

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)	◎	商店街（理事）	販売量の動き	・長引くコロナ禍において、客にストレス解消的、憂さ晴らし的な購買行動が出ているため、景気は良くなっている。
	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・G7広島サミットの開催が後押しとなり、来客数が急増している。
	◎	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期間中に行動制限がなかったため、売上は2018年5月の売上まで回復している。ただし、原材料費などコストの上昇もあり、依然として、経営は厳しい。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・ホテルの宿泊、飲食、宴会、婚礼と全ての部署で、単価が2019年と比べ、5～10%上昇している。
	◎	テーマパーク（業務担当）	それ以外	・来客数は前年をやや下回っているが、景気は上向いている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・業種により景気回復に偏りがあり、小売業の景気はまだ回復していない。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、来客数が増加している。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、この時期になって、やっと売上が戻り始めている。しかし、原料の値上げが止まらず、そのたびに商品の値上げができないため、困っている。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・遠方からの来客数が増加してきている。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク期間中には多くの人出があり、人流が活発になっている。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・マスクの着用が個人の判断にゆだねられるようになり、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、人々が新型コロナウイルス感染症発生前の日常を取り戻しつつある。
	○	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・G7広島サミットの影響で、月の前半は自粛モードで厳しかったが、G7広島サミット閉会后、催事が成功し、景気はやや良くなっている。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数や総販売量は厳しい状況にある。ただし、単価が上昇し、1人当たりの販売量が前年を維持しているため、売上は悪くない。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中に移動制限などがなく、人の動きが活発だったため、来客数が大幅に伸び、前年を上回っている。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数は3～4か月前と比べ、ほぼ変わらない。ただし、商品価格が、半年前と比べ、2～3割上昇しているため、売上は増加している。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・人流が回復傾向にあるため、買上が増加している。自粛で伸び悩んでいた週末や休日の売上も今は増加している。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・来客数でなく、客単価が上昇していることで、売上が増加している。特に、今まで動きが鈍かった飲料や菓子の販売量が、人流が増えるにしたがい、増加している。
	○	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィークや週末を中心に人流が活発化し、来客数が増加している。
	○	家電量販店（企画担当）	単価の動き	・来客数は前年の94%となったが、商品単価が上昇しているため、前年並みの売上を維持している。G7広島サミットが開催されなければ、もう少し、来客数が多かった可能性がある。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・5月の販売量は前年比120%と、好調を維持している。
○	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・製造が高水準で推移している。今後、商品の動きも活発になっていく。	

○	その他小売 [ショッピング センター] (支 配人)	来客数の動き	・来客数や売上が前年を上回り、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年の状況に戻りつつある。
○	その他小売 [ショッピング センター] (管 理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、行動規制などもなくなり、新型コロナウイルスの新規感染者数増加の危惧もなかったことから、観光客数が増加するなど、表面的には明るい材料が出てきている。しかし、電気料金の高騰や商品の相次ぐ値上げもあり、家計が苦しくなっていることから、客が余分な買物をしない状況が続いており、景気が明らかに上向いているとはいえない。
○	都市型ホテル (営業企画担 当)	販売量の動き	・宿泊においては、平日でも国内レジャー客の需要がある。また、インバウンドや海外個人旅行も増加傾向にある。
○	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・外国人観光客数が想定よりも早く回復している。また、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、予想以上に人流が活発化している。
○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中に新型コロナウイルス感染症発生前の2019年並みの集客があり、その後も全国旅行支援の追い風により堅調に推移している。
○	旅行代理店 (経 営者)	お客様の様子	・客の申込みが多くなっているが、余り遠方までは行かない。
○	旅行代理店 (支 店長)	販売量の動き	・団体旅行は復調までいかないものの、引き続き、回復基調にある。個人の国内旅行は好調を維持、今後は海外旅行の需要回復に期待している。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・人の動きが良くなり、タクシーチケットの利用も増加している。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、人々の動きがますます活発化している。しかし、物価や最低賃金の上昇等により、支出も多くなっているため、景気は良くなりつつあるが、収支面ではまだ厳しい状況にある。
