

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)	◎	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が弱まることで、国内旅行に出掛ける人が増加し、外国人によるインバウンド消費も高まるため、景気は良くなる。
	◎	観光型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援が延長となり、3か月先までは景気が良くなる。
	◎	ゴルフ場（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの流行が落ち着いて日常が戻れば集客は良くなる。
	○	商店街（理事）	・客が新型コロナウイルス感染症に慣れ、買物や食事に出掛けるため、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・人々が新型コロナウイルス感染症に慣れ、いろいろな行事や会合が増え、人出が増加しているため、客の購買意欲は更に上向く。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・例年明けは動きが良くなる。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	・客単価と売上点数の上昇が持続するとは考えられないが、値上げの影響で平均単価の上昇は続く。
	○	スーパー（店長）	・帰省や成人式などのイベントの開催で、景気は徐々に回復する。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症のため中止していた茶会が再開され、景気はやや良くなる。
	○	家電量販店（販売担当）	・初売り、新生活需要に期待できる。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・人の動きが活発になる。
	○	乗用車販売店（統括）	・新型車の効果や車両の供給量の増加で、状況は良くなる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・3月の決算期に向けて生産の増加が見込まれる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新車の納期遅延の影響が続き、想定したほど売上の伸びはないが、問合せや新規客の来場は増加しているため、年明けからの3か月は動きが良くなる。スタッドレスタイヤの販売は一定数ある。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・2、3か月後は決算期に入るため、客の動きが多少良くなる。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がかなり薄れてきているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・1月から再開される全国旅行支援に期待しており、それに合わせプラス1品の買物や飲食をしてもらえる商品選定やメニュー開発をしている。
	○	一般レストラン（店長）	・観光客数自体は増加傾向にあり、今後も増えると予想される。新型コロナウイルス感染症が落ち着けば、景気はある程度回復していく。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息すれば景気は良くなる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・水際対策の緩和で外国人観光客が増えている。春に向けて外国人の入国数増加が更に加速すれば、現状よりも景気は改善してくる。
○	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がなかなか減らないため、一部宴会などでキャンセルが出始めている。一方で、全国旅行支援が3月31日まで継続するとの発表があり、また、3月は春休みなので旅行がしやすい環境となる。	
○	旅行代理店（経営者）	・政府の支援策で、今後の景気回復に期待が持てる。	
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるが、全国旅行支援の効果もあって観光客は増加している。来年1月から全国旅行支援の内容が変更になることで、観光客が減少しないことを希望する。	
○	タクシー運転手	・客が新型コロナウイルス感染症を恐れなくなり、夜の街ににぎわいが戻ってくる。	
□	商店街（代表者）	・若者は街に出ているが、高齢者はまだ買物などに積極的に出していない。天候が悪い日が続くと余計に来客数が悪化する。	
□	商店街（代表者）	・物価高による買い控えがかなり深刻で、今後しばらくは改善しそうにない。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・例年、需要が高まる12月であるが、今年は全くそんな様子はなく、今後も景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・商品の値上げが続き不安であるが、地域共通クーポンの利用者が増加して売上につながるなどプラス材料もあるため、景気は現状を維持する。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・人出は多くなってきたが、売上の増加につながっていないため、今後も景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・売上は少し良くなったかと思えばすぐに悪くなる。終わりがみえない新型コロナウイルス感染症、商品や原材料の値上げなどで景気は停滞したままになる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・来客数の回復要因は見当たらず、商品の値上げが購買客数の減少につながっており、景気は現状のまま推移する。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・物価高で今から入荷する商品の価格が上がっている。旅行需要や生活に不可欠な電気、ガス、食品などの優先順位を考えると、衣料品の需要は最低限と考えられる。前年と比べて取引先は在庫を増やしているものの、売上回復は厳しい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・セレモニー用の洋服を購入する際に、一式購入ではなく、必要な一部だけを購入する客が増加している。