

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 やや良く なっている	-	-	-
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・9月に入っても暑い日が続き、前半は伸び悩んでいたものの、その後秋冬物が動き出している。 ・例年になく厚手の衣類が早く動いている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・惣菜の手作り商品を増やし、出来たての商品をアピールしているため、客に好評である。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・7、8月の冷夏に比べて9月は残暑が厳しかったため、ビール、飲料、アイスクリーム等が非常に良くなっている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・冷夏でエアコンの売行きは悪いものの、それをカバーする形で大型テレビ、パソコン等は売上が伸びている。 ・各量販店ごとに、売上の良いところと悪いところの差が非常に大きくなっている。
		家電量販店（予算担当）	販売量の動き	・売上構成比の高いパソコンが前年を上回っており、全体を押し上げている。
		住関連専門店（広告企画担当）	単価の動き	・結婚のときに揃えられる家具の中でも、高級品の注文が目立っている。
		一般レストラン（店長）	競争相手の様子	・他のチェーンレストランでは、店内はがらがらであり、ディナータイムの単価も下がっているが、当店はディナータイムの来客数が例年に比べて増加しており、満席近くになることも多々ある。
	旅行代理店（営業担当）	単価の動き	・安価な商品より高級指向の商品が売れ始めている。	
	タクシー運転手	販売量の動き	・残暑の影響があったものの、久しぶりに売上が前年を上回るようになっている。	
	変わらない	一般小売店〔印章〕（営業担当）	お客様の様子	・大きく売上には影響がないものの、最近、若者向けのカラフルな印材と絵柄入りの印鑑ケースを組み合わせたところ、子供の口座を作るために購入する客が増加している。
		百貨店（購買担当）	お客様の様子	・本来単価の高い秋物が動くはずだったが、9月に入った途端に暑さが戻ったため、依然夏物を探す客があり、売上にはなかなかつなげられていない。 ・後半に入るとプロ野球の優勝セールが間近となったため買い控えが進み、来客数もぐっと減少している。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・月初めは夏の厳しい残暑もあり、全体的にアパレル中心に大苦戦したが、中盤から気温の低下で持ち直し、最終的にはほぼ例年くらいに落ち着きそうである。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・周辺の百貨店の売上は苦戦しているが、当店は早めのブーツの仕掛けが当たって、ブーツのみでは前年の1.5倍となり、売上も昨年を超えている。
スーパー（店長）		競争相手の様子	・祭日が2回あり、催事に合わせたチラシ価格を昨年と比べてかなり安く打ち出している。 ・チラシ特売期間中の特定日に更にチラシ宣伝を行い、1日数回にわたる特価タイムサービスを投入するなど、チラシ投入による、来客数を増やすための競争が激しくなっている。	
スーパー（店長）		販売量の動き	・食品については変わらない。 ・衣料品は気候の要因もあるが、客が無駄な物は買わないという動きが一層顕著になっている。	
衣料品専門店（地域ブロック長）		お客様の様子	・9月に入って暑くなり、夏物はバーゲンでも動かず、秋物には早すぎるので、ビジネス層の購入も少ない。 ・プライダル関連商品だけが売れている。	
衣料品専門店（地域ブロック長）	単価の動き	・値段ではなく品質を重視する動きが出てきているため、単価の安い商品だけでなく、高い商品も売れている。		

	衣料品専門店 (販売促進担 当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今月は残暑が残ったせいか、男性客が何を買って良いか迷っているところがあり、男性の売上が減少している。</li> <li>・女性に関しては、秋物、冬物の売上は伸びており、特に値段的に買い得な商品が非常に伸びている。</li> </ul>
	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・9月も非常に厳しい状況で、現在は前年比90%程度で推移している。</li> <li>・コンパクトカーは活発に動いているが、中型車は苦戦している。</li> </ul>
	乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・法人需要は例年と異なり、決算期を迎えた企業も車の買換えをしない。</li> <li>・個人需要では、単価が低下しているものの、そこそこの売上で推移している。</li> <li>・景気は悪いままで推移しており、変化がない。</li> </ul>
	乗用車販売店 (総務担当)	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全体では前年と変わらないが、相変わらず小型車、大衆車の方に受注が集まっている。</li> </ul>
	乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・9月初めに新型車が出たが、その効果が受注台数の増加に結び付かず、前年比100%で推移している。新型車を除いた受注台数は前年比90%であり、依然として厳しい販売状況が続いている。</li> </ul>
	自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相変わらずカーナビゲーションはそこそこの台数が販売できているが、タイヤ等の実需品の動きが悪い。</li> <li>・残暑が厳しかった時期にバッテリーの販売数が増加したが、これも9月半ばまでであり、全体的には横ばいである。</li> </ul>
