

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	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・ミセス中級品の動きは依然低迷しており、売上に占めるウェイトが大きい分全体に与える影響度は大きい。しかし、セールがスタートしてヤングゾーンの動きは上向いてきている。また、美術呉服宝飾部門が5か月連続して目標達成し、高級婦人服の動きも復調してきた。	
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・今冬は暖冬と予測されていたが、月初めから気温の低い日が続き、防寒衣料を中心とした冬物セール商品の動きが良く、前年に近い売上を維持している。ただし、必要だから買うといった買い方で、購買意欲が向上してきた雰囲気はない。	
		スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は前年比90%程度と変わらないが、客単価は前年を上回っており、次第に良くなってきている。	
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・補助金効果により、1月の販売量は前年比135%となった。	
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・新規客、既納客ともに、来客数が増加している。買換えるには今が得と考えている客が確実に増えている。	
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	来客数の動き	・前半は雪の影響で出足が悪かったが、新商品の投入により客数が2けた台で伸び、売上も前年より伸びている。	
		観光型ホテル（経理総務担当）	販売量の動き	・今年は1～3月にかけて、大型団体の宿泊が確保できた。併せて新年会も前年を上回る売上が獲得できた。	
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・冬季の利用促進行事を開催しているが、この行事のパブリシティ効果もあり、来客数が増えている。	
		競艇場（職員）	販売量の動き	・正月レース、今月末のレースで売上が確保できた。	
		住宅販売会社（経理担当）	来客数の動き	・年明けからの販売イベントにおいて、客は予算には相変わらず厳しいものの、購入意欲については幾分上昇傾向にあった。来客数も前年よりも増えている。	
		変わらない	商店街（代表者）	単価の動き	・ベビー、子供服の専門店だが、バーゲン時期でそこそこの売上があったが、「より良いものを、より安く、よりタイムリーに」に加えて、より長い期間着ようとする大き目のサイズを買っていく客が増えた。生活防衛の意識の高まりをひしひしと感じる。
			百貨店（営業担当）	お客様の様子	・クリアランスに突入しても、従来のように、値下げ品目当ての来店はない。また福袋についても、いらぬものが入っているので買わないという客が年々増えている。
			百貨店（営業担当）	単価の動き	・1月に入りセールが立ち上がったが、来客数に比べて客単価の低下が激しい。単品買いが多く、セールとはいえシビアな買い方が目立った。
		百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・11月の最悪期からは回復しているものの、前年比で見ると売上は94%前後を継続しており、横ばいといったところで回復しているとは言えない。テナントからの声も最悪期からは脱却したようだが、回復の実感はないといったものが多い。	
		百貨店（電算担当）	販売量の動き	・今まで、売上の前年比が2けた近い減少を続けていたが、今月はマイナス3.4%と落ち着いてきた。ただし旅行者が少なくなったため、空港売店の数字が、マイナス8.9%となった。	
		百貨店（購買担当）	お客様の様子	・今年は元旦から営業する百貨店や大型ショッピングセンターが多く、初売りの売上の減少はかつてないほどだった。また、ポイントアップセールは回を追うごとに集客力が落ちており、目玉の500円均一セールでも客は品物を吟味して購入している。ただ食品関係の催事だけは、相変わらず客を集めている。	
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・食品関連の催事は好調に推移しているが、12月に前倒しで実施しているバーゲンでは、服・身の回り品などで、さすがに厳しい状況が続いた。	
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年比で1%程度減少している。客単価は1%上昇しており、売上の前年比は変化なく、低位で横ばいを続けている。	

	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・新年早々は前年並みだったが、週を追うごとに売上が悪くなり、最後には前年比で2けた減となった。前年の実績が良かった反動もあるが、特売をしても品物は動かず、売上の確保が難しくなっている。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・依然として、来客数前年比は横ばい、客単価は前年割れを継続している。
	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・来客数はやや回復傾向にあるが、客単価が落ちている。
	家電量販店（店長）	販売量の動き	・エコポイント制度により、地デジ対応商品の販売量は伸びているが、単価の下落傾向が顕著である。
	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・一部のエコカー以外の商談が非常に少なく、客の購買意欲はまだ低い。エコカー減税の影響が一部のみ動いているが、作る方にも限界があるので、効果は限定される。
	乗用車販売店（統括）	お客様の様子	・売上、来客数はほとんど変わらず、特に悪くなっているとは思わない。
	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・減税効果もひと段落した雰囲気、販売は前年並みで推移している。
	乗用車販売店（サービス担当）	お客様の様子	・店頭に来る客が少なくなっており、更に商談をしていてもすぐに決まらないケースが多くなっている。
	自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・この時期は季節的要因が大きく判断しづらいが、嗜好品であるナビゲーションの動きが悪くなく、販促に敏感に反応が出ている。しかし、全般が良いわけではなく、一進一退の動きが続いている。
