

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（副支配人）	・新型コロナウイルスの影響で宿泊者は県内の方がほとんどだったが、最近では県外客も増えており、これから夏休みに向けて旅行者は増加する。
	◎	テーマパーク（業務担当）	・現状の来客数の状況が推移し、景気は良くなる。
	◎	観光名所（管理担当）	・2年間中止になっていた夏季イベント関連の催行が決まり、人の動きも正常に近づく。
	○	商店街（理事）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、客がストレス解消のため買物やレジャーに向かうので、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・出店補助など行政の援助策の影響なのか、商店街の空き店舗に新たに開店する店が増えてきたので、今後に期待している。
	○	商店街（代表者）	・今後も外出者が増加するため、景気はやや良くなる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・今まで控えてきた旅行などができるようになり、消費が増加する。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスに対する警戒感の薄れから客の外出機会が増え、夏物衣料品の実需期に入れば、来客数は増加する。
	○	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルスの影響で減少していたインバウンドを含めた県外客の流入により売上の上昇が見込め、商品の値上がりによる客の買い控えの影響が弱まる。
	○	百貨店（外商担当）	・各種値上げが多いものの、アフターコロナの消費が緩やかながらも回復しつつあるため、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの感染状況に大きな変化がなければ、旅行など外出機会が増える。今後の夏物商戦は前年と比べると好調に推移する。
	○	百貨店（売場担当）	・しばらくは今の状況が続いていくが、秋以降は不透明である。
	○	スーパー（店長）	・徐々に行動制限が緩和されてきているので、平日だけでなく、週末も来客数が増加する。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ウクライナ情勢の影響で商品が値上がりし、客の買い控えが発生することを危惧しているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少すれば来客数が増加するため、景気はやや良くなる。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・今後、インバウンド関連の需要が戻ってくれば、売上は増加する。
	○	コンビニ（支店長）	・中止されていた花火大会やマラソン大会など各種イベントの再開が決まっており、売上回復が期待できる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・着物での歌舞伎観劇ツアーに多くの人々が参加を希望するなど、良い兆候があることから、景気はやや良くなる。
	○	家電量販店（販売担当）	・このまま、エアコンの売上が伸び続ければ景気はやや良くなる。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・ゴールデンウィーク以降、順調に客足が戻りつつあり、自治体の観光振興策も始まるため、来客数の増加に期待しており、今後、従業員を増員し対応する。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今の状態が続き、マスクの着用制限が緩和されれば、景気は更に良くなる。
○	その他専門店〔時計〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策が少しずつ緩和され、来客数が増加する。	
○	高級レストラン（事業戦略担当）	・県民割及びブロック割やGo To Travelキャンペーンの復活で、景気はやや良くなる。	
○	一般レストラン（経営者）	・客の外出機会が今後も増えれば、景気は少し良くなる。	
○	一般レストラン（経営者）	・客のコロナ慣れと政府の外出規制の緩和で、来客数が増加する。	
○	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況に慣れた客が増えれば、景気は徐々に回復していく。また、訪日外国人の規制緩和に伴い、現在予約が入っているツアーが催行されれば活気が出てくる。	

○	バー（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、景気が回復する。
○	都市型ホテル（企画担当）	・行動制限の緩和に伴い県民割や対象地域を拡大したブロック割で、宿泊需要の上昇が期待できる。また、自治体の観光振興策やイベントの開催で集客が見込める。7～8月は宴会の閑散期で先行受注は弱い、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う宴会や婚礼のキャンセルがほぼなくなっているため、安定した売上確保が見込める。
○	都市型ホテル（企画担当）	・Go To Travelキャンペーンが再開できれば、景気はかなり上向きになってくる。再開されないとしても、少しずつ人流は通常に戻ってくる。
○	都市型ホテル（総支配人）	・ゴールデンウィーク明けの新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着き、全国的に県民割の対象地域を拡大したブロック割や、外国人入国制限緩和などが発信され、国内旅行のマインドが高まっていることから、今後の観光需要の回復が期待される。
