

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)	◎	－	－
	○	商店街（代表者）	・最近、飲食関係の新規店舗が開店し、空き店舗への問合せもある。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・波はあるが、来客数が少しずつ増加している。
	○	百貨店（広報担当）	・価格高騰に対する施策が実行されると期待する。
	○	百貨店（営業担当）	・競合店を含め、地域商業施設及び小売店での競争が激化している。それに伴い、地域マーケットや生活圏の変化が生じる。
	○	スーパー（店長）	・燃料油価格定額引下げ措置や備蓄米対応、賃上げなど、少しずつではあるが、景気回復への動きが見える。
	○	スーパー（販売担当）	・大阪・関西万博による経済効果が波及し、段々と良くなるとみられる。
	○	コンビニ（店長）	・季節は夏休みへと入り、ますます人の動きが活発になるとみられる。
	○	乗用車販売店（店長）	・販売可能車種が増え、販売促進先が広がる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・インバウンドが増えたことで来客数が増加しており、円安の影響で今後も増えることが見込まれる。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・ターミナル駅の大型施設の影響が緩んでくると、期待を込めて予測する。
	○	バー（経営者）	・来客数を増やすように接客の改善をしている。
	○	タクシー運転手	・ゴールデンウィーク明けで動きがはっきりしないが、夏に向けて人の動きが良くなる。
	○	通信会社（工事担当）	・客からの問合せが多い。
	○	通信会社（総務担当）	・備蓄米の早期放出対応や燃料油価格定額引下げ措置等で、今年よりも景気は良くなるとみられる。会社としては、情報通信業界の競争環境が変わらない限り、顧客の獲得において厳しさを増していくと考えている。
	○	住宅販売会社（従業員）	・米を中心とした物価上昇が落ち着くことで、回復基調に入るとみられる。
	□	商店街（理事）	・備蓄米の流通で、米の価格が少し安定する可能性はあるが、他の商品の価格が上昇傾向にあるため、客の目的買いは続く。
	□	商店街（代表者）	・米価格の高騰や米国の関税政策問題など不安定な面があるため、先行きが不透明である。
	□	一般小売店〔食品〕	・客の節約志向は依然続いており、今後もその傾向は続く予想される。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・材料の仕入価格が高騰している。
	□	百貨店（営業担当）	・今後は客が特定ブランド、特定の商品、特定のサイズ、特定の色というように、商品をより一層限定して購入するようになる。
	□	百貨店（外商担当）	・食品を含め、様々な商品の価格が上昇し、株価の動きも不安定であるため、客の購買意欲が湧かない。
	□	スーパー（店長）	・来月も値上げをするため売上は確保できるが、客が購入数量を減らしたり、安い商品を選ぶようになるため、厳しい状況になる。
	□	スーパー（店長）	・特売日に客が来店する傾向は続いており、必要最低限の買物で収めている様子である。
	□	スーパー（店長）	・値上げは今後も継続するとみられるが、収入面は伸長しない見込みである。食料品は必需品であるが、購入点数や客単価の低下など、更なる節約が進むとみられる。食以外のライフラインについても生活費を圧迫している。
	□	スーパー（販売担当）	・米価格がどのように変化するかによって、他の商品の販売量も変化するとみられる。
	□	スーパー（販売担当）	・物価高が続いており、客が衣料品は必要な物しか購入していないため、景気は余り良くならない。

<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・備蓄米の影響で米価格が下がったとしても、他の物価が上昇し続けている限り、消費が増加することはない。価格上昇もあって売上は上がっているが、販売数量は前年よりも少ない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・来週、再来週と多くの商品の値上げが控えている。商品の価格が1～2年前と比べて3～4割上昇しているため、今後かなり厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	・前年度は猛暑で来客数が多かったが、その裏年で苦戦が予想される。物価高も続いており、来客数の増加は期待できない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	・大きな変更要因が見いだせない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・商品の仕入価格が徐々に上昇しているが、販売価格は維持している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・中小企業は景気が良くなっていくイメージが見いだせない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・今まで景気が良くなる感覚を覚えたことがない。将来もずっとそうだろうと考えている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・減税されると購買意欲も高まると考えられるが、減税される見込みが全くない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・何らかの景気対策の効果がないと、先行きが不透明である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（副店長）	・来客数は前年の98%くらいで、ほぼ前年並みである。