

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)	◎	一般レストラン（経営者）	・今が最低最悪の状態なので、今よりは良くなる。
	◎	観光型ホテル（副支配人）	・客の外出機会が増え、今までの自粛の反動も出てくるため消費が盛んになる。
	◎	住宅販売会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響が落ち着いてくるため、景気は良くなる。
	○	商店街（理事）	・新型コロナウイルスの終息はまだまだ先になるが、景気は徐々に良くなる。
	○	商店街（代表者）	・商店街に隣接する駅前のホテルでも県外からの客が増加してきたので今よりは良くなる。ただ、新型コロナウイルスが再流行したときにどうなるか今から心配である。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・海外出張などは年内は無理と考えているが、国内経済はこれから少しずつ良くなる。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・依然として前年に比べると3割程度売上が減少しているが、3月頃と比べれば状況は改善しており、今後景気は良くなる。
	○	百貨店（売場担当）	・化粧品などまだまだ接客上の制約がある商品群もあるものの、徐々に緩和しつつあり、以前の状態に戻るには時間がかかるが、少しずつ改善していく。
	○	百貨店（営業企画担当）	・移動自粛要請の解除、催事やイベントの再開で来客数が増加し、景気は良くなっている。
	○	スーパー（店長）	・週末の夕方以降を中心に来客数が若干増加しており、今後景気はやや良くなる。
	○	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスによる自粛ムードが弱まるにつれて客に解放感が出ていると同時に、客の生活様式、意識、金の使い方等全てが変わりつつある。当面は、好調な状態を維持する。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの影響が落ち着いてくるため良くなる。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	・生活が平常に戻れば、客足も戻ってくる。ただ、観光客が増加し、イベントが活発化しないと完全ではなく、新型コロナウイルスの第2波も懸念されるため不安材料はある。
	○	コンビニ（支店長）	・スーパーや外食の代替の要素がより強く出るようになる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・来客数が徐々に増加してきており、2～3か月後は今よりも景気が良くなる。
	○	乗用車販売店（店長）	・客の動きがスタート、底からは脱出しており、現在よりは良くなる。
	○	乗用車販売店（店長）	・主力販売している車がフルモデルチェンジを迎え、新型コロナウイルスの終息とともに販売に勢いが生まれる。
	○	乗用車販売店（営業担当）	・オンラインの商談システムや告知を自粛していたが、少しずつ増やしていくため一定の効果はある。
	○	乗用車販売店（統括）	・新型車の投入で多少良くなる。
	○	乗用車販売店（業務担当）	・新型コロナウイルスの影響で客足が戻っていないが、今後多少は回復する。
○	その他専門店〔時計〕（経営者）	・少しずつではあるが、経済が元に戻っていく。客も店側もマスク着用などが通常になり、お互いに感染に気を付けながら、接客をするようになっていく。ゆっくりではあるが、日常が戻ってくる。	
○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・新型コロナウイルスの第2波がこなければ景気は良くなる。	
○	その他専門店〔土産物〕（経営者）	・観光キャンペーンなどの施策で観光地への来訪が増加するため良くなる。	
○	一般レストラン（店長）	・5月が底で現在は回復傾向にあり、今後も緩やかに回復していく。	
○	スナック（経営者）	・今のままでは店が成り立っていない状況だが、今後景気は良くなる。	
○	都市型ホテル（企画担当）	・Go To Travelキャンペーンや自治体の宿泊、飲食に伴う助成金の企画に向けて、受注体制を整えている。国内需要が大きく動く想定されるので、景気の底上げになる。夏休みも短縮になるが、ファミリー客の需要も増加する見込みである。	

○	都市型ホテル（総支配人）	・Go To Travelキャンペーンによる集客は期待できるが、世間の旅行に対するマインドの低さもあり、大幅な回復は期待できない。
○	都市型ホテル（企画担当）	・Go To Travelキャンペーンなど国や自治体による支援策が回復のきっかけになる。
○	旅行代理店（支店長）	・新型コロナウイルスの第2波が発生せず、国や自治体の実施する各種観光キャンペーンが展開されることで需要喚起につながれば状況は変わってくる。
○	通信会社（工事担当）	・自粛解除になったことでそろそろ経済活動が活発になる。
