

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	一般レストラン（店長）	・若い人の就職が決まって、そのお祝いの来店が非常に増加しており、若い人の就職増はこれからの客の増加につながる。 ・高額商品が増加傾向にあり、財布のひもが、自分の好きな物に対して緩くなってきており、この傾向は、今後も続く。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・天候が暖かめに推移しているので季節商品が早めに売れ始める。 ・昨年以來好調な、ブランド雑貨や化粧品がこれからもけん引役となる。
		スーパー（店長）	・総額表示の価格に客が慣れてくれば、回復すると見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・店舗のオリジナリティを出していけば、客は戻って来るし、その兆しは既に現れている。
		家電量販店（店長）	・現在は前年並みの数字は確保できてはいないが回復傾向にはあり、4月、5月は上向きになる。
		家電量販店（予算担当）	・総額表示による落ち込みも落ち着き、アテネオリンピックによる映像関係の売上が徐々に上がってくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・牛肉、鳥肉が敬遠されているためか、ホテル内にある魚料理専門レストランが好調で、前年を大きく上回っており、この状況がしばらく続く。
		旅行代理店（営業担当）	・SARS、テロ、鳥インフルエンザの影響が全くない現状の傾向が続けば、ますます旅行の需要が増大する。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者の様子が良くなってきており、今後、受注量のアップにつながっていく。 ・受注単価についても約1%上がっていることから、来場者の様子が良くなっていることがうかがえる。
		変わらない	商店街（代表者）
商店街（代表者）	・来街者が今後も増加しそうではないが、各店舗では売上が少し上がってきており、この傾向が今後も続くものと予測している。		
一般小売店〔靴〕（経営者）	・季節物を求める客の動きは、少しずつ良くなっているが、総額表示の影響が懸念される。		
一般小売店〔茶〕（経営者）	・全国的景気回復の影響が地域に見られない上、さらに景気が厳しくなっており、今後もますます不安で不透明な状況である。		
一般小売店〔100円商品〕（店員）	・総額表示により、客の購買意欲がどう変化するのか、割高感が発生するのか、読み切れない。		
百貨店（販売促進担当）	・ヤングゾーンの動きは堅調であるが、主力のミセス関連商品の動きが悪いので、全体としては、今後も大きな改善はみられない。		
百貨店（購買担当）	・5月の母の日イベントに向けて、動員企画が動いているが、商品を動めても必要以上のものは購入しないという状況は続く。		
百貨店（売場担当）	・しばらくは現在の流れが続き、町に客は流れてくるが、リニューアルした他店へ流れて行ってしまうと見込まれる。		
百貨店（営業担当）	・大規模店舗のオープンで客がお金を落とす反面、既存の店が売上を落としており、またそのインパクトは大きい、継続は望めない。		
スーパー（店長）	・総額表示による、見た目の売価上昇が、消費者の購買意欲に影響を与えることも懸念され、また消費が上向く気配は感じられない。		
スーパー（店長）	・総額表示により、今後の客数動向が見えず、一品単価は引き続き低迷すると予測しており、客数減が売上減につながらないかと危惧している。		
スーパー（店舗運営担当）	・今春は、例年みられた就職進学シーズンの買い控えの傾向がほとんどなく、既存店ベースでも順調に推移しており、この傾向が今後も続く。		
スーパー（店員）	・総額表示に慣れたら、客は戻ってくると予測されるが、小数点以下の端数切捨て、切上げ、四捨五入などの処理選択による、客動向や企業負担の結果が予測できない。		
コンビニ（エリア担当）	・取引先の再開など、好材料がある上に、販売活動自身は順調に推移していることから、来月からは少し良くなっていく。		

	衣料品専門店（地域ブ ロック長）	・総額表示により、商品が高く感じ、購買意欲が薄れる可能性もあるが、全体的には変わらない。
	衣料品専門店（地域ブ ロック長）	・客数があまり増加する見込みはないが、単価がここ3か月上昇傾向であり、今後も上昇していく見込みである。
	乗用車販売店（統括）	・4月は毎年厳しい販売台数で、今までの客の動きを見る限り今後も変わらない。
	乗用車販売店（統括）	・東京周辺で、商業車のディーゼルエンジン車特需があり、それが近畿圏、中京地区に及んでいるが、これが地方に来るまでは現状維持となる。
