

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）	・円安で企業業績が改善し、景気が良い方向に向かう。
	◎	乗用車販売店（営業担当）	・現在の状況が継続すれば、今後も景気が上向く。
	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	・全国旅行支援や入国制限の緩和など、前向きな話題が多いため、今後、景気は良くなる。
	◎	観光型ホテル（副支配人）	・行楽シーズンに入ると、宿泊や日帰り宴会の予約が徐々に増えてきそうで、全国旅行支援が開始すれば更に利用者が増加する。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・10月からの全国旅行支援の開始による観光客の増加や入国規制要件の緩和によるインバウンドの増加で、景気は良くなる。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・政府の海外旅行者の受入れ緩和策によるインバウンドの増加や10月からの全国旅行支援の開始による国内旅行者の増加で、景気は良くなる。
	○	一般小売店〔洋服附属品〕（経営者）	・売出しのイベントが少しずつ増えてきて、来客数が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、来客数が増加傾向にある。全国旅行支援、近隣での行事やイベントの復活が後押しとなり、客の外出機会が増加し、需要が回復する。
	○	コンビニ（エリア担当）	・9月は天候にも恵まれ、好調であったが、競合店が店を閉めている間に、競合店から客を奪えば、今後も好調を維持する。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数が回復し、売上も前年と比べ伸長する。ただし、値上げ商品が多く、買い控えが発生することも念頭に入れておかねばならない。
	○	乗用車販売店（統括）	・新型車の攻勢と新車の供給が徐々に整ってきているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（店長）	・納期の長期化や新型コロナウイルス感染症対策等の現状を踏まえた販売促進ができています。新型車の導入もあるため、今後、業績は上向く。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今後、年末に向けて、景気も多少上向く。
	○	乗用車販売店（店長）	・長納期がやや改善傾向にあり、販売促進しやすくなるため、今後、景気はやや良くなる。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今の雰囲気が続けば、景気は上向きになる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・海外からの旅行者の受入れも始まったため、今後、すぐにはないが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づいていく。インバウンド客が戻ってくると景気が良くなるため、来年の春に注目している。
	○	一般レストラン（店長）	・今月に入り、インバウンドが徐々に増加してきており、来月、再来月の予約も増加傾向なので、景気は徐々に回復していく。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、今後、景気はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援が開始すれば、景気はやや良くなる。
	○	観光型ホテル（宿泊担当）	・全国旅行支援が開始すれば、景気は一時的に回復する。
○	都市型ホテル（企画担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にある状況で、全国旅行支援が開始するため、来客数が徐々に回復する。	
○	都市型ホテル（企画担当）	・現在でも旅行や移動の行動制限はなく、地域限定の県民割を活用した観光客などが増加し、個人客が戻ってきている。10月に全国旅行支援が開始すれば、更に弾みがつく。また、入国者数の上限撤廃になればインバウンド団体の受注も加速する。	
○	旅行代理店（支店長）	・10月に開始する全国旅行支援で、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る状況で、地域クーポンの効果などもあり、景気はやや良くなる。	
○	タクシー運転手	・イベントが開催されるようになり、今後、夜の街も人出が増加する。	

○	通信会社（経理担当）	・エリア拡張に伴い、サービス提供対象者が増加するため、新規加入者が増加する。
○	通信会社（企画担当）	・日常生活品が値上がりをしていても、通信関連の商材は価格変更がなく、客が家計費を節減している状況では、むしろ通信関連のサービスの需要が増していく。
