

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	乗用車販売店（業務担当）	・現在は12月の新商品発表の影響で買い控えが起きているものの、発表後は大幅な販売増が見込まれる。	
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンブームに加え冬商戦のキャンペーンや新商品登場により店頭がにぎわい、販売数が増加する。	
		競艇場（職員）	・来月から2月にかけて収益を見込めるレースが開催される。	
	やや良くなる	スーパー（店長）	・駅前にアウトレットモールがオープンし、広域から人が集まっている。当店の来客数に影響はあるものの、購買意欲は高まり全体的に景気は良くなる。	
		スーパー（営業システム担当）	・生鮮商品の価格も安定してきており、客の購買意欲も戻ってきている。今は円高なども以前ほど騒がれていない状況であり、不安材料が少ないので買物もしやすくなっている。クリスマスも控えているため、事前の宣伝や売り込み次第で良い結果が出る。	
		コンビニ（地域ブロック長）	・駅前へのアウトレットモールの出店で県外からの客が見込め、総合的には県内の消費活動が活発になる。	
		家電量販店（店長）	・地域内の景気の状態が好転する理由は特に見当たらないが、当店に関しては移転予定もあり、それに伴った閉店セールを行うことで売上確保が見込まれる。	
		家電量販店（販売担当）	・今年はエコポイントの反動で落ち込んでいるが、来年はそれほど落ちる要因はないので良くなる。	
		乗用車販売店（店長）	・タイの洪水により車種によって生産の状況は異なるが、ナビゲーション関連部品の供給状況が解消されれば、今よりは間違いなく良くなる。	
		乗用車販売店（副店長）	・エコカー減税の終了に伴い、駆け込み需要が見込める。	
		その他専門店 [ファッション雑貨]（従業員）	・催事もいろいろあるので客の動きも活発になり、上向き傾向になる。	
		その他小売店 [ショッピングセンター]（営業担当）	・気温が低下してきたことで買い控えていた客層が動き始める。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・観光オフシーズンとなる一方で、来年放送予定の大河ドラマの影響で徐々に景気が上向き可能性がある。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・ビジネスマンの宿泊利用が増えてきており、今後もその状況が継続する。	
		通信会社（総務担当）	・利用エリア拡大に伴う需要増が見込まれる。	
		テーマパーク（広報担当）	・2月下旬からのイベントの反響が大きくなってきており、来年以降も伸びが期待できる。	
		住宅販売会社（経理担当）	・住宅業界における新たな景気刺激策が第3次補正予算で可決し、フラット35の金利優遇や住宅エコポイント制度により状況が好転する。	
		変わらない	商店街（代表者）	・商店街の店舗数減少は止まっているが、現状維持が精一杯である。客の動向からみても今後良くなることはない。
			商店街（理事）	・大型店舗の進出で当店は売上不振に陥るが、世間一般では変化はない。
			商店街（代表者）	・客や同業者いずれからも良くなるという話は聞かず、このまま推移していく。
商店街（代表者）	・東日本大震災の影響による客の購買意欲の低下は今後も続く。			
一般小売店 [靴]（経営者）	・消費者の財布のひもは固いが、買物をしたくないのではなく単価を抑えている。			
百貨店（営業担当）	・例年に比べ早くから秋物や冬物に入っているブランドもあるが、客の反応は今一つでクリアランスセールにも期待できない。			
百貨店（販売促進担当）	・市内最大手企業のリストラが12月末に行なわれるため、数百人規模の離職者が出るとともに、関連企業や下請企業への影響も避けられず、今後も消費マインドが低下する。			
百貨店（購買担当）	・2～3か月後は寒くなるという情報もある一方で、客の財布のひもが固いため冬物の動きが悪い。安くて良い物でないと買わないという傾向がより強く出ており、景気はあまり好転しない。			
百貨店（営業企画担当）	・株価の低迷、円高など日本を取り巻く環境は明らかに悪化しており、マイナス要因を抱え込んだままで消費マインドには変化が起こらない。			
スーパー（店長）	・景気の変動に関して、大きな要因は今のところみつからない。			
スーパー（店長）	・円高などで消費が冷え込んでおり現在の状態が続く。			

