

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)	◎	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・急拡大した新型コロナウイルスオミクロン株の新規感染者数が減少傾向になり、3回目のワクチン接種も徐々に広がっているなかで、県外への往来や飲食店の営業の制限もなくなり、駅周辺の人出も元に戻りつつある。宿泊においては、県民割の後押しもあり、平日は安定したビジネス需要、また週末は桜シーズンに伴う観光客などで高稼働を維持している。宴会においてはまだ飲食を伴う開催は積極的ではないが、6月以降の先行受注は好調である。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されて客は増加している。
	◎	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・月初めのG1競走で売上が十分に確保できている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・客足が戻りつつある。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・たまたま自店では販売量が増えている。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・高額ブランド商品の動きが良く、高齢者の来客数が増加している。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前月末から今月中旬頃まで来客数が前年と比べて増えている。新型コロナウイルスの影響で苦戦していたハレの日需要やギフト需要がファミリー客を中心に高まっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は大幅な改善はないものの、来客数に関しては前年を超える状況で、3か月前より改善している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・1～2か月前は来客数が前年を割っていても売上は好調であったが、4月に入ると来客数も増えつつある。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品を中心とした値上げ基調から、客の節約志向も合わさって、ディスカウント業態は有利に進んでいる。週末や割引デーにまとめ買いをする傾向が更に強くなっており、販売点数が伸びている。
	○	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスに関する規制が緩くなったことで、売上が前年の98%、来客数が102%と回復しつつある。ただし、物価の上昇傾向に伴い客単価は低調である。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・2～3月は新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で来客数が減少して経営が厳しい状況であったが、4月に入り観光客、工事客、会社員といった客の来店が増えている。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	お客様の様子	・イベントの再開や観光客の増加で、週末の来客数が増加している。
	○	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・行楽等で週末の来客数が増加して売上改善につながっている。
	○	衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されてから、客足が戻り始めている。
	○	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の影響が薄れている。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・県民割のクーポン利用や観光パスも動き始め、来館者数が増えている。ただし、大がかりなイベントはまだしていないので、全盛期の集客までには至っていない。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・売上と来客数が増加しつつある。
○	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	・新型コロナウイルス感染状況は依然高止まりの状況であるが、緊急事態宣言下の状況と比べれば来客数は増えている。気温が上昇するにつれ人出も多くなってきている。	

○	高級レストラン (事業戦略担当)	来客数の動き	・ 県民割の影響が出ている。
○	一般レストラン (店長)	お客様の様子	・ 県外からの客が増えている。また、今月中旬よりサラリーマンの来店頻度が高まっている。
○	バー (経営者)	来客数の動き	・ まん延防止等重点措置が解除され、来客数が増加している。
○	観光型ホテル (副支配人)	来客数の動き	・ 3か月前はまん延防止等重点措置が適用されていたため、施設の休館で全く人の動きがなかったが、今月は春の観光時期となり、自治体の観光振興策も重なったので宿泊客が増えている。
○	観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・ 県民割の延長で稼働が上がってきている。
○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・ 3か月前は新型コロナウイルス感染の第6波により、まん延防止等重点措置が適用され、宿泊はもちろん、飲食も大幅に落ち込んだ。現在、新型コロナウイルスの感染状況は高止まりしているが、法的な人流抑制策はなく、感染症対策を徹底しての一定の動きが見受けられる。
○	旅行代理店 (支店長)	販売量の動き	・ ゴールデンウィークの宿泊予約が順調に伸びている。しかし、北海道や沖縄旅行といったロング商品の販売はまだ少ない状況で、マイクロツーリズムの流れが顕著になっている。
○	タクシー運転手	販売量の動き	・ 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。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・ 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りつつある。
