

#### 4. 南関東（地域別調査機関：（株）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<br><br>(南関東) | 良く<br>なっている | その他小売<br>〔ゲーム〕（開<br>発戦略担当） | 販売量の動き | ・国内、海外で大型タイトルが発売となり、市場全体としては大いに沸いた月であった。ただし、それ以外について低調なのは相変わらずである。  |
|                             |             | 住宅販売会社<br>（従業員）            | 販売量の動き | ・今月の販売量は目標数字の約250%を超え、ここ数年で最高の販売量となっている。3か月前と比べても景気は良くなっている。建築請負契約を9月末までに締結し、消費税5%で確定させようという駆け込み需要が明らかであった。   |
|                             |             | 住宅販売会社<br>（従業員）            | 販売量の動き | ・消費税の関係で、例年より受注が多い。   |
| やや良く<br>なっている               |             | 商店街（代表<br>者）               | それ以外   | ・クレジットカードの取扱高が確実に伸びている。微増ではあるが、増減の振れがなくなってきた。天候があまり良くなかったのにもかかわらず、この状況変化は良い兆しと受け止めている。  |
|                             |             | 一般小売店〔和<br>菓子〕（経営<br>者）    | 来客数の動き | ・7月、8月と猛暑や豪雨などで客足が減少していたが、天候が落ち着いて来客数が増えてきたので、売上につながっている。   |
|                             |             | 一般小売店〔家<br>電〕（経理担<br>当）    | お客様の様子 | ・アベノミクスやオリンピックなどで気持ちは明るくなっているように感じる。ただし、様々なものの値上げなどがあるので慎重なようである。テレビの買換え需要もぼつぼつ出てきているが、単価が低くなっているので利益も低い。太陽光発電システムなどは説明をして購入してもらっているが、付けたくても屋根の形状で無理な場合も多い。 |
|                             |             | 一般小売店〔米<br>穀〕（経営者）         | 単価の動き  | ・最近、贈答用の商品が動くようになったと感じる。人にプレゼントするような気持ちになったのかと、明るい兆しが見えているようである。  |
|                             |             | 百貨店（販売管<br>理担当）            | 単価の動き  | ・アベノミクス効果もあり、宝飾や時計などの高額品が依然として好調なことに加え、高級和牛やブランド豚などの売上も上昇している。また、消費税増税を見越して10万円を越えるカシミヤコートも前年以上の売上を記録している。  |
|                             |             | 百貨店（営業企<br>画担当）            | 単価の動き  | ・上期は宝飾品、特選などの高額品が堅調に推移してきたが、その他の商品群でも単価上昇の動きが出てきた。また、宝飾品は引き続き好調で、値上げにより伸びが鈍化してきた特選ブランドも、富裕層が主要顧客であるブランドは、販売数量が回復しつつある。                                      |
|                             |             | スーパー（仕入<br>担当）             | 販売量の動き | ・集客が望める3連休に台風が日本を縦断し、売上減となったが、お彼岸等、その日以外は気温も平年並みとなり、前年比2ポイントほど売上をクリアしている。   |
|                             |             | スーパー（ネット<br>宅配担当）          | 単価の動き  | ・日用品への節約志向は依然として強いが、高品質商品の販売が好調で、二極化が進んでいる。結果として、商品単価の上昇に貢献している。  |
|                             |             | コンビニ（経営<br>者）              | 販売量の動き | ・販売量が少し増えてきている。   |
|                             |             | コンビニ（経営<br>者）              | 来客数の動き | ・アベノミクスが全体的に行き渡っているようであり、これからの消費税増税を見込んで買物する客が多い。   |
|                             |             | コンビニ（経営<br>者）              | 単価の動き  | ・安価な商品、セール品もよく売れるが、高単価な商品の動きもある。  |
|                             |             | 衣料品専門店<br>（経営者）            | お客様の様子 | ・長かった猛暑もお彼岸とともに気温が下がり、やっと秋物が本格的に動き出した。この時期は毎年売上が安定しないが、少しずつ景気が前に進んでいるように感じる。  |
|                             |             | 衣料品専門店<br>（店長）             | 販売量の動き | ・目的の物以外の商品も提案して購入してもらっている。特に、9月からコートの動きが顕著に表れている。   |
|                             |             | 家電量販店（営<br>業統括）            | 単価の動き  | ・時計、一眼レフデジタルカメラ、タブレットパソコンの販売が順調に伸びている。ヘッドフォン、イヤホンも高額品が順調に売れており、価格に厳しい商品と、高額でも良い物は購入すると二極化が進んでいる。また、外国人観光客への免税販売が順調に売上を伸ばしていることも全体を底上げしている。                  |
|                             |             | 乗用車販売店<br>（経営者）            | 来客数の動き | ・新規の来店客がかなり増えてきて、新車の販売台数が前年よりも大幅に上昇している。  |
|                             |             | 乗用車販売店<br>（営業担当）           | 来客数の動き | ・新型車が出た影響なのか、来店客は多くなっているが、購入までには時間がかかる。   |

|                            |        |   |
|----------------------------|--------|---|
