

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)	◎	－	－	－
	○	商店街（代表者）	競争相手の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、自粛疲れで外出者が増加しているため、人通りが多くなっている。
	○	一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で、巣籠り需要が堅調な上に、緊急事態宣言が発出されて、より一層売上が好調に推移している。来客数、客単価がいずれも前年を2～3ポイント上回っている。
	○	一般小売店〔靴〕（経営者）	お客様の様子	・3か月前は売上が前年に比べ50%減少している状況で、新規問合せも前年に比べ90%減少していたが、今月は新規問合せが回復しつつある。来月に向けて新規受注を見込める状況である。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で、人々に不安があるなかで、新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいることへの安心感や東京オリンピック開催の話題などで、何か人の心が良い方向に向かっている。それに伴い、売上も少しずつ回復している。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・プレクリアランスセールが始まり、売上が順調に回復していたが、クリアランスセールに入り、一般客の来店が盛り上がっていない。
	○	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・衣料品の不振もあり、前々年と比べると、売上は減少しているが、前年と比べると回復傾向にある。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数が回復傾向にある。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍ではあるが、来客数も販売点数も回復傾向にある。客が午前中に集中する動きは変わらないが、週末を中心に確実に回復している。まとめ買いの動きが大きくなっており、冷凍食品について特に顕著である。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されたが、来客数は前年並みで、販売もやや上向いている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数は上昇傾向にある。父の日の売上も前年を上回っている。外食が減った分、催事に関しては家でプチゼイたくをする傾向にある。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響もあり、今月に入り、来客数が前年を上回っている。
	○	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数、客単価がいずれも上昇している。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・6月に入り、本部で販売促進活動を実施しているため、依然として、来客数は伸び悩んでいるものの、売上は回復している。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	販売量の動き	・経済活動、レジャー、イベントが少しずつ再開し、主力商品の販売数量が回復傾向にある。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言中は大型商業施設等が土日祝日休館だったこともあり、来客数が比較的多くなっている。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・6月に入り、金曜日に職場関係の少人数の利用が出てきている。土曜日や日曜日の家族の利用も元に戻りつつある。新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、客の安心感が出てきている。
	○	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受け、低迷していた宿泊の稼働率も徐々に回復傾向にあり、完全に止まっていたレストラン予約の問合せもやや増加してきている。全体的にはまだ前々年と比べ3割程度の回復であるが、新型コロナウイルスのワクチン接種の拡大で、駅中心の商業施設も人出が増加してきている。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、店も開き始め、20時くらいまでの売上はやや良くなっている。
	○	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・1日平均の売上が3か月前と比べ、少し増加している。
○	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍でも、客の来場意欲や購入意欲は高くなっている。	

○	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・前年の7割まで落ち込んでいたモデルハウスの来客数が9割近くまで回復してきており、完全予約制イベントを開催しても早い段階で予約が埋まっている。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街の人通りは少しずつ元に戻りつつある。
□	百貨店(経理担当)	販売量の動き	・外出を自粛する人が多いようで来客数が前年を下回っている。売上も前年を下回る部門が多くなっているが、学生服、美術品、貴金属は前年を上回っている。
□	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除された前年と比べると、来客数が少ない。
□	百貨店(営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響もあり、前月後半から来客数が減少している。感染者数が減少しているのに、平日の来客数も少ない。セールがスタートしたが、前年以上にゆっくりとした動きとなっている。
□	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・数百万円的美術品や200万円くらいのブランドバッグが売れており、売上は好調である。
□	スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数が増加しているのが特売日のみで、来客数の減少が続いているため、売上が伸びていない。
□	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・来客数は前年を上回っているが、前々年を超えていない。
□	衣料品専門店(代表)	来客数の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、来客数は元に戻らず、景気は悪い状況で推移している。
□	家電量販店(店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスが終息する気配がなく、客の消費意欲が低下している。
□	乗用車販売店(統括)	販売量の動き	・6月の販売台数は前年比88%で、大変厳しい状況である。半導体不足で生産制限が設けられていて、車両がない状態である。
□	自動車備品販売店(経営者)	販売量の動き	・良くも悪くも動きがなく、前年並みで推移している。
□	その他専門店 [時計](経営者)	来客数の動き	・梅雨時で、来客数が減少しており、購買にもつながっていない。
□	その他専門店 [和菓子](経営者)	来客数の動き	・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。
□	その他小売 [ショッピングセンター](支配人)	お客様の様子	・新型コロナウイルスが落ち着いた3か月前と同様の状況である。緊急事態宣言が解除されても、客の警戒感が強く、一気に回復とはいかない状況である。特に、夕方以降の来客数が依然として厳しく、業種別では、飲食が引き続き厳しい状況である。
□	高級レストラン (事業戦略担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生以降、景気は変わらない。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・職場関係や家族での利用が減少している。
□	バー(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルス禍の時短営業などもあり、景気は良くならない。
□	その他飲食 [サービスエリア内レストラン](店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が続き、景気は変わらない。
□	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が影響し、観光客、ビジネス客のいずれも動きが鈍い。特に大会や団体の利用がほとんどない状況である。一方で、地元県民対象のキャンペーン効果により、地元の利用客は増加している。
□	旅行代理店(経営者)	競争相手の様子	・若い人の新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいないため、景気に変化はない。
□	旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されたが、まだまだ旅行という雰囲気ではなく、売上は停滞したままである。現状では東京オリンピック・パラリンピックが景気回復の契機となる可能性も低く、新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、Go To Travelキャンペーンが復活した段階である程度需要が回復してくる。