○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少するため、景気はやや良くなる。
○	テーマパーク（営業担当）	・全国旅行支援が開始すれば、県外からの観光客が増加し、景気はやや良くなる。
○	観光名所（管理担当）	・政府の新型コロナウイルス感染症に関する規制がなくなり、人の外出意欲が新型コロナウイルス感染症発生前に戻る。
○	ゴルフ場（営業担当）	・繁忙期に入り、予約が好調、インバウンドの予約も動き出したため、今後、来客数は増加する。
○	美容室（経営者）	・外出者が増加傾向にあるため、景気はやや良くなる。
□	商店街（理事）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきているが、まだまだ人々に不安材料が残っているため、消費が上向かない。
□	商店街（代表者）	・新規開業した店舗もあるが、すぐに景気に反映されるとは考えにくい。様々な物の値上げもあり、消費者、特に高齢者が敏感になっていることから、景気は良くならない。
□	商店街（代表者）	・客がネットで買えるものは店に行かず、ネットで購入し、来客数が減少傾向にあるため、今後も景気は変わらない。
□	商店街（代表者）	・人出は増えても、売上につながっていないため、今後も景気は変わらない。
□	一般小売店 [印章]（経営者）	・景気が上向く要素が何もないため、景気は変わらない。
□	一般小売店 [茶]（経営者）	・人出が増えているものの、依然として、不安が残るため、景気は変わらない。
□	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が緩和され、人の動きが活発になれば、景気は多少回復していく。ただし、再び新型コロナウイルスの感染が拡大する心配もあるため、感染に対する完璧な対策が施されない限り、急激な景気回復はない。
□	百貨店（営業担当）	・今年こそコートなどの重衣料が動くと思っていたが、残暑や台風の影響で動きがなく、売上が伸びていないため、今後も景気は良くならない。
□	百貨店（営業担当）	・このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着けば、旅行などに出掛ける人が増加する。新型コロナウイルス感染症発生前までには戻らないが、衣料品の需要もある程度回復する。ただし、食料品などの物価の上昇もあるので、景気は良くならない。
□	百貨店（売場担当）	・今後も現在の状況が継続し、消費が少しずつ好転していくと考えられるが、新型コロナウイルス感染症の発生で変化したライフスタイルが継続するため、景気自体は変化しない。
□	百貨店（売場担当）	・気候の関係で秋物の動きが不調だが、食品は堅調である。10月からの値上げの影響も少ない。
□	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が下げ止まっているが、あらゆる商品群において価格が上昇し、景気の回復を阻害する要因が残っているため、今後も景気は良くならない。
□	スーパー（店長）	・今後も食料品中心に値上げが進み、各社競合の売価政策により浮遊客が増加する。また、電気料金等の値上がり大きな負担増となり、客の節約傾向が強くなる。現在と同じく、客が割引催事へ集中し、平日との差は更に大きくなる見込みである。クリスマスや年末商戦についても、帰省の有無、新型コロナウイルスの感染状況、値上げの動向などに左右されるため、先行きは不透明である。
□	スーパー（店長）	・ここ半年間の動きから判断すると、景気が劇的に良くなることはない。ただし、今後、値上げラッシュが進むと、ディスカウントショップにとって追い風となる部分もあるため、景気が悪くなることもない。
□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況が徐々に落ち着いてきているが、今後も商品の値上げが続くため、景気の回復はまだまだ先になる。
□	スーパー（店長）	・客が商品の値上げに対応し、購買頻度を低くする傾向が続く。

□	スーパー（店長）	・10月以降、商品の値上げが進み、客が安く買物を済ませることができなくなるため、景気は良くならない。
□	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限がなくなり、来客数が前年と比べ、増加してきているが、10月からの酒類値上げの情報もあり、値上げに応じた客の節約意識が根強く継続すると考えられるため、景気は変わらない。
□	スーパー（営業システム担当）	・値上げの影響がどこまで及ぶか分からないが、販売数が減少しても、単価は変わらない。
□	スーパー（販売担当）	・今後も商品の値上げが続き、客の買い控えが続く。
□	衣料品専門店（経営者）	・多くの物が値上がりしており、呉服業界も白絹や工賃が上昇していることから、景気は良くならない。
□	衣料品専門店（代表）	・景気が劇的に良くなる要因が見受けられないため、景気は変わらない。