| 乗用車販売店<br>(販売担当)           | 来客数の動き | ・来客数が増えてきている。来店した客もかなり前向きに検討しており、購買意欲が高まっているように感じる。   |
| 一般レストラン<br>(経営者)           | お客様の様子 | ・3か月前と比べて、少しサラリーマン客が増えてきたようなので、景気は少し上向いてきている感じを受ける。消費税の問題で今後どうなるか分からないが、今のところは少しずつ雰囲気は良くなっている。  |
| 一般レストラン<br>(経営者)           | お客様の様子 | ・夏休み明けはあまり良くなかったが、オリンピックの東京開催が決まってから若干気分的に良くなっている感じがする。来客数自体も目に見えて増えてはいないが、少しずつではあるが改善の兆しがみられる。   |
| 都市型ホテル<br>(スタッフ)           | 来客数の動き | ・レストランの昼、中間の予約と来店客数が増えている。女性客が多い感じがする。また、婚礼に向けた両家の顔合わせ、七五三、還暦、喜寿、誕生日等の記念日の個人利用も順調に予約が伸びている。周辺施設でのイベントに伴う宿泊が好調であり、宴会は企業主催の取引先招待パーティは相変わらず値段交渉が厳しいものの、個人利用の婚礼は来年4月の消費税関連で決定手続きと内金の入金が3件あった。 |
| 旅行代理店(経営者)                 | お客様の様子 | ・客は財布のひもが緩んできているようで、問い合わせ等が増加している。  |
| 旅行代理店(従業員)                 | お客様の様子 | ・毎日の団体旅行の件数と問い合わせの電話が増加している。  |
| 旅行代理店(営業担当)                | 販売量の動き | ・受注状況が良い。   |
| 通信会社(営業担当)                 | お客様の様子 | ・2020年のオリンピック東京開催が決まり、近い将来に景気が良くなると期待する客が増えているように感じる。しかし、依然として顧客対象である集合住宅に空室が多いという課題はある。  |
| 通信会社(局長)                   | お客様の様子 | ・新機種の販売が重なり、スマートフォンへの乗換え特需があるように感じられる。金額の大きな消費には依然として消極的だが、身の回りの必需品については、積極的に検討する姿勢がある。   |
| 通信会社(総務担当)                 | 単価の動き  | ・日常の商品購入時に価格が上昇しているものがある。   |
| ゴルフ場(支配人)                  | 来客数の動き | ・以前に比べ大きなグループでの申込は少なくなったが、小さなグループ単位の申込数が増え、総体的には増えている。  |
| 美容室(経営者)                   | 来客数の動き | ・客の購買力が非常に上がっているようである。  |
| その他サービス<br>[福祉輸送]<br>(経営者) | 来客数の動き | ・当社の近くで再開発事業が行われて、2万人ほどの就業者、就学者が増えたので、徐々に利用する企業が出てくるような気がする。  |
| 設計事務所(経営者)                 | それ以外   | ・消費税増税が決定されれば、今のうちに業務を決めておくというような流れが多少あると思う。また、暑い夏が過ぎて何となく気分的に「さあ、これからだ」というような雰囲気も感じられる。当社も様々な施策の中で着実に築いてきたものが最近になって決まりつつあるというような動きがある。   |
| 設計事務所(経営者)                 | 販売量の動き | ・業務への問い合わせが増えてきた。   |
| 設計事務所(所長)                  | お客様の様子 | ・消費税の関係で9月中に施工業者と契約したいという客の意向で、実質作業が前倒しになっている。  |
| 住宅販売会社<br>(経営者)            | それ以外   | ・当社は住宅を主に扱う不動産開発業と総合建設業だが、世間のムードが明るさを持っていることは事実であるものの、当社においては直接景気が良くなっているとは感じられない。公共事業についてはたくさんの工事を受注しているが、原価が高くなっているため、受注金額ではほとんど赤字になってしまう。ムードだけでなく、本当に個人消費が増えて景気が良くなるような対策を期待している。      |
| 住宅販売会社<br>(従業員)            | 販売量の動き | ・消費税増税前の駆け込み受注は増えている。月末までの分を集計しないと分からないが、9月は前年比で20%は上回ると思う。売上については横ばいか、やや良い程度である。   |
| 住宅販売会社<br>(従業員)            | 販売量の動き | ・住宅の先高感の広がりのためである。  |

|           |                   |   |  |
|-----------|-------------------|---|--|
|           | 住宅販売会社<br>(従業員)   | 競争相手の様子   | ・都内でのアパート経営事業にかかわる、投資家向けの商品の販売が大分軌道に乗ってきたので、今後も順調に推移していくと思われる。他社の話を聞いても販売は順調に進んでいるが仕入が厳しいとのことで、当社も同じく都内案件の仕入が厳しくなっている。   |
|           | 住宅販売会社<br>(従業員)   | 販売量の動き  | ・9月も後半になり、消費税増税はまず間違いないというムードが高まり、増税に伴う経過措置の適用を受けるため建築請負契約の締結数が急激に増大している。  |
| 変わらない     | 商店街(代表者)          | 販売量の動き  | ・大手企業の一部で景気が大変良くなり利益が相当出ているという情報はあがるが、我々中小零細企業は、なかなかそういう状況になっていない。販売量も今一つ元気がない。  |
|           | 商店街(代表者)          | 来客数の動き  | ・ようやく秋らしくなってきたが、台風の影響もあり、なかなか思うように売上が伸びない。この状態が続くと結果として良くない。   |
|           | 商店街(代表者)          | お客様の様子  | ・こここのところの消費税増税や高齢者の税金が増えるといったマスコミ報道で、高齢者が非常に消費を抑えてきており、売上も低迷している。  |
|           | 商店街(代表者)          | 販売量の動き  | ・近隣商店街にあった地元独立系スーパーが大手中型スーパーに経営権を譲渡して閉店したことが象徴するように、資産のある経営者は売上の減少、固定費や燃料、材料費等の高騰による近年続く赤字経営に嫌気が差して独自経営を諦め、大手への経営権譲渡や賃貸業への転業を進めてきている。  |
|           | 一般小売店[印章](経営者)    | 来客数の動き  | ・最近ではアベノミクスという言葉あまり聞かなくなったが、メディア等で騒いでいるだけで、末端の消費者についてはあまりその効果はない感じがする。特定の企業が恩恵を受けているのではないかと思う。   |
