

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	観光型ホテル（スタッフ）	・来年放送される大河ドラマの影響も多分にあり、オフシーズンの予約が例年より多くなっている。
		通信会社（営業担当）	・11～12月のボーナス商戦に向けて冬春モデルの新商品が順次発売開始になる。
		競艇場（職員）	・12月中旬の大きなレースや、中旬以降の場外発売のレースがあり売上増加が見込める。
	やや良くなる	スーパー（店長）	・生鮮食品の相場も高騰からやや落ち着きを示し、一部の品不足もほぼ解消されつつあるため上向く。
		家電量販店（販売担当）	・年末に向けて高付加価値商品が出るようになる。
		乗用車販売店（統括）	・昨年下半年は補助金がなくなることと、東日本大震災で大変苦戦したが、今年下半年は前年を上回る販売量が確保できそうである。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・県内が舞台となる大河ドラマの影響が出てきそうである。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・12月に入るとパーゲントセールなどが始まり、客の動きも良くなって景気はやや上向く。
		観光型ホテル（支配人）	・現段階での11～12月にかけての入込は総じて良く、大型宴会の受注もあり前年を上回りそうである。円高は懸念材料ではあるものの、欧州の信用不安はひとまず落ち着きそうであるため、総体的には当ホテルにもプラスに動く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後もビジネスマンの長期連泊はしばらく続く見込みであり、予約も増えている状況である。
		テーマパーク（業務担当）	・冬季利用促進のイルミネーション行事の開催により、例年以上の来園者数の増加が見込まれる。
		テーマパーク（広報担当）	・団体旅行の入込や土産物などの売行きもやや伸びてきており回復の兆しがある。クリスマスのイベントを予定しているため、それによる伸びも期待できる。
		住宅販売会社（経理担当）	・第3次補正予算が閣議決定され、住宅エコポイントやフラット35Sの金利優遇に予算が確保されたため、住宅購入者への追い風になる可能性がある。
住宅販売会社（販売担当）	・税制改正を控え増税前の一時的需要が見込まれる。また製造業関連の節電対策が一段落し、操業時間の安定とともに給与手当などの収入の増額が期待できるため、それが一定程度消費につながる。		
変わらない	商店街（代表者）	・東日本大震災の復興も進んでいる一方で、円高に加えてタイの洪水を始めとした自然災害による不安要素があり、景気が良くならない。	
	商店街（代表者）	・年末にかけて期待は持てるものの、たまに忙しくなるとまた暇になるといった傾向があるため、客の財布のひもはかなり固くなっている。	
	商店街（代表者）	・増税やTPPに関する議論の影響で将来に対する見通しが立たない。	
	一般小売店〔印章〕（経営者）	・名刺の注文が少なく、営業活動が活発ではないため、今後も今の状態が続く。	
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・年末に向けてクリスマスやお歳暮商戦などイベントは盛りだくさんだが、どこまで盛り上がるのかわからない。	
	百貨店（営業担当）	・気温が不安定なことに加えファッションに大きな変化がなく、購買に結びつく要因が見当たらない。	
	百貨店（売場担当）	・市内中心部の百貨店が売りつくしを計画しているほか、総合スーパーを含め12月にかけての時期にパーゲントの前倒しが予測される。ただしウォームビズなど一部にはその兆しがみえるものの、平日の来客数は少なく、大きな売上の伸びは見込めない。	
	百貨店（購買担当）	・天候が不安定ではあるが、例年より少し早くコートの動きが出てきており、3か月先も冬の寒さの到来で客の需要が高まり、売上につながる見込みであるため、状況としては今と変わらない。	
	百貨店（売場担当）	・年内の暖冬が予想されており、トレンドよりも気温に敏感な地域性のため、ファッション関連を中心に苦戦が予想される。ただ家庭用品の節電防寒関連は好調の見通しである。	
百貨店（販売担当）	・株安、円高に加え消費税増税議論もあり、消費マインドが向上する要素が見当たらない。クリスマス商戦がどのような結果になるかにもよるが、現状維持がやっとならざるを得ない。		

百貨店（営業企画担当）	・客単価が下落した状況が今より良くなることはなく、消費マインドの冷え込みは更に続く。
