

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）	・地上デジタル放送開始に伴い、液晶テレビ・プラズマテレビの需要はこれからも伸びる。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・このまま順調に季節が実感できるようになると、春先に買い控えた客が、ゴールデンウィーク、ボーナスシーズンに積極的な買物をしてくれる。
		百貨店（売場担当）	・5月にはイベントの企画が2つあり、その相乗効果に期待している。また、夏物商品の入荷を前倒して早めているので、客に案内できる。
		スーパー（店長）	・1品単価は引き続き減少傾向にあるが、買上点数が増加しているため客単価は昨年よりも上回りつつあり、この傾向が続く。
		スーパー（総務担当）	・前年春・夏が悪かった分、特に飲料やソーメンなど冷やして食べる商材が、現在のトレンドで行けば期待が持てる。
		コンビニ（エリア担当）	・定番商品がかなり動くようになってきた。取引先の改装や、新規取引先も3～4か月先までみえており、若干だが上昇傾向である。
		コンビニ（エリア担当）	・前年比で来客数が増加しているため、このままいけばやや良くなる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・暖冬のため冬物は不調に終わったが、その分夏物の販売期間が長くなり、売上も増加する。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・これからの夏商戦に向けて、クールビズ商品、特にワイシャツ等の動きが良くなる。
		自動車備品販売店（店長）	・来客数も増加しており、接客の段階で高額商品を考える客が増えてきているので、今後はやや良くなる。
		その他専門店〔カメラ〕（店長）	・若干ではあるが、来客数やプリント関連商品の販売が持ち直してきており、この傾向が続く。
		一般レストラン（店長）	・4月は来客数が前年比90%台と若干落ち込んだ。しかしながら、予約の状況等から見てゴールデンウィークを挟んで6～7月は徐々に来客数の増加が見込まれる。
		都市型ホテル（従業員）	・宿泊について、首都圏からのビジネス需要が増加しつつある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・春休みにはファミリー客の利用が多く、前年を大きく上回ったので、夏休みに向けて、同じように集客が見込まれる。
		通信会社（社員）	・新年度に入ってから通信サービスへの新規加入に伴う売上が増加しており、この分だとボーナス時期はPC購入による通信サービス加入増も見込める。
		通信会社（販売企画担当）	・新商品の投入により、市場の活性化が図られる。
ゴルフ場（営業担当）	・前年同月の予約状況によると4～6月までの予約が前年比110%で推移している。		
設計事務所（経営者）	・相談件数が徐々に増えているので、今後2～3か月先に向けて受注など、何らかの動きが期待できる。		
変わらない	商店街（代表者）	・ようやく実感される景気の良さが消費に反映されることを期待しているが、夏枯れということもあり、全体的に現状維持で推移する。	
	商店街（代表者）	・気温次第ではあるが、ファッションの流行が昨年とあまり変わらないようだから、変わらない。	
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・この低調な状態がまだまだ続くと思われる。周辺で、景気の回復傾向がある企業も少なく、消費にまでお金が回らない。	
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・観光客の出足は良く、来客数は増加しているが、客の購買意欲は不安定であり景気としては変わらない。	
	一般小売店〔印章〕（営業担当）	・法人関係の動きが少なくなったので、横ばい状況が続く。	
	百貨店（営業担当）	・求人倍率も増加し、大都市周辺では景気が上向き傾向だが、地方都市においてはそのような風が吹いている実感はなく、このまま推移する。	
	百貨店（営業担当）	・ミセスは気温に左右されるので、冬・夏の天候次第で売上は変わる。今年は、大きなファッショントレンド変化がないため、Tシャツなど必要最低限の買換え需要のみとなる。	
