

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（営業担当）	来客数の動き	・来客数が増えており、契約駐車場の利用も伸びている。 ・スポーツアイテムなど新しいゾーンを設けたため、例年より2ケタの伸びがある。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数、売上はより上昇傾向にあるが、特売商品の比率が非常に大きいいため、利益面での上昇は緩やかである。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・商談内容も一時期の厳しい状況よりかなり改善され、売上は若干だが上向いている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・売上も伸びてきているが、来客数も伸びてきている。特にレディースの客の動きが良い。
		家電量販店（副店長）	販売量の動き	・3月に引き続き、売上、来客数ともに前年を上回っている。インパクトのある販促策を講じると、客の購買意欲は充分にある。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・カーオーディオ、ビジュアル関連商品の動きが若干上向いてきており、カーナビの新製品が寄与している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・歓迎会をあてにしていた月の前半は、期待ほどの好調さではないものの、金曜、土曜の週末客の動きが良くなってきている。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・平日に客の動きが活発化してきており、来客数が伸びている。
	変わらない	一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・人の動きはそう活発ではないが、売上もさほど落ちていない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・開店記念セールでは、久しぶりに多くの客でにぎわっているが、低単価の生活必需品でもまとめ買いがみられず、客は必要点数しか購入しない。 ・常備品では気温調節のきく流行物が順調ではあるが、スーツなど重衣料が苦戦している。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・店の売上はマイナス基調である。 ・物産展でも好調に推移してきた食品の売上がマイナス基調となり、食に対する消費が厳しい。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・必要な物を最低限にしか買わないという流れが定着してきており、来客数の減少がそのまま売上ダウンにつながってきている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・客の買物動向に変化がなく、引き続き必要な物を必要な量だけ購入する姿勢が続いている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・食品以外の商品の動きが非常に悪くなっている。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・例年売れていた苗が、半分ぐらいしか売れていない。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・野菜等青物の単価が例年に比べて15%前後の高止まりで推移し、販売数量も大幅に伸び、精肉とセットで好調である反面、鮮魚に伸びがなく8%低下している。 ・来客数が増加しているのに対して販売数量の伸びがない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数が例年の1割ほど下がっている。コンビニの競合出店、スーパーの24時間化により、価格が低下しており、客が近隣で買物を済ませる傾向があるため、商圈食い合いの状況である。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・買上個数が例年に比べて減少しているものの、月前半は花見、行楽客が多く、多少盛り返している。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	お客様の様子	・DM等を発送してセール案内をすれば売上が上がるが、単価は更に下がってきている。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・来客数が増えているものの、単価が上がらない。	
	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・礼服の買上点数がやや低下している。 ・1着単価は例年よりかなり下がってきている。	

	家電量販店（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数が非常に少なく、買上単価が低い。</li> <li>・SARSの問題で中国や東南アジアで製造される製品の入管チェックが厳しく、商品の入荷が間に合わない状況が起きている。</li> </ul>
	家電量販店（予算担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・買替えの長期化の影響で、修理受付には常時客が来店している。</li> </ul>
	乗用車販売店（統括）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メーカーや機種によって、売上の変動が激しい。売れ筋であった車がひどく落ち込んだり、売れ筋でなかったものが上向いたり、平均すると総台数にあまり変化がない。</li> <li>・相変わらず商業車が売れない。</li> </ul>
	住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品別にみると販売量の差はあるものの、全般的に各部門とも高額家具の動きが鈍化している。</li> </ul>
