

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（販売促進担当）	販売量の動き	・今まで不振だった、衣料品、特に紳士衣料、婦人衣料が、気温低下要因もあり、動きが出てきた。	
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・青果物の高騰により売上等が一時下落したものの他の一般食品が堅調に伸びており売上高、客数とも5ポイント程度上昇している。	
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・3か月前の8月は猛暑や曜日の関係、オリンピック関係により落ち込んでいたが、やや回復の兆しがみられる。	
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・売上の的にも3か月前と比較し、2.5%の改善し前年比をクリアしている。客数が3か月前96.3%から100.2%と3.9%上昇し、客単価は100.7%から100.0%と若干減少しているものの、前年はなんとかクリアしている。	
		衣料品専門店（地域ブロック長）	お客様の様子	・チラシ、DMなどで価格が下がればまとめ買いをする消費者が増加している。高額商品も売れている。	
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・夏までの自動車市場は前年並み、前年割れで推移していたが、今月は前年を大幅に上回る状況で推移している。各社の新型車攻勢も大きく影響しており活性化がみられる。	
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・11月は新車効果により前年比135%を達成している。来店者の人数も前年より多い。	
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・11月初旬に新型車が発売され、新車販売の売行きは非常に良く販売量は対前年比200%で推移している。購買意欲のある消費者がかなりいる。	
		自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・客数は前年実績を上回っており、下回っていた3か月前とは変わってきている。季節的な冬期タイヤの動きも暖冬といわれる中でも例年になく良く動いており、若年層を中心とする高額品であるカーナビゲーションも好調に推移している。	
		その他専門店【カメラ】（地域ブロック長）	単価の動き	・高額商品の動きも若干であるが、良くなっている。	
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・前年のSARS（重症急性呼吸器症候群）の影響がなくなり、海外旅行は前年比130%の増加になっているが、前々年と比べると94%といったところである。	
		美容室（経営者）	来客数の動き	・夏場から秋口にかけて、台風など気候的条件が悪かった影響で苦戦したが、その反動で11月になり、需要期ということも重なって、景気は良くなったと感じる。	
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅の設計でリフォームの工事が非常に増えている。	
		変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・11月ということ、12月に購入する際の見定めという感があり、実売になかなかつながらない。 ・来客の閑繁差が激しい。
			百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・好調であった婦人服のヤングゾーンが今年の秋以降マイナス基調にある。
			百貨店（販売担当）	来客数の動き	・特別招待会や割引祭日においては客数も多く好調に推移しているが、平日の客数、買上単価ともに過去3か月とさほど変化がみられない。
			百貨店（売場担当）	来客数の動き	・前半は堅調に推移したが、後半コートなどの主力商品の実売期になって来客数が落ち込んでいる。
			百貨店（営業担当）	販売量の動き	・暖かい日が多いためコートなど重衣料が苦戦する一方、Tシャツ、カットソー、半そでセーターの動きが良く、客数は前年並みであるが客単価が下がり、売上は前年を下回っている。

スーパー（店長）	来客数の動き	・客数が3か月連続で前年比の105%前後で推移しているが、一方、客単価が3か月連続で低下しており、売上増に結び付かず、年末に向けての買い控えもある。また、今のところ暖冬のため、冬型商材の売行きが前年比80%程度と、非常に悪い冬場商戦となっており苦戦している。
スーパー（店長）	単価の動き	・客単価が昨年より依然として下がり続けている。
スーパー（販売担当）	単価の動き	・1、2か月前と比較すると商品単価は低下してきたが、例年と比較するとまだまだ高いため、あまり変化があるとはいえない。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・客は価格に敏感で、必要なもの以外購入しなくなった。特にコンビニでは雑貨が割高なため大幅に落ち込んでおり、主に百円ショップなどで購入されているようだ。
衣料品専門店（地域ブロック長）	単価の動き	・低額商品を購入する消費者と、高額商品を購入する消費者の格差が開き、中間層がみられない。
