

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（-：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	-	-
		商店街（代表者）	・今まで節約して我慢してきたことと、子ども手当等の影響により、客の購買意欲は上がる。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・周囲の業者を見ても、底は脱した様子である。急速に回復することはないが、緩やかに回復に向かう。
		百貨店（売場主任）	・全体の来客数はあまり変わらないが、若者の来客数は増加する。春から若者向けデザインの靴や低価格の輸入品を入荷し、若者が来店する売場作りをしている。おしゃれに敏感な若者の来客数が増加すれば、売上は増加する。
		百貨店（販売担当）	・自分の価値基準を持った消費者が、不況の下で企業努力した商品に対して反応する環境が、整いつつある。独自性がある定価品に対する反応は、セール品など低価格品と比較しても堅調に動いている。「価値感」や「安心・安全」は、世代を超えてキーワードとなっており、それらに対するニーズはますます高まる。
		乗用車販売店（従業員）	・補助金と減税の効果もあり、9月までは販売が見込める。
		ゴルフ場（企画担当）	・2、3か月先の予約数は、例年並みに入っている。天気さえ特別悪くならなければ、ゴルフ場の景気は多少良くなる。
		美容室（経営者）	・寒さと多雨のためか、正月明けからずっと、客足が悪い。今後はその反動により、客足が戻る。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・売上の推移から判断すると、景気の底は脱出しつつある。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度が始まり、ゴールデンウィークに向けて、来客数は少し戻ってくる。
	変わらない	商店街（代表者）	・客は必要品以外は買わず、購入単価も低下している。今後良くなる材料は全く見つからない。
		商店街（代表者）	・新しい住宅減税の影響は、今のところ不明である。
		商店街（代表者）	・消費者の財布のひもの固さは、今後も変わらない。ただし500円以下の商品やテイクアウト商品の売行きは、上向きになってきているため、これ以上落ち込むこともない。
		商店街（代表者）	・テレビのアナログ放送の終了までいよいよ一年となり、地上デジタル放送関連は忙しくなりそうである。ただし、白物家電の売行きが悪い状態は続く。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・販売量は一時的に増えているが、今後も好調が続くとは考えられない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・地元人口は少なくなっており、地場産業の景気は悪い。今後良くなる要素は見当たらない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・良い天気が続いて来客数が増加することぐらいしか、売上が増える要素は見当たらない。客の購入姿勢は依然として慎重であり、景気は横ばいが続く。
		百貨店（企画担当）	・景気が確実に回復する背景は、見当たらない。低価格志向が弱まることも期待できない。
		百貨店（売場主任）	・春物でも、トータルコーディネートして購入するというよりは、買い足し購入が目立っている。このような動きは今後も続く。
		百貨店（企画担当）	・客の消費に対する関心は、高まりつつある。低価格志向は変わらないため、低価格に対抗する努力が必要であるが、努力すれば結果が出る兆しはある。良くなりつつある状況は、しばらく継続する。
百貨店（販売担当）	・現状は良くなっているとはいえ、ここしばらくが悪すぎたため、今後良くなる明確な要因があるわけではない。		
百貨店（外商担当）	・本来ならば盛夏物が動く時期であるが、今年は夏物のクリアランスまで、買い控えが発生する。		
百貨店（販売担当）	・3月は卒入学、就職という実需がある時期であるが、必要最小限の購入になっている。今後も早い時期からのセール待ちが予想されるため、ゴールデンウィーク明けから6月ごろまでの売上は、かなり厳しくなる。		
スーパー（経営者）	・デフレが続き、小売チェーンでは軒並み利益が減少している。空き店舗が増えるなど、消費の減少は様々な所に波及しており、景気はまだ悪い状況は今後も続く。		
スーパー（経営者）	・年明け以降、悪い月が続いている。今後も横ばいが続く。		
スーパー（店長）	・特売品、見切り品、競合店との価格競争で値下げした商品の動きは良いが、定価品の買物は依然として弱い。客単価の低迷は、今後も続く。		