○	通信会社 (経理担当)	お客様の様子	・ サービスエリア拡張によって、加入者数が増加傾向である。
○	通信会社 (企画担当)	お客様の様子	・ まん延防止等重点措置が解除になって1か月、新型コロナウイルス感染拡大前と同水準ではないが、問合せ数や来客数は着実に増えてきている。
○	通信会社 (工事担当)	お客様の様子	・ 新型コロナウイルス感染が収まっている。
○	ゴルフ場 (営業担当)	お客様の様子	・ 予約状況は上向きであるが、光熱費や食材費が増加するので値上げをする予定であるが、それによって個人消費が落ちる懸念がある。
○	住宅販売会社 (営業担当)	お客様の様子	・ 新型コロナウイルスに関する規制が緩和傾向にあるため、人出が多くなってきている。
□	商店街 (代表者)	来客数の動き	・ 当県の新型コロナウイルスに対する考え方が全く変わらず、経済は回っていない。早くいろいろな規制を解除してほしい。
□	商店街 (代表者)	お客様の様子	・ 新型コロナウイルスオミクロン株の感染が若者を中心に広がっており、感染状況が落ち着かないと景気回復はない。
□	商店街 (理事)	お客様の様子	・ 新型コロナウイルスありきの生活になりつつあり、客は買物を楽しみたい気持ちがあるものの、物価上昇が気になる様子である。
□	一般小売店 [洋裁附属品] (経営者)	来客数の動き	・ 良い気候で客足は増えているが、売上は伸び悩んでいる。
□	百貨店 (経理担当)	販売量の動き	・ 高額品の売上は好調であるが、衣料品は低迷している。観光部門は回復し始め、前年売上を上回っている。
□	百貨店 (売場担当)	お客様の様子	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数は減少しつつあるが、世界情勢や相次ぐ商品の値上げなどの影響なのか、景気の回復感が全くみられない。
□	百貨店 (外商担当)	お客様の様子	・ 来客数はかなり増えているが、まだ外出や旅行は控えている客がほとんどで、購買意欲が高まっていない。
□	百貨店 (売場担当)	販売量の動き	・ 100万円の美術品やラグジュアリー商品が売れている。
□	百貨店 (営業企画担当)	お客様の様子	・ 2月は寒波と降雪により春物ファッションの売上が良くなかったが、3月以降は気温の上昇とともに回復傾向である。少しずつイベントも再開されているが、燃料の価格高騰による各種商品の値上げの春となり、今後の消費動向の悪化が考えられる。

□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続き、売上が上向きにならない。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は前年比100.9%と3か月前とほぼ同じとなっている。週末の客単価は上昇しているが、平日は買い控え傾向にある。
□	スーパー（総務担当）	単価の動き	・来客数は減少しているが、客単価は上昇している。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されても状況に変化はなく、来客数は減少したままである。
□	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の85%であり、売上も低下して景気は悪い。
□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・当社の客は定期的に来店するが、飛び込み客の来場が増えていない。
□	その他専門店〔布地〕（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増えており、街に人が出てきておらず、特に高齢者が少ない。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・入学や転勤などで外食需要が高まる季節であるが、宴席を控える傾向が定着し、利用人数制限もあいまって、来客数と売上は通常時と同じ状況になっている。ランチ時間ではサラリーマンの利用頻度に変化はないが、シニア女性グループの利用が減少している。ディナータイムでは、早めの時間の利用はあるが、夜9時以降は前年の70%の来客数を保つのが限界である。休日は他の曜日より来客数の減少率が高い。
□	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きつつあるが、期待していたほど来客数の増加はない。特に外食については、まだ制限が掛かっている企業が多いのか、増えていない。
□	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・そろそろ新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きそうであるが、客はまだ不安感があり、旅行ができる状況ではない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しないので、夜の客の動きが悪い。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料の延滞率を観測しているが、ここ数か月は一定の水準を基本に上下している。
□	美容室（経営者）	競争相手の様子	・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いるため、客の行動は慎重になっており、通常営業にはまだ戻れない。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍になって、客からの引き合いが低迷したままである。
□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・資源価格が上昇している影響で工事費が上昇しており、見通しが厳しいため客は慎重となり、なかなか契約まで至らない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が下がりきっておらず、見学会などのイベントを行っても来客数が伸びない。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・客は安い商品を少量しか購入しないので、売上が厳しい状況である。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・ガソリン価格の高騰で買物や遠出を控える客が増えている。
▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは県外からの客が前年よりは増えるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているので、地元の人の動きは鈍くなっている。
▲	一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・客単価は上昇しているが、来客数が減少している。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・2～3か月前と比べ、来客数が約2%減少している。
▲	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・青果の相場高及び値上げによる1品単価上昇により、既存店売上は前年実績を辛うじて維持しているが、1人当たりの買上点数が前年を下回っている。
▲	スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・食品全てが値上がりし、客の来店頻度が低下している。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・依然として原材料価格の高騰が続いているため、夏頃に価格改定を実施予定であり、販売量が減少する。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ウクライナ情勢の影響が懸念される。

	▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・展示会に応援で来ている人が県外の人だと分かると、客は新型コロナウイルス感染のおそれがあると思うのか、戸惑っている様子である。
	▲	家電量販店(店 長)	来客数の動き	・来客数が前年比90～95%で推移している。新型コロナウイルスの新規感染者数が増えている影響がまた出てきている。
	▲	家電量販店(販 売担当)	来客数の動き	・来客数が減っており、前年の80%程度である。
	▲	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・部品供給不足や物流遅延で生産が停止するなど、売上に繋がらない。
	▲	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・半導体不足で出荷が遅延しており、販売量に影響が出ている。
	▲	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・新車生産スケジュールが伸びているため、購入を見送る客が見受けられる。
	▲	乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	・4月の販売量は前年比90%と大変厳しい状況である。
	▲	自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	・値上げや品不足など、景気に良い要素は全くない。
	▲	その他専門店 [時計](経営 者)	来客数の動き	・市内の新型コロナウイルス感染が拡大していることが要因なのか、4月中旬から来客数が前年を割っている。
	▲	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ランチタイムの来客数は戻りつつあるが、酒類提供がメインではないレストランなのに、ディナータイムの減少が目立つ。
	▲	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・生活必需品の値上がりでサブスクリプションサービスの料金切り詰めの動きが見受けられる。
	▲	設計事務所(経 営者)	来客数の動き	・経済情勢が不安定で給与所得の伸びがなく、将来の見通しも立たず、客は消費に慎重で反応が鈍い。
	▲	住宅販売会社 (営業所長)	来客数の動き	・原油高やウクライナ情勢に伴う物価高騰の動きを実感しつつある。資材高騰にも影響が出始める時期である。
	×	商店街(代表 者)	来客数の動き	・高齢者は行政の自粛要請やニュースの影響で外出を控える傾向であり、この年齢層をターゲットにした店舗が多いため、来客数が減少している。
	×	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・原材料価格や電気代の高騰により支出金額が抑えられている。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、来客数が回復しない。ウクライナ情勢の影響で物価が上昇しており、徐々に景気が悪くなっている。
	×	通信会社(広報 担当)	お客様の様子	・値上げが続いているので客の購買意欲が衰えている。
	×	美容室(経営 者)	単価の動き	・まん延防止等重点措置が解除されて客足は戻りつつあるが、物価が上昇しているので客の注文が伸びず、売上が伸びない。
企業 動向 関連	◎	—	—	—
(中国)	○	繊維工業(財務 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・物価が上昇しているが、客の消費行動は高まっている。
	○	化学工業(総務 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・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している。
	○	金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量 の動き	・受注は超勤対応を要するほど増えてきているが、短い納期が設定されているため、全てを間に合わせることは難しい状況である。
	○	輸送業	受注価格や販売 価格の動き	・受注量が増加している。
	□	農林水産業(従 業員)	受注価格や販売 価格の動き	・単価が上昇することはなく販売量も少ないので、売上は横ばいである。
	□	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	・高い水準を継続中の生産量に伴い、時間外労働が続いている。
	□	鉄鋼業(総務担 当)	取引先の様子	・上海のロックダウン、半導体不足が継続しており、低調に推移している。
	□	鉄鋼業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・受注量に目立った変化はみられない。
