

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)	◎	商店街（代表者）	・マスクや政府が新型コロナウイルス感染症に関する報道で変にあおらなければ、景気は順調に回復する。
	◎	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・人の動きが少しずつ良くなっても、まだ、売上にはつながっていないが、今後、景気は良くなる。
	◎	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、観光客が増加する。また、訪日外国人の増加による売上の増加も期待できる。
	◎	乗用車販売店（業務担当）	・今後、客の動きが加速し、景気も良くなっていく。
	◎	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・このまま新型コロナウイルス感染症が終息すれば、景気は良くなる。
	◎	高級レストラン（事業戦略担当）	・G7広島サミットの開催で、国内外からの注目が高まるため、景気は良くなる。
	◎	都市型ホテル（総支配人）	・7月までの予測値では、宿泊、レストラン共に上昇の様子で、2019年を上回る見込みである。特に5月にはG7広島サミットが開催され、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられるため、将来的に観光全般が活性化する。
	◎	都市型ホテル（営業企画担当）	・5月に新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、好調な宿泊、レストラン利用に加えて、宴会においても、食事付き案件の増加が見込まれる。
	◎	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類に引き下げられることで、来客数が増加する。
	○	商店街（理事）	・新型コロナウイルスの感染状況が今以上に落ち着き、消費が増加するため、景気はやや良くなる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、市民の新型コロナウイルス感染症に対する警戒感も薄れてきている。街を通行する人が増加し、平常に近づいているため、このままでいけば、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻る。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・インバウンドが増加し、高額品が売れているため、今後、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（広報担当）	・外出、旅行、各種式典の増加、飲食を伴う懇親会や国際線の復活など、新型コロナウイルス感染症発生前の動きに戻りつつあるため、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症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、客の外出機会が増え、衣料品や雑貨などの需要も増加する。
	○	スーパー（店長）	・ゴールデンウィーク以降、消費が増加する。
	○	スーパー（営業システム担当）	・新型コロナウイルス感染症に関する規制の緩和で、客の外出機会が増加し、アウトドア商材の消費や帰省による消費も増加する。
	○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルス感染症が終息に向かい、内需が上向く。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数の回復や客単価の上昇で、しばらく好景気が続く。電気料金や人件費の高騰が控えているため、経費については楽観視ができないが、今後も商品価格の上昇による売上の増加が見込める。
	○	家電量販店（販売担当）	・ゴールデンウィークで人の動きが良くなり、景気が回復する。
	○	乗用車販売店（統括）	・メーカーの供給台数により左右されるが、景気はやや良くなる。
○	乗用車販売店（営業担当）	・市場の動きは僅かながらでも改善されてきているため、今後も今以上に景気が上向く。	
○	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の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることや、インバウンドの回復で、景気はやや良くなる。	
○	一般レストラン（経営者）	・このままインバウンド効果が続けば、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の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられるため、今後も来客数の増加傾向が続く。G7広島サミットの開催を控え、外国人観光客が増加傾向にあり、今後も増えるとみられる。	
○	バー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、来客数が増加する。	

<input type="radio"/>	都市型ホテル（企画担当）	・訪日外国人数が回復傾向にあることから、来客数や売上が増加する。
<input type="radio"/>	旅行代理店（経営者）	・完全復活ではないが、全国旅行支援の影響で、良い方向に向かっているため、今後、景気はやや良くなる。
<input type="radio"/>	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類に引き下げられることで、団体旅行や海外旅行の需要が復活する。
<input type="radio"/>	タクシー運転手	・乗車が増加しているため、今後、景気はやや良くなる。
<input type="radio"/>	タクシー運転手	・5月から新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられるため、景気はやや良くなる。
<input type="radio"/>	通信会社（工事担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきたため、今後、景気はやや良くなる。
<input type="radio"/>	テーマパーク（営業担当）	・繁忙期に入っており、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、気候や天候が悪くならなければ、来客数が多くなる。
<input type="radio"/>	ゴルフ場（営業担当）	・コロナ禍の3年間、コンペの自粛により個人客が中心の営業だったが、今年の春以降、団体客の予約が増加している。2、3か月先の予約も好調であり、今後、景気はやや良くなる。
<input type="radio"/>	美容室（経営者）	・人の動きが良くなっているため、消費が増加し、景気は多少良くなる。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（従業員）	・5月に新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、景気は夏に向けて更に加速して良くなっていく。