○	旅行代理店（支店長）	・旅行需要が確実に回復し始め、海外旅行の販売も再開されつつあり、今後、政府の施策実施が確定すれば、更なる売上の回復が見込まれる。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたので、今後、景気はやや良くなる。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、出張等も増加していることから、今後、景気はやや良くなる。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、感染に対する恐怖感や行動自粛の傾向がますます薄れる。
○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきているため、景気はやや良くなる。
○	通信会社（企画担当）	・国内外の新型コロナウイルス対応において、ウィズコロナの生活形態が進むため、今夏は客の購買意欲が高まる。一方で、世界的な半導体不足などの問題が徐々に大きくなっているため、下期以降の景気の状態が懸念される。
○	テーマパーク（営業担当）	・新型コロナウイルスによる自粛が緩和され、経済活動が徐々に動き始める。
○	観光名所（館長）	・夏休みに入ると更に人の動きが良くなる。
○	美容室（経営者）	・人が出が戻り、消費が増加すれば、景気はやや良くなる。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスへの国の対応状況に変化がないので、景気にも変化はない。
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・とにかく先行き不透明である。
□	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大は収まりつつあるが、商品の値上げが景気回復に影響するため、景気は変わらない。
□	百貨店（営業担当）	・ワクチン接種回数が増えれば、旅行や外出機会も増えてくるが、客の衣料品購入意欲は高まらない。また、中国のロックダウンや海外情勢の影響で商品の入荷遅れがあり、商材がセール時期に確保できるかも心配である。
□	百貨店（営業担当）	・ワクチンの4回目接種が始まるが、新型コロナウイルスの感染状況が不透明で、客の生活スタイルも変化しないため、景気は変わらない。
□	スーパー（店長）	・外食機会が増えるなど、今まで新型コロナウイルスの影響で出控えていた客の動きが変化し、スーパーでの買い物機会が減少するため、景気は良くならない。
□	スーパー（店長）	・値上げにより販売数量が伸びない。
□	スーパー（店長）	・行楽等の外出が増える一方で、値上げが足かせになる。食料品のみならず、ガソリン、電気、ガス等のインフラ系の値上げは客の節約志向を加速させる。しかし、お盆商戦では前年より購買は進み、値上げ基調もディスカウントストア業態には強みとなる。
□	スーパー（総務担当）	・天候と価格が落ち着くまでしばらくかかる。
□	スーパー（営業システム担当）	・商品の値上げが続くので、販売数量の増加は見込めない。スーパーよりも低単価の商品が多いディスカウントストアといった競合店が近くにある店舗では、来客数の減少も懸念される。
□	スーパー（販売担当）	・ウクライナ情勢の影響で高騰している燃料価格が落ち着くか分からないので、3か月先の景気に変化はない。

□	スーパー（販売担当）	・経験値が乏しい現状の社会情勢の影響もあるが、物価上昇に伴って、客の嗜好品への節約傾向はしばらく続く。
□	衣料品専門店（代表）	・新型コロナウイルス発生前よりも客の外出頻度が低下している現状では、客の衣類の購買意欲も低下する。また、物価上昇で財布のひもも固くなる。
□	家電量販店（店長）	・今後、物価上昇が景気に大きな影響を与える。
□	家電量販店（企画担当）	・今夏は気温が上がり、季節商材の需要が高まる可能性があるが、半導体不足や新型コロナウイルスの影響で商品の供給が滞るため、売上は変わらない。
□	乗用車販売店（店長）	・納期長期化の改善は当面見込めそうにない。整備入庫は堅調に推移しており、結果として現状維持に落ち着く。
□	乗用車販売店（営業担当）	・身の回りの商品が値上がりしているため、車など大きい買物をする客が減少する。
□	乗用車販売店（営業担当）	・納期の長期化が当面解消されそうにない。
□	乗用車販売店（営業担当）	・新車の納期遅れで購入を見送る客が多く、物価上昇に伴い消費を抑える客も多くなる。
□	その他専門店〔布地〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が全国的に落ち着きつつあるため、景気は多少良くなる。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・ウクライナ情勢、円安、値上げラッシュが客の購買意欲に与える影響が不透明なため、景気は変わらない。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・新型コロナウイルスの影響だけでなく、原材料の価格高騰による値上げにより、客の購買意欲は高まらない。今後、夏のボーナスによる客の購買意欲の上昇、夏休みの来館者数の増加などによる景気回復を見込む。
□	一般レストラン（経営者）	・輸入食材の値上がりや国産品の値上がりにつながっているため、今後の利益確保に不安がある。景気全体の流れが良くなっても、内食の比率が上昇し、客の節約志向から外食利用の頻度が下がると、外食産業の景気は余り変わらない。
□	観光型ホテル（営業担当）	・県民割や対象地域を拡大したブロック割に期待していたが反応が鈍い。行政がもっと県民割やブロック割の情報発信をした方が良い。
□	旅行代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くまで、もう少し我慢するしかない。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	・新型コロナウイルスの長期化が家庭にどう影響するかは未知数であるが、ここ数か月の家計の支払能力がほぼ変わりなく推移していることから、景気は変わらない。
□	通信会社（経理担当）	・新型コロナウイルスの影響で、景気の先行きが不透明である。
□	ゴルフ場（営業担当）	・3か月先の予約状況は良いが、燃料や食料品の価格が高騰しているため、プレイ費の値上げを検討中である。