○	通信会社 (営業 担当)	お客様の様子	・外出機会の増加により、例えばテレビ視聴時間が短くなるなど巣籠り需要の減少が現れている。自社事業にはマイナス傾向となるが、全体的な景気浮揚につながる動向とみられる。
○	通信会社 (工事 担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、景気はやや良くなっている。
○	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたこともあり、客の雰囲気も明るく、ゴールデンウィーク期間中は新型コロナウイルス感染症発生前のにぎわいとなった。
○	住宅販売会社 (営業担当)	来客数の動き	・物価高騰の懸念はあるが、新型コロナウイルス感染症に関する行動規制の緩和の影響が大きく、外出や旅行をする人が目立っている。
□	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・相変わらず客の財布のひもは固く、必要以上の物の購入を控えている。
□	一般小売店 [印 章] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きつつあるが、商売には余り影響がない。
□	一般小売店 [洋 裁附属品] (経 営者)	販売量の動き	・休日は人出が多く、活気があるが、売上に繋がらないこともある。
□	一般小売店 [食 品] (経営者)	単価の動き	・原材料価格の高騰による商品価格や客単価の上昇で、売上が前年を上回っているが、来客数は前年割れとなっている。
□	百貨店 (経理担 当)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間中の物産展が好調だったことで、来客数が前年を上回っているが、撤退や縮小した売場の影響もあり、売上は前年をやや下回る見込みである。

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・帰省や観光客で、ゴールデンウィーク期間中の来客数は前年を上回ると予想していたが、ほぼ前年並みとなっている。来店があっても、客に購買意欲がなく、売上は前年割れとなっている。催事などでファミリー層の来店が多く、カジュアルウェアやアウトドアウェアが好調だったが、高級既製服や婦人向け商品などは予想以上に厳しくなっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、年配の顧客が多少増えつつあるが、近隣エリアへの買物流出も増加しているため、全体では変化はない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・電気料金の上昇などが、客の消費行動のマイナス要素となっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたこともあり、来客数は増加傾向にあるが、物価の上昇もあり、消費は増えていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は依然として前年を下回っているが、売上は商品価格の上昇で前年を上回っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ2～3か月、来客数は余り変化していないが、商品単価が上昇しているため、売上は増加している。ただし、客が特売品など低価格の商品を購入する傾向がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・P I 値が下落している。商品単価が高騰する一方で、客の給与は増加していない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・食料品を中心に値上げが続いている状況で、客が割引デーに集中し、まとめ買いをする傾向が強くなっている。割引デーと通常時との差が大きく、売上が安定しない状況である。商品価格の大幅な上昇で、客の節約志向がますます強くなり、販売点数にも影響している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・客単価に変化はないが、相変わらず、買上点数が伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・卵を筆頭に、商品の値上がり半端ではなく、来客数は前年の98%、販売点数は前年の95%と非常に厳しい状態となっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・今年は前年より母の日が1週間遅く、販売機会が増加するため期待したが、ゴールデンウィーク期間中の来客数も少なく、母の日の贈物も期待ほど反応が良くなかった。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・商品の値上げに伴い、売上自体の減少幅は縮小傾向にあるが、買上点数の減少が続いている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・特に景気の良くなる要素は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことで、来客数が回復している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・旅行や食事に行くための衣料を買いに来る客が増加する一方で、外出しない習慣がついた客もいるため、なかなか新型コロナウイルス感染症発生前の売上には戻らない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・5月に入り、外出者が増加しているが、物価の上昇もあり、来客数は増加していない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	販売量の動き	・売上が増加していない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・客の購買意欲が低下している。下取り価格が下がってきているため、客に今購入するメリットを伝えにくくなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたが、来客数に変化はなく、販売量も伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・現在、販売は落ち着いており、このところ良くも悪くもない状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [土産物]（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、観光客がそれなりに多く、数字を上げたが、それ以降が続いていない。まだ新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻り切っていないため、継続した集客にはなっていない。

