

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 〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・既存客が戻ってきている。
	○	百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少で、婦人服の売上の前年比が上昇傾向にある。その他の商材の売上は、依然として減少傾向が続くが、近隣イベントも開催されつつあり、徐々に回復してきている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は前年比99.5%で推移し、3か月前と比べて増加している。緊急事態宣言の影響で、特に週末は来客数が増加し、まとめ買いも増え、客単価が上昇している。
	○	スーパー（財務担当）	単価の動き	・売上は、8月27日からの緊急事態宣言発出により、前年を上回っており、9月13日にまん延防止等重点措置に切り替わっても、前年を上回っている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・競合店が出店してから1年経過し、新型コロナウイルスも落ち着いてきたので、9月に入り、来客数が戻りつつある。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出以降、客が近くのコンビニを利用する頻度が上がっている。今後、ワクチン接種が進み、人々の往来も増えてくる。
	○	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・月末近くになり、来客数が少しずつ増加している。売上にはつながっていないが、今後が期待できる。
	○	その他専門店 〔土産物〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、来客数が若干上向きになってきている。近隣からの個人客が多く、観光客は少ないが、良くなっている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・まん延防止等重点措置で、飲食店等が時短営業している影響で、夜間の売上が激減しているが、日中の仕事がまずまず良い状態であることから、3か月前と比べるとやや良くなっている。
	○	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料金の延滞率もここ数か月落ち着いており、家計の支出能力に大きな変化がない。
	○	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・G1競走が開催されたため、十分な売上が確保できている。
	○	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、一定の来客数や問合せ件数があり、前向きに考える客の割合が多い。
	○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・人の動きが良くなり、客が時間制予約のイベントに比較的集まりやすくなっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少してきているが、景気は変化していない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前と比べても、特に変化はない。
	□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	販売量の動き	・7月以降、売上が減少に転じている。
	□	一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・景気に変化はないが、新型コロナウイルスの規制が解除されれば、人の動きが多少良くなる。
	□	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	販売量の動き	・人の流れが多少良くなっているが、売上につながっていない。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・百貨店部門はほぼ前年並みだが、観光部門は緊急事態宣言の影響で前年を下回っている。
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・月の前半は新型コロナウイルス感染症に加え、雨や台風の影響もあり、来客数が前年と比べて少なかった。中旬以降は、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少してきたこともあり、特に、大型連休以降、若者を中心に来客数が増加している。ただ、依然として、客の購買意欲は戻っていない。	
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・家族そろっての来店が多く、1着当たりの単価が低下している。	
□	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言が月末まで延長されたため、来客数が落ち込んでいる。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・300万円の時計やブランドのバッグが売れている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・食品や高級ブランドなどは回復基調にあるが、婦人服や紳士服といった衣料品はまだまだ厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、客の来店頻度が低下している。客が週末の午前中に集中し、午後以降夕方にかけて、来客数が減少傾向にある。競合店の影響もあり、高単価商品が不調である。また、秋の行楽という雰囲気もなく、家飲み等の行動制限も残っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・8月は雨の影響で来客数が若干減少したが、9月は徐々に元に戻ってきている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・ここ2～3か月の間、来客数や売上の前年比にほとんど変化がなく、緊急事態宣言中であっても変わった様子がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の減少傾向が続いており、状況が好転していない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・ここ3か月間、販売量にほとんど変化がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	単価の動き	・単価、来客数共に順調に推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・野菜の単価が落ち着いてくるなど好転材料はあるが、食品全体が値上がりしているため、客の購買意欲は低下気味である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年割れだが、客単価は回復傾向にある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で、客が外食を見合わせる事が定着し、主食系の落ち込みが大きくなっている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・例年と比べ、エアコンの売上が悪くなっている。また、東京オリンピックが開催されたことや、アナログ放送から地上デジタルテレビ放送に移行して10年経過したことなどから、テレビの買換え需要を期待したが、来客数が少なく、売上も良くなっていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数や売上が前年の8割程度となっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・9月決算フェアを開催したが、今までのような来客数ではなかった。緊急事態宣言によって、大型のイベントが開催できなくなっている。
