

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 動向 関連	良く なっている	一般レストラン （店長）	単価の動き	・3か月前と比べて、客単価が100円ほどアップしており、売上の低下しやすいディナータイムにおいても、来客数は5%ほど伸びている。 ・家族単位での来店が増えている。
	やや良く なっている	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・今月もセールに入ってから以降の売上の伸びが例年よりもあり、セール終了後の伸び率も良くなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・野菜、鮮魚が比較的安く、販売点数が増加している。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・冷夏がかなり売上に寄与しており、売上は今までになく順調に推移している。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・夏物の売上はあまり良くないものの、来客数はこのところ増加している。
		乗用車販売店（統括）	単価の動き	・新車効果が出ており、新型車の販売台数がそのまま利益に貢献している。
		その他専門店〔贈答品〕（店員）	来客数の動き	・この時期の中元だけが伸び悩んでおり、特に水物飲料水の伸びが良くないものの、全用途の返し品が例年よりも高い売上の伸びを示している。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（エリア担当）	来客数の動き	・プロモーションにより来客数が増加し、客単価の落ち込みをカバーできる日が多くなってきている。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊では団体受注が顕著となって底上げに貢献しており、一般宴会においては大型の受注が出来ている。 ・レストランについては、室内で開催しているビアホールが順調である。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・4～7月にSARSの影響を大きく受けて、海外旅行については約50%の低下、国内海外を合わせると約25%程度の減である。 ・8～10月分については、需要がやや戻ってきている。
	旅行代理店（団体営業担当）	来客数の動き	・SARSの影響が若干希薄になり、客足が戻ってきている。	
	テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・曜日に関係なく来客数が好転しており、問い合わせの件数も増えてきている。	
	変わらない	スーパー（店員）	競争相手の様子	・近くに競合店がオープンし、それにつられて周りの競合店が厳しいチラシを出しているため、単価も一段と下がり、ますます厳しくなっている。
		衣料品専門店（店長）	単価の動き	・単価は3か月前と変わりなく低いが、スーツ部門はやや伸びがあり、サマー礼服が昨年よりはやや良い状況である。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・来客数が昨年と同じくらいであるにもかかわらず、客単価がかなり下がっており、客が値段に対して敏感なところがある。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	お客様の様子	・夏物バーゲンとなり客の低価格要望は変わらないが、単価は安定してきており、高額商品でも品質が良い物が半額になれば動きは良い。 ・客はボーナスを当てにしたような購入はしなくなっている。
		家電量販店（店長）	お客様の様子	・来客数も少なく、販売単価もあまり高くない上に、天候不順でエアコンの伸びもなく苦戦の状態である。
		家電量販店（副店長）	単価の動き	・季節商品、OA商品が不調な反面、テレビを中心としたAV商品、冷蔵庫を中心とした白物商品が好調であるが、全体としては大きな伸びはない。 ・AV商品に関しては、液晶テレビ、PDPが好調であり、この勢いが全体を押し上げることに期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・例年7月は大需要期であるが、今年は10%以上のダウンで推移している状況である。 ・客の動きも悪く、商談も非常に長く契約になかなか結びつかない。
乗用車販売店（総務担当）		単価の動き	・相変わらず低価格車しか受注が取れない。	
住関連専門店（営業担当）		販売量の動き	・売上の核となる、ダイニング、リビング商品の動きが数か月横ばいになっている。	

	タクシー運転手	販売量の動き	・タクシーの売上が、ここ4～5年の中で一番悪かった昨年と同じ水準になっており、底を打った状況にある。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・タクシーの自由化に伴う他社の福祉タクシーや一般タクシーへの参入については、今のところ登録台数は少ないものの、ますます厳しい状況に入ってきている。
	通信会社（経営者）	お客様の様子	・加入契約数がここ数か月の実績から低下したままであり、その状態のまま推移し増加の兆しがみえない。
	通信会社（企画担当）	競争相手の様子	・他社もやるからやむなくという、採算性のみえない価格競争、キャンペーン合戦が続いており、引き下がることもできず、苦しい状況が続いている。
	通信会社（営業担当）	単価の動き	・低価格インターネットの契約数はやや増加したものの、少し価格の高い高速インターネットの家庭への普及は足踏み状態である。
	レジャー施設（営業企画担当）	来客数の動き	・日帰り温泉部門は、入館数が4月、5月には前年2ケタダウンだったものから、今月は前年1ケタ台割れまでに回復を示している。 ・飲食部門は夏場の商品が思ったより伸びず、例年をやや下回っている。 ・温泉ホテル部門は、企画最終月でリピーターの再来館のお陰もあり、ようやく目標である前年120%の宿泊数が確保できている。
	設計事務所（職員）	販売量の動き	・依然として個人住宅の新築、改装及びアパート、マンションの建築が多い。
