

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	乗用車販売店（業務担当）	・新商品の投入、エコカー減税の延長、エコカー補助金の復活が濃厚となり、市場が追い風になる見込みである。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金が復活する見通しで、景気が良くなる。
	やや良くなる	コンビニ（エリア担当）	・ディスカウント業界をはじめとして、今後当地域に出店があるため地域全体での販売量は伸びるが、既存のコンビニエンスストアや量販店は厳しくなるので、売上は一時的に上昇した後に横ばいになる。
		乗用車販売店（統括）	・エコカー補助金が復活する見通しで、良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・今まで購入を控えていた客が動き出しているため、今後は良くなる。
		乗用車販売店（店長）	・減税の延長とエコカー補助金復活の話題は非常に大きく、間違いなく景気は良くなる。
		乗用車販売店（副店長）	・エコカー補助金が復活する見通しで、追い風となる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・地元が舞台となる大河ドラマの影響が出て良くなる。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・気温の低下が遅れた影響によりセールの需要が長期化する。
		一般レストラン（経営者）	・現在これ以上ないほどに景気が悪いので、今後少しは回復する。
		一般レストラン（経営者）	・今冬の賞与額目減り部分は年末年始の消費で調整し、新年度を迎えるころには地域的不安定感も収まり、雪解けとともに消費意欲や消費機会が増加する。
		テーマパーク（業務担当）	・冬季閑散期であるが、関心の高い花に関する展示や利用者が増加している貸自転車の冬季料金サービスを展開して来園者数を確保する。
		テーマパーク（広報担当）	・3月に実施するイベントの団体ツアーが多数企画されており、団体客が増加する。
		設計事務所（経営者）	・住宅エコポイントの再開と消費税増税論議が出てきたことで、住宅工事の前倒し着工が起きる。
	住宅販売会社（経理担当）	・短期的には住宅エコポイントや住宅ローン減税、贈与の特例などの景気対策により景気が持ち直す。	
	変わらない	商店街（代表者）	・客は必要以上に買物をしない傾向が強まっており、購入量を最低限に調整している様子が見えるため、今後も厳しい状況が続く。
		商店街（理事）	・卒入学の時期なので売上は伸びるものの、景気が良くなる状況にはならない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・地域の高齢者人口の減少により、小規模小売店は厳しい状況であるが、正月用品の販売等は例年と変わらない感触である。新年も低調ながら現状維持で今よりは悪くならない。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・地元の客は財布のひもが固く、今後もこの傾向が続く。
		百貨店（営業担当）	・寒くなりすぎるとミセスゾーンを中心に来客数が減るが、冬らしい気候が続いているのでクリアランスセールは好調に推移する。
百貨店（営業担当）		・今後2～3か月はアウトレットモールのオープンが大きく影響するので、客足が一巡するまでの期間は耐えるしかない。アパレル以外の雑貨、サービス系への影響はあまりないのが救いである。	
百貨店（販売促進担当）		・今後も節約、低価格志向は継続する。冬のセールや正月福袋商戦もスタートするが、以前のようなプラス購買は期待できず、大きく景気が回復する気配はない。	
百貨店（売場担当）		・1月からのクリアランスセールは商材が充実しており、震災復興需要も見込めることから、全般的に前年並みで推移する。	
百貨店（購買担当）		・クリアランスセール商品と来春を見越した衣料品の梅春物が出てくるが、アパレル業界も厳しく梅春物で出す商品が減っている。ぎりぎりのタイミングでものづくりが行われているため、ほとんどがセール商品の投入に切り替わっており、3か月後のことは不透明である。	
百貨店（電算担当）		・12月上旬は売上が好調であったが、中旬になると減少している。収入の格差が広がっていることから、客は必要なものだけを購入する一方、催事によっては高額な美術品が好調であり、全体的な景気に変化はない。	
百貨店（営業企画担当）	・景気のコト入れ策が具体的に出ないと、自助努力での改善は困難な状況である。		

スーパー（店長）	・良くなる材料も悪くなる材料もないので変化はない。
スーパー（店長）	・商用月である12月に期待をしていたが、販売点数、来客数ともに3か月前とほぼ同じであることから、今後も同じような状況が続く。
スーパー（店長）	・商圏人口が増加する見通しもなく、気候に左右されてヒット商品もないなど、今のところ売上が上向き要素がない。
スーパー（店長）	・景気向上の要素はないが、今後省エネやエコに関する商品に限っては売れる。
スーパー（総務担当）	・催事の際でも客は必要なものだけを購入しており、必需品の動向も落ち着いているため、今後も変化はない。
スーパー（管理担当）	・11月までの3か月間は来客数、客単価ともほぼ前年並みで、12月も上がらず下がらずの状態である。来春にはディスカウント店出店の情報もあり、販売価格低下の状況も否めないものの、当面変化はない。
