

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 やや良くなる	百貨店（売場担当）	・参議院選挙が終われば客の動きが良くなる。さらに7月中旬からは秋物商品が入荷し、ボーナスもアップしたとの声を聞くので期待が持てる。
		コンビニ（エリア担当）	・出店の計画が現実的になるので、やや良くなる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・今年は猛暑とのことなので、これから盛夏物がどんどん動いてくる。
		家電量販店（店長）	・夏商戦のなか、今年は猛暑が予想され、それに伴いエアコン・冷蔵庫がよく動く。
		乗用車販売店（統括）	・時期的には本来あまり良くない時期を迎えるが、新商品の話題性とボーナスシーズンを迎えることで、ある程度来客数も見込める。
		自動車備品販売店（店長）	・前年より来客数も増加し、単価もアップし高額商品を購入する客が増加している。
		一般レストラン（店長）	・今年は一般企業のボーナスもアップしているようで、それに伴って予約も増加しており、来客数も徐々に増加してくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では間近にならないと予約は入ってこないが、団体の予約が早くから受注できているため、昨年より来客数は増える。
		タクシー運転手	・夏は観光等の依頼も順調に入っている。また、世界文化遺産登録で石見銀山が決定したので、それに関する観光等の需要も期待でき、近隣の市町村の動きも活発になる。
		通信会社（販売企画担当）	・夏商戦の需要期であることに加え、新商品の発売も予定されているため良くなる。
	テーマパーク（財務担当）	・8月は夏休みで非常に活気付くが、毎年9月はその反動もあり入園者は減少するため、今年は早めに秋イベント告知を行う。また春先に実施した県外集客イベントの成果もいづらか期待できる。	
	変わらない	一般小売店〔茶〕（経営者）	・同じ事をしていたら、確実に売上が減少することはよく分かっており、新しい企画などに皆で知恵を絞っているが、とにかく地域経済全体が縮小しているので、見通しが立たない。たいへん厳しい。
		百貨店（営業担当）	・年金問題など、将来に向けた不安要素が消費者心理に影響を及ぼしているため、消費が上向かない。
		百貨店（販売促進担当）	・9月には郊外のショッピングセンターが売場面積を倍増してリニューアルオープンする。かなりの大型専門店の導入も決定したと聞いており、ますます競合は厳しくなってくる。商圏人口は微減で推移する中、既存店舗への影響は大きい。
		百貨店（売場担当）	・夏物でのプロパー不振がはっきりしており、セールでの売上獲得に取引先も走らざるを得ない状況である。在庫処分の期間が長引き、新商材の投入が後手後手にまわる流れになってきているため、新しいアイテムによる売上増が見込めない。
		百貨店（売場担当）	・昨年は猛暑でありUV対策関連商材はよく動いたが、その他の部門が厳しく、おそらく本年も同様な状況になる。地域として、客の可処分所得が増加しているような感は全くない。
		百貨店（購買担当）	・この時期アパレル業界は、クリアランス商品と並行して晩夏商品・初秋商品を入荷して、秋の傾向をみていくのだが、今年は梅雨に入っても蒸し暑く気温も高いので、客も夏物商品しか興味を示さない。したがって、秋にこういったトレンド・カラーの商品が動くのか、売上予測も含めて今年は全く見えてこない。
		スーパー（店長）	・現在の価格競争の激化は、夏休み・お盆まで続きそうである。それにより利益確保が難しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・やや良い状態が何か月も続いている。2～3か月先も同じような状態が続く。
スーパー（店長）		・今月末に新規競合店がオープンするので、影響がどの程度出るか懸念される。	
スーパー（店長）	・燃料の高騰や物価上昇に伴う消費マインドの低下が、このまま続く。企業の利益が、一般消費者の給与には反映されおらず、更に厳しくなることも懸念される。		

スーパー（総務担当）	・雨量が少なく、夏本番時や盆期間の野菜や飲料の高騰が今から言われている。ただでさえ原材料の高騰で、紙製品や食用油等の第1次の値上げのあと7、8月にも第2次の値上げが待ち受けており、厳しい状況が続く。	
コンビニ（エリア担当）	・今後來客数は、3～4%の伸びで推移しそうである。ただし、利益率が高くない酒類の売上に占める割合が増加しており、全体的な利益率は若干低下しそうである。	