衣料品専門店（店長）	単価の動き	・カジュアル的な物は動いているが、スーツ、ジャケット、コートが良くなく客単価が落ちている。特に暖冬ということでコートが厳しい。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の動きは不安定であり、あまり変化が見られない。 ・今月になって売上が落ち込んできた。パソコンも良くない、大型テレビも良くないという状態で、販売の核となる商品が存在しない。
家電量販店（副店長）	販売量の動き	・暖冬傾向のせいか暖房機器の販売状況は芳しくない。一方、薄型テレビ、DVDレコーダーを中心としたAV商品は良好である。冷蔵庫、洗濯機などのハウジング家電品、パソコンを中心としたOA商品は堅調である。全体としては、前年を若干上回った状況である。
乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・購入意志の決定が延びている状況でなく、3か月先にまた考えると、いわゆる保留になるお客様が多い。
住関連専門店（広告企画担当）	競争相手の様子	・顧客が比較検討する時にいく店舗の種類が変わってきたような感がある。客から競争相手として、従来の家具屋ばかりではなく、インテリアショップや雑貨屋などの名前も聞くようになってきた。
一般レストラン（経営者）	単価の動き	・野菜の価格が落ち着きはじめ、サラダの販売点数が若干減少し、客単価が減少すると見込んでいたが、11月からのステーキフェアが好評で、客単価も好調であった10月から減少することはなく推移している。
一般レストラン（店長）	それ以外	・野菜の暴騰から牛肉の高騰と、利益低迷の状況下で厳しい営業を強いられている。後半は少し野菜に関しては回復傾向にあるようだが、宴会シーズンを迎えているが、前年に比べ予約件数が少ない。
都市型ホテル（総務担当）	販売量の動き	・季節要因で売上は全体的に増加したが、例年と比べた場合、落ち込みを補てんできるほどには改善していない。
都市型ホテル（従業員）	来客数の動き	・レストランの催事のサービス内容を改善したため、前回を超える集客を達成した。
旅行代理店（営業担当）	来客数の動き	・地震、台風などに対する不安が徐々に払拭されつつある。
通信会社（経営者）	お客様の様子	・加入契約数がここ数か月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いて、増加の兆しが見えない。
通信会社（社員）	販売量の動き	・県内で市町村合併が進んでおり、それに伴う機器販売、サービス販売など一時的な増加がみられる。
テーマパーク（財務担当）	単価の動き	・11月は特別なキャンペーンを実施しているため、入園者数は前年の倍以上あったが、消費単価は前年を下回るような結果になっている。

	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	<ul style="list-style-type: none"> ・日帰り温泉部門は、飲食利用の寄食率が前年よりも数ポイント向上し高額宴会も増え全体の客単価も前年を上回っているが、逆に入館数も売上も前年を大きく下回っており非常に苦戦している。景気の良し悪しよりも日帰り客を取り合う競合温浴店が増えたことによるものと分析しており、自店の競争力強化が進むまで今しばらく苦戦が続くそうである。一方、温泉ホテル部門は企画の効果で前年2けたの来客数の伸びを示している。
	美容室 (経営者)	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・同業者間で来客数減少、売上減少という話をよく聞き、周囲の飲食店でも閉鎖する店舗がいくつか目につき、顧客から、店舗が入れ替わっているとよく聞いた。
	設計事務所 (経営者)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・建築業界において、仕事量の縮小化と物件数の低迷化が依然として見受けられる。
	住宅販売会社 (経理担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・新規発売物件がないため契約実数は低下しているが、既存物件での契約が毎週計上されており、月次ベースでの目標はほぼ達成できそうである。
やや悪く なっている	商店街 (代表者)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の売出しで、景品に商店街内での商品券を出したが、利用者はまだ2割程度しかいない。
	商店街 (代表者)	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・今月の天候不順の影響、長引く新潟地震の余震など、いまだに景気回復の兆しが見えないため、不安材料が増え売上が伸びず特売に走る傾向にある。
	一般小売店 [印章] (営業担当)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・年賀状受付の時期になったため、通常月より大幅に売上は上昇しているが、例年に比べて年賀状注文は非常に減少している。パソコンにより自身で制作する個人・企業が増えていることと、独占的に年賀状販売をしている郵便局の窓口に提携コンビニエンスストアの年賀状のチラシが置かれているなど不公平な状況がある。
	百貨店 (売場担当)	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ミセスの客数が非常に少ないことが気がかりである。この時期になると実売期に入るため、通常ではブーツなどの需要が増えてくるのだが、気温が低下してきているにもかかわらず冬物の動きが活発化していない。このままの状態が続くのではないかと危惧している。