□	その他専門店 [時計] (経営者)	来客数の動き	・客が出掛けやすい気候となり、回復の兆しはあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況には戻っていない。
□	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期間中は観光客が増加したが、G7広島サミットの開催で静かになった。
□	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は行動制限がなかったため、来客数も多かったが、その後の来客数は思ったほどでない。また、G7広島サミット開催期間中は、交通規制があり、来客数が通常の6割程度に落ち込んだため、全体では来客数に大幅な変化はない。
□	観光型ホテル (副支配人)	お客様の様子	・G7広島サミットが開催されたため、通常の宿泊とは違った形態での売上が確保できた。
□	通信会社 (企画担当)	お客様の様子	・コロナ禍を脱し、人々の動きが活発になったものの、物価の上昇により、消費が抑制されているため、景気は良くない。
□	ゴルフ場 (営業担当)	来客数の動き	・来客数は少しずつ伸びてきているが、単価を引き上げたため、動きが悪い。ゴールデンウィーク期間中は天候が悪かったため、来客数が減少している。
□	競艇場 (企画営業担当)	販売量の動き	・1日平均の売上に変化がない。
□	設計事務所 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたものの、住宅の引き合いが低調な状況は変わらない。
□	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・最近では新築住宅の相談が少なくなり、少子高齢化とともに年々増えている空き家や古家のリフォーム、リノベーション工事の相談や問合せにシフトしている。景気は上向いておらず、全体の内容は芳しくない。
□	住宅販売会社 (営業所長)	来客数の動き	・情報入手量の低下が顕著である。ゴールデンウィーク期間中は客が3年ぶりの行楽に流れ、展示場への来場者数等が少なかった。連休明けも増加に転じておらず、今後の苦戦が予測される。
▲	商店街 (代表者)	単価の動き	・ベビー服、子供服の販売は厳しく、売上が減少している。
▲	百貨店 (営業担当)	お客様の様子	・来客数の前年割れが続いているが、購買客数は更に厳しい状況である。原材料価格の高騰、商品価格の改定で販売単価が上昇しているが、1人当たりの平均購買点数は減少している。
▲	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク以降、新規客の来店や購入が減少している。既存客については、単品の購入が増加し、客単価も前年と比べ、1割低下している。
▲	スーパー (財務担当)	来客数の動き	・1品単価の上昇により、売上は既存店で前年を上回っているが、前年を上回っていた来客数は、若干ではあるが前年割れとなっている。
▲	家電量販店 (販売担当)	販売量の動き	・来客数は前年比で回復しているが、売上がついてこない。
▲	家電量販店 (副店長)	来客数の動き	・来客数が毎月減少しており、日用品の売行きも悪くなっている。
▲	乗用車販売店 (営業担当)	お客様の様子	・客の動きが悪く、成約率も低下している。景気が不透明な状況である。
▲	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・来客数や売上が減少している。
▲	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・G7広島サミットの開催で、多くの人が訪れる大きなイベントが1か月延期になったり、外出を自粛する人が増加したりしたため、街中が静かな状態が続いた。G7広島サミットが閉会しても、人の動きはまだ元に戻っていない。
▲	観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・3か月前は、全国旅行支援を使用した個人客があり、稼働率が良かった。今月は、全国旅行支援の予算が終了し、ゴールデンウィーク以降は来客数が減少している。
▲	放送通信サービス (総務経理担当)	お客様の様子	・料金の延滞回収率がやや悪くなっている。
▲	美容室 (経営者)	競争相手の様子	・ゴールデンウィーク以降、来客数が減少している。
▲	美容室 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、客の行動が活発になっているが、消費はまだ回復していない。

	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建築資材の価格高騰を受け、ある程度の動きはあったが、1月以降、予算オーバーする客の割合が増加しており、来客数や契約者数が減少している。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・G7広島サミットが開催された4日間は来客数が少なく、売上も減少している。
	×	通信会社（広報担当）	販売量の動き	・価格高騰により、販売数は落ちている。
	×	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・政府の景気対策の効果がないため、景気は悪くなっている。
企業 動向 関連	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の生産が好調であるため、景気は良くなっている。
(中国)	◎	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増加している。
	○	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・資機材の価格高騰については、予断を許さない面があるが、受注については、この先1年は、ある程度のめどが立った感がある。しかし、利益率については、2024年問題もあり、厳しい状況が続く。
	○	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、客のデータセンター見学会のための来社回数も増加している。データセンターの活用は計画性があるものだが、利用に関する検討が順調に行われているようである。また、ICT関連への引き合いも増加している。