プレクリアランスセールに入っても、一部を購入する購入スタイルに変化がないため、今後も景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波の影響はそれほど大きくならないと思うが、インフレの影響で実需商品への消費意欲は向上しない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・値上げが続き、ディスカウント業界にとっては追い風となるが、現在の社会状況を考えると、景気は2、3か月後も変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・客は割引セールに集中する傾向があり、値上げ基調が進むなかで景気は上向きにならない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・1、2月に値上げが控えており、売上は増加するが、来客数の増加は期待できないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・大雪の影響で生鮮価格に影響が出る懸念がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	・年明けから食品の再値上げが予定されているが、来客数や販売点数は現状のまま推移する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・年明けから値上げする商品が多数あり、引き続き客の節約意識が働く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、全国旅行支援の効果で観光客が増加しており、今後も良い状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も増加傾向にあり、年末需要も厳しい。当社の店舗は人口減少地域にしかなく、値上げ傾向と併せて来客数の減少は避けられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・1月から値上げが続き、景気は変わらず悪いままとなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・依然として値上げの影響が大きいいため、今後の景気回復は見込めない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、物価も上昇するなど、明るい材料がないため景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・季節商材が売れているのは一時的な現象であり、今後は増税の話もあるため、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・ここから更に新車在庫が改善されると、影響を受ける可能性はある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔時計〕（経営者）	・アフターコロナの販売計画を考えているが、物価上昇で景気はなかなか良くならない。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・為替市場は極端な円安から戻りつつあるようだが、値上げ基調は変わらず、光熱費も上がった状態で、家計を圧迫している状況である。年末で売上が伸びる時期ではあるが、客の財布のひもが緩む状態ではなく、今後も厳しい状況は続く。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	・全国旅行支援が3月まで延長になったことから、観光客数は現状のまま推移する。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（企画担当）	・全国旅行支援の延長が決まったが、割引の減額でややお得感が薄まり、宿泊需要の更なる拡大は期待できない。政府の増税案の発信や企業の値上げ再申請など、一般家庭における景況感の不安要素が高まる。

□	都市型ホテル（総支配人）	・例年2月はオフ期で厳しい経営環境となるが、3月は全国旅行支援や自治体独自の支援策による需要喚起で観光客の動向に期待できる。
□	旅行代理店（支店長）	・大きな期待を寄せている海外旅行需要の回復がまだ見込めないため、景気は変わらない。
□	タクシー運転手	・前年と比較して売上はかなり良くなっているが、寒さが厳しく人の動きが止まっているため、今後も景気は変わらない。
□	通信会社（営業担当）	・円安にブレーキが掛かったことで物価高がどこで止まるかが鍵になるが、当面3か月以内に改善されるとは考えられないため、現状のまま推移する。
□	通信会社（企画担当）	・物価や光熱費が上昇するなか、例年より早く寒い冬を迎えているため、客からは家計引締めの声がよく聞かれる。
□	通信会社（工事担当）	・客の動向から判断すると、景気に変化はない。
□	テーマパーク（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が改善する様子がなく、閑散期にも入るので景気は回復しない。
□	テーマパーク（業務担当）	・物価高、ガソリン価格の高騰が続き、客の出控えも予想されるため、景気はなかなか上向きにならない。
□	観光名所（管理担当）	・現在の来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の状態にほぼ戻っているが、料飲部門の回復にはもう少しばかり時間が掛かる。
□	競艇場（企画営業担当）	・2、3か月後も売上は増加しない。
□	設計事務所（経営者）	・円安による物価の上昇が続く見込みであることに加え、新型コロナウイルス感染症が終息する様子がみられないため、景気は良くならない。
□	設計事務所（経営者）	・新築物件の依頼が相変わらず出てこない。建築コストはまだ値上がりが続いており、価格が安定するまでは景気が良くなることはない。
□	住宅販売会社（営業担当）	・ウィズコロナの感覚が広まっているため、景気は変わらない。
▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・当地方は確実に経済が縮小している。
▲	百貨店（売場担当）	・秋の行楽時期から年末年始にかけて人の動きが更に活発化しており、金の使い方が前年や前々年と大きく変化しているが、百貨店の商材が追いついていない。
▲	百貨店（売場担当）	・各種値上がりの影響がじわじわと感じられる。食品など絶対必需品についても節約傾向で、衣料や雑貨にもかなり影響が出ている。今後も、電気やガスの料金が売上に影響を与える。
▲	スーパー（店長）	・値上げにより上昇した客単価が売上を押し上げているが、今後は客の買い控えが進んだり、ディスカウントショップに客を奪われたりするため、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・物価高が個人消費に悪影響を及ぼす。
