

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）	・消費は年末に向け増加すると期待している。
	◎	バー（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は良くなる。
	◎	テーマパーク（業務担当）	・物価上昇の推移がどうなるかが関係してくるものの、新型コロナウイルス感染症がインフルエンザ同様の扱いとなり、行動規制がなくなることで消費が増加すると、景気は良くなる。
	○	商店街（理事）	・年末年始を控え、客に我慢の限界の雰囲気が漂っており、景気を押し上げる要素になる可能性がある。
	○	一般小売店〔靴〕（経営者）	・新商品を百貨店へ卸販売することになり、販売数の増加が期待される。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況の落ち着きと全国旅行支援により、客の外出機会が増え、外出のための衣料品や雑貨の販売促進の後押しとなる。
	○	百貨店（営業担当）	・旅行や外出需要の増加に伴い、衣料品の需要も少し高まっていく。
	○	スーパー（店長）	・生活必需品に関しては、値上げにより1品単価が上昇するため、売上は伸びてくる。
	○	スーパー（販売担当）	・買上点数は減少しているが、値上げによる単価上昇が売上を押し上げている。新型コロナウイルス感染症を恐れず、客の意識が行楽に向かっている関係もある。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・全国旅行支援やインバウンドなどの好材料があり、物価が上昇しても売上増加につながっている。今後も円安の影響で値上げが懸念されるが、コロナ禍であった前年よりは景気は良くなる。
	○	コンビニ（支店長）	・全国旅行支援等で人流が増える。
	○	家電量販店（販売担当）	・年末商戦に期待する。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・客からの問合せが良い状況を維持していることから、今後、景気はやや良くなってくる。
	○	乗用車販売店（店長）	・価格が抑えられた新型車が発売される予定で、客の購入意欲の掘り起こしに一役買ってくれる。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・年末に向けて、ある程度の冬商材は売れるが、前年比は悪いと考えられる。まだまだ、新型コロナウイルス感染症発生前の売上には戻らない。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今以上に新型コロナウイルス感染症の影響が薄れていくと考えられる。
	○	その他専門店〔時計〕（経営者）	・歳末にかけて消費が伸びることを期待する。
	○	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インフルエンザの流行といったマイナス要因で人の動きが止まるおそれがあるが、年末にかけて人出が増えると、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・全国旅行支援の好影響がある間は景気が良くなるが、その後は、一旦谷間に落ち込む可能性がある。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・利益面では物価高騰の影響を大きく受けるものの、来客数は回復する。
○	都市型ホテル（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の第8波到来を想定すると、先行きを楽観視できないが、秋の観光シーズン、クリスマス、年末商品の需要拡大に向けて積極的にプロモーションを展開している。エンターテインメントや各団体のイベント開催も活発になっていることから、行動制限や自粛要請がない限り、景気はやや良くなる。	
○	旅行代理店（経営者）	・全国旅行支援に関し、各施設との連携がまだまだできていないため、苦慮することが多々あるが、全国旅行支援の影響で、客の動きは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新規感染者数が減少している状況で、客の行動を支援する様々なクーポン券などが発行されると、街中ににぎわいが戻ってくるため、景気はやや良くなる。	
○	タクシー運転手	・昼間の乗客数が回復し、夜の街がにぎわえば、新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻る。	

○	タクシー運転手	・夜の繁華街はまだ人出が少なく、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻っていないが、今後、繁忙期に入り、観光客も増加するため景気はやや良くなる。
○	通信会社（企画担当）	・オンラインサービス化、インターネット利用度は高まりこそすれ低くなることはない。年末年始においてサービス需要が高まることで、景気はやや良くなる。
○	テーマパーク（営業担当）	・全国旅行支援の影響が間もなく出てくる。
○	観光名所（管理担当）	・施設の料飲部門が復活すると、景気はやや良くなる。
○	美容室（経営者）	・少しずつではあるが、人の流れが良くなっているため、景気はやや良くなる。
