

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	コンビニ（エリア担当）	・客は相変わらず財布のひもが固いものの、スーパーの長時間化や競合店の出店が一段落しているため、年末にかけて景気はやや回復してくる。	
		家電量販店（店長）	・夏物は売行きが悪かったが、単価の高いパソコンや大型テレビ等が伸びてくるため、売上也期待できる。	
		住関連専門店（営業担当）	・秋から冬にかけて計画しているイベントで顧客の掘り起こしが図れるため、売上也向上する。	
		一般レストラン（店長）	・家族単位での予約が引き続き増加している。 ・年末に向けて企業単位での予約の問い合わせが非常に多く入っている。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・景気が悪くても会社では忘年会をすることがまだまだあり、忘年会の受注は例年並みでまずまずである。	
		旅行代理店（営業担当）	・SARS、米国テロの影響もなくなり、高級指向が続く。	
		タクシー運転手	・ようやく前年の売上を上回るようになり、このままの状態が維持できそうのため、ここ2、3年にない、良い雰囲気になってきている。	
		通信会社（営業担当）	・ブロードバンド・インターネットの低価格化により、インターネットの需要が拡大する。	
		テーマパーク（広報担当）	・団体客は多少増加傾向にあるので、天候が回復すれば客足は戻ってくる。	
		競艇場（職員）	・12月の年末レース、12月4日のG1レース、18日からの場外発売の賞金王競争など、売上金額が見込まれるレースが多々ある。	
		変わらない	商店街（代表者）	・人通りが前年比で70%も減少したため、今まで以上に街に活気がなく、良い方に切り替わる変化がみえない。
			一般小売店〔印章〕（営業担当）	・年賀状印刷の受付時期に入ってくるが、パソコンの普及によって自分で印刷する人が増加しており、印刷委託の需要が低下している。
			百貨店（営業担当）	・競合する大手百貨店のリニューアルの影響を受け、上向くかと考えられていた衣料は、全体のパイが小さくなっており、客が選べる新しいアイテムもなく、昨年からの売れ筋が変わっていない。また、そうしたアイテムがあったとしても、客は格安量販店で買っている。
			百貨店（購買担当）	・気温で大きく左右される衣料品業界では、このまま気温が低下しないと冬の重点アイテムであるコートが売れないので、売上也低迷が続く。 ・固定客を中心に招待状で来店を促しているが、コートやレザーを勧めてもなかなか購入には結びついておらず、11、12月も気温が低下しない限り厳しい状況が続く。
百貨店（売場担当）	・消費の2極化には更に拍車がかかり、中間的な価格帯の商品は苦戦が予想されるが、高額品にはある程度期待ができ、総じて変化はない。			
百貨店（売場担当）	・ヤングキャリア層の売行きはブーツの推移からみても、この冬はまずまず勝負できるが、ミセス層の動きが夏と同様に非常に鈍く、苦戦する。			
スーパー（総務担当）	・冷夏の影響で野菜、米などの価格が上昇するものの、他の食材が買い控えられ、安価な特売商品に比重がかかるため、売上は例年と比べて2～3%低下する状態が続くそうである。			
コンビニ（エリア担当）	・天候の状況から来客数の増加がみられるが、客単価等、客の購買力を判断する指標では好転しておらず、今以上に回復する感はない。			
衣料品専門店（地域ブロック長）	・寒くなれば防寒物が動くが、特に売れる要素がなく、変わらない。			
衣料品専門店（地域ブロック長）	・全体的には景気が悪いと単価が上昇しにくいだが、その中でも品質が良い物は買われるし、2極化した動きがはっきりとしてきている。			
衣料品専門店（販売促進担当）	・冬のボーナスが少なくなったり、カットされたりするという話を聞くので、非常に厳しくなる。			
家電量販店（副店長）	・パソコンの新製品が出そう来月は多小期待が持てるが、一気に上向く要因とまではならない。			

	家電量販店（予算担当）	・食器洗い機やマッサージチェアが例年を上回るとみられるが、パソコンの改正リサイクル法施行前の駆け込み需要に対する反動が予測できない。
	乗用車販売店（営業担当）	・10～11月にかけて新商品の発表を行うため、入場者数、販売量は増加するが、基本的な落ち込みがあるためプラスアルファとはならない。
	乗用車販売店（店長）	・昨年より来客数が増加し販売台数も増加したが、先行きの不安を理由に買い控える客も根強くいる。
