

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	-	-
		コンビニ（エリア担当）	・暑さ寒さは一過性のものであり、地域の取引店舗数は増加していることから、売上は増加傾向を続ける。買い控えが見られたとしても、値上げの寄与が上回ると見込んでいる。競合他社とのパイの取り合いも、あまり悲観していない。
	変わらない	コンビニ（エリア担当）	・今後もたばこの売上増や、たばこのついでに何かを購入するという傾向は続く。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・本来ならば3か月後は新しい季節になるが、高温が続き残暑が10月半ばまで続くとの予報なので、秋物の展開ができず、このままの状態が続く。
		百貨店（営業担当）	・ガソリンや食料品など生活用品の価格高騰が続き、解消される見込みはない。また、残暑・暖冬も予想されるので、消費の拡大が見込めない。
		百貨店（営業担当）	・秋物の動きを見ても新しいトレンドがなく、大きく売上が回復する見通しが立たない。
		百貨店（販売促進担当）	・生活必需品の値上がりが続いており、服飾、雑貨、外食に経費をかけない傾向が続いている。現状は消費が下がり続けているというより、低いところで水平線を描いている。
		百貨店（購買担当）	・ガソリンや食品の値上げが来月以降も続くという報道が先行して、生活必需品以外の洋服や宝飾について、客は購入意欲を失っている。アパレル業界でも、これといったヒット商品が生まれず、2～3か月先も不安定なまま厳しい状況が続く。
		百貨店（販売担当）	・まだまだ残暑が厳しく気温が高いなか、秋物商品の動きは鈍い。そのため、衣料品は引き続き苦戦を強いられる。
		スーパー（管理担当）	・物価高騰により消費者の購買点数が必要最小限にとどまっている。またガソリン価格高により、更に出費を抑える傾向があり、需要が伸びることは考えられない。
		スーパー（販売担当）	・客数は増加しているが、まだまだ商品の値上げが続くので、買上げ点数や購入金額は伸びにくい。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこを置いているコンビニでは、タスポの影響で売上が伸びている。ただし、タスポ導入時に比べると、客の増加率も徐々に下降し始めるので、今後はあまり変わらない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・物価の高騰が影響しているため、ここが改善されない限り、衣類はなかなか回復しない。
		家電量販店（店長）	・オリンピック景気と言っても売上は伸びず、諸物価の高騰により、客の財布のひもは固くなっていく。
		乗用車販売店（サービス担当）	・景気を大きく変化させるような施策が投入される予定がなく、新車販売についても、状態が大きく変わる要素がない。
		乗用車販売店（販売担当）	・春先投入された新製品の効果も薄れ、今後は現状が続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・月によって波がある。今月・来月はまずまずだが、9月は予約が厳しい状況にあり、良い時もあれば悪い時もあるという状況は変わらない。
		都市型ホテル（従業員）	・宿泊予約状況を見ると、団体は前年より増加見込みだが、個人予約が伸び悩んでいる。
		タクシー運転手	・7月は賞与の時期のため期待したが、そのプラス部分が全部生活費の補てんに回っており、タクシーに乗る客が増加する要因は見当たらない。タクシー離れ、公共交通機関の利用の増加などを考えると、今後も厳しい。
		通信会社（社員）	・物価高の影響で通信サービスなどの経費を抑制される可能性がある。しかしガソリン代などの出費を抑えるため、通信を利用した遠方とのやりとりが増える可能性もある。
通信会社（総務担当）	・契約獲得向上の好材料がないことや、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（広報担当）	・お盆が連休なのである程度の来客数は期待できるが、それ以外の日は今月同様に低い水準となる。トータルで言えば今月と同じくらいである。		
ゴルフ場（営業担当）	・良くなる素材がない。ガソリンの高騰により、サービス産業関連から客が遠のいている。		
設計事務所（経営者）	・身の回り品の値上げが響いているのか、住まいの面まで消費者の気持ちが行かず、需要増が望めない。		
やや悪くなる	商店街（代表者）	・業種によっては良いところもあるようだが、現状の商店街の店舗構成では、良くなる要因が見当たらない。	

商店街（代表者）	・物が売れないため、小売の各店とも価格を下げる傾向にある。