□	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限はないが、新型コロナウイルスの新規感染者数の減少のスピードが遅いため、今後も景気は変わらない。
□	家電量販店（販売担当）	・暖房器具や年末商戦に期待したいが、現状から判断すると、景気は変わらない。
□	家電量販店（企画担当）	・特に具体的な経済政策がないため、景気は変わらない。
□	乗用車販売店（営業担当）	・注文から生産に時間が掛かるため、景気はすぐには良くならない。
□	乗用車販売店（業務担当）	・受注が増加しても、工場の非稼働が続き、製品が入らず、売上に繋がらないため、景気は変わらない。
□	乗用車販売店（営業担当）	・車両の納期遅れが深刻で、注文があっても売上は3か月から12か月先となっている。当面の売上がなく、経営はかなり厳しいものとなっており、今後も景気は変わらない。
□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・人々がいろいろな物の値上げで余裕がなく、観光に回す金を捻出できないため、景気は良くならない。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・円安基調にあり、商品が値上げしても、給与が変わらない状況で、余分な出費を控える客が多いため、今後も客の財布のひもは固いままである。
□	一般レストラン（経営者）	・10月以降、円安に伴う生活必需品の値上がりや電気、ガス料金の上昇などもあり、可処分所得において重要度が低い外食やレジャーの節約志向がますます進む。
□	旅行代理店（経営者）	・今後も団体旅行は期待できないが、個人旅行の需要が出てくる。
□	タクシー運転手	・夜の状況は良くないが、今後、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、観光客が増加してくるため、多少は人の動きが出てくる。
□	競艇場（企画営業担当）	・売上がおおむね横ばいで推移する。
□	設計事務所（経営者）	・住宅ローン金利は据え置かれているものの、賃金は上昇せず、しばらくは物価高の状況が続くため、景気は良くならない。
□	設計事務所（経営者）	・ロシアによるウクライナ侵攻が長引きそうで、建築費が安くなる状況ではないため、まだまだ景気は良くならない。
□	住宅販売会社（従業員）	・資材価格の高騰がまだまだ続き、客の購入意欲が盛り上がる要素がないため、景気は良くならない。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響が続くため、景気はやや悪くなる。
▲	一般小売店〔食品〕（経営者）	・値上げが進み、客が食費を抑える方向で、買物行動を起こすので、実質賃金が上昇しない限り、厳しい状況が続く。
▲	百貨店（販売計画担当）	・個人所得の停滞や原価高騰による物価上昇の影響で、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・ここ3～4か月、何かしら商品の値上げがあり、10月にも大幅な値上げの予定があるため、今後、客の買い控えが起きる。
▲	スーパー（総務担当）	・客単価の上昇が商品価格の値上げの影響であれば、これから先が心配される。
▲	コンビニ（支店長）	・値上げや光熱費の高騰の影響で、景気はやや悪くなる。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・このままでは当然冬商品も値上げされるため、客が冬のレジャーを控えるようになれば、売上がますます低迷する。
▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	・政府が新型コロナウイルス感染症に関する行動制限を緩和しているが、人々がまだ安心して行動していないため、今後、景気はやや悪くなる。

	▲	その他専門店 [時計] (経営者)	・10月から年末までは、食品を中心とした物価や燃料価格の上昇が避けられないため、今後、景気は冷え込む。
	▲	通信会社 (営業担当)	・生活必需品の値上がりが続いている状況で、何ら光明が見えないことから、客の消費意欲は更に減退する。最低賃金の上昇についても、税制優遇における上限の壁の話ばかりが目立っている。
	▲	放送通信サービス (総務 経理担当)	・新型コロナウイルス感染症は特定業種に大きな影響を及ぼしているが、光熱費を含む物価の上昇は、等しく国民全体に影響を及ぼすことから、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室 (経営者)	・2～3か月では客の心理が余り変化しないため、従来の状況に戻るにはまだ時間が掛かる。
	▲	美容室 (経営者)	・慢性的な人手不足で客の要望に応えられないため、景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所 (経営者)	・新築等の需要が鈍く、リノベーションの売上ではカバーできないため、景気はやや悪くなる。
	▲	住宅販売会社 (営業担 当)	・物価の上昇が落ち着く様子がないため、しばらくは今の状態が続く。
