

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）	・作業服を着た客、サラリーマンの客も若年層の来店が増加している。 ・客の表情が非常に晴れやかになり、将来的には良くなるのではないかなという様子が見て取れる。 ・BSEによる影響も、ハンバーグなど他の商品へ注文が移行してカバーできている。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・大規模ショッピングセンターのオープンを始め、10年前の広島アジア大会以降、初の大きなマーケット変動があり、雇用の需要も多く、マーケット自体が活性化する。
		百貨店（販売促進担当）	・春物やキャリア服などの商品の売行きが好調であり、今後も堅調に推移する。 ・開店100周年が大規模な宣伝媒体となる。
		百貨店（売場担当）	・周辺の店舗の改装が終了し、各地方からの来客も含めてより多くの来客が見込めるので市場全体としては非常ににぎわう。 ・ただし、競争が激しくなるので、現在のペースほど商品が売れなくなる。
		スーパー（店長）	・前年と比較し、今後も客の買上点数と客単価の増加傾向が続く。
		家電量販店（店長）	・オリンピックイヤーによる大型テレビの需要が更に拡大し、パソコン関係も引き続き堅調に推移することが見込まれるため、季節商品の変動はあるものの、全体的にはやや良くなっていく。
		家電量販店（予算担当）	・アテネオリンピックイヤーでもあるため、比較的高額のプラズマ、液晶テレビの売行きが今後も順調に推移していく。
		乗用車販売店（統括）	・顧客の来店数が上向きつつあり、商業車も少しずつ上向いている。
		通信会社（企画担当）	・徐々にではあるがIP電話やコンテンツ等、附帯的サービスの普及が進み、目立たない範囲内かもしれないが、客単価が上昇し、売上高もアップする。
		住宅販売会社（経理担当）	・新規の発売物件が数棟あり、比較的低価格の物件が多いため、契約数は増加する。
変わらない	商店街（代表者）	・今のところ新しい動きなり、加盟店の増加、出店問い合わせ回数増加などの明るい情報が無く、現状を打破する様子がない。	
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・消費税の総額表示がいい形に動くか、悪い形に動くか、これに伴う値下げの動きもあるため様子見している。	
	百貨店（営業担当）	・婦人服の今春の予想トレンドはフェミニンな物が見込まれ、動きは良くなるが全体的にはあまり変化がない。	
	百貨店（購買担当）	・セール品、低価格商品の動きが良く、売上が好調に推移している一方で、春物商品の動きが鈍く、今期のトレンド商品も出てきていないので、全体では変わらない。	
	百貨店（売場担当）	・春物商品の動向は、マザーニーズといわれる入学などの目的のあるものの動きは堅調に推移しているが、新しい企画やデザイン物は動きが鈍く不調である。 ・決算期社員販売も前年比80%で、付き合い買いも限界にきている。	
	スーパー（店長）	・ここ数ヶ月の販売点数前年比104%から105%というトレンドはこれからも続く。	
	スーパー（店長）	・客数は徐々に回復してきている。 ・4月1日から実施される総額表示の影響が未知数である。客の動向を見て対策していく。	
	スーパー（店員）	・消費税総額表示により値上げ感が発生し、購買への警戒感が出るため厳しくなる。	
	コンビニ（エリア担当）	・客数・客単価とも堅調な推移は続いており、当面現状ペースは維持できそうであるが、依然顧客の購買状況は上向き感はなく、変わらない。	
	衣料品専門店（販売促進担当）	・春物の売上が望めるが、天候次第では一気に夏物になってしまうおそれがある。	
	乗用車販売店（統括）	・3月は通常月の2倍の需要があるが、今までの顧客の動きを見ると今後も変わらない。 ・「これ以上のローンは組めない」という客が増えている。	
	乗用車販売店（サービス担当）	・良くなる商品のでこ入れが無いため変わらない。	

