

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	-	-
		商店街（代表者）	・12月は非常に寒く防寒衣料を中心に活発に動いているが、季節が変わって春を迎えた時にどうなるかは予断を許さない。需給バランスの崩れ、少子化、大型店の台頭等、小売店を囲む環境はますます厳しくなっている。
		百貨店（販売促進担当）	・最近のテナント売上状況を見ると、確実に上向いていてこの傾向は続く。
		百貨店（売場担当）	・少しずつではあるが、景気が回復していることが実感できる。単品買だった客が最近ではセット買いになり、客単価も上昇している。
		スーパー（総務担当）	・降雪や海が荒れているため青果物、近海物の魚類の単価が上昇しているものの、買上数量があまり落ちていない。このままの傾向が続く。
		スーパー（店長）	・少しグレードの高い商品が動き出し、買上点数も上昇して客単価増に向かっていている。
		スーパー（店長）	・前月比・前々月比の伸びが昨年に比べて良いので、このままの状況で推移していく。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・この寒い冬がいつまで続くか分からないが、早く暖かくなれば春物を求める客が動く。
		家電量販店（店長）	・今月、来月と寒波の予想が出ており、季節商品の売行きが好調に推移する。また、液晶・プラズマ関係の商品が拡売されていく。
		家電量販店（店長）	・来年より、地上波デジタル放送が開始されることにより、液晶テレビ・DVDの販売増加が見込まれる。
		家電量販店（予算担当）	・順調な企業業績が、雇用環境や所得水準など消費者レベルまで降りてきている。定率減税の廃止や原油高の高止まりなど不安要素もあるが、短期的なスパンではまだ影響は及ばない。
		一般レストラン（店長）	・単価の高いものが比較的良く出るようになってきている。クリスマスイヴ、クリスマスには前年を3割以上上回る売上となった。使う時には使うということで、当店のように高単価の店でも、今後も消費が活発になる。
		一般レストラン（店長）	・ある程度安定して客単価も良くなってきているし、客の話でも回復傾向にあることがうかがわれる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・むこう3か月は、予約による来客数は確実に増加しており、少しずつではあるが客単価も伸び、売上もやや上向きといった傾向である。1月中旬に少し落ち込むが、それ以降は回復してくる。
		都市型ホテル（総務担当）	・一般宴会、宿泊、あるいはクリスマスケーキ、おせち料理の受注状況が前年を上回る状況にあり、総じて景気回復基調と感じられる。
		通信会社（企画担当）	・光ファイバー普及は言うまでもないが、そのインフラを使う動画コンテンツサービスが各社から始めている。コンテンツが消費者の関心を喚起し、来年前半から、さらに光ファイバーのインフラ普及をけん引していく流れができてくるのではないかと。その意味でネット商品・サービスはこれから販売量・単価において動きが高まる。
テーマパーク（業務担当）	・春先にかけて気候が回復する時期に合わせ、これまでの個人利用から団体利用へ力を入れていく。少しずつ問い合わせも増加している。		
変わらない		商店街（代表者）	・商店街を通行する人の数が激減しているため、それに伴って購買額も減少し続けている。
		一般小売店 [印章]（営業担当）	・昨年は、市町村合併による仕事が多く忙しかったが、来月からは例年通りの落ちついた年に戻る。
		百貨店（営業担当）	・現状の高単価商品の好調維持は難しいが、2、3月の気温次第で、春物の動きが期待される。
		百貨店（販売促進担当）	・大手アパレル中心にコ-トを主体とした冬物の生産調整が目立っている。来年のセ-ルについては、十分な商品手配が難しい状況となっており、大きな期待はかけられない。
		百貨店（売場担当）	・12月に靴の有名メーカーが倒産し、有名問屋が買収される等、消費者にとっては一時的にマイナスの影響が出るとみられ、今後も上向きになるとは考えられない。
		百貨店（売場担当）	・防寒商品が先行して売れており、1・2月のクリアランスセールの時期に苦戦が予想される。

百貨店（売場担当）	・寒波の影響もあり、雪対応の婦人靴は売れるが、雪の影響で客足は鈍るので、売上にはあまり変化がない。