○	テーマパーク（管理担当）	・新型コロナウイルスの終息で景気は良くなる。
○	テーマパーク（業務担当）	・今後の新型コロナウイルス感染拡大のおそれや短くなった夏休みなど懸念材料も多々あるが、現在の状況が続けば、お盆期間の休暇などもあるため、少しずつではあるが、来客数が増加する。
○	観光名所（館長）	・国や自治体の観光需要喚起の施策で景気は多少回復する。
○	観光名所（館長）	・移動制限の解除により徐々に県外からの来客数も増加してきている。今後もGo To Travelキャンペーンなどの施策により徐々に回復していく。
○	ゴルフ場（営業担当）	・お盆から秋に向けて多少人の動きが出てくる。県外からの移動自粛も緩和されるため、少しは良くなる。
○	設計事務所（経営者）	・新年度になり官庁工事がやっと動き出し、悪化していた民間も特別定額給付金でやや持ち直した感じがある。今後は回復に向かって動く。
□	商店街（代表者）	・今後も少しずつ新型コロナウイルス発生前の状況に戻っていく。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの第2波、第3波が訪れないか心配である。
□	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルスの第2波のおそれもあり、急激に状況が回復することはない。
□	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で先行きが不透明である。新しい生活様式が世間で求められていくなか、消費はすぐに回復しない。客自身の価値観なども変化していく。また、取引先の倒産や地方百貨店からの撤退など環境も変化していく。
□	百貨店（外商担当）	・新型コロナウイルスの第2波の懸念があるため、まだまだ厳しい状況が続く。
□	スーパー（店長）	・徐々に観光施設の営業が再開しているので週末の来客数が増加する。しかし、キャッシュレス・消費者還元事業が6月末で終了するため、来客数が増加しても既存客の客単価の上昇が見込めない。
□	スーパー（総務担当）	・生鮮品の高値がこのまま続くと厳しい。
□	スーパー（営業システム担当）	・新型コロナウイルスの影響が強くお盆の帰省に期待ができない。家の中で過ごす家庭が多ければ現状と変わらない売上になる。
□	スーパー（管理担当）	・景気は新型コロナウイルスの状況に左右されるところが大きいので2～3か月先の判断は難しい。
□	スーパー（販売担当）	・新型コロナウイルスの影響がやや収まり、来客数が増えてきているが、今後また感染者が増加する可能性もあるので、景気の先行きは不透明である。
□	コンビニ（エリア担当）	・他の業種の景気が前年や新型コロナウイルス発生前の状況まで回復しないと、コンビニ業界の景気は前年より良くなるならない。
□	衣料品専門店（経営者）	・今後も新型コロナウイルスの影響が続く。
□	衣料品専門店（代表）	・特別定額給付金に続く個人消費を喚起する政策がないため変わらない。
□	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響で景気の先行きが不透明である。
□	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスの状態が今のままならば、ゆっくりと回復していくが、先が読めない。
□	乗用車販売店（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で販売の低迷が続いており、厳しい状況は変わらない。実際に収入が激減した客もおり、購入の見送りや出費を抑える話を聞くため、今後も厳しい状況が続く。
□	自動車備品販売店（経営者）	・製造業を中心に所得が減少しているので、個人消費は今後も落ち込んだままである。

□	自動車備品販売店（経営者）	・しばらくの間、自粛の影響は残るし、新型コロナウイルスが終息しないと景気は元には戻らない。
□	その他専門店〔布地〕（経営者）	・緊急事態宣言が解除されたが、地方は高齢者が多いため、まだまだ新型コロナウイルスに対する警戒感が強い。
□	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が終息し、帰省者、旅行者、観光客等が戻ってくれば、今以上に景気は回復する。ただ、前年は8～9月に消費税引上げ前の駆け込み需要があったため、その反動で前年と比べると、物販全体では、高額品を中心に厳しくなる。仮に新型コロナウイルスの第2波、第3波が発生することになれば、特に飲食は回復が更に鈍化し、不振が長期化する。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・今回の新型コロナウイルスの影響は長期的に考えなければならず、すぐに景気が回復するという事にはならない。
□	高級レストラン（事業戦略担当）	・新型コロナウイルスの先行きが不透明である。
