

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 | 旅行代理店（営業担当） | ・愛知万博の需要に勢いがある。 |
| | | 観光名所（職員） | ・来客数の動きが順調で、今後も良くなる。 |
| | やや良くなる | 商店街（代表者） | ・クレジットカードの売上が伸びる傾向が顕著なので、今後も良くなる。 |
| | | 一般小売店〔家具〕（経営者） | ・最近、周辺でマンションができており、客の購買が増えることが見込まれる。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・婦人服の動きが非常に活発で、ジャケットやカットソーのカジュアルタイプに人気が集まっており、今後期待している。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・得意客、外商による高額な宝飾関係は、この2、3か月、堅調に伸びている。ヤング、キャリアの衣料品も前年比10%近く伸びている。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | ・実際に商品を購入する客の割合が増加しており、目的なく立ち寄った客の消費が増加する傾向にある。企業の好業績が給与、ボーナスに反映されてきている兆しが見られ、今後期待できる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・弁当、惣菜など食べ物が伸びている。それに付随して、他の物も伸びる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・夏物の出だしが好調なので、6、7、8月は良い状況になる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・クールビズという新しいマーケットの出現によって、客の動きが活発化すると予想される。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・現状の販売状態から、デジタル家電等、高付加価値商品を中心に活発な動きが予想される。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・新型発表も出尽くし目新しい車種はないが、コンパクトカーやワゴン車は相変わらず順調に推移しているため、今後も伸びる。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・2年ほど前に首都圏の環境規制を受けた車両が、代替の時期を迎え、需要が見込まれる。車両単価を上げることは難しいが、販売台数の増大には期待できる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・婚礼の受注件数が昨年よりかなり多い。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・需要の大きい中国が安定しつつあり、今後の需要が見込める。 |
| | | タクシー運転手 | ・5月後半に有料高速道路利用のチケット客が増え始め、今後も期待できる感触を得ている。法人タクシーはグループ化してサービス改善に、個人タクシーはこれに対抗する策を検討している様相なので、利用客の増加に期待したい。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・薄型テレビやDVDの低廉化による買換えが進み、それに合わせてデジタル化需要が高まる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・初期費用を抑えられるボーナスキャンペーンの実施で、加入増を見込める。 |
| | | ゴルフ練習場（従業員） | ・女子プロゴルフのブームもあり、若い女性の参加が増加している。 |
| | | パチンコ店（経営者） | ・周辺で最高益の出る会社や、夏のボーナスも良い会社があり、この先に期待している。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・住宅ローン金利の引き下げの影響で、来場者の増大が見込める。 | |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・今までは販売も土地の仕入れも悪かったが、5月に入り、両方に動きが出てきたので、今後仕入れが増えるに伴い、販売量も増加する。 | |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・呉服業界はいまだに下げ止まりがみえず、パイが一層縮小していることを考えると、売上を伸ばすことは難しい。 |
| | | 一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者） | ・夏物の動きが良く、中高年齢向けの商品、カットソー、ブラウス類、紳士ではシャツ類の上質品が売れており、今後も期待が持てる。 |
| 一般小売店〔印章〕（経営者） | | ・小売店、大型量販店の急増で客が分散しており、先行きは明るくない。 | |
| 一般小売店〔鞆・袋物〕（従業員） | | ・ギフト需要に関しては、今後も高単価を見込めるが、身の回り品については、正規価格品の単価を下げてセールを前倒しすれば、購入率は高くなるものの、普通の販売方法では厳しい。 | |

| | |
|------------------------|--|
| 百貨店（総務担当） | ・現状では、前年実績を上回るなど、やっと景気回復感が出てきているが、夏物商戦がどうなるか、先行きは不安である。 |