<input type="radio"/>	住宅販売会社（営業所長）	・新年度を迎え、賃上げや生活の変化に伴う動きがゴールデンウィーク明けから出てくる。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・電気料金を始めとする値上げの影響で、客が節約し、財布のひもが更に固くなっているため、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・食品等の消費財の値上がり、耐久消費財の消費の停滞にもつながっている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [印章]（経営者）	・世の中が平常時に戻りつつあるが、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [茶]（経営者）	・景気の先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [食品]（経営者）	・値上げに助けられて売上は前年を上回っているが、利益率は前年ほど回復していないため、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・人の動きが活発になっているため、このまま新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻れば、景気も少しは回復しそうである。しかし、物価が高騰しているため、賃上げなどが消費拡大につながるのか分かりにくい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（広報担当）	・収入が増加しないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・ゴールデンウィーク明けの新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられるタイミングで、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しなければ、今まで以上に客の外出機会が増える。レジャーや観光などが増える夏に向けて、関連商品の売上の増加が期待できるが、客の買い方や価値観が変化しているため、大幅な増加は期待できない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・来客数は多いが、商品を見るだけで、購入につながっていないため、今後も景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・現状、新型コロナウイルス感染症の影響はなくなりつつあるが、客の生活様式が新型コロナウイルス感染症発生前に戻るまでにはまだ時間が掛かるため、現状が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・前月までは、なかなか弱含みだったが、ゴールデンウィークを控え、また、気温も若干暖かくなってきたせいか、衣料品の動きは、新型コロナウイルス感染症発生前ほどではないが、前年を超えつつある。いろいろな規制も緩和され、客の購買意欲が高まるはずだが、もろもろの値上げが水を差し、今の状態が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・しばらくは、商品単価の上昇が、来客数の減少をカバーする状況が続く。
<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類に引き下げられることで、内食から外食へ流れることが予想されるため、食品スーパーの景気の上昇は、余り期待できない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価が上昇している状況で、業績はやや良く、今後も現状が続く。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品の値上げは今後も更に加速する見込みである。食料品を始め、生活雑貨における買い控えや節約志向は、今後、更に強まるとみられる。従業員の給与水準が上昇したが、現状の様々な値上げに十分対応できるものとは考えにくい。今後も割引時への来客数の集中、まとめ買い、来店頻度の低下が継続する。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・商品価格の上昇の影響で、客の購買量が減少しているため、今後も景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・値上げが引き続き消費マインドに影響しており、必需品以外は動きが鈍い。客の節約志向が強いため、比較的手頃な価格のプライベートブランド商品が好調で、客の収入が増加しない限り、この傾向が続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	・食品単価が値上がりする分、販売点数が落ち込む嫌な状況は続きそうである。娯楽や旅行より家庭内食費に金を使ってほしい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・電気料金や買回り品の価格が上昇しているため、家計が厳しい状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・景気の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）	・光熱費など物価の上昇が消費の逆風となっているが、政府が低所得世帯への給付ばかりで、全体的な景気を押し上げる対策を講じていないため、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・商品の仕入価格が上昇しているため、景気は良くならない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	・電気料金の値上がりがない限り、景気は現状を維持する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	・年末商戦から決算への流れで、販売台数や売上が伸びていたが、今月はその反動で3か月前より販売台数が減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・新型車が発売されるが、納期の長期化が進んでおり、収益面では期待できそうにない。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・まだ値上げ予定があるため、景気の先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [土産物]（経営者）	・景気が自然と良くなる気配がないため、小さなイベントを次々開催し、反応が得られたら、もう少し仕掛けを大きくしていく。