	住関連専門店（広告企画担当）	・今月みられた客単価上昇の動きは、告知の内容などを工夫した結果なので長続きはしない。
	その他専門店〔時計〕（経営者）	・クリスマスのプレゼントの時期に入るが、年々プレゼントの動きが悪くなっている。
	高級レストラン（スタッフ）	・この先の予約状況をもと、休日には個人の利用があるが、平日は法人を中心に予約が少ない状況が続いている。
	都市型ホテル（総務担当）	・企業の利用水準は決して高くない。
	旅行代理店（経営者）	・9～11月の予約状況を見ると、9月が前年比84%、10月が79%、11月が99.6%で、平均すると87%であるが、秋のシーズンにおいてこの数字は非常に厳しい。
	通信会社（社員）	・売上等から変化がないと見込んでいる。
	通信会社（広報担当）	・インターネット関連でIP電話等新しい技術が広まること予想され、今後の変動要素となってくる。
	テーマパーク（業務担当）	・利用予定者の問い合わせや来客数に、好転する要因がみられない。
	ゴルフ場（営業担当）	・単価は低下する一方だが、低下すると客数は増加するので、そこをゼロと考えると、今後売上は上昇する可能性がある。
	その他レジャー施設（営業企画担当）	・毎年秋に実施する会員向け創業企画の内容を見直し、従来の入館料や宿泊料金の値下げを行わない内容にしたため、利用実績は厳しくなるものと覚悟しているが、今回PRに努めて集客に力を入れるのでカバーできる。
	美容室（経営者）	・9月中旬から後半にかけて売上がさほど伸びていないため、このままだと2、3か月先もあまり良くならない。
	設計事務所（経営者）	・住宅設計の売上が減少したまま今後も受注見込みがない。
	住宅販売会社（経理担当）	・新規物件への来場者数は高水準を維持しているため、住宅金融公庫や銀行の貸出金利が急上昇しなければ、契約戸数も目標数値が達成できる。
やや悪くなる	百貨店（統括）	・単価が低下しているとともに、今まで下支えとなっていたグレードの高いブランド物子供服の売行きが厳しくなっており、だんだん悪くなっていく。
	百貨店（販売促進担当）	・この秋冬に向けて東京で新たなトレンドを目指した商品が数多く発売されているが、これといったヒット商品がないため、地方までその影響が及ぶに至らない現状であり、今後もこういう状況が続く。
	コンビニ（エリア担当）	・酒の免許の自由化で、コンビニでも今後ますます酒の競争が激しくなり、売上の低下が予測される。
	乗用車販売店（統括）	・新車効果が薄れてきて、新しく発売される車もこれまでの新車より単価が低く、激戦の予想されるジャンルの車になるので、1台当たりの収益は伸びない。
	乗用車販売店（サービス工場担当）	・車検、点検の入庫台数が減少し、安いユーザー車検に移っている。
	一般レストラン（店長）	・クーポン券の利用が10月末までであるが、年末にかけての忘年会シーズンで、宴会メニューをリニューアルして低単価コースを導入しており、宴会が確保できて売上も伸びない心配がある。
	タクシー運転手	・客がタクシー利用を控えており、流し営業をしても客がいない状態が続き、これが売上低下として現れている。
悪くなる	観光型ホテル（経理総務担当）	・ここ数か月、例年よりかなり下回った数字が続いており、特に今月も90%を切った数字で推移しているため、今後も厳しい状況が続き、出口がみえない。
企業	良くなる	-

動向 関連	やや良くなる	化学工業（総務担当）	・ 短期間で売上や販売単価が以前の水準に回復するのは難しいものの、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、少し利益が出るようになってきている。
		鉄鋼業（総務担当）	・ 9月受注で自動車関連材料が引き続き堅調な水準を維持していることや、エレクトロニクス材料の動向も若干上向きの傾向が出てきている。 ・ 特に半導体関連の材料では10月以降の増加が見込まれ、全体をけん引する動きをみせており、今後もこの傾向は継続する。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・ 例年、中間決算後の数か月は受注量が若干減少するが、今年の受注予想は高止まりのままで、好調を維持する。
		輸送業（統括）	・ 取引先の店舗統廃合による臨時業務が、10月以降多少入ってきている。
変わらない		食料品製造業（総務担当）	・ 9月前半は物が動かなかったものの、後半からは気候の影響で煮物具材がわずかながら動きつつあるため、今後このままでいけば例年と同様の生産量で推移する。
