

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<br>動向<br>関連     | 良くなる  | 百貨店（売場担当）                                  | ・新規オープンの大規模ショッピングセンターに勤務することになったが、平日の夕方までは主婦や友達同士で来店する客が多く、週末は家族連れの子が多い。また、飲食街が充実しているため、お昼時や夕方は長蛇の列で順番を待っている。地域初の出店なので、かなりの来客がこれから先も見込める。 |
|                    | やや良くなる  | コンビニ（エリア担当）                                | ・今後もタスポカードを作らずに、店でたばこを購入する客に期待ができる。   |
|                    |   | その他専門店〔カメラ〕（店長）                            | ・体質改善や品揃えの変更、系列店の業態変換を通して少し上向きになってくる。   |
|                    |   | 美容室（経営者）                                   | ・全体的には下降線にあるサロンはなくなってきているので、3か月先には採算の悪い店がなくなり、収益も良くなる。  |
|                    | 変わらない   | 商店街（代表者）                                   | ・商店街への新規開店も無く、通行する客が減少している。中心市街地の人口が減少傾向もあり、生鮮品を扱う小さな店が成り立たない状況になっているため。  |
|                    |   | 一般小売店〔酒店〕（経営者）                             | ・9月末に市議会選挙があり、街に活気が出るのではないかと。   |
|                    |   | 百貨店（営業担当）                                  | ・秋冬物の商戦がスタートし流れが好転するかもしれないが、現在の消費に対して全般的なマイナストrendがあり、これを覆す期待を持てるトピックスがない。  |
|                    |   | 百貨店（電算担当）                                  | ・客の財布のひもが固い。消費を促進する刺激が欲しいが、当面見当たらぬ。   |
|                    |   | 百貨店（購買担当）                                  | ・今年は猛暑がかなり長く続くという予想で、秋冬物の動きがどういう状況になるのかわからない。また、アパレル業界でも、今年のヒット商品というのが出てきていないので、先行き不安定な状況が続く。   |
|                    |   | スーパー（管理担当）                                 | ・同商圏内に競合2店がオープンし客の買い回りが多少見受けられるため、販売量の伸び悩みが続く。  |
|                    |   | コンビニ（エリア担当）                                | ・客の店舗の業態による使い分けは更に加速し、コンビニエンスストアではたばこだけ、など決めてからの購買シーンが見受けられる。異業種の競争・同業種の出店はこれからも続き、環境を厳しいものにしていく。   |
|                    |   | コンビニ（エリア担当）                                | ・5～6月とたばこの売上が増加している。この状況は来年の4月まで続くと思われるので変わらない。   |
|                    |   | コンビニ（エリア担当）                                | ・今の状況は若干のふれはあっても継続すると思われる。小さな市場での出店予定があるので、まわりの店の動向が気にはなる。売上自体のやや良い状態は今後も続くと思われるが、既存店のフォローが厳しい。   |
|                    |   | コンビニ（エリア担当）                                | ・5月からのタスポカードの導入で、今月もたばこを販売するコンビニは全般的に売上は上がっている。ただし問題なのは、来客数が伸びて他の売上も伸びれば良いが、たばこのみが売れて他の売上は微量に過ぎない。これはコンビニにとって一過性のものに過ぎず、全体としては良いとは言えない。   |
