

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	その他専門店 〔海産物〕（経 営者）	来客数の動き	・先月に続き今月も観光客が多く天変にぎわっている。
	やや良く なっている	百貨店（営業担 当）	お客様の様子	・11月は冬物衣料が好調で、コートが売上を伸ばしている。
		百貨店（営業担 当）	販売量の動き	・店舗全体の売上は5月以降昨年同月を割り込んでいたが、10月は100%を超えた。11月もテナントによりまちまちではあるが100%を超えるテナントが70%程度あり、少し上向いてきている。
		百貨店（売場担 当）	お客様の様子	・3か月前との比較で昨年に比べ少し良くなってきている。
		百貨店（営業企 画担当）	来客数の動き	・売上は前年をわずかに下回ったものの、来客数は前年に比べ増加に転じている。
		家電量販店（店 長）	販売量の動き	・家電エコポイント制度変更に伴う駆け込み需要があった。
		その他専門店 〔和菓子〕（営 業担当）	来客数の動き	・極端ではないが平日の来客数が増加を続けている。
		一般レストラン （経営者）	単価の動き	・9、10月の売上は前年を超過している。また、宴会、一般席、仕出し等の客単価もすべて前年を超過している。単価は9月が105.6%、10月が101.5%で推移している。
		テーマパーク （業務担当）	来客数の動き	・冬季イベント期間に入り、来園者数が前年同月を上回るペースで推移している。
		テーマパーク （広報担当）	来客数の動き	・猛烈な暑さの夏場より来客の動向は上向いており、ほぼ前年並みとなっているが、団体客が伸び悩んでいる。
		ゴルフ場（営業 担当）	来客数の動き	・天気にも恵まれ日々入場者数が増えている。ただ平日については、足踏み状態が続き単価が上がらない。
	設計事務所（経 営者）	来客数の動き	・住宅に関する色々な支援制度の後押しもあって、民間工事が秋口に少し受注件数が増加している。	
	変わらない	商店街（代表 者）	来客数の動き	・今月喫茶店が開店したが、景気に関わらず利用のある食事メニューは出るものの、余裕のある人が喫茶タイムを取って利用する喫茶にメニューが出ておらず、食堂としてしか機能していない。
		商店街（代表 者）	販売量の動き	・正月に向けた準備が例年のようには進んでいない。
一般小売店 〔茶〕（経営 者）		販売量の動き	・景気の悪いまま状況は変わっていない。	
一般小売店〔印 章〕（営業担 当）		来客数の動き	・年賀状は、企業、個人ともに自ら手がける人が増えているが、案内はがきの送付や客の住所録データの充実で昨年並みの需要がある。	
百貨店（販売促 進担当）		お客様の様子	・10月以降季節の移り変わりとともに、遅れていたファッション部門にも動きがみられ前年実績を上回るブランドも多数出てきている。しかしながら、おせちについては単価ダウン、歳暮については発送件数の絞込みが継続しており、購買に対する客の厳しい姿勢には変化がない。	
百貨店（売場担 当）		販売量の動き	・11月上旬は10月中旬以降の冷え込みから衣料品やブーツなどの冬物が売上を伸ばし前年を超える状況となっていたが、中旬以降は売上が前年割れ基調となり、物産展も前年の人気商品の特殊売上の影響やB級グルメにトレンドを奪われる形で予算割れで推移した。後半も防寒アイテムや外商部門の追い込みも今一步伸びずに、店全体で予算に比べ97～98%程度の見込みである。	
百貨店（購買担 当）		お客様の様子	・食品はおせちの動きが早くなっている。また、価格の高いものが動いており年末年始をゆっくり過ごす人が多くなっている。衣料品は今月後半の冷え込みで、コート等の高額な重衣料の売上は伸びているが、低価格の商品については、必要なもののみ求める状況は変わっておらず、相変わらず財布のひもは固い。	

百貨店（販売担当）	それ以外	・今現在、前年実績をクリアして推移しているが昨年の11月はインフルエンザの影響が大きく売上、来店客数ともに前年を大きく下回った月であったので現状の戻りを考えると景気が3か月前と比較して良くなっているとは言えない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・ここ半年販売点数は前年比95～96%で推移している。来客数は前年並みで100%を確保しているが、販売点数の減少が極端に目立っている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・気温の低下に伴い、冬物衣料等季節商材は順調だが、その他の商材は動きが鈍く総体的に景気は横ばい状況である。
スーパー（店長）	来客数の動き	・現在は、近隣の店舗が1か月休業中のため来客数も増加し、売上も好調に推移するが、その影響を差し引くと厳しい状況は変わらない。また、現在は、家電エコポイントの消費に客の目が向いており、今後食費は節約傾向になりそうである。
スーパー（店長）	販売量の動き	・販売点数の伸びがなくなっている。
スーパー（開発担当）	単価の動き	・ディスカウント店の出店があり、既存の競合店を含め地域全体の1品単価が下落している。販売点数が伸びればいいが横ばいの状況である。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・売上が10月末から回復しており、仕入先からの仕入れ商品の登録数を追加することで、競合他店に対する自社シェアを高めることができしており、11月の売上は週を追うごとに伸びている。
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・売り方や付加価値で商品は売れる事例もあり、売り方次第で景気が戻る。
衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数はセール開催に左右されるが、客は必要な商品だけ購入する傾向が目立つ。
衣料品専門店（地域ブロック長）	販売量の動き	・気温低下による衣料の売上拡大が大きく見込めない。安価な商品のみ売れて額の確保が困難となっている。
乗用車販売店（副店長）	販売量の動き	・エコカー補助金終了後、引き続き来客数、販売量ともに低迷しているが、9、10月に比べ11月はやや回復している。
