

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<br>やや良くなる                                     | 競艇場（職員）             | ・7月に開催するレースで集客及び売上が見込める。   |
|                |  | 一般小売店〔紙類〕<br>（経営者）  | ・大河ドラマの撮影等観光客を呼び良い材料が増えつつある。観光客が増えると結果的に景気は上向くが、来店客1人ひとりの財布のひもの固さが和らぐのは、しばらく先のことである。                           |
|                |  | 百貨店（営業担当）           | ・一部富裕層では高額商品の動きもみられ、少しずつではあるが、景気は良くなる。   |
|                |  | 百貨店（販売促進担当）         | ・個々のテナントの売上状況をみると、回復しつつあるところが散見できるようになっている。テナント本部も「客も買物を辛抱するのに飽きてきたのではないかと、わずかな手応えを感じる」との発言をしている。              |
|                |  | スーパー（総務担当）          | ・天候にもよるが、涼味関連商品が動く状況が続くようである。  |
|                |  | スーパー（管理担当）          | ・夏のボーナスが数年ぶりに増える。まだまだ安心はできないが、景気回復の兆しとして受け取れる。   |
|                |  | コンビニ（エリア担当）         | ・昨年の7月は雨天が多かったが、今年は例年並みの天候が見込まれ、前年比での来客数の改善が見込まれる。   |
|                |  | 衣料品専門店（店長）          | ・5月は気温が低く初夏物衣料の動きが鈍かったが、長期の予報では6月から気温が上昇することから、夏物衣料の動きが良くなる。   |
|                |  | 乗用車販売店（統括）          | ・ボーナスシーズンも始まり、景気が多少良い雰囲気になる。   |
|                |  | 乗用車販売店（販売担当）        | ・新車購入補助金の締切りに伴い、駆け込み需要が見込まれる。  |
|                |  | その他小売店〔ショッピングセンター〕  | ・来客数が前年の実績に近づいている。   |
|                |  | 一般レストラン（店長）         | ・今月に入り平日の来客が増えてきている。週末は前年とあまり変わらないが、平日が伸びているので夏に向けて期待ができる。   |
|                |  | 観光型ホテル（スタッフ）        | ・高速道路料金も気になるが、夏休みでファミリー層の動きに期待が持てる。  |
|                |  | 観光型ホテル（経理総務担当）      | ・夏休みの入込は現時点で前年比60～70%であるが、地元の大きなイベントの開幕に合わせて増加してくる。  |
|                |  | 都市型ホテル（従業員）         | ・2、3か月先の宴会の予約状況が好転している。  |
|                |  | 都市型ホテル（スタッフ）        | ・先の宴会の予約も順調に入り始めており、レストランでも昼のランチ利用が増えてきている。  |
|                |  | タクシー運転手             | ・売上はここ2か月前年比10%以上で推移していることや、今後当地域で、学会、自治体・地元の行事等大きなイベントが予定されていることから、近年にない伸びを示す。                                |
|                |  | 通信会社（広報担当）          | ・ボーナス商戦に期待が持てる。  |
|                |  | テーマパーク（業務担当）        | ・夏季イベント開催による来園者の伸びに期待が持てる。特に昨年からは好評を得た、夏休み期間の企画を開催することで、親子連れの誘客を促進できる見込みである。                                   |
|                |  | テーマパーク（管理担当）        | ・入館者数が安定し、増加する見込みである。  |
| 住宅販売会社（従業員）    | ・客の様子で上向きの雰囲気は感じられるが、緩やかな回復になる。ただし、競合はかなり激しくなっている。 |                     |  |
| 変わらない          | 変わらない  | 商店街（代表者）            | ・中心市街地の新規事業が開業し、少しずつ変化がみえるが、各店舗の売上に直接の関係はなく、今後の活動と既存店舗の意識改革に期待している。  |
