

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)	◎	観光型ホテル（予約担当）	・夏にリニューアルオープンするため、新規顧客が増えると考えられる。
	○	商店街（代表者）	・新規出店の問合せがコンスタントにあり、街に動きが出てきている。
	○	スーパー（店長）	・現状の傾向は継続するとみられる。原材料価格の上昇による影響は出てくると考えられるが、食に関する部分では、支出が大きく減少することはないとみられる。また、まとめ買い傾向についても大きな変化はないとみられる。一方で、賃金上昇もあり、生活様式は変化しつつあるようにみえる。
	○	スーパー（業務開発担当）	・安価な物が多いが、販売点数は少し上昇しているため、ボーナスシーズンに期待している。
	○	衣料品専門店（代表）	・当市では物価対策でプレミアム付商品券を発売するため、一時的に景気は良くなるとみられる。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・生産が増えることにより販売台数も増えていく。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・商品ラインアップの減少で苦戦したが、今後の商品力でやや良くなる見込みである。
	○	その他専門店 [土産物]（経営者）	・資材不足や高値など不安材料も多いが、ここ数か月の流れから観光客数は増えると推測している。
	○	その他専門店 [時計]（経営者）	・ゴールデンウィークもあり、レジャー関連に支出が回ったとみられる。ボーナスシーズンに期待したい。
	○	一般レストラン（経営者）	・物価上昇が身に染みて、どこか諦めがついたような気持ちになっている。こうした時代なのだと受け入れつつも、今より少し景気が良くなるような感覚もある。
	○	バー（経営者）	・少しずつ来客数が増えてきている。
	□	商店街（代表者）	・政府の積極財政や株価上昇は明るい材料ではあるものの、中東情勢の影響により先行きが見えない状況なので、景気は横ばいで推移する。
	□	商店街（代表者）	・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。今後の景気については、依然として先行き不透明な状況である。
	□	商店街（代表者）	・国内外の観光客の動きはあるが、地元客の動きは鈍い。
	□	一般小売店 [印章]（経営者）	・原材料が大幅に上がり、夏枯れがひどくなりそうである。
	□	百貨店（営業担当）	・手頃だから、ついでだから購入するという事は少なくなってきた。高額であっても資産になる物なら欲しい、買い求めたいという考え方が主流になっている。
	□	百貨店（営業担当）	・購買意欲が湧くような新商品やトレンド等の兆しがない。
	□	百貨店（売場担当）	・中東情勢が安定しないと国内の景気が安定するはずもなく、当面は今の状況は続く。地域的にも右肩下がり傾向なので厳しい環境は継続する。
	□	百貨店（外商担当）	・富裕層の購買意欲は向上しているが、食品を中心とした物価高の影響もあり、中間層の動きはまだ鈍い。
	□	スーパー（店長）	・原油価格高騰に伴う物価上昇で、客の財布のひもは固くなり、外食を避け、内食傾向が増えるとみられる。それにより身の回りの景気は現状維持とみられる。
□	スーパー（店長）	・節約志向は継続しており、セール日に客が集中するなど行動に現れている。	
□	スーパー（販売担当）	・中東情勢の影響によるLPG供給の不安定化に伴い、値上げが既に案内されていることから、販売量が一定程度落ち込むことが予想される。一方で、暑さ対策関連商品については生活必需品であり、直近の猛暑の影響もあって売上の下支えとなることが見込まれる。	
□	スーパー（営業システム担当）	・ナフサ不足による値上げが見込まれるとの報道もあり、消費者の心理的負担の高まりから、必要以上の買物はこれまで以上に抑制されていく見込みである。自治体からプレミアム付商品券が発行されているが、効果は限定的で、根本的な購買意欲の上昇は見込めない。	
□	スーパー（販売担当）	・今後1～2か月は現状が続くとみられる。	

□	コンビニ（店長）	・毎月のように値上げが続く状況が最近の習わしとなっており、支出を抑える傾向が徐々に強まっているとみる。ただし、これから暑くなるので、来客数は増加するとみられ、相対的に大きな変化はないとみている。
□	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価高騰のあおりを受ける恐れがあり、他業種との価格競争になってくるとみられる。付加価値のある自社商品を中心に差別化することがより大切になってくる。
□	家電量販店（店長）	・エアコンの新たな省エネ基準の導入を背景に、駆け込み需要による前倒しの販売増加が見込まれる。
□	家電量販店（副店長）	・エアコンの新たな省エネ基準の影響は今後も継続すると見込まれ、旺盛な需要が期待できる。その分、来客数の伸長も継続するとみられる。
