

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)	◎	家電量販店（店長）	・景気は良くなると思うが、物価上昇が続くと、景気は悪くなる。
	◎	一般レストラン（経営者）	・食材の度重なる値上がり、人件費の増加、慢性的な人手不足などで厳しい経営状況が続くが、新型コロナウイルス感染症に関する行動規制が緩やかになったことで、ゴールデンウィーク以降、外出客が増加し、売上も増加する。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することが、一般宴会や婚礼にはプラスとなる。また、G7広島サミットの開催で、第3四半期以降、更なる観光需要が見込める。
	◎	旅行代理店（経営者）	・航空料金などに変化があり、海外旅行が増加すれば、景気は良くなる。
	◎	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルス感染防止対策緩和により、景気は良くなる。
	◎	テーマパーク（営業担当）	・経済活動の拡大によって、団体客や外国人客が増加するため、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位置付けが5類に移行することにより、人の動きが活発になり、景気は良くなる。
	○	商店街（理事）	・人々が新型コロナウイルス感染症に慣れ、対処の仕方も分かってきたため、今後、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・結構大きい荷物を持って、商店街を通行する客が多くなっており、以前より旅行者が増えてきていることから、今後、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に対する恐怖心が薄れ、街に出る人が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・観光など人の移動が増加してきているため、経済活動も一層活発になる。
	○	スーパー（店長）	・値上げ基調のなか、客が価格により敏感になると予想され、ディスカウント業態には多少は追い風になる。新型コロナウイルス感染症に関する行動規制の緩和で、外出や行楽等が増加し、前年と比べ、関連商品の需要が伸長する。
	○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、旅行、花見、スポーツ等の需要が活発になることを期待したい。
	○	スーパー（販売担当）	・商品全般で再値上げされるという情報が客に悪影響を与えると考えられるが、客の外出する機会も増加しているため、今後、来客数は増加する。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制がなくなり、今後も多くの人が観光する。また、リモートワークから出社勤務に切り替える人が増加するため、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（統括）	・受注は順調なので、メーカーの車両供給次第で景気は良くなる。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・人の動きが活発になることで、景気はやや上向いていく。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・電気・ガス料金の補助や賃金上昇のニュースもあり、家計負担が減少し、景気が上向くことを期待する客がいるため、今後、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今後、市場状況が改善され、多少なりとも景気は上向いていく。
	○	乗用車販売店（店長）	・現状が落ち着いてくると、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）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することで、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）	・春休みに入り、客が次第に来館するようになっている。イベントの参加状況も良くなっており、少しトンネルを抜けたように感じる。客の購買状況は、まだ良くはないが、これから更に改善される。	
○	高級レストラン（事業戦略担当）	・アジア地域からのインバウンドが徐々に回復しており、今後、景気は本格的に回復する。	
○	一般レストラン（経営者）	・暖かくなり、お花見シーズンに入ったことで、人々の外出機会も増えているようで、来客数が2月と比べ増加している。何よりも外国人が大幅に増加しているため、ここ2、3か月は景気が良い気配である。	
○	一般レストラン（店長）	・今後も新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてくるため、良い状況がしばらく続く。	

○	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、景気はやや良くなる。
○	都市型ホテル（企画担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することによって、国内企業の食事を伴う宴席等の動きが出てくる。また、G7広島サミットの効果で訪日外国人観光客数の増加も期待できるため、景気はやや良くなる。
○	都市型ホテル（営業企画担当）	・宿泊においてはインバウンドの回復、宴会においては新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けの5類への移行を受けた会食宴会の回復が見込まれる。ただし、景気が急激に上昇することはない。
○	都市型ホテル（総支配人）	・全国旅行支援が4月以降6月まで延長されることを受け、地方でもインバウンドの回復が期待される。
○	旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行されることを受けて、流れが大きく変わり、需要が更に回復する。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けることが少なくなるため、景気は回復する。
○	タクシー運転手	・人件費や物価の上昇により支出が増える傾向にあることが懸念されるが、新型コロナウイルス感染症発生前に近い売上に戻りつつあるため、今後、景気はやや良くなる。
○	通信会社（企画担当）	・事業費の増加を価格に転嫁することを検討しているが、同業の周囲事業者はまだ値上げをしていない。売価を維持すれば、好調な引き合いは続く。
○	通信会社（経理担当）	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いており、新年度に入ることもあり、新たなスタートとして段々と景気が良くなることを期待している。
