

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） | 単価の動き | ・以前より高価格帯の商品が売れるようになっている。 |
| | ◎ | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・3か月前と比べて来客数はほぼ横ばいであるが、商品単価が上昇し、売上も増加している。 |
| | ◎ | 高級レストラン（事業戦略担当） | 来客数の動き | ・G7広島サミット開催による認知度向上で、来客数が大きく伸びている。 |
| | ◎ | テーマパーク（業務担当） | お客様の様子 | ・来客数の増加はないが、客の様子から新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 一般小売店〔食品〕（経営者） | 単価の動き | ・値上げ効果により売上は前年をクリアしている。 |
| | ○ | 百貨店（広報担当） | 来客数の動き | ・ビヤガーデンを含め、飲食関連の動きが好調に推移しており、商品購入以外の目的で来店する客が増えている。 |
| | ○ | 百貨店（売場担当） | 販売量の動き | ・数十万円の美術工芸品、高級ブランドのバッグや洋服がかなり売れている。 |
| | ○ | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・前月から来客数が若干増えており、商品単価の上昇もあって、売上は前年を上回っている。 |
| | ○ | 乗用車販売店（統括） | 販売量の動き | ・販売量が前年比130%と堅調に増加している。 |
| | ○ | 乗用車販売店（業務担当） | 販売量の動き | ・新しい商品の投入により、客の動きが活発になっている。 |
| | ○ | その他専門店〔和菓子〕（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の影響はほぼ解消されたと考えられる。 |
| | ○ | 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 | ・3か月前と比べて外出への忌避感はほとんどみられず、土日など休日の来客数も多く、館内の活気が戻ってきている。しかし、原材料の価格高騰や一般消費財の値上げが続く、給料の上昇がそれに追いつかず、客は余分な消費をしない傾向がある。 |
| | ○ | 観光型ホテル（副支配人） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症による規制が緩和され、宿泊や宴会の予約が増えている。 |
| | ○ | 都市型ホテル（総支配人） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染症の5類移行後のマーケット環境の改善や全国旅行支援の追い風により観光客層が動いている。ビジネス層に関しては、新型コロナウイルス感染症発生以前の動きまでは回復していない。 |
| | ○ | 都市型ホテル（総支配人） | 来客数の動き | ・レストランなど飲食全体の動きや来客数が5月よりも改善している。 |
| | ○ | 旅行代理店（経営者） | お客様の様子 | ・夏休みの家族旅行の相談が増えており、沖縄や北海道がメインとなっている。 |
| | ○ | 旅行代理店（支店長） | 販売量の動き | ・好調な個人国内旅行は今後も需要が見込める。団体やグループも少しずつ回復してきているが、海外旅行需要の回復が遅れており、気運の醸成が必要である。 |
| | ○ | 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影響が薄れ、街中にぎわいがあるため売上も好調である。 |
| | ○ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの新規感染者数の微増の影響はなく、ボーナスの支給もあり、飲み会が増加している。 |
| ○ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・県外からの出張者が増え、人の動きが多少は良くなっている。 | |
| ○ | 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対策解除に伴い、動きが出てきている。 | |
| ○ | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・1度離れた客は戻ってこないが、客の外出機会は増加している。 | |
| ○ | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・イベントに来場する客の雰囲気は良く、来客数も新型コロナウイルス感染症発生前の8割近くまで戻っている。 | |
| ○ | 住宅販売会社（営業担当） | お客様の様子 | ・公私共にマスクを着用しない人が目立ち始め、新型コロナウイルス感染症による自粛ムードがなくなっている。 | |
| □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・商店街の店舗の入れ替わりで少しずつ変化はあるものの、来客数は減少している。 | |

| | | | |
|--------------------------|-------------------|--------|--|
| <input type="checkbox"/> | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなっている。 |
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔茶〕（経営者） | 販売量の動き | ・人の動きが良くなり、小売販売は好調であるが、卸売が悪くなっている。その原因は今のところ不明である。 |
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔印章〕（経営者） | 販売量の動き | ・気候の影響なのか、人の動きが悪い。 |
