

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	競艇場（職員）	・来年1月には全国発売のレースがあり、売上金額の増加に期待が持てる。
	やや良くなる	スーパー（店長）	・広範囲からの集客が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・売上の前年割れが続いているが、そろそろ底打ち感がある。また近くに開通した道路の影響も、1年を経過したため薄れており、景気は良くなってはいないが、前年と比べると徐々に回復していく。
		衣料品専門店（経営者）	・円高の影響で輸入品が安くなる。
		衣料品専門店（店長）	・天気予報では12月、1月は例年より雪の量が多くなることもあり、ここにきてコートやブーツなどの動きが良くなっており、今後に期待が持てる。
		乗用車販売店（業務担当）	・エコカー購入補助金打ち切りの反動を現在もろに受けているが、今が底であり今後は緩やかに回復していく。
		通信会社（総務担当）	・年末に向け購買意欲が高まることから、特需が期待できる。
		通信会社（広報担当）	・今後冬春モデルの発表を機に、顧客動向はかなり激しくなると想定している。新商品、新サービスの内容にもよるが、商戦期に向かうことから若干は良くなる。
		テーマパーク（業務担当）	・秋の来園者、客単価の動きを踏まえ、冬季イベント開催による集客効果と来園促進が期待できる。
		その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	・介護報酬の加算など制度上売上増となる施策があり、対応を予定している。
変わらない	商店街（理事）	・円高、政局への不安等の様々な影響があり、客との話でも景気が良くなる材料が見当たらないという声をよく聞く。	
	商店街（代表者）	・暖冬が継続するため現状と変わらない。	
	商店街（代表者）	・客、同業者、仕入れ業者のいずれからも良い話が聞かれない。	
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・景気の悪い状態が変わらず続く。	
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・年末年始にかけて気分的に購買意欲が湧いてくるので、現状より悪化することはない。	
	一般小売店〔印章〕（営業担当）	・スーパーの退去に伴い、駅周辺の店舗では集客力が低下し売上が減少するなか、当店では年賀状印刷等これまでスーパーの需要だったものの一部が増加し、全体的には横ばいである。	
	百貨店（営業担当）	・ラニーニャ現象で厳しい寒さの到来が予想され、高単価のコートの動きが期待されるものの、価格に対する客の目も厳しくなっており、大きな伸びは期待できない。	
	百貨店（販売促進担当）	・歳暮、クリスマスといった年度最大の商戦が近づいてくるが、賞与の減額報道も出てきており、大きな消費高揚は期待できない。また円高、株安は富裕層の購買にも影響を及ぼす。	
	百貨店（売場担当）	・ミセス商材の売上が安定してきたものの、単価の低下傾向は変わらず、11月以降更に客の価格に対する反応が敏感になる。防寒、ギフト商戦も単価の低下傾向は変わらず、来客数が増えないなかで売上減が予測される。	
	百貨店（購買担当）	・例年より動きが遅いものの、今年の冬は寒さが厳しいということで、コートやブルゾンを見に来る客は昨年より多く、ここにきて売上も徐々に伸びている。	
	百貨店（売場担当）	・気温の状況次第で防寒ものの売上が大きく変動する可能性はあるが、現在のところはクリアランスセールが前倒しになるので、12月はそこで推移するが、1月に入って苦戦する。	
	百貨店（電算担当）	・今年6月以降10月まで、5か月連続で売上が前年比マイナス4%前後で推移しており、地域格差、少子高齢化、職場減少などから判断して恒常的なものになっている。これらが将来不安を増大させ、消費が活発にならない。	
	百貨店（販売担当）	・売上は前年を何とかクリアできている状況にあるが、内容は割引やセールであり、定価品の売上は前年を下回っている。これからクリスマス商戦を迎えても、客の消費マインドが大きく向上していくとは考えにくい。	
百貨店（営業企画担当）	・所得の目減り、特に冬の賞与の減少が予測され、消費に影響を与える。		

スーパー（店長）	・円高の影響で客の買上点数が大幅に減少しており、この傾向はしばらく続く。
スーパー（店長）	・客単価は少しずつ上昇する兆しがみえているものの、来客数減少が数か月続いており、今後もこの傾向は変わらない。
スーパー（店長）	・円高の影響が今後も続く。
スーパー（経理担当）	・季節性的変動を除くと、上昇する要因を見つけにくい。
