

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)	◎	設計事務所	・計画案件が増えてきているため、実施に移行する案件も増えると思われる。
	○	商店街（代表者）	・直近では1店舗開店し、来月には飲食店の開店も予定されており、現在商店街で不足している業種が出店するため、今後のにぎわいに期待している。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・今後も公共工事は増える傾向にあり、夏場の猛暑も予測されているため、来客数が増えていくと予想する。酷暑への売場の対応も必要になってくる。
	○	コンビニ（支店長）	・今後の動きをしっかりと注視する必要があるが、定額減税による消費拡大が期待できる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、着物を着て出掛ける機会が増えているため、今後は景気がやや良くなる。
	○	家電量販店（店長）	・定額減税、ボーナスの支給、気温上昇によるエアコン需要の高まりで、景気は前年より良くなる。
	○	家電量販店（販売担当）	・景気は夏の暑さ次第である。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・大手自動車メーカーの不正問題の影響による生産停止等の問題が解決すれば、景気は例年並みに回復する見込みである。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今後の状況に期待は持てるが、安心はできない。気の抜けない状況は変わらない。良くなることを期待しての数値である。
	○	乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーの不正問題の解決や人気車種の販売開始で活性化してくると予測する。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・旅行代理店からの問合せが増えてきおり、観光需要を見込んでいる。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・梅雨が明け、夏本番になれば、来客数が元に戻ってくると予測する。
	○	一般レストラン（経営者）	・夏のボーナスで少しは世の中に金が回ってくる。
	○	バー（経営者）	・徐々にではあるが、来客数が戻ってきている。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・これから、夏休みやお盆といった大型連休が来るため、ファミリー層の予約に期待している。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・夏休みのファミリー需要に加えて、インバウンドが夏から秋にかけて活発化する見通しである。
	○	タクシー運転手	・夏休みや地域のイベントもあることで、来客数の増加が期待できる。
	○	タクシー運転手	・状況は多少悪くなっているが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたので、景気はやや良くなる。
	○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する制限が緩和されたため、景気はやや良くなる。
	○	美容室（経営者）	・サラリーマンにボーナスが支給されたため、多少は客の節約傾向が弱まり、消費が増加する。
○	設計事務所（経営者）	・来場者数の増加に伴って契約者数の増加が見込める。	
□	商店街（理事）	・景気が良くなってほしいが、恐らく変わらない。	
□	一般小売店〔食品〕	・商品、資材等の値上げは続いており、また、顧客の節約志向に変化はないため、売上増加は期待できない。	
□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・客の動きに少し変化が出ているが、今後もほぼ現状維持の状況が続く。	
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・輸出が好調でも国内消費が落ちていて、先行きが不透明であり、不安である。	
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・夏場は来客数が減少傾向になる。	
□	百貨店（広報担当）	・水道光熱費の値上げ、物価上昇などが続くと想定されるため、商品購買に大きな変化はみられないと見込んでいる。	
□	百貨店（広報担当）	・物価高、円安と良いニュースはなく、定額減税の恩恵も余り話題にならない。消費のハードルは下がらないとみられる。	
□	百貨店（営業担当）	・プレクリアランスセール後のクリアランスセールの売上が確定した時点で、前年との売上の比較ができるが、売上は変わらないとみられる。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・物価の上昇に伴い、生活費も上がる一方なので、客の節約志向が今後は更に強まる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・定額減税や夏のボーナス支給などで、どのように客が動くかが予想できない。来月になると、夏以降の傾向が分かる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・食品の値上げや電気・ガス料金の高騰など、生活への不安要素が多く、景気が良くなるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・お盆商戦次第ではあるが、前年より動きは活発になると予測する。際物商材の単価が前年と比べ大幅に上昇しているため、買上点数が前年を上回ることが難しくなっている状況に変わりはない。