

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）	・最近若い女性客が増加しており、保険会社の女性セールスマンや主婦の来客数も増加している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会の予約がますます、高額なイベント商品、ディナーショーも一般の客からの申込が順調である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・これから年末にかけて需要が伸びる。
		百貨店（営業担当）	・ビデオに替わるDVDレコーダーやデジタルハイビジョンテレビの売上増加が見込まれる。
		スーパー（店長）	・この冬はトレンドである革製品、毛皮など高額な品の売行きが見込まれる。
		スーパー（総務担当）	・客単価はやや下げ止まり感があり、来客数も例年を超えており、少し上向き加減ではないかと予測される。
		スーパー（総務担当）	・特売商品の動きが活発になっており、来客数が増加するとともに同一顧客の来店頻度も高くなっているため、あと一工夫の販促で売上高と粗利益が確保できそうである。
		コンビニ（エリア担当）	・周りの競合出店やスーパーの長時間化も一段落しており、回復傾向に向かう。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・低価格を求めての来客数は多いが、購入の仕方が安定してきているため、これから変わってくる。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・今年は昨年と異なりインナーの動きが良く、今から寒くなってくるとアウターも動いてくる。
		家電量販店（店長）	・欲しい物に関しては値段を惜しまない客が増加してきているので、単価も上昇してくる。
		家電量販店（店長）	・この半期は、微増ながら売上が尻上がりに良くなりつつある。
		その他専門店〔書籍〕（従業員）	・年末商戦に向けて、パソコンや大型、液晶、プラズマ等の各種テレビの売行きが良くなりつつある。
		高級レストラン（スタッフ）	・昨年あったような大型新刊が出ていないため、今月は前年比で売上が低下しているが、来月以降は今月ほどの低下にはならない。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約はあまり多くない一方で、予約なしの客が増加してきているため、今後も期待できる。
旅行代理店（経営者）	・SARSの影響が段々薄れてきておりやや良くなる。		
通信会社（企画担当）	・低価格化のなかで商品単価は落ち着いているが、販売は少し活発化してきている。		
競艇場（職員）	・12月の初旬に自前で大きなレースを開催するとともに、12月の中旬以降に全国発売の大きいレースがあるためやや良くなる。		
変わらない		商店街（代表者）	・客及び通勤、通学者などの来街者の数は減少気味であり、商店街として事業の変革を行わない限り改善は見込めない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・全体的に更に厳しい状況に入ってきているが、新しい企画が以前よりも活発になってきているので、それが当たれば数字も上がってくる。
		百貨店（売場担当）	・取引先の更なる効率運営が進められており、店頭動きが少し良く、人気ブランドでそこそこ売上があっても退店する状況が出ている。
		百貨店（購買担当）	・9月に売上が伸びなかった分、12月以降の商品発注ができなくなるため、需要が伸びても商品が不足してくる。
		百貨店（購買担当）	・2、3か月先のセール期間に入っても、客は必要な物は求めるが、必要でない物は求めないという状況が続く。
		スーパー（店長）	・ホームセンター、ドラッグストアも客動員のため、米、飲料など一般食品の低価格販売を強化するなど、業種を超えての販売競争が厳しくなり、身の回りの景気が良くなる気配がない。
		スーパー（店長）	・今後も1品単価の上昇が見込めないため、買上点数の増加で現状維持を目指している状況である。
		スーパー（店舗運営担当）	・今後もディスカウント形式が増加してくる見込みである。
		スーパー（店舗運営担当）	・平日のチラシ上での価格競争も更に激しさを増すため、現状よりも良くなることはない。
コンビニ（エリア担当）	・来客数は増加しているものの、買上個数は大きく減少し客単価も大きく低下している。		
