

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	-	-
		衣料品専門店（店長）	・子ども手当などの経済対策が実施されれば、景気は少しずつ上向きになるかもしれない。ここ1～2か月は厳しい状態にあるが、雰囲気的には上向きになっている。
		乗用車販売店（統括） 乗用車販売店（営業担当）	・補助金が継続されたので、9月までは前年を上回る。 ・補助金延長が正式決定すれば、13年超の車を所有している客へのアプローチを開始できる。来月には当社では新車が発表になり、同時に決算時期も重なり、やや景気は良くなる。
		通信会社（企画担当）	・年度末に大規模集合住宅の居住者の移動があり、それに併せて商品が動く。前年の同時期と比較して、少しだが楽観できる。
		テーマパーク（業務担当）	・客に根強い人気があり、関心もある「花」を中心とした行事展開を控えており、前年より規模を拡大して開催することから、今後は売上の前年比増を見込んでいる。
		テーマパーク（広報担当）	・春に向けてのPRを強化する予定であり、来客数は増加する見込みである。高速道路料金引下げも継続される見込みであり、引き続き効果を期待している。
	変わらない	住宅販売会社（経理担当）	・政府の緊急経済対策が正式に決まれば、前年から住宅購入を買い控えていた顧客が積極的に動く。そうなれば、検討中の客が連鎖反応で購入し、景気を上昇させる。
		商店街（代表者）	・若者が買物をする際、大都市に出かける流れが止まらない。
		一般小売店〔酒店〕（営業）	・漠然とした底打ち感はあるが、反転して上昇に転じる材料も見当たらない。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・今まで法人関係、特に中小企業の動きが悪かったが、最近になって少しずつだが代表者印などの注文が始まった。
		百貨店（営業担当）	・価格に対する客の目が更に厳しさを増す。品質、価値観など价格的に自分で納得がいかない限り、購入には結び付かない傾向が更に強くなる。
		百貨店（営業担当）	・3月は前年の周年企画の反動があり、4月は競合商業施設の大型リニューアルと、厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・雇用不安や所得の減少が、景気の悪化を更に加速させていく。
		百貨店（販売促進担当）	・景気回復の期待はあるが、客の購買意欲、テナントからの声等から見てなかなか良くなるとは思えない。また、服飾雑貨については、以前に比べ低価格になっているのに、購買量は変わらないため、売上高が上がらないといった現象が見られる。このような状況では、廉価販売を主にしている店舗以外で、前年を上回る売上を確保するのは困難である。
百貨店（販売促進担当）	・セール、ギフト解体が人気を集めるなど、顧客の価格への目の厳しさは継続する。来客数増がなければ、売上が前年を上回ることを見込めない。		
百貨店（購買担当）	・例年であればこの時期は店頭は半分程度春物になっていて、このデザインや色の動きを見ながら本格的なシーズンを迎えるのだが、今年は各メーカーは春物の展開より秋冬物を消化するのに力を入れており、これからの動きは厳しくなる。また新入生は新しい制服を購入するのが当然だったが、お下がりや近所の人を貰ってネームだけ付け替えるという動きが前年以上に大きくなっており、やはり期待するのは難しい。		
スーパー（店長）	・小売業界は全体的に低単価傾向にあるため、厳しい状態が続く。		
スーパー（店長）	・景気については、底を打った感がある。売上は依然前年割れであるが、直近の数値と比較するとほぼ横ばいで、これ以上は下がらない。		
スーパー（店長）	・客単価は上昇傾向にあるが、来客数は相変わらず減少傾向にあり、このまま良くなるとは判断できない。		
スーパー（総務担当）	・安くしても売れない、売れても単価安のため総額で前年割れとなる状況がまだまだ続く。		
スーパー（経理担当）	・客の動向から見て買い控え傾向は依然として続き、好転の兆しが見えない。		
スーパー（販売担当）	・近くの競合店も来客数が少ないため、需要そのものが落ち込んでいると考えられ、このまま悪い状態が続く。		
コンビニ（エリア担当）	・良くなるにしても、悪くなるにしても、現状を変えるような大きな要因が見当たらない。		

コンビニ（エリア担当）	・客は買い控えをしたり、少しでも安い店へ買いに行ったりしている。スーパーで広告を見ながら、或いはメモを見ながら購入している人をよく見かけるなど、客は価格に敏感であり、コンビニはスーパーやドラッグストアに太刀打ちできない状況が続く。
コンビニ（エリア担当）	・今月より悪くなることはない。厳しいには厳しいが、キャンペーンは早めに打っており、新製品の寄与もあるので、そう悪くはならない。ただ、客は必要なもの以外買わなくなっており、この傾向は変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・来客数が増加し、また客単価が上昇する傾向にはない。
コンビニ（エリア担当）	・来客数が少し回復気味なので、客単価を上げれば売上も回復していく。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・競合他社も低価格路線に転換しており、価格競争が激化している。当分この状態が続くので、景気は良くならない。