	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・受注量は昨年に比べると若干良いものの、単価は昨年に比べて少し減額しており、オプション金額等も伸びてこない状態にある。
	住宅販売会社（経理担当）	販売量の動き	・新規分譲マンションのモデルルームへの来場者数は依然として多いが、契約率が思ったほど伸びていない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・梅雨が長かったため、人の動きが停滞している。
	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・来客数は例年とほぼ同様であるものの、冷夏の影響で衣料品の動きが非常に鈍い。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・パラソルや帽子の売上が、例年の6割程度である。 ・クリアランスも最初の2週間だけが好調で、後半は失速している。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価が前月、例年よりも低下しており、客の来店頻度も少なくなっている。 ・競合店の特売の日替わり価格がかなり安くなってきており、かなり厳しい状況に突入している。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は例年を上回っているものの、客単価が低下している。 ・例年と比較すると1品単価は低下し、客1人当たりの買上点数も減少している。 ・特売時には販売量は増加しているものの、通常の日には客は必要な物を少しだけ購入していくという買物の傾向が続いている。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・競合店の出店やスーパーマーケットの営業長時間化が増えてきているため、3か月前、前年対比で0.7割程度の減少だった当地区の来客数が、1割の減少となっており、売上も低迷している。
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・この7月は、昨年に比べて気温も低く、ビール、アイス、飲料などの売上が大幅に低下している。また、増税による値上げで、たばこの売上も非常にダウンしている。
	乗用車販売店（販売担当）	単価の動き	・車検の入車台数は例年より多少多いものの、民間社員、公務員にかかわらず、車検の代金を少しでも安く上げたいという傾向にある。
	住関連専門店（広告企画担当）	お客様の様子	・景気が良くないため、注文をぎりぎりまで待つという姿勢の影響から、客への納期、注文から引渡しまでの期間がどんどん短くなっている。
	一般レストラン（営業担当）	単価の動き	・宴会予約の単価も低単価が多く、追加注文もない。 ・生ビールの価格をかなり下げているが、最近の居酒屋に比べると安くはないため、売上増につながっていない。

		観光型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・3か月前に比べると来客数は増えているが、最終的な宿泊料金、販売単価が低迷している。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・ピアホールの企画で集客をしているが、個人予約が昨年比べてかなり少なくなってきた。
		テーマパーク (広報担当)	来客数の動き	・天候不順により来客数が減少し、夏休みに入っても伸び悩んでいる。
		住宅販売会社 (販売担当)	来客数の動き	・展示場、イベントの来客数が増えない。
	悪く なっている	スーパー(総務 担当)	単価の動き	・来客数の増加より単価の下落の方が大きく、前年維持に四苦八苦している。 ・天候の悪さと気温が低いため、飲料、アイスクリームが不振であり、発泡酒は増税後動きが悪い。
		コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・6月、7月と低温が続いて、夏型商材、特に飲料水、酒、ビールが売れておらず、その結果売上も低下してきている。
		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・需要期でありながら新規の来客数が増加せず、見込み客も少なく、結果的に販売量が伸びていない。
		その他専門店 [カメラ](地 域ブロック長)	販売量の動き	・6月の締めや7月のセール後の結果が、過去にない最悪の結果となっており、近隣地域でも不振が続いている。
企業 動向 関連	良く なっている			
	やや良く なっている	金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売量 の動き	・見積りや引き合いの件数が次第に増えており、受注量も上向いてきている。
		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	・仕入れ商品の売上があまり伸びず、苦戦を強いられているが、自社製品の売上は前年を上回っている。
		輸送用機械器具 製造業(総務担 当)	それ以外	・新しく投資をしようという動きが会社の中から出てきている。
		建設業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・民間工事の見積依頼が以前より多くなってきている。
		金融業(業界情 報担当)	取引先の様子	・取引先の多くが受注好調のなか、フル操業を継続中であり、コストダウン効果も加わって増益基調である。
変わらない		食料品製造業 (総務担当)	取引先の様子	・これまでは100円均一という商品が売れていたが、日配商品の場合は最近売れなくなり、むしろ付加価値の高いこだわりのある商品が売れている状態である。メーカーとしても新商品の開発に力を入れているが、なかなか難しい状況である。 ・最近の間屋はプレゼンテーションにもあまり乗って来ず、むしろ良いものを自分で見つけ出して売ろうとする傾向が目立ってきている。
