

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 やや良くなる	家電量販店（店長）	・これから液晶プラズマの大型テレビの需要が伸びる。
		百貨店（販売促進担当）	・最近のテナントの売上状況をみると売上が上向きであり、世間の景気を併せて考えるとこの傾向は継続する。
		百貨店（販売担当）	・日経平均株価の回復やボーナスの増加により、冬物を中心としたクリアランスセールは大変期待できる。
		スーパー（店長）	・高額商品の動きが少し良くなりつつある。
		スーパー（店長）	・先月まで近隣にあったスーパーが撤退し、客数の減少が心配されたが、今月に入り同じく近隣のショッピングセンターの改装があり、駅前商圈で客の減少が少なく、むしろ増加している傾向がみられるので、今後の売上に多少なりともプラスの効果がある。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・客数が増加し、単価の高い物が良く売れている。この先バーゲンもあるので購買意欲がわき、ますます売上が上昇する。
		家電量販店（店長）	・年末商戦に向けての、地上波デジタル対応型や大型のテレビの拡販等を実施するのでやや良くなる。
		住関連専門店（営業担当）	・微動だが売上が上昇傾向にある。毎月小幅ながら、2～3%の回復が見受けられ、今後は低レベルであるにしろ、過去3か月前よりは堅調に推移する。
		一般レストラン（店長）	・予約件数は増加している。しかし、客単価がやや低下傾向にあるので、やや良くなる程度である。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・新商品、デザートなどが客単価に寄与していけば、今後も収益につながる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・地元客の動き、旅行者の動き、ともに良くなっている。また3か月後の予約も増加している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊はここ最近、間近になっての予約が多く、予測が立て難い状況になっているが、ここ数か月、間近の予約で宿泊が増加し、前年より上向いているので、このような状況は当分続く。
		都市型ホテル（総務担当）	・一般宴会、宿泊等において、ここ数か月増加傾向にあり、売上においても総じて増加している。
	通信会社（通信事業担当）	・営業時に詳細な説明を求める慎重な客は多いものの、問い合わせなどは増加しており、今まで積極的に動いていなかった潜在的な客が動き出している。	
	通信会社（営業担当）	・取引先の様子や新聞その他情報からも、今後景気が良くなる。	
	テーマパーク（財務担当）	・約2か月間の集客キャンペーンの実施を予定しており、現状よりは上向く。	
	美容室（経営者）	・12月を控え、また成人式や卒業入学シーズンを迎え、はっきりとした目的の企画も打つので良くなる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街の来客数は増加しているが、売上自体はやや増加というところである。先行きは依然不透明で今までの厳しい状況のままと思っていなければ、足元をすくわれそうだ。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・地元の商店街の空き店舗も一時かなり減少した。しかし入った店が1か月ちょっとで撤退するなど、現実には依然厳しい。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・会社設立等の、印鑑・ゴム印の受注が少ないように感じられ、動きも悪い。
百貨店（営業担当）		・冬本番を迎え、原油の高騰が一般生活に及ぼす影響が出てくるのが、懸念される。	
百貨店（営業担当）		・下期もずっと前年売上をクリアしてきているので、2月まではこのままの勢いでいける。	
百貨店（販売促進担当）		・9月以降、売上・入店ともに、ほぼ前年並みの推移ではきているが、郊外のショッピングセンターの新規オープンにより、集客は苦戦すると考えられ、食品、子供服、紳士服等の売上にマイナス影響が出る。	
百貨店（売場担当）		・大手取引先の冬物の在庫が減少しているのがはっきりしており、これからその在庫調整で最も影響が出る。先行きがあまりみえない。	
百貨店（売場担当）		・昨年同様年明けの冷え込みで、防寒ものを中心としたバーゲンについてはある程度期待できる。素材産業を中心とした地域の景気自体は上向きであると思われるが、百貨店商品としての、追い風はなかなか吹かない。	

百貨店（売場担当）	・10月度は売上高、客数ともに好調であったが、11月中旬になって売上高・来客数ともに減少し、コートは売れず薄手の羽織りものを探す客が多い。
百貨店（購買担当）	・今月の動きからみて、クリアランスセールに突入する2～3か月先も好調となる兆しがみえる。アパレル業界は、逆にリスクを最小限に抑えたいと生産に大変シビアになっており、購買意欲のある客に対して商品がなくなるという現象がおきるのではないかと心配している。
