

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)	◎	－	－
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・ 気候が良くなり、来客数が少しずつ増加している。商店街では外国からの客も見掛けるようになっている。
	○	コンビニ（店長）	・ インバウンドの増加は想定より多い。国内旅行客も順調に推移している。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・ 朝夕の来客数が増加している。事業所や工場に出入りする人が増えており、主食中心に購入が増加している。また、観光やスポーツイベントも活発になると予想されるため、景気が上向くとみている。物価高もあるが、単価が必然的に上がっているため、来客数増加はプラス材料である。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・ 現在は景気が良くない状況であるが、例年だと5月になれば回復してくるとみられる。ここ1～2か月が踏ん張り時で重要な月になってくる。何とか持ちこたえたい。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・ 大阪・関西万博の開催で外国人観光客を含めた来客数増加が期待できる。
	○	バー（経営者）	・ 来客数が増加する。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・ 7月後半から8月上旬にかけてインターハイが開催予定で、先行予約も堅調に推移している。一方、大阪・関西万博開催による夏休み期間のファミリー層を始めとした観光客層の動向に不透明感が残る。
	○	タクシー会社（営業所長）	・ 芸術祭の影響で需要が高まることに期待している。
	○	観光名所（館長）	・ インバウンドを含め、人に動きが出てきている。
	□	商店街（理事）	・ 景気が良くなる要因が見当たらないため、景気は変わらない。
	□	一般小売店〔食品〕	・ 4月以降も商品の値上げが続いているが、収入は伸びていないため、来客数の増加には厳しい状況が続くとみられる。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・ 6月に抹茶の新茶の時期を迎えるが、抹茶ブームの影響で茶の相場が上がりそうで、仕入れを心配している。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・ 例年夏場は景気が後退する。
	□	百貨店（広報担当）	・ 米国の関税問題がどのような影響をもたらすのかは不透明であるものの、2～3か月先は、まだ大きな変化はないと見込んでいる。
	□	百貨店（営業担当）	・ おすすめ商品だからといって、客が購入することはほとんどなく、必要な商品を必要ときに購入している。
	□	百貨店（総務・経理担当）	・ 円高傾向を含め、インバウンド需要が落ち込むとみられる。
	□	百貨店（売場担当）	・ 様々な分野での値上がりは、百貨店には逆風であり、婦人服や一部し好品においては、今後も厳しい状況が続く。
	□	百貨店（外商担当）	・ 株価が安定せず、生活必需品の値上げが拡大しているため、客の消費意欲が上がらない。
	□	スーパー（店長）	・ 値上げと収入面でのバランスが取れておらず、引き続き現状の生活スタイルは変わらないとみられる。食料品は節約してでも必需であるが、住居余暇商品、衣料品については、販売点数も減少傾向であり、今後も伸長するという見通しはない。
	□	スーパー（店長）	・ 大きな景気対策などはなく、景気が回復する要因がない。
	□	スーパー（業務開発担当）	・ 販売価格への転嫁が進み、売上は増収となっているが、販管費の転嫁までは進んでいないため、経営的に厳しい環境が続く。また、同業他社やドラッグストア、ディスカウントストアとの戦いも一層厳しくなってくる。
	□	スーパー（営業システム担当）	・ 大型のディスカウントストアが近くにできるため、価格競争の傾向が更に強まる。品質に対して相対的な安さを打ち出すが、低価格で提供する店舗への客の流出は免れないとみられる。
	□	スーパー（販売担当）	・ メーカーの商品開発が鈍化し、それに伴い展示会などのイベントも減っており、悪循環になりつつある。

□	スーパー（販売担当）	・米国の関税がどのように影響するのか不透明であり、ガソリン価格や光熱費などの上昇が続くなか、政府補助金では消費が上向くとは考えにくい。
□	コンビニ（エリア担当）	・前年の売上が悪かったため、今年はその反動で前年を上回っている。また、競合店が数日休業して客が流れてきたことやふだん来ない客の来店があったことも、売上増加の要因となっている。2～3か月後の景気がどうなるかは、店の近くで工事があるかないかに左右されるため分からない。
□	衣料品専門店（経営者）	・保険料が上がり、賃上げしても実質的な手取りが増えない。
□	衣料品専門店（代表）	・減税なくして消費は増えないとみられる。
□	家電量販店（店長）	・依然として、客に節約志向が根付いており、商品値上げの影響も大きく、客が必要最低限の商品しか購入しない状況が続く。
□	家電量販店（企画担当）	・減税や給付金などで景気に刺激を与え、市場に明るさを取り戻さないと、景気は良くならない。
□	家電量販店（副店長）	・単価は上がってきているが、来客数は前年割れのため景気は変わらないとみられる。