スーパー（営業システム担当）	・クリスマスは天候に左右された結果となったが、全体的に前年よりも良い結果が出た。催事に関しては買い渋りがあまりみられないことから、使うときは使うが締めるときは締めるという状態がしばらく続く。
コンビニ（エリア担当）	・季節商材の動きは昨年並みであり、大きな増減はない。来客数や商品の動向からしばらくは現在の状況が続く。
コンビニ（副地域ブロック長）	・来客数が回復する要因が見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。現政権の経済政策にも期待が持てない。
衣料品専門店（経営者）	・景気は少し回復しているものの、消費税増税のニュースが流れると今後の売行きに不安がよぎる。
衣料品専門店（販売担当）	・3か月後も来客数や売上に変化はない見込みである。
家電量販店（店長）	・シングル需要が見込まれるものの、1人暮らしをする客が減少しているため期待できず、その他に好転する要素が見当たらない。
乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金導入の見通しで買い控えの動きがある中で、施行までは苦しい状態が続く。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・現状では商いが成り立つ状況でないうえに、3か月後も景気は浮上する見込みがない。
その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・増税など厳しい材料しかなく、現状のまま推移していく。
高級レストラン（スタッフ）	・予約状況を見るとまだ景気の見通しは不透明である。
一般レストラン（店長）	・新年の宴会は厳しい状況にあり、その後も引き続き客単価が上昇しない。
スナック（経営者）	・景気対策を早急にしない限り景気が悪いままである。
その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・景気が良くなる様子がなく、厳しい状況が今後数か月は続く。
観光型ホテル（スタッフ）	・大河ドラマの効果が出てくる可能性がある。
観光型ホテル（支配人）	・現時点の入込は前年比でマイナスだが、宿泊部門が比較的好調で、大河ドラマの放映もプラス材料になる。
都市型ホテル（スタッフ）	・新年会の予約も芳しくなく、昨年と比べて減っているため、今後も厳しい状況が続く。
都市型ホテル（総支配人）	・来客数は前年を上回るが、宴会については景気を反映してか少人数化、低単価化の傾向にあり、販売額としては大きく伸びない状況が続く。
タクシー運転手	・客の様子からは人の動きが良くなる状態ではない。
通信会社（社員）	・客の問い合わせや申込みに変動がないため、今後も状況は変わらない。
通信会社（営業担当）	・客の様子に良くなる材料が見当たらないため、今後も状況は変わらない。
通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送全面移行後の低位安定状態から抜け出せるきっかけが見当たらない。
通信会社（総務担当）	・年末にもかかわらずいつもと差異がなく、今後の需要に好況が望めない。
テーマパーク（管理担当）	・来客数が変動する要因がなく、今後も変わらない。
競艇場（職員）	・12月のレースの売上が他の月より良く、2月初旬から始まるレースでも同様の収益が見込める。
美容室（経営者）	・美容業界は全国的に不景気になっているため、様々な方法で集客を試みるもあまり大きな効果はない。今後は常連客からの紹介や話題になるような地道な活動をして、少しずつ来客数を増やすしかない。

		<p>その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）</p> <p>設計事務所（経営者）</p> <p>住宅販売会社（販売担当）</p>	<p>・サービス利用者の景況感が変化の様子はなく、何か特別なきっかけがない限り今後2～3か月で景気が変わることはない。</p> <p>・住宅エコポイントの復活などがあつたが、それらのメリットが年度初めの半分ほどに減っているので、特別なけん引材料になっていない。</p> <p>・住宅の販売価額は消費税率にかなり影響を受けるため、客が消費税率の動向を見極める期間は住宅購入も模様眺めの状況となる。</p>
やや悪くなる		<p>商店街（代表者）</p> <p>商店街（代表者）</p> <p>商店街（代表者）</p> <p>商店街（代表者）</p> <p>百貨店（売場担当）</p> <p>百貨店（販売担当）</p> <p>スーパー（業務開発担当）</p> <p>スーパー（販売担当）</p> <p>コンビニ（エリア担当）</p> <p>家電量販店（店長）</p> <p>家電量販店（店長）</p> <p>自動車備品販売店（経営者）</p> <p>住関連専門店（営業担当）</p> <p>その他専門店〔海産物〕（経営者）</p> <p>一般レストラン（外食事業担当）</p> <p>タクシー運転手</p> <p>通信会社（通信事業担当）</p> <p>設計事務所（経営者）</p> <p>住宅販売会社（従業員）</p>	<p>・経済が先行き不透明なので、景気が良くなる要素がない。</p> <p>・1年で最も盛り上がる12月でこの程度なら、今後に期待はできない。</p> <p>・来街者の数は減っていないが、購買意欲がなく、本当に必要なものしか買わない傾向が顕著である。</p> <p>・消費税増税等の政府案が通れば景気が低迷し、売上を確保することが今以上に困難となる。