

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（販売促進担当） その他専門店〔贈答品〕（店員） 旅行代理店（経営者） 旅行代理店（団体営業担当） 競艇場（職員） 住宅販売会社（経理担当）	・来月の合併に伴い新たに営業費、宣伝費を投下するため、売上がプラスになる。 ・最近客層に若い夫婦が増えており、出産や結婚のお返しに伴う売上がこれからも増加する。 ・SARSの影響が収束してきており、秋の受注は例年並みに期待できる。 ・SARS、イラクの影響が収束してきており、今までのリバウンドで需要が戻る。 ・7月から9月までレースの進行を30分遅くしているため、12レースの電話での売上が少し見込めるとともに、3か月先に大きなレースを控えている。 ・現在販売中の大型物件や新規発売予定物件の契約戸数の上向きが予想され、売上が伸びる。
	変わらない	商店街（代表者） 百貨店（統括） 百貨店（営業担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（売場担当） 百貨店（売場担当） スーパー（総務担当） コンビニ（エリア担当） コンビニ（エリア担当） 衣料品専門店（店長） 家電量販店（店長） 家電量販店（副店長） 家電量販店（予算担当） 乗用車販売店（販売担当） 乗用車販売店（営業担当） 高級レストラン（スタッフ） 一般レストラン（店長） 一般レストラン（営業担当） その他飲食〔ハンバーガー〕（エリア担当）	・若いオーナーによる小物販売やブランド衣料など、一部限定的な客層をターゲットにした店の投入により、小規模にもかかわらず、商店街の空き店舗の減少につながっている。 ・単価は低下しているが、安い物に対する客足は伸びているため、売上の大きな落ち込みもなく、当面この状況が続く。 ・今後も1点買いや消耗品など必要最低限の品しか購入しないような傾向が続く。 ・秋に自店、競合他店ともにリニューアルが予定されており、街の評判となっていることから、客の購買意欲が高まると予想され、売上は今月と同程度伸びる。 ・現在秋物を展開している売場でも客の反応は相変わらず鈍く、この状況は変わらない。得意客に若干動きはありそうだが、一般客の動きは悪い状態が継続する。 ・ショッピングセンター内の来客数は例年より10%増加しており、当店においても先月より50%以上増加しているが、客の買い控え傾向から売上の好転は望めない。 ・セーフガード発動に伴い輸入牛肉の値上がりが見込まれ、また天候不順、冷夏で米が不作になるなど、不安な要素ばかりである。 ・競合店の出店、スーパーマーケットの長時間化が一段落し、現在がほぼ底の状態であり、3か月先も現状のまま継続する。 ・客は必要最低限の物しか購入しない状況が続く。 ・競合店の出店鈍化もあり、数値実績はやや上向きだが、実際の顧客の購買動向に回復感はなく、しばらくは現状で推移する。 ・スーツの売上のみやや伸びているが、他アイテムは単価的に伸びがなく、今後も厳しい状況が続く。 ・必需品以外の買物に相変わらず慎重で、客単価は低く、周辺の景気も低調で、期待できる商品が見当たらない状況は変わらない。 ・売上構成比の大きいOA機器の伸長がない限り好転は見込めないし、それを補うまでの商品はまだ出てきていない。 ・10月より改正リサイクル法によるパソコンのリサイクルが始まるのに伴い、売上が期待できる部分はあるが、その他には目新しさが無いため、どれくらいの効果が出るかは不明である。 ・販売台数は昨年度とほとんど変わらないが、高級車の販売台数が非常に少なく、1300ccを中心とした単価の低い小型車の売上がメインのため、売上台数を伸ばしても利益が少ない状況は当面続く。 ・新規の来客数が伸びないために、販売量も伸びない状況が続く。 ・予約段階で個人の予約はあるが、会社関係の予約は少ない傾向がある。 ・家族単位での予約が入ってきており、誕生日企画への申し込みも急増しており、この上向き傾向は今後も続く。 ・既存店レベルでの落ち幅が少なくなってきているが、すぐに上向きになることはない。 ・外食を控える傾向にある状況は変わらない。 ・自社の商品戦略が安定していない。