□	一般レストラン（経営者）	・レジャーや帰省時期に入り、例年だと来客数や客単価が増加するが、今年は新型コロナウイルスの影響で、学校では夏休みの短縮や2学期の早期開始、地域行事では夏祭りや花火大会などイベントの休止もあり、予約が入っていない。新型コロナウイルスの感染者が増加し、レジャーや帰省の自粛要請があれば、苦しくなる。
□	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの治療薬やワクチン等が開発されるまでは現在の状況が続く。
□	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・新型コロナウイルスの影響で現在の状況が続く。
□	観光型ホテル（営業担当）	・先行予約が少なく不安である。Go To Travelキャンペーンに期待するしかない。
□	旅行代理店（経営者）	・政府が支援策を出しても、客は、当面、旅行に目を向けない。
□	タクシー運転手	・しばらくの間、乗車率の低い状況が続く。
□	タクシー運転手	・観光が多少なりとも良くなる。
□	タクシー運転手	・今後は徐々に県外からの来訪が増え、暑くなるにつれて夜の動きも増えてくると思うが、全体的には余り変わらない。
□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスによる自粛要請がなくなり、客の動きが多少出てきたが、以前のような状況に戻るにはまだ時間が掛かる。
□	通信会社（企画担当）	・新型コロナウイルスの第2波の懸念、海外での感染拡大のニュースから、新サービスやサービス見直し更新の動きはかなり鈍く、商品サービスへの関心自体が二の次になっている。新型コロナウイルスの感染抑止が見え、国や公共部門が夏季休暇等での消費拡大への大きなかじ取りをしない限り、消費マインドが上向く要素はない。
□	通信会社（営業担当）	・景気浮揚の気配がないなかで、新型コロナウイルスの第2波に対する不安が潜在的に存在することから、現状の悪化した景況感が継続する。
□	通信会社（経理担当）	・今後もこの状態がしばらく続く。
□	その他レジャー施設〔温泉センター〕（担当者）	・新型コロナウイルスの影響がいつまで続くか分からないが、今後終息に向かえば少しずつ客が戻ってくる。
□	美容室（経営者）	・過去に経験したことがないほどの大不況で先行きが全く不透明である。
□	設計事務所（経営者）	・先行きが不透明なため、建築に関する新たな引き合いはしばらく望めそうにない。
□	設計事務所（経営者）	・来客数の回復は見込めるが、客に慎重な行動が見受けられ、受注に反映しにくくなっているため、厳しい状況が続く。
□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの第2波への懸念から景気は回復せず、低調なまま推移していく。
▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスに対する空気感のようなものがまだ経済を活性化しようとする動きにはなっていない。その動きは都会よりも地方の方が強い。
▲	一般小売店〔食品〕（経営者）	・今年は新型コロナウイルスの影響で夏休みの期間が短縮されるため、需要が停滞する可能性がある。

	▲	一般小売店 [印章] (経営者)	・新型コロナウイルスの影響が緩和しても、影響がなくなる訳ではないので悪くなる。
	▲	一般小売店 [洋裁附属品] (経営者)	・新型コロナウイルスの影響が残るため、景気はやや悪くなる。
	▲	百貨店 (販売計画担当)	・客の雇用不安等による貯蓄志向の高まりや密を避けた営業運営による来客数の減少で景気は悪くなる。
	▲	スーパー (店長)	・新型コロナウイルスの終息の見通しが立っていないため、悪くなる。
	▲	スーパー (店長)	・今後、新型コロナウイルスが終息すると特需がなくなり景気が悪くなる。
	▲	スーパー (店長)	・客の購入数量の減少傾向が続くため、今後も景気は下降線をたどる。
	▲	スーパー (販売担当)	・新型コロナウイルスによる特需が徐々に減少してきており、3か月後は今よりも景気が悪くなる。
	▲	スーパー (業務開発担当)	・売上は現状前年を上回っているが、客の来店頻度が減少している。生鮮を始めとする相場が下がったら売上は前年割れとなる。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	・新型コロナウイルスの影響でいろいろな催事が中止や延期となり、人の動きがないため、経済が苦しい状況になる。
	▲	家電量販店 (企画担当)	・特別定額給付金が支給されているため、6月の実績は良くなっているが、2～3か月後は給付金の効果がなくなり、今より景気は悪くなる。
	▲	家電量販店 (販売担当)	・特別定額給付金の給付が終了することや新型コロナウイルスに対する不安が続くことなどから景気は悪くなる。
	▲	住関連専門店 (営業担当)	・特別定額給付金の給付の効果は一時的で、来客数が増加していないため、景気は悪くなる。
	▲	タクシー運転手	・今までも大変厳しい状況だが、今後も良くはならない。
	▲	放送通信サービス (総務経理担当)	・新型コロナウイルスの影響で延滞金額が増加すれば、消費が減退し、景気も悪化する。