	□	非鉄金属製造業 (業務担当)	受注量や販売量 の動き	・半導体不足の影響やコロナ禍により、電子材料の受注量は厳しい状況が続いている。

	□	一般機械器具製造業（管理担当）	取引先の様子	・生産状況の見通しや展開に不透明な部分が多い。
	□	輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・海外向け需要は復調傾向にあるが、国内需要は低調である。
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・原材料の価格高騰の影響を受けており、高騰分をカバーする値上げができていない取引先が多く、収支改善に至っていない。
	□	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・半導体不足などから地元完成車メーカーの国内生産は低水準が続いている。このため系列の地元部品メーカーの受注量も車種によるばらつきはあるが、おおむね新型コロナウイルス発生前の8割程度となっている。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が継続しており、受注量が増えない状況で販売量の減少も継続している。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・令和4年度新規契約が予定どおりスタートし、コロナ禍での制約が徐々に緩和している。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・注文数量が3か月前より5～10%減少しており、景気の悪さが深刻化している。
	▲	食料品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原材料、原油、物流費、資材等の価格高騰により、4月に入って商品の値上げをしており、景気は悪くなっている。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・現時点での販売状況は横ばいであるが、少しずつ原材料、輸送コストの値上げの話が出てきて、今後の販売価格への転嫁次第では業績が左右される。景気はやや悪くなっている傾向にある。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・中国のロックダウンが2月下旬から継続されており、上海にある子会社の操業や中国国内の取引先への販売が停止している。
	▲	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・海外の影響を受け、材料の手配が難しくなっている。
	▲	通信業（営業企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・エネルギー原材料、特に電気代の価格高騰により、データセンターコストが非常に高くなっており、販売価格への転嫁で販売量が下がる懸念がある。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・高需要時期と比較すると、新規来客数が約30%、成約件数が約40%程度落ち込んでいる。前年比でみると来客数が約5%減少、成約件数が約10%減少となっている。
	×	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・4月に主要客の休業が3回、延べ8日となり、猛烈な受注量減少となっている。
	×	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・建設関連資材が一律上昇している。受注価格決定から引渡しまでの期間が長い建設業はリスクが大きくなっている。また資材の納期についても変動が大きく、工期を守る上で同じくリスクが高い。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・市内大型商業施設のオープン等で景気は上向きである。
	○	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・業種によって景況感が違うが、全体として求人数は増えている。
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・中途採用、新卒採用共に積極的に採用活動をしている企業が目立つ。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求人数の動き	・時期的に求人の受注件数が上昇しているが、競合が多いため、求人側としては求職者からの反響数が低迷している。また、求職者側の転職に求める条件として安定というキーワードが優先されるようになっている。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・求人数が順調に伸びており、企業の新卒採用の意欲の高まりを感じる。
	□	人材派遣会社（副支店長）	求職者数の動き	・希望する条件の求人数があるのか、高時給の求人に限らず求職者数が増加している。
	□	人材派遣会社（経営戦略担当）	求職者数の動き	・求職者数が回復してくる傾向がない。

□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染者数の高止まりやウクライナ情勢の影響で、地域の企業は投資に対して様子見であるが、経済活動に大きな影響は見受けられず、採用意欲も引き続き高い。
□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・ゴールデンウィークの人材確保や新規オープンのカフェのスタッフ募集で新規求人数は、宿泊業・飲食サービス業が前年同月比で2割増加となっており、求人全体でも1割増加となっている。
□	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・3月の求人数が前年同月より3.4%増加している。2つのホテルが4月に相次いで新規オープンしているが、ゴールデンウィーク明け後の予約は低調になる可能性があり、先行きは見えない状況が続く。
□	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・企業の採用意欲は高く、取引先の大手企業の設備投資に伴い、下請中小企業も増員で対応をしようとしている。一方で、採用の見直しや求人の取消しも一定数ある。
▲	—	—	—
×	—	—	—