

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）	・卒入学に向けての予約及び問合せが、例年と比べ非常に多いことから、これから良くなる。
		旅行代理店（営業担 当）	・自然災害など需要阻害要因が発生しない限り、必ず上昇する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・県内の基幹産業は堅調であることから、消費意欲の問題だけであり、今後は徐々に景気は良くなると見込んでいる。
		百貨店（売場担当）	・夏物受注会を実施したところ、受注額で前年比150%増加し、受注点数で前年比120%増加したことから、春夏期は好調になる。
		スーパー（店長）	・販売量、来店客数とも、いずれも伸びつつある上に、最近では買上単価が前年を上回り始めたため、2、3か月先は少しは良くなる。
		コンビニ（エリア担 当）	・岡山国体に向けての準備が本格化し、消費が拡大する。
		その他飲食〔ハンバー ガー〕（経営者）	・今月は週末に雪が多く一服状態であったが、客数は上昇傾向が続いている。
		観光型ホテル（スタッ フ）	・3か月先の予約状況から判断して、やや上向きになっている。
		都市型ホテル（スタッ フ）	・愛知万博の影響も考えられるが、一方で、今年度からのプロ野球交流戦の話題性によって、球場来客による家族連れの宿泊が増加する。
	美容室（経営者）	・店舗改装が1店舗終了したこと、50周年記念イベントを実施するため、景気は多少上向く。	
	変わらない	商店街（代表者）	・色々ところで商店街復活の活動が行われているが、まだその効果が目に見えて表れていない。人通りが少ない状態が続く。
		一般小売店〔印章〕 （営業担当）	・市町村合併が一段落すると落ち着いてくる。
		百貨店（販売促進担 当）	・県職員、市職員の給料5%カットが実施される事もあり、消費の改善はあまり期待できない。
		百貨店（売場担当）	・今年もヒットアイテムが出ておらず、新しい提案商品も少なく話題性の乏しい春夏新作商材となっているため、強力に売上を構築する商材が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・婦人服ヤング層商材では流行に応じて購買の動きが予想されるが、ミセス層では目的買い傾向が強くなり、大きな売上の動きは期待できない。
		百貨店（購買担当）	・今年も春物商材に売筋商品が生まれていない。卒入学、就職進学に伴うスーツなど目的商材は動きが見られるが、ヤング層を中心とした爆発的なヒットアイテムが存在しない限り、この先も婦人服業界は厳しい。
		スーパー（店舗運営担 当）	・就職進学期に入るが、家計経費抑制の一環として、買い控えは続く。
コンビニ（エリア担 当）		・一部では改装などで若干堅調な店舗もあるが、全体では売上を前年割れしている。コンビニ、スーパーの閉店が相次ぎ、来月も4店見込まれていることから、残った既存店の売上の若干上昇を見通しても、現状の低迷は続く。	
衣料品専門店（販売促 進担当）		・季節のずれ込みが見られ、いきなり夏物商材に移行する可能性があるため、春物商材の在庫を残す恐れがある。	
家電量販店（副店長）		・市町村の合併問題などに対する将来への不安感が大きく、公務員の客の財布の紐がまだまだ固い。公務員の街と言われるだけに、影響力は予想以上に大きい。	
家電量販店（予算担 当）	・来店客は上昇が見込めるが、単価が下落しているため、売上増加にはつながらない。		
乗用車販売店（経営 者）	・身の回りの感じでは来場者の減少など、3月決算の雰囲気を見ても、どうも良くなるという雰囲気ではない。このまま分続感じである。 ・自動車業界は1,000ccクラスは少し活発だが、2,000ccクラスは全く動いていない。決算時期でこれでは先行きが暗い。		
自動車備品販売店（経 営者）	・底は脱しているとはいえ、現状の底堅い動きが続く。以前の集客施策や販促施策が効果薄であったときに比べれば反応は良くなっており、急回復とは言わないまでも若干の上向きはある。		

	一般レストラン（経営者）	・来客数、売上ともに先月は好調であったが、今月は積雪などもあり苦戦した。しかし、客単価は変わっていないため、堅調さには変化はないものと判断している。	
	一般レストラン（店長）	・3月から新しいイベントが始まるため期待したい。下げ止まり傾向は感じている。	
