

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〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・例年と比べ会社の設立が多いように感じる。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・店内各種イベントに対し、来客数が増加傾向にあることに加え、周辺地域のイベントも数年ぶりに復活し、人出も増加傾向にある。
	○	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・酷暑の影響はあるものの、前年同月と比較すると、景気は上向いている。客の外出も完全に新型コロナウイルス感染症発生以前の状態に戻り、婦人服販売も好調に推移している。
	○	百貨店（総務・経理担当）	来客数の動き	・観光客、特にインパウンドの来客数が明らかに増えている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ半年間、来客数の微減が続いていたが、今月の来客数は、前年と比べ、微増となっている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・気温の上昇で、飲料やアイスなど夏商材が前年比120%超えの売上となっている。梅雨の期間が前年と比べ短く、雨の影響が少なかったことも売上好調の要因となっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・ここ3か月間の来客数に変化はない。ただし、前年と比べ、客単価が50円程度上昇しているため、売上は前年を上回っている。理由は分からないが、今月はたばこの売行きが好調で、売上を押し上げている。
	○	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・暑いため、季節商材の販売量が伸び、売上全体が増加している。
	○	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・エアコン販売量が増え、全体の売上を底上げしている。冷蔵庫、洗濯機、テレビは前年並みとなっている。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・夏休みに入りやや好調である。
	○	観光型ホテル（副支配人）	お客様の様子	・夏休みに入り宿泊の予約の出足が遅かったが、徐々に問合せが増えてきている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・7月に入り、観光やレジャーで、多少は人の動きが良くなり、利用客も増加している。
	○	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたため、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	・夏休みに入っていくタイミングで、サービスの引き合いは増えている。
	○	テーマパーク（業務担当）	お客様の様子	・客の様子から判断すると、景気は上向きだと思うが、ここまでの週末の雨、更には梅雨明けからの暑さの影響で、来客数は減少している。
	○	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・一般レースの1日の平均売上が3か月前と比べ増加している。
	○	設計事務所	お客様の様子	・新規プロジェクトの相談も引き続き多い。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約受注が順調に伸びている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・夏のイベント時には一時的に通行量が増えるが、売上にはつながっておらず、客の財布のひもは固い。
□	一般小売店〔食品〕	来客数の動き	・来客数は増えず、横ばいの状況であり、前年割れが続いている。	
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	お客様の様子	・先日、業界の集まりがあり、意見交換をしたところ、国内の売上はインパウンド需要があるところを除いて、前年比マイナス、輸出は前年比プラスとなっている。インパウンドか、輸出に関わっていない業者は大変厳しい状態である。	
□	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・前年の夏休みに比べて、外出やイベントに対する客の反応が鈍い。酷暑や予算が影響している可能性がある。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・クリアランスセールで、一般客の商品の値引きが始まったが、来客数は伸びず、売上につながっていない。単品買いが多いこともあり、客単価が低く、商材も不足しているため、売上が確保できていない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・富裕層の動きは良いが、中間層の動きが鈍く、売上はほぼ前年並みで推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・値上げ基調は変わらず、客の所得水準が上がらないため、食への支出の節約志向は不変である。週末や割引日への客の集中傾向、買物頻度の減少が、来客数の推移からみて取れる。買上点数が上がらず、単価の上昇で売上を確保している状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・連日の猛暑のためか来客数が激減、売上も減少している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・記録的な猛暑もあり、来客数は減っている。客の節約志向は根強い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みだが、買上点数が伸びない。