

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・スーパーやコンビニの駐車場に停まっている車が増えている。時間帯によっては駐車スペースが無い時もある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の前年比が、7～9月と比較すると2～3%程度だが改善傾向にある。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・エコポイント制度の成果がようやく見え始めた。
		家電量販店（店長）	競争相手の様子	・競合店、自店とも数字は上がっており、客の家電に対する購入金額自体が増えている。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・補助金効果により、受注額で前年比126%と大幅に増加している。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新型車の投入や、補助金と減税の影響が続いており、店頭は客でにぎわっている。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・ランチタイムを中心に来客数が増えているが、大幅に改善されているといった感じは無い。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	来客数の動き	・ランチの値引きや新商品の導入などにより来客数が増加してきており、客単価の落ち込みをカバーできるようになってきた。まだ上昇トレンドには入っていないが、今月は若干良くなっている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・お客様の様子や言動に、だんだん良くなってきている印象が強く感じられる。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街への来客数が激減している。平日は通学の学生が通っているため、日曜日の通行人が特に少なく感じられる。
		商店街（代表者）	それ以外	・山陰は地域の景気が後退しているから、個人の力ではどうしようもない状況にある。ただ観光客は多少増えているようだ。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客と話をしていると、「気候が不順だから」「不景気だから」など、漠然としたことをいう人が多く、気分的なもので消費が伸びないといった様子を感じられる。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・相変わらず生活に必要な食料品以外は厳しいが、今年も残暑もなく順調に秋がきたので、秋物はメンズの羽織りものを中心に比較的良く動いた。ただしファストファッション化が進んでいるヤングゾーンは、厳しい状態が続いている。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・10月になって売上が伸びなくなり、前年比で92%程度と相当悪い状況である。最近少し暖かいので、寒いという実感がなく、冬物が売れない。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・婦人の身回品や化粧品については、ますます前年並みに推移しているが、毛皮や高級バッグなどいわゆる高額な外商販売商品については大苦戦をしており、全体では以前と変化は無い。
		百貨店（電算担当）	販売量の動き	・依然として来客数が減少傾向にある。食品関係の催事を開催したが、売上がもう一つ増加しなかった。なお客は高価なもの、不要不急なものには手を出さないが、話題性のある商品には集まっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・このところ価格競争がより一層激しくなり、このため客単価、一品単価が下がったままである。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・以前に比べ客単価が上がらず、買い控えが続いている。
	スーパー（店長）	単価の動き	・夏以降客単価が急激に低下している。今月も前月比マイナス30円で1686円となった。	
	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・来客数は変わらないものの、競合他社への買い回りも多くなり、節約志向から買うものを安価な物へシフトする動きが一層進んでいる。	
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比較し、来客数が前年比で0.6%の減少となり、単価も1.0%の減少となり、売上は1.5%減少した。しかし雰囲気的には3か月前と変わらない。	

コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・原因が分からないが、販売量が減っていて厳しい。第一週目、第二週目と前月に引き続いて悪く、第三週目から持ち直した。他社に売り負けているという意識はなく、客全体の購買量が減っているものと考えられる。
衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・10月は大型連休の反動で、来客数が大きく減少した。
衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・客単価は相変わらず厳しいが、来客数が増加している。
