

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)	◎	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・ 今月、記念レースのG1競走が開催されたため、十分な売上が確保できた。
	◎	設計事務所	お客様の様子	・ これまで計画の相談は多かったが、実際に動き出すものは少なかった。今月からは正式な依頼になるものが増えている。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・ 商店街への空き店舗について、問合せが増えてきている。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	お客様の様子	・ 今までの客の動きと比べると、休日や祝日の人出が増え、売上につながっている。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ 半数以上のブランドで、前年より早く、プレクリアランスセールが始まり、売上が増加した。来客数や販売数量も増加しており、月末になっても、売上は前年と比べ、10%増加している。
	○	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・ 前年の実績は超えなかったが、100万円を超える美術品やブランドのジュエリーなどが売れた。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・ 今月は父の日商戦があったが、父の日は売上を前年比117%と大幅に伸ばすことができた。定額減税のタイミングと重なった効果も多少あるとみられる。月間トータルでも、来客数は前年比104%と伸びている。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・ 平日の売上が改善傾向で、公共工事も増え、朝夕の来客数が増えている。また、県外からの出張者も多くなっているようである。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ 6月の展示会に多くの客が来ており、景気は以前よりかなり良くなっている。
	○	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・ エアコンの販売台数が伸びている。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・ 客に新型車の事前情報が入ったことで、来客数や問合せが増えている。ボーナスも支給され、商談数や販売台数も3か月前と比べると増加している。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・ 市場の動きが戻るにつれて、来客数が上向き、販売状況もかなり良くなっており、期待が持てる状況である。
	○	その他専門店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・ 要因は分からないが、月の中盤から高単価の商品が販売できた。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・ 観光バスやインパウンドが徐々に戻りつつある。まだ良いとまではいえないが、来客数が少しずつ増えてきている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・ 梅雨入りが大幅に遅れ、気温が上がったことで夏物商材が好調に推移した。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ 金曜日に定期的な上場企業の飲み会が入り、売上を維持している。また、週末も気温の急激な上昇で、ファミリー層の利用がランチ、ディナー共に増加し、特にランチの客単価が上昇している。
	○	バー（経営者）	来客数の動き	・ まだ安心できないが、徐々に来客数が増加している。
	○	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制限の緩和により、景気はやや良くなっている。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・ 物価が上昇しているものの、新型コロナウイルス感染症が終息し、周囲の社会情勢が落ち着いたため、客が購買に比較的前向きになっている。
	○	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・ 客からの問合せ及び来客数が増えており、接客頻度も上がり、契約者数の上乗せに結び付いている。
□	一般小売店〔食品〕	来客数の動き	・ 来客数は3か月前とほとんど変わらないが、客単価の上昇により売上は前年比微増となっている。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店 〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・輸出の売上は前年と比べ少しずつ上昇しつつあるが、国内の売上は前年と比べ減少し続けている。国内消費の減少は人口減少の影響か、消費者の財布のひもが固くなっているためか分からないが、いずれにしても不安である。都会はインバウンドの影響で好調のようだが、地方ではインバウンドの恩恵が全くなく、残念である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・例年と比べても大きな変化が認められない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	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類に引き下げられて1年経過したが、来客数や売上に大幅な増減がない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・人出が多く、来客数が増え、売上も伸びているが、商材による差は激しい。客が何に金を使うかを厳しく選択しているようである。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・直近3か月、来客数は前年を下回っている。