

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）	・2か月後には当地で全国G1レースが開催されるため売上の増加が見込める。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・アパレル商品では当たり外れがあり、客の嗜好と合わない商品を仕入れた場合売上も低下するため、テナントの中には前年同月比100%を下回っているところもあるが、全体的にはやや良くなる。
		コンビニ（営業担当）	・たばこ増税による来客数の減少があったものの、徐々に回復が見込める。
		乗用車販売店（副店長）	・自動車業界全体では、各メーカーより量販車種の新型車が発売になり、市場はやや回復傾向に向かう。
		一般レストラン（経営者）	・昨年と違い旅行と合わせた忘年会の予約が入っている。単価が低いことから売上の増加は疑問であるが、活況を帯びている。
		テーマパーク（広報担当） その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	・年間パスポートの値下げ、新規テナントのオープンなど新しい打出しを行うので、それに伴い来客数が伸びる。 ・介護業界では利用者も増え、ニーズも多い。
変わらない	商店街（理事）	・消費者は景気の停滞感が継続することに慣れ、これからも変わらない、変えようがないという感覚が根付いており、結果として不景気のまま推移している。	
	商店街（代表者）	・今月も閉店した老舗店舗が1店舗あり、次に閉店するであろう店舗が控えている。ますます中心地にある商店街が疲弊している。しかしそのような中でも有志で空き店舗を埋める活動もある。	
	商店街（代表者）	・家電エコポイント制度変更などにより需要の先食いが増えたことで、3か月先には現状以上の動きにはならない。	
	商店街（代表者）	・年末にかけて年間最大の商戦期ではあるが、為替相場、株価、アイルランド・スペイン等海外の経済動向からすると、良くなる要素がない。	
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・忘年会シーズンを迎えているが現状は厳しい。その一方で12月は予約も入っており少しは期待が持てる。	
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・価格競争がかなり進んできている上に、ドラッグストアや24時間営業の激安スーパーなどの進出が予定されているので、デフレに拍車がかかる。	
	一般小売店〔印章〕（営業担当）	・状況が厳しいことから小規模の企業からの注文が少なく先行きもみえない。	
	百貨店（営業担当）	・厳しい冬が予想され、トレンドのファーやファー付きコート等は例年より単価の上昇に期待ができる。	
	百貨店（販売促進担当）	・今後歳暮、クリスマス、初売りと大型商戦がスタートしてくるが、郊外大型ショッピングセンターの近隣に、大型生活雑貨専門店がオープンするなど、ますます競合関係が厳しくなっている。また公務員の冬季賞与も減額となり、景気が大きく上向くことはない。	
	百貨店（購買担当）	・2～3か月後はセール等の時期となるが、客は必要なもののみ購入するという傾向が継続し、安価なものを大量に購入することは少なくなっており、依然厳しい状況である。	
	百貨店（電算担当）	・売上は前年比で10%増加しており、寒くなって衣料品が動き出してきている。また大きな催事があり、来客数も10%増加したことにより売上を押し上げている。ただし多額の経費を費やしたので利益は増えておらず、依然厳しい状況には変わらない。	
	百貨店（販売担当）	・円高や株安などの不安定要因や不安感が消費マインドを抑制している。現状では顧客の買い方に大きな変化は見込めないため、依然として買い控え傾向は継続していく。	
	百貨店（営業企画担当）	・大きな動機付けがない限り、現状の商況に変化は望めない。	
	スーパー（店長）	・ここ数か月来客数は前年比95%で推移しており、今後もこの傾向が変わらないことから、状況は変わらない。	
	スーパー（店長）	・商圏内の環境変化がなく、消費を促す外部要因もない。	
	スーパー（経理担当）	・販売促進等の効果がみられない。	
スーパー（開発担当）	・デフレ環境で販売量も伸びないなか、ディスカウンターが出現してとても厳しい状況にある。		

	スーパー（管理担当）	・11月に入って来客数が前年を若干割込む状況になり、前年を上回っていた夏場以前の状態に戻っている。この状況はデイスカウント店の影響もあるため、今後も続く気配がある。
	コンビニ（エリア担当）	・現状が今後も継続する。
	コンビニ（エリア担当）	・今後の売行きは天候次第であるが、景気は徐々に回復してきており、この傾向は今後も変わらないので期待が持てる。
	コンビニ（エリア担当）	・現状のままでは変わることはなく、消費者が商品購入を望むような政策が必要である。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・売上を伸ばすためセールを開催するとある程度の来客数はあるが、それが終われば厳しい状況である。家電エコポイント制度終了の反動等もあり、全体の消費は落ち込む。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・衣料品においては、販売不振から冬物処分が先行すると販売額の低下、利益の圧縮と企業業績は悪化する。
