

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の影響が徐々に少なくなり、客は物価上昇前に買物をする。
	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	・全国旅行支援により、夏休み期間は更に多くの客の利用が期待できる。
	◎	観光型ホテル（副支配人）	・全国旅行支援が開始されると、宿泊予約はまだまだ増加してくる。また、夏から秋にかけての宴会利用の間合せも増加していることから、今後、景気は良くなる。
	◎	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いるため、今後、景気は良くなる。
	◎	テーマパーク（業務担当）	・個々が感染症対策を講じながら、新型コロナウイルス発生前の生活に戻っていくため、景気は良くなる。
	◎	観光名所（館長）	・夏休みに入れば人の動きが出てくる。
	○	商店街（代表者）	・新規出店が予定されており、今後のにぎわい創出に寄与する。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響が弱まっているため、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（営業担当）	・会合など人の集まる機会が増加し、夏休みが始まれば、外出機会も増加するため、客の衣料品や服飾雑貨などの購買意欲が高まる。
	○	百貨店（営業担当）	・全国旅行支援などが実施され、観光などで客が外出する機会が増えれば、衣料品などの需要も増加してくる。これからのセール時期とも重なり、客の購買意欲も高まる。
	○	百貨店（外商担当）	・食料品の値上げなどはあるが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、客が少しずつ日常を取り戻すため、消費は徐々に増加する。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・移動制限が緩和されたり、企業がテレワークから脱却したりする動きに加え、インバウンドも回復すれば来客数の増加が期待できる。また、猛暑による関連商品の販売拡大も大いに期待できる。
	○	コンビニ（支店長）	・値上げの影響が発生することが懸念される。
	○	衣料品専門店（経営者）	・着物を作って出掛けたいと思う客が少しずつ増加しているため、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（店長）	・今までは新型コロナウイルスで先行きが不透明な状況であったが、客の車を購入することに対する不安がなくなりつつあるため、景気はやや良くなる。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着けば、景気回復が期待できる。
	○	一般レストラン（店長）	・6月からインバウンドが徐々に解禁となり、予約の間合せも入ってきている。この状態が続けば景気は良くなっていく。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・県民割からブロック割へ、そして全国旅行支援に範囲を拡大すれば景気は回復する。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・全国旅行支援が開始すると、人の動きが更に活発化する。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・7月中旬以降のGo To Travelキャンペーンに代わる県民割を全国に拡大した全国旅行支援に期待する。
	○	旅行代理店（経営者）	・今後、全国旅行支援が実施されれば客の動きが活発になる。
	○	旅行代理店（支店長）	・全国旅行支援が確定し、実施されることで、旅行需要は確実に回復していく。
	○	タクシー運転手	・昼夜関係なく人の動きが良くなっているため、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感染状況が落ち着き、夜もにぎわいを取り戻すため売上が増加する。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響が緩和すれば、景気はやや良くなる。
	○	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落ち着きつつあり、全国旅行支援の効果が見込まれるため、景気はやや良くなる。
○	ゴルフ場（営業担当）	・今後、全国旅行支援やインバウンド需要が期待できるため、景気はやや良くなる。	
○	競艇場（企画営業担当）	・8月に開催するお盆レース等で売上が見込まれるため、景気はやや良くなる。	

<input type="radio"/>	美容室（経営者）	・閑散としていた商店街の人出も増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染急拡大の懸念はあるが、ノーマスクへ向けたゴールが近づいている。
<input type="checkbox"/>	商店街（理事）	・ウクライナ問題の影響による値上げラッシュへの対応に客が慣れてきているが、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・国民感情が変わらない限り、この国の新型コロナウイルスへの対応は変わらず、景気も変化しない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・売上が回復していない状況で、仕入先から値上げの話が出てきたため、今後、売上が減少する懸念がある。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（経営者）	・観光客は動き始めているが、まだまだ先行きは不安である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔印章〕（経営者）	・観光やレジャーへの客の関心は深まるが、消費にはつながらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・県内では月末にかけて新型コロナウイルスの感染が拡大するなど日常生活に不安な要素がある。