

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）	・毛皮やアクセサリ、化粧品のような高額商品に動きが出ている。客に価値を感じ取ってもらえる秋冬物商品は、販売が見込める。
		コンビニ（経営者）	・9月は来客数が増えているので、このまま良くなっていく。
		家電量販店（店長）	・2、3か月後の年末商戦では、薄型テレビの新製品やパソコンの秋冬モデルが揃うことから、悪くなる材料は今のところ見当たらない。
		家電量販店（営業統括）	・新製品を中心に、多くの客から注文を受ける商品が増えており、今後もこの傾向が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・車整備や用品販売の売上が前年比103.8%と伸びており、明るい兆しがみえている。
		乗用車販売店（営業担当）	・販売台数が増え、今後の納車を控えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼関係は前年比で上向き傾向にある。ただし、一般宴会は取り込みが遅れており、今後の単価上昇は見込めない。
		通信会社（経営者）	・SARS、冷夏、景気の不透明感から手控えていた消費が、年末に向かって動き出す。
		通信会社（営業担当）	・放送サービスでは地上デジタル放送が、ケーブル・インターネットではIP電話サービスの詳細が固まりつつあり、年末に向けて需要刺激の材料が出てきている。また、電波障害対策工事の受注により、今年度内の設備投資や対策工事が活発化しつつある。
		観光名所（職員）	・9月は天候が良く、10、11月にかけても客の動きが出てきている。
	ゴルフ場（支配人）	・向こう2、3か月の予約状況が、悪くない水準となっている。	
	設計事務所（所長）	・施設の計画依頼が多少出たため、実際の設計につながる可能性が高くなっている。	
	変わらない	一般小売店〔家具〕（経営者）	・現状の販売量の不振は、今後も変わらない。様々な媒体の中で、店舗販売の厳しさは継続する。リフォームに関しては、来客数が増加している。
		百貨店（企画担当）	・年代の高い顧客向けの売場が不振である。この顧客層の売上が上昇しないと、全体の上昇は見込めない。
		百貨店（企画担当）	・改装投資で地区内生き残りとしてシェアアップを目指したが、効果は限定的で一時的なものとなっている。投資に見合う売上増達成は難しく、前年実績確保がやっとである。景気の先行きは依然として厳しい。
		百貨店（営業担当）	・売上の中核である衣料品の動きに力強さが感じられない。顧客の価格に対する意識は依然として厳しく、冬のボーナス商戦においても販売点数、単価の伸びが見込めない。
		百貨店（営業企画担当）	・今秋に一部改装を予定しているが、全体をカバーできる売上を確保できるかは微妙な状況である。
		百貨店（営業企画担当）	・プロ野球優勝セールなど、マスメディアが取り上げるような大規模の催物がないと、新規客を取り込めず、前年売上を確保することは難しい。
		百貨店（営業企画担当）	・数か月、数週間単位で来客数、客単価の上下動があり、一定して高止まる傾向にない。消費傾向に底堅さを感じられない。
百貨店（業務担当）		・品質に見合った価格、低価格を志向する客の様子や、欲しい物だけを買う購買行動は、今後も大きく変わらない。	
スーパー（店長）		・店舗全体の来客数が増加しておらず、主力の婦人服や食料品の売上が厳しい。婦人服の中でも、今まで好調であったヤングゾーンが不振で、この先トレンドも見当たらず、売上は変わらない。	
スーパー（店長）	・米の不作や農作物相場の影響により、素材型商品の伸びが見込めない。加工食品についても、競合他社による集客目的の価格攻勢により、売上効果が見込めない。		
スーパー（統括）	・客は、良いものは買うが必要以上には買わないというシビアな考えを持っており、財布のひもは引き続き固い。		
スーパー（管理担当）	・今後2～3か月先も、来客数、点数、客単価ともに減少傾向にある状況は変わらない。		

コンビニ（経営者）	・現在、売上、来客数とも前年同月比100%を辛うじて超えているが、今後は競合店の出店も予想され、先行きの不透明感に変わりはない。
コンビニ（経営者）	・来客数、客単価がずっと変わっていない。販売量では各分野で増減があるが、売上は全体で変わらない。この傾向は今後も続く。
コンビニ（店長）	・据え置きしていた発泡酒の増税分を10月から値上げするので、客単価は多少上がるが、販売数は減少すると予想される。
衣料品専門店（経営者）	・消費者は、必要なものに対しても時間をかけて吟味をし、店頭で商品を確認し、更に広告やインターネット等で価格を確認して、納得してから購入している。今後も、買物を楽しむという雰囲気にはならない。
衣料品専門店（経営者）	・相変わらず海外製の衣料品が多く、単価の低下が続いている。日本製を売らないと売上が維持できないが、客は安い商品に流れるので、見通しは厳しい。
家電量販店（店長）	・地上デジタル、薄型テレビ、食器洗い乾燥機など、ヒット商品になりそうな製品が多く出現している。しかし、3か月先のボーナス商戦では、ボーナスを当てにして買物をする客が減少するので、相殺されて変わらない。
