

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)	◎	観光型ホテル（営業担当）	・先行予約が好調のため景気は上向く。
	○	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たため、景気はこのまま推移する。
	○	一般小売店〔靴〕（経営者）	・国内需要だけではなく、海外のマーケットを視野に入れた販売促進を行うことで売上を伸ばしていく。
	○	百貨店（広報担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の位置づけが5類感染症に引き下げられてから初めてのゴールデンウィークを迎えることや、春闘で各企業の賃上げが行われたことなどから、消費が増加することを期待する。
	○	百貨店（営業担当）	・客に対してイベントなどを開催し、新しい商品を提案すれば、購入につながるとみられる。また、インバウンドも増加しており、アジアからの観光客の購入も増えているため、売上も確保できる。
	○	スーパー（店長）	・前年まで新型コロナウイルス感染症の影響で行われなかった地域イベントによる別注文などの売上が見込める。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・夏に向けて、前年と比べ、来客数が増えるの見込み。物価上昇で客単価も増加する予測なので、売上の増加も見込める。夏場の天候次第で今年は期待できる。
	○	家電量販店（企画担当）	・今年の夏は暑くなるため、いつもより季節商材の動きが良くなる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の話題での集客を期待したい。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・決算が終わり、一段落感がある。モデルチェンジ車種もあるため、今後は上向く可能性がある。
	○	一般レストラン（店長）	・予約が好調で、現状を維持できそうである。前年はG7広島サミットの影響で売上が減少していたが、今年は多くの売上が見込める。
	○	バー（経営者）	・来客数が増加する。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・インバウンドは春の訪日ツアーなどが一段落した。今後は、個人旅行者中心に移行し、山陰地域への集客は一部に限られる。また、ビジネス需要も新型コロナウイルス感染症発生以前までの回復は見込めない。一方で、国内のプレジャーユース並びにリアル開催が回復しつつある学会や大会は今後も期待される。
	○	タクシー運転手	・インバウンド客が多く見受けられ、観光も期待できる。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたから1年が経過したが、人の動きが元に戻ってきたので、景気は徐々に良くなる。
	○	通信会社（総務担当）	・給与のベースアップが期待できる。
	○	通信会社（工事担当）	・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たため、景気はやや良くなる。
	○	テーマパーク（営業担当）	・春以降の入園者数が順調であり、ゴールデンウィーク以降の天候次第では期待できる。
	○	設計事務所	・今後の発注相談のなかで、これだけは今後数年でやるという内容が多い。
	□	商店街（理事）	・物価の上昇で、客に生活防衛意識が働いているため、なかなか好景気につながらない。
□	一般小売店〔食品〕	・商品価格の上昇により、来客数や販売数量の増加が期待できず、現状維持の状況が続く。	
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・国内市場が問題である。当店のようない地域限定的な商売はインバウンドの恩恵を受けておらず、厳しい。	
□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・観光客数は増加するが、買物までする人は少ないため、景気は変わらない。	
□	百貨店（広報担当）	・景気が好転する要素がないため、このまま変わらない。	
□	百貨店（営業担当）	・景気を左右する大きな要因がないため、現状のまま推移する。	
□	百貨店（営業担当）	・前年にはなかった振興券などの発行により来客数が増えて、良くなると思うが、物価高や高い予想気温の影響で、衣料品に掛ける消費の割合は今後も上昇しない。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	・当店のような地方百貨店では都心百貨店のようなインバウンドによる大きな売上はほとんどなく、厳しい状況が継続している。今後、大幅に状況が好転するとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後も値上げが続く予測であり、食品については一層厳しくなるとみられる。客の節約志向の更なる高まりは、ぜいたく品の消費を抑制していく。値上げや物価高に対し、収入面の改善が見込めない状況である。夏に向け、景気は季節関連商品の動向次第ではあるが、帰省も今後ポイントになるのではないかと考える。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・景気が良くなる要因が見つからない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・円安が更に進み、物価が上昇することが予測される。