一般小売店〔酒店〕（経営者）	・仕入れ価格の高騰が今後も続くことが決定的な状況であり、消費が低迷する。値上がり幅が20～30%の商品もあり、販売面の不安材料である。
一般小売店〔印章〕（営業担当）	・昨日の市内の経営者が集う会合において、原油高騰を受けてこれから経営が厳しくなるとの発言が多く、町全体でも大変厳しくなることが見込まれる。
百貨店（販売促進担当）	・8月には更にガソリン高騰の見込みであり、帰省客及び旅行者の減少が懸念材料となる。また、食品を中心に価格の値上げが予想され、消費環境は更に悪化していく。
百貨店（売場担当）	・ガソリンなどの相次ぐ生活必需品の値上げで、現在好調なアイテムですら危うくなる。ますます最低限必要な商品以外の買い控えが進む。
スーパー（店長）	・天候の影響もあって、地元生産のトマト・きゅうり・なすなどの夏野菜の大幅な下落がどこまで続くか分からない。また、ガソリンなど燃料の更なる値上げや肥料・飼料の大幅な値上げにより、農業・漁業など一次産業の多いこの地域の景気が良くなる気配はなく、売上は厳しい。
スーパー（店長）	・ガソリン価格の値上げに伴い、いろいろな食品の値上げが、消費者の購買意欲を圧迫し、景気が良くならない。
スーパー（店長）	・原油の高騰でガソリン代の値上げが続いている。そのためかどうか、客単価が低下している。実質的なコストは上昇しているため、今後若干厳しくなる。
スーパー（店長）	・まだガソリンが上がるという報道もあり、余分な物は買わないという心理が働き、景気はますます悪くなる。
スーパー（店長）	・原油高のあおりを受け、消費動向全体が悪くなっている。
スーパー（総務担当）	・店内で客と話をすると、決まって「高くなったね、ガソリンも高いし」と言ったような話しか出てこない。さらに盆明けから値上げになる商品の通知や、話が出ている。
スーパー（経理担当）	・諸物価の高騰による影響がかなり出てきている。企業倒産も出始めており、地域全体でも見通しは暗い。
スーパー（財務担当）	・商品の値上げが今後も続くものと思われ、生活防衛のための買い控えがある。
コンビニ（エリア担当）	・現在の良い状態は高気温・好天候のためであり、3か月後は元に戻る。また、競合・異種競合の出店が現在も進んでおり、影響がある。
コンビニ（エリア担当）	・ガソリンは値上げが続き、乳製品等来月からの値上げ商品も多い。今後の売上は悪くなる。
コンビニ（エリア担当）	・更なる原油価格の高騰が見込まれることから、ますます個人消費が冷え込む。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・8月以降残暑が厳しい予想なので、その分秋物の立ち上がりが遅くなり、売上の的には厳しい状況になる。
家電量販店（店長）	・今は猛暑ということで、季節商材・冷蔵庫等が良く動いており、オリンピック関連で、映像商品も良く動いているが、今後はこの動きも止まり、買い控えが出てくる。
家電量販店（店長）	・猛暑とオリンピック需要で8月までは需要が見込まれるが、以後は大きなイベントもなく、諸物価の値上がりにより耐久消費財への消費者の投資が冷え込む。
家電量販店（店員）	・ボーナス需要、オリンピック効果で今月は良かったが、2～3か月先は落ちる。
家電量販店（予算担当）	・今月の業績は季節天候といった外的要因によるもので、消費マインドの基調には大きな回復が見られず、俗に言う「財布のひもが固い」状態となっている。これからしばらくは調整期間が続く。
乗用車販売店（経営者）	・何といたっても石油価格の高騰がすべての物価を押し上げている状況のなかで、いろいろな面で悪影響を及ぼして、客から購買意欲をそいでいる。
自動車備品販売店（経営者）	・販売努力でカバーしているが、来客数の推移や主力商品の動向から見ても回復の兆しは見られない。ガソリン価格の上昇次第で、一層の厳しさを覚悟している。
自動車備品販売店（店長）	・来客数・販売量・客単価とも低く、回復の兆しが見当たらない。
その他小売（営業担当）	・このまま生活用品の物価が上昇すると考えられ、し好品の購買は下向きになる。
その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・食の安全の問題から始まり、ガソリン代の高騰、食品物価の値上がりや財布のひもはこれからも固くなり、明るい要素が見えてこない。夏休みの客足も悪い。

	観光型ホテル（経理総務担当）	・最盛期である夏休みは、例年並みの入込が確保できそうでも、9月以降は期待薄である。ガソリン価格の上昇は、想像以上に旅行意識を減退させている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・夏休みに入っても、前年より予約の入りが少なくなっている。ガソリンの高騰が、マイカーでの旅行を控えさせているのではないが。
