

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	・ホテルでは、唯一婚礼が伸び悩んでおり、2024年は前年比で10%ほど収入が落ちる予想となる。それ以外の2024年の宿泊、レストラン、一般宴会は前年比で5%から15%の収入の伸びが期待できる。
	◎	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・全国発売のG2競走の開催があったことで十分な売上があった。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・店それぞれで状況は違うが、商店街全体の客の動きは良くなっている。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・催事やイベントを実施した際、混雑具合が高まっているため、人流が更に活発になり、消費が活発になっていると考える。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	販売量の動き	・客の動きが活発になっている。特に事業所や工場近くで顕著であり、朝から日中にかけての弁当類の販売が伸長している。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、客が以前のように外出するようになってきているため、景気はやや良くなっている。
	○	その他専門店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・来客数はなかなか増えないが、高単価の商品が販売できた。売上動向が不安定であり、先行きは不安である。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・観光バスの稼働が増えて、来客数自体は上昇しているが、客単価は伸びておらず、微妙な線で推移している。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・外国人観光客が相変わらず多いため、商売する側としては助かっている。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは県外、県内問わず多くの来店があり、来客数が前年と比べると約10%増加している。前年、G7広島サミットの影響で来客数が減少したこともあるため、一概には言えないが、来客数は増加傾向にある。
	○	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・これから団体客の依頼が増え、ツアー催行に期待している。
	○	都市型ホテル（総支配人）	単価の動き	・原材料価格、水道光熱費、人件費などのコスト上昇分の価格転嫁を実施しつつ、販売量も堅調に推移している。
	○	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症に関する行動制限の緩和により、景気はやや良くなっている。
	○	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・4月、5月、ゴールデンウィークのいずれも来客数は多かった。土曜日やゴールデンウィーク期間中に少し天候によるキャンセルがあったが、来客数は前年を少し上回っている。
	○	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中の来客数も前年を上回っており、客の動きが活発になってきた感じがある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街でイベントをすれば人は集まるが、それ以外のときにはどうしても苦戦しているところがある。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・小売店の力が弱くなっている。
	□	一般小売店〔食品〕	来客数の動き	・来客数は3か月前から変化がないが、前年と比較すると減少している。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・新年度需要がまだ続いているようだ。
	□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・4月末から来客数が激減している。また、来店しても、客が商品を購入せず、客単価も低下している。5月末であるが、既に客が6月のプレクリアランスセールを待ち、買い控えが発生している。
□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・ブランドのジュエリーで数100万円の商品が売れたり、アートフェアでは、数10万円する美術品が7点から8点売れたりするなど、今月は好調だった。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・今年のゴールデンウィークは様々なイベントや帰省状況などが、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の姿に戻っており、百貨店に関しては集客が非常に難しい状況となった。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・今月はゴールデンウィークが好調で、来客数は前年比104%と伸びている。しかし、客の財布のひもは固く、買上点数が伸びない状況である。母の日商戦は、雨だったこともあり、売上が前年比98%と前年割れに終わった。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	単価の動き	・食品中心の値上げが継続し、1品単価が上昇傾向にある状況で、買上点数の伸長が厳しい状況は変わらない。来客数は変わらないことから、節約志向で客が必要なものだけ購入するという流れは変わっていない。