

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<br>動向<br>関連  | 良くなる<br>やや良くなる  | -   | -   |
|                 |   | 百貨店（営業担当）   | ・今は新規ショッピングセンターのオープン効果で客を奪われている部分があるが、2～3か月後にはオープン効果も落ち着き、今ほど影響を受けなくなる。               |
|                 |   | 百貨店（販売促進担当）   | ・現在の時点でみると、売上高、来客数共に回復の兆しが見える。暖冬で売上が低迷した冬物を春夏物で取り返したい。                                |
|                 |   | 衣料品専門店（地域ブロック長）   | ・4月以降、価格設定を大幅に下げるため、やや良くなる。   |
|                 |   | その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）  | ・競合の激しさ、食の安全性の問題も沈静化していくと考えられており、やや良くなる。  |
|                 |   | 観光型ホテル（経理総務担当）  | ・4月からは、改装工事後の営業強化策もあり、現時点では、前年を上回る受注を受けている。ただし夏以降の見込みは不透明である。                         |
|                 |   | 通信会社（企画担当）  | ・当社扱いのサービスは為替水準にそもそも影響を受けない。インフレ懸念の中では、3月までの低調に比べて、年度明けから多少の上向きではないか。                 |
|                 | 美容室（経営者）  | ・あらゆる手を尽くして、企画・店の再編成を行っており、統合を推進し、希望を持ってやっているの、悪くなることはない。                                   |   |
|                 | 変わらない   | 商店街（代表者）  | ・中心市街地活性化策を検討中だが、すぐに実行できる案も無く現状維持が精一杯である。   |
|                 |   | 一般小売店〔印章〕（営業担当）   | ・原材料費の値上げが多種にわたっているが、最近、紙の再度の値上げの申し入れがあった。製品の値上げは難しい現状で、経営を圧迫してくる。                    |
|                 |   | 百貨店（営業担当）   | ・ガソリン税や一般食品の値上げが家計を圧迫するため、ぜい沢品である衣料品やおしゃれ雑貨にしわよせがくる。                                  |
|                 |   | 百貨店（販売促進担当）   | ・公務員、地元企業の給与カットも続き市場消費環境にプラス要因は見えてこない。また4月以降、生活必需品の更なる値上げも予定されており、今後景気が上向くことはない。      |
|                 |   | 百貨店（購買担当）   | ・衣料品のヤング部門は春夏物も順調に動き、そこそこ売上もあると思われるが、ミセス部門はトレンド商品のキーアイテムも見つからず、厳しい状態が続く。              |
|                 |   | スーパー（店長）  | ・今後とも続く原材料及び商品の値上げの影響は大きく、買い控えは続く。たとえ、4月からガソリン代が下がっても一時的なもので、あまり関係はない。                |
|                 |   | スーパー（店長）  | ・ここ1年くらい続いている販売点数・来客数の前年比103～104%という動きは、これから先も変わらない。また、値上げを含む客単価の上昇も、これから先しばらくは変わらない。 |
| スーパー（管理担当）      |   | ・来月からの価格値上げにより消費者の財布のひもが更に締まるようになる。そのため買上金額に変化はみられないかもしれないが、買上点数は控えられていくと思われ、景気が良くなる見通しはない。 |   |
| スーパー（販売担当）      | ・暖かくなり飲料の売上の伸びが期待できる時期だが、商品の冬商材から夏商材への変更の時期に更に値上げが予想され、これから先、売上の伸びが期待できない。                            |   |   |
| コンビニ（エリア担当）     | ・既存取引先とのパイの取り合いにはなるが、当店が若干優位である。また、新規の取引先も2～3件増え、キャンペーンも行っている。ただし4月から5月に再び価格改定があるが、それがどちらに転ぶか少し懸念される。 |   |   |
| コンビニ（エリア担当）     | ・これから先も食料品の値上げは続く見込みで、景気が良くなる見込みはない。  |   |   |
| 衣料品専門店（地域ブロック長） | ・春物の動き出しが遅かったために、在庫が多く残っており、そのため全体の商品の回転が悪くなっている。初夏物の動きにも影響が出る。                                       |   |   |
| 衣料品専門店（販売促進担当）  | ・まだまだ景気が良いとは思われないし、客の中には価格がまだ高いという人が増えてきており、相当価格に関しては敏感になっているため、高い物が売れにくくなっている。これから夏場は厳しい。            |   |   |
| 家電量販店（店長）       | ・オリンピック間近になり、そこそこ販売できると思うが、価格競争が一段と激しくなっており、絶対額の確保が困難な時期を迎える。   |   |   |
