

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)	◎	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前年よりも販売数と来客数が伸びている。
	◎	その他小売 〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・売上、来客数共に上昇傾向である。外国人観光客も多い。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・オーバーツーリズムの影響で、大都市圏から外国人観光客が流れてきている。これまで見掛けなかった国籍の人々が増え、物販においても好影響がみられる。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年より3%増加しており、回復傾向となっている。野菜の値段が下がり、野菜中心の特売品が売れており、集客となっている。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・朝夕の来客数が増加している。公共工事や事業所への往来が増加しており、新型コロナウイルス感染症発生前の来客数を超えるようになってきている。
	○	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・販売できる車種の増加により、業界の景気は上向きと考えられる。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・収入が高くて安定している上場企業の社員や公務員などの宴会利用が前年比2けたの伸長となり、トータルの売上を支えている。食べ放題、飲み放題といった金額が決まっているメニューの利用ウエイトが高まり、平日のディナータイムの売上を支えている。一方で、一般客主体の週末のランチ利用は、日や週により売上の上下が激しく、予約宴会を除いた1人当たりの注文数は減少しているが、値上げによる客単価の上昇で歯止めがかかっている状況である。
	○	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・当施設の近隣でホテル観賞ができることから、それ目当ての宿泊や日帰りでの施設利用が増えている。
	○	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回復により、観光地周辺での利用が増加しており、外国人の利用が目立つ。一般注文に関しても前年より増加傾向にある。
	□	商店街（理事）	来客数の動き	・暑さの影響で客が外出することがなく、商店街の客足も良くない。物価高で買い控えやバーゲンセールまで待つ様子もあり、警戒心が強い。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・ベビー服と子供服の専門店だが、客の様子から、景気が若干良くなっている。以前とは違い、購入すると決めて来店する客が多い。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・5月後半以降、例年と比べて経営が非常に厳しかった飲食店が多く、国内外の観光客も6月中旬以降は少ない。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・新茶の時期になり、需要の高い抹茶の原料の仕入価格が倍になっている。今までと同じ品質の新茶の抹茶を倍の値段にしても売れるのかが不安材料となっている。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・これからますます暑くなり、売上増加は見込めない。
	□	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・大幅な増減がなく、前年並みでの推移が続いている。
	□	百貨店（外商担当）	単価の動き	・数か月前と比較して、富裕層の高額商品の購入が減少している。
	□	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・百数十万円の時計やブランドバッグが売れ、今月は前年並みの売上であるが、来月はまだ安心できない。
	□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・景気が後退している感覚はないものの、百貨店という小売業態に限って言えば非常に厳しい感覚はある。あらゆる消費財が値上がりしており、生活防衛上、百貨店で扱う少しぜいたくな品は避けられる傾向にある。

□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は前年の100%前後で推移しているが、販売点数は前年を大きく割っている。1品単価が上がっているため売上は前年並みを維持している。単価上昇に加え、今月は備蓄米の販売が全体の売上を押し上げている。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・食品の値上げが続き、商品が高くなったという客の声が相変わらず多い。父の日といった行催事と週末は前年超えの売上と来客数で推移しているが、平日は客の財布のひもが固く、売上の減少が大きい。備蓄米の販売に関しては、客から感謝の声がある。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・1品単価の上昇で売上の維持ができていない状況であり、売上点数は伸長していない。来客数は前年とほぼ変わらないが、来店頻度が低下している。値上げ基調のなか、低単価商品へ客の興味が向いており、今後も節約志向は変わらない。来店も割引デーに集中しており、まとめ買い傾向は強いままである。
□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・物価高により、生活必需品以外は買い控える状況に変化はない。
□	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・インバウンドが大阪・関西万博や首都圏等に偏り、観光を含めた地方への需要がない。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・諦めに近いムードが漂っている。