|                    |   | 衣料品専門店（地域ブロック長）                            | ・売出しも終わり閑散期に入る状況の中で、景気が現在より回復傾向になるとは考えにくい。  |
|                    |   | 家電量販店（店長）                                  | ・目の前に北京オリンピックという一大イベントが控え、それに期待するしかないのだがなかなか需要に結びつかず、現在の悪いままの状況が続く。   |
| 乗用車販売店（統括）         |   | ・7～9月は需要月であるので6月よりは良くなるが、前年と比較すると厳しい状況となる。 |   |
| 乗用車販売店（サービス担当）     | ・何か打つ手も無いまま、しばらくこのままの状況が続く。   |  |   |
| その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者） | ・物価の値上がり等、環境が悪すぎる。しばらくはこの状態が続く。   |  |   |
| 観光型ホテル（スタッフ）       | ・本来であれば、夏休みの動きも考慮する時期だが、いつも通りの動きが出るか心配である。ガソリンの更なる高騰は、今後の動きに大きくかかわってくる。   |  |   |
| タクシー運転手            | ・7月は民間企業の賞与等の動きもあるので、6月に比べれば多少は良いと思われる。ただし観光・開府400年祭・NHKの連続ドラマ等イベントは入るが、今年は売上が1月から6月まで前年比で約1割ダウンしており、非常に厳しいものになる。これから先、急速な景気の回復はない。 |  |   |
| 通信会社（社員）           | ・ボーナス時期となり、新規PC購入などによる通信利用が考えられるが、売上増までは至らない。   |  |   |

|                 |                                    |   |
|-----------------|------------------------------------|---|
|                 | 通信会社（企画担当）                         | ・ 値上げ傾向の中で、弊社サービスは価格の変動が少ない商品だが、顧客向けに価格対比の営業説明をすると、むしろ他社からの移行の機会が増えてくる可能性がある。その意味で、値上げをしなければ、販売量はむしろ期待がもてる。   |
|                 | 通信会社（販売企画担当）                       | ・ 市場が飽和状態であり、競合他社との競争も激しいことから、大幅な販売数の向上は見込めない。  |
|                 | 通信会社（総務担当）                         | ・ 大手通信事業者の攻勢等により、厳しい状況が続く。  |
|                 | テーマパーク（財務担当）                       | ・ 季節的要因を除いて考えると、ガソリンをはじめ諸物価の上昇等の影響も無視できず、景気にプラスとなる要因は見当たらない。  |
|                 | テーマパーク（広報担当）                       | ・ 県外客が動く時期になれば若干は回復すると期待している。ただし経営の安定化のためには地元客の確保が必要であり、長期的には悪くなる。  |
|                 | 設計事務所（経営者）                         | ・ 景気が良くなるとも思えず、消費者もしばらく様子見の状況となる。   |
| やや悪くなる          | 商店街（代表者）                           | ・ 中心市街地で商売をしているが、郊外に別の大型店ができた影響もあるし、更にまた近郊に別の大型店ができてきているということもあって、ジリ貧状態になっている。車社会ということもあり大型店は集客性があり、これが恒常化してくると中心部は今後とも苦戦をせざるを得ない。松江市中心部は、最近、観光客・一般市民含めて、食の仕事だけが好調のようである。 |
|                 | 商店街（代表者）                           | ・ ガソリンを始めとする物価高で、良い材料が全く見当たらない。良くなってほしいが、難しいのではないかと。  |
|                 | 一般小売店〔印章〕（営業担当）                    | ・ 商業施設内の店主会で、今年の目標を前年度と同じ数値にすることが決まった。これから厳しい1年になりそうである。  |
