

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	家電量販店（店長）	・液晶テレビが今後伸びていくということと、7月は冷夏気味だったが、8月は暑くなるとのことなので、その反動でエアコンが売れる。
	やや良くなる	百貨店（販売担当）	・部分的ではあるが、9月に実施される新規ブランド導入の改装効果により、店全体の集客が図られ売上増加につながる。
		スーパー（店長）	・1品単価アップのための商品が製作される。また季節商材のグレードを高める施策も効果が期待でき、今後も客単価の上昇は持続する。
		スーパー（店長）	・ここ半年間くらい、多少ではあるが右肩上がりの客単価の伸びがみえてきている。このままのペースが今後もしばらくは続く。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・来客の動きが非常に良くなっていることと、単価の回復も見受けられる。気候の関係もあるが、今後はやや良くなる。
		家電量販店（予算担当）	・企業業績は回復基調に入っており、個人消費も徐々にではあるが上向いている。中期的な流れでみればこの動向は変わらない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・別会社を計画、起業し、事業転換を図っていくため、やや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・広島では各種催物が多く予定されており、予約も今の時点では順調に入っている。
		タクシー運転手	・7月の動きからみて、今年は各中小企業の賞与ペースも前年並みか若干上回ると思われる。観光等の予約も昨年に比べて8月前半から入っており、やや良くなる。
		通信会社（社員）	・3か月後の10月から、今の名称から新しい名称へブランド変更をする。かなり訴求力のある名称なので、やや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・ブロードバンド化・光化で、接続商品自体の移行、動きはまだこれからと判断しているが、むしろブロードバンド上のコンテンツ、アプリケーション等商品、サービスが多様になり充実してきている。この傾向は少なくとも今年後半は続き、売上や販売量が上向きになる。
		通信会社（通信事業担当）	・10月に開始予定の地上波デジタル放送関連の問い合わせが増え、新規の加入にも結びつく。
		テーマパーク（財務担当）	・集客の面では、秋に大きな集客イベントを企画しており、ある程度の集客増は見込めるが、単価や販売量の増加が伴うかどうかは不明な点が多い。
		テーマパーク（業務担当）	・今が底な感があるので、今後天候不順が続かない限り、現在よりは良化している。
	競艇場（職員）	・10月中旬には当競艇場の記念レースを開催する予定であり、入場者、発売金額、売上金額の増加が見込める。	
	美容室（経営者）	・客単価、来客数共にやや伸びつつ推移している。このままの状況が続く。	
	変わらない	商店街（代表者）	・人の流れが増える要素が見当たらない。郊外型大型店舗の出店により、中心商店街はギリ貧状態である。商業活性化だけでなく、中心地の便利性・集客性を考えた施策が考えねばならないが難しい。
		商店街（代表者）	・消費税の問題もポツポツ声が上がりに出し、先行き不安という懸念があり、なかなか消費に良い影響は及ぼしてこない。まだまだ景気は沈滞ムードにあり、特に末端の小売部門ではそれを強く感じる。
		百貨店（販売促進担当）	・9月には、婦人バックとアクセサリ - のメジャ - ブランドの導入を計画中である。地方店の場合、域内競合以上に購買場所の大都市への移行も強くなってきており、この計画による需要喚起を期待している。
百貨店（販売促進担当）		・今後数か月で個人の所得が増となるような要素が見つからない。反対に金利が上がれば住宅ローン等を抱えている顧客は財布のひもを締める恐れがある。	
百貨店（売場担当）		・梅雨が明ければ売れるといった状況になると思われる。5～6月の夏物不振から、夏物のセール在庫が残っており、梅雨が明ければ8月はそれが順調に売上につながる。ただし、9月の秋物の時期までセールがずれ込むことも予測され、プロパー商品が大きく伸びないことも懸念される。	

百貨店（売場担当）	・秋に大幅な店舗改装を予定しているが、それが起爆剤となり集客・売上が増加するとは考えにくく、景気回復の要因が見当たらない状況が続く。