□	商店街（代表者）	・客が必要以上に買物をしないなど、財布のひもが固い。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の第8波が発生するという予測があり、それを危惧している客が少なからずいるため、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新規感染者数が増加傾向であり、食品を中心として値上げも進んでおり、中小企業にとって給与を上げることは難しく、今後が心配である。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きつつあったが、感染再拡大の様相も見せており、客の購買意欲が低下したままであるため、人通りが増えても景気は良くならない。
□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・今後、客の動きが少しずつ良くなるが、景気は変わらない。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・年末にかけて新型コロナウイルス感染症の第8波が発生すると、景気は良くならない。
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・景気に関してぬか喜びはできないため、慎重に見守っているが、それでも景気が良くなることを期待する。
□	一般小売店〔食品〕（経営者）	・円安、原油価格の動きによって景気は変わってくるため、先行きは不透明である。
□	百貨店（経理担当）	・商品の値上げが続き、客の節約志向が高まり、景気は停滞する。
□	百貨店（営業担当）	・前年と比べ、来客数や販売量が増加しているが、商品供給量も含め、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていないため、景気は良くならない。
□	百貨店（売場担当）	・今まで抑制されていた旅行関連の動きが一気に活発化し、客の旅行支出が増加するなど、金の使い道に変化が出てくると、当店の状況が厳しくなる。
□	百貨店（売場担当）	・円安、値上げなどの悪い印象の報道があるが、客の購買行動、客単価に余り変化はない。客は節約していても必要な商品であれば、購入するため、景気は変わらない。
□	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルス感染症に加え、円安といった消費者心理への不安要素もあるため、今後も客の購買意欲が向上するとは考えにくい。
□	スーパー（店長）	・クリスマス、年末年始商戦に入るが、前年と比べて今年が良くなる要素が少ない。今後、更なる値上げが進むと、客の割引デーに集中する傾向は変わらない。帰省等は前年より増加するが、食料品への消費の節約傾向は強まる。
□	スーパー（店長）	・来客数が前年を上回り、3か月前よりも景気は上向いているが、物価の上昇など厳しい状況が続くので、3か月後も景気は変わらない。
□	スーパー（店長）	・商品の価格上昇が続き、販売数量が増えない状況が続く。
□	スーパー（総務担当）	・必需品の購買はさほど変わらないが、購買量が段々と減少していく可能性がある。
□	スーパー（販売担当）	・円安が更に進むという予測があるが、景気が安定しない限り、現状は余り変わらない。
□	スーパー（営業システム担当）	・円安の影響が続くため、国産牛等の需要が伸びると思われる。全国旅行支援や外食支援等があるため、内食の需要が低下していくものの、年末年始の帰省は増加すると思われるため、そこでの売上に期待したい。
□	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、全国旅行支援の活用で観光客が増えている。この状況が続けば景気は回復してくる。
□	衣料品専門店（代表）	・ステイホームの習慣がついたため、購買意欲が戻らない客が多数いる。
□	家電量販店（企画担当）	・原油価格の高騰などで景気が悪いため、政府が動かないと何も変化はない。
□	乗用車販売店（統括）	・新車の供給量に限りがある。

□	乗用車販売店（営業担当）	・半導体不足による物の供給の減少や物価上昇が収まらない限り景気は変わらない。
□	乗用車販売店（業務担当）	・生産工場の停止が相次ぎ、今後の見通しがまるで立たない。
□	乗用車販売店（営業担当）	・相変わらず新車の納期遅れがばん回できず、売上は厳しい状況である。納期が掛かるのを理解した上で早めに注文する客が増えている。客が新型コロナウイルス感染症に慣れてきて、警戒感が薄れてきている印象はあるが、景気は変わらない。
□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・現状を打開する策が見当たらないため、景気は当分今のまま推移する。
□	高級レストラン（事業戦略担当）	・全国旅行支援が開始されたが、当県の各宿泊事業者への予算配分額では効果が限定的となるため、景気は変わらない。
□	一般レストラン（経営者）	・円安に伴う生活必需品の度重なる値上げや光熱費の上昇により節約志向がますます強まり、客が生活防衛として支出を抑える。また、新型コロナウイルス感染症の第8波やインフルエンザの流行に対する心配が重なり、客の巣籠り現象が増加し、シニア層とファミリー層の外食機会が減少する。忘年会の利用件数が増加し、売上が大幅に上昇することが期待できないため、平月とさほど変わらない状況となる。
□	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりしているが、客もそれほど気にしなくなったので、ある程度の景気回復は見込める。ただし、ここ最近の値上げの影響により、当店も価格の値上げをせざるを得ない状況にあり、それがどれだけ影響するかが分からないため、大きく回復するとの希望は持ちにくい。