百貨店（購買担当）	・今月中旬から、来年春に向けての梅春物の商品が導入された。景気が良くなれば明るい色の商品が売れると言われるが、今年の傾向は柔らかいパステル調の春物の動きが良く、1、2月のクリアランスセールをぬけた春物の商品も、現在同様良く動く。
百貨店（販売担当）	・気温の低下により、12月の売上は好調に推移しているが、その反面、1・2月のセールにおける商品の品切れ・欠品が懸念要因である。
スーパー（店長）	・今月入った大雪による野菜価格の急上昇、寒さによる光熱費の増加等、予定外の支出も増加し、また生産物への影響による収入減等もあり、景気の上向く状況にはならない。
スーパー（店長）	・農産物を中心に単価が高騰しており、何とか昨年の売上は維持できそうな勢いで推移している。ただし1月からの電気料金の値上げ、その他石油製品、包装紙、包装袋等の値上がりなどで経費がかさむため、最終営業利益は何とか現状維持で推移する。
スーパー（店長）	・年が明けると、原油高その他の不透明な要因があるので、若干慎重にならざるをえない。
コンビニ（エリア担当）	・身の回りでは、景気が回復しそうな気配は全くない。客数が非常に減少しており、その原因を見つけないまま、売上が減少傾向にある。
コンビニ（エリア担当）	・競合店とのパイの取り合いの中で、ディスカウント店の新規出店があるため若干の値下げもせざるをえない。系列店の新規出店もあるので、一概には言えないが、春先までこの状況が続く。
コンビニ（エリア担当）	・一般的にボーナスが良くなっているといわれているが、現状での客の買上数・単価等は相変わらず厳しく、必要なものしか購入しない傾向は続いており、今後も厳しいままで推移する。
乗用車販売店（統括）	・新商品の投下があっても変わらないというレベルで推移しているため、実質悪くなる。
自動車備品販売店（経営者）	・季節的な変動要因を別にして悪化するとは思えず、客の来店状況からすると現状の良い状態が続く。
自動車備品販売店（店長）	・12月初めからの寒波の来襲により、冬季用品がかなり売れている。それにより客単価は上昇しているが、寒波がなくなれば、元に戻る。
その他専門店〔書籍〕（従業員）	・大型商品ラインナップや、動きのよい分野も限られ、動きの期待できる商品が少ないこの状況がしばらく続く。
その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・冬場の天候が不安定すぎる。また原価率の不安定も続くため、収益には不安が残る。
観光型ホテル（スタッフ）	・先行の予約状況が、前年とあまり変わらない。
都市型ホテル（経営者）	・当月同様前年比較では若干ではあるが増収の見込みである。しかし、地方経済はまだまだ厳しく不透明であるため、楽観視はできない。
都市型ホテル（従業員）	・年明けのレストランや宴会の予約状況をみるとまだ厳しく、このまま景気が良くなるとは思われない。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は団体客の予約が少なくなっているため、全体に先の予約が少なく、またビジネス客は間近での予約が多くなっている。この状況は当分続きそうである。
タクシー運転手	・忘年会シーズンで伸びはしたが、乗客の話を聞くと、出かける回数が増えたわけではないし、季節的要因だけと思われる。天候にも左右されるが、後が続かない。
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（通信事業担当）	・年内の新規加入の引き合いは多いが、対応できず年明けになる場合は、契約保留になるケースもあり、年明けの動きは不透明である。
テーマパーク（財務担当）	・1、2月は閑散期となるため、集客イベントを計画している。このため前年度を下回ることはないと思われるものの、現時点より良くはならない。
設計事務所（経営者）	・建築業界は構造計算の偽造や建築士のモラル等の低下で、社会的に厳しい状況がしばらく続く。年末に少し契約はあったが、一般的にみて様子見の状況が予想されるので、大きくは動かない。

	住宅販売会社（従業員）	・来場数は現在の低水準が続く、客からもあまり良い反応が得られていない状態が続く。	
	住宅販売会社（経理担当）	・連日マスコミによる耐震強度の偽装問題が報道され、マンションに対する顧客の購入意欲が低下傾向にあり、この問題が収束するまでは販売数の増加は期待できない。	
