

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	商店街（代表者）	・子ども手当、高速道路無料化は客の間でもかなり話題になっており活性化につながる。 ・今後も客数の増加は期待できる。新規の客の購買促進をいかに図って行くかが売上回復のポイントであり、低価格商品の拡大、食品充実等を図り売上の拡大を図っていく。前年比マイナス幅は改善してきており今後若干ではあるが明るい兆しが見える。		
		百貨店（販売促進担当）	・販売点数、客単価共に、3%程度改善している。 ・9月まで補助金効果が継続する。		
		スーパー（店長）	・補助金延長による13年超過の対象車が増加したこと、及び子ども手当を期待している客が増加していることから、しばらくは良い。		
		乗用車販売店（統括）	・買上客数の増加が見られる。		
		乗用車販売店（営業担当）	・来客数は前年比80%が続いていたが、3月に入ってから90%台まで回復してきている。ゴールデンウィークに向けて予約等もあり徐々に回復している。		
		その他小売店〔ショッピングセンター〕	・自社内競合も一巡し、前年比の実績も良くなる。また、店舗のオペレーション力も上がっており、人気の出そうな商品を予定している。		
		一般レストラン（店長）	・タクシー業界では、7割の企業が9%の料金値上げを行ったため、売上は増加する。		
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・春季イベント期間を控えており、先行しているイベント期間の来園動向を踏まえると、春の行楽による動員が堅調になるものとみられる。		
		タクシー運転手	・個人支出が発生しており、包括的に経済を押し上げるのではないかとみられる。		
		テーマパーク（業務担当）	・来場の客は、これまでじっくり検討されるだけのことが多かったが、徐々に積極的な動きが出てきており、受注量も増加傾向にある。		
		テーマパーク（管理担当）	・中心商店街では動きが活発になってきているが、人の流れを作るところまでは来ていない。		
		住宅販売会社（従業員）	・企業の注文は増えてきているが、一般の消費者はまだ厳しい状況である。		
		変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・花見、春の祭り、歓迎会などでテンションが上がってきており、人、物が動く様子がある。大学の入学者に期待するところがあるが、昨年より入学者が減少しており、地方の小さな学園都市にとって影響も大きく、厳しい面もある。
				一般小売店〔印章〕（営業担当）	・子ども手当などが実現されれば上向くと思うが、相変わらず地方は疲弊しており、浮上するきっかけをつかめない状況にある。
一般小売店〔酒店〕（経営者）	・客は、先のことを考えて買い控えをしている。				
一般小売店〔酒店〕（営業）	・子ども手当について、客からは買物より保育料やローンに使うという声をよく聞くので、支給されたものが消費に回ることには疑問がある。				
一般小売店〔紙類〕（経営者）	・前年に比べて、来客数が大幅に減少し、固定的な売場の売上は、減少しているが、北海道うまいもの大会などの催事が好調で、全体の売上は前年比3%の増加である。消費者は、珍しいもの、おいしい物を求めている。				
百貨店（購買担当）	・先月には期待も含めてやや良くなるとしたが、3月の状況を見ると、上向きとは思えず、期待を込めて見ても「変わらない」としか言えない。				
百貨店（電算担当）	・消費低迷の原因はさまざまあるが、所得の目減りが続く限り改善されない。				
百貨店（販売促進担当）	・中心部で回復したとしても、地方に波及するまでにはかなり時間が掛かる。景気回復を実感する頃には、景気はまた低迷しているのではないかと。				
百貨店（営業担当）	・高齢者が出掛けやすい季節となるが、買上点数、客単価共に伸びは見込めない。				
スーパー（管理担当）	・景気が上向く材料はない。子ども手当にしても、一部の生活必需品や子供の塾、貯蓄へ回る感であり、期待できない。				
スーパー（販売担当）					
スーパー（店長）					

スーパー（経営企画）	・1品単価、客単価共に一進一退の推移が続き、下降は止まった感があるが、上昇に転じたとは感じられない。客の低価格志向が続いている。