| 百貨店（広報担当） | ・商品単価は上昇するも、買上客数、買上点数が減少し、売上が若干前年割れする商況が続いており、今後もこの傾向は変わらない。販売ルートの多様化により、百貨店で買物をしてきた層がショッピングセンター等に流れる一方で、百貨店コア顧客は、更に高価で上質な商品を求めるようになる。 |
| 百貨店（営業担当） | ・季節商品の動きは活発だが、前年は猛暑で夏物衣料が爆発的に売れたため、前年比では売上の大幅増は見込めない。中元も前年を維持するのが精一杯と思われるため、景気は変わらない。 |
| 百貨店（営業担当） | ・5月は天候に恵まれ、婦人服雑貨関連が好調に推移している反面、紳士服、子供服、食品、家庭用品関連が低迷しており、景気が回復しているとは言い切れない。しばらくはこの状態が続く。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・中元商戦に入るが、インターネット購買が普及しているなか、ギフトセンターへの来場者は年々減少傾向にある。店舗特性を生かしたきめ細かな仕掛けをしないと、客は納得しないので、厳しい商況は続く。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・消費者は、買物だけでは満足しない傾向にあり、店のように遊びやゆとりの空間がない店舗では、来客数が増加しない状況が続く。 |
| 百貨店（販売管理担当） | ・売上のウェイトが高い食品の苦戦が続いており、全体の売上を伸ばすのは難しい。夏の商戦では、ボーナスが大幅に伸びようだが、中元ギフトが縮小傾向である。 |
| スーパー（経営者） | ・今後、競合店の出店等で、来客数が伸びない状況が続く。 |
| スーパー（店長） | ・衣料品は、気温の上昇とともに上向いているが、かねてからの競合出店に加え、6月には近隣に食料品スーパーの開店予定もあり、全体としては厳しい状況になる。 |
| スーパー（店長） | ・客単価の低下に表れているように、消費の低迷は依然として続く。 |
| スーパー（店長） | ・将来への不安感が非常に強く、消費者が必要な物しか買わない傾向は続く。 |
| スーパー（店長） | ・価格競争は今後も続くものの、客は買い慣れている店に戻りつつあり、当店でも来客数は微増傾向にあるため、全体としては今後も変わらない。 |
| コンビニ（店長） | ・競合店の開店が予定されているが、当店もイベント等の取組みを実施するので、全体としては変わらない。 |
| コンビニ（店長） | ・酒類の販売が発泡酒から第3のビールに移行しつつある状態であり、今後もこの状態が続く。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・客は、必要に迫られて、間際になってから購入している。今後はバーゲン時期になるが、商品が限定される上、必要がなければ、消費者は安くても購入しないため、売上の増加にはあまり期待できない。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・若干ではあるが、販売量が増加している。客の購買意欲はかなり高く、新型車発表も重なるので、販売量の増加が見込まれる。 |
| 乗用車販売店（渉外担当） | ・収益が安定している自動車修理、整備のサービス部門で、5月の売上については前年同月比マイナス3.2%と苦戦が続いており、明るい見通しが立たない。 |
| 乗用車販売店（総務担当） | ・新車の販売は増加傾向にあるが、夏の需要期を控えた受注状況をみると、楽観できるような伸びを示していない。 |
| その他専門店〔キャラクターグッズ〕（従業員） | ・ゴールデンウィーク中も期待した集客は得られず、1日当たりの来客数も前年より減少している。余暇時間の確保が困難で、可処分所得の減少から脱却ができない以上、好転は期待できない。 |
| その他専門店〔眼鏡〕（店員） | ・デザインの大きな変化や特徴がないためか、夏に期待できるはずのサングラスの動きがいまひとつ伸び悩んでおり、厳しい状況を予想している。 |
| その他専門店〔燃料〕（売場主任） | ・4月の終わりに、元売業者からガソリン価格を1リットル当たり2円50銭～3円50銭値上げするという知らせがあり、実際に上がっている。市場は相変わらずの過当競争で、その値段を客へ転嫁できないため、今後も厳しい状況は続く。 |
| 高級レストラン（支配人） | ・新規の客が少ないため、売上は固定客による現状水準で推移する。 |

| | | | |
|--------|-------------------|--|--|
| | 一般レストラン（経営者） | ・現在、売上、来客数ともにほとんど変わっていない。ケータリングで売上が少し伸びるかもしれないが、あまり期待はできない。 | |
| | 一般レストラン（店長） | ・2、3か月先はボーナス時期だが、消費を引き締めている客が多く、単価が上がらない状況が続く。 | |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・問い合わせは増加しているが、単価が安く、実際の受注に結び付かない。最大の商品である披露宴については、競合相手の出店と婚礼対象人口の減少により、市場は縮小傾向にあり、今後受注が伸びるとは考えにくい。披露宴の減少を平日の法人宴会で埋めているが、客単価が低く、景気が良くなるとは判断できない。 | |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・やや上向き傾向は続くが、特に爆発的な要因は思い当たらない。改装オープンする店舗の販促展開が課題である。 | |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・この先の予約状況等に改善がみられない。 | |
| | 通信会社（経営者） | ・ボーナス時期が到来するが、デジタルテレビの魅力もコンテンツ面でいまひとつであり、あまり期待できない。 | |