割引セール時のまとめ買いも変わらず、通常の日との差は拡大傾向にある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・売上、来客数共に微増である。客が商品の値上げに慣れてきた感じがするが、今後も値上げがめじろ押しのため不安である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク、母の日と販売の動機づけが期待できる月であったが、販売単価も低く、盛り上がりには欠けた。客の節約志向が根強いと感じる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客からは余り景気が良い様子は感じられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・景気が良くなる要素がない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の9割程度となっていることに伴い、売上も良くない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・5月の販売量は前年比87%と大変厳しい状況であった。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	お客様の様子	・販売量や来客数などに大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・4月以降、市場の動向が低迷し、来客数が激減している。それに伴い、販売量も減少しており、かなり厳しい状況が継続している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・景気に関し、これ以上良くなることは期待できないと考えられる。
<input type="checkbox"/>	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	・ゴールデンウィークを過ぎて、客の動きが落ち着いてきている時期でもあり、景気が大きく動いている状況は余り感じられない。気候変動の影響か、野菜の価格が上昇しており、一般家庭の財布事情は良くなっていないと判断している。飲食店も材料価格の高騰に悩まされていると聞いており、不安材料が少なからずあると推測する。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは好調であったが、その後は低調で、新型コロナウイルス感染症発生前の人の動きに戻っている印象である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・物価の上昇等で利用料金を値上げしたが、その影響は余りなく、予約状況は平年並みである。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・国内需要においては、毎年のことではあるが、ゴールデンウィーク以降のレジャーが減少傾向となっている。海外個人旅行の需要に期待をしているものの、減少を補うまでには至っていない状況である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・海外旅行が相変わらず良くないが、国内旅行も多少減少気味である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・円安傾向や物価上昇の影響で、大きな売上につながる海外旅行需要が回復しておらず、旅行事業は厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて以降、人の動きが良くなっていったが、その動きも鈍くなってきており、売上は前年をやや下回っている。当市は大手米国紙で行きたい街として紹介されたが、その効果もまだ余り感じられない。

□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・当月はゴールデンウィークがあったが、期間中の販売促進やイベントによる来場は活発とならず、営業成果はむしろ低調だった。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・客の利用料支払については、延滞率、延滞回収率いずれもほぼ横ばいとなっている。
□	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク期間の来場者数は前年を上回ったが、単価は若干減少した。月全体では、来場者数は横ばいとなっている。
□	設計事務所	お客様の様子	・3か月前と同様、仕事の依頼数が減らず順調な客と、新築計画を中止して改修計画に変更する客に分かれている。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建築物価の上昇が続く状況で、住宅ローン金利も上昇していることから、客が様子見をしているようである。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅の建築費の高騰が一段落して、客の動きが少し活発になっているように見受けられるが、予算調整等の段階で動きが重い傾向にあるため、回復にはしばらく時間が掛かる。
□	住宅販売会社（事業推進担当）	単価の動き	・単価も顧客の動向も3か月前から大きな変化がない。
▲	商店街（理事）	お客様の様子	・客が目的を考えて消費を抑えている。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・客の消費マインドがかなり冷え込んでおり、来客数が少ない。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	単価の動き	・中高価格帯商品の売行きが良くない。
▲	百貨店（営業担当）	単価の動き	・気温が高い日も多く、例年5月であれば動く薄手の羽織やジャケットなど単価の高いアイテムが売れていない。カットソーやブラウスなどの動きはあるものの、単品買いが多く、単価が低い。