百貨店（売場担当）	・現在はセールなので売れているだけで、また定価販売になると売上減少となることが懸念される。現在も購買決定までの時間が長く掛かっており、消費者の目は厳しくなっている。
百貨店（購買担当）	・今月も婦人服業界としては厳しい状況が続いている。ただし、唯一数字として良い傾向にあるのが、秋物の動きである。晩夏対応のカラーであるとか、秋色夏素材といったカットソー、ニット関係が、全体の売上が減少しているなかで、唯一前年比をクリアしている。このまま推移してゆけば、少し上向きのめも出てくるのではないが。
百貨店（営業担当）	・基本的には、消費は回復基調にあると思われるが、原油高の影響を受けた商品の値上がり消費者マインドにどのような影響を与えるか気掛かりである。
スーパー（店長）	・天候不順、長雨、大雨による野菜への影響がどこまで続くのか見通しが立たない。また相変わらずの原油高の続伸による、ガソリンを始めとした関連商品また付随商品の値上げの影響も続き、大企業のない地方は景気の良くなる状況は見当たらない。
スーパー（店長）	・原油価格の高騰によるガソリン代、各種石油製品の値上げが続いており、インフレ状況にある。収入が増加する傾向はなく、食に対する支出は点数的には減少すると思われ、現状のやや悪いが3か月後もやや悪いまま推移する。
コンビニ（エリア担当）	・今月はタバコ値上げと長引く梅雨で売上減になっているが、全体的に客がお金を使わないという傾向はまだ続く。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・気温の上昇が遅れ気味になっており、季節商材の動きがずれ込んでいるため、次の季節商材に対しての影響が出てくる。
乗用車販売店（統括）	・8月は稼働日数が少なく、例年需要は見込めない。9月は大幅な需要が見込めるが、4～7月の来客数の動向を見るとかなり厳しい状況となる。
乗用車販売店（店長）	・ガソリンの高騰を受け、主力小型車の売行きに歯止めが掛かる。
乗用車販売店（販売担当）	・ガソリン価格の値上がり傾向と景気の低迷が続いており、新車の販売が急に好調になって増大するという要因が見当たらない。
乗用車販売店（サービス担当）	・特にモデルチェンジ的なものも無いし、メーカーのてこ入れも少ないので、これ以上良くなるとは思われない。
乗用車販売店（総務担当）	・地場産業の動きや、まわりの客の様子、当社の売上契約関係の様子からみて、なかなか景気の改善につながる要素が見当たらない。しばらくはこのままの状況が続く。
自動車備品販売店（経営者）	・し好品高額品の動きは懸念されるが、堅調な客足と補修及びメンテナンス系が底堅く悪化の心配はしていない。引き続き集客策を徹底してプレを少なくしていく。
その他専門店〔スポーツ〕（店長）	・今月は来客数が前年より減少しており、明らかに郊外の大型ショッピングセンターに来客足が流れている。ただ購買率は上昇しており、売上はそれでなんとかなっている。今後2～3か月もこの流れは続く。
その他専門店〔書籍〕（従業員）	・前年に比べ、今後の出版社の有力商品が少ない。
高級レストラン（スタッフ）	・月単位での婚礼の入込は、月によって非常に波があり、先行き不透明である。
一般レストラン（経営者）	・3か月前から同じペースで来客数、売上が前年比をクリアしており、景気は良いと思われるが、今月とこの先ではあまり変わらない。
一般レストラン（店長）	・この長雨が当月は特に良くなる要因だったのだが、今後は野菜の高騰が心配される。原価アップで利益減にしばらくなりそうである。
その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・値上げ、新商品が支持されているため、しばらく上昇傾向が続くそうである。
観光型ホテル（スタッフ）	・来客数の減少傾向は変わらず、景気回復にも期待が持てない。
旅行代理店（経営者）	・8～10月の受注がやや遅れ気味で、売上については全く不透明である。

	通信会社（社員）	・今年前半の売上は昨年と同様の見込みを立てていた。春からの売上は当初の予定どおりとなっており、この後も同様の推移と見込み、あまり変化がない。	
	ゴルフ場（営業担当）	・天候次第という面があるが、今の動きから見て8～9月は、やや良くなる。ただしゴルフシーズンの10月については、伸び悩みしそうである。	
	設計事務所（経営者）	・建築関係の分野としては、公共工事の発注も限られてくるし、民間の動きも低迷化している。ここ半年、1年くらいの期間をみてもまだまだ上向きにはならない。	