客の節約志向に余り変化はないと考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業システム担当）	・安価なプライベートブランドの売行きが伸びており、割引を開催している曜日に来客数が増えている。このような節約志向は今後も続く。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	・物価の上昇に比べ、地方企業の給与は上昇が余りない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・春闘での賃上げにより、日本銀行のマイナス金利政策が解除される。政府による電気料金の補助も終了予定で、家計に関わる不安が多いため、今後も景気が良くなることはない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（代表）	・減税の予定がなく、客の消費意欲が高まらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高による客の買い控えが続き、ついで買いがほとんどない状態である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	・夏商戦でエアコンが動くことを期待する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（統括）	・受注残数は多く、メーカーの供給次第で販売量が決まる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・新製品などの予定がないため、景気は変わりそうにない。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・景気が良くなる要素が乏しく、先行きにも不透明感がある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔時計〕（経営者）	・販売チャンネルの増加や人口減少もあり、売上は増加しない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・観光クーポンなどがなくなってから苦戦する状態が続いており、今後景気が良くなる理由が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・消費者マインドは大きくは変わっていないが、円安傾向や中東情勢など不透明な点が多いことが懸念される。
<input type="checkbox"/>	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・円安や中東紛争の悪化といった情勢不安で、景気が活発化する要因が少ないため、景気が良くなる可能性は低い。今後、電気やガソリンなどの価格高騰も懸念され、客が財布のひもを緩めるには不安が大きい。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（事業戦略担当）	・ゴールデンウィーク中はそこそこ期待できるが、ゴールデンウィーク明けは例年閑散とする。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・売上が良くても仕入価格が高すぎて苦しい。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・3月以降の食材の値上がり、特に輸入牛肉の値上がりにより、原価率が2%強上昇している。今後、光熱費の上昇で、客の生活防衛意識が高まるため、外食の利用客は伸び悩む。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・国が景気について明確な方針を示さないと景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他飲食〔喫茶店〕	・景気の先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	・今後の見通しは、まだ予約自体が少ないため、例年どおりとみられる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・物価高のなか、当社では値上げを控えているものの、価格訴求ができていくわけではなく、消費者の動きが鈍いと感じている。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（業務担当）	・夏休みなどの計画がまだなのか、前年と比べ予約状況は余り良くない。先の予約が少なく、天候を見ながらの直近の予約に変わってきている。そのため予想が立てにくくなっている。
<input type="checkbox"/>	競艇場（企画営業担当）	・2～3か月後の一般レースの1日平均の売上は、ほぼ現在の水準を維持する。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・数か月では客の給料が増加するなどの大きな変化が望めないため、景気は変わらない。

□	設計事務所（経営者）	・諸物価の上昇が続くなか、建築物価も高止まりの状況なので、状況が改善するまでは新築住宅の引き合いの低迷が継続する。
□	設計事務所（経営者）	・資金の上乗せが難しい状況がしばらくは続きそうである。
□	住宅販売会社（従業員）	・大きな政策転換などが無い限り、景気はしばらく変わりそうにない。
□	住宅販売会社（営業担当）	・資材の高騰や土地の仕入れが困難である。
▲	商店街（代表者）	・良い商品をより安く購入しようとする客が増えているため、今後も厳しい状況が続く。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・毎年暑さとともに暇になる。
