

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	・メニュー改正により、客単価を前年比80円上げたが、客の「高い」という声もなく、自然と受け入れられている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・2月下旬から、お客様のフットワークが軽くなったと見受けられる。
		商店街（代表者）	単価の動き	・高額商品、DVD、プラズマテレビ、液晶テレビなどに動きが見られてきた。
		一般小売店 [100円商品] （店員）	販売量の動き	・販売量が15%程度上向き、それと併せて売上も増加しており、客の購買意欲、景気は上向きであると推測できる。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・バーゲン品の動きは悪いが、昨年よりプロパー商品の動きは良い。 ・依然として1点買いの傾向は続いている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・全社的な売上状況は過去3か月の中で最高の売上である。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・総額表示導入後、客数減が予測されたが、引き続き客数はわずかながら伸びてきており、やや景気も回復傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・単価の動きが前年の97%前後で推移していたが、今月は102%と好調に推移している。客数も96%前後で推移していたが、100%と前年をクリアしている。
		コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・客の買上動向に勢いが見受けられる。
		衣料品専門店 （地域ブロック長）	お客様の様子	・総額表示になっても、特に客の販売意欲は変わっていない。 ・価格が安くなれば、まとめ買いをする客が目立
		衣料品専門店 （地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数が、前半は厳しかったが、後半やや伸びた。 ・客層が、高額商品購入者と低額商品購入者とい
		家電量販店 （店長）	販売量の動き	・客数は横ばいであるが、販売数は伸びている。
		乗用車販売店 （経営者）	お客様の様子	・客から、海外旅行の話が頻繁に聞くようになり、生活が苦しいという話を聞かなくなったことから、自分の業界内では現実と好況感を肌では感じられないが、客の動向を通して徐々に上向いているように見受けられる。
		乗用車販売店 （統括）	販売量の動き	・販売量は昨年と比較して約10%上回っている。
		その他専門店 [書籍]（従業員）	単価の動き	・客数には変化ないが、売上が増加している。つまり客単価が増加している。
		高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・法人利用は変わらないが、個人の利用については単価が上昇してきた。
		その他飲食 [ハンバーガー]（経営者）	来客数の動き	・客数の減少に歯止めがかかってきた。
		観光型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・昨々年度、昨年度の平均値をやや上回っており、来客数も増加しているので、若干良くなっている。
		変わらない	商店街（代表者）	単価の動き
	商店街（代表者）		来客数の動き	・客は、手持ちのお金は増加しているように見受けられるが、購買意欲は依然低く、 unnecessaryな物への購買意欲の低さは徹底しており、小売業では、景気回復を感じられない。
百貨店（売場担当）	単価の動き		・婦人服部門は、3月の大不振から比べると、かなり回復してきており、比較的単価の高いプレタゾーンが好調であるが、紳士服や雑貨関連が不振であるため、相対的な景況感は変わらない。	
百貨店（売場担当）	来客数の動き		・3月の他店のリニューアルや出店によって流れていたお客様が戻ってきた。 ・サンダルの動きが前年に比べて動きが悪い。	

	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・ 総体的に販売数量が落ちている、大きな原因は総額表示に伴う割高感が影響しているように思われる。今までの売上不振原因であった単価の下落やBSE・鳥インフルエンザとは要因が大きく違ってき
	スーパー（販売担当）	それ以外	・ 総額表示になってから、お客様が必要以上のものは買わなくなった。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・ 来店の動きが出てきたが販売につながらない。
	家電量販店（副店長）	販売量の動き	・ パソコンを中心としたOA商品の動きがここ数か月鈍化傾向にある。販売構成比が高いため影響が大きい。
	乗用車販売店（総務担当）	単価の動き	・ 今月は、他社との競合がますます激化し、価格、来客数とも悪いが、特に、単価が悪い。
	住関連専門店（広告企画担当）	販売量の動き	・ 購入時期が昨年に比べて、また少し後ろにずれてきている。景気がよくなっている時は、購入時期が早く（手前に）なるようだが、その兆しは全くな
	旅行代理店（経営者）	単価の動き	・ 受注量はあまり変化がなく、売上に貢献までには至らないが、客の動きが出てきた。
	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、かつ解約も増加しており、純増加数が低迷したまま推移しており、増加の兆しが見えない。
	ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・ 来客数は昨年度とほとんど変わらない、客単価は若干低下傾向である。
	その他レジャー施設 [温泉センター]（営業企画担当）	来客数の動き	・ 日帰り温泉部門は、先月に引き続き動員数で上回る日が増えてきているが、逆に温泉ホテル部門の宿泊数は若干前年を下回る厳しい状況となっている。利用グループの数は前年並みもグループ自体の人数が減っており、今月は団体がうまく取り込めなかった事が要因として考えている。