	住宅販売会社（従業員）	・来場者が、回復基調にあるだけに売上も今後若干持ち直しが行われる傾向も出てくる可能性はあるが、原価、経費の増加が少し見受けられるようになってきたため、相対的にはあまり変わらない。	
	住宅販売会社（経理担当）	・金利の上昇懸念があり駆け込み的な需要は期待できるが、新規発売物件の予定が無いため契約戸数の大幅な増加は期待しがたい。	
	住宅販売会社（販売担当）	・住宅ローン金利の先高感があるにもかかわらず、客の動きはあまり変わらない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・大企業、製造業を中心に景気の回復が顕著であるという報道がなされているが、物流の川下の中小物販小売商は、どうもその恩恵を受けていない。客の目は厳しく財布のひもは固く、先行きは非常に暗い。	
	百貨店（営業担当）	・徐々に原油の高騰影響が商品価格に反映され、家計を圧迫しつつあり、残暑がある10月ごろまでファッション系商品の需要は望めない。	
	百貨店（売場担当）	・先日の水害で、かなりの客の家も床上床下浸水などの被害を受けた。しばらくの間は、当店で買物はできないという声を聞く。また、ガソリン代の値上げが、温室野菜の高騰や、タバコの値上がりなどにつながり、客の消費動向への影響も大きい。	
	スーパー（店長）	・原油高により、客は食料品、衣料品共に買い控えが見受けられ、その影響がでる。	
	スーパー（店長）	・このところの原油高の影響により、食品の包装紙代等がかなり値上がりし、経費を圧迫している。売上が今後大きく見込めず、売上利益としてはかなり厳しい状況が続く。	
	スーパー（管理担当）	・一部、売上が良かった店舗に競合店ができたため、売上増加の見込みはなくなる。またその他に購買が上がる要因が見当たらない。	
	コンビニ（エリア担当）	・今後も、競合店の増加や客単価の低下傾向は続き、回復するとは思われない。	
	都市型ホテル（経営者）	・大雨、洪水などの風評被害が今後も懸念される。	
	美容室（経営者）	・7月の来客数が減少すると、リピーターとしての2～3か月後の来客数が心配である。	
悪くなる	スーパー（財務担当）	・7月～11月にかけて、競合店の出店が5店舗ある。	
	乗用車販売店（営業担当）	・新規客が増えない状況下で既納客に対する接触活動は、量・質共に強化はしている。しかしながら新型車に対する反応や購入意志の弱さを考えると、成果が販売となって出るにはさらに時間を要する。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者） 輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注量は右肩上がりに伸びている。今後2～3か月もこのまま推移する。 ・10月より新規製品が量産開始となる。
	やや良くなる	金融業（営業担当）	・競争が激しくなっているので、収益的にはあまりもうかるというところはないが、これからは通常年どおりに公共工事が出てくる。また都市部での企業の受注の動きが出てきており、今後の工事に期待している。
	変わらない	化学工業（総務担当） 鉄鋼業（総務担当） 鉄鋼業（総務担当）	・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。 ・自動車・造船向けなど鉄鋼需要はおう盛であり、引き続き生産はフル操業の状態にある。よって景況感的良好のまま持続する。 ・エレクトロニクス関係の材料の受注に足踏み状態にある。若干の在庫調整が感じられるが、アジア・中国関係の需要は、今後も期待できる。

	建設業（経営者）	・景気が良くなる材料が見受けられない。製造業が若干良くなっているようで、少しでも良くなることを期待しているが、雨の問題や、原油の高騰など悪い要素もあり、全体ではこのまま悪いまま推移していく。	
	輸送業（統括）	・景気は良くなっていると感じるが、燃料代の高騰が大きく、収益で言えばあまり増加しない。	
	通信業（営業企画担当）	・製造・金融等の一部の業種を除いて商談は活発になっておらず、低額商品に偏りがちの売行き傾向は当分変わらない。金利上昇ムードの中で通信サービスだけは業界のシェア競争が相変わらず激しく、価格アップが期待できない状態のままである。	
	金融業（業界情報担当）	・日米の金利上昇や原油価格の高止まりなどから景気の先行き不透明感が強まっているが、為替の円安進展など支援材料もあり、欧州やアジア向けを中心に輸出は堅調に拡大しており、当面は高水準の受注が続く。	