家電量販店（営業部長）	・年末に向けて、薄型テレビやDVDレコーダー、デジタル一眼レフ等の販売に期待できるが、全体をけん引するには物足りない。秋冬モデルのパソコンに期待したい。
乗用車販売店（店長）	・車の販売台数の伸びは期待できない。車両の販売価格も低下している。現状と同じように、やや厳しい状況が続く。
乗用車販売店（販売担当）	・トラック業界では受注残があり、仮装するポディーメーカーにもバックオーダーが相当あるため、2～3か月先まで納車が出来ない。排ガス規制による一時的な需要だと思うが、年内は現状のまま、前年同月比3～5割増の需要が見込まれる。
その他専門店〔眼鏡〕（店員）	・フレームとレンズなどの一式セットセールでは、集客効果が現れ、店内もにぎわう。販売の主力となるのは低価格セットとなるため、売上全体は厳しい状況が続く。
高級レストラン（支配人）	・12、1月の宴会受注状況が、前年とほとんど変わっていない。近隣の企業が移転してしまうので、レストランの売上は横ばいか減少傾向と予想している。
一般レストラン（店長）	・2、3か月先もリニューアル効果が継続し、来客数は確保できると予想している。
都市型ホテル（スタッフ）	・下期の賞与に期待できないことから、客は消費を控えると予想される。
旅行代理店（従業員）	・現状は、海外を含めた販売量、来客数が一時的に上向いているが、必要があって旅行や宿泊をしている客が多い。余暇として旅行を楽しむ客が増加しないと、本格的に景気が上向いたとは言えない。
旅行代理店（従業員）	・8月に比べ、販売動向や旅行の申込件数に特段の改善がみられない。この傾向は今後も変わりそうにない。
通信会社（営業担当）	・当社の営業や入居している大型ショッピングセンターの顧客動向から、今後も期待薄の見通しである。
競馬場（職員）	・一人当たりの単価が、10%減で変わっていないので、3か月では状況は変わらない。
その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・アミューズメントスペース向けの新製品展示会では、目新しい商品の出展はなく、従来の機軸に則った景品取得の機器が多数出品されている。家庭用ゲーム機についても、傾向は変わらないと予想される。
美容室（経理担当）	・この2か月間に、近隣で5軒の美容業者が開店したため、売上が減少している。従来の固定客の確保に努めるとともに、11月の七五三、年末に期待している。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・2学期からの入塾者数が、昨年比でほとんど同じであり、2、3か月後も変わらない。
設計事務所（所長）	・民間の仕事の動きが鈍く、公共の仕事に期待しているが、耐震補強設計もほぼ終了してきている。税収の落ち込みから、公共の仕事量が急激に増加することはなく、仕事の受注には時間がかかる。
住宅販売会社（経営者）	・悪かるう、安かるうの住宅販売業者が増加している。今の客は、良い物件を値下げしても、反応が鈍い。金利が低くても、販売には結び付いていないため、今後も変化はない。

やや悪くなる	一般小売店〔靴・袋物〕（従業員）	・単価については、現状2割下落しているものが、更に1割下落すると予想される。取引先メーカーが定番以外の商品を生産しないため、季節品の打ち出しが困難である。小売業を取り巻く環境は今後も厳しい。	
	百貨店（営業担当）	・冷夏に9月の異常気温が重なり、ジャストシーズン商品が正規価格品、セール品とも大苦戦しており、冬物商品の生産に大きな影響が出る。百貨店にとっては商品の確保が難しく、販売量、売上に響くことが予想される。	
	スーパー（経営者）	・食料品の中でし好品の売行きが悪くなっている。食品は一人一人の好みの特徴が売上と利益の増大につながるが、現状では定番商品が売れており、今後も売上の増加は期待できない。	
	衣料品専門店（経営者）	・秋物商戦の低迷で、一挙に冬物商戦になると予想されるが、暖冬発表など、天候不順により仕入計画に不安定感があるため、セールを前倒しで実施する等の行動がみられるだろう。秋冬物を正規価格で販売できる時期は10、11月の2か月間になってしまうため、利益が低下する。	
	一般レストラン（経営者）	・例年9月は宴会予約が少ないが、今年は、問い合わせの件数も著しく減少している。現状から判断すると、今後にも期待できない。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・来客数が減少している。街のレストランとの競争が激しくなり、客の取り合いで単価も低下し、状況は悪くなる一方である。	
	旅行代理店（従業員）	・2、3か月先の団体旅行の予約があまり入ってきていない。	
	ゴルフ練習場（従業員）	・9月になり、来客数が増加すると見込んでいたが、実際はやや減少している。この傾向は今後も続く。	
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・各塾の単価は、これ以上下げられない状況になっている。生徒数も減少しているため、悪くなる。	