|                |  | 商店街（代表者）            | ・子ども手当の支給で手元に金が入り、少し良くなる感じはするが、支給対象者以外の人の割合が多い点も踏まえると、不安材料が多くなっている。今後良くなる材料が見当たらず、消費者にはますます悪くなるという不安が大きく募っている。 |
|                |  | 商店街（代表者）            | ・7、8月に気温が高くなっても、夏物衣料の販売期間が少ない。   |
|                |  | 一般小売店〔靴〕（経営者）       | ・毎年残暑が厳しく、5～10月ごろまでが長い夏場の商戦となっていることから、あまり大きく変わることはない。  |
|                |  | 一般小売店〔印章〕<br>（営業担当） | ・人口の多い都市は一般的に収入が高いが、当地は、1人当たりの課税所得額が県内でも著しく低めで、収入が低いことから、まわりから良くなったと言われても実感はない。                                |
|                |  | 一般小売店〔酒店〕<br>（営業）   | ・景気も底打ち感が出てきており、気候の変動等が例年並みであればそれなりの売上は確保できる。  |

|                 |  |
|-----------------|--|
| 百貨店（購買担当）       | ・ギフトの早割を例年どおり来月から行う。かなり新しい物も入り、再び「食」が復活することを期待している。また、子ども手当についても、店全体がいろいろな取組みを行うことで、来客数が増えることを期待している。今月高級層の売上が伸びていることから、百貨店に客が戻ってき始めている。                   |
| 百貨店（電算担当）       | ・店でうまいもの大会があり、予想以上の売上で前年並みとなったが、この催事がなければマイナス3%であり、固定的な売場売上の苦戦には変わらない。   |
| 百貨店（販売担当）       | ・天候不順による夏物商品の売上低迷が心配されるが、子ども手当の支給開始により客の消費動向に変化があれば、少しは消費拡大に良い影響が出てくる。   |
| スーパー（店長）        | ・良くなる状況ではなく、引き続きこのままの状態推移する。   |
| スーパー（店長）        | ・客単価は上昇しているが、客の低価格志向で1品当たりの買上金額はこれからも下がりが続く。   |
| スーパー（店長）        | ・来客数、客単価共に、実績ではここ数か月変わらない状況で推移しており、良い意味でも悪い意味でも落ち着いている。この状況を踏まえると今後もしばらくは同様の状況が続く。   |
| スーパー（経理担当）      | ・販促効果がなかなか表れず、安価な特売商品のみへの反応が多い傾向は変わらないことから、回復は遠い。  |
| スーパー（販売担当）      | ・子ども手当の支給で、少し生活にゆとりが出る家庭もあるが、高齢客の割合が高いことから、客単価が上昇しにくい。   |
| スーパー（経営企画）      | ・競合他社の新規出店や業態転換が相次ぎ、集客競争、価格競争が激しさを増しており、景気が底を打ったとしても環境の好転は期待できない。  |
| スーパー（管理担当）      | ・来客数がなかなか伸びず、常に前年96%～97%で推移している状態である。  |
| コンビニ（エリア担当）     | ・客単価が回復してきてはいるが、まだ客は安い方へ流れており、来客数が横ばいである。  |
| コンビニ（エリア担当）     | ・昨年12月に店の近くに道路が開通したり、高規格道路の部分開通があった影響で、店の前を通る道路の交通量が減少し、引いては来客数が減少する傾向が続いている。今後は今の状態が続くか、やや悪くなることもあっても、しばらくは良い方に変わることはない。                                  |
| コンビニ（エリア担当）     | ・6月から子ども手当の支給で少しは期待が持てるが、景気は大きくは変わらない。   |
| 衣料品専門店（経営者）     | ・悪くなっている状態に変化がない。  |
| 衣料品専門店（地域ブロック長） | ・気温が例年に比べ低めに推移しており、夏物衣料品の販売期間が短くなるとともに、これからも品物の値下げが増えることから、売上の低迷が続く。   |
| 衣料品専門店（販売促進担当）  | ・婦人物の動きは良くなってきたが、紳士物の買物が減少しており、景気回復まではいかない。  |
| 家電量販店（店長）       | ・今月の来客数は前年と比較すると非常に低迷しており、一時的な要因による需要を除いてここ数か月同様の状況である。そのなかで生産から消費までの抜本的な国の政策が示されるわけでもなく、また消費者目線での景気回復がみえていない状況下で3か月先を想定すると、現状より悪化することはないものの大幅な景気回復は見込めない。 |