□	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの状況が良くならないため、客の自粛傾向が続いている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・6月は新型コロナウイルスのワクチン接種も進み、客の動きも出てきたが、依然として、夜の乗車率が上がっており、3か月前から余り変わっていない。
□	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、緊急事態宣言も解除、感染リスクは下がっている。ただ、サービスに対する関心が上がり、消費が復活するタイミングはまだ先である。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言下で、消費対象が限定されている。
□	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・客の様子を見る限り、景気は変わっていない。
□	通信会社（経理担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されたが、まだまだ人の動きが活発ではなく、景気は余り変化していない。
□	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・政府の新型コロナウイルス対策が国民目線でないことが原因で国民が疲弊しているため、客の購買意欲も低下傾向にある。
□	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・客の話題が自粛から新型コロナウイルスのワクチン接種の話題に変わりつつあり、集客の改善が進んでいるようにみられるが、予約は伸びていない。
□	設計事務所（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス禍で、客からの引き合いが減少していることに加え、木材のコストアップや品薄からプロジェクトが停滞している。
□	設計事務所（経営者）	単価の動き	・現在、建築関係はウッドショックが発生して、木材が不足し、調達が難しくなっている。全体価格も上昇、契約後の変更もできない状態で苦慮している。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・客の購買意欲が低下しており、本当に必要な商品しか購入してもらえない。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、旅行や外食に活気がない。
▲	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、来客数が少し増加しているが、売上にはつながっていない。
▲	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・来客数、販売量がいずれも前年の90%前後と非常に厳しい状況が続いており、先が全く見えない状況が続いている。
▲	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・緊急事態宣言の解除や新型コロナウイルスのワクチン接種の進行により、来客数、売上はいずれも少しずつではあるが、回復しつつある。
▲	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・5月16日の緊急事態宣言発出以降、前年比99%の既存店売上が、6月21日の緊急事態宣言解除後、前年比97%になっている。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・3か月前と比べ、客単価が低下している。
▲	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上は前年比97.9%、来客数は前年比103.7%となっている。緊急事態宣言下であったため、チラシ広告、イベント等については全て中止となり、集客面においてかなり苦戦している。食品や化粧品といった日常消耗品は比較的好調に推移しているが、それ以外の家具、収納用品等は低調である。
▲	コンビニ（支店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、人の動きや心理が変化したままで、週末の数字が元に戻らない。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいるが、依然として、客が外出を避けている。
▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出され、新規の来客数が大幅に減少し、フェアを実施しても増加していない。
▲	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・来客数が減少し、客の購買意欲も低下している。
▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいるが、まだ安心して街に買物に出掛ける人が少ない。
▲	その他専門店〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・休業や時短営業を余儀なくされ、営業を再開しても客はすぐには戻っていない。