自動車備品販売店（経営企画担当）	販売量の動き	・全体的にはマイナスであるが、主力であるタイヤは前期水準を上回っている。しかしながら新車販売の低迷からナビゲーションは低調であり、来客数も最悪期は脱しているものの前年を下回る状況が続いている。
一般レストラン（経営者）	単価の動き	・来客数がわずかながら増加している。
その他飲食 [サービスエリア内レストラン]（支配人）	お客様の様子	・客は相変わらず財布のひもが固く、単価も上がらない状況が続いており、飲食関係を中心に厳しい状態が続いている。
観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・依然悪い状態が続いており、単価の安い商品が売れている。
都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・第3四半期は婚礼が多い時期だが、今年は市内の競合他社ともに少なくなっている。
都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・10、11月のレストラン、宴会は、新型インフルエンザに悩まされた昨年と比べ増加しているものの、例年比では低調である。
都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・宴会では忘年会の予約が前年と比べ少なくなっている。営業先でも企業の忘年会が減少している。
タクシー運転手	販売量の動き	・夜の仕事の回数がかかなり減少している状況が続いている。
タクシー運転手	お客様の様子	・例年なら11月後半の金曜日は早い忘年会で来客数が増えるが、今年は今ひとつで金曜日の売上単価も非常に低下している。
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・年末にかけて消費者の購買意欲が昨年に比べ若干上がっている。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・加入者の動きが鈍く、計画通りに進んでいない。
競艇場（職員）	販売量の動き	・発売額が横ばいとなっている。
設計事務所（経営者）	単価の動き	・客は依然として低価格志向で、付加価値にお金を使う状況にはない。
設計事務所（経営者）	お客様の様子	・リフォームが若干動いているが、新築の戸建て住宅の引き合いが全くない。

	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・来場数等も変化はあまり見受けられず、来場客も購買意欲はあまり強くない状態が続いている。
	住宅販売会社 (販売担当)	来客数の動き	・展示場イベントへの来場者数が伸び悩んでいる。
	住宅販売会社 (経理担当)	お客様の様子	・住宅版エコポイント制度の延長で、顧客による駆け込み需要は落ち着いているが、景気自体は上向きにはなっていない。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・通行人が減少しているとともに、来客数も減少している。
	商店街(代表者)	単価の動き	・デフレ傾向が日々進んでいる。多くの客は値段に厳しく購入も控えており、生活防衛がありとうかがえるが、わずかながら商品を多量に購入する人がでてきており期待している。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・夕方の客も以前ほどはなく、特に昼時には従来に比べ来客数が非常に少なくなってきている。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・消費者の目が家電エコポイント制度に絡み液晶テレビ等に向いており、他商品の購入引き締めが厳しい。
	商店街(理事)	来客数の動き	・来客の動向からは不景気感是否めないが、買物をしようという思いもうかがえることから、きっかけ作りの工夫が必要である。
	一般小売店[酒 店](経営者)	販売量の動き	・スナック関係を中心に得意先の飲食店の客の動きが不調で、注文量が少ない。昼間の人の動きも良くな く、11月は低調ムードが漂っている。
	一般小売店[酒 店](経営者)	販売量の動き	・料飲店の売上の減少が続いている。忘年会シーズン だが飲み屋街も閑散としており年末に向けての雰囲気 が全くない。
	一般小売店[紙 類](経営者)	お客様の様子	・街で高齢者を見かける頻度が少なくなっており、そ の影響で店頭の高齢者向け商品の品ぞろえが減ってい る。
	百貨店(売場担 当)	販売量の動き	・外販、催事ともに売上が伸びていない。
	スーパー(店 長)	単価の動き	・3か月前と比べ客単価は徐々に減少しており、売上 は上がっていない。
	スーパー(販売 担当)	来客数の動き	・来客数が減少傾向にある。
	コンビニ(エリ ア担当)	単価の動き	・たばこ値上げの影響と思われるが、低単価商品の売 上の割合が高く、買上点数及び客単価の減少で売上が 減少している。
	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・今月も先月同様、前年に比べると売上が大幅に減少 している。特にエコカー減税対象車種以外は25~30% の減少となっている。
	その他専門店 [布地](経営 者)	お客様の様子	・催事について顧客を中心に土産物付きの案内状を出 したが効果がなかった。
	その他専門店 [書籍](経営 者)	販売量の動き	・立地条件にも左右されるが、来客数、販売量とも、 わずかに減少している。モバイル、インターネット等 情報入手方法の多様化で雑誌ばなれとなっている。
	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・平日の来客数が少なく、週末も以前に比べて減少し ている。
	一般レストラン (経営者)	単価の動き	・最近の当社売上高推移を見ると、来客数の減少には 歯止めがかかってきているが、単価の下落は続いてお り、売上は依然減少傾向にある。減少の対策として セール等の販売促進策をとっている。なお、客の話題 がエコポイントなどに偏りがあり、直接恩恵を享受で きない業種には厳しい経営環境が続く。
	一般レストラン (店長)	競争相手の様子	・あらゆる飲食業で値下げ競争が活発化しており、各 店宴会コースの値下げも目立ち集客が厳しくなってい る。
	スナック(経営 者)	来客数の動き	・当店を含め同業他社も売上が減少しており、状況は 悪くなっている。
