

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<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている        | 旅行代理店（従業員）   | 販売量の動き  | ・政府の政策の影響もあり、当社取扱の訪日外国人の数が前年を上回っている。  |
|                |                    | スーパー（統括）   | 来客数の動き  | ・この2、3か月、来客数は着実に増加している。売上金額は来客数に連動していない面もあるが、客の買物動向をみると、従来に比べて財布のひもがやや緩んできた感がある。  |
|                | やや良く<br>なっている      | 衣料品専門店（営業）   | 単価の動き   | ・今年は暑さが厳しく、バーゲンセールに入り安くなってからの販売量が増加した。  |
|                |                    | 家電量販店（営業統括）  | 単価の動き   | ・デジタルAV商品を中心に堅調に推移している。デジタル一眼レフカメラについても、各メーカーのラインナップが充実してきたことにより、販売数が大きく伸びている。反面、パソコンは本体の販売単価が下落し、台数の伸びで売上拡大を確保できなくなっている。 |
|                | 家電量販店（営業部長）        | 販売量の動き   | ・猛暑、五輪特需で大きく盛り上がった夏商戦後も、心配された反動もさほど受けずに、AV機器を中心に好調に推移している。秋冬の期待の新製品も発売され始めている。                            |   |
|                | その他専門店<br>[眼鏡]（店員） | 単価の動き  | ・来客数、販売量とも昨年と変化はないが、客が、商品の機能など品質の良いものを購入する傾向にあり、買上単価の上昇につながっている。  |   |
|                | 旅行代理店（従業員）         | 販売量の動き   | ・団体旅行の取扱件数が増加している。客からの問い合わせの件数も増加している。  |   |
|                | タクシー運転手            | お客様の様子   | ・9月に入ってから利用客が増加し、客からは給料水準も元に戻ったと聞いている。高速道路も、常時渋滞するようになっている。   |   |
|                | タクシー運転手            | 競争相手の様子  | ・加盟する業界団体のタクシーでは、400～700万円クラスの外車の高級車や国産車がかなりの割合を占めている。買換え時には燃料の安いプロパン車からガソリン車に移行する車がほとんどであり、景気はやや良くなっている。 |   |
|                | 通信会社（企画担当）         | 販売量の動き   | ・販売量が順調に推移しており、解約も少ない。  |   |
|                | 通信会社（総務担当）         | 販売量の動き   | ・オリンピックの開催でサービス加入者が増加した8月に引き続き、9月に入っても加入者は増えている。特に、デジタルサービスの販売が好調である。                                     |   |
|                | ゴルフ場（支配人）          | 来客数の動き   | ・9月には大きな大会が開催されたため、その練習日等で客が比較的多くなっている。   |   |
|                | 設計事務所（経営者）         | お客様の様子   | ・修理や修繕、新築などの案件が、多少は出てきている。  |   |
|                | 設計事務所（所長）          | それ以外   | ・業界全体での仕事量はまだ少ないものの、当社では今まで計画してきた案件が具現化し、仕事量が多少増加してきている。  |   |
| 住宅販売会社（従業員）    | 販売量の動き             | ・この3か月は販売が低調に推移していたが、9月は何とか過去3か月の販売量の1.5倍程度まで回復している。 |   |   |
| 変わらない          | 商店街（代表者）           | 単価の動き  | ・客は、一切余計な物を買わず、本当に必要な物しか購入しないので、高額商品はほとんど動かない。毎日使う物だけが売れている現状であり、単価も低迷している。                               |   |
|                |                    | 来客数の動き   | ・3か月前は、来街者数とカード売上は前年比約10%増であったが、今は5%に届くかどうかの水準に落ち着いている。景気が悪くなっているとは思わないが、3か月前の勢いは感じられない。                  |   |
|                | 一般小売店 [衣料・雑貨]（経営者） | お客様の様子   | ・9月も猛暑続きで、夏物はきれいに売り切れたものの、秋物の立ち上がりが悪い。ブラウスは動いているが、それ以外は売行きが良くない。  |   |
|                | 一般小売店 [鞆・袋物]（従業員）  | 単価の動き  | ・9月は暑さが続き、秋物のスタートが悪く厳しい状況だったので、セールを開始したところ、来客数は3倍に伸びたが、単価は2割ほど低下している。                                     |   |