	百貨店（販売促進担当）	・春マーケットがファッション部門中心に前年マイナスで終わり、今後夏商戦へとようになっていくが、5月以降についても景気が好転する材料はみえてこない。	

百貨店（売場担当）	・3月、4月と婦人靴の売上が前年割れをしており、取引先が急に在庫を絞り込むことが予測され、夏本番での在庫が不足する恐れがある。具体的には、先にお金がいるインポートに頼っている分、取引先の在庫が高がブーツの仕入れに回っており、夏にはサンダルが不足する。
百貨店（売場担当）	・地方の駅前に立地しており、地域全体としての集客力は依然として落ち続けており、来客数減少に歯止めが掛からない。天候の予測もつかず厳しい商戦を強いられる。
百貨店（購買担当）	・2～3か月後はクリアランスの時期だが、今年は春物の動きが悪く商材も多く残っており、その関係で夏物商材の不足が見込まれる。クリアランスも商材の品薄が考えられるし、ヒットアイテムも生まれておらず、先行きが懸念される。
百貨店（販売担当）	・近隣の商業施設の改装もあり、来客数の減少が懸念される。
スーパー（店長）	・ディスカウントストアのオープンが近づくにつれ、客の囲い込みを目的に企業間の競争も激しくなるので、売上利益確保が難しい状況が続く。
スーパー（店長）	・良くなる要因も悪くなる要因も見当たらないので、この状態が続く。
スーパー（店長）	・販売点数が102%、来客数が101%という状態が続いている。今後もこのトレンドは続く。
スーパー（店長）	・シーズン品の不振により、売上は前年並み程度の現在の傾向は、この先しばらく変わらない。
スーパー（店長）	・5月は自動車税等の税金の払込みがあり、急激な回復は難しい。6月以降は天候に大きく左右される。気温が高くなれば夏物商材で点数も伸びてくる可能性もあるが、ほぼ前年並みという大きな流れは変わらない。
スーパー（経理担当）	・大手スーパーの進出等もあり、まだまだ厳しい状況が続く。
スーパー（財務担当）	・既存店の来客数が、やや前年を下回っており、競合店の出店により一点単価及び、買上点数のアップが期待できない状況となる。
スーパー（販売担当）	・暑くなると飲料は良く売れるが、今植えた野菜が育てば野菜の買い控えも懸念され、トータルでは変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・来客数減の流れは底となったと考えるが、今後回復に向けて大きな要因が見当たらない。
コンビニ（エリア担当）	・必要な物以外は購入しないという客が多く、今後もこの状態は改善されない。
衣料品専門店（販売促進担当）	・今本当に必要な物しか購入しない客が多く、これから暑くなれば商品も動くだろうが、値段にシビアな客も多く、予断を許さない。
家電量販店（店長）	・AV商品の販売も思うようにいかず、これからは夏商戦、白物商品の販売競争になると思われるが、どちらにしても厳しい状況が続く。
家電量販店（予算担当）	・オリンピックやワールドカップのようなイベントが無く、大きな盛り上がりは期待できそうにない。反対に消費が後退するような悪材料も見当たらず、緩やかな拡大はしばらく続くのではないかと。
乗用車販売店（経営者）	・我々の業界ではあまり良くないが、他業種では景気の良い企業もあり、人の採用も増加しているようである。この層の購入も見込め、大きく悪くなることはない。
乗用車販売店（店長）	・販売においては、最需要月を越えて今月は反動が予想されたが、前年ほどの極端な落ち込みがなかったのでこのまま続く。
乗用車販売店（サービス担当）	・販売量を増加させる要素がないばかりか、これからに向けてのメーカーの戦略が鈍い。
自動車備品販売店（経営者）	・来客数の動きは昨年秋口から前期を下回る動きが続いており、この状況はすぐには回復しそうにない。商品部門ごとの売上状況も波があり、強い期待感もてない。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・4月前半は商品の動きが良かったが、後半はまた悪くなったので、このまま推移する。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口減や、高齢化により、当地の消費はより厳しくなりそうなので売上にも影響がある。
