

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	家電量販店（営業部長）	・高機能、高付加価値の商品群による市場の活性化が図れるため、景気回復の期待がある。 ・店舗側には、単価を押し上げる商品の見せ方、提案力が問われる。
		一般レストラン（経営者）	・近隣の再開発が3月に完成するので、見通しは明るい。
		旅行代理店（従業員）	・受注には至らないものの、2、3か月後の団体旅行の問い合わせが多くなっているため、やや良くなっていく。
		ゴルフ場（支配人）	・2、3か月先の予約が、少しずつ入ってきている。
変わらない		住宅販売会社（経営者）	・4月1日に、建物、土地に対する登録免許税の軽減措置が実施されることに加え、季節的要因もあり、現在よりもやや良くなる。
		商店街（代表者）	・カード売上と来街者数が、良くなったり悪くなったりしており、完全に良くなるともいえない。このままの状態が続く。
		一般小売店〔鞆・袋物〕（従業員）	・ヤング、ファミリー、ミセス、シニアという形で、月によって購買層が変動していく。2、3月については、フレッシュ需要で、ファミリー層、シニア層によるお祝い、ランドセル等の購買があるが、単価は低下する傾向にある。ヤングでは、4月まで横ばい状態が続く。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・価格訴求の低単価品に向いており、売上増に結びつかない状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・売上の低迷が続いており、来客数が少なく、高額品も売れない。今のところ、良くなるような兆候はない。
		百貨店（売場主任）	・春物衣料には、メインとなるアイテムがなく、客単価も低下している。
		百貨店（広報担当）	・ファッション分野で、ヒット商品、トレンドアイテムがみられない。
		百貨店（販売促進担当）	・この時期は、インポート物やブランド物の中に、春商品、新作商品が展開され、動きがみられるが、今年は、商品を投入しても、従来のような動きがみられない。クリアランス商品にまだ人気が集集中しており、例年とは違った消費動向となっている。
		百貨店（副店長）	・競争店の動きから、衣料品の冬物処分が早まりそうであるが、処分価格としても、大幅な売上増を見込めるほどの来客数の増加は期待できない。 ・書店コーナーでイベントを実施しても、客の反応は鈍く、集客、購買になかなかつながらない。
		スーパー（店長）	・来客数、客単価は下がっていない。むしろ客単価は下げ止まり、少しずつ上昇する傾向にある。客が必要としている物、例えば新商品、流行商品を取り入れるなど、やり方次第で販売はプラスになる。 ・カレンダー行事にも、ダイナミックな展開ができるかがポイントとなっている。節分、パレンタイン、ホワイトデーへの取り組みを他より早く進めて、他より先に客に買ってもらうことが、売上増につながる。
		スーパー（店長）	・デフレの価格に消費者が慣れてきたため、多少の価格ダウンでは、集客効果につながらない。
		スーパー（総務担当）	・3、4月は、住宅関係で出費が多くなるため、食品の節約ムードが大きくなっていく。売上も厳しくなり、価格競争がますます激しくなる。依然として厳しい状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・来客数はそれほど変わらないが、夜の来客減により、客単価が低下している。この状態は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・1～3月は、入園入学用品のウェイトが大きくなるが、入学児童数の減少等で、あまり良い状況にない。
		家電量販店（店員）	・2、3か月先は、春の入進学、新入社員セール等、いろいろな需要に期待できるが、客は必要な物しか買わず、衝動買いもせず、勧めたからといって買わない。更に、価格にはシビアであるため、景気は今までと変わらない。
乗用車販売店（総務担当）	・アウトドアグッズ、フィッシング、ウエアが好調な反面、カー用品売上は相変わらず低調で、安定しない。		
乗用車販売店（店長）	・1月の車の販売量は相応に良かった。2、3月は不透明な状況が続くが、それほど変わらない。		

	その他専門店〔眼鏡〕 (店員)	・新作商品については、デザイン、機能面で特徴のあるものが少なく、あまり変わり映えがしない。更に、商品の同質化が価格競争につながり、市場規模の縮小が起こる。