	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数、売上也さほど変わりが無い。</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低下したままで推移しており、増加の兆しがみえない。</li> </ul>
	通信会社（総務担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客に購買意欲がないように見受けられる。</li> </ul>
	ゴルフ場（従業員）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・料金を安くすれば客は来るという状況は変わっていない。</li> </ul>
	美容室（経営者）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クーポンや割引をすれば、集客は多少あるものの、売上がそれほど伸びない。</li> </ul>
	設計事務所（職員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・依然として個人住宅の新築、改装及び、アパート、マンションの建築が多いものの、販売単価は下がり気味である。</li> </ul>
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平均契約金額、平均契約面積、平均坪単価のすべてにおいて低迷が続いている。</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>・契約戸数は若干上昇しているものの、実績は低水準である。</li> </ul>
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"> <li>・客が買物をするに慎重になっており、ついでに購入することがない状況である。</li> </ul>
	百貨店（統括）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・戦争の影響もあり、販売量、客1人当りの買上数量、販売量が特に子供服関係、紳士服関係で落ちてきている。</li> </ul>
	スーパー（店長）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来客数は何とか例年を維持し、供給高も維持をしているものの、客単価が伸びていない。</li> </ul>
	スーパー（店長）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・客が今まで以上に、より自分にとって有効な店を選択するようになっている。特にプレゼントやチラシの目玉商品を買に行くの、得になる店を選択しており、各社競合他店とも、客を呼ぶ販促活動が、今まで以上に激化している。</li> </ul>
	スーパー（店員）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>・単価が今でも安いと思っていたが、一段と低くなっている。</li> </ul>
	衣料品専門店（地域ブロック長）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・低価格商品しか売れない状況であり、客単価も大幅に下がってきている。</li> </ul>
	家電量販店（店員）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売れている商品の単価が下がっており、全体の数量も伸びていないため、例年割れの状態が続く。</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>・販売量が例年に比べて90%くらいで動いているが、他社の動向をみても、80~90%の販売量で、前年を1割から2割落ちている。</li> </ul>
	その他専門店 [カメラ]（地域ブロック長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高額な物を扱っているため、総売上には店ごとのバラツキはあるが、ほとんどの店で来客数が減少している。</li> <li>・売上部門構成にも変化があり、荒利構成も変わり、大幅な利益の減少となっている。</li> </ul>
	一般レストラン（営業担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チェーン店の集客に下げ止まりがみえ始めてきているものの、郊外店舗の来客数の減少には依然歯止めが掛かっていない。</li> </ul>
	その他飲食 [ハンバーガー]（エリア担当）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相変わらず若者の動きが鈍く、平日の来客数が減少し、客単価が低下している。</li> </ul>
	都市型ホテル（従業員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・道路交通法が厳しくなったことも影響し、夜半から深夜にかけての売上が低下している。</li> </ul>
	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・最近レストランでは、一番単価の低いコース料理ばかりがよく出ている。</li> </ul>

		タクシー運転手	それ以外	・昼夜を問わず来客数の減少が目立っており、以前は通りで客待ち待機することのなかった大手のタクシー会社も、待機するようになるなど、厳しい状況がより厳しくなっている。
		テーマパーク (広報担当)	来客数の動き	・休日に悪天候の日が多く来客数が伸びない。個人客、団体客ともに伸びず、昨年同時期の75%となっている。
