

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	一般小売店〔紙類〕（経営者）	お客様の様子	・必要なものに何かを加えて買物をしていく客の割合が多くなってきた。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の前年比は改善傾向にあり、もう少しで前年比100%になりそうである。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・11月の販売台数は前年比102%と、若干上回った。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・補助金延長の報道を受けて、今までは買うつもりがなかった客の来店が増えている。販売台数はずっと前年を下回っていたが、やっと前年並みまで増加してきた。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	来客数の動き	・前年に比べ、来客数、客単価共に低下しているが、月々の流れから見れば来客数は増加傾向にある。
		都市型ホテル（総務担当）	販売量の動き	・来客数は増えている。ただし前年に比べ販売価格が安価になっており、売上が伸びない。
変わらない		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・受注案件が少し増えている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客と話をしていると、マスクミ情報を受けて生活防衛的になっている動きが感じられるが、一方では、むしろこんな時期だから金を使おうという動きもあり、まちまちである。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・割引など特別な催しがあっても、ボリュームゾーンの来客数が悪い。一般催事の来客数も減り、天候が良い土日は家族連れの来店も減っている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・米国大手金融機関の破綻以降、1年が経過したが相変わらず主力のファッションの低迷が継続している。ただし、ミセスボリュームゾーンは低迷しているものの、高級婦人服は堅調であり、また、美術品の大口の需要があり、更に宝飾品の動きが戻るなど若干明るい動きもみられる。今回自治体発行のプレミアム付き商品券は、前回以上に食品スーパーでの利用が目立っており、消費者のシビアな購買姿勢は継続している。
		百貨店（電算担当）	販売量の動き	・売上の前年比はマイナス8%である。去年も2けた減であり、消費は相当に冷え込んでいる。ランドセルは好調だが、歳暮の出だしも悪く、食品、雑貨、衣料品、すべて前年比マイナスとなっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・1品単価、客単価が共に前年の97%に低下している。ますます市場が低価格競争になりつつある。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・人の動きが鈍い。コンビニだけでなく、スーパーなどでも来客数も少なく、駐車場に空きが目立つ。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前と比較し、来客数及び客単価の前年比も低いまま横ばいであり、まだ底が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が下げ止まらず、前年比90%で推移している。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・依然として冬のボーナス減少やカットの話が多い。またお歳暮も件数が減っている、クリスマスケーキも手作りが増えてきているというような話も聞く。さらに、新型インフルエンザ警報発令で、来客数が先月より減少している。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	競争相手の様子	・競合店の新たな出店が続き、また低価格施策も強化している。
		家電量販店（予算・企画担当）	販売量の動き	・当業界は、政府のエコポイント政策の追い風を受けており、早くから持ち直しており、この傾向は制度開始の5月以降続いている。
		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・一部の車種はエコカー減税などの効果があり、さらに受注残の登録もあって、売上が前年比で10%余り増加している。しかしこれは去年の落ち込みが大きかったことの反動でもあり、また各店の来客数から見れば余り変化がなく、状況としては相変わらず厳しい。
	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・前月に続き販売は前年を越えて好調の反面、減税効果と無縁な整備在庫は減少している。	

	乗用車販売店 (サービス担当)	来客数の動き	・悪いままで変化がなく、店頭への来客数が激減している。新車は補助金効果で大いに沸いているが、その煽りを食って、中古車販売が低迷している。
	乗用車販売店 (統括)	お客様の様子	・特に良くなっているとは思わないが、レジャーや家電購入などの話もよくあり、当店もさほど変化はなく推移している。
	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・新車の投入も期待ほどの効果は出ていない。
	その他専門店 [和菓子] (営業担当)	単価の動き	・前年と来客数は変わらないが、客単価が落ちている。