▲	スーパー（財務担当）	・現在は、客が単価の上昇を受け入れてくれているものの、物価の上昇ほど収入が増加していないため、今後は客の買い控えで売上が減少する。
▲	スーパー（営業システム担当）	・2月からの値上げの報道があり、客の節約志向がより高まっている。新型コロナウイルス感染症に関する移動制限がないため、外食需要が高まること、また、光熱費が上昇していることもあって、客の消費は抑えられる。
▲	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価の上昇で売上が改善しても、光熱費の増加が経営を更に圧迫していく。来客数増加と販売単価上昇の両軸で大幅な売上改善を目指すなくてはならない。
▲	コンビニ（支店長）	・電気料金の高騰で収益悪化が継続し、仕入コストを抑制するため、売上が減少する。
▲	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素も対策もなく、国の経済対策に失望している。
▲	衣料品専門店（代表）	・景気対策がされていない上、いきなり防衛費のための増税が決められそうなので、景気はやや悪くなる。
▲	家電量販店（店長）	・エネルギー価格の高騰が家計に打撃を与えているので、景気は悪化する。

	▲	乗用車販売店（店長）	・車両価格が少しずつ上がっていることもあるが、食料品等の値上がりが客の購買意欲を下げている。年度末は最大の繁忙期であるが、新型コロナウイルスへの感染が社員にも散見されてきた状態において、業務量確保のための残業にも限界がある。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・扱っている商品の単価が高く、無理すれば多少交換時期を遅らせることもできるので、他の生活必需品より後回しにされかねない。
	▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	・今後も新型コロナウイルスの新規感染者数が増加するため、消費は改善しない。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・電気料金や物価の上昇の影響、インバウンドの戻り等の先行きが不透明である。
	▲	高級レストラン（事業戦略担当）	・全国旅行支援の割引率が下がり、新型コロナウイルス感染症発生前においても閑散期であった時期なので、もう少し消費の後押しになる話題が欲しい。
	▲	一般レストラン（経営者）	・2月に値上げが予測され、客が買い控えをする。
	▲	一般レストラン（経営者）	・年末の景気は良かったが、年が明ければ景気は冷え込む。
	▲	観光型ホテル（宿泊担当）	・全国旅行支援による一時的な景気回復は長続きしない。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・電気料金や物価の高騰に対し、賃金上昇が比例していないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	テーマパーク（管理担当）	・政府の政策が不十分であるため、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・物価上昇の影響が少しずつ出てきている。
	▲	美容室（経営者）	・年末年始に新型コロナウイルス感染症が拡大するため、今後、来客数が更に減少する。
	▲	設計事務所（経営者）	・中古住宅の動きはみられるが、減退を押し上げるほどでもない。所得が大幅に増加しない限り、客の購買意欲は上向かない。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・物価上昇に賃上げが追いついておらず、更なる増税の可能性も出てきており、客の消費意欲の低下が続く。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	・客の購買意欲の低下、資材の更なる値上げ、利上げなど好転材料に乏しいため、景気はやや悪くなる。
	×	百貨店（販売計画担当）	・可処分所得の減少、物価上昇、エネルギー価格高騰で景気が良くなる要素はない。
	×	コンビニ（エリア担当）	・工事で3月末まで24時間片側交互通行となるため、売上は増加しない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・閑散期になるため、景気は悪くなる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・値上げが止まらないので集客は増えない。
	×	通信会社（広報担当）	・値上がりが止まらない限り、客の購買意欲が戻ることはない。
	×	美容室（経営者）	・物価が上昇しても客の給料が増加しないので、節約のため今後も景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送業	・受注が増加しているため、今後、景気は良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・仕入れ、販売いずれも値上げが継続中であるが、多くの取引先は値上げを見据えて行動している。一方で、川下の企業は、値上げによる利益悪化の影響を受けているため、全体的な景気回復には対応の時間を要する。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注元の年度末までの内示から判断すると、景気はやや良くなる。
	○	建設業（総務担当）	・物価上昇の度合いもあるが、今後の折衝物件については価格転嫁が見込める。
	○	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期になるので景気は良くなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・受注予定の話があるので景気は少し良くなる。
	○	会計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が徐々に終息し、経済活動が活発化する。ものづくり補助金、事業再構築補助金が設備投資につながり始める。
	□	繊維工業（財務担当）	・物価が上昇するので、景気に変化はない。

	<input type="checkbox"/>	木材木製品製造業（経理担当）	・日本銀行の金利政策により一時的に円高になってきたが、しばらくは景気が悪い状態で推移する。
	<input type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・原材料価格は大きく変動しない。
