

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)	◎	その他専門店〔和菓子〕 （経営者）	・当県に限定すれば、新しい駅ビルの開業が景気回復の追い風になると考える。
	◎	観光型ホテル（営業担当）	・降雪の心配がなくなり、大型連休で多くの集客が見込まれる。
	○	コンビニ（店長）	・これから夏に向けて、消費が伸び、景気回復の追い風になる。
	○	家電量販店（副店長）	・販売量や単価が改善傾向にあり、景気は少しずつ良くなっていく。
	○	その他専門店〔土産物〕 （経営者）	・いろいろな商品が値上がりしたが、客が多少値上がりに慣れた、あるいは受け入れた様子で、買上点数が戻り、客単価が上がった。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・ゴールデンウィーク、母の日、父の日などのイベントがあり、来客数の増加が見込まれる。
	○	一般レストラン（経営者）	・春の行楽シーズンになり、ターミナル駅も新しくなったので人出が増える。
	○	都市型ホテル（宿泊担当）	・海外需要は5月中旬まで継続する見込みであり、それに加えてイベントに伴う需要も見込んでおり、好調な状態がしばらく続く。
	○	都市型ホテル（総支配人）	・大阪・関西万博が開催されるが、先行予約は例年並みで推移している。インバウンドも全国と比較して少ない地域ではあるが、首都圏の空港経由並びに当地空港発着のソウル便、台湾便、香港便などの海外個人旅行客に期待する。
	○	タクシー会社（営業所長）	・大阪・関西万博が開催されて人流が活発になれば、この地域にも恩恵があることを期待している。
	○	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、景気は上向く。
	○	テーマパーク（業務担当）	・新年度の予定が立ち始めているのか、ゴールデンウィーク前後の予約が入り始めており、今後も期待できる。
	○	テーマパーク（営業担当）	・繁忙期に向かい、来客数の増加が見込まれる。
	○	ゴルフ場（営業担当）	・先の予約状況は前年を少し上回っている。インバウンドの予約は変わらないが、国内の予約が増えている。今後の天候にもよるが、やや良くなる。
	□	商店街（代表者）	・今月の状況から判断すると、2～3か月後に景気が良くなることは期待できない。
	□	商店街（代表者）	・電子マネーポイント還元など、行政による景気対策事業が行われると、景気は一時的に盛り上がるが、その反動が必ずあるため、全体では変わらないと考えられる。
	□	商店街（理事）	・景気が変化する要素が見当たらない。
	□	商店街（代表者）	・原材料価格や仕入価格がどんどん上昇し、販売価格に上乗せすることができず、厳しい状況で、先行きが全く不透明である。
	□	一般小売店〔食品〕	・米の値上げが続いているが、政府備蓄米放出により多少は価格が下がると見込んでいる。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	・来客数が少なくなっており、以前のようにはない。

百貨店（広報担当）

・前年に続き、全国的な賃上げが実行されたとはいえ、いまだ先行きの不透明感が拭えない。

百貨店（営業担当）

・2～3月の販売動向を見ると、衣料品に対するモチベーションが低下しているため、今後も景気は変わらない。

百貨店（営業担当）

・新型コロナウイルス感染症の発生を境に客の商品の購入方法が変化している。客は店頭で購入する場合でも、事前にネットで商品を確認し、その後、気に入った商品を店頭で見て、必要な商品だけを購入するようになっている。