|                | 一般小売店 [茶]（営業担当）    | お客様の様子   | ・涼しさも増してきたが、秋物商材への客の反応が悪く、定番商品の購入が目立っている。低価格であれば売れるわけではなく、価格と品質のバランスが吟味されている。                             |   |

|                         |        |   |
|-------------------------|--------|---|
| 百貨店（売場主任）               | お客様の様子 | ・液晶テレビ等限られた商品の売上は良いが、衣料品等はいまだに好調ではない。商品に好不調があり、全体として変わらない。  |
| 百貨店（総務担当）               | 販売量の動き | ・眼鏡店の新規入店で、来客数、売上とも2倍近く増加して好調な一面もあるが、全般的には秋冬物衣料が伸びず、前年の実績を割り込んでいる状態が続いている。  |
| 百貨店（広報担当）               | 販売量の動き | ・前半は気温がようやく落ち着いてきたこともあり、秋物を求める客でにぎわったが、後半は急激に失速している。都心の店舗では、前半の貯金が大きく月合計で前年をクリアしているが、郊外店は軒並み前年割れである。高付加価値商品、ファッションの先端を扱う都心の大型店と、実需対応が中心の郊外店とで明暗が分かれている。 |
| 百貨店（営業企画担当）             | 販売量の動き | ・残暑が厳しかったこともあり、婦人、紳士衣料品の販売量がかなり落ちている。服飾雑貨や食料品は前年並みであるが、衣料品のマイナス幅が大きく、全体では前年比マイナスである。  |
| 百貨店（営業企画担当）             | 販売量の動き | ・売上は4月以降、前年比97%台で推移しており、9月も変わっていない。秋物の需要喚起のため、大きなイベントを集中させ、チラシの部数も通常の150%に増やしたことや、気温が低下したことにより、中旬には前年をクリアしたものの、月全体では変化がみられない。                           |
| スーパー（経営者）               | 単価の動き  | ・相変わらず1点単価が低い状態が続いている。来客数、販売量はあまり変化していないが、売上は良くならない。3か月前と比べても、それほど変わらない状態が続いている。  |
| スーパー（店長）                | 販売量の動き | ・9月は残暑が続いたが、売場展開は夏から秋へと変化しているため、需要と売場の品ぞろえのミスマッチが発生している。夏物商品をできるだけ長く展開したが、一度でも気温が25度位に下がると、その後気温が再び上がっても夏物商品の需要は鈍るため、前年の実績を確保するのがやっとである。                |
| スーパー（店長）                | 販売量の動き | ・9月は残暑の影響もあり、衣料品が非常に厳しい。来客数も82%となっている。食品についても、おでんやお鍋などの季節商品を展開しているが、今ひとつ売れていない。   |
| スーパー（店長）                | 販売量の動き | ・残暑の影響により、秋冬商品の動きが鈍い。<br>・競合店の価格政策により、特売の売価が下がっている。売価によって販売量が大きく左右されている。  |
| 衣料品専門店（経営者）             | 来客数の動き | ・夏の暑さの延長と、後半の天候不順からか、なかなか来客数が増加しない。結婚式用のフォーマル系の商品など、目的を持った購買については、かなり高額なものを買う客も目立つ。   |
| 家電量販店（店長）               | 来客数の動き | ・商品の2極化が進み、購買の格差が出てきているが、平均すると変わらない。  |
| 乗用車販売店（渉外担当）            | 販売量の動き | ・9月の新車販売台数は予算達成率が90.4%の見込みで、前年同月比0.4%減となっている。中古車の売上台数は、予算達成率が97.3%の見込みで、前年同月比で2.9%減とほぼ横ばいで推移している。   |
| 住関連専門店（統括）              | 販売量の動き | ・来客数はある程度増加しているが、販売量はそれほど伸びていない。  |
| その他専門店 [ドラッグストア]（経営者）   | 販売量の動き | ・3か月前に比べて9月は良い成績になっているが、これはテレビで放映され、当社でも1週間で約1000個近く売れたサプリメントの拡売による一過性の数字であると考えている。   |
| その他専門店 [キャラクターグッズ]（従業員） | 来客数の動き | ・週末の来客数が、すべての週において減少傾向にある。  |
| 一般レストラン（経営者）            | 販売量の動き | ・例年9月は売上が落ち込む時期であるが、今年は前年比でも10%以上売上が減少している。厳しい状況が変わっていない。   |
| 一般レストラン（店長）             | 単価の動き  | ・日本酒やビールではなく、比較的安く飲める焼酎に人気集中しているため、厳しい状況である。焼酎の中でも芋焼酎がブームであるにもかかわらず、安い麦焼酎に注文が殺到する状況が続いている。  |

|           |                  |         |  |
|-----------|------------------|---------|--|
|           | 都市型ホテル（スタッフ）     | 単価の動き   | ・予約件数は前年とほぼ同数だが、客単価が低下しているため、売上は伸びていない。  |
|           | 都市型ホテル（スタッフ）     | 来客数の動き  | ・一般企業から、研修会や飲食を伴わない会議だけの問い合わせが増加し、夜の接待利用の企業の客は、競合店の進出や経費の見直しで減少している。   |
