

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）	・選挙の結果にもよるが、中国地域の経済状態は徐々に良くなっているため、消費も良くなる。
		商店街（代表者）	・客の声からも政治転換期に当たっていること、更に気持ちやや明るくなってきていることが感じられる。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・季節が変われば、購買意欲が上がる。また9月初めの市長選が終われば落ち着いて、購買意欲が上がる。
		百貨店（販売促進担当）	・前年比で売上90%台という状況が大きく変わる要素が見当たらないが、個々のテナントの売上状況を見ると、前年を超えてきているところも散見されるようになり、また、7月の90%から多少上向いている状況を見ると、最悪期は脱した。これから徐々にではあるが、回復傾向に向かう。
		家電量販店（店長）	・家庭用高効率給湯器、太陽光などの商品に方向転換し、売上低下に歯止めを掛ける。
		乗用車販売店（統括）	・来年3月までは減税、補助金の効果が利く。
		乗用車販売店（営業担当）	・購入補助金と減税措置の影響が大きく、今は慎重になっている方の購入が、2～3か月後にまとまる。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・9月の大型連休、秋の行楽シーズンで客の動きは活発になる。
	テーマパーク（広報担当）	・秋のイベントとそのPR、高速道路料金引下げの効果で、比較的遠方からの来客も増加する。	
	設計事務所（経営者）	・期待もあるが、総選挙が終わり、政権交代で祝儀的に景気が少しは動く。	
	住宅販売会社（経理担当）	・政権交代による景気対策への期待から、一時的には景気が好転するが、長続きはしない。	
	変わらない	商店街（代表者）	・中心市街地の商店街では、現状より良くなる要素が現在のところ見当たらない。しかし、補助金などの支援がある事業が動き出したので、少しは期待できる。
		商店街（代表者）	・過去3か月、私の店舗や近くのスーパーなどを含めた商圈自体が非常に悪くなっていて、売上が10%近く落ちており、良くなることは期待できない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・ニュースやメディアで、景気の回復基調や季節労働者の雇用など明るいニュースが報道され、地元の自動車関連企業の受注も増加しているようだ。これが波及すれば地方都市でも購買意欲や消費者心理が向上してくる可能性もある。
		一般小売店〔酒店〕（営業）	・景気の底打ち感はあるものの、財布の固さは相変わらずである。失業率が改善されるなど、外部の環境が変わらない限り回復は見込めない。
		百貨店（営業担当）	・新型インフルエンザが秋に向けてますます流行し、客が外出を控えるようになることにより、来客数が減少する。
		百貨店（営業担当）	・秋物商材の立ち上がり状況も厳しく、大きく売上が浮上する見込みが立て難い。
		百貨店（販売促進担当）	・大きな回復は期待できない。取引先も秋冬商戦は前年マイナスの売上目標を設定して、それに応じた生産を進めているため、特に地方店舗は適品確保さえ難しくなる。
百貨店（購買担当）		・今月の最終日曜が総選挙で、通常なら売上などに多少は影響がある程度で来客数は変わらないのだが、今年は来客数が例年の半分しかなく、政治に対する並々ならない関心を感じている。それだけ選挙の結果からは様々な影響があると考えられるが、それに期待していいのか、具体的にどんな影響があるのか、全く分からない。	
百貨店（売場担当）		・米国の大手金融機関の破たんから概ね1年ということで、前年比でいえば、これからはここ1年ほどの下落率にはならない。ただ、従業員を募集しているが、応募が増えてこないのは気掛かりである。	
百貨店（販売担当）		・景気の底入れ感はあるものの、まだまだ先行きは不透明であり、急激な消費の回復は見込めない。	
スーパー（店長）	・夏場の天候不順により野菜の値段が高騰の傾向にあり、主婦は生活防衛のためにできるだけ安く、必要なものを、必要なだけしか購入せず、この傾向に今後も変化はない。		
スーパー（店長）	・消費の低迷が続いており、今後もこの傾向は続く。		
スーパー（総務担当）	・単価の下落を販売点数でカバーできているが、新型インフルエンザや暖冬の影響が不透明である。		

	スーパー（経理担当）	・政治等の変化で多少の上向き要因は考えられるが、地方までの波及には時間がかかる。
	スーパー（管理担当）	・消費が活発になると思われる要因もなく、買い控えが今後も続く。来客数の減少はないため、売上減少になることはないのだが、増加の見込みもない。