家電量販店（副店長）	・プラズマ、液晶テレビなどの高額商品は計画的に購入されているが、5万円から10万円の商品の購入に関しては、非常に慎重な姿勢がうかがえる。		

	家電量販店（予算担当）	・パソコンの改正リサイクル法の施行による影響は思ったほどなく、大幅な前年割れはないものの、売上構成比が大きいにだけに予断を許さない。	
	乗用車販売店（経営者）	・コンパクトカーはよく動いているが、大型車の売行きは依然として悪く、景気が底を打つのはもう少し先になる。	
	乗用車販売店（統括）	・県内の販売状況を地区的にみていると、県北部と県東部の実績が県西部の足を引っ張った形になっている。 ・県西部にしても良いのは広島市だけで、大竹、呉の動向もあまり良いとは言えない。	
	乗用車販売店（営業担当）	・決算月からの新車発表、マイナーチェンジ発表にもかかわらず、新規客の伸びは鈍く、既存客の購買意欲もあまり伸びていないことを考えると、3か月後も期待できない。	
	自動車備品販売店（経営者）	・冬用タイヤやチェーン等、冬季商品の需要期に入り、年間を通じ一番の商戦期になると期待はしているが、気象の長期予想が暖冬と発表されるなど良くなる材料に乏しい。	
	旅行代理店（営業担当）	・SARSの風評被害からほぼ回復しそうである。	
	通信会社（通信事業担当）	・秋のキャンペーンは比較的好調で反応も良いが、キャンペーン後の落ち込みも予想されるので、先行きは分かりにくい。	
	通信会社（広報担当）	・新商品の発売予定があるものの、発売時期が集中していないため大きな増加はない。	
	テーマパーク（広報担当）	・冬季は来場者が減少するが、団体客の入込みが堅調で、例年と比較して増加はなくとも大幅な減少は考えにくい。	
	その他レジャー施設 [温泉センター]（営業企画担当）	・日帰り温泉部門は、毎年秋に実施する会員向け入館料の値下げを行わないため、予想どおりの利用実績を上げることは難しいが、営業力の強化で打開を見込んでいる。 ・温泉ホテル部門は、12月末までの企画の効果で前年超えが期待できる。 ・固定客作りで足元を固めることで、先の営業の安定を図っていく施策を講じている。	
	設計事務所（職員）	・一戸建て住宅は着実に建設されており、個人向け住宅の供給は今後とも変わらない。	
	住宅販売会社（従業員）	・来客数も以前に比べて回復してきているものの、競争の激化により、契約件数、契約金額ともに伸びてくる様子が見られない。	
	住宅販売会社（経理担当）	・新規発売物件の予定がない。 ・12月中旬を過ぎると、モデルルームへの来場者はほとんどなくなるので契約戸数の増加は期待しにくい。	
	住宅販売会社（販売担当）	・展示場、イベント発表会などの来場者数が以前から増加していない。	
	やや悪くなる	百貨店（売場担当）	・例年10月は非常に調子がよく、11月、12月はその反動で苦戦するので、セール待ちに流れが行くまで、正価の動きは非常に厳しい。 ・バーゲンが早まり、そこにタイミング良く入ることができなければ、売上は見込めない。
		スーパー（店員）	・少しでも値上げすれば売上が減少するため、悪くなるような気はしても、良くなる雰囲気はない。
		コンビニ（エリア担当）	・酒類販売免許の緩和により、ここ2、3か月で酒を販売するコンビニやスーパーが増加してくるため、かなりの影響が出る。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・集客を図るためチラシを入れても前年以上に来客数が増加しない。また、来客数を増やす要因がなかなか見つからないため、やや悪くなる。
		ゴルフ場（営業担当）	・例年に比べて予約数が少なく、来客数がますます減っていくことが予想される。
	悪くなる	設計事務所（経営者）	・年度末工事の発注見込みがない。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・定番商品は昨年とほぼ同じような動きになり、やや回復基調に向かっている。 ・量販店は相変わらずオンリーワン商品に力を入れている。
		化学工業（総務担当）	・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って少し利益が出るようになり、株価の上昇も少し追い風になっているが、収益面ではまだ厳しい。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新規案件、引き合い、試作いずれも活発で、受注も変更なしの予定となっており、好調となる見込みである。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・10月発売開始された新規製品の受注がけん引するため、販売量は好調を維持する。

