

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 動向 関連	良く なっている	家電量販店（店 長）	単価の動き	・高付加価値のヒット商品が出てきて、単価の上昇に 貢献している。
		家電量販店（営 業統括）	単価の動き	・パソコン本体に関しては、依然として厳しい販売状 況が続いているが、デジタル家電製品を中心に販売量 が伸び、その影響で販売単価が上昇している。
		観光名所（職 員）	来客数の動き	・来客数は前年比145%と増加している。
やや良く なっている		商店街（代表 者）	来客数の動き	・マスコミのワイドショー等で当地区が多く取り上げ られたため、来客数が増加している。オリンピック等 で外出が控えられると思われたが、時間帯がずれてい たので、影響はない。
		百貨店（企画担 当）	競争相手の様子	・オリンピックの影響で、液晶テレビやDVD等の家 電商品が好調である。猛暑のため、アイスクリームや 飲料関係も好調に推移している。
		スーパー（経営 者）	単価の動き	・最近の客は、高くても良い物は買う傾向にあるの で、客単価の動きも、安物一辺倒になっているわけ ではない。
		スーパー（店 長）	販売量の動き	・今年の夏の暑さの影響だと思われるが、飲料やアル コール関係の動きが良く、昨年比で販売量が110%と なっており、全体の売上がけん引している。
		コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・猛暑のため、来客数が10%増加している。
		衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・気温が高く、夏物の需要が持続しており、来客数が 増加している。
		家電量販店（店 長）	販売量の動き	・ビジュアル関連商品だけをみると、3か月前と比べ て大幅に伸びているが、その分パソコンが全般的に落 ちているので、全体としてはやや良くなっている。
		その他専門店 〔ドラッグストア〕（経営者）	販売量の動き	・猛暑のため、例年に比べて夏物の需要が好調であ る。しかし、根幹商品である薬全般の販売量が悪く、 特に風邪薬は前年を10%以上下回っている。
		その他専門店 〔眼鏡〕（店 員）	販売量の動き	・夏物商材であるサングラス等の売上が好調で、全体 的な底上げとなっている。
		一般レストラン （経営者）	単価の動き	・宴会の予算が低価格で推移している状況は変わらない が、追加オーダーが増加している。
		スナック（経営 者）	お客様の様子	・客から、残業が増加しているという話をよく聞く。
		都市型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・披露宴の予約が、現段階で昨年の2割増になってい る。
		都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・個人客がかなり伸びており、稼働率も上がってい る。
		都市型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・宴会商品は、前年比130%となっており、法人の需 要が好調である。
		旅行代理店（従 業員）	販売量の動き	・販売量が上向いている。海外旅行は、人気ドラマの 影響で、中年の客層の韓国旅行に対する反応が良く、 秋口以降も増加が見込まれる。国内旅行も、比較的順 調である。
		通信会社（営業 担当）	販売量の動き	・デジタル放送の販売が好調である。
住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・契約戸数が、多少増加している。		
変わらない		商店街（代表 者）	販売量の動き	・ホームセンターが近くに相次いで開店してから、一 般客の来店が大きく減少している。大型店対策を模索 しているが、四苦八苦している。
		一般小売店〔衣 料・雑貨〕（経 営者）	お客様の様子	・夏物処分セールも安くないと売れない。秋物商品を 中旬頃から展開しているが、不発に終わっている。街 の出入が少なく、商店街の環境は厳しい。
		一般小売店〔C D〕（営業担 当）	販売量の動き	・低価格商品は販売数が増加しているが、高額商品の 販売数が伸びていない。

一般小売店 [鞆・袋物] (従業員)	お客様の様子	・オリンピック効果のため、スポーツバッグやトラベルバッグ等の動きが良く、来客数が倍になっている。単価は1割程度低下しているの、良い傾向にある。一般の身の回り品は動きが鈍く、単価を下げて、購買につながらず、来客数と客単価が前年の2割程度低下している。
一般小売店 [茶](営業担当)	販売量の動き	・8月は帰省ギフトの時期であるが、ギフト購入の販売点数は減少し、単価も低下している。
百貨店(売場主任)	販売量の動き	・8月のセールの上は日を追うごとに減少し、猛暑対策の商品を投入したものの、売上には結び付いていない。
百貨店(総務担当)	販売量の動き	・ピアガーデンについては、来客数、売上とも前年の2倍以上と相変わらず好調であるが、全体的な売上は前年並みで推移している。
百貨店(広報担当)	販売量の動き	・猛暑が夏物クリアランスの追い風になった7月に比べ、8月の残暑は夏物の商品不足で息切れしたことに加え、秋物の販売にマイナス影響が出ている。月末の大型台風の影響で客足が鈍るなど、天候要件が大きく影響している。付加価値の高い商品を展開する都心の旗艦店が前年クリアと好調だった一方、ボリューム層がメインの郊外店は軒並み前年割れと苦戦している。
