

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (中国)	◎	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス慣れが進んだのか例年どおり忙しい。
	◎	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・卒業、入学などの祝いで外食利用の機会が増加する時期とGo To Eatキャンペーンの利用期間が重なり、売上が大幅に増加している。
	◎	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・2月に時短営業も解除され、来客数も徐々に増加傾向にあり、3か月前の年末と比べると、かなり改善している。
	○	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、県外からの来客数も増加している。新年度を控え、人の移動が期待される。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの発生から1年が経過し、販売量が前年並みになっている。年配の人が肌着をまとめ買いする動きが出ているが、重衣料は単品でしか動いていない。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生前の状況までには戻っていないものの、特に中旬以降、週末のファミリー層やヤング層の来客数が多くなっている。卒業式や卒園式が実施されているため、オケージョンや返礼ギフトの需要も出ている。
	○	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが落ち着いてきていることや、気候が良くなっていることもあり、来客数が徐々に回復している。非常に売上の落ち込んだ婦人服も改善傾向にある。
	○	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・緊急事態宣言の影響で、県境を越えた買物ができないため、地方店舗での地元住民の消費は、かえって、上向き傾向にある。また、株価の上昇も消費に好影響を与えている。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・まだまだ厳しい状況ではあるが、2月後半から3月にかけて新型コロナウイルスの感染者数が減少したこと、客の購買心理が改善、来客数も少しずつではあるが増加してきている。
	○	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・来客数や売上が前年を上回っている。また、イベント動員も新型コロナウイルスの影響を余り感じられなくなってきている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・週末に限らず、平日も来客数が回復してきており、買い回り金額も増加している。
	○	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・来客数、客単価共に前年を上回っている。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数は前年割れであるが、客単価が回復傾向にある。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年割れであるが、回復傾向にある。
	○	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・週末の人の動きが良くなり、来客数や売上が増加している。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・経済活動の再開や各種イベントの増加で、人の流れが一時期と比べ良くなっている。日中の来客数も前年を上回ってきており、特に週末にその傾向がみられる。
	○	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除で少しは売上が戻ってきているが、自粛ムードが続いているため、元に戻るには時間が掛かる。
	○	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・3月の販売量は前年比115%と、徐々に良くなっている。
	○	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・客の動きも良くなり、購買意欲も感じられる。一時のひどい状況と比べると、景気は良くなっている。
	○	その他専門店〔和菓子〕（経営者）	来客数の動き	・人々が新型コロナウイルスに慣れてきたのか、人出が増えている。
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・県内の新型コロナウイルス感染者数も落ち着き、気温の上昇や春休みに入ったことで、客の動きも良くなっている。夕方以降の来客数は依然として少なめであるが、徐々に増加しつつある。	

○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・自粛の緩みもあり、来客数は増加傾向にある。
○	観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・前年と比べるとまだまだであるが、緊急事態宣言が解除され、3か月前と比べてやや来客数が戻っている。
○	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の解除を機に、観光客は少ないが、ビジネス需要が増加し、宿泊の稼働率も50%台に戻ってきている。レストランは営業縮小をしているが、卒業、入学、入社などイベントに絡む予約が増加している。4月からはGo To Travelキャンペーン再開を期待し、営業縮小を解除し全面営業に戻す予定である。
○	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・春休みに入り、プロ野球の開幕や桜の開花など街に出かけたくなるような雰囲気が出てきている。地元客のレストラン予約も徐々に回復してきている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスが完全に終息したわけではないが、ワクチンの接種が始まり、都心部の緊急事態宣言も解除され、客の自粛意識が弱まりつつあるようで、街中の人通りも増えている。それにより売上も多少増加している。
○	タクシー運転手	単価の動き	・売上が2～3割減少している。
○	通信会社(総務 担当)	販売量の動き	・放送・通信サービスの新規加入件数が増加している。
○	観光名所(館長)	来客数の動き	・関西3府県の緊急事態宣言が解除され、気候も良くなってきたことで、行楽地への人出が増加しており、来客数も増加傾向にある。
○	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス対応で予約制となっているため、来客数が大幅に増加するにはまだ時間が掛かる。ただ、来客数は増加してきている。
○	住宅販売会社 (営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスが落ち着いてきており、景気はやや良くなっている。