特売単価も前年より5～6ポイント上昇しており、点数が伸びない原因となっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・客単価が前年割れを起こしており、前々年からの値上げの効果も薄くなっている。客の買上点数を今後いかに増やしていくかがポイントである。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・展示会を開催したが、来客数が増加している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・特に景気の変動は感じない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生以前のように旅行など外出用に購入する客は増えているが、売上が元に戻ることはない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	お客様の様子	・パリオリンピックが始まると景気が良くなると思っていたが、客の熱気を感じる事ができず、映像関係の商品の売上も前年の60%程度にとどまり苦戦している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・猛暑により季節商品の動きが良くなり、また、パリオリンピックの開催でテレビの動きも良くなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（リース担当）	単価の動き	・物価の上昇が続いているため、景気は悪い状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・7月の販売量は前年比90%と厳しい状況になっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・新商品がないため、イベントを実施できない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・メーカーの認証不正問題などで、新型車が発売できず、販売できる車種も限られているため、販売量が増加しない。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・単価が高くなった分、売上は変わらないが、販売件数は減り、良いとも悪いとも言い難い。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・来客数は増えているが、メンテナンス等の相談が多く、商品の販売には至らない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	お客様の様子	・この時期は贈答品として白桃が売れるが、今年はグレードがさほど高くない物が売れており、お中元であっても客が幾らか節約しようとしているように見える。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	お客様の様子	・本来なら梅雨明けとともに夏商材の売上が急増するが、今夏は気温が高すぎて今のところ客の動きが鈍い。
<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	・夏休みに入り来客数は少しずつ増えているが、まとまった買物をする客は少なく、景気が大きく変わった様子はない。土日などに雨が多かったことも要因として考えられるが、客の財布事情や夏のボーナス後の買い回り状況は変わっていないように見える。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・暑いことや人々に金銭的に余裕がないことなどから、人出の多い日と少ない日ははっきりしている。

□	観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・前年度に比べ、来客数が急激に落ち込んでいる。
□	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・最近の天候不順の影響で、夏休みの旅行取消しが多くなっている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・景気が悪くなっていくとは思わないが、良くなるとも思わない。タクシー業界は、景気ではなく、天候の状況や一時的なことで恩恵を受けることがある。当市が年頭の大手米国紙の記事で紹介されたことが外国人観光客や国内の観光客を刺激して観光のきっかけになればと期待していたが、まだタクシーの利用実績に反映されていない。
□	通信会社(総務担当)	お客様の様子	・顧客の動きに変化がない。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・家計の緊縮が一旦下げ止まった感がある。
□	放送通信サービス(総務経理担当)	お客様の様子	・利用料金の延滞率や延滞回収率はほぼ横ばいである。
□	美容室(経営者)	お客様の様子	・客の生活スタイルや金の使い方に余り変化がない。
□	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・予算面の制約はあるが、来場者数は増加傾向にある。
□	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・コロナ禍で凍結していた新築の住宅やテナントビルプロジェクトが動き出したが、ここ数年の建築費の高騰により、大幅な見直しをかけている。
□	住宅販売会社(事業推進担当)	来客数の動き	・継続した物価高騰の影響で、販売単価を上げざるを得ない状況が続いている。客に購入意欲はあるが、先行き不安より、欲しい物が購入できていない。
□	住宅販売会社(住宅設計担当)	販売量の動き	・数か月前より販売量が減少しているが、回復の兆候がなく横ばい状況にある。
▲	商店街(理事)	来客数の動き	・暑い日が続き、客が外出しないため、来客数も増加しない。
▲	商店街(代表者)	単価の動き	・バーゲンセールの特典だが、安い商品であってもなかなか購入してもらえない。次また来るといって、商品を購入せずに店を出る客がたくさんいる状況である。
▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・客の節約志向が予想以上に続いている。
