

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             | 景気の現状判断        | 業種・職種  | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------|----------------|--|--|---|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良くなっている        | 家電量販店（店員）  | 来客数の動き   | ・来客数、売上、客単価とすべてにわたって良くなっている。  |
|                |                | その他飲食<br>〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）                      | 来客数の動き   | ・高速道路料金引下げで遠方からの客が増加し、地域有名商品などが良く売れるようになった。レストランにおいても地元食材を使ったメニューが人気である。  |
|                | やや良くなっている      | 商店街（代表者）   | お客様の様子   | ・ボーナスが出たせいか、政府の施策によるものか、売上が持ち直している。クレジット組合の売上も前年比でプラスになっている。  |
|                |                | 百貨店（購買担当）  | お客様の様子   | ・今月は市内に定額給付金が支給され、プレミアム付き商品券が発売されたことで購買意欲が高まったのか、商品券を活用しての買物で、衣料、食品ともに順調に推移している。衣料品については気温が高くなったこともあって、夏物の半袖ものやワンピースなどが良く売れており、紳士衣料もクールビズの関係からカッターシャツなどの動きが良くなっている。   |
|                |                | 百貨店（販売担当）  | 来客数の動き   | ・割引率増の特別招待会やクリアランスの前倒しを実施した結果、来客数が前年度と比較して増加傾向で推移している。  |
|                |                | スーパー（店長）   | 販売量の動き   | ・低価格の商品に集中する傾向があるものの、客1人当たりの買上点数は徐々に増えている。  |
|                |                | コンビニ（エリア担当）  | お客様の様子   | ・近くで工事をやっているのか、朝、工事関係者の来店数がわずかに増えている。   |
|                |                | 衣料品専門店（店長）   | 来客数の動き   | ・必要なものしか買わない傾向は依然強く、客単価は下がっているものの、来客数は増えている。  |
|                |                | 家電量販店（予算・企画担当）                                     | 販売量の動き   | ・エコポイント制度がスタートし、ポイント交換対象が明示されたことで客にも徐々に浸透して追い風となっている。特にエアコンと冷蔵庫では商品単価のアップにもつながり、省エネとエコに対する関心の高さもうかがえる。一方で、薄型テレビについては、地上デジタル放送がすそ野への普及期に入ったこともあり単価が落ちている。企業業績の不振から心配されていたボーナス商戦も今のところ予定どおり推移しており、見通しは悪くない。ただし、小物や雑貨の売上は良くない。 |
|                |                | 乗用車販売店（統括）   | 販売量の動き   | ・6月の販売量は前年比102.4%と、今月に入ってから状況は良くなっている。  |
|                |                | 乗用車販売店（サービス担当）                                     | 販売量の動き   | ・減税効果もあって、客の動きが活発になっている。  |
|                |                | 乗用車販売店（営業担当）                                       | お客様の様子   | ・先月に引き続き、エコカー減税や補助金の効果で購入に踏み切っている客が増えている。   |
|                |                | 通信会社（営業担当）   | お客様の様子   | ・経費節減の方向ではあるが、法人の客に動きが出てきている。   |
|                |                | テーマパーク（業務担当）                                       | 来客数の動き   | ・平日も含めた来客数が、前年比で増加の傾向が続いている。  |
| テーマパーク（広報担当）   | 来客数の動き         | ・来場者数が前年比110～120%で推移している。ETC割引の効果か、週末の来場者数が特に多い。   |  |   |