現状では、更なる物価高騰に賃金上昇が追い付かず、客の節約志向の高まりは不変とみられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品の値上げもあり、この1年間、売上は前年を上回っているが、来客数は前年を下回っており、今後もこの状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品や電気料金等の値上げなど、景気が良くなる要素がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・景気が上向く要因がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・直近では、来客数と1人当たりの買上点数が前年を下回る日の割合が高い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・円安による値上げが続いている上、将来への不安をおおるニュースなどが多く、消費の増加にはつながりづらい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・定額減税が実感できず、貯蓄に回ると考えられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・本年も猛暑が予想されるなかで、電気料金の高騰は家計に影響を与える。物価の高騰もあり、消費はますます鈍化していく。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・減税などの新たな景気対策が実施されないため、景気は低水準で推移するとみられる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・夏場の電気料金の高騰もあり、政府が施策を講じても景気に反映しない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（副店長）	・光熱費やガソリン価格が高いので、家電商品の需要が高まるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・物価高騰の影響で出費に後ろ向きといった話が多く客から聞かれる。客は大きな出費には慎重で、現状よりも景気が上向く期待は持てそうにない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	・国の経済対策などもあるが、現状がもうしばらくは継続する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給量がまだ厳しい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（リース担当）	・物価だけ上昇し、客の給料が増加しないため、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [時計]（経営者）	・定額減税による景気刺激はあるとみられるが、景気が上向くとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	・前年は猛暑で売上が大幅に伸びた。今年も猛暑との予報があるが、前年並みになるかどうかは不透明である。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・ボーナス時期に入り、客の購買意欲が少し上昇している。しかし、定額減税や電気・ガス価格激変緩和対策事業費補助金といった一時的な家計の負担の減少も、景気上昇の鍵とはならない。客の購買も思ったほど伸びておらず、財布のひもの固い状況が続く。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・梅雨と猛暑の影響がどれくらいあるのか分からない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店長）	・前月までと同様、インバウンド予約は順調に入っており、来客数が大幅に落ち込むとは考えられないが、逆に増える要因も余りない。オリンピックがある年は来客数が伸びにくいのが気掛かりである。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	・宿泊予約は例年並みで、お盆時期を除き、早くからの予約はまだ少なく、特に景気が良くなっているとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	・夏休みを迎え、大会などの動きがある一方で、コロナ禍のリベンジ需要も一段落し、前年のような酷暑を警戒した様子見からか、個人の動きが鈍く、伸び悩んでいる。

□	旅行代理店（支店長）	・夏休みの個人需要の動きが今年度は鈍い。間際での申込みに期待する。
□	タクシー会社（営業所長）	・猛暑予測となっており、タクシー需要については期待ができる。しかし、夜間の動きは鈍化しており、7月も期待が持てない。
□	通信会社（総務担当）	・エリア拡張がない。
□	通信会社（企画担当）	・消費者が、先行きをより落ち着いて捉えられるようになっているが、景気や生活が良くなっていく要素があるとは考えていない。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	・ここ数か月、大きな動きはない。電気・ガス料金への補助金の再開は家庭の可処分所得の圧迫を和らげるため、数か月は現状が続くことが予想される。
□	通信会社（営業担当）	・環境が変化する要因は見当たらない。
□	テーマパーク（業務担当）	・夏場の異常な暑さに注意といった報道により、屋外施設への来場は敬遠される。7～8月の予約状況は前年の70%程度となっている。今後の天候次第となるが、全国一律な過剰報道による影響もあるのではないかと。
□	テーマパーク（営業担当）	・しばらくは閑散期に向かうが、前年比を維持できると見込む。
□	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰や建築業界の人手不足が解消される見込みがない。