|           | 一般小売店[文具](販売企画担当) | 単価の動き   | ・外商の案件は結構あるが、今月は単価の張る物がそれほどなかった。また、小売の方も来客数はあるものの、単価がそれほどでなかった。どちらもそれほど単価が高くないというのが今月の現状である。   |
|           | 一般小売店[茶](営業担当)    | 販売量の動き  | ・ギフトの需要は少ないが、後半寒さも加わり、自家消費需要は来客数、売上共に伸びており、前年をクリアしている。   |
|           | 百貨店(売場主任)         | 販売量の動き  | ・化粧品などの来客数は前年比100%をなんとかキープしているが、気温の影響もあり、衣料品などは前年割れをしている状況であり、気温によって左右されやすいというのが今の消費者の動きである。   |
|           | 百貨店(総務担当)         | 来客数の動き  | ・少し持ち直している兆しはみえるが、まだ良くないほどの状況ではない。ただし、天候が落ち着いてきて、衣料品及び食料品は良くなってきている。継続するかどうか注視する必要がある。   |
|           | 百貨店(広報担当)         | お客様の様子  | ・猛暑から台風シーズンへと厳しい天候となったが、春先からの好景気は今も続いている。高級時計をはじめ高額品の売上が相変わらず好調で、前年比2けた以上の伸びが続くなど、ほぼ想定どおりの売上となっている。また、今年3月の私鉄の相互直通運転開始という追い風もあって来客数も大幅に増え、8月は前年比114%であった。  |
|           | 百貨店(営業担当)         | 単価の動き   | ・デフレ脱却とのことであるが、実際客は衣料品には厳しい目を向け、価格を吟味している。ここ数年当たり前になった。婦人服の低価格路線は、簡単には払しょくできない。  |
|           | 百貨店(営業担当)         | お客様の様子  | ・今月中旬の台風の影響により、売上は大きくダウンした。直接的な被害はなかったが、天気予報等で外出を控えるよう報道されたことにより、来店数が激減し売上の減少につながった。中旬以降は気温が下がり始めたため、ようやく秋物が動き始めているが、アパレル全体は厳しい状況である。今月初めに上顧客招待会を開催、高額品を中心に売上は前年を5%上回る好調ぶりである。富裕層と一般層で消費に関する意識の違いが現われた結果である。 |
| 百貨店(営業担当) | お客様の様子            | ・依然、日常生活用品を中心とした物であっても必要最小限の購買が続いている。例えば物産展での食品を、以前は近所への土産なども含めて5個、10個という単位で購入していたが、今では1~2個という堅実購買になっており、自分の生活維持消費が続いている。 |  |

|              |        |   |
|--------------|--------|---|
| 百貨店（営業担当）    | 来客数の動き | ・ラグジュアリーブランド、美術、宝飾品、高級時計等の高額品は好調を維持している。  |
| 百貨店（販売促進担当）  | お客様の様子 | ・消費に対して慎重な動きは継続している。必要なもの以外の買物はしない傾向が続いている。   |
| 百貨店（営業企画担当）  | 販売量の動き | ・先月に続き、高額品を中心に好調に推移している。  |
| 百貨店（店長）      | お客様の様子 | ・都内では好調といわれる商品群も、郊外ではまだ良くなっているという印象がない。   |
| 百貨店（副店長）     | 販売量の動き | ・売上は回復するものの、前年には届かない。台風の影響を差し引いても悪い。  |
| 百貨店（計画管理担当）  | お客様の様子 | ・物産催事を実施したところ、とても盛況であった。一方で通常の売場は売上が芳しくない。需要を盛り上げるきっかけとなるような目先の変化があると客の買い方に動きがある。   |
| スーパー（経営者）    | 単価の動き  | ・生鮮、青果、肉などの単価が上がり、売上が押し上げられている。ただし、点数が相変わらず伸びていないので、トータルでは依然としてあまり良くない。   |
| スーパー（店長）     | 来客数の動き | ・当店の近隣に今月、競合店が3店舗出店するという非常に激戦の地域である。客は当然、新しい店に1度は見に行くので、来客数は前年比大幅ダウンで今のところ約77%の伸長率で推移している。したがって今の状況では厳しい。   |
| スーパー（店長）     | 単価の動き  | ・売上は前年を越えているものの、単価が依然として上向きになってこない。単価を下けている分、点数でカバーしているが、消費が上向きとは言い難い。  |
| スーパー（店長）     | お客様の様子 | ・食料品は来客数、売上共に堅調に推移しているのだが、衣料品、住居関連に関しては相変わらず必要な物しか売れず、客の購買は「食」中心になっている。これが3か月前から同じ傾向で続いている。   |
| スーパー（総務担当）   | お客様の様子 | ・来客数の動きは、こここのところずっと前年を4～5%割っているような状況である。売上構成の高い米やパンの動きがあまり良くない。衣料品、住まいの品に関しては残暑と台風の影響もあったが、7、8月並みの若干前年を下回った状態で推移している。   |
| スーパー（営業担当）   | 単価の動き  | ・販売量、来客数等については堅調に推移しているものの、買上単価の伸びがやや鈍ってきているようである。  |
| スーパー（仕入担当）   | お客様の様子 | ・大半の客は価格を見て購入するが、一部に価格ではなく品質やブランドで購入する客もおり、若干ではあるが単価の下げ止まりがみられる。  |
| コンビニ（経営者）    | 販売量の動き | ・前年と違うところは気温の変化である。そこまで販売量は変わっていないが、陽気の状況で商品の売れ方が大分変わってきている。  |
| コンビニ（経営者）    | お客様の様子 | ・プレミアム商品などの高付加価値商品の売上は伸びているが、ビール、飲料等の比較的重量のある物や、スーパーの特売商品に利用される食品などの売上が大幅に減少している。   |
| コンビニ（経営者）    | 来客数の動き | ・例年のように9月に入って気温が少しずつ低下し、来客数も徐々に減少している。そのような中でも来客数が急に少なくなったりする日がところどころあり、前年度より少し良いかなという日もある。平均的に良い悪いではなくて、良い日と悪い日が交互に来て、なかなか読めない推移となっており、仕事をするうえでは大変やりにくい環境になっている。 |
| コンビニ（エリア担当）  | 来客数の動き | ・来客数は前年比97%前後でずっとトレンドが変わっていない。競合他社出店に伴い、既存店に影響が出ている。  |
| コンビニ（商品開発担当） | お客様の様子 | ・初週は好調に推移したが、中旬以降になって天候が不安定になり、売上も下がっている。   |
| 衣料品専門店（経営者）  | お客様の様子 | ・秋物の新作が入ると即買う人（買える人）と買えない人、出かけることの多い人と少ない人と二極化している。   |
