

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	家電量販店（店長）	・デジタル家電の動きがこれから加速すると思われる。
		一般レストラン（店長）	・予約がたくさん入ってきている。内容は企業がほとんどであるが、今後企業から家庭へと利用が広がる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・広島では大型観光キャンペーンの時期に入るので、個人・団体と宿泊予約が順調である。伸び悩んでいた客単価も上がっているようだ。
		競艇場（職員）	・12月18日から開催される全国の場合外発売は、1年の中で最も大きなレースで、集客及び発売金額が見込める事と、加えて年末レースでも同様に良い結果が見込める。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・消費の向上トレンドと秋冬物の販売が本格化する。
		百貨店（販売担当）	・気温の低下とともに秋冬物、特にコートなどの高額商品の動きが出てくる。
		スーパー（店長）	・昨年の9月以降、売上が前年比を上回っている。ここ数か月は106%、107%という状況が続いている。特に概況の変化は何もない中で、売上が伸びていることは将来も良くなっていく期待が持てる。
		スーパー（店舗運営担当）	・客の動きなどから見て、今月後半から上向いてくる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・ウォームピズが浸透して、洋品カジュアルとインナーが動く。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・気温の低下にもよるが、秋冬物の動きが出てきている。今後は良くなっていく傾向と見受けられる。
		百貨店（営業担当）	・顧客の興味や好奇心をそそる販促企画を提供できれば、かなりの来店が期待できる。
		乗用車販売店（統括）	・下期の新型車投入による需要の喚起が見込まれる
		乗用車販売店（販売担当）	・コンパクトカーの新型車の発売が10月、11月にあり、販売台数の増加を見込んでいる。
		乗用車販売店（総務担当）	・販売車種は軽より小型の方が動きが良くなっているようなので、良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・高額品の動きが良くなっている現状から、今後は良くなる。客数の動きも前年を上回る推移となっていることも裏づけとなっている。
		その他小売（営業担当）	・台風の影響も少なく、広島県の大規模キャンペーンの影響もあり、当地を訪れる客数の伸びが期待できる。
		スナック（経営者）	・来月になると、国体も秋の大会があるので、大変期待している。3か月先の12月は以前ほどではないにしても、年末の忘年会の流れが期待できる。
		都市型ホテル（従業員）	・年末年始にかけてのクリスマス、正月商品の納品先の動きが活発になっており、景気回復による需要増を予想する販売店が増加している。
		タクシー運転手	・これまでで一番はっきり3か月先の景気が上向いていると確信できる状況である。というのも、国体の開催があり、また映画館付きのショッピングセンター等の設備投資が様々な場所でみられるためである。乗客の話からも接待等が増加している傾向が見受けられる。
		通信会社（企画担当）	・商品単価で、より高い商品への移行の傾向がみられる。
		通信会社（販売企画担当）	・新商品が登場することで販売は上向きになる。
		テーマパーク（財務担当）	・秋からクリスマスにかけて、ターゲットを絞った企画を実施することと、愛知万博終了による関西方面からの集客もある程度見込まれるため、多少良くなる。
		テーマパーク（広報担当）	・万博が閉幕したことと、行楽シーズンを迎えることで、回復が期待できる。
		テーマパーク（業務担当）	・9月下旬からようやく行楽シーズンへの受け入れ体制も整い、冬期までは良化を見込める。
	美容室（経営者）	・来客数が飛躍的に伸びているという現象から考えて、さらに販売増につなげる手の打ち方はあると思われる。	
	住宅販売会社（経理担当）	・新規物件の事前内覧会を実施したところ、モデルルームへの来場者が週末の3連休で毎日10組近く予想を上回っており、正式契約が始まる来月以降も順調に契約が進む。	
	変わらない	商店街（代表者）	・季節に変わりなく、来店客数が軒並み減少している。

商店街（代表者）	・特に山陰が、非常に景気が落ち込んだままで、景気の良くなりつつある大都会の波及効果が当分及んでこない。また製造業の少ない島根県等では公共事業等の費用の削減が非常に影響し消費にも影響している。