スーパー（管理担当）	・緩やかではあるものの、来客数、客単価の下降傾向は止まっておらず、売上はなかなか伸びない。そうしたなか、利益を確保していくため試行錯誤している。
コンビニ（エリア担当）	・来客数が数パーセント減少しているなか、売上は現状のままで推移しており、良くなる材料は見られない。
コンビニ（エリア担当）	・天候が良くなること以外に、来客数が増加する要素は見当たらない。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・今後も、厳しい低価格競争は継続する。
家電量販店（店長）	・エコポイント制度の延長が決定し、引き続き対象商品の販売量、特にテレビの特需は継続すると思われるが、単価の下落が著しく売上の大きな伸びは期待できない。
自動車備品販売店（経営者）	・これ以上の悪化は考えられないが、来客数の状況を見ると、大きく好転する気配もない。
その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・今月以上の伸びを期待できる要素はない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・企業収益が悪く、当社の主力商材である宝飾品は、引き続き動きが見込めない。
その他専門店〔海産物〕（支配人）	・良くなる要素は見られない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・6月からの高速道路の料金制度の変更により、客の動きは読み難く不透明である。
観光型ホテル（スタッフ）	・5月までは、前年比プラスで動いているが、6月以降は前年同月比で予約が少ない。
都市型ホテル（従業員）	・公共、一般団体とも定例会などは減少傾向にあるものの、一部に祝賀会や記念事業を実施する団体もあり、一進一退の状況になっている。
都市型ホテル（総務担当）	・現状では景気の動向が読みにくい。第1四半期での予約状況は芳しくなく、苦戦が強いられる。医学関係の学会が何回もあり、集客に結び付けば状況は変わるが、Webでの宿泊予約が主流となりつつ昨今、主催者側からの発表ではホテル単体での予約状況が読みにくい状況にある。
タクシー運転手	・予約状況を見ると、観光は若干の改善傾向にあるが、その他は厳しい状況である。
タクシー運転手	・乗車率が低い。特に夜の乗車率が低い。この状況は、年明け以降継続しており、今後も期待できない。
通信会社（社員）	・通信サービスに関する新規加入などの問い合わせ件数に変動がない。
通信会社（企画担当）	・半年前、1年前と比較すると、前向きと思うが、新年度やその後ゴールデンウィークを迎える時期で、期待感や羽を伸ばそうとする話は出てこない。財布のひもが緩む話題は出ない。
通信会社（通信事業担当）	・最近、企業などの人事異動による転出入が非常に少なくなっている。それに伴い契約の異動（解約、新規加入）は少なくなる。
通信会社（営業担当）	・テレビ・ネットともに、不況による節約志向や他社競合による解約が増加しており、新規獲得も苦戦が続いている。
通信会社（営業担当）	・新規案件が出てきたり、既存ユーザーがなくなったりしており、先行きも現状と変わらない。
テーマパーク（広報担当）	・高速道路の料金制度の変更や無料化社会実験の動向により、観光客の動きが変化してくる。
ゴルフ場（営業担当）	・通常の販売方法では集客につながらない。新年度について集客人員を前年並みとし、単価低下による売上減少分をアルバイト等の経費削減で対応する予算とした。
美容室（経営者）	・良くなる材料が何もない。
美容室（経営者）	・景気全体が良くならない限り、客の意識は変わらない。
設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイント制度が始まり、リフォーム工事などを期待しているが、消費者の財布のひもは固く、動きも少ない。
設計事務所（経営者）	・設計事務所を取り扱う物件では、住宅版エコポイント制度の効果は期待できそうにない。
住宅販売会社（販売担当）	・受注件数は前年比マイナスで推移しており、今後の見通しも厳しい。

	住宅販売会社（経理担当）	・現在の販売状況を維持できていると考えている。子ども手当も正式に決定となり、住宅ローンの一部として考えている人もいる。住宅購入の後押しにはなっている。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・今後良くなる要素は見当たらない。	