コンビニ（エリア担当）	・年末年始の企業訪問によれば、中小企業では組織の縮小や人員削減などの目に見えない部分でのリストラなどによる発注先の減少があり、発注数量の低下につながる。
コンビニ（営業担当）	・値上げの影響で客のたばこ需要が減少する。
コンビニ（営業担当）	・禁煙者が増加し、来店動機が減る。
衣料品専門店（経営者）	・新規の客がほとんどいない状態が続いている。
衣料品専門店（販売促進担当）	・これから冬場が本当の稼ぎ時であり、気温の低下やアウトターの動き次第ではあるが、客は気温に敏感なので最高気温が20度を下がる日が続けば売行きは良くなる。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・気温の低下が遅れることにより、冬物衣料の販売期間が圧縮され、値下げロスの増大により販売単価が低下する。客の買上点数は変わらず増えない。
乗用車販売店（経営者）	・円高による厳しい実態に対して政治が全く機能しておらず、良くなる見通しがみえないので現状は変わらない。
乗用車販売店（サービス担当）	・新型車が投入されるものの大きさは変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	・今は新型車の投入などでにぎわっているが、実際の販売台数は低い水準で安定している。
乗用車販売店（副店長）	・他社から新型車が発売になるが、市場を盛上げるほどの効果はない。またエコカー購入補助金のあった前年の実績割れは確実である。
自動車備品販売店（経営企画担当）	・客の低価格志向と節約志向は強く、これから期待している冬期商品の販売の動きも良くない。実需を除くと厳しさは増す。
その他専門店〔海産物〕（経営者）	・年内の予約状況が非常に良いので、年内は良い状態が続くが、年明けは悪くなる。
その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・販売キャンペーンを行ったときの客の反応が悪い一方で、キャンペーンを行っていないときの反応は前年に比べて悪くない。
一般レストラン（経営者）	・企業の接待がなかなか増えない。
一般レストラン（店長）	・集客のためにランチの値下げをしばらく続けなければならないので、売上は変わらない。
スナック（経営者）	・年末に向かうので少しは来客数が増加するが、減少分を加味すると変わらない。
観光型ホテル（スタッフ）	・繁忙期でも芳しくない状態なので、これからの季節には期待できない。
都市型ホテル（支配人）	・11月は婚礼が年間のピークを迎えるが苦戦しており、売上不振の原因となっている。また忘年会、新年会についても客単価が低迷し、売上減少の要因となっている。
都市型ホテル（従業員）	・宿泊・レストラン・宴会の各部門の見通しは一進一退となっており、インフルエンザの流行で悪かった昨年比では良くなるが、11月から12月の繁忙シーズンに向けての活気に欠けている。
都市型ホテル（総支配人）	・現在のところ新たな競合の発生はなく、宿泊部門、料飲部門ともに予約状況は前年並みの水準となっている。
通信会社（社員）	・商品サービスなどの問い合わせに変動がない。
通信会社（企画担当）	・客との会話に前向きな内容がない。
通信会社（通信事業担当）	・加入キャンペーンなども低調で、問い合わせの件数の割に実際の契約までなかなか結び付かない。
通信会社（営業担当）	・予約件数も伸び悩んでおり、状況に変化はない。
通信会社（営業担当）	・昨年来デジタル放送移行に備えたデジタルテレビ購入や、アンテナ切替によるケーブルテレビのアナログ契約の解約が増加しており、来年7月までこの傾向は変わらない。
テーマパーク（広報担当）	・冬のイベントに力を入れているので来客数が増える。
美容室（経営者）	・年末を控え一時的には少し回復するが、景気が良くなることは考えられず、よほどのことがないと良くなることは考えにくい状況である。
設計事務所（経営者）	・この短期間で状況が変わることはない。地方の経済悪化はますます進み、行財政の一極集中打開策が一向に提示されず、ビジョンが描けない現状である。

	設計事務所（経営者）	・新築物件の引き合いが減っているなかで、リフォームも支援制度が充実してきたが、期待されるほどの動きを感じない。
	設計事務所（経営者）	・景気が上向く要素がない。
	住宅販売会社（従業員）	・来場数が若干減少傾向にあるとともに、単価も若干減少傾向にある。
	住宅販売会社（販売担当）	・夏場の展示場イベントへの来場者数の減少により、今後2～3か月は受注増を見込めそうにない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・人通りが少なく購買高もだんだんと低下してきている。来月には商店街にあった老舗店1店の撤退が決まっており、空き店舗率がさらに上昇する見通しである。
	商店街（代表者）	・ボーナス商戦ではあるが、政治や財政政策に対する不信感と、将来に対する不安感のため消費に向かわない。
