

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	・片側交互通行の工事が落ち着き、乗客数が増加しているため、景気は良くなる。
	◎	都市型ホテル（企画担当）	・春の観光シーズンを迎え、予約状況が好調である。歓送迎会を主として、レストラン利用、宴会利用も増加する。
	○	商店街（代表者）	・行政補助事業である地域限定の電子マネーポイント配布が始まり、それを目当てに買い控えていた客が増えることが予想される。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症発生前の状況に近づきつつあるため、景気はやや良くなる。
	○	一般小売店〔印章〕（経営者）	・新年度を迎えるため期待している。
	○	百貨店（広報担当）	・インバウンドが増加しており、国内需要もあるため、ゴールデンウィークの盛り上がり期待できる。
	○	百貨店（売場担当）	・人流が活性化すると近隣の都市圏エリアへの流出が増える地域であるが、大手米国紙で2024年に行くべき52か所に選ばれたこともあり、観光客の流入がかなり期待できる。
	○	乗用車販売店（店長）	・整備入庫の客をきっかけとして、車両販売も商談数が増える。
	○	乗用車販売店（店長）	・景気は今が1番底であり、これから徐々に上向いていく。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・今年に入り多少景気が良くなりつつあったが、2月は予想を超えてきている。喜ばしい状況ではあり、このまま上向きの状況を維持していくことを期待している。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・株価が好調なので期待感がある。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・景気が悪くなる要素が今のところ見当たらない。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・この春は賃上げ基調で株価も上向きである。
	○	高級レストラン（事業戦略担当）	・暖かくなり人出が増えると考えられる。
	○	一般レストラン（経営者）	・ニュースではバブル以上といわれているが、一部にすぎず、全く変わらない。
	○	一般レストラン（経営者）	・株価が上昇するなど明るいニュースもあるため、景気はやや良くなる。
	○	一般レストラン（店長）	・4月はインバウンドの増える時期で、予約も既に前年を上回る数が入ってきており、期待が持てる。一般の客も新型コロナウイルス感染症に関する制限解除から1年がたち、元の生活に戻ってきているため、前年よりも伸びるとみられる。
	○	観光型ホテル（副支配人）	・春になれば、今まで新型コロナウイルス感染症で中止になっていた地域イベントが今年はいろいろと開催されることから、乗客数は増えてくる。
	○	観光型ホテル（営業担当）	・気候が良くなり、景気も良くなってほしい。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・企業の賃上げや休日の増加などが加速すると予想されるが、物価上昇により実質賃金は低迷し、国内需要は伸び悩むと推測される。一方で、インバウンドの地方分散化に期待する。
○	旅行代理店（経営者）	・各業界の賃上げが確定していけば、国内旅行のように、海外旅行も増えることが期待できる。	
○	タクシー運転手	・3～4月は人の動きが出てきて、夜の飲み会も増えるため、多少、利用客が増加する。	
○	タクシー運転手	・インバウンドに対応するイベントや特別な運行が計画されており、それが国内や地元客にも刺激となり、活性化するかもしれない。	
○	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たため、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感染症が実質終息し、春以降、人の動きが活発になる。また、賃金上昇の効果が消費に好影響を与える期待がある。	

○	テーマパーク（営業担当）	・天候と気温の条件がそろえば、繁忙期に向かって入園者数増加の期待が持てる。
○	ゴルフ場（営業担当）	・ゴールデンウィークに向けての予約状況は、前年と変わらず好調をキープしている。天候に左右されるが、3か月先の状況も変わらず良いと判断している。
□	商店街（理事）	・3か月後はゴールデンウィークで人が動き、消費にも動きが出てくる。特に商店街にとっては、ゴールデンウィークは非日常性という意味で需要が増加しないと困る。
□	商店街（代表者）	・客の購入意欲が非常に低く、購入まで時間が掛かり、非常に厳しい状況である。
□	商店街（代表者）	・販売価格を引き上げたため、販売数量が減少し始めている。
□	一般小売店〔食品〕	・顧客の節約志向が続いているため、景気に変化はない。
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・周辺の経済はこのまま低調な状況が続く。