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・ここ数年、6月前後の販売が低迷している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	・生産が打ち切られる車種が多いため、今後も受注の伸びは余りない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・新型車も出ず、代わり映えのない状況が続くため、2～3か月は期待できない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・物価の上昇に対して所得が上がらないという声が多い。今後も苦しい状況が続くとみている客が多い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・先の景気状況は読めないが、来月は上向いてくれることを期待している。何とか立て直しをしていきたい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・いろいろと値上げが続くなか、観光や遊びに使える予算は増えていないとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今以上に悪くなるとは思えない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔革製品〕（店主）	・景気が悪い。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価高が続いていることと、光熱費が1年で最も高い時期が重なるのを考えると、かなり苦しい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・備蓄米の放出はあるが、ブランド米から備蓄米への切替えにはちゅうちょする。食材価格の高騰で利益の確保が困難な状況が続く。ゴールデンウィーク前の値上げにより、常連客の来店頻度が下がることが懸念材料となる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店長）	・駅ビルの影響を危惧しているが、予約状況は好調なので、トータルでは変わらないと予想している。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	・夏季休暇の時期は、関西方面へ旅行する人が増えそうである。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	・閑散期である6月が前年並みで推移しており、8月にはスポーツイベント等があるものの、前年のように猛暑による観光控えが懸念される。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・円高傾向ではあるが、物価が定着しない限り復調は期待できないため、いろいろな価格帯の商品をマーケットへ投入し、気運を醸成していく。
<input type="checkbox"/>	タクシー会社（営業所長）	・一旦インバウンドは落ち着くとみられる。梅雨シーズンでタクシー需要が一時的に高まる。大阪・関西万博の効果が期待したいが、まだ動きがない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・今年も暑い夏となり、一般家庭のエネルギー需要は高まる。一方で、燃料費の高止まりで節約志向がかなり強まると予想している。夏以降、当社のサービス価格も値上げを予定しているが、新規顧客の獲得は厳しいと考えている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画・総務担当）	・物価高に対する消費者マインドは継続するとみられるため、状況は現状と変わらない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（業務担当）	・梅雨時期の雨は週末に多く、その後の高温による外出控えなどが懸念される。

□	ゴルフ場（営業担当）	・7～8月の予約に伸びがなく、早期予約が減少し、直前予約が増えている。
□	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後の1日平均売上もほぼ横ばいとなる。
□	美容室（経営者）	・ここ数か月、物価がどんどん上昇し、客の節約傾向が続いているため、3か月くらいで景気は特に変化しない。
□	美容室（経営者）	・物価が下がらないと客の節約が続く。
□	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰から、設計が完了してから着工までの期間がこれまでの倍ほど掛かっている。物件数を多くこなすことが困難な状況が続いている。
▲	商店街（代表者）	・客が商品の購入を迷っている。
▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・いよいよ抹茶の在庫がなくなってきた。6月は新茶の季節であるが、茶価が相当に上がりそうで、仕入れが難しくなっている。大変不安である。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・レンズの高価格帯商品の売行きが悪くなった。
▲	百貨店（営業担当）	・円高の進行や株価の不安定な状況により、インバウンドや富裕層の消費にブレーキが掛かる懸念がある。
▲	百貨店（売場担当）	・百貨店を取り巻く環境は逆風要素が多く、いずれの商材も厳しい状況は続く。
