

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	-	-
		百貨店（売場主任）	・紫外線対策の化粧品、雑貨が注目されており、来客数の増加が期待できる。
		スーパー（店長）	・客は金を持っているので、タイムリーな商品ならば、価格が高くても売れるが、客のニーズにあった品揃えをしないと、安くても売れない。売り手が、客にいかにか訴えるかが重要であり、売り方次第ではチャンスはある。
		家電量販店（営業部長）	・来客数は減少していないので、プラズマテレビ、液晶テレビ、ホームシアター、DVD、洗濯乾燥機といった新機能商品の販売で、単価アップが期待できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ワールドカップの開催で、人の動きが出ることを期待している。
		旅行代理店（従業員）	・個人を中心に、国内外とも旅行需要は増加している。特に、4月18日の成田空港の第2滑走路オープンに伴い、航空座席数が増加し、客の反応も出るのでは、やや良くなる。
		通信会社（社員）	・新商品の発売に期待している。
		ゴルフ場（支配人）	・2、3か月先の予約状況が、大分改善されている。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・家庭用ゲーム機のプラットフォームが増加しており、消費が拡大すると考えている。
		変わらない	
一般小売店〔CD〕（営業担当）	・商品のまとめ買いをする客が増加しておらず、今後の売上の伸びに期待できない。		
百貨店（営業担当）	・気温の上昇に伴い、春物衣料を中心に衣料、服飾、化粧品といったファッション商品は好調に推移しているが、食品については、偽装表示による消費不振の影響で、生鮮食品や和洋惣菜、加工ギフト等の加工食品が低迷している。消費回復にはまだまだ時間がかかる。		
百貨店（販売促進担当）	・3月は気温の急激な上昇により、アパレルが活発に動いているが、日によって売上に相当の開きがある。今後も安定的に良くなると思えず、一過性の現象とらえている。		
百貨店（営業企画担当）	・高級ブランド品や高級食材は引き続き好調を維持するが、婦人と紳士の衣料品の価格が上がらず、価格の二極化がこのまま継続する。		
百貨店（営業企画担当）	・不振の食品業界でも、花粉症にヨーグルトが効くという3倍近い売上になるなど、自分にとって価値ある物、健康、安全、安心といったキーワードのある商品には、消費者は金を惜しまない。それ以外の物に対する支出は、今後も伸びが見込めない。		
スーパー（店長）	・野菜の低単価が続き、精肉の売上も回復し切れない。		
スーパー（統括）	・3月の売上は増加しているが、消費者の生活防衛意識は依然として強く、2、3か月先も、それほど大きな変化はない。		
コンビニ（経営者）	・客単価が上がらない。来客数は増加しているので、少しでも単価が高い商品を置いて、単価を上げたい。		
コンビニ（店長）	・競合店が増加しているので、売上は伸びず、このまま推移する。		
家電量販店（店長）	・家電製品については、多少不便であっても使えるものは使い、10年以上たっても、買い換える客が少ない。		
家電量販店（店長）	・カラーテレビ等の商品について、ワールドカップ特需が予想できるものの、2月のオリンピック特需同様、空振りの可能性もあり、期待できない。		
その他専門店〔眼鏡〕（店員）	・来客数の増加がみられず、単価も低下しているため、当面は厳しい状況で変わらない。		
スナック（経営者）	・客に飲みたいという気分はあるので、来客数は現状を維持すると思われるが、客単価は依然として厳しい。		
都市型ホテル（スタッフ）	・3か月後の予約状況は、全く見通しが立たない。予約が入っても、安い商品から申込がなされ、単価上昇が図れない。		
旅行代理店（従業員）	・芸能人のファンクラブツアーの動きはあるものの、団体の動きは鈍く、問い合わせも少ない。		
旅行代理店（従業員）	・5月以降の客の動きが全く分からない。		

