

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）	・以前の深刻な状況から様変わりし、中年から老年の始まり世代が商店街を楽しんで散策しているのをよく見かける。
		百貨店（営業担当）	・テナントにより前年同月対比100%を超えるところが出てきていることから、回復の兆しがみえるようになってきた。
		スーパー（開発担当）	・夏らしく暑い日が続き、涼味商品の動きが良い。中元ギフト品の動きが悪い点は心配だが、総じて堅調な伸びが続いている。
		スーパー（管理担当）	・前年の冷夏に比べ、今年の猛暑は夏物の商品の動きを良くしている。その影響は大きく、売上高、来客数、客単価のいずれも前年を上回っている。この勢いの流れで少しずつではあるが、右肩上がりの状況になることが見込まれる。
		コンビニ（オーナーサポート担当）	・今までは客単価が前年比で上回っていたが、今月は来客数も回復してきており、今後の売上に期待が持てる。
		衣料品専門店（店長）	・選挙も終わり出雲大社の行事に全国からの来客が見込め、特に食料品や土産、青果の動きが見込める。
		乗用車販売店（統括）	・9月末まで補助金効果で好調に推移する。
		乗用車販売店（サービス担当）	・新車の補助金がなくなれば、少しは中古車の方に客が流れて来る。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・NHKの連続テレビ小説による集客効果はまだ続き、売行きも期待できる。
		その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・マイナス要素がない。
		都市型ホテル（従業員）	・先の宴会予約で、昨年は取りやめになっていた案件が復活しており、景気が回復してきている。
		旅行代理店（経営者）	・関東、関西では多少動きがあるので、地方ではその2～3か月後に影響が出てくる見込みである。
タクシー運転手	・会社としては第2段階の減車や人員整理で、前年並みの売上維持がやっとであるため、3か月先も同じ状況が続く。ただ客に明るく落ち着いた状況がみられるようになり、10月には第25回国民文化祭・おかやま2010が開催されるため、売上も少しずつ伸びて景気も良くなることに期待が持てる。		
テーマパーク（業務担当）	・夏以降に大きな行事を控えており、それによる来園者の伸びを期待している。行楽にも一層の低価格節約志向が働くことが予想され、高速道路料金の引下げや無料化実験などによるプラス効果にも期待できる。		
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・中心商店街に人が集まる仕掛けづくりが少しずつ進んではいるが、来客数、購買金額に結び付いていない。
		商店街（代表者）	・秋冬のファッションに期待したいが、ファッションの流れが変わりそうもない。
		商店街（代表者）	・今月の下向きの売上高や景気動向が続く見込みである。
		商店街（理事）	・長引く景気停滞のなかで、客には「買物しよう」、「今月は抑えよう」という上がり下がり心理があり、3か月を平均すると変化がない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・中心市街地で物販店やパチンコ等の閉店、廃業が増えており、良くなる材料が全くみつからない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・現状では大きく変わる材料が乏しい。地元が韓国ドラマのロケ地に選ばれて、インバウンドを狙う動きが出てきているが、どうなるか未知数である。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・地元客の購買数は減少しているが、特に悪い理由もなく一過性のもので判断されるため、状況的には変わらない。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・この不況にありながら、半年前にショッピングタウンが開店し、オーバーストアとなっている。一部大手スーパーは撤退を決めたが、過当競争でどの店も採算が取れなくなる。
		百貨店（営業担当）	・近年のトレンドから判断すると、高級婦人服ゾーンでも残暑が厳しければ秋物の動きに期待が持てない。
		百貨店（販売促進担当）	・秋には郊外へ大型生活雑貨店舗がオープン予定である。近隣にはショッピングモールがあり、今後そのエリアがますます集客を強めると想定される。商圏人口が減少傾向にあるなか、競合関係は更に強まり、全体として地域の小売環境が良くなるとは考えにくい。
