

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)	◎	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・今月下旬に全国発売のG1競争があったため、インターネット投票の売上が十分に確保できた。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・観光客を含め、来店の動きがある。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・販売量については、輸出は現在好調である一方、国内では新茶が高値のため、従来どおりの販売ができず減少している。全体としては、やや良い状態である。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークに入り、売出しもあるため、少しにぎやかになると期待している。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今年に入ってから、前年度に比べて景気は明らかに停滞気味であったが、4月に入って人の動きが出ており、インバウンドも増えてきている。
	○	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・季節要因によるエアコンの特需により、全体の売上がけん引している。
	○	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・新型車の発売により販売量は徐々に良くなっていく。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	お客様の様子	・景気対策として市民1人当たり1万円分のクーポン券が配布されたため、それを利用して、いつもより購入点数が増えており、客の表情も明るい。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・当地への観光客がインバウンドを含め増加傾向にある。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数、売上共に回復傾向にある。特に1月から2月にかけて減少していた予約も回復しており、前年比では約2割伸びている。一方、一般利用は余り伸びていないが、トータルで前年を上回っている状況である。
	○	観光型ホテル（予約担当）	販売量の動き	・大型連休の予約以外についても、件数が増えている。
	○	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は例年と同じく宿泊は一杯だが、その前後の予約が少ない。しかし、前年より微増している。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・今月の宿泊数、レストランの売上、来客数は、3か月前と比較して約5%増加している。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	単価の動き	・物価上昇のなかでも、宿泊や宴席の単価は一定程度維持されており、単価上昇を受け入れる動きがみられることから、やや景気の持ち直しを感じている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・4月に入り、歓送迎会などで人の動きがある。利用はそれほど多くはないものの、以前と比べるとやや改善がみられる。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・前年同期と比べて売上が1割減っている。購入数量も少なくなっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・中東情勢の影響により物価高騰が続いている。春になり客の表情は明るいだが、景気が目に見えて良くなっているわけではなく、このままの状況が続く。
	□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・総合イベントの参加者が増加しており、ブランドに特化した店外イベントへの客も増えている。高価格帯の商品を購入する客が増える一方で、来客数は減少傾向にある。手に取りやすい商品の動きは鈍くなっているが、高価格帯商品の動きは好調である。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来店客は増加しているが、売上に変化がない。	
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・売上や購入客数、入店客数に大きな変化はない。	
□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・下落していた株価の回復に伴い、客の購買意欲は若干ながら向上している。	

□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数の増加に加え、販売点数の増加が顕著に表れており、全体の売上を押し上げている。総点数の増加以上に1人当たりの買上点数が伸びている点は良い傾向である。この傾向は前年から継続しているが、今後、更に伸長するかは不透明であり、当面は現状維持で推移するものとみられる。
□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・中東情勢の不安定化に伴う原油価格の高騰で値上げ製品が多い。今まで売れていた商品も動きが鈍くなった。
□	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・物価高の影響により客足が鈍化しており、特に主婦層の来店が減っている。夕方以降の時間帯での減少が特に大きく、ここ数か月はその傾向が顕著に数値に表れている。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・いろいろなものの価格上昇に加え、送料も値上がっているため、厳しい状況である。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・賃上げが物価上昇に追い付いていないとみる。
□	衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・例年ゴールデンウィーク前は旅行用の服を求める客が多いが、今年は少ない。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価上昇に伴い、客の節約志向が一層強まっている。
