

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（経営者）	・先月に引き続き、売上・来客数・客単価ともに、すべて前年をクリアしている。飲食個数も増加しており、この良い傾向はしばらく続く。
	やや良くなる	百貨店（販売担当）	・4月～5月にかけては気温も上がらず、夏物衣料が苦戦したが、7月のクリアランスセールにはこれまでの買い控えの反動で、来客数・売上ともに上向いてくる。
		スーパー（店長）	・ここ数か月、売上額が好調に推移している。前年比102～103くらいで動いており、近郊の競合店についても変化はないことから、今後もこの状況が続く。
		スーパー（店長）	・天候及び気温が前年並みになれば、現状の客単価も前年を上回る。
		スーパー（店長）	・過去2～3か月から現在までの動向をみると、このまま同じような傾向で推移する。
		スーパー（総務担当）	・天候不良によることもあるが、青果物の単価が上昇している。その他の物も若干上昇気味であるが、販売点数が落ちていないので、夏場に向かって売上が増加する。
		コンビニ（エリア担当）	・原油高に多少の不安は感じるが、就業率が高くなってきているので、売上についてもやや良くなる。
		家電量販店（店長）	・映像関係はサッカーワールドカップがらみでこれから需要が増え、非常に良くなりつつある。この傾向はある程度続く。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル内蔵の薄型テレビなどへの買い換え需要が増加する。
		家電量販店（店員）	・地上デジタル放送開始の効果で、今後も良い傾向が続く。
		その他専門店〔スポーツ〕（店長）	・サッカーワールドカップがあるため、サッカー関連商品の売上が伸びる。
		一般レストラン（店長）	・来月から新メニューが入り、その影響も若干見込んで売上が伸びるのではないかと。またサッカーワールドカップ等の影響を受け、人の動きも少し活発になる。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・元々良い傾向にあるが、新商品の投入により客足を伸ばしていけば、さらに良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏休みの宿泊の予約も順調であり、お盆の予約も例年より随分早くから入ってきている。
		タクシー運転手	・乗客の会話からも、不景気という声は全く聞こえてこない。またベースアップ等の話も聞かれ、先々の景気の見通しに明るさを感じられる。
		タクシー運転手	・梅雨の雨・ボーナス・就職率の改善などの影響で、今後少しずつ改善されていくと思われるが、増車などもありタクシー業界では少し上向く程度である。
		通信会社（社員）	・これから夏に向けて新商品が発売されるので、現在よりはやや良くなる。
		通信会社（通信事業担当）	・地上デジタル放送などの認識が高まりつつあり、それに合わせて通信サービスへの問い合わせなども増加している。
		通信会社（販売企画担当）	・ボーナス商戦期を迎えるとともに、新商品の投入もあり、販売が上向く。
		住宅販売会社（販売担当）	・ゴールデンウィーク期間中に開催した展示場イベント、現場イベント、土地売出し等のイベントに前年同期比で約1割増の来客があった。この際の反応もよく、3か月先くらいまで受注が増加する。
変わらない	商店街（代表者）	・世間では好景気と呼ばれているが、我々小売業にとってはそういった実感はなく、大型店の進出、少子化、デフレ傾向は継続し、中小の小売業・製造業は非常に厳しい環境が続く。	
	百貨店（営業担当）	・2～3か月前に比べ、婦人服はヤング・ミセスとも購買が鈍化してきている。夏のレジャー費等に押され、洋服関連の消費は伸びない。	
	百貨店（販売促進担当）	・顧客分析によると、建設業、公務員の購買が落ちてきている。建設関係については公共投資も削減のなか、今後の回復は見込めない上に、公務員についても昨年より給与カットは継続しており、同様の状況にある。	
	百貨店（販売促進担当）	・昨年に比べ、若干良い傾向は続いていくものと考えられるが、今後2～3か月で良くなるといったものではなく、もう少し長いスパンで徐々に良くなる。	

百貨店（売場担当）	・景気の回復は、都市部や他の地域のことと感じられ、我々の地域では実感が無い。先行き不透明感は依然強い。	
百貨店（購買担当）	・今月は婦人服業界ではかなり厳しい状況が続き、このためクリアランスセールに突入したときの商材はしっかり確保されている。セールに商品を多めに投入し、売上のかさ上げをはかるが、最近の低温化で野菜の高騰も目立ち始め、主婦は食費への出費がかさんでいて購買に影響を及ぼさないか不安である。	
スーパー（店長）	・食料品の価格は、客の購買店舗選択の大きな要因であり、厳しい価格競争はまだ続く。	
スーパー（店長）	・売上のマイナスをカバーするために、競合店をはじめ当店も含めてチラシの打ち合いが続き、それにより何とか客数の確保をしている状況である。ただし、一点単価はなかなか上がりず夏型商材の動きも鈍いため、上昇気流にはなかなか乗れない状況が続く。	
コンビニ（エリア担当）	・これから先5～6軒の新規店舗ができる予定だが、売上に關してはあまり大きな変化はみられないのではないかと。	
コンビニ（エリア担当）	・客が無駄な物は購入しないという傾向は、今後も続く。	