スーパー（店長）	・良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。
スーパー（店長）	・ここ3か月来客数、販売点数ともに伸び悩む状態が続いており、それが2～3か月先も継続する。客は賞与が出て生活防衛が主体となり大きな消費にはつながらない。
スーパー（店長）	・消費マインドの回復が感じられないため、自店シェア確保策として各小売店舗では売出しが激化しており、その結果市場の商品単価が低下する傾向が続く。
スーパー（総務担当）	・客は決まった収入をどこでどう配分して消費するかにとらわれ、今後も消費の拡大にはつながらない。
スーパー（管理担当）	・良くなる材料もなく、今後の状況は多分に現状維持の傾向にある。
スーパー（営業システム担当）	・福島第一原子力発電所事故の影響で値上がりした商品もゆっくりだが回復しつつあり、落ち着いた様子を感じさせているが、売上の伸びは鈍く、消費者の購入意欲はいまだに低調である。年末年始がどうなるか予想がつかない点が不安である。
コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響は一段落する一方で、たばこ特需の影響が一巡し、市場が落ち着いている。しばらくはこの状況が続く。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる見込みがない。
衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響も少し落ち着いてきているものの、いまだ全体的に将来への不安があり、今後も客の財布のひもは固い。
衣料品専門店（販売担当）	・引き続き来客数が減少する。
家電量販店（店長）	・昨年はエコポイント特需があったため、特に年末には当店で大きな構成比を占めるテレビ・冷蔵庫・エアコンが売れたが、今年はその反動で売れない恐れがある。今がどん底に近い状態であるが、数か月先にその状況が大きく変わることもない。
乗用車販売店（店長）	・各社とも新型車を投入しており、当社も新型車お披露目の話題づくりで盛り上げたい時期だが、今一つパツとせず、前年に比べて販売台数も若干伸び悩んでいる。
乗用車販売店（業務担当）	・タイの洪水の影響で商品の入荷のめどが立たないため、今後のことは不透明である。
乗用車販売店（営業担当）	・先行きに不安があるので今はまだ金を使えないとの客の声が多いため、販売量も思うようには増えない。
乗用車販売店（店長）	・これから先も客のニーズは変わらない。
乗用車販売店（副店長）	・円高の影響が強く、今後ともメーカーの販売店に対する施策は乏しい。そのなかで政府の施策であるエコカー減税の恩恵のみで何とか需要を保っている感が否めない。
その他専門店〔海産物〕（経営者）	・観光土産品は特に団体客の動向に左右されるところが大きいが、数か月先の動向は予測不可能な状況にある。
その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・秋物から冬物にスムーズに移行すれば現在の基調を維持できるが、12月に隣県に競合店ができるため、その影響を受ける可能性がある。
高級レストラン（スタッフ）	・今後の予約の見通しが立てにくい状況になっており、この状況が継続する見込みである。
一般レストラン（経営者）	・増税論議などもあり、景気が良くなる状況にない。
一般レストラン（経営者）	・政策が国民に良く分からない状況が続き、増税を含む実質手取額の減少が不安視されるなかで、客の夕食の抑制が続く。
スナック（経営者）	・東日本大震災後景気が全く回復していない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・行楽シーズンになり一時悪かった客の動きも昨年並みに回復しつつある。東北方面への観光などが減っている影響もあり、長期的に当地域への入込は低い変動幅で推移する。
都市型ホテル（総支配人）	・現在の予約状況から判断すると、例年並みの来客数が見込まれている。
旅行代理店（経営者）	・景気が回復する好材料が見受けられない。
タクシー運転手	・繁忙期になっても夜間の乗車率には今後も期待できない。
タクシー運転手	・国体が終了したため人の動きが元に戻る。
通信会社（社員）	・客の問い合わせ件数に変動がなく、今後もこの状況が続く。
通信会社（営業担当）	・客の様子では今後2～3か月後に販売量が上向きになる要素がない。

	通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送受信対策が一段落しており、多チャンネル放送サービスは来春くらいまで水面下の状態で推移する。
	通信会社（総務担当）	・全社的に販売実績が伸び悩んでおり、需要拡大が見込めない。
