

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)	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	・マスク着用の判断が個人にゆだねられるなど、客が更に動きやすい環境になるため、景気は良くなる。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・G7広島サミットの開催や規制緩和により、海外からの渡航者数が増加する。また、マスク着用が個人の判断にゆだねられるなどの行動制限の緩和で、国内で開催されるイベントが増加するため、景気は良くなる。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・アフターコロナに向けて、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ることで、国内はもちろん、インバウンドも回復が見込まれる。
	◎	タクシー運転手	・来月からマスク着用が個人の判断にゆだねられるなど、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限の緩和により、人出が増えるため、景気は良くなる。
	◎	観光名所（館長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられることで、インバウンドを含め、観光客が増加する。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が少し落ち着き始めており、個人の気持ち次第で景気は良くなる。
	○	商店街（理事）	・ウィズコロナが定着し、人々の生活が元に戻ってくる。季節によって変動は出てくるものの、人々の動きが前向きになる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、客の外出機会が増加し、消費意欲も回復しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・インバウンドがこれから期待できるような感じで、人の移動も多くなることから、商店街の人出も増加する。
	○	商店街（代表者）	・来客数が少なく、売上も厳しい状況であるが、今後は現状よりはやや良くなる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり、賃上げにより消費が増加する。
	○	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきて、商店街のイベントも開催されるようになり、来客数も増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	・値上げの影響が続くため、簡単には以前の状況に戻らない。しかし、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が緩和することによって、少しずつ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。
	○	百貨店（営業担当）	・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、セレモニーの洋服やスーツの販売に動きが出ていることから、今後、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（営業担当）	・地方店ということもあり、都市に比べ新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いても、すぐに元には戻らないが、直近の来客数や売上は、少しずつではあるが、上向いている。また、オケーションや目的買いも増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（営業担当）	・客の新型コロナウイルス感染症に対する警戒感が薄れること、春物衣料品や雑貨の需要が増加すること、各メーカーの商品生産が増加することにより、売上の増加が見込まれる。
	○	百貨店（売場担当）	・マスク着用が個人の判断にゆだねられることになって、人々の行動パターンが以前に戻るか、あるいは新型コロナウイルスの新規感染者数が再び増加し、行動が自制されるかは分からない。いずれにしても、全体の景気は良くなっていく。
	○	スーパー（業務開発担当）	・客の様子や購買意欲など、マスク着用以外は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っていることから、今後、景気はやや良くなる。
	○	スーパー（販売担当）	・物価高の影響で、客の買い控えが続いている一方で、外国人客が徐々に見られるようになるなど、期待感が高まっている。また、マイナポイントによる景気対策の影響もあり、景気は少し持ち直す。
	○	コンビニ（エリア担当）	・人々が新型コロナウイルス感染症から解放され、人流が回復してくる。3月からは観光客を含め、来客数が大幅に回復してくる。
○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、人々の外出機会が増加する。	
○	乗用車販売店（統括）	・新車の供給量によっては景気が良くなる。	

○	乗用車販売店（業務担当）	・人の動きが良くなることや商品の生産が増加することなどから、景気はやや良くなる。
○	乗用車販売店（営業担当）	・生産が増加すれば、売上も増加する。