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [時計]（経営者）	・客のニーズである高品質低価格商品を追求し、売上を確保したいが、相対的に売上は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	・これからゴールデンウィークに入り、人の往来が活発になるにつれて、客の購買意欲も高まる。ただし、直近で新型コロナウイルスの新規感染者数が再度増加してきていることもあり、客の不安が払拭されたわけではない。新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられても危機感を持っている人はまだ一定数いるため、今後も安心できる状況ではない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・季節が良くなり、来客数は増加するが、配席制限により、回転率が低下する。また、今後も原材料費や人件費の上昇で、利益確保が難しくなる。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・景気が悪くなる要素は多いが、良くなる要素は見当たらないため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（営業担当）	・全国旅行支援も予算消化し、新たな支援策を期待している。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	・全国旅行支援は終了するが、新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなっているため、宿泊の利用は今と変わらず多くなる。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	・夏休みを迎え、需要の増加を期待したいが、全国旅行支援の終了で、国内需要の動きが不透明である。また、夏場の新型コロナウイルスの感染再拡大もささやかかれており、予断を許さない状況である。一方で、インバウンドについては中国の動向が期待される。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・人の動きが落ち着いているが、今後、G7広島サミットの開催で、人の動きがどうなるかが分からない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスに関する規制の緩和で、人々の動きが活発化することで、ネット関連のサービス商材は前期より上向きに推移する。

	□	通信会社（営業担当）	・ゴールデンウィークに入るため、一時的な消費の伸びが見込まれるが、燃料費等原価高騰による商品値上げが止まらないため、消費が伸び続けるとは考えづらい。
	□	放送通信サービス（総務経理担当）	・ここ数か月、家計の支払能力に大きな変化がみられないため、今後も景気は変わらない。新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられた後の変化に注視したい。
	□	通信会社（広報担当）	・新型コロナウイルスに関する規制が緩和され、人の動きや経済の動きが活発化すれば、高くても買うという流れができてくる。
	□	美容室（経営者）	・客の行動が新型コロナウイルス感染症発生前に戻ってきているが、節約傾向が残ったままなので、景気は変わらない。
	□	美容室（経営者）	・今後の国の政策で経済状況がどのように変化するか分からないため、消費が一時的に増加しても、今後も増加していくとは思えない。
	□	設計事務所（経営者）	・人手不足による建築費の高騰がしばらく続くことや、住宅ローンの金利が上がる予想が出ていることから、現状が改善される見込みは低い。
	□	設計事務所（経営者）	・今月から新年度となり、官からの仕事量が増えることを望んでいる。民間工事では木材コストが下がってきており、他の建材の見通しも良くなってくると、工事発注に期待が持てる。ただし、景気が良くなるにはもう少し時間が掛かりそうである。
	□	住宅販売会社（営業担当）	・物価高騰の影響で、大多数の人々の節約傾向が続く。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、来客数が少ないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	百貨店（売場担当）	・旅行需要の回復や郊外イベント等の復活などで、地方の小売販売業の状況は決して良くはないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・物価の上昇に個人の給与の増加が追いついていないため、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（財務担当）	・今後も物価の上昇による節約により、来客数や買上点数の前年割れが続く。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・来客数が減少しているが、商品単価が上昇しているため、売上が増加している。店舗付近の工事が終了したが、来客数が戻ってこないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	コンビニ（支店長）	・光熱費などの物価高騰の影響による客の買い控えが続くため、景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（店長）	・様々な商品の値上がりに賃金の上昇が追いついていないため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	家電量販店（副店長）	・電気料金など物価の上昇の影響もあり、来客数の減少が続いているため、今後、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・生産が良くなり、販売量が少ない状態が続くと、悪循環に陥り、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	・今後も光熱費が上昇する一方で、客の給料が増加しないため、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（店長）	・ゴールデンウィーク明けに来客数が減少し、景気はやや悪くなる。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・7月より更なる仕入商品の値上がりがあるが、一般消費者に価格の転嫁ができるかどうか分からない。政府からの助成金等が出れば、中小企業の給与も上がり、消費の拡大が期待できる。新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、観光業界は活性化するが、自動車関連業界は更に厳しくなる。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・今後、2、3か月、今月と同規模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）	・同業他社でも手空きの話があり、受注に苦慮している。客の予算の上限の幅も狭く、当面は受注量が減少する。