	▲	競艇場 (企画営業担当)	・3か月後にはG1競走である程度の売上が見込めるが、SG競走ほどの売上は上がらない。
	▲	美容室 (経営者)	・一時的に新型コロナウイルスで自粛していた人たちが動き出しただけで、これからは第2波を警戒して景気動向は悪くなっていく。
	▲	住宅販売会社 (営業所長)	・新型コロナウイルスの影響で客が収入の先行きに不安を持っているため、景気は悪くなる。
	×	百貨店 (営業担当)	・新型コロナウイルスの影響で、プロパー商材、端境期商材、初秋物、秋冬物などの商材の確保ができないため、売上が見込めない。
	×	百貨店 (営業担当)	・新型コロナウイルスが今後販売する商品の調達に悪影響を与えている。また、行事、外出、旅行が例年よりも少なくなることも景気のマイナス要因となる。
	×	百貨店 (外商担当)	・お中元が低調、衣料品も苦戦、特別定額給付金も行きわたったようだが消費にはなかなか結び付いておらず、今後も不透明な部分が多いため、景気は悪くなる。
	×	スーパー (財務担当)	・新型コロナウイルスの影響が当分の間続き、所得減少による節約で売上が大幅に減少する。
	×	家電量販店 (店長)	・今月は複数の追い風が重なり好調となっているだけで、需要の先食い感是否めない。暑さの影響でお盆までは売上は好調に推移するが、それ以降は反動が出てくる。
	×	通信会社 (広報担当)	・このまま買い控えが続く。
	×	美容室 (経営者)	・当面は新型コロナウイルスが終息しないので、景気の悪い状況が続く。
企業 動向 関連	◎	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・現在が底で今後は良くなる。
(中国)	○	鉄鋼業 (総務担当)	・新型コロナウイルスの終息及び対策強化により、景気は回復する。
	○	輸送用機械器具製造業 (経営企画担当)	・主要客からの受注内示は通常よりは少ないものの、回復基調となっており、今後は景気は良くなる。
	○	輸送業 (支店長)	・オンラインショップ開設の動きと併せて、今後は電子商取引による購買が増加する。また、日用品や衛生品等の需要も増加する。
	○	輸送業 (総務担当)	・5～6月辺りが底で、今後は良くなる。
	○	通信業 (営業企画担当)	・7月からは取引先への訪問が可能となるため、取引が活発になる。

	○	金融業（融資企画担当）	・新型コロナウイルスの影響は当分続くと思われるが、経済活動再開の進展から、地元完成車メーカーの世界販売が徐々に回復している。地元部品メーカーの受注が8月には前年の8割程度まで回復するため、景気は良くなる。
	○	広告代理店（営業担当）	・新型コロナウイルスが落ち着き、今後景気は上向きに推移する。
	□	農林水産業（従業員）	・今が景気の底にある状態で、回復したところで、せいぜい元の状態に戻るだけである。
	□	食料品製造業（経営者）	・当面は景気が大幅に改善することはない。
	□	食料品製造業（総務担当）	・3か月前と比べて景気が悪くなり、その状況が続いているが、先行きは不透明である。
	□	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規の大型注文の引き合いもなく、現在の生産量が継続する。
	□	鉄鋼業（総務担当）	・これ以上悪くはならないが、良くなるとも思えない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・7月末までの予定だった客の帰休が9月末までに延長されたため、今後も現状の低水準の受注量が継続する。
	□	通信業（営業担当）	・3～5月までのように新規案件や更改案件などが見送られることが少なくなってきている。企業において、リモートワークなどの見直しや、就業形態変化、業容の拡大などの検討がされているため、今後設備投資が増加する。
	□	不動産業（総務担当）	・例年、賃貸住宅の需要が落ち着く時期であるため、今月とさほど変わらない。
	□	会計事務所（経営者）	・自粛期間が終了して回復の兆しもあるが、新型コロナウイルスの第2波の懸念があることや、構造変化が進んだこともあって、新型コロナウイルス発生前の水準まで回復するには時間が掛かる。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	・3～5月頃まで外出自粛要請で動きがなかったが、解除後は止まっていた受注が動き出している。ただ、夏から秋に向けて新規の受注があるか不透明である。
	▲	化学工業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響が継続しており、景気は悪くなる。
	▲	非鉄金属製造業（業務担当）	・自動車関連の製品の出荷が減少してくる。
	▲	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で製造業を中心に設備投資が先送り傾向にあり、今後の受注が予想できない。