また、商品の値上げも続いているため、今後も景気は回復しない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が続き、物価も上昇傾向にあるため、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の感染状況は改善しつつあるが、日用品を含め、商品の値上げが続いており、今後の景気回復にはマイナスとなる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・買物客が県外都市へ流出しており、今後もその動きがますます加速していく可能性が高い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・前年にコロナ禍で業績を伸ばしたディスカウント業界は、その反動で現在は厳しい状況にある。今後も脱コロナの生活様式が定着してくるため、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品価格の上昇により販売数量が伸びない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・夏休みやお盆など行楽関連の商材の販売は好転する。しかし、値上げがネックとなり、客の節約志向が更に高まることから買上点数が減少する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・新型コロナウイルスに対する警戒がなくなり、外食需要が増加するため、値上げの続くスーパーでの買物は控えめになる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・世界情勢等により商品欠品が多く、父の日商材も低調で動きが鈍かった。順次商品値上げの話があり、落ち着くまでもう少し時間が掛かる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・ウクライナ侵攻の影響で、農産物の生産コストや生活用品の価格が上昇する。価格の上昇に加え、客の給与の減少で買い控えが進むと景気は回復しない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・観光客など人の動きが良くなる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・客の購買意欲が高まらず、ウクライナ情勢や値上げラッシュにより、財布のひもは固いままとなる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・国の大胆な政策が実施されない限り、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・海外工場が部品の製造停止が発生している。景気の好転材料が見当たらず、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・納期が長く、販売台数も増加しないため、景気回復は期待できない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・今年度は新車の納期が定まらないため現状が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・慢性的な半導体不足や中国ロックダウンの影響による新車の納期遅れが深刻で、注文があっても売ることができず、厳しい経営状況が続く。納期が掛かることを理解し、早めに動く客が多くなっている。また、物価上昇の影響で、車に関係する費用を少しでも安くしたいと考える客が多い。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	・当面、生産は厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（業務担当）	・受注があっても商品が入ってこないため売上が立たない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・ガソリンや食品の値上げの影響で、客が消費に対してすごく慎重になっているため、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔時計〕（経営者）	・ボーナスシーズンに入るが、電気料金や食費の高騰で客の節約志向が続く。

□	その他専門店 [布地] (経営者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しないため、景気は回復しない。
□	その他小売 [ショッピングセンター] (管理担当)	・円安やウクライナ情勢が安定していないこともあり、現時点では客が将来を見通せない。円安の影響で外国人観光客が増加する可能性があるが、先の話である。景気上昇の兆しが少しでもあれば、客の財布のひもも緩くなる。
□	一般レストラン (経営者)	・生活品価格の上昇が続いているため、今後は客の節約志向が高まり、外食を控える。
□	一般レストラン (経営者)	・全国旅行支援やプレミアム付商品券で夏休みの需要の喚起を目指しても、食品など生活必需品や電気、ガス、ガソリンの値上げで客は節約志向に向かう。6月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、夏休みやお盆の人の移動により、新型コロナウイルスの感染再拡大が懸念される。
□	通信会社 (経理担当)	・新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いており、しばらくは現状が続く。
□	通信会社 (営業担当)	・景気の変化する要因がないため、景気は変わらない。
□	観光名所 (管理担当)	・新型コロナウイルスの影響で減少していた来客数は元に戻りつつあるが、物価高による消費の先行きは不透明である。
□	美容室 (経営者)	・2～3か月では現在の生活スタイルからの変化はなく、物価も上昇しているため、景気は良くならない。
□	設計事務所 (経営者)	・物価高の影響が建築資材にも及ぶことが予想され、現時点では建築関係で良い話が見当たらないため、景気は良くならない。
□	設計事務所 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染状況が終息に向かっているようだが、今後、参議院選挙があり、また、ウクライナ情勢も長引きそうなので、景気の先行きは不透明である。