□	住宅販売会社（従業員）	・今後も景気を左右するようなカンフル剤がないため、しばらくは現状維持が続くと考える。
□	住宅販売会社（事業推進担当）	・販売価格が更に上昇する可能性が高い。
▲	商店街（代表者）	・良い商品があっても価格が低下するまで待とうとする客が多い。
▲	商店街（代表者）	・物価の上昇により、客が予想以上に買い控えしている。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価の上昇と収入が見合っていない。
▲	百貨店（営業担当）	・これからバーゲンセール時期となり、在庫は前年ベースではあるものの、客の購買意欲が下がっている上に、公共料金や食品品の値上げもあるので、売上が伸びるとは考えられない。また、取引先も売上が厳しい状況で、人件費などの圧迫により人員を削減するなど、地方はますます厳しくなっていくとみられる。
▲	百貨店（売場担当）	・エリア的にインバウンド需要はほぼなく、この秋以降も県外流出の傾向は続くと思われる。百貨店の場合、物産展等の大型集客策がない時期が特に集客面で厳しい。
▲	スーパー（店長）	・商品の1品単価が上昇し続けており、現状の物価高を賃金上昇率で補えていない。
▲	スーパー（業務開発担当）	・地方では所得が伸びないため、購入量を控えて家計を守る。特に食品は買い回りをしても、1円でも安い物を買うなど、節約が徹底されており、この傾向は今後一層強まる。
▲	スーパー（財務担当）	・物価の上昇が続くなか、消費者の節約志向がますます強まり、消費の2極化による買い回りにより売上が前年割れとなる。
▲	乗用車販売店（店長）	・人手不足が店舗運営の足かせとなっており、半期決算時期を迎えても、売上を大幅に伸ばせる状況ではない。効率化を図っているが限界がある。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・このまま物価高が続くと、経費の部分が増え、利益が下がっていき、余り良くない方向へ向かいかねない。
▲	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・G7広島サミットがない今年も当県への修学旅行客が減少している。
▲	一般レストラン（経営者）	・インバウンドによる売上の増加が期待できず、固定客のリピートを重視しないといけない地方都市では、度重なる食品の値上げや電気料金の上昇など、日常生活に必要な支出が増加すると、外出してランチやディナーを利用する回数や金額が減少する。
▲	都市型ホテル（総支配人）	・予約ペースが7月から鈍化している。稼働率は期待値より3%前後下がる予想である。
▲	旅行代理店（経営者）	・旅行費用が減少しつつある。
▲	タクシー運転手	・秋の行楽シーズンに向けて、人が更に集まるようになる。
▲	通信会社（広報担当）	・光熱費を含む物価上昇があり、それに伴い、買い控えが続いている状況である。

	▲	ゴルフ場（営業担当）	・6月は天候不順による来客数、特にインバウンドが減少している。7～8月は、梅雨が明けているので、予約が伸びることを期待している。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後は今月開催されたG1競走ほど売上が見込めるレースが開催されないため、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・現状が続くのであれば、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・生活費が増えているが、所得自体はなかなか上昇しないのが現状である。雇用が難しく、人材難が続く。
	▲	住宅販売会社（住宅設計担当）	・物価上昇に対し、所得が大幅に増えることがないため、今後の販売量の減少が予測される。
	×	コンビニ（エリア担当）	・3月以降、来客数は減少が続いており、今月も工事の関係で減少している。特に、たばこの売上が悪いいため、この売上が回復すれば、前年並みの売上が確保できるとみられる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・景気が良くなる状況が全く見通せない。
	×	その他飲食 [喫茶店]	・客が節約志向にある。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・生産計画では、3か月後はもっと忙しくなる予定である。
	○	繊維工業（財務担当）	・賃上げ、製品の販売価格の改正、パリオリンピック需要の好循環が期待される。
	○	化学工業（総務担当）	・自動車業界には先行き不透明感があるが、今後、少しずつ良い方向に向かうとみられる。
	○	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・輸出入向け製品の受注があり、やや多忙な状況となる見込みである。
	○	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料関係の素材受注は、今後増加すると想定している。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・協力会社からの長期内示がある。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	会計事務所（経営者）	・人件費負担増や調達コストの上昇も一巡し、労働時間制約も時間の経過とともに対応策が固まる。経営環境は落ち着いてくる。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・住宅業界として、今後も円安状態が続く、新設住宅着工戸数が低迷のまま、現状では景気の回復は望めないが、一部で回復の兆しもある。
