

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	-	-
		一般小売店〔紙類〕 （経営者）	・観光客の購入単価の上昇もあるが、週末だけでなく平日もゆとりのある客層が対象になっているため、来客数も増加している。
		衣料品専門店（店長）	・秋物の動きが活発なことに加え、天気予報ではこの冬は寒さが厳しいとの見込みであるため、スーツやコート等の動きに期待が持てる。
		家電量販店（店長）	・来客数からみる景気の状態は決して良いとは言えない。ただ一時的な動きという見方も強いものの、今月は市内での新規店舗の開店により、市場には多少動きが出てきている。またエコポイント制度が残り半年となり、当業界においては駆け込み需要により、年末へ向けて多少の追い風となってくる。
		乗用車販売店（業務担当）	・エコカー購入補助金の打ち切りで落ち込んだ市場が、次第に回復することが見込まれる。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー購入補助金終了の影響はかなりあるが、新型ハイブリッドカーや、その他のラインナップも控えているので、持ち直す可能性もある。
		通信会社（総務担当）	・景気低迷のなか販売数が徐々にではあるが伸びてきている。
		通信会社（広報担当）	・今後、他社のスマートフォンに対抗し、スマートフォン市場シェアの拡大を目指すため、商品及びサービスを客に提供していく予定である。また高速の次世代通信サービスであるLTEも東京、名古屋、大阪からスタートしてくることから、客への露出も徐々に増えてくる。
		テーマパーク（業務担当）	・ウィンターイルミネーションなど冬季大型イベント開催による来園者数の増加を見込んでいる。
		テーマパーク（広報担当）	・気候が安定するにつれて客足は戻ってきているため、冬のイベントのPRに力を入れて落込みを回復させる。
競艇場（職員）	・12月中旬から開催される全国発売のレースと年末レースで集客が見込める。		
その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	・業界的には需要は多くあるため、好調不調は社内戦略の問題である。		
設計事務所（経営者）	・リフォームや省エネに対する国の優遇施策が増えていることに対して民間が動くことに期待が持てる。		
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・周りの経営者も客も以前よりあまり楽しい話をしなくなってきており、販売がうまくいっていない様子が言葉尻から推察できる。
		商店街（理事）	・いまだデフレから脱却できていないなかで、円高等悪い条件が整った上に、不安ばかりを強調する報道もあり、消費者心理もそれに追従している。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・一般客向けの紳士婦人靴を取り扱っているが、「一般客は品物を選び、予算を減らし、足数も減らす」という厳しい状況が継続している。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・下旬から秋らしい天候になり、秋の葉物野菜類、果物類が出回ってきており、客の食欲も少しは増してくることが期待できる。
		百貨店（営業担当）	・現在の状況から今後期待することは難しいが、今後一気に寒くなると売行きも変わる可能性がある。
		百貨店（販売促進担当）	・中国との関係が微妙にファッション商品の品ぞろえに影響を及ぼしている。カシミアを中心に中国製品は現状でも1か月以上の納期遅れとなっていており、今後秋冬の主力であるセーター、コート、マフラー等の店頭展開にマイナス材料となっている。
		百貨店（購買担当）	・今年の冬は厳しいと言われており、アパレル業界も重衣料を始め前年同様の売上に期待が持てるが、気温変動などの環境問題も踏まえて景気のことを考えていかなければならない状況である。
		百貨店（電算担当）	・前年対比マイナス5%の売上となっており、残暑が厳しく秋物が動かず、衣料品に関しては寒くならないと数字が上がらない。客は必要な物しか買わず、財布のひもが固いため、購買意欲を高める明るい材料やそれを牽引する商品が必要である。

百貨店（販売担当）	・今後景気全体として良くなる材料が見当たらないが、逆に悪くなる材料もない。ただ本格的に冬物商品が売れなければならぬ時期に今のような高気温では、衣料品を中心に売行きは厳しくなる。
