

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）	・例年2月は悪いが、将来に向かって多少良くなるような様子を感じられる。
		商店街（代表者）	・街をぶらぶらしていても、以前は全く素通りだったが、近ごろはショウウィンドウを見たりして、明らかに変わってきている。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・依然として景気の状態に変化はないが、来客者の様子から、先行きに対する不安がやや薄れた感があり、消費にも良い影響が出てきている。
		百貨店（販売促進担当）	・景気回復の確かな手ごたえといったものは未だ感じられないが、各テナントの売上もバラつきはあるものの、前年同月を上回る場所も徐々に出てきている。感覚的には、店の賑わい感が徐々に戻ってきており、客の表情も和らいできているように感じられる。
		百貨店（販売担当）	・前年は4月～5月にかけて発生した、インフルエンザにより売上が大幅に減少したが、この面では前年分を維持できる見込みである。
		コンビニ（エリア担当）	・単価の問題は残るが、キャンペーンの効果が出ている。春先に予定している商談も順調に進んでおり、量的な拡大が見込まれる。前年と比べても、悲観はしておらず、若干よくなる。
		衣料品専門店（店長）	・客の競争意識が客単価の上昇を招いている。新商品が入荷すればいち早く購入する傾向が目立っている。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の会話では、補助金と減税に加えて、子ども手当の話がよく出ている。実際にそれを見越して購入した客もあり、今後は同様の客が動き出す。
		乗用車販売店（統括）	・減税、補助金の効果で、9月頃までは良くなる。
		乗用車販売店（統括）	・一般市民の消費は現状維持で、「景気が悪い」と口では言いながらも、実際それほど感じていない。また、景気が悪くない人も多い。
		その他専門店〔海産物〕（支配人）	・暖かくなって、多少来客数が増加してきた。
		一般レストラン（店長）	・予約は低調だが、昼食時を中心に、今後さらに来客の増加に期待が持てる。
		テーマパーク（業務担当）	・春季の行事展開による来園促進を図る。行事展開のなかで、花について規模拡大をするなど特徴を強化し例年以上の動員を見込んでいる。
テーマパーク（広報担当）	・高速道路料金引下げによる効果が前年に引き続き継続することを期待している。韓国など外国からの団体客が増加しており、春以降もある程度継続する。		
住宅販売会社（従業員）	・客の様子が変化してきたことにより、この影響が数値の上でも現れてくる。		
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・中心市街地活性化の施策によって、新たな街づくりの事業が始まったところで、明確な効果がまだ見えない。現状維持が精一杯である。
		商店街（代表者）	・客のデフレ感覚は非常に厳しく、今後やや悪いまま推移する。
		商店街（代表者）	・高速道路料金引下げにより、土日の客の流出に歯止めがかからない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・小さい地方学園都市では、大学の入学者に期待するところがあるが、入学者が前年比で減少しているため、ますます厳しい。3～4月になると歓送迎会や行事も多くなり、気分も違ってくるので、節約指向が緩んでくるのではと期待している。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・来客数が減少しており店が疲弊している。
		一般小売店〔酒店〕（営業）	・子ども手当等が支給され始めると、少しは改善していくのではないかと予想するが、地方経済は疲弊する一方なので、急激に良くなるとは考えにくいのが現状である。
		百貨店（営業担当）	・消費者がこだわりを持った商材や、ニーズ、価格に見合った商材は売れるが、通常のバーゲン商材は伸び悩んでいる。

百貨店（販売促進担当）	・米国の大手金融機関の破たんに端を発した景気低迷が始まって1年半が経過するものの、秋冬商戦の動向から、春夏商戦も、依然厳しい推移が想定される。価格据え置き商品の拡大や、特價企画の強化等の価格目線での仕掛けを拡大継続する。
百貨店（購買担当）	・定価商材の動きが全く現れていない。売上の減少が何ヶ月も継続するため、店の方針で3月、4月も、セールを中心に広告掲載や品揃えを行う。しかし、客単価が上昇しないので、集客数は増加しても、売上につながらない。
スーパー（店長）	・ここ半年間、客単価、件数とも大幅に前年割れで推移しており、客の生活防衛意識が強くなる傾向は変わらない。
スーパー（店長）	・客単価は回復傾向にあるものの、来客数は前年割れが続いているため、売上は現状維持が継続する。