▲	商店街 (代表者)	・商品を見るだけで、購入しない客が増加しており、ベビー服や子供服の売上は今後も厳しくなる。
▲	一般小売店 [食品] (経営者)	・原材料の値上げによる諸物価の上昇で景気は回復しない。
▲	百貨店 (広報担当)	・物価高が続き、客の消費意欲が減退する。
▲	スーパー (店長)	・物価の上昇で客の購買力が低下するため、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー (店長)	・電気料金や商品価格の値上げで客の生活防衛意識は今以上に強くなり、消費は落ち込む。
▲	スーパー (店長)	・新型コロナウイルスの影響が弱まり、客が遠方まで買物に出掛けるようになったことや、商品の値上げで客が買い控えをすることなどから、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー (総務担当)	・気温の上昇で野菜価格に影響が出てくる。
▲	スーパー (業務開発担当)	・値上げで客単価は上がっているものの、買上点数が減少し、来店頻度も落ちているため、今後、景気はやや悪くなる。
▲	コンビニ (エリア担当)	・商品価格の値上げで、客が安い商品や必要な商品しか購入しなくなってきたこともあり、今月に入って客単価の低下が顕著となっている。このまま物価上昇が続けば、来客数や売上は厳しい状況になる。
▲	コンビニ (エリア担当)	・原材料や燃料等の価格上昇により、まだまだ値上げが続くため、客の買い控えが増加する。
▲	家電量販店 (店長)	・円安や物価上昇の影響で製品の仕入価格が上昇するため、景気はやや悪くなる。
▲	家電量販店 (店長)	・この半年間、景気は改善傾向にない。夏のエアコン需要がなくなれば家電販売はかなり低迷する。
▲	乗用車販売店 (営業担当)	・サービス入庫の客が減少傾向にある状況で、3か月後は今よりも販売できる車が減少し、客の購買意欲も低下するため、景気はやや悪くなる。
▲	自動車備品販売店 (経営者)	・物価高がより進むと、原価率がますます高くなり、利益が減少する。
▲	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、物価高、電気料金、参議院選挙の状況次第ではあるが、景気の先行きが不透明である。
▲	一般レストラン (経営者)	・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かないと、景気は元に戻らない。
▲	都市型ホテル (企画担当)	・新型コロナウイルスの影響が続いていることから、需要の長期的な予測は難しい。また、世界的なインフレ傾向の影響で客の消費マインドが低下しているため、全国旅行支援に期待したい。

	▲	通信会社（企画担当）	・商材の部品である I Cチップの調達が厳しくなっており、下期以降は見通しが立っておらず、大きな懸念事項となる。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・物価の上昇の影響が心配される。
	▲	テーマパーク（管理担当）	・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、景気は良くならない。
	▲	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの影響は落ち着いてきたが、物価上昇が客の消費傾向を少しずつ変化させているため、景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・客の低価格志向が進めば、消費の動きが鈍化し、景気はなかなか回復しない。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	・経済状況を考えると、海外事業への依存度が高い企業は利上げによる影響が出始める。価格高騰の波と現実生活を営むバランスが崩れる恐れを感じる。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	・物価高などが更に進むことが懸念される。
	×	百貨店（販売計画担当）	・物価の上昇や個人所得の伸び悩みで客の動きは悪くなる。
	×	スーパー（財務担当）	・新型コロナウイルスの常態化で中食需要が低下し、物価上昇により客の節約が進むため、売上が減少する。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・今年2回目のメーカー値上げが9月にあるため、販売量や売上金額が前年より悪くなる。最低賃金の目標を1500円にしている政党もあるが、助成金も補助金もなく、人件費だけ高騰すると中小企業としては死活問題となる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・家具の値上げが止まらない状況が続いているため、先行きが不透明である。
	×	通信会社（広報担当）	・物価上昇が落ち着かないと、客の購買意欲が改善しないため、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。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・部品等の値上げや供給等に懸念はあるものの、受注量が増加しているため、景気はやや良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの受注内示量は増加する予定である。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注が増加傾向にあるため、今後、景気はやや良くなる。
	○	輸送業（総務・人事担当）	・アフターコロナを見据えた引き合いがあり、景気は上向き可能性がある。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要因がないため、景気は良くならない。
	□	食料品製造業（総務担当）	・世界的なインフレが続き、賃金上昇が少ないため、値上げ等の対応をすると、今後、客の買い控えが懸念される。
	□	繊維工業（財務担当）	・原材料の値上げや運賃、燃料費の高騰により、利益確保が難しくなる。
	□	化学工業（総務担当）	・原燃料価格の先行きが不透明である。