	通信会社（広報担当）	・増税やそれに向かう政府の動向によっては、消費が厳しくなる。限られた可処分所得のなかで、自社商品が購入対象となるのか注視が必要である。
	テーマパーク（管理担当）	・個人客、団体客ともに伸び悩む状況が続く。
	ゴルフ場（営業担当）	・県内全体の景気が下降傾向にあり、他のゴルフ場でも値安感をアピールするところが増えてきている。今後来客数は変わらないが、売上を維持するのが難しい。
	美容室（経営者）	・景気が良くなる要因がなく、金を使う消費者も増えないため、景気は現状維持がより悪くなる。
	美容室（経営者）	・美容院の数は増える一方で、人口が少しずつ減少してきている。
	その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・利用者はここ最近までは普段と変わらない生活を送っているため、今後2～3か月で経済的な変化が及ぶことはない。
	設計事務所（経営者）	・建築業界では公共建物の耐震化向け予算が増え、整備が急ピッチで進んでいるものの、民間主体の設計事務所ではほとんど変化が感じられず、物件もしばらくは動かない状況が続く。
	設計事務所（経営者）	・東日本大震災から時間が経過して戸建て住宅の引き合いがやっと出てきた矢先に、フラット35Sの1%金利引き下げが終了となったので、その再開の正式な発表があるまでは住宅購入も様子見となる。
	住宅販売会社（従業員）	・客の購買意欲はまだ回復してきていないため、今後も販売量や販売価格は横ばいとなる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・現在商店街アーケード撤去工事に伴い、通行止めなどの交通規制を行っているため、来街者数が減少する恐れがある。
	一般小売店〔靴〕（経営者）	・客との会話に景気の良くなる材料がないため、年末から来年春にかけての景気も今より悪くなる。
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・客や飲食店との対話で景気が上向く良い話が出ない。商圏地域の客の高齢化が著しく、年々消費能力が落ちており、厳しい状態になっている。地域の一般消費者を相手にした商売には限界がある。
	百貨店（営業担当）	・前年同月実績を上回っている店舗が約30%である一方で、下回っている店舗が約60%と苦しい状況が続いている。すべてが下回っているわけではないため客足が戻る可能性もあるが、隣接市域では今後大型総合スーパーのグランドオープンや駅前アウトレット店のオープン等が矢継ぎ早にあるため、当市内中心部へ及ぼす影響が大きく、当面は苦しい状況が続く。
	百貨店（販売促進担当）	・お歳暮やクリスマス商戦が今後本格化してくるが、公務員の賞与削減や大手企業のリストラの話もあり、消費低迷が懸念されることから、景気の高揚は期待できない。
	スーパー（店長）	・野菜の高騰は落ち着きそうだが、ボーナス商戦を迎える年末の客単価の低下が心配である。
	スーパー（業務開発担当）	・当地では家電メーカー大手の吸収合併により、吸収される事業所の閉鎖と人員整理が予定されているため閉塞感が出ている。節約の筆頭に上がる食料品では買い控えまでとはいかないまでも、影響が相当ありそうである。
	スーパー（販売担当）	・やや遠方ではあるが低価格の大型店が開店しチラシが回っている。今後は高速道路の完成により、車を利用する客の買物の仕方が変わり、まとめ買いをする客が流出することが懸念される。
	コンビニ（エリア担当）	・販売量が増加する具体的な見通しが立たず、今後消費者の求めるニーズもみえてこないため、こうした傾向はしばらく続く。
	コンビニ（副地域ブロック長）	・タイの洪水の影響で年末年始の商品供給が予定通りにいかない可能性がある。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・ウォームビズや景気悪化の影響でスーツを敬遠する人が増加し、販売数が減少する。
	家電量販店（店長）	・野菜等の高騰で金は生活防衛に使われ、家電購入までには回らない。
住関連専門店（経営者）	・イベントを行うと盛況なのだが、購入にはつながらず、相変わらず消費に向けての動きが良くならない。こうした動きが顕著なため、今後とも状況はあまり良くない。	

	その他専門店 [ 時計 ] ( 経営者 )	・消費税増税議論もあり、高額品は買い控えられる。	
	タクシー運転手	・客の話では年末も含めて飲食の回数が減少している。飲食店の来客数も減っているため、タクシーの利用者も少ない見込みで厳しい状況である。	
	タクシー運転手	・観光シーズンでも観光の仕事は少なく、しばらくはこの状況が続く。	
