

5. 東海（地域別調査機関：（株）UFJ総合研究所）

（-：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	-	-
		商店街（代表者）	・新商品にはそれなりに動きがある。
		スーパー（店員）	・客は全体的に厳しい買い物の仕方をしているが、高級食材の問い合わせは増加してきている。
		スーパー（仕入担当）	・健康関連商品には、客は惜しみなく金を使う。メーカーは特定栄養保健食品の認定商品の開発を盛んに行っており、そのような商品の品揃えを強化している。
		乗用車販売店（経営者）	・問い合わせ件数、来客数がやや戻ってきているため、多少回復基調になりつつある。
		乗用車販売店（経営者）	・新型が投入されることにより、他の銘柄も需要が上昇してくる。
		乗用車販売店（従業員）	・新製品が出てきて販売量も少し増加している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・代理店による企画がかなり増えてきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況が良く、特に会議、研修の予約が入っている。
		タクシー運転手	・道交法の改正により、飲酒後のタクシー利用客が増加している。
	その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・ニーズが暫増しており、ホームページへのアクセス数もコンスタントに伸びている。	
	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）	・数か月前から着工している新築物件が内装工事の工程に入り、受注が望まれる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・低単価商品しか売れない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・客の話を聞くと、残業がなくなっており、月給が減らされている人もいる。
		百貨店（売場主任）	・単価の高い商品を購入する客は少ない。今持っている物で間に合わせようと、足りない物だけを購入している。
		百貨店（企画担当）	・客単価の低下が依然として続き、回復傾向がない。
		百貨店（企画担当）	・秋冬商材は今後も順調に売れていく感触があるが、爆発的なヒットを生むような商品の芽は見当たらない。売れる商品と売れない商品が歴然と分かれる傾向は今後も続く。
		百貨店（経理担当）	・前月は良い方向に向かっていたと思ったが、今月は販売量、来客数とも減少している。
		スーパー（経営者）	・食品は衣類、電化製品等と比較すると、中国産品の農業問題などから国産の需要が高まっており単価は上昇している。しかし販売量の増加には至っていない。
		スーパー（店長）	・近隣に大型店が開店をして3か月しかたっていないため、客の動向がつかみきれない。
スーパー（店長）		・買い物に慎重で衝動買いをしない消費行動が定着している。	
スーパー（店員）		・客単価がかなり低下している。	
スーパー（総務担当）	・この半年間、対前年比で売上、来客数、客単価が前年を上回っている月はない。		
コンビニ（エリア担当）	・秋冬商品の動きがいつものところ良くない。		
コンビニ（エリア担当）	・単価の下落がしばらく続く。競合店の出店で、来客数の減少も続く。		
衣料品専門店（店員）	・ずっと前年を下回る売上が続いており、今後も改善される見込みがない。		
乗用車販売店（従業員）	・新型車が続々と発表され市場は活性化しているが、新型車のみが売れて既存車は売れない。		
乗用車販売店（従業員）	・主力車種のマイナーチェンジと新型車投入により期待できる。		
乗用車販売店（営業担当）	・新型車販売の売行きが落ち着き、新たな新型車の投入は先になるため、横ばいになる。		
高級レストラン（経営者）	・10月～11月の予約は、昼は旅行社扱いの客、夜の宴会も協同組合や官公庁の宴会がほとんどであり、会社単位の宴会は入っていない。今後も接待など社用は少なく、個人払いの宴会が多い。		
高級レストラン（スタッフ）	・酒類の売上が落ちたままであり、追加注文が減っていること等から、客単価の低下が続いている。この傾向が変わる要因が見当たらない。		

