

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）	・商店街を訪れる人たちの会話などから、景気は良い方向に向かっている。
		百貨店（営業担当）	・テナント各店舗の店長も少し持ち直してきたという感覚を持っている。
		コンビニ（エリア担当）	・主力商品を中心に順調に回復している状況は変わらない。今後消費の拡大が望めるので、2月以降キャンペーンを軸に売上の拡大が期待できる。なおこのところ安売りが減少しており、利益面でも期待が持てる。
		コンビニ（エリア担当）	・売り方の工夫次第で商品は動くため、商品が動けば景気は上向く。
		乗用車販売店（副店長）	・各メーカーからの新型車、特に量販のコンパクトカーの発売や初売りなどで市場が盛り上がり、販売量が増加する。またその流れのまま2月中旬から3月決算商戦にかけて景気が良くなる。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・実施企画への反応が良く、12月24日までで売上が前年比で103%と先月に比べて5%上昇しており、購買意欲が向上している。
		一般レストラン（経営者）	・不景気も底を打った感があり、食事券などをセットにした日帰り旅行商品も動きが良くなってきている。
		都市型ホテル（従業員）	・2011年には山口国体が開催されるため特需に期待できる。
		通信会社（広報担当）	・人気のスマートフォンを引き続き予約のあった客へ渡していることに加え、冬モデルのラインナップも充実していること、更に新たなタブレット型端末も選択肢に加わったことで、積極的に新規契約を獲得し販売向上に努めていく。
	ゴルフ場（営業担当）	・3月になれば客の動きが回復するが、競合他社との競争が始まるため売上は芳しくない。	
変わらない		商店街（代表者）	・店舗の入替わりはあるものの、商店街全体の景気が沈下傾向である。
		商店街（代表者）	・中高年と若者層の購買の傾向が変わらない。
		商店街（代表者）	・12月には客に多少の購入意欲が感じられたが、現状の生活環境や政治動向の最悪さが反動要因となり、今後2、3か月先を含め今年の更なる厳しさにつながる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・地方の小さな町は少子高齢化が進み、年々活気が失われてきており、土日の街中は静まり返っている。この状況が継続するため流通業に関わる小規模商店は厳しい。すでに大型店や産直市場などへ客足が流れており、今後も変化はなく現状維持の状態が続く。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・店や企業の買い控えや経費節減が続くことから、やや悪いままで変わらない。
		百貨店（営業担当）	・客の選択に百貨店でしか購入できない商品は百貨店で、日用品はディスカウント店等という二極化傾向がより鮮明となる。
		百貨店（販売促進担当）	・初売り商戦が近づいているが、福袋、セール商材のメーカー在庫が減らされているため、手配するのが難しい状況が継続するとともに、価格だけでは購買決定につながらず、一気に商況が上向くことはない。また郊外の大型ホームセンターの開店も商戦に影響を及ぼす。
		百貨店（売場担当）	・直近3か月は好調であるが、その要因は前年大幅に数字を落していたことがあるため、決して楽観視はできない状況である。好調な商品群も単価は若干落ちており、クリアランス商戦に突入するなかで、単価低下の傾向はこれから顕著に出てくるうえにセール在庫は大手ほど少なく、1月後半は売上が失速する。
		百貨店（購買担当）	・政治施策での給付金や子ども手当の増額等の影響で、客は金を消費に回す気持ちが高まっている。消費に対する客の姿勢は前向きであるが、今後の景気は今年同様良くも悪くもならない。
		百貨店（電算担当）	・冬物婦人衣料が牽引して店全体の売上は前年比で0.1%伸びており、特に正月用の掛け軸が34%の伸びを示している。これだけ見ると低下が止まっているが、歳暮売上は10%低下しており、依然消費が冷え込んでいる。
		百貨店（営業企画担当）	・現在に比べ大きな変化はない。
		スーパー（店長）	・販売点数が前年比を大きく下回る状況が半年以上続いている。客も生活防衛意識が鮮明で、今後もこの傾向が続く。