□	家電量販店（企画担当）	・エアコンの販売は好調に推移するとみられる。
□	乗用車販売店（経営者）	・良くなりそうな要素がなく、仕入単価の上昇が見込まれる。
□	乗用車販売店（営業担当）	・今後の市場動向が読めないため、現在の計画に対しての遅れ分を修正し、立て直しを図る必要があり、例年の市場水準まで回復してほしい。何とかこの状況を打破していきたい。
□	乗用車販売店（統括）	・良い材料がない。
□	乗用車販売店（店長）	・環境性能割の廃止があっても、購入意欲への影響は限定的とみられる。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・中東情勢の影響による経済の悪化が懸念される。ガソリン価格の高騰による物流費の上昇やナフサ問題に起因する資源価格の高騰がみられる。
□	高級レストラン（事業戦略担当）	・大きなトピックスがない。
□	一般レストラン（経営者）	・当市でもようやくプレミアム付商品券が使えるようになったが、生活が助かるという実感が余りないのが残念なところである。
□	観光型ホテル（副支配人）	・お盆の時期は宿泊予約が集中して入っているが、その前後はまだ閑散としている。
□	タクシー運転手	・1日を通して乗車率が低下しており、梅雨に入る6月も期待できない。
□	タクシー運転手	・中東情勢の解決のめどもみえず、現状が良くなるとは考えられない。
□	タクシー会社（営業所長）	・今年は猛暑予想のため期待が持てると思っていたが、中東情勢の影響でエネルギー価格が上昇し、エンジンオイルや尿素水などが手に入りにくい状態が続けば、運行に更に大きな影響が出てくるとみられる。
□	通信会社（企画・総務担当）	・頭打ちの個人向けからビジネス向けにシフトする傾向があり、全体として景気状況は変わらない。
□	通信会社（企画担当）	・生活関連物資の値上がりにより、家計のひっ迫が懸念される。一方で、商品に対する関心や引き合いは減少しておらず、むしろコンスタントにある。
□	テーマパーク（業務担当）	・6月、7月と予約は伸び悩んでいるが、8月のお盆期間は例年並みの予約状況である。これから降雨や暑さなどの気象条件で大きく左右される夏季期間となり、ギリギリでの動きになると予想される。
□	ゴルフ場（営業担当）	・6月初旬には梅雨入り、梅雨明けには猛暑と、例年と変わらず集客は厳しいとみられる。
□	競艇場（企画営業担当）	・現状の売上のまま推移するとみられる。
□	美容室（経営者）	・2～3か月の短期間で大きな変化は見込めない。前年と比較すると物価はかなり上昇しているのに、所得の上昇は追い付いておらず、厳しい状況に置かれているという声を聞く。
□	設計事務所	・これまで周囲の変化がありながらも、一定のスピードのまま進行している。
□	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰が改善される要素が見当たらないため、建築することを様子見している顧客が多い。
▲	一般小売店〔食品〕	・中東情勢の影響により、食品関連の資材が20～30%上昇している。それに伴い、食品価格の上昇も避けられない状況である。
▲	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・今年も猛暑が予報されていることから、客足の鈍化が懸念される。

▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・煎茶に続き抹茶についても仕入価格の上昇が見込まれており、抹茶は2年連続での値上がりとなる。輸出はともかく、国内における一般的な日本茶需要の減少が懸念される。
▲	百貨店（営業担当）	・地方経済も国際情勢に影響されることが多く、先行きが見通せない。
▲	スーパー（店長）	・1品単価は上昇し続けている。米の価格はやや落ち着いてきているが、他の商品については価格が高止まりしている。
▲	スーパー（店長）	・中東情勢の影響により、石油の輸入が困難になっており、関連商品も値上がりするとみられる。客は生活防衛意識が働き、景気は厳しい状況となる。
▲	スーパー（財務担当）	・今後も商品や資材の値上げが続くとみられ、消費者の低価格志向がますます強くなり、1人当たりの買上点数が前年を下回る状況が続く。
▲	衣料品専門店（経営者）	・中東情勢が景気に影響を及ぼすと考えられる。
▲	衣料品専門店（経営者）	・食料品や日用品の値上がりが続いており、家計の負担が大きくなっているという声が多く聞かれる。
▲	衣料品専門店（経営者）	・客にややピリピリした雰囲気がある。消費における量的な満足感よりも、一つ一つのアクションに対する心の充足が重視されているとみられる。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・3か月前と比べると販売台数は減少している。物価高の影響により車両販売価格が上昇しており、より安い車を求める客が増えている。また、石油製品が今後値上がりすることも懸念される。
