

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	景気の状態判断	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	◎	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・新たな省エネ基準を背景に、エアコンの売上は前年比170%と大きく伸長している。それに伴い、店舗全体の売上も前年比120%と好調に推移している。
(中国)	○	商店街（代表者）	それ以外	・最近オープンした若手経営者の店舗は、ターゲットを絞った販売促進で顧客を獲得しているが、既存店は横ばい、あるいは下降気味である。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・株価が年初来高値を更新し、含み益を得た客の購買意欲が向上しており、高額商品の動きが出てきた。
	○	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数百万円のジュエリーや洋服が好調に売れている。価格改定を控えていることもあり、駆け込み需要によって今月の売上は非常に好調だった。この勢いが来月以降も継続することが期待できる。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数の伸び率を上回る形で販売点数が増加しており、1人当たりの買上点数が大幅に伸長している。価格面の影響もあるが、購買意欲の変化として、極端な低単価志向から脱却する傾向が見受けられる。平日の指数も上昇していることから、売上への効果は高い水準にあると考えられる。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィークや母の日といったイベントがあった5月は、天候にも恵まれたことから、来客数が前年比105%と好調に推移している。物価高やガソリン価格の高騰の影響もあり、遠出を控えて近場で過ごす傾向であったことも要因の1つと考えられる。来客数は、3か月前の前年比と比較しても2%以上上回っている。
	○	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・食品の相次ぐ値上げで、買上平均単価は約2ポイント上昇しているが、本来見込まれる5～6ポイント程度の上昇には至っていない。特売商品やお買い得商品の購入が中心となっており、ついで買いはみられないものの、販売点数は前年並みを維持している。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・前年と比べ来店客が増加傾向である。特に週末の好天候に伴い、県外からの観光客が増えており、軽食やパンを購入するケースが増えている。
	○	家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・新たな省エネ基準の影響により、エアコンの販売台数が増加しており、売上も伸びている。
	○	乗用車販売店（業務担当）	販売量の動き	・新型車の発売が増え、生産台数も少しずつ増えてきている。
	○	その他専門店【土産物】（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク前半は天候不良などで苦戦したが、後半は県外からの客が増え、全体では前年を上回る結果となった。来客数はこのところ増加傾向にある。
	○	その他小売【ショッピングセンター】（支配人）	来客数の動き	・特にインバウンドの増加により、需要が高まっている。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・記念日需要の回復がみられる。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク前半の天候不順により、行楽や各種イベントの中止が相次ぎ、その分、外食利用へ流れる傾向がみられた。その後も週末ランチタイムの利用者数は前年の130%を維持しており、全体売上の底上げにつながっている。また、ランチの売上構成比は前年より約5%上昇し、全体売上の30%を占めるまで拡大した。お買い得感を重視したランチ利用の傾向が、より顕著になっている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・5月はゴールデンウィークということもあり、観光客が多かったが、それ以外は波があった。

○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・宿泊については前月と比べ予約ペースが3%伸びており、景気は良くなっていると判断できる。一方、飲食は前月後半から予約ペースが約1%鈍化している。これらを総合すると、全体としてはやや良くなっていると判断している。
○	通信会社(企画担当)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク頃から顧客の反応が若干改善してきている。
○	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク後半は天候が悪かったが、来客数、売上共に大きな減少はなく、予測どおりの結果となった。ゴールデンウィーク明けは例年並みとなり、5月単月では、前年を少し上回る結果となった。
○	競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・2~3か月前と比較して、一般レースにおける1日平均売上が若干良くなっている。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・特に変化はない。
□	商店街(代表者)	単価の動き	・徐々に売上は良くなっているが、過去の実績には及ばない。
□	一般小売店〔洋裁附属品〕(経営者)	販売量の動き	・暑さも影響し、客の動きは鈍い。
□	一般小売店〔印章〕(経営者)	来客数の動き	・全ての商品の価格が上がり、買い控えが進んでいる。
□	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・高額品や特に資産価値の高い商品、ブランドを求める客が増えている。物欲は以前ほど強くないが、将来的に価値が残る資産性のある物を持ちたいという声を聞く機会が多い。
□	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・販売促進を改善するなど、集客を高めることを実施しても、衣料品の売上は改善されない。
