

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)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が回復し、新型コロナウイルス発生前の水準に近づいている。
	◎	観光型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・県民割を利用する宿泊客が増加している。また、コロナ禍で自粛していた年配者の昼間の宴会の件数が増加してきている。
	◎	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・これまで宿泊やレストランでの個人需要の回復が早い一方で、宴会や婚礼の回復が遅れていたが、新型コロナウイルスの影響緩和に伴い、懇親会や親睦会など食事付の宴会受注が明らかに増加している。県境を越える往來の制限がなくなったことで、全国規模の集会などの問合せが入ってきており、企業や団体も動き始めている。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が前年同月と比べ1割程度増加している。
	○	百貨店（外商担当）	単価の動き	・時計、宝飾品、美術品など的高額商品の売行きは好調である。前月まで苦戦していた衣料品も回復傾向にある。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・移動制限が緩和され、企業がテレワークから脱却する動きがあるので、平日の日中の来客数が大幅に回復している。
	○	コンビニ（支店長）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響が緩和し、天候も良いので、来客数が増加しているが、商品単価の上昇で買い控えが発生している。
	○	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かなり弱まっている。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加が来客数の減少につながるという構図はなくなってきている。今後、新型コロナウイルスオミクロン株などで、新型コロナウイルスの新規感染者数が急速に拡大しない限り、現在の状況が続く。
	○	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に関する行動制限が緩和され、休前日と休日の来客数や売上が、3か月前と比べて増加している。来客数や売上はランチタイム、ディナータイムに関係なく回復しているが、休日の夜9時以降の利用は、3か月前と変わらず低迷している。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・自粛緩和の風潮がかなり浸透し、新型コロナウイルスに対する警戒感も少なく、客に外食利用のムードが出てきている。
	○	一般レストラン（店長）	お客様の様子	・以前と比べると来客数が増加傾向にあり、今までは新型コロナウイルスの影響で来店を控えていたサラリーマン層も増加している。予約の中には約2年ぶりに来店する客もおり、新型コロナウイルスの影響は緩和している。
	○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・近隣利用者が多いレストランの来客数は順調に回復している一方で、宿泊客数は県外の利用者がなかなか元に戻らないため、伸び悩んでいる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・全国的に新型コロナウイルスの感染拡大が抑えられている状況で、ブロック割の効果もあってビジネス層、観光層共に動きが活発化している。
	○	旅行代理店（経営者）	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傾向にあることから、個人旅行が多少動き出しているが、グループ旅行の動向は依然として不透明である。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる行動制限がなくなったことで人の動きが良くなり、夜の繁華街も忙しくなっている。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・売上が新型コロナウイルス発生前の95%程度まで回復している。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が緩和し、地元客の生活や観光客の活動が通常に戻りつつある。
	○	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ているため、景気はややよくなっている。

○	放送通信サービス (総務経理担当)	お客様の様子	・利用料の延滞率が低下傾向にあり、延滞料金の回収率も上向いているため、景気はやや良くなっている。
○	テーマパーク (業務担当)	お客様の様子	・客の動きや身の回りの行事の開催などいろいろなことが通常に戻りつつある。
○	美容室 (経営者)	来客数の動き	・来客数が僅かながら増加している。
○	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・大型イベントの再開や観光地のにぎわいなど、新型コロナウイルス発生前の頃に戻りつつあり、客の雰囲気明るく、活動的に感じる。
□	商店街 (理事)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が長期化する状況で、客の動きが多様化しており、景気の判断が難しくなっている。
□	商店街 (代表者)	来客数の動き	・前年の今頃と比べ、売上が2割程度減少している個店もある。商店街に新規出店があり、今まで見られなかった年齢層の人が通行するようになってきている。
□	商店街 (代表者)	お客様の様子	・全国的に新型コロナウイルスの感染が拡大している。今後、夏休みやお盆に人の交流が増加すると、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加する。
□	商店街 (代表者)	来客数の動き	・まだまだコロナ禍から抜け出せていない感が強く、このまま常態化する。
□	百貨店 (経理担当)	販売量の動き	・お中元ギフトセンターを開設した食品や、化粧品、学生服、紳士服、観光部門は好調だが、婦人服、家庭用品は前年を下回っている。全体の売上は前年を10%程度上回る見込みである。