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・たばこの仮需も終わり、全体的に店の売上も減少傾向にある。何かきっかけがない限りは、相変わらず客の財布のひもは固いままである。
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・地元住民の生活必需品の購入数量が増加しているが、経済状況が改善されてはいないため、再び減少することが懸念される。
	百貨店（営業担当）	・10月初旬の好調な出足がここへ来て大きく落ち込んでおり、この原因が分からないことから、今後については悲観的にならざるを得ない。
	スーパー（店長）	・他社との競合やスーパー業界の悪い状況が続くことから、良くなる様子が見当たらない。
	スーパー（店長）	・円高、人件費削減、各企業の生産性向上の動きが目に見えて激しくなっており、当然消費も冷え込みが予想される。競合先の販売促進策にも限界がなく、ポイント、価格などの競争が一層激しくなりそうである。たとえ来客数が前年並みでも、単価の低下傾向が大きく影響する。
	スーパー（開発担当）	・天候不良による農作物の不作、円高による不振等、地方の食品スーパーは周辺経済環境に大きく左右されるため、売上が好転することはない。
	スーパー（販売担当）	・1点の単価が低いうえに買上点数が伸び悩んでいる。
	スーパー（管理担当）	・売上、来客数共に前年実績を維持しているものの、前月からは低下傾向にある。荒利高も同様の傾向が見られ、特に価格高騰が影響した青果部門の率の低下が大きい。
	スーパー（営業システム担当）	・物価に安定感がない。天候不順による影響は年末まで続く。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・エコカー購入補助金が終わり先行きが厳しい。また経済の見通しが不透明だとする情報が多く、消費者の買い控え傾向が継続する。
	家電量販店（店長）	・家電エコポイント制度の期間は3月までとなっているが、11月が需要のピークとみており、それ以降は平年以下の販売量になるのではないかと懸念している。
	乗用車販売店（統括）	・エコカー購入補助金効果の反動で今期は大変厳しい状況となる。
	乗用車販売店（店長）	・先月に続き販売の伸び悩みが続いている。今後新型車とフルモデルチェンジ車を投入するが、市況が冷え切った現在はあまり期待できない。
	その他専門店〔時計〕（経営者）	・株安、円高は地方にも影響し、人口減少、低所得が不景気に追い討ちをかけている。
	高級レストラン（スタッフ）	・これから先の予約状況が昨年と比べて減少している。
	一般レストラン（経営者）	・賞与を含め個人所得の低下は年末にかけてますます消費者の心に引っ掛かりを生じてくる。買う意欲も減退し、補助金がないなら買うのをやめるような雰囲気も生じる。どちらにしても個人所得に余裕の感じられる状態にならなければ、小さい出費ほど押さえられやすい環境には変わりない。
	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・昨年は年末年始の動きが良くなかったが、状況から見て今年も昨年より良くなる要素がない。
	観光型ホテル（支配人）	・忘年会、新年会の入込が悪い。合わせて円高の影響で地元企業の生産調整、外国人旅行者の減少などマイナス要因が多い。
都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会の予約件数が前年と比べてかなり悪い。企業へ訪問セールスをして忘年会はしないと答えるところが多い。	
タクシー運転手	・業界の特色かも知れないが、客の減少傾向が継続している。	

		タクシー運転手	・全国的な減車の動きのなかで、昨年から全国的に10%程度の運賃値上げがあったが売上がプラスになっていない。
		テーマパーク（管理担当）	・入館者数も観光客数も伸び悩んでいる。今年3月の改装オープン効果が見えにくくなっている。
		ゴルフ場（営業担当）	・最近では予約の入り方が遅くなっているため、予約状況はあまり良くない。
		美容室（経営者）	・新しい店の進出で価格競争の激化が進んでおり大変厳しい状況である。また円高も進んでおり景気が良くなる要素はない。
		美容室（経営者）	・冬のボーナスや臨時収入を先取りしている客の話を多く聞いており、今後の効果が懸念される。
		設計事務所（経営者）	・発注減、受注金額減の傾向が続く。
		住宅販売会社（経理担当）	・分譲マンションの販売が多少好転しているが、マンション会社の倒産等は依然あるため、顧客の購入意欲は低下する。更なる景気対策が必要である。