スーパー（店長）	・景気が良くなるか悪くなるかの要因が見出せない。		

スーパー（業務開発担当）	・近隣の会社の賞与も出そろったが、前年割れのところが多く、客からは節約や切り詰めなどの声ばかり聞こえてくる。テレビ番組で海外旅行や都会のにぎわいが放映されるが、他国の出来事のようなものである。
スーパー（管理担当）	・11月は売上と来客数で共に前年を割る実績で終わったが、12月現在では持ち直し感が出ている。この先2、3か月はこの繰り返しとなる。
スーパー（営業システム担当）	・前年と比べても目立った増加も減少もない。このまま行けば前年同様かもしくは緩やかな増加傾向になる。
コンビニ（営業担当）	・たばこの売上高は改善傾向にあるが、販売数に関しては依然前年割れ傾向が続き、来客数も減少する。
衣料品専門店（店長）	・先が見えない経済状況で、2～3か月後も不透明である。
家電量販店（店長）	・エコポイント制度の変更があったため、先月からの反動で、販売量が大きく低迷している。現状は当業界の市場を動かすだけの要因はみつからず、しばらくは現在の悪い状況からの横ばい推移が続く。
乗用車販売店（経営者）	・明るい材料がない現状では好転は難しい。
乗用車販売店（営業担当）	・先行き不透明である。
自動車備品販売店（経営企画担当）	・大きく変わる要素はなく、引き続き厳しい状況が続く。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・当分この景況は続く。経済規模が縮小し全ての市場は調整が進み落ち着いていくが、既存のカテゴリーでの成長はない。小売業では新しいサービスや商品が創造されれば、そこに新しい市場ができてくる。
その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・急激な上昇が見込まれるような要素が見当たらない。
一般レストラン（経営者）	・消費者の収入の低下が徐々に進んでいる。来客数減少に加え客単価の低下も進み、デフレスパイラルの状況に変わりがない。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・景気が良くなる話はなく、逆に悪い話が多い。また最近はお客の動きが変わる気配も感じられない。
都市型ホテル（スタッフ）	・宴会では直前での予約が増えているため、利用人数は増える感があるが、大きく伸びる要素は見当たらない。
旅行代理店（経営者）	・今の経済状況の変化が2、3か月で変化する材料が見受けられない。
通信会社（社員）	・サービス利用に関する新規問い合わせに変動がない。
通信会社（企画担当）	・例年明けには販売量が低下するが、地上デジタル化への残りの移行期間となり、年度末に小さい山になるため、若干の販売商機となり、景気が幾分回復する。
通信会社（通信事業担当）	・解約数は依然として多めに推移しているが、新規契約数が少し増えつつある。
通信会社（営業担当）	・好転する材料がみつからない。
通信会社（営業担当）	・今年7月の地上デジタル化完全移行を控えて新規加入の動きもあるが、それ以上に他社切替やアンテナ設置による解約も増加しており、しばらくはこの状態が続く。
テーマパーク（業務担当）	・閑散期になるため来園者の絶対数は減少するが、花にちなんだイベントの開催により、来園者数の前年比増を維持できる見込みである。
テーマパーク（管理担当）	・計画で予想した数字を下回り始めている。
テーマパーク（広報担当）	・団体客の動きが少し戻ってきている。また韓国からの観光客の増加も見込めるので、冬場の落ち込みをカバーできる。
美容室（経営者）	・他の業態同様、当業態も販売と技術との力のバランスを考慮して変更する必要がある。ただそれには時間がかかることから、景気回復には時間がかかる。
設計事務所（経営者）	・良くなる要因が全く見当たらず、今年には更に厳しくなる。
設計事務所（経営者）	・建築という大きな投資をするには長期的な景気見通しが必要になるが、先が読めない状況が続いている。近いうちに建築を取り巻く状況が好転する要因がみつからない。
住宅販売会社（従業員）	・客の来場数の停滞傾向が続いているものの、購買意欲までは停滞していない。
住宅販売会社（販売担当）	・展示場イベントへの来場者数が、前年に比べてマイナス傾向が続いている。
住宅販売会社（経理担当）	・新年になっても目新しい景気対策がないため、景気は横ばいで推移する。