コンビニ（エリア担当）	・同業種の競合も厳しい上、客がお金を使わない状況は今後も続く。	
コンビニ（エリア担当）	・来客数は前年並みだが、客単価の低下と買上点数の減少が、全体的な売上減少に影響している。ただし来客数が戻りつつあるので、今後伸びる可能性はある。	
衣料品専門店（経営者）	・付近の空きテナントも目立って、街自体に活気がみられず、景気が良くなる要素が見当たらない。	
衣料品専門店（地域ブロック長）	・バーゲン時期に入るが、客単価が低下するので、全体的には変わらない。	
衣料品専門店（販売促進担当）	・ここ数年、秋口も暖かい気候が続き、秋物を出しても動きが悪い状況が続いている上、早期に価値ある商品を購入する客と、本当に寒くなるまで購入しない客とに二極化されていて、予断を許さない。	
乗用車販売店（統括）	・顧客の中小企業のオーナーと懇談しても、全員厳しい状況が続くと言っている。	
その他専門店〔カメラ〕（店長）	・ここ数か月、売上の減少が続いており、歯止めが掛からない。	
その他専門店〔スポーツ〕（経営企画）	・一部バイオ燃料などの関係で値上がりする商品があるが、客単価の微減傾向に変わりはない。	
一般レストラン（経営者）	・2～3か月前から、売上・来客数・客単価どれをとっても前年比をクリアしておらず、この傾向がもう少し続く。	
一般レストラン（店長）	・家族連れの来店回数も減っており、高単価の商品も出が鈍い。客単価の低下は止まらない。	
その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・今月同様に、コールドデザートをうまく活用できれば夏場の売上は伸びる。	
都市型ホテル（経営者）	・大会、学会などで一時的に来客数は増えることもあるが、それ以外に需要の変化は期待できない。	
都市型ホテル（従業員）	・参議院選挙の影響もあるのかもしれないが、7、8月の宿泊予約状況が低調になっており、先行きに少し不透明感がある。	
都市型ホテル（総務担当）	・夏場の受注が伸びておらず、また選挙を控えており、企業の動きが見えない。	
タクシー運転手	・客からも、これから売上が増加するような情報が全く耳に入っていない。	
タクシー運転手	・売上が前年比で変わらない状況が1年半も続いており、また客からは、年金不安のためにお金を使えないという声が常に聞こえてくる。そのため、夜の期間帯も売上に期待が持てない。	
通信会社（総務担当）	・新キャンペーンの展開等により、契約増をねらうが、厳しい状況は変わらない。	
ゴルフ場（営業担当）	・夏場は客単価が落ちるが、今年は来客数は現状のまま推移していく。	
設計事務所（経営者）	・箱物が少ない状況下で、受注が難しい状態が続く。少しまとまった物件が出ると、中央からの業者が入りやすく、地元の中小の業者にとっては、今後も厳しい状況が続く。	
設計事務所（経営者）	・政治、選挙、ガソリン値上げと続くので、客にとってはしばらく様子見の状況となる。	
住宅販売会社（販売担当）	・イベント等の来場者数もなかなか増加せず、販売量も前年比で増加してこない。今後の見込み客についても、期待が持てない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・選挙の年は売上が悪いが、今年は夏枯れと重なり期待できない。
商店街（代表者）	・来街者が少ないことに加え、あちこちの店で高齢化が進み、後継者もおらず活気がない状態では、期待は持てない。	
一般小売店〔酒店〕（経営者）	・町には4年生大学があり、学生が顧客となってくれていたが、昨年まで約1,000人程度で推移してきた新入学生が、今年は約70%にとどまっており、先行きに不安がある。	
百貨店（営業担当）	・8、9月は残暑が予想されており、この時期は例年、夏物が在庫が品薄になるので、秋色夏素材の端境期商材が充実していないと売上は期待できない。	
百貨店（営業担当）	・競合出店があり、売上に影響が出る。	

	百貨店（販売担当）	・今年も昨年同様9月の残暑が厳しいと予想され、秋物商品の販売においては大きなマイナス要因となる。	
	スーパー（店長）	・来客数に占める、低年齢層及び低所得者層の割合の減少傾向は、ここ数か月、月を追うごとに顕著になっている。全体の来客数の底上げが見込めず、売上にも影響が出る。	
	スーパー（管理担当）	・夏休み・お盆に向けて買上点数が増えそうだが、競合店出店により来客数減になることが目に見えている。	
	スーパー（財務担当）	・一部メーカーより、価格引上げの報道等がされているが、売価の引上げは非常に難しく、利益率が低下する。	