	会計事務所（職員）	・人件費等の固定費のコストダウンが限界にきている状況に加え、材料費や燃料費といった原価コストがアップし、利益率の確保が難しい状態になってきている。	
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・当社では、OEMの商品が全体の7割近くを占めているため、取引先の状態が変わるごとに大きな変更を余儀なくされるため先行きが見えない。	
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・現在の高い生産水準は、各地の建設用案件によるものであり、これが終わればその後の案件を抱えていないため、生産水準は現在より低下する。	
	金属製品製造業（総務担当）	・受注は多く、工場はフル生産である。しかしながら、非鉄（銅）や原油の値上がりにより、仕入先からの値上げ要請が予想される。金利の上昇も重なり、費用負担の増加懸念が強まる。公共事業の低迷で業界の再編が起こる可能性があり、淘汰される企業や部署も出てくる。	
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・自社製品の売上について、海外向けは順調に推移しているが、国内向けに関しては市場の環境が悪化してきており、大幅な売上の落ち込みが見込まれる。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・エアコンを中心としたデジタル家電の受注が減少傾向となっている。携帯関連も流通段階での在庫積み上げがあり、在庫調整にはいる様相を呈している。ただし、一時的なものとの見方をしており、年末には回復する。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量、生産高共に横ばいの状況が続くと思われるが、原材料等の調達価格が高止まりのままであり、社会保険料の負担増や納税資金の調達等もあり、さらに今後の金利上昇に伴う金利負担の増加など経営環境はますます厳しさを増す。	
	建設業（経営企画担当）	・建設業者の中でも勝ち組みと負け組みとははっきりと分かれてきている。本格的な自由競争の中で勝ち抜き体制が整っていない当社は今後の受注に不安がある。	
	通信業（支社長）	・携帯電話市場は番号ポータビリティに向け基地局の増設等投資が好調であるが、完了後はやや投資が抑制される方向にある。	
悪くなる			
雇用関連	良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・各企業まんべんなく採用意欲があり、特に製造業、金融業において高いように感じられる。若年層への採用が活発化することで、個人消費も伸びるのではないかと。また製造業においても間接管理部門並びに製造の工程を管理する直接管理部門の求人も出ており、ものづくりの求人が顕著である。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（担当者）	・何らかの手段を講じないと人不足の状況が改善されないため、継続した動きが必要と認識がなされてきている。
	変わらない	職業安定所（職員）	・原油価格高騰の影響で収益幅が減少するなど厳しい状況の中、各企業は人件費削減に強く関心を持ちつつあり、求人募集も正社員からパート社員・派遣社員への切り替えの流れが加速しつつある。
		職業安定所（職員）	・中小企業が多く、求人も補充が大半であり、景気回復による増員求人は少ない。ただし、大雨被害により、道路などの修復工事等公共工事の発注が出る可能性がある。
	職業安定所（職員）	・大手企業は好調、中小企業はまだまだといった状況は続く。人材確保という点からみると、中小企業も若年者を確保したいという思いは強いようであるが、大手企業が好調だけに確保が困難な状況が生まれつつある。	

	職業安定所（雇用開発担当）	・新規求人の増加傾向は当面続くと思われるが、増加幅は縮小するのではないが。これまでの増加傾向の要因は派遣・パート求人に負うところが大きい傾向があったが、今後、特に派遣求人に負う傾向が続く。反面、正社員求人の増加は顕著なものではなく横ばい傾向にある。有効求職者は2か月連続で減少したが、減少幅は小さい。こうしたことから、当面大きな変化はない。
	民間職業紹介機関（職員）	・「正社員としては雇用できない」が「派遣社員としてならばすぐにでも欲しい」とのケースも散見される。求人増加傾向にはあるものの、正社員としての雇用者が増える環境にはまだない。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-