

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)	◎	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感染状況が落ち着いているため、 景気は良くなっている。
	◎	高級レストラン （事業戦略担 当）	来客数の動き	・県の観光支援割が好調で、近隣住民中心ではあるが、利 用が増加している。
	◎	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・職場の忘年会等の宴会利用はほとんどなく、金曜日や土 曜日の21時以降の売上は相変わらず低迷している。ただ、 少し早い時間のディナーについては、いずれの曜日も少人 数での飲酒を伴う利用が大幅に増加している。また、日曜 日の家族連れの利用も増加している。
	◎	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、年末になり、ボーナスも支給 されたため、状況が良くなっている。
	◎	一般レストラン （店長）	来客数の動き	・11月から新型コロナウイルスの感染状況が改善してお り、客からも安心感が出たとの言葉を聞いている。前年は 自粛中だったので一概に比較はできないが、来客数は増加 傾向にあり、前年と比べ70%増加している。
	◎	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新規感染者数の急激な減少で、駅 周辺の人出が多くなっている。東京や大阪からのビジネス マンの宿泊需要に加え、県民割を利用する県内の観光客の 増加で、平均宿泊稼働率が90%を超えている。また、忘年 会シーズンに伴い、宴会需要も回復してきているが、大型 の受注は少ない。レストランも個人客の利用が戻り、回復 してきている。
	◎	タクシー運転手	お客様の様子	・県内の新型コロナウイルスの新規感染者数が0人とな り、年末ということもあって、利用者がかかなり増加してい る。県外客も増加しており、夜の利用も通常の7～8割程 度まで回復している。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いているため、 11～12月にかけて利用者が増加し、2年前の状態に戻っ ている。
	○	商店街（理事）	お客様の様子	・客が新型コロナウイルス禍の生活に慣れたため、消費意 欲が高まっている。
	○	商店街（代表 者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、人出が増加 している。
	○	商店街（代表 者）	来客数の動き	・業種によっては、景気が回復傾向にあるが、前々年の水 準には戻っていない。
	○	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の感染状況が落ち着いているため、 来客数が多少回復している。
	○	一般小売店 〔靴〕（経営 者）	来客数の動き	・リピート客からの受注だけでなく、新規客からの単価の 高い商品の受注も少しずつ増加してきている。
	○	百貨店（営業担 当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、来客数が前 年を上回る状況で推移している。
	○	百貨店（営業担 当）	単価の動き	・12月に入り、客の動きが良くなり、定番商品、クリアラ ンス商品、高額商品が売れている。
	○	百貨店（営業企 画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い、婦人 衣料の売上は回復傾向、土産品等の売上は新型コロナウイ ルス流行前の水準まで戻りつつある。
	○	百貨店（外商担 当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、客の外出 意欲が高まってきたこともあり、これまで低調だった衣料 品が回復傾向にある。
	○	スーパー（店 長）	販売量の動き	・前年と違い、週末に外出する客が増加し、夕方以降の来 客数の増加につながっている。学校行事等の増加が需要の 増加につながっているほか、クリスマス、年末商材、高単 価商品の動きが良く、順調である。また、気温の低下もあ り、衣料品も好調である。
	○	コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・クリスマス期間中の来客数が前年を上回るなど、景気は やや良くなっている。

○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・緊急事態宣言が解除されて以来、人の動きが活発になっている。新型コロナウイルス新変異株の脅威があるものの、今後、更に観光が復活してくれば、来客数は元に戻る。
○	衣料品専門店（代表）	販売量の動き	・緊急事態宣言が解除され、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていることから、ランチや旅行用の衣類を購入する客が増加している。
○	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・ボーナス、年末、給付金と好条件がそろったため、景気はやや良くなっている。
○	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・数年に1度の寒波のお陰で、冬季商品の需要が増加している。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	来客数の動き	・10月以降、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いたため、来客数が徐々に増加し、前年並みとなっている。特に、これまで厳しかった飲食が回復している。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（管理担当）	来客数の動き	・12月に入り、若干ではあるが、土日の集客が戻ってきている。ただ、新型コロナウイルス新変異株の市中感染の報道など不安材料は残っており、土日などは集客状況の間合せもある状況で、客が依然として外出に対する不安感を持っている。
○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・行政主導の地域経済対策もあり、外食が許される雰囲気が出てきたことに伴い、客が明るくなっている。
○	バー（経営者）	来客数の動き	・年末の慌ただしい時期なので、景気はやや良くなっている。
○	観光型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・県民割での個人利用客の増加傾向がみられる。