| 美容室（経営者）       | 来客数の動き         | ・料金設定をやや低くし、キャンペーンのチラシを広範囲に配ったことで、業績がやや好転している。     |  |   |
| 住宅販売会社（経理担当）   | お客様の様子         | ・販売物件に対する客からの問い合わせが増えている。山陽側より、山陰側の物件を客が物色する傾向がある。 |  |   |
| 変わらない          | 商店街（代表者）       | 来客数の動き   | ・先月より、客単価と来客数が減少した。商店街の人通りも少ない。  |   |
|                | 商店街（代表者）       | それ以外   | ・地域の記念行事が行われ、にぎわいがあった。ただし、一過性で続かない。  |   |
|                | 商店街（代表者）       | 来客数の動き   | ・喫茶店であることから、暑くなったことで多少の来客数が増えつつある。しかし一日を通してみると、なかなか売上は増えてこない。                            |   |
|                | 一般小売店〔酒店〕（経営者） | お客様の様子   | ・ボーナス支給額の減少等で、消費者の節約意識が強い。プレミアム付き商品券が発行され出回っているが、プラスアルファには至っていないように思われる。得意先の飲食店もやや低調である。 |   |

|                 |         |   |
|-----------------|---------|---|
| 一般小売店〔紙類〕(経営者)  | お客様の様子  | ・客の様子にただ安いものではなく、自分の趣味にあったものを探す余裕が出てきた。   |
| 一般小売店〔印章〕(営業担当) | お客様の様子  | ・企業関係の常連客でも発注時見積を要求されることが多くなり、経費を少しでも抑えようとしていることがうかがわれる。  |
| 一般小売店〔酒店〕(営業)   | 販売量の動き  | ・料飲店で売上が増加した店もあるので、下落基調に歯止めが掛かった感はある。しかし、前月悪い反動で、ある月が好転することは良くあるので、楽観できない。  |
| 百貨店(営業担当)       | お客様の様子  | ・新型インフルエンザによる騒ぎは落ち着いて来客数は回復しつつあるが、ブラックフォーマルは今持っているもので済ませるなど、買い控えが顕著である。価値と価格が釣り合っているものは高価でも動くが、客の選ぶ目は厳しくなっている。                                |
| 百貨店(営業担当)       | 販売量の動き  | ・ゴールデンウィークに競合商業施設がオープンして2か月経つが、売上がまだまだ回復していない。  |
| 百貨店(販売促進担当)     | お客様の様子  | ・例年どおり中元の先行割引セールを実施しているが、割安感があって前年比15%増で推移している。また、衣料品ギフトでもポロシャツの1,000円セールが人気を集めるなど、客の低価格志向はいよいよ強まっている。  |
| 百貨店(販売促進担当)     | 販売量の動き  | ・売上高については、徐々に戻りつつあるが、回復のテンポは非常に緩やかである。前年より早く26日からバーゲンセールに入ったが、初日が平日だったせいか、出足は非常に悪く、期待を大きく下回った。その後の土日で多少回復したが、現在までのところ6月トータルの売上は前年同月を若干下回っている。 |
| スーパー(店長)        | 競争相手の様子 | ・来客数を確保するため、各社ともチラシなどにより訴求する価格が更に低下しており、競争が激しくなってきた。  |
| スーパー(店長)        | 来客数の動き  | ・以前と比べても、来客数は98%、売上、客単価はほぼ100%と変わっていない。   |
| スーパー(総務担当)      | 単価の動き   | ・同業他社との価格競争もあり、主要商品の単価が10%も低下し、全体でも2~3%落ちている。ブランドにこだわらず価格重視で選択するので点数が増えても、売上高が伸びない。   |
| スーパー(販売担当)      | 単価の動き   | ・飲料が延びる時期だが、小振りで低価格のものが好まれている。  |
| コンビニ(エリア担当)     | 販売量の動き  | ・第1週から第2週にかけて、前年を3~5%上回った売上を確保したが、半ば以降暑くなったこともあって急に悪くなり、前年並みを確保することが難しくなった。とはいえ、取引先の創業祭や改装などもあり、そう極端に悪いわけではない。                                |
| 衣料品専門店(経営者)     | お客様の様子  | ・悪くなったままの状態に変化がない。常連客も購買間隔に変化がなく、どちらかと言えば延びる方向である。  |
| 衣料品専門店(地域ブロック長) | 販売量の動き  | ・気温が上昇しても低価格の商品しか売れず、客単価が低下している。  |
| 家電量販店(店長)       | お客様の様子  | ・財布のひもが固くなっているため、家電製品の買換えのサイクルが長くなり、客の目が低価格の商品に向くのを押し上げるのに苦労している。   |
| 乗用車販売店(経営者)     | お客様の様子  | ・一部の環境対応車は好調だったが、その他の車種の売上は低調で、全体では前年の売上に比べ30%近い減少となっている。夏のボーナスも出なかったという話をあちこちで聞く。  |