|                 | 百貨店（営業担当）                          | ・ 秋口も残暑が予想されており、秋物の動きが悪くなると思われる。各種値上げにより家計が圧迫され、婦人服購入は鈍化する。   |
|                 | 百貨店（営業担当）                          | ・ 食材やガソリン価格の高騰で、消費者は生活防衛型の消費になっていく。   |
|                 | 百貨店（販売促進担当）                        | ・ 中元の6月早期受注への前倒し、セール商品の適品不足、8月の盆帰省商戦の郊外ショッピングセンターへの顧客流出等、市場において景気の回復感は見えない。   |
|                 | 百貨店（販売促進担当）                        | ・ 少しでも良いから持ち直して欲しいという期待はあるが、生活に直結した食品等物価の上昇、周辺ショッピングモールにおける売上状況等を見ると、とてもすぐに売上が回復するとは思えない。しばらくはじっと耐えるしかない。   |
|                 | 百貨店（売場担当）                          | ・ ガソリン価格の高騰など、いろいろな商品の価格が上昇しまたエコ意識もあいまって、ますますせいたく商品や正価販売商品の売行きが鈍化する。  |
|                 | 百貨店（販売担当）                          | ・ ガソリン価格の更なる値上げや、諸物価の引上げなどにより、今後ますます消費者の購買意欲は低下する。  |
|                 | スーパー（店長）                           | ・ 地域最大店の新規店舗オープンによる競争の激化で、売上・粗利の確保が厳しくなる。また、更なる商品の値上げの影響も出てくる。  |
|                 | スーパー（店長）                           | ・ 今後原油価格の値上げに伴い、あらゆる商品の値上げが予想される。そうした中で、景気も後退せざるをえない。   |
|                 | スーパー（店長）                           | ・ 原材料の値上げで商品価格が値上がりしている。5%～20%強の値上げになっている。また、ガソリン代も値上げが続いているので、これから先は、消費の落ち込みが少しずつ見られるようになる。  |
|                 | スーパー（店長）                           | ・ 店頭に立ってみると、ガソリン等の生活に密着している物が値上がりしているなかでは、生活雑貨等の身の回りの物までお金が回らないという客の声をしばしば耳にする。このことから、当店のよう雑貨中心に取り扱っている店では、今後ますます厳しくなる。   |
|                 | スーパー（店長）                           | ・ ガソリンはまだ上がるような感じがあり、他の商品もそれに追随するように値上げになりそうで、消費も悪くなる。  |
|                 | スーパー（財務担当）                         | ・ 競合店の出店の影響及び価格上昇による買い控えにより、売上が減少する。  |
|                 | スーパー（経営企画）                         | ・ ガソリンを始めとする物価の上昇が家計を圧迫する。生活防衛意識は更に高まる。   |
|                 | スーパー（販売担当）                         | ・ 食料品の値上げや偽装問題等で、更に買い控えが進み、景気が悪くなる。   |
| 衣料品専門店（地域ブロック長） | ・ 7月にも競争店のリニューアルオープンがあるので、売上が減少する。 |   |

|               |  |  |
|---------------|--|--|
| 家電量販店（店長）     | ・ 諸物価の高騰により、大型家電製品などの耐久消費材の消費が鈍っている。オリンピックによるテレビ、録画機器の需要の高まりが一時的にあると思われるが、長続きはしない。                               |  |
| 家電量販店（店員）     | ・ 現在はオリンピック需要で単価も上昇しているが、3か月後はそれも終わり今月より悪くなる。  |  |
| 乗用車販売店（店長）    | ・ 新型車が投入されたので、来客数は増えたが、ガソリン等の価格高騰の影響により成約に結びついておらず、この状況が続く。  |  |
| 乗用車販売店（販売担当）  | ・ 今月は新商品効果が持続した形となったが、下旬に向かいその効果もやや下火となりつつあるので、良くなる。   |  |