	旅行代理店（営業担当）	・客の動向も悪く、岡山県の財政赤字など、身の回りにも良い話題があまりにない状況である。これほど不安だらけの状況では個人の客は旅行に目が向かない。
	設計事務所（経営者）	・地元大手不動産会社の経営破綻が報じられるなど、建設投資に関しては不安要素が多く、これからも厳しい。
	住宅販売会社（販売担当）	・展示場イベントへの来場客数が、今月も前年比3割減となり、今後売上が伸びない。
悪くなる	商店街（代表者）	・ガソリン代の高騰に端を発して、いろいろな物の値上げが続いているし、これからも続きそうである。特に岡山では、県財政の破綻という報道もあり、良い材料は全くなく、不安ばかりで消費行動も悪くなる。
	商店街（代表者）	・卸価格の上昇が売価の上昇につながり、客の購入数量は減少する。
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・過去にもこういった悪い傾向の時期はあったが、今回は購買力が低下しているうえに、物価が次から次へと上がっている。より一層景気の動向は悪くなる。
	一般小売店（経営者）	・ガソリンが再々値上げということで、世間では想像以上に先行き不安感が増大し、購買意欲が減少している。
	一般小売店（営業）	・地方経済は疲弊しており、物価高で賃金が上がらない状況では、小売店も良くなりようがない。
	百貨店（売場担当）	・百貨店、スーパー、専門店など、このすべてについて好調であるという店の話を聞かない。さらに大手婦人靴問屋が倒産したため、70万足と言われる在庫処分品が全国に散らばり、市場が荒れる。また更なる経費削減が見えており、自力回復も厳しい。
	スーパー（店長）	・売場で客と接していても、機能性より価格で購入を決定する客が圧倒的に多い。高単価の物は敬遠されて、なかなか売上増につながってこない傾向にあり、今後ますます拍車が掛かる。
	スーパー（経営企画）	・当社では価格の安いプライベートブランド商品の売れ行きが非常に良くなり、客はノーブランド商品にこだわらなくなった。取引先の物流業者の話によると、物流倉庫はどこも在庫で一杯で、物が動いていない。景気が悪くなる前は、いつもこうであるとの話である。
	コンビニ（エリア担当）	・物価上昇の上限が見えていないので、良くなることはない。
	衣料品専門店（販売促進担当）	・本当に客は無駄な物は買わなくなっており、店に行くと欲しくなるからと、ウィンドウショッピング自体を控えている声も多いので、まだまだ厳しい。
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・8月には、近くのスーパーマーケットも店を閉じる。そういう不安材料ばかりで、明るい材料が見当たらない。
	一般レストラン（店長）	・夏休みに入ってから、例年に比べ来客数・単価共に極端に下がっている。原油高や増税に歯止めが掛からない限り、来客数が伸びる要素はない。
	都市型ホテル（経営者）	・様々な物の値上がりが影響し、会社の収支を圧迫する。こうしたことから企業、個人共に、利用を控える傾向にある。
		美容室（経営者）
	住宅販売会社（従業員）	・客の様子に将来に向けての不安感が強く現れていて、買い控え傾向が強くと見受けられ、改善の様子は無い。
企業動向関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	変わらない	鉄鋼業（総務担当）
	金属製品製造業（総務担当）	・得意先が受注している機械について、得意先の客から「納期をずらしてほしい、突然キャンセルになった」との情報が入ってきた。当社の年内の生産にはまだ影響はなく、堅調なまま推移していくが、来年以降、先行きに陰りが見えつつあるとの判断をせざるを得ない。

	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・生産資材の高騰による生産コストの悪化から、製品の販売価格を値上げすることに決定したものの、今後の需要動向が懸念される。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・原油高及び米国向け大型車販売不振で、自動車関連は在庫が膨らむ予想もあり、生産調整がかかりそうである。エアコンは国内は前年と変わらずも欧州向けが前年を下回る予想で終わりそう、携帯関連も不振で良い話が見当たらない。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・原油高騰にもブレーキが掛かってきた感があり、ガソリン価格も落ち着いてきそうである。また自動車メーカーもコンパクトカーの販売への営業集中化、またBRICSなどへの販売地域拡大もあり、自動車の販売・生産台数は安定してくる。	