百貨店（売場担当）

・日本を取り巻く世界情勢の大幅な改善がなければ、現状のまま推移する。インバウンドの全くない地方エリアでは景気の回復もなく、むしろ百貨店は右肩下がりの傾向にある。

百貨店（外商担当）

・物価の上昇を含め、先行き不透明な部分が多く、景気回復は見込めない。

☐	スーパー（店長）	・米を始めとする様々な物の更なる値上げが続くことから、現状の生活感是不変わらない。食料品のみならず、ライフラインの値上がりの影響は大きいと考えられる。収入の大幅な増加もなく、物価との差は更に大きくなる。
☐	スーパー（店長）	・4月からかなりの商品が値上げとなる。今後も来客数は前年並みで推移するとみられるが、販売点数は減少する。しかし、値上げをするため売上は変わらない。
☐	スーパー（販売担当）	・生活に密着した商品が値上がりしており、客の購買意欲が停滞している。
☐	スーパー（販売担当）	・4月以降も商品の値上げが続く。備蓄米の放出があったが、米価の上昇が続いており、景気や消費動向が大幅に改善するとは考えられない。
☐	スーパー（営業システム担当）	・物価の上昇が続いており、特売日に客が集中している。4月から酒類の価格改定に加え、米の価格の値下げも難しいことから、販売数の増加は見込めない。
☐	スーパー（販売担当）	・物価高騰により、ふだん使用する物は必要最小限の購入となっている。3月は就職活動や卒業式のセレモニー関係の商品の需要があった。
☐	コンビニ（副地域ブロック長）	・店舗運営における費用が増大している。特に電気料金、人件費、各種消耗品が値上がりし、売上の改善でも追いつかない状況である。
☐	衣料品専門店（経営者）	・ベースアップ幅より値上げ幅が大きいと感じられる。
☐	衣料品専門店（経営者）	・客が値段だけでなく、長く使えて環境に配慮されている商品を選ぶ動きが少しずつ拡大していく。消費が拡大しないかわりに、消費内容が変わっていくので、景気自体の数値指標は変わらない。
☐	衣料品専門店（代表）	・例年であれば売上が上昇する時期であるが、具体的な景気対策がされていないため期待できない。
☐	家電量販店（店長）	・物価上昇の影響で現状のままである。
☐	家電量販店（企画担当）	・販売量の増加が見込める商品が見当たらず、景気を刺激する政策がないことから、今後も厳しい状況が続く。
☐	乗用車販売店（経営者）	・米国大統領の政策などの影響で、当面、明るい情報がない。
☐	乗用車販売店（業務担当）	・賃金がなかなか上昇しない状況で、物価が上昇しているため、客の買い控えは継続していく。
☐	住関連専門店（営業担当）	・来店状況が変わらなければ、悪い状況が継続する。
☐	その他専門店〔時計〕（経営者）	・今月の景気が続けば有り難いが、不安である。
☐	高級レストラン（事業戦略担当）	・景気を左右するような大きな話題はない。
☐	バー（経営者）	・今後の状況は全く予測できない。
☐	旅行代理店（支店長）	・海外旅行需要の回復が鍵を握っているが、まだ回復基調ではなく、環境改善を期待したい。
☐	タクシー運転手	・入学、進学、引っ越しなどで人の動きがあるため、利用客が増加しているが、今後は極端に利用客が増加するとは考えられない。
☐	タクシー運転手	・景気は現状で推移するが、気候が良くなり、観光客が増加することを期待する。
☐	通信会社（企画担当）	・今の世の中の動向では、消費者が景気が良くなる期待を持ちにくく、景気が好転するきっかけも少ない。
☐	通信会社（総務担当）	・情報通信業界では競争が激しく、客の離脱も増えてきているため、売上が減少傾向にある。また、身近な生活環境面而言えば、給与収入が増えているわけでもなく、物価ばかり上がっているようである。
☐	通信会社（企画・総務担当）	・年度替わりで新規顧客は増えるが、業界の競争も激化するため、顧客の取り合いとなり、現状と変わらない。
☐	美容室（経営者）	・食品、電気、ガソリン、宿泊、旅行など、いろいろな物の価格が下がり、給料が上昇しないと、客の節約志向が続く。
☐	美容室（経営者）	・前年と比べると、客がかなり節約しており、2～3か月では節約志向に変化はないため、景気は変わらない。
☐	設計事務所	・実際の将来計画調整の決定がまだ分からない。
☐	設計事務所（経営者）	・建築費の高騰で設計後の発注が予算内に収まらず、設計変更などで時間が掛かっている。

