

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)	◎	バー（経営者）	来客数の動き	・時短営業の解消で景気は良くなっている。
	○	一般小売店 [靴]（経営者）	来客数の動き	・4月末からの連休以降、新規来客数が減少し、6月は少し元に戻ったが、7月に入り、また、減少している。
	○	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・6月のプレクリアランスで、来客数や販売量が増加したが、7月のクリアランスでは客の動きが悪く、販売量は前年並みか前年をやや下回る状況である。
	○	百貨店（外商担当）	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、来客数や売上が増加している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いていたが、今月は、今年初めて、来客数が前年を上回っている。
	○	スーパー（店長）	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おり、近隣の外出者が増加している。3か月前と比べ、来客数はほぼ横ばいであるが、買上点数は徐々に増加している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・徐々にではあるが、来客数に回復の兆しが見え始めている。
	○	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数や単価が上向きに推移している。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生以前ほどではないが、経済活動や各種イベントの再開に伴い、朝、夕の来客数が回復している。
	○	コンビニ（支店長）	お客様の様子	・週末を中心に来客数が回復しており、土用の丑の日など催事商品の予約が好調である。
	○	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・販売にも少し動きが出てきている。
	○	その他専門店 [時計]（経営者）	単価の動き	・来客数は増加していないが、高額品を購入する客がいるため、客単価が上昇している。
	○	その他専門店 [土産物]（経営者）	来客数の動き	・地域共通クーポンによる割引が開始し、来客数が増加している。また、クーポンを利用して、少し高額なフルーツギフトなどを購入する客も出てきている。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	来客数の動き	・梅雨明けが例年より早く、新型コロナウイルスの感染者数も落ち着いており、感染者数が上向き傾向であった3か月前と比べると、客の動きは活発化している。ただ、県外や遠方からの客は見受けられず、土産品の販売増加等にはつながっていない。
	○	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	・自粛慣れなのか、客の新型コロナウイルス感染に対する危機感が低下しており、緊急事態宣言の解除以降、来客数が増加している。ただ、外に出て遊びたいため、自粛を意識しながらも外出してしまうという傾向が出ているだけで、財布のひもが緩んでいる感じはなく、客の購買意欲は高まっていない。
	○	高級レストラン （事業戦略担当）	来客数の動き	・夏休みに入り、多少なりとも動きが出てきている。
	○	都市型ホテル （総支配人）	来客数の動き	・首都圏や関西圏の利用者は依然として低迷しているが、自治体による地元県民を対象とした宿泊助成金制度により、マイクロツーリズムの利用者が増加している。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・3か月前と比べると、かなり良くなっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、感染者数が減少しているため、多少なりとも人出が増加しつつある。
○	テーマパーク （業務担当）	お客様の様子	・夏休みに入り、天候も夏らしくなっており、子供連れの客が増加している。	
○	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・電話投票の売上が若干増加している。	
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が薄れてきているが、消費には結び付いていない。	

□	商店街（代表者）	来客数の動き	・最近、新型コロナウイルスのクラスターが発生し、駅前の飲食店が時短営業になったため、余計に人の流れが悪くなっている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・前月までは人通りも元に戻りつつあったが、今月に入り、人通りが減っている。
□	一般小売店 [茶]（経営者）	販売量の動き	・輸出は少し伸びているが、国内の売上が悪く、全体では売上は前年を下回っている。
□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・7月前半は豪雨の影響で売上が低迷した。美術品や貴金属など高額品は順調に売れているが、衣料品は低調である。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・旅行や外出の予定がない客が多く、衣料品や雑貨類の販売に結び付かない。来客数も回復には至っていない。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種が進んでいることもあり、3か月前と比べ、来客数は増加しているが、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	・数百万円的美術品や数十万円のラグジュアリーブランドの商品が売れたりしている。
□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が改善しつつあり、週末を中心に若年層の来客数がやや増加しているが、高齢者の来客数は回復せず、依然として、全体では来客数は減少している。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は横ばい状況が続いている。新型コロナウイルス禍で、客の来店頻度が減少、まとめ買いをする傾向にあり、買上点数は微減となっている。客が割引デーに買物する傾向が強まっており、時間帯別では午前中に買物する傾向が強いため、夕方以降の来客数の伸び悩みが続いている。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・7月は豪雨などもあり、悪天候の日の来客数が大幅に減少したため、来客数は前年比90%で推移している。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・販売量は3か月前と変わらず、前年を若干下回っている。
□	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・販売数量が増加したものの、客単価が低下したため、売上は前年並みとなっている。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数や売上が伸び悩んでいる。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で、来客数や売上に変化はない。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・東京オリンピックの開催が景気に与える影響もなく、新型コロナウイルスの感染者数も増加する状況で、客の動きが止まっている。
□	家電量販店（店長）	単価の動き	・来客数が増加せず、単価も変化していない。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・数か月前から不景気が続いている。新型コロナウイルスの影響で、来客数や販売量の前年割れが続いている。
□	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されても、来客数が増加していない。
□	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で景気は変わっていない。
□	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言発出やまん延防止等重点措置の適用があったものの、来客数や売上は3か月前とほぼ変わらない。平日の若年層や、休日前日、休日のディナータイムの家族連れの利用が元に戻りつつあるが、会社関係の飲み会利用が全くない状態で、21時以降の利用は激減している。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・相変わらず新型コロナウイルスの話題が出るたびに、特にディナータイムの来客数が減少する。県内の感染者数が2けたに達してからは、特に自粛が目立っている。