家電量販店（店長）	・エコポイント施策が今年いっぱい延長されるようで、地上デジタル放送関連品の売上台数は期待できるが、単価の低下と価格競争の激化により、売上の大きな伸びは期待できない。年末期待していたパソコンの新基本ソフトも、結果が思ったほどではなかったことから見ても、期待はできない。
家電量販店（店長）	・我々の業界はエコポイントの動向がキーになっている。4月以降、エコポイント制度がどうなるかにより、大きく左右される。
乗用車販売店（経営者）	・今期決算に向けて各社ともいろいろと頑張っているが、まだ明るい兆しは見えず、また倒産が増えてきそう。
乗用車販売店（サービス担当）	・就職がまだ決まらないのか、新卒者による購入がほとんどなく、今後も動きが鈍い。
自動車備品販売店（経営者）	・最悪期ほどではないものの、チラシに対する客の反応も鈍く、商品部門別にみても、回復を実感できるものがない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・子ども手当など、政府の経済対策が実際に打ち出されるのは、年末になりそうだし、地方には輸出関連の企業もなく、景気浮上の要因がない。狭い地域内で消費の取り合いをやっており、広い範囲の客を取り込める見込みもない。
高級レストラン（スタッフ）	・予約数が前年比で減少傾向にある。
その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・客の新商品に対する期待感が強く、集客力は落ちない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・高速道路料金引下げは落ち着いたとはいえ、その効果は少なくともゴールデンウィークぐらいまでは続く。ただしゴールデンウィーク後は、かなり落ち込む。
観光型ホテル（経理総務担当）	・現段階で、3～4月の受注は前年比90%で、今後、歓送迎会等の宴会予約、春の宿泊客等の増加が見込める。反面、売上額の大きい婚礼予約が低調である。
都市型ホテル（スタッフ）	・一般宴会も昔と比べ、件数が減少しており、客単価も下がっている。婚礼も、新規で来館される方の多くは料金の安いところを探しており、今後もこの状況が続く。
タクシー運転手	・企業の倒産等も噂され、雇用不安もあり、この先も良くない状況が続く。ただ市を挙げてのイベントがいよいよ最終段階に入るので、行政としてのPRのやり方等によっては、観光客の増加が期待でき、少しは明るい材料といえる。
タクシー運転手	・タクシー業界には、プラスとなる要因がどうしても見つけられない。
タクシー運転手	・年寄社会になっているのか、核家族化の影響か、老人1人の客が極端に増えている。会話のなかでは「病院代が高い」「家賃の安いアパートに変わらねばならない」「福祉施設の利用を減らさねばならない」といった会話が多く聞かれ、厳しくなっていることを感じさせる。
通信会社（社員）	・年末の新規通信サービス加入件数に特に変動がなく、その後の月額売上増に反映される材料がない。
通信会社（営業担当）	・客の経営状況が好転する気配がなく、2～3か月で受注状況が好転するとは考えられない。
ゴルフ場（営業担当）	・予約状況から見て変わらない。
設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイントを期待しているが、詳しい情報がまだ見えてこないことに加え、住宅の場合、家電などのようにすぐに効果が現れない。
設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイント制度が補正予算成立後実施されるが、公共工事が大幅に減るので、景気回復とまでは行かない。
住宅販売会社（従業員）	・展示場への来客数も減少が続いており、土日休日でも少ない状況であるため、厳しい状態は続いていくと思われる。

	住宅販売会社（販売担当）	・住宅版エコポイント制度や、税制改正の内容が発表になっているが、客の住宅建築の決断を後押しするほどの内容ではない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・客が購入に対して非常に慎重となっており、これからも変わらない。	
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・明るい材料がないので、客は心理的に出費を抑える傾向にある。また地元の大学の受験者数が減少しており、海外留学生を数多く入れていても、値下げと空室で学生マンション経営は厳しい。小さな町にとって大学の存在も大きく、商売に影響してくる。	
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・地元企業や地元商店でも失業の話が出ており、地方の小さな地域においても悪化が続く。	
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・必要最小限のもので我慢する客の傾向がますます強くなっていく。	
	百貨店（販売担当）	・「必要な時に必要なものを買う」といった現在の客の購買動向が大きく変化するとは考えにくく、セールが終了し、通常の販売に切り替わると、前年並みの売上を維持していくことは厳しい。	
	百貨店（売場担当）	・米国の大手金融機関の破たんから1年が経過した後も、下げ止まり感はなく、緩やかにはなるが今後も景気の後退は続く。子ども手当にわずかな望みを託している。	