	スーパー（販売担当）	・安ければ何でも買うというのではなく、中身や産地、安全性などに注意して買う客が増加する。また値上がりする商品も増加するので売上にも影響が出る。	
	コンビニ（エリア担当）	・今月に入り、来客数が前年比で大きく減少している。原因の1つに競合店出店・ドラッグストアの出店が大きく影響しており、今後も競合店の出店が続くので、更に厳しくなる。	
	家電量販店（店長）	・住民税の増税、原料高騰による日用品の値上げもあり、ますます消費者の財布のひもは固くなる。	
	家電量販店（予算担当）	・昨年は8月以降の厳しい残暑が追い風となって季節商材をけん引したが、今年は需要の柱となる7月に国政選挙が控えており、過去の例からすると消費への悪影響がある。	
	乗用車販売店（店長）	・小型の新型車投入にもかかわらず、小型車全般の底上げにはつながらない。また、軽自動車も販売が思うように伸びず回復の目途が立たない。	
	乗用車販売店（営業担当）	・ユーザーの自動車購入意思決定の度合いは、景気回復とは無縁になりつつある。販売努力も手詰まり状態で、8月の盆前までの拡販策にすべて懸かっている状態であるが、見通しは立たない。	
	その他専門店〔布地〕（経営者）	・所得は増えないのに、物価は上昇し、税金は上がっている状態では、消費の増加は期待できない。	
	高級レストラン（スタッフ）	・3か月先の予約状況もあまり良くなく、やや悪い状況が続く。	
	観光型ホテル（経理総務担当）	・7月は選挙月でもあり、ホテル業界は苦戦する。また、定率減税廃止に伴う増税感、想像以上に客の消費動向に影響を及ぼしている様子がみて取れる。原油高騰の影響による商品の値上げもあり、消費マインドはいよいよ冷え込む。	
	通信会社（通信事業担当）	・大量に広告やCMを出すことができ、マスコミでの露出度も高い大手サービスにユーザーが流れるケースが今後も続く。	
	テーマパーク（広報担当）	・選挙の年はもともと団体客が減るものだが、投票日も延びたのでますます落ち込みそう。	
	美容室（経営者）	・この3か月、売上が前月比も前年比も減少しているので、これから先も期待できない。	
	住宅販売会社（従業員）	・展示場への来客数が減少していると共に、来場した客の購買意欲も、給与の上昇幅の減と金利上昇など、将来への不安感により、陰りがでている。	
	悪くなる	その他専門店〔書籍〕（従業員）	・既存店での売上のダウンが続く。原因がつかめず苦慮している。
企業 動向 関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・7、8月からクライアントである自動車産業からの受注が増加する。
	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・受注に新規案件が入ってきており、生産水準は多少上向く。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・将来も、受注が確保できる見込みがある。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・新製品の直近受注内示は、当社の当初の設定数を上回ってきた。また、次の新製品のための設備工事も大詰めを迎える。
		輸送業（統括）	・8月に試験業務を行い、これが成功すると10月以降約半年間スポット業務の計画がある。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・ここ数か月は、それ以前や昨年と比べて、だいぶ良くなってきた。しかしこれから先冬場に向けて忙しくないといけないうちに、2～3か月先が全くみえない。
		化学工業（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。
		鉄鋼業（総務担当）	・国内、海外ともおう盛な鋼材需要に支えられ、高水準の生産販売環境が継続している。ただし輸出では、米国経済の減速感、中国の鋼材生産及び輸出の拡大等リスクがあるため、需要動向の注視が必要である。

	鉄鋼業（総務担当）	・B R I C sの国々の経済成長は目覚ましく、輸出関連は堅調を維持できる。しかしながら、原材料・エネルギー費用の高騰等、収益圧迫のリスク要因も多い。	