		レジャー施設 (営業企画担当)	来客数の動き	・日帰り温泉部門、ホテル部門とも従来の割引企画を見直し実施した定価高付加価値企画も、価格に対するイメージの改善が進まず、当初の勢いが失われ、今月に入ってから前年実績に比べてもかなり厳しい営業成績となったが、飲食部門の利用率は高い。
	悪くなっている	一般レストラン (店长)	来客数の動き	・例年ある新入社員の歓迎会の予約が著しく少なくなっている。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・統一地方選挙の影響で、事務所が50あり、一事務所に50人いるとすると、2,500人は町に出て来ないため、来客数が減少している。
		観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・例年に比べて来客数が減少し、一段と厳しくなっている。
		旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・不況やイラク戦争に加えて、SARSで最後にとどめを刺され、予約が全てキャンセルになっている。
		旅行代理店(団体営業担当)	来客数の動き	・SARSの世界蔓延が来客数の減少に影響している。
企業 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	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	・納期が集中し、生産にも多忙感がある。
		輸送用機械器具 製造業(経理担 当)	受注量や販売 量の動き	・主要顧客からの受注量が1月の内示よりも大幅に増加している。
		金融業(業界情 報担当)	取引先の様子	・取引先の多くが受注好調の中、フル操業を継続中で、増収増益となることも増えつつあり、雇用拡大や設備投資にも前向きな姿勢が目立っている。
	変わらない	化学工業(総務 担当)	受注価格や販売 価格の動き	・昨年末以降全般的に生産稼働率はそこそこで、あまり大きな落ち込みはなく、無機、有機製品ともに、若干の需要増傾向であるが、安値のため利益率が悪い状況である。
		非鉄金属製造業 (経理担当)	受注価格や販売 価格の動き	・主力商品は1年前の底の状態より回復しつつあるものの、販売価格は下落する一方で、今のままでは赤字の状況を脱出しきれない状況である。
		金属製品製造業 (総務担当)	受注量や販売 量の動き	・ここ3か月間の受注量にほとんど増減がなく、横ばいの状態である。
		建設業(営業担 当)	取引先の様子	・民間工事の発注はやや増えているが、3月決算企業における低価格受注が今月はまだ尾を引いているため、発注金額が相当厳しい状況にある。
		輸送業(営業担 当)	受注量や販売 量の動き	・状況は変わらないが、デフレの影響が非常に大きく、単価の見直しをしないと荷物を多く扱うことが難しい。
		通信業(営業担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・イントラネット拡大など通信サービスの受注回線数は伸びているが、低価格化傾向は続いており、通信業界は相変わらず体力勝負の厳しい状況にある。
	やや悪くなっている	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	・イラク情勢の影響のためか、北米事情が非常に厳しくなっており、海外の受注量が大幅に落ち込んでいる。
		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	・商品の品質が低下はないにもかかわらず、消費者が商品を見る眼が厳しくなっており、不良返品が増加傾向にある。売れ筋商品の返品率は非常に少ないが、売れ筋でない商品の返品率が非常に高い傾向にあり、購入の際の選別が厳しくなっている。
		コピーサービス 業(管理担当)	受注価格や販売 価格の動き	・顧客から取引単価の提示があり、提示金額にて対応できない業者は取引不可能となった。その提示価格は当社の原価以下で、手を引くしかない状況になっている。
	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	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	求人数の動き	・新規媒体の参入で市場が掘り起こされているため、求人広告は2月頃から持ちなおし感が出ている。
	職業安定所 ( 職員 )	求人数の動き	・新規求人数は例年に比べて増加しているが、臨時の派遣スタッフが増加している。
	学校 [ 大学 ] ( 就職担当 )	採用者数の動き	・本学主催の企業説明会に、例年より多くの企業が参加している。
変わらない	人材派遣会社 ( 支店長 )	求職者数の動き	・求職者数が3か月前の約1.5倍ほどに増えている。
	求人情報誌作成会社 ( 統括 )	求人数の動き	・4月に新入社員を入れたため他の採用を控えたというところもあるが、景気動向がつかめないため、引き続き採用は抑え気味である。
	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	雇用形態の様子	・SARSの影響が貿易関係にかなり出てき始めている。
	職業安定所 ( 職員 )	求人数の動き	・新規求人は電気機械器具製造業からの求人が引き続き減少しているものの、サービス業や小売業からの求人が増加し、総じて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を示し始めているが、それほど目立つ状況にはない。
やや悪くなっている	民間職業紹介機関 ( 職員 )	求人数の動き	・求人票作成のため訪問する企業先で、人事制度再構築の相談を受けることが増えており、特に年功を廃止するケースが顕著になっている。
	人材派遣会社 ( 支店長 )	採用者数の動き	・派遣の受注件数は総数としては増加傾向にはあるが、職種による求職者と求人側のミスマッチが是正されていないことが閉塞感を増長させている。
悪くなっている	人材派遣会社 ( 支社長 )	求人数の動き	・地区やエリアを統合して人員を削減する取引先がこのところ非常に多い。