□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・これから休日が増え、外出する客も増加するが、売上はさほど伸びない。
□	百貨店（広報担当）	・株高や賃上げの動きはあるものの、値上げが高止まりの状態ので、実際の所得増にどこまでつながるか、先行き不透明感が拭えない。
□	百貨店（営業担当）	・気温とともに春物商材が動き始めるが、物価の上昇などにより衣料品への客の購買意欲は上がらない。外出・旅行需要や食に対しての支出が多くなれば、その分、衣料品への支出を節約すると考える。
□	百貨店（営業担当）	・特に景気の変動につながる要因はない。
□	百貨店（営業担当）	・日々の売上対策では前年を上回るのが精一杯で、大きな催事を開催しないと、まとまった数字を上げることができない。
□	百貨店（売場担当）	・非食品の売上は衣料を中心に安定しているが、食品の売上が伸び悩んでおり、足元の景気が上向いてくる実感はまだない。
□	百貨店（外商担当）	・株価の上昇以外に景気が回復する要素がないため、現状が続く。
□	スーパー（店長）	・原材料価格が高騰している状況が、ディスカウントスーパーの追い風となっているため、3か月後も現在の良い状況が続く。
□	スーパー（店長）	・値上げ等により単価が上昇しているが、来客数が減少しつつあるため、売上は少しずつ厳しくなる。
□	スーパー（店長）	・単価の高い商品やし好性の高い商品の動きが鈍い。
□	スーパー（店長）	・現状では、今後景気が良くなる材料や環境はない。今後の価格競争や競合他社との兼ね合いもあり、厳しくなる一方であることは間違いない。
□	スーパー（店長）	・今後も客がイベントや外食に流れる傾向にあることが予想され、大きな景気回復は期待できない。
□	スーパー（総務担当）	・景気が上向く要因が見つからず、現状維持も難しい状態である。
□	スーパー（販売担当）	・インフレ傾向のため、買上点数が伸び悩むと考えられる。
□	スーパー（営業システム担当）	・物流問題や工場の人手不足、原料価格高騰での値上げが止まらない。買上点数の上昇は見込めず、更に減少するおそれがある。それに伴い値上げによる売上のカバーも厳しいものとみられる。
□	スーパー（販売担当）	・株価最高値というニュースによる客のマインドの変化を期待するが、店頭では実感が無い。期待したインバウンド需要も購買動向が変化しており、買物消費は消極的である。
□	コンビニ（エリア担当）	・一部企業の春闘での賃上げで満額回答はあったものの、先行きは不透明であるため節約志向になるのではないかと考えられる。そのため、今後も大きな変化はない。
□	コンビニ（副地域ブロック長）	・物価上昇が一回りしていること、たばこなどの高単価商品の伸長が期待できないことがあるため、更なる来客数増加のための集客施策が必要である。
□	コンビニ（支店長）	・株高に対し、来客数や販売数量増加といった好景気を感じる事ができない。
□	衣料品専門店（経営者）	・中小企業に勤めている客から景気の良くなる話を聞かない。

□	衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍に借りた金を返済できず、閉店する店が出てきている。
□	衣料品専門店（代表）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
□	家電量販店（店長）	・売上が増加するような商品がないため、景気は良くならない。
□	家電量販店（販売担当）	・特需がない限り大きな変化は期待できない。
□	乗用車販売店（統括）	・受注は多いが、メーカーの供給が少ない。
□	乗用車販売店（業務担当）	・現状はすぐには解決しない。
□	乗用車販売店（営業担当）	・大きく商品が変わるわけでもなく、景気が良くなる要素がない。
□	乗用車販売店（営業担当）	・客の来店は多くも少なくもないが、販売量は前年と比べ20%落ち込んでいる。物価上昇により節約志向の客が多く、任意保険も安い通販型への切替えが数件見受けられる。
□	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前と比べ、この時期の観光バスが増えているため、当分の間は下のラインを維持していくのがやっとなのである。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・時期的な変動があるため、客と売上の増加は考えられるが、客の懐事情が変わっているわけではなく、例年並みの動きとなる。
□	一般レストラン（経営者）	・客の収入の減少や可処分所得における外食費の割合の低下が心配である。毎食提供の物販業の商品との競争が激しくなり、特にディナータイムの先行きが不安である。また、輸入食材価格の上昇や品薄により、値上げやメニューの変更を余儀なくされていることも不安材料の1つである。
□	都市型ホテル（宿泊担当）	・桜の花見シーズンやゴールデンウィークなど、レジャーの好調に期待が持てるが、ビジネスの動向は変化がないものと予測している。
□	都市型ホテル（総支配人）	・一般宴会と婚礼は、3か月先の状況に改善がみえない。