□	百貨店(売場担当)	お客様の様子	・ナフサ問題に端を発し、相変わらず様々な商材の値上げや品切れなどで客の購買動向の変化がみられる。買い回り商材はより価格面でシビアになり、客単価下落が進みつつある。
□	スーパー(店長)	お客様の様子	・値上げが続くなかでも、来客数は前年の100%前後で推移している。一方、売上の伸びは値上げ幅を下回っており、低価格商品を選ぶ客の割合が徐々に高まっている。
□	スーパー(店長)	販売量の動き	・依然として売上は前年を上回っているが、販売点数が前年を下回る状況が続いている。
□	スーパー(販売担当)	来客数の動き	・来客数は横ばいの状況が続いており、ゴールデンウィークや母の日商戦も盛り上がりには欠け、前年並みで着地した。
□	スーパー(財務担当)	来客数の動き	・物価上昇のため、消費者の低価格志向による買い回りの影響で、来客数が前年を上回る状況が続いている。1人当たりの買上点数は前年を下回る状況が続いているが、1品単価の上昇により売上は前年を上回る状況が続いている。
□	スーパー(販売担当)	販売量の動き	・30分圏内に競合店が出店し、既存の競合店が対抗手段を講じてきたため、来客数、販売量共に前年を下回ってきている。
□	コンビニ(店長)	来客数の動き	・売上は上がっているが、前年の同時期と比べて来客数が微減している。
□	コンビニ(支店長)	来客数の動き	・賃上げにより人件費がかさんでいる。
□	衣料品専門店(代表)	販売量の動き	・気温が上昇したことにより、夏物の動きが良くなったが、食品の値上げに対応するために節約する傾向もみられる。
□	家電量販店(店長)	お客様の様子	・社会情勢の変化が客の購買意欲の低下に大きく影響している。
□	乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・予算が厳しい。
□	乗用車販売店(統括)	販売量の動き	・5月の販売量は前年比115%となっているが、前年実績が低水準であったためであり、好調とは言い難い。

□	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・4月以降の市場動向については、年度の切り替わり時期ということもあり、例年低迷しやすい傾向にあるが、本来はゴールデンウィーク明けから回復に向かう。しかし、現在も低迷が続いている状況にある。
□	乗用車販売店 (リース担当)	お客様の様子	・客との会話では景気悪化に関する話題が多く、物価上昇の影響により購入が難しくなったという声も増えている。
□	その他専門店 [時計] (経営者)	単価の動き	・購入単価に格差があり、全体としては販売単価が低い。行政から生活応援商品券が配布されて来客数は増えたが、高額品販売にはつながらない。
□	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けから極端に来客数が少なくなっている。商圈が駅の方に移ったことも考えられるが、全体的に客の食控えがみられる。来客数も前年比で約10%下がっており、厳しい状況である。
□	観光型ホテル (予約担当)	来客数の動き	・大型連休は例年どおり来客数が多く好調であったが、連休後は客足が遠のいている。
□	都市型ホテル (宿泊担当)	来客数の動き	・3月から引き続き観光客の宿泊は例年より増加している。特に平日においても個人客の集客が確保できている。
□	都市型ホテル (宿泊担当)	単価の動き	・国内レジャーではゴールデンウィークで需要が高まり、インバウンドも個人旅行者が引き続き好調であったことから、高い水準で単価が推移した。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・例年5月は余り良くない傾向であるが、今年は特に悪かった。長いゴールデンウィークに加え、その後の乗車率も低迷した。
□	タクシー会社 (営業所長)	お客様の様子	・営業回数、売上共に前年からやや減少している。前年比では約5%マイナスである。夜間の動きが鈍く、タクシーは余剰気味の状態となっており、駅ロータリーも空車が目立つ。
□	通信会社(企画・総務担当)	販売量の動き	・新規個人向けインターネット回線の販売状況は振るわず、新規客、既存客を含め、競合他社との取り合いになっている。全体としては景気動向の影響を受けにくい特性があるとみられる。
□	放送通信サービス(総務経理担当)	お客様の様子	・ケーブルテレビの利用料延滞率、延滞回収率共に大きな変化はない。
□	美容室(経営者)	単価の動き	・物価が上昇し、客は買い控えの様子である。
□	設計事務所	お客様の様子	・新規案件の相談量に変化がなく、進行中の案件も予定どおり進んでいる。
□	住宅販売会社 (事業推進担当)	お客様の様子	・中東情勢の先行き不透明感が続いており、ますます購入意欲が鈍化して、好立地以外は進捗が鈍い。また、価格条件を重視する層においても、資金面に余裕を持って検討する傾向が見受けられる。
□	住宅販売会社 (住宅設計担当)	お客様の様子	・中東情勢による建築資材への影響を販売側が不安視するなかで、客も同様の懸念があるとみられるが、現時点では販売量への影響は少ない。
▲	商店街(代表者)	それ以外	・仕入価格が上がったため、粗利が減っている。
▲	一般小売店 [茶] (経営者)	販売量の動き	・前年は世界的な抹茶ブームの影響で抹茶の仕入価格が2倍以上になって苦勞したが、今年は煎茶においても仕入価格が2倍近くまで上昇している。こうした状況は想定していたため、当社の一大イベントである新茶予約については、価格の不透明感を踏まえ中止とした。その結果、同イベントによる売上が減少し、厳しい状況となっている。
▲	一般小売店[眼鏡] (経営者)	単価の動き	・新規購入ではなく、修理して使う客が増え、買換えサイクルが伸びている。
▲	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・最寄り品の購入頻度の低下がうかがえる。
▲	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・裏地や八掛の価格が上昇し、厳しい状況である。
▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・物価が上がり、消費動向が縮小気味とみられる。
▲	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・注目される新発売車種に関しては活発に動いているが、既販車に関する動きは鈍くなっている。