	コンビニ（エリア担当）	・来客数がようやく下げ止まったが、しばらくこの状態が続く。客は相変わらず店の使い分けをしており、安価な店へと流れる傾向が強い。
	コンビニ（エリア担当）	・客の低価格志向は相変わらずで、販売量は価格で左右されるようにはなりつつあるものの、数量的には戻ってきている。年末に向けての商談も順調であり、売上也順調な回復傾向が続く。
	衣料品専門店（経営者）	・悪くなったままの状態に、変化の兆しが見られない。
	衣料品専門店（店長）	・気温が不安定なため、例年ならもう秋物が動いているのだが、今年はまだそんな動きはなく、先行きも分からない。
	家電量販店（店長）	・薄型テレビについてはエコポイントのポイント数が多いためこれからも売れるだろうが、冷蔵庫、エアコンについてはポイント数も小さくてこれからも厳しい状態が続く。
	家電量販店（店長）	・価格競争の激化により大型商品の単価ダウンに歯止めが掛からない。売上高の柱であるパソコンで、新ソフトが10月に発売されるので、それまで買い控えの傾向が強くなる。
	乗用車販売店（統括）	・選挙の後景気が良くなると思いたい、インフルエンザなど不安なこともありいい要素を感じない。
	自動車備品販売店（経営者）	・ETC特需も一服すると思われ、新規顧客の来店が減少する。基調的には伸び悩んでおり、回復を実感するには不十分な状態が続く。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・秋物商材に一部やり変えたが、もう一点を求める客の数が少なく、この状態はこれからも続く。
	その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・大幅な景気回復が見込める要素がない。
	一般レストラン（店長）	・良くなる要素も悪くなる要素もなく、このままずるずると推移していく。
	スナック（経営者）	・これ以上悪くなっては困るし、これから良くなって欲しいが、その雰囲気もない。
	その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・外食への意欲が低下しており、アイデアも追いつかない状態であり、しばらくこの状態は続く。
	観光型ホテル（スタッフ）	・9月の大型連休と、その後の行楽シーズンで巻き返しを期待したいが、新型インフルエンザなどの影響が懸念される。
	観光型ホテル（経理総務担当）	・リゾートホテルは9月が閑散期であることに加え、10月以降も予約等の状況は良くない。
	都市型ホテル（従業員）	・総選挙を目前にし、予約が止まっている状況であり、選挙後の動向は不透明である。
	タクシー運転手	・希望も込めているが、これ以上悪くなる感じはない。
	通信会社（社員）	・最近の販売などの傾向を見ると、良いとはいえなくても若干販売量は増えている。継続的かどうかは様子を見る必要がある。
	通信会社（企画担当）	・当社商材の売行きについては、底を打った感はあるものの、増加する要因は何もない。
	通信会社（営業担当）	・ケーブルテレビ・インターネットともに、新規加入は引き合いが少なく、顧客の反応が鈍い状況が続く。
	設計事務所（経営者）	・建築に関して、状況が好転するような情報は聞こえてこない。
	住宅販売会社（従業員）	・客の様子などから見て、受注量、受注金額ともに非常に厳しい状態は、今後も続いていく。
	住宅販売会社（販売担当）	・展示場イベントへの来場者が前年比で増えないため、今後の受注量の増加も見込めない。
やや悪くなる	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・景気自体は好転していないにもかかわらず、高速道路料金引下げや船舶料金の値下げにより人が動いたため、その反動がこれから一気にくる。
	一般小売店〔印章〕（営業担当）	・当社は名刺やスタンプなども扱っているが、見積の要望が多く、より安い価格でも納品を求められている。これから地方は地域間の競争より、通販やチェーン店との競争が激しくなる。
	百貨店（売場担当）	・純然たるプロパー商品に対しては、客は店頭で非常に厳しく選択している。豊富とはいえ在庫しかない状況で、売上が前年を超えることは難しい。割引やアウトレット、キャッシュバックなど価格に対しての仕掛けでないと、客が反応しなくなっている。

		スーパー（販売担当）	・インフルエンザに掛かっている小中学生の話も聞かれ始め、この先の流行具合によっては、売上が下がることも考えられる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・量販店の低価格戦略が秋以降も続き、価格競争が更に厳しくなる。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・ここにきて、客の財布のひもがかなり固くなって、価格に対して厳しくなっている。この冬も高単価のものが厳しいと予想され、景気回復まではまだまだ時間がかかる。
