
▲	スーパー（財務担当）	・今後も物価上昇が続き、消費者の節約志向による買い回りにより、１人当たりの買上点数の前年割れが続く。
▲	コンビニ（支店長）	・実質賃金が上がり、消費者の購買意欲が高まらなければ、大きな変化はない。

	▲	家電量販店（副店長）	・来客数の改善が見込めないことに加え、商品ごとの販売数にもばらつきがあり、全体としては低下傾向にある。
	▲	乗用車販売店（リース担当）	・物価上昇が続くことで、景気が更に悪化することへの懸念や、物価高への対策を求める客の声が聞かれる。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・金利の上昇により、設備投資や運転資金への影響が懸念される。
	▲	一般レストラン（経営者）	・４月からの消費税率引下げを前に、事前に物価が引き上げられるのではないかとの懸念もある。
	▲	一般レストラン（経営者）	・畜産物や水産物、農作物を始めとする生鮮食品の価格高騰や供給不足が続くなか、暮らしや家計を守る生活者としての意識が強まっている。生活防衛を重視するライフスタイルが定着し、外食控えに加え、店選びやメニュー選びも厳しさを増している。地方の中小規模の既存店は、水道光熱費の高騰や人件費の上昇、人手不足への対応など経営コストの増加が続いている。消費税減税への対応も含め、厳しい経営環境のなかでの営業が続く。
	▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・来客数は堅調に推移しているが、季節要因による観光需要の落ち着きも予想されるため、宿泊客数や地域全体の人の動きはやや弱含みになると考えられる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・11月と12月の宿泊予約ペースが前年比マイナス５％で動いている。おせちの販売状況も３％程度、前年より遅くなっている。
	▲	旅行代理店（支店長）	・12～１月にかけての旅行会社の法人営業は、団体旅行の繁忙期を過ぎることから、販売量、収益共に減少する傾向にある。
	▲	通信会社（企画担当）	・身の回りの様々な商品の値上げが続いており、電気料金や燃料費も重なることから、年末年始に向けて家計への影響必至とみられる。利用者との会話でも、物価上昇による家計への負担を懸念する声が多く聞かれる。
	▲	通信会社（広報担当）	・使える費用は変わらないのに、物価だけが上がるため、消費行動は鈍化していく。
	▲	設計事務所（経営者）	・客の検討意欲はあるものの、金利高、物価高騰の勢いが落ち着きを見せるまでの間は住宅の購入意欲が低く、来場、購入に結び付かないとみられる。
	×	一般小売店［眼鏡］（経営者）	・物価上昇が止まる見込みがない。
	×	住関連専門店（営業担当）	・現在の市場環境が改善しなければ、景気はどんどん悪くなる。
	×	美容室（経営者）	・明らかに物価高騰の影響は出ている。金利上昇や最低賃金引上げのスピードに中小企業がついていけない。
	×	美容室（経営者）	・一般消費者の生活は苦しく、厳しい状況に置かれている。今後も景気の悪化が懸念される。
	×	住宅販売会社（営業担当）	・販売が停滞するとみられる。
企業動向関連 （中国）	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・現状と同様に繁忙な状況が続く。
	○	繊維工業（財務担当）	・年末にかけて、購買活動が活発になる。
	○	窯業・土石製品製造業（管理担当）	・年内、受注量は増加傾向の様相である。
	○	一般機械器具製造業（管理担当）	・米国向けの輸出計画が上振れしており、設備投資を含めた対応を進めている。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	金融業（主任）	・今後も取引先の業況改善や設備投資、需要の回復などが期待されることから、２～３か月先の景気は今月よりやや良くなると見込んでいる。
	○	広告代理店（営業担当）	・食品や日用品、光熱費などの物価上昇は引き続き家計の負担となるものの、年末に向けて消費が活発になり、景気はやや良くなるとみられる。
	□	化学工業（総務担当）	・短期的には、中東情勢や米国の中間選挙の動向を注視する動きもあり、様子見の状態が続き、大きな変化はないとみられる。
	□	化学工業（総務担当）	・今後３か月については、景気の緩やかな持ち直しを背景に、一定の需要回復が期待される。一方で、原材料価格の上昇や海外経済の不透明感もあり、受注量、販売量共に大幅な改善には至らず、おおむね横ばいで推移する見込みである。