| 家電量販店（店員）    | 単価の動き  | ・家電量販店において不利な状況は続いている。価格の下落が止まらず、競合他店同士のつぶし合いになり、経済効果はみえていない。   |
| 乗用車販売店（経営者）  | 販売量の動き | ・自動車の整備と販売をしているが、整備は順調に入っているものの、販売があまり芳しくない。前年比2割減となっている。   |
| 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・決算月になっても販売量が増えてこない。  |

|                             |         |  |
|-----------------------------|---------|--|
| 住関連専門店<br>(店長)              | お客様の様子  | ・業界全体が良くないようである。前年に比べて客もやや少ない。   |
| その他小売〔生<br>鮮魚卸売〕<br>(営業)    | お客様の様子  | ・9月になって秋の商材も出てきて、8月よりも動き始めた感じはあるのだが、一週間のうち良い日が2日ぐらいしかなく、景気が良くなった感じはしない。  |
| 高級レストラン<br>(支配人)            | 来客数の動き  | ・この夏は暑さのためか外出を控えるなど動きが鈍かったが、9月に入り多少戻りつつある。秋以降の伸びに期待している。   |
| 一般レストラン<br>(経営者)            | 販売量の動き  | ・景気が上向きになってきたと思っていたのだが、数字の方はなかなか伸びない。前年と大して変わらないか、前年より少し下がってきている。世の中が上向きと騒いでいるが、現実はそうではなさそうである。                |
| 一般レストラン<br>(経営者)            | 競争相手の様子 | ・若手の経営者との集まりでは、集客努力もさることながら、家賃、人件費が現状では大きいと話している。  |
| 一般レストラン<br>(スタッフ)           | 来客数の動き  | ・来客数は減っているが、売上自体は変わっていない。客単価が上がっており、建築業はオリンピックや被災地関係で仕事がたくさん回ってきて忙しいようだが、他の業種はこれから消費税も上がるので大変である。景気自体は上向いていない。 |
| 旅行代理店(支<br>店長)              | お客様の様子  | ・今月は法人の動きが非常に悪く、予定されていた団体数の確保ができなかった。7、8月の個人旅行からの流れで、まだ9月は団体の注文が少ない。秋の10、11月に集中した結果、9月の旅行が選ばれなかったようである。        |
| タクシー運転手                     | お客様の様子  | ・世間では早くもオリンピックムードに浸っているが、まだ7年後なので街角景気の方は今一つぱっとしない。異常な残暑のせいか今月は活気に欠けていた。高速道路を使う乗客も少ない。                          |
| タクシー運転手                     | お客様の様子  | ・9月に入ってやや客足が悪く、特に深夜は1時間に1回の割合で無線が取れるくらいだが、日中は依然として良い。駅や駅周辺、病院、会社からの無線が入り、昼間で1日の売上の目安が立ち、終電まで無理のない動きをするかである。    |
| 通信会社(経営<br>者)               | 販売量の動き  | ・テレビ、インターネット、電話共に計画通りの獲得達成見込みであるが、若干インターネットの加入獲得が遅れ気味である。集合单身者宅ではスマートフォンでインターネットを済ませ、固定回線を引かない人が顕在化してきている。     |
| 通信会社(営業<br>担当)              | 販売量の動き  | ・契約数はここ数か月、横ばいの状況が続いている。   |
| 通信会社(管理<br>担当)              | 販売量の動き  | ・例年8～9月の夏季期間の販売量は低迷するが、今月は変動は少なく、見通しどおりとも言える。  |
| 通信会社(営業<br>担当)              | 単価の動き   | ・興味があるもの、対価を払ってもいいと思えるサービスについては契約する傾向が続いている。   |
| 通信会社(局<br>長)                | 販売量の動き  | ・ケーブルテレビやインターネットサービス契約数は特段上昇傾向にはなく横ばいが続いており、客の様子もあまり変わり映えしない。  |
| 通信会社(経営<br>企画担当)            | 販売量の動き  | ・商談状況に動きがなく、公共分野を中心とした上向きの実感はない。   |
| 観光名所(職<br>員)                | 来客数の動き  | ・本来であれば9月は梅雨の時期の3か月前より良い成績でなければならないのだが、来客数の動きがかなり悪いため、変わらない。   |
| ゴルフ場(従業<br>員)               | 来客数の動き  | ・来客数の動きは天候に左右されることが多く、景気が良くなり増えるとか悪くて減るということではない。  |
| パチンコ店(経<br>営者)              | 単価の動き   | ・パチンコ玉は通常1発4円だが、1発1円の低玉貸しをしばらく前から始めており、好評のため増台した。その台では客がよく遊技しているが、1発4円の台には客が少ない。                               |
| その他サービス<br>〔保険代理店〕<br>(経営者) | 販売量の動き  | ・売上はやや上向き傾向ではあるが、景況感は横ばいである。   |
| 設計事務所(所<br>長)               | お客様の様子  | ・民間からの発注は相変わらず厳しい状況にあるが、公共物件が順調に発注されているため、今のところ予定通り売上を確保している。  |
| 設計事務所(職<br>員)               | それ以外    | ・前期の設計事務所全体の売上は、マスコミや業界誌でつかめる感覚ほど伸びているようには感じられない。  |

|              |                       |  |   |
|--------------|-----------------------|--|---|
|              | その他住宅〔住宅資材〕（営業）       | 販売量の動き   | ・消費税増税前の駆け込み需要増で建材関係は引き続き販売量が多く、物件も多い状況である。   |
| やや悪くなっている    | 商店街（代表者）              | 販売量の動き   | ・実際に景気は悪い。良くなって欲しい。   |
|              | 一般小売店〔文房具〕（経営者）       | 販売量の動き   | ・このところの悪い状況をみていると、私鉄の工事現場が商店街にかかっているため、全体的に客の流れが他に移動しているように感じる。そのために悪いのではないかと考えている。   |
|              | 一般小売店〔祭用品〕（経営者）       | 来客数の動き   | ・夏を終え、消費を控えているようである。  |