	▲	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	・5月16日からの緊急事態宣言もあり、平日も土日でも来客数は少ない。自粛疲れで休日に出歩く人も多くなっているが、目的買いの客が多いようで、それ以外に金を使う雰囲気がない。
	▲	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出で、来客数が大幅に減少している。
	▲	放送通信サー ビス (総務経理担 当)	お客様の様子	・料金延滞の件数がやや上向きに推移している。
	▲	美容室 (経営 者)	お客様の様子	・とにかく客が来ない。
	▲	住宅販売会社 (営業所長)	お客様の様子	・6月の緊急事態宣言時の行動自粛促進により、客の動きが鈍くなっている。
	×	商店街 (理事)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、景気は悪くなっている。
	×	一般小売店 [眼 鏡] (経営者)	来客数の動き	・県外の人移動を控えているためなのか来客数が減少している。
	×	家電量販店 (店 長)	販売量の動き	・前年は単価需要や特別定額給付金による需要があったが、今年はそれがいないため、売上の低下が激しい。
	×	家電量販店 (企 画担当)	来客数の動き	・近隣に競合店がオープンしたため、来客数や売上が減少している。
	×	乗用車販売店 (営業担当)	来客数の動き	・来客数がかなり減少し、夕方になると客が余りいない。
	×	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されたが、客の自粛が習慣的になってきたためか、外出者数が増加していない。
	×	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・2度目の緊急事態宣言の発出で、20日まで店舗休業、21日から営業を再開したが、来客数は完全には戻っていない。県からの要請で20時までの時短営業となっているため、夜の売上が非常に少ない。時短要請に従っていない近隣の店舗に客が流れるなど非常に厳しい状況が続いている。
	×	観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出により、宿泊予約のキャンセルが相次いでいる。3か月前と比べて、景気は良くなっておらず、売上の見込みが全く立っていない。
	×	観光型ホテル (副支配人)	来客数の動き	・緊急事態宣言が発出されたことで施設が休業となったため、人の動きが全くなくなっている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・緊急事態宣言で夜の勤務ができなくなったため、悪くなっている。
	×	通信会社 (広報 担当)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で、客が価格の安さにしかな興味を持たない状況となっている。
	×	観光名所 (管理 担当)	販売量の動き	・5月15日～6月20日まで緊急事態宣言で施設を休館にしていたため、売上がない。
	×	美容室 (経営 者)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響が続き、店での滞在時間を短縮するため、クイックメニューを選択する客が増加し、客単価が低下している。
企業 動向 関連	◎	輸送用機械器具 製造業 (経営 者)	受注量や販売量 の動き	・若干生産が低下しているが、好調である。
(中国)	◎	通信業 (営業企 画担当)	受注量や販売量 の動き	・緊急事態宣言の間もデータセンターやITに関する引き合いは増加している。客が今年度計画しているIT投資について達成に向けた動きが活発化してきている。
	◎	通信業 (営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・5月期の販売量は前年の30%と大きく低迷したが、緊急事態宣言の解除が近づき始めた頃から客の購買意欲が急激に回復し、6月期の販売量は前年の90%近くになると見込んでいる。さらに、7月期は引き合いの強さから前年超えも期待できる。
	○	繊維工業 (監査 担当)	受注量や販売量 の動き	・閑散期だが、例年と比べ5月以降の荷動きが活発である。例年、ほとんど受注がない時期だが、受注も好調に推移している。
	○	化学工業 (総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・自動車産業の半導体不足問題等、懸念材料はあるが、景気は徐々に良くなっている。

