

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	コンビニ（経営者）	・近隣店舗の新規出店に伴い、客の増加が見込める。
		商店街（代表者）	・このところ、クレジットカードの売上等が好調で、イベントを仕掛けても客の反応が良い。
		一般小売店[茶]（営業担当）	・品質の良い商品が多く出回ることが見込まれ、今後2、3か月は上向く。
		百貨店（営業企画担当）	・人の動く3～4月のギフト動向が好調であり、中元期に関しても期待が持てる。
		コンビニ（経営者）	・相変わらず客は欲しい物しか買わないが、来客数がこのまま推移すれば、現状を維持できる。客が欲しい物を上手に品ぞろえし、客の来店頻度を高めたい。
		衣料品専門店（経営者）	・婦人物に関して、今までは価格競争にばかり目を奪われていたが、多頻度仕入れに切替えたことで、客の反応が良くなっており、今後の見通しは明るい。
		家電量販店（店員）	・この先、連休、夏物商戦を前に動きがみえてくる。パソコン本体も、新モデル投入により動きが出てくる。
		家電量販店（店員）	・液晶テレビ、プラズマテレビ、テレビ付きのパソコンも売れている。今年はエアコンにも期待でき、今後は徐々に良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・軽自動車から普通車への乗り換えが目立っている。また、新型車の発表の影響からか、低公害車両、ハイブリッド車などへの関心が高まっており、安全性を重視した台替えなどが目立つ。高額車両ではあるが、今後、需要は増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発表により、来客数の増加が見込まれる。
	その他専門店[燃料]（統括）	・原油品薄が報道されるなか、市場価格が適正に反映され、適正口銭が維持される。	
	一般レストラン（経営者）	・当店の前にタワー型マンションができ、新住民の客が徐々に増える。	
	旅行代理店（従業員）	・前年比105%と、わずかではあるが受注が伸びているため、今後につながる。	
	タクシー運転手	・雇用環境が改善されているなかで、業務員の確保が難しくなっており、競争相手が増えないことから、客が多くなってきている。今後もこの状態が続く。	
	通信会社（経営者）	・ボーナスが増えそうとのことで、客の表情が明るくなっている。	
	通信会社（営業担当）	・薄型テレビやDVDの値段が下がりつつあり、それらの需要に付随してケーブルテレビのデジタル需要がおう盛になる。インターネットは光ファイバーを使いこなせない層への低価格商品が浸透する。	
	設計事務所（所長）	・現在の仕事が2～3か月は続く。	
	変わらない	商店街（代表者）	・月によって波があるが、4月にも同業者が廃業しており、明るい兆しはない。
		一般小売店[茶]（経営者）	・特売日や安売りの日にまとめ買いをするなど、客の買物がより計画的になってきており、それ以外の日の売上が悪くなる傾向がある。
		一般小売店[衣料・雑貨]（経営者）	・夏物の上質品の動きが良いので、今年の夏は期待が持てる。特に、綿商品の動きが良い。
一般小売店[鞆・袋物]（従業員）		・自社での販促企画、テーマ性をもっと打ち出さないと、需要を喚起できない。正規価格品の2～3割引で販売するという戦略であれば、短期的な需要は見込めるが、長期的には厳しい。	
一般小売店[家具]（経営者）		・周辺で新築マンションが建っているが、単価の低い商品しか売れない。現在の悪さが続く。	
百貨店（総務担当）		・生活関連雑貨など好調な分野もあるが、全体としては前年水準を行ったり来たりしており、この先も伸びる実感が無い。	
百貨店（企画担当）		・食品関係、ヤングキャリアのカットソーなどの低価格商品は堅調だが、ミセス、紳士スーツ、ジャケットなどの重衣料は前年割れしており、今後も同様の傾向が続く。	
百貨店（広報担当）		・サンダル、浴衣、水着等の夏商材に新しいトレンドがみられず、買い増し需要を喚起するには力不足である。消費者はどうしても欲しい物以外は全く購入しないため、夏商材は苦戦が予想される。	

百貨店（販売管理担当）	・大型連休で家計支出がレジャーに向くことや、母の日が一日早いことで、5月も売上の伸長は期待できない。それ以降については、前年の夏物がセールに入ってから爆発したので、本年もセールも含めた商材確保がポイントとなる。
スーパー（店長）	・食料品は競合店の出店も落ち着き、上向き傾向にあるが、衣料品の主力である婦人服が94%、婦人雑貨が93%と苦戦している。夏物についても大きなファッショントレンドは見当らず、厳しい状況が予測される。