	▲	自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数が激減しており、物価高のため購買意欲がなくなっているとみている。
	▲	その他専門店 〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・前年と比較して中国からのインバウンドが減少し、日本人観光客や修学旅行生が順調に推移している。
	▲	その他専門店 〔革製品〕（店主）	販売量の動き	・オーダーメイドの依頼がややまとまって入ってきた点は救いであったが、既に店頭に並んでいる商品を買う客が減っているため、やや悪くなっている。
	▲	その他専門店 〔宝石店〕（店員）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数は約9割まで減少している。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年、ゴールデンウィークが明けると景気は悪くなるが、今年は特にその傾向が強い。
	▲	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・個人需要について前年比84%となっており、特に海外旅行については前年比74%と苦戦している。団体需要については、周年行事のトラベル需要がけん引し、前年並みで推移している。
	▲	タクシー運転手	お客様の様子	・中東情勢の先行きが見通せず、石油関連物資の価格高騰も影響し、景気は沈滞傾向にある。街の活気についても同様に低調な状況が続いている。
	▲	通信会社（運用担当）	それ以外	・中東情勢の影響による経済不安が高まっており、景気は悪化傾向にある。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・高齢者でサブスク型サービスの解約が増加しており、家計の引締めがより強くなっている。
	▲	通信会社（総務担当）	それ以外	・企業活動においては、サービス提供に資する設備構築において、資機材の調達不安が顕著となっており、事業活動への影響が生じ始めている。また、日常生活においては、マンションの大規模改修の費用算定や実施時期が確定できない状況となっている。
	▲	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・航空券が高くなったことが影響し、インバウンドの動きが悪い。国内利用者は天候に左右され、ゴールデンウィークの利用が少なかった。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建築費の高騰と中東情勢の影響により、プロジェクトが前に進まないケースが増えている。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・主力商品のおにぎりや弁当の売上が連休明けから落ち込んでいる。おにぎりの価格上昇に加え、今月は自動車税の支払時期が重なっていることも影響しているとみられる。特におにぎりや弁当の販売不振が顕著で、それに伴い来客数や売上も伸び悩む厳しい状況となっている。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客からは、やりくりが厳しいという声が多く聞かれる。
	×	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・中東情勢の影響により、CM出稿が減っている。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の来店間隔が広がったままで、商品の売上もほぼない。
	×	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・建築費の高騰により支払条件の折り合いがつきにくくなり、金利上昇などで長期的な支払への不安から、購入をためらう事例が増えている。
	×	住宅販売会社（営業担当）	単価の動き	・中東情勢の影響により、発注制限が掛かるほか、販売単価の上昇がみられる。
企業 動向 関連	◎	輸送用機械器具 製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新車が立ち上がって忙しい状況である。
(中国)	○	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連の取引先からの受注が増え、工場はフル生産で対応している。他社から引き合いもあるが、短納期の案件は断っている。
	○	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	・主力の自動車を中心に、生産や輸出の持ち直しの動きが見られる。
	□	繊維工業（財務担当）	取引先の様子	・原材料の値上げ要請が多くあるが、すぐには価格転嫁ができない状況である。
	□	窯業・土石製品製造業（管理担当）	取引先の様子	・中東情勢については不透明な状況が続いている。

	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・中東情勢の影響により、先行き不透明な要素が多く、低調のままである。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・国内、海外共に需要が多い状況である。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・建設資材は一部で不足傾向であったが、3か月前と比べて状況に大きな変化はない。
	□	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・中東情勢の影響で資機材の価格高騰や納期等のリスクはあるものの、ベースアップや価格転嫁がスムーズに浸透している実感がある。
	□	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	・受注量に大きな変化がみられない。
	□	輸送業（企画担当）	取引先の様子	・設備を発注した事業者の多くが複数の案件を抱えており、余り変化はみられない。今後の見通しについても、厳しい状況には至らないとみられる。