売場が来店アプローチを掛けることで来店する客はいるが、フリーの客が来店していない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・婦人服については、年齢の少し若い商品群の売上が厳しく、その年齢層の県外流出が続いている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	単価の動き	・宝飾品などの外商関連の商品は好調であるが、店頭での衣料品販売が苦戦している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・現状の数値から判断すると、停滞といった状況、良くなってもいないが、悪化もしていないという低水準での横ばいである。高単価商品の動きが悪く、客が低単価商品を求める傾向となっており、週末や割引日に客が集中し、まとめ買いするといった状況である。また、食品の値上がりが続いているため、買上点数の増加につながらない状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数はほぼ前年並みだが、売上は商品単価の上昇もあり、前年を僅かに上回っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	単価の動き	・前年の売上が前年比5ポイント強の伸びだったのに対し、本年の売上は、来客数が前年並みであるものの、買上点数が前年割れとなっているため、前年比2ポイント程度の増加にとどまっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・客が必要最低限な商品をセールや特売日にしか購入しない状況で、買物を楽しむマインドに至っていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・前年比を見ると、5月よりも悪くなっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・梅雨入りが遅れたことで、前年より売上が好調である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・中小企業の景気が良くない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は天候に左右されるため、何ともいえないが、値上げラッシュの状況で、客に少し諦めている様子がある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・夏需要に支えられ、エアコンの販売台数が前年を上回っているが、テレビやパソコンの販売台数は前年割れしており、販売量は平均すると前年並みといった感じで推移している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・6月の販売量は前年比85%と大変厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・物価上昇など様々な問題があり、販売量は上向き傾向にはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（リース担当）	来客数の動き	・来客数が余り多くなく、今後も増加しない。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・円安による輸入品の物価高で経費が高騰しているため、売上が上昇しても、利益は増えない状態である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・G7広島サミットの影響が今年はない。

□	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	・来客数に余り変化はないようであるが、好景気に向かって いる実感はない。商品の値上げやガソリンなどの価格の高止 まりなど、家計がじわじわと圧迫されている状況である。高 額商品の購入やまとめ買いは少なく、余り金を使わず休日を 過ごそうという家族連れが多くなっているように感じる。
□	高級レストラン (事業戦略担 当)	来客数の動き	・昼の集客に苦戦している。
□	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・若干インバウンドが減ったようで、インバウンドのお陰で 景気が良いと感じさせられている部分がある。
□	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・3か月前と比べても来客数の伸びはそれほど変わらない。 6月に入り新しく配属された新卒の来店客もいるが、一方 で、転勤で異動したのか見かけなくなった常連客も多い。
□	観光型ホテル (副支配人)	来客数の動き	・宿泊客数は例年並みか僅かに減少しているようだが、昼間 の宴会利用は増えてきている。経費が増加したため、宴会の 料金を少し上げたが、客の理解を得ているようである。
□	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・円安の影響もあり国内旅行の需要が堅調に推移し、また、 インバウンド需要も円安により微増となる。
□	旅行代理店(経 営者)	お客様の様子	・景気が良くなっているように感じているが、物価の高騰に は追い付いていけない。
□	旅行代理店(支 店長)	販売量の動き	・国内個人については前年度より若干減少、団体についても 大幅な伸びはなく、特に海外旅行については個人、団体共に 厳しい状況が続いている。教育旅行については6月は繁忙期 であり、好調に推移している。
□	タクシー会社 (営業所長)	来客数の動き	・インバウンド需要の多かった5月と比較し、大幅に落ち込 んだ。季節性もあるとみているが、他県と比較しても落ち込 みが大きいようである。昼間、夜間共に前年よりやや減少し ている。
□	通信会社(総務 担当)	お客様の様子	・解約が増えてきている。
□	放送通信サー ビス(総務経理担 当)	お客様の様子	・客の利用料の延滞状況、督促による回収状況に大きな動き はない。
□	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・景気浮揚の実感がなく、インフレに収入が追い付いていな いことから、客が日常的な支出を控えている傾向がある。
□	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク以降落ち着いたように感じる。天候に 左右される施設のため、雨予報でキャンセルが目立ち、先週 と今週は、満室がほぼキャンセルとなる状況で、6月は前年 の60%となりそうである。
□	設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・コロナ禍で止まっていたプロジェクトが、ようやく前に進 み出した。しかし、建築費が当初検討していた頃の建築費を 大幅に上回っていることから、最初から仕切り直すことにな った。