□	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・前月から週末を中心に来客数が増加しているが、購買につながっていない。前年とセール時期に違いがあるのか客単価やセット率が前年と比べ低くなっている。
□	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がある程度落ち着いたが、来客数は新型コロナウイルスの感染拡大期と余り変わらない状況が続いている。
□	百貨店 (売場担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況を踏まえると、明らかに景気は好転しているように感じるが、ここに来て、円安やウクライナ等の世界情勢がマイナス要因としてかなり関与しており、売上が回復していない。
□	百貨店 (売場担当)	販売量の動き	・数百万円の特品やぜいたく品が売れている。
□	スーパー (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響の緩和で、客の外出や外食機会が増加する一方で、内食需要が減少している。商品の値上げに伴い、客が割引催事に集中し、通常平日との来客数の格差が拡大している。ガソリン価格等の値上げもあり、遠方からの来客数が微減傾向にあり、節約志向の高まりで高単価商品の動きが鈍化傾向にある。
□	スーパー (店長)	単価の動き	・物価の上昇で、客に低価格商品が支持されているため、客単価が低下している。
□	スーパー (店長)	販売量の動き	・商品の値上げが続いているため、販売数量が伸び悩んでいる。
□	スーパー (販売担当)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明け以降、物価高に伴い来客数の減少傾向が続いている。今年の数値が今後のベースになってくる。
□	スーパー (販売担当)	販売量の動き	・農村にある店舗のため、高齢化や人口減少の影響もあって来客数が鈍化している。食料品やエネルギーの価格が高騰しているため、今後の動向が気になっている。
□	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・8月に着物で出掛けようと客を誘ったら、多くの人が出掛けてくれることになった。
□	衣料品専門店 (代表)	来客数の動き	・コロナ禍で、客が外出を控える生活パターンが定着したため、購買意欲も上がらない状態が続いている。
□	家電量販店 (店長)	お客様の様子	・故障を理由に商品を買換える客はいるが、新規需要はない。エアコンなどの白物家電の販売は前年並みである。
□	家電量販店 (企画担当)	来客数の動き	・来客数が前年の7割程度となっているため、売上も厳しい状況にある。

□	乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	・6月の販売量は前年比97%と厳しい状況である。受注があるのに生産が追い付かず、売上に結び付いていない。
□	乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・景気は前年より良くなっているが、新型コロナウイルス発生前の状態には戻っていない。
□	自動車備品販売店 (経営者)	販売量の動き	・ここ2～3か月、販売に余り大きな変動はないが、原価率が多少上昇したため利益が減少している。
□	その他専門店 [土産物] (経営者)	単価の動き	・以前より客の財布のひもが固いように感じる。実際、客単価も下がっていて、客が最低限必要なものしか購入していない。
□	その他専門店 [布地] (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数がなかなか減少せず、高齢者が多い地方では、安心して街に出る人が少ないため、依然として景気は良くない。
□	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	・土日祝日の客が比較的多くなっているが、来客数が増加しても客単価は伸びておらず、客の財布のひもはまだ固い。値上げ報道が過熱しており、光熱費など家計を圧迫する要因も多いため、客が余分な買物をしていない。これからボーナス時期に入るため、少しでも客の購買意欲が上がっていくことを期待している。
□	旅行代理店(支店長)	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始め、旅行機運は確実に高まっているが、全国旅行支援の内容が具体的に示されておらず、また、インフレや円安など経済的な問題もあるため、景気が急速に回復する雰囲気はまだ感じられない。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価高ではあるが、消費が急激に悪化するような気配はなく、景気は横ばいの状態である。
□	通信会社(経理担当)	お客様の様子	・サービス拡張エリアの客の申込みが少し落ち着いており、景気に余り変化はない。
□	テーマパーク (管理担当)	お客様の様子	・物価が高騰している状況で、減税措置等を行わず、大企業に対する優遇措置を継続し続けているため、景気は良くなっていない。
□	ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・景気は若干上向き傾向にある。
□	競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・売上がほぼ横ばいとなっている。
□	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いてきたものの、引き合いは戻ってきていない。物価高など不安定な状況が続いているため、客が住まいを考えるとところまで至っていない。
□	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・石油関連の製品価格や電気料金の上昇の影響が建築材料にも波及しているため、最近では客の建築に関する動きも悪くなっている。
▲	商店街(代表者)	単価の動き	・非常に厳しい状況が続いている。
▲	一般小売店[印章] (経営者)	販売量の動き	・材料の仕入価格が高騰しているが、販売価格に反映しにくい状況である。
