

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)	◎	観光型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンを利用し宿泊する旅行者の予約が増加しており、客室も満室の日が多くなっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数がかなり増加していた時期よりも回復傾向にあるが、まだまだ例年と比べて景気が回復しているとはいえない。
	○	一般小売店 [靴]（経営者）	お客様の様子	・インターネット販売だけでなく、実店舗での売上も戻ってきており、客の消費意欲も向上している。
	○	一般小売店 [印章]（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスに慣れてきたのか、人の動きが多少良くなっている。
	○	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス禍で休止していた物産展を約半年ぶりに復活させたところ、入場制限等を実施したにもかかわらず、予想以上の来店があり、大成功となっている。ただ、婦人服を中心としたアパレルは依然として厳しい状況にある。
	○	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・外国人の来店は皆無ではあるが、Go To Travelキャンペーン開始から観光客が増加しており、売上回復の要因となっている。
	○	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・3か月前の新型コロナウイルスのピーク時と比べると来客数や売上は回復傾向にある。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が前年を上回る店舗が出てきている。
	○	コンビニ（副地域ブロック長）	来客数の動き	・イベント規制の緩和やGo To Travelキャンペーンの実施で来客数が回復している。
	○	コンビニ（支店長）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で週末の来客数が増加している。
	○	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・3か月前と比べ、来客数や売上が増加している。
	○	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・週末になると多くの客が来場し、契約件数も増加している。
	○	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響もなくなってきており、来客数や販売数などが例年どおりになりつつある。
	○	その他専門店 [和菓子]（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で景気はやや良くなっている。
	○	その他専門店 [土産物]（経営者）	来客数の動き	・個人客の利用が増加しており、下げ止まった感じがある。ただ、土産物が売れるというよりは生鮮品が売れていて利益率は余り良くない。
	○	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	・3か月前は新型コロナウイルス対策の自粛の最中ということもあり、その時に比べれば良くなっているが、飲食を含め復活はしていない。客が増加しているが、目的買いの客が多く、買い回りする客は少ない。
	○	高級レストラン （事業戦略担当）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンや地方自治体などの助成活用で、個人客が戻ってきているが、団体客の回復にはまだ時間が掛かる。
	○	一般レストラン （経営者）	販売量の動き	・少しずつではあるが、来客数が増加してきている。
○	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・相変わらずサラリーマン等の多人数での予約宴会は減少しており、特に自治体や大手企業からの予約が入っていない。ただ、家族連れを中心とした一般客の利用が増加しているので、来客数は前年の90%を維持している。時間帯別では、ランチタイムは前年以上と好調で、ディナータイムの早い時間帯も前年の90%まで回復しているが、ディナータイムの遅い時間帯は飲みの客が減少しているため、前年割れが続いている。	
○	一般レストラン （店長）	来客数の動き	・6月の頃と比べると来客数が微増しており、4連休は県外の客も多く来店している。	

○	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・東京除外でのGo To Travelキャンペーンの効果もあり、個人客の利用が増加し、週末の客室稼働率が前年並みに戻ってきている。ホテル独自の割引商品も販売可能となり、一泊二食の利用が増え、レストランの来客数の増加につながっている。また、Go To Travelキャンペーンの効果で高単価のプラン商品が売れている。
○	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果で観光客の利用が増加しており、9月の連休は新型コロナウイルス発生以前の状況に戻っている。また、高単価な商品から埋まる状況にある。
○	都市型ホテル (企画担当)	来客数の動き	・依然として宴会場は厳しい状況にあるが、Go To Travelキャンペーンの効果もあり、宿泊客は徐々に増加しており、4連休に多くの客が利用している。
○	タクシー運転手	販売量の動き	・前年と比べ、昼は70%、夜は60%の売上となっており、3か月前よりはやや良くなっている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルス発生前と比べればまだまだであるが、3か月前と比べると、多少人の動きがあり、売上も若干増加している。
○	タクシー運転手	それ以外	・新型コロナウイルスが多少落ち着いているため、景気はやや良くなっている。
○	通信会社(経理担当)	お客様の様子	・新しくサービスエリアを拡張しているため、客からの加入の問合せは継続している。新型コロナウイルスの影響もあり、自宅でのインターネット環境を必要と考える人が多くなっている。
○	通信会社(工事担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる制限が緩くなり、客の物品購入が出てきている。
○	通信会社(企画担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で人の動きがなくなり、停滞感のあった景気が底をついている。人の動きが良くなり、周囲の小店舗にも回復の兆しが出てきていることから、ネットやスマートフォンサービスの需要も戻ってきている。
○	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・9月の4連休に徐々に大きなイベントを開催したところ、天候にも恵まれたため、来客数が多くなっている。
○	観光名所(館長)	来客数の動き	・市内、県内、近県の人を中心に来客数が増加しており、9月の4連休は前年を大幅に上回る来客数となっている。
○	観光名所(館長)	来客数の動き	・9月に入り旅行者数が増加している。
○	ゴルフ場(営業担当)	来客数の動き	・企業コンペは減少しているが、個人客が増加してきたため、多少ではあるが予約が伸びてきている。
○	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの第2波がピークを過ぎた感じで、客の外出が増加し始めており、モデルハウスの来場者数も前年並みに戻りつつある。
□	商店街(理事)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で客が購買に慎重になっているため、消費につながっていない。
□	商店街(代表者)	それ以外	・街に出てくる人は増加しているが、消費にはつながっていない。
□	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内食、中食の需要が増加し堅調に推移している。来客数は前年の102%前後で推移している。また、客単価は106~107%で推移している。
□	一般小売店[洋裁附属品] (経営者)	販売量の動き	・街の人出は多くなっているが、売上にはつながっていない。
□	一般小売店[茶] (経営者)	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンで、少し観光客は戻ってきているが、ツアーバスの予約は急なキャンセルがあるなど大変不安定であり、依然として、厳しい状況である。