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・一部のエコカーの受注残の登録が進んで、売上が前年比10%弱の増で推移している。受注は一段落して、補助金の継続などに期待感があるものの、客は模様眺めの様子である。商談は長期化している。
乗用車販売店（サービス担当）	単価の動き	・中古車の販売価格帯が低価格なものへとシフトしている。減税・補助金でエコカーなどと競合しているため、高価格車は売れていない。
乗用車販売店（統括）	来客数の動き	・減っていることもないが、さほど増えてもおらず、特に大きな変化はない。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・新型車が投入されたが、今のところ思うほどの反響はない。
自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・前月に回復傾向になったかと思った来客数が、現在は若干前期を下回る推移となっており、特に休日の来客数は減少傾向が続いている。また、必要最低限の購入はあっても、ついで買いは小物商品を中心に減少している。
その他専門店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・低価格品を中心に消費が動いているようで、品質の良いものが販売できない。したがって、高級品を主に扱っている当店は来客数が少ない。
その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・来客数に大きな変動はないが、販売につながらない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	単価の動き	・来客数は多いが、買上点数、客単価は明らかに落ちている。週末の売上に、ひと頃の勢いは見られない。
観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・行楽シーズンで、前月に比べれば販売量は増えたが、いまだ景気の回復といえるほどではない。
観光型ホテル（経理総務担当）	販売量の動き	・宿泊部門は堅調だが、宴会部門は相変わらず低調である。婚礼部門の健闘で、何とか前年並みを維持できた。
都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・宿泊、レストラン、宴会とも、来客数・客単価の低下が続いている。
都市型ホテル（総務担当）	販売量の動き	・円高による外国人の国内旅行ツアーの集客数不足によるキャンセルが多く、また、企業の宴会受注もさほど伸びていない。
タクシー運転手	来客数の動き	・企業からの依頼による仕事はあるにはあるが、全体的にマイナス傾向が続いている。
タクシー運転手	お客様の様子	・昼夜を問わず動きが悪く、前年比80%と最悪の売上となった。当地には観光地が多く、また観光シーズンであり観光客は多いが、皆高速道路料金引下げのためマイカーでやってくるので、タクシー、観光バス等の乗客数は激減している。ただ公共交通機関の動きはやや良くなっている。また、かなり大規模なイベントがあったが、タクシーについては恩恵は全くなく、我慢するしかないといった状況が続いている。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新規案件が少なく、状況は変わらない。
テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・来客数に変化はない。
テーマパーク（広報担当）	来客数の動き	・団体客の動きは前年に比べて良くなりつつあるが、インフルエンザによる中止・延期も多く、来客数は伸び悩んでいる。
ゴルフ場（営業担当）	単価の動き	・気候も良く、ゴルフもシーズンに入ってきたので、3か月前よりは来客数が増えている。しかし単価は変わらず、前年と比べると大幅に減少している。
美容室（経営者）	競争相手の様子	・近所の店が来客数の低下で閉店した、頑張っているところでも現状維持が精一杯だという話をよく聞く。

	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・消費が伸びないため、低価格での交渉が続いている。不動産の動きもほとんどない。アパートの空き室が目立ち、価格も落ちてきている。
	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・官庁からの仕事はあるが、入札額が低いものが多い。
	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・分譲マンションの計画は凍結され、企業の設備投資は見込めないなど、大型物件がどこも動いていない。また、新築の戸建て住宅も低調のようだが、かろうじてリフォームだけがコンスタントに動いている。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・受注量の低調な状況は変わっていない。受注内容も、低価格化など悪い状況が続いている。
	住宅販売会社（販売担当）	来客数の動き	・展示場イベントへの来客数が低水準で推移している。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・季節的な要因もあるが、このところ客単価が低くなっている。
	一般小売店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・デパート、スーパーも巻き込みでの価格競争が始まっており、来客数、売上共に厳しい。