	衣料品専門店（店長）	・客の財布のひもは固く、必要なものしか購入しない傾向が徹底している。
	衣料品専門店（販売担当）	・来客数は増加しているが、客単価が低下している。
	乗用車販売店（サービス担当）	・フルモデルチェンジがあったものの、販売台数の増加を期待できるものではない。景気が回復してこない限り、売上は良くはならない。
	乗用車販売店（営業担当）	・エコカー購入補助金による需要の先食いの影響は大きく、今の厳しい状況はまだ続く。
	自動車備品販売店（経営企画担当）	・季節要因を除けば好転する要素が見当たらず、現在の状況が続く。
	その他専門店〔時計〕（経営者）	・先行きへの不安感からか、消費者のライフスタイルが緊縮型になっているため、高額品は動きが悪く、しばらくはこの状態が続く。
	その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・大幅な売上増加を見込める要素が見当たらない。
	都市型ホテル（支配人）	・冬期である第4四半期の動向をみても思わしくなく、インパウンドでも政情の様子見している感がある。旧正月等の節目にどれくらい仮予約が入るか、現状では読みづらい状況でもある。
	タクシー運転手	・繁忙期となるが、期待はするものの不安が強い。
	通信会社（社員）	・新規サービス利用の問い合わせに変動がない。ただし県内の自治体でCATV、ブロードバンドへの事業のサービス開始が近づいているところがあり、先々には利用者が増える可能性はある。
	通信会社（営業担当）	・客の動きに良くなる気配がない。
	通信会社（営業担当）	・新規契約数が伸び悩むなかで、解約が高水準で推移している。デジタルテレビを購入した機会に、ケーブルからアンテナ視聴に切替える顧客が増加しており、来年7月までこの傾向は変わらない。
	通信会社（総務担当）	・販売数が低迷しており、先行きが見通せない。
	通信会社（広報担当）	・同業他社も含めてかなりプロモーション等を強化している。販売施策もボーナス商戦等に向けて活発化することから、動向次第では勝ち組、負け組が更に顕著になる。
	テーマパーク（業務担当）	・冬季イベントが年内に終了するため、今月比では来園者数減少となるが、前年同月比では増加を見込んでいる。
	テーマパーク（管理担当）	・来館者数、物販の売上高もマイナス傾向のため、今後に期待ができない。
	美容室（経営者）	・来年は家電エコポイント制度等も終わり、少しは消費が生活重視に回る。
	設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイント制度等は期間の延長があったが、設計業界にとって見通しに期待を持てる雰囲気がない。
	設計事務所（経営者）	・2,000万円を超える工事金額のリフォームを手掛けたが、住宅版エコポイントは数万ポイント（5～6万円相当）しか出なかった。これでは効果にほとんど期待できない。
	住宅販売会社（従業員）	・客の様子等にあまり変化の兆候が見受けられない。
	住宅販売会社（販売担当）	・来客数が少なく、今後2、3か月販売量が増えそうにない。
	住宅販売会社（経理担当）	・追加の景気対策がない限り、現状維持で推移する。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・デフレの進展が予想以上に深刻に押し寄せている。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・商工会議所、経営者協会などの会合では、景気の悪い話ばかりで、本当に元気の出る話題がない。

一般小売店〔紙類〕 (経営者)	・商店街を利用する高齢者が減少し、若年層は車で郊外で買物をするという傾向に一段と拍車がかかっている。
百貨店(売場担当)	・各仕入先では11月末の在庫が前年割れ基調で、発注しても入荷数を絞られるため、1月のクリアランス在庫が少なくなり品ぞろえに影響が出てくる。そのなかで11月後半から各百貨店が割引競争に入っており、節約志向で単価も低下傾向のなか、12月のクリスマス商戦や1月のクリアランス商戦も苦戦すると予測される。
スーパー(店長)	・現状から考えると良くなる要素はなく、やや悪くなる。
スーパー(店長)	・販売点数の減少傾向が継続するうえに、家電エコポイント制度変更等で商品の買い控えが広がる。
スーパー(店長)	・近隣の休業中の店舗のオープンもあり、客の分散が進む。客単価の下落傾向は変わらず、青果物の相場高の影響で単価が若干持ち直しても、購入点数の伸びに左右されるため、良くなる要素は少なく、マイナス要因が多い。
スーパー(営業システム担当)	・クリスマスや年末年始を終え、集客を見込める催事が少なくなる時期であり、購買意欲も下がるほか、消費者のボーナス支給額に売上も左右される。
コンビニ(エリア担当)	・将来の明るい材料がみえず、客の財布はますます固くなっている。
家電量販店(店長)	・エコポイント制度変更に伴う駆け込み需要の反動で、2～3か月先は売上、需要ともに半減する。
家電量販店(店長)	・今月はエコポイントの駆け込み特需により前年を上回る来客と売上になっているが、来月以降はその反動もあり非常に厳しい状況になる。