| 乗用車販売店（経営者）     | ・良くなるという要素がなく、政治の混迷が拍車をかけている。円高が輸出産業に与える影響が大きく、大手自動車メーカーに対しては、ユーロ安の影響が大きい。夏期ボーナスの支給及び低下を危ぶむ声が身近で聞こえており、このような状況により今とあまり変わらないか、やや悪くなる場合もある。                  |
| 乗用車販売店（統括）      | ・昨年の補助金効果は6月より始まっており、今年の6月以降は前年比で厳しい状況が予想される。  |
| 乗用車販売店（サービス担当）  | ・当店は中古車専門なので、景気回復とともに新車の減税・補助金がなくなれば、中古車の売行きが少しは良くなる。  |
| 乗用車販売店（営業担当）    | ・減税と補助金の効果も打ち止め感があり、このまま低い水準で安定していく。   |
| 自動車備品販売店（経営者）   | ・客の購買に対する姿勢は慎重で、必要以外の物は買わない傾向は変わらず、現在の単価低下傾向が続くことから、販促施策以外に来客数の増加は望めず厳しい状況は続く。   |
| その他専門店〔時計〕（経営者） | ・世界的には、ギリシャ財政危機などの影響があり、我が国も政治不安から景気上昇にはしばらく時間がかかりそうである。   |

|        |                           |  |
|--------|---------------------------|--|
|        | その他専門店〔海産物〕（支配人）          | ・来客数、購入客数が増加しても、1品単価の低下傾向は変わらない。   |
|        | その他専門店〔和菓子〕（営業担当）         | ・今以上の伸びは期待できず、上向き要素が見当たらない。  |
|        | その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）        | ・個人のし好が十人十色となっているため、ヒット商品が出なければ現状は変わらない。   |
|        | その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人） | ・週末割引が継続するので良くはならないが、悪くなる要素もなく、今月から判断すると変わらず、前年比3%前後の落ち込みが見込まれる。   |
|        | 都市型ホテル（総務担当）              | ・地元財界の利用も多く、政治経済には敏感な業種でもあり、苦戦はしばらく続く見込みである。   |
|        | 旅行代理店（営業担当）               | ・旅行業に対する政府の景気対策がない。  |
|        | タクシー運転手                   | ・6月に入り暖かくなれば、タクシーの利用も昼・夜共に活発化するが、県下のタクシーは5月31日から全面禁煙となることから、その影響を勘案するとマイナスになる可能性もあるが、現状とあまり変わらない見通しである。  |
|        | タクシー運転手                   | ・給与の動向に変化がなく、今後も現在のままの状況で変わらない。  |
|        | 通信会社（社員）                  | ・販売増加につながるような新規の問い合わせ件数に変動がない。   |
|        | 通信会社（企画担当）                | ・ボーナス商戦、サッカーワールドカップをささむが、販売量については、若干の上向き傾向が継続する。   |
|        | 通信会社（通信事業担当）              | ・新規契約をすると見込まれる客数が非常に少ない状況が続いており、新規加入の契約に苦労している。  |
|        | 通信会社（営業担当）                | ・機器の更新に伴うネットワークの更新はあるものの、全体としては費用削減のなかでの更新であって、現状とあまり変わらないが、現状より下向きの傾向となっている。  |
|        | 通信会社（営業担当）                | ・テレビ・ネット共に解約が高水準で推移している。解約理由は大手他社への乗り換えと共に、「見ない」、「使わない」による解約が多い。新規契約の伸びも鈍く、契約者数は計画比で未達となっている。  |
|        | 通信会社（総務担当）                | ・夏場に向け消費の低迷が予想され、販売数の伸びが期待できない。  |
|        | テーマパーク（広報担当）              | ・高速道路料金の引下げが継続されることで、昨年から続くマイカーでの観光客の伸びは今後も期待できる。来客数は昨年並みか、少し増加の傾向で推移しているが、物販の売上が昨年よりも減少しており、全体的な売上に大きな期待はできない。  |
|        | ゴルフ場（営業担当）                | ・梅雨に入り、天気にも左右されるが、年々客は減少する傾向にある。   |
|        | 美容室（経営者）                  | ・景気が良くなる状況ではなく、先行きは全く分らない。   |