		観光型ホテル（スタッフ）	・夏休みに入っても期待したほど宿泊件数が伸びない。	
		都市型ホテル（経営者）	・大会がらみや団体客の宿泊受注が順調で、婚礼の受注も増えている現状にあるが、9月の宿泊先行予約率が例年より少なく、婚礼の受注状況も厳しいため、当面は厳しい状況が続く。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・飲食部門では客単価の低いプランを出しているが、販売数が少ないため更に割引して来客数を増やしている状況であり、結果として総売上額は伸びておらず、この状態はしばらく続く。	
		通信会社（広報担当）	・新商品の発売予定数や商品ラインナップが少ない。	
		レジャー施設（営業企画担当）	・日帰り温泉部門の入館料値下げの反動から徐々に回復基調にあり、低価格高付加価値路線の取組みにより、顧客リピート率が向上しているが、反面新規客の取り込みが進まず、引き続き厳しい状況を克服できない。 ・飲食部門、ホテル部門も固定客拡充の正念場を迎え、厳しい環境は変わらない。	
		住宅販売会社（従業員）	・受注件数に持ち直し傾向がみられていたが、受注金額や単価の低下により今と変わらない状況が続く。	
やや悪くなる		一般小売店〔靴〕（経営者）	・商店街と周辺の空き店舗には新規出店が増えた反面、撤退も早く、状況は悪化傾向にある。	
		百貨店（売場担当）	・取引先の倒産や吸収合併の影響が今後現れ、在庫状況が悪化する。	
		百貨店（売場担当）	・セール期になるととたんに需要が増えるという状況にあるため、ブーツ新規投入の9月から10月上旬あたりにかけて、若干苦戦すると思われる。	
		スーパー（店長）	・たばこの増税、SARS、医療費負担増等による社会環境の悪化から、客の消費意欲は今後年末までの間ますます減退する。	
		スーパー（店長）	・商圏内に農業従事者が多く、冷夏による作物の生産減に伴い農家の収入が減ることが予想され、当店の売上も期待できない。	
		スーパー（総務担当）	・新店をオープンさせたが、客足が鈍く好転は望めない。	
		コンビニ（エリア担当）	・コンビニ間の競争が激化しており、スーパーの長時間化の影響もあちこちの店に出てきつつある。	
		乗用車販売店（サービス工場担当）	・新型車の投入もなく、客の動きもあまり変わっていないので、在庫台数も下がり気味となる。	
		住関連専門店（広告企画担当）	・客単価低下と納期短縮化に伴い、売上が低下傾向にある。	
			ゴルフ場（従業員）	・昨年度開催されたきさら博の後、通常経営に戻した反動から、来場者数の減少が続いている。例年より約1,000人予約が少なく、まだ先がみえない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・商店街内に唯一あった生鮮品を扱うスーパーが郊外へ移転したことで、高齢者が商店街を通して買物をする利便性がなくなったため、高齢者頼りだった商店街の通行量は今後ますます減少する。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	鉄鋼業（総務担当）	・自動車関連材料の低下もなく堅調を維持しており、エレクトロニクス材料の動向にやや動きが始めている。 ・9月以降半導体関連の材料に増加が見込まれており、全体の動きを上昇傾向に引っ張る。	
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内市場では順調に売上が伸びつつあり、海外事業においても新規取引先を新たに開拓したため、今後の受注量が増加する。	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・最も受注額の多い製品がフルモデルチェンジされ、本格量産となっており、その効果が出る。	
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・設備投資や新事業の立ち上げの動きが出ている。	
		建設業（営業担当）	・医療福祉関係の計画が実施に向けて動き出しており、今まで止まっていた計画が徐々に動き出している。	
		金融業（業界情報担当）	・顧客の大手自動車メーカーでは、コスト面で厳しいため収益は低い伸びになるが、新型車の量産化により操業は一段と高まるとともに、為替も安定し輸出も底堅い。	
	変わらない		化学工業（総務担当）	・経費節減や業務の合理化、効率化等の社内体制の整備により、昨年に比べ少し利益が出たものの、依然として厳しい状況が続く。
			窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・需要の谷間で生産量が減少する見込みがあるものの、秋には次の需要があり、生産量は回復する。

		鉄鋼業（広報担当）	・厚板、条鋼等の販売が増えており、倉敷地区の高炉改修に伴う応援対応などにより、現状の操業ベースを維持する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・今後も販売価格の下落傾向は続き、回復の見込みは全くなく、コスト体質の抜本的改革と新規製品の早期立ち上げが急務となっている。 ・新規製品に関しては明るい見通しがある。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・液晶単価でも一部には値段的に期待が持てるものもあるが、全体としては値段が回復する状況は見込めない。
		建設業（経営企画担当）	・大型物件を受注する予定が少ないので先行きが不透明である。
		コピーサービス業（管理担当）	・新規開拓及び新商品開発には取り組んでいるが、成果がすぐに期待できない。
		その他サービス業〔商業写真〕（管理担当）	・販売価格など依然厳しい状況が続いている。
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・新商品が出ていないことが問題となる。
		通信業（営業企画担当）	・電気通信事業法の改定がより厳しいサービス競争につながることは必至で、新たな生き残り手段の模索が重要課題となる。
		金融業（営業担当）	・得意先企業の決算状況は、売上高が軒並み減少で、ほとんどのところで人件費削減やリストラが実施されているにもかかわらず赤字となっている。受注状況はどの業界も良くなり、先の見通しが立たない状況にある。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・携帯電話の製造で、求人が増えている。
		求人情報誌製作会社（統括）	・経営者に景気がだんだん良くなっていくのではないかとという心理があるため、少し積極的に求人、採用しようとしており、相乗効果で景気は上向く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・現在男子学生の採用が好調で、今後それが女子にも波及して状況が改善される。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・人材派遣の求人は堅調だが、短期でスポット的な需要が多く、企業の求人に対する考え方は非常に厳しくなっているため、長期的な求人が増えなくなっている。
		新聞社〔求人広告〕（広告営業担当）	・企業の雇用関連の求人数の動向に変化の兆候がみられず、現状のままで数か月推移する。
		職業安定所（職員）	・老舗の百貨店のリストラに伴う大量離職者の発生が見込まれており、新規求職が引き続き高水準で推移すると見込まれる。
		職業安定所（職員）	・事業の縮小を予定している企業もあり、求人もパートの割合が増加する。
		職業安定所（雇用開発担当）	・製造業関係ではパート求人が多く、景気回復に向かっているとは言えない。
		民間職業紹介機関（職員）	・一部の外食業界では、経営のスピードが勝負であるため、人を育てることよりも、ある程度できる人材を次々つないでいく方式を採っており、そうした状況では就職できにくい人は今後もずっとできにくくなる。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・生産への取組みが縮小傾向で、雇用もそれに基づいて縮小している。
		職業安定所（職員）	・事業廃止や部門廃止の動きがみられ、休業等の雇用調整の問合わせも増えている。
	悪くなる	-	-