	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・商店街の店舗は どれも売上が下がっている。結局、自助努力しかないと考えているようだ。
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	お客様の様子	・同業者の話の中で、物が動かないという話が良く出る。客は外での飲食を控えているため、当店も飲食店関係が低調で、売上が良くなかったうえに、消費者心理が節約志向になっているため、客の購買意欲が低い。地域では景気回復傾向の実感はない。
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	単価の動き	・例年観光客が一番多い月で、来客数自体は変わらなかったが、客単価が大きく低下している。
	一般小売店〔印章〕（営業担当）	販売量の動き	・より安いものを買うようとする動きに加えて、最近では企業・個人ともに購買力そのものがなくなってきた。
	一般小売店〔酒店〕（営業）	お客様の様子	・市議選などの要因もあったが、全体的に消費が冷え込んでいる。逆に激安スーパーなどは大人気で、価格競争では太刀打ちできない。
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・天候や企画のズレなど特別な理由もないのに、10月に入ってから売上が前年を上回った日がほとんどなく、前年比が80%台の日も多かった。消費者の買物に対しての厳しい反応が見受けられる。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・価格訴求した催事や地域物産展などを開催すれば、瞬間的には来客数が増加し、売上が増加するが、次の週には反動が起こって大幅に減少する傾向がある。好調な商品群はなく、全店で前年比92%前後となった。
	百貨店（購買担当）	お客様の様子	・食品関係は絶好調で、衣料品関係は定価販売では厳しいものの、別売場の割引セールでは例年以上の数字が出ている。また子供服については、近郊のマンモス団地の小学校が新型インフルエンザのために休校した影響もあって子供連れの来店が少なく、苦戦している。またマタニティ関係も、新型インフルエンザの関係で妊婦の方の来店はほとんどなかった。
	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・前月比で来客数が大幅に減少している。インフルエンザの影響からか、週末のファミリーでの来店が減少している。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・家庭内で料理をつくり、単価の高いにぎり寿司は敬遠されているため、惣菜部門のにぎり寿司がここ数か月売上が低迷している。
	スーパー（販売担当）	来客数の動き	・広告の目玉商品の値段が他の店舗と10円程度違うだけで、来客数が大きく落ち込み、売れ残りが出てしまう。
	スーパー（経営企画）	単価の動き	・競合店の価格が下がっており、対抗して行かざるを得ない。消費者の低価格志向が強い。
	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・昼に弁当を購入していた客がパンに切替えているのを良く見かける。ますます客単価が減少し、売上が減少している。
衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・ただでさえ悪くなっている景気に、常連客の来店間隔の間延びが追い討ちを掛けている。	
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ヤング層、ミセス層を中心に必要なものは買っているものの、財布のひもは固くなっている。	

	その他専門店 [布地] (経営者)	来客数の動き	・天候が良く暖かい日が多く、そのため冬物の動きが良くなかった。
	その他専門店 [海産物] (支配人)	単価の動き	・客の消費行動が低調だった。
	都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・婚礼は前年並みであるが、一般宴会は、企業での利用が激減していることもあり、受注が悪く、前年の3割ダウンである。
	旅行代理店 (営業担当)	お客様の様子	・現在流行しているインフルエンザの影響が旅行にも現れており、病院関連の旅行などが中止された。
	タクシー運転手	お客様の様子	・乗客の間からは政権交代について期待と不安の入り混じった声が聞こえてくる。10月からのタクシー業界の規制強化により、労働時間などが制限され、ますます厳しくなっており、売上が前年比10%減の状況に変化はない。
	通信会社 (企画担当)	単価の動き	・キャンペーン等の打ち出しはするものの、他社と競合するサービスを含めて、値下げの圧力が強まっている。
	通信会社 (営業担当)	販売量の動き	・既存契約の客のデジタルへの移行ニーズはあるが、新規加入についての引き合いは弱く、加入契約数は伸びていない。
	通信会社 (総務担当)	販売量の動き	・ぜいたくや無駄はしないという客の話をここ最近よく聞くようになった。
	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・9月の大型連休に人出が集中した反動が生じたのか、来客数が減少している。
	競艇場 (職員)	販売量の動き	・1人あたりの購入額が減少し、来客数も減少している。
	美容室 (経営者)	お客様の様子	・客からは「報道では景気が回復しているというが、そんなことは全くない」という話をよく聞く。当店もその通りである。