	設計事務所（職員）	販売量の動き	・ 依然として個人住宅向けマンション・1戸建住宅の新築が多いとともに早く販売されている。
	住宅販売会社（経理担当）	お客様の様子	・ 予約されても将来の支払不安等の理由で契約前にキャンセルされるケースが増えた。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・ 受注状況は、3か月トータルで判断すると例年並みの状況であり、あまり変化が見られない状況であった。
やや悪くなっている	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・ 紳士衣料は前年比を越えているが、婦人服、特にヤング部門が不調で、前年比80%で推移しており、季節物のサンダルも前年比80%と苦戦しており、特にヤングキャリア向け商材が全般に雑貨も含め不調で、店舗全体としても、前年比98%で推移してい
	スーパー（店長）	販売量の動き	・ 客数は前年とほぼ同数であるが、総額表示を税込み価格のみの表示したところ、価格魅力減と購買意欲減少に働いたのか、買上点数の減少による客単価の減少が、平月と比べ、5から6ポイントも割り込み、売上の減少状態が続いている。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・ 客単価も、少しずつ減少してきており、特売商品に客が集中し、なかなか利益商材が売れないのが現状である。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ 3月の年度末は、客数が少し回復傾向にあったが、4月に入り、3月より客数の動きが悪くなって
	家電量販店（店長）	お客様の様子	・ 客の財布のひもはまだ固く、デジタルなどの問い合わせはあるものの、まだ早い、との判断で、低価格の商品購入となっている。
	家電量販店（予算担当）	販売量の動き	・ パソコンの回復が見られるものの、総額表示の影響なのか割高感による買い控えが見られる。
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・ 車検を中心としたサービス部門は、売上が昨年より増加しているが、新車販売台数は、苦戦した昨年よりさらに10%減少し、一段と厳しい。
	スナック（経営者）	競争相手の様子	・ 3、4月は、歓送迎会が多く街がにぎわったが、近年は、顧客当たりの来店件数自体の減少、1件当たりの客数の減少から、総体的な来店客数が減少しており苦戦している。
	通信会社（社員）	販売量の動き	・ 販売量、来客数とも減少している。

	悪く なっている	タクシー運転 手	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・3か月前から売上が減少し続けている。</li> <li>・地方では依然として景気回復の動きは全くない。</li> </ul>
企業 動向 関連	良く なっている やや良く なっている	繊維工業（統 括担当）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業界内に一部ではあるが、ここ数年自粛してきた海外への工場進出やイベント企画などの動きが出てきた。</li> </ul>
		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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内での仕入商品は苦戦しているが、春の新商品を中心に自社製品の売上が好調である。</li> </ul>
		輸送業（統 括）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各企業とも、コンプライアンスを重視した内容になっているため、危険度の高いものはアウトソーシングしようとする傾向が強まり、新規問い合わせが増加している。</li> </ul>
		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"> <li>・各企業の求人広告が増えている。特に派遣業が活発である。</li> </ul>
		会計事務所 （職員）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業種的に見れば、建設業の不振が目立つものの、製造業は好調である。また、販売関係でも前期を上回る売上高を計上しているところもある。</li> </ul>
変わらない		鉄鋼業（総務 担当）	受注量や販売 量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内向けは自動車や造船など製造業向けを中心に、輸出向けは中国向けを中心に堅調に推移しており、高操業継続しているため景況感に変化はない。</li> </ul>
		金属製品製造 業（総務担 当）	受注価格や販 売価格の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・受注価格がここ2、3年減少傾向であったが、受注単価の見直し（値戻し）が徐々に受け入れられ、良い方向に進んでいる。これが今後どう影響するかは不透明である。</li> </ul>
		輸送用機械器 具製造業（総 務担当）	受注量や販売 量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・船舶やエンジンの受注は好調であるが、鋼材の値上がりや円高などの不安要因も見られる。</li> </ul>
		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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当該地域に大型のショッピングセンターできるなど市場関係にも多少変化はでてきているが、根本的な消費動向はあまり変わっていないように感じる。売れ筋価格は低価格帯に集中しており、身の回り品や嗜好品にまではまだ消費がっていないのが現状</li> </ul>
		建設業（営業 担当）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デベロッパーより購入土地の情報依頼、設計事務書より見積依頼が多くなってきた。</li> </ul>