□	美容室（経営者）	・客に新型コロナウイルスに対する不安が残っているため、数か月では景気に変化はない。
□	美容室（経営者）	・物価の上昇が客の心理に影響しているため、もう少しばかり景気の回復は見込めない。
□	設計事務所（経営者）	・住宅取得優遇制度などの景気対策がないと景気は上向かない。
□	設計事務所（経営者）	・住宅消費に回せる資金が限られている状況で、今後の更なる価格上昇が見込まれることから、景気は良くならない。
□	設計事務所（経営者）	・資材の価格上昇が予想され、見積りが難しい状況が秋まで続く雰囲気であり、着工時期を決めるのも難しくなる。
□	住宅販売会社（従業員）	・資材高騰による値上げや住宅ローン金利の上昇など、マイナス情報しかないため、景気は良くならない。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染が収束しない限り、景気はやや悪くなる。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・繁忙期を過ぎ、全ての取扱品で利益率が低下するため、景気はやや悪くなる。
▲	一般小売店〔食品〕（経営者）	・ウクライナ紛争の影響による物価上昇で消費者の購買意欲が停滞する。
▲	百貨店（販売計画担当）	・個人所得が低迷しているため、今後の景気回復は難しい。
▲	スーパー（店長）	・食料品や電気料金の値上げなどで客の財布のひもが固くなる。

	▲	スーパー（業務開発担当）	・電気・ガス・食料品など全てが値上がりし、客の消費意欲が減退する。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・今年に入って2回目の価格改定があるため、販売量が低下する。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・納期が長くなっており、販売が進めづらくなっていることから、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（統括）	・新車の供給不足で売上が低下する。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・地方の中小企業従事者は収入が減少し、今後商品の再値上げがあるので、客の買い控えが発生する。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・輸入関連商品の値上げ等の影響で、客の購買意欲が減退する。
	▲	住関連専門店（営業担当）	・食料品等の値上げが多くなり、耐久消費財の買い控えが多くなる。
	▲	通信会社（営業担当）	・中国のゼロコロナ政策の影響で、様々な商品の品薄状況が続いているが、数か月で回復する見込みがないため、客に消費意欲があっても買えない状況になる。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	・値上げをして、住宅の価値を上げる方向であるが、購入客層の2極化が進み、販売量は減少する。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	・人出が多くなり、景気は少し良い方向に進みそうだが、インフレによる物価高騰の懸念もある。
	×	商店街（代表者）	・仕入先から値上げの話が出始めているが、値上げが続けば、今後、景気はやや悪くなる。
	×	スーパー（財務担当）	・原材料や原油価格の高騰で商品が値上がりし、客の買上点数が減少するため、売上が前年を下回る。
	×	コンビニ（エリア担当）	・電気料金の値上げや原材料の価格高騰による各種商品の値上げで、景気は悪化する。
	×	家電量販店（店長）	・洗濯機やエアコンなどが品薄な状況で、景気は悪化する。
	×	通信会社（広報担当）	・物価上昇に伴い、客の買い控えが進む。
	×	テーマパーク（管理担当）	・物価が上昇しているにもかかわらず、政府が消費税減税等の対策を行わないため、景気は悪くなる。
	×	競艇場（企画営業担当）	・SG競走のように収益が見込まれるレースの開催がないため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	*	*
	○	繊維工業（財務担当）	・新型コロナウイルスによる制限が緩和され、夏季のイベントが増えてくれば、客の消費行動も改善する。
	○	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・半導体不足やコロナ禍による物流や調達網の混乱が落ち着くまでは悪い状況が続く。
	○	輸送業	・受注が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	輸送業（総務・人事担当）	・上海のロックダウンが解除され、半導体需要を満たせば景気が上向き可能性がある。
	○	通信業（営業企画担当）	・半導体機器の在庫切れや納期問題がやや落ち着くことが予想され、導入に向けた計画が見直される。デジタル化の進展速度が上昇し、データセンターやクラウド利用も加速する。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要因も悪化する要因も現段階では見当たらないため、景気は変わらない。
	□	食料品製造業（総務担当）	・景気はウクライナ情勢に左右されるため、先行きは不透明である。
	□	化学工業（総務担当）	・原燃料価格の高止まりで景気に変化はない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け大型案件の生産が9月まで継続するため多忙な状況が続く。通常製品の生産も好調を維持する見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・足元の環境から景気に大きな変化はない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・当面の間、受注予測が堅調に推移する。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・ウクライナ情勢の混とんで、資材価格や金属価格の高値が継続するため、景気は良くならない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・各種原材料の価格高騰が続き、上海のロックダウンが部品調達に影響を及ぼすため、景気は良くならない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・中国子会社の稼働は、やや見通しが立ち始めているものの、その他の懸念材料がなくならないため、景気は良くならない。