□	乗用車販売店（経営者）	・商品の仕入価格が高止まりしているため、販売しても利益が薄い。
□	乗用車販売店（業務担当）	・物価上昇とセットで賃金が上がっていかないと、現状と同じ状況が当面続いていく。
□	乗用車販売店（営業担当）	・生活用品や食品、酒類の価格が上がる一方、賃上げが追いついていないとの声が多く聞かれる。ガソリン価格は下がるようであるが、景気が上向く期待は持てない。
□	乗用車販売店（リース担当）	・景気が良くなることが何も起きそうにないため、景気は現状維持、あるいは更に悪くなる。
□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・米国の関税の報道など暗くなるニュースばかりで、景気が良くなるとは考えられず、客の話題もそればかりである。
□	高級レストラン（事業戦略担当）	・ターミナル駅の新施設ができてから来客数が激減しており、しばらくこの状況が続くとみられる。
□	一般レストラン（店長）	・来客数の減少はしばらく続くとみられる。インバウンドのキャンセルも例年と比べて増えており、大阪・関西万博の影響なのか、行程変更でのキャンセルが多い印象である。
□	旅行代理店（支店長）	・世界経済が混乱し、不透明な状況がそのまま旅行需要、特に海外旅行へ影響を及ぼしており、回復基調にない。これから繁忙期の夏商戦に入り、国内旅行は前年同期並みであるが、海外旅行は前年を割っており苦戦している。
□	タクシー運転手	・人の動きがどうなるか予測できない。
□	タクシー運転手	・景気が上向く要因が見当たらない。
□	通信会社（総務担当）	・ここ数か月を見ると、景気が上向いている実感はなく、国が景気を良くするための施策を実行する気配もみられない。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	・米国の関税などのマクロ経済の影響が、家計にどのタイミングで波及するか注視する必要がある。
□	通信会社（企画担当）	・サービス自体の値上げに踏み切っており、容易な訴求が難しくなっている。
□	通信会社（企画・総務担当）	・価格を追求する層と情報速度といった品質を追求する層の2極化は今後も継続する。
□	テーマパーク（営業担当）	・しばらく繁忙期が続くが、ゴールデンウィークの並びや大阪・関西万博の影響が未知数である。
□	美容室（経営者）	・客の節約が続いており、2～3か月では客の生活は変わらない。
□	設計事務所	・今の状況では見通しが立たないため、計画どおりに進んでいるだけで、動きがあれば良くも悪くもなる。
□	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰が止まらない状況なので、プロジェクトの見直しや中断をするケースがほとんどである。
□	住宅販売会社（従業員）	・物価が落ち着き、政府の生活支援政策が決まるまでは低調に推移するものとみられる。
□	住宅販売会社（事業推進担当）	・米国の関税の影響が個人にまで及んでいるため、良くなる可能性は低いと考えるが、今が底ではないかとみられる。
▲	商店街（代表者）	・プレミアムポイント還元事業が予算額に達したことから、予定より2か月ほど終了が早まった反動が予想される。
▲	商店街（代表者）	・客は欲しい商品があっても購入しない。
▲	商店街（代表者）	・米国の関税引上げが懸念材料となっている。

▲	百貨店（売場担当）	・客の動向として、日頃の生活必需品は節約志向になっているが、イベントとなると一気に金を使うメリハリのある消費行動が顕著になっている。このような状況は当分続くとみられる。
▲	スーパー（店長）	・来客数は前年並みであるが、販売点数が落ち込んでいる。米の価格が2倍となり、商品も不足している。
▲	スーパー（店長）	・節約志向が更に高まり、プライベートブランドの構成比が前年比で非常に伸びている。また、特売日と割引日に客が集中している状況も続いている。
▲	スーパー（店長）	・米を中心に商品の価格上昇に歯止めがかからない。また、余分な買物はしていないことが数値にも反映している。
▲	スーパー（財務担当）	・野菜の出荷量が増加し、1品単価が下落することが予想され、物価上昇による節約とあいまって、客単価が下落する。
▲	コンビニ（支店長）	・米国の関税による買い控えを懸念している。
▲	衣料品専門店（経営者）	・米国の関税の影響を受ける人が多く、楽観できない。
▲	乗用車販売店（統括）	・客の動きが鈍い。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・直接的な米国の関税の影響はまだないが、これからが不安である。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・世の中のいろいろな情勢により、良い方向に向いているとは到底思えない。今後も良くなる要素は見いだせず、まだ悪くなるとみられる。
▲	一般レストラン（経営者）	・4月に値上げをしたが、その影響が出てくるのは2～3か月後になると予測しており、客の来店回数や来客数の減少、客単価の低下を心配している。
▲	一般レストラン（経営者）	・物価上昇や米国の関税引上げなどもあり、景気は良くならない。
▲	観光型ホテル（副支配人）	・今年は大阪・関西万博があるため、夏季の休みになると観光客はそちらへ流れていくようにみられる。
▲	都市型ホテル（総支配人）	・4月や5月と比べ6月以降の宿泊の予約ペースが非常に遅く、前年と比べても20%前後下回っている。
▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・インバウンド需要が落ち着く時期となり、ビジネス利用が主体となることで、単価は今月よりも下がると予測している。
▲	旅行代理店（経営者）	・景気が良くなる要因はなく、企業が旅行に使う金がない。中小企業や個人も倒産を恐れている。
▲	通信会社（工事担当）	・米国の関税によるしわ寄せがくる。
▲	通信会社（営業担当）	・当面物価上昇に対する手立てがなく、より悪化するとみられる。
▲	テーマパーク（業務担当）	・連休明けに来客数は一旦落ち着き、暑さが厳しいようであれば減少するとみられる。
▲	観光名所（観光振興担当）	・商売をしている客の会話の内容が、常に米国の関税の影響で、余計に不安になる。
▲	ゴルフ場（営業担当）	・前年のような猛暑が懸念されているため、7～8月の予約状況は良くない。直前の天候次第で変わるとみられる。
▲	競艇場（企画営業担当）	・今月と同等の売上が見込めるレースの開催予定がないため、景気はやや悪くなる。
▲	美容室（経営者）	・メディア情報から景気が良くないと判断し、物価上昇が容赦なく家庭状況に反映され、非常に悪い方向に進んでいる様子である。
▲	美容室（経営者）	・客の美容院への来店頻度が1か月に1回から2か月に1回、あるいは2か月半に1回に減少する可能性がある。
▲	住宅販売会社（住宅設計担当）	・来客数の減少が続くのであれば、それに比例して悪くなるため、直近の動きを注視したい。
×	商店街（代表者）	・米国の関税引上げで消費が更に冷え込むため、景気は悪くなる。
×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・今以上に物価が上がり、買い控えの傾向が続く。
×	家電量販店（販売担当）	・給付金がないと景気は悪くなる。
×	自動車備品販売店（経営者）	・5月からガソリン価格や電気代が安くなることが、政府は対策と考えているが、備蓄米を放出しても主食の米の売価は変わらないため、ガソリン価格や電気代が多少安くなっても、消費者の購買意欲は下がる一方である。

	×	住関連専門店（営業担当）	・米国の関税等のニュースが報道されることでの消費の落ち込みが懸念される。
	×	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・経済対策の効果がないと景気は冷え込む一方である。
	×	一般レストラン（経営者）	・今年の新米ができるまでに米がなくなる不安がある。
	×	通信会社（広報担当）	・長年使うと安くなるものだという感覚を客が持っており、物価上昇の影響で製品に価格転嫁すると、もっと安い物を探す行動に出るため、景気は後退していく。
	×	設計事務所（経営者）	・収入が増加しないため、客が委縮している。しばらくは客の意識が購入に向かない。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が出る関係で、秋に向けて忙しくなる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	□	農林水産業（従業員）	・何も好転する要素がない。
	□	食料品製造業（営業担当）	・価格改定の予定があり、前年を維持できるか不透明である。
	□	繊維工業（財務担当）	・先行きが不透明である。
	□	化学工業（総務担当）	・取引先からの受注や仕入状況に大きな変化はみられない。先行きも変化がみられない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口注文、輸出の引き合いなどの生産量拡大情報がない。
	□	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はない。
	□	建設業（経営者）	・プロジェクトは中止ではなく延期となっているが、その間いろいろな方面での施策が打ち出されている。
	□	建設業（総務担当）	・しばらく変化はないと予測している。
	□	輸送業（業務推進担当）	・特に大きなプラス・マイナスの要素はなく、取引先の動向にも目立った様子はない。
	□	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要は落ち着く時期なので、余り変わらないと予測する。
	▲	食料品製造業（経営者）	・物価上昇のニュースが多く、所得が増加しない状況で、客が節約せざるを得ない状況が続くそうである。
	▲	化学工業（総務担当）	・米国の関税引上げによる影響が懸念される。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	・対米輸出が低調になる懸念がある。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・円高基調が続くそうである。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・米国の関税によって客先の受注にどのような影響が出るのか注視する必要はあるが、関税がプラスに働くことはまずない。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・米国の関税の問題による出荷減少、生産計画減少が更に大きくなると予測している。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・物価高がいつまで続くのか、また、為替の動向により良くなる見通しが立たない。