	▲	金融業（貸付担当）	・経済活動や消費行動が少しずつ元に戻りつつあるとはいえ、取引先の資金繰り改善までには相当の時間を要する。新型コロナウイルスの第2波も予想されることから、予断を許さない状況が続く。
	×	繊維工業（監査担当）	・売上の大幅な減少で小売店の資金力が弱まっている。今後、資金の行き詰まりによる廃業や倒産が懸念される。
	×	化学工業（経営者）	・特に自動車関連部品を製造している取引先は既に生産調整に入っており、それに伴い足元の受注量が大幅に減少している。先行きの見通しも付かず不透明な状況であるため、今後も景気は悪くなる。
	×	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量が減少し、景気は悪くなる。
	×	電気機械器具製造業（総務担当）	・機械装置の製造、販売についてはいまだに再開されていないものもあり、当面の間は、新規案件の受注も難しいことから悪くなる。
	×	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・商談再開やマーケットの回復に1年程度の時間が掛かるため、景気は悪くなる。
	×	建設業（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響による営業活動の制約が秋以降の受注に悪影響を及ぼす。
	×	輸送業（総務・人事担当）	・中国向けの荷動きが低調であり、中国経済の動向次第では更なる悪化もあり得る。
雇用関連	◎	—	—
(中国)	○	人材派遣会社（経営戦略担当）	・6月に入り、求人数は回復傾向にあり、今後も景気は良くなる。
	○	新開社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスが終息傾向にあることで、企業活動が回復しつつあり、消費者の購買活動の悪化も底を打った感があるため、今後景気は良くなる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・景気が浮揚するというよりは、新型コロナウイルスの影響で停滞気味だった経済が最悪期を脱するという程度で、今後も厳しい状況が続く。

□	人材派遣会社（社員）	・海外では依然として新型コロナウイルスの感染拡大が広がっており、世界経済の停滞状況は変わらない。ただ、国内では景気に持ち直しの兆しがあり、採用も徐々に増加している。このまま新型コロナウイルスの第2波、第3波が来なければ例年の状態に戻る。
□	人材派遣会社（支店長）	・今のままであれば景気に変化はないが、新型コロナウイルスの第2波が来ると今よりも一気に悪くなる。
□	求人情報誌製作会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの第2波が来るのか、来るのであればいつからどの程度の影響を及ぼすのかが不明であるため、先行きは不透明である。
□	民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	・海外では依然として新型コロナウイルスの影響が大きく、外国向け製品を扱う地元製造業の中には人材採用を控える企業が多数ある。それに伴い、そうした企業の取引先や物流企業などの求人も見通しが立たない状況が続く。
□	学校〔大学〕（就職支援担当）	・景気の悪い状況がしばらく続く。
▲	求人情報誌製作会社（広告担当）	・先行きの見通しが立たない企業が多く、2021年度の採用についても、採用予算、採用人数共に良くて今年並み、8割の企業が減らす予定である。サービス業や建設業などは業績が大幅に悪化しているが、人材不足のため採用は継続する。鉄道会社、航空会社、旅行会社などは学生の人気が高いが、新型コロナウイルスのため業績が大幅に悪化しているため、採用を控える傾向にあり、そこを目指して就活をしてきた学生にとっては厳しい現実となる。
▲	職業安定所（事業所担当）	・新型コロナウイルスの影響がいろいろな業種に現れ、雇用調整助成金等の申請相談も5月から増加傾向にあり、雇用環境の悪化が継続する。また、雇用保険関係を前年同期と比較すると、3～5月にかけて適用事業所数や被保険者数は微増で推移、資格喪失者数は大幅に増加している。
▲	職業安定所（雇用関連担当）	・景気回復の明るい材料がないため、今後景気は悪くなる。
▲	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・積極的に新卒採用を行う企業が減少傾向にあるため、今後景気は悪くなる。
×	人材派遣会社（支社長）	・新型コロナウイルスによる休業や契約終了は一段落したが、次の契約更新が集中する9月末に我慢していた派遣先での終了が一定数出る可能性がある。産業全体の景気が上向いていくのはまだまだ先である。
×	職業安定所（所長）	・新型コロナウイルスの影響で特に宿泊業・飲食サービス業では雇用環境が急激に悪化しており、求人募集の取りやめや採用計画の見直しをする事業所が出てくる。
×	その他雇用の動向を把握できる者	・新型コロナウイルスに係る自粛要請は解除されたものの、第2波への警戒感から3密を避けた経済活動を強いられることになり、景気回復は当面困難である。