|              | 一般小売店〔靴・履物〕（店長）       | 単価の動き  | ・高価格の物を買う客もいるが、やはり低価格の物を購入する客が多い。割合としては低価格の方が動きが良い。   |
|              | 一般小売店〔茶〕（営業担当）        | 販売量の動き   | ・今月前半はまだ残暑が厳しく、煎茶の販売量が前年を下回っている。後半は大分気温が下がり、お茶を飲む社員が増える時期に入ってきたが、月末近くになってもお茶の注文が増えてこない。ペットボトルの注文が増え、煎茶の茶葉の伸び悩みは続いている。急須離れの客が増えている気がする。  |
|              | コンビニ（経営者）             | 来客数の動き   | ・一般的に景気が良くなると言われながら、実際には来客数が減っている。将来にも不安があるようである。   |
|              | コンビニ（商品開発担当）          | 来客数の動き   | ・来客数の減少が続いており、日常で消費するものについては節約志向がみられる。  |
|              | 衣料品専門店（経営者）           | お客様の様子   | ・今月も全体的に来客数が少なく、客の購買意欲も客単価も低下している。暑いこともあるが、とても悪い。   |
|              | 衣料品専門店（経営者）           | 来客数の動き   | ・人によって購買力の差が拡大してきており、安い物でも買えない人が増えているようである。高額品を買える人は限られており、来客数が増えないと売上は上がらず、3か月前及び昨対でも大幅に来客数は落ちている。   |
|              | 衣料品専門店（営業担当）          | 来客数の動き   | ・今月は後半に台風や悪天候の影響があり、売上が昨対84%の前年に対して、今年は93%と少しずつ上がってはきているが、いまだ冷え切っている市場である。消費税増税が導入されることになれば、また3か月間ぐらい悪くなるし、中小企業を無視した政治はどのようなだろうかという商売人がかなり多くなっている。高齢者もできるだけ買い控えており、オリンピック効果は何もなく、アベノミクス効果も末端まで何もきていない状況である。 |
|              | 乗用車販売店（販売担当）          | 販売量の動き   | ・景気動向は好転していると思う。しかし、トラックの中古車については在庫が減っているなど商品によって少し状況が異なり、なかなか商談が増えない。復興需要がある中で、復興事業が本格化するのを見極めている状況だと思う。将来的には売上が相当伸びていくと期待している。  |
|              | 住関連専門店（統括）            | 販売量の動き   | ・来客数がそれほど伸びず、売上高も減少している。  |
|              | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）  | 来客数の動き   | ・来客数の減少が止まらない。販促のやり方を変えているが結果が出ない。  |
|              | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | 販売量の動き   | ・9月上旬に暑い日が続き、秋物衣料が動かなかつた。また、来場者数が減っている。   |
|              | 高級レストラン（店長）           | 来客数の動き   | ・春先からいわれているアベノミクス効果は、末端の消費者には行き届いてない。   |
| 一般レストラン（経営者） | 販売量の動き                | ・前年比でみて、3か月前の6月は1～26日までの売上が100.3%、来客数99.2%という結果であった。今月ももう1店舗改装中なので既存店の実質営業日で1～25日までの売上が94.76%、来客数93.7%という結果になっている。 |   |
| タクシー運転手      | お客様の様子                | ・8月は猛暑の影響で若干客が増えたが、今月は涼しくなってきたせいか減少している。ただし、客の様子から不動産関係は若干良いようである。   |   |
| タクシー（団体役員）   | お客様の様子                | ・例年8月、9月は6月、7月に比べ無線の受注が減少するが、今年の9月は特に良くなかった。街中での客数も少なく、厳しい月になっている。   |   |

|                 |                    |                          |  |   |
|-----------------|--------------------|--------------------------|--|---|
|                 |                    | 通信会社（経営者）                | お客様の様子   | ・中止案件が増えてきている。  |
|                 |                    | ゴルフ場（支配人）                | 単価の動き  | ・来客数の減少により、集客上プレー単価を下げざるを得ない状況が続いている。   |
|                 |                    | その他レジャー施設 [アミューズメント]（店長） | 単価の動き  | ・全体的な来客数は前年と比較して遜色ないが、ここ1か月で日々の客単価が6分の5～5分の4まで下がってきている。特に週末の単価が低く、余暇にかけられる金銭は渋いと感じている。  |
|                 |                    | 設計事務所（所長）                | 競争相手の様子  | ・単価及び売上が良くない。世間ではオリンピックで非常に景気が良くなるようなことを言ってるが、この問題は都心だけに限られると思う。全国的に景気が良くなるということとはほど遠い。まして税金など様々な問題があるなかで、高齢化社会になるので、高齢者にある程度の仕事を与えられるような世の中になければいけないと思う。 |
|                 | 悪くなっている            | 一般小売店 [家具]（経営者）          | 来客数の動き   | ・9月に入って、来客数が本当に少なくなっている。ゼロという日もあり、かなり景気が悪くなっている。  |
|                 |                    | 都市型ホテル（スタッフ）             | お客様の様子   | ・例年9月は夏休みの反動で落ち込む時期だが、今年は各部門共に動きが悪い。3連休が2回あり、何とかカバーはできたが、平日は来客数も少なく、例年になく厳しい状況である。  |
| 企業動向関連<br>(南関東) | 良くなっている            | 建設業（経営者）                 | 受注量や販売量の動き   | ・消費税増税前の駆け込み需要があるためである。   |