	その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・来客数は若干増加しているが、販売量に反映されていない。
	都市型ホテル（総務担当）	販売量の動き	・新年会の販売量が少なく、売上に影響している。また、宿泊に関しても、団体での動きが少なく苦戦している。
	タクシー運転手	販売量の動き	・売上が前年比でプラスにはなっていないが、マイナスの度合いが小さくなった。
	タクシー運転手	販売量の動き	・前年11月まで、売上は前年比10%減だったものが、ここ2か月7%減とやや悪化のスピードが緩んできたが、悪くなっているのは変わらない。相変わらず観光客はほとんどなく、また新年会、同窓会の客もいなかった。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客から、新規の受注につながる発言がない。
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・年明け以降の商品の動きは、前年末とさほど変わらず推移している。
	テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・前年と比べると、4%の来客数減となっており、他の施設についても同様の動きである。
	テーマパーク（広報担当）	来客数の動き	・雪の影響もあり、観光客全体の動きは良くないが、韓国など外国人観光客の動きが多少戻ってきている。
	ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・3か月前はシーズン中なので比べようがないが、遠方からの客が少なくなった。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅の建て替えを検討している客は、景気の先行きが見えないこの時期に、大きなローンを組んでの新築より、当面リフォームなどでしのぐといった傾向が強い。
	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・建築工事にも緊急雇用対策の予算はついているようだが、全体に回らず、非常に苦しい状況である。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・相変わらずいろいろな企業の破たんや、代金の未回収の噂が聞こえてくる。前向きな話が一向に聞こえず、設備投資の話は全くない。あるのは売れないマンション建設ばかりである。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客の買い控えや様子見は、依然続いている。低価格の住宅にも、あまり興味を示さない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・季節要因もあると思うが、客がかなり財布のひもを締めて外食頻度を低くしているため、来客数が伸びず、客単価も低くなってきている。特に単価が伸びる夕方以降に、この傾向が顕著である。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・例年なら正月景気のようなものがあったが、今年は全くない。客と話していてもそんな雰囲気は全くない。
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	お客様の様子	・年末年始と多数の観光客が訪れたが、最近は旅行で土産物を買うにも、買い渋りが見られる。

一般小売店 〔靴〕（経営者）	単価の動き	・かつてなかったことだが、今年になって見切り品、割引品など単価の安いものに限って、クレジットカードで購入する客が妙に増えている。高価な品は相変わらず現金買いが多い。
一般小売店〔酒店〕（経営者）	お客様の様子	・年末年始の出費が多かったのか、客は全体に節約志向で儉約している。正月明けの低調な状態が続いている感じで、取引先の飲食店の新年会も減少傾向にある。
一般小売店 〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・依然、消費は冷え込んでいる。弊社の業界では安売り合戦はあまり盛んに行われていないが、それでも客の買い控えによる影響が出ている。
一般小売店〔酒店〕（営業）	販売量の動き	・相変わらず、料飲店の不振が目立つ。今まで良かった店の売上も低下しており、なかなか回復する気配が見えない。
百貨店（売場担当）	販売量の動き	・セールの上上も少なく、外販の購入も少ない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の前年割れが2年近く続いている。前年悪ければ翌年は前年比100%以上取れるのが通常であるが、まだ前年割れが続いている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・1品単価が、買上点数同様低下してきている。
スーパー（店長）	単価の動き	・客単価が月を追うごとに低下している。今月は前年比92.2%、金額で148円のマイナスとなった。
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・「節約するというより買えなくなった。」との客の声がある。嗜好品の動きが悪く、菓子や果物が苦戦している。
スーパー（販売担当）	来客数の動き	・来客数の減少に加え、売上点数も減っている。
スーパー（経営企画）	販売量の動き	・価格の下降が止まらない。異業種からの参入も相次ぎ、同業他社以外も含めて価格競争、集客競争が激化している。
衣料品専門店（地域ブロック長）	単価の動き	・冬物の売行きが非常に悪く、年末早めから値下げをしているため、その分客単価も下がっている。
衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・客は必要な品しか買っていかない。
衣料品専門店（販売促進担当）	お客様の様子	・来客数は前年並みだが、客単価が下がっているため、売上も下がっている。ただし前年のように来客数が大幅に減少した様子はなく、むしろ買上客自体は増えていることが救いである。時期的に特価品に注目される客が圧倒的に多い。
家電量販店（店長）	お客様の様子	・新春早々価格競争となった。さらに、アナログ放送の終了も遠くないのに、客の反応が鈍い。
自動車備品販売店（店長）	単価の動き	・来客数が前年比で減少しており、消耗品については安いものが良く出ている。
その他専門店〔布地〕（経営者）	お客様の様子	・バーゲンになっても、高級品を求める客は少なく、ブラウスなどの手頃な価格の品を求める客が多い。
その他専門店〔海産物〕（支配人）	単価の動き	・圧倒的に、単価の安いものが売れている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数が落ち込んだまま変わらない。