○	住宅販売会社 (営業所長)	販売量の動き	・客単価は減少しているが、来客数は微増である。マイホーム計画や購入の動きは徐々に回復している。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街の人通りは少し元に戻っている。
□	商店街(理事)	お客様の様子	・緊急事態宣言は地方都市には直接関係ないかもしれないが、マスコミによる報道で自粛ムードが続いている。ただ、緊急事態宣言解除後、ストレス解消のために買物に出掛ける動きもある。
□	商店街(代表者)	販売量の動き	・人出は増えているが、商品の購入には結び付いていない。
□	一般小売店[茶] (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍で、業界間で業績に極端な格差が生まれている。
□	一般小売店[食品] (経営者)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で、食品スーパーは好調である。来客数は前年に及ばないものの、客単価は前年を上回っており、売上も好調に推移している。
□	一般小売店[洋裁 附属品](経営者)	来客数の動き	・暖かくなってきて、来客数が多少増加してきている。商店街の客もゆっくりと買物をしている。
□	百貨店(経理担当)	販売量の動き	・前年開催できなかった物産展の開催やサテライトショップのオープンで売上は増加したが、観光部門は低調で、全体では新型コロナウイルスの感染拡大の影響で大幅に落ち込んだ前年をやや上回る程度である。
□	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・来客数が新型コロナウイルスの影響が出始めた前年と比べると上向いているものの、一昨年よりは減少しており、厳しい状況が続いている。
□	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・旅行に行けない反動もあるのか、数百万円のジュエリー等が売れている。
□	スーパー(店長)	販売量の動き	・売上は前年並みで推移している。
□	スーパー(店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で来客数の減少が続いており、買上点数は微増であるが、来客数の減少を補えない。

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・前年は新型コロナウイルスによる大きな特需があり欠品が続く状況だったが、競合店が増加し、買い回り傾向が出ている。固定客の来店頻度も減少しており、まとめ買いになってきている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年比88.2%となっている。特に週末の来客数の減少が大きい。観光客や家族連れの客が戻らない状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・例年は春先から商品がよく売れるが、現在は余り売れていない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・街の人の出が少なく、活気がない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は減少しているが、客単価は上昇している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	単価の動き	・来客数は前年を上回っているが、客単価が低下しているため、売上は変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・3月の決算期で販売台数がもう少し伸びる予測だったが、前年並みで推移し、大幅に伸びていない。新規客も余り増加していない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が減少している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [時計]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍ということもあるが、来客数が少ない。人口減少も関係あるのかもしれない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [土産物]（経営者）	来客数の動き	・団体客がほとんどなく4月もバスの乗り入れ予約は少ない。個人客で何とか維持しているが、土産品の売上は下げ止まっている。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが落ち着いてきて、2月と比べ来客数が増加してきている。ただ、県外ではまだこう着状態が続いており、気を許せない状況である。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（事業戦略担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、来客数が少し回復するのではないかと予想していたが、今のところ変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されてから、ようやく人の動きが出てきている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（副支配人）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で宿泊客は減少しており、宴会利用も全くない状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・1都3県の緊急事態宣言が3月下旬に解除されたが、ビジネス、観光共に自粛傾向が継続し、低迷している。自治体による地域限定の宿泊支援策により一部に増加傾向がみられるものの、温泉旅館に集中しているため、効果は限定的である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・旅行業の景気は回復していない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・まだまだ旅行を始めレジャーを楽しむような雰囲気ではなく、Go To Travelキャンペーン事業も停止しており、復活の兆しはない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・暖かくなり、昼の乗車率が良くなっているが、夜の乗車率が良くないため、変わらない。
