

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感染症に関する行動制限が緩和され、新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行すれば、消費は更に活発になる。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・G7広島サミットの開催に向けて、観光関係のビジネスや人が動き始めると、景気は良くなる。
	◎	テーマパーク（業務担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行すれば、観光客が増加し、新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻る。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行し、世論が変われば、景気は多少良くなる方向へ向かう。
	○	商店街（理事）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、新型コロナウイルス感染症の発生前の日常生活が戻ってくると、外出する人が増え、消費も増加する。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行すると、人出が増え、景気はやや良くなる。
	○	一般小売店〔洋服附属品〕（経営者）	・これから暖かくなると、来客数が増加する。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・例年同様、新年度に入ると、景気は良くなる。
	○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行すると、人の動きが活発になる。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・単価の上昇で、売上は上昇するが、光熱費の上昇に歯止めが掛からなければ、利益の回復にはつながらない。新型コロナウイルス感染症に関する制限が大幅に緩和されれば、明るい兆しが出てくる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行し、行動制限がなくなると、客の外出機会が増加し、景気はやや良くなる。
	○	家電量販店（販売担当）	・新生活需要が高まると、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（店長）	・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れば、客の自粛ムードも弱まり、購買意欲も高まる。新型車の評判が上々で、インフレの影響もそれほど大きくならないと予想しているため、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（統括）	・新車の供給台数の増加に伴い、販売台数も増加する。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今は出費を抑えたいとの客の意見が多い。しかし、今後については、電気料金に対する補助や新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけの5類への移行が経済活動を活性化し、景気が上向く。
	○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・外国人客が少しずつ増加しており、屋外ではマスクをしない客も見掛けるため、景気はゆっくりではあるが、回復に向かう。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・政府の新型コロナウイルス感染症への対応が継続すれば、景気はやや良くなる。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・G7広島サミットの開催もあり、注目が高まるため、景気はやや良くなる。
	○	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルス感染症がある程度落ち着けば、一般客が戻る、また、インバウンドも今後はやや盛り返す。
	○	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息すれば、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・春先に新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけを5類に移行することが検討されており、国内だけでなく、インバウンドの需要回復が見込まれる。
	○	都市型ホテル（企画担当）	・景気の現状は良くないが、3か月先は外国人観光客が増え、来客数も増加する。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の影響が更に弱まり、観光客が増加するため、景気はやや良くなる。
○	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行し、日常行動の制限がなくなることで、新年度に向けて、客の消費行動抑制が弱まり、巣籠り需要とは違う通信サービスのニーズ喚起になっていく。	