	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・悪い状態が続いている。特に平日のディナータイムは波があり、従業員の方が数が多い日がある。
	その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (支配人)	単価の動き	・週末の客単価は下がっていないが、平日の客単価は大きく下がっている。週末に来客数が多いため売上は好調だが、客単価の低下傾向が心配である。
	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・行楽シーズンだが、近年に比べ来客数が少ない。宿泊客については、なおさら数字が落ちている。
	都市型ホテル (従業員)	単価の動き	・宿泊や宴会においては、稼働を確保するために単価を下げざるを得ない状況が続いており、収益が低下している。
	通信会社 (社員)	販売量の動き	・売上等が増える要因が少ない。IT関連では、新基本ソフトの販売数は増えているが、通信サービスの売上増にはつながっていない。
	通信会社 (企画担当)	来客数の動き	・より低価格のサービスに関心をもつ客が増えている。
	テーマパーク (管理担当)	来客数の動き	・来客数に変化はない。
	ゴルフ場 (営業担当)	お客様の様子	・オンシーズンのため、来客数は確保できているが、新型インフルエンザの影響により、コンペの開催を見合わせる会社が多い。全体的に、直前キャンセルが増えている。
	美容室 (経営者)	来客数の動き	・消費が冷え込んでおり、来客数が例年より少なくなっている。
	設計事務所 (経営者)	競争相手の様子	・銀行の融資条件が以前より厳しくなり、プロジェクトの最終段階で融資が下りず、計画が頓挫してしまった例をよく耳にする。
	住宅販売会社 (販売担当)	販売量の動き	・受注数、受注額共に低水準の状況が続いている。
やや悪くなっている	商店街 (代表者)	お客様の様子	・デフレの影響を受けている。ただ金価格が上がっているのも、この影響を受けている商品の売上は伸びているが、他が下がっている。
	一般小売店 [靴] (経営者)	単価の動き	・1人で紳士靴を探す男性客の客単価が急に下がっている。ホームセンターで売っているような価格の靴を探されるため、専門店としては対応に困っている。
	一般小売店 [酒店] (経営者)	お客様の様子	・デフレ報道、円高、ボーナス減額、株価下落など良い材料に乏しく、客に節約ムードが強く、売上は低調である。デフレによる低価格競争で、大型店、ディスカウント店に客の足が向いている。
	一般小売店 [印章] (営業担当)	販売量の動き	・前向きな会社設立に関わる代表者印等の注文が少なく、また日常使うゴム印、名刺等も少なく、企業に元気がないことをうかがわせる。
	百貨店 (営業担当)	単価の動き	・客単価の落ち込みが顕著に現れ、買上数量でカバーできず、売上高が前年を下回る傾向が続いている。
	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・気温の影響がもしれないが、アウターやブーツなど高単価のファッションアイテムが苦戦し、売上の前年比が80%台後半から90%台前半で推移している。競合する百貨店なども、値下げ企画を数多く実施しているが、同じような状況である。
	百貨店 (売場担当)	お客様の様子	・月の前半は前年を大きく超えて好調に推移したが、半ばより急激にプレーキが掛かり、ここ数が月と同じく1割前後の前年割れが継続している。以前にも増して中年以下年齢層の客が減少している感があり、節約ムードは強いまま継続している。

百貨店（購買担当）	お客様の様子	・インフルエンザの影響か、大半の客がマスクをしており、ベビーカーの子供までマスクをしており、人ごみの多い百貨店に行くことに抵抗があるのか、ここ1か月来客数が減少している。集客のためのポイントアップセールや、キャッシュバックセールを実施すれば、その時は人が集まるが終わればまた減少する。また今年はクリアランス待ちの客も多く、取引先は既にセールを始めているところもある。
スーパー（店長）	お客様の様子	・売上の前年比での悪化が続いている。前年9月から景気が悪くなったが、今年はその悪かった前年の数値さえもクリアできていない。1品単価も下落している。
スーパー（管理担当）	販売量の動き	・消費節約傾向がさらに強くなっている。売れ筋商品は、低価格商品で、さらに必要最低限の買上点数となっているため、売上は前年比90%前半まで落ち込んでいる。
スーパー（販売担当）	来客数の動き	・広告の入った日、そうでない日を問わず来客数は減少傾向にある。
スーパー（経営企画）	来客数の動き	・来客数の減少、単価の低下が続いている。安売り店に客が流れている。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・第一週目は良かったが、二週目以降前年を割りこんでおり、悪くなっている。数量は取っていて、単価を下げた分、そのまま売上減になっているような状態で、当分我慢の時は続く。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・弁当は低価格のものしか売れず、飲料も価格訴求した品しか売れない。来客数も前年比で7～8%減少している。
衣料品専門店（地域ブロック長）	単価の動き	・来客数はセールなどで確保しているが、購買単価は低い方にシフトする動きが激しい。
家電量販店（店長）	単価の動き	・販売量は地上デジタル放送などの影響で伸びているが、単価は下がっていて、前年並みの売上を維持するのも難しい。
自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・売上を引っ張ってきたETCの需要も一巡し、また高速道路の無料化の話題もあり、前期実績を大きく下回っている。また季節商材である冬用のタイヤの動きも悪く、来客数の減少につながっている。