	乗用車販売店（販売担 当）	・新車種攻勢による、新型車発表の谷間になることから、販売が厳しい状況が続く。 ・総額表示により、販売への影響が不透明であり、今の状況が続く。
	一般レストラン（店 長）	・自店の周りでは好要因が増えているが、チェーン店全体では、2けたダウンの店が3分の1もあり、今後手放して良くなるとはいえない。牛肉の輸入制限も、鉄板焼の店なので影響が大きい。
	その他飲食〔ハンバー ガー〕（経営者）	・食への不安環境が好転しておらず、回復までしばらく時間がかかりそうだ。
	観光型ホテル（経理総 務担当）	・グループのホテルの売却決定や、近隣競合老舗ホテルも経営難から大手ホテルより総支配人を招き経営再建を図るなどの動きがあることから、今後も厳しい状況が続く。
	タクシー運転手	・乗車されたサービス業以外の、マンションや国体関連整備などの客の間に、「忙しくなった」という声はよく聞かれるようになったが、「もうかった」という言葉が、全く聞かれず、この様子ではタクシーなどのサービス業は苦戦していく。
	通信会社（企画担当）	・販売量、同業者の動きなどを見れば、購入が手控えられ消費が抑制されている傾向にはもはや無い。しかし、今後膨らんでいく気配までは無い。
	通信会社（社員）	・新規のサービスなどの提供で既存利用者からの乗り換えはあるが、新規利用者が少なく、今後も状況は変わらない。
	テーマパーク（業務担 当）	・利用に対する問い合わせ数など将来を期待させる情報は少なく、現状の利用も活発ではない状況が今後も変わらない。
	その他レジャー施設 〔温泉センター〕（営 業企画担当）	・徐々に個人の客の動きが活発になっているが、日帰り温泉部門はまだ不安定な営業内容であり、また温泉ホテル部門も予約状況はまだ少なく、楽観に至らない。
	美容室（経営者）	・1年間客単価、客数は変化しておらず、これからも変化するとは見込まれない。
	設計事務所（経営者）	・建築資材の鉄骨関係が高騰しているため、客の購買意欲や販売量が低迷すると考えられ、今後も不況の状況は変わらない。
	住宅販売会社（経理担 当）	・新規の発売物件について、発売1か月ごろまでは比較的契約が進むが、それ以降はモデルルームへの来場者も減少し、契約も進まなくなる傾向が続く。
やや悪くなる	一般小売店〔書店〕 （経営者）	・街中にある店舗であり、近年、人の動きが郊外へという動きが加速しており、大型連休中はこの傾向が更に強くなる。
	百貨店（電算担当）	・個人消費は、売上で前年比8.3%減、来店数9%減と冷え込んでおり、好調商品も少なく、この傾向が続く。 ・総額表示実施により、さらに悪影響を与えるかどうか懸念される。
	百貨店（売場担当）	・夏物商材については、中国などの海外生産が非常に増加し、価格破壊が更に進むと同時に、国内メーカーの不振が一層進んで店頭でのタイムリーな商品供給は難しくなり、客に売れる時期に売れる商品を提供することが困難になってきている。
	スーパー（総務担当）	・4月より総額表示が実施されるため、割高感が出て購買意欲が落ちるのではないかと懸念している。当社では端数切捨てのため、売上額の減少となる。
	一般レストラン（経営 者）	・来客数は前年と比べて回復してきている、しかし客単価は落ちている傾向にある。
	旅行代理店（経営者）	・海外旅行が依然として例年並みに戻っていないことと同時に、単価が下がってきているので、売上はやや悪くなる。
	ゴルフ場（営業担当）	・福岡地区や広島地区は料金単価がある程度回復しているが、山口地区では料金単価を下げないと、来客数が伸びない傾向が続く。

	悪くなる	衣料品専門店（地域ブロック長） 通信会社（通信事業担当）	・大型ショッピングセンター出店に伴い、現在、かなり売上が落ちており、今後も引き続いて悪くなる。 ・消費税の総額表示で、表示上税金を添加しにくいサービス項目があり、実質5%の値引きをせざるを得ない。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	金属製品製造業（総務担当） 一般機械器具製造業（経営企画担当） 一般機械器具製造業（総務担当） 電気機械器具製造業（総務担当） 輸送用機械器具製造業（経理担当） 輸送業（統括） 金融業（業界情報担当）	・現在の受注動向から推移すると、今後2、3か月先の仕事量は、現在よりやや多くなる。 ・今春発売の新製品の受注が伸びている。 ・装置などの受注見込みから、景気はやや良くなると考えられる。 ・試作も好調で、受注も設備能力の限界まで入っている。 ・新規大型製品の開発が重複し、技術領域でのアウトソーシングが大幅に増加する。同時に来期は、会社として記録的な規模の設備投資を予定している。 ・景気回復で荷物全体が増えていることもあるが、輸送業の場合、大半は大手企業のコストダウンなどによる輸送手段の安い企業へのシフトが多く行われているため、今後大手を中心に増加していくと見込まれる。 ・円高進展は懸念材料ではあるが、既存の受注先に加えて新規受注先の獲得も次第に進んでおり、当面受注量は増加基調を維持できる。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・加工食品業のため、夏場にかけては、例年若干売上が下がっている傾向があり、自社商品ブランドを立ち上げるも、今一つ軌道に乗っていない。