	美容室 (経営者)	来客数の動き	・客の来店間隔が大きく伸びている。世の中、「不景気不景気」という言葉が飛び交っていて、客は出費を控えている。
	住宅販売会社 (経理担当)	来客数の動き	・例年実施する秋のイベントへの来客数が減少している。同業者の聞き取りでも、客の将来への不安は変わっておらず、購入に対して慎重な姿勢を崩さない。価格が第一で、高額な物件には見向きもしない状態である。
悪くなっている	商店街 (代表者)	販売量の動き	・政府があれもやめ、これもやめたといわれれば客は不安になってくる。消費は心理的な要因が強く働くため、客が来ない。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・ベビー・子供服の専門店だが、最近、売れ筋のブランドを導入し、客の反応はそこそこ良かったものの、今月になって子供が欲しがるのを親が「高いからだめ」といって断念させ、子供は不満顔で帰っていくというケースが多い。
	商店街 (代表者)	来客数の動き	・高速道路料金引下げによる来客数の減少が、相変わらず続いている。
	スーパー (店長)	来客数の動き	・来客数が前年比で90%を割り込むような状況が続いている。駅前に立地しているため、駐車場の問題や利便性の関係から、土日曜、祝日などの本来集客が期待できる日の落ち込みが厳しい。
	スーパー (店長)	来客数の動き	・来客数が大幅に落ち込み、財布のひもが固くなっている。また、大型店の出店もあり、更に競合が激しくなっている。
	スーパー (財務担当)	単価の動き	・低価格志向がますます強くなり、1品単価が前年比95.7%まで下っている。
	コンビニ (エリア担当)	単価の動き	・本部の政策もあるが、弁当の販売単価が下がっており、来客数も減少している。
	衣料品専門店 (販売促進担当)	販売量の動き	・10月はまだ昼が暖かったため、アウター類の動きが悪く、客単価が前年より4,000円程度下がっており、全体の売上も落ち込んでいる。動きが良いものは軽く羽織りのシャツやカーディガンくらいで、アイテム別でも軒並み売上を減少させている。
	住関連専門店 (広告企画担当)	単価の動き	・単価を低く見せないと、客が動いてくれない。

		一般レストラン（店長）	お客様の様子	・土日の集客が悪くなっている。客に聞くと家での食事が増えたということである。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・3か月前も悪かったが、同業者に聞いても今月はもっと悪い。来客数も少なく、市の関係など今まで比較的良く来ていたところが特に悪いと聞いている。
		タクシー運転手設計事務所（経営者）	お客様の様子 競争相手の様子	・客はタクシー利用を必要最低限に抑えている。 ・取引きのある業者の話では、他社からの受注が落ち込み手空き状態にあるらしい。当社も大幅な受注減となっている。
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・今月と3か月前を比較すると、中型巻き網船、小型定置網が減少したため、水揚数量で520tの減少、それ以外が好調だったため水揚金額は5億8200万円の増加である。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・秋口から出した新製品が好調で、予想をはるかに超える売上が出ている。
		食料品製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・受注価格は低いものの、受注量は増加してきている。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・年末までの受注量は回復しているが、来年1～3月の状況は不透明である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・緊急の工事案件があり、生産量は増加している。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・エレクトロニクス材料を中心に、受注が上向いている。自動車関連部品は在庫調整も終わり、一部に受注回復の動きもある。
		電気機械器具製造業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・受注が一定程度見込める状況にある。
		輸送業（運送担当）	取引先の様子	・製造業からの貨物の発送量が、少しずつではあるが増加している。
		通信業（営業企画担当）	受注量や販売量の動き	・前月と比べ、取引先からの引き合いが回復傾向にある。価格的な交渉は厳しいものの、設備投資に関する動きが出始めている。
	変わらない	木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・住宅着工戸数の回復が見えない。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工場の稼働率はやや回復し安定しているが、フル稼働ではない。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・エコカー関連の一部商品を除き、特に動きは見られない。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は前年比で40%にとどまり、依然として厳しい状況が続いている。雇用調整助成金を活用しての教育訓練をこれまでは1工場のみだったが、もう1つの工場でも10月より活用を始めざるを得ない状況になった。