	▲	住宅販売会社 (営業所 長)	・世界経済の影響といずれ訪れるであろう金利上昇を踏まえた将来ビジョンの形成が住宅業界に大きな影響を与える。
	×	スーパー (業務開発担 当)	・年末に向け、家計の防衛意識が一層強まり、財布のひもが固くなる。
	×	スーパー (財務担当)	・資源価格や原材料価格の高騰による販売価格の上昇で、1品単価は上昇するものの、客の節約志向が強まるため、来客数や買上点数が減少し、売上の前年割れが続く。
	×	コンビニ (エリア担当)	・年末から来年までは、多くの物が値上がりし、客の買い控えが続く。
	×	コンビニ (エリア担当)	・所得に変化がなく、物価だけが上昇する状況が続くため、客がますます買い渋るようになる。
	×	家電量販店 (店長)	・円安の影響で、物価が高くなっており、これから1年間は客が消費を抑制する傾向になるため、景気は悪化する。
	×	住関連専門店 (営業担 当)	・商品価格の上昇が止まらない状況で、特に客の耐久消費財の購買意欲の低下が顕著になっているため、今後も来客数の減少が続く。
	×	一般レストラン (経営 者)	・景気が良くなる材料がないため、景気は更に悪くなる。
	×	通信会社 (広報担当)	・物価が上昇傾向にあるため、客の購買意欲が低下する。
	×	テーマパーク (管理担 当)	・物価上昇対策が実施されないため、景気はやや悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・自動車メーカーの生産が順調であるため、今後も繁忙期が続く。
	○	化学工業 (総務担当)	・円安等の問題はあがるが、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあるため、景気は現状よりは良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・受注元の内示情報が上向き傾向にあるため、景気はやや良くなる。
	○	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)	・円安基調が不安要素であるが、海外向け輸出について受注が上向いていることから、今後、景気はやや良くなる。
	□	農林水産業 (従業員)	・今後、物価高がいつまで続くか分からないため、景気は変わらない。
	□	食料品製造業 (総務担 当)	・ウクライナ情勢の影響による輸入原料の価格高騰など自分たちでコントロールできない外部要因があるため、景気は良くならない。
	□	繊維工業 (財務担当)	・もうしばらく現在の状況が続く。
	□	化学工業 (総務担当)	・原燃料価格の先行きが不透明なため、景気は変わらない。
	□	鉄鋼業 (総務担当)	・今後も環境が大幅に変化することはない。
	□	鉄鋼業 (総務担当)	・当面の間、景気は回復しない。
	□	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、今後も景気は変わらない。
	□	建設業 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限も緩和されつつあり世の中が動き始めている。設備投資に関する企業の様子見も終わった感じで、時間の経過とともに景気は上向きとなる。
	□	建設業 (総務担当)	・景気の先行きが読めない状況が続く。
	□	輸送業 (業務推進担当)	・客からの情報や荷動きの傾向から判断すると、今後も景気に大きな変化はない。
	□	通信業 (営業担当)	・取引先より、景気の良しあしによって対応が変化するわけではない。

	□	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの国内生産は回復してきているが、半導体不足が完全に解消されたわけではなく、操業度は8割程度で推移する。このため、系列の地元部品メーカーの受注は、当面はピークの8割程度で推移する。
	□	金融業（貸付担当）	・円安や原料価格の高騰等により、原料仕入れ確保自体に影響が出てきている企業があるが、日本銀行の為替介入が好転するかは不透明であるため、企業の業績の早期回復は余り期待できない。
	□	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響が続いている状況で、受注が上向かないことから、景気は良くならない。
	□	会計事務所（経営者）	・資材の調達難や値上げの影響で、今後、業務が計画予算どおりに進まない可能性がある。
	▲	食料品製造業（経営者）	・秋冬商材の販売量が大幅に減少しており、今後、更に厳しい状況になる。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	・このまま、円安や原油高が続けば、景気はますます悪くなる。