|           | 旅行代理店（従業員）       | お客様の様子  | ・国内旅行は、販売量は例年並みかそれ以上になる傾向にあるが、単価が依然として上昇していない。海外旅行に関しては、個人の需要は増加しているが、団体の数が同時多発テロ以前の水準には戻っていない。年末年始の申込も動きつつあるが、絶対量がまだ不足している感がある。 |
|           | タクシー運転手          | 来客数の動き  | ・持ち場としている駅では、迎いの家用車で一杯で、タクシーの利用客は減少する一方である。  |
|           | タクシー運転手          | 単価の動き   | ・8月に比べれば9月は良くなっているが、遠方の客は終電があるうちに帰り、企業のタクシー券が少ないので、まだ厳しい状況は続いている。  |
|           | 通信会社（経営者）        | 販売量の動き  | ・消費を喚起する魅力的な商品がない。液晶テレビにするプラズマテレビにする、番組が今いちである。  |
|           | 通信会社（営業担当）       | お客様の様子  | ・ケーブルテレビの加入者獲得件数は、オリンピックの反動等による目立った変化が相対的に少ないが、デジタル化への関心も特に加入に結び付いていない。  |
|           | 通信会社（営業担当）       | 単価の動き   | ・端末の価格を引き下げても、高スペック機種を価格を引き下げても、販売構成比が変わるだけで、全体の販売量を押し上げるまでには至っていない。   |
|           | ゴルフ練習場（従業員）      | お客様の様子  | ・9月はゴルフシーズンに入るが、3か月前と客の様子が同じであり、来客数は増加していない。しかし、競合の少ない地域の施設では、来客数が増え、売上も良くなっていると聞いている。   |
|           | 設計事務所（所長）        | お客様の様子  | ・仕事の流れが変わっている。一般住宅生産は大手のハウスメーカーがほとんどを実施しているので、町の工務店までは仕事が及んでいない。景気が良くなっているという実感がない。  |
|           | 住宅販売会社（経営者）      | 販売量の動き  | ・最近、請負にしても分譲にしても、受注量、販売量ともに減少している。価格もかなり低下しており、利幅はほとんどない。厳しい状態が続いている。  |
| やや悪くなっている | 商店街（代表者）         | お客様の様子  | ・9月は売出しを2回行ったが、客は購買を決定する前に他店との比較をしており、価格面で他店の方が少しでも条件が良いとなると、当店で予約をキャンセルしてまで他店に動くといったドライな買物が目立っている。                              |
|           | 一般小売店〔C D〕（営業担当） | お客様の様子  | ・土日の来客数は回復していく傾向にあるが、平日は閑散としており、客の購買意欲も低迷している。   |
|           | 百貨店（業務担当）        | 来客数の動き  | ・客の購買単価はほとんど同じであるが、来客数が減少しており、売上が減少している。   |
|           | スーパー（店長）         | 販売量の動き  | ・あまり大きな影響はないが、先月大型店が近隣に出店し、目玉商品を低価格で提供しているため、これらの商品については販売量が減少している。  |
|           | スーパー（店長）         | 来客数の動き  | ・9月の来客数が94%と前年を大きく下回っている。7、8月とも98%前後で決して良くはなかったが、9月は特に大きな要因もないまま、来客数が大幅減となっている。  |
|           | コンビニ（経営者）        | 来客数の動き  | ・客の来店頻度は増加しているが、絶対数は減少している。新規の来店客の増加がみられない。  |
|           | コンビニ（経営者）        | 単価の動き   | ・客単価が約10円低下し、来客数は1日約100名減少している。  |
|           | 衣料品専門店（経営者）      | お客様の様子  | ・9月の気温が思ったより高かったため、例年よりも秋物の動きが悪く、秋物衣料は全滅である。   |
|           | 乗用車販売店（営業担当）     | 来客数の動き  | ・9月は決算期だが、前年に比べ、来客数がかなり落ちている。  |
|           | タクシー（団体役員）       | 来客数の動き  | ・相変わらず利用客の数が減っており、同時に燃料の高騰が響いてきている。  |
|           | 通信会社（営業担当）       | 競争相手の様子 | ・競争相手が値下げを行ったことで、業界標準金額が一層低下している。  |

|         |                      |                           |  |   |
|---------|----------------------|---------------------------|--|---|
|         |                      | その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員) | 販売量の動き   | ・家庭用、業務用各ゲームとも、前年同月比が3か月前より悪化している。家庭用については、今年に入りずっと前年を下回ったままであり、新しいハードの購入のための買い控えもあって、市場環境は厳しい。これまで好調だった業務用は、8月の猛暑やオリンピック以降、現在も低調なまま推移している。顧客の絶対数が減少している。 |
