

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・人流が回復している。2019年比では来客数の減少が続いているが、減少幅は小さくなっている。外国人観光客も増加しており、数値は戻ってきている。
	◎	その他専門店 〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が弱まり、来客数が増加している。
	◎	高級レストラン （事業戦略担当）	来客数の動き	・インバウンドが回復しているため、景気は良くなっている。
	◎	都市型ホテル （総支配人）	販売量の動き	・4月は前月と比べ、来客数や販売量が伸び、価格も上昇している。特に宿泊とレストランは2019年の新型コロナウイルス感染症発生前を上回っている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・小売業の回復が鈍化しているが、飲食業、観光業関連は好調である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、外国人を始めとして、多くの人が出出している。
	○	一般小売店〔眼鏡〕 （経営者）	来客数の動き	・県外からの来客数が増加している。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕 （経営者）	来客数の動き	・人の動きが少しずつ良くなり、街のにぎわいが戻ってきている。イベントも開催されるようになり、徐々に以前の状況に戻ってきている。
	○	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・街の人出は増加している。外出や旅行の需要が高まり、買物が増えている。
	○	百貨店（広報担当）	来客数の動き	・催しやイベント等に関係なく、平日の来客数が日々増加傾向にある。
	○	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・数百万円のジュエリーや美術品が売れるなど、景気はやや良くなっている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は前年をやや下回っているが、商品単価の上昇で、売上は増加している。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・食品等の値上げで1品単価が前年比104%と上昇していることにより、売上も前年比105%と好調に推移している。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	単価の動き	・物価の上昇に伴い、客単価も上昇している。客の価格に対する意識が高くなっているため、低価格商品をアピールしており、売上の増加に大きく貢献している。
	○	衣料品専門店 （代表）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症発生以前の売上まで戻るには時間が掛かるが、3か月前と比べると、外食や旅行など人が動き始め、来客数や販売量が増加している。
	○	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・来客数が戻ってきている。
	○	乗用車販売店 （統括）	販売量の動き	・4月の販売量は前年比145%と好調だった。
	○	乗用車販売店 （業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、客の行動範囲が拡大し、購買意欲が高まってきている。
	○	乗用車販売店 （営業担当）	競争相手の様子	・来客数は多くないが、微増であり、市場の動きもやや回復感がある。
	○	その他小売 〔ショッピングセンター〕 （管理担当）	お客様の様子	・3月より客の動きが良くなり、景気は少しずつ好転している。4月に入り、外国人客も増加してきており、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限の緩和の影響が出てきている。ただし、高額品の購入やついで買いなどは増加しておらず、客の財布のひもはまだ固い。
○	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・3月、4月上旬は、とにかく外国人観光客が多かった。	
○	一般レストラン （店長）	来客数の動き	・3月ほどではないが、以前と比べると来客数が増加し、観光客の来店も増加傾向にある。また、インバウンドについては、ツアーが非常に多く入ってきていることに加えて、今月は個人での来店も増加傾向にある。	
○	バー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の終息で、景気はやや良くなっている。	

○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が一時的に落ち着き、全国旅行支援の延長やインバウンドの回復基調の追い風もあり、月内での伸びが見受けられる。
○	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・3か月前に予測していたよりも訪日外国人の数が多くなっている。
○	都市型ホテル (営業企画担当)	来客数の動き	・インバウンドの利用人数がほぼ2019年並みに回復していることに加えて、国内客の動きも活発な状態を維持している。また、客単価も上昇傾向である。
○	旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・旅行の申込みがやっと増加してきている。
○	旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・国内個人旅行は好調に推移しているものの、海外旅行や団体旅行はまだ低迷しており、これらが復活しないと数値的には厳しい。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・送別会や歓迎会がかなりあった。また、何か月ぶりにか街に出てくる客もいた。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制が緩和され、地元客や観光客の行動が活発になっている。5月から新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられるため、新型コロナウイルス感染症の第9波が発生しても、今までのような景気の停滞はない。
○	通信会社(工事担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたため、景気はやや良くなっている。
○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価が上昇しているものの、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたことで、客の外出機会が増加し、消費マインドの回復も顕著となっている。
○	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・来客数が伸び悩んでいる。
○	ゴルフ場(営業担当)	単価の動き	・前年までと違い、2～3か月先の予約は好調である。ただし、経費の高騰で単価が上昇したことが少し影響しているのか直近の予約が増加しない。特にゴールデンウィークはその傾向が顕著に出ている。
○	競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・月初めにG1競走が開催されたため、1日平均の売上が増加している。
○	美容室(経営者)	お客様の様子	・客の外出機会が増加している。
○	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・3月にマスクの着用が個人の判断にゆだねられることになってから、イベントも3年ぶりに復活し、来客数も新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいている。
□	商店街(理事)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が終息しておらず、生活用品の価格が上昇しているが、人々が精神的に強くなっているため、何とか現状を維持している。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・ゴールデンウィークを前に、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加の方向に向かっている。全ての商品が値上がりに向かっており、消費は右肩下がりとなっている。
□	一般小売店 [茶](経営者)	来客数の動き	・都会では人の動きが非常に活発になっているようで、当地域もやや動き出したように感じる。しかし、周辺では諸経費の値上がりや原料調達がままならないことなどで、不安を感じている企業が多い。
□	一般小売店 [印章](経営者)	販売量の動き	・例年、ゴールデンウィーク以降、景気が下向きになる。
□	一般小売店 [食品](経営者)	販売量の動き	・前年と比べて売上は回復しているが、来客数は前年を下回っている。値上げの影響で、販売量は前年を1%強下回っているが、平均単価は前年を5%強上回っている。
□	百貨店(経理担当)	販売量の動き	・来客数は増加傾向だが、撤退したショップの影響もあり、店舗全体の売上は前年を下回りそうである。
□	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・想定以上に客の戻りが悪い。3か月前はオケージョン需要や、久々に来店された顧客の購買意欲もあったが、今月は前年並みである。週末を中心ににぎわいがあるものの、平日は閑散としている日もある。
□	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・大きな集客イベントを開催したが、来客数は前年を10%上回っている。若者が多かったが、販売単価は低く、単品の購入が多かったため、売上は前年を10%下回っている。