コンビニ（エリア担当）	・客は必要な物以外購入しないという状況は続いており、今後もこの状況は変わらない。	
百貨店（営業担当）	・地方の消費者の景気回復感はマスコミで報道されているほど良くはなく、天候等の要因もあり、しばらくは足踏み状態が続く。	
家電量販店（店長）	・日照不足による野菜の高騰、原油の高騰等、我々を取り巻く環境は懸念される事ばかりでだが、エアコン、薄型テレビに力を注いでいく。	
乗用車販売店（統括）	・原油価格の高騰で、物価自体が少しずつ上昇していくことによる買い控えがある。	
乗用車販売店（販売担当）	・整備部門は1月から売上が順調に伸びているが、来店客の減少と客の買い控え傾向がますます強くなり、新車の販売は今後も厳しい状況のまま推移する。	
乗用車販売店（営業担当）	・新規客の来場数減と既納客の代替率減は、当分続く。	
自動車備品販売店（経営者）	・現在の客の販促や接客への反応を見ると、現在の状況が変わらず、好調が続くそうである。ナビゲーションや地上デジタルチューナ等、話題性に富んだ商品もあり一層の販売増につながる。	
高級レストラン（スタッフ）	・一般の宴会については徐々に予約等増えつつあるが、婚礼については、他の施設が増えたこともあり先行き不透明である。	
都市型ホテル（経営者）	・現在の予約状況より判断し、全体的に今後も変わらない。	
通信会社（企画担当）	・今年第2～第3四半期において、新サービスあるいは既存サービスの変更の動きで、特に注目されるものがない。	
テーマパーク（財務担当）	・客単価はだいたい昨年並みで推移しているが、安定した入園客数を確保しさらに伸ばしていくのは難しい。	
テーマパーク（広報担当）	・天候不順はしばらく続きそうで、落ち込みを取り戻せないままシーズンが終わってしまう。	
テーマパーク（業務担当）	・少し上昇傾向にはあるが、さらに良くなる兆しと言うにはまだ早い。特に梅雨時は利用増の要因に乏しいため、現状維持ではないかと。	
美容室（経営者）	・生活物資の物価が上昇しており、将来的には客数・客単価に影響が及ぶ。	
設計事務所（経営者）	・建築業界は、受注量・供給量ともに変化はみられず、明るい兆しもなく、まだまだ低迷の状況が今後も続くと思われる。	
設計事務所（経営者）	・相変わらず公共工事の発注が見込めないと、民間工事もすぐには契約件数が増えていくとも思えない。	
住宅販売会社（経理担当）	・耐震偽装問題で低下していたモデルルームへの来場者数は回復傾向にあるが、実際の契約数は伸び悩んでいる。	
やや悪くなる	百貨店（売場担当）	・夏物衣料の出足が非常に悪いことから、大手メーカーの在庫調整が進むと予測される。実際に工場では夏物が生産されておらず、秋物の早期投入で夏物の不足がはっきりしている。
	スーパー（店長）	・原油高によりいろいろな生活用品が値上がりし、少しずつではあるが、買い控え等が発生する。

	スーパー（店長）	・原油価格の高騰に伴い、輸送費・製造コストの上昇により、単価が上昇すると考えられる。今まで好調であった、客の買上点数にも陰りがみえてくる。
	コンビニ（エリア担当）	・客数も客単価も大幅に下落しており、売上は大きく前年割れを起こしている。競合店・ドラッグストア・24時間スーパーの台頭で、さらに厳しくなる。
	衣料品専門店（経営者）	・同業者の話メーカーの話でも、専門店の景気の先行きに全然明るさが出てこない。商店街の同業者がまた飲食店に業種転換した。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・「まちづくり三法」の施行を前に、競争店の出店が今年は多くなると予想され、苦戦が続く。
	乗用車販売店（経営者）	・自動車販売はガソリン価格に非常に敏感で、原油価格がこのままの状態が続くとすると、先行きは非常に不安である。他にもいろいろな物の値上げが報じられていることから、これから先何か月かは厳しい状況が続く。
	乗用車販売店（統括）	・中小企業の経営者はこれからもっと厳しくなると言っている人が多く、買い控えが多くなる。
	住関連専門店（広告企画担当）	・客の購入に対する慎重さが強くなってくる。そのことにより、客の購入単価・購入時期・購入場所の分散が、さらに進む。
	その他専門店〔時計〕（経営者）	・素材の金・プラチナの値上がりで製品の価格も値上がり、買いにくい価格になる。
	その他専門店〔書籍〕（従業員）	・冷夏のため若干客足が鈍る。
	都市型ホテル（従業員）	・宴会の企業問い合わせ状況を見ると、好不調企業の差がより広がっており、全体ではどちらかというと悪くなる企業の方が多い。
	悪くなる	スーパー（財務担当） 乗用車販売店（サービス担当）
		・競合店の出店計画が非常に多い。 ・新型車の投入もないし、これに代わるてこ入れもない。まして、客の動向がつかめないののでこのまま悪い状態が続く。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-
		一般機械器具製造業（経営企画担当） 電気機械器具製造業（総務担当）
		輸送業（統括）
	変わらない	化学工業（総務担当） 鉄鋼業（総務担当） 金属製品製造業（総務担当） 輸送用機械器具製造業（経営者） 通信業（社員） 通信業（営業企画担当） 金融業（業界情報担当） 金融業（営業担当） 会計事務所（職員） コピーサービス業（管理担当）