その他専門店【時計】（経営者）	単価の動き	・宝飾品は、これまで事業を営んできて最低の売上だった。とにかく、不必要な物は買わない客の姿勢の厳しさを感じる。
その他専門店【布地】（経営者）	お客様の様子	・客に良く似合う商品を進めても、まず値札を確認する客が多くなった。
その他専門店【海産物】（支配人）	お客様の様子	・同じ商品なら、なるべく安いものを買おうという客の雰囲気が見てとれる。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・相変わらず来客数が減少している。
スナック（経営者）	お客様の様子	・今の政権になり、公共工事の発注が減少したために全てが動かなくなった、夜は特に動かなくなった、という客が非常に多い。
観光型ホテル（経理総務担当）	販売量の動き	・ここに来て、堅調であった宿泊客数に陰りが見える。当てにしていた募集ツアーも、参加者が集まらないため、半分が未催行となった。
タクシー運転手	来客数の動き	・事件関係の取材という特別な仕事があったため、売上はそれほどマイナスにはなっていない。ただしこれ以外の乗客数、運行回数はマイナスになっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・月後半になっても忘年会の動きはなく、繁華街の夜も平日昼並みの動きしかない。日中は観光等入っているが、高速道路料金引下げのためにタクシー利用は激減している。
タクシー運転手	お客様の様子	・10～11月は観光シーズンだが、高速道路料金引下げのために自家用車でやってくる客は多く、タクシーはさっぱりだった。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新規のデジタル多チャンネルサービスへの加入契約数が、目標を大きく下回っている。
テーマパーク（広報担当）	来客数の動き	・9月の大型連休の反動がこの秋にきているのか、全体的に観光客の動きが良くない。11月上旬の悪天候の影響もあり、来客数は前年より大きく減少した。

	テーマパーク (業務担当)	来客数の動き	・来客数が減少した。
	競艇場(職員)	販売量の動き	・若干ではあるが、半年ほど売上減の傾向が続いている。
	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・景気回復についての見通しが悪く、民間の動きが良くない。官庁発注は、低価格入札のために、受注者が片寄っている。
	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・前年より所得が減少していると話す客が増えている。実際当社に住宅相談に来た客の所得内容を見ても、減少した客が増えている。
	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・高額商品の動きがかなり悪くなった。安価商品もまた、動きが鈍い。
	住宅販売会社(経理担当)	単価の動き	・客が住まいに掛ける予算がますます少なくなっている。また、事業主の足元を見ているのか、立地条件や建物グレードに関係なく、低予算での購入を希望する傾向がある。
悪くなっている	商店街(代表者)	販売量の動き	・来客数、購買金額共に低下した。10月ごろから急激に購買金額が下がった印象がある。
	商店街(代表者)	単価の動き	・最近、デフレ傾向が一挙に加速していることが、消費の先端にいる小売商としてひしひしと感じられる。客の財布のひもはものすごく固くなっていて、非常に欲しいものがよほど安い値段でないとう手を出不さい。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・土日の集客力の低下が続いている。
	一般小売店[茶](経営者)	競争相手の様子	・先日、同業者の年末の集まりがあり、同業者の間では本音が出ないのが当たり前であるにもかかわらず、よほど厳しいのか具体的な数字が出た。また、何か新しい動きをしないとイケないが、八方ふさがりであると、困惑したムードであった。
	一般小売店[酒場](営業)	販売量の動き	・繁華街も閑散としており、料飲店等の売上が激減している。一時的なにぎわいはあるが、御用聞きに行っても一件の注文もない日が何日もあった。
	百貨店(販売促進担当)	販売量の動き	・先月までは、売上が悪いといっても前年比で90%を割り込んでいなかったが、今月は前年同月対比で85%と、一気に悪化している。暖かい気候のせいもあるだろうが、価格の高い冬物が売れないことには、数字が上がらない。各テナントもお手上げ状態である。
	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・歳暮の出足が前年比90%を切っている状況であり、節約志向が厳しい。衣料品から高額商品におけるすべての売上が悪く、客は超目玉品だけ買って行く状況が続いており、店全体の売上は前年比90%前後となる。
	百貨店(販売担当)	来客数の動き	・インフルエンザの影響もあり、来客数が前年の80%であった。
	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・外販でも購買単価が下がっている。
	スーパー(店長)	単価の動き	・1人当たりの買上点数がどんどん少なくなっている。厳しい状態である。
	スーパー(店長)	それ以外	・これまでは売上が悪ければ悪いなりに要因が分析できたが、今はそれすら難しい。来客数、客単価、販売量などが複合的に絡み合っ悪くなっていて、それだけに閉塞感が漂っている。
	スーパー(店長)	単価の動き	・1品単価の落ち込みが激しくなり 販売点数を上げるにしても、品目によって限界もあり、売上が確保できない。収入への不安が顕著になっているため、客も来店頻度を少なくしている。
