

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	一般レストラン（店長）	・近くに大きなカーディーラーがオープンする予定である。県内にわずかしかない車を販売するらしく、注目を集めており、その影響で売上は上がる。
		通信会社（販売企画担当）	・夏の商戦期に合わせて、新商品も投入するので、その効果もあり販売は伸びる。
	やや良くなる	スーパー（店長）	・ここ数が月、販売点数、客数、売上いずれも前年の102%から106%と少しずつ客数、販売点数、売上、全て順調に伸びつつある。この見込みでいくと少しずつ上昇傾向になっている。
		コンビニ（エリア担当）	・競合出店・スーパーの長時間化などの外部要因の影響は少なく、客数も徐々に良くなってきているので、3か月後はやや良くなっている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・夏物の流れがこの6月次第で7月、8月に大きく影響してくるので気温が順調に上がってくれば、利上げが増えてくる。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・良いものを長く着たいという理由から、高単価にも関わらず出し惜しみせず買う客が増えている。
		家電量販店（予算担当）	・来店客も増加傾向にあり、また今年も西日本は猛暑となる予想が出ているためエアコンなどの動きに注力している。
		乗用車販売店（サービス担当）	・客の動き、購入具合等が良くなっており、ボーナス時期にもなるので販売量の増加も期待できる。
		乗用車販売店（統括）	・これから話題性のある商品も発売されることから販売量は確保できる。
		自動車備品販売店（経営者）	・現状の推移から底は打ったと言える。昨年のような天候不順が無ければ少しずつでも回復は見込める。
		観光型ホテル（スタッフ）	・6月から向こう3か月間の予約状況からみると、来客数も昨年よりは増えている。また夏休み等が重なるのでやや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・団体客の予約が順調に入ってきている。8月は原爆投下60周年という事で、行事もあるらしく、その関係の宿泊団体の問い合わせも多い。
		タクシー運転手	・3か月先も1年間の売上が十数年ぶりに前年を上回るのも、6月の景気にかかっていると思われる。ボーナスも多く会社が期待を持てるし、県内においては特に国体を始め活発になる材料が揃っている。
		美容室（経営者）	・当店設立50周年を迎えるイベントが6月から始まるので、それによる集客のアップと単価のアップを目指しているので良くなっていく。
	住宅販売会社（経理担当）	・新規の発売物件があり、チラシやテレビCM等の宣伝活動や集客イベントを積極的に行う予定としているので、全体の契約戸数は増加する。	
	変わらない	商店街（代表者）	・郊外の大型ショッピングセンターに若年ファミリー層の購買客がどんどん移行しており、中心市街地商店街に訪れる客は、お年寄りなど交通弱者中心となり、来客数自体が昨年に比べても減少している。今後、業態を変更するが街をあげての変革をしないと改善がみえてこない。
		商店街（代表者）	・また市内に大型店のオープンが目前に迫っており、オープンすると大型店同士の叩き合いが始まり、商店街に影響がどのようにでくるか先がみえない。
		百貨店（営業担当）	・気温が不安定で夏物も低単価商材しか売れず、クリアランスセールに突入してもコーディネート購入等客単価アップが望めない。
		百貨店（営業担当）	・プロパーが好調なので、台風等のマイナス要因がなければ、バーゲンまではこの勢が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・来月より中元商戦がスタートするが、価格に対する顧客の目はよりシビアになると思われ、大きな期待はかけられない。
百貨店（購買担当）		・ヤングショップだけみても、今月はかなりヒットアイテムが出てきたということで、数字の確保もできている。このままクリアランスに突入して商材がしっかりと確保できれば売上も確保できる。客単価は低いものの購入したいという気持ちは高まっている。	
百貨店（売場担当）		・依然としてすぐ必要なもの以外はなかなか買わない客の購買心理は続く。	

百貨店（売場担当）	・特に景気がよくなる要因はないが、バーゲンが毎年前倒しで6月の中旬から始まりだしているので、多少は良くなる傾向にあるが、あまり変わらない。