商店街（代表者）	・大型スーパーの撤退や地元大手企業の様子をみてもあまり良い状況ではない。やはり、沈滞ムードが続く。
商店街（代表者）	・原油の価格はあらゆる商品に影響を与え、消費者は財布のひもを締める。
百貨店（営業担当）	・原油の高騰など、家計に響く不安材料もあり、冬に向け灯油など生活により身近な消費の冷え込みが起こって他のものに波及しないか心配である。
百貨店（販売促進担当）	・景気が上向いてくる要因は見つからない。11月には、大型ショッピングセンターのオ・ブンも控えてきている。今後は、低価格商品の拡大を実施していき、新しい顧客開拓につなげて行くしかない。
百貨店（売場担当）	・前年の10月も大きく台風の影響を受けており、台風が来なければ前年実績でしのげる状況である。10月上旬から気温が下がれば、何とか前年と変わらない数字がとれる。
百貨店（売場担当）	・ヤング層のファッション関連については、このまま堅調に推移すると思われる。ただし、ミセス及び紳士服関連については、まだまだ厳しい状況が続くと思われる。ウォームビズが取り沙汰されているが、当店としては先行き不透明である。
百貨店（購買担当）	・このまま暖冬が続くようであれば、コートなどの重衣料や単価の高い商品が厳しくなると思われる。顧客は今必要な物しか購入しないという傾向は変化しておらず、秋・冬ともにそれぞれの季節の気温にならないようであれば、百貨店側としてはイベント等をしかけていかないと、顧客の足が遠のいてしまう。
スーパー（店長）	・石油製品の相次ぐ値上げ、公共事業の大幅な減少の続くなかで、客数確保のための価格競争がより強まり、顧客の必要な物しか購入しない傾向のなかで、原単価の下落による客単価の減少も起こる。
スーパー（店長）	・チラシを見て、目玉商品を買って回る顧客が増加しているので、必要な物しか買わない購買行動がよく見受けられ、今後2、3か月もこのトレンドが継続する。
スーパー（店長）	・一品単価の下落に歯止めがかからない。
コンビニ（エリア担当）	・現状では、顧客の商品購買のシビアさが変わるとは思われない。
コンビニ（エリア担当）	・秋口の新商品の導入が進んでいるが、昔に比べて新商品の動きが鈍く、客数は増加しているが、この先も必要な物しか購入しない傾向は続く。
衣料品専門店（経営者）	・メーカーの話や同業者の話にも変化の兆しがみられない。
家電量販店（店長）	・我々が扱っている電気製品は原油にかかわる商品が多く、その高騰により今後の価格に影響がないか不安がある。
家電量販店（店長）	・各商品群にとっても、これといった売上が期待できる商品がない。テレビも大型テレビは顕著に良好だが、全体的には売上の悪い部門の方が多いので、景気はあまり変わらない。
家電量販店（予算担当）	・単価の下落は今後も続くと思われる。客数は増加傾向にあるので単価下落のカバーにはなる。
乗用車販売店（サービス担当）	・ちょうど冬のボーナス商戦だが、状況が夏と同様であり変化がない。
住関連専門店（営業担当）	・若干の低迷期にある。マンションの建築がだいたい終了したこともあるが、特にこれから落ちるといこともなく、前年同様で動くと思われる。来客数は3か月前よりは減少しているが、これから先、特に下がる要因もないので、現状維持になる。
その他専門店〔スポーツ〕（店長）	・このまま平年より気温が高い状態が続きそうなのでアパレルの動きが悪い。
その他専門店〔書籍〕（従業員）	・好調な状態を維持しているが、開店景気も一段落した。この状態がしばらく続く。
一般レストラン（店長）	・年末の忘年会シーズンを迎えるにあたり、宴会コースの開発に取り組んでいるが、低価格のコースを何とか見栄え良くしたいが、仕入価格の高騰で厳しい。また牛肉の仕入価格が確実に上がる。
その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・売上自体の上昇傾向は続くと思うが、収益力は弱くなってきている。

	都市型ホテル（経営者）	・若干上向きの傾向にあり、愛知万博も閉幕した事もあり12月以降もこの秋同様に前年を上回ることが期待できるため、9月並みの成績が見込める。	
	都市型ホテル（総務担当）	・宿泊、一般宴会の受注状況は増加傾向にはあるものの、婚礼受注が今一歩であり、今後2～3か月の短期間で好転するとは感じられない。	
	通信会社（経営者）	・客の反応も厳しいままであり、好転の兆しはみえないまま、推移している。良くなる兆候もみえない。	
	通信会社（社員）	・顧客からの注文状況より、当面変動が見込まれない。	
	通信会社（通信事業担当）	・新規の加入は、何かインターネットを利用するための、はっきりとした目的が無い場合は難しい。今後もこのような状況は続く。	
	通信会社（管理担当）	・市場が盛り上がり欠けている。	
	設計事務所（経営者）	・現状の収入改善が見込めないため大きな変化はない。	