▲	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・中国からのインバウンドは更に減少する。
▲	その他専門店〔革製品〕（店主）	・今月はオーダーメイドの依頼がややまとまって入っていたものの、残りの依頼はあと少しとなっており、やや悪くなるとみられる。今後、制作予定の新作に人気が出れば、現状と変わらない程度になる可能性がある。
▲	その他専門店〔宝石店〕（店員）	・中東情勢の先行きの不透明感から消費は減少傾向にある。原料価格の高騰を受けて、近々価格改定を予定しており、景気の上向きは期待しにくい状況である。
▲	一般レストラン（経営者）	・食材価格の高騰に伴い、6月より価格改定及びメニュー改定を実施する予定であり、これによる来店頻度の低下が懸念される。特に、現在好調に推移しているランチタイムにおいて、主力客層である女性シニア層の減少を最も危惧している。
▲	一般レストラン（店長）	・中東情勢の先行き不透明感で物価が更に高騰すれば、客の外食控えが加速するとみられる。上向きになる要素が余りない。
▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・ここ数年の猛暑により、夏季における団体ツアーの集客が鈍い傾向にある。インバウンドツアーも同様に、春秋の観光シーズンと比較すると需要は減少すると想定している。
▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・競合ホテルの改装や新規ホテルの開業等、市場の変化を予測している。
▲	都市型ホテル（総支配人）	・7月と8月の予約ペースが前年同期比で5%以上遅れている。
▲	旅行代理店（支店長）	・物価高並びに円安については、ある程度受け入れられているが、経済活動にも影響を及ぼす中東情勢が落ち着かないと需要回復は見込めない。
▲	通信会社（運用担当）	・中東情勢の影響により、経済の不安定化が懸念されている。
▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・中東情勢の影響が目に見える形で家計にも及び始めている。
▲	通信会社（営業担当）	・物価上昇の影響が強く、消費はより緊縮状態になると予想される。
▲	テーマパーク（営業担当）	・夏季の閑散期に向かうことと、前年まで開催していた大型イベントの開催が中止となったことが重なっている。
▲	観光名所（観光振興担当）	・仕入価格の値上がり分を販売価格に転嫁しにくい。
▲	住宅販売会社（事業推進担当）	・世界情勢による金利上昇、中東情勢による引渡し遅延等、外的なマイナス要因ばかりであり、景気回復を見込める要素がない。

	▲	住宅販売会社（住宅設計担当）	・中東情勢による建築資材への影響を販売側が不安視している。今後、影響が深刻化した場合には更なる懸念も想定される。このことは客にも伝わり、景気悪化につながる恐れがある。
	×	商店街（理事）	・様々な物の値上がりによって生活防衛意識が高まり、客の目的買い志向が強まることで景気は悪化していく。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価上昇の影響が大きくなると予想される。
	×	コンビニ（エリア担当）	・中東情勢が景気に大きく影響してくる。現時点では商品への直接的な影響はないが、今後はナフサの需要が拡大すれば価格が上昇し、供給が逼迫して入手困難な状況となれば、景気が失速することが懸念される。
	×	乗用車販売店（リース担当）	・様々な場面で入荷が滞るケースが増えており、そうした商品の価格上昇が進むことで、更に景気が悪化する可能性がある。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・何一つ良い材料がない。株価が上がっても一般消費者には関係なく、物価高によって優先順位をつけて生活必需品から買うしかない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・中東情勢が安定しない限り、ガソリンや原油製品の価格高騰や提供不足は解消されず、安心できる生活を送ることができない。不安があると消費意欲が高まりにくいことから、今後景気は悪くなると考えられる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・原材料費の値上げで、これから販売価格が上がってくる。
	×	通信会社（広報担当）	・物価高に対して利用できる金額が追いついておらず、購買は進まない。
	×	通信会社（総務担当）	・石油由来製品の不安定な調達状況が日常生活にも影響してきているため、すぐに景気が良くなっていくとは考えにくい。
	×	美容室（経営者）	・急激な最低賃金引上げや物価上昇がキャッシュフローの悪化を招くとともに、利上げにより企業の体力が奪われていく。そこでの価格転嫁の可否が将来を左右する状況となっている。物価上昇に消費者が付いてこられなければ消費が冷え込み、無理な価格転嫁をすれば顧客離れで来客数減少のリスクがある。