□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・前年は消費税の引上げ前の駆け込み需要もあり、多くの部門が好調だったが、今年は新型コロナウイルスの影響で、例年行っていた物産展が中止となったり、観光部門が低迷したりしているため、売上は前年を大幅に下回っている。
□	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・各メーカーの商品の製造量が例年より20%少なく、端境期用の商品を製造していないメーカーもあるため、商品の不足をバーゲンセールの商品で補っている。このため、売上は厳しい状況が続いている。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・一旦新型コロナウイルスの影響が収まり、外出する人は多くなっているが、来客数の減少は続いている。土日は少し人出があるが、平日を中心にミセスやシルバー層の来客数が減少している。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて、週末の来客数は減少しているが、週全体では変化はなく、売上も横ばいである。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・売上は前年を大幅に上回っているが、来客数の前年割れが続いている。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いており、回復傾向がみられない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・週末、夜間の来客数の減少や、観光客や駅の利用者の減少などにより、来客数が前年の85%前後で推移している。
□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・生鮮品の価格が若干高いこともあり、客の買い回り品が決まってきている。
□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・取扱商品が立て続けにテレビや新聞等のメディアで取り上げられた影響で、売上は前年比116%、来客数は前年比170%となっている。商品の供給が追い付かず、機会損失を招く結果になったとはいえ、おおむね売上は好調である。
□	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・3か月前と比べて客単価に変化がない。
□	乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・新型車が発表されたが、来客数に大きな変化はなく、前年の70%と計画の半分以下となっている。
□	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・決算月で告知も入れたが、販売台数が伸びていない。
□	その他専門店 [時計]（経営者）	来客数の動き	・商店街の人通りはさほど減少していないが、業種によって買い控えがある。
□	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	お客様の様子	・緊急事態宣言解除後の6月と比べると、売上や来客数は横ばい状況にある。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の外出自粛が来店に歯止めを掛けている。感染防止対策の徹底を図っているが、地方では感染者が出るたびに外出自粛の感覚があり苦戦している。
□	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で景気の悪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	・連休や週末は来客数が増加しているが、平日の来客数は伸び悩んでいる。
□	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響が続いており、景気は余り良い方向に進展していない。
□	旅行代理店（支店長）	販売量の動き	・まだ新型コロナウイルスの影響が出ており、特に団体旅行については繁忙期である10月以降も回復する見込みはない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンで、若干、人の動きが良くなっている。ただ、夜の乗車については、9月中旬に新型コロナウイルスのクラスターが発生したため、後半からは客が利用を控えるようになっている。
□	放送通信サービス（総務経理担当）	お客様の様子	・客の動きに特に変化がなく、景気も変化はない。