	建設業（経営者）	・本来悪いながらも少しずついろいろな仕事が発化してくる時期だが、今年はなかなか難しい。これから先期待はしているが、3か月程度では回復は望めない。	
	輸送業（運送担当）	・原油価格の高騰が落ち着かない限り、回復は見込まれない。	
	通信業（営業企画担当）	・法人通信サービスの客層にとっても、企業活動の原材料コストアップはダメージであり、通信業界側から商品価格の値上げや新たな商品投入は難しい。さらにFTTHを主体とした廉価ブロードバンドサービスが普及し、高規格・高価格の品質重視型は勸奨しづらい時期が今後しばらく続く。	
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・会社が業務提携を行い、原料等を安く仕入れる物流網はできつつあるが、燃料の高騰により光熱費が圧迫され、これから先良い結果が現れるとは思えない。	
	化学工業（総務担当）	・原燃料価格が高騰し続け、製品への価格転嫁が難しい状況も続く。	
	化学工業（総務担当）	・原材料の高騰がとどまることがなく、先行き心配な状況である。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・生産量は現在並みには確保できそうだが、原材料価格は高騰が続き収益性は悪化の一途をたどる。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今後も受注量・生産高共に横ばいの状況が続くと思われるが、諸物価の高騰・高止まりに加え、人件費・社会保険料・税金などの負担増などで、コスト増大が収益を圧迫し、先行きが大変に懸念される。	
	建設業（経営者）	・少し回復基調にあった民間の設備計画も取り止め、延期が見られ、競争の激化が益々激しくなっていく。	
	輸送業（統括）	・燃料代の高騰分が客に転嫁できない限り、景気の回復は難しい。	
	金融業（営業担当）	・材料の値上げが一番大きい。建築業関係では、鋼材の値段は倍になり、労務費は半分になったという状況である。物の値段は上がり、人件費は下がるので、消費行動にも影響が出るのはいよいよ避けられない。また中国産を扱う業務スーパーは減ったが、それでも安い物を求める客は多く、スーパーへの人の流れも変わってきている。	
	会計事務所（職員）	・ステンレスに代表される鉄等を含めた材料費関連の値上がりが厳しい。また、燃料費も値下げされる見通しもなく、プラス要因が見つからない状況は続く。そのため、新規受注の確保にも慎重にならざるをえないと考えている事業所もある。	
悪くなる	コピーサービス業（管理担当）	・建設関係の不況により、今後の発注量は見込めない。情報セキュリティの観点から紙保存の見直しも見受けられ、コピー量は減少傾向にある。	
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	学校[短期大学]（就職担当）	・介護職、製造職、人材派遣等の求人は届くが、一般事務系の求人は伸び悩みである。今後も改善はしない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・新卒採用を大量に行っていたため、現時点では人員充足感があり、退職補充のための派遣社員の需要は一定期間落ち着く。
		求人情報誌製作会社（担当者）	・採用予算を従来通り組むことに対して、見直す声が聞かれるようになった。
職業安定所（職員）		・正規求人から非正規求人やパート求人への切替えが進み、今後も正社員求人は減少する。	
	職業安定所（雇用開発担当）	・原材料高を製品等に転嫁できる企業と、できない企業があり、窓口の感覚では、できない企業が大多数である。今の原材料高が長期化すれば生き残れない企業がこれから出てくるのが予想され、今すぐというわけではないが、雇用調整に関する電話相談もある。	

	民間職業紹介機関（職員）	・人材不足の医療・福祉関連業界の求人数は別として、正規雇用者の求人数の取り消しや、採用人数の減員が発生しており、これからも続く。
悪くなる	職業安定所（職員）	・原油価格の高騰の影響等による企業利益の縮小により、新たな人件費を捻出することは不可能に近い。地元企業では現在の従業員の雇用確保を第一に考えている事業主が多く、賃金の切り下げや経費削減でしのいでおり、企業に余力がないため、今後への新たな求人意欲は望むべくもない状況となっている。
	民間職業紹介機関（職員）	・地場上場会社の民事再生、地場基幹産業の業績悪化、請負単価の下落等、明るい材料が見えない。