<input type="checkbox"/>	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・7月11日までは時短営業の影響もあり、来客数が少ない状況で、前々年と比べると約50%の減少であった。12日以降、時短は解除されたが、来客数が元に戻ってきている様子はない。利用は常連客がほとんどで、以前のような会社関係の集まりや仕事の後の利用が少ない。
<input type="checkbox"/>	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いているため、景気は変わっていない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍で、休館日を設けることが多く、来客数が減少している。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (副支配人)	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きていることから、宿泊の間合せが若干増加しているようだが、新型コロナウイルス発生以前と比べると程遠い。
<input type="checkbox"/>	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、県の需要喚起施策に伴う宿泊需要が増加し、4連休には県内の旅行者で宿泊の稼働率が90%台となっている。また、夏休みに入り、通常営業になったレストランの利用者も増加している。ただ、平日の先行予約が鈍化しているため、実際には景気の回復感は弱い。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル (企画担当)	単価の動き	・単価下落から抜け出せない状況である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、旅行業は本当に厳しい状況である。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・7月前半は人の動きも良く、夜の利用も上向きだったが、後半は、新型コロナウイルスの感染者数の増加もあり、利用頻度が減少している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除され、多少、人の動きが出ているようだが、景気は足踏み状態である。
<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のワクチン接種が始まり、新型コロナウイルス感染症の終息に対する期待も高まったが、接種完了時期が遅れているため、社会活動の活発化へのはずみとなっていない。ネットに関する需要は高まっているが、一方で客のコスト意識も高いため、新サービスの訴求やサービスのグレードアップにつながっていない。
<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・人々が新型コロナウイルスに慣れてきており、新型コロナウイルスが経済活動や消費に与える影響は少なくなっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社(工事担当)	お客様の様子	・東京オリンピックは開催したが、新型コロナウイルスの影響で、景気は変化していない。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経理担当)	お客様の様子	・東京オリンピックが開催され、景気も少しは良くなるかと期待したが、新型コロナウイルスの影響で、景気は特に変化していない。
<input type="checkbox"/>	放送通信サービス(総務経理担当)	お客様の様子	・利用料の延滞額から判断すると、景気に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク (管理担当)	お客様の様子	・東京オリンピックが開催したが、景気は変化していない。
<input type="checkbox"/>	観光名所(管理担当)	来客数の動き	・5～6月は休業日があり、最悪の状態であったが、7月はようやく4月の状態に戻っている。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・東京オリンピックの開催や猛暑の影響もあり、直近の入場者が伸びていない。秋の予約は少しずつ増加している。
<input type="checkbox"/>	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、来客数は多くはないが、一定数はある。
<input type="checkbox"/>	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・前年の新型コロナウイルス感染症拡大から、引き合いが減少した状態が続いている。
<input type="checkbox"/>	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・今年度より行政からの木造住宅耐震化補助金が100万円となっているが、新型コロナウイルス禍では消費者のリフォーム意欲は高まらず、受注の動きが鈍いため、閉塞感は変わらない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスのワクチン接種も足踏み状態が続いているため、依然として慎重な姿勢の客が多い。