□	観光型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援の予算がなくなり、追加予算が導入されたら景気は良くなる。
□	旅行代理店（支店長）	・全国旅行支援開始ということで期待していたものの、それほど大きな影響はない。今後、新型コロナウイルス感染症の第8波が到来し、インフルエンザが流行するという予想が大きく報道され、また、円安が海外旅行の回復に水を差す形になっていることから、業界全体に明るい兆しがない。
□	通信会社（経理担当）	・景気が変わる要因は見当たらない。
□	通信会社（工事担当）	・客の様子から景気に変化はない。
□	ゴルフ場（営業担当）	・現在の予約状況は例年と変わらない。冬季は天候により来客数が増減する。
□	競艇場（企画営業担当）	・来年の2月末くらいまで西日対策が続くため、売上は増加しない。
□	美容室（経営者）	・人材不足が深刻化している。最低賃金の上昇が進むものの業績は伸びないため、財務的な圧迫から逃れられない。
□	設計事務所（経営者）	・円安の状況がしばらく続く見込みで、建築物価を含む物価上昇の傾向に変化はないため、客に住まいを考えるゆとりは生まれない。
□	設計事務所（経営者）	・年内及び年度末に向けて建材の値上げ通達があり、今後コストの見通しが立つまでの間、先行きは厳しいままの状況が続く。
□	設計事務所（経営者）	・中古市場は活性化すると思われるが、新築受注は客の消費金額の頭打ち感があるため伸びない。
□	住宅販売会社（従業員）	・外国人の入国制限緩和など観光業等では明るい兆しがみえてきたが、全体へ波及するにはまだまだ時間が掛かる。
▲	商店街（代表者）	・来客数が少なく、客の購買意欲も低いいため、今後、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・ここ2、3か月、年末商戦の対象商品の値上げの話が進んでいるため、客の消費が減少し、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・様々な商品の値上げが続く、家計を圧迫していくので、客の財布のひもが固くなり、今後は景気が後退する。
▲	スーパー（業務開発担当）	・商品価格や電気料金などの高騰が家計を圧迫し続けるため、客の節約意識が一層強まる。
▲	コンビニ（エリア担当）	・来年にかけて多くの商品が値上げするので、景気は悪いまま推移していく。
▲	コンビニ（エリア担当）	・商品価格の値上げが続くなか、電気料金の高騰は想像以上に家庭を圧迫する。給与が上がらず、客の節約が続く、自社商品の販売にも影響が出てくる。
▲	衣料品専門店（経営者）	・円安の影響で景気はやや悪くなる。
▲	家電量販店（店長）	・物価上昇の影響で景気はやや悪くなる。

	▲	家電量販店（店長）	・売上が減少傾向であり、回復の兆しはない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・小売店にとって円安や物価高は仕入価格の高騰を招くが、価格が高騰しても、販売価格にそこまで転嫁できない。また、物価の上昇の影響で、今後、客の購買意欲がなくなるため、ますます利益が減少し、苦しい状態が続く。
	▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	・景気は回復してきているが、12月には新型コロナウイルス感染症が再拡大し、景気はやや悪くなる。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・物価上昇に賃金の上昇が追いついていない。エネルギー価格の高騰、高止まりが続くため、景気はやや悪くなる。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・政府の全国旅行支援や補助金事業などがあり、一部の業態は恩恵を受けるが、円安による物価上昇など、家計の圧迫感が払拭できない状況は今後も続く。年末に向け買物の機会が増える時期であるが、値上げによる客の買い控えといった不安要素は多く、景気はやや悪くなる。
	▲	観光型ホテル（副支配人）	・全国旅行支援が終われば一気に問合せが減少する。全国旅行支援の延長や予算の追加がないと、景気はやや悪くなる。
	▲	観光型ホテル（宿泊担当）	・全国旅行支援で一時的に景気が上向いているだけであるため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	・国による新たな支援策など需要を喚起する動きに期待するが、例年、12月中旬以降から2月まではオフ期となるため、景気はやや悪くなる。
	▲	通信会社（営業担当）	・暖房で光熱費が上昇する季節に入るが、これ以上エネルギー関連の値上げが続けば、消費が冷え込み、景気はやや悪くなる。
	▲	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の影響に加え、物価高も続いており、家計の圧迫が進むため、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・客は毎月の家計のやりくりを見直している段階で、今後、景気は徐々に悪くなる。
	▲	住宅販売会社（営業担当）	・冬に新型コロナウイルスの新規感染者数が増加する懸念がある。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	・今後の金利高傾向の機運が高まり、客に浸透することが懸念材料となっている。これまでの変動金利主導と長期借入期間に不安を抱く客も増加している。目に見える賃金上昇が必要と考える。
