

4. 南関東（地域別調査機関：（財）日本経済研究所）

（-：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<br>動向<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる                                                       | -                                                                         | -                                                                                                                                                         |
|                |                                                                      | 百貨店（販売促進担当）                                                               | ・梅雨寒やサッカーワールドカップの影響で、一時的な売上の落ち込みはあるが、一過性の現象であり、7月以降は回復する。                                                                                                 |
|                |                                                                      | スーパー（店長）                                                                  | ・客のニーズに合わせた販売を行えば、売上増につながる。安くしなければ売れない商品もあるが、100グラム3000～5000円の松坂牛を扱っていると、今まで売れていなかった2000円前後の牛肉が売れている。客は、安くて良い物と高くても良い物の両方を求めており、単価が下がった商品を全員が求めているわけではない。 |
|                |                                                                      | コンビニ（経営者）                                                                 | ・今年の6月は気温が低いにも関わらず、売上は悪くない。夏が本格化すれば、今以上に良くなる。                                                                                                             |
|                |                                                                      | 家電量販店（営業統括）                                                               | ・客の厳しい目にかなう商品、客の志向に合う商品が売れる傾向は、今後も続く。商品の選択、品ぞろえ、価格のバランスが重要である。                                                                                            |
|                |                                                                      | 都市型ホテル（スタッフ）                                                              | ・6月に入り、年末年始の忘年会や新年会など、先の予約が大分入ってきており、良い状態で推移する。                                                                                                           |
|                |                                                                      | 通信会社（営業担当）                                                                | ・ケーブルテレビとケーブルインターネットの需要が、多少改善している。                                                                                                                        |
|                | 観光名所（職員）                                                             | ・4～6月と1年間の四半期が終わったが、対前年比でプラス2万人ぐらいの来客数が見込まれている。10%程度の増加となっているので、やや上向きになる。 |                                                                                                                                                           |
|                | 住宅販売会社（経営者）                                                          | ・現在住宅を探している人は、2、3か月以内に購入に至る。雇用や収入が徐々に安定してきたのか、大規模なリストラを心配する人が少なくなっている。    |                                                                                                                                                           |
|                | 変わらない                                                                | 一般小売店〔文房具〕（経営者）                                                           | ・商店街で様々なイベントを実施し、人出はあるが、売上には結び付いていない。この状況はまだ続く。                                                                                                           |
|                |                                                                      | 一般小売店〔CD〕（営業担当）                                                           | ・客の低価格志向は根強く、販売数が持ち直しても、売上の回復は見込めない。                                                                                                                      |
|                |                                                                      | 一般小売店〔鞆・袋物〕（従業員）                                                          | ・本当に必要な物でないと客は購入せず、衝動買いは見込めない。ただし、イベント等に関連する商品の動きは、今後も堅調であると予想している。                                                                                       |
|                |                                                                      | 百貨店（副店長）                                                                  | ・衣料品等について、割引セール実施時は来客数、売上とも増加するが、通常は買い渋りが目立ち、売上の回復は難しい。                                                                                                   |
|                |                                                                      | 百貨店（営業担当）                                                                 | ・衣料品の春夏物の動きが鈍く、クリアランス期間内でも売上の大きな増加は期待できない。                                                                                                                |
|                |                                                                      | 百貨店（営業企画担当）                                                               | ・デパ地下ブームもあり、食品の売上は好調に推移するが、衣料品については、夏物のセール、秋物の立ち上がりなどに良くなる兆しがみられない。                                                                                       |
| 百貨店（販売促進担当）    |                                                                      | ・客の購買意欲は低調で、必要な物しか買わない傾向が続く。購買意欲を刺激する動機付けが難しい。                            |                                                                                                                                                           |
| スーパー（経営者）      |                                                                      | ・これ以上良くなる見通しはないが、米や生鮮食品の売上が伸びるなど、6月が多少良くなっているため、この状態でこの先も推移する。            |                                                                                                                                                           |
| スーパー（店長）       | ・食品に関しては、来客数が増加し順調に推移するが、衣料品、住居関連については、気温が昨年よりかなり低く、盛夏物を中心に厳しい状況が続く。 |                                                                           |                                                                                                                                                           |