|         |                      | その他レジャー施設 (経営企画担当)        | 来客数の動き   | ・イベントへの来場者が減少傾向にある。既にチケットを購入しているにもかかわらず、来場しない例も多い。  |
|         |                      | 設計事務所 (経営者)               | 販売量の動き   | ・民間業務は相変わらず少なく、活発さがみられない。当事務所は行政の仕事をメインにしているが、行政の仕事は物件が年々少なくなっており、景気回復が全く感じられない。  |
| 悪くなっている |                      | スーパー (店長)                 | 単価の動き  | ・客の買上点数が減少し、単価も低下している。9月は改装後ということで期待していたが、客の買上点数、単価が伸び悩み、当初の予定を大幅に下回っている。   |
|         |                      | 衣料品専門店 (営業担当)             | お客様の様子   | ・残暑が厳しいが、夏物が売れるわけではなく、秋物を買うにはまだ早い。2、3日涼しくなっても、すぐに気温が上昇し、秋に向かう気持ちがなくなってしまう。  |
|         |                      | その他小売 [生鮮魚介卸売] (営業)       | お客様の様子   | ・今までケース単位で購入していた客が、ケースの方が値段が安くても、バラで必要量しか仕入れなくなっている。  |
|         |                      | 美容室 (経営者)                 | 来客数の動き   | ・客がディスカウントショップに流れている。   |
|         |                      | 住宅販売会社 (経営者)              | 販売量の動き   | ・相変わらず新築住宅が売れない。家探しに出ている客は多いが、結論を出すのが遅く、契約に至らない。価格を下げると見学には来るが、購入の結論を出さない。  |
| 企業動向関連  | 良くなっている<br>やや良くなっている | 電気機械器具製造業 (経営者)           | 受注量や販売量の動き   | ・売上は6月比144%となり、9月決算期による前倒しもあって、良くなっている。   |
|         |                      | 出版・印刷・同関連産業 (経営者)         | 競争相手の様子  | ・当社はまだまだ暇だが、仲間の仕事はかなり忙しくなってきた、仕事を手伝ってほしいという依頼が少しずつ増加している。   |
|         |                      | 一般機械器具製造業 (経営者)           | 受注価格や販売価格の動き   | ・客の生産量が追いつかなくなり、当社にラインを移管するという話も出ている。   |
|         |                      | 建設業 (営業担当)                | 受注価格や販売価格の動き   | ・物資の高騰に伴い見積価格が上がってきているが、以前だと客が納得せず価格交渉に苦労したが、今は説明すれば納得する顧客が増えている。   |
|         |                      | 建設業 (経理担当)                | 受注価格や販売価格の動き   | ・今までは価格競争での仕事の取り合いであったが、ここに来て施工側の設定価格の理由を説明すると、その内容を判断して、高い見積でも、安いところを断つてまでも発注してくれる客が出始めている。  |
|         |                      | 金融業 (渉外担当)                | 取引先の様子   | ・取引先の決算が良くなっている。コストを見直し、財務リストラに取り組んだ結果、売上は減収傾向にあるものの、収益は明らかに改善してきている。   |
|         |                      | 不動産業 (総務担当)               | 取引先の様子   | ・オフィス入居希望テナントの引き合いが引き続き活発であり、空室率が大幅に改善されている。賃料相場も下げ止まった感がある。  |
|         | 変わらない                |                           | 金属製品製造業 (経営者)  | 取引先の様子  |
|         |                      | 金属製品製造業 (総務担当)            | 受注価格や販売価格の動き   | ・材料価格が高騰しているが、製品に転嫁できていない。  |
|         |                      | 輸送業 (経営者)                 | 競争相手の様子  | ・このところ原油価格が急騰しており、売上に対する燃料比率が非常に高くなり、経営が苦しい。  |
|         |                      | 金融業 (得意先担当)               | 取引先の様子   | ・各企業では設備投資が出て、かなり受注が増加しているが、小売業が落ち込んでおり、全体ではまだ景気が上向いているとはいえない。  |
|         |                      | 不動産業 (経営者)                | 競争相手の様子  | ・地価の下げ止まりが報道されているが、当地域でも若干下げ止まり傾向が表れている。  |
|         | 経営コンサルタント            | 取引先の様子                    | ・客単価が引き続き低下傾向にあり、景気が良くない企業もある一方、一部企業では好調で積極的に将来に向けた戦略を打ち出している。 |   |

