

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	家電量販店（営業統括） 乗用車販売店（営業担当） その他専門店〔キャラクターグッズ〕（従業員）	・新規顧客数が全体の20%程度で、新しい客が増加している。 ・9、10月に受注した注文の売上が入る。引き続いて注文が入る予定もあるので、今後2、3か月は上向く。 ・来客数が増加傾向にあるなかで、クリスマス、年末商戦を控え、新商品投入を予定しており、売上増加に期待できる。
	変わらない	百貨店（売場主任） 百貨店（売場主任） 百貨店（販売促進担当） 百貨店（営業企画担当） スーパー（店長） スーパー（店長） スーパー（統括） コンビニ（経営者） コンビニ（経営者） コンビニ（店長） 乗用車販売店（経営者） その他専門店〔眼鏡〕（店員） 高級レストラン（支配人） 高級レストラン（宴会予約担当） 都市型ホテル（スタッフ） 旅行代理店（従業員） タクシー運転手 通信会社（社員） ゴルフ場（支配人） 住宅販売会社（経営者） 住宅販売会社（従業員）	・冬の到来で秋冬物が売れるが、10月に売れなかった防寒物の売上を回復することは見込めない。 ・歳暮商戦が始まり、来客数の増加は期待できるが、最多売上価格帯のコートの動きが鈍いので、3か月後も今と変わらない。 ・秋物商戦に続き、冬物商戦でも主力のアパレル商品が苦戦を強いられ、回復の兆しが見受けられない。在庫調整もあり、商品が潤沢に入っていない可能性もある。 ・紳士、婦人衣料ともに、冬服、特にコートの売上が思わしくなく、冬物の売上増加に期待できない。 ・今年の冬は暖冬と予測されており、コート等の衣料品の不振は覚悟している。イベントやセールを実施し、店としての集客力を強化し、来客数の増加につなげたい。 ・食品は今後も好調に推移する。 ・売上低迷に対策を講じているが、消費マインドが冷え込んでいるため、即効性はなく、小手先の対応には限界がある。 ・ボジョレ・ヌーボ等の予約が多少入っている。 ・クリスマス商品、年賀はがき等の販売に力を入れており、相応の売上は達成できる。 ・来客数はそれほど変わらないが、売上が増加しないので、品ぞろえや単価の面で努力しているが、なかなか客に買ってもらえない。この状況は、このまま変わらない。 ・先行きが不透明で、消費者の購買意欲が低い。客は必要最小限の物しか買わないままで、横ばいの状況が続く。 ・整備は順調であるが、販売は芳しくないなかで、12月の賞与にも期待できない。 ・遠近両用レンズ、補聴器等の高齢者向け商品は順調に伸びており、今後更に市場は広がると思われるが、その他商品の単価が低下しており、しばらくは変化がない。 ・地区内のビルに入っているレストランの人气が続き、客がそちらに流れている。このまま人が集まらない状況は、2、3か月続く。 ・販売量を増やすために、様々な特典を付けるなどの対策を講じているが、全く先が見えない。 ・売上増が見込める要因もあるが、テロ事件のあった昨年とは異なり、今年は年末年始に海外旅行客が増加すると思われる。明るい材料が決して多いわけではない。 ・先行受注の状況に変化がない。 ・どうしても必要な時以外は、タクシーを使わないようにしていると話す乗客が、非常に増加しており、厳しい状況は今後も変わらない。 ・売上を維持するには、相応の追加コストもかかるので、結果としてあまり変わらない。 ・最盛期を迎えても、客が増加していないので、今後にも期待できない。 ・2、3か月先も、消費者は住宅の買い時だという感覚を持ってない。自分がリストラにあうのではないかと不安に思っている客が、少なからずいる。 ・地価の下落や低金利から、住宅購入意欲は底堅いが、先行きが不透明で、様子見の人が増加している。
	やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者） 一般小売店〔雑貨〕（経営者） 一般小売店〔印章〕（経営者）	・商店街では、毎年実施している12月のクリスマス福引セールの販売額が、昨年より2～3割減少すると予想している。 ・最近では、売れる商品がなかなか生まれにくい。 ・年末恒例の年賀状印刷の注文が、年々減少傾向にある。

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
		百貨店（営業担当）	・売上不振で、処分し切れない過剰在庫を今後も引きずる。メーカーも含め、売れ筋を読み切れず、売れ筋の確保も難しいことから、売り逃しの増加は必至である。
		百貨店（営業企画担当）	・百貨店の主要顧客である40～50代向けの婦人服の売上が、軒並み大幅な減少となっており、気温の低下による冬物の動きにも、力強さが感じられない。百貨店の客層への株価下落の影響は大きく、先行きの不安感がぬぐえない。