	×	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰を受け、価格上昇の影響が比較的小さい既存の建売住宅を選ぶ傾向にある。支払についても金利動向を見極めながら判断するため、意思決定ができない人が増えている。
	×	住宅販売会社（営業担当）	・建築費の増加や金利の上昇に伴い景気後退が懸念される。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車が立ち上がっており、今後も多忙な状況が続く。
	○	一般機械器具製造業（管理担当）	・米国向け製品の需要の高まりがある。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	□	農林水産業（従業員）	・好転する要素がない。
	□	食料品製造業（営業担当）	・6月以降も中東情勢の影響で消費者の買い控えの傾向は継続する。
	□	繊維工業（財務担当）	・原材料の安定供給が見通せない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足や資材価格の高騰により、建築案件の先送りや見直しが続く。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・10月までは受注が多い状況が続くとみている。懸念材料は、切削油や塗料など生産に必要な部材が安定的に入荷されるかどうかである。
	□	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。
	□	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・取引先からの内示情報によると状況に変化はない。
	□	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・客先からの内示情報は増えておらず、今後も変わらないとみられる。
	□	建設業（経営者）	・建設費の高騰傾向が続くなかで、ある程度織り込み済みの工事契約ができていく。
	□	建設業（総務担当）	・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。この状況は当面は変わらないと考えられる。

	<input type="checkbox"/>	輸送業（業務推進担当）	・特に大きなプラス要素やマイナス要素はないものの、国際情勢の影響による原油価格の高騰は懸念材料の1つである。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（営業担当）	・2～3か月先の見積依頼では、新規の引き合いはみられない。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（企画担当）	・中東情勢や南米の状況に大きく影響されるとみているが、現状のままであれば大きな変化はないと考えられる。
	<input type="checkbox"/>	金融業（主任）	・中東情勢の動向にもよるが、情勢が良好に向かっても、景気回復に時間を要するとのネガティブな見方をしている企業が多いとみられる。
	<input type="checkbox"/>	不動産業（総務担当）	・例年どおり、賃貸住宅の需要は落ち着く時期となるため、余り変わらないと予測する。
	<input type="checkbox"/>	会計事務所（経営者）	・中東情勢が長期化して景気全般を押し下げれば、サービス業にもマイナスの影響が時間差で出てくるため、懸念材料が払拭できない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・原油とナフサの価格の影響により、資材関連等の大幅値上げの要請が来ているが、新規商品等の資材までは約束できない状況とのことである。一段と先が見えない状況が続くそうである。
	<input checked="" type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・中東情勢が落ち着いた後も、当面は物の動きが制限される気配を感じている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・中東情勢の動向次第と考えるが、原油の輸入制限が続けば、石油化学製品への影響が大きくなる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	非鉄金属製造業（業務担当）	・有機溶剤やディーゼルエンジン用オイルの入手困難な状況が続いていると聞く。この状況が続けば、工場の操業停止や物流の停滞が生じる可能性がある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（総務担当）	・物価高や人件費等のコスト増加の影響もあり、事業全体としての利益率は減少傾向にある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	通信業（営業担当）	・中東情勢により資材調達への影響が出始めており、数か月後には調達価格の引上げや調達不能などの影響も予想される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（経済産業調査担当）	・中東情勢に起因する原油価格の高騰及び円安による物価上昇圧力が徐々に顕在化する懸念がある。