スーパー（店長）	・消費税の税込み表示の開始から1年が経過したが、消費者は税抜きの割安な売価の水準で、税込み価格を考えるようになってきている。結果として、更に値引きを行うこととなり、単価の低下、利益の減少は続く。
スーパー（店長）	・まだ将来的な不安が払拭しきれず、現在でも必要な物しか買わないという行動は顕著に表れている。
衣料品専門店（経営者）	・衣料品は季節商品で、以前のように先取りで買い置きをする客が少なくなっている。天候次第で売上が変わり、商品単価も落ちているので、来客数が増加しなければ、売上の増加は見込めない。
家電量販店（営業部長）	・猛暑、オリンピック効果で4月以降7月まで勢いが続いた前年の実績は重く、今年は特に期待できそうな新規商品は見当たらない。商品単価も下落しており、昨年同様のことをやっているのは悲惨なことになりそうである。夏に向けての単価向上のための販促策を練っている。
乗用車販売店（経営者）	・自動車整備は順調に入っているが、販売は2～3割減少しており、先行きもあまり芳しくない。
乗用車販売店（渉外担当）	・4月のサービス売上は、対前年同月比見込みで横ばいであり、向上の兆しが無い。
乗用車販売店（総務担当）	・大量に新車が発売されたため、販売量は昨年比20～30%増と好調に推移しているが、価格競争が厳しく、利益につながっていかないことから、今後の見通しについてはそれほど楽観できない。
高級レストラン（支配人）	・近隣のビルの出店が一段落し、客は安いレストランへ行くか弁当を購入しており、フリーの客が来店しない状況は今後も続く。
一般レストラン（スタッフ）	・これから先も家族連れは少なくなることが予想され、あまり期待できない。接待関係は、以前から引き続いて減少する。医療関係が多少は良くなるかもしれないが、全体的にはそれほど変わらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼は新規の出店による競争の激化、婚礼適齢期の人口減少、披露宴を実施しないカップルの増加によって、今後は伸びない。婚礼の減少をカバーするために、一般法人の宴会受注を強化してきたが、単価が婚礼の約半分であるため、カバーするまでは至らない。しかし、金融関係会社からの新規宴会の問い合わせが増えてきているので、今後の問い合わせの増加次第ではかなりカバーできる。
都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況が良くない。
旅行代理店（従業員）	・連休や万博等のイベントによる需要喚起がある一方で、中国や韓国などの反日感情、関西での列車事故などが消費マインドを損なう恐れがある。
旅行代理店（従業員）	・愛知万博については、名古屋市内の予約はほとんど取れないため、団体客は隣県の温泉地に振っている。中国の件は、今後改善されると思うため、総合して変わらない。
旅行代理店（従業員）	・直前の旅行申込が続いているので、2、3か月先の状況が把握しづらいが、見積件数等から推測する限り、4月と同じような状況が続く。
通信会社（営業担当）	・エリア内の住宅事情は、再開発等も含めて衰えはみられないが、デジタル化の一巡や通信事業の競争の激化等で、総体的には厳しい。
その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・家庭用ゲームについては、ハードが依然として品不足であり、消費者に行き渡るのには相当の時間を要するため、このまま好調を持続する。業務用は少し回復しており、大学、社会の新人が慣れるに従い、アミューズメントスペースにくる機会がこれからますます増えると予想する。
設計事務所（経営者）	・公的な建築設計の仕事はあくまでも指名で決まる。現在、各官公庁では全体的に仕事量が半分、もしくは3分の1になっているので、当然指名も少なくなる。先行きは、非常に不安定な様子である。

	設計事務所（所長）	・計画の話が非常に少なく、2、3か月先に具体化しそうにはない。具体化するまでに非常に時間がかかっており、厳しくなっている。
	住宅販売会社（経営者）	・どんなに良い住宅を造っても、客は価格で決めるので、デフレを脱却しなければ、相応の住宅は売れない。客が価格や住宅ローンを気にしないですむ社会環境になるまでは、良くならない。
	住宅販売会社（従業員）	・春先から良くなると思っていたが、販売量が思ったほど増加せず、この先もまだ不透明感が拭えない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・周辺に大型ショッピングセンターが3か所できるので、これ以上良くはならない。オーバーストア気味で、非常に困っている。
