

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	百貨店（売場担当）	・来月はメーカーのイベント、百貨店の26周年祭等の催し物がある。また、秋物の動きが良く、ウール・コート・ブーツ等の動きも好調で、今後も期待できる。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送の試験放送がいよいよ10月から始まる。他の地方でも、試験放送が始まる前後1か月は商品が動くと言われているので、9～10月は液晶テレビが動き売上が伸びる。
	やや良くなる	一般小売店〔印章〕 （営業担当）	・駅舎火災前の大通りの支店と違い、大幅に売上が減少しているものの、駅が整備され明るくなったことと8月に周辺店舗に行なった営業活動が実り、少しずつだが売上増加につながる。
		百貨店（販売担当）	・9月に実施する店舗のリモデル効果により、当面の集客は期待できるが、衣料品においては気温の低下が売上のポイントとなる。
		スーパー（店長）	・買上点数、客単価等、前年また前月を上回っている。これから先2～3か月は、この伸びが継続する。
		スーパー（店長）	・来客数、客単価、販売点数共に、月を追うごとに良くなってきている。今後2～3か月先も、このまま少しずつ上向き状態が続く。
		スーパー（店長）	・来客数、客単価共に、今後2～3か月も前年比オーバーを予測している。グレードのある商品の訴求を続け、客単価を上昇させる。
		コンビニ（エリア担当）	・コンビニは毎月2～3店舗の出店と順調に推移している。またパンの製造もしているが、スーパーとの商談も良い結果が出ている。天候が早く涼しくなれば、今後も期待できる。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送に向け、今後も薄型テレビの売上の増加する。
		家電量販店（予算担当）	・家電業界では10月から地上デジタル放送の本放送が始まるのが大きなインパクトになることは間違いなく、対応製品の普及率からみても購買の爆発点が近いことが予想される。8月の好調は夏商戦の時期が遅れたことによるものであるが、秋から冬にかけては大きな底上げが期待できる。
		乗用車販売店（販売担当）	・直近3か月の平均販売をみるとわずかながら右肩上がりである。したがって、しばらくはこの状況が続く。
		その他専門店〔時計〕 （経営者）	・客の購買意欲が多少高まってきている。当地は小さい町で大企業はないが、観光客の購買意欲が今後も良くなっていく。
		その他小売（営業担当）	・この状況が継続すれば、単価、来客数とも上昇する。
		スナック（経営者）	・今のままの状態では、今年いっぱい持つかどうかという厳しい状況なので、10月11月は催し物をして、来客数増加を図る。
		観光型ホテル（スタッフ）	・これから2～3か月後には、大会や催し物等もあり、やや良くなる。
		タクシー運転手	・乗客との会話からは、夜の街に人が増えて忙しいでしょうと言われるが、夜の街に人が増えてきたのは事実である。この傾向が続けば3か月先には売上も伸びている。
		通信会社（社員）	・番号ポータビリティも始まり、ブランドもインパクトのある企業名に変わるので、やや良くなる。
		通信会社（管理担当）	・番号ポータビリティ開始により、販売数が増加する。
		通信会社（営業担当）	・単価が高いにもかかわらず、販売量が増加傾向にあり、これが今後も続く。
通信会社（企画担当）	・年後半にかけて、動画等の新サービスで多少市場が活発化しそうである。消費者もサービスの進展に期待感を持っている。		
変わらない		商店街（代表者）	・良くなる要因が何も見当たらない。今年は洪水の被害等もあり、この悪い状況のまま推移する。
		商店街（代表者）	・寒波が早めに来ない限り、買い控えは今のように続く。
		百貨店（営業担当）	・原油の高騰が生活に影響し始めており、服飾費に与える影響は楽観できない。郊外型娯楽施設も最近オープンしており、顧客が二極化している。
		百貨店（営業担当）	・原油高の影響が、ガソリン値上げ、光熱費値上げ、運賃値上げ等に出ている。物価値上げに対する消費者の購買意欲の変化については、不透明な部分が多い。

百貨店（販売促進担当）	・バックの新ブティックオ-ブン、また9月中旬には1階アクセサリ-への新ブランド導入等を予定しており、新規顧客の来店促進を期待している。しかしガソリンの高騰など、消費へのマイナス要素は出てきているが、反面好転する要因が見当たらない。