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者） | 来客数の動き | ・土日にはイベントが開催されるようになり、人通りも多くなっている。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | ・月の中旬から売上、来客数共に伸び始め、全部門で前年売上を上回っている。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業担当） | 販売量の動き | ・ブレクリアランスセールが始まった6月中旬以降、若者の動きが良くなり、ゴールデンウィーク以降、不調であった売上がほぼ前年並みとなっている。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業担当） | 来客数の動き | ・来客数は前年並みであるが、購入客数は減っている。セール商品の品ぞろえの減少や、値上げによる影響で購買に至らないケースが散見される。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・来客数、売上共に前年比マイナスと厳しい状況である。シークレットセールやプレセールへの来店はあるものの、前年と比べて客の購買意欲が低い。 |
| <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位置付けが5類に引き下げられ、来客数は回復しているが、様々な商品や公共料金の値上げにより、客の消費マインドは改善していない。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・値上げ基調が止まらず、客の節約志向で買上点数も伸びず、割引日に客が集中する傾向で売上が上昇しない。新型コロナウイルス感染症の影響は薄くなっているが、収入の上昇はなく、物価や水道光熱費の高騰のなか、食費や衣料品への客の節約意識が高く、厳しい状況である。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・商品価格の上昇で売上は増加しているが、ここ1～2か月にかけて、来客数に変化はない。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・今月の来客数は前年比98.6%で推移している。6月は父の日があるので集客を期待したが、当日の来客数も前年比95%と前年割れである。客は外食に流れている。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（業務開発担当） | 販売量の動き | ・商品の値上げの影響で売上は伸びているが、販売点数が3ポイント程度下がっている。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（財務担当） | 単価の動き | ・値上げによる1品単価の上昇により、既存店売上は前年を上回っているが、物価上昇による客の節約により、買上点数は前年を下回る状況が続いている。ただし、来客数は前年を維持している。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（販売担当） | 来客数の動き | ・引き続き物価高の影響で特売日以外は客が少ない。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・6月は天候に左右される部分が大きいため、期待以上の来客数とはならず、前年と比べてほぼ変化はない。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（副地域ブロック長） | 来客数の動き | ・来客数の伸長が鈍化している。天候の影響もあるが、前年同期と比べると来客数がマイナスとなっている日もあり、脱コロナの影響も薄れつつある。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（支店長） | 来客数の動き | ・週末を中心に客の動きはあるが、郊外エリアは繁華街と比べて鈍く感じる。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・株価は上がってきているが、実生活に特に影響はない。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（経営者） | 単価の動き | ・商品価格が上昇しているため、販売数量が伸びない。 |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店長） | お客様の様子 | ・客の買い渋りが続いている。 |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・前年や3か月前と比べて、売上が減少している。 |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（企画担当） | 単価の動き | ・来客数は前年を上回っているが、客単価が上昇していないため、売上は前年並みとなっている。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（営業担当） | 販売量の動き | ・生産状況は回復傾向にあるが、受注が取れず厳しい状況である。 |
| <input type="checkbox"/> | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・最近では売上が落ち着いて、良くも悪くもない状態で推移している。 |

| | | | |
|---|-----------------------------|--------|---|
| □ | その他専門店 [土産物] (経営者) | 来客数の動き | ・観光バスの乗り入れが依然として増えないが、来客数に変化はない。しかし、土曜夜市の初日は大変にぎわっており、客の動向がつかめない。 |
| □ | その他小売 [ショッピングセンター] (支配人) | 来客数の動き | ・6月初めの台風接近や前年より約2週間早い梅雨入りといった天候不順で、来客数が伸び悩んでいる。 |
| □ | 一般レストラン (経営者) | 販売量の動き | ・客は飲食以外に金を使っているため、客単価がかなり低下している。 |
| □ | 一般レストラン (店長) | 来客数の動き | ・ここ数か月はインバウンドを中心に観光客が増加傾向で、来客数も増加している。 |
| □ | 都市型ホテル (宿泊担当) | 販売量の動き | ・6月は閑散期なので3か月前と比べて大きく稼働が増えることはなく、2019年同月並みの水準である。 |