| 自動車備品販売店(経営者)   | 販売量の動き  | ・来客数は前年並みの推移となっているが、高額品のナビゲーションや車内アクセサリ等の小物の動きは悪い。ETCの好調さやタイヤ等の補修関連の動きは良いが、ナビの落ち込みを補うには至っていない。  |
| 自動車備品販売店(店長)    | 単価の動き   | ・ETCの効果があり売上そのものは増加しているが、単価の低いものばかりが良く出る。   |
| その他専門店〔布地〕(経営者) | 来客数の動き  | ・今年は例年より雨が少なかったためか、来客数は増加した。しかし客単価は少し下がった。  |
| 一般レストラン(店長)     | 来客数の動き  | ・ボーナスの支給などで一時的に売上は増加しているが、継続的なものではない。   |

|              |               |   |  |
|--------------|---------------|---|--|
| スナック（経営者）    | お客様の様子        | ・客の様子を見ると、景気が良い業種、悪い業種、だんだんと悪くなっている業種と様々である。良いという業種の客は少ない。  |  |
| 観光型ホテル（スタッフ） | お客様の様子        | ・新型インフルエンザの影響から、予約キャンセルが続いていたが、ようやく落ち着きを戻してきた。ただし先行の予約が伸び悩んでいる。   |  |
| 都市型ホテル（従業員）  | 来客数の動き        | ・企業関係の宿泊は減少しているが、宴会は小規模化に少し歯止めがかかってきた。また、レストランや観光宿泊は落ち込んでいない。   |  |
| 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き        | ・新型インフルエンザの影響で宴会や宿泊のキャンセルがあったが、少し落ち着いたようで、宿泊の団体や週末の予約が回復しつつある。  |  |
| 都市型ホテル（総務担当） | 販売量の動き        | ・新型インフルエンザの影響は大きい。いまだに企業は自粛気味である。   |  |
| タクシー運転手      | お客様の様子        | ・観光は順調だったが、梅雨の入りでいつもは大変需要がある時期にもかかわらず、そう雨が降らず利用の客は少なかった。また農繁期の絡みもあって、動きが生活主導になり、昼夜ともに動きは悪かった。                       |  |
| 通信会社（企画担当）   | お客様の様子        | ・客と話をしても、先行きが全く見えないという感じではなく、もうどん底ではないという雰囲気である。  |  |
| 通信会社（営業担当）   | 販売量の動き        | ・例年なら転勤・新学期等で新規加入が伸びる時期であるが、新規加入件数の伸び悩み傾向が継続しており、顧客の反応も鈍い。  |  |
| テーマパーク（管理担当） | 来客数の動き        | ・入館者数の推移は以前と変わらない。  |  |
| 競艇場（職員）      | 来客数の動き        | ・来客数と比例して、発売金額も横ばいである。  |  |
| 美容室（経営者）     | お客様の様子        | ・個人事業主の客が多いが、悪いままの状態がそのまま続いている、仕事をしている日より休んでいる日が多いという話を良く聞く。サラリーマンについては、ボーナスが出なかったなどという悪い話はあまり聞かないが、しかし悪い状態に変わりはない。 |  |
| 設計事務所（経営者）   | お客様の様子        | ・借金返済に関し、条件変更の受け入れ緩和策が効いているので予想を下回ってはいるが、相変わらず企業倒産・廃業が続いている。また客の目は、低価格の商品にばかりに向いている                                 |  |
| 設計事務所（経営者）   | 来客数の動き        | ・官公庁からの発注が全体的に減っている。また民間についても景気の悪さが響いて、建築工事が動かない様子で、業務の全体量が少ない。   |  |
| 設計事務所（経営者）   | お客様の様子        | ・建築物価は下がって来ているが、この状況下で、建築主が大きな投資や借入れを決断できるきっかけはない。  |  |
| 住宅販売会社（従業員）  | 販売量の動き        | ・受注金額、受注件数ともに低迷が続いている。  |  |
| やや悪くなっている    | 商店街（代表者）      | 来客数の動き  | ・3か月前の年度末に比べれば売上は下がっており、更に客にバーゲン待ちの気配もうかがわれる。  |
|              | 商店街（代表者）      | 単価の動き   | ・オーバーストア、少子化、デフレの三重苦に喘いでいるが、ここにきてデフレ傾向がよいよいよ激しくなっていて、客はより安くより良い物を一点だけ、吟味を重ねた上でやっと買って行く。それでも今は政府の経済対策で落ちているが、このままではどうなるのかと不安だらけである。 |
|              | 一般小売店〔茶〕（経営者） | 販売量の動き  | ・毎年のイベント的なパンフレット販売を行ったものの、地域大都市周辺の売上が激減している。今日、地域の郵便局長と話をしたが、自動車関連が悪く、景気がまだまだ回復していないとのことであった。                                      |