□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・来店喚起という企業努力に手応えを感じる。
□	衣料品専門店（代表）	お客様の様子	・物価高と増税により、使える金が減っている。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価上昇の影響なのか、生活必需品以外の商品が売れない状況である。
□	家電量販店（企画担当）	お客様の様子	・季節商材は好調であるが、暑さが前倒しになっている影響なので、特に景気政策が影響しているとはいえない。
□	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・エアコン、冷蔵庫、洗濯機の6月の売上が前年を割っているが、暑さが増して改善傾向である。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・高額ではない車の販売量が増えた。
□	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・メーカーの生産台数が決まっているため販売が伸びない。
□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・4月以降、来客数の減少に歯止めがかからない状況が続いている。市場動向も低迷しており、他の販売会社も苦戦している様子で、何とか例年の状況に回復させたい。
□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・物価高の影響で、意外な物まで高くなり、経費率が高まっている。
□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・地元からの来客数は安定しているが、観光客数が依然として少ない。そのため、鮮魚や野菜の売上は変わらないが、土産品やテイクアウトメニューの売上が悪い。
□	その他専門店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・当地では農繁期に入っており、来客数が減少している。
□	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・来客数が微減である。
□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・梅雨時期なので観光客は少なく、イベントがないと外出機会もなく、来客数は少ない。
□	その他飲食〔カフェ〕（店長）	お客様の様子	・開業したばかりなので、リピーターとして来店してもらえるかに懸かっている。
□	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・国内、海外共にレジャー需要が停滞しており、ビジネスにおいても販売量が伸び悩んでいる状態である。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・朝昼晩と乗車率が低下している。旅行客のタクシーの利用はなく、今後に期待する。
□	通信会社（総務担当）	それ以外	・物価高基調は変わらないとみているが、米価格やガソリン価格は低下している。企業としては顧客需要の増加はなく、中長期的に売上減少の予測を立てている。

□	通信会社（運用担当）	お客様の様子	・物価高により買い控えが続いている。
□	通信会社（企画担当）	来客数の動き	・大きな増減ということではないが、今年度に入ってから、来客数と問合せ数が好調なときはなく、低調なまま推移している。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料の延滞率と、その解消率共に大きな動きはない。
□	通信会社（企画・総務担当）	お客様の様子	・価格に敏感な様子は前月から変わらない。優待価格期間が終了すると解約しがちである。
□	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・今年は梅雨入りが早く、雨の日が多かった6月はキャンセルが発生し、来場者は若干少ない。梅雨明けも早いようなので、残りの日数で集客が伸び、例年並みと予想している。
□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・一般レースの1日平均売上がほぼ横ばいで推移している。
□	美容室（経営者）	お客様の様子	・景気が良くならない。客が節約志向である。
□	設計事務所	お客様の様子	・大型案件は数年延期の決定がみられ始めたが、限定的とみている。
□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・コロナ禍以降、新築住宅やリノベーションの引き合いが戻ってきたが、建設費の高騰で着工までの時間がこれまで以上に掛かっている。
□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・ここ数か月、来場者数が落ち込んだままで、今後も回復は見込めない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・米の価格が下がりつつあり、子育てグリーン住宅支援事業もスタートしたが、景気を底上げするほどの力はなく、状況は大きく変わっていない。
□	住宅販売会社（事業推進担当）	単価の動き	・物価高騰を含めた様々な要因で、単価は引き続き上昇しているため、当地では3000万円台の物件が減少し、何とか購入できていた世帯の来場につながっていない。また、世の情勢の先行き不透明感も不景気を助長している。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	競争相手の様子	・チラシの単価が以前よりも下がってきている。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・例年、夏場は来客数が落ち込むことが多い。
▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・お中元の数字は前年を割っており、客の来店頻度も低下し、売上も落ちている。
▲	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・衣料品の売上が前年を大きく下回っており、上向きになる兆候がみられない。
▲	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・食品の値上げで平均単価が6%強高くなっている。売上も同様の伸びながら、来客数は3%前後増加し、販売点数はようやく前年をクリアしている程度である。
▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・1品単価の上昇と来客数の増加で売上は前年を上回っているものの、物価上昇による節約で、1人当たりの買上点数が前年を下回る状況が続いている。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・着物で出掛ける機会は増えているが、客からは物価上昇で生活が大変という声が多い。
▲	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・6月の販売量は前年比90%で、依然厳しい状況が続いている。
▲	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・日本人観光客が減少し、外国人観光客が圧倒的に多くなっている。
▲	その他専門店〔革製品〕（店主）	お客様の様子	・欲しいより、必要な物が優先されているようにみられる。
▲	その他専門店〔宝石店〕（店員）	販売量の動き	・日用品の値上げが続いている。なくても困らないぜいたく品を扱う業種、また、金相場が大きく影響してくる業種なので、厳しくなるばかりである。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・参議院選挙が行われるが、どのような政治が行われていくのか不透明であり、明るい見通しばかりではないとみられる。

	▲	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・ 6月に入り、来客数の減少が大きく、前年比で約10%のマイナスとなっている。駅ビル開業の影響が徐々に出ていているとみる。
	▲	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・ 特に料飲部門の客足が前年比5%から10%減少している。
	▲	旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・ 物価高を受け、国内旅行を控える状況が顕著に表れ始めている。コロナ禍前の2019年の数値に達しておらず、減少傾向にある。海外旅行についても回復傾向になく、低価格商品や新たな観光商品を提案しても反応が薄い状況が続いている。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・ 人流が鈍く、売上が伸びない。物価上昇や梅雨時期の影響もある。
	▲	通信会社(広報担当)	お客様の様子	・ 機能ではなく、安さで選ぶ傾向がある。
	▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・ 月次支出を抑制する傾向が続いており、固定電話などの定期型のサービスを解約する客が増加している。
	▲	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・ 気象予報の影響が大きい。週末の天候不良によるキャンセルが発生している。また、少子化の影響なのか、子供の来場が減少傾向にある。
	▲	住宅販売会社 (住宅設計担当)	販売量の動き	・ 今年の1～3月と比べると、販売量が減少傾向にある。例年1～3月が決算期であると考え、例年どおりの動向ともいえる。
	×	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・ 商品価格が上がっており、来客数が減少している。他地域ではインバウンドの需要があるようだが、当県ではそうでもなく、来客数と売上が落ちている。賃金が上がっていないため、単価の高いコンビニに客の足が向かない。
	×	自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・ 商品仕入単価が上昇し、消費者の購買意欲は低くなり、中級品と高級品の販売が低迷している。低価格帯の商品は多少動くが、利益も少なくなるため厳しい状況である。
	×	観光型ホテル (予約担当)	単価の動き	・ 平日より4400円高く販売している土曜日の料金を、平日料金に下げるとかなりの予約が入る。
	×	美容室(経営者)	販売量の動き	・ 客は通常のペースで来店し、散髪、染髪といった施術にしか金を落とさない。新商品への反応は薄く、ここ数か月は物品販売の動きが良くない。
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	・ 地元の大手自動車メーカーの生産が落ち着いている。
	○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・ 全ての業態で受注量の増加がみられた。
	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・ 受注が増えている。
	○	不動産業(総務担当)	それ以外	・ 来客数及び申込件数が約10%増加している。
	□	農林水産業(従業員)	受注量や販売量の動き	・ 何か大きく動くようなこともない。
	□	繊維工業(財務担当)	受注価格や販売価格の動き	・ 販売価格の改定が進んでいる。
	□	化学工業(総務担当)	取引先の様子	・ 値上げに応じる企業もあれば、値上げ幅の圧縮を申し出る企業もあり、先行きの不透明感がある。
	□	鉄鋼業(総務担当)	取引先の様子	・ 景気に大きな変化はみられない。