| スーパー（総務担当）     | ・消費回復の兆しはあるが、低価格が定着しており、2、3か月では景気の好転につながらない。                         |                                                                           |                                                                                                                                                           |
| コンビニ（経営者）      | ・来客数は徐々に回復しつつあるが、天候をはじめ、ちょっとしたマイナス要因があると、元に戻ってしまい、力強さが感じられない。        |                                                                           |                                                                                                                                                           |
| 衣料品専門店（経営者）    | ・今年は、夏のバーゲンを大幅に早く始める予定であり、8月に入ってからの夏物の売上、秋物の立ち上がりに関して樂觀できない。         |                                                                           |                                                                                                                                                           |
| 家電量販店（営業部長）    | ・主力商品であるエアコンは、今後の気候次第であるが、昨年の猛暑のような勢いはない。ゲーム機についても、ヒット商品の発売が期待薄である。  |                                                                           |                                                                                                                                                           |
| 乗用車販売店（総務担当）   | ・新車でしか販売台数が確保できない状況が懸念材料となっている。                                      |                                                                           |                                                                                                                                                           |
| 住関連専門店（統括）     | ・買上点数が大きく増加しているが、単価の下落も大きく、利益につながらない。この傾向は、今後も変わらない。                 |                                                                           |                                                                                                                                                           |

| 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                                                                        |
|----------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|                |                | その他専門店〔キャラクターグッズ〕（従業員）                                                      | ・新商品の投入もあり、客単価上昇を予測していたが、同水準で推移している現状から判断して、今後も変わらない。                                 |
|                |                | その他専門店〔眼鏡〕（店員）                                                              | ・クリアランス以降、秋の新商品に目新しいものが見当たらず、全体の底上げにはつながらない。                                          |
|                |                | スナック（経営者）                                                                   | ・ボーナスの時期なので、多少の売上増加に期待したいが、客はローン等の支払いを控えており、過去のようなボーナスの使い方はしないので、悪い状態で推移する。           |
|                |                | 旅行代理店（従業員）                                                                  | ・先行受注に変化はなく、単価の上昇もみられない。2、3か月先はこのままで推移し、動きが出てくるのは半年後と予想している。                          |
|                |                | タクシー（団体役員）                                                                  | ・客は、相変わらず終電に間に合うように足早に帰宅しており、飲み屋からも客が少ないという声が聞かれる。                                    |
|                |                | 通信会社（営業担当）                                                                  | ・ケーブルテレビ等の加入営業の見直しから判断して、客の慎重な態度は今後も続く。                                               |
|                |                | その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）                                                     | ・来客数が多い状況が続いており、今後数か月も変わらない。                                                          |
|                |                | その他サービス〔学習塾〕（経営者）                                                           | ・夏季講習の受付件数が、ほぼ横ばいである。                                                                 |
|                |                | 設計事務所（所長）                                                                   | ・仕事の情報が多少出てきているが、無理な仕事のやり方や空転が多いため、今後も変わらない。                                          |
|                |                | 住宅販売会社（従業員）                                                                 | ・銀行ローン等に新しい商品が出ているが、住宅の購入を決定させる要因とはなっていない。需要は減少しているが、キャンペーンやイベントなどの実施により、何とか横ばいを維持する。 |
| やや悪くなる         |                | 一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）                                                           | ・商品単価が低下し、来客数も減少傾向にある。                                                                |
|                |                | 百貨店（営業担当）                                                                   | ・サッカーワールドカップの盛り上がりによる来客数の減少と、悪天候により、夏物最盛期が不振であり、この影響は、2、3か月では取り戻せない。                  |
|                |                | 百貨店（営業企画担当）                                                                 | ・食料品に対する安全性の問題に端を発し、安心、安全、健康等への消費者の要求が高まっている。この要求に応える明確な商品やサービスがないと、売上は回復しない。         |
|                |                | 家電量販店（店長）                                                                   | ・ボーナスの減額や支給取り止めがあると客から聞いている。このような不安な状況では、客も新しい物を買う気にならず、販売の増加は見込めない。                  |
|                |                | 旅行代理店（従業員）                                                                  | ・8、9、10月に関して、特に大きな団体旅行の問い合わせがない。                                                      |
|                |                | 通信会社（営業担当）                                                                  | ・バイチャンネル等、高いサービスを中止する客が増加している。全てをやめるわけではないが、一部のもので節約しており、やや悪くなると予測している。               |
|                |                | 美容室（経理担当）                                                                   | ・昨年同月と比較した売上が、月ごとに減少しており、今後は資金繰りが厳しくなることが予想される。                                       |
|                |                | 設計事務所（所長）                                                                   | ・現在取りかかっている計画も、資金繰りがつかず、なかなか実行に移せない。                                                  |