スーパー（店長）	・客単価や客の購買動向の改善は一時的であり、今後も厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・景気が良くなる実感がわからない。買得商品は売れても、高付加価値商品の売行きは以前と比べて落ち込んでいる。先行き不透明であるため、客の動向は今後も変わらない。
スーパー（店員）	・景気が良くなる話は聞かれない。周囲でも、良くなる傾向も悪くなる傾向も見られない。
コンビニ（エリア担当）	・売上の前年割れは、今後も継続する。
コンビニ（エリア担当）	・客の購買意欲が盛り上がる兆しは、まだまだ見えない。
コンビニ（商品開発担当）	・ここ数か月間は、相変わらず厳しい状況が続いている。下げ止まってはいるものの、回復する気配はない。
衣料品専門店（経営者）	・得意客に電話しても反応は鈍くなっており、敬遠されている。
衣料品専門店（販売企画担当）	・全体的に、良くなっていく兆しはない。
家電量販店（店員）	・今月の好調の要因は、エコポイント制度の駆け込み需要と思われる。今月で、ピークはいったん終わる。
乗用車販売店（経営者）	・これといった好材料は見当たらない。今後も低水準で推移していく。
乗用車販売店（従業員）	・上向きではあるが、来客数が減少しており、売上単価も少しずつ低下してきているため、これ以上は伸びない。また、前年と比べて、新卒者等初めて車を持つ人の購入割合が、かなり低くなっている。
乗用車販売店（従業員）	・景気対策等により、9月ごろまでは今の水準が続く。
乗用車販売店（総務担当）	・エコカー補助金が9月まで延長されたことにより、今の状況が今後も続く。
乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税等により、需要を先取りしている状態にある。新型車の効果も、あまり期待できない。
住関連専門店（店員）	・新生活需要は、前年同月を下回りそうである。そうなる、ゴールデンウィークまで、店は閑散となる。
高級レストラン（スタッフ）	・春闘、夏季賞与の動向からみて、当面は多くを期待できない。
スナック（経営者）	・ゴールデンウィーク明けからしばらくは、繁華街の人は例年通り落ち込む。今年も売上は減少傾向である。
観光型ホテル（経営者）	・予約状況を見ると、4月と6月はやや良くなるが、5月は4月の良い分を打ち消すほど悪い。やや明るくなる兆しが見えてはいるものの、持続力はまだない。極端に悪くなる要因もないため、現状並みが続く。
都市型ホテル（従業員）	・予約数は、変わっていない。
都市型ホテル（支配人）	・宴会の法人需要が厳しくなっている。
旅行代理店（従業員）	・数年前までは、大規模なイベントがある年は、経済効果があった。しかし、今年のバンクーバーオリンピックは、全くの低調であった。上海万博やサッカーのワールドカップも、景気回復の特効薬になるとは思えない。
タクシー運転手	・乗車数が増えていく要因は、見当たらない。忙しい日は、雨など天候が悪い時だけである。各営業所の売上も、前年を大きく下回っている。
通信会社（企画担当）	・エコポイント対象製品の変更に伴う買換えが一段落し、今後はまた厳しい状況に戻る。
通信会社（営業担当）	・設備増設の完了待ちとなっており、新年度も今の状態が続く。
テーマパーク（職員）	・観光産業では、今後も現在のような少し低調な状態で推移する。
美容室（経営者）	・客との会話でも明るい話題は少なく、厳しい状況が当分続く。
住宅販売会社（従業員）	・建築関係は、住宅版エコポイント制度が動き出したので、引き続き受注の増加が見込まれる。ただし、どこまで景気が良くなるかは不透明である。
住宅販売会社（従業員）	・マスコミでは住宅版エコポイント制度を盛んに取り上げているものの、住宅購入には多額の資金が必要になるため、住宅購入の決断を早める材料にはならない。

	住宅販売会社（企画担当）	・住宅版エコポイント制度が始まったが、新築の場合、書類の準備に手間が掛かったり代行手数料が掛かったりすることに加えて、5万円ほどの審査費用も必要となるため、客にメリットはあまりないと思われ、変わらない。	
	その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・今のところ見積などの引き合い件数が減少しており、1～2か月先には悪くなりそうである。	
やや悪くなる	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・客の財布のひもは固く、企業の広告宣伝費、交際接待費の減少も回避できないため、贈答品の売上は減少する。家庭、企業共に、必需品は購入しても、プレゼント等は買い控えたり単価を下げたりし、付き合いの範囲を狭める傾向が続いていく。	