観光型ホテル (支配人)	販売量の動き	・11月に入って売上が伸び悩んでいる。年末を控え、 出費を抑えている感がある。	
都市型ホテル (総支配人)	それ以外	・ホテルにおいて宿泊部門は好調をキープしている が、宴会・婚礼部門での予約状況が前年に比べ大きく 落ち込んでいる。	
タクシー運転手	販売量の動き	・売上は運賃の10%値上げを行った昨年比100%で推 移しているが来客数は減少している。リストラ等で1 人当たり売上は前年比10%の増加を保っているが状況 は厳しい。	

		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・販売商品のモデルが変わる時期であり、相当の買い控えが起こっている。また、消費量に比べ入荷量が少ないため売り逃がしも発生している。
		テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・来館者数の動向が伸び悩んでいる。
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・同業者によると、11月は今までになく売上が悪いという話である。また、景気が悪いのは当たり前前の状態となっており対応に苦慮している。
		美容室（経営者）	単価の動き	・11月は家電の駆け込み需要で美容室の来客に影響があった。
悪くなっている		スーパー（財務担当）	単価の動き	・競合店との低価格競争がますます激しくなっているため、客単価の前年割れが続いている。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・3か月前と比べ客単価が20～30円低下している。また、安価な商品の販売に対して売上は伸びており、客の低価格志向が顕著になっている。
		衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・行政による車道の路線数を減少させた交通実験の悪影響で、売上、来客数が半減している。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度が終了し、受注は前年比70%程度で推移している。
		乗用車販売店（サービス担当）	販売量の動き	・新車販売台数は、エコカー購入補助金制度が終了して前年の60～70%程度しかない。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・エコカー購入補助金制度終了の影響がかなりあり、販売台数も前年をかなり下回っている。
		住関連専門店（広告企画担当）	単価の動き	・多くの消費者は金を使うことをためらっている。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・宝飾品、眼鏡、時計を扱っているが、宝飾品の売上が特に低迷しており、年末商戦もあまり期待ができない。
	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・現在の中国問題、北朝鮮問題など旅行業においては、悪い状況になっている。	
企業動向関連	良くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・10月の状況を3か月前の7月と比較すると、水揚数量は1,042トン、水揚金額は3億2,100万円の増加である。その要因は沖合底引き網、中型巻き網、イカ釣り船、定置網の増加によるものである。また、前年同月と比較すると、水揚数量は1,037トン（前年同月比151%）の増加、水揚金額は1,420万円（前年同月97.9%）の減少である。水揚数量の増加要因は地元中型巻き網を除く全魚種が増加したことによる。また水揚金額は大・中型巻き網、県外中型巻き網の減少によるものである。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・夏後半から秋冬に向けて、売上強化のため新商品の販売促進を行った成果が上がっている。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・住宅への取得促進への諸制度の効果もあり、回復基調となってきた。ただ、社会全体は雇用不安や円高などによる景気の下振れ不安などもマイナス要素として大きい。
		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	・鉄鋼業向け及び焼却炉向けの工事案件の受注があり生産量は増加している。
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・部品サプライヤーの国内生産は概ね2直残業体制で操業している。円高で、受注先からのコスト削減要請は厳しいが、売上高、利益とも昨年を上回る水準で推移している。
変わらない		化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・今年度上期業績は昨年同期と比べ増収、減益である。国内外の需要が若干回復してきたものの円高の影響により減益となっている。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・特段の変化はみられない。エコカー向けは低調となったが、液晶パネル向けは調整が一服し堅調が続いている。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量はここ数か月横ばいで推移しているものの、生産能力の60%しかなく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	・海外向けの自社製品の売上はこれまで不振だったが、順調に注文が入ってくる様になってきた。国内向けは、売上の伸びが今一つだが回復傾向に向かっている。

	電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・依然として受注単価の改善がみえず好転の兆しが無い。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高等の懸念はあったが、受注量は上がる事はないものの順調に推移している。	
