

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） | ・ここ数か月は現在の客単価に合った新商品の開発により売上の増加が見込める。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・例年2月は百貨店の売上が減少するが、今年は売上が良いため好調はそのまま継続する。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・現状では来客数が増えており、店舗改装の効果も見込まれるため来客数は今後も増加する。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） その他サービス〔語学学校〕（経営者） | ・宿泊の予約が昨年と比べて10～20%多く入っている。 ・1、2月の売上は前年同期より20%以上増加している。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・客の財布のひもは固く、必要以外の物は購入しない状況が続いている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・現金払いの客はスーパーなどに流れてしまい、月賦の客しか来ない。その支払いも滞ったり倒れたり、四苦八苦している。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・春のリニューアルがあるが、購買意欲が増すような斬新なりニューアルではない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・来客数は前年を上回っているが、購買単価の減少傾向は依然として続く。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・今後各店のリニューアルが相次ぎ新商品も続々登場するが、全体の需要喚起にはつながらず、パイの奪い合いになる。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・法人向け、個人向けともに厳しい状態にある。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・売上が堅調になってきているが、この状況は継続する。 |
| | | スーパー（店長） | ・客単価、買上点数の低下傾向は続いており、発泡酒、たばこ等の値上げも迫っているため今後も買い控 |
| | | スーパー（店長） | ・改善策が見あたらない。 |
| | | スーパー（店員） | ・消費者は1円でも安い方へ流れていくため、販売戦略も価格重視になってしまう。 |
| | | スーパー（仕入担当） | ・客数は前年を多少上回る程度で推移するが、売上は特売品の購入が続き減少する。ただし、健康飲料、無添加、無着色商品の動きは良くなっている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・特売商品は今まで以上に好調であるが、一般商品はまったく動いておらず、単価上昇が望めない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・回復スピードは依然として鈍化しており、客単価の低下や売上の前年割れ状況は今後も続く。 |
| | | 衣料品専門店（企画担当） | ・消費を喚起できる商材が見あたらない。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・高額商品の販売が少なく、今後新製品の発売予定もないため期待できない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・この時期の動きが思ったほどではないため、今後も大きな変化は見込めない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・コンビニの弁当との競合が激しくなり、来客数は減少する。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・全体として来客数が減少している感じはないが、極端に少ない日もある。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・送別会の予約が順調に入ってきている。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・引き合いはあるが、実際に仕事になるかどうか分からない。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・客の買控えは今後も継続する。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・飲酒運転に関する道路交通法改正の影響がまだ残っており、飲食店の廃業、転業が増加している。 |
| | | スーパー（店長） | ・同業の個人店の閉店が続いている。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・客単価には変化がないが、来客数が徐々に減少して |
| | | コンビニ（経営者） | ・当店の周囲でも廃業する店が増えている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・高額ハイウェイカードの駆け込み需要の反動で今後は売上が減少する。また、たばこの値上げによる売上減少も想定される。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・例年春先は学生の動きがあるが、それもいまひとつである。 |