○	都市型ホテル（企画担当）	来客数の動き	・少人数の忘年会利用の予約が増加している。
○	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・自治体などの支援策の効果もあり、ビジネス、観光いずれも新型コロナウイルス流行前の水準に近いところまで戻りつつある。
○	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの再開を期待した予約も入り始めている。
○	タクシー運転手	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くにつれて、売上が増加しており、ほぼ前年の水準まで回復している。
○	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・利用料の延滞が減少傾向にある。
○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス流行前と比べると、まだまだ閉塞感があり、ボーナス支給時期であっても、客が消費に前向きな感じはない。ただ、毎日、新型コロナウイルスの新規感染者数を気にしていた時期と比べれば、状況は良くなっている。
○	通信会社（経理担当）	来客数の動き	・光サービスのエリア拡張に伴い、客からの問合せが多くなり、申込件数も増加している。
○	美容室（経営者）	お客様の様子	・客が買物や食事に出掛ける回数を少しだけ増やしている。
○	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントの来客数が新型コロナウイルス流行前の8割くらいまで回復している。
○	住宅販売会社（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いているため、人出が多くなっている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・景気は変わらないが、地方でも少しずつ新型コロナウイルス新変異株の感染者が出ているため、先行きが不透明である。
□	一般小売店 [茶]（経営者）	販売量の動き	・お歳暮商戦は低調で、依然として、客の財布のひもは固い。観光客の動きは以前より良くなったが、まだまだである。
□	一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	来客数の動き	・年末も買い控えの動きがあり、来客数は前年とほぼ変わっていない。
□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・来客数は前年を上回っているが、人手不足によるサービスの低下などの影響で、売上は前年をやや下回っている。

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・日を追うごとに来客数は回復しつつあるが、売上は前年を下回っている。客のライフスタイルや価値観の変化により服飾関係については購買意欲が低下している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・客の動き自体に大きな変化はないが、婦人服を中心に商品が品薄で、売り逃しが発生している状態である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・12月の2～3週目は年間で一番消費が落ち込む週であるが、売上は落ち着いている。また、高額商品、クリスマス商品、年末商品などは普通に動いている。
<input type="checkbox"/>	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る。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前と同様、販売量が前年を若干下回っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・年末で買上点数や単価は上がっているが、売上は横ばいである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	販売量の動き	・来客数の前年割れが続いている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・3か月前と比べ、来客数は減少したが、売上は増加している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・行楽客や観光客が減少したままで、週末の来客数が元に戻らない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数が減少しているなか、久しぶりにイベントを開催したら、多くの客が集まったが、長い間売場にとどまっていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・来客数の減少に伴い、売上も減少している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数は変わらないか微減の状況である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・年末フェアを実施しているが、来客数が前年並みにとどまっている。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・単月であれば今月は前年割れだが、前月が良かったので、ここ2か月では前年とほぼ同水準で推移している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [布地]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、月の前半は来客数が少し増加したが、後半は新型コロナウイルス新変異株の影響で客の動きが止まっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [時計]（経営者）	来客数の動き	・12月前半に来客数や売上が前年比微増となったが、後半は減少している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [土産物]（経営者）	来客数の動き	・観光クーポンの影響で、少しだけ来客数の底上げはあったが、帰省の土産を買う客が少ないため、景気は横ばい状況である。