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建設業は本来最盛期のころだが、仕事量は少なく悪い状況のまま推移している。左官等の廃業もある。	
	建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・現場担当者の稼働率はほぼ100%となっており、現状としては景気が上向きと感じているが、工期が短い小口工事が多く先行きは不透明である。	
	輸送業（統括）	受注量や販売量の動き	・エコカー購入補助金終了前の駆け込み特需が終わり10月から現在に至るまで受注量にあまり変化はない。現在は来期の営業を考え日々顧客周りを行っている。	
	輸送業（運送担当）	受注量や販売量の動き	・運送業者の発送量が底ばいそのまま数が月が経過している。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・一時期、一部取引先において売上下落が止まりつつあるとの報告を受けたが、ここ数ヶ月の取引先の月次業況資料では大きな変動がみられない。特に、リース会社とのヒアリングにおいても、景気低迷が続き、中小企業の経営者は、設備投資に対する意欲が萎縮しているとのことで3か月前も同水準であり変化がない。	
	不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数、成約件数は横ばいである。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・製造業関係は秋以降徐々に受注量が増えてきているものの、相変わらず受注単価が厳しく業績の好転までには至っていない。また、エコポイントの影響をあまり受けられないサービス業や土木関連といった業界も今一つである。	
やや悪くなっている	食料品製造業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・年末の通販商品の動きが悪い。前年は11月の早期注文を5%割引で受けて反応が良かったが、今年はデータ比較時が7日違うものの前年比50%以下となっている。	
	化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売単価の値下げ依頼や競合他社との2社購買性導入申し出先が増加基調にある。	
	鉄鋼業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・エレクトロニクス材料関連の在庫調整や自動関連部材の受注が減少している。	
	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注の勢いが10月以前に比べ落ちてきている。客からも先行きが不透明、下向きという話が多い。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・エコカー購入補助金制度が終了し状況が悪くなっている。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・依然として新規受注は増えていない。	
	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・商談のなかで今期の設備投資に向けた商談が上期で一段落し、来年度の予算取りの前にコスト削減の提案を中心とした話題が増えている。	
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	・相変わらず商品の動きが鈍い。また綿材料単価がアップするものが続出している。	
雇用関連		-	-	
	良くなっている			
	やや良くなっている	人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・正社員の求人数が増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（支社長）	求人数の動き	・製造業の求人が増え回復傾向にある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・お土産関連会社が11月にパートを数人増やした。夏場に3人が辞め、そのままにしていたが、11月に現場がかなりハードになり、年末年始の需要期を迎えての増員である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・冬のボーナスが増えるとの回答が44.3%の企業からあり、製造業を中心に回復が見込める。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・10月の新規求人数は前年同月比で7.8%、前月比で4.9%増加している。特に一般求人の増加が目立っており、9月末から始まった新卒者の就職促進の奨励金制度の効果が大きい。	

変わらない	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・人材派遣部門の前月売上が久しぶりに前年同月比で100%を超え、当月も同様の見込みである。求人に関しては、相変わらず期間限定の派遣依頼が多いものの、受注数としてはまずまずの状況である。
	求人情報誌製作 会社(広告担 当)	採用者数の動き	・職種、業種によっては求人を行っている企業もあるが、一過性が強い印象で今後も右肩上がりに増加していくようには感じられない。
	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新規求人は前年同月比プラスで推移しているものの、基幹産業の製造業の求人が3か月連続で減少している。特にハードウェア製造業で家電エコポイント制度終了を控え、生産調整に伴う求人減少がみられる。
	民間職業紹介機 関(職員)	求職者数の動き	・相変わらず事業縮小のためのリストラは断行されており受け皿もない状況である。
	民間職業紹介機 関(人材紹介担 当)	求人数の動き	・昨年に比べれば求人数自体は増えているが、非正規雇用が多く、景気向上とは言えない。
	学校[短期大 学](学生支援 担当)	周辺企業の様子	・雇用に関する様々な政策の現場での実施状況をハローワーク担当者に確認してみたが、特に具体的な動きになっていない模様である。
やや悪く なっている	求人情報誌製作 会社(サイト運 営担当)	採用者数の動き	・採用者数の決定が遅れている。
悪く なっている	-	-	-