	百貨店（企画担当）	・子ども手当の支給などはあるものの、消費に対する効果は限定的と考えられる。	
	スーパー（経営者）	・大型店、小型店共に価格破壊して、売上を確保するために戦っており、以前のような明るさが失われている。今後も厳しい状況は続く。	
	コンビニ（経営者）	・友人や同業者、客と会話していても、景気が良くなる話は聞かれない。全体的に金銭的余裕がなくなっていることが、伝わってくる。このような状態では、景気は良くならない。	
	乗用車販売店（従業員）	・3月の受注は、今後の需要を先食いしている感がある。これからゴールデンウィークに向けて、新車の購買意欲をどこまでかき立てられるかが重要となる。新型車の発表も予定されており、補助金が継続している時期を大切にして、販売活動を進める。	
	その他専門店〔雑貨〕（店員）	・周囲に新規店舗が何軒か開店するため、客の流れはそちらに向かう。	
	都市型ホテル（経営者）	・稼働率は少しずつ改善してきているが、客単価は改善していない。今後もまだ回復しない。	
	旅行代理店（経営者）	・決算月ということもあり、販売量が若干増えている。しかし、今後の予約が不確かであるため、先の見通しは立っていない。	
	旅行代理店（従業員）	・旅行業界では、大手航空会社の動向が大きな影響を与える。燃料価格も徐々に上昇傾向にあるため、今後の客足はますます遠のく。	
	旅行代理店（従業員）	・所得の先行き不安がまだ残るため、レジャー費は減らされる。先行きは厳しい。	
	美顔美容室（経営者）	・新規客の獲得が最近難しくなっているため、4～7月までキャンペーンを実施する。	
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・今後、低価格戦略で拡販できたとしても、薄利多売の悪循環に陥る心配がある。	
設計事務所（経営者）	・個人案件、企業案件共に、計画中の案件数が極端に減少しているため、今後実施設計に移る件数も少ない。		
悪くなる	その他専門店〔貴金属〕（店長）	・高価格品の売上が回復しておらず、低価格品のみが動く現状が続く限り、見通しは厳しい。	
	パチンコ店（経営者）	・販売単価が低下傾向にあることと、原価率の高騰によって来客数の減少が予想される。	
	理容室（経営者）	・近隣の企業が人員整理しているため、今後は厳しくなる。	
	住宅販売会社（経営者）	・所得が減少しているため、今後も住宅購入には至らない。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・受注量、販売量は、前年同月比で3～6%増加する。
		化学工業（人事担当）	・景気は底を打っており、不安感は払しょくされている。今後株価がこのまま安定または上昇すれば、経済活動は上向く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・アナログ放送の終了に向けて、市場はいよいよ本格的に動き始めている。関連案件を含めて、手応えを感じる。
		輸送業（エリア担当）	・アジアの経済拡大が更に進むため、アジア向けの輸送量は一層増加する。
		行政書士	・一部の業者の動きは、少し良い方向に向かっており、今後はやや良くなる。
		経営コンサルタント	・北米向け輸出の回復により、自動車産業の稼働が良くなる。株価が持ち直しつつあり、地価も都市部の商業地を中心に、反転する動きがある。ただし、住宅の見通しは悪い。
変わらない	食料品製造業（企画担当）	・低価格帯の製品が小売店での販売動向と連動してよく売れているが、企業にとっては利益確保が難しい。個人消費の回復には時間が掛かるため、今後も景気は変わらない。	

紙加工品〔段ボール〕 製造業（経営者）	・新規の引き合い数が伸びておらず、動きはどちらかといえば低調である。そのため、今後モリピート注文が中心になる。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・発行予定の自社商品の売上が増える見込みであり、粗利益は増加する。
化学工業（企画担当）	・一部鋳工業には回復の兆しがあるが、他の分野ではデフレの影響で持ち直す様子が見受けられないため、全体的には変わらない。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年のことながら、ゴールデンウィーク前の事業収支は減収減益となる。その一方で、窯業界の先行指標となる住宅着工件数は、平成21年8月～平成21年10月期の188,050戸に対し、平成21年11月～平成22年1月期は202,447戸と7.7%増加しているため、総合的にみると変わらない。
窯業・土石製品製造業（社員）	・取引先を回っていると、ほとんどが横ばいと返事であり、新規開拓しないと売上は伸びそうにない。