	百貨店（売場担当）	・子ども手当について、効果は部分的、一過性のため、消費動向が向上するとは思えない。	
	コンビニ（エリア担当）	・消費動向は変化なく、取引先の不振の影響も出ている。売上もあるが、回収あつての供給という視点に立って経営に当たらざるをえない。	
	コンビニ（エリア担当）	・中小企業の状況には改善がみられず、客の財布のひもも固いままである。	
	衣料品専門店（店長）	・定期昇給の見送りなどがあり、消費マインドの向上にはつながらない。	
	衣料品専門店（販売促進担当）	・最近の客の動きは、低価格志向のもと、「商品のお買い得感」がないと購入されない。まだまだデフレは継続する。	
	家電量販店（店長）	・エコポイント制度に変わる政策もなく、現行制度の対象品目が絞られたことの影響が今後出てくる。	
	乗用車販売店（販売担当）	・例年大幅な販売増加が見込める3月に入っても、来客数が伸びない状況のため、4～5月は状況が厳しくなる。	
	観光型ホテル（経理総務担当）	・宿泊部門の予約は順調であるものの、宴会部門の予約が低調である。特に売上金額の大きい婚礼が不調であるため、今後も苦戦が予想される。	
	都市型ホテル（経営者）	・新年度にならないとはっきりと見極められないが、現時点では今後の予約率が前年比5ポイント以上のマイナスとなっている。	
	旅行代理店（営業担当）	・経済が持ち直す様子もなく、すべての面で控えておく傾向がうかがえる。	
	設計事務所（経営者）	・共働きによる家計の充実を志向する家庭が増加しているが、収入総額は依然として伸び悩んでいる。	
設計事務所（経営者）	・地方活性化策は、全く見えてこない。東京への一極集中がますます進み、東京以外の都市では明日への希望が見えてこない。		
悪くなる	百貨店（売場担当）	・取引先の撤退申し入れが相次いでおり、売場の新規導入が図れていない。前年と同じ売場条件での取引ができず、更なる苦戦が予想される。	
	スーパー（店長）	・テナントビルの空洞化が進んでおり、先行きが不透明である。	
	スーパー（財務担当）	・所得環境の改善が見られないため、今後も消費者の節約志向が続く。	
	コンビニ（エリア担当）	・客単価の低下の影響は、今後も続く。	
	住関連専門店（広告企画担当）	・家具への出費は控える傾向にある。全体的な景気の先行きが良くなる限り、解消は難しい。	
企業動向関連	一般レストラン（店長）	・客単価、来客数共に悪化が続いており、外食控えはしばらく続く。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注量は今後増加する。	
	やや良くなる	電気機械器具製造業（総務担当）	・向こう3か月の受注が入ってきたが、依然設備能力一杯の受注となっており、工場はフル生産となっている。エアコン、自動車関連ともに高止まりの生産計画が続いている。
	化学工業（総務担当）	・取引先の新年度の動向が明るいため、受注は回復する。	
	鉄鋼業（総務担当）	・大手自動車メーカーのリコール問題もあり、自動車産業では二番底が懸念されるものの、今年上期は現状並みの受注で推移する。	
	金融業（業界情報担当）	・当面中国での販売増加が続き、北米も緩やかながら回復が期待できることから、売上は緩やかに回復する。	
	変わらない	食料品製造業（業務担当）	・買い控えのこれ以上の悪化は考えにくい。通販部門の持ち直しを待っている。
	化学工業（総務担当）	・景気が回復する兆しは、なかなか見えてこない。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口の引合もなく、今後も現在の生産水準が継続する。	
	非鉄金属製造業（経理担当）	・受注見込みに、特に目立つ動きはない。	
一般機械器具製造業（経営企画担当）	・自社製品の売上について、国内市場では回復の兆しが見え始めている。しかし、海外市場は冷え込んでおり、売上不振が続く。		
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・先行き不透明感が漂っており、短期予想の変動が激しい。そのため、今後良くなる材料が打ち消されてしまっている。		

	輸送業（運送担当）	・よほどの景気対策でも発表されない限り、地方ではなかなか回復が見込まれない。	
	通信業（営業企画担当）	・大型の取引案件については、価格交渉が増える。その一方で、中小規模の客からの引き合いは増えつつある。そのため、現状の景気は維持される。	