	悪くなる	商店街（代表者）	・客が政治的、経済的な閉塞感や不安感を持っている。今後賃金は上がらず税金等の負担が増すことに対して、生活防衛のためにものを買わないことに終始している。賃金が上がらない限りこれまでの販売不振や閉塞感が継続する。
		商店街（代表者）	・エコカー購入補助金が終了し、12月から家電エコポイントももらえるポイント数が減少するため、年末の販売増は見込めない。
		スーパー（財務担当）	・雇用環境の改善の兆しがみえず、個人所得の増加が期待できないため、低価格志向が続き売上の改善が見込めない。
		コンビニ（エリア担当）	・天候不順もあるが、政治の将来が明確にならないので、蓄えを十分に行う必要があり、消費には回らない。
		コンビニ（エリア担当）	・客が1日に自由に使える金額は変わらず、今後もたばこを買う客が、この値上げ部分の金額で他の商品の購入を抑制する傾向が続く。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイント制度の変更により、当初12月を最需要期、次いで3月と予測していたが、11月がピークとなり、制度変更後の12月以降は需要が一段落する。特に1月以降はポイント減少のうえ、買換えのみポイント対象となるため、特にテレビの需要が落ち込む。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイント制度も縮小となり、家電業界における動きは一段落する。しかしながら年内はある程度の需要は見込める。
		住関連専門店（広告企画担当）	・単価の下落と来客数の減少が両方進行しているため、景気が良くなることはない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・政治も活性化しないし明るい材料がない。地方では大型店によって金が東京に持って行かれて回らないため、デフレは続く。
		旅行代理店（経営者）	・中国問題や景気問題などのすべてが影響し、旅行業界として最悪の状況である。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・北米を中心とした海外向けの自社製品の売上について、長期間不振であったが、徐々に受注が入るようになり回復傾向にある。
	変わらない	木材木製品製造業（経理担当）	・住宅着工件数は回復傾向にあるものの、円高などによる将来の不安や懸念が本格的回復を妨げている。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向けの工事案件は生産期間が2、3か月の見込みであるため、この注文の生産期間は生産量が10月水準を維持できそうである。
		金属製品製造業（総務担当）	・3か月先までの見通しとしては、受注環境の好転や鉄原材料の高騰等はなく、現状のまま推移する。ただし一部の原材料を中国から商社経由で仕入れているため、当面の在庫はあるものの年明け以降の材料の入手と価格高騰が心配される。
		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。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注単価の低下等があるものの、受注量は微増傾向であり、現状維持すれば後半期に期待が持てる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後円高の状況が懸念されるが、現在のところ変わらない。
		建設業（経営者）	・取引先も厳しい状況にあり、今後の状況は変わらない。
		建設業（総務担当）	・変わらないと言うよりは、相変わらず先行きが不透明な状況である。
		輸送業（統括）	・当社の大口顧客は輸出が主体の顧客層が多く、現在の円高の影響により荷動きが落ちてきている。

	輸送業（運送担当）	・よほどの景気回復になるような施策でもない限り、地方においては回復は見込めない。
	通信業（営業担当）	・具体的な雇用政策、景気対策も行われていない現状がある。また円高にも歯止めがかからない状況である。
	金融業（業界情報担当）	・円高による輸出採算の悪化から、更なるコスト引き下げが懸念される。一方、新興国の需要は好調で、全体的には操業度が横ばい水準にある。
	金融業（営業担当）	・景況感は確かに非常に悪いが、それでも底に近いとの印象がある。個社別の売上を過去からみると、大きく売上が減少しており、これ以上の下げ余地は少ない。一定のペースとなる消費はなくなることを考えれば、景気の底に近くこれ以上の変化は少ない。しかしながらこれ以上の景気後退が発生し、消費停滞により地元中小企業の売上減少が続けば企業倒産が増加し、一層の景気悪化を招く恐れがある。
	会計事務所（職員）	・中小零細企業にとって円高の影響はあまり直接的には関係ないが、大手企業の下請であるケースが多いため、次第に受注単価の切下げの打診がされ始めている。
