

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	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・2、3か月前と比べ、来客数が2%程度上昇している。さらに依然はなかった若いグループが増加している上に、今後の予約状況もよい。
	やや良く なっている	百貨店(売場担 当)	単価の動き	・単品購入客にセット購入を提案すると、ほぼ確実にセット販売につながった。 ・客単価が前年対比156%と推移するなど、客数、客単価とも上昇している。
		百貨店(売場担 当)	販売量の動き	・3か月前と比べ、競合他社が苦戦する中、前年対比の数値が改善傾向にある。 ・特にヤングキャリアをはじめ、サンダルを除いていずれも前年並みに推移している。
		百貨店(販売担 当)	販売量の動き	・リニューアル実施により、売上、客数ともに、大幅に増加している。
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・ここ数か月、売上が前年対比102%で推移していたが、今月に入り105%に上昇した。販売点数が前年と比べ107%と大幅上昇したことが要因である。
		コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・3か月前と比較すると、売上は2.8%の上昇となっており、特に客数が3.2%の上昇、単価は全くの横ばいであり、客数・売上で見るとやや良くなってきている。
		衣料品専門店 (地域ブロック 長)	単価の動き	・フレッシュマン関連商材の動きが良く、来店客数も多い。 ・低価格のものより、セットで5万円から6万円という価格帯のものが売れている。
		家電量販店(予 算担当)	販売量の動き	・売上においては前年比105%と順調に推移している。エアークリーナーが前年の2倍近い伸びを示しており、季節商品が前年アップに貢献している。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・3月に入り、決算期のため、やや法人需要が高まり、これから先は不透明であるものの、前年より売上は増加した。
		乗用車販売店 (統括)	来客数の動き	・新商品の発売ということもあるが、新規の来店数が増加傾向にある。
		乗用車販売店 (サービス担 当)	販売量の動き	・新車の販売量は、前年の販売量と比較して、110%から120%の範囲で上昇している。
		自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	・天候の影響を受ける商品の動きは別にして、好調とはいえないまでも高額品(ナビゲーション等)を中心にして堅調に推移している。
		一般レストラン (店長)	来客数の動き	・下げ止まりの兆しがみられる。客数前年対比二桁増の店舗が増えている。新しい飲食店の進出も増えている中、我が社は良い方向に向かっている。
		その他飲食[ハ ンバーガー] (経営者)	来客数の動き	・プロモーション効果もあり売上、客数ともに二桁の伸びとなっている。上昇傾向は今月も続いている。
		旅行代理店(営 業担当)	来客数の動き	・万博開幕により、需要を喚起できた。
		タクシー運転手	販売量の動き	・ここ4か月間、いずれも前年同時期を上回るという売上状況は、ここ10年なかった傾向である。 ・歓送迎会シーズンであるが、顧客の出足は少ないように見えても、売上が伸びていることから、景気が回復傾向であると初めて実感している。
美容室(経営 者)	来客数の動き	・謝恩会需要などが多かった。		
変わらない	商店街(代表 者)	来客数の動き	・学生服など季節的に動く商品を扱っている店舗はいい様だが、例年に比べて来客数の減少及び購買価格の減少がみられる。	
	商店街(代表 者)	来客数の動き	・3か月前の12月商戦と現在の期の変わり目と比較してもいい方向にあり、変わらない。	
	商店街(代表 者)	お客様の様子	・自社に限れば若干良くなっているが、商店街のクレジット共催店舗売上によると、売上は前年対比9.2%減少、客単価も下がっており、長引いた寒波の影響と思われる。	

商店街（代表者）	お客様の様子	・新入学用品を直近まで見極めてからしか購入しない傾向は変わらない。
一般小売店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・顧客の価格に対する考えは依然として厳しいが、価格面に細かく厳しい顧客と価格に一切ふれない顧客とに二極化する傾向にある。
一般小売店〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・前年と比較して販売量は1割以上減少している。 ・新茶の販売時期を迎えるが、先行きは不透明である。
一般小売店〔印章〕（営業担当）	来客数の動き	・合併需要も落ち着き、ゴム印の注文の減少してきた。 ・印鑑、印鑑ケースもカラフルなものが動き始めており、若い人が個性的な印鑑を持つようになってきている。
一般小売店〔100円商品〕	販売量の動き	・販売量、客単価とも、やや落ち着いてきている。
百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・就職関連商材など目的購買商品は堅調であるが、ミセスを中心に春物ファッション関連全体の動きは鈍い。 ・特定の商品への売上集中の傾向が見られる。