□	旅行代理店（支店長）	・引き続き円安傾向であり、数値をけん引する海外旅行需要の回復が見込めない。先行予約状況も想定より悪く、前年比90%であり、需要喚起のプロモーションが不可欠である。
□	タクシー運転手	・ベースアップの影響が余り出ていない。
□	通信会社（営業担当）	・景気が好転したり、暗転したりするなど、振れが出る要因が現時点では見当たらない。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	・利用料金の延滞から判断すると、家計の可処分支出はほぼ横ばいとみられる。
□	テーマパーク（業務担当）	・2～3か月先の予約状況が前年を下回っており、事前の予約が少ない。
□	競艇場（企画営業担当）	・2か月後は売上が減少するが、3か月後は全国発売のG2レースが開催されるため、十分な売上が見込まれる。
□	美容室（経営者）	・前年からの物価上昇で、現状の生活スタイルを維持する客が多くなっているため、景気は変わらない。
□	設計事務所	・新規相談件数は変わっていないが、決定に時間が掛かっているため、年度末の今はどちらに振れるか読めない。
□	設計事務所（経営者）	・建築物価の上昇や人手不足など、建築業界を取り巻く環境は現在より悪化することが見込まれる。
□	住宅販売会社（従業員）	・目立った景気対策がなく、客が税制優遇や低金利に慣れてしまっているため、景気はしばらくは変わらない。
□	住宅販売会社（営業担当）	・景気に変化する大きな要因がないため、変わらないとみられる。
□	住宅販売会社（営業所長）	・4月の賃上げ等の経済状況により購買意欲が上がることを期待したい。今後、金利上昇がポイントになるのではないかと不安が残る。
▲	スーパー（財務担当）	・あらゆる商品の値上げにより、消費者の節約志向が強まっており、買い回りによる1人当たり買上点数が減少する。
▲	スーパー（業務開発担当）	・食品に対する節約志向は以前とは比べられないくらい厳しくなっている。内食用材料は調理に光熱費、調味料、端材、時間などが掛かるため、すぐ食べられる総菜で済ます人が多くなり、結果として食品の節約につながっている。
▲	家電量販店（企画担当）	・景気が良くなる理由が特にないため、変わらないかやや悪くなる。電気料金に対する補助がいつまで続くかも景気に影響を与える。

	▲	家電量販店（副店長）	・販売数量、販売単価共に低下傾向で、景気は悪化している。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・給料が上がっても生活費へ回るため、自動車業界への需要はなかなか伸びない。
	▲	観光名所（観光振興担当）	・4月から値上げをするため、客が減ることを想定している。
	▲	美容室（経営者）	・物価上昇、最低賃金の引上げ、社会保険料や各税金関係の増加が懸念される。
	▲	美容室（経営者）	・インフルエンザや新型コロナウイルスの感染者が周囲に多く、感染を警戒する人が出てきたので、景気の先行きが不安である。
	▲	設計事務所（経営者）	・客の収入が上昇し、価格の上昇を容認するようになるまでにはしばらく時間が掛かる。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・仕入価格の値上げを業者から伝えられているが、価格転嫁すると更に来客数の減少につながる。
	×	住関連専門店（営業担当）	・この1年間で来客数の増加が見込めない。
	×	通信会社（広報担当）	・価格高騰のあおりを受けて、通信業界は政府から価格値下げの要請を受けており、価格転嫁できない業界である。原材料価格や電気料金の高騰を受けて商品への価格転嫁ができる業界とできない業界で景気の見方は変わる。
企業 動向 関連  (中国)	◎	—	—
	○	鉄鋼業（総務担当）	・受注動向はやや改善傾向にある。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	輸送業（営業担当）	・4月以降の新規引き合いが多く、受注量は上向いている。
	○	通信業（企画担当）	・ウクライナやガザ地区のイスラエル戦争などがこう着状態のため、影響はないと考えられる。AI関連の投資も増え、ますますデータセンターの需要の増加が見込まれるため、現在よりも景気は良くなる。
	○	金融業（経済産業調査担当）	・前年からの企業の賃上げ気運が維持されており、春闘回答が消費マインドの改善につながると予想する。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
	□	繊維工業（財務担当）	・労働力不足が懸念され、働く人の確保が必要となる。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・年度末に向けて景気は上昇傾向にあるが、円安の状態がこのまま続けば、輸入材料のコスト上昇により、利益が横ばいとなるため、景気は変わらない。
	□	化学工業（総務担当）	・売上は増加しているが、自動車業界の動向もあり、受注量や販売量は減少が継続していることから、状況としては変わらない。当面は様子見の状況である。