	住宅販売会社（販売担当）	・耐震偽装問題の影響が、これからしばらくは尾を引く。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街の中の経営者がかなり高齢化しているということ、大きな郊外店ができたことにより、これからますます難しくなる。	
	百貨店（電算担当）	・雪の影響などで来店数が10%減少した。他店ではコート売上好調なのにもかかわらず、当店は大雪でも婦人、紳士服ともコートの売上が伸びない。また財布のひもが固く歳暮商戦は低調だった。金持ちと生活に余裕がない人の層が分離し、しかも前者の数が少ないため、厳しい状態が続く。	
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・一気に冬物のピークが過ぎて、しばらくは低迷が続く。	
	乗用車販売店（販売担当）	・2、3月は年間でも最大の需要期であるので、期待はしているが、最近の客の買い渋り傾向は依然続いているので、厳しい状況になる。	
	住関連専門店（広告企画担当）	・家具について、「慎重」「失敗しないように」などのキーワードを客が口にする回数が増えてきている。この傾向はもう少し続く。	
	スナック（経営者）	・寒さも非常に厳しくなり、忘年会をとりやめる会社があり、また新年会はやらないという状況である。また、予算が安くなっているため、一次会だけで解散し二次会・三次会による客が来ない。来年になってもこの状態が続く。	
	タクシー運転手	・最近では全体的にタクシーを利用する客は限られており、単価・乗車回数もあまり変化がない。このため、何か行事があると、突発的なことが起こるとか、他の要因がないと売上は上昇しない。	
	通信会社（広報担当）	・通常ならば異動時期により販売量が伸びる時期であるものの、大きな新商品・新サービスの提供予定がない。	
	競艇場（職員）	・本場開催では一般レースしかなく、場外発売等でもあまり集客が見込まれるレースがない。	
		設計事務所（経営者）	・建設業界においては、年度末ごとに公共物件の発注が減少しており、今年もこの傾向は続いている。建設業界はまだまだ低迷が続いており、特に中小企業関係ではどこも非常に厳しいという話ばかりである。
悪くなる	旅行代理店（経営者）	・現在のところ、1～3月の予約状況が約2～3割の減と非常に良くない。これから受注が発生するか不透明であるが、このままの状況では、これからの3か月は非常に低調になる。	
企業動向関連	良くなる	電気機械器具製造業（広報担当）	・受注増が確定しており、生産力強化に取り組んでいる。
	やや良くなる	金属製品製造業（総務担当）	・平成18年1～6月の受注は高水準にあり、生産対応が課題である。そのため、設備投資を行うなど可能な限り対応に努め仕事量を確保していきたい。ただし鉄や原油をはじめとする原料の更なる高騰が懸念される。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・自動車・鉄道(欧米向け)は引き続き好調の受注が入り減産の様子はみえない。エアコンは生産の裏期で低調であるが白物家電がカバーしている。携帯関連は高画素の来年春モデルが好調の予想でトータル的には今後も良くなる。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注量は、決算期に向け、更に増加することが見込まれる。
		金融業（営業担当）	・昨年と比較しても受注量等は増加し、大企業の設備投資が出てきており、計画に沿ってそれぞれ受注が出てきている。ただしまだ全体には浸透しておらず、一次下請のところだけにしかいっていないが、それでも今後設備投資の計画が続く、やっとならば地方にも景気の広がりがみられる。
		金融業（業界情報担当）	・国内外の景気堅調から、当面の受注は現状の高水準を維持する見込みである。一方で、利益は微増にとどまる。
変わらない	化学工業（総務担当）	・物流費や原燃料費高などの影響はあるものの、当面現状を維持する。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型案件の生産が第4四半期一杯かかる見込み。3月から4月にかけて、春先の大口の引き合いが来ており、現在の生産量は維持できる見込みである。	

	鉄鋼業（総務担当）	・中国の中小メーカーの汎用鋼材生産量が增大しているため市況価格が軟化しつつあり、供給過剰を懸念して国内鉄鋼各社は汎用品を中心とした減産を夏以降実施している。引き続き、来年1～3月も減産を継続する予定であり、中国の動向によっては先行き不透明となる。