|              | 百貨店（売場担当）     | 販売量の動き  | ・キャッシュバック、下取り、まとめ買いセール、アウトレットセールなどをキーワードにした催事が売れている。しかしながら瞬間的には売上が上がるだけで、今月の売上はかろうじて前年比90%となった。                                    |
|              | 百貨店（売場担当）     | お客様の様子  | ・正価商品についても単価ダウンの傾向が続き、従来の百貨店中心プライスが一段と下がってきた。かといって安いだけの特価品も売れず、中盤以降はクリアランス待ちの傾向が更に強まった。  |
|              | スーパー（店長）      | 販売量の動き  | ・安いものから商品が売れており、1品単価も低くなりつつある。   |
|              | コンビニ（エリア担当）   | 単価の動き   | ・来客数に変化はないが、客単価が3か月前に比べて30円下がっている。前年比で見ても1%下落している。   |

|             |                     |  |   |
|-------------|---------------------|--|---|
|             | コンビニ（エリア担当）         | 単価の動き  | ・各社とも値下げ競争が激化している。また、買上点数増を狙い、低価格商品を出しても、併せて買うプラス1品の増加につながっていない。  |
|             | 衣料品専門店（販売促進担当）      | 単価の動き  | ・今月は顧客対象にDMを出しているため、売上・客数ともに前年より伸びているが、一般の客層の購買意欲が薄く全体的に単価が下がっている。今月末のボーナスを待っている人も多いが、それも例年より少ない感じで買い控えが目立つ。                        |
|             | その他専門店 [時計]（経営者）    | 来客数の動き   | ・ unnecessaryな物は買わないという消費者心理は根強く、客は価格に敏感になっている。   |
|             | その他専門店 [和菓子]（営業担当）  | 販売量の動き   | ・人は店に入ってくるが、購入に至らない。  |
|             | 高級レストラン（スタッフ）       | 来客数の動き   | ・ここしばらく来客数が減少したまま推移している。  |
|             | その他飲食 [ハンバーガー]（経営者） | 来客数の動き   | ・来客数が前年を下回っており、二けたダウンの店舗も見られる。先月から下降基調に入ってきた。   |
|             | 観光型ホテル（経理総務担当）      | 販売量の動き   | ・宴会部門の法人利用は半年前より低調なまま推移している。料飲部門の個人利用も、外食の手控えから、レストランの売上が伸びない。  |
|             | 旅行代理店（営業担当）         | お客様の様子   | ・新型インフルエンザの影響は、少なくなってきたが、客の消費については、減少している。  |
|             | タクシー運転手             | 来客数の動き   | ・最後の週末は夜、まあまあ客もいたが、全体的には乗客数、売上共にまだまだといった感じである。  |
|             | タクシー運転手             | お客様の様子   | ・ボーナスについては、「出ない」あるいは「大幅に減額になった」という話しか乗客からは聞かえてこない。また、例年なら、ボーナスが出たらピヤガーデンに行こうとか旅行をするという話があるものだが、そんな話もない。なお、売上は前年比12～3%減の状態がずっと続いている。 |
|             | タクシー運転手             | 単価の動き  | ・6月は客が減少し、増える見込みはなく、また売上も減少が続いており下げ止まる様子もない。同業者間での競争が非常に厳しくなっている。   |
|             | 通信会社（通信事業担当）        | 販売量の動き   | ・サービスとしては飽和状態に近く、新規加入よりも解約が上回るような状況が続いている。  |
| 悪くなっている     | 商店街（代表者）            | 来客数の動き   | ・高速道路料金引下げにより、日曜の集客力が落ちた。   |
|             | 百貨店（営業担当）           | お客様の様子   | ・販促策としてチラシ広告やダイレクトメールを発行するものの、客の反応が鈍く、売上に結びつかない状況が続いている。  |
|             | 百貨店（電算担当）           | 販売量の動き   | ・この半年間 売上が前年対比マイナス10%で推移している。ものさしで計ったようにキッチンと10%マイナスで、どの商品も全般的に悪い。食品も悪い。  |
|             | 百貨店（売場担当）           | 販売量の動き   | ・催事の来客数も少なく、外商においても買い控えが目立つ。  |