<input type="checkbox"/>	その他飲食 [パーキングエリア内レストラン]	お客様の様子	・家族層がまだ戻っていない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル （副支配人）	販売量の動き	・地域観光支援割の利用者の予約があり、宿泊は例年と比べ若干増加している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（工事担当）	お客様の様子	・来客数に変化がない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク （管理担当）	お客様の様子	・政府の政策の結果、景気に変化がない。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・予約状況は変わらないが、県外からの問合せが増加している。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	単価の動き	・建築資材の値上がりが浸透し、販売価格が上昇することで、客の意思決定が遅れたり、検討が長引いたりしている。
<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の感染状況は落ち着いているが、感染の先行きが見通せないため、引き合いは低調な状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 （営業所長）	来客数の動き	・12月の来客数が激減し、2022年の動向が不透明になっている。新たに打ち出された政府の住宅取得支援策が起爆剤になることを期待している。

	▲	商店街（代表者）	単価の動き	・新型コロナウイルス禍で、客の購買意欲が減退し、売上がかなり落ち込んでいる。
	▲	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も、お歳暮ギフトの酒類の売上は前年より良くなっているが、ギフト全体では前年を下回っている。年末商材の最終売上は帰省客の動きに左右されるが、前年よりは増加することが予想される。消費者の財布のひもは固く、買上点数は減少傾向にある。
	▲	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・寒さが厳しいため、客の動きが悪くなっている。
	▲	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・100万円や200万円もする美術品は売れたが、売上は前年を下回っている。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・12月に入り、前年と比較した来客数の減少幅が大きくなっている。
	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が少し落ち着き、人の流れが外食や大型商業施設へシフトしていることが、スーパーの来客数に影響を与えているため、来客数は前年と比べても、3か月前と比べても減少している。
	▲	スーパー（財務担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言解除後、外食をする人が増加したため、来客数の前年割れが続いており、生鮮食品の売上が前年を下回っている。
	▲	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、買上点数も減少している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・結婚式などの行事がないため、留袖や訪問着等の単価が高い商品が売れない。
	▲	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、街はにぎわっているが、来客数は減少傾向にある。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・単発消費は伸びているが、ランニングコストを節約する傾向がより強まっている。
	▲	競艇場（企画営業担当）	販売量の動き	・G1競走が開催された3か月前と比べると、売上が減少している。
	▲	設計事務所（経営者）	単価の動き	・ウッドショックに続き、石油価格の変動や半導体不足等により建築設備や建材の単価が上昇し、物の在庫不足もあいまって、客との契約にまで至らないケースが出ている。
	×	スーパー（販売担当）	販売量の動き	・来客数や売上が前年の9割程度、従来であれば、クリスマスから正月にかけて、人の動きが良くなるが、依然として客の自粛傾向が強い。
	×	家電量販店（店長）	単価の動き	・客が単価の高い商品に目もくれず、必需品だけを買うといった消費動向が顕著となっている。
	×	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・主要車種の販売停止で12月の販売量は前年比60%と大変厳しい状況である。
	×	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス新変異株の感染者が出て、客が安心して旅行に行けなくなっている。
	×	通信会社（広報担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が完全に終息していないので、依然として、客に買い控え傾向がある。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が終息しておらず、客の来店間隔が長くなっている。
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	・新型コロナウイルスの影響で厳しかった地元完成車メーカーの生産が回復してきたため、忙しくなっている。
(中国)	◎	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、取引先の発注に向けた動きが活発化している。年内の予算を使い切るために、見積りの引き合いや問合せが、2～3か月前と比べ増加している。データセンターの利用ニーズやデジタル化に向けたICT関連のニーズが明らかに増加している。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注が徐々に増加しており、景気はやや良くなっている。
	○	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	・半導体不足や東南アジアからの調達品の滞りが原因で減少していた取引先の生産が落ち着いてきたため、受注が回復している。
	○	輸送業	取引先の様子	・客の出荷が増加している。

	○	不動産業（総務担当）	それ以外	・前月と比べ、来客数や成約件数が微増となっている。
	□	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス新変異株の影響が懸念されるが、飲食店は若干盛り返している。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・原油価格など全ての資材が高騰し、運賃も値上がりしているが、これらを販売価格にどれだけ転嫁できるかが課題となっている。売上は上昇傾向にあるが、費用も上昇しているため、景気は横ばいとなっている。