	<input type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け生産が回復する気配はなく、現在の生産水準が続く。
	<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務担当）	・1～3月の動きは低調に推移する。
	<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務担当）	・現状がしばらく続く。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（総務担当）	・もうしばらくは半導体関連や先行発注の動きに変化はない。
	<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・中国の新型コロナウイルスの感染状況に不透明感があるが、資材調達、人手不足の状況、引き合いなど、横ばいで推移する。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（業務推進担当）	・取引先の荷動きに目立った様子はなく、大きなプラス要素もないため、状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（総務・人事担当）	・企業決算期になるが、明るい兆しはみられないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	金融業（貸付担当）	・日本銀行による長期金利の変動許容幅の拡大が企業の設備投資等経済活動の抑制につながる可能性があり、企業の収益回復のスピードは鈍化する。
	<input type="checkbox"/>	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの国内生産は現状程度のやや低調な状態が続くため、今後2、3か月の系列の地元部品メーカーの多くの受注や生産も現状程度で推移する。
	▲	食料品製造業（経営者）	・更なる価格高騰の懸念があり、景気は今後、一段と厳しくなる。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料分野の受注量は減少傾向にあり、金属素材分野でもエネルギー価格の高騰が収益を圧迫する。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・受注は増加傾向にあるものの、現在は踊り場と客から説明されたが、今後、春頃まではこの状況が続く可能性がある。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪いため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・原材料価格の高騰が利益の減少を招いている。新型コロナウイルス感染症関連の需要が落ち着き、今後の生産については減産の見込みである。
	▲	通信業（営業企画担当）	・価格高騰に歯止めが掛からず、積極的な投資は見込めない。ウクライナとロシアの戦争の影響で高騰したエネルギー関連の価格が安定するめどが立たない限り、客の購買意欲や投資意欲は高まらない。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (中国)	○	人材派遣会社（社員）	・ウィズコロナの生活が広がり、経済活動が活発化しているため、今後、企業の雇用意欲は高まる。
	○	職業安定所（事業所担当）	・雇用調整助成金の申請件数が前年より57.3%も減少していること、求人数が増加していること、新型コロナウイルスの感染対策を十分に行った上での規制のない年末年始を迎えることが、今後の景気の回復に影響する。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・インバウンドの更なる増加が予測され、年末年始の移動に関する規制もなくなり、また、日本銀行の長期金利の変動許容幅の拡大に伴う円高効果も現れてくる。
	□	人材派遣会社（支社長）	・円高が進み原材料の価格高騰は抑えられるが、日本銀行の方針転換により消費に影響が出る可能性がある。新型コロナウイルスの新規感染者数も引き続き高い水準になっており、今後も一進一退の状況が続く。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・今年度は高卒採用や大卒の理系採用に苦戦している企業が多数ある。高卒採用の苦戦は、大学への進学率の向上、高校生の絶対数の減少が主な理由である。理系採用に関しては、メーカーを中心に理系獲得に苦戦しており、今後更に加速する見込みである。メーカーによっては人数の確保が困難であるため、技術職を希望する文系の学生も同時に募集し、時間をかけて技術職として育成する動きもある。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	・企業の求人担当者からは、応募者数が年々減少していると聞く。また、施設、学校、企業等で新型コロナウイルス感染症のクラスターが発生しており、すぐに応募する人材は増加しない。
	□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・物価高騰の影響が出てくる可能性がある。パートを含め、より給与が高い職場への転職を意識する人が増加する。

□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・多くの学生が内定を得ており、求職活動が一段落している。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価やエネルギー価格の高騰にもかかわらず、賃金の上昇は一部の大企業のみとなっており、客の消費意欲が減退している。また、新型コロナウイルス感染症の影響は飲食関係を中心に継続しており、景気回復に至っていない状況である。
▲	人材派遣会社（経営戦略担当）	・業界によって大きな差が出てくるが、新型コロナウイルス感染症に関する規制が徐々に終了することや燃料価格の高騰によって景況感は悪化する。
▲	人材派遣会社（副支店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、景気回復が遅れる。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・光熱費や物価の上昇があらゆる産業に影響を及ぼすため、景気はやや悪くなる。
▲	職業安定所（所長）	・管内の観光スポットの人流が良くなり、コロナ禍で休業していた店舗が再開する動きもあるが、直近の新型コロナウイルスの新規感染者数の急増と物価上昇が雇用に与える悪影響は避けられないため、景気はやや悪くなる。
×	—	—