|             | スーパー（店長）            | 販売量の動き   | ・単価及び客1人当たりの買上点数が落ちている。   |
|             | スーパー（店長）            | 来客数の動き   | ・沿線に大型ショッピングセンターが出店し、夕方から夜間の来客数が減少している。また、ボーナスも軒並み前年を大きく割り込み 消費が冷え込んでいる。  |
|             | スーパー（財務担当）          | 単価の動き  | ・買上点数は既存店で前年対比101.8%になっているが、消費者の節約志向がますます顕著になっており、客単価は前年対比99.1%になっている。  |
|             | コンビニ（エリア担当）         | お客様の様子   | ・昼食時、お茶や弁当を家から持参し、カップラーメンのみを購入する客が増えている。したがって米飯関連の商品の減少は著しい。  |
|             | 住関連専門店（広告企画担当）      | 来客数の動き   | ・客の動きがどんどん悪くなっている。  |
|             | 一般レストラン（店長）         | お客様の様子   | ・久しぶりに来店の際に「お久しぶりですね」と話しかけると、「なかなか外食ができなくてね」と挨拶された。外食の頻度減少を感じる。   |
| 都市型ホテル（経営者） | 来客数の動き              | ・前年同時期の予約率と比較して、5～10%悪化している。営業強化、単価政策など行っているが、改善があまり見られない。 |   |

|             |               |                       |   |   |
|-------------|---------------|-----------------------|---|---|
|             |               | ゴルフ場（営業担当）            | 来客数の動き  | ・未だ割引合戦が止まらず、客は安値のところの流れている。単価を落としても入らないところも出てきた。   |
|             |               | 美容室（経営者）              | 競争相手の様子   | ・世間では景気が良くなっているということだが、同業者と話していても、景気は最悪という話しかない。  |
|             |               | 設計事務所（経営者）            | お客様の様子  | ・客の中に収入の伸びがなく、借入れが増加した方が見受けられる。客は消費に関して臆病になっており、先が見えない。   |
| 企業動向関連      | 良く<br>なっている   | -                     | -   | -   |
|             | やや良く<br>なっている | 木材木製品製造業（経理担当）        | 受注量や販売量の動き  | ・4～5月よりは、ほんの少しではあるが回復基調にある。   |
|             |               | 化学工業（総務担当）            | 受注量や販売量の動き  | ・量的には少ないが、自動車関連の受注が徐々に回復している。   |
|             |               | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当）    | 受注量や販売量の動き  | ・短納期の注文があったこともあって、一部残業体制で生産を行った。鉄鋼向け製品も出荷数量が徐々に増加している。ただし、同業他社の生産水準は低く、好調も当月だけの一過性ではないかとの不安がある。   |
|             |               | 電気機械器具製造業（総務担当）       | 受注量や販売量の動き  | ・エアコンなど家電関連は受注が上向いてきている。自動車関連はまだまだの感はあるものの、減少傾向は下げ止まってきている。   |
|             |               | 輸送用機械器具製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き  | ・3か月前が底で、自動車産業を中心に受注が始めている。   |
|             |               | 輸送用機械器具製造業（経理担当）      | 受注量や販売量の動き  | ・生産台数の増加により、一部ではあるが臨時休業がなくなった。  |
|             |               | その他サービス業〔建築物清掃業〕（経営者） | 受注量や販売量の動き  | ・夏に向けての仕事の受注量は、前年より少し多い。  |
|             | 変わらない         | 繊維工業（統括担当）            | 受注量や販売量の動き  | ・夏物衣料への衣替えの時期だが、依然として消費の動きは低調である。   |
|             |               | 化学工業（総務担当）            | 受注量や販売量の動き  | ・依然として工場の稼働率は低迷している。  |
