

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)	◎	乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・新車購入を目的とした来客数がようやく前年の90%まで回復し、サービスを目的とした来客数を含めた全体の来客数は前年を上回っている。特に20日以降、来客数が増加し、店に活気が戻ってきている。
	○	百貨店(売場担当)	お客様の様子	・まだまだ全体の売上は前年に届いていないが、食品、お菓子、リビング・キッチン用品など商品群によっては好調に推移しており、来客数も増加傾向にある。
	○	スーパー(店長)	販売量の動き	・食品や雑貨の買上点数が増加傾向にある。また、各種行事が徐々に開催されるようになってきている。新型コロナウイルスについても、3か月前よりは改善している。
	○	コンビニ(支店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が緩和し、週末の来客数が増加している。
	○	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禍ではあるが、次第に人の往来が増加しつつある。県外からの観光客はまだ少ないが、近場でのレジャーは増加しつつあり、日中の来客数の増加につながっている。
	○	乗用車販売店(統括)	販売量の動き	・新型車の売行きが好調で、2月の販売台数が前年比105%となっている。
	○	乗用車販売店(営業担当)	来客数の動き	・2月に先行き決算フェアを実施したため、来客数が前年並みとなっている。
	○	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が少なく、来客数も販売台数も増加している。
	○	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が続いているが、客がそろそろ自粛に飽きてきている様子で、売上も例年並みに戻りつつある。
	○	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徐々に緩和している。
	○	一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスへの慣れもあり、客の来店頻度が徐々に増加してきている。今後、ますます安心材料が出てくるため、外食需要も高まる。
	○	一般レストラン(経営者)	お客様の様子	・職場関係の飲み会や宴会の利用はほとんどないが、家族連れなど一般客の利用の増加が顕著である。
	○	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の感染者数が減少しつつあり、宿泊客数がやや増加している。
	○	都市型ホテル(企画担当)	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、客の動きはまだ鈍い。宿泊稼働率も1月よりやや上昇しているが30%台と低迷している。レストランは営業縮小を継続中で、再開には慎重であるが、スイーツのイベントを企画したところ、予約受注は想定以上に好調である。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が減少し、少しずつではあるが、人が街に出始めている。
	○	住宅販売会社(従業員)	来客数の動き	・暖かくなってきたこともあり、客の動きが活発化している。
	○	住宅販売会社(営業担当)	販売量の動き	・物件販売数が伸びている。
	□	商店街(代表者)	お客様の様子	・相変わらず商店街の人通りは少ない。特に飲食関係の来客数が少なくなっている。
	□	一般小売店[食品](経営者)	販売量の動き	・来月からは厳しい状況になりそうだが、現状では新型コロナウイルスの影響で食品スーパーの売上は好調に推移している。
	□	一般小売店[茶](経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、相変わらず人出が少なく、商品が動かない。
□	一般小売店[眼鏡](経営者)	お客様の様子	・50代までの客は戻りつつあるが、70代以上の高齢者の来客数が減少している。	
□	一般小売店[靴](経営者)	競争相手の様子	・同業者には業績悪化のため人員削減をしている会社や補助金などを活用して事業の転換、再構築を行っている会社がある。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・ 婦人服の生産が前年から20%減少しており、売上も見込めない。来客数も前年を大幅に下回る状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・ 1月末から県内でも新型コロナウイルスの感染者数が増加し、来客数が減少したが、2月の後半に入り、回復しつつある。セール最終月ということもあり、セール商材などは購入につながったが、春物商材などの動きは悪い。
<input type="checkbox"/>	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が出始めた前年と比べると改善しているが、3か月前からは来客数や売上に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・ 高級時計が数本売れ、ブランドの洋服もよく売れている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	販売量の動き	・ 婦人、紳士衣料が苦戦している一方で、雑貨、菓子やギフト商品を除く食品は比較的好調である。新型コロナウイルス禍で人の動きが固定されてきている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・ 客は戻ってきているが、衣料品の売上の減少が止まらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（外商担当）	お客様の様子	・ 東京や大阪で緊急事態宣言が発出されて以降、高齢者を中心に来客数が大幅に減少し、売上も大幅に減少している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・ 来客数は半年以上、前年の95%程度で推移しているが、売上は前年の105%程度で推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・ 販売量は3か月前から変化がない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・ 客の買回数減少し、来客数が増加しないため、買上点数が僅かに増加しても来客数の減少を補えない状況である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・ 新型コロナウイルスの影響で、ここ数か月、来客数は前年比85%前後で推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	単価の動き	・ 客単価や買上点数は前年並みである。