	住関連専門店 (営業担当)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・土日に来店した客の成約率がなかなか伸びない。他店に流れている様子はなく、じっくりと商品を見定めている状況である。</li> </ul>
	その他専門店 [時計](経営 者)	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新しい物を買わずに修理する方が多いため、客単価が低下している。</li> </ul>
	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昼はますますの来客数があるが、特に9月に入ってから夜の来客数が減少している。</li> </ul>
	旅行代理店(経 営者)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SARSが発生して以来非常に状況が悪く、海外旅行は前年比約40%に落ち込んでいる。国内旅行も98%にとどまっており、全体では78%になっている。</li> </ul>
	通信会社(経営 者)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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、増加の兆しがみえない。</li> </ul>
	ゴルフ場(営業 担当)	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・単価は下がる一方である。</li> <li>・来客数はかなりあり、それが普通の状態になっている。</li> </ul>
	その他レジャー 施設(営業企画 担当)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日帰り温泉部門の恒常的な例年割れが続いている。個人客はますますであるが、高齢者団体の日帰り温泉宴会利用が伸び悩んでいる影響が大きい。</li> <li>・ホテル部門は、前年より若干の伸びを示したものの、日帰り温泉同様に団体での利用は少なく、個人客を中心とした利用となっている。そのため全体的に客単価が低く、収益にも厳しい状況となっている。</li> </ul>
	住宅販売会社 (経理担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規発売物件の販売も一巡し、契約数が伸び悩んでいる。</li> <li>・金利上昇に伴う駆け込み需要は特にみられない。</li> </ul>
やや悪く なっている	商店街(代表 者)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・先月商店街唯一の生鮮品を扱うスーパーが移転したことをきっかけに、通行を含め商店街に来る客の数が大幅に減少している。</li> </ul>
	百貨店(営業担 当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・冷夏の影響で、9月に入って唯一動きのあった商品は、夏から既に売れていた、秋にも使える夏物だけであり、ジャケットなどのアウター類やニット関連などの秋物がさっぱり動かない。</li> </ul>
	百貨店(販売促 進担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今月は残暑の厳しさもあり、アパレルを中心に非常に動きが鈍い。</li> <li>・いろいろお金をかけて集客を図るものの、来客数が大幅に減少している。</li> </ul>
	百貨店(売場担 当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・冷夏の後の残暑の影響で、主力のヤングカジュアル商品の売行きが前年の7割と苦戦しており、アクセサリー等の高額商品も不振である。</li> <li>・20日頃から秋物の衣料雑貨が回復基調であるが、店全体で前年の95%の売上見込みである。</li> </ul>

		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・今月は特に雑貨の動きが悪く、客は少し遠くても安いスーパーに行っている様子がうかがえ、菓子類についても同様の状況である。
		一般レストラン（店長）	単価の動き	・クーポン券の配布で何とか集客をしているが、それを利用する客の単価が上がっていないため、売上につながっていない。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	来客数の動き	・2年前から飲食店が増加しており、特に平日の昼食、夕食の客が分散化している。
		都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・当ホテル内や近郊で開催されるイベントが減少し、その前後のレストラン利用も減少している。 ・日曜の家族連れの動きも悪い。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・前年と比べ秋シーズンのパーティ受注が減少している。式典はしても祝賀会はしないところが増加している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・単価の下げ止まりはあるが、運行回数も総売上も低下している。
		テーマパーク（広報担当）	来客数の動き	・冷夏、台風の影響で個人客が減少している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・天候の影響で来客数が大幅に減少している。
	悪くなっている	百貨店（統括）	単価の動き	・残暑が厳しかったにしても、単価は大幅に低下しており、特に子供服の単価の下落が激しい。
		乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・9月の中間決算期でありながら、来場数も少なく、販売台数も通常月とあまり変わらない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・昼の病院通いや、夜の飲み客の動きが大変悪い。 ・4か月続けて売上が低下している。