	□	化学工業（総務担当）	・円安が継続している。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・受注動向には、余り良い兆しが見当たらない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足が解消しないこともあり、景気は横ばいが続くともみられる。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・営業からは景気の上振れ、下振れの要因は聞いていない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・自社の受注・販売状況から、国内は減少が予測されるが、海外は増加が見込めるため、大きな変化がないと見通している。
	□	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がない。
	□	建設業（経営者）	・客が投資を継続しているため、景気は良くもならないが悪くもならない。
	□	建設業（総務担当）	・しばらくは現状が続く。
	□	輸送業（業務推進担当）	・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。
	□	輸送業（営業担当）	・夏以降は大きな新規受注がなく、堅調に推移する見込みのため、景気は変わらない。
□	通信業（企画担当）	・電気料金の高騰リスクが落ち着き、計画的な企業のデータセンターニーズは継続するものとみられる。クラウドとデータセンターのハイブリッド利用も増加しており、データセンター内で提供中のプライベートクラウドも引き続き多くの引き合いが予想される。	
□	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要が落ち着く時期なので、余り変わらないと予測する。	
□	広告代理店（営業担当）	・円が対ユーロで最安値を更新し、当面は物価高の影響が懸念される。	

	▲	食料品製造業（経営者）	・今後も値上げがある状況で、量目を大幅に減少しても、売れる価格帯を維持していく取組をする必要があり、当面は厳しい状況が続く。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の設備投資再開にはまだ期間を要すること、また、生産調整もしばらく継続する見通しのため、景気が良くなる材料は当面ない。
	▲	建設業	・物価上昇等の影響があるのではないかと考える。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・現状の賃上げや定額減税は、消費姿勢を好転させるには力不足と考える。
	×	金融業（支店長）	・当地区の大手化学メーカーのプラント撤退後の状況が不透明であり、現状が続くと想定すれば、協力会社の景気の更なる悪化が予想される。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・求人者数・求職者数共に増加傾向にある。ただし、マッチングは相変わらず苦戦している。求人ニーズ・求職ニーズがそれぞれ具体化・詳細化しているためと考えられる。
	○	求人情報誌製作会社（総務担当）	・いろいろな面で景気の先行指標とみられる求人広告数が微増傾向にあるため、景気はやや良くなる。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・夏のボーナス時期に向け、転職潜在層が具体的にアクションを起こし、採用者側も人員計画の見直し等を行い、採用ニーズが活発化する可能性がある。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・2～3か月のうちにマーケット環境が急激に変化する要因が見当たらない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・前年も売手市場であったが、今年は早期化が進んだこともあり、更に売手市場となった。6月末時点で採用人数に達していない企業が多く、採用活動は秋まで続く模様である。今後ますます人手不足は深刻化し、国内だけの採用では賄えない時代が近づきつつある。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・6月の定額減税がどの程度効果があるのかによるが、いずれにしても物価高、政局不安などの要素があり、当面は現状維持とみられる。
	□	職業安定所（職員）	・製造業の元気がなく、改善の兆しがない。
	□	職業安定所（事業所担当）	・来春新規高卒予定者の求人受理件数が前年より増加しており、人手不足を背景に企業の採用意欲は依然として高い。円安の影響による物価高などの懸念材料が多く、消費活動の低迷は不可避な状況である。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・採用活動を継続しても応募がない、あるいは、妥協して採用をしないというケースが増えてきており、事業拡大の意欲があっても、人手が足りないことから需要を取り込めていない企業も目立ち、売上増加には結び付いていない。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・就職活動中の学生の内定率は順調に上昇すると予想されるが、新卒者の絶対数が減少しているため、企業側は必要な労働力を確保することが難しく、景気は停滞するとみられる。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	・求人数の減少は、自動車業界の不正問題など特定の要因によるものもあるが、幅広い業種で減少しており、改善する気配はない。
	▲	求人情報誌製作会社（大卒就職支援担当）	・大きな流れは変わらず、労働力人口減少に対する企業側の変化が求められていると強く感じる。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・物価の上昇が賃金の上昇を上回っており、実質賃金が上昇していない。定額減税についても政治に対する不信感が強い。そのため、景気が良くなる材料は見受けられない。
		×	—