	百貨店 (購買担当)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・この時期売らなければならないジャケット・コートの動きが例年以上に悪く、暖冬だけではなく消費者が景気の影響を判断しているのではないかと見受けられる。また、ボーナス払いや金利1%セールを利用する消費者も減少している。
	スーパー (店長)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・野菜の値段は落ち着いてきたが、ガソリン、灯油、卵などの価格の報道のせいか客は値段に敏感になっており、購買動向にも影響を与えている。
	スーパー (店長)	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・新規大型競合店の出店、及び相次ぐ競合店の活性化により来店客数が減少している。
	スーパー (店長)	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・全体的に客単価が非常に低下している。石油、野菜の高騰などなどの理由も上げられるが、先行き不透明な点が多く客単価が非常に落ち込んでいる。
	スーパー (店舗運営担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・11月は購買頻度が減少している。生鮮食品の高値はやや落ち着き傾向にあるが、年末に向けて買い控えの現象が始まっている。客数は例年と比べて100%で推移しているが、売上は95%となっている。顧客も買い回り動向も、当日限定特売商品のような広告掲載商品の買い回り頻度のみが高くなっている。
	スーパー (管理担当)	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・寒さも感じない気候にかかわらず、販売量の伸びが鈍い。
	スーパー (店員)	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・物がなかなか売れない。野菜も高いのでやめておこうという話が多く、目玉商品ばかりが良く売れている。千円以上買上の方のみ1バックという販売方法を取ると本当に千円ぎりぎりです。
		コンビニ (エリア担当)	販売量の動き

		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・平均客単価が微減だが数%低下している。ここ数が月傾向的には同傾向が見られる。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・ガソリン、灯油などの値上がり、野菜の高騰など世の中値上がり傾向にあり、財布のひもが非常に固い。暖冬のせいか石油関連の機器に変化がみられない。
		家電量販店（予算担当）	お客様の様子	・客数は前年を上回るものの客単価は下落の傾向にある。下見あるいは競合との比較での来店が多く見受けられる。
		自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・暖冬のため冬季商品が全く売れない。
		住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・来客数がかなり落ち込んでおり、客単価も若干低下している。婚礼新築の平均単価が例年40万円であるが今は20万円程度である。
		高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・比較的単価の高い利用もみられるが、全体的には低単価の状況が続いている。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・来客数も落ち、客単価も落ち、さらに客からも台風や地震の話などばかりで前向きな会話はほとんど聞かれない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・以前は流し営業をしていれば短距離でも回数を確保できたが、最近では乗客数の減少が著しい。また中、長距離の乗客者は小型車を利用することが定着しており、特に中型車に厳しい状況になっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・例年11月は紅葉の名所場所や観光のポイントに行くことが多いが、今年は乗客数が減少している。
		住宅販売会社（販売担当）	来客数の動き	・総合展示場、イベント、売出しへの来場客数が少ない。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・来場数が、約8割に落ち込んでいる。宣伝広告に対しても反応がさらに悪くなっている。 ・少なくなってきた来場者の購買意欲も薄いため、受注も約2割減となっており、お客様も慎重に動かれている状況がうかがえる。
	悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・売上が前年比で2割から3割減っている。来客数も減っている。