	金融業（営業担当）	・倒産件数は多くないものの、地場の中小零細企業では、売上減少の改善見通しが立っていない。そういった企業は、自社の技術革新を行う経営余力もなく、外部環境の改善待ちであるが、その傾向が取引先の経営者から全く聞くことができない。	
	コピーサービス業（管理担当）	・大手自動車メーカーのリコール問題等もあり、景気回復は見込めない。	
やや悪くなる	金属製品製造業（総務担当）	・得意先各社からの平均10%の値下げ要請に加えて、3月から鉄原料価格が高騰している。売上減少と材料費増加のダブルパンチであり、採算面ではかなり厳しくなる。	
	電気機械器具製造業（広報担当）	・受注を十分に確保できる見通しはない。	
	建設業（経営者）	・先日地価が発表されたが、商用地も住宅地も下がりっぱなしである。地価が安くなっても、下げ止まって落ち着かない限り、土地は動かない。また、コンクリートの扱いが最盛期の5分の1、前年比3分の2となっており、厳しい状況である。	
	会計事務所（職員）	・現在の製造業の忙しさも、一過性と考える事業主が多い。むしろ、4月以降になって、現在の反動を危惧する声が増える。	
	悪くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きも悪く、採用が低迷している。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	各部署で、対外的な対応に走り回っているところである。社内では、効率性の向上や工具など消耗品の節約に動いているが、どの位の効果につながるかは不透明である。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・デパート関係の売上が減少しており、受注の減少につながっている。	
雇用関連	良くなる	-	
	やや良くなる	求人情報サイト運営（支店長）	・採用マーケットは底を打った感があり、企業の採用意欲に高まりが見られる。2011年卒の新卒採用予定数も、報道発表されてきているが、大幅な減少傾向とは見受けられない。
		職業安定所（職員）	・休業している企業も減少傾向にあり、医療、福祉、パートを中心に緩やかな求人増が続く。
	民間職業紹介機関（職員）	・期末商戦や新年度という節目、足元ではプロ野球の開幕など個人消費が伸びる素地がある。悪天候が続いているが、例年通りに戻れば、これまでの反動から外出や遠出の機会も増え個人消費を持ち上げる。	
変わらない	人材派遣会社（担当者）	・各企業の方からは来期の見通しが不透明という意見が多い。	
	人材派遣会社（支店長）	・取引企業からは、経費削減や人員削減の相談が多く、景気の良い話はない。	
	求人情報誌製作会社（担当者）	・決算等を判断材料に採用計画の調整が行われる場合もあり、採用については消極的である。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物流業者の話によると、県内、国内の荷動きは相当鈍い状態が続いている。	
	職業安定所（職員）	・受注等の回復から徐々に求人意欲の高まりも感じられるが、正社員求人は少なく大半は非正規等の臨時求人となっている。	
	職業安定所（職員）	・生産調整をしている製造業ではやや受注が回復し、休業を中止する製造業が増加している一方、サービス業や卸売・小売業からは売上の減少による休業の相談がある。また、受注の回復が見込まれず人員整理の計画をする事業所もあるなど、景気の状態は変わらない。	
	職業安定所（雇用開発担当）	・事業所ヒアリングを雇用調整助成金等計画提出時に実施したところ、4月以降の業績落ち込みを一段と懸念する声が建設業を中心に一部ある。他は現状のまま横ばいという見込みがほとんどである。	
	民間職業紹介機関（職員）	・景気改善につながりそうな話をほとんど聞かない。良い話より悪い話が多い。	
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・求人件数は前年に比べ減少している職種もあるし、福祉関係は前年とあまり変化が無く、企業も採用を見合わせている様子である。	

やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・大企業から派遣依頼が減っており、年度末（3月末）での契約終了も相当数見込まれるが、それを補う求人受注が確保できていない状況である。
悪くなる	-	-