スーパー（店長）	・現状の競合ディスカウント店の賑わい等客の動きをみていると、客の価格志向の強さは定着し、価格競争がより厳しくなる。
スーパー（店長）	・チラシ商品、目玉商品を求めて客が競合各社を回っている状況が目につく。今後チラシ等で利益の利幅が下がってくるので売上による最終営業利益を確保していかないといけないので、客数が増えても最終利益が残らないという状況が続く。
スーパー（店長）	・新規競合店に対抗するため、一品単価の下落、歯止めがかからない分、売上は横ばいとなる。
スーパー（店員）	・なんとか粗利を多少削りながらも、前年から5%落ちくらいで推移しているため、この状態が続く。
スーパー（販売担当）	・今から夏野菜が出荷されてくると、それにあわせて段々売れてくる商品が変わってくると思うので、あまり変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・客の可処分所得の拡大の傾向は見られず、なにかにお金を使えば別の物を抑えるという傾向は変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・今の現状としては、一時的には客数自体が増えつつある印象を受けたが、最近客単価自体の下げ幅もこの5月に感じられ、この先に関しても客数及び客単価の割れでさらに厳しくなる。
コンビニ（エリア担当）	・国体準備等の需要を見込んでいるが、一般顧客が多様化した販売チャンネルに分散している。
家電量販店（店長）	・今月は大型量販店の形態の変わった出店があり、また来月には大型量販店の出店がある。これが無風状態の市場に旋風を起こし、客の購買意識の向上につながる。
家電量販店（店長）	・夏商戦に向けてエアコンが期待できるが、今の状況の中では、気温が上がる傾向があまり無いように思われる。またパソコン、大型液晶、プラズマテレビに関しても異常に売れる期待感があまりないため今までとほとんど変わらない。
乗用車販売店（販売担当）	・新車の販売台数は、販売促進の企画で前年並は確保できそうであるが、ガソリンの値上げや先行き不透明感が強くあり、新車の販売台数が増大する要因がまわりに見当たらず、車の受注状況は2、3か月先もあまり変わらない。
乗用車販売店（総務担当）	・現状を打開して特に良くなるという施策とか商品がみえていないので、今しばらくはこの状態が続く。
その他専門店〔書籍〕（従業員）	・リニューアルオープンのため売上が上昇している。土曜日曜が好調である。
高級レストラン（スタッフ）	・今後の予約状況もあまり以前と変わらない状況で、先行きが掴めない。
一般レストラン（経営者）	・来客数は、前月とあまり変わらないが、客単価と飲食個数が減ってきているので、今と変わらない状況が続く。
一般レストラン（店長）	・あらゆる仕入れ価格の高騰が続き、良い材料がないので集客大幅増は見込めない。
観光型ホテル（経理総務担当）	・モニタープランの受注が今ひとつである。
都市型ホテル（従業員）	・宴会の予約状況は、同窓会等の定例予約はほぼ例年並であるが、その他の予約は直前になる見込みで、単価は依然として低調である。
都市型ホテル（総務担当）	・現在の受注状況に視て、当面景気動向が短期間で改善される要因は見当らない。
旅行代理店（経営者）	・5月、6月分の受注がほぼ固まっているが前年とほぼ変わらない。
通信会社（経営者）	・客の反応も厳しいままであり、好転の兆しは見えないまま、推移している。
テーマパーク（財務担当）	・急激な入園者の伸びは期待できない。消費単価的には割と確保できている。問題は集客大きく伸びる時間が今のところ見当たらないことである。
競艇場（職員）	・今月の景気は他の月と比べたら少し良かったが、8月も盆レース等で少しの売上増を図れるものの他のレースについては見込めない。
美容室（経営者）	・競合店も増えてきているし、同業者との話をしてみても年々来客数が減少しているとのことである。

	設計事務所（経営者）	・個別にでも改善傾向あればいいが 現在は見当たらない 消費意識が無理をしなく安全を求めている傾向がある。
	設計事務所（経営者）	・建築業界においては依然低迷している状況である。これがすぐ変わるような要因が見受けられなく先行きが非常にまだまだ暗い状況が続く。
	設計事務所（経営者）	・石油コストが上がって影響もあり、建築材料コストが高くなった影響からか消費者の動きが悪いようで、様子見の感がある。