百貨店（営業企画担当）	・気候変動による影響が大きく、今後は変動も予期するなかで計画立案も必要になってきている。
スーパー（店長）	・客単価及び購入点数は前年割れしている状況が半年以上続いている。来客数もすぐに改善されることはなく、この状況が継続する。
スーパー（店長）	・円高や野菜高騰の傾向は、年内には変わらない様子であり、食品に対する客の節約の意識が強くなる。
スーパー（店長）	・消費の伸び悩みにより、客単価が伸びない。
スーパー（経理担当）	・来客数の改善がなかなかみられない。
スーパー（開発担当）	・温かメニュー関連の食材が動き出しており、寒い冬になりそうなので前年の売上はクリアしそうである。
スーパー（管理担当）	・8月は猛暑の影響もあり、売上は前年比でほぼ100%、9月も現時点で売上は前年比で105%と伸びている。菓子部門、雑貨部門でやや遅れを取っているが、全体では来客数、客単価とも比例して伸びており、この伸びを維持する形で年内は推移する。
スーパー（営業システム担当）	・猛暑の影響で、鮮魚関係にも影響が出ている。価格の問題もあるが、品質が低下すると購買意欲も落ちるため、売上の増加は見込めない。
衣料品専門店（販売促進担当）	・紳士物、婦人物、子供用と全体的に単価が下がっており、客は意外と安いと感じられる商品に関心があるため、高単価が多い冬には厳しい状況である。また夏のボーナスがカットされたとの声を聞くので、冬も購入に慎重な客が増える。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・円高や中国との関係悪化という厳しい状況のなかで、企業の見通しが悪くなり景気への悪影響が出てくると、当社の販売にも影響が出てくる。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・残暑が長引いたせいも、秋冬衣料の販売期間が短くなり、パーゲンセールの前倒しが予想され、引き続き販売単価の低下が起こる。
家電量販店（店長）	・エコポイント制度の延長でこの12月までの特需は見込めなくなった。売れたとしても需要の先取であるため状況は厳しい。
家電量販店（店長）	・省エネ家電エコポイント制度が3月までの延長が決まり、対象商品特に地デジ対応薄型テレビについては12月をピークに需要増が見込まれるが、単価が30%ほど下落してきており、今後も海外メーカー参入等によりメーカー間の価格競争も激化すると予想されることから、この傾向はしばらく続く。
乗用車販売店（サービス担当）	・終了したエコカー購入補助金の効果が大変大きかったため、このままでは売上がより悪くなる。
乗用車販売店（副店長）	・10月以降各メーカーは新型車を発売したり、キャンペーンを行ったりと対策を考えており、その効果が期待されるが、エコカー購入補助金の駆け込み需要ほど盛り上がりがない。
自動車備品販売店（経営企画担当）	・新車販売の効果を冬用タイヤの購入で捉えたいが、反応は少なく、実需を待つしかない。来客数も前年割れが続いており好転は望み難い。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・当地の人口減少や更なる大型店の出店を考えると、既存店の売上は増加とはならないため、現状ではコンパクトな経営にしていくしかない。
一般レストラン（経営者）	・円高による輸出産業の低迷が懸念され、来客数の更なる減少が懸念される。
スナック（経営者）	・中小企業が好転する兆しがみえてこないという客の会話をよく耳にする。
都市型ホテル（従業員）	・9月以降の宴会予約状況は前年並みであり、レストランも横ばいの見込みである。
タクシー運転手	・夜の客が減少した状況が続き、良くはならない。
タクシー運転手	・身の周りでは設備投資の話も聞くが、当社においては1人当たりの売上高は対前年比でプラス10%、総売上は前年並みが継続する。
通信会社（社員）	・新規の問合わせに変動はない。
通信会社（通信事業担当）	・来年の地上デジタル放送化に伴うテレビサービス関連の問い合わせは増えているが、通信サービス関連の話にまではなかなか結び付かない。

	通信会社（営業担当）	・ケーブルテレビ多チャンネルサービスやインターネットの 新規契約数は一時に比べ安定してきているものの、解約数が 引続き計画を大きく上回って推移しているため、全体の状況 は変わらない。
	ゴルフ場（営業担当）	・気候が平年並みに戻れば客の動きは良くなるものの、売上 は前年と比べると悪い。
	設計事務所（経営者）	・客の収入に伸びがなく、消費行動が慎重である。