その他小売（営業担当）	・販売量、単価共、大きく上下する要素が見当たらない。
高級レストラン（スタッフ）	・来客数の状況は、前年よりは多少良いが、3～4か月先の予約状況はあまり良くない。単価はまずまず良いのだが、先行きについては、不透明である。

観光型ホテル（経理総務担当）	・期待していた大企業の動きがそれほどでもない。これから夏にかけては通常でも宴会部門は閑散期となる。個人客の動向に期待するも多くは望めない。
都市型ホテル（総務担当）	・宴会及び婚礼等の客単価は上昇傾向にはあるものの、動きとしてはまだまだの状況である。中小零細企業においては景気回復の実感が無いという声がいまだにあり、全体的に様子見の感がある。
旅行代理店（経営者）	・参議院選挙が済むまで、旅行の動きは少ないと考えられ、やや悪い状態が続く。
タクシー運転手	・特殊なイベントでもない限り、プラスの動きは出てこない。客の様子を見ても全体的に暗い感じがしている。
タクシー運転手	・運賃値上げのうわさも流れており、夏の参議院選挙の影響もあり、良くなる要素が見受けられない。
タクシー運転手	・非常に利用客が少ない。普段の移動に関しても観光に関しても少ない。今後夏に向かってもこの傾向は続く。
タクシー運転手	・日中の動きが非常に悪く、客からのタクシー依頼も電話が減っている。飲食の帰りも家族に迎えを頼むため、タクシーの利用が減少している。一般の消費についても、特定部門を除き、財布のひもが固い状況は続く。観光についても、ゴールデンウィーク、並びにそれ以降も期待が持てない。
通信会社（企画担当）	・IP電話や、動画配信、SNSの需要は、当社においては緩やかで、目立った変化は今年になってなく、この傾向は続く。
通信会社（総務担当）	・競合他社のサービスへの切替え等厳しい状況が続く。
テーマパーク（財務担当）	・料金の見直し等の効果もあり、現在の状況はある程度続くが、今以上に良くなるかどうかは不明である。
テーマパーク（広報担当）	・周辺の類似施設との競合が激しくなっており、差別化に苦労している。PRにより一層の力を入れるが、現状維持が精一杯だろう。
テーマパーク（業務担当）	・劇的に良くなる材料も悪くなる材料もなく、当面はこのままの状態を推移する。
競艇場（職員）	・2～3か月先も今月とレースの内容に変化がなく、発売金額・来客数共に変わらない。
美容室（経営者）	・美容業界は全く先行きが見えず、混戦になっている。
美容室（経営者）	・固定客・予約制で展開しているので、3か月くらいでは大きな変化はない。
設計事務所（経営者）	・客との対話のなかで積極的な動きが見受けられなくなり、これからの消費意欲が弱まっている。
設計事務所（経営者）	・建築関係では景気の上向きという印象は受けない。民間も公共事業もまだまだ低い状況である。発注方式もいろいろあるなかで、受注が難しい状況になっているし、ダンピング傾向にもある。今後もこの厳しい状況は続く。
設計事務所（経営者）	・企業に建設投資意欲が見受けられない。
住宅販売会社（従業員）	・客は購入について慎重に構えており、購買意欲も感じられず、この状況はしばらく続く。
住宅販売会社（経理担当）	・金利の先高感も継続しているが、駆け込み需要的な契約は月初の予測ほど増えていないのでこのまま推移する。
住宅販売会社（販売担当）	・契約に至るまでの客の慎重さは、変わる気配がない。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・空き店舗の問い合わせなどもあまり無く、商店街活性化の動きもあまりない。また、対策は打っているが効果が出ていない。
商店街（代表者）	・商店街の店舗がどんどん閉めている。今後の集客が少なくなることが懸念される。
スーパー（店長）	・近隣の商業施設が、リニューアルのため今後約3か月間閉店の予定である。それに伴い、近隣商圏の集客数に減少が予測され、今後数か月は厳しい状況が続く。
スーパー（管理担当）	・ここ3か月、価格強化の販促を組んできたが思った以上の売上増加がでていない。さらに夏に向けて競合店が出店するため、売上が前年を下回る。
コンビニ（エリア担当）	・これから競合出店及びドラッグストアの出店、また、あるスーパーマーケットによる24時間化など悪い材料が重なっている。