○	通信会社（経理担当）	・新年度に向けて加入者数が増加する。	
○	テーマパーク（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症が少し落ち着いてきているため、今後、景気はやや良くなる。	

○	観光名所（館長）	・インバウンドの増加等、人の動きが今より活発になる。
○	観光名所（管理担当）	・5月に新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけを2類相当から5類に移行することが発表され、人々の間で雪解けムードが更に加速する。
□	商店街（代表者）	・来客数や購入単価が低下している状況で、客との会話でも景気が良くなるような話題が出てこないため、今後も景気は良くならない。
□	商店街（代表者）	・物価上昇の影響で、中小企業の売上は減少する。
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・3月で雇用調整助成金等が無くなる可能性があるため、今、内部の改革を必死に行っている。今後の景気は決して新型コロナウイルス感染症発生前には戻らない。
□	一般小売店〔食品〕（経営者）	・原材料の値上げに伴う価格変更で売上が前年を上回っているが、販売数量は僅かしか前年を上回っておらず、今後も景気は変わらない。
□	百貨店（経理担当）	・物価上昇に歯止めが掛かり、新型コロナウイルス感染症が終息すれば、景気は多少良くなるかもしれないが、余り変わらないと思う。
□	百貨店（広報担当）	・商品単価の上昇などから、客が消費に対して消極的になる。状況が良くなる見通しがないなか、客が不安感から生活費を抑える一方で、外出や旅行などは活発化しそうである。
□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行したとしても、消費が伸び、売上が増加することはない。
□	百貨店（営業担当）	・外商客の購買意欲は戻ってきているが、ミセスを中心とした主力客の価値観などが大きく変わっていくなか、光熱費など物価の上昇が衣料品の購買意欲にどれだけの影響を与えるかなど、先行きが不透明である。
□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症以外に特に景気を左右する要因はないため、今後の景気は新型コロナウイルス感染症の動向次第である。
□	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症発生以降、客の購買行動の変化が著しく、その変化に完全に対応できていない。
□	百貨店（外商担当）	・生活は少しずつ平常に戻りつつあるが、新型コロナウイルスの感染拡大も予想されるため、本格的な景気回復はまだまだ先になる。
□	百貨店（売場担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行するようだが、変化してしまった現在の生活様式がそう簡単に元に戻るとは考えにくい。景気はゴールデンウィーク辺りから徐々に良くなっていく。
□	スーパー（店長）	・原価高騰による利益率の低下が懸念材料であるが、3か月後も販売量や売上は良い状況が続く。
□	スーパー（店長）	・客の生活防衛意識が更に強くなり、財布のひもが固くなる一方である。
□	スーパー（店長）	・食料品のみならず電気料金を中心に生活に関わるものの値上げが今後も続く見込みであり、食料品の節約につながる。客の収入が増加する気配はなく、今後も、割引デー等の催事にまとめ買いする客が集中する。
□	スーパー（総務担当）	・商品が値上がり傾向にあり、先行きが不透明である。
□	スーパー（業務開発担当）	・現状から判断すると、5ポイント程度の伸びが続く。
□	スーパー（販売担当）	・春先から木・紙製品を中心に商品が再度値上げされる予定であり、輸入に頼っている原材料の価格高騰が商品価格に反映され、厳しい状況が続く。
□	コンビニ（エリア担当）	・単価が高いコンビニエンスストアは、今後、客の来店頻度が低くなり、商品の購入も必要最小限にとどまることが多くなってくる。
□	コンビニ（エリア担当）	・道路工事が3月に終了するが、弁当など商品価格が上昇し、客の買上点数が減少していることから、今後も厳しい状況が続く。
□	コンビニ（エリア担当）	・消費税廃止等、政府が大胆な施策を実施しない限り、景気悪化が続く。
□	コンビニ（支店長）	・光熱費が高止まりしているため、今後も景気は良くならない。
□	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がないため、景気は変わらない。
□	衣料品専門店（代表）	・有効な経済対策が示されていないため、景気は変わらない。

□	乗用車販売店（業務担当）	・様々な物価の高騰により動きが鈍くなる。
□	乗用車販売店（営業担当）	・市場が上向くのは程遠い。
□	乗用車販売店（営業担当）	・価格高騰や生産遅れの影響が大きく、今後も厳しい状況が続く。
□	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	・新型コロナウイルス感染症、インバウンド、エネルギー価格、増税など先行きが不透明な部分が多い。