		百貨店（電算担当）	販売量の動き	・依然として、全商品、売上が低迷している。 ・特に気になる動向として、原因は分からないが、魚の売上が12か月連続10%から20%近く前年を下回っている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・婦人衣料、婦人雑貨の売上が前年の80%後半の数値で推移しているが、先月に比べ店内全商品にわたって大苦戦を強いられている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	競争相手の様子	・10月末から競争店の出店が3件続いたため、その近隣の店舗に大きな影響が見られる。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・この2、3か月で販売台数が少しずつ減少している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・年末近くになったにしては、極端に客数が減少した。 ・前年度、前々年度と比べ、客数が極端に少なくなった。 ・店舗でも客単価が極端に悪化しており、困っているとの話である。
		ゴルフ場（営業担当）	来客数の動き	・来客数の減少がみられる。山口県内で考えても減少傾向にある。ゴルフをする絶対数自体が減少しているように感じられる。
企業動向関連	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	・受注量の増加に対し、従来の休日出勤対応では、限界となり、11月から3日連続の夜間操業に加え土日の夜勤も生産を始めた。
	やや良くなっている	非鉄金属製造業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・一律に良いといえない。ローテク製品は地震関連で一時的に増産になっているものもあるが、先行きは厳しい。電材向けは増産準備を進めているが、短期的に調整局面を迎えることもありうると考えている。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・得意先が好調なため、当社も好調に推移している。
		輸送業（統括）	それ以外	・今月は通常月に比べて単体の仕事が多く収入が増加した。

変わらない	農林水産業（従業者）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・7月と10月を比較すると、水揚げ数量で600トンの増加、水揚げ金額で2億9,900万円の増加であった。水揚げ数量の増加原因は大中型巻き網、沖合イカ釣り大型定置網の増加によるものであり、水揚げ金額の増加原因は沖合底引き網、大中型巻き網、中型巻き網、沖合イカ釣りが増加したためである。10月の前年度比では水揚げ数量で3,000トンの減少(35%減)、水揚げ金額では1億4,000万の減少(80%減)であった。水揚げ数量の減少理由は大中型巻き網、沖合イカ釣り小型定置網の減少、水揚げ金額の減少理由は沖合底引き網、沖
	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"> ・練り製品に対するスーパーなどの動きが鈍くなっている。原因は良く分からないが、台風、地震による消費者の買い控えが影響しているのかもしれない。
	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・受注量・売上は、半年前に比べて落ち着いてきており、大きな変動はない。
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・大型受注が確定し、下半期の量的確保ができる。時間外労働も高水準で推移している。
	鉄鋼業（総務担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・鋼材需要では国内においては製造業の堅調が持続している。輸出では中国での自動車販売の鈍化が継続しているもののASEAN地域などでの自動車や電機など、他分野は引き続き堅調である。
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・北米を中心とした海外向けの自社製品の売上が好調に推移しているものの、原材料の高騰が生産コストの悪化要因となっている。
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・建設業の下請会社において、台風の影響により受注が増えているが、これは一時的なものであり景気向上とはいえない。
	通信業（社員）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・事業計画目標額の達成に向けて、顧客へ受注の追加提案をしたが、今年は大変厳しく例年以下になる可能性がある。
	金融業（業界情報担当）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・輸出を中心とした主力車の販売好調を背景に、生産はフル操業を持続中だが、製品価格の値引き要請や原油高騰から樹脂原料価格の上昇などから収益面では厳しさが増している。設備投資、雇用は積極的に対応中である。
	金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・印刷業においてカレンダーや折り込み広告などの仕事があるが、小口であったり、ぎりぎりまで発注しない、単価が安いなど収益に結びついていない。また急な発注があったりして人件費がかさんでいるケースもある。
	コピーサービス業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・入札などにおいて、赤字覚悟の金額を提示しても更に落札価格との差がある。赤字は当然で少しでも固定費を補う考え方に切り替えなければ落札は難しい。