やや悪くなる	一般小売店〔酒店〕（経営者） ・新年を迎え新年会が一巡すると例年通り暇な時期に突入するが、この時期を乗り切れるかどうか不安である。

	一般小売店 [印章] (営業担当)	・年末にもかかわらず企業からのゴム印、印鑑の注文が少なく、企業が前向きでないことがうかがえる。	
	百貨店 (売場担当)	・今春以降も相変わらず当店から撤退する取引先があとを絶たず、その穴埋め対応が優先されるため、増収できる攻めの品揃え計画への変更が難しい。	
	百貨店 (販売担当)	・今期は各取引先も生産量を減らしており、春先まで続くセール展開において早期にセール在庫がなくなってしまうため、春物の定価品展開を拡大しても前年実績のクリアは難しい。	
	スーパー (店長)	・景気の動向は悪くなるばかりで、客の様子からは買物するという購買意欲が全く感じられない状況で、良くなることはない。	
	スーパー (販売担当)	・少人数の家庭が増えているほか、平日は必要なもののみ購入し、休日に郊外の量販店等でまとめ買いをする客が増加している。	
	衣料品専門店 (地域ブロック長)	・現在の状況では客を呼ぶことは難しい。3か月先に新たな制度もないので、来客数が減少し単価的にも厳しいため、全体的にやや悪くなる。	
	衣料品専門店 (地域ブロック長)	・前月及び前々月の売上不振が冬物衣料の在庫過剰となり、見切り処分が増加しているため、業績が悪化する。	
	衣料品専門店 (販売担当)	・来客数が減少することで単価が低下する。	
	家電量販店 (店長)	・エコポイント制度は継続しているが、客の多くは11月に購入しており、今後2～3か月は厳しい状況となる。	
	乗用車販売店 (店長)	・販売台数は前年を割り込む状況で、客の動きも鈍くなっているため今後の期待ができない。	
	その他専門店 [布地] (経営者)	・年金の減額等により、客の中心が高齢者の当店にとって、今後良い材料が見当たらない。	
	高級レストラン (スタッフ)	・予約が前年に比べ若干下回っている。	
	一般レストラン (店長)	・景気はどんどん悪くなる一方である。忘年会の単価や件数が共に減少しているため、新年会も期待できない状況にあり、更なる単価の落ち込みが懸念される。	
	観光型ホテル (スタッフ)	・昨年ベースよりも落ち込んでいる。	
	観光型ホテル (支配人)	・12月以降の入込みが極端に悪い。	
	都市型ホテル (支配人)	・景気が最も停滞する時期であり、各種プランの販売で客室部門の稼働率を上昇させても、宴会部門での売上が低迷すれば全体としての景気は良くならない。	
	都市型ホテル (総支配人)	・観光客の入込み状況が低調に推移している。	
	競艇場 (職員)	・1月末に向けては売上が増加するが、2～3か月後は売上が見込めるレースがないため厳しい状況となる。	
	美容室 (経営者)	・12月は他の月より売上が伸びるのが普通だが、それを過ぎると例年以上に厳しい状況になる。	
	設計事務所 (経営者)	・給与などの待遇がしばらく改善する気配が見えないため、しばらくは回復が厳しい。	
	悪くなる	商店街 (代表者)	・客は定価の商品は購入せず、値下げ商品やサービスポイント商品等を購入しており、デフレ傾向が顕著になっている。あるものをあるときにより安く、より長く使えるものを買うという意識がうかがえる。今後政治的にも経済的にも明るい見通しが立たない閉塞した状況では売上の増加は望めない。
		一般小売店 [茶] (経営者)	・急に寒くなり雪も降るようになってきたので、更に人出が減る。
		スーパー (財務担当)	・今後も競合店の低価格競争により、客単価の前年割れが続く。
		衣料品専門店 (経営者)	・商店街の同業者のみならず他業種でも閉店に歯止めがかからない。
		家電量販店 (店長)	・1月以降エコポイント制度の変更に伴い、対象商品、特に薄型テレビの販売量減が予測され売上の減少となる。
		乗用車販売店 (統括)	・エコカー購入補助金が終了し、月を追うごとに前年比較でますます売上状況が悪くなっている。
		住関連専門店 (広告企画担当)	・金をすぐ使う必要があるものにしか使わない雰囲気があるため、どの業界も全てが良くなることはない。
		美容室 (経営者)	・景気が現状のままだと財布のひもがより固くなり、頻繁に来店する客が減少する。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	○	○