□	その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・これから消費意欲が高まる新生活シーズンに入るが、一般消費財や電気料金などの値上げが今後も続く見通しであり、客の財布のひもは引き続き固いままではないかと推測する。イベントなどを充実し、誘客する予定であるが、その客の他店への来店をいかにして促すかが課題になる。
□	観光型ホテル（副支配人）	・全国旅行支援があっても、予約は余り入っていないため、今後も景気は良くならない。
□	観光型ホテル（宿泊担当）	・全国旅行支援の利用者が多くないため、今後も景気は良くならない。
□	観光型ホテル（営業担当）	・今後の客の動向が分からない。
□	都市型ホテル（企画担当）	・全国旅行支援が再開されたものの、宿泊の予約に大幅な伸びはなく、新年会等の予約も少ない。新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけの5類への移行の議論も始まり、経済が大きなダメージを受けることはまずないと予想される。しかし、物価が高騰しても賃金は上がらず、新型コロナウイルス感染症による生活スタイルの変化が根強いこともあり、この負の景況感は継続する。政府のコンフル剤的な景気対策を期待する。
□	旅行代理店（経営者）	・人々がマスクの着用から完全に解放されないと、景気は良くならない。
□	旅行代理店（支店長）	・法人関連の旅行需要は、完全には回復しておらず、各種支援が終了するとまた低迷する可能性があり、何らかの施策継続がないと厳しい状況になる。
□	タクシー運転手	・12月は良かったが、1月は少し落ち込んでいる。ただし、人の動きはさほど落ち込んでいないため、今後も景気は変わらない。
□	タクシー運転手	・以前より景気は良くなっているが、新型コロナウイルス感染症が終息していないため、今後の動きは分からない。
□	通信会社（工事担当）	・客の様子から判断すると、今後も景気は変わらない。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	・景気は変わらないと思うが、物価の上昇が家計に与える影響次第では、景気がやや悪くなる可能性もある。
□	ゴルフ場（営業担当）	・予約は例年と変わらない状況で推移している。韓国からの利用者は増加してきているが、国内利用者は若干減少しており、今後も全体の予約状況は変わらない。
□	美容室（経営者）	・生活物資の価格、電気やガスの料金の上昇の影響が少しずつ出てくる。
□	美容室（経営者）	・年配者が依然として、新型コロナウイルス感染症に感染する恐怖を感じているため、景気は変わらない。
□	設計事務所（経営者）	・電気料金など物価の上昇がしばらく続き、現在よりも景気にマイナスな要素が増加する。
□	設計事務所（経営者）	・客の様子から判断すると、今後、景気が大幅に回復することはない。
□	住宅販売会社（従業員）	・今後も値上がりが決まっている商品があるため、厳しい状況が続く。
□	住宅販売会社（営業担当）	・物価高騰の影響が続く。
▲	商店街（代表者）	・乗客数が非常に少なく、今後、景気はやや悪くなる。
▲	百貨店（販売計画担当）	・光熱費の高騰や客の買い控えが続く。
▲	百貨店（売場担当）	・年末のギフトの解体セールなど、特価品の売行きは前年よりいい状態であるが、光熱費等生活必需品の価格が高騰し、今すぐ必要のない工芸品や宝飾などの買い控えが顕著になっているため、今後、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・金利や物価の上昇の影響で、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・単価上昇による売上の増加が乗客数の減少をカバーしているが、今後、値上げが続き、客が生活防衛に入ると、乗客数が更に減少し、売上も減少する。

	▲	スーパー（店長）	・2月に大幅な値上げが予定されており、現在の販売状況から判断すると、今後、景気はやや厳しくなる。
	▲	スーパー（財務担当）	・仕入価格が2月以降も上昇する可能性があり、客の節約志向により買上点数の減少が続く。
	▲	スーパー（営業システム担当）	・食品類や公共料金等の値上げで、客の節約志向が高まっているため、今後、し好みなど高単価の商品の販売量は減少する。
	▲	家電量販店（店長）	・様々な商品の値上げの影響で、今後も客の節約傾向が続く。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の販売が開始されたが、依然として、客の買換え需要が少ないため、景気はやや悪くなる。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・今のまま物価の上昇が続けば、客の買い控えが増えたり、安い商品の購入で済ませたり、車そのものに乗らなくなったりする。今後、優先順位が低い物が売れなくなるのではないかと心配である。
	▲	その他専門店 [布地]（経営者）	・寒波や新型コロナウイルス感染症の影響で、春までは景気は良くならない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・食品や光熱費などの値上げで、家計負担が増加し、客が外食に使う金が抑えられている。今後、更なる値上げや進学や就職などへの出費が重なり、客の節約志向が進むため、外食利用は大幅に減少する。