| | 通信会社（営業担当） | ・今後、料金サービスの競争が一層激化する。 | |
| | その他レジャー施設（経営企画担当） | ・ニーズの高度化、根強い将来への不安感により、個人消費が簡単に回復することは見込めない。 | |
| | 設計事務所（所長） | ・多少動きが出てきているが、仕事として具体化するまでには相変わらず時間がかかっており、先行きは不透明である。 | |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・ゴールデンウィークのイベントへの来客数が前年並みにとどまった現状から、今後に期待できない。 | |
| やや悪くなる | スーパー（店長） | ・7月末に当店から500mほど離れたところに大型店が出店するため、当面は価格競争による客の奪い合いが予想される。 | |
| | スーパー（店長） | ・半径3km以内に大手スーパーが出店したために、商圏内にある競合店間でチラシによる宣伝競争が激しくなっている。今後も安値を強調する広告の競争が続く。 | |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・春物商戦が全滅であったため、夏物セール開始が早まり、粗利益の確保も苦戦が予想される。 | |
| | 家電量販店（営業部長） | ・好材料が見当たらない。ビジュアル関連商品の単価ダウン、昨年の猛暑効果を受けたエアコンの苦戦はしばらく続く。セット販売や高機能製品の提案で客単価アップを図り、売上減少に歯止めをかけたい。 | |
| | 家電量販店（営業統括） | ・ボーナス支給時期に入るが、消費者の購買意欲は思ったほど高くない。価格に対する認識も依然として厳しく、販売価格の下落は避けられない。消費者の心をつかむ新製品も出てこない。 | |
| | その他専門店〔燃料〕（統括） | ・原油価格が下がりつつあるため、市況価格が乱れる可能性があり、適正口銭が圧縮される懸念がある。 | |
| | 旅行代理店（従業員） | ・現状の予約状況や見積件数の減少から、今後の状況はやや悪くなる。 | |
| | 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。 | |
| | その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・5月の入塾者数が昨年と比べて、5%程度減少しており、先行きに期待できない。 | |
| 悪くなる | コンビニ（経営者） | ・市内に大型ショッピングセンターが次々に誕生しており、近隣の商店街は完全にシャッター商店街に変わりつつある。非常に厳しくなる。 | |
| | 自動車備品販売店（経理担当） | ・連休明けに板金関連の仕事の受注を期待したが、暇な状態である。交換部品の弁償や他業種からの参入などがあり、競争が激しい。整備もほとんど大手に取られている。 | |
| | 美容室（経営者） | ・周りにディスカウント店が増加している。 | |
| 企業動向関連 | 良くなる | 輸送業（財務・経理担当） | ・7月より新規受注の予定があり、売上増が見込まれる。 |
| | やや良くなる | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・値段が高くて、単色ではなくフルカラーの名刺を購入する客が増加するなど、客単価が少しずつ上昇している。新規開店する飲食関連からの受注もあり、少し上向きの状態で推移する。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・今まで安物の引き合いばかりがきていたが、このところ高級品の受注や見積が増加している。 |
| | | 金融業（渉外担当） | ・不良債権処理も一段落したメガバンクは融資増強に積極的で、企業は資金調達が楽になっている。現在、豊富な資金力を背景に、不動産投資が活況を極めている。 |
| | | 金融業（審査担当） | ・半導体製造関連業種では、6月以降、半導体製造機を中国に大量輸出するため、売上は増加見込みであり、今後、工場増設も計画している。 |

| | | |
|-----------------|--|---|
| 変わらない | 税理士 | ・夏に向けて受注が多くなっているという顧問先が多い。 |
| | 食料品製造業（関連会社担当） | ・食品関係で景気が大きく変化する要因が、当面見当たらない。 |
| | 化学工業（従業員） | ・生産計画について、取引先から当面は現状維持の指示があり、あまり変化はない。 |
| | プラスチック製品製造業（経営者） | ・プラスチックや金属関係の部材の単価が上昇しており、今後利益は少なくなる。 |
| | プラスチック製品製造業（経営者） | ・顧客の営業拡販により、これから夏にかけて網戸部品の受注増加が前年同期より期待される。しかし、原材料の値上げに歯止めがかからず、利益を確保できるか懸念している。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | ・例年は5月に入ると徐々に仕事量が増えてくるが、今年はその動きがなく、残業、電話も少ない。 |
| | 一般機械器具製造業（経営者） | ・6月には新規受注した仕事が増えるが、客の都合でキャンセルされる仕事も考えられるので、全体としては変わらない予想である。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | ・引き合いは活発になっており、成約率もやや上がっているが、成約率が60%以上にならないと判断できない。 |
| | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・5月は忙しく、2日しか休めない状況であり、この状態が夏休み以降も続く。 |