▲	商店街（代表者）	単価の動き	・客がどうしても買わないといけない商品しか購入しない。子供服の需要は大幅に減少している。
▲	商店街（理事）	お客様の様子	・客が自粛し、買物を控えているため、売上が減少している。
▲	一般小売店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・前年より来客数や客単価が減少している。
▲	一般小売店〔印章〕（経営者）	来客数の動き	・猛暑や新型コロナウイルスの影響で、客の購買力が低下している。
▲	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・豪雨被害の影響もあり、来客数が減少している。
▲	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響もあり、衣料品全般の売上減少が続いている。バーゲンセールについても、投入する商品数が減少していることもあり、盛り上がりがない。
▲	スーパー（財務担当）	単価の動き	・6月の緊急事態宣言解除後も、来客数、客単価、買上点数、売上がいずれも前年を上回っているが、緊急事態宣言中と比べると、全てが下回っている。
▲	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・買上点数が伸び悩んでおり、景気はやや悪くなっている。
▲	スーパー（販売担当）	単価の動き	・売上は前年比93%、来客数は前年比104%となっている。食品、生活必需品、小物商材は好調に推移しているが、衣料品、家具、寝装用品といった比較的高単価な商材は動きが鈍く、客単価はここ数か月で最も低調である。
▲	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・前年と比べると良くなっているが、前々年の水準には戻っていない。
▲	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感染者数が増加し、飲食店も営業時間の短縮を要請されているため、景気はやや悪くなっている。
▲	衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・例年は夏休み中の旅行に備え、客が訪れていたが、今年はない。東京オリンピックを家で観戦しているのか、来客数が少ない。
▲	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・近隣に競合店が出店したため、来客数が前年の7割程度まで落ち込み、売上也減少している。
▲	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・例年、エアコンに動きがあるが、今年はまだ動かない。
▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・半導体不足の影響で納期が掛かりすぎることもあり、なかなか商談が進まない。
▲	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感染者数が急速に増加し、街に人が出歩いていない。
▲	旅行代理店（支店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、繁忙期である夏季需要が伸びず、第1四半期の減収分をカバーすることができていない。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・売上の低迷が続いている。
▲	住宅販売会社（営業所長）	来客数の動き	・低価格帯の客の動きはあるが、高価格帯の客は動きが鈍い。1次取得者であるため、所得や自己資金の関係上、取り込みに厳しさを感じる。
×	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス、大雨、東京オリンピック開催の影響で人出が少なくなっている。
×	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスや東京オリンピック開催の影響で、人出は非常に少なくなっている。
×	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・7月の販売台数は前年比80%と大変厳しい状況である。
×	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が大きい。また、東京オリンピックが始まり、テレビ観戦で客が連休中も出歩かないので、来客数が減少している。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客が外出しないことが日常的になっており、外食産業も景気の悪い状況が続いている。
×	通信会社（広報担当）	来客数の動き	・客の購買意欲が低下している。

	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・通常メニューでなく、安い料金メニューを選ぶ客が増加している。
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	・好調ではないが、生産が上向きつつある。
(中国)	○	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、飲食店が営業を再開したので、少し良くなっている。ただ、新型コロナウイルス発生以前と比べるとかなり悪い。
	○	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	・大口案件に着手したため、生産量が増加し、それに伴い、基準外労働時間も多くなっている。
	○	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注動向に陰りが無い。
	○	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・下期以降の動きを受けて、引き合いが徐々に増加している。
	○	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注低迷のため前年2月より雇用調整助成金を活用して休業を行っていたが、受注が徐々に回復し、7月より全工場が休業がなくなっている。
	○	輸送用機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・台数が少し増加してきている。
	○	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・個人客はほぼ横ばいであるが、法人の株主優待品や個人商店のWeb取引が順調なため、荷動きはやや良くなっている。
	○	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・データセンターの需要や引き合いは、引き続き好調で、製造業、小売業、公共関係にかかわらず、一般的に引き合いがある。IT関連には、計画的な投資を行っている印象である。
	○	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・補助金、助成金関連業務が増加、高速道路等の共同精算事業である大口・多頻度割引対象通行量が回復しつつある。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・量販店からの受注はやや減少しているが、ギフトや産地直送品の受注は若干増加しており、全体では受注は余り変化していない。
	□	繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・閑散期のため、荷動きがほとんどなく、例年と変化はない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症は終息していないが、新型コロナウイルスのワクチン接種が進み、全体的には景気は横ばい傾向にある。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・様々な環境変化による対応が出てきている。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・電子、電池材料素材の販売量は高位で安定している。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言の延長による一部営業活動の制限や半導体不足の影響が出ているものの、継続して受注獲得ができている。
	□	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	・半導体不足の影響が継続し、受注量が通常期を下回っている。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き繁忙な状況が継続している。資材価格が上昇し、納期に日数を要するケースが増えているため、受注に向けての交渉段階での注意が必要な状況である。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・自動車部品や製紙関係の生産が若干回復傾向ではあるが、その他全体の荷動きは変わっていない。
	□	輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・一部業種からの受注は堅調であるが、新型コロナウイルスの影響で低下した業種からの受注は戻っていない。
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・地方では自粛ムードが続いており、特に、飲食業や観光業と取引の多い企業は目立った業績回復をしていない。
	□	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、受注量の伸び悩みが続いている。
	▲	食料品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルスや製品価格の値上げの影響で、景気はやや悪くなっている。