百貨店（電算担当）	販売量の動き	・来店客数、売上は前年対比で横ばいである。しかし、新規催事が2本好調であったためであり、既存売場は苦戦している。
百貨店（売場担当）	お客様の様子	・月初の寒さなど天候不順により、衣料品を中心に春物商材の動きがかなり鈍化した。身回品については堅調に推移している。顧客の購入する商品を厳しく選択する傾向が強く見受けられる。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・春物実売期であったが、気温の低下により、雑貨は好調も、衣料品は婦人物、紳士物とも前年を大きく下回る売上であった。特に単価の高いスプリングコートやジャケットが不調であった。
百貨店（購買担当）	お客様の様子	・3月前半は、フレッシュャー、リクルートなど学生、新社会人向けのスーツの動きが良かったが、入卒園対応の付き添いマザーニーズが思ったように動かず、売上が伸び悩んだ。 ・特に30代40代の子供のいる女性は、出費が他方面に多い傾向が見受けられ、自分への出費は最低限といった傾向が目立った。
スーパー（店長）	お客様の様子	・天候に左右されたこともあるが、新規ディスカウント店出店、それに伴う近隣競合他社の改装開店による価格を訴求した広告展開のため、顧客の買い回り傾向が強まっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・商圏内競合店舗が1店舗閉鎖に伴い、客数は増加しているが、依然として買上点数の下落が続いており、客数の増加で売上を維持している。 ・一点単価の下落も引き続き、厳しい状況となっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・食品部門は客数が増加するものの、衣料品部門は天候により客数が減少し春物商材が不振であった。
スーパー（店員）	単価の動き	・類似商品の場合でも、内容量ではなく単価が低い商品が売れる傾向にある。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・産地キャンペーンを行い、通常取扱商品以外のものを展開したが、顧客の買い方も非常に慎重であり、目新しさだけでは購買につながらない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・例年3月後半から花見需要などで売上は上昇するが、今年は寒の戻りもあり、客数も減少している。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・国体前の公共工事等の需要は活発だが、一般需要に関しては回復の兆しは見受けられない。
衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・フレッシュマンスーツは新商品により客数が増加したが、一般客に関しては、さほど伸びておらず、全体としてはほぼ例年並みで推移している。
衣料品専門店（地域ブロック長）	販売量の動き	・例年と比較し、3月の気温低下により、春物衣料の動きが悪くなっている。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・入学就職関連の来店はかなり多い上に販売単価も堅調であるが、一般客の来店が減少しており厳しい。

衣料品専門店 (販売促進担 当)	販売量の動き	・客単価は前年より3,000円上昇するなど、まとめ買い顧客も多く見られたが、大型商業施設開店の影響により、週末のファミリー層を中心に客数が大幅に減少している。
家電量販店(店 長)	来客数の動き	・3月中旬に大きなイベントがあったが、来店客数は苦戦し、販売額も前年実績に至らなかった。特に白物家電材が不振であった。
家電量販店(店 長)	来客数の動き	・家電製品全体の売上が、良くなったり悪くなったり、差が激しい。2月は悪かったが、3月は回復した。しかし、前年の実績には及ばない。不安定な状態である。 ・テレビ、DVDデジタル関係は伸びが良いが、季節物、冷蔵庫、洗濯機、パソコン関係商品の動きがあまり良くない。全体としてやや悪い方向である。
家電量販店(副 店長)	販売量の動き	・学生などの単身者用商品の動きがバロメーターとなる月であるが、大きな動きはなくほぼ前年並みの状況である。 ・他の商品の動きにも変わりがない。
乗用車販売店 (統括)	販売量の動き	・新型発売による販売量の増加はそれほど見込めなかった。 ・3月前半は来店客も多かったが、後半は前年割れした。
乗用車販売店 (販売担当)	お客様の様子	・例年であれば、定期的に代替していた法人顧客が、業績回復の兆しがなく経費節減のため、代替サイクルを長くしている。
高級レストラン (スタッフ)	単価の動き	・低単価商品に集中し、販売単価の低下がみられる。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・3月中旬までは来客状況は堅調であったが、3月下旬より競合他社の出店があり、来客数は減少した。
観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・現状の販売量は若干良くなってきたが、未だ前年並みには至っていない状況である。