□	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影響で景気は厳しい状況が続いている。
□	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・来客が予約制のため来客数の伸びが制限され、受注活動に影響が出ており、しばらくは大幅な伸びが期待できない。
□	設計事務所(経営者)	販売量の動き	・民間工事は新しい契約が出てこない。また、官の工事も長寿命化改修工事が少し出たくらいで新築が出ていないので、販売量は相変わらず伸びない。
▲	商店街(代表者)	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で客が子供服を購入しようとしなため、売上が回復しない。
▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街の人通りは相変わらずやや少ない。朝夕が少し涼しくなってきたので、秋物が動き始めているが僅かである。
▲	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で引き続き来客数が少なく、特に主要な客層であるシニア層の来客数の減少が顕著である。特に今月は前年の消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で来客数は大幅な前年割れとなっている。
▲	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・数十万円の洋服や宝石が売れる一方で、100万円以上、200万円以上の商品は売れず、販売量が減少している。
▲	スーパー(業務開発担当)	来客数の動き	・客の買上点数が減少している。青果物の価格が安定してきており、販売点数が伸びないため厳しい状況である。
▲	スーパー(財務担当)	販売量の動き	・外出自粛のため、買上点数が前年より増加しているが、前月と比べると減少している。
▲	衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客がいつになったら着物を着られるようになるか分からない状況である。
▲	家電量販店(店長)	販売量の動き	・端境期に入っているため、売上の柱になる商品がない。また、新型コロナウイルスによる巣籠りで需要を先食いしている。
▲	家電量販店(店長)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で客のライフスタイルが変化し、客が新たなライフスタイルに慣れてきたため、大きな変化はない。
▲	家電量販店(店長)	来客数の動き	・来客数が減少している。
▲	家電量販店(販売担当)	来客数の動き	・前年の消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で悪くなっている。
▲	その他専門店 [布地](経営者)	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーン等のお陰で、県外からの客は多少増加したが、地元客の動きは悪い。
▲	スナック(経営者)	来客数の動き	・いまだに、回復の兆しがなく、廃業に向けての秒読みが近づいてきている。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生以前の状態になかなか戻らない。
▲	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・月々の出費を必要最小限にとどめる傾向が強まっている。
▲	競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・全国販売のSG競走が開催され、売上が十分確保できた6月下旬と比べると売上は減少している。
▲	美容室(経営者)	来客数の動き	・年配の客が来店時期を先延ばしにしたり、来店しなくなっているほか、若い客も同様に来店時期を先延ばしにしたり、土日避けて来店するようになっている。
▲	住宅販売会社(営業所長)	来客数の動き	・景気が良くなる要素が見当たらない状況で、景気はやや悪くなっている。
×	商店街(代表者)	来客数の動き	・9月に入り来客数が急激に減少している。
×	一般小売店[眼鏡](経営者)	お客様の様子	・不要不急の外出を控えている高齢者が多いため、景気は悪くなっている。
×	スーパー(店長)	それ以外	・前年9月の消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動や、近隣に競合店が出店したことなどから、9月は厳しい状況になっている。

	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・8月末に競合店がオープンしたこと、店の前を通る車の数が減少したこと、新型コロナウイルスの影響が続いていることなどから、9月に入り、来客数が大幅に落ち込んでいる。
	×	衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・9月に入り来客数が激減している。
	×	乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・9月の販売量は前年比75%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	・6～7月に一度は持ち直したかと思ったら、8～9月と売上が最悪の状態になっている。
	×	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で客の収入が減り、個人消費も落ち込んでいる。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・大きな展示イベントを開催しているが、新型コロナウイルスの影響で来客数が少なく、売上も想定以下である。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス対策に費用が注がれていることもあり、客に全く購買意欲がない。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の外出自粛傾向が続き、身だしなみに気を使う必要性がなくなってきているため、来店間隔が伸び、客の回転が悪くなっている。
企業 動向 関連 (中国)	◎	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・悪化していた景気が元に戻りつつある。
	◎	通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・通信機器やサーバー機器の更新、設置するデータセンター利用に向けた問合せ等が確実に増加している。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業務用や土産品は引き続き厳しい状況が続いているが、季節が変わり、徐々に受注量が増加しつつある。
	○	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発生前の状態には戻っていないが、製造量は徐々に上向いている。
	○	繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・過去に例がないほどの売上低下が続いていたが、6月以降、徐々に持ち直し、売上が前年を上回る部門も出てきている。
	○	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	・受注減少から一時休業で生産調整を実施しているが、受注量が多少上向き、休業日数が減少している。
	○	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・自動車産業の回復にあわせて若干荷動きが戻ってきている。
	○	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の影響により低迷していたものの、国内製造は徐々に受注量も回復してきている。また、海外についても一部まだ本稼働ではない所はあるものの、新型コロナウイルス発生以前に戻りつつある。
	○	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	・主要客からの受注量は新型コロナウイルス発生前の水準である。
	○	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・不在率が低い状況が続いている。業務量が増加しても、生産性が向上しているため、効率的な業務が可能となっている。EC化が進んでいるので、取引業者や取扱量が増加している。
	○	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・客の生産計画が少しずつ上がってきている。
	○	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・延期、繰延べとなっていたコンサルティング業務や研修事業、アンケート分析等の業務が徐々に回復しつつある。アウトソーシング受託などの長期固定型業務の動きはいまだ鈍い。
	□	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・単価が上がることもなく、下がることもない。
	□	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・景気はまだまだ小康状態ではあるが、底を打った気配はある。
	□	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や売上予測がなかなか上向かない。
□	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・素材、電子産業の製品出荷量が低位安定している。	