|             |               | 鉄鋼業（総務担当）             | 受注量や販売量の動き  | ・一部のエレクトロニクス関係の顧客からの受注は増加傾向にあるが、自動車関係の受注は厳しい状況が続いている。   |
|             |               | 非鉄金属製造業（経理担当）         | 受注量や販売量の動き  | ・ごく一部の特殊用途向け製品の受注は増加しているものの、一般的に内需向けは停滞している。国際的には製品相場が上昇していることで需要回復中の可能性はあるが、投機の影響もあるのではなともいえない。  |
|             |               | 金属製品製造業（総務担当）         | 受注量や販売量の動き  | ・受注量は前年比50%の状況がここ3か月続いており、依然として厳しい。先日の業界の会合では、同業他社の前年比の生産量は最高で70%、最低は12%であった。   |
|             |               | 建設業（経営者）              | 受注量や販売量の動き  | ・工場、住宅、市街地のいずれにおいてもスクラップ・アンド・ビルドがほとんどなく、産業廃棄物、建築廃材の受け入れが落ち込んだままになっている。また自分の経営しているワンルームマンションは何とか埋まったが、工場従業員が減ったため、他のところでは空き部屋が非常に目立っている。 |
|             |               | 建設業（経営者）              | 受注量や販売量の動き  | ・業界全体でかなり業績が悪化しており、受注競争が激化していることから、収益の確保が最重要課題となっている。   |
|             |               | 輸送業（統括）               | 競争相手の様子   | ・同業他社はどこも新規収入獲得に力を入れているが、なかなか結果が出ない様子である。   |
| 輸送業（運送担当）   |               | 取引先の様子                | ・依然として発送量は増加しておらず、ここ数か月、物量に変化はない。   |   |
| 通信業（営業企画担当） |               | 取引先の様子                | ・大幅なコスト削減に関する要望など、厳しい依頼が引き続いているが、一方で設備投資に関する検討も見え始めている。                             |   |
| 通信業（部門長）    |               | 受注量や販売量の動き            | ・中小零細企業の取引先では、設備投資、設備更新がまだ抑制気味で、本年度受注計画に対する実績も前年を下回っている。                            |   |
| 金融業（営業担当）   |               | 取引先の様子                | ・仕事がない状況は変わらない。電気工業については業者の選別、淘汰が始まっており、大手企業は従業員の資格、能力を求められており、これが満たされないと仕事が回ってこない。 |   |

|                |                      |                |   |   |
|----------------|----------------------|----------------|---|---|
|                | 金融業（業界情報担当）          | 取引先の様子         | ・主要受注先では、中国向けが前年比プラスを継続しているが、主力の欧米が、新車投入にもかかわらず前年比大幅マイナスが続いており、全体で工場の操業度は前年比6～7割程度となっている。 |   |
|                | 不動産業（総務担当）           | それ以外           | ・来客数、成約件数は、ほぼ横ばいである。  |   |
|                | 会計事務所（職員）            | 取引先の様子         | ・以前と比べて売上の低下傾向は鈍化してきているものの、まだ底をついたという実感はない。むしろ、公共関連事業の受注に関しては競争が激化傾向にあり、利益の確保が難しくなっている。   |   |
| やや悪くなっている      | 食料品製造業（総務担当）         | 受注量や販売量の動き     | ・4月から値上げしたことが響いて、受注量、販売量共に下降気味になっている。   |   |
|                | 食料品製造業（業務担当）         | 競争相手の様子        | ・競争相手が値引きや内容量増量等の提案を取引先にするため、こちらも応じなければ注文が獲得できない。   |   |
|                | 一般機械器具製造業（経営企画担当）    | 受注量や販売量の動き     | ・市場環境の悪化により、国内、海外共に自社製品の売上が伸びない状況で、苦戦を強いられている。  |   |