スーパー（店長）	・冬物の動きは良くないし、客の購買意欲も低い。昨年のエコポイントに伴って起きたような家電の動きもないため、景気の先行きに不透明感がある。
スーパー（総務担当）	・景気が低迷した状態で安定しており、上昇の糸口をみつけるのが難しい。
スーパー（業務開発担当）	・客単価、販売数量ともにほとんど変化のない状態であるものの、世間では金が使いつらい雰囲気があり、これからのクリスマス商戦や年末商戦が非常に心配である。
コンビニ（エリア担当）	・特に良くなる材料も悪くなる材料もなく、今後しばらくは現在の景気が続いていく。
コンビニ（エリア担当）	・販売量が回復する兆しがなく、先がみえない状況である。
衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる要素が見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響も落ち着き、客からの注文も少しずつだが増えてきている。
乗用車販売店（統括）	・市場の声からは良くなる材料が見当たらず、厳しい声ばかり聞こえる。
乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税終了、消費税増税のニュースなどの影響で、駆け込み需要が増加するとの期待もあるが、現在はまだその状況にはない。どんな施策があっても消費者がすぐに反応できる状況ではない。
乗用車販売店（営業担当）	・先が読めないうえに、ポ・ナス商戦にも期待できない。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・これ以上良くなる要素がない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・より安い価格が良しとされ、現状では先行き不安もあり、品質の良いものを見極めて買うというスタイルがあまり見受けられない。すべての客が安価な製品を求めているわけではないが、当店のような高額品を中心に販売している業態には当面厳しい状況が続く。
一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要因がなく悪い状態が続く。
一般レストラン（経営者）	・年末にかけて同業他店の安売りが懸念される。体力消耗戦の様相を呈しているため、各店とも利益確保もさることながら、売上確保にまわる傾向となっている。
一般レストラン（店長）	・宴会予約が減少しており回復の兆しもなく、単価も低く推移しているためあまり変わらない。
観光型ホテル（支配人）	・1月以降の入込は前年同期比でマイナス10%、新年会も弱含みである。当ホテルのインパウンドの主力国である台湾からのツアーも、大統領選の影響で催行の取消しが発生している。
都市型ホテル（総支配人）	・昨年度は1月の豪雪被害、3月の東日本大震災の影響で大幅な減収となったが、今年度は売上増が見込まれ、ほぼ例年並みの収入を確保できる。
タクシー運転手	・売上が増加する状況にはない。
タクシー運転手	・12月は忘年会で一時的に來客数が増えるものの、それ以降は景気が良くなる条件が見当たらない。
通信会社（社員）	・年末に向け新たな通信サービス利用者の増加に期待がかかるものの、景気が上向くほどにはならない。
通信会社（企画担当）	・今年は東日本大震災を含めて大きなマイナス要因があったものの、何とか年を越していける状況になってきており、現時点では停滞状況も幾分軽減してきている。
通信会社（営業担当）	・2～3か月後に良くなる材料が見当たらない。
通信会社（広報担当）	・スマートフォンの販売状況により大きく変動するが、見通しは不透明である。
テーマパーク（管理担当）	・来館者、館内販売額に著しい変化もないため、現状のまま推移する。
美容室（経営者）	・客の様子から、財布のひもが固いまま推移する。
その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・サービス利用者や仕事で接する人たちの経済状況に、良くも悪くも変化の兆しがみられず、今後2～3か月でその状況が変化することはない。
設計事務所（経営者）	・一旦終了していた住宅エコポイント制度が再開され、少し期待感が出ているものの、全体的には建築工事に至るまでの動きが悪いままである。
設計事務所（経営者）	・景気の先行きが不透明な現在、景気対策で住宅ローン金利の優遇制度などが復活しない限り、住宅建設などの大きな投資は先送りされる。
住宅販売会社（従業員）	・人物金の動きが鈍い状況が続いており、光明となる状況が訪れても、すぐ消えかかったような状態になっている。

やや悪くなる