| □ | 放送通信サービス (総務経理担当) | お客様の様子 | ・利用料延滞金額とその回収率にほぼ変化はない。 |
| □ | 通信会社 (営業担当) | お客様の様子 | ・コロナ禍による行動制限が明け、レジャー関連の遊興費の支出が続いている。 |
| □ | 通信会社 (企画担当) | お客様の様子 | ・今年度に入って、サービスの引き合いが徐々に増えている。 |
| □ | ゴルフ場 (営業担当) | 来客数の動き | ・梅雨時期の6～7月の予約が低調であるが、8月以降は今のところ好調である。 |
| □ | 競艇場 (企画営業担当) | 販売量の動き | ・1日の平均売上はほぼ横ばいである。 |
| □ | 設計事務所 (経営者) | お客様の様子 | ・建築物価が上昇しているなか、あらゆる消費財の価格も高騰しており、客が先行きを不安視している。 |
| □ | 設計事務所 (経営者) | お客様の様子 | ・建材の値上げで工事費が高騰し、新築工事の着手見直しが続いているなか、住宅の耐震化やリフォーム工事に仕事内容がシフトしているが、絶対数は依然として少ない。 |
| □ | 住宅販売会社 (営業所長) | 来客数の動き | ・展示場への来客数を始め、企画を打っても情報入手件数の減少傾向が続いている。 |
| ▲ | 商店街 (理事) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、週末の人の動きが良くなっているが、買物目的の人は多くないので、景気は良くなっていない。 |
| ▲ | 商店街 (代表者) | 単価の動き | ・依然として新型コロナウイルス感染症の影響が続いており、客が商品を購入しない。 |
| ▲ | 商店街 (代表者) | 販売量の動き | ・あらゆる商品価格の高騰が景気の回復を妨げている。 |
| ▲ | 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5類への移行から2か月が経過したが、客は近隣の大型商業施設に流れてしまい、厳しい状況である。 |
| ▲ | スーパー (店長) | 販売量の動き | ・客は商品の値上がりに敏感であり、販売量が減少している。 |
| ▲ | スーパー (総務担当) | 来客数の動き | ・競合店が休業中にもかかわらず、来客数、買上点数共に減少している。 |
| ▲ | 衣料品専門店 (代表) | 販売量の動き | ・ようやく人の流れが出てきたところだが、物価や光熱費の高騰により、消費には慎重な客の様子がうかがえる。 |
| ▲ | 家電量販店 (販売担当) | 販売量の動き | ・エアコンの動きが大きく遅れている。 |
| ▲ | 家電量販店 (副店長) | 来客数の動き | ・来客数が前年比78%と大きく落ち込んでいる。前年も一昨年比90%ほどに落ち込んでおり、家電業界全体の景気が悪くなっている。 |
| ▲ | 乗用車販売店 (営業担当) | 来客数の動き | ・平日はメンテナンスのための来客数が大幅に減少し、サービスの売上も減少している。 |
| ▲ | 乗用車販売店 (営業担当) | 販売量の動き | ・市場の動きが悪く、同業他社と同様に来客数が低下しており、今後の状況が不安である。 |
| ▲ | 一般レストラン (経営者) | 来客数の動き | ・5月までは値上げの影響で客単価が前年を上回っていたが、6月に入り、来客数や客単価が前年割れとなっている。客の節約志向が拡大し、昼食代や週末の外食費を抑えるようになってきている。特に、金曜日の午後9時以降の来客数は、前年の80%台まで落ち込んでいる。 |
| ▲ | 設計事務所 (経営者) | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染症が5類に移行しても、収入が上昇しないと客の購入意欲は高まらない。 |

| | | | | |
|--------|---|--------------------|--------------|---|
| | × | 自動車備品販売店（経営者） | 販売量の動き | ・国産タイヤの価格が上昇し、客は店頭販売より安いネット販売で購入し、持込み交換が増えている。 |
| | × | 住関連専門店（営業担当） | 来客数の動き | ・来客数が著しく落ち込んでいる。 |
| | × | 観光型ホテル（営業担当） | 来客数の動き | ・全国旅行支援の予算を消化したので来客数が激減している。 |
| | × | 通信会社（広報担当） | 来客数の動き | ・物価上昇による買い控えがみられる。 |
| | × | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・物価高騰が続く一方で大半の客の所得は上昇しておらず、客の節約志向が日々強まっている。 |
| 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 | ・生産が引き続き順調である。 |
| (中国) | ○ | 繊維工業（財務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・人の動きが出てきて、個人消費活動も活発である。 |
| | ○ | 建設業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・想定外の受注を含め、ある程度の受注のめどが立っている。また、物価高騰に対する価格転嫁も進んでいる。 |
| | ○ | 輸送業 | 受注量や販売量 | ・受注が増えている。 |
| | ○ | 通信業（営業企画担当） | 取引先の様子 | ・データセンターの引き合い量や見学訪問者が増加している。今年度中の構築に向けた動きも活発化しており、受注数も増加している。新型コロナウイルス感染症の影響もほとんどなくなり、計画的なデータセンター利用やサーバ構築に向けた動きが各企業に出ている。 |
| | ○ | 金融業（外交担当） | 受注量や販売量の動き | ・県の代表企業である大手自動車メーカーの国内生産量が回復基調にあり、下請企業も月間10万台に回復する勢いで生産量が回復している。また、飲食業と小売業では3か月前と比べて月間売上が1.2～1.5倍程度まで回復していることから、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 不動産業（総務担当） | それ以外 | ・前月比で来客数が約14%増加、成約件数は約5%増加となっている。 |