○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・観光クーポンがなくても出掛ける人が増えれば、来客数は増加する。
○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動制限の緩和次第であるが、景気はやや良くなる。
○	その他専門店〔時計〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、気温が上昇するとともに、来客数が増加する。
○	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の感染症法上の分類が5類へ引き下げられ、中国からのインバウンドが増加すると、景気はやや良くなる。
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・このまま新型コロナウイルスの新規感染者数の減少が続けば、客の外出への拒否感が薄れ、行動が活発化し、新生活へ向けた購買意欲が高まる。光熱費の高騰など家計の負担感が今後、景気にどのように影響するか不安ではあるが、景気は好転する。
○	一般レストラン（経営者）	・3月からマスクの着用が個人の判断にゆだねられるなど、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が徐々に緩やかになる。行動制限緩和が、入学や転勤など人の動きが活発になる時期と重なるため、来客数は徐々に増加する。
○	一般レストラン（店長）	・来客数が回復傾向にあり、今後も回復が続く。また、インバウンドの問合せが非常に多く、新型コロナウイルス感染症発生前のピークよりも多くの予約が入ってきており、今後も増加すると予想されるため、景気はやや良くなる。
○	観光型ホテル（副支配人）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向になっていることから、宴会利用の予約が回復しつつあり、今後、景気はやや良くなる。
○	都市型ホテル（企画担当）	・桜シーズンを迎え、訪日外国人が増加することや、G7広島サミットの開催を契機に、人流が活発化していくことなどから、景気は更に上向いてくる。
○	都市型ホテル（企画担当）	・移動や集会に制限がないため、レストランや宿泊の需要は既に回復しているが、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられることで、人の動きが更に活発になる。また、延期や中止をしていた宴会の先行予約が好調で、新型コロナウイルス感染症発生前の経済環境に戻りつつあることから、景気はやや良くなる。ただし、コロナ禍で変化した生活スタイルが根強く残る部分もあるため、ホテル業界としては客の消費スタイルの変化をよく見極めながら対応していく必要がある。
○	タクシー運転手	・燃料費の高騰がなかなか収まらず、最低賃金の引上げによる人件費高騰の影響も懸念材料となるが、景気はやや良くなる。
○	タクシー運転手	・ホテルの新規開業やイベントの復活で景気はやや良くなる。
○	通信会社（企画担当）	・コロナ禍の生活は実質解消となるが、在宅スタイルは別としても、インターネット通信の活用は日常生活のなかでより広がっていく。
○	通信会社（経理担当）	・新年度になり、客のサービスへの新規加入が増加する。
○	通信会社（販売企画担当）	・賃金が改善し、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くことから、客の消費活動が活発になる。
○	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスに関する行動制限が解除されるので、景気はやや良くなる。
○	テーマパーク（営業担当）	・マスク着用の判断が個人にゆだねられることもあり、経済活動の拡大が予想されることから、景気はやや良くなる。
○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、人が出掛けやすくなったので、今後、景気は徐々に良くなる。
□	商店街（代表者）	・4月からは値上げラッシュなので、消費にはマイナスとなり、売上は増加しない。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・良くて今の景気が維持されるという状況で、景気が良くなることはない。
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・相次ぐ値上げの動きから、今後、経済がどのようになるかは分からない。

<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・マスク着用が個人の判断にゆだねられるなど、今後、政府の方針で、景気がどのような状況になるのか予想しづらい。これまで何度も新型コロナウイルスが感染拡大を繰り返していることで、慎重な姿勢を維持する人も多いと考えられるため、景気は余り変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感は薄れつつあるが、この3年間で変化した客の購買意欲が元に戻るとは考えにくい。また、新型コロナウイルス感染症に加えて、電気料金などあらゆる物価の上昇が、客の消費マインドを更に低下させる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価上昇の影響で、ディスカウント型スーパーが優位になっていることもあり、来客数や販売量は伸びている。