	通信会社（営業担当）	・インターネットの単価下落に歯止めがかかってきたが、このあたりで持久戦が続く。	
	その他レジャー施設（経営者）	・新規の来客は少ないが、年金暮らしの年配者等の固定客いるので、変わらない。	
	設計事務所（所長）	・例年であれば建物の設計が動き出す時期であるが、今年は案件の話はない。民間に期待できないので、新年度の行政からの案件に期待するしかない。	
	住宅販売会社（経営者）	・価格の低い物件に客が集まるので、いかに買いやすい住宅を作るかが勝負である。特徴のある住宅であれば、多少高くても売れている。同じ仕様であっても、外見や家構えといった点で差別化する作戦を立てれば、現状を維持できる。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・チラシを配布し、バーゲン方式の売出しを行っているが、来客数、買上点数が少なく、チラシの効果が薄い。	
	スーパー（店長）	・改装の効果で、来客数は増加するが、単価は低下し、販売量も減少する。	
	スーパー（総務担当）	・食品に対する不信心等があり、先行き不安要素が多く、客の買物点数が減少する。	
	コンビニ（経営者）	・この数か月間、来客数の減少、客単価の低下が継続しており、今後もこれといった改善材料がない。	
	コンビニ（経営者）	・同業他店から、廃業の話や、事業展開のアイデアが思いつかないという話をよく聞く。新たなアイデアで展開しても、売上に結び付かない。	
	衣料品専門店（経営者）	・季節の変化があまりにも早く、季節に合った商品の提供が追い付かない。今後も厳しくなる。	
	高級レストラン（宴会予約担当）	・サッカーワールドカップの影響で、宴会の状況がかなり厳しくなる。	
	タクシー運転手	・客は接待費、交際費を切り詰めており、人が街にいる割には、タクシーに乗車する客が減少している。	
	設計事務所（経営者）	・3月後半～6月の間、行政関係の仕事の指名はほとんどない。民間の仕事も厳しくなっている。	
悪くなる	百貨店（営業担当）	・商品の購入時期が大幅に前倒しされていることから、春夏物ともに、目新しい材料が不足する。	
	コンビニ（経営者）	・近隣事業所の閉鎖等が目立ち、昼食を買う客が減少しており、この傾向が拡大しそうな気配である。	
	衣料品専門店（経営者）	・近隣大型店の営業時間延長が浸透しており、客の行動パターンが、昼夜にかかわらず大きな変化をみせ始めている。	
	自動車備品販売店（経理担当）	・衣料品業界では、3月にメーカーの倒産が多く、大型デパートを除き、専門店の苦戦が目立つ。消費者の低価格志向は続き、当分デフレ状態で推移する。	
	その他サービス[学習塾]（経営者）	・集金に行っても、全額支払をしてもらえなかったり、支払猶予を頼まれることが多くなっている。	
	その他サービス[学習塾]（経営者）	・生徒の親に、賃金を削減されている人が多数出ている。	
企業動向関連	良くなる	-	
	やや良くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・新製品の注文が入っており、受注量が増加している。
		金属製品製造業（経営者）	・客先の在庫が減少している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・環境分野で、クリーンエネルギー関連の仕事が増加しつつある。
		不動産業（総務担当）	・見積り件数、成約件数が増加している。
		広告代理店（従業員）	・最近立ち上がった受注分の生産が順調にいけば、良くなる。単価は相変わらず低いが、ある程度量を確保できる。
		広告代理店（従業員）	・同業者の中に、強気の賃料、マンション価格の設定を行う会社が出てきている。
		その他サービス業[廃棄物処理]（経営者）	・既存の仕事は競争が激しいため、新しい仕事を作った。それが計画通り動き始めたので、売上に貢献できる。
		その他サービス業[廃棄物処理]（経営者）	・取引先の新商品の関係で、仕事の受注が増加しそうである。
		その他サービス業[廃棄物処理]（経営者）	・春ごろから、顧客の工場稼働率が向上しところもあり、期待している。
変わらない	繊維工業（経営者）	・夏に向かって、薄手のブラウス等の婦人服の受注が多い。	
	化学工業（経営者）	・医薬品、化粧品に関し、長期的には健康志向は強まるが、2～3か月先に売上金額や個数が増加する材料は見当たらない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・大手製造業を中心に、中国へ生産工場を移しているため、日本国内での空調機器の販売は今後も伸び悩む。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・定期受注分の売上は確保できているが、単価の低下等により、内容は厳しくなる。	

		輸送業（営業担当）	・仕事量の増加を示唆する情報がない一方、減少を覚悟するような話もない。
		金融業（審査担当）	・売上の減少幅は一時に比べて縮小しているが、収益性については、依然として厳しい状況が続いており、資金繰りの改善には至っていない。
		金融業（渉外担当）	・企業との面談の場でも、新規設備投資計画の話は聞こえてこない。
		広告代理店（営業担当）	・新年度予算が増加する取引先がない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・印刷材料等の値下げがないまま、受注価格のみ下落している。特に、今後はグリーン購入法により再生紙利用が義務付けられることが多くなり、紙の仕入れが高くなる。
		化学工業（従業員）	・3月、過去の生産量、出荷量が減少しているため、計画されている生産予定数量が縮小している。増産の予定もない。
		輸送業（支店長）	・客から統廃合、リストラといった話を聞いており、受注量に大きな影響が出る。
		金融業（得意先担当）	・取引先では、仕事の受注の見通しが立たない。
	悪くなる	食料品製造業（経営者）	・新年度初めから6月の中元シーズンに向けて、法人向けの注文がほとんどない。
		輸送業（総務担当）	・荷物が少なく、運賃値引き等の過当競争が続く。 ・環境問題でトラックが走れなくなる。中小運送業者は、償却が終わったトラックでなければ利益が出ないため、非常に苦しい。
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）	・人材の流動が活発になりつつあり、採用増加に踏み切る企業が多くなっている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣条件の厳しい受注はあるが、容易に人選しやすい受注については、派遣業者が競合する状況で、大きな変化がない。
		人材派遣会社（社員）	・雇用者の削減、コストダウン要請の依頼が相次いでいる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・3月としては、平成に入って初めて的大幅減少であり、今後の伸びは期待できない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・欠員補助としての求人活動は、それほど積極的に動かない。新規事業のための採用活動は計画的に進んでいるが、そうした企業が多くはない。今の状態で、新規事業を手がける企業が大幅に増加するとは思えない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求職登録者が相変わらず多い。求人案件は継続的にあるものの、適任がいれば採用するとのスタンスで、マッチングが難しく、決定数が増加しない。
		学校[専門学校]（教務担当）	・業種による差が大きい。IT業界は1人勝ちしているが、求人状況からみて、他業種が心配である。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・建設業や製造業で、企業が先の市場の縮小を予想し、リストラや清算に伴う相談に来所するケースが増加している。求人数の停滞、求職者数の増加は今後も続くと思われる。
		学校[専修学校]（就職担当）	・採用予定者数が減少している。企業は採用はするが、採用数を減らしている。
	悪くなる	新聞社[求人広告]（担当者）	・企業は、人件費に金がかかるので、パートの数を減らし、その分思い切って設備投資をしている。今以上に募集人数や回数が減少すれば、2、3か月後の売上は相当の落ち込むと予想される。
		職業安定所（職員）	・3月末を実施時期とするリストラ情報が入っており、今後、求職者が増加する。