▲	百貨店（売場担当）	・来客数、販売量共に前年を下回る。ギフト関連はさほど影響を感じないが、デイリー商材は不調である。イベントの動きも鈍くなってきた。
▲	スーパー（店長）	・客が商品単価の上昇に付いていけない。ここに来て、野菜の相場が下落したため、野菜の販売点数は向上しているが、一過性とみられる。
▲	スーパー（業務開発担当）	・食品価格の高騰で買い控えや安価な商品へのシフトが顕著であり、高齢化もあいまって販売数量の減少は続きそうである。
▲	スーパー（財務担当）	・青果の相場がほぼ前年並みに落ち着いてきており、備蓄米が出回れば米の価格も下落し、物価高騰による節約もあいまって、売上が減少する。
▲	家電量販店（企画担当）	・今年の夏は暑くなりそうで、電気料金の支払が増えると家電の購入に金を回すことができなくなる。政府には何らかの対策をしてほしい。
▲	乗用車販売店（リース担当）	・米国の関税政策などの問題で景気が良くなるとは思えないため、今よりも景気が悪くなる。
▲	乗用車販売店（統括）	・新型車が出ないなか、大変厳しい状況となっている。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・値上げしても追い付かず、どんどんジリ貧になっている。
▲	都市型ホテル（総支配人）	・6～7月の客室の予約ペースが、前年同月比で3～5%遅くなっている。
▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・夏休みやお盆期間においては、ファミリーやレジャーの需要に期待が持てるものの、秋の行楽シーズンまではビジネス等のシングル需要が増えるものと予測している。
▲	タクシー運転手	・現状が急展開するような気配はない。
▲	通信会社（広報担当）	・当社製品にかかわらず、価格の高騰に対して収入が追い付いていない。
▲	通信会社（営業担当）	・収入増加の兆しはなく、特に年金生活者においては節制が続き、若しくは、より厳しいものになると想定される。
▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・物価高騰を誘発する国際情勢次第で、家計の可処分所得が低下するおそれがある。
▲	テーマパーク（営業担当）	・繁忙期を過ぎ、また、周辺地域の観光要素の影響もある。
▲	美容室（経営者）	・全般的な物の価格高騰、コスト増加による資金繰りの悪化が大きい。
▲	設計事務所	・客の利益予想が下がることが確定すれば、案件が減るとみられる。
▲	設計事務所（経営者）	・今後も客の収入が伸びない状況が続くため、消費も伸び悩む。
▲	住宅販売会社（住宅設計担当）	・物価高騰の影響からの回復がみられず、苦戦状況は長期化するとみられる。
▲	住宅販売会社（事業推進担当）	・米国の関税の影響が一般市民の資金レベルにも及んでおり、今後は行政の交渉が良い方向に進む可能性が低いとみられる。

	×	商店街（代表者）	・景気が悪い状況で米国の関税政策問題が加わり、客の消費マインドがかなり冷えている。
	×	住関連専門店（営業担当）	・米国の関税のニュースが消費に影響を及ぼす。
	×	一般レストラン（経営者）	・夏のボーナスで客に金銭的な余裕ができるが、それは大企業に限ったことで、中小企業は厳しい状況が日常化する。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・秋に向けて忙しくなる。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	通信業（企画担当）	・データセンターの利用客から、データセンターを介したクラウド利用などの複合的なニーズが増加している。今後、生成AIの利用拡大によるデータ利用が増加することが見込まれており、データセンターニーズも更に高まるとみられる。
	□	農林水産業（従業員）	・好転する要素がない。
	□	繊維工業（財務担当）	・賃上げや輸送費の継続的上昇がコストに影響する。
	□	化学工業（総務担当）	・直接的な輸出入業務はないものの、取引先における影響は少なく、米国の関税問題で様子見の状況とみられる。ただし、米国の関税問題が落ち着けば、状況は上振れする可能性もある。
	□	化学工業（総務担当）	・米国の関税の動向が不透明である。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・発注先の故障した主要設備の稼働は可能との判断で、一定量の作業量は確保できる見込みである。このため、一層の減産は避けられそうである。大口引き合いの情報もなく、現在の生産水準が続く見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・受注等の好転材料が乏しい。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・各分野とも上向きの情報がなく、現状維持にとどまる。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・現時点で生産拠点の見直しを行うなど、米国の関税への対策を進めており、その対策により影響を最小限に抑えることが見込まれる。また、米国市場以外への販売活動の強化も行われるため、現状を維持できると見込んでいる。
	□	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はない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・今後の動向は分からないが、米国の関税により中国等の内需が高まれば、プリント基板製造装置関連の受注量増加が見込まれる。