	住宅販売会社（販売担当）	・展示場、分譲売出し、イベント、への来場数が回復しない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・景気回復とニュース等で行われているが、物販の一番川下において顧客と日々接する立場としては、全くそのような感覚がない。需給バランスが崩れて久しいが、なおかつデフレ傾向で顧客の価格に対する考え方が非常にハードになっている。加えて少子化で、この業界は予想もつかない先細りになっている。世の中ボーナスが過去最高に出るといった景気のいい話も聞かれるが、そういう実感もない。
	一般小売店〔靴〕（経営者）	・5月は季節ものが動く時期であるが、夏はこれからなのに夏物が早くから出まわり商戦が後半戦に入っているように感じる。定価で購入する客が少ない。
	百貨店（売場担当）	・夏本番に最も売れるカジュアルタイプのサンダルの出足が異常に早く、7月、8月と夏本番に売っていきける目新しい商材がない。
	自動車備品販売店（店長）	・ゴールデンウィークが明けてから客の数はそんなに減少していないが、大型商品が売れない。今後もその状況が続く。
	住関連専門店（営業担当）	・まず、近くの競合店との競合の結果、客数が減り客単価が落ちている。また客単価が落ちている一つの理由としては若年層、特に20代、30代位の客が個性的な商品を求めるケースが多くなっているため、相対的に売り方が難しくなっている。
	その他専門店〔時計〕（経営者）	・原材料の金、プラチナ価格が上昇みで、製品価格が値上がり、品薄傾向である。
	スナック（経営者）	・営業が大変悪くなっている。飲食業で飲み屋は特に悪い。儉約して居酒屋や家庭で飲むようになっていて、古くからあるクラブ系でも飲食の食事処以外は大変悪くなっている。
	都市型ホテル（経営者）	・5月は若干良くなったが、8月の客室部門予想は愛知万博の影響で前年を大幅に割りこむ見込みである。また料理飲食部門も前年は猛暑でビールの消費が大幅に伸びたが、今年は前年には届かない見込みである。
	通信会社（通信事業担当）	・別途、有料のオプションサービスなどがかなり低調。必要最小限で済ませようとする傾向は顕著で当分改善しない。
	設計事務所（経営者）	・工事発注がない。
	住宅販売会社（従業員）	・来場者数の推移も悪くなっているし、成約になっている方の単価面も若干下がっている傾向が続く。
	悪くなる	-
	良くなる	-
企業動向関連	やや良くなる	
	農林水産業（従業者）	・これから夏場にかけて本格化するシラ漁も準備が始まる。夏はまたシロイカ漁やトビウオの時期であり、魚種も少ない時期となるがシロイカ、トビウオそしてシラ漁に期待できる。
	化学工業（総務担当）	・経費節減や業務の合理化・効率化等の社内体制の整備が進み生産効率も上昇し利益が出ている。依然として物流費や原燃料費高等の影響はあるものの当面現状を維持する。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・自動車・家電関連については、国内・欧米向けとも絶好調でどちらのラインも注文に応じきれないような状況である。携帯関連も先行き3か月については好調な受注となっている。
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・2、3か月先には、新しい製品の本格的な量産が始まる。
	建設業（営業担当）	・建設に関する企業の設備投資の計画が、多少実行に動く傾向が見られた。
	金融業（業界情報担当）	・米国経済の減速懸念や中国の不安定さなど不安材料は残るが、世界的にみると底堅い景気拡大が続き、主要受注先の生産拡大により売上高は増加見込み。設備投資・雇用も引き続き積極的に実施予定である。
変わらない	化学工業（総務担当）	・原油高による燃料費アップ・諸材料のコストアップ・物流費のアップが現実となってきた。

	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規引き合いもあり、生産量はほぼ前年並みを維持できそうである。本年に入り原材料価格が二年連続の値上げがあり、売価への反映などの対応に苦慮している。	
	鉄鋼業（総務担当）	・原料価格の上昇や中国・米国経済動向など先行き不透明感がある。鋼材販売価格の改善やコスト削減等の進捗によっては状況が変わるかもしれない。	
	金属製品製造業（総務担当）	・「受注は好調、工場はフル生産」の構図に変わりはないだろう。しかし、夏場にかけて作業者に負担がかかり、更なる増産は難しい。また、原油相場の高騰に対し、輸送運賃の値上げの要請がまだきていないが時間の問題ではないか。鉄原料の高騰も引き続き懸念材料である。	