<input type="checkbox"/>	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、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [時計]（経営者）	単価の動き	・今月は高単価の商品が売れている。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	来客数の動き	・3か月前は、緊急事態宣言が解除され、課題の飲食も前年並みまで回復していた。現在は、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の適用による時短営業の継続で、特に、飲食が大きな影響を受けているため、景気は改善していない。
<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	・緊急事態宣言中ではあるが、以前ほど客が行動を自粛している様子はなく、状況は大きく変わっていない。ただ、依然として、客に将来的な不安や感染に対する危機感があり、人の多い混雑する場所を避けている様子はある。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン （事業戦略担当）	販売量の動き	・9月で緊急事態宣言解除との見方が強いが、まだ予約数などに動きはない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル （営業担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置などの影響で、景気は良くなっていない。

□	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言からまん延防止等重点措置への切替えにもかかわらず、アルコールの提供ができないため、レストランや宴会などは来客数の低迷が続いている。3連休は行楽シーズンでもあり、近県からの個人客で宿泊の稼働はやや持ち直したが、その後は落ち込んでいる。駅周辺の商業施設ではテナントの入替えが目立っている。
□	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・今月も緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による人流の自粛期間のため、県境を越える移動が抑制され大幅な落ち込みとなっている。また、自治体による県内需要の促進策が一時停止されたことが追い打ちとなり、更に厳しさが増している。
□	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、旅行業界は、相変わらず、最悪の状況である。
□	旅行代理店 (支店長)	販売量の動き	・緊急事態宣言が継続され、旅行需要が引き続き低迷している。緊急事態宣言解除後の行動規制の緩和に期待したい。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・景気の悪い状況が続く、先行きも不透明である。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する客の警戒心が強く、夜の動きが悪いため、景気は良くなっていない。
□	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言の長期化により、客の購買意欲に制限が掛かっている。
□	通信会社 (企画担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置を繰り返すサイクルからようやく抜け出す環境になってきているが、新型コロナウイルス感染症への対応が常態となってきたなかで、日常活動を一遍に元に戻そうという機運はない。
□	通信会社 (工事担当)	お客様の様子	・客の様子から判断すると、景気に変化はない。
□	通信会社 (経理担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言の影響で、人の動きも悪く、景気に余り変化はない。
□	テーマパーク (業務担当)	それ以外	・緊急事態宣言に伴い、臨時休園となっている。
□	ゴルフ場 (営業担当)	来客数の動き	・以前よりは若干良くなっているが、3か月前とさほど変わらない。
□	美容室 (経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言中で客が戻ってこない。
□	設計事務所 (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で、景気の先行きが不安という理由で建築計画を先延ばしする客が増加している。
□	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の影響で、民間の客が建築工事に慎重となっており、しばらくの間は不透明な状況が続く。
□	住宅販売会社 (営業所長)	お客様の様子	・政府の税制や補助金制度の期限が迫っている関係で、客の動きが出ているが、一時的な現象であり、今後は、政府の支援策が必要となる。
▲	商店街 (代表者)	単価の動き	・子供服の需要が低下しており、商品価格を下げても購入してもらえない。
▲	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、食品スーパーは追い風の状況にあったが、ワクチン接種が進み、客の新型コロナウイルスに対する意識が変化していることから、来客数は減少傾向にある。
▲	一般小売店 [茶] (経営者)	来客数の動き	・前年と比べ、Go To TravelキャンペーンやGo To 商店街キャンペーンの補助がないため、経済が冷え込んだままである。
▲	百貨店 (外商担当)	お客様の様子	・緊急事態宣言の発出により来客数、売上共に大幅に減少している。特に、主要客である高齢者の来客数が大幅に減少している。
▲	スーパー (販売担当)	来客数の動き	・客単価が少しずつ低下している。
▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍で、着物を着る機会がなくなっている。