	設計事務所（経営者）	・今後の景気の動向をみても、建設業関係はまだまだトンネルから抜けられない状態が続く。	
	設計事務所（経営者）	・悪徳リフォームやアスベスト問題等、建築工事に対する社会的なイメージが悪い。増築やリフォームが新築に変わって主な工事となりつつある中で、消費者の動きも悪くなっている。	
	住宅販売会社（販売担当）	・展示場、イベント等への来場者数が少なく、増えない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・顧客は価格にも厳しく、また今まで以上に価格に対しての付加価値を求めていて、販売量・販売数ともに減少の一途をたどっている。このままでは、子供服という物販が成り立たないように思われる。衣料・繊維に関しては各所でそのような傾向が続いている。	
	商店街（代表者）	・来店者が少ないことに加え、デフレの影響で購入単価が低下している。	
	百貨店（電算担当）	・過去6か月間来客数が前年同月比3%減で推移している。来客数が減ると、食品売上に響き、さらに店に活気がなくなって非常に厳しい状態である。消費者が何を求めているかわからないので手のうちようもない。その中であって、ゲルマニウムブレスレットなど健康に関するものは、関心が高い。	
	スーパー（店長）	・このまま原油の高騰が続いた場合、消費者の家計を直撃し、その影響で食費を抑える状況になりかねない。	
	スーパー（店長）	・石油製品の値上がりによる売価のアップ、事業者用ゴミ袋の経費アップ等が発生して、非常に苦しい経営状態である。顧客に関しても、買い控え・購入単価の低下等がみられるので、このまま苦しい状況が続く。	
	住関連専門店（広告企画担当）	・贅沢な品とされているからか、価値観が変わってきていて、家具にお金をかけたくない風潮が進んでいる。使うなら家具より高価な家電に使い、残りはもったいないから使わないという雰囲気が出ており、その傾向は今後も進んでいく。	
	高級レストラン（スタッフ）	・一般の宴会は順調に推移しているが、婚礼については10、11月には非常に厳しい状況である。	
	一般レストラン（経営者）	・7、8月と夏のフェアとステーキフェアを実施したが、夏のフェアが好評であった。9月はステーキフェアだけを行ない、客単価も上昇し、売上にもつながったが、10月はステーキフェアが終了するので、売上増は期待出来ない。	
	旅行代理店（経営者）	・現在のところ11月から2月までの受注量が非常に低迷している。これから受注がくるかどうか不透明であり、低迷が続く。	
		住宅販売会社（従業員）	・受注においても増える要因はあまり見当たらないが、原価コストは微弱ながらアップしてきており利益を圧迫してくる。
悪くなる	スーパー（総務担当）	・税込単価が本体への単純上乘せから、総額で値頃感を出せるよう端数を丸める等の影響で単価が1円～2円下がって実質値下がりしているものの、販売量が伸びない。	
企業 動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・水温の上昇からか、エチゼンクラゲの発生が出てきて、特に巻網・定地網で影響があるようで憂慮しているが、沖合い底引き網がこれから寒くなると最盛期を迎え水揚げが期待できる。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口注文の生産に着手し、生産量も増加の予定である。	

	電気機械器具製造業（総務担当）	・今後、3か月の受注も好調に入ってきており、また次世代用の試作案件も活発の様相を呈しており好調さは続く。	
	輸送業（統括）	・10月から既存顧客の新規の業務が予定されており、収入の増が見込まれている。	
	金融業（営業担当）	・原油高・運賃等の増加が若干気になるが、物は動いているし、生産・建設関係のリースも稼働率が上昇している。基本的には、今から公共工事も含めて工事が出るものと期待がみなぎっている。当市においてはマンション建設がまだまだ盛んで、他の都市からの受注ではあるが、下請ということで、地元の業者も工事は確保できている。	
変わらない	化学工業（総務担当）	・物流費や原燃料費高等の影響はあるものの当面現状を維持する。	
	金属製品製造業（総務担当）	・高水準の受注はこの先1年は継続するものと推測している。鉄や原油など材料価格の高騰が不安材料である。	