▲	百貨店（外商担当）	単価の動き	・今月に入り、前月まで好調だった金商品や美術品といった高額商品の動きが鈍くなっている。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・前年並みで推移していた来客数が、今月に入り、若干前年を下回っている。
▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・売上や来客数が減少している。
▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・値上げによる1品単価の上昇により、売上は前年を上回っているものの、消費の2極化により、来客数と1人当たり買上点数の前年割れが続いている。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・電気料金の値上げや物価の高騰により、生活必需品以外の販売量が減少している。日々の生活に必要な物のみ購入されることが多く、買上点数の減少が顕著となっている。
▲	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・インバウンドを含め、小売の需要増加は、都会を中心とした限定的なものとなっている。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が伸びない。商品単価が上昇しているため、客が購入に慎重になっている。
▲	家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・来客数の減少が止まらない。
▲	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・客は必要以上に商品を購入しようとはせず、極力安い物を選んでおり、冷蔵庫など大物商材の売上は前年割れとなっている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・物価高の影響もあり、客が購入を渋っているようである。
▲	乗用車販売店（リース担当）	お客様の様子	・現金で新車を購入する客もいれば、物価が上昇し、大変だという客もいる。
▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・景気は決して良くはない。賃上げも中小企業が満足できるものではないし、物価高で業界も客が安い物へ流れている。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・ゴールデンウィークで会社が休みなので、利用は観光客が中心となるが、利用者は余り多くなかった。

	▲	タクシー会社 (営業所長)	お客様の様子	・インバウンド関連の観光の仕事は4月と同水準を維持しているが、一般タクシーは需要が減っているようである。特に深夜0時以降の動きが鈍く、駅のタクシープールも回転率が悪い。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価高が継続し、客の節約傾向が進んでいる。
	▲	通信会社(広報担当)	お客様の様子	・価格高騰の折、客が安価な物を求めたり、値下げを要求したりしている。
	▲	通信会社(総務担当)	販売量の動き	・年度が始まる4～5月は様子見で広告費が抑えられる傾向がある。
	▲	美容室(経営者)	お客様の様子	・客が節約ムードにあり、来店間隔を延ばしたり、買い控えしたりしている。
	×	商店街(代表者)	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が続いており、来客数が非常に少ない。
	×	コンビニ(エリア担当)	お客様の様子	・おにぎりを2個買ったら30円値引きといったキャンペーンを実施しても、客が乗ってこない。客は本当に自分の欲しい物しか買わなくなっている。今月も前月同様、客の動きが悪い。
	×	自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・インターネットで購入された他社商品持込みの取付けが増えており、店頭販売量は激減状態である。また、メーカーは原材料費高騰のためだと平気で値上げしてくるが、その年は過去最高利益だと公表しており、我々末端小売店からみれば余りにも矛盾がある。
	×	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・インバウンドとは縁遠い狭い商圏内での営業において、各種食料品の値上げの影響などによる客の節約もあり、主要顧客であるファミリー層の生活防衛意識が高まり、外食を控える傾向に拍車が掛かっている。4月を境に来客数が前年を割り込み始め、5月に入り、特に金曜日やゴールデンウィークを含む休日不振となっている。夜の9時以降は3か月連続で来客数が前年の70%台となっている。
	×	一般レストラン(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き、当初は人出が増えた感じだったが、しばらくすると、よほどのことがなければ外出しないようになっている。
	×	その他飲食[喫茶店]	お客様の様子	・個人事業主の仕事が減っている。
	×	美容室(経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けで、人の動きが落ち着いている。客が夏に向けて髪を切るタイミングを見計らっており、来客数がかかなり減少している。
企業 動向 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	繊維工業(財務担当)	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格の高騰もあるが、販売価格の改正を行う予定である。
	○	鉄鋼業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注動向はやや弱含みではあるが回復傾向にある。