▲	衣料品専門店 (代表)	来客数の動き	・緊急事態宣言が続くなか、旅行やイベント等を自粛することにより、洋服を買う機会が減少している。

	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・来客数は若干回復傾向にあるが、客の財布のひもが固い。小物商材の需要が多く、大物商材の購入は依然として低迷している。
	▲	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・来客数は戻ってきているが、販売量は少ない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・車の生産が半年程度遅れているため、新車を販売するにも客の購買意欲が湧かない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・半導体不足や商品改良のタイミングが重なり、生産が追いつかず、売上に繋がらないため、過去にない販売量となっている。
	▲	その他専門店 〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・月の後半から新型コロナウイルスの感染が少し落ち着き、県外からの客も増加しているが、新型コロナウイルスに対する不安が残っているため、依然として、人々の動きは鈍い。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・外食自体が悪ととられる風潮ができてしまい、客がびくびくしながら利用している。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・前月からの緊急事態宣言の影響による客の自粛が顕著であり、既に新型コロナウイルス禍だった前年と比べても、来客数が約5割減少している。デリバリーなどに力を入れて営業しているが、それでも追いついていない。
	▲	バー（経営者）	それ以外	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置により終日休業している。
	▲	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、人出が減り、閑散とした場所が多い。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・夜の街は閑散としており、運転手を2割程度休ませている状況で、売上が減少している。景気は今は底で、非常に悪い状況である。
	▲	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍で買い控えが当たり前になっている。
	▲	テーマパーク（管理担当）	お客様の様子	・政府の政策の影響で、景気はやや悪くなっている。
	×	商店街（理事）	来客数の動き	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の影響で、客が商品を購入するどころか、外出もしない状況になっているため、来客数が落ち込んでいる。
	×	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・同系列の近隣店舗が改装で閉店している状況にありながらも、来客数や売上が伸び悩んでいる。生活雑貨品は比較的好調に推移しているが、衣料品や食品は落ち込みが著しい。
	×	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・9月の販売は、前年比70%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	・緊急事態宣言中で自家用車での遠出や旅行もなく、客の来店頻度が低迷、消耗品の需要も減少している。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長や時短営業の要請で、売上が前年の7割以下となっている。
	×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・飲食店で、酒を販売しているため、1か月以上営業していない。支援金も振込みが遅く、滞っているものもあるため、非常に苦しい。
	×	観光型ホテル（副支配人）	お客様の様子	・緊急事態宣言の延長で、ホテルの休業が続き、客の動きがなくなっている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、飲食業界が厳しく、人の動きが良くないため、非常に厳しい状況が続いている。
	×	観光名所（管理担当）	来客数の動き	・7月は全日営業ができたが、まん延防止等重点措置により8月21日以降9月末まで休館となっている。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言が発出されるたびに、客が引き籠り、景気が悪くなっている。
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	・受注量や販売量の動きが良くなっている。
(中国)	○	繊維工業（財務担当）	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、経済活動が活発になっている。
	○	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	・鉄鋼業向け生産が好調を維持している。また、大型案件の納期が迫っており、その対応もあって生産現場は非常に多忙な状況となっている。

	○	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・小口の商品が伸びている一方で、農産物や会社関係の書類が減少している。
	○	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数や成約件数が、1～2か月前と比べると約10%程度増加している。
	○	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・間接部門系アウトソーシング業務受託について、発注者側で外注化処理が進んでいる。マーケティング業務等販売促進関連業務も徐々に回復、コンサルティング部門での事業再構築支援等の経営コンサルティング業務受託も増加している。
	□	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・緊急事態宣言中の時短営業等の影響で、景気は良くなっていない。
	□	食料品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・経費削減を進めているが、原料費の高騰が激しく、販売価格を引き上げているため、厳しい状況が続いている。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・緊急事態宣言等の影響で、景気は余り良くないが、業界としてはテレワーク等で自宅の滞在時間が増加し、リフォームや新規の住宅購入などの需要が創出されることで、売上が安定している。ただ、資材や運賃の高騰など、コスト高もあり、利益面では厳しい状況にある。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・取引先の様子を含め、景気についての変化は感じられない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量が高水準で推移している。
