

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   | -   | -   |
|                |  | 商店街（代表者）  | ・新しいデパートの開業による新しい客の流れと、寒さの到来に期待する。  |
|                |  | 百貨店（販売促進担当）   | ・物販については、やや持ち直しの兆しが見えるテナントがあるので、これからの秋・冬物の売上増に期待している。ただし飲食については、回復の兆しが見られず、今後の景気次第である。      |
|                |  | 百貨店（販売担当）   | ・改装効果は、今後数か月は期待できる。また、主力の婦人服の売上が回復傾向にある。  |
|                |  | 衣料品専門店（店長）  | ・10、11月と大きなイベントの予定があるので、売上に動きがある。   |
|                |  | 家電量販店（店員）   | ・年末になりボーナス需要もあり、デジタル放送も追加で開局される話もあることから、AV機器が売れる。   |
|                |  | 都市型ホテル（従業員）   | ・宿泊、宴会の受注件数が好調に推移している。政局の不安が気がかりだ。  |
|                |  | タクシー運転手   | ・旅行会社から、10～11月についての問い合わせがかなり入っている。今後は当社も、禁煙タクシーの導入・運賃改定等々あるが、客へのサービスでこたえたいと思っている。           |
|                |  | 通信会社（販売企画担当）  | ・契約件数など微増だが、上向きの傾向が見られる。  |
|                | テーマパーク（財務担当）   | ・12月からのクリスマス時期には、充実したイベントを企画しているので、現在以上の来客を見込んでいる。                                |   |
|                | 美容室（経営者）   | ・希望的観測ではあるが、若干回復の兆しが見える。全社をあげて、いろいろな企画をたてているので、単価・販売量共に少しは良くなる。                   |   |
|                | 変わらない  | 商店街（代表者）  | ・帰省時期は商店街に人の流れがなくなるため、8月よりは少し上向きかと思うが、それ以外に今后来客数が増えるような要因も見当たらず、現状維持が精一杯である。                |
|                |  | 一般小売店〔酒店〕（経営者）  | ・ガソリンが値下がりしてきており、物価に対する意識が薄らいできてきているように思われ、節約ムードがある程度は落ち着く。                                 |
|                |  | 一般小売店〔印章〕（営業担当）   | ・中小企業に動きが少なく元気がないように思われる反面、ベビーブームの子供たちが結婚することによる印鑑需要が秋口になり増えており、全体的には横ばいとなる。                |
|                |  | 百貨店（購買担当）   | ・百貨店の先進商品であるヤングゾーンがこの2～3か月低迷している。この時期は10～11月に着用する服の先買いが例年多いのだが、そういった傾向も見受けられず、この先も厳しい状況は続く。 |
|                |  | スーパー（店長）  | ・ここ半年以上、販売点数が変わらなく推移している。今後大きな変化はなく、現状維持を保つ。  |
|                |  | スーパー（管理担当）  | ・原油高騰が落ち着いたものの、消費者は支出に対してシビアになっている。さらに今のところ、販売点数の増加等の売上向上に資するものがない。                         |
|                |  | スーパー（販売担当）  | ・行楽シーズンを迎え、食料品や飲料水の伸びを期待したいが、パンなどの値上がり、今後どのように推移するか分からない。                                   |
|                |  | コンビニ（エリア担当）   | ・競争や異種競争を含めた出店は減少しているものの、タスポ効果は更に薄れるので、景気の動向に変化はない。   |
| コンビニ（エリア担当）    |  | ・当社は食品を扱っており、新規の出店等もある。後は取引先の店内シェアを高めるための値ごろ感の提案などをしていけば、現状が続く。                   |   |
| コンビニ（エリア担当）    |  | ・タスポ導入後は、来客数も増え、たばこ以外の物も結構売れたが、最近はずいぶん買いがなくなってきた。しかし、導入前に比べて効果は出ているので、このままの状態が続く。 |   |
| 乗用車販売店（統括）     | ・4～9月が前年を下回っており、市場の変化を期待する材料が見当たらないため、その状態が続く。   |   |   |
| 乗用車販売店（統括）     | ・高額商品については厳しくなるのかもしれないが、単価の低い物に関してはこのままの状態が続く。   |   |   |
| 乗用車販売店（営業担当）   | ・車を買いたい、買い替えたいという客の気持ちは、決して低くない。ただ、取り巻く環境が余りにも安定していない感があり、その結果として決断に時間が掛かっている。客に対するアピール活動を一層強化することで、局面を打開することを考えている。 |   |   |
| 乗用車販売店（販売担当）   | ・新商品投入の予定もなく、現状が好転する要素が見当たらない。   |   |   |

|        |                    |  |
|--------|--------------------|--|