一般機械器具製造業（営業担当）	・前年に比べて、北米、アジア共に自動車産業関連の設備投資計画が増えてきているが、引き合い件数はまだ最盛期の50%程度である。しかも、一度下がった価格は元に戻らず、価格競争が厳しい状況は改善されていない。価格競争に負けて受注できないか、受注できたとしても利益がでない状態は、今後も続く。
一般機械器具製造業（経理担当）	・今月は決算時期のため受注は増えているが、これから先は不透明である。
一般機械器具製造業（経理担当）	・国内受注が低調である分、韓国、中国、東南アジアといった海外へのアプローチに傾注している。
電気機械器具製造業（営業担当）	・期変わりでも新規案件は増えると思われるが、前年比では改善は見込めない。
電気機械器具製造業（経営者）	・今年1～3月はゆっくりとした回復傾向であったため、4～6月も横ばいまたは微減の見込みである。需要が急回復して納期に問題が出ている分野と、まだ在庫調整が続く分野が混在しており、先行きは不透明である。
建設業（営業担当）	・今後は、例年仕事が出てくる時期であるが、全体を見渡すと、部分的に仕事が減少していたり、定期的にあった仕事も減少していたりしている。
輸送業（経営者）	・デフレ傾向は変わらず、低運賃のため、荷量が回復している割に売上は増えない。
輸送業（エリア担当）	・主要客等の話によると、しばらく変化は見られない。
金融業（法人営業担当）	・4月以降の見通しに不安をもつ取引先企業が多く、景気の先行き不透明感は拡大している。特に建設業者は、公共工事の減少を懸念している。製造業の多くにも、これまでの生産の持ち直しに頭打ち感が出てきており、先行きは横ばいと印象を持っている。
金融業（企画担当）	・売上が伸びておらず、企業の設備投資は償却の範囲内にある。売上を伸ばすための積極的な設備投資が行われてこないと、景気は上向いてこない。また、不動産価格の下落により、不動産の購入意欲が高まりは期待されるが、もう一段の下落も想定されるため、投資には慎重となっている。
不動産業（管理担当）	・新年度に向けての、オフィス賃貸料の値下げ等の交渉はない。このまま、横ばいで推移する。
広告代理店（制作担当）	・取引先の新年度の広告予算費が増えることは期待できず、新規の取引もかなり厳しくなりそうである。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞の電子化が始まり、不安材料がまた1つ増えている。
会計事務所（社会保険労務士）	・大手自動車メーカーの動向もあり、良くなるとはいえないが、現状では単価は安くても仕事は出てきているため、しばらくはこのままで推移する。
その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・どこも元気の良い話は聞かれない。注文を出すにも、抑え気味である。
やや悪くなる 印刷業（営業担当）	・周辺では全体の景気が悪く、景気が良くなっているとの話は聞かれない。協力会社でも、倒産していく会社が多く、本当に厳しい状態と実感している。今後もこの状態がまだ続くと思われ、景気が良くなることはない。
金属製品製造業（従業員）	・仕事量が少ないなか、原材料価格の高騰によって、不安は更に増している。
電気機械器具製造業（経営者）	・鉄鉱石が90%近くの値上げが決定したという情報があり、4、5月からは原材料の値上げが実施されると予想している。販売量の確保のため、値下げせざるを得ない状況になり、売上は減少する。

		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・例年3月をピークとして、6月は生産が落ち込む。今後は、地元の大手自動車メーカーのリコール問題の影響も出てくる。
		輸送業（従業員）	・原油価格や原材料価格が高騰しており、今後は景気全体に影響してくる。荷主への運賃転嫁も難しい。
		不動産業（経営者）	・売り物件が買い物件よりも数倍多く、金融機関から短期営業資金を調達できない状況は、今後も続く。これは今後、取引を後退させて、不良債権化を増やす。
		不動産業（開発担当）	・鋼材等の原材料価格の急激な高騰により、コスト増が懸念される。消費者への価格転嫁が困難である以上、企業収益の悪化は避けられない。
		会計事務所（職員）	・製造業、建築業共に受注量が少なく、今後も短期、単発中心で安定していない。
	悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・素材価格の2割以上の高騰によって、需要は減退している。建設や工作機械等の需要も前年同期と比べて少ないため、前年2～3月の水準にまで、需要は落ち込む可能性がある。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数の減少が顕著になっている。