		木材木製品製造業 (経理担当)	・力強さはないが足元の景況感が継続する。
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	・地元の有力メーカー以外に数社からの受注が期待できる。

	通信業（営業企画担当）	・取引先から来年度に向けた設備投資に関する見積依頼が年末まで相次いでおり、年明けも引き続き同様の流れが続く。
	会計事務所（職員）	・先月あたりから製造業は徐々に忙しくなっている。年明けから年度末にかけての受注見積が増加してきており、関連業界の売上高は前年を上回る。
変わらない	農林水産業（従業者）	・11月のイカ漁が好調だったが、全体では水揚げ数量は前年並みで、売上金額は1億円の減少となっている。
	食料品製造業（総務担当）	・現状では生産量の絞り込みが限界にきており、欠品が続いている。今後はその見直しを行って客の声に応えることが必要だが、内部での対策は夏場以降となる。
	食料品製造業（業務担当）	・商品価格の下落はこれ以上は起こらないと思われるが、個人消費では客が必要なものしか買わない傾向が続き、他社商品との差別化なしには生き残れない。
	繊維工業（統括担当）	・閉塞した低迷状況からの早期脱却が望まれるが、簡単には変わらない。
	化学工業（総務担当）	・石油石炭税の増税により製品コストへの負担が増加し、業績への影響を受ける。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口案件の受注も見込めず、現在水準の生産が継続する見込みである。
	非鉄金属製造業（経理担当）	・特段大きな動きが見込まれていない。
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・北米を中心とした海外向けの自社製品に順調に注文が入ってきているが、円高による為替のリスクが懸念される。
	電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が上半期の好調な状況に戻る見込みがない。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・受注動向次第である。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・顧客は大型新製品がないものの海外生産が好調であるため、受注量としては横ばいが見込める。しかしながら好調であるがゆえに現地調達という可能性も否めない。
	建設業（経営者）	・今後景気が回復する大きな要因はなく、悪い状況が継続する。
	建設業（総務担当）	・景気が回復に転じるとしても、材料費等の原価が上昇し利益を圧迫する。
	輸送業（統括）	・向こう3か月間の各顧客の情報を検討すると明るい兆しがみえてこない。他県の顧客や県内の一部の顧客で設備集約の話があるが、その内容に応えられる物件がなかなかみつからないので苦労している。
	輸送業（運送担当）	・地方では景気回復の特効薬でもない限り、現状はなかなか回復しない。
	金融業（自動車担当）	・新興国向けの需要が堅調さを維持し、国内需要の低迷をカバーすることで、全体では現状程度の生産量と利益を確保する。
	金融業（営業担当）	・新聞報道では大企業の損益改善のニュースが流れているが、地域の中小企業に恩恵はみられない。取引先に対する融資相談において、設備投資、増加運転資金のニュースはほとんどなく、足元の運転資金をどのように調達するかの話が大半である。多くの中小企業が消費低迷により減収を余儀なくされており、減収打開のため方策を尽くすが、効果が現れたという話を聞く機会は少ない。地域を支えている中小企業の経営陣からのヒアリングでも、景気回復に向けた前向きな発言は少なく、今後3か月間も大きな変動なく景気が推移する。
広告代理店（営業担当）	・景気が上向く材料が全くと言って良いほど見当たらない。	
コピーサービス業（管理担当）	・外部環境に変化が感じられず期待できない。地道に営業展開を図ることしかできないが、人材を投入しても長続きしない。新しい人材を投入すべく募集をするが人は来ず、本当に不況による就職難の時代なのか不可解である。	
やや悪くなる	化学工業（経営者）	・主要取引先からの今後四半期の受注予定が見直しされ、下方修正先が出てきている。