	○	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、人流が増加したことにより、サービス業を中心に業況が回復している。
	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、受注が増加傾向にある。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制は緩和されているが、余り変化はない。
	□	食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・商品の値上げで売上は維持しているが、利益が出ない状況である。今後、6～8月は、電気料金や物流費の高騰で、厳しい状況になる。
	□	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・経済活動は活発になってきたが、原材料やエネルギー価格の高騰により、値上げ状態が続いている。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・為替もウクライナ情勢も小康状態であり、景気は低迷したまま推移している。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・仕入価格や販売価格の上昇には一定の落ち着きがあり、景気に余り変化はない。
	□	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	・鉄鋼業向け生産に変化がなく、生産は低水準で推移している。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・新年度に入っても前年度末から環境は変化していない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料素材関係の受注が減少している。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・生産能力以上の受注量があるため、超過勤務で対応しており、この状況は今年1月から変わっていない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連のパッケージ基板やプリント基板の受注量が高水準で推移し、売上は増加しているものの、原材料価格の上昇等により利益は減少している。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・海外向け受注が堅調であり、特に輸出関連は前年同期より改善しているが、直近は余り大きな変化がない状況である。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・景気回復に向けた大きなプラス要素がなく、また、各取引先にも目立った動きがないため、景気は余り変化していない。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・コンサルティング案件の受注件数が堅調に推移している。また、補助金利用ながら、設備投資案件の相談も堅調に推移している。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向から判断すると、景気の見通しは良くない。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数は前月と比べ約17%の減少、成約件数は前月と比べ約12%の減少と、落ち込んできている。また、前年と比べると、来客数、成約件数共に約15%の減少となっている。来客数の減少の要因として、G7広島サミットの開催が考えられる。

	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
(中国)	○	求人情報誌製作 会社（広告担 当）	雇用形態の様子	・新卒採用は微増、中途採用は前年よりかなり活発化して きている。技術職を中心に、20代半ばから30代前半の若年 層かつ即戦力の採用が積極的になっている。技術職の場合 は、採用の年齢層を40～42歳くらいまで広げている企業も 多い。
	○	民間職業紹介機 関（職員）	求職者数の動き	・欠員補充や新規採用のように明確な理由でリクルーティ ングを行うケースに加え、良い人材であれば、特に採用枠 を設けていないが、積極的に採用を検討する企業も増加し ている。
	○	学校〔短期大 学〕（進路指導 担当）	求人数の動き	・様々な業種において、求人数が順調に増加している。
	□	人材派遣会社 （経営企画担 当）	採用者数の動き	・企業の求人意欲は新型コロナウイルス感染症発生前近く まで回復しているものの、新型コロナウイルス感染症発生前 から続く人手不足の影響で、供給が追い付いていない。 また、求職者を募集するための派遣時給が高騰しているこ とに加え、法定福利費も上昇しており、利益率の低下が続 いている。
	□	人材派遣会社 （支社長）	求人数の動き	・求人数自体は季節変動の影響を受けて若干減少したもの の、派遣社員の募集時給は、コロナ禍の影響が縮小してき た年初より緩やかに上昇している。足元ではその勢いが増 しており、募集時給を上げて人材を確保する動きが拡大し ている。
	□	人材派遣会社 （副支店長）	求職者数の動き	・応募者数に余り変動がない。5月に入ってから年齢層 の高い人の応募が続いている。
	□	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5 類に引き下げられたことで、経済活動や生活は完全に通常 に戻ってきているが、物価上昇の影響もあり、一部の高級 品を除くと、消費活動は鈍い。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・直近の新規求人数が前年同月比で10%以上減少してい る。事業所から聞き取った限り、人手不足が解消されては いないので、今後の動きに注視する必要がある。
	□	職業安定所（事 業所担当）	求人数の動き	・新規求人の受理件数は前年比で3.0%減少しているが、有 効求人倍率は前年比で0.04ポイント上昇しており、求人動 向に大きな変動はみられない。産業別では、製造業、運輸 業、宿泊業が依然として前年を下回っており、景気が上向 しているとはいえない。
	□	その他雇用の動 向を把握できる 者	求人数の動き	・有効求人倍率が1倍を超え、新型コロナウイルス感染症 発生前の水準まで回復している。今後も有効求人倍率は高 水準を維持する。
	▲	民間職業紹介機 関（人材紹介・ 派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介事業において、求職者からの転職相談件数が3 か月前と比べて27%減少している。例年であればゴールデ ンウィーク明けから転職相談が増える傾向にあるが、今年 は鈍化傾向にある。
	×	—	—	—