		鉄鋼業（総務担当）	・ 中国、韓国を中心に引き続き輸出は堅調に推移する。 ・ 国内においてもアジアへの進出が進む企業向けに、産業機械などで緩やかに設備投資が進んでいるが、急激な円高が不安要素である。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・ 需要は徐々に回復してきており、今後もその傾向は続くが、逆に販売価格の下落傾向も続き、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である。 ・ 新規製品に関しては明るい見通しもあり需要拡大が見込まれるが、それ以上に従来品の低迷が大きい。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・ 農機具の秋商戦を迎えた国内ではあまり出足が良くないものの、海外市場向け製品の受注は増加傾向にある。
		通信業（社員）	・ 受注に向けて提案営業を展開しているが、価格競争が激しく、提案が即受注には結び付かない。
		通信業（営業企画担当）	・ 通信業界は、DSLやインターネットVPNなどの安価なベストエフォート方式の需要急伸に伴って、高品質で付加価値の高い専用線方式の需要低下に苦しんでいる。 ・ 今後はベストエフォートと言いながら、低価格路線を維持したままでの品質向上要求も高まると想定され、当面体力消耗の傾向が収まるとは思えない。
		金融業（業界情報担当）	・ 新型車の量産本格化により、当面の操業は高水準を維持するとみられるが、急速な円高により輸出にブレーキがかかる懸念もあり、景況感は横ばいとなる。
会計事務所（職員）	・ 製造業は受注がやや上向きになりつつあるが、単価を抑えられているため、まだ好転とまではいかない状態である。 ・ ほかの業種も現在の状況を打開するだけの要素が見つからない。		
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・ 先月に引き続き今月も一本釣り漁、沖合イカ釣り漁、定置網といずれも白イカ漁が大漁である。 ・ 一方、沖合底引き網で獲れる白イカは、他よりも漁の期間が長いことから、鮮度が落ち、価格も安く水揚げ金額が上昇しないため、豊漁貧乏と嘆いている。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・ 液晶の値段は下げ止まり、もしくは一部値上げの傾向がみられるが、現在の急激な円高によって、これが全く意味をなさなくなる。
		建設業（経営企画担当）	・ 現在までの受注状況は、良くなかった前期より若干少ない状況で推移していることから、今期の受注量には期待できそうにない。
雇用 関連	悪くなる	-	-
	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・ 即戦力を求める人材派遣の需要は堅調である。現在派遣を活用している企業が、ほかの部署や別の職種でも活用をすることで、受注量が増加する傾向にある。
		求人情報誌製作会社（統括）	・ 求人事業において人を求める声が多くなってきている。 ・ 景気が上向きというマスコミ論調の影響で、経営者にも前向きな発想が出てきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 来年発行する就職情報誌に新規の会社から申込が来ている。 ・ 来年の採用が少し増加している。
職業安定所（雇用開発担当）		・ 今年度に入って求人数の増加、求職者数の減少が続いており、多少良い方向へ向かっている。	

変わらない	職業安定所（職員）	・新規求人数はわずかに増加しているものの、建設、設備業の中で、小規模ではあるが人員削減の動きがある。
	民間職業紹介機関（職員）	・就業能力のレベルが低い人材の失業期間が、段々と長引きつつある。
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・楽観視できる材料はなく、人材に関する費用をコストとみる限り、積極的に投資に向ける動きはほとんどみられず、まだまだダイエット中であるため、決して筋肉質への体質改造には至っていない。
	職業安定所（職員）	・大手電機メーカーの大幅リストラ計画が発表され、新規求職が引き続き高水準で推移することが確実となっている。
	学校〔大学〕（就職担当）	・就職希望者の就職意欲が思ったほど高まりそうにないため、このままだと求人に対しての就職数はあまり伸びそうにない。
悪くなる	-	-