| | | | |
|------------|--------|--------------------|--|
| | | 家電量販店（経営者） | ・客は単価の低い商品を選んで購入しているため、売上は減少していく。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・販売量の確保は望めない。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・必需品、消耗品の単価が低下していくなか、来客数も伸びず、ヒット商品も望めない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・決算時期が終了し、これからは販売需要が止まる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・新車購入は車が古くなったことによる代替需要が多く、新車単価も低くなっている。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・住宅、公共工事とも物件が減少している。 |
| | | その他小売〔総合衣料〕（店員） | ・円安ユーロ高が続いており、特にヨーロッパからの輸入が困難となっている。 |
| | | スナック（経営者） | ・客の間ではリストラ、給与カットの話題も多い。飲食関係の利用は削られていく傾向にある。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・今年は大きなイベントもなく、団体や県外客を引き込む外的要因もない。大団体の受注はあるが、単価が |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・春の団体旅行の予約が例年に比べて遅くなっている。旅行を中止する企業も出てきている。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・予約の動きは鈍い。客の財布のひもは固く、少しでも節約したいという意向が見える。 |
| | 悪くなる | 商店街（代表者） | ・身の回りでは、消費の低迷、倒産、廃業と、閉そく感でいっぱいである。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・競合チェーンの出店が相次ぎ、コンビニ店舗は過剰になりつつある。 |
| | | コンビニ（店長） | ・売上、来客数ともに前年割れが続いており、出口がまったく見えない。 |
| | | その他専門店〔雑貨〕（店員） | ・年末商戦以降は閉そく感がはつきりしており、客の動きは鈍い。春の商戦にもかなりの影響が出る。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・業績不振の外食企業を救済するための企業合併の持ち込みが増加している。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・街の人通りが極めて少ない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・イラク情勢によっては団体旅行のキャンセル、沖縄方面への旅行のキャンセルが出る。 |
| 企業動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 電気機械器具製造業（経営者） | ・輸出、国内販売ともに、売上が増加する要素が見えてこない。 |
| | | 電気機械器具製造業（従業員） | ・現在は業界内の淘汰の最中であり、各社とも供給能力は過剰である。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（工務担当） | ・生産負荷はますますの状態に継続する。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（統括） | ・取引先の業績回復が遅く、リストラなどを積極的に実施しているため、値下げ要求が厳しくなってきた |
| | | 建設業（経営者） | ・物流倉庫、病院などの中規模案件の受注はあるが、マンションなどの受注は顕著に悪くなっている。 |
| | | 建設業（企画担当） | ・中部国際空港、愛知万博の関連工事はあるが、不確定要素が多い。また中型工事物件等もコストダウン競争がし烈である。 |
| | | 広告代理店（制作担当） | ・新しい企画等も提案しているが、広告予算が取れないなどによりなかなか実現しない。 |
| | | 税理士 | ・業種に関係なく、個人事業主を中心に元気が無い。 |
| | やや悪くなる | 化学工業（人事担当） | ・イラク情勢によって大きく影響される状況で、非常に不安定かつ不透明である。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | ・設備投資は減少する。また石油価格の上昇が懸念される。 |
| | | 金属製品製造業（社員） | ・2～3か月先は仕事の谷間に落ち込む。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・新規物件も中国からの調達が進んでおり、国内での新規案件の立ち上げは困難になってきている。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・取引先企業の来年度予算に良い材料が見えたらな |
| | 悪くなる | 非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営者） | ・引き合いが減少してきており、公共、民間とも市場は縮小傾向にある。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・今後の受注予定がほとんどない。 |
| 雇用 | 良くなる | - | - |

| | | | |
|------|-----------|--|---|
| 関連 | やや良くなる | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・例年と比べると求人は微増している。また、取材先の企業では求人意欲が回復している。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・企業の新卒採用計画が少し上向きになっている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・正社員をリストラになった人による派遣スタッフの応募が徐々に増えている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・求人広告予算の見直しや縮小をする企業がある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・リストラ、倒産等が減少せず、離職者の減少が見込めない。 |
| | | 職業安定所（管理部門担当） | ・求人、求職のミスマッチが多く、求職者の滞留傾向は続く。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・求人は流通、サービス、情報関係で増加しているが、金融、製造業では停滞している。全体的には前年とほぼ同水準である。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・派遣料金の値下げ要求が例年になく厳しくなっている。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・取引先企業では正社員のベースアップを廃止する動きがあり、派遣労働者も賃金より就労確保を優先して |
| | | アウトソーシング企業（エリア担当） | ・自動車やIT関連など全業種にわたって徐々に下降してゆく。 |
| | | 求人情報誌製作会社（企画担当） | ・期間工による求人が一段落しているため、求人数は落ち込む。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人は一部の好調な製造業以外は月毎に増減を繰り返すなど、不安定な状況である。 |
| 悪くなる | 職業安定所（職員） | ・大手企業は事業規模の縮小を余儀なくされており、下請け企業は従業員の解雇や倒産など直接的な影響を | |