スーパー(店長)	お客様の様子	・8月は猛暑が続き、飲料、めん類、果物、揚げ物、レジャー用品等の夏物商品の販売量は前年の120~130%の伸びで推移している。反面、野菜、肉、魚の生鮮は90%台と苦戦している。お盆が週末と重なったため、追加的な売上は取れなかった。
スーパー(店長)	来客数の動き	・昨年の冷夏に対して、今年是天候の条件が良いにもかかわらず、7月の来客数は99.2%、8月が98%と、来客数が伸びていない。特に、猛暑で午後2~4時の来客数がかなり減少している。
スーパー(店長)	それ以外	・売上が良くないため、価格訴求のチラシを継続投入している結果、顧客が品質より価格重視の購入に変化している。来客数及び買上点数は昨年並みを維持しているものの、客単価が前年より1割ほど低下している。
スーパー(統括)	来客数の動き	・家電等の一部商品は回復基調であるが、その他の商品については、猛暑の影響が、7月後半から8月前半にかけて、来客数、レジ客数、客単価とも低調である。
コンビニ(経営者)	お客様の様子	・品質が優れ、値ごろ感のある商品に客の購入が集中している。来客数、売上、単価ともに変化はないが、商品によるばらつきが顕著に現われている。
衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・秋物の立ち上がり、夏物の最終処分に来客数はあまり増加していないものの、買上点数は増加している。ただし、単価が低いため、売上には貢献していない。
衣料品専門店(次長)	販売量の動き	・今年の夏は暑かったため、売上の大幅アップに期待していたが、夏物が前倒しで売れただけで、その後は尻すぼみとなっている。
家電量販店(営業部長)	販売量の動き	・引き続きAV商品が全体をけん引しているが、生活家電の主力であるエアコン、冷蔵庫は、後半から失速気味である。
乗用車販売店(販売担当)	お客様の様子	・ユーザーは、低価格の車両でも購入にかなり慎重になっており、結論が出るまでに時間がかかっている。
乗用車販売店(渉外担当)	販売量の動き	・8月新車販売台数実績見込みは、予算達成率89.8%、対前年同月比で17.9%の増加であるが、7月初めの新型高級車のモデルチェンジ、下旬の新型車のコンパクト2BOX車の発売等、新型効果のある中での実績としては物足りない。中古車の売上台数実績見込みは96.8%、対前年同月比で6.0%増と、ほぼ横ばいである。
一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・来客数が減少している。現在では、ボーナス時期であっても、通常と変わらなくなっている。 ・オリンピックの中継があり、家でのご飯が増加している。
一般レストラン(店長)	お客様の様子	・8月は盆だけでなく、その後もずっと暇である。客はレジャー、買物など、金の使い道を決めていて、外食まで金が回っていない状況が続いている。

	一般レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・メニューを変更しても、常連客等が上のコースを注文する気配がみられない。レストランにしては、アルコール等の飲料が伸びていないことも気になる。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・昨年に比較すると、7月までは好調であったが、8月はオリンピック観戦の影響か、外出や外食する客の数が少ない。
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行の取扱数は、一時期に比べ回復してきている。海外に関しては、一部良くなっている旅行会社もあるようだが、全体的には動きが芳しくない。特に、海外の団体旅行が動いていない。販売量はやや増加しているが、薄利多売の傾向が続いている。
	タクシー（団体役員）	来客数の動き	・営業回数、実車率等なかなか上向かない。街中や歓楽街を歩く人の数が非常に少ない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・オリンピックの開催は加入営業には追い風となったが、テレビ以外は厳しい状況で、変化は少ない。
	通信会社（総務担当）	販売量の動き	・7月後半～8月前半にかけて、アテネオリンピック需要で、ケーブルテレビのデジタル放送サービスを申し込む人の数が順調に増加した。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規契約数は対象エリア拡大に伴い順調に推移しているが、解約も相当数あり、差し引いて考えると厳しい状態が続いている。
	その他レジャー施設 [アミューズメント]（職員）	来客数の動き	・オリンピックと猛暑のため、前年比で約10ポイント悪化している。冷夏であった前年は、目的をたずねずに出した帰りに立ち寄る客も結構いたが、今年はこのような客が減少した上、オリンピック観戦のため夕方から夜にかけての来客数が減少したことが原因となっている。家庭用ゲームについては、大きな変化はみられない。
	設計事務所（所長）	競争相手の様子	・建設関連、特に中小零細の建設会社、設計事務所は仕事が少ない。少ない中で単価の競争をするので一層厳しく、良い方向には向かっていない。