	<input checked="" type="checkbox"/>	広告代理店（営業担当）	・中東情勢の緊迫化が続く限り、2～3か月先の景気の先行きは見通せない。
	<input type="checkbox"/>	建設業	・中東情勢の影響による品薄や価格上昇は収まる見通しが立っていない。
	<input type="checkbox"/>	通信業（企画担当）	・現状が改善する見込みはなく、更なる悪化の影響が予測されるため、データセンターやICT関連の受注量も減少すると予想される。
雇用 関連 (中国)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営企画担当）	・人材派遣の事業特性上、期初の稼働数とその年度のベースとなるため、大きな経済環境の変化などが起こらなければ、今期の業績も堅調に推移すると予想する。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（求職者対応）	・毎年夏の終わり頃から、フルタイム派遣だけでなく、週3～4日勤務や残業なしといったワークライフバランス重視の条件に人気が集まる。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（総務担当）	・求人広告数が横ばいであることや、繁華街への人の流れが少ないことが挙げられる。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（新卒採用担当）	・学生側、求職者側の動きに劇的な変化は起きにくいと考えられ、求人広告市場全体としては、変わらない水準で推移する見通しである。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（広告担当）	・中東情勢の影響によるところが大きく、不透明である。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・海外情勢の不安が解消されない限り、当面は現在の状況が続くとみられる。企業業績にも影響を及ぼしかねないため、地方にとっては深刻な問題である。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（事業所担当）	・産業別に求人数の差はあるものの、人手不足の状況は当面続くとみられる。ただし、中東情勢の緊迫化を背景に、原材料費やエネルギーコストの増加による収益圧迫が広範囲に生じており、原油供給の動向によっては生産活動への影響も懸念されるため、今後の動向を注視する必要がある。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（職員）	・このまま採用ができない状態が続くと事業拡大に歯止めがかかる恐れがある。現状維持すら危ぶまれる可能性も出始めているのではないかと思えるほど人手が不足している。

□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・企業の採用意欲に急激な勢いはみられず、求人数の伸び悩みが続いている。一方で、採用活動自体が急激に縮小する気配もなく、今後2～3か月の景気も現状のまま推移する。
▲	人材派遣会社（事業部長）	・中東情勢の影響によりキャンセルとなった求人もある。現状、各種報道をみる限りでは具体的な解決の見通しが立っておらず、非常に不透明な状況である。長期化すれば、更にマイナスの影響が及ぶ可能性がある。
▲	職業安定所（職員）	・中東情勢の悪化に伴い、原油や石油製品の流通が不安定になっており、先行きが見通せない状況を企業から確認している。また、物価高に賃金水準が追いついていない状況である。
▲	職業安定所（職員）	・前年と比較すると、求職者数は横ばいである一方、求人数は減少している。建設業界では資材の相次ぐ値上げにより受注減少の声が聞かれており、先行きは明るくない。
▲	職業安定所（事業所部門）	・物価高騰や各種原材料価格の高騰を上回るような好転材料が少ない。
▲	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・人材紹介会社や派遣会社は求職者を獲得するために、求人検索エンジンへ今まで以上に広告費を注ぐ必要がある。一方、資本的な体力がない会社は、この先求職者数の確保に苦戦していく。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・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。
×	—	—