		スーパー（経営者）	・客は、低単価の商品で日常の食事をやりくりしている。価格重視の傾向がみられ、単価が安くなっていく。
		スーパー（総務担当）	・食品の売上がかなり低迷している中で、競合店が一層増加し、年末年始にかけての価格競争では、売上が更に厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・今まで飲み物を購入していた一部の人が、家から飲み物を持参するようになるなど、買い控え傾向が強まる中で、11月から本格化する予約活動に期待できない。
		衣料品専門店（経営者）	・暖冬予測の中、冬物商品の値下げが早く、売上の低迷と粗利益の縮小が予測されるため、冬物セールに大きな期待はしていない。業界全体でも、消極的な商品戦略がデフレ傾向を加速させている。
		家電量販店（店員）	・冷蔵庫、掃除機、洗濯機、調理家電など、生活に必要な商品は売れているが、その他の商品は非常に悪い状態が続いている。 ・招待会を行う場合、その日は売れるが、その前後の売上が芳しくない。
		乗用車販売店（店長）	・高額の新車が売れなくなっている。新車への代替促進をしているが、車検を選択する客が多いため、今後も厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・天候不順により、食材の旬がずれ込み、仕入先の買い控えで食材のバリエーションが例年よりも少ない。
		スナック（経営者）	・接待費が削減されたり、廃止されている。 ・暮れのボーナスも、削減が当たり前で、出ない客が多い。 ・これまでは3回程度あった忘年会も、2回や1回になり、大幅な売上減となる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・結婚式場が新たにオープンし、競争が激化している影響もあり、結婚式の組数が伸びていない。それを埋めるべき一般の宴席も、単価が低下する一方である。
		旅行代理店（従業員）	・ボーナス商戦が始まるものの、ボーナスの減額で、先行きに良い傾向が出ていない。 ・固定客による利用以上のものには期待できない。 ・価格競争の中で、どこまでも低廉化が進んでいる。
		通信会社（営業担当）	・9、10月と引き続き契約件数が激減しており、今後も下降線をたどる。
		設計事務所（経営者）	・例年なら、年度末の公共工事に関する情報が入ってくるが、今年はまとまった仕事の情報、引き合いがない。細かい仕事は何とかある状況である。
		設計事務所（所長）	・現在計画中の仕事に融資が付かず、先延ばしになっており、目途がついていない。
悪くなる		百貨店（企画担当）	・百貨店の顧客には、高額所得者や資産家が多く、株価や資産価値の低落の影響を特に受けやすいため、今後は更に悪化する。
		百貨店（営業担当）	・衣料品については、消費意欲の低下が顕著である。 ・日常の食品は比較的健闘しているものの、ギフト需要が縮小傾向にある。
		コンビニ（経営者）	・近隣の商店が、1店また1店と閉店しているため、当地区への客足が必然的に遠のき、回復する兆しが無い。
		家電量販店（営業部長）	・今年の年末商戦では、商品力のあるゲーム関連商材がない。大きなイベントもなく、テレビやオーディオも苦戦が予想される。
		旅行代理店（従業員）	・2、3か月先については、特に大きな団体旅行の動きもなく、個人客の問い合わせもほとんどない。
		タクシー（団体役員）	・毎日、仕事がないという声ばかりが聞こえる。法人タクシー、個人タクシーとも、市場が縮小する中で、生き残りをかけた闘争を行っている。今後、何に期待を持てば良いのか分からない。
		通信会社（営業担当）	・放送、インターネットとも、需要見通しが不透明で、優良コンテンツもない。
		美容室（経営者）	・周りにディスカウント店が増加しすぎて、客がそちらに流れている。

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
企業 動向 関連	良くなる	輸送業（財務・経理担当）	・新規受注が決まったので、3か月後は良くなる。
	やや良くなる	化学工業（従業員）	・年末から年明けにかけての受注量が増加しており、生産量を増やしている。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・関連会社が、どこも忙しくなっている。
		輸送業（総務担当）	・採算面では問題もあるが、仕事量が増加しており、ミスやロスが起きなければ、何とか売上がプラスになる。