百貨店（売場担当）	・9月に売場改装を予定しているが、現在のすう勢では劇的に好転する要因はない。同じ地域の商店街も閉店する店がまた増えてきており、地域としての集客がさらに厳しくなっている。
百貨店（購買担当）	・秋物の動きは確かにあるが、客は今すぐ着れる秋色の薄物といったような、低単価の物しか手にしない。例年だと、少し先の物も買っておこうという顧客心理もみられたが、今年の傾向はもう少し涼しくなっからにしようという客が大半のようである。
スーパー（店長）	・野菜の価格も少しずつ低下し、落ち着いてきつつある。しかしながら、交通機関整備の貧弱な地方においては、車は生活の一部であり、燃料代の値上げの影響は非常に大きい。
コンビニ（エリア担当）	・他社・他業種との競争は激化しているため、予断は許さない状況である。
コンビニ（エリア担当）	・必要な物以外は購入しない客の姿勢は今後も続く。また、必要な物であっても、その価格に対する敏感さも今後も変わらない。
衣料品専門店（店長）	・地方では、景気の回復を肌で感じている人は多くない。世の中は景気回復といっているが、客の購買状況を見ても、あまり景気が良いとは感じられず、この傾向が続く。
衣料品専門店（販売促進担当）	・残暑がいつまで続くかわからないが、一気に寒くなればまた人の動きも活発になるだろう。最近では目的買い以外の客が少ないので、苦戦はするだろう。
家電量販店（店長）	・12月からの地上デジタル放送開始に伴う薄型テレビの販売に期待している。ただしチャンネル等も限られるため、そう急激に普及するかと言えば疑問である。
乗用車販売店（統括）	・下半期は新型車投入もあり、前年よりやや良くなると思われるが、全需が落ち込んでいることもあり、販売量は前年並みとなる。
乗用車販売店（統括）	・9月の需要期に向けて動きが出ると思われるが、早めに取り組んでいかなければ乗り切れない。新商品が無い、売れ筋のものは納期が掛かるという状況で、今のところ、明るい要素がない。
自動車備品販売店（経営者）	・市況、し好的商品は苦戦するが、底堅い来客数に支えられてメンテナンス系の商品は堅調に推移する。
高級レストラン（スタッフ）	・9月は厳しい状況だが、10月は予約等で順調な入込である。
一般レストラン（店長）	・原油高の高騰によるためか、来客数の伸びが若干落ち込んでいる。今後の状況は先行き不透明である。
その他飲食[ハンバーガー]（経営者）	・店舗のサービスの充実と、プロモーションモデルの変革により上昇傾向は維持できる。
都市型ホテル（経営者）	・今後の予約状況は、ほぼ前年と同じである。
都市型ホテル（従業員）	・来客数は増加傾向にあるが、仕入れ価格が上昇しており、これに伴い単価を上げることは難しい。依然として厳しい状況が続くと思われる。
都市型ホテル（総務担当）	・一般宴会あるいは婚礼受注状況にみて、景気回復基調にはあるようには思えるものの、実感するまでにはまだまだ時間が必要ではないか。これといった目新しいニュースもなく、かえって不安材料の方が多くある。
通信会社（社員）	・大きな変動はないと思うが、地方では自治体関連の比率が高いので、自治体の予算執行が増えてきて売上等に貢献する可能性がある。
通信会社（販売企画担当）	・10月末から新商品を続々投入することから、市場が活性化されると思われるが、番号ポータビリティ制度の導入を控え、客の携帯電話購入の買い控えが想定される。
通信会社（総務担当）	・競合他社への切替えによる解約増等により厳しい状況が続く。
テーマパーク（財務担当）	・秋の観光シーズンとなり、各種イベントを用意しているが、最近の状況を考えると悪くなるのをくい止めるという感があり、景気の上向きまでは望めない。

	テーマパーク（広報担当）	・団体客の予約状況が平年並みで、大きな変化はなさそうである。	
	テーマパーク（業務担当）	・ここ数か月の間、月単位で比較しても日単位で比較しても、来客数が大きく増加することも減少することもなく平均で推移しており、今後2～3か月間では増えるにしても減るにしてもわずかではないか。	
	美容室（経営者）	・ここ2か月くらい来客数が減少しているの、この先2～3か月もリピーターが少なくなる。	
	設計事務所（経営者）	・周辺市町村が財政破たん状況につき、全ての面で節約ムード蔓延している。ガソリン等の値上げもありよい事は全くない。	
	住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場者数は、昨年より増加しているし、最近客の反応等も少し良くなっているのこのまま推移していく。	
	住宅販売会社（経理担当）	・既存物件での営業活動のため、展示場の来場者数は減少傾向にあり契約数も伸びが期待できない。	