スーパー（経理担当）	・売上が伸び悩み傾向にあり、景気回復対策の効果が見えない。
スーパー（経営企画）	・競合店の攻勢もあり、客数、売上高は厳しい状況にあるが、1品単価が下げ止まった感があり、横ばいの状況が続く。
スーパー（販売担当）	・暖かくなり、客数は増加するが、客単価の上昇が期待できない。
コンビニ（エリア担当）	・一番底を脱出しようやく回復基調にきているが、一気に上昇するとは思えないため、しばらくは現在の状況が横ばいで推移する。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・今後も、客の低価格志向の動向は変わらない。
家電量販店（店長）	・冬季オリンピックの効果で、テレビは順調だが、その他の大型家電は、壊れないと買換ええないという傾向が今後も続く。
家電量販店（店長）	・エコポイント制度によるテレビ販売台数の伸びは期待できるが、単価の下落が激しく、大幅な売上の増加は期待できない。
乗用車販売店（経営者）	・よくなる要素が見当たらない。3月決算で企業の優劣が明確となるが、県内企業を見ると当分現状のまま推移する。
乗用車販売店（店長）	・減税効果もひと段落した雰囲気、販売は前年並みに推移していく。
乗用車販売店（販売担当）	・通常、2月は販売が増えるが、今年は顧客の動きが活発化していない。リコールの問題も併せ、3月も大幅な改善は期待できない状況である。
自動車備品販売店（経営者）	・当社で集客用品と区分している商材群の動きに注視しているが、客の動きはまだまだ必要最低限の購入になっており、良くなるという実感は少ない。しかしながら、悪い方向へ向かっているとは思えず、一進一退が続く。
自動車備品販売店（店長）	・販売量は前年と比べても上向いているが、単価が下がっている。
高級レストラン（スタッフ）	・月によって予約状況の実績にばらつきがあり、先行き不透明である。
その他飲食〔ハンパーガー〕（経営者）	・安価商材に限った購入から、高額商材購入への移行傾向が強まっており、魅力的な商材であれば購入層が広がる。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・年度末に不安はあるが、高速道路料金引下げの効果が続く。
観光型ホテル（経理総務担当）	・3月までは比較的順調に推移している売上も、4月以降は厳しい状況である。特に4月以降の婚礼受注件数が前年を大きく下回っており、不安材料となっている。反面、宿泊売上は、企画商品の展開により、売上増が見込める。
都市型ホテル（スタッフ）	・ビジネス客は立地や設備も重要視しているが、経費節約を重要視している人も多く、景気はまだ回復していない。
旅行代理店（営業担当）	・自動車関係と建設関係が旅行業にとって一番大事な客であり、その業界が良くなしないと、回復がみえない。
タクシー運転手	・商工会等による中心部への集客に大きなイベントはない。市においても、年間を通じて提供する話題はあるが、目立った核となる取り組みはない。日常の病院等への通院についても、循環バス等の利用が主体で、期待できない。観光に関しても、月末に予約が若干増加しており、横ばいか若干上乘せの状態である。
通信会社（社員）	・提供している通信サービスに関して、新規利用の問い合わせ数に変化がない。
通信会社（営業担当）	・システムは更新したいが、通信費の更なる削減が要求され、上向く気配がない。

	通信会社（営業担当）	・テレビ、インターネット、電話サービスは、不況による個人消費低迷の影響もあるが、同業他社・他業種との競合がますます激しくなっており、厳しい状況が続く。
	競艇場（職員）	・現在行われているレースと同等のレースが企画されているだけである。
	美容室（経営者）	・中小零細企業を含め、全般的に非常に厳しい状況にある。このため、生活に直接密着しているサービス業では、品揃えに節約が可能な面もあり、節約される度合いが増加している。
	設計事務所（経営者）	・春になれば人の心も動くのではとの期待感はあるが、民主党の政策もはっきり見えないし、住宅ローン減税の効果も期待ほどには動かない。
	設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイント制度に期待していたが、新築住宅基準のハードルが高すぎるので使えそうにない。リフォームには利用できそうだが、金額が低いので景気が向上くほどの効果は期待できない。
	住宅販売会社（経理担当）	・当面は現状の景気状態は変わらないと思う。3月から住宅版エコポイントの申請が始まるので、多少は顧客が動くと思われるが、住宅の購入は電化製品と違って高額な買物になるため、それだけで好転することはない。
