

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）	・予約件数、問い合わせ件数が多くなってきている。	
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・地場の小売業、百貨店業の競合他社の新店舗や売場改装情報が数多く発信されており、市場全体のパイは変わらないものの、その影響で全体的に活気づき、消費が喚起される。	
		百貨店（販売担当）	・気温の低下に伴い、今まで買い控えられていた季節商品のマフラー、手袋、ストールなどの動きが出てくる。	
		コンビニ（エリア担当）	・周辺における競合店の出店やスーパーマーケットの長時間化も一段落しており、回復傾向に向かう。	
		家電量販店（店長）	・年末商戦に当たり、プラズマテレビ、液晶テレビの動きが好調になる。 ・エアコン、暖房機などの季節に左右されるものも徐々に売上が増加してくる。	
		乗用車販売店（経営者）	・客から景気の底を脱したという話が聞けるようになってきており、年末を控えて需要が増加するとともに、新型車の投入が需要を喚起する。	
		乗用車販売店（統括）	・首都圏の需要が一段落することによって、地方で需要が伸びてくる。 ・首都圏に本社のある会社が新車を使い、古くなった車を地方に回すという図式が崩れてくる。	
		住関連専門店（営業担当）	・新春を挟んで春のプライダグ客の下見が増えるとともに、早期契約も増加する。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会の予約が順調で、客単価も少し上昇する。	
		旅行代理店（経営者）	・SARSの影響もだんだん薄れていき、今後は中小企業の景気が問題となるが、まだ不透明なところがある。 ・数字にはまだ現れていないが、売上は徐々に元に戻ってきてつつある。	
		通信会社（営業担当）	・インターネットサービスの更なる低価格化により、新たな需要が掘り起こされ、市場が活性化する。	
		通信会社（通信事業担当）	・例年、年末は駆け込み需要で加入の増加があるが、受付期間を延ばすので更に需要が増加する。	
		テーマパーク（業務担当）	・来園者増加の起爆剤となるような行催事を予定している。	
		競艇場（職員）	・2月に大きいレースを開催するので、来場者数及び売上が増加する。	
		美容室（経営者）	・今月の客が2、3か月後に来店するので、新規客と今月の客の様子から増加する。	
		美容室（経営者）	・現在、いろいろな企画を打っており、成功が見込まれている。	
		変わらない	百貨店（販売促進担当）	・今後の気温の推移も高めと予想され、12月に入れば完全なセール待ちの状況となるため、冬商戦の動きに大きな懸念材料がある。
			スーパー（店長）	・一部の業種を除いてはボーナスの削減が大多数のなかで、年末のギフトの動きも非常に悪く、良くなる見込みはない。
			スーパー（店長）	・食品はほぼ底を脱し、顕著な伸びがみられる。 ・住居関連、衣料品は、客が必要な物以外は買わないという状況が継続している。
			スーパー（総務担当）	・年末年始に向けて期待感はあるが、客が必要最小限の買物しかしない傾向は変わらない。
スーパー（販売担当）	・例年より客の買上点数や来客数が少なくなっており、12月後半は良くなるが、1月以降は元の調子に戻る。			
コンビニ（エリア担当）	・ここ数か月は来客数、買上点数は横ばいで、現状以上の伸びは期待できず、今後も当面現状維持が続く。			
衣料品専門店（地域ブロック長）	・客に商品を勧めたら買うようになってきている。			
衣料品専門店（店長）	・来客数の伸び率が上昇していない。 ・プラスアルファの買物が控え目になっている。			
家電量販店（副店長）	・ワンランク上の商品を無理をしてまでは購入しないという傾向は変わっていない。 ・衝動買いが増えないので、上昇気運は生まれえない。			
家電量販店（予算担当）	・プラズマ、液晶テレビなどの映像関連は前年を上回っているが、暖房器具等の季節関連の商品の出足が悪い。			