□	住宅販売会社（事業推進担当）	・ 4 月からはコンクリートの単価が更に上がり、ガス会社の設備工事の価格改定もあるため、価格の上昇で購入が難しくなる。このため、景気回復は難しいと考えられる。
□	住宅販売会社（住宅設計担当）	・ 例年、春先の販売量は下がる傾向であるが、大勢に影響はないと考える。
▲	商店街（代表者）	・ 客がより良い商品を探し続けて、商品の購入で悩んでいる。
▲	一般小売店〔茶〕（経営者）	・ 輸出とインバウンドが頼りである。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	・ 例年の動きを見ると、梅雨の時期や夏場は下降気味となる。
▲	百貨店（営業担当）	・ 来月からの更なる物価上昇により、客のアパレルに掛ける支出の割合は徐々に低下してくる。そのため、ブランドの撤退や販売員削減など、店にも影響が出てくる。
▲	百貨店（総務・経理担当）	・ 物価上昇に歯止めがかからず、客の購入意欲が下がる見込みである。インバウンドに下支えされていた小売業も一旦落ち着く。
▲	百貨店（売場担当）	・ 4 月からの値上げの予定や米の価格高騰など、心理的に影響するような事項が大きい。客が節約する場面と金を使う場面のメリハリをつけて買物をする傾向が顕著になってきた。
▲	スーパー（店長）	・ 賃金上昇が物価高騰に追い付いていない。大きな景気政策もなく、景気が良くなるとは考えにくい。
▲	スーパー（店長）	・ 今後は食品中心に値上げの予定があり、更に客の節約志向が高まる可能性が高い。
▲	スーパー（店長）	・ 客単価の伸長が鈍化しており、全体的に 1 品単価の低い商品に客の購買がシフトしている。客が単価上昇に付いていけないことが顕著である。
▲	スーパー（業務開発担当）	・ 食品の値上げは今後も続き、買いたくても買えない状況と生活防衛意識が続きそうである。
▲	スーパー（財務担当）	・ 来客数と全体の買上点数は前年を上回っているが、1 人当たりの買上点数は前年を下回っており、節約と買い回りにより売上が減少する。
▲	コンビニ（エリア担当）	・ 車の通行量が減少したため、特にたばこを購入する客が減少したことで売上が落ち込んでいる。たばこ以外の売上が前年並みの数値を維持しているため、道路工事が終わり、来客数が元に戻れば良くなると考えられるが、競合店の出店の影響で悪い状況が続くことを危惧している。
▲	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状況である。
▲	衣料品専門店（経営者）	・ 日常の買回品の価格が全般的に上昇しているため、大変である。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・ 3 月は決算商戦でにぎわいを見せている。
▲	乗用車販売店（統括）	・ 今期の推移から判断すると厳しくなる。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・ 2 ～ 3 か月後の状況は読めないが、厳しい状況に変わりはないと予想する。市場の動向が上向けば業績も回復するが、何とか現状を維持していくのが精一杯の状態であり、非常に厳しい。
▲	乗用車販売店（営業担当）	・ 新型車の発売の予定がないため、既存車種のみでは良くなる兆しがない。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・ 物価が上昇し、日常の出費が増え、当業種のような必要不可欠ではない商品に客が回せる金が少なくなり、右肩下がりとなる。
▲	一般レストラン（経営者）	・ 電気料金やガソリン価格の上昇に、入園、入学、進級、転勤等に伴う出費が重なったため、客の節約志向が強まっている。4 月からの値上げが、客単価や利用頻度の低下を引き起こすと心配している。
▲	一般レストラン（店長）	・ 駅ビルオープンで商圈が変わり、来客数が更に減少すると危惧している。
▲	観光型ホテル（副支配人）	・ 4 月から各種料金の値上げを実施するせいか、宿泊や食事等の予約の状況が悪い。
▲	都市型ホテル（総支配人）	・ 5 月の客室の予約ペースが前年から 5 %から10%落ち込んでいる。
▲	旅行代理店（経営者）	・ 大企業では新卒の給与を上げられるが、中小企業では値上げもできず、給与も思うようにならない。