| 自動車備品販売店（経営者） | ・ 今後も諸物価、特にガソリン価格の上昇が見込まれるため、客の動きに悪影響を与える。   |  |
| その他小売（営業担当）   | ・ 各種の物価上昇に伴い、購買意欲の減退が進む。   |  |
| 高級レストラン（スタッフ） | ・ ここ1～2か月は昨年と同じような予約状況だが、3か月先は昨年よりも予約が少なく、あまり良い状況ではない。   |  |
| 一般レストラン（店長）   | ・ 宴会予約コースの値上げも考えており、厳しい状況が続く。恒例のビアガーデン対策（生ビールフェア）もわずか3日と今年は短縮せざるをえない状況である。                                       |  |
| 一般レストラン（店長）   | ・ 景気の先行きが不透明であり、客はボーナスが出たからといって消費するよりも貯蓄に回すと思われるので、来客も伸び悩む。  |  |
| 都市型ホテル（経営者）   | ・ 前年同期と比較して客数が減少している。原油高騰により個人消費の落ち込みがみられる。  |  |
| 都市型ホテル（従業員）   | ・ 宿泊の団体予約状況が、前年に増して減少傾向にある。インターネット普及等により個人予約にシフトしていることも考えられるが、企業、一般団体の行事が減少している。                                 |  |
| 都市型ホテル（総務担当）  | ・ 重油以外にも原材料の高騰が続き、すべては物価へ転嫁されている。当方も追従したい所だが、強気な商売は不可能であり、収入の増大が見込めない。よって、予算到達は難しい。                              |  |
| タクシー運転手       | ・ 諸物価の値上げの問題もあり、これからも大変である。  |  |
| タクシー運転手       | ・ 市や県の赤字の数字を具体的にあげて会話する客が多い。それを聞き、こちらも不安になる。落ち込みを体感している現状では、3か月先も良くなる。   |  |
| 通信会社（通信事業担当）  | ・ 新規加入の問い合わせなどが非常に少なく、近い将来加入に結びつきそうな客のリストが非常に少ない。  |  |
| 通信会社（営業担当）    | ・ 訪問先企業等においても、円高の影響などで慎重な意見が多く聞かれる。  |  |
| ゴルフ場（営業担当）    | ・ 天気にも左右されると思われるが、事前の予約数は低調である。近郊の同業者も同様のため、これからはいいよ単価が下がる傾向になる。   |  |
| 設計事務所（経営者）    | ・ 20歳代の1次取得者の住宅取得意欲は高いが、所得の伸びが低く消費が伸びない。30代半ばに入ると教育費等の出費がかさみ住宅購入に慎重になり、現状では改善の材料がない。                             |  |
| 設計事務所（経営者）    | ・ 大型倒産の情報があり、ガソリンの値上げによる消費商品の値上げと、恐慌の始まりのような雰囲気さえ感じる。個人の努力はとっくに限界にきているが、政府からの対応が何も聞こえてこない。それどころか増税の話など、悪い情報しかない。 |  |
| 設計事務所（経営者）    | ・ 建築物価の高騰が解消される見込みがない。今後、金利の上昇や環境に配慮しなくてはならない市条例の整備が予定されるので、更に建設費が上昇し、ますます事業の採算性が悪くなる。                           |  |
| 住宅販売会社（従業員）   | ・ 来場者の減少、原価の上昇傾向が、更に強まってきている。  |  |
| 住宅販売会社（販売担当）  | ・ 展示場、イベント見学会への新規来客数が減少しており、今後の販売減が避けられそうにない。  |  |
| 悪くなる          | 商店街（代表者）   | ・ 商店街内の地元百貨店が閉店した。次の入居百貨店は決まっているが、それまでの1～2か月はクローズが続くので地域としての集客力が落ちる。 |
| 商店街（代表者）      | ・ 所得は伸びないのに、ますます物価が上がりそうなので、消費マインドは低下する。   |  |
| 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・ 何も明るい話題が無く、我々も新商品などの展開をしているが、それに消費者の人たちが反応しないので、当面良くなる。  |  |
| 百貨店（売場担当）     | ・ 上半期の売上推移が悪く、過去にない経費削減で、広告媒体も大幅カットする。人件費の削減もはっきりしており、しばらく大きく売上を増加できる要素がない。                                      |  |

|                   |        |   |  |
|-------------------|--------|---|--|