| 乗用車販売店（営業担当）    | ・今後も新規販売数は、あまり伸びないと思われ、既納客に対する台替・増車・紹介といった業務の更なる強化が大きなポイントになる。  |   |   |

|        |                 |  |
|--------|-----------------|--|
|        | 自動車備品販売店（経営者）   | ・ガソリン価格やその他日用品等の値上げの動きがどこまで影響するか読みづらく、この一進一退の動きは続く。  |
|        | 高級レストラン（スタッフ）   | ・これから先3か月の予約状況は、良い月も悪い月もありで、トータルで言えば前年並みである。   |
|        | 都市型ホテル（従業員）     | ・4月の宿泊団体予約は、昨年を越えているが、個人予約の伸びが弱くなっており、5月以降が懸念される。  |
|        | 都市型ホテル（総務担当）    | ・政治情勢は不安定であり、原材料は引き続き高止まり状況にある。好転すべき材料が見つからず、よって変わらない。   |
|        | タクシー運転手         | ・当地のタクシー業界は、半分が値上げし、半分が現状維持という状況である。売上は、値上げした業者が2～3%増加し、値上げしていない業者が2～3%減少しているという状況である。この状態は2～3か月後も続く。                    |
|        | タクシー運転手         | ・人の移動の時期であるので、かなりの動きがあると期待しているが、昨年をカバーするだけの観光・イベント等には大きく期待できない。夜の繁華街においても、平日は閑散としていて週末のごく限られた時間に集中している。4月については今と変わらない。   |
|        | 通信会社（総務担当）      | ・来年度に入っても、大手通信事業者の攻勢等により一段と厳しい状況が続く。デジタル契約移行についても、様子見の状況は大きく変わらない。   |
|        | テーマパーク（財務担当）    | ・季節的な変動を除けば景気に影響を与える要因が少ないため、今とあまり変化がない。   |
|        | テーマパーク（広報担当）    | ・これからオンシーズンとなるが、ガソリン代が安くならないと、来客のほとんどを占めるドライブ客が増えない。   |
|        | 住宅販売会社（販売担当）    | ・展示場・イベント・分譲売り出しへの来客数は前年並みに回復しているが、契約については客は相変わらず慎重で回復しそうにない。  |
| やや悪くなる | 商店街（代表者）        | ・政治も混乱しているなか、4月から値上げも本格的になり、生活防衛のため買物も慎重になるため、買い控える傾向はこれからも続く。   |
|        | 商店街（代表者）        | ・経済の先行き不安で、財布のひもが固くなる。   |
|        | 一般小売店〔茶〕（経営者）   | ・町が全体的にムードが悪い。値上げ値上げで、客が守りに入っている。島根県下では、85%の企業が赤字だという話もあり、これから先まだまだ耐えていかなければならない。  |
|        | 一般小売店〔酒店〕（経営者）  | ・小さな我が町にある4年生大学の入学者数が、今までは約1,000人で推移していたが、昨年が3割減の700名で、今年は500人弱になる見込みらしく、大学のウエイトが大きいだけに、その影響はマンション経営だけに限らず、我々酒店や町全体に広がる。 |
|        | 百貨店（売場担当）       | ・原材料の値上げで革製品や靴など販売単価が予想以上に上がっており、客の反応が非常に悪い。ブランド品であっても値段が上がっているものは売上で苦戦しており、この傾向は続く。                                     |
|        | 百貨店（売場担当）       | ・春から夏にかけて数年ぶりに近隣郊外に大型ショッピングセンターが立て続けにオープンし、集客面でポディブロー的に影響が出てくる。駅前商店街の更なる空洞化が進みそうである。                                     |
|        | 百貨店（販売担当）       | ・原油等の高騰に伴い、今後ますます物価の上昇が考えられ、消費マインドは低下する。   |
|        | スーパー（店長）        | ・当店取扱品については、素材等にこだわりを持つことで商品に付加価値をつけているため、一般市場より販売価格が高く設定されている。しかし、最近の客の動向を見ると、このような商品施策並びに販売施策は客に受け入れられにくい土壌になってきている。   |
|        | スーパー（財務担当）      | ・4月以降も原価の引き上げがあるにもかかわらず、価格競争が一段と激しくなることが予想され、利益率が悪化する。   |
|        | スーパー（経営企画）      | ・ガソリンや一部食料品などの極端な値上がりがある反面、所得が比例して増える状況にはなく厳しい状態が続く。   |
|        | コンビニ（エリア担当）     | ・異業種の競合も含め、出店過熱気味となっている。今後は更に厳しくなり、やや悪くなる。   |
|        | コンビニ（エリア担当）     | ・2月初めに1.5キロほど離れたところに新規の競合店ができ、影響を受けている。これから先、その店が広く認知されるほど、当店への影響も大きくなり、売上ダウンが続く。  |
|        | コンビニ（エリア担当）     | ・いろいろな食品の原材料の値上げに現実味が出てきているので、これから少し悪くなる。  |
|        | その他専門店〔カメラ〕（店長） | ・今後ますますWEBによる購入が広まっていくが、ネット価格と競合するとなると、利益率が低くならざるをえない。   |
|        | 一般レストラン（店長）     | ・夜の集客が悪いので、酒類の販売も厳しい状況である。ファミリー層の来店頻度減少が大きな要因である。  |