|                 |                    | 建設業（経理担当）                | 受注量や販売量の動き   | ・ここにきて計画のあった物件は予定どおり受注している。受注量も前と比べ大きく伸びている。管理技術者が足りなくなっており、仕事を辞退することもある。   |
|                 |                    | 税理士                      | 取引先の様子   | ・アベノミクス効果で景気上向きと感じている消費者は多い。消費税の税率のアップは必然であり、増税前の需要は相当だと思う。   |
| やや良くなっている       | 出版・印刷・同関連産業（経営者）   | 受注量や販売量の動き               | ・例年の動きよりやや悪化している。また、新規事業の発生が予想よりも少なくなっている。ただし、今後の展開には期待感があるので、さほど悲観はしていない。   |   |
|                 | 出版・印刷・同関連産業（営業担当）  | 受注量や販売量の動き               | ・法人、個人の印鑑や印刷の仕事をしている。今月は個人の実印で1本16万円代の物が2本と、会社の設立は通常2万円前後だが、4万円代ぐらいの物が2本出ているという、1年に1回あるかないかという受注があった。              |   |
|                 | 電気機械器具製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き               | ・夏前と比べ、多少経済が動き始めたような気がする。久しぶりに工場が活気を取り戻し、製品出荷額も今までになく増えてきている。  |   |
|                 | 精密機械器具製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き               | ・受注量などにやや改善がみられるが、依然不安定である。現在はまだ外需頼みであり、国内需要はこれからののだろうか。   |   |
|                 | 建設業（経営者）           | 受注価格や販売価格の動き             | ・消費税の問題もあり、物件は増えてきている。価格も1年前と比べると2割ぐらい増えている。また、価格が上昇しているので予算が合わない物件がほとんどである。                                       |   |
|                 | 建設業（営業担当）          | 受注量や販売量の動き               | ・設備投資を考えている顧客は、消費税が上がる前に駆け込み発注をする傾向がある。  |   |
|                 | 輸送業（営業担当）          | 受注価格や販売価格の動き             | ・一部の荷主との間で料金体系の改善ができ、わずかながら今後に希望が出てきた。地道な仕事ぶりを評価されたものと考えている。   |   |
|                 | 通信業（広報担当）          | 受注量や販売量の動き               | ・受注量は一進一退を繰り返している。   |   |
|                 | 金融業（支店長）           | 取引先の様子                   | ・2020年東京オリンピック開催決定により、先行き明るいムードになっている。   |   |
|                 | 金融業（役員）            | 取引先の様子                   | ・医療等の成長分野に対する投資が活発化してきた。建設業も受注が良好であり、人手不足感がある。   |   |
|                 | 不動産業（従業員）          | 受注量や販売量の動き               | ・個人においては居住用の土地、また、法人においては事業用地や営業用地の引き合いが多くなっている。   |   |
|                 | 経営コンサルタント          | 取引先の様子                   | ・駅前商店街のレストランでは、9月からワンランク高いスペシャルランチを始めたところ好調で、1か月たったが注文数は全く落ちていない。残暑も関係なく、人気メニューに定着しそうである。警戒感が緩んできたのではないかと店主が話している。 |   |
|                 | その他サービス業 [警備]（経営者） | 取引先の様子                   | ・県による雇用促進の一環として地域パトロールの仕事が始まったこともあり、一般の工務警備の受注が増大して警備員が足りない状態が続いている。   |   |

|         |                      |                       |  |
|---------|----------------------|-----------------------|--|
|         | その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者） | 競争相手の様子               | ・受注量が増えてきていると聞いている。  |
| 変わらない   | 出版・印刷・同関連産業（経営者）     | 取引先の様子                | ・例年は9月になると仕事量が増加するが、今年はまだ十分な動きがみられない。  |
|         | 出版・印刷・同関連産業（総務担当）    | 取引先の様子                | ・発注量が増えない。   |
|         | 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          | ・製品の値上げが思うように浸透せず、売上も落ちてきている。  |
|         | プラスチック製品製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き            | ・新聞紙上などではマンションや住宅建設に活気が戻っているようだが、それに関連する漏電ブレーカーと網戸部品を扱う当社顧客は例年同期と変化がない。  |
|         | 一般機械器具製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き            | ・9月よりは10月の方がいくらか生産見通しが増えている。   |
|         | 電気機械器具製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き            | ・最近引き合いは少し活発化し、増えてきているが、成約には至らない方が多くなっており、まだ景気が良い方向へ向かっているとは判断できない。  |