その他専門店〔布地〕 (経営者)	・現状では暗い材料ばかりで、消費者に安心感が持てないことから消費は伸びない。
その他専門店〔海産物〕 (経営者)	・2～3か月後は昨年より良くなるものの、観光の閑散期になるため来客数が落ち込む。
高級レストラン(スタッフ)	・予約状況は昨年に比べ若干少なく先行きは厳しい。
一般レストラン(経営者)	・円高の状況が厳しいとの報道によって、客が金を使いつらい雰囲気が生じているため、飲食にも金が使われず、更に景気に悪影響が生じる。
一般レストラン(経営者)	・今の状態が続くのが普通とする感覚が客から伝わる。昨年も賞与への期待があり、消費傾向に薄明かりがみえたが、今年はメディアによる就職難、倒産、経済対策の稚拙さ等の情報が氾濫するとともに外交不安もある。消費者にとってもそうした情報が個人に直接影響してくるため、消費に歯止めをかける防衛行動を起こすこととなっている。
一般レストラン(店長)	・忘年会の入りも悪く、景気の悪さを反映している。全体的な集客減は否めない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕 (支配人)	・一般的に業績が悪く、賞与についての良い話は聞かない。また学生の就職率も悪く、購買意欲は更に低下する。
観光型ホテル(支配人)	・車や家電の購入により、それ以上の消費には可処分所得が底を尽いてくる。
都市型ホテル(従業員)	・12月の忘年会シーズンは例年に近い予約状況だが、年明けの宴会受注は厳しくなっている。
都市型ホテル(スタッフ)	・これまで日本の風物詩であった忘年会が忘れ去られてきている。
タクシー運転手	・ここ数年色々工夫しているが実績には結び付かず、今後も良くなる要素がない。
タクシー運転手	・公務員、民間企業等の冬のボーナスの話を踏まえると大変悪い状況になる。
通信会社(企画担当)	・家電エコポイント制度変更前の薄型テレビ需要は、話題作りや電気店の活気付けになり、隣接業界でのムードも高まっている。しかし3か月後の制度終了による反動で、売上は落ち込み景気は冷え込む。
通信会社(通信事業担当)	・新規加入キャンペーン中にもかかわらず、加入の動きは鈍く、更に解約件数が増加しつつある。
美容室(経営者)	・景気が良くなる材料がない。
悪くなる 商店街(代表者)	・家電エコポイント制度変更による駆け込み需要の反動で、正月明けには買い控えが生じることが懸念される。
スーパー(財務担当)	・所得環境の改善がみえないため、消費者の低価格志向が続き、客単価の前年割れが予想される。
衣料品専門店(経営者)	・1か月続く店頭での交通実験が営業を妨害しており、その悪影響が続く。

		乗用車販売店（統括）	・前年はエコカー購入補助金効果で、受注の先食い状態が続いたが、それが終了してからの受注は前年比70%程度で推移している。この状態は来年9月まで続くと予想する。
		住関連専門店（広告企画担当）	・時間つぶしの外出による来店は多いが、そこからの消費につながりにくい状況が続いている。
		美容室（経営者）	・ボーナスが出れば年末まで客の動きは良いが、その後は財布のひもを締めて動きが悪くなる。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今後3か月は複数社から受注があり、順調に推移する。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・一時期中断していた商品を今後ニーズの確認をして販売することとしているが、客の反応が不透明であり、売上に変動が大きい懸念材料と考えている。
		木材木製品製造業（経理担当）	・住宅の取得促進のための諸制度の効果もあり、回復基調となってきた。ただ社会全体は雇用不安や円高などによる景気の下振れ不安などもマイナス要素として大きい。
		化学工業（総務担当）	・製造業にとっては円高で利益が上がらないうえに、環境税等の大きな負荷が決定すると厳しい状況となる。
		鉄鋼業（総務担当）	・引き続き円高や不安定な国際情勢もあり、先行きが不透明である。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・特段大きな変動は見込まれていない。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先は中国向けの受注を増やしているが、付加価値がそれほど高くない製品が売れている。当社は高付加価値の製品群の部品を納めているが、それらはまだ回復しておらず、現状の厳しい状況が続く。
		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）	・国内、海外ともに売上が回復傾向にあるものの、今のところ大幅な回復には至らない見通しである。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が確保できる見通しになっていない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・同業大手の施策に方針の一貫性が見られず、市場の不安定要素になっており、それが下請市場に影響している。そのため新たな設備投資を控えている。
		建設業（経営者）	・公共事業、民間ともに動きはなく、今のままの状態がしばらく続く。