	×	コンビニ（エリア担当）	・年内もまだ商品の値上げが続く。
	×	住関連専門店（営業担当）	・今後も景気の悪い状況が続く。
	×	テーマパーク（管理担当）	・国の政策の効果が出ないため、景気は悪くなる。
企業 動向	◎	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け大型注文の生産が本格化すれば、生産量は多くなる見込みである。

関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・ 2、3か月後も生産は好調を維持する。
	◎	輸送業	・ 受注が増えているため、今後、景気は良くなる。
	◎	通信業 (営業企画担当)	・ データセンターほか、取引先のICT関連商材への積極的な投資意欲が高くなっている。計画的な動きと新規への投資意欲がミックスしており、今後、景気は良くなる。
	○	繊維工業 (財務担当)	・ 新型コロナウイルス感染症の終息で、経済活動が活発化する。
	○	化学工業 (総務担当)	・ 脱炭素問題や地政学リスク等、問題は山積みだが、企業が政府主導でなく、主体的に行動してきていることから、日本経済は少しずつ良くなっていく。
	○	建設業 (総務担当)	・ 従前より交渉を進めている物件についての価格転嫁は難しいが、上昇局面を認識した交渉を進める新規物件については、ある程度の価格転嫁が期待できるため、景気はやや良くなる。
	○	広告代理店 (営業担当)	・ 今後、客が売上を伸ばす対応や各種イベント等を実施することに伴い、受注量が上向きになる。
	○	会計事務所 (経営者)	・ 燃料費や電気料金等の高騰の影響があるものの、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられること、サプライチェーンが回復傾向にあること、人手不足によるアウトソーシング化が進行していることにより受注量は増加する。
	□	農林水産業 (従業員)	・ 規制が緩和されてはいるが、その影響を感じられないため、景気は良くならない。
	□	木材木製品製造業 (経理担当)	・ 現時点では、今後の経営の動向は不透明である。
	□	鉄鋼業 (総務担当)	・ 数か月先の受注予測が好転する様子がみられない。
	□	鉄鋼業 (総務担当)	・ ゴールデンウィークやG7広島サミットの影響もあり、物流が停滞することで、5月は大幅に動きが悪くなる。
	□	非鉄金属製造業 (業務担当)	・ 当面は電子材料素材関係の受注の減少が続く。
	□	一般機械器具製造業 (管理担当)	・ 現段階で需要に対し、生産がおおむね計画どおり進捗している。今後は、環境問題における二酸化炭素削減の動向に注視することが必要である。
	□	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、景気は変わらない。
	□	電気機械器具製造業 (総務担当)	・ チャイナリスクにより、客が生産計画の変更や拠点の見直し等を実施し、減産するリスクがあるものの、前年並みに推移する見込みである。
	□	建設業 (経営者)	・ 新年度になり、官庁工事の発注は少ないが、第2四半期になれば、受注率が高まる。民需については、低調であるが、受注は下降気味ではない。
	□	輸送業 (業務推進担当)	・ 大きなプラス要素や各取引先の目立った動きもないため、状況は変わらない。
	□	輸送業 (営業担当)	・ 大幅な変動要因がなく、取引先も堅調なため、景気は変わらない。
	□	不動産業 (総務担当)	・ 賃貸住宅需要も落ち着いているので、景気は例年並みで今月同様に推移する。
▲	食料品製造業 (経営者)	・ 夏場に向け、売上が低迷するため、当面は厳しい状況が続く。	
▲	金属製品製造業 (総務担当)	・ 取引先が、中国向け案件の大幅減少で、7月以降、減産する見通しであるため、その影響で景気はやや悪くなる。	
×	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・ 取引先の生産台数の減少で、景気は悪くなる。	
雇用 関連 (中国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	・ ウィズコロナとなり、物価高ではあるが、企業の求人ニーズは高まっている。今後、新型コロナウイルス感染症が爆発的に拡大しない限り、現在の景気の良い流れは継続する。
	○	人材派遣会社 (副支店長)	・ 企業の採用ニーズが高まっており、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、人の動きも活発になることから、景気はやや良くなる。
	○	職業安定所 (職員)	・ 3月にマスクの着用が個人の判断にゆだねられることになって以降、宿泊・飲食サービス業関係の求人数が増加しているが、5月に新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、更に大きな効果が期待できる。

○	民間職業紹介機関（職員）	・例年より高い昇給率だった企業も多く、これまでの抑圧からの解放という意味でも、ゴールデンウィークの移動や消費は増加する。また、ゴールデンウィーク明けに新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に引き下げられることで、人々の消費意欲が高まることから、景気はやや良くなる。
○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・周辺企業の中には採用予定数を増加する企業もあることから、景気はやや良くなる。
○	その他雇用の動向を把握できる者	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり、人流が活発になりつつあることから、景気はやや良くなる。
□	人材派遣会社（支社長）	・欧米の景気後退の影響を受けて、自動車や半導体など海外の景気の影響を強く受ける業種を中心に、求人数は更に減少する。ただし、人手不足の状況が人余りに転換するほどのリーマンショック級の大規模な景気後退にはならない。
□	人材派遣会社（経営企画担当）	・売上は回復傾向にあるが、一方で、法定福利費や派遣スタッフの募集賃金などの原価が上昇傾向にあることから、全体では現状維持が続く。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・経済活動は確実に活発化しているが、当面、物価上昇が止まらず、賃金上げが進まない状況に変わりはない。
□	職業安定所（事業所担当）	・雇用調整助成金の申請件数はピーク時と比べ大幅に減少しており、新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いている。一方で、新型コロナウイルス感染症の第9波が発生する懸念もあり、国民には活動的な面と慎重な面の両面がみられるため、今後、景気が回復に向かうかどうかは分からない。
□	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・ゴールデンウィーク明けに第2新卒層に多少動きがあるかもしれないが、これからの季節は転職活動が鈍化する傾向にある。
▲	—	—
×	—	—