	▲	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け大型案件が終了し、また、鉄鋼向け需要に減少の兆しが出ていることから、今後、生産水準は低下の方向に向かう。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・今後も円安傾向が続き、原材料価格の高騰が収益を圧迫する。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・鉄原材料価格が8月中旬から上昇に転じたことに加え、電気料金の燃料費調整額が過去に例がないほど高騰している。電力会社が値上げの検討に入ったとのニュースもあり、収益改善に向け、電気料金が大きな影響を与えることになる。
	▲	一般機械器具製造業（管理担当）	・新型コロナウイルス感染症関連の需要に陰りがあり、受注量や生産計画を下方修正している。また、原材料価格の高騰の影響が大きいことから、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・円安の影響もあり、売上は上振れする見込みであるが、原材料や物流等の価格上昇の影響で、各段階の利益は業績予想を下回る見込みである。
	▲	通信業（営業企画担当）	・原材料価格の上昇に伴い、IoTに関連した機器の価格が高騰し、積極的な投資行為にブレーキが掛かる可能性が高い。取引のある販売会社や客からも投資に関して消極的になっている情報があるため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	不動産業（総務担当）	・例年であれば、賃貸需要が落ち着く時期となるため、景気は今月よりはやや悪くなる。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (中国)	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	・新型コロナウイルス感染症と共存しながら経済活動を実施する企業が多く、イベントもオンラインでなく、軒並み対面で実施する傾向にある。ショッピングセンターや観光地などでも人の流出が多い。物価の上昇に先は見えないが、それに伴い消費が落ち込んでいる様子はない。業種的にはデジタル化の拡大と紙の価格上昇に伴い、印刷物は減少する。一方で、ネットサービス、Web広告、HPの需要はますます拡大する。車や住宅の資材などの輸入が滞る一方で、中古車市場や中古住宅は好調となる。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・年末や春先入社を目指す求職者が増えているため、求職者数は引き続き増加傾向で推移する。
	□	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、人々の生活が日常に戻りつつあるが、新型コロナウイルスの感染再拡大、不安定な世界情勢、為替相場の円安等マイナス要因も多いため、雇用面については、前向きにはならない。
	□	人材派遣会社（経営戦略担当）	・新型コロナウイルス感染症という有事を乗り越えることが景気にプラスとなると思われるが、一方で、欧米での急速な利上げや為替相場の影響が企業に及んでくることが景気にマイナスとなるため、両者の影響度合いにより短期的には景気がどちらの方向に動くかは想像しづらい。
	□	人材派遣会社（支社長）	・求人数は引き続き増加するが、売手市場のため、採用決定数は増加しそうにない。
	□	求人情報誌製作会社（HR担当）	・極端な円安と原材料価格の高騰の影響で、景気は良くならない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気が良くなる要素は見受けられないが、業績の良い企業が多いため、しばらくは様子見の状態が続く。

□	職業安定所（事業所担当）	・雇用調整助成金の申請件数が前年比で53.5%減少と引き続き大幅な減少となっていること、求人数が全体的に増加していることから、景気が回復していることがうかがえる。ただし、新型コロナウイルス感染症やウクライナ情勢など懸案事項が多いため、景気はしばらく横ばいが続く。
□	職業安定所（雇用関連担当）	・今後も当面は円安が続き、原材料価格や光熱費も高騰する。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・周辺企業の動きを見ると、秋採用に積極的な企業は多くないため、今後も景気は変わらない。
▲	人材派遣会社（副支店長）	・10月からの物価高騰の影響で、景気はやや悪くなる。
▲	職業安定所（所長）	・多くの業種で予想を超えた物価の上昇を販売価格に転嫁できない状況が続いているが、社会保険の適用拡大や最低賃金への対応も必須となっており、今後、やむを得ず求人を取下げするケースが出てくることが懸念される。
▲	民間職業紹介機関（職員）	・一般消費財、食品、公共料金の値上げで、しばらくの間人々の生活防衛が続く。
▲	その他雇用の動向を把握できる者	・有効求人倍率は依然として高水準であるが、物価の上昇により消費者の購買意欲が損なわれている状況である。また、長引く新型コロナウイルス感染症が飲食を中心としたサービス業に与える影響は大きく、今後、景気はやや悪くなる。
×	—	—