|         | 輸送用機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き            | ・アベノミクスによる円安などでデフレ脱却により、景気を良くしようとしているが、あまり変化がない。景気が良くなるかと期待はしていたのだが、それほど良くならない。誰もが景気を良くしたいし、一生懸命働きたいが、外国にシフトしてしまったので、もう日本に仕事量がないのだと思う。これでは景気は良くならない。   |
|         | その他製造業〔靴〕（経営者）       | 取引先の様子                | ・得意先との打ち合わせの際に、仕事なくなる、薄らいできたというような話が消えただけでも安心していている。そういった意味では、仕事の量が増えているのではないかと、仕事につながりやすいのではないかと気がする。   |
|         | 建設業（経営者）             | 受注価格や販売価格の動き          | ・商品が希望価格で売れない。   |
|         | 輸送業（経営者）             | 受注量や販売量の動き            | ・政府の金融政策次第で景気が上向いてくるというような予測はあると思うが、現状は中小企業ではまだ、景気の上昇はみられていない。   |
|         | 輸送業（総務担当）            | 取引先の様子                | ・販促関連の業務が増えている反面、配送物量の減少による車両台数の減少や配送費用の引き下げが検討されている。  |
|         | 金融業（統括）              | 取引先の様子                | ・中小企業の資金ニーズまでは景気が戻ってきていない。   |
|         | 金融業（支店長）             | 受注量や販売量の動き            | ・取引先の中小企業の様子だが、不動産関連はかなり活発に動いていて、消費税が来年上がるのではないかとということで駆け込み需要を見込んで建売業者等もかなり売上を伸ばしている。その他、製造業のようところは先行きが不透明ということで、まだ売上のめどが立っていない。全体から考えるとそれほど上がっているとは言えない。  |
|         | 不動産業（経営者）            | 競争相手の様子               | ・昨年12月完成の1LDKは先月まで2戸未契約だったが、ようやく1戸のみとなった。広告料は賃料の2か月分とあるが、敷金1か月の物件でオーナーは3か月の負担のため、契約になっても実際に賃料が入るのは4か月目である。また、別の駅近くの7月完成の1LDKは6戸中、4戸契約になったが、果たして年内に完了するのか。駅より徒歩10分の9月末入居可の1LDK6戸は、1戸の申込があっただけで、相変わらず厳しい状況である。 |
|         | 不動産業（総務担当）           | 取引先の様子                | ・不動産賃貸部門は、賃料の改善には至らないものの、少しずつであるが空室率の改善は進んでいる。販売部門では、中堅所得者向けのマンションが、思うようにモデルルームへの来訪者が伸びず、苦戦を強いられており、思い切った値引きも視野に入れている。   |
|         | 広告代理店（営業担当）          | 取引先の様子                | ・特に可もなく不可もなくという状況である。クライアント各社の下期の宣伝費も予想通りである。  |
|         | 税理士                  | それ以外                  | ・駅から徒歩5分ぐらいのところ商店街があり、飲食店が結構あるのだが、昔は夜になると客がずっと入っており、店もそれでやっていけていたと思うが、今はあまり客が入っていない。   |
| 社会保険労務士 | 取引先の様子               | ・まだまだ資金繰りの厳しい会社が見られる。 |  |



|               |           |                           |              |  |
|---------------|-----------|---------------------------|--------------|--|
|               |           | 経営コンサルタント                 | 取引先の様子       | ・中小製造業、特に機械加工関係では、一向に低迷から脱することができず、厳しい受注環境にある。   |
|               |           | その他サービス業 [ビルメンテナンス] (経営者) | 受注量や販売量の動き   | ・新規の見積依頼の件数は変わらず、減額要請もなかった。スポット的な成約はあるが、年間を通した契約はない。   |
|               |           | その他サービス業 [映像制作] (経営者)     | 受注量や販売量の動き   | ・ペンディング状態だった仕事が動きだすなど一見上向きのように思えるが、急速に低下する要素もみられ、とても不安である。   |
|               |           | 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   | ・平成25年度上期が終わる時期であるが、今年度に入って好転の兆しがみえず、受注量も伸びていない。   |
| やや悪くなっている     |           | 食料品製造業 (経営者)              | 受注量や販売量の動き   | ・連休が多かった割に商品の動きが悪く、お金をあまり使わないようである。  |
|               |           | 出版・印刷・同関連産業 (経営者)         | 受注価格や販売価格の動き | ・8月は休みが多く、また、猛暑が続いたため受注が少なかった。9月に入り少しずつ動きだし、受注が増えてきている。  |
|               |           | 出版・印刷・同関連産業 (所長)          | 受注価格や販売価格の動き | ・原材料等の価格高騰のあおりを受け、利幅の圧縮が影響している。価格に転嫁することがなかなか難しい状況なので、今後少しずつ影響が出てくると考える。                             |
|               |           | 金属製品製造業 (経営者)             | 取引先の様子       | ・毎月流れてきていた仕事が来なくなった。最近値引きの話が出て、利益の出ない仕事が多くなっている。   |
|               |           | 金属製品製造業 (経営者)             | 受注量や販売量の動き   | ・得意先からの受注が減り始めている。また、次月以降の見通しも減っている。   |
|               |           | 輸送業 (経営者)                 | 取引先の様子       | ・取引先の荷主に聞いたところ、受注があったかと思うとびたりと止まるというような状況であり、当社もそれに比例して、取引先に注文が入らないと運ぶ荷物が少ないという状況である。                |