		百貨店（購買担当）	・子ども手当については、当初貯蓄や塾等の費用に回り、購買意欲に影響はないものと思われたが、継続支給だと多少衣料関係の購買意欲にもつながってくる。ただし天候次第で衣料関係の動きも鈍ってくる恐れがある。

百貨店（電算担当）	・消費が活発化せず前年比の売上高がマイナス4.9%で、依然として明るい光が見えない。衣料品も食品もマイナス傾向にあり、売上を押し上げる商品がない。中元の売上は前年マイナス2.6%となり、前年の売上高を確保するのが難しい状況になっている。
百貨店（販売担当）	・景気が劇的に回復する要因が見つからないなか、売上が低迷した昨年の実績を維持できるかどうかで、一進一退を繰り返す状況になる。
百貨店（営業企画担当）	・将来への不安が消費マインドを低下させているとともに、異常気象による影響が頻繁に見受けられる。
スーパー（店長）	・猛暑により夏物商材は好調に動いているが、一過性のものである。客は基本的に必要最小限のものしか買わず、買上点数は依然伸び悩んでいる。
スーパー（店長）	・良くなる要素が少ない。買上点数が増加する要素が少なく、例え増加してもデフレ傾向が強く、利益を圧迫する。
スーパー（経理担当）	・依然として安価な商品の購買が目立ち、客単価が低下している。
スーパー（販売担当）	・このまま暑い日が続けば、飲料等の売上は伸びるが、野菜等値上がりするものも出てくるため、売れるものと売れないものの差が目立ってくる。
スーパー（経営企画）	・上昇傾向であった来客数と客単価をみると、7月の来客数は上昇維持だったものの、客単価は下降しており、景気が回復局面にあるのか一時的な上昇なのかの判断がつかない。競合他店との競争も更に激化しており、短期的な上昇、下降が繰り返されている。
スーパー（営業システム担当）	・現在の向上きの傾向は、猛暑や夏休みという状況が重なった一時的なものである。
コンビニ（エリア担当）	・景気回復はまだまだ難しい状況である。挨拶や客へ一声かける等の接客の工夫をしながら、客単価を上げる地道な努力で対策を考えている。
コンビニ（エリア担当）	・先行きの明るい材料が見当たらず、このままの状態が続く。
衣料品専門店（販売促進担当）	・まだまだ必要なものしか買わない客が多く、目的買いであり衝動買いが少ない。ついでに買っておこうとする客が増えてこそ客単価も上昇するが、夏が長そうなので先物を買うことには期待できない。
家電量販店（店長）	・梅雨が明け平年並みに戻っている。昨年と違い冷蔵庫、地デジ対応テレビ等エコポイント商品が低調である。
家電量販店（店長）	・エコポイントが終了する12月までは、対象のテレビを中心に冷蔵庫、エアコンが好調を維持するが、金額構成の高いOA商品群の伸びに期待ができず、全体としては前年並みとなるほか、猛暑の反動も懸念される。
家電量販店（店長）	・景気を回復させるだけの有効的な抜本的対策が見られないため、状況が大きく好転することはない。
自動車備品販売店（経営企画担当）	・客の節約志向は強く、高単価商品やし好みへは一向に手が出ない状況であり、来客数の伸びにも期待できない。
自動車備品販売店（店長）	・来客数は前年比で大幅に落ち込んでいるが、単価は前年より上昇しており、判断が難しい状況である。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・既存の小売、サービス業は停滞するが、新たな形態の小売やサービスの提供形態は増えていく。しかしながら市場のパイが変わらないので景気に変化はなく、個々の店で差が出てくる。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・客の購入予算が厳しい状態であり、あまり期待が持てない。
その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・例年に比べて、客はなるべく無駄な消費を抑え、今必要とする商品を買う傾向が強まっている。
一般レストラン（店長）	・外食するファミリーが少ない状態がしばらく続く。
一般レストラン（店長）	・6月は売上、来客数とも前年を上回っていたが、7月に入ってかなり落ち込んでおり、予約数も減っているため、先行きは不透明である。
スナック	・公共工事等が減少しており、関係者の会議や話し合いが少なくなっているため、来客数も減少している。
その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・不安定要素がまだ多く、夏休みの高速道路無料化実験や新規高速道路開通の影響がまだ顕著に現れていない。