▲	一般小売店[茶] (経営者)	来客数の動き	・今月に入って、市内に人が歩いていない。売上も前年を下回っている。また、業種としても、廃業する企業が出てきているため、大変不安を感じている。
▲	一般小売店[食品] (経営者)	来客数の動き	・ウクライナ問題、石油供給不足、サプライチェーンの崩壊を受け、諸物価が上昇していることから、消費者の節約意識が高まり、売上低迷につながっている。
▲	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・ブレイクアランスセールが始まり、来客数が増加しているが、生活必需品の値上げの影響で客は洋服まで気が回らず、販売につながらないため苦戦している。
▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・ウィズコロナの状況で、客が行楽や外食へ流れる傾向が強くなり、スーパーへの来店頻度が低下している状況で、父の日の売上も前年割れとなっている。
▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・3か月前に前年の97%だった来客数が前年の94%まで落ち込んでいる。
▲	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・客単価は変わっていないが、購入数量が減少している。
▲	スーパー(営業システム担当)	販売量の動き	・値上げの影響で売上は維持しているが、販売数量が目に見えて落ち込んでいる。
▲	スーパー(業務開発担当)	販売量の動き	・食品の相次ぐ値上げで販売点数が減少し、客の来店頻度も低下している。

	▲	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・今月に入り、来客数は変わらないものの、客の買上点数が減少し、客単価が急激に低下している。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・エアコンは好調だが、テレビやパソコンの販売は不振である。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新車の納車がずれ、下取り車の入庫が減少しているため、中古車の在庫が不足している。
	▲	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・物価上昇に伴う買い控えが確実に出ている。
	▲	その他専門店 [時計]（経営者）	単価の動き	・高額品が販売できていない。
	▲	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・ウクライナ情勢の影響で物価が上昇しているため、客が金を使うことに慎重になっている。
	▲	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・値上げは実施していないが、客の引き合いが少し鈍化している。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症は落ち着いているが、物価上昇率が高いため、購買につながっていない。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・収入の伸びの鈍化で、客が購入に慎重になり、低価格志向になっている。新築ではなく、リノベーション物件に関心を持つ客も増えている。
	▲	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よる外出自粛は落ち着いてきたが、円安等の影響による物価高などの影響で、客に買い控えをする心理が働いている。
	×	スーパー（財務担当）	販売量の動き	・商品の値上がりによる客の節約により、来客数や1人当たりの買上点数が前年実績を下回り、既存店売上が前年割れとなっている。
	×	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新車の納期が半年以上掛かるなど先が見えない状況で、客の給料も減少しているようであり、景気は悪くなっている。
	×	自動車備品販売店（経営者）	単価の動き	・いろいろな商品が値上がりし、客の買い控えが進んでいることから、格安商品しか売れない状況である。
	×	美容室（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて客が戻ってきているが、単価の低いメニューを選ぶ客が残っているため、景気は良くなっていない。
	×	住宅販売会社（営業所長）	単価の動き	・価格高騰の影響が家計で本格的に出てくるのはこれからである。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送業	受注量や販売量の動き	・受注が増加していることから、景気は良くなっている。
	○	繊維工業（財務担当）	受注価格や販売価格の動き	・商品の値上げにより、企業の利益が確保されている。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・機械設備の更新を実施する既存客からの受注等により、受注量が増加している。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ウクライナ情勢等の影響を受け、魚価が上昇しているが、高値だとなかなか動かないため、景気は良くなっていない。
	□	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	・鉄鋼業向け大型案件の生産がピークを迎えている状況で、通常の工程品の生産も多いため、多忙な状態となっている。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・今後の上海ロックダウンの影響は不透明である。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前と比べ、ほぼ同水準となっており、超過勤務をして生産を行っている。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響を受けながらも生産計画を維持している。
	□	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	・主要客からの受注量は3か月前も当月も通常より低いままである。