スーパー（店長）	・年末から来春に向けては、今の競争激化の様相がより強まり、それに伴う店単価、買上点数、客単価の低下も続き、景気が上向くような状況にはない。
スーパー（店長）	・客数・販売点数ともに安定して、順調に推移している。今後もこのままで変化はない。
スーパー（店長）	・来年の年明けは、原油高ということもあり、客の財布のひもは非常にかたいと思われる。特にその影響が出やすい食品部門での回復はまずみられない。
スーパー（総務担当）	・競合による単価の下落だけでなく、近隣の製造工場が年内閉鎖で話題も暗い。また買上点数が伸びずこのまま年末年始を過ぎそつである。
スーパー（販売担当）	・年末にかけてだんだん戻ってくると思うが、1、2月は客も買い控えをして、安い店に流れると思われるので変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・コンビニエンスストアのメインターゲットである、若い年代の客の財布のひもが緩む材料が見当たらない。
コンビニ（エリア担当）	・本部では販促もいろいろ検討しているが、そのイベントに関しても動きはあまり良くない。ボージョレーヌーボーでも一時期はかなりの人気であったが、今年は売上が悪い。今後イベントに関してはなかなか売上には直結していかない。
コンビニ（エリア担当）	・国体が終了し土木関連の工事も一段落してしまい来店客数の増加は見込めない。
衣料品専門店（販売促進担当）	・大型ショッピングセンターや大型施設ができていて、客数が分散化して、様子を見に来るだけの客が多く、先行きはまだまだわからない。
乗用車販売店（統括）	・コンパクトカーの販売が伸び悩んでおり、販売量の増加は見込めない。
乗用車販売店（営業担当）	・新規販売量の10月以降の落ち込みが大きく、回復の兆しがなかなかみえない。
自動車備品販売店（経営者）	・高額商品の動きは堅調に推移する。今月のような落ち込みはないだろうが大幅な上向きの動きも考えづらい。
自動車備品販売店（店長）	・相変わらず、客は必要な物しか購入しないという状況が続いている。したがって客単価は上昇しない。
その他専門店〔スポーツ〕（店長）	・店舗がある近辺で通行者が減少しており、来客数を増加させる要素が全くない。
その他専門店〔書籍〕（従業員）	・動きが低調な状態が続いている。大きく悪いわけではないが、良くもならない。
高級レストラン（スタッフ）	・この先、一般の宴会については前年並みに推移していく。しかし、婚礼については引き続き厳しい予約状況が続いていく。
一般レストラン（経営者）	・11月度の売上目標は達成できたものの、売上と来客数は前年比100%を割っているため、今後も回復材料がなく厳しい状態である。
都市型ホテル（従業員）	・大規模な忘年会は減少し、年明けも好転する勢いを感じない。
旅行代理店（経営者）	・国体が終了してもあまり受注の変化はなく、やや良くないという状況ではあるが、国体期間中は控えていた県内者の旅行も今後は復活をしてくる。
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。
テーマパーク（業務担当）	・春季に向けてのここ数か月は回復要因となる魅力に乏しく、単発イベントでの集客も、地域全体での底上げを図らない限り大きな効果はない。
設計事務所（経営者）	・公共投資が多少増加したとはいえ、非常に小額のものが多い。中小企業は受注率が低く小額である。大型物件については、大手企業指向の発注方式であり、これではなかなか景気回復には結びつかない。
設計事務所（経営者）	・構造計算書偽造の問題が出てきて、業界の信用回復の目途が立つまでは、契約も難しくなる。

		住宅販売会社（従業員）	・来場者数、受注量も変わっておらず、来場者の反応も盛況を予感させる様子が見えない。
		住宅販売会社（販売担当）	・客の最終決定が非常に慎重であり、契約まで時間が掛かっている。また、他社との競合も非常に激しく、客の値引き要求が増えている。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・ベビー・子供服の業界では、少子化・デフレ傾向・オーパーストアさらに、ファミリーショップとされる専門店が強気に展開している。また安売り店の台頭等を考えると、この業界全体に大逆風が吹き荒れている。周囲は景気が回復しているというが、この業界では全く感じられず、ますます先細りの状態である。
		商店街（代表者）	・商店街は消費者との会話・サービスに努めるなどの努力をしているが、大型店のチラシ攻勢が今後強まり、その狭間にいる我々は影響を受けざるをえない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・見通しがつかず、今後の景気の先行きが不安である。努力はしているつもりだが、周辺地域全体のムードが良くない。