一般小売店 [印章] (経営者)	・ 駅の再開発で来年 1 月に支店を開めるので大幅な売上減少になる。駅再開発後の地元店舗の入店の話は一切なく、何のための再開発なのかが疑問である。
一般小売店 [酒店] (経営者)	・ 節約ムードで忘年会予約も少ないため売上も低迷する。地域全体として高齢化や人口の減少に歯止めがかからず年々厳しい状況が続いている。学生数の減少、自然減、流出など人口減が続き、地域経済がメンタル面で好転するような良い材料に乏しい。
一般小売店 [紙類] (経営者)	・ 観光客の購買意欲が以前よりも低い状況が続いており、今後も全体的に悪くなる。
百貨店 (営業担当)	・ 隣市のアウトレットパークの開業を目前に控えたこの時期に現状の落込みであることから、悲観的にならざるを得ない。少なくとも今後 2 ~ 3 か月は売上が戻らないと覚悟している。
百貨店 (売場担当)	・ 百貨店は広告宣伝費の削減、取引先は人件費の削減を実施しており、週末は来客数を確保できるものの、平日は減少する傾向にある。しばらく緊縮催事が続く見込みで、大きく数字を押し上げる要素はない。
百貨店 (売場担当)	・ 最近の傾向として招待会などの集客策がある場合は良いが、通常日の落ち込みが厳しく、総じて低下傾向にあり、地域の地盤沈下が相変わらず進んでいる。
百貨店 (電算担当)	・ 先月まで売上が横ばいで推移していたが、今月は急降下している。前年比マイナス 8 % でしかも食料品、衣料品、雑貨、身のまわり品すべての売上が減少しており、客の購買意欲が低下するとともに来店回数も減少し、財布のひもが非常に固い。
百貨店 (販売担当)	・ 11 月末から 12 月初旬にかけて近隣に大型商業施設が 2 店舗新規オープンすることもあり、来客数が減少する。
スーパー (店長)	・ 客は生活必需品以外余分なものを買わない傾向にあるため、年末年始に向けても期待が持てず売上が低迷する。
スーパー (財務担当)	・ 大型ショッピングセンターとディスカウントストアの新規開店があり、ますます競争が激化するため来客数の減少が続く。
スーパー (販売担当)	・ 年末年始は品ぞろえの良い大型店に客を取られるうえに、年明けは消費が冷え込むので売上増加は見込めない。
スーパー (管理担当)	・ 消費が伸び悩むなか、ディスカウント形態に移行する店があったり、ディスカウント店の新規出店予定もあって、今後競争が激化することは避けられず、条件的には厳しさが増す。
コンビニ (エリア担当)	・ 地元の電機メーカーでリストラがあり、来客数が減少する。
コンビニ (副地域ブロック長)	・ 来客数前年割れの傾向を変えるための経済的なプラス要因が見当たらない。また、天候が冬型となるまで冬物商品の販売状況は良くならない。
衣料品専門店 (地域ブロック長)	・ 景気は引き続き厳しく、特に安い商品のみが売れているため、単価が回復する可能性が低い。
衣料品専門店 (販売担当)	・ 来客数が減少しているため景気は悪くなる。
家電量販店 (店長)	・ 節電意識の向上により、高省エネタイプの家電製品の売上が伸びて単価も上昇しているが、主力商品のテレビの落ち込みが尋常ではなく、エコポイント対象商品であった冷蔵庫やエアコンも伸びていない。
家電量販店 (店長)	・ 就職難で進学希望者が増え学費負担が増加するので、家電製品を始めとして他に金が回らない。
乗用車販売店 (店長)	・ 客の動きはあるが成約には至らない。タイの洪水の影響でカーナビの調達が困難なため、付加価値の高い車ほど在庫が遅れている。
その他専門店 [海産物] (経営者)	・ まだ暖かいせいもあり、カニも例年のように売れず、歳暮需要も遅くなっているだけでなく、客の様子から判断しても上向くことはない。
その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (支配人)	・ 例年に比べ売上が悪いときにはより厳しい数字となって表れており、現状から判断して良くなる要素が非常に少ない。
タクシー運転手	・ タクシーの台数が多過ぎて、需要と供給のバランスが取れておらず、今後も厳しい状況が続く。
通信会社 (通信事業担当)	・ 利用者の節約意識は大変強く、特に通信サービスについては、家庭内での主たる利用者がいなくなるとすぐに解約になるケースが多い。
通信会社 (営業担当)	・ 地上デジタル放送への全面移行完了後は、テレビ視聴への関心が急速に失われたままで推移しており、回復に向けた好材料も見当たらず、当面はこのままの状況が続く。

		テーマパーク（業務担当） 設計事務所（経営者）	・ 冬季閑散期になるため大幅な集客が見込めないうえに、客の節約志向による行楽地への出控えが起きる。 ・ 同業他社ともに年内を過ぎれば受注した仕事も一段落し、次の仕事を待つ状況となる傾向にある。