	□	化学工業（総務担当）	取引先の様子	・様々な商品の価格変動を注視している状況である。
	□	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	・既存の大口受注への対応は終了したが、次の大口案件や年末年始対応もあり、引き続き、生産現場は多忙な状態が続いている。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・海外の新型コロナウイルスの影響により部品調達に支障が起きているため、景気は良くなっていない。
	□	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注が堅調に推移している。
	□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・金属価格が高値安定し、電子材料の受注も安定している。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・定時操業分の受注量は確保しているが、過去3か月で大幅な変化はない。
	□	輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による受注減少が大幅に回復する兆しはない。
	□	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・この1～2か月で半導体不足がほぼ解消されたため、地元完成車メーカーの国内生産は通常操業を少し下回る水準まで回復している。このため、系列の地元部品メーカーの工場はおおむね定時操業で推移している。
	□	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・現状、国内の新型コロナウイルスの新規感染は抑えられており、緩やかではあるが、経済活動は回復しつつあり、総じて取引先の業況に大きな悪化等はみられない。
	□	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が継続しており、客からの受注が増加していない。
	□	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引額が前々年を上回る状況が続いている。総務間接系アウトソーシング受託については、新型コロナウイルス禍からの原状回復のみでなく、人材不足やリスク分散の観点からの発注が増加している。また、新型コロナウイルス禍からの回復に合わせて、事業再構築補助金等のコンサルティング支援業務が増加している。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・取引先の設備投資は堅調に推移している。ただ、組み込む電子部品が値上げされ、仕入れが困難なことなどから、値上げ分の自社吸収や納期遅延の発生など、厳しい状況にある。
	▲	建設業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・手持ち工事はあるものの、資材価格が上昇、納期も掛かるなどマイナス要因が目立っており、景気はやや悪くなっている。
	×	—	—	—
雇用関連	◎	*	*	*
(中国)	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況がかなり落ち着き、雇用も好転している。
	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・今月も求人の依頼件数が増加しているが、正規雇用のハードルは高く、人材派遣で代替したりする動きが継続している。
	○	求人情報誌製作会社（広告担当）	周辺企業の様子	・企業訪問しても、ここ数か月で工場、事務部門、営業いづれも人が増え、動きが良くなっている。雇用形態も新卒採用は継続、中途採用は即戦力としてコアな人材を求める傾向がより一層強くなっている。中途を継続して採用する企業はメーカーを中心に増加する見込みである。採用形態は、人材紹介がミスマッチを防ぐ意味で増加する。
	○	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感染症が一定の終息をしており、業界により偏りはあるものの、経済活動や購買活動が上向いている。

○	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年と比べ、18.9%増加、月間有効求人数は12.7%増加している。3か月前と比べても、新規求人数は11.1%増加、月間有効求人数は15.6%増加している。
○	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・企業が近い将来のIPOに向け、管理部門やバックオフィスの強化を図るため、複数ポジションで管理職を採用し始めており、複数企業から依頼が入っている。
○	民間職業紹介機関（人材紹介・派遣担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルス新変異株の懸念はあるが、年明けや新年度からの新体制等に向け、組織の中核を担う人材や事業拡大に向けた人員の増員が各業種で活発化している。
□	人材派遣会社（経営戦略担当）	求職者数の動き	・求人数は上向いているが、求職者数が依然として上向いていないため、景気は変わっていない。
□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・ベトナムの新型コロナウイルスの感染状況が落ち着かず、現地での生産が追い付かないため、国内生産を大幅に増やした電気機器製造業で、大量の新規求人があったが、求人全体では前年から横ばいとなっている。
□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新規求人数は、前年と比べ、情報通信業、医療・福祉、公務・その他が減少したものの、その他の産業が増加に転じている。ただ、新規求人数を新型コロナウイルス流行前と比べると17.3%の減少となっている。現状では新型コロナウイルスの先行きが不透明で、景気が上昇していると判断するには、もう少し時間を要する。
□	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、求人数に余り変化はなく、景気も横ばい状態である。
▲	人材派遣会社（支社長）	採用者数の動き	・求人数や求職者数は回復傾向だが、企業の選考ハードルは依然として高く、求職者も就職先の決定にかなり慎重になっている。このため、採用者数は低水準で推移している。
×	—	—	—