		スーパー（店長）	・来年1月度より、電気料金の燃料負担分の金額が値上げということで、我々スーパーにおいてはレジ袋等原油高によるコストアップがかなり見込まれる。営業収益がこれ以上増加することを見込めないで、コストアップの部分が営業利益を圧迫し、非常に厳しい状況になる。
		コンビニ（エリア担当）	・競合出店・スーパーの長時間化など外部要因の影響が少なくなってきたのだが、客単価が前年と比較して、8月以来3%ずつ低下し続けており、今後も低下していくため、厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・メーカーや同業者の話では、非常に厳しいとの声が多く春物の受注も増えていかないようだ。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・客は必要な時にならないと購入しないという動向になっており、売れる時は集中して売れるが、それ以外は落ち込みが激しいという状況が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・原油の高騰は端的にガソリン・灯油等の大幅な値上げに現れ、非常に暗い影を落としている。現状ではすべてが物価に転嫁できる状態ではなく、中小・零細企業にとっては非常に大きな影響を及ぼしている。冬のボーナスに少し期待している。
		乗用車販売店（販売担当）	・年式の古い車や20万キロ以上走行した車でも、不具合の箇所を修理し継続して使用する傾向がますます強くなっている。代替のサイクルが非常に長くなり、車の販売はますます厳しい状況になっている。
		住関連専門店（広告企画担当）	・これからさらに、品質面よりも価格面での慎重さが前面に出てくる客が増加する。
		都市型ホテル（経営者）	・客室部門は、前年同月並みの予想をしているが、料理飲食部門においては、婚礼が前年同月を下回る見込みで、また一般宴会も前年同期を見込みで下回っており厳しい状況となる。
		タクシー運転手	・競争相手も含めて、こんなことをすれば売上が回復するということを見つめるのに、四苦八苦している。2～3か月後ではまだ結論が出ない。
	住宅販売会社（経理担当）	・耐震強度偽装問題がマンション以外の建物にも拡大し、連日マスコミに取り上げられるなかで、顧客の購入マインドが低下する。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・ここ数か月来、商店街の通行量が激減し、それに伴い売上も減少傾向が継続している。
企業 動向 関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客の動きから、受注がこれからも増えていく。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・年末の状況を見ると、おせちセットの売上が例年より若干好転している。おせち商品の単品よりセット商品の予約が増加しているのは、お正月を自宅で過ごす家庭が増加していると思われる。価格的にも高額な商品から売れていくのは、景気が回復基調に転じた現れであると思われる。しかし、おでん商品については今年も天候に左右されるため、不透明な状況である。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・非鉄金属の単価が高騰しており、その好転によるメリットはある程度享受できる。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・自動車・鉄道・携帯関連ともに好調な推移が見込まれる。エアコン関連は国内・欧米ともに生産の裏期に当たり減産予想だが、過去最高のボーナス支給も見込まれデジタル家電・白物家電がカバーする。	

	建設業（営業担当）	・土地の有効利用の計画依頼、及び土地整理による売却情報が多くなってきた。	
	その他サービス業〔清掃具レンタル〕（情報管理担当）	・害虫駆除サービス・家庭用清掃代行サービスは今期もプラス成長である。事業所清掃代行サービスは、年末にかけて大きく受注増が見込め、売上は増えそうである。しかし、大型物件になるほど価格が厳しくなるため利益の確保が難しく、人件費を抑制せざるをえない。	
変わらない	繊維工業（統括担当）	・世間一般はだいぶ明るい雰囲気が出てきているが、学校制服中心のユニフォーム業界では、良い面が出てくるのはまだ先ようだ。	
	化学工業（総務担当）	・物流費や原燃料費高騰の影響はあるものの、当面現状を維持する。	
	鉄鋼業（総務担当）	・中国などからの汎用鋼材の輸入など夏以降続いたが、鉄鋼各社の減産努力により在庫増しも多少改善される。	
	金属製品製造業（総務担当）	・仕事量は高水準で推移しており、変わらないと見込んでいる。その根拠として、来年度もフル操業が計画されている。ただし、原材料の更なる上昇懸念は引き続き残る。	
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・北米向けの自社製品の売上については順調に推移しているが、原材料の高騰については、回復の兆しがみられない。	