	▲	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先の内示情報から判断すると景気は良くならない。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・米国向け製品への関税の影響が懸念される。
	▲	建設業	・多種多様なものの物価上昇が続いている。
	▲	輸送業（企画担当）	・米国政権の政策動向により、景気の先行きに不安を感じている。
	▲	輸送業（営業担当）	・米国の関税政策により製造業の客の輸出意欲が急速に冷え込んでいる。2～3か月後の新規の業務も見通せないため中止となっている。
	▲	通信業（企画担当）	・経済や政治に関する不安要素がなくならないと、客の消費動向に変化はないとみられる。
	▲	金融業（副支店長）	・人手不足による人件費高騰や原材料の高止まりの影響は中小・零細企業に直撃しており、将来的な景気はやや悪くなると考える。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・米国の関税政策により先行きの不透明感が強まり、積極的な投資が難しくなっている。
	▲	広告代理店（営業担当）	・年度初めということもあり、様子見している企業も多くあるが、前年と比べ受注数が圧倒的に減っている。
	▲	会計事務所（経営者）	・米国の関税問題の影響で客の経営環境が悪化すれば、受注量減少や単価低下のおそれがある。

雇用 関連 (中国)	×	*	*
	◎	—	—
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・ 求職者の転職活動において、ゴールデンウィークを過ぎた辺りから第2新卒や退職代行利用者の動きが活発化するため、転職マーケットは引き続き活性化すると予測する。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・ 全体的に企業は新卒者を積極的に採用する傾向にあり、就職活動中の学生が順調に内々定を得ることが見込まれる。
	□	人材派遣会社（支店長）	・ 繁忙期対応が収束し、やや落ち着く傾向である。これまで同様、求職者確保が課題である。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・ 米国の関税の動向次第では、製造業への人材派遣の需要が低下することを懸念しているが、国債の変動や米国と中国の関係性などが理由で、今のところその可能性は低いとみている。派遣先への時給の値上げ交渉の成果もあり、利益率は改善しているが、派遣スタッフの数は増えておらず、結果として業績は横ばいになるとみている。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・ 広告掲載が増加する確信が持てない。また、周辺企業との情報交換でも、状況は良くない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・ 企業にとって若年層の人手不足は続き、売手市場は継続する。学生の就職先選択の1番の条件が安定している企業であることから、中小企業を中心に初任給を引き上げた会社が多いが、入社数年目の若手社員との差別化が難しくなっているという新たな問題がある。しかし、結果的に大手企業だけでなく、中小企業を中心に就職活動をする学生が増加している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 人件費や原材料価格の高騰、米国の関税騒動等、想定外の状況に地域の製造業を中心に慎重姿勢がうかがえる。急激な変化にはならないものと予測する。
	□	職業安定所（職員）	・ 4月の新規求職者数は前年同期よりも少ない印象である。企業の人手不足感は相変わらず高く、2～3か月で改善する様子はみられない。
	□	職業安定所（事業所部門）	・ 長期的に不透明な状況は続き、2～3か月では大きな変化はないとみられる。
	□	職業安定所（事業所担当）	・ 米国の関税が、これから企業活動にどの程度の影響を及ぼすのか分からない状況であるが、影響が出てくるのは2～3か月先以降であるため、当面は、同じような状況が続くとみている。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	・ 現時点で米国の関税や円安の影響は一部の製造業にとどまっているが、どの業種も決して楽観視はしていない。今後はこれらの影響が顕在化し、雇用には大きな負の影響が現れるとみられる。ただし、労働市場全体の需給はひっ迫していることから、リーマンショック並みの状況にはならないとみている。
	▲	人材派遣会社（求職者対応）	・ 例年7～8月は応募数が減少する。
	▲	職業安定所（職員）	・ 有効求人倍率は1倍超えで推移しているものの、米国の関税の動向が不透明な状況にあり、自動車関連企業は残業を停止しているところもある。また、物価上昇に賃上げが追い付いていない状況があり、今後の景気に悪影響をもたらす。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	・ 米国の関税の影響で地場自動車メーカーが実質的に人員削減に踏み切った。自動車部品メーカーへの影響も懸念される。
	×	—	—