	住宅販売会社（販売担当）	・展示場、売出しイベントへの来客数が、相変わらず前年を下回っているため、今後も良くなる要素はない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の様子は非常に厳しい状況である。「より安く、よりタイムリーに、より長く着れるものを」という客の志向が感じられる。借金で先行きの見えない国家の見通しが、客に心理的な影響を与えており、生活防衛に結びついている。
	百貨店（営業担当）	・所得が目減りが、消費意欲を減退させている。
	百貨店（売場担当）	・景気の悪化が深刻であり、地方の駅前立地の衰退がさらに進む可能性が高い。
	コンビニ（エリア担当）	・顧客であった店舗の、異動に伴う閉店や工事客の減少で、来客数が減少した。また、これまでは、弁当とお茶を購入する人が多かったが、おむすび2つとカップラーメン、あるいはサンドイッチと野菜ジュースといった購入で、客単価が低下しているため、売上の上昇は見込めない。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・企業の景気見通しが厳しく、引続き消費者の低価格志向は鮮明で、必要な商材のみ安価なものを購入する傾向が強い。
	タクシー運転手	・運転手の中には、生活保護を申請する人も出てきている。国の支援に頼らざるを得ない状況で、最悪の状況である。
	通信会社（通信事業担当）	・今後、新規加入者が増加する時期に入ってくるが、今のところ問い合わせなどが非常に少ない。
	設計事務所（経営者）	・年間収入の増加が見込めない。
悪くなる	百貨店（売場担当）	・特に大手の取引先の在庫調整が厳しく、商材の確保が困難な状況となっている。取引先自体がぎりぎりの状態となっており、販売員の削減や経費削減等取引先からの申し出がある。
	スーパー（店長）	・競合店の出店がある。また、給与が減少している。
	スーパー（財務担当）	・雇用環境、所得環境の改善が見込まれないため、消費者の低価格志向及び節約志向は、今後も続く。
	衣料品専門店（経営者）	・商店街の異業種の閉店にまで加速がついてきた。
	衣料品専門店（販売促進担当）	・客の話を聞いても、景気が悪いのがわかるように、なかなかまとめて商材を購入する客が少なくなっている。まだまだ必要な商材を、お買い得価格で探してる人が自立つので、売上を伸ばすのは厳しい。現時点では、夏のボーナスに不安が多いとの声が多いことから、先行きが不透明である。
	住関連専門店（広告企画担当）	・安売りのセールでのみの集客が続いているため、どうしても1件単価が下がる。その繰り返しにより自分で自分の首を絞めている状況から脱出できない。当然高品質なものは売上も悪く、動きが取れない状況である。
	都市型ホテル（経営者）	・宿泊予約数が前年と比較して、悪化している。
	美容室（経営者）	・デフレで客の低価格志向は鮮明化しており、消費が偏る傾向が強くなっている。これまで通りのやり方では、ますます状況が悪化することが懸念される。
企業 動向 関連	良くなる	-
	やや良くなる	化学工業（総務担当）
		・大手の販売先の来年度予算が少しずつ決定し、予想では今期より受注量が増加する。

	電気機械器具製造業（総務担当）	・エアコン関連に続き、自動車関連も連続操業（24時間体制）のフル生産で、対応せざるを得ない。また人員の新規採用（60名）により、新人教育の負荷が増大し、遅延している生産達成が、当面困難な状況が続く。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車関連は今一つだが、これから暖かい時期に向けて、飲料水等の産業部門からの受注が入っている。
	通信業（営業企画担当）	・新年度に向けた動きかもしれないが、価格レベルは厳しいものの、製造業関連で停滞していた設備投資の検討が動き始めている。
	通信業（部門長）	・希望的な部分もあるが、各市町村の一般会計予算なども微増傾向にあり、景気回復を見込みたい。
変わらない	木材木製品製造業（経理担当）	・見積の低迷が続く。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規の引合も少なく、大型工事件件の引合いも2010年上半年はない見込である。このため、現状並みの生産水準が継続する。
	鉄鋼業（総務担当）	・引き続き円高やデフレ経済により、先行きは不透明である。
	鉄鋼業（総務担当）	・国内需要は、建設や設備投資関連等で回復が遅れている分野はあるが、国内外の経済対策効果の後押し等により、自動車、家電など製造業を中心に需要は回復基調にある。海外需要は中国やアジアを中心に、自動車や電機向けの需要が堅調である。
	非鉄金属製造業（経理担当）	・受注見込みに大きな変化はみられない。