	電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が現水準を維持できる見込みにある。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・現在受注量・生産高ともに横ばいの状況であるが、原材料の購入価格は高止まりのままのに加え、社会保険料の負担増など、引き続き採算的に厳しい状況が続く。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・スポーツ業界の国内販売状況はいまだ好転する兆しが無い。	
	建設業（経営者）	・不動産・建設業界は、特に中小企業において非常に厳しい状態が続いている。大手の製造業や官公庁では、賞与も期待できるとのことなので、そこから少し刺激が生まれれば良いのだが、なかなか難しい。	
	建設業（経営企画担当）	・最近、問題になっている耐震強度偽装事件の影響で今後の建築物の発注が遅れることがあれば当社としては影響が大きい。今後2～3か月の動きがどうなるか心配である。	
	輸送業（統括）	・2006年2月以降に新規顧客及び新規業務の予定があるが、今年の年末で業務が終了する顧客もあり、当社の景気にあまり影響を及ぼさない。当分の間、当社はコスト削減に取り組むことになる。	
	通信業（社員）	・現在の営業展開においては大変厳しい。今後2～3か月後に景気が好転して受注増に結びつくとは思えない。見込みがあるメニューに絞って重点的に提案をしていきたいと考えているが、現段階では価格競争面で厳しいものがある。	
通信業（営業企画担当）	・通信事業者の網内のみで構築するVPNサービスは大きな増加が期待できず、インターネットと共用のベストエフォート型VPNが今後中小顧客へも浸透していく傾向である。大口顧客においては、複数の網やキャリアを使った複合サービスを指向するなど安定化を図る動きもあるが、業界の収支改善に追い風の状況とはまだいえない。		
金融業（業界情報担当）	・欧米の景気は底堅く推移すると期待されることに加え、為替の円安傾向が輸出後押しとなり、当面の受注は現状の高水準を維持する見込である。一方で、求人競争から人材確保が一段と困難になっている。		
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・固定費をいかに抑えるか、仕入れの原料の見直し、またラインについて時間的に問題がないか等の改善点がたくさんあり、それらが改善されないと利益をあげることは難しい。	
	輸送業（営業担当）	・郵政民営化の動きが予断を許さず、今後郵政が小口のほうに力をいれてくると状況は厳しくなる。	
	会計事務所（職員）	・中小の一部の業種では、消費税の簡易課税制度の適用が受けられなくなり税金の支払額が増加したところや、親会社から設備更新を要請されること、また、燃料費や社会保険料といったコストアップにより今後、厳しい対応を余儀なくされることも出てくる。	
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）	・人材派遣、職業紹介ともに需要が強く、企業の採用意欲の強まりを感じる。
		求人情報誌製作会社（担当者）	・依然として企業の求めるスキルのある人材の不足感が強い。

	求人情報誌製作会社 (支社長)	・各企業の求人意欲はまだまだ継続している。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・予断を許さない状況が続くが、新聞への広告出稿が若干上向き始めている。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・株価の高値安定、不動産物件の動きが徐々に活発化してきている。住宅メーカーの下期の見通しが順調で、関連産業に波及する期待感がある。
	学校 [短期大学] (就職担当)	・介護職等の一部専門職等の求人は引き続き好調だが、いわゆる事務系の求人に関しては、足踏み状態が感じられていた地域周辺の中小企業も、この時期にきてようやく採用活動に本腰を入れ始めた様子がうかがえる。
	学校 [大学] (就職担当)	・各企業からの求人は増加している。これはどの業種によっても同じ状況である。とりわけ、製造業では景気が良いようだ。また、造船・鉄鋼に関する企業からも求人が出ている。
変わらない	職業安定所 (職員)	・原油の高騰や原材料の上昇などに伴う経費増を懸念する経営者の声が目立って増えており、求人意欲の低下が心配される。
	職業安定所 (職員)	・今後も求職者の数が極端に減少することは考えられず、依然として多い状況を脱することはない。
	職業安定所 (雇用開発担当)	・派遣求人とパート求人が増加しているものの、全体として力強さが感じられず、変わらない。
	民間職業紹介機関 (職員)	・他の職種と比較して求人案件が少ない事務系の求人には応募者が殺到するが、部品メーカー等で必要とする技術者等の募集には要求する技術者数そのものが少ないため、応募者がかなり少ない。個人消費上昇につながる安定雇用増にはなかなか結び付かない状況が続く。
やや悪くなる		
悪くなる	-	-