</p> <p>・近隣地域で大型企業の撤退や工場の生産規模縮小が発表されて地域の雇用情勢が悪化しており、今後の消費動向に及ぼす影響が大きい。</p> <p>・オープンしたショッピングモールは県内初の商業施設ということもあり、これからの数か月間は当店への来客数は厳しいものになる。</p> <p>・域内の大手家電メーカーの事業所閉鎖により退職者が出たり協力工場の存続まで懸念されるため、最初に節約される食料品は影響を受ける。</p> <p>・価格を抑えて中身を減らす傾向が強いが、客は減った分を買い足すことはしないので、必要とされる量も減っており、消費は伸びない。</p> <p>・店舗正面道路拡幅工事の影響で駐車場の利用が制限され売上が減少する。</p> <p>・テレビの販売ウエイトが低下しているうえに消費税増税の流れがあり、ユーザーの節約志向も強くなっているため、販売店にとってはサバイバル時代であり、今後は厳しい状況に陥る。</p> <p>・エコポイント需要の反動とアナログ停波の需要をカバーする商品がなく、特にテレビの単価下落の影響は大きく、来年も厳しい状況が続く。</p> <p>・消費税増税問題、円高、欧州の信用不安など良くなる要素がなく、消費マインドを冷えさせるには十分である。</p> <p>・3か月後も客の購入単価の低下が続く。</p> <p>・観光はオフシーズンということもあるが、団体客も減少しており、今後も景気は良くならない。</p> <p>・増税に対する不安が募り貯蓄に回るので、客単価が低下する。</p> <p>・サラリーマンの給料やボーナスが減り、高齢者の年金も若干減る見込みであるため景気はやや悪化する。</p> <p>・大手による無線を使った新サービスの開始などの外部要因に伴い、しばらくは厳しい状態となる。</p> <p>・年をまたいで受注中の物件が消化され、新たな受注もないことから今後の仕事量は減少する。</p> <p>・客が景気に対する不安を口にしている状況である。</p>
	悪くなる	<p>スーパー（店長）</p> <p>スーパー（販売担当）</p> <p>スーパー（財務担当）</p> <p>タクシー運転手</p> <p>ゴルフ場（営業担当）</p>	<p>・来春の競合店オープンで近隣店舗の販売促進が激化するため、自社競合も含めて熾烈な集客合戦となる。</p> <p>・当店が入居している商業施設が閉館するので、今後の地域の振興、商圈の集客に影響を落とす。</p> <p>・ディスカウント店の新規出店による価格競争と、正月以降の消費者の節約により、来客数や客単価が減少する。</p> <p>・景気が良くなる要因がないため、今後更に悪化する。</p> <p>・2～3月の来客数は天候に左右されて減少し、例年と比べて予約数は変わらず悪い状況となる。</p>
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・年度末までは忙しい状況が続く。
	やや良くなる	<p>食品品製造業（総務担当）</p> <p>輸送業（支店長）</p>	<p>・3月に価格改定を行うので、それが売上に響くという不安要素があるものの、売上目標を高めに設定しており、それだけの注文が1月に入ってきそうである。</p> <p>・受注量が増加していることから、今後は良くなっていく。</p>
	変わらない	非鉄金属製造業（経理担当）	・エコカー向け素材は好調だが、電子機器向け素材はやや低迷しており、全体としての動きがみえない。

		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内市場の冷え込みと海外向けに対する円相場悪化の影響が長期化し、自社製品の売上は厳しい状況が当面続く見通しである。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・グループ会社全体が事業再編の途上にあるため、まだ変化はない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・政府の具体的な円高対策効果が現れてこないため、先行き不透明感は否めない。
		建設業（総務担当）	・得意先の改築等の計画が一段落する一方、予測が立つ大口工事の計画が乏しく先がみえない。
		輸送業（業務担当）	・景気が良くなる材料が見当たらない。また来期の予算作成時期に来ているが、予想が厳しく現状維持が精一杯であるため、将来の見通しも変わらない。
		通信業（営業企画担当）	・客の事業コスト削減につながる提案案件が増加しており、新規投資に関する提案件数が減少している。
		金融業（営業担当）	・当地での国体も終了したため、スポット的な売上を期待できる新たなイベントがない。地元中小企業経営者は低い単価での取引を求められており、当地の景気を支える中小企業の業績回復にはほど遠い状況にある。その一方で船舶・漁具メーカー等の業種では、第3次補正予算成立以降震災特需に関する動きがみられ、一部の業種では業況回復に明るい兆しがある。ただ新たな設備投資を行う企業はなく、3か月後も景気は横ばいであり、改善が見込める状況にはない。
		広告代理店（営業担当）	・今後も広告販売量にはさほど伸びがないため、状況にあまり変化はない。
		コピーサービス業（管理担当）	・1～2月は年間を通して受注量が少ない時期であるが、円高、消費税増税議論、欧州の信用不安等により内需はますます冷え込み、受注量は減少する。
	やや悪くなる	化学工業（経営者）	・取引先から受注量の減量見直しの提示が散見され、生産量の減量調整を余儀なくされている。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け工事案件と各地のごみ焼却炉の生産が一段落すれば生産量が減少する。