	□	一般機械器具製造業(管理担当)	受注量や販売量の動き	・ 米国の関税問題や景気の不透明さから、国内では産業機械といった高額な製品の販売の減少がみられる。また、輸出品については、生産量と出荷量が減少している。
	□	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は需要停滞の状況が続いて減少傾向にあるものの、消耗部品の需要が増加したため横ばいの状況である。
	□	建設業	受注価格や販売価格の動き	・ 資材価格の値上がりや物価高が続いている。
	□	建設業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・ 受注物件と手持ち物件の兼ね合いで、技術者の稼働が手一杯の状況が続いている。

	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・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。
	□	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・取引先に変化がみられない。
	□	通信業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・企業のデジタル化に伴うデータセンターやクラウドなどのI C T方面に掛ける予算は今後も増加するとみられる。
	□	金融業（副支店長）	取引先の様子	・前月同様、一定の受注量は継続して発生しているが、人件費の高騰や原材料の高止まりにより、利益面の圧迫がみられる。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・定例業務は堅調に推移しており、随時業務も短期的に確保できている。
	▲	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・価格高騰で売上が低迷している。生活応援キャンペーンをすると受注量が大幅に増えるため、消費者の節約ムードは一段と高まっている。
	▲	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	・鉄鋼業の生産計画量が下方修正されており、実際の納入も減少傾向である。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	取引先の様子	・値上げ前の駆け込み需要や米国の関税の影響もあり、客先の今月の業績は赤字と聞いている。
	▲	輸送業（営業担当）	取引先の様子	・自動車、鉄鋼関連の引き合いが減少し、悪くなっている。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・米国の関税政策を受けて、先行きの不透明感から投資を抑制する動きがうかがえる。
	×	—	—	—
	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・職業紹介事業において、求職者からの問合せ数が3か月前より15%増加している。
雇用 関連 (中国)	○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・一時期沈んでいた製造業の求人数が増加しつつある。技術部門のみならず、今後の成長を見越して、部門強化のため管理部門においても増員している。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	求人数の動き	・米国の関税の影響に備え、正社員の採用を凍結する企業が出てきているが、まだ大きな影響が出るほどではない状況である。
	□	人材派遣会社（求職者対応）	求人数の動き	・前年と比べて求人数が若干少ない。新規登録者数は増加傾向にあるが、企業の求める条件に合わない人が多く、マッチングに苦労している。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	それ以外	・通常、景気回復の前兆として求人広告の量が増加するが、思うようには増加していない。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	求人数の動き	・今春、新卒の大学生や高校生の採用人数が予定数に達していない企業が約6割となっている。3年連続で5割を超えており、いかに予定人数を採用することが困難であるかを表している。新卒を予定数確保できていないことから、中途採用を強化する企業も3割を超えている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・物価上昇で消費は若干鈍っているものの、大阪・関西万博と芸術祭のインバウンド需要や賃金上昇によって、地域の企業活動は前月と特に変わらない。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・先行きが不透明で、景気上昇の要因が見受けられない状況のなか、前年以上に高校卒業予定者の求人数が見込まれる状況となっており、企業の若年層に対する採用意欲は衰えていない。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・3か月前と比較すると、求人数が伸び悩んでいる。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	それ以外	・新卒の採用は売手市場であり、求人数も十分である。初任給も高めに設定してあるが、年収、生涯給与が上向きであるというデータを確認できない。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	求人数の動き	・依然として人手不足の状況は変わらないものの、先行きの不透明さから採用に慎重になる企業が増加した結果、受注は減少している。
	▲	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・これまでも決して良くなかったが、今月に入り登録者数の減少が著しい。近隣県でも同様の動きがある。

	▲	職業安定所（事業所部門）	周辺企業の様子	・製造業の求人数が少しずつ減少している。人手不足感はあるながらも雇用を控える傾向が僅かにみられる。
	×	—	—	—