<input type="checkbox"/>	スーパー（業務開発担当）	来客数の動き	・ 客の来店頻度は減少しているが、客単価が上昇しているため、売上は前年を上回っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・ 中心地より郊外へ、大型ショッピングセンターより路面店へとといった客の流れが続いているため、来客数が前年比141%、売上が前年比126%と好調である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・ 3か月前と比べても来客数や客単価に変化はない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・ パンを販売しているが、客が求める商品に片寄りがある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（販売担当）	販売量の動き	・ 新生活関連の商品の動きが悪い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（企画担当）	来客数の動き	・ 来客数が前年と比べ10%減少していることで、売上も減少するなど厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・ 来客数や販売台数は増加しているが、値引きに頼っている部分がある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [時計]（経営者）	来客数の動き	・ 来客数が減少しており、高単価の商品が販売できていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [土産物]（経営者）	販売量の動き	・ いちごや殻付きの牡蠣（かき）などが売れる時期だが、観光客が少ないため、販売量は多くない。ただ、Webのネットショップでの販売量は増加している。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（支配人）	販売量の動き	・ Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーンなど各種キャンペーンが実施されると客の反応が良くなるが、休止や終了になると、厳しい状況に戻ってしまう。また、緊急事態宣言が継続していることが景気回復の逆風となっている。
<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	・ 新型コロナウイルスの感染者数が減少してきているため、来客数が少しずつ増加してきている。新型コロナウイルスのワクチンの接種が進むにつれて、客の危機感は薄れてくる。ただ、景気が今後どのように回復していくのか、ワクチンの効果がどれほどあるのかを判断するのはまだ早い。

□	高級レストラン (事業戦略担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルスによるGo Toキャンペーンの停止の影響が大きく、景気に回復の兆しはない。
□	観光型ホテル (副支配人)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの停止に伴い宿泊の予約は少ないままで、今後の予約も現在余り入っていない。
□	都市型ホテル (企画担当)	お客様の様子	・集中対策期間の影響で足元の収入は厳しい状況が続く。
□	旅行代理店(経営者)	それ以外	・旅行については全く動きがなく、同業他社も会社を維持するために人員削減や店舗併合などを図っている。
□	旅行代理店(支店長)	販売量の動き	・引き続き出張や福利厚生に絡む法人需要は低迷しており、緊急事態宣言の影響は対象区域外にも及んでいる。Go To Travelキャンペーンが再開されれば、売上は徐々に回復してくる。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・暖かくなってきて、新型コロナウイルスの影響もやや緩和して、日中の人の動きは良くなってきているが、飲みのため夜に外出する客は少ない。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・消費は低水準で推移している。
□	放送通信サービス(総務経理担当)	お客様の様子	・一般家庭からの利用料の支払について延滞動向を注視しているが、大きな変化はない。
□	通信会社(経理担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、リモート等が増加し、ネット環境を必要とする客は多くなっているが、3か月前と比べても、申込みは増加していない。
□	通信会社(工事担当)	お客様の様子	・客の様子を見る限り、景気に変化はない。
□	観光名所(館長)	来客数の動き	・緊急事態宣言の延長により、全国的に人々が外出を自粛する傾向にあるため、依然として、観光客は少ない。
□	ゴルフ場(営業担当)	お客様の様子	・通常であれば3月から予約が回復してくるが、今年は大都市圏が緊急事態宣言中ということもあり、予約が伸びない。
□	競艇場(企画営業担当)	販売量の動き	・1日平均の売上はほぼ横ばいである。
□	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、住まいに関する引き合いがほぼない状況が続いている。先が見える状況にならないと、客が大きな投資をする気持ちにならない。
□	設計事務所(経営者)	競争相手の様子	・最近、仕事の発注形式において、大手対象のデザインビルド方式が増加してきたので、大手でない設計事務所が入札できるケースが減少している。また、実際指名されても、仕事にはつながらない状況にある。
□	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・年末年始という季節要因もあるが、来客数や問合せが伸びていない。
□	住宅販売会社(営業所長)	単価の動き	・客の動きが良くなり、購買意欲も高まっているように感じられるが、購入単価は低下傾向にある。
▲	商店街(理事)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、人々の気持ちが落ち込み、景気が冷え込んでいる。
▲	商店街(代表者)	単価の動き	・景気は厳しい状況で、どうしても欲しい商品しか購入してもらえない。
▲	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影響で人の動きが悪い。