		鉄鋼業（総務担当）	・客の生産動向が悪化しており、主力顧客である自動車メーカーの生産台数計画が毎月、前月比で下方修正が入っている。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・主要客からの発注内示が大きく減ってきている。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・相変わらず円高や国内の消費の低迷がある一方で、消費財の値下がりがなく、コストの値下げ、公共料金の値上げなど全く良い材料が見当たらない。
		建設業（経営者）	・年度末に向かうなかで公共工事の新たな発注も見込まず、民間の景気も悪化する。地元大手工場の爆発事故復旧工事も中央のプラント関係企業には発注が行くが、地元企業にはその期待が持てない。また隣接市での企業撤退で春以降数百人規模の失業が発生し、消費マインドは最悪になる見通しであり、全般的に当該地域の景気は更に落ち込む。
		輸送業（総務担当）	・市内の大手製造メーカーの経営統合に伴い、これまで行っていた業務量が減っている。またそれに関連する企業も大きな影響を受けており、この状況はこの先もしばらく続く。
		金融業（自動車担当）	・円高定着の状況は当面変わらず輸出の低迷が続く、生産水準は下方修正を余儀なくされる。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・節約傾向が薄れる気配がなく、商品価格は下がる一方で、更に原料高が続いていく。
		金属製品製造業（総務担当）	・鉄鋼原材料価格は上昇傾向にあるものの、大幅なものにはならない。しかしフル生産で対応していた受注量が1月には90%、2月には75%に減少する見込みである。生産にはOB等に協力してもらっていたが、先々の見通しを踏まえて雇用の再検討をしなければならない状況である。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが更に悪化する。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・海外との価格競争に太刀打ちできていないので、価格改善ができないなら国内から海外発注に取って変わる可能性が大いにある。
雇用関連	良くなる	職業安定所（職員）	・円高の影響で輸出関係の製造業は引き続き求人意欲が低いですが、年度末を控え工事量の増加が見込まれる建設業、慢性的な人手不足の医療・介護関係、通販のテレホンサービスが見込まれるサービス業、年末年始の販売商戦がある販売業などで求人意欲が高くなる。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（支社長）	・タイの洪水による影響に見通しが立ってきたなかで、新卒採用では団塊の世代の退職補充ニーズ、中途採用では継続する震災復興ニーズの影響で、採用は増加傾向で推移する。

変わらない	人材派遣会社（社員）	・政治状況も不安定ななか、求人数、求職数とも例年通りの水準で推移しており、3か月先も政治状況に関係なく同様に推移する。
	人材派遣会社（営業担当）	・例年、年度末に見られる自動車関連企業からの派遣依頼は見込みが薄い一方で、流通小売業など内需型産業からの依頼件数は増えてきているが、求人総数は横ばいで推移する。
	人材派遣会社（支社長）	・今後2～3か月先に正社員の転職希望者数が増加するマーケット要素が見当たらない。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・採用スケジュールが多少不透明となる面が出てくることは否めないが、各社とも採用意欲は維持しているため、例年通りの採用予算を取って採用活動を行っていく予定である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・10月の県内の景気動向指数は前月より低下し、全国順位は25位に後退した。上昇したのは建設、小売、サービスの3業種で、不動産、製造、卸売、運輸の4業種は悪化している。円高などの影響で景況感は停滞気味で、先行きを厳しく見通す企業が多い。
	職業安定所（職員）	・11月に管内の大手石油会社の事業所が石油精製からの撤退を発表したり、隣接地域では工場の閉鎖により500人以上の解雇者が出ることで発表されたりと不安定要因が増えている。現在その影響は出ていないが、先々の見通しが立たない状況である。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・特に大きく変わる要因が見当たらない。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・全業種で求人が停滞しているなか、県内で大規模な企業撤退や解雇の計画が出ており、現状に追い討ちをかける状況のため、各企業の見通しは更に不透明となるとの声が多い。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内の従業員500人規模の大規模工場で、来年5月以降工場閉鎖や事業停止を公表している事業所が3社あり、年明けからはこの動きがさまざまな局面に影響を与えるため、景気の足を引っ張るのではないかと危惧されている。
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・地元主要企業の電機メーカーのリストラが進行中であるほか、円高の影響が色濃く、多くの企業で求人意欲が冷え込んでいる。
悪くなる	-	-