都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・3か月前同様、宿泊及びレストランともに、利用客数が前年を約3%割り込んでいる。
都市型ホテル (総務担当)	販売量の動き	・販売量について、近時前年対比マイナスが続いていたところ、今月はプラスに転じているが、突発的な需要によるものであり、景気そのものが上向きになってきたとは思えない。
都市型ホテル (従業員)	来客数の動き	・昼食は前年並み、夕食は宿泊ツアーなどで増加したが、一般客の利用は減少した。
タクシー運転手	販売量の動き	・例年、歓送迎会需要は、学校関係から始まるが、今年は何件も少なく、歓送迎会が遅い傾向にある。
タクシー運転手	販売量の動き	・利用件数自身は繁華街を中心にある程度見込めるが、全体的に短距離での利用が多く、売上額はあまり変わらない。
通信会社(経営 者)	お客様の様子	・加入契約数がここ数か月の実績から低下したままであり、かつ解約も増加している。純増加数が低迷したまま推移して、さらに減少もみられる。
通信会社(通信 事業担当)	販売量の動き	・転出、転入の時期だが双方とも動きは少なく、転入による新規の契約も少なめである。
通信会社(広報 担当)	販売量の動き	・例年3月から4月にかけては異動時期であり販売数量の伸びは若干期待される。
通信会社(総務 担当)	販売量の動き	・IP系商品の販売が伸び悩んでいる。
テーマパーク (財務担当)	単価の動き	・入園者数は堅調であるが、入園料の割引実施もあり、売上は減少している。
テーマパーク (広報担当)	来客数の動き	・週末を中心に天候が悪い日が多く、来客数の伸びも少ない。
その他レジャー 施設[温泉セン ター](営業企 画担当)	来客数の動き	・3か月前からも、日帰り温泉部門は前年比80%代で推移している上に、ホテル部門も大幅減少を続けている。
美容室(経営 者)	お客様の様子	・依然としてあまり景気のいい話が聞かれぬ上、近隣の同業者で店舗を閉鎖するところが数軒見受けられる。
美容室(経営 者)	お客様の様子	・顧客の様子は、最近良くなってきているように感じるが、上向きまではいえない。消費喚起の様子までは見受けられない。

	設計事務所（経営者）	単価の動き	・所得が上昇しないため、総額単価が伸びず、動きが悪い。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅のリフォームが増えてきつつあるが、単価が低いために売上増には結びついていない。
	住宅販売会社（経理担当）	販売量の動き	・年度末を控えて販売目標数値の達成に取り組んでいるが、1週間で切った時点で予定の契約数を1割程度下回っている。
	住宅販売会社（販売担当）	来客数の動き	・総合展示場、イベント会場、分譲売り出しなどの来客数が、前年と比べて2割強減少している。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・寒さが続く中、特に季節商品に対して、購買に対する慎重さがみられる。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・競合店は客数獲得のため、強力に特売広告の展開を行っている。 ・買上点数、客単価とも減少傾向であり、状況は厳しい。
	スーパー（店長）	単価の動き	・3月度は、例年と比べて客単価が約10%下がっている。 ・大型商品、高額商品の動きが非常に鈍い。
	スーパー（販売担当）	単価の動き	・購買に伴うポイント制度が無くなったため、来客数が減少している。
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・寒さが続くためか、ひなまつりや彼岸向けの祭物商材は堅調であるが、定番商材の伸びが見られず、既存店の売上が軒並み減少しており、全体として前年割れ前後の状態であり、厳しい。
	家電量販店（店員）	来客数の動き	・例年と比較して、来客数が減少している。
	自動車備品販売店（店長）	単価の動き	・依然として高単価商材が動いていない。
	住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・来客数が例年に比べて約5%程度減少している。
	その他専門店 [カメラ]（地域ブロック長）	来客数の動き	・新年を向かえ、1月からずっと来客数が前年割れである。取扱い商品が他の業界と違うからとも考えられるが、担当全店が苦戦している。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・送別会シーズンでもあり、宴会場は例年並みで好調であったが、宿泊に関しては来客数が減少している。
	タクシー運転手	お客様の様子	・観光シーズンに入ったが、ホテル・旅館の客の動きがあまりない。夜の送別会などで少しはゆるやかに動いてきた。
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・来場数が、減少傾向に拍車がかかっているように思われる。
悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・3か月前の歳暮期と比べると、売上は半分ぐらいしかない。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・顧客の購買意欲が全く見受けられず、3月は、販売額が非常に悪化している。 ・顧客の価格価値感覚がバブル期の3割減である。3,000円クラスの商品を5,000円クラスに感じるようである。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・来街者が全くない。通りを人が歩いていない。
	百貨店（売場担当）	単価の動き	・春物商戦は、衣料品の売上が婦人衣料を中心に、前年対比90%と今までになく厳しいスタートとなっている。 ・催事場のみ前年並みの売上であり、単価が低くなり売上が厳しい。
	住関連専門店（広告企画担当）	お客様の様子	・家具に対して、結婚のときに準備するという意識が低くなってきている。必然的に単価も下がってくる。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・3月は、例年歓送迎会需要で忙しかったが、今年は、客が全く動かず、街中が閑散とし、競合店も含め苦戦した。 ・月末にやや回復したが、このような3月は初めてである。
	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・例年見られる、3月の好景気企業を中心とした駆け込み需要が全く見られないため、3月の売上が例年と比べて3割減少している。

企業動向関連	良く なっている	輸送用機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて10%増の受注販売量である。
		コピーサービス業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・年度末の特需が原因で3ヶ月前と比較すると季節変動により受注量は増加しているが、例年と比べて減少している。
やや良く なっている		農林水産業（従業者）	それ以外	・1月度と3か月前の10月度とを比較すると水揚数量で1400トンの減少、水揚金額で4700万円の減少であった。水揚数量減少の要因は中型巻き網漁の減少にあり、水揚金額減少の要因も中型巻き網漁が減少したためである。 ・また2月度の前年対比は、水揚数量454トンの増加（119%増）、水揚金額は1億3400万円の増加であった。水揚数量の増加要因は、大中型巻き網漁、沖合イカ釣漁の増加であり、水揚金額の増加要因も同様である。
		化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・生産量、出荷量ともに先月と大きな変化はなく安定しており社内は全般的に高稼働率である。物流費、原燃料費高騰の影響を受けながらも好景気の影響で、利益は上がってきている。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・相変わらず自動車関連の製品は好調を維持している。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・自動車関連は国内、海外とも好調であり、向こう3か月間フル操業の予定であるが、携帯電話関連はあまり芳しくない。
		建設業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・例年、受注量が増加する時期ではあるが、今年は前年同月と比較して、2割ほど多く受注している。特に民間の受注が大きく伸びてきている。
		金融業（業界情報担当）	取引先の様子	・輸出を中心とした主力車の販売好調を背景に、生産はフル操業を継続中である。 ・樹脂原料価格の上昇などコストアップから利益率は伸び悩んでいるが、受注拡大により増益は確保している。
変わらない		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	・大型案件の生産完了後は、新規の案件がほとんどない状況である。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量に関しては、3か月前と同様に好調に推移している。この傾向は変わっていない。
		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	・北米を中心とした海外向け自社製品の売上は引き続き好調に推移しているが、他方、国内向け仕入れ商品の売上が苦戦している。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量は、ここ2、3か月間は横ばいのまま推移している。
		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	・相変わらず消費動向は思わしくない。売れ筋商品は堅調に推移しているが、通常商品の売行きは低調である。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・大都市では地価の下げ止まりが見られるが、当地では下げ止まっていない。よって、不動産、建設、関連資材も低調のまま推移している。
		通信業（営業企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・企業通信サービスの価格低下傾向に変化はなく、通信業界の収益減は続いている。年度末を迎えても好転のきっかけは掴めず、利益の前年割れは避けられない見通しである。