□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来客数や業績が前年並みで推移している。外国人観光客の買物もほとんどみられず、大きな変動要素はない。
□	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響はなくなりつつあるが、様々な物価の上昇といった不安要素が中間層に影響を与え、景気回復の足かせとなっている。
□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・4月に入り、気候が安定していることで、ゴールデンウィークに向けての関連商材を中心に、客の購買の動きが活発化している。一方で、今まで控えてきた県外エリアへの移動も増加傾向にあるようで、来客数や売上は前年から大きな伸びはない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・消費はやや良くなっているが、来客数は変わらない。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・商品の値上がりによる1品単価や客単価の上昇で、売上が確保できている状況で、来客数や買上点数は横ばいである。ディスカウント業態のため、客からの価格についての評価は高いが、一般的にはまとめ買いや節約志向が継続している。
□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、来客数が増加している。しかし、現場での生産能力が追いついておらず、欠品が多いため、機会損失が発生している。
□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・日々の食費に対する節約志向は定着し、抜け出す気配はない。来客数は前年並み、平均単価は6%増加、販売数量は3%減少、売上は2%増加にとどまっている。
□	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・来客数自体は横ばいであるが、1品単価の上昇で買上点数が減少している。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価の上昇に給与の増加が追いついていないため、景気に変化はない。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、外出機会が増加しているため、客の心理も改善している。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・マスクの着用が個人の判断にゆだねられることになり、新型コロナウイルス感染症が新たな段階に入ったことで、経済環境が整いつつあるが、客が依然として外出に戸惑っている。
□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の9割程度となり、売上も減少している。
□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が3か月前と変わらない。
□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・来客数や販売量は前月並みである。
□	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売額は前年並み、値上げ等が数回あったので、販売量は低下、販売利益も減少している。
□	その他専門店 [土産物]（経営者）	お客様の様子	・来客数は微増だが、客が必要なものだけを購入しているため、買物単価や買物点数が抑えられている。
□	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	来客数の動き	・来客数は増加していないが、単価が上昇しているため、売上は増加している。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3年ぶりに新型コロナウイルス感染症に関する行動制限がない状況での営業が年始から続き、3月、4月は好天にも恵まれ、順調であった。しかし、4月の2週目以降は、度重なる生活必需品の値上げや光熱費の上昇で、客の生活防衛意識が高まっている。ディナータイムの来客数は月を追うごとに良くなっているが、ランチタイムの来客数は今月に入り、前年割れとなっている。
□	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・3か月前と比べると景気が下向きとなっている。
□	観光型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・全国旅行支援が延長になったため、3か月前と変わらず好調である。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・前月や月初めは忙しかったが、現在は、人の動きが落ち着いていて、特に夜の乗車は少ない。
□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新年度としての好調さではないが、1年前の同時期と比べると、引き合いや販売数が多くなっている。