○	ゴルフ場（営業担当）	・暖かくなり予約の問合せが増加しているが、予約数は例年と余り変わらない。今後、予約数が増加すれば、景気はやや良くなる。
○	住宅販売会社（従業員）	・5月以降、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することが決まっているため、夏場に向けて、加速度的に景気が良くなる。
□	商店街（代表者）	・物価が上昇し、消費にとって悪い方向に向かっているため、景気は良くならない。
□	一般小売店〔印章〕（経営者）	・例年6月頃から景気が下向きになるため、景気は良くならない。
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・イベントや行事が復活しているため、景気の回復に期待したいが、様子見の状況が続く。
□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・競合店が減少したが、需要が増加しないため、今後も売上は変わらない。
□	一般小売店〔食品〕（経営者）	・今月は、低迷していた前年の反動で、売上が前年を上回ったが、来月以降は客の動向に左右される。
□	百貨店（経理担当）	・地方でも賃上げの傾向だが、物価高騰もあり、景気回復につながるかは微妙である。
□	百貨店（広報担当）	・インバウンド関連の先行きの見通しは明るい。観光や飲食店は多少潤うが、小売は余り影響を受ける見込みがない。
□	百貨店（営業担当）	・物価の上昇や衣料品に対する価値観などの変化もあり、今後も衣料品は苦戦を免れない。
□	百貨店（営業担当）	・商品単価が上昇し、販売点数が減少する傾向が継続するが、一方で、旅行や外出の機会増加に伴い、需要が増加するため、売上に大きな変動はない。
□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前のように、保護者が参加する卒業式が行われたが、卒業式のために新しい服を購入する客は少なく、今後も景気は良くならない。
□	百貨店（売場担当）	・年配の客の動きが良くなっているが、都市に流出する客も増加しているため、結果的に現状から変化はない。
□	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り、来客数、売上共に回復傾向にあるが、3年前の実績に戻るにはまだ時間が掛かる。
□	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は緩やかに解除されてきているが、商品単価が軒並み上昇しているため、景気は変わらない。
□	スーパー（店長）	・4月も多くの商品が値上がりするため、来客数は減少しても、売上は変わらない。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することで、イベントの再開などによる来客数の増加が期待できる。しかし、春以降も値上げが予想されるため、買上点数の増加は期待できない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の上昇に伴い、ディスカウントのスーパーはしっかりと需要を取り込んでいる。3か月後も、物価の上昇が続くと予想されるため、現状は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・新型コロナウイルス感染症対策が新しい段階になり、イベント等が開かれる機会も増えるため、販売量の増加が期待できるが、今後も値上げの傾向が続くため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・商品価格が2、3割上昇しており、来月も多くの商品が値上がりする見込みである。今後、商品価格の高いコンビニから商品価格の安いスーパーに流れる客が増加するため、現在の売上を維持するのが精一杯となる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・商品の値上げが続くため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価高で客単価が上昇し、売上は前年を上回るが、光熱費の高騰が一時的だとは考えにくく、諸経費も上昇しているため、景気は厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	・現在の状況が続く。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況がかなり落ち着き、客が戻ってきているが、物価の上昇の影響で、今後も厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・中小企業の景気は、依然として、厳しく、今後も景気は良くなる見込みがない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・徐々に客が戻ってきているが、新型コロナウイルス感染症を機に外出の習慣がなくなった人々もいるため、完全に新型コロナウイルス感染症発生前の景気に戻ることは難しい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・特に新たな景気対策もなく、新製品もないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・特需がない限り、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・客が値上げに慣れてきて、平常に戻りつつあるのかもしれないが、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [土産物]（経営者）	・客だけでなく、従業員も物価高に対する不安を感じているため、景気はなかなか良くなる見込みがない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [布地]（経営者）	・政府の経済活性化の施策次第で、景気は少しは良くなる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇が続く一方で、昇給しても、昇給額が実感できるほど多くないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	・3か月先まで全国旅行支援が延長になったことで、現在の良い状況が続く。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・春になり、一時的に人の動きが良くなっているが、今後、この状況が続かないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・危惧されていた電気料金的大幅値上げが先送りとなったことで、現在の消費マインドが維持される。