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・海外向けの自社製品は、特に北米を中心に順調に受注があるが、国内向けは低調で厳しい。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・顧客の受注は順調に推移して今後も続く。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・当社の景気の良さは、顧客からの予定をみても、継続しそうである。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・資材の購入価格の高止まり、新設の設備機械の償却負担の増加等により、採算的には引き続き厳しい状況が続く。	
	建設業（営業担当）	・住宅、小売関係は、まだ計画段階であるが、段階的に新規物件を着工に移す傾向にある。ただ実施の事業計画の予算は、依然として厳しい状況に変わりはない。	
	通信業（社員）	・身の回りでは、まだ持ち直しの状況がみえてこない。各企業とも予算面で厳しいものがあり、現段階で客からの受注は苦戦している。今後、直ちに景気が良くなって好転するとはまだまだ感じられない。	
	金融業（業界情報担当）	・米国の金利上昇や原油価格の高止まりなど不安材料は残るが、当面の受注は現状レベルを維持する見込みである。新規受注の引き合いも活発で、設備投資・雇用とも引き続き積極的に実施予定である。	
	不動産業（経営者）	・特にガソリンの高騰・家賃の滞納の増加など、景気の上昇はみえてこない。	
	会計事務所（職員）	・中小零細企業ではコストの削減が限界にきており、今後、売上高の増加がない限りより厳しい状況に直面せざるをえない。	
		コピーサービス業（管理担当）	・感光紙の値上げにより青焼き業務の撤退を検討しなければならない。
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・売上を上げるために利益の少ない仕事もとらなければならない。仕事は忙しいのに、利益は上がらない。採算がとれていない状態である。	
	食料品製造業（総務担当）	・台風被害の影響からか、食に対する買い控えが見受けられる。気候の変化とともにおでん等の冬物商材も徐々にではあるが動きをみせている。しかしすり身価格は今後も高騰する気配があり、利益面で昨年並みの数字が維持できるか心配している。	
	化学工業（総務担当）	・原油の大幅な値上がりの影響が大きく、製品の値上げが追いつけない。	
	建設業（経営者）	・地価の下落傾向は止まっていないため、新たに土地を購入して、事業を始めるというようなこともなく、不動産も建設も非常に悪い。	
悪くなる	-	-	
雇用関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・企業の採用活動が活発になっており、人材派遣、正社員の紹介ともに求人数が多くなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・原油高騰の影響を懸念する声は多いが、顧客の様子ではそれ以上に良い方向に向かっているのが感じられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・地場産業にとって大きなマイナス材料もなく、むしろ地場自動車メーカーの好調さが引き続き地元経済をけん引する。
		民間職業紹介機関（職員）	・地場の大企業の人事担当者から、良い人がいたらぜひ人材を紹介して欲しい、との依頼頻度が多くなってきた。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の求人採用活動が活発化している。
変わらない	職業安定所（職員）	・求人全体では、今後明るい材料もないことから横ばいで推移すると思われる。一方、原油高の業況への悪影響を懸念する声が増えつつある。	

	職業安定所（職員）	・昨年閉鎖したショッピングセンターが、年末頃に新規オープンする明るい情報はあるものの、短時間パートの求人がほとんどのため、正規雇用には結びつかない。
	職業安定所（職員）	・地元大手企業においては、雇用面においても景気が回復基調にあることが感じられるが、他の関連企業や中小企業にもこの影響が及ぶところまでは至っていない。
	職業安定所（雇用開発担当）	・新規求人は増加したが、請負求人が落ちつきをみせていることもあり、全体的に力強さが感じられない。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・地域経済が活性化し求人増につながるような材料が乏しく、景気好転の気配は感じられない。介護職や製造職、人材派遣などの求人は堅調に推移するものと思われるが、それ以外の求人については増減の予測が立たず、地域各事業所の人事担当者に聞いても新卒採用の予定はまだ立ってなく、学生にとっては依然として厳しい状況が続く。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・確実な情報ではないが、クライアントの見通しは厳しい。
悪くなる	-	-