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
		スナック（経営者）	・祭日が増えてレジャー代に金が使われ、会社の経費も使えないため、来客回数が増えてこない。
		スナック（経営者）	・店の近辺の入出が少ない。
		都市型ホテル（従業員）	・一時期に比べれば来客数は増加しているが、ピーク期と閑散期の差が激しい。
		旅行代理店（従業員）	・秋はそれなりに予約が入っているが、冬の予約が少ない。若干動きは出てきているが、個人客の動きが不透明である。
		旅行代理店（従業員）	・秋の行楽シーズンで仕事量はまずまずあるが、売上が増加してこない。
		通信会社（営業担当）	・秋商戦、年末商戦に向けて新機種を投入する。しかし、販売店のなかには閉店を検討しているところもあり、小規模店は運営が非常に厳しい。
	やや悪くなる	美容室（経営者）	・髪を切るのを延ばす人が増えており、客の回転が悪い。
		商店街（代表者）	・客は低額品ばかりを購入し、高額品には財布のひもが固い。
		百貨店（販売促進担当）	・歳暮ギフトの前年割れは今年も続き、ファッション部門はクリアランス待ちとなる。クリスマス部門は伸びると思うが、全体の不振はカバーできない。
		百貨店（外商担当）	・中元の売上減少を考えると、歳暮も良くないことが予想される。
		コンビニ（経営者）	・小売業、卸売業は体力の限界である。この状況では新規投資もできない。
		コンビニ（エリア担当）	・客の購買意欲は減退気味である。売上の前年割れ状態は今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・飽和状態の商圈に競合店の出店予定がいくつかあり、投資余力のない店は淘汰されかねない。
		コンビニ（店長）	・昨年までは土曜、日曜の売上が平日より高かったが、今年度は平日と変わらないほど売上が増加していない。
		自動車備品販売店（経営者）	・10月から商品の取り付け工賃が値上がりするが、商品の値引きが増えたり、客離れにつながる可能性もある。
		住関連専門店（営業担当）	・建築業界全体で住宅、ビル等の需要と供給のバランスが崩れており、まだ悪くなる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・業績の良い会社でも、在庫数がかかりの勢いで増えている。末端の一般小売業ではその影響が年末頃に出てくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・法人利用の構成が高くなる時期に入るが、いまのところ法人利用は厳しい状況にある。
		旅行代理店（経営者）	・予約スピードが鈍化している。イベントがないことも予約状況に影響している。
		旅行代理店（従業員）	・会社関係の旅行が本当に少なくなってきた。
タクシー運転手	・飲食店等夜の店の従業員の帰りが早い。また会社勤めの人でも残業後の帰宅のタクシー代が会社持ちとならず、電車のある時間に帰宅している。		
通信会社（企画担当）	・前月に続き今月も市内で大型倒産があり、関連業者への影響がある。		
美容室（経営者）	・美容院数が増加しており、客が分散してきている。		
設計事務所（経営者）	・増改築件数は増えているが、新築の着工件数が減少している。		
住宅販売会社（企画担当）	・年収の減少、雇用不安等から、客は長期の住宅ローンに不安を持っている。		
悪くなる	商店街（代表者）	・年輩層や比較的裕福な客の満足する商品が非常に少ない。	
	設計事務所（経営者）	・新規案件が全く出てきていない。	
	設計事務所（職員）	・客からの仕事の発注が少ない。	
	住宅販売会社（従業員）	・新築物件が増えているが、一方で空室も目立つ。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・受注が少しずつ増加している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・国内販売は、監視カメラの需要等により、一時的にはあるが販売高が増える。 ・輸出は依然として回復の兆しがみえてこない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・生産量など全体的に増えてきている。試作品が増えているため、新規の立ち上がりがある。
		輸送用機械器具製造業（統括）	・価格は依然として厳しいが発注頻度は上がっており、受注量は増加してきている。物の動きが活発になりつつある。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・生産量が多少上向いている。
輸送業（エリア担当）	・物流が活発になってきている。		