|        | 自動車備品販売店（店長）       | ・来店来客数も減少し、単価もあまり上がらず、回復の兆しがない。  |
|        | その他専門店〔カメラ〕（店長）    | ・我々の扱っている商品は生活必需品ではないため、外部環境が悪化すれば、支出が削減される可能性が高い。                                       |
|        | 高級レストラン（スタッフ）      | ・9～10月は前年に比べて予約状況が良くないが、11月は前年に比べて予約状況が良い。   |
|        | 一般レストラン（店長）        | ・政治を見ても景気が良くなる要素が見当たらないし、客は節約癖がついており、今後もこの傾向は変わらない。                                      |
|        | その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者） | ・食の問題が頻発しており、まだ環境的に良くない傾向が続く。  |
|        | タクシー運転手            | ・3か月後の12月は、仕事が増えなくてはいけない時期だが、市場としては現在と変わらない。   |
|        | 通信会社（総務担当）         | ・契約獲得伸び悩みの状況を打開するため、新規メニューの投入等によりテコ入れを図る予定であるが、見通しは厳しい。                                  |
|        | テーマパーク（業務担当）       | ・物価高など外出を控えたいくなる状況は今後も変化はないと思われるが、レクリエーションのニーズも根付いており、あったとしても来客数の増減は小さい。                 |
| やや悪くなる | 一般小売店〔靴〕（経営者）      | ・今月、市内の同業者が2軒廃業することになった。1軒の閉店セールの上売が非常に良かった。これが続くと、狭い地方都市なので、我々他店の売上は影響を受ける。             |
|        | 百貨店（営業担当）          | ・今後、商圏内で競合店舗の増床や大きなリニューアルが控えているため、少なからず影響を受ける。   |
|        | 百貨店（販売促進担当）        | ・諸物価の高騰もあり、客の消費マインドがかなり低下している。値段に対しても非常に厳しく、単品買いが目立つ状況のなか、今後良くなる雰囲気は感じられない。              |
|        | 百貨店（売場担当）          | ・商品面、人件費面の両方について、経営側からのコスト削減要求が厳しく、自店も取引先も経費削減が前面にうたわれており、思うような販売ができない状況が続く。             |
|        | 百貨店（売場担当）          | ・直接競合ではないが、来月初旬近隣地域の百貨店が新会社に生まれ変わり、品ぞろえをかなり強化しているの、じわじわと悪い影響が出てくる。                       |
|        | スーパー（店長）           | ・新規大型店のオープンに伴い、既存大型店の改装オープンも続き、顧客の奪い合いによる価格競争も激しくなり、売上・利益の確保が厳しい状況が続く。                   |
|        | スーパー（店長）           | ・食料品の値上げ等、身の回りの商品がかなり値上がりしているの、客の買い控えもかなり進んでいる。今後の景気もやや悪くなる。                             |
|        | コンビニ（エリア担当）        | ・先月くらいから、店の前を通る車の数が極端に減っているように感じる。新しい道が整備されたため、そちらに流れていると考えられ、この状況が続くようであれば、景気は悪くなる。     |
|        | コンビニ（エリア担当）        | ・今後も現状と同じように、単価の高い商品の売上は期待できないし、余分な物は買わないという状況は続く。                                       |
|        | 衣料品専門店（地域ブロック長）    | ・夏物の在庫がかなり多くなっている。今年は秋物についても販売期間が短いことから在庫過多となり、仕入れにも影響が出るので、売上に影響する。                     |
|        | 家電量販店（店長）          | ・原材料が値上がりしているなかで、今後製品価格の値上げが懸念されるため、一層の買い控えが心配である。                                       |
|        | 家電量販店（店長）          | ・物価の上昇に伴い、大型家電品への消費者の支出は少なくなる。   |
|        | 家電量販店（予算担当）        | ・上半期の企業業績が悪いので、冬季賞与が減少する。  |
|        | 自動車備品販売店（経営者）      | ・消費意欲は、先行きの不透明感から回復は見込めず、販促施策に対する反応も鈍く、季節用品の動向も不安である。                                    |
|        | スナック（経営者）          | ・近所の商店街の店主でも「売上が落ちて飲みに出れない」と言っている。商店街は閑古鳥がなき、どんどんシャッターが下りている。この傾向は今後も続き、この先も期待が持てない。     |
|        | 観光型ホテル（経理総務担当）     | ・10～11月は、前年並みの入込み状況ではあるものの、年末商品は原料費の上昇分を価格転嫁したことにより、売上見込みは不透明である。忘年会需要も、今年は厳しそうだ。        |
