

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)	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	・Go Toキャンペーン再開で更なる来客数増加を期待する。
	◎	バー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着き、来客数が増加する。
	◎	観光型ホテル（副支配人）	・新型コロナウイルスの影響が少なくなれば、今まで旅行を自粛していた客の動きが活発になる。また夏休みになればファミリーでの利用が期待できる。
	◎	テーマパーク（業務担当）	・新型コロナウイルスに対する規制がない状況が続けば、客は出かける機会が増えて消費へとつながる。
	◎	観光名所（管理担当）	・新型コロナウイルス感染に関する規制をなくし、正常時に戻すという国の意思が感じられるため、国民の行動もそれに沿う。
	○	商店街（代表者）	・客足が戻りつつあるので、景気は良くなる。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・全体的に少しずつ景気は上向く。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・季節が良くなり、人通りが増えて景気は上向く。
	○	百貨店（営業担当）	・ゴールデンウィークや夏休みなどで外出機会が増えるので、衣料品や服飾雑貨等の夏物需要の回復が見込まれる。
	○	百貨店（営業企画担当）	・久しぶりに移動自粛のないゴールデンウィークなので、県外客の流入の増加が見込める。
	○	スーパー（店長）	・来客数は戻りつつあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてくれば売上も上昇する。
	○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスへの慣れや自粛疲れからか、来客数は回復傾向にあるが、物価が上昇しているので景気が一気に好転するとは考えづらい。ただし、景気が確実に良い方向に向かっている実感はある。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ウクライナ情勢の影響が懸念されるが、新型コロナウイルスの患者が減少し、来客数が増える。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価高や地元企業の工場停止など不安定な部分はあるが、来客数の回復が進む。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ウクライナとロシアの戦争の長期化に慣れ、市場が元に戻る。
	○	家電量販店（販売担当）	・夏商戦に期待できる。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響が薄れている状況が継続すれば、景気は良くなる。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・3回目のワクチン接種が進み、国の観光施策が実行されることで来客数が増える。
	○	一般レストラン（店長）	・客は新型コロナウイルスの感染状況に慣れつつあるのか、感染者数が高止まりの状況でも、以前ほど自粛している様子はない。よほど増加するか、国や県からの制限がない限り来客数は改善する。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・宴会を中心に先行受注が好調で、それに伴う宿泊やレストランの予約も増えており、ホテル全体の業績回復への兆候がみられる。しかし、まだ100%ではなく、生活スタイルの変化による影響や企業・法人関係の集会、懇親の場を設けることへのマイナス思考は今後も継続する。
○	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルスの感染状況や政府による対策などの不確定要素はあるものの、人流抑制の緩和や地方版Go To Travelの地域拡大により景気は徐々に回復する。	
○	都市型ホテル（企画担当）	・Go To Travelが再開すれば、客の動きは大きく変わってくる。	
○	旅行代理店（支店長）	・国の施策であるGo To Travelの復活に期待する。	
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染による制限が解除され、街に人が戻りつつある現状が続けば売上は伸びる。	
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスに対する警戒感が薄れ、人の動きが活発になる。	
○	通信会社（販売企画担当）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着けば、客の外出機会が増える。	
○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染が落ち着いてくる。	

○	通信会社（企画担当）	・第7波で再度感染爆発とならなければ、ウィズコロナの生活スタイル、若干の緊張感を伴った日常生活に戻っていく。新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、客の嗜好に変容はあるものの、消費ニーズは戻ってくる。
○	観光名所（館長）	・新型コロナウイルスの感染状況が今より悪化しなければ、景気は少しずつ良くなる。
○	美容室（経営者）	・まん延防止等重点措置が解除されており、人の流れが出てくれば景気は良くなる。
○	住宅販売会社（営業担当）	・ゴールデンウィークには外出する人が増加するので、新型コロナウイルス新規感染者数の増加が懸念される。
□	商店街（理事）	・新型コロナウイルスの感染が広がる前の日常に戻る雰囲気ではない。春の値上げラッシュなど不安材料が多く、景気に変化はない。