| 悪くなっている        | 農林水産業（従業者）           | それ以外           | ・今月と3か月前を比較すると、大中型巻き網船が減少したため、水揚数量で483tの減少、水揚金額は6,190万円の減少である。                            |   |
|                | その他製造業【スポーツ用品】（総務担当） | 受注量や販売量の動き     | ・百貨店やデパート等の大型店の販売が極端に落ちてきている。そのため発注先が在庫調整や価格競争に向かっており、発注量減や価格低下要請が以前とは比較にならないほど厳しくなっている。  |   |
| 雇用関連           | 良くなっている              | -              | -   |   |
|                | やや良くなっている            | 求人情報誌製作会社（支店長） | 周辺企業の様子   | ・取引先のメーカーなどから、稼働率が徐々に上昇しているとの話を聞くようになった。  |
|                | 変わらない                | 新聞社【求人広告】（担当者） | 周辺企業の様子   | ・周辺企業では夏のボーナスが軒並み下がっている。このところ、従来は8千円が相場だった各業界のパーティでも、会費は5千円以内というところが目立って、会社の経費切り詰めも激しさを増している。   |
|                |                      | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・求人数で特に減少幅が大きい産業が製造業で、前年比6割減となっている。また、消費者の節約志向の高まりから、特に宿泊・飲食サービス業の求人数減少も顕著となっている。   |
|                |                      | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・4～5月の新規求人数は前年比で2割減少している。産業別に見てほとんどの産業で求人が減少しており、受注量、売上の減少などから求人意欲が低下している状況が続いている。また、生産調整をしている製造業では、景気の回復には時間がかかるとの見込みから、人員整理をする事業所もある。 |
|                |                      | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子   | ・薬剤師、看護師、歯科衛生士、介護関係などの医療関係有資格者、また美容師や営業などの未充足求人が目立つ。人気のある職種には企業がハードルを高くしているため、応募者が集っても企業が中々採否の決定を出さない。                                  |
|                |                      | 職業安定所（雇用開発担当）  | 求人数の動き  | ・新規学卒者求人説明会への参加事業所数が前年と比較して3割近く減少し、また、実際に学卒求人を提出する事業所も、今のところ前年比で大幅な減少となっている。  |
|                |                      | 民間職業紹介機関（職員）   | 採用者数の動き   | ・新規求人登録が無いに等しい状態である。企業側の買手市場でもあるため、公募で十分採用できるという背景があることは理解できるが、過去の同様な買手市場の時期であっても、人材紹介会社の活用は活発であった。                                     |
|                |                      | 民間職業紹介機関（職員）   | 求職者数の動き   | ・求職者数は40代を中心に増えているが、反面、稼働率向上を考えている企業が出始めている。  |
|                |                      | やや悪くなっている      | 人材派遣会社（支社長）   | 求人数の動き  |
| 人材派遣会社（営業担当）   | 採用者数の動き              |                | ・派遣している人数が月を追うごとに減っており、現状では底が見えない状況である。新規に開始となる派遣契約もあるが、期間満了で更新がなく終了する契約数が毎月それを上回っている。    |   |
| 求人情報誌製作会社（担当者） | 採用者数の動き              |                | ・今期の合同企業説明会への参加検討企業が減少している。   |   |

|             |                          |         |  |
|-------------|--------------------------|---------|--|
| 悪く<br>なっている | 新聞社 [ 求人広<br>告 ] ( 担当者 ) | 周辺企業の様子 | ・再来年の採用についての人数について、まだ決定し<br>ていない企業が多い。 |
|-------------|--------------------------|---------|--|