やや悪くなる	百貨店（売場担当）	・前年と比べブーツの出足が悪い。前年はウエスタンブーツのヒット商品があったが、今年はまったくみえてこないため、9月は苦戦する。	
	スーパー（店長）	・客単価や販売量からは、多少なりとも景気の上向きを感じるが、来客数が増加しないと景気の回復を実感することはできない。さらに福山駅周辺では、この先2～3か月先に、退店・撤退の店舗の情報も入っており、今後さらに厳しくなる。	
	スーパー（管理担当）	・競合店の出店によって多少なりとも売上が減少する。	
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・夏物の売上は好調だったが、残暑が長く続くと、秋物の売上への影響が大きくなる。	
	乗用車販売店（経営者）	・原油高がどこまで続くのか。自動車業界だけでなく、いろいろな業種に影響を及ぼしており、先行き不透明である。	
	乗用車販売店（店長）	・ガソリンの高騰を受け、自動車販売は低燃費の小型車などに移行している。単価が低いので、売上全体としては低調になる。	
	乗用車販売店（営業担当）	・軽自動車の販売台数が伸び、軽自動車以外の車両の販売が伸びていない。客の意識の中に維持費や燃費を気にする方が多く、財布のひもは硬く決して景気回復感を感じられないのが現状で、当分の間この傾向は続きそうである。	
	その他専門店〔スポーツ〕（店長）	・郊外の大型ショッピングセンターへの客の流れはそのまま続く。広島市民球場も移転が決定しており、市内中心街への人の流れはますます減少する。	
	一般レストラン（経営者）	・今月は飲食個数が増加している。要因として、デザート部門、特にかき氷が良く売れたため、客単価・売上共にアップした。かき氷も今月で終了するので、飲食個数も元に戻り、やや悪くなる。	
	観光型ホテル（経理総務担当）	・原油価格はまだ上昇の気配をみせている。これから価格転嫁も進むであろう状況のなかでプラス材料はない。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・昨年の秋、広島では大型観光キャンペーンが行われ、宿泊客が多かったが、今年はそれに替わる大きなイベントが無いため、来客数が少し減少する。	
	旅行代理店（経営者）	・我々旅行業は、大きな契約は3か月前には受注されるが、今年はまだそれが受注に結びついていない。特に10～12月の状況が非常に悪い。これから受注が発生するのか不透明である。	
	タクシー運転手	・10月後半からイベントが始まるが、とにかくプラスとなる要因が見当たらない。このままあまり良くない状態が続く。	
	タクシー運転手	・半年前と比較して、以前の勢いがなくなってきた。客の利用度も低下している。観光等の予約もあまり入っていないので、おそらく前年割れではないか。	
		通信会社（通信事業担当）	・地上デジタル放送の実施を控え、ユーザー側にもさまざまな負担がかかる状況で、新規加入などのアクションが起きにくくなっている。
	設計事務所（経営者）	・石油の高騰により、関連単価がすべて値上げ状況となっている。建築の発注もしばらく様子見となるのではないか。	
悪くなる	スーパー（財務担当）	・競合店の出店による競争の激化が続く。	
企業 動向 関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・例年、中間決算期である9月の高操業の反動で10月には生産量は落ちつくが、今期は10月、11月が9月よりも高い操業率となる予定である。
	やや良くなる	輸送業（統括）	・取引先の下期の予算が確定し、新規業務が10月から3件決まった。

	通信業（支社長）	・インターネットが就職活動の必需品となっており、来期の就職活動に向け、わずかであるが光電話の需要がさらに活性化する。また、番号ポータビリティに向け携帯電話の新機種が発売され当分の間買い換えが増加する。
	金融業（営業担当）	・受注についてはこれから出てくるという期待も大きいし、実際、工事例も出てきている。物の動きも良くなっているが、気になるのは、運送コストの増加である。またリストラは一段落しているようである。
	広告代理店（営業担当）	・地場の大手スーパーが販促費を大幅に引き上げた。
変わらない	化学工業（総務担当）	・物流費や原燃料費高騰の影響はあるものの、当面現状を維持する。
	化学工業（総務担当）	・相変わらず原油の高値が懸念される。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規の大型の引き合いもなく、現在の状況が当面続く。