	▲	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国内生産が低下している。通常操業は月産8万台程度だが、新型車の販売伸び悩みや半導体不足で、月産5～6万台に減産している。このため、地元部品メーカーの受注は低水準で、金曜日を工場休止する企業もある。
	▲	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数が約18%、成約件数が約11%減少している。
	×	*	*	*
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営戦略担当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスのワクチン接種の運営補助業務など、一時的な需要の増加の影響もあり、景気は改善している。
	○	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	周辺企業の様子	・ここ数か月、企業からの新卒求人の申込みが増加しており、新型コロナウイルスの感染拡大が一時的に落ちてきた状況とあいまって、新卒採用に積極的な企業の活動が活発化している。
	□	人材派遣会社（支店長）	求職者数の動き	・求人数が落ち着いたことに伴い、4～6月に想定以上となった求職者数も少し落ち着いている。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス禍で、企業間の業況に格差が生じている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求職活動の長期化で求職者数が増加、緊急事態宣言解除後を見据えて新規求人数も増加している。新卒採用については、業種によって差はあるが、新型コロナウイルス発生前とほぼ同じ水準である。
	□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、新型コロナウイルスの影響で、宿泊業、飲食サービス業で大幅な減少が続く一方、運輸業は今後、ドライバーにも労働時間の上限規制が入ることを見越して早めに人員確保したい求人でも大幅増となっている。求人全体ではやや増加傾向となっている。
	□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・令和3年5月の新規求人数は前年から4.6%増加している。主な産業別にみると製造業、運輸業・郵便業、医療、福祉等で増加したものの、建設業や宿泊業、飲食サービス業は減少している。また、令和3年6月末現在の令和4年3月新規高等学校卒業予定者を対象とした求人数は、前年から6.5%の増加となったものの、新型コロナウイルス発生前の前々年から20.8%減少している。
	□	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・月間有効求職者数が令和3年1月より増加、毎月同数程度で推移している。一部求職活動が長期化する傾向がある。
	□	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・人選にかなり時間を掛け、納得いく採用ができなかった場合は、妥協せずに適任候補者が浮上するまで待つというスタンスが強くなってきている。また、採用条件もシビアになっている。
	□	民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の終息の見通しが立たず、求人に踏み切れない企業が多い。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・企業の採用に大きな動きが感じられない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、依然として、飲食業や宿泊業の求人が少ない状況にある。
	▲	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・盆休みの影響か、新型コロナウイルス第5波の影響か分からないが、求人数は減少傾向にある。

▲	求人情報誌製作 会社（広告担 当）	雇用形態の様子	<p>・就活生の8割が新型コロナウイルスが自身の就職活動に影響を与えていると考えている。面接で学生時代に力を入れたことを聞かれても、この1年間クラブ活動もアルバイトもままならず、ボランティアなどの課外活動もできていないため、2年生後半までのことしか話すことができなく不安を感じている。学生時代に頑張ったことをアピールする材料がないことを企業に理解してほしい様子である。就活がWebありきになっているが、Web環境が整っていない学生もいることを考慮してほしいという意見もある。長引く新型コロナウイルスの影響で、周辺企業でも業績が良い企業は少数で、人件費の削減のため、採用人数を若干減らす方向で検討している企業も出てきている。</p>
×	—	—	—