	一般小売店〔CD〕（営業担当）	・し好品に対する客の目は、一層厳しくなっており、引き続き単価の低下が懸念される。
	百貨店（営業担当）	・大規模ショッピングセンターの出店で、郊外の支店が苦戦している。衣料品を中心に他業態との差別化が明確にできていない。消費者の価格に対する目がより厳しくなっており、やや悪くなる。
	百貨店（営業担当）	・市場全体がカジュアル化しており、高額品のシェアが落ちてきている。夏にかけて単価は一層低下するので、売上に期待できない。
	百貨店（販売促進担当）	・来客数がなかなか増加しない傾向が続く。衣料品の販売不振が続いており、今後衣料品の売上が急上昇する要因が見込めない。
	スーパー（店長）	・500メートル離れたところに、競合店が7月末にオープンするため、これから価格競争に入り、目標売上等がなかなか厳しい状況に追い込まれる。
	コンビニ（経営者）	・大型店などが開店しただけでなく、長時間営業、24時間営業になったため、来客数が減少しており、今後はやや悪くなる。
	衣料品専門店（経営者）	・結果的に春物商戦は惨敗になる。初夏物も販売時期が短く、夏物セールに突入するため、売上の確保は至難である。粗利益の確保も、春物商材の利益割れで、春夏商戦を通して苦戦が予想される。
	家電量販店（店長）	・昨年度は猛暑、オリンピック需要にて薄型テレビ、エアコンが大きく伸びたが、今年の夏は、そうした需要が期待できない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・総会など、会議とパーティがセットになった案件が減少している。
	旅行代理店（営業担当）	・愛知万博等の廉価商品は好調だが、国際会議、見本市を多数開催予定の中国関係の販売が相当冷え込む見込みである。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数の減少に歯止めがかからない。
悪くなる	コンビニ（経営者）	・来客数、客単価、総売上、すべてにおいて下降傾向が顕著に現れ始めている。同業他社の廃業も増加し、苦悩の日々が続く。
	その他専門店〔眼鏡〕（店員）	・この3か月、来客数の伸びがない。身近な人の会話の中に、年金や株価の下落等の話題が増えており、先行きの不安などの影響が出る。
	美容室（経営者）	・周りにディスカウント店が多すぎるため、今後に期待できない。
	設計事務所（所長）	・まったくと言っていいほど仕事の情報が入ってこない。1～2年後まで持ちこたえる状況ではない。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・4月は、会社の新規設立関連の受注が通常期の1.6倍に増加しており、上向き傾向にある。取引上必要でなくても便利だという理由で注文してもらった会社もあり、金銭的にゆとりが出てきた様子がうかがえる。今後はやや良くなる。
	建設業（経理担当）	・見積の話すらなかった機関の中に、本格的に事業計画を進めるところが始めている。この分だと、受注も今より伸びそうである。
	金融業（渉外担当）	・低金利を背景に、巨大な運用資金が都心一等地等の不動産に流れ、地価を押し上げ始めている。今後もこの傾向はしばらく続く。
	金融業（審査担当）	・鉄道車両関連業者は、海外は上海-北京間の中速新幹線計画、国内は新型新幹線の試作品の受注が増加しており、フル操業が続いている。

	不動産業（総務担当）	・当社所有オフィスビルについては、空室率のみならず、新規テナントにおける賃料水準についても改善傾向にある。	
	広告代理店（従業員）	・新しい広告企画が採用され、売上に結び付くものが出てきている。	
変わらない	食料品製造業（経営者）	・行楽シーズンでも、客は外出先で食品を買わず、弁当等を自分で用意している。この現状から、良くなるとは思えない。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・個人情報保護法の施行により名簿等の作成が少なくなるため、例年より作業量が少なくなる。	
	化学工業（従業員）	・増産予定はなく、販売量が増加する見込みはない。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・取引先の営業努力や新製品開発により受注量は前年同期と比べると若干増加し、今後比較的安定した受注が期待できるが、原油価格高騰による原材料値上げはまだしばらく続く。海外生産移行の懸念も拭いきれない。	