| | 建設業（経理担当） | ・受注量が多少増加傾向にあるが、商談に入っているものが見えて増加しているわけではないので、当面はこの状態が続く。 |
| | 輸送業（総務担当） | ・荷主の話では、国内の受注量は横ばいかそれ以下で、輸出も単価が下がり、かなり厳しい状況とのことである。運送費、作業費の再考もあり得ると説明を受けており、良い話がない。 |
| | 通信業（営業企画担当） | ・客が経費節減のために価格を重視する考え方は変わらず、当面、目に見えた景気の回復は難しい。 |
| | 通信業（営業担当） | ・テレビ会議システムの市場の動きが継続する。 |
| | 広告代理店（従業員） | ・売上量や額、個別案件などから判断して、今より悪くならない。 |
| やや悪くなる | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・新規の問い合わせが増える一方で、同業他社との顧客獲得競争が激しくなる。 |
| | 繊維工業（経営者） | ・今年の春夏物は動きが悪く、去年の半分になっているため、今後も受注が見込めない。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | ・取引先から、8月ごろまでは仕事量が少ないと聞いている。 |
| | 金属製品製造業（総務担当） | ・受注量が減少傾向にある。 |
| | 金融業（得意先担当） | ・法人関係では相変わらず倒産等が多いが、一般サラリーマン、個人の住宅ローン、または個人ローンの延滞もかなり増えてきているため、今後景気はやや悪くなる。 |
| 悪くなる | その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） | ・5月は予算獲得の動きが出る時期であるにもかかわらず、手ごたえがない。2～3か月後の受注額は伸び悩む。 |
| | プラスチック製品製造業（経営者） | ・原油の値上がりにより原材料価格が高騰しているが、それを製品に転嫁できない。 |
| | 非鉄金属製造業（経理担当） | ・現在、受注が減少しているため、この余波は2、3か月後に現われる。 |
| 雇用関連 | 一般機械器具製造業（経営者） | ・このところ受注が極端に少なく、今までできていた仕事もなくなっている。材料は値上がりする一方、単価は値下げの交渉が始まっている。このままでは、とてもやっていけない。 |
| | 良くなる | |
| | やや良くなる | |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・派遣会社へのスタッフ要請が、リストラの交替要員等ではなく追加の人材ニーズによるものであり、景気の底堅さと、上昇感を感じる。 |
| | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・欠員補充での採用もあるが、業績好調による人材採用の動きが以前より強まっている現状を考えると、当面は求人数が増加する。 |
| 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・採用数を増やす企業、店舗が増えている。 | |
| 求人情報誌製作会社（編集担当） | ・百貨店などの中元期パート、アルバイトの求人が早めに展開されている。業種は偏るが、今期のボーナスが増える企業が多いことも予想される。 | |
| 求人情報誌製作会社（広報担当） | ・最近の傾向として、これまで求人出稿のなかった商社、流通、メーカーなどに動きが出てきている。 | |

| | | |
|--------|-----------------|--|
| | 職業安定所（職員） | ・新規求人数は、一般求人が24か月連続で、パート求人が17か月連続で、前年を上回っている。一般求人については、6か月以上連続して、前年比40%超で増加しており、今後はやや良くなる。 |
| | 職業安定所（職員） | ・6月1日からの就職の届出を受けたが、前年の同月及び、例月に比べて、かなり就職が決まった人の届出が多かった。企業が採用に動いている。 |
| | 学校〔専門学校〕（教務担当） | ・求人票を郵送でなく、持参して来校する企業が増加している。採用についての企業側の熱意を強く感じる。 |
| 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・5月は、契約終了に対して2倍程度の新規契約がスタートしたが、受注数はやや鈍化してきているため、今後2～3か月は新規増員の派遣が増えない見込みである。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・20代の求職者は、一週間程度の短期就労希望で、腰を落ち着けて働かない。無断欠席も多く、若い世代の働く姿勢が向上しないと難しい。 |
| | 求人情報誌製作会社（企画担当） | ・今後、大幅に求人を増加させたり減少させる業界はなく、引き続き、堅調な状況が続く。 |
| | 職業安定所（職員） | ・小売業の新規出店の情報があり、やや明るさがみられる。しかし、請負や派遣等の非正社員求人が増加しているため、雇用のミスマッチは続く。 |
| | 民間職業紹介機関（経営者） | ・現状の求人依頼状況から、中途採用者数が多い状況がしばらく継続すると判断できる。 |
| | 学校〔専修学校〕（就職担当） | ・昨年採用活動を停止していた企業のなかで、今年度採用活動を開始する企業がほとんどない。 |
| やや悪くなる | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・売上増が期待できないため、5月以降は即戦力を求める会社が増える。企業は、経費を必死に抑えようとしている。 |
| 悪くなる | - | - |