		・海外向けの自社製品の売上が北米を中心に好調を維持しており、今後も受注予定が入っている。 ・自動車関連好調維持・薄型テレビ関連周辺機器など高止まりの受注が入り、加えてエアコンの受注が国内向けはもとより、欧米向けが昨年以上の受注増の見込みであり、部材調達に間に合うか懸念される状況である。 ・下期以降の新規業務が徐々に決まりました。その結果人材不足になるため、早めに募集活動を始めたが半年前に比べると、今度は全然応募がない。 ・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。 ・アジアにおける鋼材需給がタイト化しており、粗鋼生産がフル状況にある。好況状態が当面続く。 ・ゴールデンウィーク中に設備投資を行い、増産体制の準備を整えている。しかしながら原油や非鉄等の原材料の値上がりや高止まりのため、収益的には設備投資の際に見込んだ収益より下がる可能性もある。 ・3か月先をみても、取引先からの発注数は変化なく、高いレベルのまま変わらない。 ・光電話以外に好転する要因も見受けられないことから、現状と変わらない。 ・通信業界は固定系も移動系も昨年末以降大型再編が注目を浴びており、シェア獲得のために新商品の投入など投資をつぎ込む事態が当面続く。また原材料価格の上昇など経営圧迫要素も多い。 ・米国経済の減速やドル安円の進展などから先行き不透明感が強まっているが、欧州やアジア向け輸出は堅調に拡大しており、当面は高水準の受注が続く。 ・仕事量、工事量ともに競争が非常に少なくなった。悪いところが淘汰されたということもあり、各企業においては当面の仕事は確保できている。 ・販売業は、通販の影響が年々増大してきており、売上の低迷に歯止めをかけるのが難しいところが多くなってきている。その他のサービス業でも業績は伸び悩んでおり、公共工事関連も、あまり期待が持てず、当分このまま推移する。 ・新しく事業戦略を実施するが、成果は半年先位を目標にしている。成果が上がるまでは微減状態が続く。

	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・5月31日をもって、沖合底引き船団が資源保護のため8月のお盆時期まで約2か月半休漁となる。また現在浜田漁港にいる6つの底引船団の内、休漁明けには1つ廃業する。沖合底引き船は、燃油の高騰・燃料及びスチロール箱の値上げと、魚の不漁とあいまって経営を圧迫している。
		食料品製造業（総務担当）	・大口取引先に大きな動きがあった場合、それによって当社の売上、収益に大きな打撃となる可能性がある。この先どういふふうになるのが見えにくい。
		化学工業（総務担当）	・今後金利の上昇も心配であり、原油価格も高止まりしており、先々少し心配な状況である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口案件が一段落し生産水準は現在より落ち込む。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・新モデルへの切り換え時期にあたり、受注が減少する。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量・生産高ともに横ばいの状況が続いているが、原材料などの調達価格は高止まりから一層の上昇傾向が窺われ、また賃金改定の影響や退職給与の負担増など、コスト上昇の要因が多く、厳しさは一層増大する。
		悪くなる	-
雇用 関連	良くなる	求人情報誌製作会社（支店長）	・県内メーカーの求人意欲が引き続き高く、求人数も増加する。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（支社長）	・求人数の伸びがこのまま継続する。
		求人情報誌製作会社（担当者）	・顧客は引き続き人員不足を感じている。
		民間職業紹介機関（職員）	・新規事業で人材を新たに採用するケースも増えているが、受注増加に伴う人材不足での新規採用など、既存事業の中での人手不足感から求人をする企業の割合が増してきた。
		学校〔大学〕（就職担当）	・製造、物流業など、景気を先取りした業界からの求人意欲がおう盛である。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣から正社員を志向する人が増えつつあり、派遣市場での人材の確保がますます難しくなっている。企業の人材需要は引き続き堅調に推移すると思われるが、人材の供給が難しい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・原油の高騰に伴うコスト高を懸念する企業がかなり出てきており雇用にも影響する。
職業安定所（職員）		・管内はほとんどの企業が中小企業であり、ごく一部の業種に明るさがみられるほかは、都会地の大企業とは対照的に厳しい状況が続いており、求人マインドも低調な状況が続く。	
職業安定所（職員）		・大手企業については引き続き業績好調とみるが、中小企業との好不調の格差はますます大きくなる。	
職業安定所（雇用開発担当）		・新規求人の増加が当面続くと思われるが、派遣・パート求人に向うところが大きい傾向に変わりはない。なお、有効求職者数が3か月で増加したが、増加数は縮小している。	
民間職業紹介機関（職員）		・小規模の企業からの求人は増加（ほとんどが退職補充であるが）しているが、その小規模の企業への就職を希望する人が少ない。このため小規模の企業の体力が向上していかない。	
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-