□	百貨店（経理担当）	・景気が回復しないなか、商品の値上げが続いて個人消費が伸びない。
□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響で客のライフスタイルは変化しており、2か月後に予定しているクリアランスセールでの売上や来客数が急増することはない。
□	百貨店（営業担当）	・3回目のワクチン接種が終わり、客の外出意欲が湧いて百貨店の来客数は増えてくるが、中国のロックダウンの影響で、一部の夏物衣料の入荷が未定・遅延している。物価の上昇により衣料品やぜいたく品の売上はすぐには回復しない。
□	百貨店（売場担当）	・今後、新型コロナウイルスの感染が落ち着いても、客の購買意欲が高まることは簡単ではない。生活様式が変化しており、業態として対応できていない。
□	百貨店（売場担当）	・円安の関係でラグジュアリー商品の価格改定が予定されているので、売上への影響が懸念される。
□	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増減を繰り返しており、当面の間、景気に大きな変化はない。
□	百貨店（外商担当）	・各種商品の値上げや海外紛争など、心理的不安要素があるが、新型コロナウイルスの落ち着きなど好材料も多い。ネガティブな報道がなければ、景気は安定基調で推移する。
□	スーパー（店長）	・商品の値上げラッシュで1品単価は上昇するが、購買点数が減少し売上の増加は見込めない。
□	スーパー（店長）	・値上げ基調で客は節約志向となり、必要な商品を必要な量しか購入しない状況となり、客の奪い合いになる。
□	スーパー（総務担当）	・季節的に売上は伸びるが、景気の上昇は感じられない。
□	コンビニ（支店長）	・原材料の価格高騰に伴う各商品の値上げが景気にマイナス影響を与える。
□	衣料品専門店（代表）	・ガソリン価格や複数品目が値上げされるなか、政府の対応が不十分なので、景気が上向きになる要素が見当たらない。
□	家電量販店（店長）	・半導体不足の問題で生産が制限されており、商品の値上げの影響で客の購入姿勢が慎重になる可能性が高い。
□	家電量販店（店長）	・コロナ禍なので2～3か月後の動向はつかみにくい。ウクライナの問題もあり、景気の先行きは不透明である。
□	家電量販店（企画担当）	・まん延防止等重点措置が解除されたが、新型コロナウイルスの新規感染者数は減少せず、景気に変化はない。
□	乗用車販売店（営業担当）	・新型車が出て客足は増えたとしても、何か月も先の売上となるため、まだまだ厳しい状況が続く。
□	乗用車販売店（営業担当）	・海外のロックダウンによる部品供給不足が深刻で、新車の納期が遅れ、販売が先延ばしになる状況が増えている。
□	乗用車販売店（営業担当）	・フェアを実施しているが、来客数の増加につながっていない。
□	乗用車販売店（業務担当）	・新型コロナウイルスの影響で生産工場の停止等、景気の先行きが全くみえてこない。
□	その他専門店 [布地]（経営者）	・5月の連休に期待するが、新型コロナウイルスの感染が収まらないと景気回復は難しい。
□	その他専門店 [時計]（経営者）	・コロナ禍でゴールデンウィーク期間も来客数の増加は期待できない。
□	その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・ウクライナ情勢による原材料の価格高騰など不安材料が増えていることもあり、景気の先行きが見えない状況が続いている。家計の改善は見込めず、客の財布のひもは固いままとなる。今まで新型コロナウイルスの影響で中止になっていたイベントが再開されているため、今後の景気回復に期待したい。

□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況による景気の変動が全く読めない。ゴールデンウィーク明けからの感染者数の推移が懸念される。
□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少すれば景気は上向くが、ウクライナ情勢の影響で物価が上昇しており、景気の先行きは明るくない。
□	観光型ホテル（営業担当）	・正直、先のことは分からない。先行予約がまだまだである。
□	旅行代理店（経営者）	・これから暑くなれば新型コロナウイルスの感染者数が減少する。
□	タクシー運転手	・景気は現状より良い状況になる。
□	通信会社（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況によっては、景気の先が見えない状況である。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	・直近2～3か月は大きな変動はないが、その後の景気は新型コロナウイルスの感染状況に左右される。
□	ゴルフ場（営業担当）	・新型コロナウイルス感染の状況により景気の先行きは不透明である。予約状況は現状のまま推移していく。
□	設計事務所（経営者）	・建築資材の高騰など、マイナス要因が増加している。
□	住宅販売会社（従業員）	・様々なイベントが久しぶりに再開されているが、すぐに元どおりにはならず、しばらくは様子見の傾向が続く。
▲	商店街（代表者）	・現状が続くと会社の存続にも影響する。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・繁忙期が過ぎて売上が減少する。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・交通費が値上げされ観光への影響が懸念される。
▲	一般小売店〔食品〕（経営者）	・ウクライナ問題、ガソリン価格の高騰が景気に影響する。
▲	百貨店（販売計画担当）	・個人所得の低下で景気は悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・ウクライナ情勢の影響で様々な商品が値上がりしており、客の生活防衛意識が高まって景気は悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染が落ち着き、人の流れも出ているが、景気回復までは時間が掛かる。