	非鉄金属製造業（経理担当）	・年末年始にかかわらず、非鉄金属の原料需要等には力強さがみられる反面、金属価格の高騰は実需のみとはいき切れない部分がある。
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・順調に推移していた国内向けの自社製品の売上が下降してきており、今後厳しい見通しではあるが、海外向けの商品の売上が、北米を中心に好調である。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・原材料等、資材の購入価格は高止まりのままであり、社会保険料の負担増等、コストアップの要因が多く、採算的には非常に厳しい状況が続く。
	建設業（経営者）	・大手化学企業・公務員のボーナスの回復によって、少しは購買意欲が増えると思われるが、すぐ3か月後にそれが好況となって現れるかは疑問である。
	通信業（社員）	・現在の営業展開においては大変厳しく、今後2～3か月後に景気好転に向かうとは思えない。
	通信業（営業企画担当）	・法人向け通信サービスの主戦場は低速回線が主体の中小規模事業所等になるが、インターネットを利用した簡易な社内ネットワーク構築などが今後も普及する見通しであり、通信事業者が個別に提供する各種VPNサービスは引き続き苦戦を強いられる。通信品質やセキュリティ面の優位性を強調しながら価格差の圧縮にも取り組まなければならないが非常に厳しい。
	会計事務所（職員）	・例年、販売関連は1月、2月は不振でこの傾向は変わらない。ただし、製造業はやや活気がある動きをしているため、販売業の不振をカバーする。
	その他サービス業〔清掃具レンタル〕（情報管理担当）	・家庭市場でのレンタル商品の解約・減少が止まらず、今期も前年度比マイナス成長になる。
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・年末の売上状況を見ると、高額商品はそこそこ売れているものの、全般的には売上は落ち込んでいる。前年比1割以上の落ち込みも予想され、年明け後の状況が不透明で予想がつかない。
	コピーサービス業（管理担当）	・現在の商品や客では増加はありえない。低価格化と各社外注費抑制で自社加工化の方向は変わらない。
悪くなる	建設業（営業担当）	・設計事務所の担当者の話では、建築構造問題の対策及び問い合わせへの対応等により、計画案件の実設計業務が3か月から5か月程度ずれそうである。そのため工事発注予定も遅れる。
雇用関連	良くなる	○
	やや良くなる	○
	人材派遣会社（経営者）	・製造業の生産量は増加しており、ホワイトカラー、ブルーカラーともに企業の人材需要は堅調に推移する。人材確保はますます困難になり、人件費や採用コストは上がっていく。
	求人情報誌製作会社（担当者）	・条件等、求職者の求人広告への反応が厳しくなっている。
	民間職業紹介機関（職員）	・外需型企業での求人数が増加している。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・一部の専門職の求人については相変わらず堅調に推移しているが、その他の業種からの求人受理件数についても微増を示しており、今後、年度末に向けて地域企業の新卒採用活動は更に活発化する。
	学校〔大学〕（就職担当）	・来春の新卒者に対する求人数が、現時点で前年比約1割増加している。さらに、平成19年度の新卒者に対する求人数も概算で約1割以上の増加である。これに対応して、学内合同企業説明会に参加希望の会社も前年度実績290社に対して、40社以上の増加傾向にある。団塊世代の退職に伴う人材補充を考慮したとしても、景気上昇を裏付けている。
変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気がよい産業は限られており、それも人員削減などリストラを実施しての利益確保に過ぎない。個人消費の若干の伸びは期待できるが、来年の減税見直しなどの不安材料に吸収される。
	職業安定所（職員）	・求人全体では特に明るい材料もないため、横ばいで推移すると思われる。また、非正規雇用や有期雇用契約での求人が益々目立つようになる。

	職業安定所（職員）	・新規求人は増加しているものの、依然として有期求人・派遣や請負求人も多い。また、今後原油価格の高騰が企業に与える影響により、厳しい雇用情勢になる可能性もあり、予断を許さない。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-