スナック（経営者）	お客様の様子	・給料やボーナスの減少により、買物もできない、飲むこともできないといった状態である。また現状では新年会もできない、二次会、三次会もいけない。一次会もチェーン展開している安い居酒屋で済ますため、商店街の酒屋も八百屋も魚屋もどこも儲からず、皆、非常に困っている。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	販売量の動き	・高速道路料金引下げによる来客数の増加はひと頃に比べ落ち着いてきている。年明けは例年購買量が増えるが、今年は少なく、低価格商品へ移行している。
都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・閑散期であることもあるが、特にレストランは前年に比べても来客数が減少している。
都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・ホテルで企画するディナーショーは金額が高額であり、経費削減のため、以前は来ていた客や企業が断ることが多くなっている。

		タクシー運転手	お客様の様子	・法人の経費削減により、その分売上が大きく減少している。イベントやセンター試験ではバスによる送迎が充実し、観光も冬場で減少している。日中も同様で、一台当たりの一日の売上が、前年比で1,000～1,500円の減少という日が続いている。
		通信会社（通信事業担当）	販売量の動き	・本当に必要としている状況でないと、なかなか契約に結び付かず、加入キャンペーンなども、購入の背中を押す材料になりにくくなっている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・テレビ・ネット共に新規加入の引き合いが弱いなかで、解約数は高水準で推移しており、状況は厳しい。
		美容室（経営者）	単価の動き	・家庭において、支出を抑える雰囲気まん延している。単価はこれから3～4年、元には戻らない。
		美容室（経営者）	単価の動き	・商店街の客は景気が悪いとばかり言っており、当店も来客数、客単価共に減少傾向にある。
		その他サービス〔介護サービス〕（施設長）	お客様の様子	・来客数が減少傾向にある。
悪くなっている		商店街（代表者）	販売量の動き	・ボーナスのカットがまだ影響しており、12月の低調な売上をそのまま引きずって、最悪の状況になった。どんなに安いものでも客は衝動買いをしていかない。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数、購買額共に減少している。必要以上に買わないだけでなく、購買そのものを控えている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・高速道路料金引下げにより、土日の若者の来店頻度が大きく減った。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・日々の販売状況を分析すると、明らかに前年比でダウン傾向にあり、厳しい消費傾向が続いている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・1月前半は手袋・帽子など防寒雑貨が好調であったが、後半まで続かず、クリアランスセールとなっても各商品群とも単価の下落傾向が続き、売上は前年比92%となった。
		スーパー（財務担当）	単価の動き	・所得環境の厳しい状況が続いており、低価格志向がますます強くなり、客単価の下落が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数も減少しているが、それ以上に1品単価、買上個数が減少している。
		衣料品専門店（経営者）	それ以外	・ただでさえ悪くなっているところに、アーケードの付け替え工事で12月下旬から店頭が通行困難になっている。
		住関連専門店（広告企画担当）	来客数の動き	・単価が低くなっているのと同時に、来客数も減っている。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・前年比で、来客数が微増したが、買上単価が低く、苦戦が続いている。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・特に夜や土日の外食が減っている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前年も悪かったが、売上は更に20%ダウンし、最悪の状態である。
		旅行代理店（営業担当）	お客様の様子	・国内大手の航空会社の経営破たんなど、旅行業界にとって良い状況ではなく、客も旅行にまで目がいかない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・新年会のタクシーの利用が、去年より極端に少ない。新年会を取りやめるなど、企業にとってはなお厳しい状態が続いている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の懐具合が厳しいらしく、来店間隔が長くなる傾向があり、また商品の売行きも悪くなっている。	
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・源泉徴収票を確認すると、前年度の収入が減少している人が多くなっている。	
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	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の受注は堅調を維持している。また自動車関連も一部受注が回復してきている。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・得意先が中国の企業より大きな案件を受注した。それにより当社への仕事量も増えた。
	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、特にエアコンの受注量の増加が前年末以来続き、減少どころか高止まりの生産計画となっている。国内向けよりも、欧州、特に中国向けが急増している。フル生産で対応しているが、部材の供給が追いつかない状況となっている。	

		輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・補助金の延長見込みによる需要の伸びがまだ続いている。
変わらない		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型インフルエンザの影響で家にこもるため、前年は備蓄用の食品の売上が良かったが、今年に入って例年並に落ち着いている。