	×	百貨店（販売計画担当）	・個人所得が伸びないなかでの生活コストの上昇が景気に悪影響を及ぼす。
	×	スーパー（財務担当）	・物価の上昇よりも、賃金の上昇が遅れることで、客の節約志向がますます強まり、内食需要が減少するため、既存店売上が前年割れとなる。
	×	コンビニ（エリア担当）	・今月中旬に競合店の営業が再開して以降、来客数が減少し、客単価が低下している。また、店舗の南側だけではなく、北側でも工事は始まりそうなので、客が来店しにくくなるため景気は悪くなる。
	×	乗用車販売店（営業担当）	・12月以降、当社が扱う商品を値上げするため、更に景気は悪くなる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・商品の値上げや物価の上昇が落ち着かないために、消費が耐久消費財に回らない。
	×	通信会社（広報担当）	・自社製品を含め、その他の物価も値上がり傾向なので、客の購買行動が更に鈍くなる。
	×	テーマパーク（管理担当）	・現内閣の経済対策が国民に寄り添っていない。また、消費税を増税するような議論がされており、既得権益者に有利な政策を打ち出そうとしていることから、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・生産繁忙が続くので景気は良くなる。
	◎	輸送業	・発注量が増えているため、今後、景気は良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・物価高により、一定の景気減速の動きは懸念されるが、物の価値が上がることで企業の賃金等の上昇につながってくる。ただし、企業の業績については、好不調の格差が生まれることが予想される。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・最近の円安、物価高による先行き不安が残るものの、新型コロナウイルス感染症による事業活動への影響が軽微となっているので国内外への営業展開もしやすいことから景気が良くなることを期待したい。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先からの内示情報が若干上向いているため、今後、景気はやや良くなる。

	<input type="checkbox"/>	農林水産業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症関連で規制等がない限りは、景気が特に良くなる見込みはない。
	<input type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・原材料価格や物流費の上昇を販売価格に反映することが難しく、今後、一段と厳しい経営状況になるが、販売を強化するため景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	繊維工業（財務担当）	・円安、原材料の値上げなど先行きが不透明である。
	<input type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・当面、円安基調で進むため、景気は現状のまま推移する。
	<input type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け生産量は現状水準が継続する見込みである。
	<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務担当）	・受注状況に大きな変化がないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	鉄鋼業（総務担当）	・今後、しばらくは受注が回復してこないため、景気に変化はない。
	<input type="checkbox"/>	非鉄金属製造業（業務担当）	・資機材やエネルギー、金属価格は高値で推移している。円安基調に変化はなく、収益も堅調に推移する。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はなく、今後も景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	建設業（経営者）	・設備投資の様子見感引き続きあるものの、次第に着手する企業が増えてきているため 景気は現状が続く。
	<input type="checkbox"/>	建設業（総務担当）	・受注価格が上昇しても協力会社への支払、経費等も増加するため、利益率の向上は見込めない。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（総務・人事担当）	・アフターコロナを見据えて営業してきたが、物価高騰の影響で消費にブレーキが掛かり、受注量の増加が見通せない状況であるため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（業務推進担当）	・現状、景気に関する大きなプラス要素はなく、客の荷動きにも目立ったものはないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	通信業（営業企画担当）	・今後の導入に向けてのスケジュールを客からヒアリングする限りは、大きな変更は予定されていないため、取引量や引き合い量に変化はない。