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
		乗用車販売店（統括）	・客は生活費の余裕が減ってきており、支払条件でこちらが無理をしても購入しない。
		乗用車販売店（販売担当）	・車検の入庫台数は前年より増加しているが、単価が大幅に低下し、利益が減少している。
		乗用車販売店（営業担当）	・来年の1、3月は新車販売の年間最大需要期であるが、客の買い控えの傾向が強く、明るい材料がないため期待できない。
		自動車備品販売店（経営者）	・客の動向から景気が活発化する雰囲気が見られない。
		高級レストラン（スタッフ）	・12月、1月は冬用タイヤやチェーン等、冬季商品の需要期に入り、年間を通じて1番の商戦期となる。
		通信会社（企画担当）	・多くの企業の間決算発表は好調だが、冬のボーナスは昨年より少なくなるとの見通しで、個人消費の回復材料がない。
		その他レジャー施設〔温泉センター〕（営業企画担当）	・11月は利用客が多かったが、これ以上良くなるかどうかの見通しは難しい。
	やや悪くなる	住宅販売会社（経理担当）	・基本サービスについては、今後の四半期に大きな動きがない。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・アプリケーションについては、来年徐々にネット電話や動画での動きが出てくる。販売量が上向きになるのは2～3か月後の見込みである。
		百貨店（売場担当）	・日帰り温泉部門は商圏の拡大が進む反面、地元客の利用拡大が進まず、客動員に好転の手応えがない。団体利用も例年より高額宴会が目立たず、低単価路線が続く。
		百貨店（電算担当）	・温泉ホテル部門は、年末正月と満室の予約状況だが、平常時の予約は直前にならないと入らないため、先行きも不透明である。
		コンビニ（エリア担当）	・年末年始はモデルルームへの来場者はほとんどなく、実質的な営業日は約半分で、例年この時期は来場者、契約数とも低調であり変化がない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・価格表示を来年4月より総額表示に変えなくてはならず、高いというイメージとともに買う気が削がれ、全体的に売上が低下するおそれがある。
		家電量販店（店員）	・従来を表示を変更しない店舗が多くなることから、店の利益圧縮やデフレが進む。
企業動向関連	変わらない	百貨店（売場担当）	・客の消費意欲が上がらず、冬物衣料、雑貨を中心に在庫の消化が悪い。
		百貨店（電算担当）	・各メーカーとも新しい物の提案や春物の導入が遅れ、売れない物を引きずる悪循環が広がっている。
		コンビニ（エリア担当）	・消費がかなり冷え切っており、売れる物は単価が安い生活必需品に限られている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・社会のムードに加えて、実際のボーナスも減少しているため、消費はかなり下向いている。
		家電量販店（店員）	・酒類免許の緩和でますます競合が厳しくなる。
		住関連専門店（広告企画担当）	・低価格商品と高額商品とに2極化している。
		住関連専門店（広告企画担当）	・ボーナスが出ないかもしれないという客が多く、その影響で売行きが鈍ってくる。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・購入までの調査期間が長くなっている。
		食料品製造業（総務担当）	・金額の低い商品を探している客も多く、集客活動に対する成果が以前より悪くなっていった。
		化学工業（総務担当）	-
		化学工業（総務担当）	-
	良くなる	農林水産業（従業者）	・青物のアジ、サバ、イワシは芳しくないが、沖合イカ釣り船だけが好調で、水揚げ量が増えている。
		食料品製造業（総務担当）	・商品の動きもほぼ例年と同じような状況になり、やや回復基調である。
		化学工業（総務担当）	・正月商品向けの商材は、例年の出荷ベースに乗りそうで、前年実績はクリアする。
		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り少し利益が出るようになってきているが、収益面では厳しい。
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・当社の経営状況は良いものの、石油の原料価格が高めに推移している。
		食料品製造業（総務担当）	-
		化学工業（総務担当）	-
		化学工業（総務担当）	-

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
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・需要家の好調な生産は今後も継続する見込みであり、現在の生産水準が続く。
		鉄鋼業（総務担当）	・国内需要に大きな変化はないが、薄板の在庫が高水準となっているため、在庫調整を検討している。 ・輸出は中国を中心に堅調だが、韓国で一部商談に不透明感がある。 ・品種では自動車向けや厚板の販売要望が依然強い。
		鉄鋼業（総務担当）	・為替の動向がどうなるか懸念される。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内での売上は苦戦しているが、海外向けの製品の受注が順調である。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・受注額は高水準を維持する。
		輸送業（統括）	・企業の輸送に関するアウトソーシングが増えているため、需要は上向きになっている。ただしコスト削減のためのアウトソーシングなので、売上は現状では変わらない。
		通信業（社員）	・現在、次年度売上高の確保に向けた受注営業時期だが、各社とも予算面で厳しく、受注にはなかなか結び付かない。
		通信業（営業企画担当）	・通信業界の需要母体は限られたパイだが、将来ビジョンがあいまいなまま、相変わらず低価格路線による顧客の奪い合いを続けている。
		金融業（業界情報担当）	・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。 ・主要市場である北米での先行きが計画通り行かない懸念もあり、景況感は横ばいである。
		やや悪くなる	
金属製品製造業（総務担当）	・当社の主要な指標である金融機関、一般企業からの受注が減っている。		
建設業（経営企画担当）	・2、3か月後は例年受注が少ない時期であるが、特に公共工事の減少が厳しく、例年と同程度の受注も見込めない状況である。		
悪くなる		非鉄金属製造業（経理担当）	・価格競争の激化に直面しているが、作る側に以前のままでのプロダクトアウトの発想が抜けきれないところに敗因がある。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（経営者）	・人材派遣の需要は堅調で、活用の幅は広がりつつある。新規出店や新サービスの開始に伴う営業、販売職に関する派遣需要が出ている。
	変わらない	民間職業紹介機関（職員）	・中途採用をしたことがなかった老舗の製造企業が、増員目的で中途採用を始めている。 ・今まで高水準の人材を求めていた製造企業が、条件を緩和してきたため、製造業を中心に雇用が活発化している。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	・退職者の社員補充を正社員で補うのではなく、契約的な社員やパートで補っていく傾向があり、当分の間このような傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数の減少傾向に歯止めがかからず、有効求人占める割合が増加傾向にある。 ・学卒求人の提出を事業所へ依頼しても、先行きの不透明さを理由になかなか提出が得られない。
	やや悪くなる	学校 [短期大学]（就職担当）	・企業の採用構造が変化し、必要なときに必要な人材を新卒かどうかにかかわらず採用するような企業が増えているため、新卒採用の機会は減り、好転の兆しはない。 ・保育系、福祉系など一部の業種では採用活動がやや活発化している。
		人材派遣会社（支店長）	・人材に対して投資をしている企業は収益を順調に伸ばしているが、そのような企業数は極めて少ない。 ・顧客からの距離が遠い企業が多く、担当者と話しても悪化の原因を政治や景気など外に求めるところが多い。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・大手電気メーカーの大幅なリストラ計画により離職者が多数発生し、有効求人倍率の低下が懸念される。
		-	-