▲	一般小売店[眼鏡](経営者)	単価の動き	・商品価格が値上がりしているため、販売しづらくなっている。
▲	一般小売店[洋裁附属品](経営者)	来客数の動き	・暑いため、外出者が徐々に減り、売上も減少気味である。
▲	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・今月に入り、来客数が天候に大きく左右されている。大雨で公共交通機関がストップしてしまうと、一気に来客数は減少する。週末の来客数は前年を超えているが、セール品が好調ではなく、客は定価、セール関係なく必要な商品だけを購入している。
▲	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・商品単価は上昇しているが、販売点数が大幅な減少傾向にある。
▲	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・ラグジュアリーのバッグや美術品など数百万円の商品が売れたが、売上は前年を下回った。
▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・前年と比べ、来客数が5%ほど落ちており、買上点数も前年割れを起こしている状況である。
▲	スーパー(財務担当)	販売量の動き	・現状、1品単価が前年比101.9%前後で推移しているため、売上は前年実績を上回っているものの、低価格志向による買い回りにより、1人当たりの買上点数の前年割れが続いている。
▲	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・電気料金補助終了や物価高騰の影響で、来客数が伸び悩んでいる。
▲	乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・生産停止などの影響で、景気はやや悪くなっている。

	▲	乗用車販売店 (店長)	それ以外	・今年度に入って人手不足による業務過多が発生しており、余裕がなくなっている。早急な人員確保を行っているが、解消には至っていない。
	▲	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・来客数の減少があり、販売状況にも影響している。市場の動向が悪化している様子でもないが、苦戦を強いられている。
	▲	その他専門店 [和菓子] (経営者)	販売量の動き	・暑さの影響で、客の購買意欲が減退している。
	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・7月前半の来客数は、前年と比べ、10%以上増加していた。しかし、第3週の週末に学校が夏休みに入ってから、連日の猛暑やパリオリンピックのテレビ放映もあり、客が外食より内食を選択するようになった。このため、ファミリー客が大幅に減少し、ディナータイムの売上も大幅な前年割れとなった。こうした傾向は第4週の週末まで続き、売上は前年の75%まで落ち込んでいる。
	▲	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・何もかもが値上がりで採算が合わない。
	▲	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・一般の来客数が減少している。梅雨での豪雨や真夏日の連続で、昼の来客状況が非常に悪い。
	▲	都市型ホテル (宿泊担当)	販売量の動き	・国内、海外共に個人旅行の稼働が低く、訴求型の商品においても大きな効果がみられない。
	▲	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・春先からのインバウンド需要も下火となるなか、国内のプレジャーユースもアフターコロナの旅行需要が一段落し動きが鈍化している。
	▲	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・レストランの来客数を前年と比べた場合、3か月前は5%から10%伸びていたが、現在は前年並み若しくは1%から2%減少している。
	▲	旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・個人旅行の繁忙期である夏旅商戦について、海外旅行を中心に引き続き苦戦しており、2019年比50%を切るほど状況が悪い。国内旅行でカバーできる状況でもなく、オリンピックイヤーということで上半期は厳しい状況での展開を予測している。
	▲	タクシー会社 (営業所長)	来客数の動き	・前年比マイナスであり、猛暑による需要も伸びていない。インバウンド需要も降雨によるキャンセルが出るなどこれからの動きに不安がある。
	▲	通信会社(広報担当)	お客様の様子	・全体的な物価高騰で買い控えが進んでいる。
	▲	ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・梅雨の間は、大雨で、梅雨明け後、急に暑くなり予約が伸びなくなった。
	▲	美容室(経営者)	来客数の動き	・7月に入り、来客数が少し増加したが、料金の高いメニューを選択する客が余りおらず、苦戦している。
	×	*	*	*
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具 製造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・景気は順調に推移している。
	○	繊維工業(財務 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・最低賃金の上昇や販売価格の改定などが活発になっている。
	○	輸送業	受注量や販売量 の動き	・受注が増えている。
	○	通信業(企画担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・データセンターに加えて、クラウドをハイブリッドで利用するニーズが増えてきている。自社運用から外部運用へ検討する客も増えてきており、取引量、販売価格共に増加する傾向にある。
	□	農林水産業(従 業員)	受注量や販売量 の動き	・何か物がよく売れたりするようなことはない。