		通信会社（社員）	販売量の動き	・3か月前と比べて販売量がかなり落ち込んでいるとともに、来客数も減少している。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・グループ企業全般に在庫がひっ迫しており、休日もフル生産で対応している。 ・求人が困難な地区の子会社へは、自社の管理部門から交代で応援を行っている。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・小荷物の取扱数量はどうか例年並みに確保できている。 ・他社とのパイの奪い合いもあるが、荷はリニューアルした新商品にかなり流れてきており、売上も伸びてきているので、収益は例年よりもかなり良くなってきている。 ・前月、前々月に比べると、ベースとなる部分の量がある程度確保できているので、売上は回復してきている。
		金融業（業界情報担当）	取引先の様子	・取引先の多くがフル操業を継続中である。単価引下げの要求が厳しいが、数量効果でコストを吸収し、増益基調を維持している。
		コピーサービス業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・先月と変わらない受注量があり、減少傾向だったものが横ばいになっているので、やや良くなってきている。
	変わらない	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・先月から大きな変化はなく、化成品、電子材料などが若干持ち直している。 ・セメント関係は引き続き厳しい状況である。
		化学工業（総務担当）	それ以外	・原料ナフサ価格の上昇と円高のため、悪い状況は現状と変わらない。
		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	・第1四半期の反動で生産量が減少している。 ・需要はあるが競争が厳しく、受注増に結び付いていない。
		鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売環境は変わらず、韓国への造船向け、輸出向け薄板は引き続き強い要望がある。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売量は全体的にゆっくりとした回復傾向にある。ただ、販売価格は下がる一方であり、特に電池材料に関しては価格下落のスピードが早く、コスト削減策が追いつかない状況である。

	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	・受注数は減少の一方で、納期面の督促が相次いでいる。これに対し弱小な国内外注先が対応できず、その結果として納期遅れが出ればクレームとなり、ひいては当工場での生産停止にもつながるため困惑している。
	通信業(社員)	受注量や販売量の動き	・下期の事業計画の見直し時期になっているが、昨年度からの受注分は若干あるものの、新規受注が見込めていない。 ・少ない商談に競争が激化しており、価格競争が続いている。
	通信業(営業企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・企業通信網等の広域化、高速化は進みつつあるが、高品質の専用線網から簡易型低価格メニュー利用への移行が主体であり、サービス提供側の業界にとっては収益的に厳しい状況が続いている。
	不動産業(経営者)	競争相手の様子	・賃貸物件の供給過多で、賃貸料が値下がり傾向にある。 ・大阪、東京の企業が地方支店を減らしているため、地方への人事異動も減り、そうした企業からの需要が減少している。 ・不動産の売買環境では、物件自体は買いやすくなってはいるものの、金融機関のローン査定が厳しいため、不動産購入者にとっては買いにくい状態となっている。
	やや悪くなっている	会計事務所(職員)	取引先の様子
	悪くなっている	-	-
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(統括)	採用者数の動き
		新聞社[求人広告](担当者)	雇用形態の様子
	職業安定所(雇用開発担当)	求人数の動き	・採用者数はそれほど多くないが、コア人材を採用しようとする将来に向けての動きがみえてきている。 ・求人広告に限らず新聞社の取材活動全般で企業を回るなかでの最近の傾向として、サービス業やIT企業の関係者から、良い人材がいらないかと問いかけられる機会が増えてきている。 ・製造業の求人が増加しているが、産業によりばらつきがあり、本物の景気回復につながるかどうか不明である。
変わらない	新聞社[求人広告](広告営業担当)	求人数の動き	・前々月から求人数は増加し始めているが、今月はそれ以上の増加の見通しは立っていない。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・会社都合による離職者が、6か月連続して増加しているものの、人員整理の規模は縮小している。
	民間職業紹介機関(職員)	求職者数の動き	・自己都合による退職であっても事情をヒアリングすると、事業所統合や販売機能等の外部委託によるケースが目立つ。そのため、転勤を拒む人や、外部委託される部門にいた人などが、新たに派遣希望者として登録されるケースが増加している。
	民間職業紹介機関(職員)	周辺企業の様子	・顧客を大幅に増やして伸びている食品スーパーがある一方、そのあおりで中堅の同業者が倒産しており、雇用数の伸びには結び付いていない。
	学校[大学](就職担当)	求人数の動き	・求人は件数的にやや好調な状態が継続しているが、昨年や春先に比べると減少している。
やや悪くなっている	人材派遣会社(支店長)	それ以外	・人材派遣におけるオフィス系需要はまだ先行き不透明であり、中間決算期と契約更新時期の重なる9月においても新規需要は年々減少してきている。
	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・景気変動の影響から9月下旬に縮小及び廃止する事業所が数か所みられたが、今後とも事業縮小の動きは続く。
	悪くなっている	-	-