	高級レストラン(宴会 予約担当)	・販売量増加のための方策を考えているが、当たるかどうか確信できない状況が続いている。
	一般レストラン(店 長)	・来店客のほとんどはサラリーマンで、給料のベースアップがないと言っているため、今後良くなることはない。
	都市型ホテル(スタッ フ)	・低価格競争がますます激化し、厳しい状況が続く。
	都市型ホテル(スタッ フ)	・本来ならば、3月の謝年会、3、4月の歓送迎会の予約が入るが、いまだバラバラとしか予約がない。取り込みに苦戦している状態で、先行きは楽観できない。
	タクシー運転手	・春に向けて陽気は良くなるが、先行きにあまり期待できない。 ・ハッピーマンデーが年7、8回あるが、それによりマイナスの影響を受ける。
	通信会社(営業担当)	・業界では、インターネットやデジタル化で消費拡大を期待しているが、ユーザーの可処分所得の面で、むしろ厳しさが増している。
	観光名所(職員)	・この3か月間の来客数が、対前年比を上回る月がないので、現状維持が精一杯である。
	その他レジャー施設 〔アミューズメント〕 (職員)	・市場は縮小気味ではあるが、家庭用では携帯ゲーム機の新製品、業務用では2月の業界の展示会に向け、新製品の開発を急いでいる。これにより、市場が活性化することを期待している。
	美容室(経理担当)	・正月、成人式と予約があり、売上も20%増加し、資金繰りが幾分楽になる。従来どおりの姿になりつつある。
	その他サービス 〔フィットネスクラ ブ〕(企画担当)	・来客数が平年よりも減少しており、この傾向はしばらく続く。
	設計事務所(所長)	・動きは停滞気味で、変化が出るとは考えにくい。
	住宅販売会社(従業 員)	・税制が少し変わるが、住宅政策、金利に劇的な変化がないため、今後も大きくは変わらない。
やや悪くなる	商店街(代表者)	・商店街を通る客の袋を見ても、購入点数は非常に少ない。こうした状況はしばらく続くため、期待できない。
	百貨店(売場主任)	・客の買い控えが続く。安価で良い物と、高価で価値のある物、こだわりのある物の購入という二極化が進み、通常の商品が厳しくなる。
	百貨店(企画担当)	・食品以外のファッションで、単価の前年割れが続いている。来客数の増加がなければ、全体を押し上げるのは難しい。
	百貨店(営業担当)	・コート、ジャケット等冬物重衣料のクリアランスセールによる売上拡大が期待されていたが、今まで個人消費を支えていたミドル、シニア層の購買が低迷して、婦人服を中心に厳しい状況であった。 ・大手百貨店問題、金融不安、株価の下落等に加え、雪、雨等が例年になく多い天候不順の影響により、個人消費が冷え、売上に結び付かない。 ・2月の冬物最終処分や春物正規価格商品の売出しにも、期待が持てない。
	百貨店(営業担当)	・既存の客だけでは、売上の確保は非常に難しくなっているため、新規顧客を増やす必要があるが、新規の客を呼べる目新しいブランド、企画、イベントがなく、商品の同質化がみられ、魅力に欠けている。コートなど、単価の高い商品の低価格化も進み、来客数の減少に加え、ダブルパンチである。
	百貨店(営業企画担 当)	・客の冬物クリアランスセールでの買い方に、変化が出ている。従来は、立ち上がり早々にまとめ買いをするパターンであったが、吟味して気に入った物だけを購入するパターンとなっている。安くなっても、購買にはつながっていない。春夏物の正規価格需要に懸念が出ている。
	スーパー(経営者)	・客が真剣な眼差しで買物をしている。単価の高い物や安い物をうまく買い分けている。いくら以上であればキャベツや魚を買わないなど、商品に対する価値観を持って買物をしている。
	コンビニ(経営者)	・酒販の免許制が9月で廃止される。魚屋が刺身に合う純米酒を販売したり、パン屋がワインなどを販売できるようになり、異業種の酒類販売業者が増加する。良くなることは考えられない。

	衣料品専門店（経営者）	・ 1～3月は、中学生の制服の注文時期であるにもかかわらず、中学3年生のお下がりを持っている状況で、購入に来る客はまばらである。	
	家電量販店（店長）	・ 昨年は冬季オリンピックやサッカーのワールドカップがあり、4月以降、非常に需要が増加した商品があった。今年は大きなイベント等もないため、けん引する商品があまりない。	