悪くなる		スーパー（店長）	・ 売上増が見込めない現状では販売促進経費も縮小傾向にあり、自社も含め今後は守りの状況である。競合他社が集客に最大限の力を注ぐなか、企業間の格差が大きくなってきそうな年末商戦となる。
		スーパー（販売担当）	・ 来年1月末に本店が入居している商業施設の閉鎖が決まっており、それに伴い当社も含め多くのテナントがこの地区からの撤退を表明している。商圏として今後の見通しは不透明である。
		家電量販店（店長）	・ 東日本大震災以降やや生産も回復してきたが、タイの洪水の影響で商品供給が追い付かない。
		自動車備品販売店（経営者）	・ 東日本大震災から少し立ち直っていたが、次はタイの洪水被害で日本企業は非常に厳しくなっている。特に製造業への影響が大きく、今後は国内の商業も内需の縮小で厳しくなる。
		ゴルフ場（営業担当）	・ オフシーズンに入るうえに今年は天候も不安定なため、来客数は減少する。
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） 輸送業（支店長）	・ 2～3か月後に得意先のメーカー向けに新しい部品が立ち上がるため忙しくなる。 ・ 取引先受注量の増加が見込まれる。
変わらない		非鉄金属製造業（経理担当）	・ 懸念材料はあるものの実際の受注減がまだみられない。
		金属製品製造業（総務担当）	・ 円高によって得意先の受注量が減少すれば、当社への受注も減ることになるが、この先3か月ではそうした影響はない。ただしこのような円高状況が続けばいずれは影響が出ると懸念している。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・ 国内市場の冷え込みで、自社製品の売上不振が長期にわたり続いている。また海外市場では注文は入ってくるものの、円高の影響により、損益面では今後も非常に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月にグループ内で事業再編が行われることで、景気に変動は起こらない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・ 景気対策にてこ入れがみられないため、先行きに不透明感がある。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・ 既存製品の生産量は下降傾向であるが、大型新製品の本格的な量産が開始されることで、底堅い生産量が期待できる。
		建設業（経営者）	・ 良い材料はないが特に悪くなる材料もなく、悪いままの状況が推移していく。
		建設業（総務担当）	・ 円高解消の先行き不透明感で、当分の間は投資マインドの増進が望めそうもなく、このままの状態が推移しそうだ。
		建設業（総務担当）	・ 大型物件の受注予測が立たない。
		輸送業（業務担当）	・ 現在のような停滞した状況が来年も続く。
		通信業（営業企画担当）	・ 通信コストの削減傾向が増しているものの、機器やシステム等情報関係への設備投資に関する商談も増加している。
		金融業（営業担当）	・ 製造業の取引先で東日本大震災の復興需要に伴う受注増加を期待する声が出てきている。漁業器具や船舶を製造する事業者は、東北から徐々に出てきている様子であるが、まだ特需というには程遠い状況である。そのほかの業種には目立った改善の状況がみられず、3か月後も現在とおおむね同水準の景気状況である。
	やや悪くなる		農林水産業（従業者）
		食料品製造業（総務担当）	・ 節約傾向が強いため、年末年始後の個人消費が低迷し更に景気が悪化する。
		繊維工業（統括担当）	・ 円高、欧州の信用不安、TPP等の問題もあり、景気は悪くなる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・ タイの洪水、欧州の信用不安、中国の景気悪化、中東情勢など国際情勢の悪化や円高によって景気が沈滞する。
		化学工業（経営者）	・ 来年1月以降の受注量を下方修正する取引先が、大口を含め増加基調にある。また主要原料の生産委託先から単価の全面引上げとなる費用負担割合引上げの申し出があり、利益率の下降は避けられない状況にある。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・ 鉄鋼、焼却炉の工事案件がスポット的にはあるものの、継続は見込めない。