□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・この3か月で客の様子が大きく変わった感じはしない。政 策や税制、金利などの動きも微々たるものであり、大きな刺 激になっていない。
□	住宅販売会社 (事業推進担 当)	来客数の動き	・客に購入意欲はあるが、物価高騰や働き方改革等もあり、 容易に購入可能な価格ではない。
▲	商店街(理事)	来客数の動き	・物価が上昇している状況で、客に生活防衛本能が働き、買 物を控えるようになっている。
▲	商店街(代表 者)	単価の動き	・客の購買意欲が低く、迷って迷って、結局購入しない。
▲	商店街(代表 者)	お客様の様子	・物価の上昇により、客が予想以上に買い控えしており、景 気が回復する兆しが無い。
▲	一般小売店[眼 鏡](経営者)	販売量の動き	・以前は複数購入などもあったが、必要なもの以外は買い控 える客が増えている。
▲	スーパー(店 長)	競争相手の様子	・自店舗の数値については、来客数、客単価共に好調に推移 しているが、競合店の営業成果の指標となる数値は芳しくな い。

	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・割引などの特売日に購買が集中しており、通常の日は動きが悪いことから、客の節約意識が高いとみられる。
	▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・来客数が減少し、客が必要な物しか購入しないため、買上点数も減少している。競合店の来客数も少ないようである。
	▲	スーパー（財務担当）	単価の動き	・一部の 카테고리ではいまだ値上がりしている商品もあるが、メーカーの値上げがほぼ一巡し、1品単価が前年に近づいてきており、来客数は前年割れが続いているため、売上が前年実績に近づいている。
	▲	衣料品専門店（代表）	お客様の様子	・話題になるのは、物価高や政治が不安定なことなどネガティブな内容が多い。
	▲	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・雨が降り、悪天候が続いているが、駐車場がないため、来客数や売上が減少している。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・不正問題の件で生産停止等自動車メーカーに影響が出ている。
	▲	乗用車販売店（店長）	それ以外	・人手不足の影響が出始め、整備在庫量を増やせない状況が今後も続きそうである。
	▲	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・人気車種の受注制限、また、大手自動車メーカーの不正問題による受注停止やマイナスのイメージによる買い控えが、新規の来店客を遠ざけている。既存客に関しては、買い控え等は感じないが、売れる車に制限が掛かっており、勧めづらい。
	▲	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・今期の春先の予約が順調だった反動で、今は景気が悪くなっている。
	▲	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・ビジネスを中心に国内個人の動きが弱く、特に当月に入ってから受注が伸びない状況となっている。インバウンドや海外個人旅行にも大幅な伸びはみられない。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・3か月前は海外からの旅行者が多い時期だったので、非常に良かったが、それと比べると6月は宿泊稼働率が低下している。
	▲	タクシー運転手	それ以外	・全体的に人の流れが良くなっており、他県からの観光客やビジネス客が流入している。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・旅行関係で人が集まっているが、4月以降、乗車が少なくなっている。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客に安さを求める傾向があり、なかなか購買につながらない。
	▲	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・梅雨入り以降、天候不順の日が続き、来客数が減少しており、予約数も例年より少なくなっている。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・いろいろな物が値上がりしているため、客が節約志向にある。
	▲	住宅販売会社（住宅設計担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生以降の情報ルート変化に対応できず情報取得に苦しんでいる。
	×	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・来客数や販売量が、3か月前と比べ、僅かではあるが、減少している。ただし、客単価は少し回復している。
	×	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・政府の電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金が終了した。商品の値上げで売上は維持しているが、来客数、販売点数、客単価の動きは非常に鈍化している。単価の低いプライベートブランド商品は動きが良くなっている。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・円安が進み、客の給料も上がらず、景気が段々と悪くなっている。
	×	その他飲食 [喫茶店]	お客様の様子	・客が節約志向にある。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・給料が上がらない一方で、毎月の家計における固定費が上昇しているため、客の節約傾向が強まっている。
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	・今現在、非常に忙しい状況である。
(中国)	○	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・製品の販売価格の値上げ交渉が進んでいる。

	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
	○	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・直近の増産、新規問合せがあり、受注数量は上向いている。