	高級レストラン（支配人）	・ 宴会予約の受注状況は、昨年10月以降、対前年比で約2%減となっている。一昨年の同時期と比べ、レストラン部門の客単価も約500円低下しており、今後もこの状況が続く。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・ 婚礼の獲得は、出店する競合相手と同じマーケットでパイを取り合うこととなるため、じり貧状態となり、なかなか回復しない。 ・ 街のレストランとの価格競争でなかなか勝てない。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・ 客は、内容と価格のバランスやお得さにシビアになっている。 ・ 寒波による野菜の高騰などがあり、近年努力し続けたコスト削減策も厳しい状況である。バレンタインの盛り上がりも今一つである。	
	タクシー運転手	・ 乗車の客が非常に少なく、繁華街も閑散としている。今のところ良くなる要素がないので、利用客の減少傾向は続く。	
	通信会社（営業担当）	・ 契約数の激減と解約数の増加という状況が激しくなるため、悪くなっていく。	
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・ 生徒数が減少し続けている。	
悪くなる	商店街（代表者）	・ 客の雰囲気もこれまでと若干違っており、買物を予定して来店しても、他店を2、3軒見て決めるという傾向が強くなっている。値段が少し高いと我慢をしてしまう傾向が、かなり顕著に出てきている。	
	コンビニ（経営者）	・ 3月20日に、近隣に大型店舗及びテナントが100店近く出店し、加えて大手ドラッグストアができる。競合店が増え、客の流れが大分変わる。	
	コンビニ（経営者）	・ 店頭での売上停滞による外商強化に合わせ、同業他社も類似行為を行い、競争がますます激化し、売上を確保するため、コンビニ同士、同じチェーン店同士で、特定客への値引き合戦が始まっている。これにより、利益率が更に悪化する。	
	衣料品専門店（経営者）	・ 消費者の不況感が強く、タンス在庫の見直し、無駄な物の整理等で、新たな購買意欲にはほど遠い。成熟した社会環境の中、消費者は衣料品に対して、更にシビアな目を持つようになる。	
	スナック（経営者）	・ 近隣の大手建設会社、家具販売店の倒産に加え、大手都市銀行による不良債権整理に伴い、特に建設会社の下請等を含めた会社倒産の懸念が客の間にある。単価の低下、来客数の減少が心配される。	
	旅行代理店（従業員）	・ 米国とイラクとの戦争が始まれば、平和産業である旅行業界が、海外旅行を中心に、一気に冷え込むことは目に見えている。	
	設計事務所（所長）	・ 1月以降、ほとんど引き合いがない。競争相手も同様の状態である。	
	企業 動向 関連	良くなる	-
やや良くなる		一般機械器具製造業（経営者） 金融業（渉外担当）	・ 新規の客で、何店が立ち上がるものがあり、今後はやや良くなる。 ・ この数年、企業融資には積極的でなかったメガバンクが、中小企業向けの融資を推進すれば、滞ってきた資金循環が良くなる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・ 年度末に向けて、IT関連設備への投資を年度末に向けて予算化する顧客がある。IT化の相談件数が増えているため、若干ではあるが、回復の兆しが出てきている。
変わらない		食料品製造業（関連会社担当） 出版・印刷・同関連産業（営業担当） 化学工業（従業員）	・ 3月後半から4月にかけて、季節要因によるプラス面は見込めるが、ベースとなる部分には大きく変化する要因がない。 ・ 印刷に代わり、ホームページやCD-ROMの作成のために文書をデジタル化する仕事が増える一方、同業他社との価格、値引き競争が今後も続く。 ・ 2、3か月先の生産計画に増産も減産もなく、受注量にも大きな変化はない。

	金属製品製造業（経営者）	・昨年後半からの環境関連の試作の仕事以外では、一般的に受注量が落ち込む傾向にある。継続している案件では、値下げ要求が数度にわたって続いている。新規の取引については、採算割れの価格で、受注を断念する状態が継続している。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・新商品の開発を手掛けてはいるが、売出すまでに時間がかかる。その間、仕事量は速いテンポで減少していく。しばらくはこの状態が続く。	
	建設業（経理担当）	・景気が良くなる雰囲気も、状況も出てこない状況である。	
	輸送業（経営者）	・3か月先まで仕事は確保されているが、とりたててよい状況ではない。	
	通信業（営業企画担当）	・大胆な値下げを行わないと、客が興味を示さない。他社との大きな差別化を行うが、質を落とさず、低価格での設定を行う必要があり、なお一層の企業努力が求められている。2、3か月で景気が回復するとは考えられない。	