	コピーサービス業（管理担当）	・コピーだけの仕事は価格破壊も底で、新規設備を見合わせ人員削減もぎりぎりまで実施してもやっつけていけないため、他の仕事にウェイトをシフトしていく同業者が目立つ。
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・猛暑、海水温度の上昇で海の異変を感じる。今後もしけが多くなることから水揚げが減少する。
	食料品製造業（総務担当）	・計画外商品の売上伸長に対する措置が必要だが、繁忙期にあって設備的にも人的にも対応が難しく、アンバランスな状況にあり、今後の売上を懸念している。
	食料品製造業（業務担当）	・一番の売上がある年末の受注件数の落ち込みは通常月ほどではないが、前年比で数%のマイナスになる。
	化学工業（経営者）	・受注量の下方修正依頼がある。
	鉄鋼業（総務担当）	・急激な円高はこれまでの景気のけん引役であった輸出に大きな打撃を与えることになるため、下期後半の景気下振れを懸念する。
	鉄鋼業（総務担当）	・円高等の影響を受け、国内産業の空洞化が進み、国内需要、販売が減る見込みである。
	電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が減少する。
	通信業（営業企画担当）	・今年度予算での設備投資案件は、昨年までの傾向から判断すると年内で落ち着く。しかしながら継続的に収入が見込めるサービスについての引き合いの伸びが鈍化している。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経理担当）
輸送用機械器具製造業（総務担当）		・受注は増えていない。
その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）		・景気は良くなる点は何もなく、逆に悪くなる要素はいくらでもある状態であり、注意を払っていく必要がある。
雇用 関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	変わらない	-
	人材派遣会社（営業担当）	・すぐに良くなる兆しがなく、各企業の見通しを聞いてみるが良い材料はない。
	人材派遣会社（支店長）	・年末年始までの情報で景気の良い話が少ない。
	人材派遣会社（支社長）	・円高による国内製造拠点の海外シフトの可能性等、国内景気の先行きが不安定であり、積極的に人材採用を行うとしている企業が少ない。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・先行きプラスとなる要素がみられない。例えば地場自動車メーカーからの外国メーカー資本の撤退により、関連する企業や人への影響が今後どのように現れるのかなど不透明である。
	職業安定所（職員）	・全体的に求職者数は減少、求人数は増加の方向であるが、求人はパート中心であり、9月は新規求人の半数以上をパート求人が占めている。一般求人については依然厳しい状況が続く。また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、楽観視はできない状況にある。
学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・アルバイトの求人依頼が増加してない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・製造業からの派遣依頼が現時点ではかなり不透明である。特に当地域の自動車関連では、当面の派遣需要が見込めない状況である。

	求人情報誌製作会社 (支社長)	・円高の影響により製造業の求人が減少する恐れがある。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・自動車産業への依存が高いため、エコカー購入補助金の終了や円高の影響が懸念される。
	職業安定所 (職員)	・製造業では10月末頃までは短期納期の受注があり回復基調だが、急激な円高の影響で11月以降の先行きについて不透明感が強く、提出される求人は臨時求人が多くなっており、常用求人は少なくなっている。
	職業安定所 (職員)	・製造業の製造工の求人が前年より増加したが、円高の影響による売上減少の影響で、今後は来年度の生産計画を立てていくうえで、雇用調整を検討する可能性がある。今年の天候不順による野菜の高値などは、小売業での売上増加の要因とはならず、雇用も冷え込んでいる。
悪くなる	民間職業紹介機関 (職員)	・今後の受注予定がないとか、契約したはずの仕事が期日を過ぎててもいまだ発注されないなど、ネガティブな話を耳にするようになってきている。また製造業の経営者からこの年末に数社の同業者が倒産するだろうと聞かされている。こうした状況から今後も雇用は進まない。