	○	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数が約8%増加、成約件数も約9%増加している。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・日々の受注量にそこまでの変動がない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・この3か月も円安状態が続き、景気の回復がみられず、小康状態である。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・自動車業界の先行き不透明感があり、景気は3か月前とさほど変わらない。
	□	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	・鉄鋼向け大口案件の納期延期の影響もあるが、生産水準に大きな変化はない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向などから、景気は良くも悪くもないと考える。
	□	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は横ばいが続いており、人手不足の影響もあり、景気は盛り上がり欠けている状況である。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子材料関係の素材受注は低位で変わらない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前と比べて横ばいで大きな変化はない。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・工事価格の高騰を理解しつつも建設工事の発注をせざるを得ない客がいる。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・資材等の価格上昇が続いているが、発注者側でもある程度価格転嫁に対する理解が進んでいる。しかし、協力会社への発注価格や人件費の増加などリスクは増加している。
	□	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や各取引先に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	・データセンターの引き合い、見学、受注量は特に大きな変化もなく、順調に推移している。企業のサーバ等でラックの換装などのまとまった量の引き合いも増加している。
	□	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おり、大きな変化はない。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・一定の受注量は継続できており、値上げの効果もある。他方、人件費の負担増も同時に発生している。メリットとデメリットが併存する状況が続いている。
	▲	食料品製造業（経営者）	それ以外	・値上げ後の商品販売量が低迷している。特売セール時は販売量が増加するが、消費者の節約ムードを崩すことはできない状況である。
	▲	建設業	それ以外	・労務費や物価が上昇している。
	▲	金融業（支店長）	取引先の様子	・当地区にある大手化学メーカーの繊維品原料の生産プラントが中国との価格競争に劣後し、採算赤字となっていることを理由に撤退することが決定した。付随する協力会社の受注量激減や今後の見通しが不明瞭となっており、景気はやや悪化の方向にある。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・物価高や円安で、客の儉約姿勢が強まっている。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・電子機器部品製造装置については、半導体向けパッケージ基板の需要が減少し、電子機器部品関係についても、生産調整の影響により売上が減少している。
雇用 関連 (中国)	◎	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、求職者からの問合せ数が前月比182%、登録者数が141%と上昇傾向にある。また、第2新卒層の動きが活発化している。
	○	求人情報誌制作会社（総務担当）	求人数の動き	・求人広告数が微増傾向にある。
	○	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0.3%増加しており、有効求人倍率は前年比で0.8ポイント上昇している。産業別では、運輸業、卸売・小売業、宿泊業・飲食サービス業、医療福祉が増加している。

□	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・2025年卒の新卒採用者数は、中堅企業が微増、大企業でも微増の企業が多かった。インターンシップを開催する企業も大幅に増え、インターンシップに来た学生の早期選考化により3月1日の広報解禁日に既に内定保有者は3～4割、6月中旬で8割にまで到達した。今年は内定を保有したまま就職活動を継続する学生が内定保有者の半数にも達している。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・4月の賃上げ、6月の定額減税の効果がまだ顕在化していない。企業活動としては設備投資や採用活動が活発であるが、建設業、自動車販売、小売業は依然として不振である。
□	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・現状のリソースで売上増加を見込むことが難しくなっているが、人員の増加も難しくなっており、かき上げに苦慮している。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	採用者数の動き	・4月以降、就職活動中の学生が順調に内定を得ているが、新卒者数減少による売手市場であることが主な理由であると考えられるため、景気が更に良くなっているとの判断には至らない。
▲	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・求人数が前年同期と比べて、20ポイント近く減少している。
▲	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・岡山、広島共に派遣求人の獲得が進んでいない。紹介求人は引き続き順調であるが、一方で新規求職者の獲得に苦戦している状況である。
▲	求人情報誌製作会社（大卒就職支援担当）	採用者数の動き	・企業側が求人しても、必要な人数を集めることが困難になっており、魅力的な求人条件を提示できるかが問われる状況である。
×	—	—	—