	鉄鋼業（総務担当）	・受注量は大きくは変わっていないが、原油高による電力・油等のエネルギー関連費用や原材料費の高騰が懸念される。
	金属製品製造業（総務担当）	・仕事量は十分であるが、原材料の値上がり気掛かりである。この状況が年内は続く。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・発注受注の状態をみても、このまま好調に推移していく。
	建設業（経営者）	・生産業関係については、この時期活発な動きがみられ良い感触だが、我々建設・不動産関連はまだまだ動きが良くない。これから3か月先に急に向上するとも考えられない。悪い状況がこのまま続く。
	通信業（営業企画担当）	・各種光サービスの急速な進展やモバイル環境の充実など、企業の利用する情報通信サービスは選択余地が広がっており、提供する業界側にとっては収支悪化の防止対策が課題で、シェア確保の特効薬は見当たらない。
	金融業（業界情報担当）	・米国経済の減速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、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。
	コピーサービス業（管理担当）	・おそらく11月頃に金利上昇があると予測されるが、我々のコピー業は依然として冷風状態にあることには変わりなく、金利上昇はたちまち資金繰りに影響を及ぼす。
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・価格の見直しを迫られ、人員・価格その他すべての面で削減をしなければならず、先行き不透明である。
	食料品製造業（総務担当）	・原油価格の高騰が止まらないこともあり、原料資材関係のコスト増が続くなかでは、利益改善は望めない。
	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、国内向けは市場環境の冷え込みが厳しく、この状況が当面続く。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・携帯関連・工作機械・エアコンを中心とした白物家電ではそれぞれ受注減の様相、計画がはいっており、メーカー及び材料メーカーとも弱気、様子見となっている。このような現象は過去1年以上なかったものである。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量、受注価格とも横ばいの状況が続くと思われるが、原材料などの調達価格は高止まりのままであり、金利負担の増加など経営環境はますます厳しさを増してくる。
	悪くなる	
雇用関連	良くなる	
	やや良くなる	
	求人情報誌製作会社（支社長）	・各企業の求人意欲は、まだ高い状態が続いている。当面はこの高い求人意欲が続く。
	民間職業紹介機関（職員）	・新規サービス、ビジネスが軌道に乗り、さらなる付加価値を生む。
	学校〔大学〕（就職担当）	・引き続き、求人数は増加する気配が感じられる。昨年、また3か月前と比べても増加する。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・現在と同じく採用難が続くと考えられる。特に中小企業においては新卒採用に苦戦している面もあり、予定人員が採用できず弊社のような人材サービス会社への依頼が増えてくる。現状でもスタッフ不足の感があり当面は解消されない。
	求人情報誌製作会社（支店長）	・求人数が高いまま推移する。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地場小売業が勢いをつけられるかどうか、先行きがはっきりしない。

	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年より上回っているものの、正社員の占める割合は40%であり、パート及び有期求人や派遣・請負求人が大半を占めている。事業所としては、まだ先行き不安な面がぬぐいきれない。
	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、増加要因が派遣求人の増加による傾向に変わりはない。新規求人の増加傾向のなかで、正社員求人の割合は減少しており、求職者にとっては雇用状況が好転したと実感しにくいのではないかと。こうしたことから、当面大きな変化はない。
やや悪くなる	○	○
悪くなる	-	-