<input type="checkbox"/>	放送通信サービス（総務経理担当）	・電気料金の補助で、景気がやや良くなる可能性もある。
<input type="checkbox"/>	競艇場（企画営業担当）	・2、3か月後の1日平均の売上は、今月とほぼ同等となる。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・景気は多少良くなるが、大幅に変化することはない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたものの、物価高で建築費の高騰が続いているため、景気は良くなる見込みがない。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・現在、新しい設計依頼の話がないため、これから2、3か月後を考えると、今持っている仕事を管理する程度だと考えられ、この様子では景気が良くなる見込みがない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（営業担当）	・当面は物価高騰の影響が持続するため、景気は良くなる見込みがない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（営業所長）	・光熱費の高騰など物価高が継続し、4月からの賃上げが、客の消費にどれだけ刺激をもたらすか不明であるため、景気は変わらない。
<input checked="" type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・客の購買意欲が高まらないため、景気はやや悪くなる。

	▲	百貨店（売場担当）	・前年は新型コロナウイルス感染症の影響がまだ出ていたが、本年もなかなか前年に追いつけない。衣料品も春物の出足が余り良くなり、食品催事のようなイベント要素のあるものは人が集まってくるが、全体では顕著ではない。百貨店という業態自体に魅力がないのもあるかもしれない。
	▲	スーパー（店長）	・消費者の購買意欲減退が数値に顕著に表れているため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（総務担当）	・相次ぐ値上げで購買に影響が出てくるため、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（業務開発担当）	・光熱費の高騰や食品の値上がりで家計が苦しい。地方には大手企業が少なく、賃上げが進んでいないため、節約モード一色である。そのようななか、農協系スーパー13店舗の閉鎖が発表されるなど、厳しい状況にあるため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（財務担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制が徐々に緩和されているため、来客数は前年実績を確保している。ただし、節約と内食需要の減少により、買上点数の減少が続くため、売上が減少する。
	▲	家電量販店（副店長）	・電気料金の高騰など物価上昇の影響もあり、家電販売は低迷している。今年は特に引越し需要も弱いため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（店長）	・整備部門の売上減少が顕著になっており、新車販売も不振が続くとみられるため、厳しい経営状況が予想される。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・来客数や販売台数が減少する。G7広島サミットが景気にどう影響するかも不明である。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・客の給料が上昇しない一方で、物価が上昇しているため、景気はやや悪くなる。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・4月から大手企業は大幅ベースアップするらしいが、中小企業が多い地方では、飛躍的なベースアップは望めない。それでも食品、日用品、家電、住宅、自動車部品等々あらゆる物が値上がりする。そのため、高額所得者が多い都会では景気が回復すると思うが、地方では物の値上げが即ベースアップにはつながらないため、厳しい状況が続く。
	▲	観光型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援の効果がないと、2、3か月後の景気の回復は見込めない。
	▲	通信会社（広報担当）	・値上がりが目立ってしまい、なかなか客の購買行動につながらないことが多いため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・物価の上昇が続き、客の節約傾向が強まり、2、3か月後も改善しないため、景気はやや悪くなる。
	▲	美容室（経営者）	・しばらくは客の消費が外出に偏りそうである。光熱費や生活必需品など物価の高騰により、景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・建築資材高騰が鎮静化し、賃金上昇が浸透しないと、しばらくは客の行動が積極的にならない。
	×	住関連専門店（営業担当）	・何も状況が変わっていないため、今後、景気は悪くなる。
	×	テーマパーク（管理担当）	・経済政策の効果が出ていないため、景気は悪くなっており、今後も景気は良くなる見込みはない。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2、3か月後は更に忙しくなる。
	◎	輸送業	・受注が増加傾向にあるため、今後、景気は良くなる。
	◎	通信業（営業企画担当）	・データセンター見学や引き合い、提案、見積依頼件数が増加してきている。オンプレミスからデータセンターやクラウド利用のニーズが明らかに増加しているため、今後、景気は良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・為替問題や地政学リスク等は継続されるが、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、本格的な経済活動が実施されつつあるため、景気はやや良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・原燃料価格が下落傾向にあるため、景気はやや良くなる。
	○	金属製品製造業（総務担当）	・再生可能エネルギー発電促進賦課金単価と燃料調整費が下落に転じ、電力料金の負担が軽減されるため、損益面では改善される。
	○	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・販売先の内示情報が少し上向いているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・客からの情報では新年度から動きが良くなるようなので、今後、景気は上向きになる。