衣料品専門店（経営者）	・一度付いてしまった駐車が難しいというイメージは、そう簡単に元に戻らず、客も当分戻っては来ない。
家電量販店（店長）	・現在の来客数の減少、不安定な気候による売上の減少傾向を回復させるものがない。

		住関連専門店（広告企画担当）	・価格と品質のバランスをきちんと理解して購入しようという客が少なくなっており、家電量販店のような販売が目立ってくると、単価が下がる傾向が止まらなくなる。
		その他専門店〔書籍〕（従業員）	・既存店の売上が低調で、その主原因をつかむことができないままに推移する。
		一般レストラン（店長）	・日曜日の集客が悪くなっている傾向は、数か月前からで、回復する兆しがみられない。ちなみに我が家も外食回数が減っている。
		スナック（経営者）	・勤めていた人が退職して家に引っ込んだり、再就職していた人が定年で辞めたりで常連の客は確実に減少しており、これ以上客が増えることがない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・修学旅行シーズンが終わると、今の動きは一段落し、夏に向けての先行予約は、昨年を下回っている。
		都市型ホテル（経営者）	・大きな大会、学会の予約があるものの、それ以外の宿泊客（ビジネス、観光含む）の予約数は、やや落ち込んでいる。
		通信会社（通信事業担当）	・需要期であるにもかかわらず、新規加入数が伸び悩んでおり、今後についてもあまり期待できない。
		美容室（経営者）	・過去2～3年のデータを見ても、この3か月あまり良くななく、今の状況を見ても、このまま良くないまま続きそうである。
	悪くなる	商店街（代表者）	・商店主との会話の中で、不安な会話しか出てこない。この状態が続く。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・新見市の一般事業予算が46%カットになった。その消費に対する影響が懸念される。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	電気機械器具製造業（総務担当）	・自動車・携帯は更に受注が高止まりに入っており、また夏場の猛暑を予想し、エアコンの受注が特に欧州向けが活発にできてきている。ラインは既にフル操業の様態ができてきている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・5月に量産開始の新製品の生産ボリュームについて、既に拡大の打診がきている。
		通信業（支社長）	・携帯電話に続き光電話は若者の必需品となっており、今後も若い層を中心にかなりの需要が期待できる。このまま順調に推移する。
		通信業（営業企画担当）	・製造業系の引き合いの他、金融関係のネットワーク整備・拡大の動きが目立っており、その他の業種にも順次展開される。ただし、インターネットを活用した安価型サービス普及もあり、収支的に楽観はできない。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・OEMでの期間限定商品の生産がここ1～2か月は続くので、昨年より若干良いか、横ばいの状態が続く。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規引き合いがなく生産量の回復は見込めない。ただ各地の行政向け需要（ごみ焼却炉）が新年度予算決定と共に発生するので、これに期待する。
		鉄鋼業（総務担当）	・内需・外需共におう盛な需要に支えられ、高操業を継続する見込みである。輸出黒皮熱延鋼板は、中国の生産拡大により、市況軟化の懸念があったが、逆に需給はひっ迫度を増し、市況も上昇傾向である。
		鉄鋼業（総務担当）	・為替の動向、IT関連企業の景気の動向等、先行き不透明感は強い。
		金属製品製造業（総務担当）	・好調な受注を受け、フル操業を行っている。しかしながら、鉄原料の高騰に加え、石油の値上がりも懸念材料である。全体的に見ると3か月先も現在の状況が続くものと思われる。
	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、国内の市場環境の悪化による減少を、海外向けでカバーする状況が続く。	