	▲	一般レストラン（経営者）	・現時点で閉店が増加している状況であり、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	通信会社（営業担当）	・電気料金の値上げによる家計の引締めが予想されるため、景気はやや悪くなる。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・3か月後は今月と同等のレースが開催されないため、景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・建設資材の高騰により、建築費が前年より3割程度も高くなっており、工事を見合わせるケースも増加している。近い将来、一気に景気が良くなるとは思えない。
	▲	住宅販売会社（営業所長）	・住宅購入に向け、増税論、物価高、金利上昇機運、光熱費負担増とプラス要因が少ないため、景気はやや悪くなる。
	×	家電量販店（店長）	・電気料金の値上げが4月から始まると、客の財布のひもが更に固くなる。
	×	家電量販店（企画担当）	・燃料費の高騰による電気料金の値上げや物価の上昇の影響で、家電商品に使う金が減少するため、景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・政府が社員の賃金を大幅に引き上げると言っているが、地方の中小企業の経営はギリギリの状況で、無理して賃金を引き上げると、倒産が続出する。大手企業が取引先の中小企業に低価格で商品を製造させ、仕入れることで利益を上げる構造を変革しないと、中小企業は衰退する一方である。また、少子化対策、人口増加、内需拡大を早急に進めるべきである。
	×	住関連専門店（営業担当）	・景気が回復する要素が見当たらないため、今後、景気は悪くなる。
	×	一般レストラン（経営者）	・ウクライナ情勢や物価の上昇など、今後、景気が良くなる材料が全くないため、景気は悪くなる。
	×	通信会社（広報担当）	・今後も、物価上昇の影響で、なかなか販売が増加しない。
	×	テーマパーク（管理担当）	・物価が高騰し、国民が生活に苦しんでいるため、今後も景気は悪くなる。
	×	美容室（経営者）	・光熱費がかなり上昇し、客が支出に敏感になっているため、2、3か月後は今よりも厳しい状況になる。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車メーカーが忙しいため、今後、年度末に向けて、景気は良くなる。
	◎	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注元からの内示が上向いているため、今後、景気は良くなる。
	◎	輸送業	・受注が増加しているため、今後、景気は良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・地政学リスクは残るものの、国内問題については、新型コロナウイルス感染症も含め、比較的明るい方向に向かっていることから、景気はやや良くなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・客の様子から判断すると、3月や4月には景気は良くなる。
	○	会計事務所（経営者）	・電気料金の上昇などによるコスト増、新型コロナウイルス関連の融資の返済開始、金利の上昇等が懸念材料となるが、今後、コロナ禍で抑制されていた企業活動が活発化する。
	□	繊維工業（財務担当）	・景気対策が採られていないため、景気は良くならない。
	□	化学工業（総務担当）	・原燃料価格の高止まりが続く。

	□	窯業・土石製品製造業 (総務経理担当)	・次の大口案件受注が決まっているが、生産着手が少し先になるため、この3か月では景気に変化はない。
	□	鉄鋼業 (総務担当)	・当面の受注状況から判断すると、景気に大きな変動はない。
	□	鉄鋼業 (総務担当)	・今後も景気に大きな変化はない。
	□	一般機械器具製造業 (管理担当)	・原材料価格など物価の高騰が続くため、景気は変わらない。
	□	建設業 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行すると、世の中の動きが加速してくる。
	□	建設業 (総務担当)	・物価上昇に対して、価格転嫁も進むとは思いますが、時間外労働への対応などコストアップの要因も多いため、簡単には改善が見込めない。
	□	輸送業 (営業担当)	・スポットでの受注はあるが、特別に消費マインドが明るくなる要素はないため、景気は変わらない。
	□	輸送業 (業務推進担当)	・景気に関する大きなプラス要素はなく、各取引先にも目立った動きがないため、状況は変わらないと判断する。
	□	金融業 (融資企画担当)	・今後も、半導体不足等の影響から地元完成車メーカーの国内生産が現状程度にとどまるため、系列の地元部品メーカーの受注も伸び悩みが続く。
	□	不動産業 (総務担当)	・例年並みの賃貸住宅需要を維持する。
	▲	食料品製造業 (経営者)	・値上げを検討しているが、なかなかうまくいかない。原料費の高騰や経費の増加の影響で、厳しい状況が続く。