	住関連専門店（広告企画担当）	・単価の低下が収まらず、税込みがどうかを気にする客が増え、大きな動きにも敏感になり、4月から価格不信の客も増える。
	その他専門店〔書籍〕（従業員）	・年始の芥川、直木賞による購買の反動がある。
	一般レストラン（店長）	・隣のデパートが、かなり大がかりな改装を店内外で実施するので、相乗効果が出る。 ・来週中にはBSE問題による輸入規制のために、ホルモンやタンが販売できなくなるため、どう影響するか不安である。
	都市型ホテル（経営者）	・BSEや鳥インフルエンザの問題により、景気は上向きにはならない。
	都市型ホテル（総務担当）	・行く方面によっては客から、また、社内でも大阪エリアなどでは景気回復の声は聞かれるが、当地ではそれにつながる具体的な数値や要素はみられない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊客の予約が、日が迫ってからの予約に集中しており、ゴールデンウィークの大きな動きもまだみられていない。
	旅行代理店（経営者）	・国内旅行は前年の96.6%と回復してきたが、海外旅行が前年の49.7%と回復せず、今後の海外旅行の動向が不透明である。
	タクシー運転手	・乗車する客より、いい意味での転勤をする、歓送迎会をするという声が聞かれるようになった。
	設計事務所（職員）	・一戸建て住宅地用として近隣の田畑が整地されており、個人住宅向け関連の景気は、依然としてやや良い状態が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・客の購買意欲は出てきたが、建築材料が一部高騰しているため、売価の値上げを余儀なくされ、若干購買意欲に水を差すような結果を招く可能性がある。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税総額表示による値上り感などの影響がある。
	商店街（代表者）	・消費税総額表示により、割高感が客に感じられるようになるとともに、値下げ合戦が起こる。
	一般小売店〔印章〕（営業担当）	・消費税総額表示により、多くの商品の売上に影響が出るのみならず、パンフレット作成などの作業の影響も考えられ、価格見直しの動きもみられるようになる。
	スーパー（店長）	・消費税総額表示により、手ごろ感を出すためにはある程度消費税を負担しなければならないので、利益が下がる。
	スーパー（店長）	・大手GMSの進出により広島地区の競争は激化すると予測され、そのため景気はやや悪くなる。
	コンビニ（エリア担当）	・既存店の状況が若干良くなってきているが、このままでは、前年を割ってしまう可能性がある。
	コンビニ（エリア担当）	・量販店の24時間営業、コンビニの競合店出店などにより、売上が下げ止まらない上、客単価も下がってきており、この状況が続く。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・単価は変わらないが、客数増加の要素がない。
	衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費税総額表示による影響が不透明のため、先行き予測が難しい。
	乗用車販売店（販売担当）	・新卒者地元求人が少なく、若年層の車購入が減少する。 ・公共事業予算減で、建設業からの車購入が減少する。
		悪くなる
企業動向関連	良くなる	-
やや良くなる	農林水産業（従業者）	・1月はシケが多く不漁で、特にイカ釣り漁は全く水揚げがなく、また定置網もシケと越前クラゲのため、網を上げていたが、3月中旬より定置網の設置をする予定であり、天候の回復も期待される。
	木材木製品製造業（経理担当）	・個人消費回復には時間はかかるものの、企業業績全体が良くなっている状況なので、現状よりは景気は良くなる。
	一般機械器具製造業（経営企画担当）	・今春新商品の販売に、顧客の反応から期待ができる。
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・造船関係で需要増加に伴い価格上昇がみられる上、受注はなお豊富である。
	建設業（営業担当）	・土地関係の売買案件、及び土地所有者による土地利用計画に基づく相談が増加してきた。
変わらない	化学工業（総務担当）	・原油・ナフサ価格の高騰による売買スプレッドの悪化は、今後も変わらない。
	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・需要家の好調、また積極的受注活動の結果、生産量は現在水準を維持できる。
	金属製品製造業（総務担当）	・現在の受注、売上の傾向よりみて、今後もあまり変化がない。

	電気機械器具製造業 (広報担当)	・液晶関係は今後も引き続き拡大が続くと思われるが、レーザー関係は競争がますます激化するので、全体的には変わらない。	
	輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・主要顧客の新製品群が、海外での評価が高く、当社の受注予想も国内向けのものから海外向けの製品へ切り替わっており、国内向けへの一服感を補っている。	
	通信業(社員)	・次年度売上に向けた営業を展開中であるが、各社とも予算面で厳しいものがあり、2～3か月後に景気好転して受注に結び付くとは思えない。 ・現段階では客からの受注は横ばいであり、景気が良くなっているとは感じられない。	
	金融業(営業担当)	・公共工事と大手の企業に頼っている状況が続いている。 ・大手の企業の輸出が伸びても地場企業にはあまり関係無いので、地場経済が好転するにはまだまだ時間がかかる。	
	金融業(業界情報担当)	・円高進展は懸念材料ではあるが、当面受注量は高水準が続くとみられ、景況感是不変。	
	会計事務所(職員)	・中小零細販売業の売上高低調が目立ち、サービス、飲食業も思いのほか客足が集まらない反面、くず鉄の値段が上がる気配を見せており、製造業は今の調子を維持できる。	
やや悪くなる	建設業(経営企画担当)	・年度末のため公共工事が増加すると予測されるが、公共工事の絶対量が減少しているため、受注量を増やすにも限度がある。	
	通信業(営業企画担当)	・通信サービス事業は、現在の買換えが増収効果とならないため、高グレード商品のメニュー追加によるバリエーション増などの決め手を持たないまま、相対契約開始も見据えた顧客獲得戦略の模索が続く。	
悪くなる	-	-	
雇用 関連	良くなる	求人情報誌製作会社 (支店長)	・自動車や造船など外需の雇用需要の増加だけでなく、住宅、不動産といった内需の雇用需要も増えており、過去と比較しても良い方向に向かっている。
	やや良くなる	新聞社[求人広告] (広告営業担当)	・今春卒業の高校、大学生の内定率がやや上昇している様子であり、年度が変われば求人数はやや増える。
		職業安定所(職員)	・情報処理・提供サービス業の事業所において、今後5年間で120人程度の増員計画があるなど、事業主の新規求人への意欲はやや上昇している。
		民間職業紹介機関(職員)	・小、零細企業では人材の確保が難しくなってきたというような声を聞く。それだけ中堅、大手の採用意欲が高まっている。
	変わらない	人材派遣会社(経営者)	・現在人材派遣の需要は堅調にあり、3月スタートの改正派遣法も人材派遣マーケットの拡大につながるが、企業の人材サービスに対する要求は高度になってきており、マッチする人材の供給が困難になっている。
		職業安定所(職員)	・大量離職が一段落したため、今後しばらくは求人・求職とも大きな動きはない。
		職業安定所(職員)	・求人は増加傾向であるが、求職者数が高止まりしている。
		学校[短期大学](就職担当)	・雇用情勢全体が活発化に転じる材料は乏しく、今後もあまり期待は持てない。 ・デジタル商品業界の一部活況がマスメディアでは報じられているが、同関係業界から届く求人の雇用形態は相変わらず契約社員、臨時社員、期間社員、パートタイマー採用などが多く、正社員としての採用を求める学生との間にはギャップが生じている。
	やや悪くなる	学校[大学](就職担当)	・好調な雰囲気は求人を伸ばしているようにみられるが、派遣登録の求人が伸びているにとどまり、それも欠員補充的なものが多いため、この好調は続かない。
	悪くなる	-	-