	□	木材木製品製造 業(経理担当)	受注価格や販売 価格の動き	・新設住宅着工戸数が、依然として低調に推移し、横ばいである。円安、原油価格高騰もそのまま、景気としては変わらない状態が続いている。
	□	化学工業(総務 担当)	取引先の様子	・価格面に落ち着きが見られるが、廃業する企業も増えてきている。
	□	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	・鉄鋼業向け大口案件もなく、生産量は低位で安定している。

	□	鉄鋼業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・人手不足による荷動き低調が継続し、大きな盛り上がりはない。
	□	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か月で変わっていない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・前年から引き続き取引先の生産調整等により新規受注量が伸び悩んでいる。
	□	建設業（経営者）	それ以外	・どの企業も新卒の初任給の引上げを実施していることから、投資の余力があると察する。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・予定物件も含め、技術職の稼働が目一杯の状況が継続している。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・特に景気に関する大きなプラス要素もなく、取引先に目立った動きもない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・顧客の動きが停滞している様子で、堅調ではあるが、横ばいな印象を受ける。
	□	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・賃上げの動きはあるものの、依然として続く物価高がマインドの改善を阻害している。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量がほぼ停滞状態となっている。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・リース、物流等の車関連事業が上向かない。他方、M&A件数は増加し、仲介事業が増加している。好不調が併存している状況である。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・異常な暑さや集中豪雨などにより、一部高速道路が寸断したり、受注管理に支障が出たりしている。また、値上げ後の商品の動きが悪く、物量が大幅に減少しており、大変厳しい状況が継続している。
	▲	金融業（支店長）	取引先の様子	・原材料価格の高騰を売価に転嫁できておらず、利益率が大幅に低下している。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・1か月前と比べ、来客数は約10%、成約件数は約3%落ち込んでいる。
	×	一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・国内需要、北米需要共に減少傾向である。
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件数が前年同月比303%、前月比104%となっている。転職に対するネガティブ要素が徐々に薄れて、転職はポジティブなものという認識に変わりつつある。
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・前年と比べ、受注数が20%程度減少して推移している。特に取引先からの新たな枠の引き合いが弱い。コロナ禍を経て発生した人材不足は、おおむね収まったとみられる。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	それ以外	・求人数の増減もさる事ながら、広告費等へ費用を掛ける動きが横ばいなし減少傾向にある。
	□	求人情報誌製作会社（大卒就職支援担当）	採用者数の動き	・採用者数が採用目標人数に達していない企業が多く、翌年以降の事業への影響が考えられる。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	雇用形態の様子	・新卒採用がほぼ終了しているが、採用予定数に満たない企業が前年以上に多い。プレサイト期間の早期選考で、解禁日の3月1日時点で内定率は3割、3月末時点では4割という近年では最も高い内定率を誇った。1人当たりの内定保有企業数は2.6社、早々に内定を獲得した学生で就職活動を続けているのはその内の3割となっている。そのため、説明会を開催しても学生が集まらず、中途採用に切り替えたり、学校にお願いに行く企業も増加している。また、年内まで新卒採用活動を続行するという企業もある。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・企業の採用意欲、設備投資、個人消費の動きは横ばいである。また、減税、賃上げ効果が現れている様子はみられない。
	□	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をみると、前年比10.1%の減少、有効求人倍率は前年比で0.03ポイント減少しているものの、来春新規高校卒予定者の求人受理件数は、10%程度増加している。

□	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・人材採用ニーズは旺盛であるものの、募集要件が高止まりしており、採用に結び付かない場面が増えてきている。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求職者数の動き	・一般企業就職希望者の多くは4月以降、順調に内々定を得ている。その傾向に特に変化がないため、景気の動向には変化がないとみられる。
▲	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・各企業の求人需要は引き続き強い状況にあるようだが、業績が好調な企業ばかりではないようで、派遣社員のスタートが計画どおり伸びていない。
×	—	—	—