	▲	木材木製品製造業 (経理担当)	・まだまだこれから食品などの値上げが予定されており、消費者物価が上がる傾向にある。物価が上昇しても、それに比例すべき給与の上昇は中小企業を中心に望めないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	非鉄金属製造業 (業務担当)	・エネルギー価格の更なる高騰が収益に与える負の影響が大きいため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	金属製品製造業 (総務担当)	・4月からの電力料金の値上げが当社の生産コストの増加に大きく影響する。加えて、他社も電力料金の値上がりを価格転嫁すると想定されるため、原材料や部品等の購入品のコスト上昇は不可避となる。
	▲	一般機械器具製造業 (総務担当)	・受注量や販売量の動きから判断すると、景気はやや悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業 (総務担当)	・取引先の先行き手配が落ち着きを見せており、また、今後、中国経済の減速の影響も見込まれるため、景気はやや悪くなる。
	▲	金融業 (貸付担当)	・大手企業が、物価高への配慮として、従業員の生活を守るため、従業員の賃上げを実施するという報道が出ている。しかし、中小企業の多くは、財務や収益力が盤石でなく、従業員の賃上げが現実的に難しいため、景気はやや悪くなる。
	×	通信業 (営業企画担当)	・ロシアのウクライナ侵攻の影響で、電気などエネルギー価格が不安定であることや全体的に価格の上昇が止まらない状態が予測されるため、客の購買意欲は今後も変わらない。企業側がエネルギー価格や仕入価格の高騰を販売価格に転嫁していく動きも活発化しているため、景気は悪化する。
雇用 関連 (中国)	◎	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけを5類に移行することが決定し、5月の移行に向けて、人々の消費意欲が高まったり、事業所が積極的に求人活動を行ったりするため、景気は良くなる。
	○	人材派遣会社 (経営戦略担当)	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行することで、就業制限がなくなり、社会活動が緩やかに平常化していくため、景気はやや良くなる。
	○	民間職業紹介機関 (職員)	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類に移行することで、今後、規制緩和の方向へ向かう。インバウンドの回復、海外ビジネスの強化、賃上げへの期待など景気回復に向けた好材料がそろっており、消費や雇用を生み出す素地が整いつつあるため、今後、景気はやや良くなる。
	○	民間職業紹介機関 (人材紹介・派遣担当)	・成人式以降、緩やかではあるが、問合せが増加している。今後、春の入社シーズンに向けて、転職活動が活発化してくる。
	○	学校 [短期大学] (進路指導担当)	・2024年3月卒の学生を対象とした採用活動が本格化する。

□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・2024年3月卒の採用は約8割の企業が実施予定で、採用予定数を増やすと答える企業も多い。2023年3月卒の採用活動は厳しかったが、2024年3月卒の採用活動では、人材を獲得する競争が更に激化すると予想されるため、採用手法の工夫がより求められる。特にWeb面接と対面面接とで学生の印象が変わるという問題に対して、企業は差が出ないように面接を行ったり、判断基準を見直したりして、調整することが求められる。
□	職業安定所（雇用関連担当）	・宿泊業では全国旅行支援の影響で需要が回復しつつあり、飲食業では個人が新規開業する動きが出始めている。しかし、物価高や仕入価格の高騰等の懸念材料があるため、今後も来客数や開業件数が増加していくかは注視する必要がある。
▲	人材派遣会社（社員）	・物価高が続き、人件費も上昇傾向にあるため、今後、企業が新規採用を控える動きが強まる。
▲	人材派遣会社（副支店長）	・物価の上昇、公共料金の値上げ、新型コロナウイルス感染症などの影響で、景気はやや悪くなる。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・賃上げが進めば状況は変化するが、地方の中小企業では対応が困難なため、景気の回復は見込めない。
▲	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48.3%の減少と引き続き大幅に減少し、休業規模は縮小している。しかし、年末年始に新型コロナウイルス感染対策のための規制がなく、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、現在も物価の高騰が続いている状況を踏まえると、今後、人も企業も慎重な行動となるため、景気は低迷する。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・物価が高騰していること、また、多くの中小企業では給与のベースアップが見込めないことから、今後、消費が減少する。
▲	その他雇用の動向を把握できる者	・求人倍率が1倍を大幅に超えており、人手不足の先行きが見通せない。また、物価の上昇に賃金の上昇が追い付かず、ウクライナ情勢の先行きも不透明なため、今後、景気はやや悪くなる。
×	—	—