その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (支配人)	・ 昨年は9月に大型連休がありかなりの売上が伸びたが、10月はその反動で伸びなかった。今年は9月が前年割れで、10月は前年以上に伸びる見込みなので、2か月間でみると前年並みになる。
観光型ホテル (スタッフ)	・ 特に変わる要因がない。
都市型ホテル (総支配人)	・ ビジネス、観光ともに宿泊客はほぼ前年並みの入込みが見込まれることから、景気は大きく上下しない。
都市型ホテル (支配人)	・ 販売量の伸びが悪く、見込みを達成できるかどうか陰しい状況である。また婚礼に関しても、日取りを決める六輝が週末に悪いと選択しない場合があり、秋の婚礼獲得が少ない。
通信会社 (社員)	・ 6、7月のボーナス時期で特に変動がなく、しばらくは変わりがない。
通信会社 (企画担当)	・ 販売を伸ばすには単価を下げざるを得ない状況であり、販売量が伸びるような明るい材料が出てくる見込みはない。
通信会社 (通信事業担当)	・ サービスについての問い合わせなどは依然少なく、見込み客も増えない。
通信会社 (営業担当)	・ 客の動きや商談状況からみて上向く材料がなく、当面現状に変化はない。
通信会社 (営業担当)	・ 個人消費が回復する要素は当面見当たらず、大手業者との競争が厳しいなかで、加入者の大幅な伸びは見込めない。
通信会社 (総務担当)	・ 販売数の伸びがなく、客の購買意欲が感じられない。
通信会社 (広報担当)	・ 今後の税制改革をみると、サラリーマンにとっては、将来に備え貯蓄しておかなければならないと考える人がほとんどであり、変わる要素がない。
テーマパーク (管理担当)	・ 来客数でみると、良くも悪くもない営業成績である。
テーマパーク (広報担当)	・ 天候が安定すれば多少客足は回復するが、高速道路料金の引下げの効果も少し薄れてきており、人々の観光への意欲がなくなってきた。
ゴルフ場 (営業担当)	・ 秋になれば自然と客は増えてくるが、中国地区のゴルフ場来場者は減少傾向にある。
設計事務所 (経営者)	・ 公共建築物の耐震改修の発注は出ているが、構造設計を行っていない当事務所にはそれが回ってこない。公共建築物等における木材の利用の促進に関する法律が公布され、その効果に期待が持てるが、施行されるのはまだ先である。
設計事務所 (経営者)	・ 建築に関して景気が上向くような話題が何も見当たらない。
住宅販売会社 (従業員)	・ 販売件数は増えたが、単価は低下しており、来場者数の伸びも認められない。
住宅販売会社 (販売担当)	・ 今月の受注量は前年に比べ7%増加しているが、客単価が10%低下している。
住宅販売会社 (経理担当)	・ 首都圏ではマンションの販売に回復の兆しがあるとの報道があり、広島においてもマンション用の土地仕入れが活発になっているとの明るい情報もあるが、継続的な景気刺激策がなければ、消費者の購入意欲はすぐに低下し買い控えとなる。
やや悪くなる	<p>商店街 (代表者) ・ 客の可処分所得が改善されないなかで、購買に回る金が制約を受ける状況下では、生活に必要なものから買う傾向が続くため、劇的なことが起こらない限り景気が上向くことはない。</p> <p>商店街 (代表者) ・ 政権交代以降、地方に金が回らない状態が続いている。</p> <p>百貨店 (売場担当) ・ 猛暑の特需で売上が一時的に伸びているが、取引先は退店や人員カットなどコスト削減が限界を超えており、経営状況が非常に厳しく、新商品の提案や納入在庫がどんどん減っている。</p> <p>百貨店 (売場担当) ・ 残暑が厳しくなり、秋物の立ち上がりが例年にも増して厳しくなることが予想されるため、ロングランで販売できる夏物商材の追加発注指示が出ている。</p> <p>スーパー (店長) ・ 今の状態では良い材料が見つからず、悪くなる傾向が継続する。</p> <p>スーパー (店長) ・ 売上に大きく影響する来客数は、特別な外的要因等がなければ一気に回復することはなく、当分ここ数か月の流れが継続する。</p> <p>コンビニ (営業担当) ・ タバコの値上げによる来客数の減少が見込まれる。</p> <p>衣料品専門店 (経営者) ・ 商店街の競争相手の閉店が続き、その分来客数が増加すると思いきや、逆に減少してきている。</p> <p>乗用車販売店 (店長) ・ エコカー購入補助金終了による駆け込み需要で販売は安定していたが、その後の展開が読めない。</p>