	<input type="checkbox"/>	金融業（融資企画担当）	・当面、半導体不足の状態が続き、地元完成車メーカーの国内生産が低調に推移するため、系列の地元部品メーカーの受注も低水準にとどまる。
	<input type="checkbox"/>	金融業（貸付担当）	・当面、原料の価格高騰、円安、海外企業との買い負けの傾向が続き、仕入数量の確保の問題や仕入価格上昇により、収益回復は鈍くなる。
	<input type="checkbox"/>	不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要が落ち着いている時期であり、例年どおり変わらない。
	<input type="checkbox"/>	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状況で、客からの受注量の動きが変わらない。
	<input type="checkbox"/>	会計事務所（経営者）	・資材不足、燃料費や電気料金の高騰、為替不安、ウクライナ問題の解決は見通せず、株価低迷も景気にマイナス影響を及ぼす。
	<input checked="" type="checkbox"/>	木材木製品製造業（経理担当）	・円安がどこまで続くか定かではないが、円高に向かう可能性があれば景気回復の可能性もある。しかし、現時点ではこのままの状況が続き、景気は悪くなる。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金属製品製造業（総務担当）	・政府による電気料金抑制策は直接的な効果となって収益改善につながってくる。しかし、電力会社が値上げを実施すれば相殺されると見込んでおり、燃料調整費分が引き続き上昇を続ければ、採算面での悪化傾向は変わらない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（管理担当）	・原材料価格の高騰により部品調達が難しくなり、生産に支障が発生している。また、新型コロナウイルス感染症関連の需要が頭打ちで、その反動もあって減産の見込みである。
	<input type="checkbox"/>	—	—
雇用 関連 (中国)	<input checked="" type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（HR担当）	・海外からの旅行者が増え、円安効果に伴う観光客の需要が高まる。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（所長）	・予想を超えた物価高騰を価格転嫁できない業種が多いものの、コロナ禍で休業していた店舗を再開するため複数の求人募集があった卸・小売業では明るい動きが出てきている。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・引き続き求人数及び求職者数共に増加傾向となる。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（支社長）	・引き続き企業の採用意欲は旺盛であるが、働き手が不足しており、採用決定数の増加にはつながりにくい。
	<input type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（広告担当）	・どこまで続くか分からない物価高を見据え、採用関係を含む広報関係の予算の削減や見直しがある。

□	職業安定所（事業所担当）	・雇用調整助成金の申請件数が前年から56.3%も減少していること、求人数が全体的に増加していることから景気の回復はうかがえるものの、ウクライナ情勢などによる物価高騰や円安など、先行き不透明感はぬぐえず、本格的な景気回復はまだ先と考えられる。
□	職業安定所（雇用関連担当）	・卸売業、小売業、旅館業、飲食業では求人数が増加し、改善傾向がみられるが、新型コロナウイルス感染症の影響を受けやすい業界は人が集まりにくい傾向がある。
□	民間職業紹介機関（職員）	・業務自体に支障はないが、働き方改革の一環もあって個人の負荷分散を目的に人員の増加を考える企業が出始めている。食品など物価上昇が家計に影響を及ぼし始めており、客の財布のひもは固くなる。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・製造業に限れば求人数は増加しているが、燃料費の上昇や円安の影響により、景気の回復傾向は長く続かない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価の上昇により客の購買意欲が減退している。一方、各地域で実施されている全国旅行支援の影響や円安基調によりインバウンドが期待できる。
▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の再拡大の懸念、円安、物価高の傾向は続くため、企業は雇用拡大に慎重になる。
▲	人材派遣会社（経営戦略担当）	・円安によるマイナス影響が大きくなることを危惧する。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・海外情勢や為替が当面好転する様子が見られないため、急激ではないが景気は下降線をたどる。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価の上昇が日常生活に影響を及ぼすため、景気はやや悪くなる。
×	—	—