

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 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		百貨店（売場主任）	・近年の流行であるスカーフやストールに、今年も期待できる。また、コーデロイ、デニム、ベルベットなど、幅広い年代に受け入れられる素材を使用した商品が、客の購買意欲につながる。
		スーパー（店長）	・来客数も2桁の伸びをみせており、気温が下がれば、衣料品が好調になる。
		衣料品専門店（店長）	・安い物を多く購入する客から、高くても良い物を購入する客へと客層が変化しており、客単価が上昇する。
		家電量販店（店長）	・高機能、高単価の商品の人氣が高くなっている。下見の客も多い。年末は、昨年以上に売れると思われ、売上が回復する。
		家電量販店（店員）	・プラズマテレビ等の高額品が徐々に売れているので、2、3か月先、年末にかけて期待できる。パソコン本体も、ある程度底を打ったので、これからは売上が上昇する。
		乗用車販売店（販売担当）	・秋から年末にかけて、税金面で優遇される排ガスクリアの車両や、特別仕様車のような値ごろ感のある商品が伸びる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約が増加している。
		旅行代理店（従業員）	・来客数が比較的顕著に伸びており、この傾向は2、3か月先も続く。
		ゴルフ場（支配人）	・各同業者が値引きを行っているので、集客が見込める。
設計事務所（所長）	・マンション等以外で、メンテナンス関係の仕事が多少出てきている。		
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・複数の指定店舗で使用できるカードを発行したが、自分の希望する店舗が入っていないと客は買物をしない。 ・若い人の消費行動が非常に慎重である。以前は10万円程度の買物をする人もいたが、現在はよく吟味した上で、1、2万円の買物をしている。
		百貨店（副店長）	・暮れのボーナスが前年並みに支給されるかが定かでなく、ボーナスを当てにした消費の拡大には期待できない。
		百貨店（企画担当）	・婦人ファッションでヒット商品、トレンド商品がないため、客の購買意欲が高まらず、売上がかなり苦戦しそうである。
		百貨店（営業担当）	・プロ野球の優勝セールで、抑えられていた消費が一時的に出てくるものの、基本的な動向は大きく変わらない。民間企業のサラリーマンやOLの平均給与が4年連続で減少し、減少幅は過去最大になっている等、百貨店の客層をめぐる環境は厳しい。
		百貨店（営業企画担当）	・百貨店の主要顧客である50代前後の女性に時間をかけて説明をしても、購入につながらないケースが増加している。商品に100%納得できなければ、金を使わない傾向に変わりがない。
		スーパー（経営者）	・客は、現在の景気の悪さを普通だと考えているので、商品の単価を下げれば、購入意欲は刺激できる。
		スーパー（店長）	・購入頻度の高い商品は、価格を抑えればその週は売上が上がるが、セール終了後は反動があり、結果的には売上は変わらない。
		スーパー（店長）	・プロ野球の優勝セールや輸入ブランドの出店等、顧客の購買意欲を刺激する企画ができれば、売上の増加は見込めるが、現状では効果のある販促が容易にみつからない。
		スーパー（店長）	・食品に対する不安等が依然として根強く残っており、今後も少しのことで、客が敏感に反応する可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・夏休み明けは、通常では学生が戻って売上が増加するが、客単価が上昇する見込みがなく、変わらない。
		コンビニ（店長）	・低価格品と高級品の二極化が進んでいるが、発泡酒等の販売も頭打ちである。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者は不況に慣れ、無駄な買物をしなくなっているが、付加価値のある商品は、結構売れている。
		衣料品専門店（次長）	・衣料品業界では、ヒット商品の登場が見込めず、値下げ競争で売上を確保せざるを得ない。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月に入り来客数が増加し、注文も多く入ってきているが、先行きの景気が良くなるとまでは言い難い。

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）	・客単価の低下傾向に変化がないため、この先も特段変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・来客数、料理や飲み物の単価をみても、良くなる兆しが無い。この2、3か月は低迷が続いており、このまま推移する。
		高級レストラン（宴会予約担当）	・販売促進の施策を打ち出しているが、効果が見えない。
		一般レストラン（経営者）	・新しい客は増加しているものの、馴染客の来店回数は減少している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・受注残が厳しい状況が変わらない。
		タクシー（団体役員）	・客が少なく、車で客を待つ時間が長くなっている。
		通信会社（営業担当）	・放送やインターネットの需要の見通しが不透明である。
		通信会社（企画担当）	・インターネットの接続サービスに関する競争が激しく、ユーザーの乗り換えも速いので、一進一退が続く。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・来客数や購買単価からみて、もっと売上が伸びると思っていたが、現状はあまり伸びていないため、今後も横ばいで推移する。
		美容室（経理担当）	・マンションや住宅が増加している地区で、集客力のある大型スーパー内に店舗を構えているが、売上が増加していない。
		その他サービス〔フィットネスクラブ〕（企画担当）	・客単価の低下が今後も続く。
		住宅販売会社（経営者）	・土地を買って分譲住宅を建てる際には、地価の下落を実感できず、その住宅を商品として売る際には、客から値引きの相談を受ける。販売価格の抑制は限界にきているので、商品が大量に売れることはない。
		住宅販売会社（従業員）	・多少の増減はあっても、販売量が大幅に増加する要因が少ない。
	やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・4軒先に大型スーパーが開店したが、客はチラシを手に目的買いをしており、価格に敏感な様子が窺える。
		百貨店（売場主任）	・消費が二極化しており、価値のある商品や高くてもブランド力のある商品は好調であるが、それ以外の商品については、売行きが非常に鈍い。
		百貨店（営業担当）	・百貨店業界だけではなく、メーカーでも売れ筋を把握し切れておらず、大きなヒット商品の発掘は難しい。
		スーパー（店長）	・平均単価が低下している。広告掲載の日替わり商品や単価の安い商品の回転は良いが、それ以外の定番商品の動きが悪い。
		コンビニ（経営者）	・同業者間の話し合いで、閉店を考えている人が多く、先行きの見込みがないとのことで実際に閉店する人も出ている。
		衣料品専門店（経営者）	・大型店舗や近隣ターミナル商業施設等、競争相手が多い中で、他店との差別化を図ることは至難の業である。 ・先買いではなく、消費者が必要な商品を必要な時期に購入する傾向が強まっている。 ・正規価格商品で売る期間が短く、売上、粗利益ともに厳しい状況が予想される。
		家電量販店（営業部長）	・年末までの見通しの中で、景気底上げの起爆剤になり得る商材が見当たらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車の販売は良いが、その他の車種の販売が振るわず、全体的な販売量が伸びない。
		住関連専門店（統括）	・平日の販売量がなかなか伸びない。
		一般レストラン（経営者）	・12月の賞与等に期待できず、客単価の上昇が見込めない。
		旅行代理店（従業員）	・2、3か月先の団体旅行の話はなく、個人の客に期待したいが、出発間際の受注が目立つ。
		旅行代理店（従業員）	・客の要望が非常に厳しくなっている。
		通信会社（営業担当）	・契約数や客の様子をみても、回復するとは考えられない。これからも契約者数の減少と解約者数の増加が続く。
		その他レジャー施設（経営者）	・固定客以外の客が見込めず、良い材料が全くない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒の親の財政事情が厳しい。
		設計事務所（所長）	・現状では回復の見込みがない。