	鉄鋼業（総務担当）	・明るい材料が少なくなっている。仕入値は値上り見込みであるうえ、売値は客先からの値下げ圧力が強く収益が悪化が見込まれるほか、販売数量も現在より増えることはない。
	鉄鋼業（総務担当）	・民間の活力が衰退しているなか、政府の景気刺激策に展望が感じられない。
	金属製品製造業（総務担当）	・競争激化による得意先からの値下げ要請や原材料価格の高騰懸念があり、状況は昨年よりもっと厳しくなる。

		その他製造業 [スポーツ用品] (総務担当)	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内はもとより海外からの材料や部品の値段が高騰している。原料価格の上昇や人件費の上昇率が大きく変動しているなかで、製品価格は低下傾向となっている。</li> <li>今年製品価格の値下げをする話がある。</li> </ul>
	悪くなる	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社 (営業担当)	<ul style="list-style-type: none"> <li>依然として求人状況が回復したとは言いがいた状況が続いている。景気が上向いていると実感している経営者は少ないが、停滞している今の状況が長く続いているため、良くなることへの希望的な観測が強い。</li> </ul>
		人材派遣会社 (支店長) 職業安定所 (職員)	<ul style="list-style-type: none"> <li>1～3月の期間において派遣先より契約を終了する話が昨年度と比較して減少傾向にある。</li> <li>新卒者就職促進の奨励金制度の新設により、若年者層向けの一般求人は増加傾向にある。また心配された円高による影響は現在のところさほどでもなく、好調な輸出に支えられた製造業や人手不足の介護福祉関係で求人意欲が高い。</li> </ul>
	変わらない	人材派遣会社 (支社長)	<ul style="list-style-type: none"> <li>正社員の求人数は徐々に増加傾向にあるが、製造業を中心に生産拠点を海外へ移管する動きがあり、国内の雇用がどうなっていくか不透明である。</li> </ul>
		人材派遣会社 (営業担当)	<ul style="list-style-type: none"> <li>派遣依頼をした企業も忙しさがどこまで継続するか見極められておらず、相変わらず先行きは不透明である。現契約は年度末までのものが多いため、年度末までは景気も現状が維持される。</li> </ul>
求人情報誌製作会社 (広告担当)		<ul style="list-style-type: none"> <li>雇う側は引き続き新卒者では優秀な人材、中途採用者では即戦力となる人材の獲得に向けて積極的な活動を続けていくが、特に新卒者の採用活動を本格的に行う企業はすでに媒体への掲載を済ませており、2、3か月後に新たに予算を確保して採用活動をスタートさせる企業は極端に減る傾向にある。</li> </ul>	
民間職業紹介機関 (職員) 学校 [短期大学] (学生支援担当)		<ul style="list-style-type: none"> <li>雇用関係は多少改善に向かうが、景気を左右するほどのインパクトは生じない。</li> <li>求人情報数、就職内定率には昨年同時期と比べて大きな変化がない。</li> </ul>	
やや悪くなる	職業安定所 (職員)	<ul style="list-style-type: none"> <li>新卒者とりわけ高校生の状況が厳しい。例年は複数社から内定をもらった大学生が、就職先以外の企業を辞退した際、採用枠を高校生が埋める動きがあった。しかし今年は大卒も就職状況が厳しく辞退者が少ないため、高卒求人の提出が少なくなっている。</li> </ul>	
	職業安定所 (職員)	<ul style="list-style-type: none"> <li>新年度の事業計画を作成するに当たり、先行きの仕事量が不透明なため、公共工事が減少する建設業、輸出関連企業は円高の影響がある製造業、消費意欲の減退により売上の伸びない小売業の企業から、生産調整や雇用調整を検討せざるを得ないとの話も聞かれ、先行きの雇用意欲が弱い状況にある。</li> </ul>	
	悪くなる	—	—