▲	百貨店(経理担当)	販売量の動き	・前年を上回る部門がほとんどない。外出を控える人が多いためか来客数も前年の80%程度である。物産展を開催しても出店業者が出店を控えたりすることもあり、以前のようなにぎわいが無い。
▲	スーパー(店長)	来客数の動き	・曜日や時間帯に関係なく、全体的に来客数が減少している。
▲	スーパー(財務担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大による一部地域の緊急事態宣言発出及び一部の自治体を実施しているキャッシュレス還元事業により、来客数が前年を上回っていたが、還元事業終了後、来客数が前年を下回っている。

	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・緊急事態宣言の影響で、来客数が減少傾向にある。
	▲	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、いろいろなイベントが中止となり、客が着物を着る機会が減少している。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で、客の消費意欲が低下しているため、来客数が少ない。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・売上は前年比110%で推移しているものの、来客数が前年比90%に減少しており、肌感覚では景気が良くなっている感じはない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・依然として新型コロナウイルスの影響があり、客の財布のひもは固い。
	▲	その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・例年も2月は売上が少ない時期だが、新型コロナウイルスの影響で、人の外出が減っており、廃業する店が出てきている。
	▲	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・例年もオフ期であるが、今年は緊急事態宣言やGo To Travelキャンペーンの一時停止が影響し、更に厳しい状況になっている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・緊急事態宣言は解除されたが、状況は良くなっていない。
	▲	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・携帯キャリアの値下げに伴い、利用者の低価格プランへの移行が進んでいるが、当社では他社との差がなくなり、新規の引き合いが減少している。
	▲	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、景気はやや悪くなっている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で減少した客が戻ってこない。売上も前年から大幅に減少している。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・客の購買量や売上が減少している。駅前通りの人通りが少なくなっており、夜のにぎわいもない。
	×	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続き、景気は悪くなっている。
	×	一般小売店〔洋裁附属品〕（経営者）	来客数の動き	・商店街の人通りも来客数も少ない。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前月は来客数が前年の85%であったが、今月は近隣の府県が緊急事態宣言の対象区域となったため、来客数が前年の80%まで落ち込んでいる。
	×	衣料品専門店（代表）	来客数の動き	・自粛期間の延長により、来客数が激減し、売上は前年の4割近くまで減少している。
	×	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・平日だけでなく、土日祭日も来客数が少ない。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食店の営業時間短縮は解除されたが、営業時間短縮期間中に客が遅くまで外出しないことが日常化したため、解除後も客が戻らない。
	×	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・年末から始まった自粛要請が今月22日に解除されたが、自粛期間中は来客数が非常に少なく、店舗付近の人通りも少なかった。解除されて以降、昼の来客数が少し増加したが、夜に関しては自粛中と変わらない状況である。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出以降、夜の人出が全くなってしまっている。このままでは社交飲食業界で倒産や廃業が相次いで出てくる。
	×	その他飲食〔サービ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、景気は悪くなっている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・乗車率が低下している。
	×	通信会社（広報担当）	お客様の様子	・客に新しいものを買おうとする様子がない。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、客が外出を控え、巣籠り需要に金を掛けているため、景気が上向かない。
企業動向関連	◎	*	*	*
(中国)	○	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の影響で、家庭用の商品は順調に推移している。
	○	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が取引先に影響を与えているが、景気はやや良くなっている。

	○	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	・鉄鋼業向け生産が回復しており、生産部門で実施している臨時休業も規模が縮小している。
	○	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月受注の回復傾向が続いている。
	○	非鉄金属製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・金属価格が高値で推移し、電子材料素材の受注が伸びてきているため、景気はやや良くなっている。
	○	輸送用機械器具製造業（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が緩和し、景気がやや良くなっている。