	タクシー運転手	・介護保険利用の見直しなどがあるが、規制緩和の動きも落ち着き、増車の傾向も見受けられないため、今年は前年を維持もしくは上回る売上になると予測している。	
	通信会社（企画担当）	・年度更新をはさんで話題性のある商品の展開が予想されるものの、売上の動きとしては安定した基調が変わりなく続く。	
	テーマパーク（財務担当）	・入選者数は順調に推移しているが、入園料値下げの効果と考えられ、景気が良くなっているとは言えない。	
	テーマパーク（広報担当）	・相次ぐ台風や長雨で被害を受け、復旧作業に努めているが、来客数を挽回するには課題が多い。	
	ゴルフ場（営業担当）	・来場者はどんどん減っている。3か月先を見ても、予約状況からして今のペースで減っていきと考えられる。	
	住宅販売会社（従業員）	・来場数もあまり増加してきていないし、来場された顧客も購買意欲、購買価格も低下ぎみの感があるので、上昇傾向になると見込めない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・子供服、ベビー服はオーバーストアで需給バランスが崩れ価格が下がっているが、顧客の意識ではもっと下がっても良いと思っているようで、このデフレ傾向がどこまで続くのか計り知れない思いを抱いている。	
	スーパー（総務担当）	・卵の高騰が続いており、特売価格も3割上昇している。今後も現在の価格が続くそうで、卵は食品部門の主力商材の一つで価格のパロメーターとしてみられることから、他の商品まで高いように感じられ購買意欲が削がれる。	
	乗用車販売店（サービス担当）	・来店客数は増加しているが、新車成約率はあまり良くない。新型車効果も落ち着いてきた。	
	高級レストラン（スタッフ）	・3月の予約状況は、例年の入込みより遅い状況である上に、予約物件も人数が少ないのが目立つ。	
	住関連専門店（営業担当）	・前年よりも2回多く特別広告を出したが、前年比95%の売上である。利益は落ち込み、来客数も減少している。さらに競合店の影響で、今後もこれらの低下は続く。	
	その他専門店〔スポーツ〕（店長）	・ここ数か月の来客数は例年と比べ2～3割減少しており、この状況はしばらく続く予測している。また3月に郊外店のアウトレットがオープンすることもあり、特にファミリー層を中心とした商店街への来客数は減少する。	
	都市型ホテル（経営者）	・宿泊の3か月先の宿泊予約をみると、前年よりかなり悪い状況にあり、今年の9月あたりまでこの状況が続くと予測している。	
	旅行代理店（経営者）	・年度末、年度始めの受注が非常に低調である。例年は3月の駆け込み需要でかなり賑わうが、今年はほとんどない。	
	通信会社（社員）	・地方では商談に占める自治体に依存する比率が高いが、合併により自治体数が減少し、商談が減る可能性がある。	
	設計事務所（経営者）	・リフォームやまちづくりで忙しいのだが、新築物件が少ない。	
悪くなる	百貨店（売場担当）	・例年、3月上旬期における売上の牽引力となるヤング層関連の商材が未だ全く勢いが無い上に、ヒットアイテムもなく、盛夏まで苦戦する。	
	設計事務所（経営者）	・公表された県、市の新年度予算の大幅削減の影響を受け、景気は悪化する。	
企業 動向 関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・顧客の地元自動車メーカーは災害復旧を果たし、その商品の好調さに応えるべく、当社も能力増強を考えている。
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・不振だったスルメイカ漁が、少しづつではあるが回復してきた。 ・沖合底引き網漁は、安定して水揚げがある。 ・定置網も、3月中旬頃には網を入れ、春漁に期待がかかる。
		化学工業（総務担当）	・経費節減や業務の合理化、効率化などの社内体制の整備が進み、生産効率も上昇気味で利益が出るようになった。依然として物流費や原燃料費高などの影響はあり、また環境税等が収益に影響することが懸念されるものの、当面現状を維持できる。
		金融業（業界情報担当）	・利益率の伸びは鈍化が避けられないが、主要受注先の生産拡大により売上高は増加見込みである。設備投資も引き続き積極的に実施予定である。