	金融業（自動車担当）	・関係先企業は懸命の合理化努力により何とか採算は確保しているが、円高の定着により輸出は欧米向けを中心に低迷し、中国国内での生産も前年比でマイナスとなっている。この状態が長期化すれば、人員削減などの合理化が避けられそうもない。
	会計事務所（職員）	・関係先の工事関連業者には、年内は受注済みの仕事があるものの、来年以降の受注状況は白紙のところが多く、親会社からの受注見込にもはっきりとした返答をもらえてない状態である。
	コピーサービス業（管理担当）	・年末年始の印刷需要が終わり2月の閑散期を迎えるが、円高の影響で景気後退感もあり、例年より更に厳しい状況となる。
悪くなる	鉄鋼業（総務担当）	・自動車メーカーの生産計画が毎月下方修正され、それを受けて自動車メーカーや部品メーカーから当社への発注数量も当初想定より下振れしており、この状況が今後も続く見込みである。
	鉄鋼業（総務担当）	・欧米景気の悪化が景気悪化につながる。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪化する。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・仕事量が減ってきている。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-
	人材派遣会社（営業担当）	・年度末に向けて繁忙期対策としての派遣需要や、中途採用の需要が増加してくる見込みである。
	職業安定所（職員）	・求人票の様式変更により求人数が減少していたが、無効求人への更新も一巡し、今後新規求人数は増加傾向で推移する。一方、新規求職者数は今年度に入り前年同月比で10%前後の減少で推移しており、今後も急激に求職者数が増加する状況にはない。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・例年この時期は各社の採用活動が活発になる傾向があり景気も上向きにみえるが、世界情勢も日本情勢も依然として上向きとなる良い材料がないため、2～3か月先は例年に比べて変化がない見込みである。
	人材派遣会社（営業担当）	・求人数はやや増える傾向はあるが、増員採用よりは欠員補充の要素が高い。また年末商戦のための一時的な求人需要もあまりない。企業採用担当者との話を聞く限り、先行きを見通しての人員確保ができるほどマインドは高くない状況である。
	人材派遣会社（支社長）	・タイの洪水被害や欧州の信用不安などから景気動向に不安を感じる求職者がいるが、今後は東北の復興需要が発生し雇用につながる可能性がある。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・来々春の新卒採用が本格的にスタートし、各企業とも会社説明会や早い企業は選考試験も行うが、採用枠自体は例年並みの情勢で粛々としたスタートとなる。
	求人情報誌製作会社（支社長）	・中堅中小企業の採用意欲は改善傾向にあるが、円高やタイの洪水の影響が出てきているため、輸出関連の大手企業を中心に今後新卒採用を控える傾向がみえ始めている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業の求人動向は依然として鈍く、来春卒業の経済学部大学生のなかには、就職をあきらめて医療現場の補助業務に関わる資格を取得するため、専門学校に再入学する動きも始めている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内の製造、販売、サービス業は回復傾向で求人数を増やしているが、建設、卸小売、運輸、倉庫業は求人状況が悪化し、農林水産、金融業の求人は横ばいの状況である。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・市場での新たな動きがみられないため、今後の見通しが立たない。
やや悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・明るい材料がなく起爆剤もないため閉塞感だけが漂い、更に生産の海外シフトが加速する。
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・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や、円高やタイの洪水などの影響が色濃く、多くの企業で求人意欲が冷え込んでいる。
悪くなる	職業安定所（職員）	・世界的な金融不安や長期化する円高により、製造業の求人意欲が低いため全体的な雇用情勢は良くならないが、唯一慢性的な人手不足の介護医療関係の求人意欲が高く、求人数を支えている。