	スーパー（店長）	・現状の景気では、客の購買意欲が上がるとは考えられず、なお厳しい状況が続く。	
	スーパー（管理担当）	・新年度の時期になるが、今と変わらず節約の傾向をたどる。	
	スーパー（管理担当）	・来客数はほぼ前年並みであるのに対し、客単価が5%程度下がっている状況で、緩やかではあるが右肩下りの傾向にあり、今度も変わらない。	
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・来客数が今後伸びる要素がない。また必要な品しか買わない傾向が強い。	
	衣料品専門店（販売促進担当）	・単価が軒並み下がっているおり、通常価格の販売で消化しないままセールに入る傾向は続く。ただし前年は買い控えをしていた客からは、「冬は買うのを我慢していたので、そろそろ買っておこう。」という声も多くなってきたので、少しは希望が持てる。	
	家電量販店（予算・企画担当）	・足元では、状況は決して悪くはないが、メーカーの需要予測を見ると楽観視は危険だと考えている。	
	その他専門店〔海産物〕（支配人）	・客の様子を見ると衝動買いが非常に少なく、この傾向は変わらない。	
	悪くなる	都市型ホテル（経営者）	・宿泊の予約率が前年と比較して、悪化している。特に平日のビジネス関連の予約が伸びてこない。
		都市型ホテル（従業員）	・宿泊や宴会の予約状況から、今後の景気状況も厳しい。
旅行代理店（営業担当）		・旅行業界にとって、良い材料があまりなく、上海万博等のイベントにも客からの問い合わせも少なく、良くなる状況が見えない。	
競艇場（職員）		・不況の影響か、発売金額が少しずつ減少しており、この傾向が続く。	
美容室（経営者）		・デフレ状況が続き、生活費の方をどうしても重視するようになるから、美容室にとって良くなる状態は見当たらない。	
美容室（経営者）		・景気が良くなる材料が全くなく、同業者も来客数、客単価がどんどん下がっている。客との会話も「景気が悪い。」しかなかく、この状況では良くならない。	
商店街（代表者）		・マスコミ等の報道で明るいニュースが全くないことから、客は更に生活防衛に走って、小売、特に衣料関係は消費が落ち込む可能性が強い。ただ唯一の希望は子ども手当が出るということである。	
百貨店（売場担当）		・取引先もぎりぎりの経営状況が続いており、春に向けても更なる人件費削減の話ばかりが出ている。消耗戦の状態が続き、更に商品の供給減がはっきり見えてきている。	
スーパー（店長）		・春に競合店がオープンし、集客合戦が再燃する。また、価格ポイント等による販促も激化が予測される。	
スーパー（財務担当）		・客の低価格志向に合わずため、同業他社との価格競争がますます激しくなり、今後も客単価の下落が続く。	
衣料品専門店（経営者）	・商店街アーケード工事のため、来店しにくい状況が3月まで続く。さらに、常連客の来店頻度が極端に下がってきている。		

		住関連専門店（広告企画担当）	・日用品に金が回っているのか、家具は買い控えられている感じが強い。さらに、低予算層を対象とした商品のみが動いているので、これからも好転する見込みはない。	
		一般レストラン（店長）	・土日の外食が増えてくるとは思えない。しばらく売上の2けた減が続く。	
		設計事務所（経営者）	・収入の減少が、これからの住宅建築に更に影響が出てくる。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・メインの仕事ではないが、3か月後に食品関係で受注が入っているため、良くなる。	
	やや良くなる	電気機械器具製造業（総務担当）	・エアコン向け生産計画が、5か月以上もフル生産が続く受注になっており、自動車関連も緩やかであるが、受注量が回復してきている。人員補充に苦慮している。	
		会計事務所（職員）	・年末から予算等が使われ始めているためか、建設業において徐々に受注が入り始めている。しかし、いずれも額は小さく、期待数値からはほど遠い。	
変わらない		食料品製造業（総務担当）	・新型インフルエンザが収まってきたため、備蓄するような食品がそれほど必要でなくなり、去年並か例年を少し下回った例年並の販売量となる。	
		木材木製品製造業（経理担当）	・贈与税措置、住宅ローンの金利の下げ、住宅エコポイント制度、建築確認審査の簡素化などの効果が現れるのは、下期からとなる。	
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業のなかでも高炉関係は回復基調だが、電気炉関係は回復が遅い。また、公共団体向けの焼却炉も、新設、大型補修案件とも引き合いが低調である。	
		鉄鋼業（総務担当）	・円高の進行が輸出を鈍らせる懸念や、先行き不透明感もあり、大きく景気が回復するとは思えない。	
		鉄鋼業（総務担当）	・海外需要を中心に生産量が持ち直している。国内需要は自動車を中心に生産量は伸びているものの、造船・建産機などの需要は低調である。ただし引き続き、国際市況動向や為替など、先行き不透明な状況に変わりはない。	
		非鉄金属製造業（経理担当）	・受注見込みに、現状からの大きな変化が見られない。	
		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。	