	住宅販売会社（従業員）	・しばらく低価格が維持されていた原材料にも、価格維持の 限界による値上げが徐々にみえ始め、利益の圧迫が出てく る。
	住宅販売会社（販売担 当）	・相変わらず展示場イベントへの来場者が少なく、今後景気 が良くなる要素が見当たらない。
	住宅販売会社（経理担 当）	・土地価格が下がっており、景気の低迷感が出てくる。
やや悪くなる	一般小売店〔酒店〕 （経営者）	・たばこの特需で2～3か月先までたばこの売上は期待でき ず、なかなか元に戻らない。
	一般小売店〔印章〕 （営業担当）	・駅周辺は大手スーパーの閉店に伴い、人出が減少してい る。オーバーストアーに加え駅周辺の集客力の激減で状況は 厳しくなる。
	百貨店（売場担当）	・9月秋物の出足が悪いことで取引先の追加発注がかから ず、商品在庫確保が難しい状況になる。ヒット商品がなく、 高額品も厳しいことから、価格訴求に巻き込まれる状況がま だまだ続く。
	百貨店（売場担当）	・景気の回復も必要だが、それ以上に地域としての地盤沈下 や思うような品ぞろえができない地方百貨店の苦しみは継続 する。
	スーパー（店長）	・来客数が伸び悩むなか、販売価格の低下傾向は強くなって おり、今後売上はもとより収益面でも更なる苦戦が続く。
	スーパー（販売担当）	・子ども手当も売上にはつながらず、先行きに明るい話題が ない。
	コンビニ（エリア担 当）	・最近納入単価の引下げを求められることが多いが、売上数 量は増加していない。クリスマス商戦もかなり値下げをして おり、売上数量に伸びがなければ状況は厳しい。
	コンビニ（エリア担 当）	・喫煙者は今後たばこの値上がり額程度他の商品の購入を控 える。
	コンビニ（営業担当）	・たばこ増税により来客数が減少する。
	その他専門店〔布地〕 （経営者）	・天候の影響で季節的な商品が売れないこともあるが、円高 等政治状況に明るい材料がない。
	その他専門店〔書籍〕 （経営者）	・資金繰りが悪化してきている。
	高級レストラン（ス タッフ）	・今後の予約状況では、個人は順調に推移しているが、企業 が非常に少なくなっている。
	その他飲食〔サービス エリア内レストラン〕 （支配人）	・経済に対して明るい情報がなく、飲食の値下げが続くとと もに、買い控えもますます進む。
	観光型ホテル（支配 人）	・11月以降の入込みが悪い。今月より忘年会営業、おせち料 理営業をスタートしたものの出足が鈍いため、急遽11月に ディナーショーを企画したが、前年割れは必至の状況であ る。
	都市型ホテル（総支配 人）	・プライダルマーケット全体が前年に比べ縮小しており、前 年に比べて売上が悪化する。
	都市型ホテル（スタッ フ）	・円高で海外からの来客数が減少する。
	通信会社（企画担当）	・年末に向けて上向きになる好材料はなく、漸減傾向がその まま続く。
	美容室（経営者）	・景気の状況が政治の影響かは分からないが、客が金を使う ことにちゅうちょしており、購買意欲が低下している。
	美容室（経営者）	・2～3か月後に景気が良くなるような話が聞かれず、当面 悪化する状況が続く。
	悪くなる	商店街（代表者）
商店街（代表者）		・円高、若者の就職難、政治の動揺、諸外国との関係悪化等 により、客は将来に対する不安を抱き、購入意欲が低下して いる。特に衣類に対しては食料品等に比べ優先度が低く、生 活防衛の的となっており、客の財布のひもが非常に固い。
商店街（代表者）		・涼しくなっても来客数が伸びていない。
商店街（代表者）		・円高、中国との関係の悪化等、先行きに対して全く明るい 材料がないことから、当面消費者の財布のひもは固い状況が 続く。

		スーパー（財務担当）	・株価の低迷及び円高等により、景気回復の兆しがみえず、低価格志向、節約志向は今後も続く。		
		衣料品専門店（経営者）	・商店街の同業者の閉店が続いているが、その客が当店に流れてこない。		
		乗用車販売店（統括）	・エコカー購入補助金による前倒し販売のため、10～3月の販売量は大変厳しい状況となる。		
		乗用車販売店（店長）	・エコカー購入補助金打切り後は、客足もピタリと止まり、月の後半の販売は低迷したため、年内は今までの反動で売上も期待できそうにない。		
		一般レストラン（店長）	・同業他社の宴会コースの減額が目立つ。当店もそこまでしないと集客に苦勞するのは同じだが、とても厳しい状況がますます続く。		