今後も物価上昇が続くため、現在の良い状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も食品の値上げが続き、消費者の財布のひもが固いままとなるため、景気が良くなるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・4月以降も食料品等の値上げが進む予定である。一部では賃上げの情報があるものの、現状の値上げ基調のペースをカバーできるほどではなく、客の節約志向は変わらない。衣食住の最低限は消費するが、ぜいたく品の購買は停滞を続ける。また、今後、割引日への客の集中は更に強まる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・3月や4月に値上げラッシュとなるため、売上は良くなるが、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（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しているものの、電気料金や食品価格の値上げなどの影響で、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・価格変動が収まらないと、売上に大きな影響を与え、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・エネルギー価格が下がらないと、食品への支出が増加しないため、厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・物価上昇が続き、売上は増えるが、販売数量の増加は見込めない。客の目が既存の安売り商品に向き、新規商品に手を伸ばしづらくなっていく。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・原材料価格の高騰やエネルギーコストの上昇等が続く限り、製造業は厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数や販売量は回復するが、光熱費の高騰が店の利益を圧迫しているため、今後、高騰に歯止めが掛かならなければ、経営は厳しくなる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	・店舗経費の負担は増加しているが、マスク着用が個人の判断にゆだねられる3月以降、人の動きは活発になり、売上改善につながる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・ロシアのウクライナ侵攻の継続など景気が良くなる要素がないため、今後も景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・商品が徐々に値上がりしているため、売上の増加は期待できない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・景気は変わらないが、新生活需要に期待したい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・電気料金に対する国の補助が始まっているものの、今後、電気料金の負担が家計を圧迫するため、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・数か月で景気が上向き要素は余りない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・景気が回復して、業績が上向きことを期待したいが、決算月が過ぎた後、景気が良くなる気配はない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔布地〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、春が訪れると、街に出る人が多少は増加する。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・電気料金が再び上昇することに頭を抱えている人が多いため、今後も景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援が3月末で終了することもあり、今後の景気は分からない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	・旅行需要が以前の水準まで回復することはないので、限られた需要を奪い合うようになり、会社間の業績の格差が顕著になってくる。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	・2～3か月先の先行受注状況の動きは鈍く、大きな改善は期待できない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（営業担当）	・予約状況は好調で客の動きも良いが、経費が営業利益を圧迫しているため、厳しい状況が続く。値上げを検討しているが、客の反応が不安である。

□	競艇場（企画営業担当）	・3か月後の1日平均の売上は現在とほぼ変わらない。
□	美容室（経営者）	・今後も客が新型コロナウイルス感染症を警戒しながら生活するため、来客数は増加しない。
□	住宅販売会社（従業員）	・4月以降も値上げされる商品が相次ぎ、客が生活防衛で精一杯になるため、景気は良くならない。
□	住宅販売会社（営業担当）	・物価高騰の影響が当面継続する。
□	住宅販売会社（営業所長）	・金利、物価、エネルギー価格の上昇といったマイナス要素と賃上げなどのプラス要素が目まぐるしく動かなかで、今後、住宅市場がどう変化するか分からない。