		乗用車販売店（担当者）	・エコカー購入補助金などがなくなる影響が秋から冬に出ないかと心配している。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー購入補助金終了間際の駆け込み需要が増えているが、終了後の冷え込みには相当不安がある。新型ハイブリッドカーなども登場するが、不安の方が強い。
		観光型ホテル（支配人）	・10月以降の予約状況は不透明であり、特に10～11月の婚礼予約次第で、前年を大きく下回る可能性がある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊ではインターネットによる締切間際の低料金での予約が増えてきており、今後はそれが更に増えることから、稼働は上昇しても売上は減少する。
		タクシー運転手	・昨年の秋は特需があったが、今年はないため全体として売上はマイナス基調である。
		競艇場（職員）	・7月ほど集客が見込めるレースがない。
		美容室（経営者）	・まだまだデフレ状態が続き、年内は景気回復を実感できる状況にない。
		美容室（経営者）	・現状では客の購買意欲は向上していないため、このままだと売上にはつながらない。
	悪くなる	スーパー（財務担当）	・今後も競合店のディスカウントへの業態変更があり、低価格競争が続く。
		乗用車販売店（業務担当）	・エコカー補助金制度の終了に伴い、売上が大幅に落ち込む。
		住関連専門店（広告企画担当）	・集客コストは以前と変わらないのに購入単価が落ちているため、状況は更に悪くなっていく。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる材料も見当たらず、当分はこのまま推移する。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・今月は中型巻網船が不漁である。浜田沖の魚場にアジ、サバ、イワシの青物魚が回遊していないことが原因か、特に県外船の入港が大幅に減少したが、本来の脂の乗ったアジ、イカの水揚げが期待される。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後も地元自動車メーカー関係の受注で忙しくなるとともに、他社メーカーについてもエコカー購入補助金終了への対応で忙しくなっている。
		不動産業（総務担当）	・秋ごろ多少の需要が見込まれる。
	変わらない	化学工業（経営者）	・現状の受注量は増加しているものの、今後の見通しについては確実性に乏しく、これ以上の景気回復は不透明である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・地元大手鉄鋼会社からの高炉改修工事の受注に期待しているが、他社との競争が厳しい。当面は現状の生産が継続する見込みである。
		鉄鋼業（総務担当）	・国内受注は全体としては現状維持を見込んでいるが、円高による中国を中心とするアジア地域への輸出の減少が懸念される。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・受注見込みに大きな動きはない。
		金属製品製造業（総務担当）	・案件情報は増えつつあるが、成約までの時間がかかっているため、受注量としては現状と同水準とみている。原材料価格は10月以降に値上げがあると推測しているが、この先2、3か月は変わらない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに大きな変化はない。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・海外市場の冷え込みは当面続く見通しであり、非常に厳しい状況である。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注がある程度見込める状況にある。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・良くなる材料が見当たらない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・上半期中は、受注量及び付加価値の高い商品群ともに好調さを維持する。
		輸送業（統括）	・鉄鋼関係のスポット業務が終了すると厳しくなる。
		輸送業（運送担当）	・ここしばらくどんな政策が実施されても地方では景気回復の兆しが全くみえない。今後もよほどの起爆剤でもない限り回復は見込めない。