	□	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・物件量はこの先1年安定しているが、資機材の高騰はとどまるところを知らない感がある。また、予定物件が急きょ延期、中止となったりすることが想定される。
	□	輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・上海ロックダウンの影響がなくなり、受注が増加する可能性もあるが、不確定要素も多いため、現時点では明るい兆しはみられない。

	□	輸送業（業務推進担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が落ち着いているが、世界情勢の不安定が影響し、全体的な荷動きについては鈍い状態が続く。
	□	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンターサービスの引き合いや見学数などが例年の同時期と比べて変化がない。また、ICT関連の商談数も客の計画に合わせ、平均的な動きとなっている。
	□	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定時操業の5～6割程度の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は低調な状況が続き、一部の企業では月次損益で赤字が出ている。
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・人流が戻りつつあり、売上は回復傾向にある。ただ、原材料費や輸送費等のコストの上昇を価格に転嫁できず、収益を圧迫している企業も多い。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍で受注量や販売量に変化がない。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・既存客の収益力が低下し、サービス消費意欲が低下しつつある。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品を値上げして2か月が過ぎたが、受注量は前年と比べ2～3%減少している。
	▲	食料品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・原料や原油の価格高騰がマイナス要因となっている。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ロシアのウクライナ侵攻の長期化の影響で物価高が加速し、客の購買意欲が低下傾向にあり、景気はやや悪くなっている。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・これまで堅調であった受注状況にやや陰りが見え始めている。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	それ以外	・電気料金やコークス等の燃料価格の高騰、苛性ソーダ等の工業薬品の値上がりにより収益が圧迫されつつある。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数が約7%、申込件数が約8%減少している。
	×	—	—	—
雇用 関連 (中国)	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求人数の動き	・3か月前と比べて当社が受注している求人数が1.3倍になっている。また、外国人の入国制限が緩和されたこともあり、技能実習生を前向きに検討する企業が増加している。
	○	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・求人数が増加していることで、採用に困っている企業が増えている。
	○	人材派遣会社（副支店長）	求人数の動き	・求人数が増加傾向にある。
	○	求人情報誌製作会社（HR担当）	求人数の動き	・採用を強化したい企業が増加する一方で、求人数の増加により、採用に苦戦する企業も増加している。
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	求人数の動き	・新卒採用市場は前年より若干良くなっており、中途採用市場も求人数や掲載企業数が6月頃より伸びており、ほぼ新型コロナウイルス発生前に戻りつつある。新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着き、就業状況が回復してきている。中途採用の活動実施率も中四国は43.2%と全国的にも高い。
	○	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・これまでなかなか価格転嫁できなかった製造業界において、近年の仕入価格の高騰、それに輪を掛けてのウクライナ情勢下における資材価格や原料費の高騰を背景に、取引先が値上げ要請に応じるケースが増加してきている。適正価格にしたことで、赤字から黒字に転換できた中小製造会社もある。
	○	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・ボリュームゾーンの採用活動は終了した様子だが、企業からの個別の求人がある。
	□	人材派遣会社（経営戦略担当）	求職者数の動き	・求職者数が増加してこない状況が続いている。
		□	職業安定所（所長）	求人数の動き

□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数の受理状況をみると、前年比で2.2%減少、前々年比では2.3%増加と、コロナ禍の2年間との比較では大きな動きはない。産業別に前年と比較すると、製造業、運輸業、娯楽業、医療福祉業などは増加したものの、卸・小売業、宿泊・飲食サービス業などは減少していることから、家庭の消費は持ち直していない。
□	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・5月の新規求人数は県民割の効果で宿泊飲食業が大幅に増加したことで、全体でも増加している。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・求人数は前年同期と同程度であり、景気の方角性には変化がない。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・百貨店等の売上は好調であるが、物価高の影響で中間所得者層以下の消費マインドは低下している。
×	—	—	—