|        |                 |  |   |
|--------|-----------------|--|---|
|        | 一般レストラン（店長）     | ・トータルとしての来客数は変わらないが、客もお金の使いどころを考えているようで、イベントのある時は来客数も単価も伸びるのだが、平常時は来客数がどんどん落ちていく。                  |   |
|        | 都市型ホテル（経営者）     | ・レストランや客室部門での予約数が、対前年同期との比較で減少している。  |   |
|        | 都市型ホテル（スタッフ）    | ・食料品等値上げが続くため、消費者の財布のひもは依然固く、外食控えがレストラン・宴会に今後も響く。  |   |
|        | タクシー運転手         | ・売上が前年比2～3%ダウンという状況は、この先も続く。   |   |
|        | 通信会社（通信事業担当）    | ・年間を通してサービスへの問い合わせなどが一番多い時期のはずだが、非常に低調である。今後も状況が改善する要素が全く見当たらない。                                   |   |
|        | 通信会社（営業担当）      | ・訪問先の商談等においても、相手の厳しい状況が伝わってくる。   |   |
|        | 通信会社（販売企画担当）    | ・夏の商戦期までに新商品の発売がないことから、販売数増は見込めない。   |   |
|        | 設計事務所（経営者）      | ・生活防衛傾向が更に強くなるため、客は消費に一層慎重になる。   |   |
|        | 設計事務所（経営者）      | ・住宅ローン金利と建築物価の上昇がこれからも続く。  |   |
|        | 住宅販売会社（従業員）     | ・来場数、客の反応共に鈍ってきているようなので、受注量への影響が減額方向にいく。   |   |
| 悪くなる   | スーパー（総務担当）      | ・当社では「お客様の声」というアンケートを取っているが、「物が高くなって買物しづらい」、「もっと少額、少量パックの物を作ってほしい」等の物が多くなっており、これでは今より一層悪くなる。       |   |
|        | その他専門店〔書籍〕（従業員） | ・競合店が5月に新店し、市場に対してオーバーストアになる。  |   |
|        | スナック（経営者）       | ・今年も3月一杯で商売をやめる店がたくさんある状態で、先に見込みはない。私も様子を見て、だめだったら5月一杯で店を閉じようと思っている。やはり飲酒運転撲滅運動の影響で飲み屋がだめになってきている。 |   |
|        | 美容室（経営者）        | ・同業者で、今まで忙しそうにしていた店も景気が悪くなっていると聞く。新規出店も多く、値引き合戦の様相で、安売りの店が繁盛している。これから先が不安である。                      |   |
| 企業動向関連 | 良くなる            | -  |   |
|        | やや良くなる          | 建設業（経営者）   | ・一般的に良くない状況が続いている。しかし、建築関係者からは建築基準法改定に伴い確認の遅れた分、少しは良くなるのではないかという話を聞く。   |
|        | 変わらない           | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当）   | ・受注残が多くあり、当面生産水準に変化はない。4月より価格改定を行うが、満足の出来る水準ではなく収益面では厳しい状況が続く。また、北京オリンピック時期の動向では、一部材料の入手が困難な状況になるのではないかと気になっている。        |
|        |                 | 鉄鋼業（総務担当）  | ・アジア方面を中心に新興国と呼ばれる国々で、鋼材需要はおう盛な状況にあり、輸出を中心に生産量も引き続き高生産が続くと予測している。しかしながら、主原料となる鉄鉱石・石炭の価格が大幅に値上がりする見込みであり、収益面では不透明な状況にある。 |
|        |                 | 電気機械器具製造業（総務担当）  | ・自動車、携帯関連の好調だった受注計画が修正され、低調となっている。エアコンの受注は欧米、中国向けに強気含みで入ってきている。   |
|        |                 | 輸送用機械器具製造業（経営者）  | ・受注が少なくなるクライアントもあり、増えるクライアントもありトータルでは変わらないが、やや良くなる。   |
|        |                 | 輸送業（統括）  | ・4月以降新規業務はあるが、契約解除の影響で収入はほとんど変化がない。   |
|        |                 | 輸送業（運送担当）  | ・ここ数か月物流量は変わらず少ないままである。今後も大きな変化は見込まれない。   |
|        |                 | 通信業（営業企画担当）  | ・通信サービス面では、新規開拓に結びつく魅力的な新商品等は当面期待できず、様子見的な情勢が継続する。  |
|        |                 | 金融業（業界情報担当）  | ・米国経済は減速しているが、欧州・アジア圏では引き続き堅調で、当面は高水準の受注を維持する。  |
| やや悪くなる | 食料品製造業（総務担当）    | ・大手取引先から、納品を少なく見積もられているので、利益的にダメージが大きく先行きが見えない。  |   |