	□	建設業（経営者）	・最低限の投資はどの企業も行っているように見える。
	□	建設業（総務担当）	・予定物件で技術者の稼働が目一杯の状態である。ただし、受注時期とボリュームは不明確な点が多い。物価上昇、適正な工期に関しては、発注者への理解が浸透している感触がある。
	□	輸送業（企画担当）	・米国の関税や政局の動向が懸念されるが、大きな影響はないとみる。
	□	輸送業（業務推進担当）	・特に大きなプラス、マイナスの要素もなく、取引先の動向にも目立った様子はない。
	□	金融業（経済産業調査担当）	・下振れ方向のリスク要因が多く、好転する材料が見当たらない。
	□	不動産業（総務担当）	・今月と同様に、賃貸住宅の需要が落ち着く時期のため、余り変わらないと予測する。
	▲	食料品製造業（経営者）	・全ての商品の価格が高騰し、消費動向が一段と厳しくなっている。生き残るためには、商品開発で価値を向上させる必要がある。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・直近で値上げの予定がある。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・米国の関税の影響で家電製品や耐久消費財の需要が落ち込む可能性がある。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・工作機械業界の客からの大型案件の受注が6月で終わるため、現状より生産量が減少することは避けられない。どれだけ他でカバーできるかはまだ不透明な状況である。
▲	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。	
▲	輸送業（営業担当）	・米国の関税の影響により、新規の業務引き合いの多くが中止、あるいは延期となっている。	
▲	金融業（副支店長）	・物価高騰や人件費高騰の影響は引き続き大きく、更なる景気悪化となることが予想される。	

	▲	広告代理店（営業担当）	・前年と比べて受注量が減っている。広告費を抑えている企業が多い印象である。
	▲	会計事務所（経営者）	・米国の関税問題があり、顧客企業の動向が不透明である。収束するか否かで大きな影響を受ける。最小限であってもマイナスの影響が予想される。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連  (中国)	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・転職を考える顕在層が夏のボーナスを軸に例年増えてくる。前年は5月と8月を比較して、求職者からの利用問合せ数が8月は220%アップした。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・米国の関税の動向が不明であるため先が見通せない。求人企業の需要に変化は今のところないが、自動車関連を中心に求人数を絞る動きが出ることを警戒している。
	□	人材派遣会社（支店長）	・求職者が増えてこない限り、景気が良くなることはない。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・県の補助金が求人広告利用社数の追い風となれば良くなるだろうが、今のところ補助金の効果ははっきりしない。
	□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・現状、2～3か月で見通しが変わる打開策などはない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒、中途いずれも求人数の増加が見込まれ、人材確保ができていない企業が多くなっている。こうした状況で、特に理系学生においてはジョブ型採用が進んでおり、あらかじめ企業を絞って就職活動をする傾向がある。中途も即戦力の20代後半から35歳未満は超売手市場で、今までに類を見ないほど活況を呈している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・輸出企業は注意深くなっているが、当面悪化する要因は見当たらない。あるとすれば、人手不足による経営への影響とみられる。
	□	職業安定所（事業所部門）	・米国の関税などの影響により、自動車関連企業など、製造業を中心にマイナス要素があり、建設業も人手不足と資材の高騰により不安感が強い。ただし、その影響が景気に反映するまでは、もう少し猶予があるようにみえる。
	□	職業安定所（事業所担当）	・米国の関税や物価上昇等により企業活動がこれから大きく影響を受けるという声は、管内企業からは今のところ聞こえてこない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・新規人材の採用よりも、雇用維持への懸念が高まっている業界や団体においては、行政との意見交換を行うなど、今後の成り行きを注視している状況であり、投資控えにもつながっている。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・一般企業を希望している学生の多くが内々定を得ており、企業からの求人にかたえられない状況が今後予想される。
	▲	人材派遣会社（求職者対応）	・例年夏に近づくと、求人数も求職者数も落ち着く。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	・今後は米国の関税の影響が顕在化するにつれ、派遣求人を含めた求人全般が落ち込むと見込んでいる。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税の影響が求人数の減少につながっている。物価は高騰を続けており、賃上げは追い付いていない。
	×	—	—