企業 動向 関連 (中国)	▲	通信会社（総務担当）	・年度末の好景気の反動で、今月よりやや悪くなると見込む。
	▲	放送通信サービス（総務経理担当）	・物価高は家計に確実に負担を与えているため、可処分所得が少なくなる可能性が高い。
	▲	競艇場（企画営業担当）	・今月中旬に開催した女子レース程度の売上が見込めるレースが開催される予定がないため、景気はやや悪くなる。
	▲	設計事務所（経営者）	・来客数は増加しているが、来月から値上がりが発生するため、客の予算と合わなくなる。
	×	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・物価上昇に賃金上昇が追い付いていない。
	×	乗用車販売店（リース担当）	・物価が上昇し、株価も不安定な状況で、景気が良くなるとは考えられない。
	×	自動車備品販売店（経営者）	・米国の関税の影響で、株価と共に更なる景気の低迷が襲い掛かると考えられる。地方の中小企業にとって、新卒初任給30万円は絶望的な金額である。さらに、景気低迷で自動車関連の製造業の従業員は離職率も上がると考えられる。
	×	一般レストラン（経営者）	・米国の関税引上げが景気に影響を及ぼし、消費が冷え込む。
	×	通信会社（広報担当）	・このままでは消費は正常な状態にならない。
	×	通信会社（営業担当）	・物価高に対して政策的な動きはなく、実効性のある施策が実施されていないため、景気は悪化の一途をたどる。
	×	美容室（経営者）	・急激なインフレや賃上げに追い付けず、なおかつ増税の噂などが行き交い、消費は鈍化している。
	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	・春先から夏にかけて忙しくなる。
	○	非鉄金属製造業（業務担当）	・全体的に大きな変化はないが、受注量は微量ながら増加傾向にある。
	○	輸送業	・受注が増えている。
	○	輸送業（営業担当）	・海外向けの輸出関連顧客においては、米国の関税政策の影響により生産調整や減産の動きがある。
	○	通信業（企画担当）	・地政学的要因もあるが、AI関連分野への投資が活発化することが想定され、データセンター、クラウドのハイブリッド需要は増加してくると想定される。
	○	金融業（副支店長）	・物価上昇分までの賃上げには至っていないものの、域内の受注量は確実に増加傾向にあり、将来の景気はやや良くなる。
	□	農林水産業（従業員）	・景気が好転する要素がない。
	□	食料品製造業（営業担当）	・期首の動向から判断すると、景気は前年と余り変わっていない。
	□	繊維工業（財務担当）	・エネルギー価格を含めた物価の高騰などのマイナス要因がある。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	・建築基準法の改正が4月にあり、その影響が住宅着工戸数にどのように影響してくるのかが読めないのが、不安要因である。これが今後の住宅業界の景気に大きな影響を与える。
	□	化学工業（総務担当）	・化学工業薬品では値上げや値下げ等が種々あり、不安定な要素が多い状況が変わらない。当面様子見の状況である。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・自動車販売に伴い、鉄鋼需要がどうなるか次第であるが、現在の生産水準が続く見込みである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・人手不足の解消はない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・物価上昇や米国の関税等、経済情勢の変化の懸念はあるものの、具体的な影響がまだ判明していないこともあり、当面、現状と同水準の受注や価格で推移すると想定している。
	□	一般機械器具製造業（管理担当）	・一般産業用機械は減少しているが、小型屋外作業機械の分野ではエンジン製品の販売が引き続き好調であることから、全体としては大幅には変わらないと予測している。
	□	建設業	・賃金は上向きであるが、それ以上に物価上昇が著しい。
	□	建設業（経営者）	・世界情勢に鑑みると、不安定さは想定できるが、金物が動いているため、現状維持となる。
	□	建設業（総務担当）	・当面は予定物件で手一杯の状態である。
	□	輸送業（業務推進担当）	・特に景気に関する大きなプラス、マイナス要素もなく、取引先の動向にも目立った変化はない。
	□	広告代理店（営業担当）	・来月から更に物価が上がり、先行きは不透明であり、厳しい状況は変わらない。
	□	会計事務所（経営者）	・単価の見直し効果と受注案件の収益化が進む一方で、物価高や人手不足等の外部要因に懸念材料がある。