|        | 美容室（経営者）                  | ・客の消費動向は上向いておらず、商店街等もかなり苦戦している状況で、商店に関しては業種を問わず良い話も聞こえてこないことから、今年はこのまま推移する。  |
|        | 設計事務所（経営者）                | ・ギリシャ財政危機、アメリカの財政赤字、中国の過熱したバブル経済、朝鮮半島問題など景気好転の材料があまりにもなく不安な状況である。  |
|        | 設計事務所（経営者）                | ・リフォーム工事の話は少しあるが、新築物件の設計受注の予測が立っていない。  |
|        | 設計事務所（経営者）                | ・数年前と比べ、建築に関わる仕事の絶対量が激減した状態が続いている。少しでも景気の改善しそうな話題は全く聞こえてこない。   |
|        | 住宅販売会社（販売担当）              | ・今月の展示場イベント売出への来場者数は、前年比15%減となり、今後も受注は厳しい。   |
|        | 住宅販売会社（経理担当）              | ・景気後退感が今後も続くため、顧客の動きは悪くなる。   |
| やや悪くなる | 商店街（代表者）                  | ・客の消費意欲が一度低下すると、よほどのことがない限り上向きことは難しく、当面は厳しい状況が続く。  |
|        | 商店街（代表者）                  | ・政治的には不安定、経済的には良い指標がなく、失業率も上昇しており、消費者は将来に対する不安から、商品の買い控えや低価格志向を示しており、これがデフレ傾向に拍車をかけている。6月の子ども手当の支給は、いろいろな調査では貯金に回すという人がほとんどということだが、効果による恩恵に淡い期待を持っている。 |
|        | 一般小売店〔茶〕（経営者）             | ・ますます財布のひもが固くなる。   |

|                |                    |   |   |
|----------------|--------------------|---|---|
|                | 一般小売店〔酒店〕<br>(経営者) | ・異常気象で当地域の農作物や特産品に被害が出ており、夏から秋の収穫時期を迎え、景気は厳しい方向に向かう。また、株価大幅下落の原因の諸問題や不安材料が多く、購買意識が低調になってくる。 |   |
|                | 百貨店(売場担当)          | ・人件費削減や取引先の在庫削減、倒産が予測され、前年同様の営業ができないマイナス要素が多い。  |   |
|                | 百貨店(売場担当)          | ・百貨店の上期最大の売上である中元も縮小傾向にあり、在庫一斉値引き販売も以前のような爆発力は期待できず、非常に厳しい商戦が予想される。                         |   |
|                | スーパー(店長)           | ・地域の自動車産業の回復がないと厳しい。小売業において良い材料が見当たらず、子ども手当についても政権の不安定さがあり、今回支給されても来期はどうか先がみえず消費にはつながらない。   |   |
|                | コンビニ(エリア担当)        | ・景気の回復している業種もあるが、収入が増えたとしても、先行きの不安を抱えた状態で、消費者の財布のひもは緩まない。                                   |   |
|                | 衣料品専門店(地域ブロック長)    | ・良い商品、価値ある商品を求めて来客はあるが、今後はセールを実施しないと集客が望めない。  |   |
|                | 家電量販店(店長)          | ・エコポイント制度も1年以上が経過し、やや客の意識が薄れており購買につながっていない。また、天候不順により、エアコン、冷蔵庫等の白物家電の動きが非常に悪くなっている。         |   |
|                | 乗用車販売店(店長)         | ・小型車の販売不振が著しく、客は安価な軽乗用車に移行しつつある。  |   |
|                | 都市型ホテル(経営者)        | ・大会ものが昨年よりも減少しており、また観光団体の予約状況も前年に比べやや悪化している。  |   |
|                | 設計事務所(経営者)         | ・給与面の改善がみられないので、しばらくは消費意欲の改善はみられない。   |   |
|                | 悪くなる               | スーパー(店長)  | ・地方の消費は、年末にかけてまだまだ厳しい。  |
|                | スーパー(財務担当)         | ・競合他社のディスカウントへの業態変更が増えており、低価格競争がますます激しくなる。  |   |