		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7～8割で推移している。国内関連は緩やかな景気回復基調であり、素材需要の増加を期待している。
		窯業・土石製品製造業（総経理担当）	受注量や販売量の動き	・1月の生産量は工事案件の飛び込みもあり、若干の増加もあったが、1月限りの状況となった。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・エコカー向け需要は増加傾向だが、その他は横ばいである。
		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	・国内、海外共に市場の冷え込みが激しいため、自社製品の売上が伸びず、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	・ここ2～3か月、主力の自動車工場が低く安定しており、伸びていない。
		輸送業（統括）	取引先の様子	・年末にむけて多少荷物が動いたが、1月は荷動きが鈍っている。
		通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・取引先より設備投資検討に向けた引き合いがあるものの、大幅にコストが下がる提案以外は、決定するまでに時間がかかっている。
		金融業（業界情報担当）	取引先の様子	・自動車関連では国内販売と欧米向けは依然として伸び悩んでいるが、中国販売が好調を維持し、オセアニアも堅調である。全体の操業度は2直定時操業まで回復している。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・中小企業がおもな取引先であるが、売上低迷に苦しんでおり、業況回復の兆しが見えてこない。長年の景気低迷期間において、多くの企業が費用削減に手を付けているが、単価引下げと販売量の減少により、費用削減以上に売上減少が進んだため収支が悪化し、資金繰りも厳しくなっている。中小企業金融円滑化法の施行もあり、中小企業の返済条件変更の申込みも増えつつあるが、具体的な経営改善策が見えてこない。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・一部業種では回復の兆しがあるものの、売上高等の具体的な数字にはまだ出てきていない。	
やや悪くなっている		食料品製造業（業務担当）	受注価格や販売価格の動き	・商品の価格が低下基調になっている。各社受注を取るために納入価格を下げており、卸売にもこの影響があるようで、継続的に取引する問屋が小さいところから大きいところに移行している。ディスカウント店のみ、やや元気がある。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・親企業の受注量が伸びていない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設関連、産業廃棄物関連もじわじわ下がっていて、とにかく物件がない。
		輸送業（運送担当）	取引先の様子	・運送業者からの荷物の発送量が、目に見えて減ってきている。
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、地元巻き網船、大中型定置網が減少したため、水揚げ数量で354t、水揚げ金額はこれに加えイカ釣り船が不振だったため3億2,200万円の減少である。
		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	・現行の当社の単価では、現状のデパートや小売店での値下げ競争にとっても打ち勝てないとのことで、親会社からの単価の値下げ依頼が相次いでいる。これだけデフレ化が進み、原材料関係では原油がまた値上げされる傾向にあると、あとは生産工程での切り詰めしかない。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（支社長）	採用者数の動き	・求人社数が、わずかであるが増加してきた。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・受注が前年とほぼ同水準である。
		人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・雇用情勢は厳しい環境が続いており、景気回復が感じられない。

	求人情報誌製作会社（担当者）	採用者数の動き	・新卒の求人に関して、中堅規模の企業では、無料の大学主催学内ガイダンスの活用を優先する声が聞かれる。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は27か月連続で前年を下回り、1割減となった。基幹産業の製造業の求人は2割増と回復の兆しが見られるものの、求人数は例年の水準に遠く及ばず、ピーク時の5～7割程度の操業率に止まっている。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・景気が悪い状況は変わらない。生産調整を行なっている企業からの休業の計画届けの受理件数は減少せず、横ばいとなっている。新規求人数は前年比で減少傾向が続いている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数はやや減少したが、有効求職者数は8か月連続の横ばいから一割減となったため、有効求人倍率は7か月連続の横ばいからやや上昇に転じた。
	職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・求人開拓推進員による求人開拓を実施しているが、企業の採用意欲は乏しく、事業所訪問時に、その場で求人を提出してもらえないケースはほとんどない。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・新規求人申請がほとんどない状態であり、また求人に関する相談、問い合わせ自体もない。退職金制度の見直し・廃止などの相談を受ける。
やや悪くなっている	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・企業からの人材派遣の依頼件数が減っている。派遣利用中の企業も、受け入れ人数を大きく減らしている企業が多く、販売職の依頼件数の減少は特に大きい。製造職に関しては、エコカー減税の恩恵を受けた一部の自動車部品メーカーや、半導体関連メーカーからの需要はあるが、それ以外は総じて低調である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・水産加工会社が、若い女性社員やパート女性のために事業所内に設けていた保育所を、景気の悪さを理由に廃止した。また、売上減対策で、昼夜ともに確保していたパート・アルバイトを、どちらか一方だけにし、数を減らした衣料品店もある。
悪くなっている	-	-	-