|        | 都市型ホテル（スタッフ）       | ・10～11月も一般宴会や宿泊の予約が少なく、前年を大きく下回りそうである。   |
|        | タクシー運転手            | ・病院へ通う客の利用がめっきり減ってきた。タクシーの増車もできない状態のなか、台数調整や運転手の数も減ってゆき、会社の総売上も減少し、一人あたりの売上もまだまだ落ち込みが続く。 |

|        |                 |   |   |
|--------|-----------------|---|---|
|        | 通信会社（企画担当）      | ・原料高の影響は響いてきており、冬季を迎えるにあたって、ガソリン・灯油代が高いことの家計への影響は必至で、通信関係も厳しくなる。  |   |
|        | 通信会社（通信事業担当）    | ・企業向けのサービスが特に苦戦しており、顧客からの問い合わせ自体も減ってきている。   |   |
|        | 美容室（経営者）        | ・例年、9月は8月と同じか少し良いくらいの売上であるが、今年は極端に売上が悪く、全体で2～3割は落ちており、あまりの悪さにびっくりしている。この先も、良くなる要素が見当たらないので、見通しが暗い。                      |   |
|        | 設計事務所（経営者）      | ・同業者を含め、消費者の購買行動が慎重で、回復傾向が見えないため、受注減のまま推移する。  |   |
|        | 住宅販売会社（従業員）     | ・来客数は少なく、客の反応が悪いので、受注件数等も必然的に更に少なくなっていく。  |   |
|        | 住宅販売会社（販売担当）    | ・今月、自社地、建売ともに、不動産の売出しへの来客数及び販売数が前年比3割減となり、今後も回復の兆しがない。  |   |
| 悪くなる   | 商店街（代表者）        | ・諸物価の高騰の上、自分達の可処分所得は増えず、子供服などは非常に影響を受けている状況が続く。   |   |
|        | 一般小売店（経営者）      | ・アメリカの経済状況の悪化が顕著となり、その影響が日本にも非常に厳しい状況で現れて、不況感を更に感じるようになる。また、今度の選挙の結果次第では、日本の状況が不安定になってくるので、人々も防衛意識が高まり、更に財布のひもが固くなっていく。 |   |
|        | スーパー（店長）        | ・客の購買意欲の低下傾向が、現在そのまま来客数の減少に現れている。ここ数か月、来客数が前年割れをおこしており、これから先景気が上昇に向かうとは考えられない。  |   |
|        | コンビニ（エリア担当）     | ・今の物価上昇は当分続き、上限が見えないので、まだまだ悪くなっていく。   |   |
|        | 衣料品専門店（経営者）     | ・懐具合からか、客の着こなしもだんだん上手になり、新商品がトータルで売れなくなり、このまま続く。  |   |
|        | 衣料品専門店（販売促進担当）  | ・客の来店頻度が少なくなっており、少々の割引では反応も悪く、今後も買い控えの人が増える。  |   |
|        | 家電量販店（店長）       | ・客の購買意欲が下がっている。客数・単価共に下がっている。特に現金での購入比率が下がっており、回復しない。   |   |
|        | その他専門店〔書籍〕（従業員） | ・出店ラッシュによる競争激化がこれからも続く。   |   |
|        | 美容室（経営者）        | ・見通しについて良い話が出ず、不安な話ばかりで、年内は雲行きが怪しいという会話がよく出ている。   |   |
|        | 企業動向関連          | 良くなる  | -   |
| やや良くなる |                 | 一般機械器具製造業（経営企画担当）   | ・国内向けの主要製品の売上は増加傾向にあり、回復の兆しが見えてきた。  |
| 変わらない  |                 | 化学工業（総務担当）  | ・原材料価格も一段落しており、受注も順調に推移する。  |
|        |                 | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当）  | ・生産量は当面現行水準を維持するが、原材料価格の高騰は続き、売価への転嫁は遅れ気味となる。   |
|        |                 | 金属製品製造業（総務担当）   | ・得意先との価格交渉は、原材料価格の上昇分を製品価格へ転嫁してもらうようお願いし、ある程度認めて頂いた。しかし鉄原材料価格が急激に下落したため、その値下がり分の交渉を行っている。相場という先行きが不透明感を増しているものの、2～3か月先は変わらないと見ているが、今後の対応には苦慮している。 |
|        |                 | 電気機械器具製造業（総務担当）   | ・取引先の自動車関連は、米国のトラックの販売不振が続いており、流通段階で在庫の積みあがりが見えている模様である。向こう3か月生産計画も下降ぎみとなっている。  |
|        |                 | 輸送用機械器具製造業（経理担当）  | ・これからの計画を見ると、受注量や販売量の変化が少ない。  |
|        |                 | 建設業（経営者）  | ・最近、基準地価もこの周辺では下がっており、不動産も建設も動きが少ない。3か月先も上向きになるような見込みはない。   |
| やや悪くなる |                 | 食料品製造業（総務担当）  | ・今までは企業との取引で、昔からの付き合いで価格や量を据え置くことがあったが、それができにくくなっている。   |