|                | 住関連専門店(広告企画担当)     | ・単価の低下が止まらず、合わせて客の動きも悪くなってきており、ダブルパンチの状況である。  |   |
|                | 一般レストラン(店長)        | ・しばらく来客数の減少が続くとともに、ますますだった昼間の集客も悪くなってくる。  |   |
|                | タクシー運転手            | ・当地の景気は建設業界の動向がポイントであり、これまではマイナスが続いていた。ここにきて建設業界は更に悪いようなので景気も悪くなる。                          |   |
|                | 美容室(経営者)           | ・客の仕事が忙しくならないと売上にはつながらない。現状からすると2~3か月先に急に忙しくなるような状況にはない。                                    |   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる               | -   | -   |
|                | やや良くなる             | 農林水産業(従業者)  | ・アジの水揚げシーズンだが、海水温度が低いため本来の水揚げがなく、漁港全体の活気が今一つであり今後期待する。また、資源保護のため、沖合い底引き船は5月末から盆までの2か月半の休漁となるため、漁港はさらに寂しくなる。 |
|                |                    | 化学工業(総務担当)  | ・数か月先までは良好である。  |
|                |                    | 鉄鋼業(総務担当)   | ・在庫調整も一巡し、しばらくは堅調な受注が続くが、円高による自社製品の輸出への影響が懸念される。  |
|                |                    | 通信業(営業企画担当)   | ・通信関係のインフラ整備の検討をしたいとの相談は安価傾向だが継続しており、契約につながるプラスの要因となっている。   |
| 変わらない          | 食料品製造業(総務担当)       | ・新商品の販売で、予定商品が急に廃止となり、その代替商品を検討するなかで、市場での商品の売上に対する不安を感じており、今の状況は変わらない。                      |   |
|                | 食料品製造業(業務担当)       | ・身のまわりで景気の良さを感じるほどの回復はまだない。   |   |
|                | 木材木製品製造業(経理担当)     | ・賞与などの本格回復は実現しない。   |   |
|                | 窯業・土石製品製造業(総務経理担当) | ・大口の引き合いがなく、生産量は現状水準が継続する見込みである。  |   |
|                | 非鉄金属製造業(経理担当)      | ・特段大きな動きの予兆はみられない。  |   |
|                | 一般機械器具製造業(総務担当)    | ・受注量や販売量の動きから状況は変わらない。  |   |
|                | 一般機械器具製造業(経営企画担当)  | ・国内市場では底打ち感があり、売上は回復に向かっているが、海外市場は依然として需要回復の兆しがみられない。                                       |   |
|                | 電気機械器具製造業(広報担当)    | ・引き続き受注が確保できる。  |   |

|        |                      |   |
|--------|----------------------|---|
|        | 電気機械器具製造業（総務担当）      | ・受注動向に変化がない。  |
|        | 輸送用機械器具製造業（経理担当）     | ・先行き不透明で、まだまだ景気が悪くなる恐れがある。  |
|        | 建設業（経営者）             | ・ある内装関係の業者との話で、外食関連の店舗の入替えに伴う改装工事が結構あるが、あまり利益は出ず、全体として利益を上げるような状況ではない。来年10月に山口国体等もあるが、あまり大きな期待はできない状況である。                       |
|        | 建設業（経営者）             | ・建設業の特性で、景気の回復が他産業より遅れる。  |
|        | 輸送業（統括）              | ・当社の取引先は製造業が多いので、製造業が良くなると現状維持が続く。  |
|        | 輸送業（運送担当）            | ・よほどの景気対策でもない限り、回復するような状況ではない。  |