	通信会社 ( 企画担当 )	・大きく落ち込むわけではないが、上向きの要素がないまま、円高や諸災害の影響が尾を引いており、客は来年以降への不安を抱えたままである。	
	通信会社 ( 通信事業担当 )	・新規加入キャンペーンなどの効果も薄く、解約数が加入数を上回る月が続いている。	
	設計事務所 ( 経営者 )	・仕事の受注量が減少するため厳しい対応が必要となる。	
悪くなる	スーパー ( 販売担当 )	・当店が入居する商業施設の閉鎖に伴い、当店も年内に閉店して当地区から撤退することが決定している。	
	スーパー ( 財務担当 )	・所得環境の改善が期待できないため、低価格志向が今後も続き、客単価が下落する。	
	コンビニ ( エリア担当 )	・競合店が7月に閉店したため当店の売上は増加したものの、客単価は低下している。11～12月に店舗前の歩道拡幅工事のため、駐車場が狭くなって来客数も売上も減少する。	
	家電量販店 ( 店長 )	・昨年11月は家電エコポイント制度変更前の特需に沸き、対象商品を相当数販売しており、特に薄型テレビは空前の売行きであったが、7月のアナログ放送停波以降はテレビの販売数が大幅に減少し、単価も大幅に低下しており、現在その売上を補う商品群が見当たらない。	
	自動車備品販売店 ( 経営者 )	・客の口から出るのは欧州の信用不安や年金問題などの悲観的な話題ばかりであり、景気は悪化する一方で明るい材料がない。タイの洪水でもカーナビ等の品不足を引き起こしており、悪影響が出始めている。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業 ( 経営者 )	・タイの洪水の動向が不透明であり、生産台数に影響があるものの、12～1月に向けて自動車業界では新車の売出しが予定されていることから状況は良くなる。
	やや良くなる	食料品製造業 ( 総務担当 )	・新しい設備にも投資しており、年末に向けて大きく売上が伸びる。
		輸送用機械器具製造業 ( 経営企画担当 )	・モデルチェンジではない全くの新製品の生産開始により、景気はやや良くなっていく。
変わらない	農林水産業 ( 従業者 )	・7～8月が最盛期の白イカ漁が今年は2か月遅れで現在好調だが、大量に獲れても価格が低迷しており生産者は泣いている。更に今後はその漁も終わりとなるため、景気は変わらない。	
		食料品製造業 ( 総務担当 )	・消費者の節約志向が変わらず、量販店の売上が伸びる要素もみつからない。
	化学工業 ( 総務担当 )	・国内は需要増の傾向にあるものの、海外の状況が不透明である。	
	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 )	・国内市場の冷え込みにより、売上不振の状況が続いており、今のところ回復の兆しもみられず、当面厳しい状況が続く見通しである。	
	電気機械器具製造業 ( 広報担当 )	・来年1月にグループ会社の全事業再編が予定されており、社内でも事業構造改革を進める状況にある。	
	建設業 ( 経営者 )	・地域の建設関連事業では、中心駅関連工事で自治体から60億円を超える発注がされている。ただし、公共事業なものに入札されず、全額鉄道関連企業との随意契約となり、売上のほとんどが県外に行ってしまう。工事はあるが地域の景気への刺激に全くつながらない状況が今後も続く。	
	建設業 ( 総務担当 )	・近々に予想される大型物件がない。	
	金融業 ( 営業担当 )	・当地での景気回復は地元中小企業がいかに売上回復の期待を持って設備増強を行うかにかかっているが、現況では設備投資を積極的に行うのは病院などに限られるため広がりがみえず、今後3か月もおおむねこの状況が継続する。	
	広告代理店 ( 営業担当 )	・国体による特需が終わり、景気はしばらく横ばいとなる。	
	やや悪くなる	木材木製品製造業 ( 経理担当 )	・製造業、建設業ともに受注の動きは出てきてはいるものの、受注単価は低い。また東日本大震災以降材料費の値上がりが続いて原価高となっており、利幅が圧迫される状態が続く。
・東日本大震災からの復興需要は徐々に出てくるが、円高や国内外の情勢不安が拡大している。			

	化学工業（経営者）	・欧州の信用不安、中国のインフレ対策による金融引き締め、タイの洪水、円高の長期化等日本経済に直結する不安材料が多く動向を注視しているが、設備投資等は控えて様子見の状態である。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け補修工事はスポット案件のため、生産水準の上昇も短期的である。