▲	スーパー（店長）	・値上げが続いている状況と外食へ客の流れが進むと、スーパーの売上増加は見込めない。
▲	スーパー（営業システム担当）	・物価が上昇しており、客の買い控えが発生する。また飲食店で使用できるプレミアム付商品券が県から発行されるため、内食で料理をする機会が減って、店への客足が遠のく可能性があり、少々厳しい状況が続く。
▲	スーパー（財務担当）	・新型コロナウイルスの感染者数が高止まりしているものの、行楽シーズンで外出機会が増えることで内食需要が低下し、物価上昇による節約で売上が減少する。
▲	コンビニ（エリア担当）	・現状の世界情勢の影響で輸入に頼っていたものが入ってこなくなる可能性が高く、より価格は上昇する。
▲	衣料品専門店（経営者）	・日用品の値上がりで景気は悪くなる。
▲	家電量販店（店長）	・円安の影響で客の消費行動が低下していく。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・販売できる自動車数が減少するので景気は悪くなる。
▲	乗用車販売店（店長）	・新車納期の長期化が深刻化している。程度の良い中古車にニーズが移っており、損益は整備部門次第の状況が続く。
▲	乗用車販売店（統括）	・車の製造鈍化で販売量の減少がしばらく続く。
▲	住関連専門店（営業担当）	・食品・日用品等の値上げが日常化していくなかで、耐久消費財の家具の買い控えが増える。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・新型コロナウイルス発生前には戻らない。国際情勢や円安で景気の先行きは不透明である。
▲	タクシー運転手	・ゴールデンウィークになっても新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しないと来客数の増加は期待できず、景気回復も難しい。
▲	通信会社（営業担当）	・燃料費、原材料費の高騰状況が改善の方向になく、よりシビアな家計コントロールになる。
▲	美容室（経営者）	・メディアやネットで円安や物価高騰の話題が頻繁に出ており、客の財布のひもは固くなっていく。
▲	設計事務所（経営者）	・収入の伸びが弱く、客の低価格志向が強まり支出に慎重になる。

	▲	設計事務所（経営者）	・原材料価格が上昇している影響で、建材や各種建築製品にまで値上げの通知が届いている。今後コストの見直し等もあり、民間工事の着工遅れにもつながる。
	×	商店街（代表者）	・物価上昇の話ばかりで先行きが不安になる。売上が伸びる状況ではない。
	×	スーパー（業務開発担当）	・ガソリン代や食料品が値上がりしたことで、車を利用する買物の回数を減らし、必要最低限のものしか購入しない客の買い控え傾向が高まる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・原材料の価格高騰及び電気やガスのエネルギーコストの上昇が続けば、景気は更に悪化する。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大による値上げと品不足に輪を掛けて、ウクライナ問題がこれから販売量に与える影響で景気の先行きは不透明である。
	×	一般レストラン（経営者）	・上海のロックダウンやウクライナ情勢の影響で高騰している石油価格や品質の不安定さも発生し、4月に様々な商品が値上がりしているためメニュー改定の必要に迫られている。可処分所得の最後に位置する外食は儉約・節約の対象になるので、売上は厳しい状況になる。ゴールデンウィーク後の新型コロナウイルスの感染状況によっては、経営が更に厳しい状況となる。
	×	通信会社（広報担当）	・半導体等の関係で物品の入荷が遅れがちであり、さらに価格も上昇しているので、なかなか購買に結び付かない。
	×	競艇場（企画営業担当）	・売上が見込めるレースがないので、景気は悪くなる。
	×	美容室（経営者）	・物価上昇の影響で客の節約傾向は強まり、景気は悪くなる。
	×	住宅販売会社（営業所長）	・住宅業界では金利上昇の局面を迎える可能性が高く、ニュースでも具体的な話になっている。資材高騰の状況下で金利上昇が住宅業界にとっては苦しい局面となる。
企業 動向 関連  (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・コロナ禍による上海の厳戒態勢が原因で主要客からの受注量が減少している。いつ回復するかは不透明であるが、一旦は波が落ち着く。
	○	化学工業（総務担当）	・仕入価格、販売価格共に値上げが続いているが、全般的には順調に推移する。
	○	輸送業	・受注量が増加する。
	□	農林水産業（従業員）	・景気好転の理由がない。
	□	繊維工業（財務担当）	・輸入品の価格が上昇して原材料価格が高騰すると、商品価格に転嫁されるケースが多くなるので、客の消費行動にブレーキが掛かる。
	□	化学工業（総務担当）	・原燃料価格、売値の値上げ動向を注視していく。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型案件の生産水準が現状のまま継続する見込みである。ロシアへの輸出案件については先行きが見えないので生産を保留する。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・足元の景気から大きく変化することはない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・コロナ禍や半導体不足、ウクライナ情勢など、景気が好転する要素はないが、金属価格の高値推移でプラスマイナスゼロを想定している。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・新型コロナウイルス感染の影響で上海がロックダウンするなど、依然として景気は先行き不透明である。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・中国のロックダウンや半導体の部品不足、原材料価格の高騰が続いているため、景気は不透明感がある。