		都市型ホテル（支配人）	・第3四半期は1年で一番の繁忙期だが、一般宴会の伸びが悪く、忘新年会も価格が低迷し、人数でカバーしなければならない。しかしその人数も現状では小ぶりであり、苦戦を強いられている。婚礼に至っても小規模のものが増えており、付帯収入も思ったほどは伸びず、同様に苦戦している。宿泊が伸びなければレストランの需要もけん引できず、大変に苦戦を強いられそうな状況である。		
		旅行代理店（経営者）	・中国問題、円高問題等企業が問題を多く抱えており、旅行どころではない。		
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後2～3か月は自動車関連の受注は計画どおり順調に推移する。		
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・7月に続き8月は「イカ釣り船」が好調で浜も活気付いた。「青物」も順調でありこれから期待している。		
		食料品製造業（総務担当）	・今後も販売数量は予定より増加することが見込まれる。売上は順調だが、人手不足の状況で過重労働にはならないが、残業や休日出勤での対応となっており、この状況がどのくらい続くか心配である。		
		建設業（総務担当）	・起工式が頻繁にあり、現場担当者の稼働率が上昇する状況が出てきた反面、建築資材等の値上がりが予想され、利益率については低下する恐れがある。		
	輸送業（統括）	・当面海外輸出が続く計画であるのでやや良くなる。			
	会計事務所（職員）	・製造業ではわずかではあるが見積の依頼が増えてきている。今後も昨年度以上にこの傾向が続く。			
変わらない		食料品製造業（業務担当）	・しばらく低価格の流れは続く。		
		木材木製品製造業（経理担当）	・円高問題や将来に対する不安感がある。		
		化学工業（総務担当）	・円高の影響が懸念される。		
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・耐火物の新規の受注は見込まれず、当面現在の生産量が継続する見込みであり、新規の引合いもない状況である。		
		鉄鋼業（総務担当）	・10月からの自動車メーカーの減産の影響や引き続く円高による輸出品への影響が懸念されるため、政府の補正予算や円高回避政策に期待する。		
		非鉄金属製造業（経理担当）	・全体的には特段の方向性はみられない。ただし液晶関連など分野によっては在庫調整が顕著になっているものもある。		
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。		
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・自社製品の売上に国内市場で回復の兆しがみえ始めてきたが、海外市場については依然として冷え込みが続く見通しであり、厳しい状態である。		
		電気機械器具製造業（総務担当）	・業界や同業者間では様子見の感が強く、設備投資には消極的である。		
		輸送業（運送担当）	・よほどの景気回復の起爆剤となるものでもなければ、当分の間地方での景気回復は見込めない。		
		コピーサービス業（管理担当）	・この業界が将来良くなることは考えられず、他の市場性のある事業にウエイトをシフトして会社業績を改善していくしかない。		
		やや悪くなる		金属製品製造業（総務担当）	・懸念事項であった鉄原材料の上昇は来年3月まではない見通しとなった。しかしながら得意先から価格検討の要請があり、採算性の悪化が懸念される。
				電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が減少する。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・今月でエコカー購入補助金が終了するため、今後は国内向け自動車の生産台数が落ちる。				
その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・全体から見るとやはり景気は低調であり、内需拡大を最優先にしなければ、日本全体への波及効果は望めない。				