		化学工業(総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・有機製品、電子材料などが若干持ち直してきている。 ・セメント関係は引き続き厳しい状況である。
		非鉄金属製造業 (経理担当)	受注価格や販売 価格の動き	・販売量については全体的にはゆっくりと回復傾向にある。 ・ただ販売価格は下がる一方であり、特に電池材料は最終製品の電池自体の価格が低過ぎて、価格が改善されるのは相当難しい。
		電気機械器具製 造業(広報担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・部品単価の回復が見込める状況にない。
		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	・商品の売行きが国内では全く低調である。特殊商品に関してのみ動きがあるだけで、通常商品については以前同様動きが鈍い。
		建設業(経営企 画担当)	受注量や販売量 の動き	・3か月前より受注量は約2%増加しているものの、前年同月で比べるとほぼ同じ状況である。
		輸送業(営業担 当)	受注量や販売量 の動き	・例年中元シーズンは荷物の動きが非常に活発になる時期なのに、最近は少なくなりつつある。
		通信業(社員)	受注量や販売量 の動き	・新規の大口受注がまだない。 ・少ない商談に対して価格競争が激化しており、割が合わない仕事も受注せざるを得ない。

	通信業（営業企画担当）	受注価格や販売価格の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・一種と二種、地域と長距離に区分されていた通信業界は、来年に見込まれる電気通信事業法の改定を以て、従来の分野を超えた勢力争いに突入している。価格的には下げ止まりが見込めず、受注数はそこそこあっても収益はほとんど伸びない状態になっている。
	不動産業（経営者）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・事務所、店舗の空室状況がほとんど変わらない状況が続いている。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・3月前と比べても、受注価額、売上高等プラス要因となるものが皆無に近く、経費を切り詰めて、辛うじてこれ以上の経営の悪化を食い止めているのが現状である。
やや悪くなっている	鉄鋼業（広報担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・タイでのアンチダンピング措置に伴う影響があるとともに、アジア全体の市況に先安感があり、熱延鋼板の輸出が大幅に減少している。
	輸送業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・県外の同業者が進出してきており、価格競争面で低料金がじわじわと進んできている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求人広告、企業広告、イベント等すべてのジャンルで各企業とも発注を控えている。 ・チラシも以前は印刷に回していたものをカラーコピーで手配りという極端な企業もある。
悪くなっている	-	-	-
雇用関連	良く	-	-
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（統括）	<ul style="list-style-type: none"> ・4月に新入社員を採用した後、中途採用したいと考える企業が結構多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス業で動きが活発であり、正社員は減っているものの、パート、アルバイトが増えており、スリム化しながら景気に対応している。
		職業安定所（雇用開発担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業関係の求人が増加しており、傾向としては良い方向へ向かっている。
変わらない	職業安定所（職員）	求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求職者数が全体として減少傾向となっているが、パートの求職者数は増加している。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・クライアントに大量採用を検討している企業や、各部署から人事部へ頻繁に求人要請が入る企業もあるが、その実態は退職補充やリストラ大量解雇の補充であり、新規増員としての案件は少ない。
	民間職業紹介機関（職員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・業績の良い企業を紹介し、そこに転職した人の悩みを聞き取りしたなかで、労働負荷が個人の限界近くまで達している状況がうかがわれる。 ・それにより現在比較的業績の良い企業でも雇用を増そうとしない模様である。
	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・男子学生の採用に好調の兆しが出ているが、反面女子学生の採用が不調であり、最終的に相殺状態である。
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・来春卒業予定の新卒者向けの求人が、先行きの不透明感から手控えられており、前年比での大幅な減少が必至となっている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新規求人数は前年同月比で大きく減少し、月間有効求人数も前年同月比で2か月連続減少している。 ・来春卒業予定の高校生を対象とした求人についても、前年同期で大きく減少している。
悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・派遣社員の就労実態を分析すると、昨年対比でも就労時間、特に時間外就労は増えており、1人にかかる負荷が増えている。 ・正規社員以上に活躍しながらも賃金面で劣る派遣社員の活用は、若年層にそのしわ寄せが来ている。 ・いまだに縁故による採用も多く、雇用の流動化を妨げている。