▲	百貨店（広報担当）	・今後も物価高騰の影響で、客が消費を控える。
▲	百貨店（販売計画担当）	・原価や光熱費の高騰で景気は良くならない。
▲	百貨店（売場担当）	・これまで価格が上昇しなかった卵や関連食品などの価格が上昇し、販売量が減少している。物価の上昇が客にかなりのストレスを与えているため、今後、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・物価高の傾向が変化しないため、景気はやや悪くなる。
▲	スーパー（財務担当）	・物価上昇による客の節約志向が今後も続き、買上点数が減少する。また、買い回りにより、客の来店頻度が低下し、売上が減少する。
▲	家電量販店（店長）	・電気料金の値上げが続くので、家電需要は必ず減少する。
▲	乗用車販売店（店長）	・新車拡販期後の実績が振るわない時期になるため、景気はやや悪くなる。売上を伸ばすために、大きな販売促進と情報宣伝活動が必要である。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・客の給料が増加しないのに、物価は上昇し、電気料金も値上げされるため、景気はやや悪くなる。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・このまま物価が上昇していけば、客単価が下がり、客の買い控えも増加する。
▲	一般レストラン（経営者）	・企業の賃上げが浸透するにはまだ相当な時間が掛かる。また、物価上昇が進み、販売量が減少するため、景気はやや悪くなる。
▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・今後も物価高が家計に与える影響が大きいため、景気はやや悪くなる。
▲	通信会社（営業担当）	・電気料金の30%の値上げが家計へ多大な影響を与える。特に高齢者の消費が冷え込む可能性が高いため、景気はやや悪くなる。
▲	美容室（経営者）	・生活必需品の価格の高騰や電気・ガス料金の値上がりの影響で、客の消費抑制が徐々に出始めている。4月の電気料金の更なる値上げに対して客がシビアになるため、景気はやや悪くなる。
▲	設計事務所（経営者）	・あらゆる物価の上昇が続く見込みなので、住宅に関する景気対策の実施や客の収入の増加がない限り、住宅業界の景気は上向かない。
▲	設計事務所（経営者）	・資材高騰を受け、価格が上昇する一方で、客の給与水準が上がらず、購買意欲が低下していることから、しばらくは積極的な動きは出てこない。
▲	設計事務所（経営者）	・年度末で官庁からの仕事は終了するが、次年度の見通しは良くない。また、人手不足や残業時間の規制への対応も求められている現在の状況では前へ進めない。
×	コンビニ（エリア担当）	・店舗近くでの工事が最低でも来月まで続くため、引き続き、来客数に影響を与える。また、卵、カップラーメン、弁当など商品価格の上昇が客の購買意欲を低下させるため、景気は悪くなる。
×	自動車備品販売店（経営者）	・客の購入点数が減少し、単価も下がってきている。国内メーカーよりも安価なアジア製品を求める客が多い。日本の多くの企業が中国に依存しているため、中国の経済は急成長し、国益も多くなっている。日本経済の悪化は、国民の意識を変えなければ抜本的には修復できない。4月からは仕入価格が上昇するため、買い控えが出る。
×	住関連専門店（営業担当）	・今までと何も状況が変わっていないため、今後も景気の回復は期待できない。
×	通信会社（広報担当）	・価格上昇の終わりがみえないと、なかなか客の購入にはいたらない。
×	テーマパーク（管理担当）	・政府が国民目線の物価高対策を行わないと、景気は良くならない。

企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・2～3か月後も自動車メーカーの生産が好調であるため、忙しくなる。
	○	化学工業 (総務担当)	・値上げが続いているが、仕入れや販売についての価格面は順調に推移しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・販売先の内示情報から判断すると、今後、景気はやや良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・取引先の販売量の計画から判断すると、今後、受注は増加する見込みである。
	○	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。
	○	広告代理店 (営業担当)	・2～3か月先には現状より動きが良くなり、受注量と販売量が増加する。
	□	農林水産業 (従業員)	・景気が好転する要素がないため、景気は良くならない。
	□	繊維工業 (財務担当)	・原材料価格の上昇が続くため、景気は良くならない。
	□	木材木製品製造業 (経理 担当)	・3月は季節要因で新設住宅着工戸数が増加するが、4月以降は減少傾向になる。
	□	化学工業 (総務担当)	・原燃料価格の高止まりが続くため、景気は回復しない。
	□	窯業・土石製品製造業 (総務経理担当)	・鉄鋼業向け生産の回復が見込めないため、現在の生産量が続く見込みである。
	□	鉄鋼業 (総務担当)	・G7広島サミットの影響で、景気は若干停滞する。
	□	一般機械器具製造業 (管 理担当)	・受注や生産計画から判断すると、減産傾向にあるため、今後も景気は良くならない。原材料価格など物価の高騰の影響が懸念される。
	□	一般機械器具製造業 (総 務担当)	・今後も受注量や販売量の動きに変化はない。