| | ○ | 広告代理店（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・夏シーズンに向かって受注量が増加している。 |
| | ○ | 会計事務所（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・人手不足からアウトソーシング化が進んでいる。DX化支援業務は補助金での対応効果も重なって増加している。 |
| | □ | 農林水産業（従業員） | 受注価格や販売価格の動き | ・商品価格が上昇しても販売量が増加しないため、景気は良くない。 |
| | □ | 食料品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・商品価格の値上がりで売上は10～15%増加しているが、光熱費、物流費、人件費等の上昇もあり、増収減益で推移している。 |
| | □ | 化学工業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き | ・仕入れ・販売共に一部値下げの傾向があり、先行きが不透明である。 |
| | □ | 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 | ・生産量に変化はない。鉄鋼向け大口商品の対応があるが、生産量増加に結び付いていない。他の通常品の生産も思わしくない。 |
| | □ | 鉄鋼業（総務担当） | 取引先の様子 | ・前月と動きが変わらない。 |
| | □ | 鉄鋼業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注動向に回復の基調がみられない。 |
| | □ | 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量が増加していない。 |
| | □ | 金属製品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・今年1月から生産能力以上の受注量に超過勤務で対応している。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・半導体向け基板関係は、巣籠り需要が落ち着いたことにより減速傾向にあるが、堅調に推移している。 |
| | □ | 輸送業（業務推進担当） | 取引先の様子 | ・大きなプラス要素や各取引先に目立った動きはなく、状況は余り変わらない。 |
| | □ | 輸送業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・景気は変動していないが、人件費等のコスト上昇が懸念材料である。 |
| | □ | 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鎮静化による人流の回復がサービス業の追い風になっているものの、原材料価格が依然高止まりしており、企業の収益改善にはまだ至っていない。 |

| | | | | |
|------|---|---------------------|------------|---|
| | ▲ | 木材木製品製造業（経理担当） | 受注量や販売量の動き | ・主に消費財を中心に値上げが続き、住宅関連商品への客の購買意欲が下がっている。さらに、電気料金を始めとした経費などのコスト上昇により利益も減ってきている。 |
| | × | * | * | * |
| 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 | ・特に理系の学生にとって新卒採用は売手市場であるが、企業側としては、年々就職サイトのエントリー数、会社説明会の参加者数、内定者数が減少傾向で、予定の採用者数を下回ることが多い。新卒は6月末時点で7割以上の学生が内定を保持しているが、企業側は前年よりかなり厳しい採用状況のため、年内一杯は採用活動を続けるところも多い。また、インターンシップを開催しても、その内容次第で学生の志望度が上下することから、内容の工夫に課題がある企業も少なくない。 |
| | ○ | 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7.5%増加、有効求人倍率も前年比で0.09%増加している。産業別では、運輸業、販売業、宿泊業、飲食サービス業などの新規求人数が前年比プラスに転じている。 |
| | ○ | 民間職業紹介機関（職員） | 採用者数の動き | ・ある小売店の閉店がプレス発表されたところ、複数の取引先から当該店の店長や販売員を採用したいという声が上がっている。どの小売店も人手不足に悩まされていることを痛感する。 |
| | ○ | 民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当） | 求職者数の動き | ・人材紹介業務において、求職者からの問合せ件数が約114%上昇しており、今後も夏に向けて増加する。 |
| | □ | 人材派遣会社（支社長） | 採用者数の動き | ・求人数・求職者数共に高い水準で推移しているものの、長年の間、採用条件を変更してこなかった企業が多く、結果、双方が希望する条件の乖離が大きくなり、マッチングが進みにくい状況になっている。 |
| | □ | 人材派遣会社（副支店長） | 求職者数の動き | ・人材が不足しており、稼働中のスタッフの契約終了希望も増加している。 |
| | □ | 人材派遣会社（経営企画担当） | 求職者数の動き | ・求人需要に対して、求職者確保が追い付いていない。また、制度改定に伴う法定福利費の上昇により、原価が上昇して利益率が低下している。 |
| | □ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 周辺企業の様子 | ・経済活動や採用活動は引き続き活発で、消費活動も回復基調にあるものの、景気が上向いているとはいえない。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・人手不足感が解消されたという声は聞かれないものの、4～5月と直近2か月の新規求人数が前年同月を下回っており、今後の動向に注視が必要である。 |
| | □ | 職業安定所（雇用関連担当） | 求人数の動き | ・人手不足感は継続している。 |
| | □ | 学校〔短期大学〕（進路指導担当） | 求人数の動き | ・求人数の増加率に大きな変化はない。 |
| | ▲ | * | * | * |
| | × | — | — | — |