	□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・料金の延滞も、その後の回収率もほぼ横ばいである。
	□	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の節約や自粛が少しなくなっているが、まだ、客の来店頻度は低い。
	□	設計事務所（経営者）	単価の動き	・建築コストが高騰しているため、工事契約に至るまでの動きが悪い。平均的な住宅でも坪単価が100万円を超える見積書が出てきている。
	□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたものの、諸物価の上昇や建築費の高止まりなどにより、住宅の引き合いが低調な状況が続いている。
	□	住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・世間がウィズコロナとなり、人流は活発になったように見受けられるが、物価高騰の影響が垣間見え、景気回復に至っていない。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・高額商品の売行きが悪く、購買単価が低下している。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、来客数が少なく、売上につながっていない。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・客の買上点数が減少している。
	▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・客単価は余り変化してないが、来客数や買上点数が減少している。
	▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・値上げによる1品単価の上昇により、既存店の売上は前年を上回っているが、来客数や1人当たり買上点数は前年割れが続いている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・商品の値上げが続いているため、景気はやや悪くなっている。
	▲	家電量販店（副店長）	来客数の動き	・来客数が前年割れで推移し、今後も改善が見込めない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・生産の流れは良くなったが、来客数や販売量が圧倒的に少ない。
	▲	その他専門店 [時計]（経営者）	単価の動き	・生活防衛のため高額品が売れない。購買が2極化している。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・資金に余裕がない客が増加し、資材高騰分の追加予算に対して慎重になっている。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・集客企画の実施の際に、引き合い数や来客数の減少を実感している。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が3か月前と比べ、減少している。
	×	自動車部品販売店（経営者）	販売量の動き	・4月から各商品の仕入価格や販売価格が値上がりしたことに伴い、客の買い控えが多くなっている。また、客の購入商品が中高級品から廉価商品に移行しているため、売上が減少している。
	×	住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・来客数が少なくなり、購買単価が低下している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数がかなり減少している。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・相次ぐ値上げで客が買い控え傾向にある。
	×	テーマパーク（管理担当）	それ以外	・国の政策の効果が出ていないため、景気は悪くなっている。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・生産が好調である。
	◎	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増加している。
	◎	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・データセンターの引き合い量や視察回数が増加している。新年度に入り、計画的な投資に向けた動きが活発化している。電気料金の高騰など、マイナス要因はあるものの、取引先の動きは活発化している。
	○	繊維工業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・新年度を迎え、卒業、入学、転勤など人の動きが活発になり、そうした行事に必要な消費活動が行われている。
	○	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・資機材の価格高騰が継続している。新規物件については価格上昇局面を認識した交渉を進めている。

	○	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新年度に入り、客の動きが良くなっており、受注量も増加している。
	○	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気状況に影響を受けてきたマーケティング関連分析業務が増加してきている。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・注文量などは特に変わりはなく、量に対する単価の変動も今までと変わらない。
	□	食料品製造業（経営者）	競争相手の様子	・同業種には、4度の値上げを実施したが、原材料費や電力料金等が大幅に上昇しているため、値上げ効果がない企業がある。人手不足による人件費の高騰もあり、景気は一段と厳しくなっており、中小企業には廃業を考える企業も出ている。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・様々な制限が緩和されているが、様子見の状況が多い。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・大型注文の製造に着手した状況である。鉄鋼業向けの需要が回復しないため、生産量に変化はない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注が低調である。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・ここ数か月大きな変化はない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・1月以降、生産能力以上の受注に対して、超過勤務で対応している。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・現段階で需要に対し生産がおおむね計画どおり進捗している。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・液晶パネル向けの配向膜塗布装置や消耗部品は減少傾向にあるものの、電子部品実装の需要や量産製品等は堅調に推移している。
	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・大きなプラス要素や各取引先の目立った動きもなく、状況に変化はない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・需要は堅調であるが、一部業種では物価上昇による価格転嫁の影響を受ける可能性がある。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新年度になって、日用品などあらゆるものが値上がりし、消費者の購買意欲が減退している。新型コロナウイルス感染症に関する規制緩和の影響もあり、観光や飲食は少し持ち直しているようだが、住宅関連はしばらく厳しい状況が続くようである。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・金属価格の下落や電子材料素材関係の受注減少が続いている。
	▲	一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・インフレが続き、需要が後退傾向にある。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・賃貸住宅需要の時期の関係もあり、前月と比べると、来客数や成約件数が大幅に減少している。3か月前と比べると、来客数はほぼ横ばいだが、成約件数は約88%まで落ち込んでいる。また、前年比では、来客数が約88%、成約件数が約93%となっている。
	×	*	*	*
雇用関連	◎	*	*	*
(中国)	○	人材派遣会社（副支店長）	求人数の動き	・企業からのオーダーが増加し、以前の状態に戻つつあるが、人材不足は変わらずマッチングに苦戦している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・宿泊業や飲食サービス業の求人数が、前月や前年同期と比べ大幅に増加している。
	○	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・募集側が提示する年収の範囲と求職者の希望する年収が一致しなかった場合、上限年収を引き上げても内定を出すケースが徐々に増え始めている。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求職者数の動き	・3か月前と比べ、転職活動が活発化している。ただし、時期的に転職決定者の数が増加しているため、4月の転職相談数は前月比93%と少し落ち着いてきている。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・製造関係の求人数が増加傾向にある。

□	人材派遣会社 (支社長)	求人数の動き	・景気の先行きが不透明感なことから、自動車や半導体など一部の業種で、求人を絞る動きがあるものの、全体では人手不足の状況は変わらず、求人数は比較的高い水準で推移している。
□	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・企業の求人数に大きな変化はないが、求人と求職者とのマッチングは進んでいない。地方では原材料や物価の高騰への備えが優先され、賃金上げが抑えられているため、先行きの不透明感は拭えていない。
▲	職業安定所 (事業所担当)	求人数の動き	・新規求人の受理件数は前年比で2.5%減少しており、新型コロナウイルス感染症発生前の3年前と比べても11%以上減少している。産業別にみると、運輸業や宿泊業が前年比20%以上減少している。
×	—	—	—