	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が長期にわたり続いており、自社製品の売上については厳しい状況が当面続く見通しである。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動向に目立った変化がない。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注量については、若干の上方修正となっているものの、小型車シフトにより、受注金額は、伸びが鈍い。
	輸送業（統括）	・3月末で業務が終了する顧客が多く、4月以降の新規顧客の獲得ができて、収受単価が低いことから、売上の上昇につながらない。
	金融業（営業担当）	・業況確認資料で、月次の状況を売上高で比較した場合、前年同月比でマイナスの企業が過半を占める状況となっている。取引先からのヒアリングでも、売上の下げ止まりを実感する意見を聞くことができない状況にある。現状、経営内容の良好な企業については、現在を将来のステップ期間に位置づけて前向きな投資を行うケースもみられる。一方、財務状況に問題のある企業は、自らの力で現状から脱出する力もなく、全体的にみると景気が改善するとは考えにくい。
	金融業（業界情報担当）	・主要取引先では、円高が懸念材料だが、中国向け販売の好調などから、売上は緩やかな回復基調をたどる。
	会計事務所（職員）	・製造業関係では、見積等の依頼は来月になっても引き続き出てくる見込みを持っている事業所が幾つかある。ただし、販売、サービス関係では相変わらず利益予想が厳しい。
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・漁港全体で伸びている魚種はない。水揚げ金額も魚価の低迷で、前年比15%の減少と今後も厳しい状況が続く。
	食料品製造業（業務担当）	・受注価格の低下傾向が止まらない。そのため春夏商戦の結果が思わしくない。
	金属製品製造業（総務担当）	・鉄などの原材料価格が上昇傾向にあるにもかかわらず、工作機械や造船業界の価格過当競争により、得意先からの値下げ要請がきており、先行きは厳しい。
	電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が十分に確保できる見通しになっていない。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・親企業から正式に値引きの協力要請があった。2月末に結論を出すことにしている。
	建設業（経営者）	・公共事業は2割減、民間でも工場は振るわず、一般の町工場の建築も期待できない。当社においても生コンの取引高がかなり減少しており、「コンクリートから人へ」が現実のものとなっており、当分がまん時代が続く。
	建設業（経営者）	・経営者間の会話の中から、当社を取り巻く環境が下降気味という傾向がうかがえる。
悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・現状はまだ前年比10%くらいの減少だが、来年以降の見通しは20%減の見通しである。
雇用	良くなる	-

関連	やや良くなる	職業安定所（職員）	・従業員が10人前後の建設業などで、新たに休業を開始する企業が多少あるものの、予定の休業を取りやめる企業も相当あり、全体的な景気は一時的には少し上向く。
		民間職業紹介機関（職員）	・新規事業所立ち上げや、生き残りをかけた営業強化、配置転換による空白ポジションの穴埋めのために、人員を増加するケースがある。景気が持ち直しつつあるなか、徐々に地方の末端経済へも波及しつつあり、今後の上昇に期待は持てる。
変わらない		人材派遣会社（担当者）	・昨年以降企業の求人数は変化なく低調であり、景気上昇に向けた変化が伺えない状態が続いている。
		求人情報誌製作会社（担当者）	・当初計画より採用計画が減少する予定の企業が見受けられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・街のにぎわいが少なくなった気がしてならない。圧倒的に中小企業の多い街で、飲み屋街も夜10時を過ぎると、閑散とするが当たり前の風景になってきている。
		職業安定所（職員）	・受注等に回復の兆しが見えるものの、先行きの不透明さから求人意欲の向上までは感じられない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金等を申請している製造業では、臨時的に受注を受けて休業日数等が減少しているが、4月以降の見通しは不透明だという事業所が多い。また、製造業以外の建設業、美容室等のサービス業からも新たな申請が出てきていることから、変わらない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・雇用調整助成金等の活用状況を見ると、大・中企業については縮小してきたものの、小・零細企業については長期化しており、本来の生産体制に戻る気配は感じられない、また新規活用の問い合わせも幅広い業種から相変わらず多い。
	やや悪くなる		
	悪くなる		