	▲	食料品製造業（経営者）	・ 4 月から再値上げをするため、一段と客離れが進みそうである。商品企画等を見直し、客が買いやすい価格帯の商品をそろえる必要がある。
	▲	化学工業（総務担当）	・ 販売数量や価格の動向は良くならない。
	▲	鉄鋼業（総務担当）	・ 海外向けの需要が鈍化する懸念がある。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・ 受注量や販売量の動きは悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・ インフレの状態が続き、賃上げが追い付かないほど物価高となっている状況であり、支出を抑えることで流通が滞るなど、景気が良くなるようには見受けられない。
	▲	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、景気は良くならない。
	▲	金融業（経済産業調査担当）	・ 企業の価格転嫁の動きが積極化する状況で、物価上昇が当面続く。
	▲	不動産業（総務担当）	・ 賃貸住宅の需要が落ち着き、来客数や成約件数がやや悪くなる予測である。
	×	*	*
雇用 関連 (中国)	◎	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	・ 年度替わりということもあり、引き続き求職者からの問合せ数は増加傾向になる。
	○	人材派遣会社（求職者対応）	・ ゴールデンウィークを過ぎた辺りから、求人、求職者共に動きがある見込みである。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 大阪・関西万博や瀬戸内国際芸術祭など、インバウンド需要を期待する動きが加速する。また、賃上げ効果も見込まれる。
	□	人材派遣会社（経営企画担当）	・ 景気変動する要因を見つけられていない。
	□	人材派遣会社（支店長）	・ 例年であれば、求人数や求職者数が一気に増え、目まぐるしく動き回る時期だが、今年はかなり落ち着いている。
	□	求人情報誌製作会社（総務担当）	・ 飲食店の予約の増加を期待しているが、まだ先が見えていない。
	□	職業安定所（職員）	・ 労働市場が閉じた地域ではあるが、例年 4 月は多数の求職登録がある月でもあり、今後、数か月は求職活動が人手不足に悩む事業所に一定の効果をもたらす。しかし、状況は大きくは変わらず、引き続き事業所の人手不足は続く。
	□	職業安定所（事業所担当）	・ 賃上げムードがあるが、賃上げが難しい中小企業も見受けられる。また、人手不足感があるものの、賃上げによって新たな採用が難しいという声も聞く。景気が上昇するような材料は見当たらず、3 か月先も現状と変わらない。
	□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・ 求人数は増加しているが、求職者数が減少しており、景気が良くなる方向には進まない。
	▲	人材派遣会社（事業部長）	・ 自動車関連の生産が弱含みで推移する見込みであると聞いており、増員計画が見当たらない。
	▲	民間職業紹介機関（職員）	・ 求職者の動きが鈍化して、それに伴いマッチング機会も減少しているため、事業活動の停滞が懸念される。人さえいれば受注できるのに、人がいないため断ったという状況に歯止めを掛けられずにいる。
	▲	その他雇用の動向を把握できる者	・ 求人倍率は 1 倍を超える状況で推移しており、人手不足感が強い。一方、市場は物価高に賃上げが追い付いていない状況であり、今後の景気は先行きが見えていない。
	×	—	—