		公認会計士	・中小企業の業績が回復する兆しは、見えていない。大手企業の取引条件は、厳しさを増している。また、淘汰されるべき企業が、補助金や金融機関への返済猶予等によって生き残り、収益性を無視した取引を拡大しているため、堅実な中小企業に今後しわ寄せがくる。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（経営企画）	・技術者派遣に対する需要は、今後も徐々にではあるが、回復していく。
		人材派遣会社（社員）	・中途採用の求人が増えつつあり、正社員の雇用も少し活発になってきているため、今後はやや良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・大手製造業の設備投資が、増加に転じてきている。その関係で、関連業者の事業活動も活発になってくる兆しがある。
		民間職業紹介機関（職員）	・今の求人は、大手企業を中心に、中小企業にも少し見られる。これからは、中小企業にもより広がってくる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人数には表れていないが、採用意欲は明らかに上向ってきている。この傾向は、今後も続く。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・求人に関しては、今の状態が続く。求職者数は相変わらず増えてくるため、良くなる兆しは見えない。特に静岡県西部では大手企業が不調であるため、それに伴い、中小企業も伸びてくるとは思えない。
		人材派遣会社（営業担当）	・求職者数はまだまだ多いことから、今後も短期間での景気回復は難しい。
		人材派遣会社（支店長）	・当地域の有効求人倍率は、すぐには改善されない。また、特に女性、短大卒の新卒の就職が大変難しく、今春卒業後も就職先が見つからない人が、依然として多い。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・東海地域の雇用は、製造業の回復がない限り、今以上に力強くなることはない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・中途採用の一般求人は少し持ち直してきているものの、基幹産業である製造業の求人が冷えたままである。特に製造業が集中している静岡県西部の雇用が悪いままであるため、今後も横ばいが続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新年度に入るが、新聞の求人広告では、下げ止まった状態が続く。
		職業安定所（所長）	・平成22年2月の新規求人数は前年同期に比べて増加しているが、製造業の求人は常用雇用ではなく、3か月程度の期限付きが多い。平成22年1～2月の新規求職者数は、前年同期に比べて減少しているが、窓口の職業相談、紹介件数は、前年同期と同程度となっている。以上を総合すると、今後もあまり変わらない。
		職業安定所（職員）	・正規労働者としての雇用を希望している人が多いが、製造業では雇用を増加していないため、今後も現状並みが続く。
		職業安定所（職員）	・地元の基幹産業である製造業で、1年7か月ぶりに求人数が増加に転じている。なかでも、輸送用機械器具製造業が増加してきており、関連する金属製品、一般機械器具製造業でも増加してきている。さらに、サービス業では、派遣業、請負業で若干の増加に転じている。ただし、社会情勢が先行き不透明であり、厳しい状況には変わりない。
		職業安定所（職員）	・景気はまだ不透明であり、事業所でも求人数の増加や設備投資は未確定な状況にある。転職を見込んで仕事を探しに来る在職中の求職者も、多く見られる。

	学校 [大学] (就職担当)	・ 各業界共に、先行き不透明感を口にしている。
やや悪くなる	人材派遣会社 (社員)	・ 今後の予約状況は、あまり良くない。また、仮に良くなっても、今月の水準には及ばない。
	人材派遣会社 (支店長)	・ 派遣職種の精査が、厳しさを増している。保険業界などコンプライアンス意識の高い企業では、直接雇用への切替えを控えており、派遣会社の売上は減少にある。派遣市場は、今後も縮小することが確実である。
	アウトソーシング企業 (エリア担当)	・ 前年暮れからの派遣就業先との契約が、今月末で満了となる事業所が多い。また、新たな派遣契約が増える見込みは、見られない。
	職業安定所 (職員)	・ 雇用調整助成金の申請件数が、かなり増加している。二輪製造業関係の下請企業が、先行き不透明で悪くなる可能性がある。
	職業安定所 (職員)	・ 年度末に閉鎖する事業所等が増えるため、今後は悪くなる。
悪くなる	職業安定所 (職員)	・ 年度末での人員整理、雇止め等による求職者の増加が予想される。