▲	百貨店（売場担当）	・コト消費への移行はますます進む。また、様々な分野で値上げが進んでおり、家計への圧迫も進む。したがって、地方百貨店の物販の厳しさは続く。
▲	百貨店（売場担当）	・今月に入り、来客数や1人当たりの買上金額が減少している。
▲	スーパー（店長）	・数値的に客の購買意欲が減退している。
▲	スーパー（財務担当）	・現状は1品単価の上昇により、売上が前年を上回っているものの、今後は節約と買い回りにより、1人当たりの買上点数の減少が続き、売上が低下する。
▲	スーパー（業務開発担当）	・4～5%の昇給では食料品の高騰には追い付かないし、節約は食料品からというイメージは払拭されそうにない。
▲	コンビニ（支店長）	・物価上昇に賃金上昇が追い付いていない。
▲	家電量販店（副店長）	・現状の景気は低下傾向が続いており、回復するめどが立たない。むしろ今以上に悪化することが予想される。
▲	乗用車販売店（業務担当）	・今後、公共料金などが上昇していくと、更に買い控えが進んでいく。
▲	乗用車販売店（リース担当）	・来客数が少なく、客への提案の機会が減少しているため、景気はやや悪くなる。
▲	乗用車販売店（店長）	・新車価格の上昇の影響が出ている。ボーナス商戦時期を迎えるが、他メーカーを選択する客が増えそうである。
▲	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・物価上昇が影響して、更に客単価が下落すると考えられる。
▲	都市型ホテル（宿泊担当）	・ゴールデンウィーク以降はインバウンドが落ち着き、夏休みのファミリーが動く期間においては、需要が落ち込むと予想している。
▲	都市型ホテル（総支配人）	・6月と7月は、当県では一時的に旅行客が減るため、やや悪くなり、4月や5月と比べ10%ほど稼働が下がる。実際に予約のペースも少し悪くなっている。
▲	旅行代理店（経営者）	・今後、乗務員や添乗員の経費等、全て値上げをしなければならないが、顧客への値上げ交渉に苦慮している。
▲	旅行代理店（支店長）	・円安傾向と不安定な世界情勢が起因し、旅行需要が大幅に改善したり、良くなったりすることは望めない。
▲	タクシー会社（営業所長）	・地域的に起爆剤となるようなものがなく、インバウンド需要も今がピークであり、ここからは下降していくとみられる。働き方改革関連法による乗務員の拘束時間減少が売上に大きく影響してくるため、時間効率が向上する施策がない以上、一般タクシーの売上も期待ができない。
▲	通信会社（営業担当）	・現役世代は昇給によるリカバリーがあるが、年金生活者は物価上昇がダイレクトに家計負担増となるため、支出抑制が加速するとみられる。
▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・当社の売上は家庭の可処分所得に左右されるため、電気料金の政府補助が終了してからの動向を注視したい。
▲	ゴルフ場（営業担当）	・夏季に向けての予約状況は余り良くない。近年、夏は熱中症の危険性が高まり、外での運動を避ける傾向にあるため、特に午前10時の予約が埋まらない。
▲	美容室（経営者）	・円安の影響で物価が上昇し、消費者の財布のひもが固くなった。最低賃金引上げや燃料費高騰など景気に影響を与える要素が多いように感じる。
▲	美容室（経営者）	・あらゆる商品の価格が上昇しているため、今後も景気は良い方向には向かわない。
×	商店街（代表者）	・客が必要以上に購入することがなくなっているとともに、売上があっても利益率が低下しているケースがある。

	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価が上昇しているため値上げしたいが、顧客離れが発生しないか心配している。
	×	コンビニ（エリア担当）	・円安で輸入物価が上がり、商品価格も上昇しているため、客の購買意欲が低下している。今後、政府の電気料金補助が終了するため、景気は悪くなる。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・厳しい状況である。
	×	住関連専門店（営業担当）	・来客数の減少が止まらない状況で、景気が回復していないことを実感する。
	×	通信会社（広報担当）	・物価高に起因するのか、客は安い商品を選択する傾向にある。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後に自動車メーカーが繁忙期に入るため、景気は良くなる。
	○	鉄鋼業（総務担当）	・受注予測では多少良くなる傾向にある。
	○	輸送業	・受注が増えた。
	○	輸送業（営業担当）	・顧客からの引き合いが増えているため、2～3か月後の受注増加が見込まれる。
	□	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）	・原材料と光熱費の高騰でコストが増加し、利益の確保が難しくなる。
	□	化学工業（総務担当）	・円安や物価の高止まりが影響している。
	□	化学工業（総務担当）	・競合他社の生産体制が変わり、今後の市場動向を注視している。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業向け需要は現在の水準が続く見込みであり、生産水準も現状維持できる見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・景気は今後も大きな変化はなく、横ばいが続く。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料分野での素材受注量に特段の変化を想定していない。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・受注量などの見込みから、今後も特に大きな変化がない。