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
雇用 関連	変わらない	化学工業（企画担当）	・国内関係についてはこれ以上悪くなる傾向はなく、むしろ良くなる。 ・輸出関係は、米国の景気次第である。
		一般機械器具製造業（販売担当）	・今月は受注件数が多かったが、一時的な動きである。
		電気機械器具製造業（従業員）	・ITバブル期には低価格、大量発注が行われていたが、今では低価格、必要量発注になっている。これに対応できない企業は受注できない。
		輸送用機械器具製造業（工務担当）	・引き続き、好調な生産計画が維持される。
		建設業（企画担当）	・新規の大型工事が少なく、中型工事物件等が増えたとしても、各社によるコストダウン競争がより厳しくなるだけである。
		輸送業（エリア担当）	・同業他社の動向を聞いても、荷量の減少など良い話が聞かれない。
		広告代理店（制作担当）	・企業側からの値引き要求は一段と厳しくなっている。
	やや悪くなる	食品製造業（企画担当）	・原材料の仕入れ価格が徐々に値上がり傾向にあるが、商品価格への転嫁は難しく、収益が悪化する。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新規住宅着工件数やマンションの契約率がやや悪化しているが、これがタイル、陶磁器の販売に影響する。
		鉄鋼業（経営者）	・鋼材価格が急騰しており、商社、卸売の収益が悪化する。
		金属製品製造業（社員）	・手持ちの物件が少なく、仕事量が減少する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・他社との競争等により受注高が伸び悩んでおり、経費削減、労務費圧縮等で対応しているが追いつかない状況である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・政府補助のIT関連のインフラ整備が終了する。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・国内需要は低迷したままで、米国の需要も失速しつつある。
	悪くなる	建設業（経営者）	・現在の受注は客先の回復という裏付けのある受注であったが、これからの受注は大変厳しい。
		輸送業（従業員）	・依然として内需は低迷しており、さらに米国経済の低迷の影響を受ける。
	変わらない	非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画）	・受注予定件数が減少してきており、単価の低下も相変わらず続く。量的な減少、単価の下落は今後も一層進む。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人広告掲載希望が増加している。特に中小企業の事務職等で増え始めている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・パート、アルバイト、業務請負等の求人への回復の兆しがみられる。職種では、小売店の店長、看護師、輸送用メーカーの期間従業員、住宅メーカーの営業社員等の募集が増えている。
民間職業紹介機関（エリア担当）		・求人数は自動車関連で増えてくる。中小企業でも総量は微増してくる。	
学校〔大学〕（就職担当）		・工業用ゴム、プラスチック、自動車の樹脂部品等の製造業、建機レンタル、機械工具の商社、自動車販売、物流関係の求人意欲が非常に高い。	
人材派遣会社（社員）		・大口の派遣先から契約終了の通告を受けているが、それに代わる新規派遣がなく、派遣人数の減少が著しい。	
人材派遣会社（社員）		・派遣社員の再契約は前年並みで推移しているが、新規は依然として落ち込んでいる。	
変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・積極的に中途採用を行う会社と不要とする企業は半々である。	
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・株価の不安定感から、弱気な求人傾向が散見される。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車関連産業をベースに回復傾向の兆しもみられるが、求人広告は一進一退である。	
	職業安定所（所長）	・求人数、求職者数の動きにわずかに改善の動きはあるが、まだまだ不透明である。	
	職業安定所（職員）	・人員整理状況は、大手企業は一段落したが、中小企業の倒産、リストラは続いている。年齢を問わず離職者が発生している。	
			・求人は特定の企業からの大口求人はあるものの、年齢や経験、給料面でミスマッチが発生し、就職率は5%程度で推移している。

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
		職業安定所（職員）	・早期退職を募集する企業がまだ見受けられる。
		職業安定所（管理部門担当）	・新規求人が若干増えたものの、紹介就職件数が増えず、求職者が滞留している。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・製造業に回復の傾向がみられない。 ・地元の準大手建設企業が倒産したが、下請企業を含む全体の受注にも大きく影響を及ぼす。
	悪くなる	-	-