		都市型ホテル（経営者）	・2～3か月後の予約率が、前年との比較で、5%以上マイナスとなっている。多少価格を変動させても、回復の兆しがない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・不景気を理由に宴会を行わないことと、新型インフルエンザの影響も懸念されることにより、先の宴会予約の受注が少なく、申込は間際になってからが多い。
		タクシー運転手	・10月から政府においてタクシーの需給調整を考えているというが、現在の社会不安、インフルエンザなどを考え合わせると、現状の売上前年比10%減が続いている状況が改善するとは思えない。
		タクシー運転手	・観光等に期待したいが、ここ3か月の動きを見ればそう大きな動きはありそうにない。一般企業にとっても交際費の枠が増えるということは考えられず、客の財布のひもも固いまま推移する。
		テーマパーク（業務担当）	・秋季から冬季にかけて利用促進としてイベントを開催するが、新型インフルエンザの大流行の影響による出控えなどが懸念される。
		ゴルフ場（営業担当）	・景気回復を望み、良くなると思いたい、客がサービス業にお金を落とすのは最後なので、まだ値引き合戦、過剰サービスが続く。
		設計事務所（経営者）	・経済状況が安定している雰囲気客に定着するまで、購入に消極的な傾向が続く。
	悪くなる	商店街（代表者）	・建築業、製造業の友人と話をしても、景気は益々、しかも加速度的に悪化し、どこが底か分からないというのが、共通した認識である。
		商店街（代表者）	・政権が代わって高速道路が無料になれば、休日の来客数が増えます。減少する。
		商店街（代表者）	・自分の子供に店を継がそうとする商店主の店舗が無くなってきている。
		スーパー（店長）	・同じ館内、付近の商店街でも退店、閉店する店舗が目立っており、地域としての魅力がなくなってきたと考えており、これからも悪くなる。
		スーパー（店長）	・雇用と収入が安定していないので、客は生活防衛本能が働いて、支出を抑えている。さらに競合の出店で、商圈の状況がさらに悪化している。
		スーパー（財務担当）	・企業のコスト削減により、個人所得はますます減少し、個人消費の低迷は今後も続く。
		乗用車販売店（経営者）	・現在はエコ減税や補助金などによって活発に動いているが、政治的不安定さが、少し上向き加減の景気に水を差すのではないかと懸念が大きい。
		住関連専門店（広告企画担当）	・とにかく価格が低いことが正義になっている。国内での製造では限界が来ているので、品質より価格に特化した品ばかりが売れ、この業界の従事者にとって厳しさが増していく。
		美容室（経営者）	・値下げしている店舗も多いが、新規の店舗は通常の半分程度の値段を設定するようになっている。最近是不景気のせい、客はどんどんそういった店舗に流れており、この流れは止まらない。
		美容室（経営者）	・個人事業主の客は景気の悪い状態が続いており、景気回復が早まらないのならば、もう廃業しようという話が聞こえている。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業の生産に底打ち感があり、鉄の生産に直結した製品の需要が増加する。
		鉄鋼業（総務担当）	・市場の部品在庫が徐々に解消し始めてきており、今後、景気の上昇に期待できる。ただし、円高や悪天候、新型インフルエンザが消費マインドを低下させないか懸念している。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・ペースは鈍化するかもしれないが、販売量の伸びは続く見込みである。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注がある程度回復する。

	電気機械器具製造業（総務担当）	・自動車関連・家電及び産業用製品等の分野で生産計画の増加を予想している。人員を絞ってきた経緯もあり、当面時間外的大幅な増加で対応する。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・特に自動車関連の業務が少しずつ増えており、その他製造業においても生産は上向いている。この傾向はまだ続きそうである。	
変わらない	食料品製造業（総務担当）	・秋口から自社の新製品を売り出す計画があるが、売上が見込めるがどうか見通しが十分に立っていない。	
	食料品製造業（業務担当）	・食品販売業界の商品価格の低下はまだ進む。	