|                   |        | コンビニ（エリア担当）   | ・ガソリンの値上げ等で、人の動きや物の動きがい縮している<br>るので、この状態が続く。   |
|                   |        | 衣料品専門店（経営者）   | ・同業者のみならず、商店街の異業種も大変悪くなっている<br>ので、良くならない。  |
|                   |        | 衣料品専門店（販売促進担当）  | ・客の話を聞いても景気が良い話を聞かないし、客の来店頻<br>度も減ってきており、一般客も財布のひもが固く景気が良<br>くなる兆しも見えない。   |
|                   |        | 住関連専門店（広告企画担当）  | ・必要最低限で済ませようとする動きが、今後も強くなる。  |
|                   |        | その他専門店〔書籍〕<br>（従業員）   | ・出店競争による競争激化が今後も続く。  |
|                   |        | 観光型ホテル（経理総務担当）  | ・当社は、7～8月が繁忙期であるが、空室が目立つ。例年<br>では、この時期には既に満室になっているはずのお盆期間<br>も、まだ空きがある。  |
|                   |        | 都市型ホテル（スタッフ）  | ・宴会では7～8月等、先の予約がさっぱりで、間際になら<br>ないと予約が入ってこない。   |
|                   |        | 旅行代理店（営業担当）   | ・燃料問題と、団塊世代の方の景気の動向が悪いため、将来<br>を考えて、旅行どころではない模様であり、これから良く<br>ならない。   |
|                   |        | 美容室（経営者）  | ・当店も最近では毎月数%ずつ売上・来客数共に減少してい<br>る。他店も同じような状況らしく、これから先が心配であ<br>る。  |
| 企業<br>動向<br>関連    | 良くなる   | 輸送用機械器具製造業<br>（経営者）   | ・7～8月はクライアントである地元自動車メーカーの夏イ<br>ベント等の受注もあり、また、飲料水関係の受注も入ってい<br>るので良くなる。   |
|                   | やや良くなる | 輸送用機械器具製造業<br>（経理担当）  | ・新製品の好調な売行きにより、生産量が増加していく。   |
|                   | 変わらない  | 化学工業（総務担当）  | ・原燃料価格の高騰がいつ収まるのか、先行き不透明であ<br>る。   |
|                   |        | 窯業・土石製品製造業<br>（総務経理担当）  | ・原材料価格の高騰の影響が大きく、また、新規案件の引き<br>合いも少なく、生産量の拡大も見込めない。  |
|                   |        | 鉄鋼業（総務担当）   | ・自動車・造船・産業機械を中心とした需要は依然として旺<br>盛であり、粗鋼生産量も引き続き堅調に推移していくものと<br>予想している。しかしながら、原材料高などを受けて製品へ<br>の価格転嫁など進めているが収益面に影響が出ることは必至<br>の状況。 |
|                   |        | 電気機械器具製造業<br>（総務担当）   | ・自動車・携帯関連共に、強気の受注計画が見えてこない。<br>エアコン関連も猛暑の気配がはっきりしないため慎重な生産<br>計画となっており、全体的に冷え込んできたような受注傾向<br>となっている。                             |
|                   |        | 金融業（業界情報担<br>当）   | ・米国経済の停滞は続くが、アジア圏では引き続き堅調が予<br>想され、当面は高水準の受注を維持する見込み。  |
|                   | やや悪くなる | 農林水産業（従業者）  | ・沖合底引船は6月から8月のお盆まで資源保護のため休漁<br>する。燃料高騰の影響で、船主は8月お盆から後の出漁をど<br>うするか苦慮している。  |
|                   |        | 食料品製造業（総務担<br>当）  | ・大きな動きとして月末を迎えるにあたり業務提携という話<br>が持ち上がり、今後の発注や製造すべてにおいて不透明で不<br>安である。  |
|                   |        | 化学工業（総務担当）  | ・原油関連の価格が厳しく収益を圧迫しているため、一層コ<br>スト削減を強化する。  |