<input type="checkbox"/>	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料の支払延滞や回収状況を注視しているが、大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが落ち着いたものの、先行き不透明感があるため、景気は下げ止まっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続いており、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスが落ち着いてきているものの、ワクチンへの期待が大きいわけではなく、消費行動は抑制されたままである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響でリモート等が増加しており、インターネット環境を必要としている客がいるため、特に変化はない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの先行きが不透明なため、景気に変化はない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言は解除されたが、団体の予約が少ないため、予約状況は良くない。

	□	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・売上がほぼ横ばいである。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍で、客が住まいに関する支出を控えている。
	□	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・ガソリン価格の高値変動が影響し、木材価格や建材価格も値上がり傾向である。住宅建築の需要も好転する兆しがなく、厳しい状況が続いている。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントなどは新型コロナウイルス対策を徹底して開催しているが、依然として、前年の8割くらいの来客数で推移している。
	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・子供服に対する需要がなくなり、売上が低迷している。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスが発生して以降、売上は前年を上回っていたが、1年が経過し、売上は前年を大幅に下回っている。
	▲	スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・来客数は微増であるが、新型コロナウイルスが落ち着いてきて、まとめ買いが少なくなっている。
	▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上は前年比104%、来客数は前年比118%となっている。長期にわたる新型コロナウイルス対策の自粛の疲れと慣れからか、客の流れが再び郊外から中心部、路面店から大型ショッピングモールへと戻る傾向がある。この時期の核である引越しや新生活関連の商戦も例年と比べて低調である。
	▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・客単価が徐々に低下している。
	▲	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・客単価の上昇により、売上は前年を上回っているものの、来客数は前年を下回っている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、客の購買意欲が低下しているため、景気はやや悪くなっている。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・3月の売上は前年を下回っている。巣籠り需要がなくなり、通常商品の客単価が低下している。先行き不安もあり、客の購買意欲も低下している。
	▲	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で外出者が減少していることもあり、来客数が減少している。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・例年の春商戦より販売量が少ない。
	▲	その他専門店 [布地]（経営者）	お客様の様子	・県民が新型コロナウイルスに感染しないように最大限の注意を払っているため、街に買物に出掛ける人が非常に少ない。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・日中はまだしも、夜の動きは良くない。
	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・一部の業種で景気が回復しているようだが、商店街では景気は良くなっていない。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・3か月前の年末に比べると来客数、販売数共に減少している。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・接待を伴う飲食店業界は新型コロナウイルスの発生源のような捉え方をされており、正に最悪の事態が避けられなく、3月末で廃業する。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客に新しい商品を買おうという意欲がみられない。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・客の動きが多少良くなっているが、飲食業等の景気は元に戻っていない。
企業動向関連	◎	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンターやIoTに関する引き合いが以前と比べ明らかに増加してきている。年度末という理由もあるかもしれないが、販売量は確実に増加している。
(中国)	○	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・景気は徐々に良い方向に動き出している。
	○	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や生産量が堅調に伸びてきている。
	○	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・年明け辺りから、徐々に受注量が増加している。
	○	輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が堅調に推移している。
	○	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、テレワークが推進され、全産業で電子商取引が加速している。特に医療分野や教育分野では、サービスのオンライン化で、ビジネス環境が変化している。

	○	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・1～2月の受注量は前年の6割程度と厳しい状況であったが、3月に入り9割程度まで戻ってきている。
	○	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・対面型業務やマーケティング関連分析業務等、一時延期したり、中止したりしていた業務が回復傾向にある。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が続いているため、相変わらず厳しい状況が続いている。