	金属製品製造業（経営者）	・例年は4月中旬から5月にかけて受注が戻ってくるが、今年は取引先の在庫増のため、発注量は減少方向にあると内示が出ている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・この3か月は受注があったが、この先は全く不透明である。	
	建設業（営業担当）	・企業からの請負工事は、予算はもちろんのこと、工程にも厳しくなっており、担当者レベルではなく、経営者トップの判断が必要になる傾向が続く。	
	広告代理店（従業員）	・目新しい仕事がなく、同じ仕事も場合によっては去年の数パーセント予算が削減されている。	
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・今のところ、大型案件の動きなど活発なものが少ない。	
やや悪くなる	非鉄金属製造業（経理担当）	・長期に渡る注文がほとんどない。	
	輸送業（経営者）	・再度の燃料の値上がりや、第二のNOx、PM法等に伴う車の入れ替え等に大きな資金が必要であること等、この先全く明るい話はない。	
悪くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・受注件数も受注量も少ない状況で、このままではやっていけなくなりそうである。	
	輸送業（総務担当）	・原油の高騰で、燃料の軽油費が毎月確実に上昇し、中小の物流業者は運賃に転嫁できずに非常に厳しくなっている。今後は更に厳しくなる。	
雇用関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・求人要請に対して、派遣社員の送り込みが追いつかない状況は依然として続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒、中途採用とも求人数が増加傾向にあり、未充足、不満足企業は継続している。採用予算をかける方向に向かう。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・微動ではあるが、幅広い業種で活気が出始めている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は、一般社員が23か月連続で前年同月を上回り、パート社員も16か月連続で前年同月を上回る状況である。4月は一般社員で営業（派遣）、自動車車体組立（請負）、パート社員では調理、接客、オペレーター（派遣）の大量求人が目立つ。
	学校〔専門学校〕（教務担当）	・企業の採用担当者の求人に対する熱意が、今までになく強い。	
変わらない	人材派遣会社（社員）	・デジタル家電、半導体、携帯電話と業容は停滞ぎみである。このまま現状維持が下降傾向で推移し、伸びは期待できない。	
	人材派遣会社（支店長）	・企業からの求人数は増加するが、今後もスタッフ確保に苦戦する。	
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・業績拡大に向けた求人がある一方で、欠員補充や人材の現状維持といった消極的な採用もある。前者の採用に動けない企業や店舗が多く、長期休暇明け以降の求職者の動きから考えると、やはり積極的な動きに転じられない。	
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・企業の中長期的な採用計画が堅調な状態が続く。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・マンパワーを要求される仕事が増えているということは、そのような業種の企業が、従来より入札や新規参入時の見積価格を下げて強引に仕事を獲得しようとしている証拠であり、労働量と賃金の対価にアンバランスが生じている状態である。これでは、人の停滞が起きるだけで、景気は上向かない。	

	職業安定所（職員）	・求人には、派遣や請負といった非常用雇用の求人が目立ち、常用雇用を希望している求職者とのミスマッチがある。今後、採用者数が増えるとは予想されない。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数は減少が続き、新規求人数は増加傾向にあるが、年齢、職種、雇用形態等のミスマッチは今後も続く。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・来月以降の採用予定企業数は、前年実績から増加していない。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（経営者）	・求人広告件数は昨年より多少増加しているように思われるが、雇用の拡大ではなく欠員の補充による求人が多くみられ、5月以降は下降気味となる。
悪くなる	-	-