□	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・エアコンと洗濯機は好調だが、冷蔵庫とパソコンが不振である。店舗全体では前年並みの水準であり、景気は良くも悪くもなっていない。
□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・予算が厳しいため、案件はあってもなかなか決まらない。
□	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・4月の販売量は前年比92%と依然厳しい状況である。
□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・人気商品があるときは順調に売れるが、既存商品の売行きは余り変化がない。
□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・年度が替わり、市場の動きは鈍化し、来客数も減少傾向にある。一方で、原油価格の高騰を背景に一部商品では動向が上向くなど、市場全体が悪化している状況ではない。今後は、物価や原油価格の高騰がどの程度続くかが懸念材料として残る。
□	乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・ガソリン価格の上昇により、ハイブリッド車や電気自動車の間合せは増えているが、物価上昇により、購入までに時間が掛かっている。
□	その他専門店 【革製品】（店主）	単価の動き	・これまでに受注したオーダーメイドの依頼が残っているため、一定の売上は確保できる見込みである。
□	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・中東情勢の影響により、景気の先行きには不透明感がある。一方で、我が国の原油供給については一定の確保の見通しが立ちつつある。こうした状況から、景気が回復基調にあるのか、悪化しているのか判断が難しい。また、株価は上昇しているものの、物価も引き続き上昇しており、今後これが景気にどのような影響を与えるのか、先行きは依然として見通しにくい状況である。
□	都市型ホテル（宿泊担当）	販売量の動き	・春の行楽シーズンということもあり、例年同様に国内外の観光需要はあるものの、大きな変動はみられない。
□	タクシー会社（営業所長）	お客様の様子	・昼間、夜間共に受注状況は芳しくなく、前年比で約95%と減少している。値上げの効果で売上自体は微増であるが、営業回数は減少している。
□	通信会社（企画担当）	来客数の動き	・新年度のスタートに当たり、前年同期と比較すると顧客の動きはやや増加しているものの、前月との比較では大きな変化はない。
□	通信会社（販売企画担当）	来客数の動き	・中東情勢に伴う生活コストの増加が懸念される。
□	設計事務所	お客様の様子	・状況に大きな変化はなく、計画どおり進行しているように見受けられる。
▲	商店街（理事）	お客様の様子	・食料品はもとより生活必需品に至るまで価格上昇が続くなかで、生活防衛意識が働き、買い控えの傾向が高まっている。

▲	商店街（代表者）	単価の動き	・客に購入意欲がなく、売上が低迷している。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・新年度の繁忙期を終え、一段落した。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	お客様の様子	・メガネ一式購入の割合が減り、フレーム修理やレンズのみの交換をする客が増えた。
▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・投資関係で収入を得ている富裕層が、国際情勢の不安を背景に消費に慎重になってきている。
▲	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・従来の百貨店での品ぞろえでは、世界情勢の不安定化に伴う各種消費財の値上げによる買い控えへの対応が難しく、売上は前年を下回る状況が継続している。
▲	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数十万円のブランド衣料やバッグは売れているが、売上は前年を下回っており、厳しい状況である。来月以降も同様に厳しい状況が予想される。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・2～3か月前までは、来客数は前年の98～99%程度で推移していたものの、販売単価が前年を上回っていたため、値上げの効果により売上は前年を約2%上回っていた。しかし、今月は来客数と販売点数が減少し、売上は前年の99.5%となっている。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数はほぼ前年並みに推移しているが、値上げの影響で買上点数が伸びず、前年の98%となっている。4月は雨の影響もあり、必要な物だけを購入し、不要な買物を控える傾向があった。
▲	スーパー（財務担当）	お客様の様子	・物価高騰による節約のための価格訴求商品の買い回りににより、来客数は前年を上回る状況が続いており、単価上昇もあいまって売上は前年を上回っているものの、景気の良さを示すものではない。
▲	スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・来客数が4ポイント、販売点数が5ポイント減少している。
▲	スーパー（営業システム担当）	販売量の動き	・世界情勢に関する明るいニュースが少ないこともあり、ゴールデンウィークは遠出よりも家で過ごす傾向がある。連休期間中もまとまった支出をする勢いもなく、停滞している。一方で、値引き商品、とりわけ惣菜類の販売は好調である。
▲	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・中東情勢の影響により原材料価格が高騰している。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物資の供給不足や値上げ傾向により、先行きは不透明な状況となっている。
▲	乗用車販売店（リース担当）	単価の動き	・物価高騰でメンテナンスに掛かる費用を抑えたい客が増えている。
▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・景気が下向きの原因は、円安に加えて中東情勢によるものとみられる。株価は高水準で推移しているものの、一般消費者にとって直接的な恩恵を感じられず、警戒心から買い控えにつながっている。
▲	その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・地金価格の高騰により、商品が売りづらくなっており、消費者も高額品の購入には慎重になっている。