	□	化学工業（総務担当）	・紛争による世界情勢の不安や円安が影響する。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・生産量が増加するような受注が見込めない。設備補修工事による前倒し生産もあるが、その後は一定期間生産が止まるため対応に苦慮している。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足の影響等が今後も続くと思われる。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料部品関係の受注量に大きな変化みられない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・給与の上昇など明るい話題が出てはいるが、値上げなどもあり、個人消費が改善するほどではないとみられる。
	□	建設業	・給与は上昇するが、物価高が続いているため、景気は変わらない。
	□	建設業（経営者）	・賃上げが浸透しているが、物価も上がっており、中小企業は投資により慎重にならざるを得ないと考えられる。
	□	輸送業（業務推進担当）	・景気に関する大きなプラス要素がなく、各取引先にも目立った動きがないため、状況は大きく変わらない。
	□	会計事務所（経営者）	・賃金増加の効果と人手不足によるマイナスの影響が併存する。
		▲	食料品製造業（経営者）
	▲	金属製品製造業（総務担当）	・4月以降、例年以上に受注が増えるとの情報は今のところ入っていない。また、例年以上の賃上げをする必要があることに加え、原材料価格や運送費の値上げ要請も現実視されていることから、採算面の悪化は必至である。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の設備需要の減少や、中国においても現地経済の減速に伴い、電子部品実装需要が調整局面に入っている。

	▲	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・受注先の内示が上向いていない。	
	▲	建設業 (総務担当)	・資機材の価格上昇や給与の上昇等を価格転嫁するのにも限度がある。	
	▲	金融業 (支店長)	・主要営業エリアである当市の大手プラント工場の一部プラント撤退により、関連企業の受注量減少が発生しており、先行き景気がやや悪くなると判断する。	
	▲	不動産業 (総務担当)	・賃貸住宅の需要時期であり、来月まではやや良くなると予測するが、2～3か月後は悪くなる。	
	×	一般機械器具製造業 (総務担当)	・受注量や販売量の動きが悪い。	
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	
	○	人材派遣会社 (社員)	・求人数や派遣料金が増加傾向である。求職者数も増えてきている。	
	○	人材派遣会社 (副支店長)	・4月からの勤務開始を希望する求職者が増え始める。	
	○	人材派遣会社 (経営企画担当)	・例年4月は医療系人材紹介、教育研修など一部の事業で売上の最盛期となる。	
	○	人材派遣会社 (事業部長)	・好決算が見込まれる大手企業を中心として賃上げの気運が高まっており、本年4月以降は多くの取引先での派遣料金の上昇を見込んでいる。	
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・企業の好業績によって労働分配が進み、緩やかな金利上昇等が作用すれば、賃金上昇にも反映して景気も上向き可能性がある。	
	○	職業安定所 (職員)	・大手自動車メーカーの生産再開が確実に製造業にプラスの影響をもたらす。	
	○	職業安定所 (事業所担当)	・求人者からの話で賃上げ気運が大企業のみならず中小企業まで浸透してきたとみられること、物価上昇も落ち着き感があること、また、株価の上昇状況等から景気好転がうかがえる。	
	○	民間職業紹介機関 (職員)	・大企業を中心に、多くの企業でベースアップや定期昇給が期待され、また、行楽シーズンとも重なることから、個人消費の拡大が見込まれる。	
	○	民間職業紹介機関 (人材紹介・派遣担当)	・年度末での退職者や、5月以降は第二新卒等の動きも出てくるため、求職者数も増加するとみられる。	
	○	学校 [短期大学] (進路指導担当)	・企業の求人依頼が増加傾向にあることと合わせ、学生の就職活動意識も高い。	
	○	その他雇用の動向を把握できる者	・賃金の増加が加速化している状況であり、株価も高値を保持している。しかし、中小企業の賃金がどこまで反映されるかや政治に対する不信感が懸念される。	
	□	求人情報誌制作会社 (広告担当)	・企業が採用に掛ける費用はここ2年上昇している。これまでと同じ手法では採用できなくなっているため、ホームページのリニューアル、Web広告、SNSなどWebを中心とした手法を積極的に取り入れる企業が増加したことが大きな理由である。また、テレビCMの影響か、自社広告を写真ではなくアニメで表現する会社も増えている。	
	□	求人情報誌制作会社 (大卒就職支援担当)	・景気が好転する要素が現時点では見当たらない。	
		▲	*	*
		×	—	—