|               |           | 輸送業 (経営者)                 | 受注量や販売量の動き   | ・8月の売上が思ったよりも悪かったが、9月もその悪い状況を引きずっている。納品先は増加傾向にあるが、店舗当たりの納品量は減少傾向にあり、運賃形態が従量制のため対応に大変苦慮している。          |
|               |           | 輸送業 (総務担当)                | 取引先の様子       | ・荷主は生産量を調整しながら稼働しているが、出荷量は低迷している。  |
|               |           | その他サービス業 [廃棄物処理] (経営者)    | 受注量や販売量の動き   | ・受注量が減少傾向にある。まだ製造業関係の工場は復活しきれていない。価格低迷で市場減少傾向のため、とても厳しい。   |
| 悪くなっている       |           | 広告代理店 (経営者)               | 受注量や販売量の動き   | ・取引先の社内問題に巻き込まれ、当社は本来関わる必要がない收拾作業に時間を取られ、営業面に影響した。とはいえ、この取引先の問題も根は不景気なので、仕方ないという気持ちもある。              |
|               |           | —                         | —            | —  |
| 雇用関連<br>(南関東) | 良くなっている   | —                         | —            | —  |
|               | やや良くなっている | 求人情報誌制作会社 (編集者)           | 採用者数の動き      | ・来期採用の企画提案が進行中だが、前年より引き合いが強い印象である。インターンシップを含むイベント系の新企画が増えるのではないかと。                                   |
|               |           | 新聞社 [求人広告] (担当者)          | 求人数の動き       | ・お盆明け以降、9月は1年で一番伸びる月なので期待していたが、倒産2社、廃業3社、新規が32社であった。大口の1社がほぼストップした影響もあるが、トータルでほんの少し伸びただけで、予想外の状況である。 |
|               |           | 職業安定所 (職員)                | 採用者数の動き      | ・就職件数が前年同月に比べて増加しており、企業側の採用意欲が高くなってきているように思える。ただし、賃金水準にあまり変化がなく、持続していくかももう少し推移を見守る必要がある。             |
|               |           | 職業安定所 (職員)                | 求人数の動き       | ・新規求人数は前年同月に比べ横ばいであるが、新規に設立した事業所からの求人や長期利用していなかった事業所からの求人が増加している。                                    |
|               |           | 民間職業紹介機関 (経営者)            | 採用者数の動き      | ・企業サイドの短、中期的な将来に対する経済の安定感を感じ、求人、採用面でも真剣さがみられるようになってきた。ただし、基本的に海外でも活躍できる人材が望まれている。                    |
|               |           | 民間職業紹介機関 (職員)             | 求人数の動き       | ・建設、不動産、金融などを中心に求人数が増えている。   |
|               | 変わらない     |                           | 人材派遣会社 (社員)  | 求人数の動き   |
|               |           | 人材派遣会社 (支店長)              | それ以外         | ・派遣、紹介予定派遣共に成約数は前年比並と伸び悩んでいるためである。   |

|               |                          |         |  |
|---------------|--------------------------|---------|--|
|               | 人材派遣会社<br>(営業担当)         | 求職者数の動き | ・派遣求人数は住宅、建設、土木関係の企業を中心に、若干増加傾向にある。また、今まで派遣の利用を抑えていた企業の派遣活用も出始めている。しかし、求職者数が減少しており、派遣労働者数の増加にはつなげていない。契約終了者数と新規稼働者数はほぼイコールな状況のため、売上規模に関して増減はほとんどない状況である。 |
|               | 人材派遣会社<br>(支店長)          | 求人数の動き  | ・前月と比べ求人数が横ばいである。  |
|               | 求人情報誌製作<br>会社 (営業担<br>当) | 周辺企業の様子 | ・求人数は横ばいが続いている。春ごろには求人職種が増えた感があったが、ここにきて以前のように有資格者(医療、介護、保育、美容関連)の求人が中心になっている。   |
|               | 求人情報誌製作<br>会社 (広報担<br>当) | 採用者数の動き | ・募集広告を新聞や転職サイトに出す企業が増えているようである。  |
|               | 職業安定所 (職<br>員)           | 求人数の動き  | ・正社員求人が少なくなっている。   |
|               | 職業安定所 (職<br>員)           | 求人数の動き  | ・求人数の増加率が鈍化したためである。  |
|               | 職業安定所 (職<br>員)           | 求人数の動き  | ・求人申込件数は前年同月を上回る状況が続いているが、業種別にみると人手不足感のある福祉、介護関連の占める割合が高いため、景気との関係性を判断するのは難しい。   |
|               | 民間職業紹介機<br>関 (職員)        | 求人数の動き  | ・求人数は引き続き高止まりしている。   |
|               | 学校 [専修学<br>校] (就職担<br>当) | 求人数の動き  | ・求人獲得数は前年同月比で微増の状況であり、大きな変化はない。  |
| やや悪く<br>なっている | 人材派遣会社<br>(社員)           | 求職者数の動き | ・企業からの人材オーダーに対して求職者の動きが鈍くなり始めている。  |
| 悪く<br>なっている   | —                        | —       | —  |