		広告代理店（営業担当）	・11月以降のテレビCMの発注、引き合いが回復しており、特に情報家電の広告出稿が多く見込まれる。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・合い見積りによる価格競争が今後も続く。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・大型トラック用部品を取り扱っているが、トラックが売れないので売上が増加しない。今後も悪い状態で変わらない。
		建設業（経理担当）	・工事案件がなく、将来の計画の話も出てこない。同業者も同様に話している。
		輸送業（経営者）	・荷主が、3か月先までは十分仕事が入っていると話している。
		輸送業（支店長）	・受注量が増加する見込みはなく、今の状態が継続する。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・IT関連の設備投資が削減される中、金額を抑えて計画を縮小する形での再提案が増加している。非常に厳しい状況は今後も続く。
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・冬物が動いていないので、冬物から春物に入る1月頃の生産体制が厳しくなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・最大の得意先が、従業員の半数の希望退職者を募っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・同業者の倒産が2件続き、業界が不安定になっている。
		建設業（営業担当）	・競争相手や取引先で、倒産が現実のものになっており、これからも良くなるとは思えない。
金融業（得意先担当）		・客の財務内容が悪いので、借入れの申込があっても、貸せない状態が続く。	
不動産業（総務担当）		・2003年問題を控え、賃料値下げの要望が更に増加する。	
悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・低価格の受注が続き、会社の経営は一層厳しくなる。	
	広告代理店（従業員）	・取引先の零細印刷業者は、貸しはがしの要請を受け始めているようである。仕事量の減少が顕著になり、最悪の状況がきているようである。	
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・求人数の増加に伴い、紹介数も少しずつ増加しており、就職に結び付く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・企業は今なお、組織の変更や統合、移転等で、雇用の縮小、合理化を目指している。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・中途採用広告が増加する様子は、依然として見受けられない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が多少は伸びているが、新規採用ではなく、入れ替わりの激しいサービス業等の欠員補充の求人である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・登録者数は増加しているが、求人数は増加していない。成約の条件も厳しくなっており、企業は積極的な採用をしていない。この傾向が変わる様子はない。
	やや悪くなる	学校〔専修学校〕（就職担当）	・多数の企業が、来年度採用計画で採用人数を増やす予定はないと回答している。
		人材派遣会社（支店長）	・解雇や人員整理など、リストラによる登録者が増加しつつある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・募集が減少する中、年末年始の募集広告を確保するため、昨年の顧客に声を掛けているが、広告を出す企業はほとんどなく、今後は今以上に減少する。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・10月末に、県内の大手自動車製造業で大規模なリストラが予定されており、11月以降は離職者が多数発生する。
人材派遣会社（社員）		・求人側の経営者と話したが、銀行からの融資が受けられず、求人や採用どころではないという意見が非常に多い。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・生産機能の海外移転が進む中、労働力の余剰感を解消できる産業が見当たらない。