	変わらない	鉄鋼業（総務担当）	・鋼材需要については引き続き国内、輸出向け、ともに堅調を継続すると思われる。しかしながら、原料価格が上昇しているため、顧客に対して価格面での理解をいただかなければ、収益面で大きな打撃を受けることになる。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注量に関しては今年1年間好調に推移しているが、原材料の高騰が懸念されるため、今後の景気は不透明である。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・北米を中心とした海外向け自社製品の受注は順調に推移しているが、原材料高騰による生産コストの悪化が当面続く。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・自作及び新規受注がなかなか成約につながらず、今後も良くなるとは思えない。
		通信業（営業企画担当）	・I P技術を中心とした通信サービスの高度化（多様化、大容量化）は、顧客にとって選択肢が増える効果をもたらしているが、提供側は収支面でますます厳しくなる。従来の高収益商品は減少一途なので、生き残り競争を勝ち抜くための新たなメニュー開発だけでなく、体制についても更に見直しを迫られる状況にある。
		広告代理店（営業担当）	・年度末を控えて、建設、自動車関係の駆け込み需要が増加しており、広告の露出も増加し、また4月の定期採用で人材を確保できなかった企業の求人広告を実施する。 ・しかし、3か月以降は、これらの動きも落ち着くと見られ、現在以上の広告増加の望みはない。
		会計事務所（職員）	・公共工事関連では、当初見込んでいた受注が先延ばしになった例もいくつかあり、先がどうなるか見通しがつかない。
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・今年に入って、売上が前年と比べ低迷している上に、スマトラ沖地震の関連からか、すり身の価格が高騰し、現在の卸値では利益が取れない商品が多くなっている。 ・得意先も値上げにはなかなか応じてくれず、手詰まり状況で、先行きが見えない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規の引き合いがあるが相変わらず価格面で厳しく、また原材料費の値上がりがこれからの収支を圧迫する。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・原材料の値上りに加え、4月以降受注金額の大幅な引き下げを要求されている。さらに金利の上昇も懸念される。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・パート以外の求人が増加している上に、契約社員ではあるが、大手製造業からの求人が出てきている。
		民間職業紹介機関（職員）	・求職登録数が減少傾向にあり、求人依頼数が逆に伸びてきているため、景気はやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・特に派遣で見ると、大型量販店の出店などによりたまたま増えているものが多く、仕事そのものが増えたわけではない。また単価交渉をしているが、デフレ圧力が強く、仕事が増えても収入が増えていない。
		求人情報誌製作会社（支店長）	・当面、企業の採用意欲は落ちる事はないように感じられる。景況感の良さは、しばらくの間は、高位で推移するのではないかと推測している。
		職業安定所（職員）	・求人も産業、業種でばらつきが見られ、求職はこれから増加すると思われるが、求人はこれ以上増加は期待できない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・多くの企業は今年度の採用活動を終え、新年度当初は、特に中小企業はこうした求人活動が中休みになることから、短期大学への求人や3月既卒者の雇用が活況を呈すことは考えられない。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・コールセンターなどの新規事業拡大による大量求人が一段落したこと、及び、卸、小売業での不振の続くと考えられ、低調傾向は続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人はあるのだが、20才代～30才代の若い人の中で「相応のスキル」を身に付けている人が多くないので、生活の安定に繋がりやすい正社員としての採用条件クリアできる人が少ない。
		悪くなる	-