	その他サービス業〔清掃具レンタル〕（情報管理担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・今期累計にて、前年並みの売上が確保できる見込みである。 ・レンタル商品は家庭仕様企業仕様ともに苦戦したが、新規事業で補えた。 ・家庭仕様商品において、新商品の環境に優しい商品が好調に推移しており、受け入れられそうである。
やや悪くなっている	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"> ・本来ならば出ている受注量、販売量が前年に比べてかなり低い。 ・今の時期本来ならば忙しいはずなのだが、今年は忙しさが見えてこない。広告、販売促進活動などを実施してはいるがその手ごたえが感じられない。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・受注量はほぼ横ばいで推移しているが、仕入れ材料の値上がりにもかかわらず、受注価格の引下げを要求されている。
	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	<ul style="list-style-type: none"> ・国内の市場は相変わらず厳しい状況が続いている。一部売筋商品もあるが、全体的には動きが鈍い。業績的には多少良いようだが、海外の好調さによるところが大きいのが現状である。

		建設業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・民間工事においては、やや土地の動きが出てきたので見積依頼の件数が増加してきたが、公共工事においては、依然として建築関係の発注は少ない。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・物品の販売業においては、夏場から秋口にかけての時よりも、やや勢いが落ちてきている。また、建設業などでも官公庁はもとより民間でも受注の獲得は困難になってきている。
	悪くなっている	-	-	-
雇用関連	良くなっている	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・慢性的な人手不足並びに転職市場の人材不足を感じ、求人スペック（経験の難易度）を緩和する傾向が目立つ。
	やや良くなっている	人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・企業からの求人件数、登録者とも確実に前年及び3か月前より増加しており、需要と供給のバランスも良く、雇用の景気回復が見えてきている。
	変わらない	求人情報誌製作会社（支社長）	求人数の動き	・求人数などを含め、自動車を含むメーカー系に対する求人意欲が強いように感じられる。しかし、これは今度の円高の影響を受けるものと考えられる。全体を通してみると、消費がすすんで販売・サービス業は活発化しているが、建設系、土木系は好況感が見えない状況にある。
		求人情報誌製作会社（支社長）	求人数の動き	・求人数は引き続き多い。アルバイト・パート求人が増加しているが、その要因は季節需要的な需要が多く、今後もさらに伸びるといよりは、一時的なものではない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・上向いてきたという声はまれに聞かれるが、ほとんどがメーカーである。それ以外での業種からは、良くなったという声はまず聞かれず、景気が上向いていないという話がほとんどである。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・全体的に大きな動きはないが、通信業などにおいて年末・年始要因の大量募集があったが景気の変動を反映したものではない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規開業したコールセンター関連会社からの大量求人以外は目立った動きはなく横ばいで推移している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者数は減少傾向にあるが、大きく変化はしていない。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が5か月ぶりに減少したものの求人数は増加せず就職件数は上がらない。
		民間職業紹介機関（職員）	それ以外	・社員募集で「ネット求人の日本でも大手企業」を利用して応募者は多く集めたけれども、採用基準を厳格に守り採用定員を満たすことをしなかった中堅企業がある。正社員の雇用増にはいまひとつである。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・期待していた地域企業などからの求人件数が思いのほか伸びず、停滞気味となっている。学生からの内定報告も同様に伸び悩んでおり、前年同月比を下回る見込みとなった。一部の専門職においては相変わらず堅調に求人があるものの、それ以外の一般職などの求人に関しては相変わらず企業の慎重姿勢が感じられ、学生は苦戦を強いられている。	
	やや悪くなっている	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・2004年度求人が落ち着きを見せ、すでに次年度求人の動きが出ている。したがって2004年度求人が増える可能性は低いと思われる。
	悪くなっている	-	-	-