	○	会計事務所（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息に向かい、資材価格の高騰が落ち着くことで、取引が活発化する。また、リスク回避の観点から業務アウトソーシング化の流れが強まるため、受注量が増加する。
	□	農林水産業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症に関する行動規制の緩和が、景気ほどの程度影響を与えるかが不明であるため、景気は変わらない。
	□	食料品製造業（経営者）	・春夏は販売量が減少する季節で、厳しい状況は変わらないが、機会損失の削減に努め、価値創造できる商品の開発に力を注ぐ。
	□	繊維工業（財務担当）	・消費活動は活発になるが、金利の上昇が懸念される。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・ここ数か月悪い状態が続いている。年度末は少し回復傾向にあるが、新年度に向けて、厳しい状況が続き、悪い状態は変わらない。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け生産に変化はなく、現在の生産水準が続く見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・大きな物件がなく、景気は変わらない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・受注や売上の見通しが良くないため、景気は変わらない。
	□	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の影響が徐々に薄れ、新型コロナウイルス感染症発生前の日常生活に戻りつつあるが、物価高が製造や販売に与える影響が大きいため、景気は良くならない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・原材料価格の上昇や為替変動リスクが景気に与える影響が不透明であるため、景気は良くならない。
	□	建設業（経営者）	・官庁工事はG7広島サミットで停滞気味となるが、進んでいる民間プロジェクトは変わらない。
	□	建設業（総務担当）	・もうしばらくは現状が続く。
	□	輸送業（業務推進担当）	・景気回復に大きなプラスとなる要素がなく、取引先にも目立った動きがないため、今後も状況は変わらない。
	□	輸送業（営業担当）	・輸出関連の業種について、半導体供給が改善されれば、受注が増加する。
	□	金融業（貸付担当）	・新型コロナウイルス感染症発生から3年が経過し、多くの取引先で新型コロナウイルス感染症関連融資の元金返済据置期間が終了し、返済が始まる。資金繰りへの影響が懸念される取引先が一部見受けられるため、今後、景気は良くならない。
	□	金融業（融資企画担当）	・地元完成車メーカーの新型車の受注は比較的好調だが、全体とすればおおむね現状程度の国内生産水準にとどまる。このため、系列の地元部品メーカーの受注や生産も現状程度の水準で推移する。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料製品の受注の回復の兆しはみられない。
	▲	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、景気はやや悪くなる。
	▲	不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要が落ち着くため、今月と比べると、景気はやや悪くなる。
	×	*	*
雇用 関連 (中国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・ウィズコロナの状況は続いているが、今月は求人数が右肩上がりとなっており、今後もこの状況が続く。
	○	人材派遣会社（副支店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響が弱まり、経済が元に戻りつつある。今後、求職者数が増加傾向で推移する見込みである。
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	・景気が回復しつつあることで経営状態が好転し、採用意欲が高まっていること、2023年卒の採用に苦戦した企業が採用予定数を多く設定していることなどを理由に、企業の採用予定数が増加している。今後、新卒・中途共に人材獲得競争がますます激化する。
	○	職業安定所（職員）	・マスクの着用が個人の判断に委ねられることになったことで、人流が活性化し、消費活動が拡大したが、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行することで、より大きな効果が期待できる。一方で、物価高騰を価格に転嫁できない中小企業が多く存在しており、また、慢性的な人手不足が続いていることは、引き続き注視する必要がある。

○	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比で52.6%減少と引き続き大幅に減少していること、また、新型コロナウイルス感染症が落ち着いていることから、今後、人流が活発化し、景気が回復する。
○	職業安定所（雇用関連担当）	・全国旅行支援が6月末までに延長され、5月には新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行するため、今後、人の往来がより活発になる。
○	民間職業紹介機関（職員）	・新型コロナウイルス感染症発生以降、食品業界の求人数が落ち込んでいたが、最近は増加傾向にある。飲食店向けの食材製造が回復してきていることもあり、人的移動や宿泊施設への滞在などサービス業も復調し、景気を押し上げていく。
○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に移行されることに伴い、介護施設も職場見学や体験を解禁する方向で調整しており、今後、よりマッチングが進む可能性がある。
○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・前年と比べ、求人数が全体的に増加している。
○	その他雇用の動向を把握できる者	・物価の上昇が気になるものの、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、求人倍率が新型コロナウイルス感染症発生前の水準となっていることから、今後、景気はやや良くなる。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気が好転するには賃上げが条件となるため、当面、景気は現状維持で推移する。
▲	—	—
×	—	—