		<p>通信業（営業企画担当）</p> <p>通信業（営業担当）</p> <p>金融業（業界情報担当）</p> <p>金融業（営業担当）</p>	<p>・取引先の様子では製造業を中心として政府の景気対策により一次的な回復ができたが、一部政策の終了や円高の継続により、今年度中に設備投資を実施、来年度は抑制の動きが出ている。</p> <p>・恒常的な円高傾向にあり、海外依存企業含め国内生産の空洞化が解消されない、また中国との摩擦も懸念されるなど輸出産業への影響から国内景気も向上しない。雇用についても改善の兆しが全くみえず、結果的に消費も回復してこない。</p> <p>・中国など新興国向けは好調持續するが、急速な円高により欧米向けは採算悪化が懸念されるとともに、国内販売も減少確実で、回復基調に頭打ち感が出ている。</p> <p>・中小企業の多くは売上減少が続くなかギリギリの経営を行っている。小売、サービス業界の経営者の口からは、企業存続のため何かをしなければならぬが、マクロ的に先行き不透明ななか、人の移動はあるがなかなかお金を使わないとの意見が聞かれる。個人消費の回復について、明るい展望を語る経営者もなく、むしろ更なる景気の2番底を懸念する経営者も多いことから、景気は今後やや悪くなる方向へ進む。</p>
	悪くなる	<p>化学工業（経営者）</p> <p>鉄鋼業（総務担当）</p> <p>輸送用機械器具製造業（総務担当）</p>	<p>・減税効果による増収の反動に加え、円高の影響や対中国問題等も加わり、ある程度の業況悪化は予想されるものの、影響度合いを予想し難く、主要取引先の動向を静観せざるを得ない状態である。</p> <p>・下期以降の不透明感を受け、国内の需要が足元より改善に向かうことはない。自動車関連は補助金の打ち切りの反動があり、生産や操業が今より落ちる。</p> <p>・受注が増えていない。</p>
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		<p>人材派遣会社（支店長）</p> <p>学校 [短期大学]（学生支援担当）</p>	<p>・自動車業界や鉄鋼関連で若干上向き傾向にある。</p> <p>・政府の経済政策の実施で雇用の拡大が見込める。ただし新卒者に対する補助制度が中小企業に浸透すれば雇用の促進につながるが、本学においてはその効果は現れていない。</p>
	変わらない	<p>人材派遣会社（営業担当）</p> <p>人材派遣会社（営業担当）</p> <p>求人情報誌製作会社（広告担当）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>職業安定所（職員）</p>	<p>・ここ数ヶ月の求人数の動きと、下期に向けての採用の動きがほとんど変わらない。</p> <p>・現時点では短期的な派遣需要はおう盛であるが、先行き需要が継続するか否かは非常に不透明であるため、景気が良くなるとの判断は難しい。人材派遣業界に関しては、労働者派遣法改正の動向によっても景気が左右されるため、その成行きを注視している。</p> <p>・求人媒体を取り扱う業者などは、企業側の採用意欲は徐々に高まってきているため追い風になっているようでもあるが、企業側も若干名の採用では、インターネットなどによる有料の広告媒体を使うことさえしない企業も多い。今のご時勢であれば、ホームページや学校対応などで学生の応募はそれなりに集まるため、その中から採用できれば良いという考えがあるほか、採用できなければいけないというスタンスの企業も数多くある。</p> <p>・卸売・小売業、宿泊・飲食サービス業などでは政策効果や猛暑の影響から一部持ち直しの動きもみられるが、先行きに対する不安感が根強いことから、臨時、パート求人が増加している。</p> <p>・円高が長期にわたって継続しており、今後輸出関連企業の生産調整や雇用調整が心配されていることや、中国関連の企業などの売上の落ち込みが心配されている。製造業、サービス業、販売業、旅館業などからの求人募集の落ち込みが心配である。</p> <p>・新規求人数は製造業や医療福祉を中心に全体的に回復傾向にある。ただし当所管内には輸出関係の製造業が多く、昨今の急激な円高による影響が懸念され、楽観視できない状況にある。</p>
	やや悪くなる	<p>人材派遣会社（支社長）</p> <p>求人情報誌製作会社（支社長）</p>	<p>・円高やエコカー購入補助金の終了等、景気が回復する見込みが立っていない。また人材ビジネスを取り巻く環境も専門26業務適正化や秋の臨時国会での派遣法改正の動きがあり、厳しい状況が続いている。</p> <p>・円高傾向がまだ続き、中国との関係にも不安要因があるため求人状況も良くならない。</p>

	民間職業紹介機関（職員）	・自動車関連が冷え込むと業界関係者は懸念しており、回復傾向にあった業界内で早くも、固定費削減へ向けた支出の圧縮を行う企業も出てきており、新規採用を見合わせるなど将来を予測した動きに再び舵を切り直している。
悪くなる	-	-