		輸送業（総務 担当）	受注量や販売 量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・引越等の動きが期待よりも悪かった。</li> </ul>
		金融業（営業 担当）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仕事が相変わらずない。</li> <li>・建設会社の社長も設計事務所にも案件などが非常に少なく、先行き受注が見込まれないと言っている</li> </ul>
		不動産業（経 営者）	競争相手の様 子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・取引先関係が、いまだに景気回復の兆しをみせていない企業が多く、転職を手控える傾向が強く、賃貸業は、景気の回復に結び付いていない。</li> </ul>
やや悪く なっている		コピーサービ ス業（管理担 当）	受注量や販売 量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・3か月前と比べると受注量はほとんど変わらない。</li> </ul>
		食料品製造業 （総務担当）	受注量や販売 量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・加工食品業は、例年、4月から7月にかけて売上などは下がる傾向にあるが、今月は、例年以上に下がり気味である。</li> </ul>
		建設業（経営 企画担当）	受注量や販売 量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当社の対象となる物件が堅調しているため、今期中、最低の受注量となっている。</li> </ul>
悪く なっている		農林水産業 （従業者）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> <li>・3か月前と比べ、水揚げ数量で576トンの減少、水揚げ金額でも317万円の増加となっており、水揚げ数量の減少理由は、沖合底引き船、巻き網船、定置網漁が減少したためである。また水揚げ金額の増加は中型、大中型巻き網船の水揚げが増加したためである。</li> <li>・3月単月前年比においても、水揚げ数量で191トン、106%の増加、水揚げ金額で、870万円減少、86.4%減少であり、水揚げ水量増加の理由は沖合底引き船、大中巻き網船が増加したため、水揚げ金額が減少した理由は中型巻き網船、沖合イカ釣り漁が不</li> </ul>
雇用 関連	良く なっている	求人情報誌製 作会社（支社	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、堅調に求人数は増加している。</li> </ul>

	求人情報誌製作会社（支店長）	求人数の動き	・製造業、流通・卸業、住宅・不動産業、サービス業など多くの業界で、求人数が増加している。雇用形態についても、引き続き正社員の募集比率が上がっているように感じる。
やや良くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・メーカー、特に輸出関係を中心にかなり良くなっているが、個人消費にかかわるサービス産業がまだ上向きではない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新聞の求人広告の件数、金額とも昨年を上回る動きが出てきた。
	新聞社〔求人広告〕（広告営業担当）	求人数の動き	・求人数が前年比で150%増加している。引き続き増加すると見込まれる。
	職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・業種により求人にはばらつきがあるが、サービス、卸小売を中心に伸びている。その中でも事務系の求人数が増加している。
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・工場請負が解禁となり人材ビジネスからの依頼も増え、また同業界での雇用促進が大いに期待される。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・新卒の求職は伸びており、短期的には好調が維持できる。
変わらない	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・表面的には大型ショッピングセンター等の影響もあり、雇用が一気に上向いた雰囲気もあったが実態はいまだ調整及び様子見の方が多く、また、求職者のマインドも求人側と齟齬が目立っており、数字ほど回復は見えない。
	人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・採用もあるが、早期退職の動きが見受けられる。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・すべての業種で目立った動きが見られず、横ばいで推移している。 ・欠員補充での求人が大半を占めており、増員での求人はわずかである。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は増えているが、臨時や派遣、請負の求人の増加が目立つ。
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・売上70億円以上・売上高経常利益率5%以上の優良企業において、自社の中途採用の基準に達していなければ何か月でも欠員状態のままである。正社員の絶対数が増えない。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・例年、3月下旬頃から届き始める各企業からの新年度採用に係る求人票が、今年度は思いのほか届かず、各企業からは新年度の採用活動に関しては、依然として慎重姿勢をとっている姿が伺える。地元各企業の採用担当者からは「都市圏では景気の回復傾向がみられるが、それが地方にまでは及んでいない」という声が多く聞かれ、卒業年度を迎えた学生にとっては、引き続き今年度も厳しい就職環境になることが予想される。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-