		化学工業（総務担当）	・経費節減や業務の合理化、効率化などの社内体制の整備により少し利益が出るようになったが、物流費の上昇による原材料、燃料費高の影響を受け、収益面での景気回復は厳しい。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・需要家の好調が今後も継続する見込みであり、生産量は現在の水準が続く。 ・原材料の高騰が気掛かりである。
		鉄鋼業（総務担当）	・鉄鋼需要はしばらく輸出を中心に堅調に推移する。 ・国内需要は、公共投資の減少などから建設向けは低調だが、輸出向けに好調さがうかがえる製造業からの需要が増している。一方、鉄鋼原料価格の高騰などが懸念材料に挙がってきている。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・液晶関係は、引き続き受注拡大の傾向があるが、電子部品関係は、価格低下の動きがあり、全体的には変わらない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量などは比較的好調だが、販売価格は上向いておらず、この傾向は続く。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・依然として海外販売は好調であるが国内販売には明るい兆しが見受けられない。したがって当社のような国内販売向けしか製造していない生産工場は非常に苦しい状況は全く変わらない。
建設業（営業担当）		・民間工事の発注は現状維持されると思われるが、官庁関係の発注次第によって横ばいか上昇かに分かれる。	
輸送業（総務担当）		・客から新たな値下げ要請もあり、景気が良くなっているとは考えられない。	
通信業（営業企画担当）		・固定系通信回線は数値的にも減少が続き、回線単価も上昇の兆しは見えない。	
金融業（営業担当）	・決算書、資産書を見ても、原材料費の上昇のため、軒並み荒利益率が減少し、収益も悪化する。 ・3月の仕事量から考えると4、5月の入金状況は良くない。		
	やや悪くなる	建設業（経営企画担当）	・大口事業者顧客から、数量の減少、価格の値引きなどの見直しに追われ、金額の落ち込みが激しい上、官公庁関係の入札も年々厳しさを増し、利益額が年々減少する傾向が続く。 ・今月は前月より受注は増加したものの、引き合い物件が減少しているため今後3か月の受注に不安を感じる。
雇用 関連	悪くなる	-	-
	良くなる	求人情報誌製作会社（支店長）	・求人数も引き続き多い上に、正社員の割合も増えてきた。求人の背景も、一時的なものでもないと感じる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者） 新聞社〔求人広告〕（広告営業担当）	・人材派遣の需要は、職種や業種が広がりながら増えてきている。 ・景気動向の上昇、また年度変わりという季節の影響があり、求人数は増加の傾向にある。

	職業安定所（職員）	・平成15年5月の月間有効求人倍率から平成16年2月の月間有効求人倍率まで上昇傾向が続いていること、及び、悪くなる要因が今のところ特に無い。
	学校〔大学〕（就職担当）	・欠員補充などの好調な求人に支えられ、一般の新卒求人も順調に増えている。
変わらない	職業安定所（雇用開発担当）	・製造業の求人は派遣から正社員へ変わる傾向が出始めている。
	職業安定所（職員）	・昨年相次いだ、電機メーカーや百貨店など幅広い業種でのリストラによる大量離職の発生が、今もなお、求人マインドを冷え込ませており、求人募集を慎重にさせている。
	民間職業紹介機関（職員）	・正社員として就職を希望する人が95%以上（弊社への登録者）であるが、正社員の求人条件が高く、それをクリアできる求職者は多くない。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・1年生（平成17年3月卒業予定者）に対する就職支援（求人依頼）を開始したが、現時点で各企業から返ってくる回答の95%は「平成16年度は新規採用の予定なし」。残りの5%の中でも「採用計画がある」という明確な回答はわずかで、各企業からは、相変わらず先行き不安の慎重姿勢が感じられる。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-