| 金属製品製造業（総務<br>担当） |        | ・4月に原材料価格の値上げがあったが、8月には更なる値<br>上げがほぼ確実な状況である。社内だけで吸収することは難<br>しいため、得意先へ価格転嫁を要請しなければならない。ま<br>た秋以降の再値上がり等、懸念材料は尽きない。                     |  |
| 建設業（経営者）          |        | ・自身の事業に関しても先行き不安であるが、下請けの専門<br>業者が苦境に立たされていて、もういかにして傷口を小さく<br>廃業するかという状況になりつつある。需要に対する供給が<br>安定するまでには、まだ相当時間が掛かると思われ、しばら<br>くは厳しい状況が続く。 |  |
| 建設業（総務担当）         |        | ・建設資材等の値上げが今後も続く。   |  |
| 通信業（営業企画担<br>当）   |        | ・通信サービスはメンテナンスコストが上昇する反面、一般<br>の製造商品などと違って販売価格アップを望むことは困難な<br>ため、現状のサービスレベル維持にも支障をきたしつつあ<br>る。業界あげて組織見直し・再編等の厳しい取り組みが続<br>く。            |  |

|          |              |   |  |
|----------|--------------|---|--|
|          |              | 金融業（営業担当）   | ・停滞から沈滞へ沈んでいくような感じになっている。原材料・ガソリン代の値上がり等で企業業績は低迷し、不動産賃貸業においても、テナントからは賃下げ要求が強まっている。戸建住宅では入居率が悪くなって、安いところへどんどん流れており、今後もこついったところが増えてくる。 |
|          |              | 会計事務所（職員）   | ・建設も含めた製造業の業績悪化が、すべての業種に波及してきている。その上、燃料や材料費のコストアップが、中小零細企業にとっては利益の出にくい状況になっていく。  |
|          | 悪くなる         | 輸送業（統括）   | ・現状の顧客の取り合い、値引き競争が、今後ますます激化していく。そのため当社の業績は悪化する。  |
| 雇用<br>関連 | 良くなる         | -   | -  |
|          | やや良くなる       | -   | -  |
|          | 変わらない        | 人材派遣会社（担当者）   | ・求人数は徐々に落ち着いてきているが、それでも横ばい状態にあり、これからもその程度で推移する。  |
|          |              | 求人情報誌製作会社（担当者）  | ・来期の採用については前年並みのペースで検討されているが、前年より強化するポイントの話が少ない。   |
|          |              | 学校〔短期大学〕（就職担当）  | ・求人数は前年と変化はないが、派遣、契約の求人が増加傾向にある。   |
|          | やや悪くなる       | 求人情報誌製作会社（支店長）  | ・石油をはじめとした資源高騰の歯止めがきかない状況で、求人についても悪くなる。  |
|          |              | 職業安定所（職員）   | ・県内の企業は、中小企業を中心に今後も幅広い業種での倒産、大幅な人員整理が見込まれており、労働市場全体に求人意欲が冷え込みつつある。   |
|          |              | 職業安定所（職員）   | ・原油高が続くと思われること、食品等の値上がりも続いていることなどから、地元の小規模事業者はそれらの影響を受け、雇用も悪くなる。   |
|          |              | 職業安定所（職員）   | ・ガソリン代の値上げ等の影響によって企業に負担が掛かり、正社員の採用を控えパートで対応するケースが増えてくる。  |
|          |              | 職業安定所（雇用開発担当）   | ・平成21年3月新規学校卒業者を対象とした求人説明会を開催したが、参加企業数は前年と比較して2割減少した。中途採用だけでなく新卒採用に対しても慎重になってきている。   |
|          | 民間職業紹介機関（職員） | ・医療・福祉系の業界でも食材の原材料費が約15%～20%上昇しているが、その上昇分を売価に転嫁できないために、そのしわ寄せを人件費に求めるしかなく、良くならない。         |  |
| 悪くなる     | 人材派遣会社（営業担当） | ・経営を取り巻く環境の悪化により、企業業績が一段と悪化することが考えられる。正社員需要は一服感があり、派遣社員の需要も落ち着く可能性が高く、一時的に景況感が悪くなる可能性が高い。 |  |