やや悪くなっている	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・客単価が96%と落ち込んでいるため、来客数は前年並みであるが、売上が減少している。前年はコート、ジャケットが動いており、3か月前も初夏物の走りに今よりも力強さがあった。前年の冷夏の反動もあるが、衣料品の秋物の動きが鈍い。
	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・一昨年のサッカーワールドカップほどではなかったものの、オリンピックの影響もあり、来客数が減少している。また、猛暑の影響で秋物の売行きが鈍り、売上減となっている。
	百貨店（業務担当）	販売量の動き	・来客数が前年に比べ落ち込んでいるが、売上減の割合は来客数減の割合を上回っており、来店してもなかなか買わない傾向が強い。オリンピックにおける日本チームの活躍や、残暑の関係で衣料品が売れず、客の財布のひもも非常に堅い。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・8月は新装オープンしたので、相応の結果を期待していたが、来客数は前年比108.1%と伸びているものの、買上点数は89.4%と厳しい状況である。買上単価も低下しているため、やや悪い。
	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数も減少しているが、単価の低下が響いている。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・来客数も少ないが、それ以上に客単価の落ち込みが激しく、苦戦している。
	乗用車販売店（販売担当）	お客様の様子	・トラックのユーザーは、月当たり相当の燃料を使うので、軽油にせよガソリンにせよ、値上げに敏感である。中東で原油が1バレル当たり47～50ドルと高騰している影響が、消費者にも転嫁されているが、業者は運賃を引き上げることができないために、他の面で削減を図っており、トラックの価格を安くする努力が見受けられる。
	その他専門店 [キャラクターグッズ]（従業員）	お客様の様子	・猛暑の影響もあり、客足が鈍化している。来店した客の買上率も低下しており、売上が厳しい。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が伸び悩んでいる。暑いせいもあるが、今年はオリンピックの年でもあったので、例年よりも客足が落ちている。

	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・様々な方法で広告を行っているが、レストランの来客数、特に夜の来客数がなかなか伸びない。婚礼関係も、プライダルフエアや内覧会を実施しても、新規の来館者が増加していない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・例年、8月は夏休みのため悪い時期であるが、今年はオリンピックを見るために早く帰る人が多く、夜は本当に人が少ない。
	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・インターネットの新規加入数が、前年同月と比較して激減している上、解約は増加している。
	その他レジャー施設(経営企画担当)	お客様の様子	・消費の2極化現象は続いているが、ニーズに合致した商品に対する客の消費意欲は弱まっている。
	住宅販売会社(従業員)	販売量の動き	・8月は例年、受注量等が減少するが、今年の8月は前年度に比べても20%程度減少している。
悪く なっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・猛暑のため、朝晩はいくらか来客があるものの、日中は来客がなく、低迷している。
	一般小売店[家具](経営者)	来客数の動き	・とにかく来客数が少ない。客が来店しても、何を買ってもらえるか検討がつかず、戸惑っている。
	衣料品専門店(営業担当)	販売量の動き	・猛暑のため入出が少なく、またオリンピックで家に閉じこもる傾向があり、夏物衣料が前年比70%と、極端に悪くなっている。
	住宅販売会社(経営者)	販売量の動き	・8月は盆休みと猛暑のためからか、建売分譲住宅を見学に来る客も少なく、契約件数は0件である。例年であれば盆休みに住宅を見比べ、購入する客が必ずいたが、今年は皆無である。仲介業者も手数料売上が惨たんたる結果となっており、9月へ向けて、早くもシフトを切り換えているところが多く見受けられる。
	住宅販売会社(経営者)	単価の動き	・最近では請負でも分譲住宅でも、価格がかなり低下している。受注量、販売量も減少し、利益が少なくなっている。デフレに歯止めがかかっていない。
企業 動向 関連	-	-	-
	非鉄金属製造業(経理担当)	取引先の様子	・取引先は仕事量が多く、残業等も行っているようである。
	建設業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・全般的ではないが、景気が回復している産業の設備投資の話が出るようになってきている。
	金融業(渉外担当)	競争相手の様子	・メガバンクが中小企業融資増強に積極的になってきている。リスク分散をしながら積極的に融資をしており、資金使途自由で長期資金を売り込んでいる。
	不動産業(総務担当)	取引先の様子	・入居希望テナントの情報が活発に入ってきている。他ビルとの比較があるためか、成約までには若干時間を要しているが、徐々に空室率が改善している。