		通信業（社員）	受注量や販売量の動き	・平成17年度の売上目標額を策定中であるが、状況は益々厳しいものとなっている。既存の顧客からの受注分の増加は見込めず、横ばいもしくは減少傾向である。また、新規事業については今年度以上の売上の目標設定を求められている。
金融業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・公共事業頼みの傾向は引き続いている。例年見られた3月の駆け込み需要も、公共工事の発注が全く見られず、その結果、工事量が全くないという企業が出てきている。		

	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・景気が上向き状態になりそうでならない状況である。 ・この影響のため、賃貸を中心に、顧客の移動が減少傾向にあり、販売実績があまり良くない方向に進んでいる。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・製造業関連では、受注量は若干増加傾向にあるものの、経営内容が潤うところまではいっていない。また、販売業関連は売上高、利益ともに前年の水準を割り込んでいる。	
	その他サービス業〔清掃具レンタル〕（情報管理担当）	受注量や販売量の動き	・官公庁で合見積の実施、大口顧客の経費削減などで事業者向け商材は値崩れ起こすなど苦しい状況である。	
やや悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・昨年末から、すり身価格の値上げが続いている中、練製品の売価は据え置きで、利益が取れない状況が続いている。	
	繊維工業（統括担当）	受注量や販売量の動き	・新学期が近まるものの、制服の受注状況が非常に伸び悩んでいる。	
悪くなっている	建設業（営業担当）	競争相手の様子	・国、地方自治体の発注量が減少しているため、大手業者までも、従来関わらなかった民間の小さな工事まで参画し始めた。	
雇用関連	良くなっている	求人情報誌製作会社（支店長）	求人数の動き	・例年、年度末は求人需要が多いが、今年度に関しては、それを踏まえた上でも求人数は多い。 ・また、具体的に募集活動している以上の求人意欲も感じる。
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（支社長）	求人数の動き	・地元自動車メーカーを中心に車関連の売上台数が上向いているという所を含めて全体的にそこから波及している景気のよさを感じる。
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・非常に稀なケースではあると言えるが、海外営業人材の依頼を受け紹介した人材に対し、将来のセールスエンジニアを目指して欲しいとの考えから開発設計で内定を頂いた。以前であれば即戦力しか採用しなかったこの企業にも余力が出てきたと感じた。 ・また別の企業でも条件を緩和し採用活動を行うなどマーケットの人材簿を物語っていると見える。
		学校〔大学〕（就職担当）	求職者数の動き	・倫理憲章遵守の目安としての4月を控え、求職者の動きが非常に活発化している。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	周辺企業の様子	・正社員のスライドで雇用状況は一見顕著な伸びをみせているように見受けられるが、やはり安いコストへの移行ということでパート、派遣に移っている。これは正社員を抱え込むよりはリスクが少ないという状況からで、それらも含めて社員の退職後は派遣でやっている。 ・大量の仕事するときは社員の常用ではなく派遣やパートに委ねる部分を考えて決して労働条件等が良くなっているとは見受けられない。
		求人情報誌製作会社（担当者）	雇用形態の様子	・パートや契約社員の求人は伸びているが、正社員の雇用となると企業が慎重な姿勢をとっている。
		職業安定所（雇用開発担当）	求人数の動き	・新規求人数は、前年対比で、金属製品、輸送用機械器具製造業、サービス業で増加した一方、建設業、卸小売業、金融保険不動産業で減少となったが、求人数全体的には安定しており、求人倍率も1倍台を維持している。
職業安定所（職員）		求人数の動き	・求人は例年同月と比べ、件数、人数とも減少している。求人は欠員補充に止まっており、準社員やパートなど非正規雇用が目立っている。	
職業安定所（職員）		求人数の動き	・新規求人数の増加傾向が鈍ってきた。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数がわずかながら増加しているが、求職者数はそれ以上に増加しており求人倍率も低迷している。	
	民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・欠員募集であっても、正社員で補充する場合は求人企業がなかなか妥協してまで採用しないので正社員の雇用が増えることにはならない。	

やや悪くなっている	学校〔短期大学〕（就職担当）	求人数の動き	・年度末を迎え、求人依頼数や採用内定者数ともに激減した。また、いずれの件数も前年同時期と比較すると下回っており、地域経済の底冷え感は否定できない。
悪くなっている	-	-	-