| 悪くなる           |                | コンビニ（経営者）                                                                   | ・6月後半、特に最後の1週間の落ち込みが急激で、先行きについても悲観的になっている。                                            |
|                |                | 衣料品専門店（経営者）                                                                 | ・売れ筋が見当たらず、メーカーも当店も不安の中でセールと初秋商戦を迎える。                                                 |
|                |                | 自動車備品販売店（経理担当）                                                              | ・見積件数は多いが、販売に至らないケースが増加している。                                                          |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる | -                                                                           | -                                                                                     |
|                |                | 金属製品製造業（経営者）                                                                | ・部署により差はあるが、残業が月ごとに増加している。                                                            |
|                | 電気機械器具製造業（経営者） | ・まとまった商談が出てきている。                                                            |                                                                                       |
|                | 金融業（渉外担当）      | ・取引先の社長から、景気低迷の長期化でどこまで下がるか不安であったが、ようやく底が見えてきたとの声が多く聞かれ、将来を語る表情にも明るさが戻っている。 |                                                                                       |
|                | 不動産業（従業員）      | ・顧客の増加が続いている。                                                               |                                                                                       |
|                | 変わらない          |                                                                             | 一般機械器具製造業（経営者）                                                                        |
| 建設業（経理担当）      |                |                                                                             | ・客からの依頼は、相変わらず営繕工事が主で、新築案件は少ない。他社との競争も厳しく、採算を割る仕事が続くそうである。                            |

| 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                                                                                                                      |
|--------|----------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |          | 金融業（渉外・預金担当）                   | ・設備投資の需要が低迷しており、赤字資金に対する借入申込が増加している。                                                                                                |
|        |          | 広告代理店（営業担当）                    | ・全体的には広告予算は削減される傾向にあるが、業種によっては積極的な出稿を検討しているところもある。最近、新規のビジネスチャンスが徐々に増加している。                                                         |
|        |          | その他サービス〔建設機械リース〕（経営者）          | ・補正予算での工事の発注が多少見込めるかもしれないが、それ以外では、計画が低調である。                                                                                         |
|        |          | その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）          | ・情報設備に対する設備投資の提案を行なっても、今年度は予算がついていないと回答される場合が多く、大型の提案ができない。                                                                         |
|        | やや悪くなる   | 繊維工業（経営者）                      | ・夏物衣料の販売が思わしくないため、下請の受注が半分以下となり、次の仕事の見通しが見つからないと、得意先アパレルメーカーが言っている。                                                                 |
|        |          | 電気機械器具製造業（経営者）                 | ・6月だけで、取引先等の企業倒産や廃業で、50～60名の人が失業する。不況に耐えることが限界になっている企業が多数ある。                                                                        |
|        |          | 不動産業（経営者）<br>広告代理店（従業員）        | ・賃料はまだ低下し続けており、下げ止まる兆しがない。<br>・新しい仕事の受注がない。                                                                                         |
|        | 悪くなる     | 金属製品製造業（経営者）                   | ・日本の精度の高い工作機械が海外に輸出され、リストラされた日本人技術者が海外で指導しているため、良い物が安く生産されている。日本国内における中小企業、下請の仕事がなくなるのではないかと心配している。                                 |
|        |          | 輸送業（経営者）                       | ・荷物の動きの悪さに加え、窒素酸化物問題、高速道路の値上げ等によって、この先どうなるか心配している。                                                                                  |
|        | 雇用関連     | 良くなる                           | -                                                                                                                                   |
| やや良くなる |          | 求人情報誌製作会社（企画担当）                | ・中途採用の意欲が高まっている。                                                                                                                    |
|        |          | 職業安定所（職員）                      | ・雇用調整が一巡し、企業における人員余剰感は最低ラインまで下がってきている。好転し始めた製造業の企業活動が確実なものとなれば、求人のニーズが高まる。                                                          |
|        |          | 学校〔専門学校〕（教務担当）                 | ・優秀な学生は、すぐに内定しており、優秀な人材であれば、学生を今まで以上に欲しがる企業も続出している。                                                                                 |
| 変わらない  |          | 人材派遣会社（社員）                     | ・IT関連はやや上向きになってきているが、他業種では厳しい状況が続いており、人員の縮小化傾向は変わらない。                                                                               |
|        |          | 職業安定所（所長）                      | ・企業の統合等により、多数の離職者の発生が予定されており、求職者の増加が見込まれる。                                                                                          |
|        |          | 職業安定所（職員）                      | ・求人数は若干減少する一方、求職者数の増加率も低下している。専門技術者の採用が伸びているが、事務職の採用は減少傾向にある。食品製造販売では大量の求人が出ているが、金融保険業では求人が大きく減少している。このように、明るい面と暗い面があり、今後の景気は変わらない。 |
|        |          | 民間職業紹介機関（経営者）<br>民間職業紹介機関（経営者） | ・雇用関係の構造的な変化が当分続くと思われ、ホワイトカラー中高年を中心に、再雇用は厳しい状況が続く。<br>・企業は求人募集を出していても、なかなか決定しない。人選がかなり厳しくなり、適任がいなければ採用しない。                          |
| やや悪くなる |          | 求人情報誌製作会社（営業担当）                | ・求人件数が減少しており、今後も、できるだけ広告費をかけずに人材を確保、維持する企業が増加する。                                                                                    |
| 悪くなる   |          |                                |                                                                                                                                     |