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注は一定程度見込める状況にはあるものの、大きく改善が見込める状況にはない。	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・売上増につながる材料が乏しく、先行き不透明で計画も立てにくい状況にある。	
		建設業（経営者）	・建設業の回復は、他の産業の回復が見えて、しばらくして動きがあるのだが、その他の産業の回復が見えてこない。	
		輸送業（統括）	・収入的にはあまり変化はない。ただし各社とも環境を意識し、荷物の運送手段の転換を図っており、トラックから船舶や鉄道に切替える傾向が強くなる可能性がある。	
		輸送業（運送担当）	・特に地方では、よほどの景気対策でも行われないう限り、景気の回復は見込まれない。	
		通信業（営業企画担当）	・客の設備投資抑制の流れから、4月以降も市場が大幅に好転するような事態が予想できない。	
		金融業（業界情報担当）	・円高が懸念材料だが、中国販売の好調などから、売上は緩やかな回復基調をたどる。	
		金融業（営業担当）	・経営者と将来の展望について話す機会が多くあるが、将来を楽観視する発言が見られない。借入申込の資金用途を見ても、足元の運転資金を確保するための調達が多く、売上増加に対応するための設備投資案件はほとんど見られない。消費者と直接取引を行う小売業・サービス業の経営陣は、特に消費の巣ごもり状況について嘆いており、話を聞く限り、近い将来に景気回復するという感触を得られない。	
		広告代理店（営業担当）	・地場小売の売上が軒並み低調である。不動産も動きが鈍く、3月を乗り切るまで上向きを望める材料がない。	
	やや悪くなる		食料品製造業（業務担当）	・春夏の商談では価格の下げ基調が強く、この流れは夏までは止められない。
			金属製品製造業（総務担当）	・年始の挨拶回りの状況から、今後仕事量は増加してくるが、値下げ要請もあると見込んでいる。生産量を増やしても固定費の軽減にしかならず、利益増加までには至らない状況が続き、収益面では前年以上に厳しくなる。
			建設業（経営者）	・不動産関係では駅周辺の空家が目立ち、家賃が非常に下がっており、空いたら中々埋まらないといった状態である。建設関係は国道沿いの全国チェーンの飲食店が進出するが、仕事としては微々たるもので、建設についても当分悪い状態が続き、これからもやや悪くなる。

	悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当） その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・ 2月から親企業から値引き交渉が始まる。 ・ デフレ傾向が進み、それが消費の低迷につながって、今以上に国内生産は苦しい状況となってくる。徐々に立ち直ってきた中国や欧州での販売強化を進められる輸出メーカーや商社は、多少は良くなるかもしれないが、国内向け製造業は立ち行かなくなる可能性もある。
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）	・ 1月上旬より少しずつ、中途採用したいという声が取引先から聞かれるようになってきた。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・ 例年であれば、年度末に向けた繁忙対応としての派遣依頼が増える時期ではあるが、受注状況は芳しくなく、また同業他社との競争が非常に厳しい。有料職業紹介に関しては、紹介依頼件数が緩やかに上昇しているが、各企業から求められる人材レベルが高いため、条件に合う人材の確保が難航している。
		人材派遣会社（担当者）	・ どの企業の受注状況も販売状況も、依然改善していない状態が続いており、この状態が長引けば、社員の雇用を維持しようとする企業ほど体力が削がれることになる。客からは国の助成は給付条件が厳しく、一部の業界に限られているため、限定的な効果しかないという意見が多い。
		人材派遣会社（支店長）	・ 2～3月での派遣契約終了見込み数が多い。
		求人情報誌製作会社（担当者）	・ 依然、採用関係の予算は流動的であるという声が聞かれる。
		職業安定所（職員）	・ 県内中小企業の景況は、デフレの進行により売上が収益に結び付かない非常に厳しい状況が続いており、求人意欲に上昇気運は見られない。
		職業安定所（職員）	・ 生産調整により休業を申請する企業が、製造業以外に建設業、宿泊業、情報通信業など広がってきている。
		職業安定所（職員）	・ 大規模な人員整理の話は聞かれず、応募者は少ないものの医療、福祉関係の求人意欲は相変わらず高い。ただし今後の動向については不透明である。
		職業安定所（雇用開発担当）	・ 本年度は、学卒者の内定取り消しにつながるような採用計画を立てないように強く要請していたにもかかわらず、内定取り消しについての相談を受けるケースが増加してきた。
学校〔短期大学〕（就職担当）	・ 求人件数は、前年に比べ減少気味である。また、職種については一般事務職等は減少し、介護職が増えている。		
やや悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・ 来期採用数が、新卒・中途を問わず、前年比を割り込むような話ばかりが出てきている。	
悪くなる	-	-	