	□	建設業（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の影響が心配されるが現段階では、予定物件が順調に受注できている。また施工中の物件も順調にしゅん工している。
	□	金融業（融資企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で低迷している地元完成車メーカーの世界販売は、徐々に回復しているが、依然として前年を2割程度下回っている。地元の系列部品メーカーの受注もおおむね2割減となっている。
	□	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数は前月に比べ微増だが、成約件数は余り変わらない。
	□	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によるイベント等の中止や延期に伴い受注量が減少している。
	▲	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注が前月と同水準で増加しておらず、工場は定時間割れのため、引き続き雇用調整助成金を活用して週1～2日は帰休を行っている。
	▲	輸送用機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・受注した案件がキャンセルとなるケースはないものの、客の操業の減速等で納期の先送りが発生している。
	▲	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伴う客の減産で受注が大幅に減少しており、回復には1年以上掛かる見込みである。
	▲	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・リモートワークなど小規模な受注はあるものの、中規模、大規模な通信機器などの更改は余り伸びておらず、例年を下回る受注状況である。
	▲	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・総じて取引先の売上は戻ってきているが、新型コロナウイルス発生以前の水準までは戻っていない。新型コロナウイルス対策関連の経費等が増加しており、収益面、資金繰り面では厳しい状態が続いている。
	×	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品向けを中心に受注量が大幅に減少しており、前年と比べると30%、3か月前と比べると12%の減少となっている。
雇用関連	◎	—	—	—
(中国)	○	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・3か月前と比べると求人、求職者共に動きが出ている。新型コロナウイルスの影響は変わらずあるが、今のうちという意識が高く、企業は苦戦しながらも採用を続けたり、予定より人数を減らして採用したりしている。その分、中途採用でカバーする動きがあるかと期待していたが、まだ様子見のところが多い。
	○	求人情報誌製作会社（経営者）	求人数の動き	・大手製造業の工場のラインが一部動き出したため、景気はやや良くなっている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・有効求人倍率は5か月連続で低下しているものの、全国平均を上回るトップ水準にある。雇用の不安定化は否めないが、下げ幅もやや小さくなりつつあり、近い将来上昇する。
	○	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・人との接触を避けるため、客との打合せや面談を控えていた企業が、様々な対策を講じることで対面機会を増やしていることから、ビジネス機会が増加してきている。
	□	人材派遣会社（経営戦略担当）	求人数の動き	・新規求人数は前年比70%程度で推移している。
	□	求人情報誌製作会社（営業担当）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの影響で、新卒採用に向けた学生のインターンシップの受入れを、オンラインでの説明会やオンラインでの受入れで完結する企業も出てきている。
	□	求人情報誌製作会社（広告担当）	採用者数の動き	・現在新卒採用と中途採用の営業に回っているが、新卒採用予定数は前年並みと答える企業が大半である。製造業も3月以降の落ち込みが激しかったが、現在は従来の半分以上は稼働しており、採用意欲は変わらない。組織の存続と強化、年齢などの人員構成の適正化、将来の幹部候補やコア人材の確保などが採用の主たる理由となっている。中途採用については、特殊技能を持った技術者以外を採用する企業が減少している。

□	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は、温泉旅館の一斉休業が終了し営業再開となったものの、求人募集に至っていないことから、宿泊業、飲食サービス業が前月比で8割減となっている。
□	職業安定所（事業所担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、新規求人数を前年と比べると31.8%の減少、有効求人数も28.9%の減少と大幅に減少している。新規求人数の直近3か月を同様に前年と比べても28.0%の減少となっている。産業別新規求人数も、建設業や教育、学習支援業など一部の業種以外は前年を下回っている。有効求人倍率は、6月1.43倍、7月1.42倍、8月1.45倍で推移している。
□	民間職業紹介機関（求人・人材採用担当）	求人数の動き	・年末や来期へ向けた求人数が増加してきているが、全体の求人数は変わらない。景気の良しあしが業界によって異なっており、求人をやめる企業と増加する企業に分かれてきている。
□	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、求人数が大幅に伸びてはいない。景気の悪い状況が続いている。
□	学校〔大学〕（就職支援担当）	採用者数の動き	・3か月前から余り変化がない。
□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・長期間続く新型コロナウイルスの影響で企業の閉鎖が増加している。
▲	職業安定所（雇用関連担当）	求人数の動き	・前年と比べ新規求人数が25%減少している。
×	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・求人数は下げ止まっておらず、依然として減少傾向にある。当社がメインとしている事務系ニーズは大変少なく、あったとしてもハローワークで充足する状況である。有期雇用への不安からか自ら退職する派遣社員も増加しており、派遣社員の稼働数は下がる一方である。