|           |                       |                |  |   |
|-----------|-----------------------|----------------|--|---|
|           | その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） | 受注量や販売量の動き     | ・情報通信分野においてはIT化の波が一段落した感があり、まとまった発注が減少している。年度当初予定していた予算が削られ、発注予定が遅れている状況である。                                     |   |
| やや悪くなっている | 食料品製造業（経営者）           | 受注価格や販売価格の動き   | ・企業向けの注文が増えない。   |   |
|           | 出版・印刷・関連産業（営業担当）      | 受注量や販売量の動き     | ・会社の新規設立件数が減少している。   |   |
|           | プラスチック製品製造業（経営者）      | 受注価格や販売価格の動き   | ・今年何度目かの原材料の値上げがあり、今後も上がりそうであるが、販売価格の値上げはないため、厳しい状況である。  |   |
|           | 電気機械器具製造業（経営者）        | 受注価格や販売価格の動き   | ・業者間の受注競争が激しく、受注価格は低下する一方だが、金属や石油製品等の原材料の値段は上昇しており、製造原価が上昇し始めている。原料の値上げ圧力は社内努力だけでは吸収できず、粗利益に影響を与えている。            |   |
|           | 電気機械器具製造業（経営者）        | 取引先の様子         | ・数か月前までは活発に製品が動いていたが、ここに来て、契約数が落ち込んでいる。  |   |
|           | 輸送業（財務・経理担当）          | 取引先の様子         | ・売上が前年比90%前後で推移している。得意先等を見ても売上げが見込めない。   |   |
| 悪くなっている   |                       |                |  |   |
| 雇用関連      | 良くなっている               | 人材派遣会社（営業担当）   | 求人数の動き   | ・派遣会社の受注数が増加しており、派遣スタッフの供給が追いつかなくなる供給不足が発生している。2004年度に入ってから傾向であるが、最近は一層この傾向が顕著になってきている。 |
|           | やや良くなっている             | 人材派遣会社（社員）     | 雇用形態の様子  | ・派遣の受注も多いが、紹介予定派遣やいわゆる企業直接雇用の形態が増加している。   |
|           |                       | 人材派遣会社（支店長）    | 求人数の動き   | ・派遣業界では一般的に3、6、9、12月末は入れ替えの時期にあたるが、6月に比べ、9月は求人が増加している。逆に求職者は減少している。                     |
|           |                       | 職業安定所（所長）      | 求人数の動き   | ・8月の新規求人は、前年同期比14.2%の増加、新規学卒求人も40.6%増加するなど、景気の回復が感じられる。                                 |
|           |                       | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き  | ・新規求職申込件数が、前年同月比8.4%減少している。   |
|           |                       | 学校〔専修学校〕（就職担当） | 求人数の動き   | ・9月の求人数が、前年同月比で20%ほど増加している。   |
| 変わらない     | 求人情報誌製作会社（編集者）        | 採用者数の動き        | ・中途募集の新聞広告、インターネットによる広告出稿量はそれほど変化はない。業界によってまだら感があり、底固いとはいえない。  |   |
|           | 職業安定所（職員）             | 求人数の動き         | ・産業別にみると、製造業を中心として新規求人数は堅調に推移しているものの、全産業計では、前年同月比、過去3か月の各月との比較でマイナスとなっている。個人消費の動向を反映する運輸、流通業からの新規求人が減少基調で推移している。 |   |
|           | 職業安定所（職員）             | 求職者数の動き        | ・新規求職者数が連続して減少している。自己都合退職者が増加してきたので、大きな雇用調整は落ち着いたようである。ただし、新規求人数も減少しており、求人倍率に変化はみられない。                           |   |
| やや悪くなっている |                       |                |  |   |
| 悪くなっている   | 新聞社〔求人広告〕（担当者）        | 求人数の動き         | ・通常、9月は募集が相当活発に出る月だが、今年は仕事が取れない。求人広告を無料で出す業者や、3週連続で半額や3掛けにする業者などがいて、客がそのような業者に流れている。                             |   |