	□	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中東情勢の影響は少しずつ出始めているが、当社事業の引き合いに直接的な影響はまだ出ていない。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・M&Aや補助金を活用した設備投資計画作成支援等の臨時単発契約業務は順調に推移している。ベースとなる定額契約業務も前年度実施した値上げの効果で堅調に推移している。他方、人材獲得投資コストの負担増は大きく、プラス効果を逸失する結果となっている。
	▲	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物の動きがかなり悪い。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・注文数量は徐々に減少しており、消費者意識の変化や価格高騰による買い控えを背景に、厳しい状況が続いている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク前の4月には受注があったが、5月中旬以降は受注の回復が鈍くなっている。
	▲	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・中東情勢の影響から、仕入れ、販売共に物の動きが悪くなっている実感がある。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・プリント基板分野ではA I 関連向けの設備投資が増加しているものの、印刷製品や電子機器部品の受注量は顧客の生産調整等により減少が続いている。
	▲	建設業	それ以外	・中東情勢の影響により、原油価格の高騰やナフサの品薄が生じており、資材の納入にも影響が及び始めている。
	▲	金融業（主任）	取引先の様子	・中東情勢の影響もあり、ネガティブな情報が多い。喫緊で業績悪化はないが、間接的な影響は一定数あるとみる。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数は前月と比べ約5%減少、成約件数は約3%減少となっている。
	×	通信業（企画担当）	取引先の様子	・前年度から続く半導体不足や資材価格の高騰に加え、中東情勢がそれに拍車を掛けた状況となっている。原油や資材の価格高騰、納期の不透明化が常態化しており、取引先においてもデータセンターやクラウド、I T 関連投資に対して慎重な動きが見られ始めている。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営企画担当）	求職者数の動き	・人材派遣スタッフの登録数が前年比で増加傾向となっており、派遣稼働者数も順調に伸びている。ただし、事務派遣の件数は頭打ちになり、代わりにブルーワーカーの派遣稼働者が増加しており、売上のシェアは変化している。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	求人数の動き	・求人広告数が横ばいである。

□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	求人数の動き	・新卒採用市場において、学生の動きが2極化している。早期から積極的にインターンシップや説明会に参加し、内定を獲得する学生がいる一方で、周囲のペースに乗り切れず、活動進捗が緩やかな学生も一定数見受けられる。企業の採用意欲は総じて高い水準を維持しているものの、エントリー数の確保に苦戦する企業が増加しており、学生の動きの鈍さが企業の採用活動の進捗に影響を与えている印象を受ける。
□	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	採用者数の動き	・担当顧客の採用に対する温度感を踏まえると、状況に変化はない。
□	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・2027年卒と2028卒の採用予定人数はほぼ同じで、前年と比較して採用数を増やす企業は減少している。内定状況は4月時点で全体の約7割で前年並みとなっている。内訳は文系が6割強、理系は8割となっている。また、内定を持ちながら就職活動を継続している学生は、文系7割、理系5割弱となっており、全体としては半数を超える学生が就職活動を終了している。
□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年比では減少傾向が続いているものの、3か月前と比較した人手不足感に大きな変化はみられず、募集人数を大幅に削減する動きは確認されていない。
□	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・扶養内勤務を希望するパート社員の勤務時間を調整するため、従来の所定労働時間を短縮せざるを得ないケースがある。その結果、減少した労働時間分を補うための新たな募集を行うが、応募がない。これまではハローワークで求人を出せばすぐに採用できたが、それができなくなったという中小企業があった。
□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・人材紹介事業を行っており、求職者からのエントリー数は3か月前と比較してほぼ横ばいとなっている。人材紹介や派遣求人に対する求人検索エンジンのポリシーが3月から変更され、有料掲載を行わないと求人が非掲載となることに加え、オーガニック掲載がなくなることが大きな影響を及ぼしている。
▲	人材派遣会社（求職者対応）	求職者数の動き	・3か月前と比べて応募数が37%にとどまっている。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・物価高騰による消費不振が一層進んでいる。流通業界や小売業界では買い控えの傾向が顕著で、飲食業界でも外食機会が減って、大打撃を受けている。
▲	職業安定所（事業所部門）	周辺企業の様子	・極端な景気悪化の様子はみられないが、物価高騰や各種原材料価格の高騰などで先行きに不安感を持つコメントが多い。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・ナフサ不足の影響が出始めている。採用数の減少には直接結び付いていないが、中東情勢の改善がない場合、年末に向けて倒産件数の増加や採用人数の減少につながると予想できる。
▲	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・前年同期と比較して、求人数の伸びが鈍化している。
×	—	—	—