	□	建設業（経営者）	・世の中に突出した施策がみられないため、景気は良くも悪くもならない。
	□	建設業（総務担当）	・この先1年程度は、売上と受注が順調に推移すると見込んでいる。工期の変動はあるだろうが問題はなさそうである。
	□	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はないため、状況は大きく変わらない。
	□	通信業（企画担当）	・半導体不足などの外的要因がない限り、データセンター、クラウド、ICT関連機器への引き合いや受注量が減少することはないと想定される。ただし、中東地域の紛争など外的要因が出てくると、多少影響が出てくる可能性はある。
	□	金融業（支店長）	・大手化学メーカーのプラント撤退等が発生しており、関連企業の受注減少が想定されることから、景気は変わらないと判断する。
	□	不動産業（総務担当）	・賃貸需要時期が落ち着き、今月並みと予測する。
	□	広告代理店（営業担当）	・賃上げしている企業はあるが、そうしないと人材確保が難しい。物価上昇の関係もあるため、なかなか景気が良くなるとは考えられない。
	□	会計事務所（経営者）	・人手不足を懸念する。賃上げを実施しているものの、人材確保に向けて他社も同様に賃上げをしている。効果が期待どおりになるか不透明である。
▲	食料品製造業（経営者）	・円安に伴い、輸入品の価格が上昇し、経営を圧迫している。商品価格を引き上げることができないため、今後は大変厳しくなる。	
▲	木材木製品製造業（経理担当）	・このまま円安が進めば、景気は横ばい、若しくは悪くなる。	
▲	金属製品製造業（総務担当）	・大型案件が終わるため、受注は減少する見通しである。5月使用分からの電気料金の上昇と円安の進行によって、輸入している原材料が値上がりし、コストの増加の要因となる。	
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・円安と物価高によるコストの増加で利益が圧迫されている。また、取引先の設備投資が減速し、受注量も減少している。	
▲	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注先の内示情報から判断すると、景気はやや悪くなる。	
▲	金融業（経済産業調査担当）	・物価上昇につながるとみられる事象が相次いでおり、家計負担が更に増大する。	

	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが良くない。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（副支店長）	・例年更新時期の退職者が増える傾向にある。
	○	人材派遣会社（経営企画担当）	・派遣料金の値上げ交渉が想定よりも順調に進んでおり、4月の稼働分より徐々に利益率の改善が進むと予想する。
	○	職業安定所（職員）	・製造業が低調な状況が続いているものの、大手自動車メーカーの製造再開が進み、関連企業の生産増加が期待できる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・ボーナス月になる企業が多い時期で、ベースアップによるボーナス増も見込まれるため、夏季休暇時の国内外旅行の増加が予測される。
	○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・5月以降も引き続き第二新卒の動きが出てくる。また、夏のボーナス後に転職を考えている潜在層が、今から行動していく。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・求人数が増加傾向にあり、就職活動中の学生の就職意欲も例年より高い。
	□	人材派遣会社（社員）	・季節要因と関連があるか不明だが、求人数が減少傾向にある。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	・相変わらず良い状態が続いている。採用できていないことから採用予算を増やす企業が増えた。採用手法も会社説明会と面接は対面とオンライン、広報は採用サイト、人材紹介、学校訪問のみならず、新卒でいうとインターンシップを利用した早期選考化など、大学1～2年生への門戸も多く開かれ、数年かけて応募へつなげる長期的な方法を積極的に取り入れ始めている。今年4月、県内の企業においても大卒、高専、高卒の初任給を上げた企業が多かった。安定している、自分のやりたい仕事ができる、給料が良いというのが新卒の企業選択条件のトップ3となっている。安定し、やりたいことができ、給料も良いというぜいたくな時代が当たり前になってきた。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気は当面は現状維持だと思われるが、健康食品の問題や、なりすまし広告の影響で急激に通信販売の需要が鈍っていることが懸念材料となっている。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・一部企業の賃上げだけで賃金が上がったような報道があるが、他の企業の賃金は物価上昇に追いついておらず、実質賃金の上昇につながっていない。この状況は今後も当面変わる見込みがない。	
▲	人材派遣会社（事業部長）	・取引先と商談しているなかで、今夏に入ってくる季節繁忙期の受注の規模が例年よりも小さい企業が多い。	
	×	—	—