▲	その他専門店〔宝石店〕（店員）	お客様の様子	・40～60歳代の自家需要の客層では、価格高騰を受けて購入を控える傾向が高まっている。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・物価上昇とその報道の影響により節約志向が強まり、買い控えや来店控えが広がっている。新年度に伴う入学、就職、転職などの支出に加え、税金の支払も重なり、家計への負担は一層増している。また、ゴールデンウィーク前という季節要因もあり、可処分所得のなかでも優先順位が下がりがちな外食は、週を追うごとに来客数が減少している。特に平日及び週末のディナータイムにおいてその傾向が顕著であり、週末のファミリー層の予約は前年の50%程度まで落ち込んでいる。
▲	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・中東情勢の影響により、海外需要は欧州方面が大幅に減少し、方面変更やキャンセルが発生するなど影響を受けている。国内旅行は堅調に推移しているものの、取扱人員は減少している。一方で、単価上昇等の影響により販売額は増加する見込みである。

	▲	タクシー運転手	単価の動き	・中東情勢による石油取引の不安定化により、燃料価格や各種石油製品の物価が上昇し、様々な分野の企業活動において運営環境が厳しさを増している。景気は低迷する可能性がある。各企業の努力のみでは対応が難しい外部要因である。
	▲	通信会社（運用担当）	それ以外	・中東情勢による経済の不安定化により、景気は悪化している。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・価格の安い物を求める傾向にあり、現在は石油製品を値上げ前に買う傾向がある一方で、それ以外の物は値上げ幅が小さいことから購入を後回しにしている様子がみられる。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・ケーブルテレビ利用料の延滞率、延滞解消率はほぼ横ばいであり、家計における可処分所得への景気の影響は余りみられない。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・固定電話やCSチャンネルなど月額契約サービスの解約が増加している。
	▲	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・4月の来客数は前年の50～60%となっている。子供の人数が減り、ファミリー利用も減少している。一方で、シニア層など2人での利用はやや増加しているものの、全体としては人数、売上共に減少している。
	▲	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・物価高騰の影響により予約数が減少しており、インバウンドも減少している。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・物価上昇が続くなか、客は警戒感を強めており、金を使うことにためらいがある様子である。
	▲	設計事務所（経営者）	それ以外	・建築費の高騰に加え、建築材料の供給が滞る状況により現場が進まない。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・来場客の動きが鈍くなっており、建築費の上昇と所得の差が広がるなかで、金利の上昇もあり、支払が困難な客が増えている。
	▲	住宅販売会社（事業推進担当）	お客様の様子	・物価高騰に加え、中東情勢の影響もあり、ますます販売価格は上昇する傾向にある。購入が必須の顧客を除き、商談はかなり慎重になっており、販売は更に鈍化し、マンション在庫が増えている。
	▲	住宅販売会社（住宅設計担当）	単価の動き	・中東情勢の不透明さにより建設資材の流通に不安があり、単価への影響も懸念される。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・商品価格の上昇に伴い、客離れが相当進んでいる。コンビニ商品の主力であるおにぎりや弁当が軒並み値上がりしているため、パン1つ、おにぎり1つしか買わない客が目立つようになり、売上は厳しい状況となっている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・石油関連商品の仕入価格が1.5～2倍に上昇し、売価に価格転嫁したら需要が減った。また、入荷未定の商品もあるため、販売ができない商品も発生している。コロナ禍よりも厳しい水準となっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新年度で人の動きが出てくると考えられたが、大きな変化はなかった。インバウンドについても前年より少ない。
	×	通信会社（総務担当）	それ以外	・中東情勢の関係で様々な資機材の納入時期が不透明になっており、情報通信サービス提供用の設備構築に支障が出始めている。また事例として、大規模修繕を控えているマンションでは、部材の納入時期が不透明であることに加え、費用についても前年と比較して大幅に上昇する見込みとなっている。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・節約志向が高まっている一部の客においては、来店頻度が低下する傾向がみられる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・10月以降、受注量の増加が継続している。
	◎	輸送用機械器具製造業（経理担当）	それ以外	・物価上昇に伴う価格転嫁の要請が承認され、前年分ではあるものの、売上として計上できている。
	○	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原油価格の高騰等により原材料価格が変動しているが、急な価格転嫁ではなく、少し様子見のところがある。消費者の購買行動は依然として活発である。

	○	輸送業	受注価格や販売価格の動き	・受注が増えている。
	○	金融業（経済産業調査担当）	それ以外	・新型量販車種の影響もあり、自動車を中心とした輸出や生産に持ち直しの兆しがみられる。