	広告代理店（営業担当）	・業界他社の売上状況を見ると、対前年比実績が一進一退しており、状況が著しく変化することはない。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・良くなる兆候がみられず、その要素もない。	
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・手形決済が3月に集中する。これらの処理において、中小企業に相当の問題が起こる。	
	建設業（営業担当）	・以前から、官、民とも仕事量は減ってきているが、最近は大物件も少なくなっており、価格競争が激化している中で、物件の獲得をしなければならぬ。当分の間は、景気の回復は見込めない。	
	金融業（審査担当）	・客の受注状況、販売状況、設備投資の予定から判断して、先行きが厳しい。	
	不動産業（総務担当）	・テナントの要望により、新年度から、賃料の値下げを実施せざるを得ない状況にある。	
悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・受注価格の下落が止まらない。客のこれからの予定も分からず、先行き真つ暗である。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・全国の代理店からの発注が、ぱったりと止まり、需要の動きがほとんどない。	
	輸送業（総務担当）	・得意先の3月決算対応で、生産、在庫、出荷の調整がなされる。売上が大きく落ち込むことが予想されている。 ・輸出物件についても、海外の情勢によって、長期的に延期になる可能性がある。	
雇用関連	良くなる		
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当） 職業安定所（所長）	・人材流動化により、求人の需要が少しずつ増える気配がある。 ・パートを主体として、新規求人数が増加し、新規求職者の増加幅が縮小していることから、新規求人倍率が1倍台で、改善傾向にある。雇用保険の受給資格決定件数も減少している。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・今後も、正社員の早期退職を募る企業が見込まれている中で、新たな雇用を考えている企業は、一部の業種に過ぎない。	
	人材派遣会社（支店長）	・企業の人事担当と話をしても、しばらくは人員を増やすよりも、全体的に減らす方向である。派遣の人員に関しても、長期間の契約形態を短期間に変えるケースもある。派遣料金についても、下げてほしいとの要望が増えている。こうした状況は変わらない。	
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・各企業の中途採用意欲が、極端に低下してきている。	
	職業安定所（職員）	・今までの状況を見ると、求人数が増加する予想はあるが、1月中にもリストラ等があり、退職者などの求職者が今後増えると予想される。	
	職業安定所（職員）	・フルタイムの求人は前年並みである。各企業の経費節減のために、アウトソーシング業の大量パート求人が目立つ。管理職の求人は前年より減少しており、今後も、正社員、管理職などが減少するため、厳しい状況は変わらない。	
	職業安定所（職員）	・求職者数を見ると、前年比で10%ほど減少しているものの、小、零細企業の新規求人が多く、求人条件の改善がなかなかみられない。まだまだ厳しい状況が続く。	

やや悪くなる	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・正社員雇用に対し、企業の極めて慎重な姿勢がうかがえる。新規雇用は、技術者等の即戦力者に偏る傾向がより強くなってきている。 ・一時的、臨時の受注増等に対応するためのパートタイム求人に、動きが全くみられない。企業の生産活動等に停滞感が色濃く出ていることの表れである。
	民間職業紹介機関（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・求人数の動きが、決して良くなっていない。数か月、あるいは半年先の状況を推測しても、決して上向くような気配はなく、現在と同等か、更に厳しくなる。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・情報技術系、販売系企業では、来年度採用人数を今年度より減少させる計画を立てている。
悪くなる		