|        | 化学工業（総務担当）      | ・4月以降原材料の値上げが目白押しの状況で、製品価格への転嫁がスムーズにいくかが不安材料である。   |   |
|        | 鉄鋼業（総務担当）       | ・米国の景気悪化の懸念、急激な円高、中国のチベット問題に端を発する政情不安、先行き不透明な経済情勢等、景気に悪影響を及ぼす要素が多すぎ、楽観できない。                        |   |

|              |                      |  |   |
|--------------|----------------------|--|---|
|              | 金属製品製造業（総務担当）        | ・4月からの鉄原料の値上がりを受け、製品価格への転嫁を進めているが、ある程度認めてもらえる納品先、全く考慮されない納品先が半々であり、結果として収益状況は悪化の方向に向かう。  |   |
|              | 一般機械器具製造業（経営企画担当）    | ・国内市場の冷え込みによる売上の減少と、生産資材の高騰による生産コストの悪化は、当面続く。  |   |
|              | 輸送用機械器具製造業（経理担当）     | ・受注先の来月の生産計画台数が、今月よりも約1万台も減っている。   |   |
|              | その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当） | ・現状と同様値上げラッシュが予想される。   |   |
|              | 建設業（経営者）             | ・建設業界においては、ここ1～2年がもっとも厳しい時期であり、各社ともぎりぎりの選択をせざるをえず、そのため入札価格についても厳しいものになる。   |   |
|              | 会計事務所（職員）            | ・例年3月は、年間の内でも売上高の上がる月で会社によっては数か月分の利益を一気に稼ぐ月なのだが、今年は利益の蓄積が出来にくい状態になっている。毎年、4～5月は売上が減少するだけに、不安を抱く経営者は多い。                               |   |
|              | 悪くなる                 | -  |   |
| 雇用<br>関連     | 良くなる                 | -  |   |
|              | やや良くなる               | 求人情報誌製作会社（担当者）   | ・依然として採用したい企業からの、応募者不足の声が聞かれる。  |
|              | 変わらない                | 人材派遣会社（営業担当）   | ・大手製造業では、コンプライアンス遵守により派遣利用から正社員雇用中心へと移行するケースが出ている。求職者が増加する可能性はあるが、今後採用する企業側の需要の先行きが不安である。   |
|              |                      | 職業安定所（職員）  | ・少子高齢化のなかで、企業が人材の確保のために、積極的に継続雇用制度の導入などで対応する動きがみられる。一方、新規求人については、今後も前年を下回る数値で推移する。  |
|              |                      | 職業安定所（職員）  | ・新規企業進出等の予定がなく、求人数が増加する要因がない。また、派遣や請負等の雇用機会が増加する一方、正社員の雇用が少なく、求職者の不安は解消されない。  |
|              |                      | 職業安定所（雇用開発担当）  | ・求人については、平成19年度後半から減少傾向で推移していたものが、ここに来て反転し増加の傾向を見せている。団塊世代の定年退職に備えて、人材確保のために中途採用を切り替えたものもあるが、純粋に労働力不足が生じたことから、企業の採用意欲が持ち直したものも含まれると判断される。 |
|              |                      | 民間職業紹介機関（職員）   | ・IT関連の地場大手企業の新年度正社員の中途採用人数が、総数50名強であったが、採用基準のハードルは低くはない。安定した生活が過ごせる雇用者の増加には、なかなか結びつく状況にはならない。   |
|              |                      | 学校〔短期大学〕（就職担当）   | ・製造関係の求人件数は増加したが、女子学生が希望する求人件数は変化がない。また、雇用形態も正社員求人件数は減少気味である。   |
|              | やや悪くなる               | 人材派遣会社（担当者）  | ・求人数の動きからあまり活況とは言えず、落ち着いている。  |
|              |                      | 求人情報誌製作会社（支店長）   | ・先行き不透明感から、設備投資計画の見直しや、一部のメーカーでは希望退職を募るなどの動きが見られる。  |
| 職業安定所（職員）    |                      | ・原油価格高騰の影響で材料費が上がるなか、即販売価格に転嫁するのは難しい状況もあり、今後の対応に頭を悩ませている企業が数多くあり、結果として求人意欲が冷え込みつつある。   |   |
| 民間職業紹介機関（職員） |                      | ・金融、政府政策など不安定要素が多く、特に輸出企業の多い広島県においては、想定レートを上回る円高が進行していることの影響は大きい。また改正建築基準法の影響もさることながら、県中心部の開発余地は少なく、建設建築系の伸びも期待できず、労働市場の冷え込みは避けられない。 |   |
| 悪くなる         | -                    | -  |   |