変わらない	繊維工業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・この3か月は、夏物の生産はあったが、秋冬物の生産がなく、少し悪い状態が変わっていない。
	出版・印刷・同関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・見積依頼は以前よりも増加しているが、成約にはなかなか至らない。
	金属製品製造業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・材料費が高騰しているが、製品に転嫁できていない。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新規受注が大分増加して、見積件数も増加している。
	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・比較的順調に受注量が伸びてきたが、8月に入り受注量がやや減少している。
	その他製造業[鞆](経営者)	取引先の様子	・全体的には相変わらず悪いが、ここに来て、特徴のあるサンプル作りの仕事が若干増加している。
	輸送業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・排ガス規制の問題で、車輛経費がかかる。ここに来て、燃料費が高騰しているため、経営上の圧迫要因となっている。
	輸送業(総務担当)	取引先の様子	・7月に得意先から人員削減の具体的な話があったが、9月以降出荷が増えるので、人員削減実施の時期が予定よりやや遅れている。厳しい状態は変わらないが、計画より売上が若干増える。
	金融業(得意先担当)	競争相手の様子	・半導体やIT関連に動きが出て、良くなってきているが、不況業種の建設業等が持ち直していないので、全体ではまだ変わっていない。
	広告代理店(営業担当)	取引先の様子	・広告出稿に関しては消極的な姿勢は感じないが、客のコスト管理は非常に厳しい。

	やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（営業担当） 金属製品製造業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） 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 取引先の様子 受注量や販売量の動き 受注量や販売量の動き	・会社設立に関する印鑑の注文が、8月は8件しかない。3か月前の5月は11件、7月は15件であり、若干減少している。 ・今まで好調だった金型の加工が一段落して、仕事が減っている。 ・売上は5月比82%と、悪くなっている。 ・8月期においてはいくつか引き合いがあったが、他社との価格のたたき合いになり、受注することができなかった。案件は出てきているが、運転資金を調達するために赤字でも受注に向けた価格設定をする競争相手があり、情報通信分野における価格破壊が一層進んでいる感がある。
	悪くなっている			
雇用関連	良くなっている			
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣受注数が増加している。コンサルタント会社、IT業界、住宅会社において派遣依頼が目立っている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・通常、8月は求人数が少ない月であるが、今年それほど減少せず、かなりの業種から同じように求人が来ている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・新聞の人材広告面が満枠で推移している。また、人材紹介、あっせん企業の営業が活発で、人員を増強している。企業の秋採用が増加している。
		職業安定所（職員）	それ以外	・3か月前と比較し、求職者数が減少し、求人数は増加している。求人倍率は1.15倍と、3か月前と比較し上昇している。
	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・最近の求人企業の採用動向は、以前よりも活発になっている。今まで結論を出さなかった求人の採用決定が比較的迅速に決まるようになってきている。	
変わらない	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・紹介の雇用形態は、長期より短期で継続という形が多くなり、派遣雇用、紹介派遣等の雇用形態が多様化してきているため、優秀な人材確保に広告費がかかる。	
	求人情報誌製作会社（編集担当）	求人数の動き	・7、8月の暑さで好不調の業種が極端に出ているが、総体的に求人数に大きな変化はない。	
	職業安定所（所長）	周辺企業の様子	・雇用保険の資格取得件数に大きな変化がみられない。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人の増加傾向に一服感が表れている。一部の経営者は、オリンピック後の好景気の持続に懐疑的な見方をしており、直接雇用の求人を見合わせて、派遣や業務請負会社を活用している企業がみられる。	
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・広告費を半額以下にする、1箇所の値段で2、3箇所広告を出すというような安い広告会社に切り替えるユーザーが出てきており、年間で一千万円近くのダウンになる見込みである。	
	悪くなっている	-	-	-