	○	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・コンサルティング分野等、非経常的業務に関する新規案件の受注や引き合いが増加している。人手不足による失注も少しずつ解消してきている。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・良くも悪くもなっていない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の販売環境は依然として低調である。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	取引先の様子	・電子材料関係の取引先は好調な状況を維持している。中東情勢の影響により、石油系有機溶剤の供給が不安定なことが懸念材料である。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・自動車業界の客先からの受注が今月から増加すると見込んでいたが、5月以降になった。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・建設工事において材料価格の高騰は予想しているが、プロジェクトの中止には至っていない。
	□	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・価格転嫁に対する対策や社会的な理解は進んでいるとみられる。一方で、中東情勢の影響による資機材の高騰や納期の問題など、客先の設備投資への影響も含めて不安要素もある。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・特に大きなプラス要素やマイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った様子はない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・大きな変化はみられない。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月からの値上げで、受注量が10%程度減少している。売上も計画値に対して3%低く、厳しい状況である。
	▲	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・全体的に中東情勢の警戒感からモノの流れが停滞し始めている。
	▲	窯業・土石製品製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・こう着状態である中東情勢の動向や取引先の事業方針の転換など、先行きに不安がある。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・中東情勢の影響により、原材料価格の高騰が続いている。また、材料が入荷できない事態になると事業に大きな影響を与える。
	▲	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・設備を発注しても、塗料等の供給が確約できず、納期及び仕様に影響が出始めている。また、設備及び設備工場の見積価格についても大幅に上昇してきている。
	▲	通信業（企画担当）	取引先の様子	・今後の電気料金の高騰やICT全般における情報通信機器価格の上昇に関する情報が取引先から入ってきている。また、納期が不確定な案件もあり、客への提案につながらない事象も出てきている。
	▲	通信業（営業担当）	取引先の様子	・中東情勢の不安定化による資材調達への影響が顕在化してきた。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・賃貸住宅の需要時期が落ち着き、来客数及び成約件数は減少している。また、前年同月と比べて来客数が約5%落ち込んでいる。
	×	建設業	受注価格や販売価格の動き	・中東情勢の問題で、石油関連全ての価格が上昇している。また、在庫も少なくなってきた。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（求職者対応）	求職者数の動き	・年明けの1月時点と比較し、求職者数が顕著な増加傾向にあり127%増加している。比較的未経験からでも挑戦しやすい事務派遣へ流入していることが一因とみられる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・採用選考スピードが速まってきている。じっくり吟味している間に他社の選考も進むことから、自社に取り込むためにもスピードを上げている。
	□	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・毎年のことだが、ゴールデンウィークの前後は求職者、求人共に鈍化傾向となる。また、転職の時期としても6月のボーナスをもらってから動く人も多いため、この1～2か月は厳しい状況となる。

□	人材派遣会社 (経営企画担 当)	求職者数の動き	・例年、4月の派遣稼働者数は年間業績を占う上で重要な発射台となる。過去の経験から、前年を下回ると通年で業績が苦戦する傾向があるため、このスタートが肝腎である。今年は前年を上回る稼働者数を確保し、良いスタートを切ることができた。今後、どれだけ実績を積み上げていけるかが大きな鍵となる。
□	求人情報誌製作 会社(総務担 当)	それ以外	・県内飲食店の予約状況については、前年と比較して件数、人数共に大きな変化はない。特に3～4月にかけての集客は期待外れであった模様である。
□	求人情報誌製作 会社(新卒採用 担当)	求人数の動き	・大手企業が採用目標数を拡大させているという明るい兆しがある。一方で、生成AIの急速な普及に伴い、ジュニア層のITエンジニアに対する求人数が減少傾向にある。これまではポテンシャル採用枠だった層も、より高い専門性や即戦力が求められるようになり、採用市場に2極化が生じている印象を受ける。
□	求人情報誌製作 会社(広告担 当)	採用者数の動き	・新卒学生の企業選択では安定している会社が最多で、給与の良い会社が2番目、続いて自分のやりたい仕事ができる会社の順となった。大学3年生の4月から翌年2月のプレ期間は、インターンシップや仕事体験への参加を通じて、自社の魅力をうまく学生に伝えた中小企業への関心が高まり、中小企業志向の増加に一役買った。
□	学校[短期大 学](進路指導 担当)	求人数の動き	・求人数は順調に増加しているが、前年度と同水準であるため、特に景気が上向きとの判断はできない。
▲	求人情報誌製作 会社(新卒採用 担当)	採用者数の動き	・人手不足は変わらないが、企業側がコスト削減等の理由で採用活動を鈍化させている印象を受ける。
▲	新聞社[求人広 告](担当者)	周辺企業の様子	・急激な価格高騰による消費不振に加え、経済の先行きに不透明感が増すとともに、AI導入等も進み、採用関係まで鈍化している。
▲	職業安定所(事 業所部門)	周辺企業の様子	・燃料価格の高騰で徐々に影響が出ていることや先行きに不安を感じている企業が増えてきている。
▲	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数が3か月前と比較して86%と減少している。
▲	学校[大学] (就職担当)	それ以外	・中東情勢や日中関係の影響が懸念される。
×	—	—	—