	□	鉄鋼業（総務担当）	・各分野とも上向きの情報がなく、現状のまま推移する。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・当面、電子部品関係の需要は堅調に推移する見通しである。一方、冬場の燃料供給についてはやや不安が残る。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・自動車業界からの案件情報を以前より聞かなくなっていることもあり、この先は減少する可能性が高い。しかし、船用部品や半導体製造装置部品の引き合いは非常に多い。この先も総じて受注は確保でき、安定して推移すると見込んでいる。
	□	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。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・プリント基板製造装置の受注が続くなか、その他事業が横ばい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）	・今後３か月の売上予想をみても、受注量に変化はなく、売上の増加につながる要因も見当たらない。
	□	建設業（経営者）	・世界情勢が国内の経済活動を翻弄している状況で、建築費の高騰が続いているが、極端な受注減少には至っていない。
	□	建設業（総務担当）	・引き続き、安定した受注を確保しており、今後の受注見込みも堅調である。一方、価格転嫁は進め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不透明であり、利益率への影響が懸念される。
	□	輸送業（業務推進担当）	・大きな好材料や懸念材料はなく、取引先の動向についても特段の変化はない。
	□	輸送業（企画担当）	・会社の設備投資は維持しており、他社や関係会社においても同様の状況が続いていることから、当面は大きな変化はないとみられる。
	□	輸送業（営業担当）	・客からのヒアリングにおいて、積極的な企業活動や新規の引き合い等はみられない。
	□	不動産業（総務担当）	・例年どおりであれば、賃貸住宅の需要が落ち着く時期になるため、余り変わらないと予測する。
	▲	農林水産業（従業員）	・価格上昇が続くなか、商品の売行きは徐々に鈍くなっていく。
	▲	食料品製造業（経営者）	・資金力のある企業が原材料を確保し、生産を維持している一方、中小企業は原材料の調達に苦慮しており、人手不足も重なって市場競争で厳しい状況に置かれている。中小企業が生き残りを賭けた厳しい戦いを強いられている状況は、今後も変わらないとみられる。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・小売店の状況に回復の見込みがない。
	▲	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先からの内示情報では、景気は悪化すると見込まれる。
	▲	建設業	・原材料や人件費等の高騰により、企業の設備投資にも影響が出てきている。
	▲	通信業（企画担当）	・現在の社会や経済情勢に対する不安が解消されなければ、景気が改善に向かうことはない。
	▲	通信業（営業担当）	・資材価格の高騰に加え、世界的に問題となっているサイバー攻撃による不正アクセスやＷｅｂシステムのぜい弱性などの影響が広がることで、取引先の状況にも変化が生じるとみられる。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・中東情勢を背景に原油価格は上昇傾向にあり、物流費などのコスト増加が続くことが懸念される。
	▲	会計事務所（経営者）	・人件費や金利負担の増加は業績へ悪影響を及ぼす。
	×	－	－
雇用関連	◎	－	－
	○	－	－
（中国）	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・今後の単価維持や需要の先行きは不透明な状況であり、人材派遣業界を巡る問題の影響も見極める必要がある。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・イベント開催時には飲食店などが盛況となる一方、それ以外の時期は集客に苦労しているとの声が多く聞かれる。前年比、前月比共にマイナスが続いている。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・新卒採用は年間を通じて計画的に実施されるため、短期間で採用枠を拡大、縮小させることは基本的にない。企業の採用意欲も年間計画に沿って一定に推移しており、数か月先の近い将来において、採用市場が急激に好転、悪化するような要因は見当たらないと判断している。

	□	新聞社［求人広告］（担当者）	・世界情勢が落ち着き、安全な原料や燃料の確保が保証されない限り、好転することは考えにくい。米国の中間選挙の結果にもよるが、今年度中に状況が大きく変わるとは考えられない。
	□	職業安定所（職員）	・物価上昇が賃上げ幅を上回っており、生活を圧迫している。また、先行きが不透明ななか、中東情勢の影響もあってか、求人数も減少傾向にある。
	□	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、運輸業等では人手不足が続いており、当面この傾向が続くものと見込まれる。一方、中東情勢による原材料価格の上昇や最低賃金引上げに伴う人件費の増加については、今後の雇用動向への影響を注視する必要がある。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・入社数は減少傾向にあるものの、求人数は増加傾向にある。ミスマッチの解消が進めば、入社率は高まり、景気を上向かせる要因となる。
	□	学校［短期大学］（進路指導担当）	・秋採用に向けた求人依頼は、現時点では余り活発な動きが見られない。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	・物価の更なる上昇が見込まれるなか、顧客企業のコスト抑制や競争激化などにより、価格改定のハードルは高まっている。一方で、仕入れを始めとする原価の上昇は続いており、売上総利益率の悪化が懸念される。
	▲	人材派遣会社（求職者対応）	・季節要因により求職活動を一時中断したり、先送りしたりする傾向があるため、例年応募数は減少する。
	▲	人材派遣会社（支店長）	・登録者数は年初から横ばいで推移しているものの、年々減少している。
	▲	職業安定所（職員）	・ガソリン補助金の段階的縮小が発表されたことで、企業活動はますます苦しくなり、採用活動の抑制につながると考えられる。
	▲	職業安定所（事業所部門）	・物価高の影響で消費意欲がやや冷え込んでおり、その状況を懸念する事業所の声を耳にすることがある。
	▲	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・求人媒体の採用企業向け有料サービスに仕様変更があれば、求職者の確保にも少なからず影響が出るとみられる。特に、採用企業向け有料サービスのアカウント数が増えているため、他社との差別化がより難しくなると感じている。
	×	－	－