	設計事務所（所長）	・依然として先行きが不透明で、仕事量が増加する要素もない。	
住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの金利急上昇により、住宅購入、建築を見合わせるケースが増えると予想される。		
悪くなる	美容室（経営者）	・周りにディスカウント店が多すぎて、客の来店頻度が低下している。この傾向は今後も変わらない。	
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）	・新会社設立に関係する仕事が出てきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・冬場に向かって、インフルエンザやSARSを予防する空調商品の出荷が増加することを期待している。
		不動産業（総務担当）	・貸しビルの空室率が、底を売った感を呈している。
		広告代理店（営業担当）	・取引先の業況が良く、順調に推移すれば今後も良くなる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・10、11月は、通信キャリア各社がIP電話事業に本格的に乗り出すので、通信料金の大幅な見直しが行われ、業界全体の活性化が図られる。
変わらない	繊維工業（経営者）	・受注量や販売量が減少している。繊維業界では中国への発注が増加しており、国内業者の不況は今後も続く。	
	化学工業（従業員）	・9月の生産量は増加しているが、現状以上に生産を増やす計画はない。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・受注量が減少していることに加え、客が在庫を持たない状況は変わらない。	
	金属製品製造業（経営者）	・9月は良くなっているが、得意先の先行きが不透明なため、まだ不安が残る。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・現在の受注増がこのまま進むため、変わらない。	
	建設業（経理担当）	・依然として大型案件がなく、営繕の仕事でも競争で受注する状況が続く。この地域の製造業者は、設備投資を行うまでの余裕をまだ持っていない。	
	通信業（営業企画担当）	・低価格での商品提供が大前提となっていることから、供給側は体力勝負になっており、当面景気が回復するとは考えられない。	
	不動産業（従業員） 広告代理店（従業員）	・工業関係、倉庫関係の設備投資の受注が微増している。 ・仕事量、売上量ともにこれ以上悪くなる要素はないが、新しい仕事の予定がないので、今後も変わらない。	
やや悪くなる	建設業（営業担当）	・日ごとに工事量が減少しているため、価格競争が激しくなっている。先行きの見通しは厳しい。	

		輸送業（総務担当）	・現在は、得意先の輸出の特需により、船積み等で売上を確保しているが、その特需も来年早々で終了し、その先の出荷計画や予定がみえない。国内出荷が少しずつ増加し、ある程度の数量は確保できているが、会社を運営していくには不十分な水準である。
	悪くなる	食料品製造業（経営者） 繊維工業（経営者）	・原料の米の値段が上がり、品薄状態が起きる。 ・これから中国製の安い秋冬商品が入ってくるので、単価の高い日本の縫製業界には仕事が回ってこない。当面、見通しは暗い。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（社員）	・中小企業の経営者と話をしたところ、最近受注が活発化しており、人材を採用したいという意見がかなり聞かれる。
		新聞社 [求人広告] （担当者）	・年末にかけて募集が活発化する取引先がある。
		職業安定所（職員）	・製造業の求人数の伸びは、好調な輸出と半導体関連に支えられているため、最近の円高傾向等に不安材料があるものの、新規求人の動向から、生産活動は拡大基調にあるとの感触を得ている。
変わらない		職業安定所（職員）	・求人数や就職数の増加が4か月続いているので、このまま少しずつ良くなるのではないかと。10月には管内に大型スーパーが新規開店するので、悪くなることはない。
		人材派遣会社（支店長）	・例年、年末や年度末に向けて派遣の需要が高まるが、今年はまだ動きがみえない。ただし、10月開始の受注数は増加する可能性が高い。
		人材派遣会社（社員）	・景気が回復基調にある時には、遅くとも2～3か月前から増員や受注の見込みが出てくるが、その気配が全くない。
		求人情報誌製作会社 （営業担当）	・積極採用を行う企業が依然として少なく、欠員補助のための求人活動が多い。各企業の話聞いても、新規展開の話は中小企業では少ない。どの企業も現状維持が精一杯である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・中途採用を実施する企業は増加しているが、賃金の低迷は続いている。生活を圧迫する賃金水準での転職を望まず、ミスマッチによる失業が多い状態は当分続く。
		学校 [専門学校]（教務担当）	・新卒を教育して、育て上げる余裕が無い企業が目立つ。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-