	○	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・通販やフリーマーケット市場を含め、荷物の個数は増加している。特に個人市場の荷物の伸びが目立っている。
	○	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数や成約件数が増加している。
	○	会計事務所（経営者）	受注量や販売量の動き	・人材不足の影響や新型コロナウイルス禍によるリスクヘッジの動きによって、間接部門のアウトソーシングの新規の引き合いが増加しつつある。
	□	農林水産業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、飲食店の集客が軒並み落ち込んでいる。
	□	繊維工業（監査担当）	受注量や販売量の動き	・受注はほぼ前年並みで推移している。ある程度人の動きも戻り、スマートフォンを活用した受注アプリを開発したので、前年並みの受注は確保できる見通しである。
	□	鉄鋼業（総務担当）	取引先の様子	・3か月前から特に変化はない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は生産能力の50%程度しかなく、状況は3か月前と変わっていない。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・電子部品関連は回復基調にあるものの、機械装置関連は依然として取引先の設備投資再開までには至っておらず、まだまだ時間を要する。
	□	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	・新型コロナウイルスが落ち着いているが、主要客からの受注量は、主要客の部材不足により、下方修正となっている。
	□	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注予定時期が遅れ気味ではあるが、受注は順調に推移している。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・景気は新型コロナウイルス発生前の水準には戻っていない。
	□	輸送業（総務・人事担当）	受注量や販売量の動き	・受注数量に変化がない。
	□	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世界販売が前年比で1割程度の減少となっているため、系列の地元部品メーカーの受注もおおむね前年比で1割の減少となっている。
	□	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、受注量が減少傾向にある。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・寒暖差が大きく、季節商材の動きが激しい。全体的に物量が低下している。
	▲	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・前年の夏以降、景気は回復傾向にあったが、1月頃から新型コロナウイルスが拡大し、緊急事態宣言が出たこともあり、景気はやや悪くなっている。
	▲	金融業（貸付担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言の影響で、企業の売上や収益は全般的に悪化傾向にある。
	×	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・データセンターの商談や見学の機会が激減、新規の問合せも少ない。先行きが不透明な状況で、新たな投資目的の活動も鈍い。
雇用 関連 (中国)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・全体的に受注は回復傾向で、新型コロナウイルスのワクチン関連の受注も増加している。
	○	人材派遣会社（経営戦略担当）	採用者数の動き	・新規求人の回復に伴い、採用者数が前年の水準まで回復している。
	○	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人需要は相応に高く、一時的に凍結していた人材募集も再開している。
	○	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禍の厳しい状況から徐々に回復傾向にある。また、3～4月に掛けての求職者の動きの活発化が期待できる。

□	人材派遣会社 (支店長)	採用者数の動き	・求人数、求職者数共にそれなりの数値となったが、求人側と求職側のニーズに違いがあり、マッチングに至らないケースが多くなっている。
□	求人情報誌製作 会社(営業担 当)	求人数の動き	・新卒採用の求人数は新型コロナウイルス禍でも大きく減少していない。2022年卒の採用活動も始まり、2023年卒のインターンシップを検討する企業も出始めている。
□	求人情報誌製作 会社(広告担 当)	雇用形態の様子	・新型コロナウイルスが企業の売上などに与える影響が前年秋頃から顕著になってきている。採用は新卒が現状維持、中途は見送りの状況が続いてきたが、今年に入ってから徐々に元に戻り、現状は中途採用も前年の7～8割まで戻っている。
□	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・有効求人倍率は全国トップレベルの水準ながら、雇用情勢はやや悪化している。企業は人材不足を実感しつつも、新たな求人を出しにくい状況にあり、求職活動は長期化の傾向にある。
□	職業安定所(雇 用関連担当)	求人数の動き	・新規求人数が前年及び前月と比べ減少する状況が続いている。
□	職業安定所(事 業所担当)	求人数の動き	・新規求人数は前年から12.4%の減少、有効求人数は前年から19.5%の減少で、新型コロナウイルスの影響による厳しい雇用情勢が続いている。直近3か月の新規求人数も前年から19.3%の減少となっている。1月の有効求人倍率は1.62倍、1月末時点の新規学卒対象の求人状況を前年と比べると、高卒で求人数が25.5%の減少、大卒等で求人数が24.7%の減少となっている。
□	民間職業紹介機 関(求人・人材 採用担当)	求人数の動き	・求人全体の状況に大きな変化はないが、飲食関係の求人は引き続き少ない。
□	学校[大学] (就職支援担 当)	雇用形態の様子	・景気に変化はないが、新型コロナウイルスのワクチンの情報が出始めるなど明るい兆しが出てきている。
▲	求人情報誌製作 会社(経営者)	周辺企業の様子	・3か月前と比べ、周辺企業の景気は明らかに悪くなっている。
▲	職業安定所(所 長)	求人数の動き	・企業が求人1件当たりの募集人数を必要最低限にしているため、製造業の新規求人数は前年から4割減少している。
▲	学校[短期大 学](進路指導 担当)	求人数の動き	・来年度卒業予定の学生を対象とした求人が例年よりも少なくなっている。
×	—	—	—