	非鉄金属製造業（経理担当）	・国際的に地金価格が下落しており、世界的な景気後退を反映しているとなれば、日本の景気にも影響を及ぼしうである。また、いまだ顕在化はしていないが、自動車向けや電子機器向けなどの製品にタイの洪水の影響が懸念される。
	金属製品製造業（総務担当）	・海外、特に中国の得意先からの受注が減少する見込みであるため、年明け以降の生産を20～30%減らさなくてはならない状況にある。
	建設業（総務担当）	・設備投資計画の縮小や中止が散見される。
	輸送業（業務担当）	・円高の勢いが収まる見通しが無い。
	輸送業（総務担当）	・地域内で製造業のメーカーの撤退があるため、やや悪くなる。
	通信業（営業企画担当）	・製造業を中心に設備・インフラともにダウンサイジングの検討傾向にあり、大幅な設備投資に関する商談が減少している。
	金融業（自動車担当）	・円高による輸出採算の悪化は深刻で、生産は堅調でも赤字転落の可能性もあり、人件費削減などを余儀なくされている。
	コピーサービス業（管理担当）	・円高等の外部要因が取引先の業績に影響し、年末に向けて経費節減等の対策を講じられる恐れがある。
悪くなる	鉄鋼業（総務担当）	・円高が当面続くうえ国内のユーザーの販売状況も現状から回復する見込みは薄い。各ユーザーにヒアリングしても良い話はなく、今より悪くなるとする悲観論が多い。
	鉄鋼業（総務担当）	・世界経済動向を眺めてみても、受注量の減少が短期に回復すると判断できる材料がない。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・円高の影響で親会社も仕事が取れず、下請の当社に仕事が来なくなってきており、一部の仕事で材料調達から機械加工、そして組立までを当社が行うものも出てきている。また親会社から仕事がきても価格が下落してきており、これからはいろいろな仕事を独自に生み出していかなければならない。
	その他製造業 [ スポーツ用品 ]（総務担当）	・材料や人件費などの固定費は膨らむ一方で、価格の値下げ要請が増してきているうえに、増税の恐れもある。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-
	人材派遣会社（営業担当）	・一時期の求人の落ち込みからは回復し、企業も積極的に動き出していることから、求人需要は増加する傾向にあるものの、まだまだ本格的回復の勢いまではない。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・年末年始に向けて円高などの不安要素もあるが、3か月後は今よりも良くなる。
	求人情報誌製作会社（支社長）	・新卒者の採用意欲が前年に比べて増しているうえに、中途採用も堅調に推移しており、それだけ業績見通しに対して楽観的な企業が増えてきている。
	職業安定所（職員）	・求人票の様式変更により一時的に求人数が減少していたが、今後求人数は増加傾向で推移する。一方、このところの有効求職者数は前年同月比で10%前後の減少を続けており、今後も急激に求職者数が増加する状況にはない。卸小売業やサービス業などは買い控え等の影響からか、特にパートにおいて求人数の減少が目立つが、医療福祉業においては新たな大型施設ができる予定もあり求人意欲が高い。
変わらない	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・自動車関連や電気関連の製造業が生産始動したことにより、求人数も増加し、収入から消費の流れが上向く。
	人材派遣会社（社員）	・依然として世界経済が不安定で円高傾向が続き、採用業務が停滞し縮小する企業も多いが、年末繁忙期にかけて求人が増加する企業もあり、全体的に景気は変わらない。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・タイの洪水や続く円高などが製造業が集積する当地域にも確実にマイナスの影響を及ぼすため、間接的に雇用にも影響する。
	人材派遣会社（支社長）	・円高の影響や特にタイの洪水被害の影響が各製造業の生産にマイナス影響を及ぼし始めたため、特に製造業の採用に対する意欲が低下してきている。
	職業安定所（職員）	・円高傾向が続き製造業からの求人意欲が今後も低下していく傾向にある。
	学校 [ 短期大学 ]（学生支援担当）	・求人数が減って就職活動が停滞しているため、やや悪くなる。

	<p>その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）</p>	<p>・地元主要企業の電機メーカーのリストラが進行中であることと、円高等先行きの不透明感から多くの企業で求人意欲が冷え込んでしまう恐れがある。</p>
悪くなる	-	-