	鉄鋼業（総務担当）	・収益面では低位であるものの、薄鋼板の輸出を中心に数量が増加しており、稼働率が上昇している。	
	金属製品製造業（総務担当）	・前年同期比50%以下の厳しい状況はこの先3か月も続くと思われ、今後も雇用調整助成金を受けていく。	
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内、海外共に市場の冷え込みは当面続く見通しであり、需要回復の兆しは見られない。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・政府の景気対策だけで、これ以上良くならない。	
	建設業（経営者）	・総選挙のために飲食店関係が元気がなく、また回りの者に聞いても選挙の結果がどうあれ良くはならない、現状維持が精一杯だろうという声が多い。この悪い状況が、少々のごことで改善されるとは思えない。	
	輸送業（統括）	・顧客の多くがサービス業であり、その顧客の売上が伸びないため改善は難しい。	
	輸送業（運送担当）	・相当な景気回復の起爆剤となるようなことでもない限り、地方では景気回復は見込めない。	
	通信業（営業企画担当）	・企業は、これから国政の変化による影響、具体的な政策が浸透するのに時間がかかることなどに配慮しなければならないが、現状で決定的に景気が悪くなる要因も発生していないため、今の状況が維持される。	
	金融業（業界情報担当）	・依然として前年比7～8割程度の稼働率ではあるが、エコカーの好調な売行きが下支えとなり、生産は緩やかに回復していく。	
		会計事務所（職員）	・製造業に関しては、やや動きが出てきそうな気配はあるものの、実際の受注に結び付いていない。また、具体的な契約段階となっても、相当な値引きを要求されるため、業績のばん回にまでは結び付かない。
やや悪くなる			
悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・地方の経済は大変疲弊しており、立ち直りに時間がかかることは間違いなく、これから企業の倒産も多数出てくる。	
雇用関連	良くなる	-	
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（支店長）	・底打ち感から、製造業の自動車や電子部品などの企業で、増員の話が出始めた。
		民間職業紹介機関（職員）	・製造業に動きが始め、結果が出るのが2～3か月程度先の時期と考えられる。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・人事採用計画で、欠員補充等での問い合わせが極端に少ない。
		人材派遣会社（支社長）	・雇用状況の改善は見込まれず、個人消費の回復も見込めない。
		人材派遣会社（営業担当）	・製造業の生産などは底を打ちつつある感はあるが、事務系・技能系共にそれが具体的な求人になかなか結び付いてこない。この状況はもうしばらく続く。
		職業安定所（職員）	・各企業への求人要請のなかで、特に来春の新卒予定者の採用については計画が立たない、また、計画を立てる時期が例年より遅くなるとの話が多く聞かれる。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金等の申請状況から見ると、企業の休業による生産調整の件数、休業日数等に大きな増減はなく推移している。新たな申請は減少しているものの、10月以降休業日数を増やすという企業もあり、景気回復の兆しは見えない。
		職業安定所（職員）	・景気は下げ止まりしているようにも思われるが、新規に休業を計画している中小企業は後を絶たない。景気回復にはまだ時間がかかる。
		民間職業紹介機関（職員）	・一部の企業では残業、休日出勤の動きが出てきている。退職に伴う補充に慎重となっていた企業も採用活動を開始する傾向にある。しかしながら純増といえる採用活動はまだ少なく、消費を押し上げる要因には至らない。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・前年はこの時期にも求人があったが、今年は求人件数が非常に少なく、今後も期待はできない。	

やや悪くなる	求人情報誌製作会社 (担当者) 職業安定所(雇用開発 担当)	・業績と連動して採用数を確定する方針の企業が多いため、 楽観的な予算編成ができない雰囲気である。 ・事業効率化のため、離職者を伴う事業所統廃合を計画して いる旨の相談件数が増加している。
悪くなる	人材派遣会社(担当 者)	・各企業の話によると、海外の状況に大きく依存している状 態から考えると、どの企業も順調と思っではない。当然雇 用も増やそうという雰囲気ではない。