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
	悪くなる	コンビニ（経営者）	・近隣に他社のコンビニが増加し、惣菜店、弁当店も相次いで開店している。 ・従来は酒類販売免許を持っていなかった競合相手が、酒類販売免許を取得する予定で、当店の酒類販売量が減少し、今後の売上も減少することが見込まれる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競争激化により単価の低下が起こっているが、客の買い控えは続くので、販売数の増加は望めない。
		美容室（経営者）	・周辺にディスカウント店が開店し、その影響が出る。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・年末に向かって、新製品が出てきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・IT関連向けのまとまった受注や、大型商業施設の改装向け商品の受注が決まり、年末年始までは忙しい。
		輸送業（総務担当）	・単価は安いですが、仕事量は増加している。仕事の効率化を図り、採算の取れる体質にすべく、ドライバーの給与規定見直しに取り組んでいる。
	変わらない	化学工業（従業員）	・今後の生産計画も現状維持で、営業から生産数量の増加に関する要望も出てない。販売先の購入量が増加する見込みもない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・この先の受注量に変化がない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・今年に入り、悪化傾向が続き、工場に明るさがない。先行きも絶望的である。
		建設業（経理担当）	・新規案件がなかなか出てこない。取引先の金融機関も、新規の工事件件の話は聞かないと話している。
		通信業（営業企画担当）	・更新案件においても、販売量が大きく増加する見込みが立たない。
		金融業（審査担当）	・各企業ともに、売上高、収益率が依然として厳しく、財務内容の改善には至っていない。
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・以前は派手に使っていた営業用の名刺を、企業が節約しており、受注量が減少し、注文のペースも遅くなっている。	
	金属製品製造業（経営者）	・取引先から、一層の値下げが継続的に要請される。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・倒産しそうな取引先があり、不渡り手形も増加して、最悪の状態になっていく。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・突発的な注文が増え、受注の見込みが立てにくい。	
	金融業（渉外担当）	・金融機関が貸出金利を引き上げる動きは、今後一層激化する。景気低迷下での金利引上げは、企業の収益構造に大きな支障をきたすことが予想され、資金繰りがますます厳しくなる。	
	不動産業（総務担当）	・事務所系テナントの一部に、解約の動きが出始めている。	
	広告代理店（従業員） その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・スポットの仕事がほとんど入ってこない。 ・顧客がIT関連の設備投資予算を縮小する方向にあり、受注しても、利益率が非常に低い。次年度予算計画でも、IT関連予算削減の方向が打ち出されており、厳しい状況が続く。	
悪くなる	繊維工業（経営者）	・サンプルを含めた秋冬物の動きが悪く、9～12月にかけて、非常に厳しい。	
	金属製品製造業（経営者）	・短納期の価格の安い仕事だけでは、経営が成立しない。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・半導体関連の採用者数が増加している。
		職業安定所（所長）	・新規求人が増加し、新規求職者の増加幅は縮小している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人企業10社と面談したが、採用を増やす話は全く出ない。元気のある企業でも、優秀な人材がいれば、ごく少数を採用する程度である。
		人材派遣会社（支店長）	・交代要員の依頼が多く、大きな新規依頼が見込めない。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・冬に向けて採用が活発化する業種もあるが、歳末商戦に向けた百貨店等の臨時パートの求人は、以前のように見込めない。
職業安定所（職員）		・雇用調整の進展により、企業における人員の余剰感は最低ラインまで低下してきているが、期間雇用やパートに置き換えられ、一般求人の増加につながっていない。人員増加に対する企業経営者の慎重な姿勢が、色濃くうかがえる。	

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
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・ 常用雇用希望の求職者が増加しているが、実際の就職は臨時的、内職的な仕事が多い。
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・ 内定を獲得した学生の数、極端に減少している。学校への企業からの求人もほとんどなく、インターネット上での求人頼りにしている状態である。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・ 追加採用や新規採用計画の話が、非常に少ない。
	悪くなる	求人情報誌製作会社（経営者）	・ 10～12月は、通常でも求人が激減するが、今年は製造業、物流に動きがみられず、更なる悪化が予想される。サービス業だけでなく、物流、製造業が活性化しないと厳しい。