	金属製品製造業（総務担当）	・得意先である造船業界では5年先（2012年）の案件も出てくるなど需要の強さを実感している。工作機械業界からは増産要請を受け、設備投資を検討しているが、需要に生産が追いついていない。しかしながら、住宅や建設関連の落ち込みは激しく、早急な対策を迫られており、社内でも業種によって二極化が進んでおり、トータルではプラスマイナスゼロになりそうである。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・家電・エアコン・携帯電話がボーナス商戦に向けて、強気に商品の投入をしており、更に若干の時期を置いて、秋から新モデルの投入等を積極的に行う計画を聞いている。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・多少地方の景気も上がり気味ではあるが、原油高の影響もあり変化がない。	
	通信業（部門長）	・顧客はコスト削減のための検討は進んでいるが、業務改善に向けた積極施策への取組には消極的であり、この傾向は続く。	
	金融業（営業担当）	・不動産の動きは出てきているが、これが具体的になるにはもう少し時間が掛かりそうである。したがって、これから2～3か月は変わらない。	
	金融業（業界情報担当）	・米国経済の鈍化懸念はあるが、欧州・アジア圏の好調から世界全体ではしばらく拡大が続くとみられ、当面は高水準の受注が続く。	
	会計事務所（職員）	・一時下がりがかけていた燃料費の値段が再び上昇してきている。この影響は、運送業界だけにとどまらず、全ての業界にコストアップの兆候が見受けられる。	
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・アジ主体の巻網船の水揚げ高が前年比431%と好調だが、今月もシーズンである真イカ・サルイカ漁が不振で心配している。全体の水揚げ高も下がっており、巻網船の好調で浜が活気付いている。これが続けば良いが疑問である。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・好調に推移していた海外向けの自社製品の受注について、減少傾向になってきている。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・引き続き受注量・生産高共に横ばいの状況が続くと思われるが、原材料価格の値上がりや金利負担の増大、また人件費や社会保険料の負担増などコストアップの要因が山積し、納税時期とも重なり資金的にも非常に厳しい状況が続く。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	職業安定所（雇用開発担当）	・企業の採用意欲は、ますます盛んとなっており、引き続き有効求人倍率は高止まりの傾向にある。このため、引き続き募集は継続され、一段と求職者側の売り市場の状況は続く。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（担当者）	・新規の求人企画についての問い合わせが多く、この状態は続く。
	変わらない	職業安定所（職員）	・一向に向上かない景気の影響で、先月に続き建設業や機械器具製造業で事業廃止となるなど、大量離職の事例が相次いでおり、求人面でも都会地とのギャップが際立っている。
		職業安定所（職員）	・今後の新規求人数はあまり変化がないと思われるが、職種による人手不足感は引き続きあり、看護婦・美容師・製造関係の下請けに関して、特に感じられる。新規学卒者の求人受理がスタートしたが、こちらについては昨年同様、好調な滑り出しである。
		職業安定所（職員）	・製造業等の求人は増加しているものの、臨時、パートの求人が多く一過性の感が強い。また求職者が減少しており、一見景気が上向いているように見えるが、非正規雇用等不安定な雇用形態のため転職したいと考えている求職者は多い。
		民間職業紹介機関（職員）	・人材確保が難しくなっており、このため新規ビジネス獲得に踏み切れないでいる企業も見受けられ、この状態が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・付加価値の高い製品を扱う企業からの求人数は減っておらず、これからも減らない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・求人件数は昨年に比べあまり変化はないが、福祉関係の求人は増加傾向にある。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・更に派遣登録スタッフの確保が難しくなる。広告費などの採用コスト、派遣就業スタッフの福利厚生の充実などに費用がかかり、今後利益を圧迫する。
	悪くなる	-	-