	□	繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・全国的に前売り状況はほぼ例年並みに推移している。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、受注や売上は前年を下回っているが、ここ数か月は安定して推移している。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・客の動きに変化がない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注価格や販売価格の動き	・金属価格の高値安定で収益を確保している。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が生産能力の40%程度しかなく、雇用調整助成金を活用して週1回帰休を行っている。この状況は3か月前と変わっていない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が例年を下回る状況が続いている。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注予定の物件が先延ばしになることはあるが、失注とはなっていない。予定技術者のやりくりは必要なものの、繁忙な状況の改善につながっている。
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響を継続的に受けている企業は少なくないが、業況が著しく悪化している企業は目立っていない。
	□	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・地元の自動車完成車メーカーの世界販売は、期待した新型車が伸びず低調が続いている。このため、系列の自動車部品メーカーの受注は、黒字確保ができていないものの、ピーク時の9割程度にとどまっている。
	□	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数や成約件数がほぼ横ばいとなっている。
	□	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、受注量が減少し、販売量も増加しない。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・食事が徐々に家庭内から外食等に移っているのか量販店からの注文が前月と比べ5～7%減少している。
	▲	食料品製造業（総務担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言が解除され、外出する人が増加しているが、まだまだ飲食店に対する規制が続き、商品の動きが鈍い。
	▲	窯業・土石製品製造業（総経理担当）	受注量や販売量の動き	・回復傾向にあった生産が減少している。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で部品価格の値上げ等があるものの、商品価格に転嫁することが難しく、経費の圧迫がある。また、特定の海外拠点において、感染者数が大幅に増加していることから、事業活動に制限が出ている。
	×	コピーサービス業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・年度末特需により年間で受注量が最も多い時期であるが、特需のレベルではなく、通常月を少し上回る状況にとどまっている。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・各業種で求人数が増加してきている。特に医療系は求職者の動きも活発になってきており、新型コロナウイルスの一段落を受けて、シベリアに反応していた医療従事者も動き出している。
	○	人材派遣会社（経営戦略担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年並みに回復してきている。

○	求人情報誌製作会社（広告担当）	周辺企業の様子	・緊急事態宣言が解除され、少しずついろいろな企業が稼働し始めている。工場などは出勤規制があり、フル稼働ができないため、部品がなかなかこないなどの理由で景気は低迷していたが、それも徐々に解消されている。新車のディーラーは苦戦しているが、中古車ディーラーは活況を呈している。イベントの中止に伴いダイレクトメールの発注も激減していたが、徐々に復活の兆しを見せている。
○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス発生から1年が経過し、地域の企業が、感染対策、雇用対策、業態変更等の業務上の対応を進めてきたことから、落ち着きを見せており、新たなスタートの動きを感じる。
○	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・採用意欲を失っていた輸送用機器関連メーカーが少しずつではあるが人員を増強し始めている。
○	民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	求人数の動き	・製造現場の求人数が増加しており、新型コロナウイルス禍で派遣を利用しなくなった企業も再度、派遣会社を通じて人材確保に動き出している。
○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・新卒対象の求人数が前年と比べ増加しており、景気は上向き傾向にある。
□	人材派遣会社（支店長）	採用者数の動き	・求人情報、求職者情報は共に前年と比べ増加しているが、成約数が比例していない。双方のニーズに食い違いがあるため、有効求人倍率は上昇しているが、就職にはつながっていない。
□	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・求人数が前年を下回っている。
□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数を前年と比べると29.1%の減少、有効求人数も前年と比べると22.5%の減少となり、新型コロナウイルスの影響による厳しい雇用情勢が続いている。直近3か月の新規求人数を前年と比べても21.8%の減少、産業別でも建設業、不動産業・物品賃貸業、医療、福祉など一部の業種を除いて減少している。2月の有効求人倍率は1.57倍、2月末の新規学卒対象の求人状況を前年と比べると、高卒で求人数が25.3%の減少、大卒等では求人数が24.4%の減少となっている。
□	学校〔大学〕（就職支援担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響が続いているため、景気は変わらない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、経済活動が活発化していない。
▲	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、複合サービス業が前年と比べ9割減少しているのが目立っている。通常、継続して募集している農協関係の求人が控えられていることが大きい。また、宿泊・飲食業でも新型コロナウイルスの影響で求人が少ない状況が続いており、求人全体でみても2割の減少となっている。
×	—	—	—