		建設業（総務担当）	・大型工事の受注予測が立たず、もうしばらくはこの状況が継続する。
		輸送業（統括）	・当社が扱っていた小口貨物をやめ、一般消費者への営業品目がなくなったため、当面はあまり変化がない。
		輸送業（運送担当）	・年度が変われば景気も回復の兆しをみせるかも知れないが、よほどの景気対策でもない限りしばらくはこのまま推移しそうである。
		金融業（自動車担当）	・国内販売は前年割れが懸念されるが、円高一服により輸出は高水準での維持が可能であるため、現状程度の売上高によって利益を確保する状況は続く。
		金融業（営業担当）	・景気が回復するためには、経済を底辺で支えている中小企業の経営者が、景気の先行きに対して少しでも明るい展望を持ち、設備投資等を積極的に行える環境が整う必要がある。しかしながら現況は、多くの中小企業の業況が前年割れの状況であり、経営者から受注回復の発言も聞かれない。ただし前年比で売上、利益とも微減に留まる会社が増えており、大きな変化がない。
		広告代理店（営業担当）	・特に良くなる要素もない。
		会計事務所（職員）	・本来なら年度末に向けて忙しくなるはずの建設業界が、年明け以降の受注状況が読めない状態が続いている。特に公共工事関連は競争激化による不振が目立つ。また運輸、流通業界も、年明け以降に運賃額の改定を持ちかけられている例がある。
やや悪くなる	食料品製造業（業務担当）	・消費の回復が遅れているため、売上の増加を見込めない。	
	化学工業（経営者）	・国内販売量の頭打ち感に加え、引き続き世界景気の不安定さにより、一層の輸出採算悪化が懸念される。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・工事案件の生産も12月で終了予定であるため、1月以降は生産量が減少する見込みである。	
	鉄鋼業（総務担当）	・良くなる材料が見当たらず、顧客の間でも景気が悪くなるとの見方が圧倒的に多い。	

		輸送用機械器具製造業（経理担当） コピーサービス業（管理担当）	・エコカー購入補助金が終了したため、自動車の販売台数が減っている。 ・円高の影響で景気は悪化し、企業のコスト低減が更に強化され、外部へ金を出さなくなる。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当） その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・来年になって製品を値下げする話がちらほら出てきている。 ・消費が低迷している。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・長期雇用の求人数は依然として横ばいで、以前の水準までの回復はないが、短期求人は若干増加傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	・正社員の求人数は増加傾向にあるが、人材派遣に関しては専門26業務の適正化の流れがあり、人材ビジネス会社全体としては先行き不透明な状況が続いている。
		人材派遣会社（営業担当）	・企業や業種によって派遣依頼数の浮き沈みはあるが、受注総数では今後も当月同様に推移する。気がかりなのは求職者の派遣離れ傾向が引き続き見受けられることで、受注はできてもマッチングができず、派遣につながらないケースが散見される。また企業側の生産需要予測も相変わらず先行き不透明感が漂っている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・各企業の採用が増えることに期待感を持ってない。円高の影響もあり先行き不透明な時期なので、企業も慎重に動くため、一時的に求人数が増えてもまた下がるという不安定な状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地域の雇用情勢は落ち着きつつあるものの、まだ不安感があるため、しばらくは現状のまま推移する。
		職業安定所（職員）	・今の時期から年末にかけて、求職者数は例年大幅に減少する。その一方、新卒者就職促進の奨励金制度の創設により、若年者層向けの一般求人は増加傾向にある。ただし、現在のところ輸出が好調な製造業を中心に求人数は比較的安定しているが、円高等不安定要素も多いため、先行き不透明な部分もある。
		民間職業紹介機関（職員）	・株価の持ち直し、円安などが好材料であるが、雇用までに結び付くものではない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・昨年に比べれば求人数自体は増えているが、非正規雇用が多く、景気向上とは言えない。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・求人案内に大きな変化がない。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（サイト運営担当） 職業安定所（職員）	・円高、政治、製造業の海外投資加速など不安要素が大きく、採用計画など立てにくい。 ・電気機械器具製造業で現在進んでいる大手電機メーカーの統合等、メーカー間の取引が急速に進むなか、地元の協力工場、下請工場が先行きに大きな不安を感じており、求人意欲が低下している。	
悪くなる	-	-	