	□	建設業（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染状況やウクライナ情勢が落ち着いても、景気がすぐに改善することはない。
	□	輸送業（業務推進担当）	・世界情勢の不安定さが景気に影響を与えるため、景気は変わらない。

	□	金融業（貸付担当）	・ウクライナ問題の長期化や中国でのロックダウン等もあり、コスト高からの脱却が難しいため、当面、企業の目立った収益力向上は見込めない。
	□	金融業（融資企画担当）	・当面、地元完成車メーカーの国内生産の回復が期待できないため、系列の地元部品メーカーの受注や生産も低調が続く。
	□	不動産業（総務担当）	・来客数や成約件数が前年を下回る。
	□	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かず、受注量や販売量が上向きにならない。
	□	会計事務所（経営者）	・半導体不足を理由に物が動かないことやウクライナ問題での心理的マイナスの影響で、新規投資に対する客の消極的姿勢が継続する。また、資材不足や価格上昇が顕著になることが懸念される。
	▲	食料品製造業（経営者）	・中国のロックダウン、輸入原料の価格上昇、円安の進行などにより景気はやや悪くなる。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和が景気を押し上げることを期待するが、円安やロシアのウクライナ侵攻の影響で景気は悪化する。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・受注は増加する見込みであるが、7月から鉄原材料価格が大幅に上がることが確実となり、収益の悪化要因となる。電気料金や部品など全般的に値上がり傾向にあり、製品価格への転嫁を再度行わなければならないが、全ては認めてもらえないと想定している。
	▲	建設業（経営者）	・民間建築工事で競争激化の傾向が続いている状況で、材料価格の高騰により収益が圧迫されることから、景気はやや悪くなる。
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが回復しないため、景気は悪くなる。
雇用 関連 (中国)	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・留学生や外国人技能実習生の入国規制が緩和され、人手不足が顕著であった介護業界も採用計画を見直す必要がなくなる。
	○	人材派遣会社（経営戦略担当）	・重症化リスクが高くない新型コロナウイルスオミクロン株が主流であるため、ウィズコロナの社会が常態化した状況で経済活動が行われていく。ただし、地政学的な要因による影響は予測できない。
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	・採用は回復傾向にあり、今後は新型コロナウイルス発生前の状況に戻るため、給与水準や雇用条件を見直し、他社より早めの対策を検討することが必要になってくる。対象となるZ世代はインターネットで情報を収集していることが多いため、会社説明会を動画にするなど、情報の発信方法が今後ますます重要になってくる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・外国人観光客に対する規制緩和によるインバウンドや長期休暇による宿泊を伴う移動の増加で、今後、景気はやや良くなる。
	○	その他雇用の動向を把握できる者	・ウクライナ情勢に対する不安が残るが、新型コロナウイルスに係る懸念が解消しつつあるため、今後、人流が活発化する。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、海外からの観光客が増加しない限り、景気は変わらない。
	□	人材派遣会社（支社長）	・ウクライナ情勢により原材料価格の高騰が続いている影響で、求人件数は増加しないが、人材が不足しているため、大幅に減少することもない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの感染症対策の緩和や政府の様々な施策によって、経済活動は活発になるが、景気上昇には至らない。
	□	職業安定所（所長）	・多方面で景気が回復傾向にある一方で、建築関係はロシア産材料の輸入制限の影響で、県産木材が輸入木材より安価になる逆転現象が起きるなど、先行きが不透明であり、前年より状況が悪化する。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	・福祉、警備、建設といった業種では恒常的な人手不足が継続しているが、求職者は自分の希望に合った求人に応募したい意向が強く、ミスマッチが続く。他の業界では原材料価格の高騰や中国のロックダウンの影響で部品供給が遅れている。

□	職業安定所（事業所担当）		<ul style="list-style-type: none"> ・ 求人の動きが回復傾向にあることや、雇用調整助成金の申請件数が前年と比べ、16.1%減少していることから、景気の回復がうかがえる。しかし、原油価格の高止まりやウクライナ情勢の影響で値上げ品目が増えていることを踏まえると楽観はできない。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）		<ul style="list-style-type: none"> ・ 求人数は5月中旬以降も増加しているが、その伸びが鈍化し始めているため、景気は変わらない。
▲	人材派遣会社（副支店長）		<ul style="list-style-type: none"> ・ 物価の高騰が続くため、景気はやや悪くなる。
×	—	—	—