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・海外向けの自社製品の売上について、特に韓国、台湾などアジア向けが大幅に減少しており、厳しい状況である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・家電関連は受注が強気で、唯一ラインもフル操業になっている。自動車関連はエコカーを中心に受注は戻りつつあるものの、まだ本格的受注回復とはいかない。携帯関連は冬のボーナス商戦に向けてあまり強気の気配は感じられない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今のところ良くはなっているが、ひと頃ほどではなく、今一つ低迷している感がぬぐえない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設・不動産とも不振だが、同業者の話では製造業に設備投資の話が少しずつ出ているようだ。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事の大幅な見直しにより、業界全体の受注量の減少が原因で、価格面においても競争が激化している。
		輸送業（統括）	競争相手の様子	・今までは毎月のように各競争相手の新規顧客の情報等が聞かれたが、今月は新規情報の話をあまり聞かない。
		通信業（部門長）	受注量や販売量の動き	・下期に入っても対面販売から受け取るお客様の景気反応には変化がなく、少額の設備投資さえも抑制されている。

	金融業（業界情報担当）	取引先の様子	・主要受注先では、国内及び欧米向けは前年比マイナスだが、中国やオセアニア向けが前年比大幅プラスを継続し、操業を二交代制にするまで回復させている。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の月次データや、決算書類等の資料を見る立場にあるが、業況の改善兆候は見えてこず、多くの企業が景気低迷の影響を受け売上が低迷している。また資金繰りがつかず倒産も頻発しており、現在、景気の底を横ばい状況で推移している。
やや悪くなっている	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数、成約件数が減少している。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・製造業は毎年この時期業績が悪くなるのだが、売上高が対前期比で5割を下回っている事業所が予想以上に多いなど、今年は特にひどい。受注が大幅に減っている状況に加えて、見積の段階で値引きを要求されることも少なくない。
悪くなっている	その他製造業【スポーツ用品】（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・特にデパートや百貨店での売行きが悪く、受注の影響が出始めている。また同理由により価格の見直しも再検討される見込みである。
雇用関連	良くなっている	-	-
	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き
		求人情報誌製作会社（支店長）	求職者数の動き
		職業安定所（職員）	求人数の動き
			・3か月前と比較し、売上等が前年比で少し改善された。
			・派遣を再開した企業が、数社見られる。
			・求人において、減少幅の大きい産業は建設業と卸売・小売業だった。一方、基幹産業の製造業では、海外需要の増加により受注増の動きもみられ、わずかながら増加に転じた。
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・企業からの派遣依頼件数は相変わらず低調で、前年の約6割程度である。オフィス・作業・販売等いずれも低調であり、3か月前と比較して若干作業職の求人依頼が増えてきてはいるが、前年の水準には程遠い状況である。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は産業を問わず前年比で減少傾向が続いている、人員整理等による離職者が前年比で増加傾向が続いているなど、景気が悪い状態のまま変わらない。ただし一部製造業では、臨時的派遣で当座の受注に対応するところも出始めた。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・月間有効求人倍率は下げ止まったまま5か月連続して横ばいを続けており、月間有効求人数、求職者数ともに一定数を維持している。
	職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・製造業からの新規求人が前年から63.1%減となった。求人開拓のため事業所を訪問しても、求人提出までにはなかなか至らない。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・補助金活用により継続雇用を死守しようとする企業の態度、会社都合による退職者、事業所閉鎖による転勤拒否のための自己都合退職者の増加など、数か月前と状況は変わらない。
	学校【短期大学】（就職担当）	求人数の動き	・3か月前と比べ求人数は変化が無い。
やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（担当者）	採用者数の動き	・新卒の採用媒体の検討が保留になっている企業やネットのみ先行参画で他の計画は未定の企業が多い。
悪くなっている	新聞社【求人広告】（担当者）	求職者数の動き	・製造業では非正規社員の採用はあるようだが、正規社員の雇用は相変わらず厳しい。