	□	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完了するまでは、現在の多忙な状態が継続する。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・景気は多少良くなるが、大幅に上向きことはない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・生産計画や生産状況に大きな変化はないが、今後は物価高の影響を受ける懸念がある。
	□	建設業（経営者）	・観光関連の建築や改修工事の新規案件の引き合いが増加してきているため、今後、景気は良くなる。
	□	建設業（総務担当）	・今回の物価高や資材不足が短期的なものではないため、今後も景気は良くならない。
	□	輸送業（業務推進担当）	・世界情勢がまだ不安定で、原材料の高騰等の影響もあって荷動きは鈍い状況が続く。
	□	通信業（営業企画担当）	・ I C T関連の機器更新時期に合わせて動きが活発になるが、半導体不足の状態もあり、計画をずらすなど工夫をしている。今後は客の計画に合わせた引き合いが見込まれる。
	□	金融業（貸付担当）	・しばらくは原材料費や輸送費などのコストの高止まりや円安状況が続くため、企業の収益力向上は余り期待できない。
	□	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が低水準で推移するため、系列の地元部品メーカーの多くは低調な受注が継続する。
	□	不動産業（総務担当）	・例年どおり、賃貸住宅需要は落ち着く。
	□	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ないため、受注量が増加しない。

	□	会計事務所（経営者）	・コロナ禍からの脱却は進みそうだが、原材料高騰の影響でアウトソーシング等サービス消費への投資は弱くなる。
	▲	食料品製造業（経営者）	・春に値上げして以降、一段と円安が進み、原材料が高騰したことから、再度値上げをすることになったため、今後、経営危機に陥る恐れがある。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	・ロシアのウクライナ侵攻が長期化する懸念があるため、景気はやや悪くなる。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	・直近の受注予測では先行きの受注動向にやや陰りが差しているため、景気はやや悪くなる。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・燃料や工業薬品の値上がりが続くため、収益は一段と厳しくなる。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・足元のスクラップ相場は下降しているが、一時的なものと考えており、上昇傾向に戻ると見込んでいる。製鉄会社からの鉄購入価格の大幅な値上げは、採算面への影響が不可避である。また、電気料金の上昇も採算面に影響を与える。
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから判断すると、景気回復は難しい。
雇用 関連 (中国)	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・外国人の入国制限が緩和されたことで、技能実習生の実受入れを前向きに検討する企業が増加しており、受入れの増加が景気回復に大きく影響する。
	○	求人情報誌製作会社（HR担当）	・ウィズコロナが加速し、消費が活発化しているため、景気はやや良くなる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・物価の上昇を仕入価格に転嫁することができる状況が出てくると、企業収益の回復が見込まれる。
	□	人材派遣会社（社員）	・コロナ禍の状況はプラス要因だが、物価高や海外の状況等マイナス要因もあるため、景気は変わらない。
	□	人材派遣会社（支社長）	・求人数は増加する一方であるが、人材不足が顕著になっているため、結局採用に至らない。
	□	人材派遣会社（経営戦略担当）	・サプライチェーンが滞っており、製造業の設備稼働がいつ上がってくるのか、いつ改善傾向となるのか、依然として不透明感がある。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・企業の今後3か月以内の中途採用活動実施予定率は環境・エネルギー、IT・通信、医療・福祉・介護で高くなっている。中途採用実施の最大の理由は、退職者の補填や年齢など人員構成の適正化である。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気に急激な変化はなく、2～3か月は現状のまま推移する。求人数や企業の採用意欲に変化はないが、求職者数は減少傾向である。
	□	職業安定所（事業所担当）	・雇用調整助成金の申請件数が大幅に減少しているものの、卸・小売業、宿泊・飲食サービス業からの求人数が増加していないこと、求人全体の動きが一進一退の様相であること、ウクライナ情勢等による値上げが続いていることなどから、しばらく景気は上向いてこない。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	・宿泊・飲食業の求人数が増加していく可能性は高いが、応募する求職者数が少なく、需要に対応できるかが課題となる。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・新型コロナウイルス対策の緩和によるプラスの影響と世界情勢等によるマイナスの影響が相反し、景気は現状維持の状況が続く。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・ウクライナ情勢の影響による円安や物価上昇により経済は先行き不透明な状況であるが、企業は人手不足である。
	▲	人材派遣会社（副支店長）	・物価高などによる景気の悪化が懸念される。
	▲	職業安定所（所長）	・飲食サービス業のうち仕出業では小規模な予約ばかりで、新型コロナウイルス発生前には戻らない。また、食材費、ガソリン価格、電気料金の高騰が予想を超えているものの、商品価格に転嫁できず、多くの業種で先行き不透明感が増していることから、景気はやや悪くなる。
		×	—