	○	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増えている。
	○	輸送業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・値上げの浸透により仕入価格も上昇しているが、収入も同様に上昇している。
	○	不動産業(総務担当)	それ以外	・前月と比べ、来客数は約4%増加、申込件数は約3%増加している。
	□	木材木製品製造業(経理担当)	取引先の様子	・円安の影響もあり、輸出産業は景気が良く、輸入産業は景気が悪い。一方で、飲食や観光業はインバウンドの影響もあり、景気が良さそうであり、全体では良くも悪くもない状況である。
	□	化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・販売、仕入れ共に価格の動きは多少あるものの、受注量や販売量に大きな変化がなく、生産も安定している。
	□	窯業・土石製品製造業(総経理担当)	受注量や販売量の動き	・鉄鋼向け大口案件の納期が工事範囲の拡大という客の事情で先送りとなったため、生産量の上積みがなくなった。
	□	鉄鋼業(総務担当)	取引先の様子	・前年から大きな動きがなく、景気は横ばいが続いている。
	□	非鉄金属製造業(業務担当)	受注量や販売量の動き	・電子材料素材の受注が低位で推移している。

	□	金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・2～3か月前は中国向けの大型案件の受注があったため、全体では受注が多かったが、それを除くと横ばいで推移している。
	□	建設業 (総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・引き続き資材等の物価上昇は継続しているが、ある程度の価格転嫁ができています。反面、手形サイトの短縮要請や2024年問題など不透明な部分がある。
	□	輸送業 (業務推進担当)	取引先の様子	・景気に関する大きなプラス要素がなく、各取引先にも目立った動きがないため、状況は大きく変わらない。
	□	通信業 (企画担当)	受注量や販売量の動き	・データセンターに関する引き合いや受注数の動きに大きな変化はなく、計画どおり推移している。電気料金の高騰により、データセンターで使用する電気料金が値上がりするため、解約数の増加を懸念していたが、客のインフラ環境のなかで必要な電気料金の高騰が広い範囲で受け入れられ、引き合い数などに大きな影響は出ていない。
	□	金融業 (支店長)	取引先の様子	・取引先の様子から判断すると、受注状況の増減が余りなく、景気が動いていないようである。3月決算先の反動により5月は閑散期となっている。
	□	広告代理店 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は横ばいとなっている。
	□	会計事務所 (経営者)	受注量や販売量の動き	・一定の受注量はあるものの、伸びが少ない。労働時間制約や値上げの負担感が先行している。
	▲	農林水産業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・注文等が減っており、動きがすごく鈍い。
	▲	食料品製造業 (経営者)	競争相手の様子	・原料価格、運賃、経費が上昇し、全体的に売上も低迷しているため、利益が出ない状況にある。秋口に向けて値上げを検討しているが、客離れが心配であるため、判断が厳しくなっている。
	▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・パソコンやスマートフォンなどの民生機器需要の減少や、中国経済の減速による半導体向けパッケージ基板需要の減少のため、プリント基板製造装置の受注が減少している。また、液晶パネル製造装置も生産調整が続いており、受注量が減少している。
	▲	金融業 (経済産業調査担当)	それ以外	・長引く物価高に加え、電気やガスの料金の上昇等が見込まれており、消費を抑制する動きが続いている。
	×	*	*	*
雇用 関連	◎	—	—	—
(中国)	○	人材派遣会社 (経営企画担当)	それ以外	・派遣料金の値上げ交渉の効果が4月の売上から出現し、売上、利益共に上昇している。一方で、求職者確保のための競争が激化しており、いかに求職者を確保できるかが売上を左右する状況が続いている。
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・業種によって格差はあるものの、基本的には景気が上向いている様子がうかがえる。製造業の設備投資も盛んで、商社も価格上昇により増収傾向にある。これらの要因で、企業の採用意欲が高まるとともに、賃金上昇につながっている。
	○	職業安定所 (事業所担当)	求人数の動き	・新規求人数の受理件数は前年比で12.9%増加しており、また、有効求人倍率は前年比で0.06ポイント上昇している。産業別では、運輸業、卸売業・小売業、医療福祉が増加している。
	○	民間職業紹介機関 (職員)	採用者数の動き	・定年退職等による将来的な退職を見越し、ミドル層の後任人材を発掘する動きが活発化している。
	○	民間職業紹介機関 (人材紹介・派遣担当)	求職者数の動き	・人材紹介において、求職者からの問合せ数が前月比で113%上昇している。第2新卒を中心に転職潜在層がアクションを起こしている。
	○	学校 [短期大学] (進路指導担当)	求人数の動き	・3か月前と比較して、求人数が着実に増加している。
	□	人材派遣会社 (副支店長)	求職者数の動き	・企業の人材不足により求人数が多くなっているが、求職者のスキルが伴っておらず、採用に苦戦している。
	▲	人材派遣会社 (事業部長)	求人数の動き	・求人数が前年を下回って推移している。募集理由も増員という理由は大幅に減少しており、欠員補充が中心となっている。

	▲	求人情報誌製作 会社（大卒就職 支援担当）	それ以外	・採用人数の確保に苦戦している企業が多く、店舗出店数などに影響がみられる。
	×	—	—	—