	□	建設業 (経営者)	・企業の設備投資については、まだ様子見であり、最低限の投資をして、先の大きな投資に備えている段階であるため、今後も大きな変化はない。
	□	建設業 (総務担当)	・予定物件で工事の延期等の動きが出てきているが、しばらくは現状が続く。
	□	輸送業 (営業担当)	・決算期であるが、大幅な改善要素はみられないため、今後も景気は良くならない。
	□	輸送業 (業務推進担当)	・景気に大きなプラスとなる要素がなく、各取引先にも目立った動きがないなど、状況が変わっていないことから、今後も景気は良くならない。
	□	金融業 (融資企画担当)	・これから2～3か月先も、地元完成車メーカーの国内生産は現状程度の低水準にとどまるとみられる。系列の地元部品メーカーの受注も低水準で、工場の操業度は8割程度となる先が多いと予想される。
	□	金融業 (貸付担当)	・原材料費、輸送費、光熱費等コストの高止まりがしばらく続くとみられ、企業の収益環境は好転しない。
	□	不動産業 (総務担当)	・例年どおり、この時期は変化はない。
	□	会計事務所 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症が終息しつつあるものの、ウクライナ紛争によるコストの増加が懸念材料となる。賃金上昇も影響するが、おおむね現状維持となる。
	▲	食料品製造業 (経営者)	・4月に3回目の商品の値上げを実施する予定であるが、客の購買意欲が低下しているため、当面は厳しい状況が続く。
	▲	鉄鋼業 (総務担当)	・受注に回復の傾向がみられず、むしろ悪化しているため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	非鉄金属製造業 (業務担 当)	・電子材料関連の受注は引き続き低調のまま推移する。
	▲	金属製品製造業 (総務担 当)	・4月からの電力料金改定により、採算面の悪化は必至である。製品価格への転嫁がどれだけできるかが重要になるが、値上がり分全てが認められるとは限らない。
▲	電気機械器具製造業 (総 務担当)	・取引先の先行手配が一旦落ち着きを見せている。また、前々年より前に受注した先行手配分について、当初見込み以上に半導体や部品の価格が高騰している。	
▲	通信業 (営業企画担当)	・エネルギー価格の高騰でデータセンターに関連する電気料金の値上げも予定されており、今後、ますます客の購買意欲がなくなる。ただし、サーバ関連の更新は計画的な面もあるため、一定の需要は期待できる。	
×	*	*	
雇用 関連 (中国)	◎	民間職業紹介機関 (人材 紹介・派遣担当)	・季節要因が大きいですが、求職者、求人者共に増加傾向で推移する見込みである。新型コロナウイルス感染症に関する各企業の規制も緩和されつつあるため、景気は良くなる。
	○	人材派遣会社 (支社長)	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ引き下げられることにより、ヒト、モノ、カネの動きが活発になる。

○	求人情報誌製作会社（広告担当）	・物価上昇が根底にあるものの、新型コロナウイルス感染症の影響が弱まり、経済が戻りつつある。理系学生の採用が深刻化しており、採用できない企業も多く、理系学生を中心に採用環境は更に厳しくなる。初任給の引上げや基本給の引上げの動きがある企業への学生の関心や志望度が高まる傾向にある。企業側もまだ検討はしていないが、賃金引上げの必要性を感じている。
○	職業安定所（職員）	・2～3か月先は例年、新規求職者数が増加するため、人手不足で困っている事業所に一定の人材を供給できる。
○	民間職業紹介機関（職員）	・新年度に向けて人員増員を計画する企業が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
□	人材派遣会社（社員）	・ウィズコロナが進み、経済活動は日常に戻るが、従来どおり事務系求人に対する求職者数が増加し、マッチングに苦慮する状況が続く。
□	人材派遣会社（副支店長）	・例年と変わらない程度の求人数となる。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気は業種によって偏りがあり、海外情勢が安定するまで、当面、様子見は変わらない。
□	職業安定所（雇用関連担当）	・飲食業では、店が新規オープンする動きが増えており、利用客も増加し始めている。しかし、景気は、マスク着用の判断が個人にゆだねられる3月以降、新型コロナウイルス感染症が拡大するかどうかにも左右される。また、全国旅行支援が4月以降も継続するかどうかにも影響する。
□	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比で54.3%の減少と引き続き大幅に減少していることから、景気の回復がうかがえる。しかし、円安や物価高騰といったマイナス面が大きく、本格的な景気上昇はまだ先と考える。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・来年度の卒業者を対象とした求人数の伸びが、前年度の同時期と余り変わらないため、今後も景気は良くならない。
▲	その他雇用の動向を把握できる者	・政府は賃金の上昇を政策のようにしているが、そこに対応できるのは一部の大企業であり、中小企業等は賃上げが不可能な状況である。また、少子高齢化が進んでいるが、若い人材の人手不足を解消するには時間を要するため、高齢者の活用やAIへの取組が必要不可欠である。ウクライナ情勢の今後がいまだ見通しが立たない状況であるため、景気はやや悪くなる。
×	—	—