	□	建設業（総務担当）	・コロナ禍、ウクライナ侵攻などの影響は今後数年続く。
	□	輸送業（総務・人事担当）	・国内需要に復調の兆しがない。
	□	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーでは大型新型車の国内生産を開始し、その受注に系列の地元部品メーカーは期待しているが、操業度を大きく押し上げるほどではなく、現状程度の低位安定受注を予想する部品メーカーが多い。
	□	不動産業（総務担当）	・しばらく景気は現状が続く。
	□	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が継続しており、客からの情報では受注が増えない状況が続く見通しである。
	▲	食料品製造業（経営者）	・原料、副資材、物流運賃全てが価格高騰しており、値上げの判断を迫られている。
	▲	食料品製造業（総務担当）	・ウクライナ情勢の影響で、当社製品の原料である穀物の価格が高騰している。原油価格の上昇で物流費と資材が高騰しており、景気は悪くなる。

	▲	木材木製品製造業（経理担当）	・ロシアのウクライナ侵攻、円安等により、石油製品、原材料、輸送コスト等の値上げの要求が増えており、インフレが進んで今後の収益が悪化する可能性がある。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	・原材料費やエネルギー価格の高騰が生産活動にマイナスに影響してくる。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・鉄原材料価格や電力料の値上げが続き、採算面を大きく悪化させており、この状況は今後も続く。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・海外のロックダウンで部品関係が入手しづらい状況が続く。
	▲	建設業（経営者）	・建築工事で新築物件の引き合いが減少傾向である。少額のリフォーム案件の受注量も改善傾向にない。
	▲	通信業（営業企画担当）	・電気代の値上げでデータセンターのコストが高騰し、価格転嫁の影響で買い控えが起こると予想される。半導体機器も不足しているため、販売量が停滞する。
	▲	金融業（貸付担当）	・新型コロナウイルス感染症の収束が鈍化し、物価や資源価格の高騰、円安、物流停滞等の不安要素が多く、取引先の収支悪化が懸念される。
	▲	会計事務所（経営者）	・客先の新型コロナウイルスに関する制約が徐々に縮小し、企業活動は増加しているものの、ロシア・ウクライナ問題の影響が拡大し、原材料値上げ等を通じたマイナス影響が見通せない。
	×	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・様々な問題が今後表面化し、景気に影響を及ぼす。
雇用 関連  (中国)	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・新型コロナウイルスに対して市場全体が慣れてきたため、各企業の新規採用活動が増える。また、新規事業展開を行う企業も増える。
	○	人材派遣会社（社員）	・連休後の新型コロナウイルスの感染状況、ロシアのウクライナ侵攻、円安等、様々な不安要素はあるが、景気の上向き状況は変わらない。
	○	人材派遣会社（支社長）	・まん延防止等重点措置が解除され、人材不足もあいまって今後も採用ニーズは高まる。
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	・ロシアによるウクライナ侵攻の影響で半導体が不足しているため、自動車業界、ゲーム機器業界などは生産に大きな打撃を受けている。この業界に関係する企業は、採用人数は変わらないが、採用予算を2割縮小させている。その他の業界については回復の兆しが見えており、採用人数は微増するところが多い。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルスに関する制約が全て解除されている大型連休での人の移動、それに伴う消費に期待が掛かる。その流れが、1～2か月先と続いていけば、ウクライナ情勢をにらみながらにはなるものの、景気は右肩上りになる。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・6月からの選考活動開始に向け、本学訪問企業数が増加するなど、企業の採用活動が本格化する。
	□	人材派遣会社（副支社長）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かないと景気回復は難しい。
	□	人材派遣会社（経営戦略担当）	・新型コロナウイルスの感染状況に落ち着きが見え、求職者心理が上向いてくれば、求職者数に変化が出てくる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・しばらく様子見の状況が続くが、円安は地域の製造業には好影響である。
	□	職業安定所（所長）	・宿泊業では宴会の予約が入り始めた一方で、各種仕入価格が高騰しているのに宿泊費の値上げが難しく、利益率が下がるという声がある。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	・県内の新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数が下げ止まらない状況が続く。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・新型コロナウイルスに対する警戒感が薄まり、人流は活発化するであろうが、海外情勢が不安定で物価指数も高騰している状況のなか、客の消費意欲が高まる傾向にはない。
	▲	*	*
	×	—	—