	電気機械器具製造業（広報担当）	・受注見込みが現状を上回る見込みはない。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注量が変わらず、上向きになる気配もない。	
	建設業（経営者）	・プラス面の変化は見受けられない。統一地方選挙で市長が交代し、投資等についてもある程度の期待はしているが、結果が出るのには1年以上掛かると思われ、この2～3か月は変わらない。	
	輸送業（統括）	・即効果の上がる新規業務の計画が、現在はまだない。	

	金融業（営業担当）	・ガソリンスタンドや建設業では、資金繰りが非常に厳しくなっているところがあり、いつ倒産が起きてもおかしくない。その反面、運送業で設備投資が行なわれたり、小さなお店がお菓子屋・ケーキ屋等独立開業といった様子も見受けられる。業種によってまだまだばらつきがある。	
	会計事務所（職員）	・現在、活気があるのは製造業だが、夏場にかけて大きく伸びる要素が少ない。また、他の業種、特に建設業を中心とした公共工事関連は、先の見通しがなかなか立たない状態で現在の状況が大きく改善される事はない。	
やや悪くなる	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が、原材料の価格上昇や調達資金の金利負担の増大、また賃上げ負担増などコストアップの要因を抱え、先行きの状況はますます厳しくなる。	
	建設業（経営企画担当）	・談合問題で指名停止している業者がある関係で受注につながる物件が増えたのだが、これも暫定的なことで今後良くなるとはまだまだ言えない。	
	コピーサービス業（管理担当）	・良くなる理由が見当たらない。設備を含めた固定費の見直しを行うことを検討しなければならない。	
	悪くなる	-	
雇用関連	良くなる	職業安定所（雇用開発担当）	・企業の受注残がどれだけかはわからないが、業務処理する上での労働力について、有期雇用においても、期間が長期化する傾向がある。
	やや良くなる	人材派遣会社（担当者）	・派遣依頼のみから、社員採用への依頼増加が、加速傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）	・企業の採用難から派遣労働者に掛ける金額を上げる動きがみられ、派遣労働者は今までよりも多くの収入を得ることが出来ている。派遣元事業者も値上げ交渉での企業側の理解を得やすく、一定の収益確保につながっている。
		求人情報誌製作会社（支社長）	・求人数と求職者数の動きから、これからはやや良くなる。
		求人情報誌製作会社（担当者）	・求人企画への問い合わせが多い。
		学校〔大学〕（就職担当）	・「業務拡大」を求人の理由にあげている企業が多くなってきている。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・オーダーはあるが、新たなプロジェクトが立ち上がるというより、スタッフの終了に伴う交替の引き合いが多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現在は多少の景気の良さがあるが、これが季節要因なのかそれとも定着したものなのか、見極めてみるにはまだ時間が掛かる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数等は増加しているが、それ以外に上向いているところを感じられない。単価的にも低く、個人消費に結びつく動きが今一つである。
		職業安定所（職員）	・一向に上向かない景気の影響で、先月に続き建設業や小売業など幅広い業種で事業廃止となる事例が相次いでおり、求人募集の面でも都会とのギャップが際立っており改善の見込みがない。
職業安定所（職員）		・新規求人数は増加しているが、正社員求人数が変わらず、この傾向に変化はない。	
職業安定所（職員）		・大手化学メーカーの新工場設立に伴う正社員募集求人が提出され、多数の応募が予想されるが、下請企業においては人出不足感があるにもかかわらず、人材の確保が難しい状況が続く。	
民間職業紹介機関（職員）		・地場の中小企業が成長するために必要とする技能・技術系の新卒の採用が、近隣の大企業の工場に新卒として吸い上げられ、中小企業側が思うような人材の充足ができていない。	
学校〔短期大学〕（就職担当）	・昨年に比べ現時点では求人件数は変わらない。		
	やや悪くなる	-	
	悪くなる	-	