	スーパー(総務担当)	単価の動き	・来客数、販売数量とも前年並みに推移しているものの、定番商品、なかでもグレードの高い物は動かず、安い物しか動かない。
	スーパー(財務担当)	単価の動き	・消費者の低価格志向と、同業他社の激しい価格競争により、1品単価が前年の94.0%になっており、下落が続いている。
	衣料品専門店(販売促進担当)	販売量の動き	・今月は来客数が多かったが、前半暖かかったため、アウターが出てない分、単価が下がり、売上も減少した。ただし、アウターについては、後半からは寒くなったため、好調に売上を伸ばしている。全体的に見れば、レディース・メンズ共にボトムを見る客が少なく、売れてない。

		住関連専門店 (広告企画担当)	単価の動き	・お客様の来場数と、契約数は多少増えているものの、買上単価が下がっているため、全体的な売上が伸びない。
		一般レストラン (店長)	来客数の動き	・来客数が、全店ベースで2割以上落ち込んでいる。
		都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・宿泊利用が前年比で1割減少している。契約企業に問い合わせせてみても、不景気を理由に会社全体が出張を控えていると言われる。パーティーの受注も激減している。
		旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・インフルエンザは、多少ワクチンの関係で落ち着くと思われるが、消費者に対する景気対策がなく、旅行への消費は、以前に増して厳しい状況である。
		美容室(経営者)	競争相手の様子	・近隣の同業者で、客が少なくなったために閉店するという店舗がいくつかある。
		美容室(経営者)	単価の動き	・同業者の間で値下げ合戦が始まっていて、安い方に客は流れていく。さらに染めるのは自分でしてカットだけといった客も増え、さらに売上が下がっている。
企業 動向 関連	良くなっている やや良くなっている	-	-	-
		食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・販売網を拡充した成果もあって、新製品が予想よりも売れている。
		化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・自動車関連の受注状況が、徐々に明るさを増している。
		電気機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・家電関連特にエアコンや産業用ロボットの受注が急増してきている。部材が追いつかない状態が続いており生産達成に苦慮している。流通在庫もほぼゼロと聞いており中国向けが増加している。
	変わらない	木材木製品製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・個人所得が減少し、住宅着工の減少に歯止めが掛からない。
		化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・工場の稼働率は安定しているが、急激な円高、原油価格高騰などの影響を受け、業績は上がらない。
		窯業・土石製品製造業(総務経理担当)	受注量や販売量の動き	・鉄鋼業向け受注は徐々に回復しているが、各地のごみ焼却炉向けの受注回復は、今一步の状態である。特に焼却炉の新設案件や大型補修工事の受注がなく、このため生産水準の伸びが今一つである。
		鉄鋼業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・エレクトロニクス関係、自動車関係の受注は若干回復基調にあるものの、来年春先以降の反動が心配である。
		鉄鋼業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・輸出を中心に生産量は持ち直してきているが、国際市況低迷・円高など先行き不透明な状況が続いている。
		金属製品製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・10月の受注量は前年比で3分の1にも満たず、かなり厳しい状況が続いている。
		一般機械器具製造業(経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・自社製品の売上は、国内、海外共に販売不振が続く、依然として厳しい状況である。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・悪いなりに変わらないといったところである。
		輸送用機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は、安定しているが、高いレベルではない。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・公共投資の削減が顕著であるうえ、民間設備投資は先行きの不透明感により足踏みの状態となっており、新規案件の引き合いが前年に比べて大幅な減少となっている。
		輸送業(統括)	受注価格や販売価格の動き	・値引き要請などが一巡し、落ち着いた月になっている。
		金融業(業界情報担当)	取引先の様子	・主要受注先では、国内及び欧米向けは前年比マイナスだが、中国やオセアニア向けが前年比で大幅プラスを継続し、2直操業まで生産を回復させている。前年末より続いていた間接部門の休業も、11月より解消した。

	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の業況を見ると、売上低迷に歯止めがかからず、苦戦している。サービス業、小売業の経営者の話では、消費者は本当に必要なものしか購入しない状況が続いているとのこと、ここ数か月、経営者から具体的な明るい兆しについて、全く聞くことができない。	
やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・今月と3か月前を比較すると、沖合い底引き船、大中型巻き網船、小型イカ釣り船が増加したため、水揚げ数量で1200t、水揚げ金額は4億3800万円の増加である。また今年度の累計を前年比で見ると漁獲量は920tの増加で104.9%になっているのに、取扱高は魚価が上がらないため、8億4000万円減少し、前年比は84.3%となっている。	
	食料品製造業（業務担当）	受注価格や販売価格の動き	・商品構成の中で、プライベートブランドの割合が増えている。当然価格が低く抑えられているので、売上に対する利益率は低く、また新プライベートブランドなので、包材の企画・版代等の資材費も利益圧迫要因となっている。さらに、プライベートブランド商品生産者の競争相手も、今年の年末商品については、低い値段を提示してきている。	
	繊維工業（統括担当）	受注量や販売量の動き	・商品の注文量が、非常に低調に推移している。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産価格は下がったままで全く振るわず、建設は本来最盛期のはずだが、今年は一方向に向上かない。関連の元請け企業も売上が半減し、役員数を半分にし、ボーナスも随分下げると聞いている。もちろん下請は悲鳴を上げており、限界に近づきつつある。	
	輸送業（運送担当）	取引先の様子	・運送業者の発送する貨物が、経費を抑えるために、空輸から陸送にシフトされてきている。	
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・取引先からの引き合いは、主に来年度に向けた案件が多く、今年度での設備投資については最小限になっている。前年と比べ、年度末に向けた設備投資に関する引き合いも減少している。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数や成約件数が減少している。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・決算書を見ても、黒字計上の会社が大幅に減っている。製造業、建設業という業種に限って言えば、バブルが崩壊したときよりも状況は悪い。	
悪くなっている	その他製造業 [スポーツ用品]（総務担当）	受注量や販売量の動き	・デフレスパイラルが継続しており、影響がじわじわと営業、生産管理、生産工場へと波及しつつある。現在ブランド力だけでは業績の大幅な悪化は避けられず、コスト削減に踏み切らざるを得ない。しかしながら商品が売れないということは、逆に品質に対する客の目も厳しくなっており、コスト削減も簡単には進まない。	
雇用関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	-	-	
	変わらない	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・通常年末は求人数が増加するが、今年は前年実績を大きく下回ったまま推移している。製造業で一部回復の兆しはあるが、いずれも補助金など政府の景気刺激策の流れに沿ったもののみで、限定的な需要しかない。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・人材派遣の依頼件数は相変わらず前年同月比60%程度で推移している。作業系スタッフの派遣依頼は、短期需要を中心にやや増えてきているが、オフィス系や販売系スタッフに関しては未だ下げ止まっていない感がある。
求人情報誌製作会社（支店長）		採用者数の動き	・中途採用を希望する企業は、まだまだ少ない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は、前年同月比でわずかながら減少となったものの、その減少幅は縮小した。基幹産業の製造業では、食料品と電子部品については、生産の回復に伴い求人増となった。	

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が、前年比での減少が続いている。例年は年末年始の需要に向けて菓子製造、漬物製造などの食品製造業や、情報通信業から電話オペレーターの臨時求人が出るが、今年は消費者の購買意欲が減退している状況から、求人数が減少したり、求人時期が遅くなったりしている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・月間有効求人倍率は下げ止まったまま、6か月横ばいを続けており、有効求人数、有効求職者数とも一定の数値を維持している。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・特定企業からの求人依頼は引き続きおう盛であるものの、当該企業の同業他社からは依然新規求人が発生しない状態が続いており、業界全体として上向いているとは言い難い。とは言え下降しているものでもなく、状況に大きな変化は見られない。
やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（担当者）	採用者数の動き	・採用計画が決まった会社でも、採用数が若干名と、予算を計上するほどの雇用規模ではない企業が多く見受けられる。
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・都市部の一部の企業では求人を増やしているが、地方の企業にはそんな気配はない。
	職業安定所（雇用開発担当）	雇用形態の様子	・定期的に大量求人を提出していた外食産業企業が、小規模店についてはパート社員のみで運営することとし、基本的に正社員退職者の補充をしない方針に転換したため、求人が激減した。