|        |                 | 鉄鋼業（総務担当）   | ・しばらくは、受注が大きく戻る要因は見当たらず、苦戦を強いられる。   |
|        | 鉄鋼業（総務担当）       | ・スクラップ市況の下落による先安感や、国内を中心に実需が下落する動きもあり、先行き不透明感が強い。   |   |
|        | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・自動車産業の取引先が、10月～年末にかけて、2割くらいの生産量の減少を予定しているので、このままの営業展開でいれば悪くなる。   |   |

|          |        |                      |   |
|----------|--------|----------------------|---|
|          |        | 輸送用機械器具製造業（総務担当）     | ・今後も受注量・生産高共に横ばいの状況が続くと思われるが、原材料・仕入れ価格の高止まりや、社会保険料などの労務費や物価高による経費負担の増大が収益を圧迫し、業績の先行きが非常に懸念される。                                |
|          |        | その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当） | ・今まで順調だった取引先の大手輸出企業が、アメリカ発の経済停滞や材料費高騰により、収益ダウンを余儀なくされている。地方の下請け企業はそれをまともを受けていることとなり、いまだ立ち直っていない状況で、更に追い討ちをかけられる様相となる。         |
|          |        | 建設業（経営者）             | ・サブプライムローン問題に端を発した金融機関の収益悪化が、実体経済にも大きなダメージを与えており、今後1年程度はその回復にかかることから、建設業は先行き期待できない。   |
|          |        | 金融業（業界情報担当）          | ・米国経済の停滞に加え、これまで堅調だったアジア・欧州圏でも景気失速が懸念され、受注は高水準ながら減少傾向となる。   |
|          |        | 会計事務所（職員）            | ・建設工事関連の受注の落ち込みは前年よりも大きく、発注が急に延期となるケースもあり、今後もこの傾向は続くと思われる。  |
|          | 悪くなる   | 農林水産業（従業者）           | ・今年は浜田沖に越前クラゲの発生がほとんどないが、今年に入ってからの累計では、水揚げ数量で390tの減少、水揚げ金額も5,500万円の減少であり、これからも漁はあまり期待できない。ただ、このところ燃油の上昇率が下がり気味で、喜んでいる。        |
|          |        | コピーサービス業（管理担当）       | ・大手の破産もあり、景気悪化の要因しかない。  |
| 雇用<br>関連 | 良くなる   | -                    | -   |
|          | やや良くなる | -                    | -   |
|          | 変わらない  | 人材派遣会社（担当者）          | ・企業の求人状況から、求人数は春以降低迷しており、9月の一時的な求人増加はあるものの、安定した継続的傾向は見込めない。   |
|          |        | 求人情報誌製作会社（担当者）       | ・採用予算が現状維持もしくは減少と答える企業が多い。  |
|          |        | 職業安定所（職員）            | ・原油高、原材料の高騰が改善される材料がないこと、仕事量の減少・賃金低下、勤務先事業所の先行き不安などから、在職中で仕事を探す求職者も散見されるので、これから厳しくなる。   |
|          |        | 職業安定所（職員）            | ・月間有効求人数・月間有効求職者数・月間有効求人倍率などが一定数を保っており、特別な要因が発生しない限り、今後すぐに変化があるとは考えられない。  |
|          |        | 職業安定所（雇用開発担当）        | ・雇用に関しては、企業の技術継承のため、若年技能労働者に対する需要は相変わらず強いものの、景気の先行き不透明感から、いわゆる雇用調整弁である「派遣・パート」についての需要は弱含んでいる。しばらくはこのような状態が継続する。               |
|          | やや悪くなる | 人材派遣会社（営業担当）         | ・引き続き原価上昇による企業業績の悪化が予想され、それに伴い採用マインドも減少してくる。  |
|          |        | 新聞社〔求人広告〕（担当者）       | ・周辺企業の多くは、これから年末にかけて、更に厳しくなるのは必至という見方を強めていて、雇用より企業の体質を強化してしのごうというスタンスの企業が多い。  |
|          |        | 学校〔短期大学〕（就職担当）       | ・学生への求人件数、求人数が減少している。ただし介護関係の求人は多い。   |
|          | 悪くなる   | 新聞社〔求人広告〕（担当者）       | ・金融・建設・土木・流通・車両、そういった主要業種の実績が、軒並み前年を下回るような状況が見受けられ、雇用についても非常に悪くなる。  |
|          |        | 職業安定所（職員）            | ・原油価格高騰の影響等による企業収益減少の状況下、新たな人件費を捻出することは不可能に近い。地元企業では現在の従業員の雇用確保を第一に考えている事業主が多く、賃金の切り下げや経費節減でしのいでおり、企業に余力がないため新たな求人意欲は望むべくもない。 |