	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今まで受注がそれほどなかった部門に引き合いが多くきています。	
	輸送業（統括）	・これから年末年始にかけて、業績確保のため休日も営業するサービス業が増加しているため、当社などの物流企業に休日のアウトソーシング需要が発生し、物流需要も増加する。	
変わらない	木材木製品製造業（経理担当）	・現在は住宅関連の仕事が住宅減税の前倒し効果で増加しているものの、2、3か月後にはその効果がなくなる。	
	化学工業（総務担当）	・現在のところポリプロピレン等は受注、販売ともに好調であるが、今後円高がどのように影響するか不透明である。	
	非鉄金属製造業（経理担当）	・電池材料などIT関係の需要は今後伸びてくることが予想されるが、逆に既存品販売価格の下落傾向は今後も続くので、既存品については当社のコスト体質そのものの抜本的改革が必要である。 ・新規製品に関しては今後の伸びが予想されるが、これも販売価格下落のスピードは早くなることが予想されるので、品質はもちろんコスト削減策も相当詰めておく必要がある。	
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・今後の売上見通しについて、海外向けの製品は顕著に伸びつつあるが、その他については好転材料がないことから、先行きは横ばいで推移する。	
	通信業（社員）	・次年度の売上確保のため、受注に向けての提案営業を展開しているが、各社とも予算面で厳しく、提案しても即受注には結び付かない。	
	通信業（営業企画担当）	・中小企業へのIT化浸透が進むにつれて、現在でもやや過当競争気味の通信業界は、ますます安値攻勢によるシェア確保争いへ突っ走りかねない懸念を抱えている。	
	金融業（業界情報担当）	・地元の大手自動車会社では、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が、円高により輸出にブレーキがかかる懸念もあり、景況感は横ばいである。	
	その他サービス業〔清掃具レンタル〕（情報管理担当）	・高額所得者、高齢者層をターゲットにした掃除の家事代行サービスは今期も好調に推移しているが、反面、家庭全般を対象としたレンタルモップの売上は苦しい状況が続いている。	
やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・様々な面で節減を行ってきたが、今後は固定費、人件費を減少させなければならない状況である。	
	鉄鋼業（総務担当）	・材料費の高騰や為替動向への不安が広がっている。	
	金属製品製造業（総務担当）	・現在の受注状況を見ると、2、3か月後の受注量が少ない。	
	建設業（営業担当）	・民間工事で予定金額と見積金額との差があるため、その差が10%弱程度に縮まるまで受注を据え置く業者が増加している。	
悪くなる	-	-	
雇用関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・人材派遣需要は堅調で、事務職の派遣だけでなく、営業、販売、軽作業など派遣職種が広がっている。
		求人情報誌製作会社（統括）	・求人に意欲的に取り組もうという動きが出ている。
変わらない		職業安定所（職員）	・新規求人数、特にパート求人に増加傾向がみられる。
		職業安定所（職員）	・建設関連の業種で規模は小さいものの人員削減の動きがある。 ・有効求職者数は減少していない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人を含めて就職活動状況では順調に推移しているが、実際には、一部の業種の好調に支えられている。
やや悪くなる		学校〔短期大学〕（就職担当）	・依然として短大生の雇用情勢は厳しく、求人があっても契約社員や嘱託社員などがその多くを占める。 ・現在は各企業の来年度新卒者の採用活動がやや活発化している。
		人材派遣会社（支店長）	・地元大手自動車会社の業況を軸に景気や雇用の回復が語られている一方で、第3次産業は依然として回復傾向がみられず、人材の供給過多もほとんど解消されていない。
		職業安定所（職員）	・大手電機メーカーの大幅な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。
悪くなる	-	-	