		通信業（営業企画担当）	・引き合い、商談内容ともに2か月前からの継続中のものであり、大幅に増加する傾向はなく、この状況が続く。
		通信業（営業担当）	・ねじれ国会の影響で政策による景気へのテコ入れもなく、先行きが不透明である。
		金融業（業界情報担当）	・輸出は欧州向けは伸びが緩やかだが、北米向けが増加基調を強め、中国など新興国向けも好調を持続すると期待が持てるため、全体では回復が続く。

		金融業（営業担当）	・経営者は景気回復しているとの明確な感触を持っておらず、景気回復を見据えて積極的な投資を行う意欲がほとんどない。業況実績も回復の兆しを認識できるまでの状況になく、不安定ながらもなんとか横ばいで推移している状況である。地域の景気回復には中小企業が前向きな考えを持てる環境整備が必要だが、現状ではそれも整っておらず、今後3か月でも変わらない。
		会計事務所（職員）	・製造業関連は自動車関係にとどまらず、秋口以降の受注は上向きになってくるが、今の動向を見る限り卸小売には期待薄である。
		コピーサービス業（管理担当）	・見積段階で薄利の半値に近い価格で提示しても敗退しており、価格で対抗することは容易でなく、今後も失注が予測される。
やや悪くなる		食料品製造業（業務担当）	・今のところ練物業界の景気が急回復する要素が見つからないように、原料もじりじりと値上がりし始めている。
		木材木製品製造業（経理担当）	・景気回復気配を感じる反面、円高基調が継続しており、下振れ懸念も強い。
		鉄鋼業（総務担当）	・自動車はエコカー購入補助金が上期で終了するため、その反動が想定される。また先行きの不透明感から消費マインドが今よりも冷え込む。
		建設業（総務担当）	・受注先ではますます価格に厳しくなっており、相見積を取るなどの厳しい環境が予想される。
		その他サービス業〔建築物清掃業〕（経営者）	・良くなりそうな要素がない。
悪くなる		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・親企業では船舶の受注が増えておらず、3割程度の価格引下げを余儀なくされている。そのため、今までのプロジェクトをこなしながら、引下げ分を補う新規プロジェクトの検討も平行して行わなければならない状況にあり、当社もその影響下にある。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・地元企業は非常に苦しい状況が続いている。特に水産関係企業は魚が獲れず大変である。
雇用 関連	良くなる	職業安定所（職員）	・現在、中高年層の失業期間の長期化による滞留や、給与収入の減少による主婦のパート就労希望者の増加により、求職者数が増えている。一方で、事業所の求人意欲は高まっており、求人動きも活発となり、求職者も増加しているため、2、3か月先には状況が良くなる見通しである。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	・新卒採用において優秀な学生の確保のための計画の予算措置が講じられる見通しである。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・3か月先も良い情報がない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数の動きが停滞してきている。
		人材派遣会社（看護師紹介担当）	・派遣や人材紹介の依頼は増加しているが、作業職に関しては期間限定の一時的な需要であり、中長期的な先行きはまだ不透明である。事務職の派遣依頼も既存派遣枠の交代受注が多く、大きくは伸びていない。求人は増えてきているが、求職者の派遣離れ傾向が見られ、マッチングに苦労している。
		職業安定所（職員）	・新規求人は増加傾向にあるが、企業からの受注は増加しているものの単価が下がっているため、売上増につながらず、常用求人の提出には慎重にならざるを得ないとの声が聞かれる。
		職業安定所（職員）	・6月は新規求職者数、有効求職者数ともに減少したが、新規求人数も減少しており、特に常用求人の減少が目立つ。パート求人は比較的多く、常用求人の減少分をカバーしている状況にある。しばらく、一進一退の状況が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・エコカー減税など需要の先取りの反動がどの程度現れてくるか分からないため楽観はできず、雇用回復気味とはいえ再度採用引き締めの方に振れる可能性も高いことから、現状維持で推移する。
	やや悪くなる		
	悪くなる	-	-