○	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・生産量が増加している部門があり、時間外労働も多くなっている。
○	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注が堅調である。
○	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工作機械や造船向けの受注が増加してきており、工場は定時工数割れから脱却している。新型コロナウイルス禍で人員を減らしているため、納期対応が課題となっている。
○	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・消費財関連、自動車関連の生産や出荷が増加している。
○	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の対象地域となったため、インターネット通販の需要がかなり増加している。新型コロナウイルス禍で外出を自粛した消費者が、あらためて電子商取引の利便性に気づいてきている。
○	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・コンサルティング分野においては、事業再構築支援などの補助金取得支援業務が増加、アウトソーシング分野においては、間接部門のアウトソーシング業務受託が増加している。
□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が解除されたが、景気は変わらない。
□	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売は良くなったり、悪くなったりの繰り返しで、平均すると変わらない。
□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、少し落ち着いている。しかし、変異株など関東圏を中心に再拡大の兆候があるため、しばらくは新型コロナウイルスとの攻防戦が続く。
□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響もあり、景気に大幅な変動はない。
□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・金属素材や電子材料関係の受注は堅調に推移している。また、非鉄金属価格も高値で推移している。
□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・次世代通信規格である5Gの市場拡大に伴い、プリント基板製造装置の受注量が増加している。
□	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・取引先の生産台数が半導体不足の影響で減少している。
□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・建設業の特性で、新型コロナウイルスの受注への影響は数年後に表面化する。現状は資材の価格上昇や納期遅延が多少あるものの、大きな影響は実感していない。
□	輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・受注数量は堅調であるが、新型コロナウイルスの影響を受けた業種からの受注は新型コロナウイルス発生以前に戻っていない。
□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言の対象地域でなかったこともあり、緊急事態宣言が発出されても取引先の業況は大幅に変化していない。
□	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・地元完成車メーカーの生産は、主力車種の販売伸び悩みに加え、半導体不足の影響から、計画をやや下回る水準となっている。このため、系列の地元部品メーカーの多くの受注がピーク時の9割程度になっている。
□	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数や成約件数が前月並みとなっている。
□	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、受注量や販売量が上向かない。
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・量販関係の受注が回復傾向にあり、宅配ギフトの受注も上向いているが、全体では依然として厳しい状況が続いている。
▲	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	・客からの受注量は、毎月、内示に比べて大幅な減少となっている。
×	*	*	*
◎	—	—	—

雇用

関連 (中国)	○	人材派遣会社 (支社長)	求人数の動き	・間接業務である事務求人においても求人数が回復している。
	○	人材派遣会社 (支店長)	求人数の動き	・増員や体制強化などを目的に、求人数が前年に比べ大幅に増加している。
	○	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	求人数の動き	・製造業や建設業を中心に4月の求人倍率が上昇、5月は緊急事態宣言下で低下したが、依然として採用人数が予定に達していない企業が6割である。
	○	学校〔大学〕 (就職担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響を受け、業績が低下している企業が多いが、将来を見据えて採用活動を実施している企業も多く存在している。
	□	求人情報誌製作 会社(広告担 当)	採用者数の動き	・前年の同時期と比べると、学生の動きは早く、緊急事態宣言地域を中心に対面の面接形式からWebの面接形式に変更になっても特に大きな問題はなく、採用選考が進んでいる。前年は手探りのWeb面接だったが、新型コロナウイルスの発生から1年以上が経過し、企業のWeb化は進み、学生もWeb面接には随分と慣れた様子である。その分学生の見極めは難しくなったという企業が増加している。
	□	職業安定所(所 長)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、繊維関連や宿泊関係の新規求人数が大幅に減少している。業種や取扱品目により繁閑の差が大きいのが、求人全体では横ばいとなっている。
	□	職業安定所(雇 用関連担当)	求人数の動き	・新規求人数は前年から12.1%減少している。派遣の製造求人が前年から大幅に減少したが、福祉では引き続き人手不足が続いている。業界により回復度合いに差が出ているため、景気回復が鈍くなっている。
	□	職業安定所(事 業所担当)	求人数の動き	・令和3年4月の新規求人数は前年から2.1%増加しているが、新型コロナウイルス発生前の前々年からは24.6%減少している。特に宿泊業や飲食サービスの求人減少が目立っている。また、全国規模で飲食業や小売業を展開する事業所からの求人が提出されていない状況である。
	□	民間職業紹介機 関(職員)	採用者数の動き	・採用時のハードルが高く、従来であれば内定が見込めそうな人材であっても、なかなか内定へとは結び付かない。業界に関係なく、選考が厳しくなっている。
	□	民間職業紹介機 関(求人・人材 採用担当)	求職者数の動き	・求職者で比較的多いのが、副業やWワークを希望する人、空いた時間のパートを希望する主婦、高齢者であり、新型コロナウイルス禍での社会不安から正社員での転職を希望する層の動きが鈍い状況が続いている。
	□	学校〔短期大 学〕(進路指導 担当)	求人数の動き	・6月1日から企業の選考活動が本格的に開始となったが、求人数に余り大きな伸びがみられない。
	□	その他雇用の動 向を把握できる 者	求人数の動き	・求人状況に特段変化はない。
	▲	人材派遣会社 (経営戦略担 当)	求人数の動き	・5月の緊急事態宣言発出以降、新規受注数が再び減少傾向にある。
	▲	求人情報誌製作 会社(経営者)	求人数の動き	・新型コロナウイルスに対する懸念が再燃している。景気は今が底である。
×	—	—	—	