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・新製品を中心に国内での売上が前年を上回り好調に推移しているものの、原材料の高騰による生産コストの悪化が当面続くという見通しである。	
	建設業（経営者）	・取引関係でいうと、建設関連並びに不動産関連も全く改善されずそのままできているし、ここ当分良くはならない。今総会シーズンで、他業種の大手はボーナスもいいようであるが、地方は出せる状態にない所が多く、地方全体の購買意欲も上がらない。	
	輸送業（統括）	・周りの企業は徐々に回復していると感じる。しかしそれは我々物流業界へのコスト削減が大きく貢献しているためで、我々の料金はここ数年料金が据え置かれている。そうした背景で周りの企業は回復しても我々の業種ではあまり変わらない。	
	通信業（社員）	・各社とも予算面で厳しいものがある。2～3か月後に景気好転して受注に結びつくとは思えない。現段階ではお客様からの受注は横ばいであり、今後、景気がよくなって好転するとは判断できない。	
	通信業（営業企画担当）	・光ファイバーが純増でADSLを上回る情勢となってきているが、利用コストも差がなくなり、電話のIP化促進など光ファイバーの利用価値は法人、個人に関係なく確実に高まっている。しかし提供側には厳しい状況であることに変わりはなく、収益低下に歯止めをかける起死回生の策が近々に打ち出せるとは思えない。	
	金融業（営業担当）	・良い企業と悪い企業の選別はかなり進み、良い企業のなかでも、部門部門によって良いところ悪いところがあり、さらに中小企業においては良くなる材料は仕事頼みだが全く見えない。当分の間リストラもかなり進んだので経費削減も限界があるとと思われるので中小においては、これからまだまだ悪くなる。	
	会計事務所（職員）	・販売、サービス、建設、といった業種は今後も売上の増加は難しく、これ以上の経費削減は無理な状態では、利益の確保も厳しい。	
	コピーサービス業（管理担当）	・現在の市場や商品では減少を食い止めることは不可能である。新しく事業展開を行ってはいるが、成果は数年先になる見込みである。	
	やや悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量もやや減少するとともに、購入資材の値上がりに加え、受注価格の引き下げがあり、さらには4月定期昇給に伴う人件費の負担増など採算は悪化しつつある。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・魚肉練り製品離れが続いているのか、今年に入り売上は前年比割れが継続している。原料すり身の高騰も続いており利益が出にくい状況となっている。このままでいくと労働時間を短縮するなど人件費コストを圧縮せざるを得ない。
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	学校[大学]（就職担当）	・製造業の求人が、やや増えている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・人材派遣需要の伸びは昨年に比べて小さくなってきたが、正社員の紹介に対する需要は伸びる傾向にある。派遣の需要先の新卒採用も積極的になってきている。
		職業安定所（職員）	・求人全体ではここしばらく横ばいで推移すると思われるが、内容は非正規雇用や有期雇用契約での求人が益々目立つようになる。
	職業安定所（職員）	・引き続き、派遣・請負求人や有期雇用求人が目立っていくと思われる。また、大幅な人員整理等の予定もなく、今と同じ状況が続く。	

	職業安定所（職員）	・地元大手化学メーカーの業績が好調で、これが新卒者を中心とした従業員の採用について、他の関連企業へ及ぼす影響を期待しているが、今のところ大きな変化は見受けられない。
	職業安定所（雇用開発担当）	・小規模製造業の一部には人手不足感を訴えるところもあるが、求人増につながる力強いものではない。また一部に人員整理の動きがあるものの、大規模なものではない。有効求人倍率は前月より低下したが、この時期の傾向とみており雇用状況に変化はない。
	民間職業紹介機関（職員）	・連結売上高100億円を越す企業で、数名以上の求人はあるのだが、企業が採用したい者のレベルを下げないために、なかなか景気向上にもつながるであろう正社員労働者の増加に結びつかない。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・地域には景気復調の好材料もなく、介護系や人材派遣を除く地域各企業は新卒採用には慎重姿勢を崩していない。
	やや悪くなる	
	悪くなる	-