|        | 通信業（部門長）             | ・具体的な景気対策もなく、現政権に対する支持率も下がり、参議院選挙以後に景気回復を期待したい。   |
|        | 金融業（業界情報担当）          | ・ギリシャ財政危機の不安定要因はあるが、中国での販売増加が当面続き、北米も緩やかながら回復すると期待でき、全体では回復が続く。   |
|        | 金融業（営業担当）            | ・取引先、自社の売上回復に前向きな発言があるものの、売上状況も前年をわずかに上回る程度であり、まだその回復の状況は不安定である。株価・政情が不安定であり、消費者の心理は株価等に大きく影響を受けることから、取引先の経営陣も景気回復の腰折れを懸念している。  |
|        | コピーサービス業（管理担当）       | ・競合先の見積価格が3分の1以下で提出され落札している。労務費等は除いた価格で、仕事がないよりは良いという利益度外視の考え方である。このような状態では今後も仕事を確保することは難しく、更なる人件費削減をしなければ事業撤退しか残された道はない。       |
| やや悪くなる | 金属製品製造業（総務担当）        | ・鉄の原材料費が7月から上昇するとの情報がある。得意先からの値下げ要請を4月に受けていることから、更に原材料価格が値上がりすれば、収益面にはマイナスに働く。生産量を増やし、固定費の割合を少なくしたいが、仕事量は生産能力の50%しかなく、厳しい状況は続く。 |
|        | 会計事務所（職員）            | ・年度末に発行した手形等の支払が夏ごろにあるが、現在の売上高の見通しでは、その際の資金繰りに苦しめられそうである。   |
| 悪くなる   | 輸送用機械器具製造業（総務担当）     | ・親企業の22年度の仕事量も前年度と比べ減少しており、その上受注量もほとんど伸びていない。   |
|        | その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当） | ・円高により輸出企業も悪く、国内の消費動向も思わしくなく、全体として良くない。   |
| 雇用関連   | 良くなる                 | -   |
|        | やや良くなる               | -   |
|        | 人材派遣会社（支店長）          | ・自動車業界で若干の回復の兆しがみえ始めている。  |
|        | 人材派遣会社（支社長）          | ・主に輸出関連の製造業の企業業績が回復基調となっている。  |
|        | 求人情報サイト運営（支店長）       | ・企業の採用意欲向上は継続する勢いであり、低下する要因は今のところ見当たらない。  |
| 変わらない  | 人材派遣会社（担当者）          | ・各企業に状況をヒアリングすると、少しは良くなっているが、あまり変わらないというところが多い。   |
|        | 人材派遣会社（営業担当）         | ・当地域の主要産業である自動車関連の製造業からは、夏以降の製造職の人員需要の話が出始めており、やや明るい兆しがみえつつある。ただし、事務職については相変わらず横ばい傾向である。官公庁関連の需要はあるが、民間の需要は目立った動きがない。           |
|        | 求人情報誌製作会社（担当者）       | ・様子見のスタンスは変わらない。  |
|        | 新聞社〔求人広告〕（担当者）       | ・地場の上場企業の6割が増収になっているが、消費に結びつかず、物が動いていない状態であり、増収の企業の数が増えても雇用にもあまり変化はない。  |
|        | 職業安定所（職員）            | ・製造業を中心に短期的には仕事のある状態だが、先行きが不透明なため、求人募集する場合、正社員ではなく臨時・パートの求人を出しているとする声が多数ある。   |
|        | 職業安定所（職員）            | ・有効求職者数は4か月連続して増加しており、4月の新規求職者数は最悪の状況であった前年同月と比べてもあまり減っていない。大型倒産こそみられないものの、失業期間が長期化し、求職者が滞留している傾向にある。                           |
|        | 民間職業紹介機関（職員）         | ・新規事業のマーケット浸透は即時性に乏しく、またマーケット自体も未熟であることから売上の大幅増は期待しにくく、雇用改善にはつながらにくい。   |

|                |                |  |
|----------------|----------------|--|
| やや悪くなる<br>悪くなる | -<br>職業安定所（職員） | -<br>・飲食店のホール係、調理の求人募集では、店舗の新設、拡大などにより、人手不足感があるものの、他の業種においては、欠員補充の募集があっても、売上増や増産による人手不足感はない。 |
|----------------|----------------|--|