	□	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・お盆休みが明けてからも大きな変化はない。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注価格や販売価格の動き	・非鉄金属価格の高値安定が好材料となっている。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前とほぼ同水準であり、大きな変化はない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・5G市場や半導体向けのパッケージ基板は、需要が拡大しているものの、電子部品等の供給不足の影響で、受注から出荷前までのリードタイムが伸びている。このため、売上は前月比で横ばい、前年比では減少傾向にある。
	□	輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・海外向けの受注量が新型コロナウイルス感染症の流行前の水準まで回復する兆しがない。
	□	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・客ごとに違いはあるものの、全体的な荷動きに大きな回復はみられない。
	□	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・ここ3か月のデータセンターやICTに関する商材への引き合いの動きは落ち着いており、新型コロナウイルスによる影響も余り感じない。
	□	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国内生産が半導体不足により当初計画の5～6割程度に落ち込んでいるため、系列の地元部品メーカーの受注も大幅な減少となり、操業度も大幅に低下している。
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・ワクチン接種が進んでいるが、地方ではまだ行動自粛のマインドが残っており、消費拡大につながっていないため、企業の業績回復の動きは鈍い。
	□	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、受注量や販売量が増加しない。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量がやや減少している。客の店内での滞在時間が短くなり、出費も控えているようである。
	▲	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	・半導体不足やアジア圏の新型コロナウイルス禍による輸入品の停滞で、受注の減少が続いている。
	▲	建設業（総務担当）	取引先の様子	・物件数が多く、技術者の稼働状況を考慮しながらの調整が必要な状況が継続している。ただ、新型コロナウイルスの感染拡大で、衛生器具等の納期遅延や鋼材等の資材高騰といった負の要素が増加している。
	×	*	*	*
雇用関連	◎	—	—	—
(中国)	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・新型コロナウイルス禍でも、人材派遣の依頼があり、求人数は前年と比べて増加傾向にある。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・年末にかけての景気回復を見込んで、求人数が増加している。

○	民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	周辺企業の様子	・製造業を中心に求人数が急拡大しているが、一時的なものかもしれず、先行きは不透明である。
□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・宿泊業、飲食サービス業の8月の新規求人数は、前年の150%となり、大幅に増加しているが、前々年からは70%減少している。改善傾向にあった新規求人数は、新型コロナウイルスの新規感染者数が急増したこともあり、8月は横ばいとなっている。
□	職業安定所（雇用関連担当）	採用者数の動き	・7～8月は紹介件数が前年を下回り、就職件数が前年と比べ微増となっている。8月の求人数は前年と比べ、12.5%増加している。
□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・令和3年7月の新規求人数は、前年から5.1%減少している。主な産業別では、製造業が26.2%の増加、卸売業・小売業が28.7%の増加となっているが、建設業が0.2%の減少、情報通信業が9.6%の減少、運輸業・郵便業が12.5%の減少、宿泊業、飲食サービス業が36.5%の減少、生活関連サービス業、娯楽業が28.4%の減少、医療、福祉が2.2%の減少となっている。
□	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・業績は良いものの、後継者がおらず、売却しようにも従業員がほとんどいないため買手がなく、後継者採用を検討するものの、高齢な経営者にそこまでの余力、熱意もなく、結果的に後継者採用は行わず、廃業へ向けて調整するという話がある。
□	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	求人数の動き	・3か月前と比べても、求人数に大幅な増加がみられない。
□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・企業の求人件数に大きな変化がない。
□	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感染拡大で雇用面等に影響が出ている。
▲	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・全体の求人数は増加しているが、内訳をみると、難しい求人の数が増加し、簡単な求人の数は減少しており、就労支援が進んでいない。
▲	人材派遣会社（経営戦略担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の第5波の影響で、地域経済はやや悪くなっている。
▲	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・新型コロナウイルスの影響が長引き、新卒、中途採用共に、前年よりも今年の方が悪い。大企業の採用人数は現状維持か微増、中小企業の採用人数は景気に左右され、現状維持か減少の企業が増えている。採用をしない企業は余りない。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・企業の採用意欲に変化はないが、新型コロナウイルスの長引く感染拡大によって、8月以降、個人消費の減少が顕著になっている。
×	—	—	—