

5. 東海（地域別調査機関：（株）U F J 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 | 一般小売店〔結納品〕 （経営者） | ・前年と比較して来客数が若干増加している。 |
| | | 一般小売店〔土産〕 （経営者） | ・わずかながら高額商品が売れ始めている。 |
| | | 一般小売店〔土産〕 （経営者） | ・売上の減少傾向に歯止めがかかってから半年が経過しており、スピードは鈍化しているものの回復傾向は確実である。 |
| | | 一般小売店〔高級精肉〕 （企画担当） | ・悪い材料は特に見当たらない。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・個人消費は少しずつ回復している。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・新商品や催事に対する客の反応が良くなってきている。価値ある物なら高額品でも購入するようになってきている。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・客数、客単価、買上点数とも昨年同期と比較して良くなっている。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・海外旅行から国内旅行への振替や外国人の団体旅行が増加しており、宿泊予約は上向きである。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | ・SARSの影響も今のところ出でおらず、中国の需要が追い風となっている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・予約状況が順調である。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・来客数は減少していないが、販売量、客単価がともに伸びていない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・販売量は増加しているが、単価が上昇していない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・クリアランスの日程は年々前倒しになっており、売上の増加も一過性で持続力に欠けている。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・来客数は増加しているが、客単価が若干低下している。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・主力の婦人服がこの秋冬シーズンを通じて不調であり、この影響は2月ごろまで継続する。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・来客数は確保出来ているが売上に繋がっていない。外商も法人を中心に売上が伸びていない。 |
| | | スーパー（店長） | ・買い控えが定着しているうえに暖冬の影響で季節商品が動いていない。 |
| | | スーパー（経営企画担当） | ・来客数は増加しているが、客単価が低下傾向である。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・競合チェーンの出店が加速しており、厳しい環境となる。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・競合の激化により、売上の低迷状況は今後も継続する。 | | |
| コンビニ（エリア担当） | ・厳しい競合状況が続いているため、今後も大幅に景気が良くなることはない。 | | |
| コンビニ（エリア担当） | ・夏と比較すれば良くなってはいるが、相変わらず仕掛けた商品が売れず、定番商品しか動いていない。 | | |
| コンビニ（売場担当） | ・対前年のマイナス傾向は止まっている。このまま横ばいが継続する。 | | |
| 乗用車販売店（従業員） | ・来客数や商談内容から販売量は増加すると見込んでいる。しかし値引き要求が厳しく、売上の大幅増加は難しい。 | | |
| 乗用車販売店（総務担当） | ・今月は新車効果で一時的に良くなっているが、近ごろは新車効果が2～3か月で終わる例が多い。 | | |
| 高級レストラン（スタッフ） | ・イベントやフェアなどの販売促進策、新メニューの投入などで、辛うじて来客数の落ち込みを防ぎ客単価を維持している。売上は月によって上下はあるものの、底ばいで推移している。 | | |
| 都市型ホテル（従業員） | ・予約状況は例年並みである。 | | |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・新年会等の予約が順調に入っている。 | | |
| 旅行代理店（経営者） | ・正月の予約状況は回復してきている。 | | |
| 旅行代理店（従業員） | ・来客数は減っていないが、テロやSARSの影響次第ではどうなるか分からない。 | | |
| テーマパーク（職員） | ・ウィンターシーズンは単身客の動向が大きく影響するが、節約志向が顕著にみられる。 | | |
| パチンコ店（経営者） | ・現在は踊り場にいる状況となっている。 | | |

| | | | |
|---------------|-------------------------------|---|------------------------------|
| | 美容室（経営者） | ・以前は年末などに消費の拡大が見られたが、現在はそのようなこともなくなっている。 | |
| | その他サービス〔介護サービス〕（職員） | ・単価が低下しているため、受注量が飛躍的に増えなければ収益を維持できない。 | |
| やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・街には多いが買物をしているわけではなく、ただブラブラしている人がほとんどである。 | |
| | 一般小売店〔電気屋〕（経営者） | ・単価の落ち込みが売上の減少を招き、更に悪くなる。 | |
| | 百貨店（売場主任） | ・クリアランスが始まるが、早くもサイズのない商品がある。メーカーが在庫を持たなくなっているため、品薄により厳しい状況になる。 | |
| | スーパー（店員） | ・年末だけは良くなるとの期待も外れ、今後も良くなるとは考えにくい。 | |
| | スーパー（仕入担当） | ・競合店の出店があり、競争はますます激化する。また、アメリカのBSEも影響しており、5%ほど売上が減少している。 | |
| | 一般レストラン（経営者） | ・閑散期となるうえに、スキー客も年々減少している。 | |
| | 一般レストラン（スタッフ） | ・前年同期と比較して販売量は若干減少している。 | |
| | スナック（経営者） | ・年末は対前年で売上は増加しているが、今後は例年どおり減少する。客からはボーナスや給料の減額の話ばかりを聞く。 | |
| | 旅行代理店（従業員） | ・テロの危険が増えるため、海外旅行者が減少していく。 | |
| | ゴルフ場（経営者） | ・来客数は日を追うごとに減少している。レジャーにお金を出す余裕がなくなっており、今後も来客数は減少していく。 | |
| | ゴルフ場（企画担当） | ・季節的要因を除いても売上は厳しくなる一方である。 | |
| | 理美容室（経営者） | ・今後も客は本当に必要な時にしか来店しない。 | |
| | 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） | ・例年年初は落ち込むが、今年は一層落ち込む気配がある。 | |
| | 悪くなる | コンビニ（店長） | ・単価が低下しており、売上は減少している。 |
| 一般レストラン（経営者） | | ・財布のひもが固くなったままの状態が継続する。 | |
| 一般レストラン（スタッフ） | | ・アメリカのBSEの関係で牛肉の輸入禁止や風聞被害があり、飲食関係は大打撃を受ける。 | |
| 住宅販売会社（業務担当） | | ・住宅着工数はローン減税の関係での駆け込み需要で伸びてきたが、今後は着工数の減少が懸念される。 | |
| 企業動向関連 | 良くなる | 輸送用機械器具製造業（工務担当） | ・1日当たりの生産計画が最高の状態で推移する予定である。 |
| | 輸送業（エリア担当） | ・例年になく忙しい仕事始めになりそうである。 | |
| やや良くなる | 金属製品製造業（従業員） | ・生産量の増加が見込める。 | |
| | 一般機械器具製造業（販売担当） | ・主要市場である米国では1月から年度が始まるため、今後新規予算の設備投資の受注が入ってくる。 | |
| | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・中部の製造業はどこも忙しく、工作機械の取り合いになっている。全体的に仕事が動き出している。 | |
| | 企業広告制作業（経営者） | ・仕事の受注が増加している。愛知万博がある2005年まではこのまま改善していく。 | |
| | その他非製造業〔デザイン〕（経営者） | ・新たな商品化の動きが出てきている。 | |
| 変わらない | 金属製品製造業（従業員） | ・取引先からは厳しい価格提示が続いており、業況が回復する兆しが見えない。 | |
| | 電気機械器具製造業（従業員） | ・新規の引き合いは増加しているが、一方で既存製品の値下げ要求も増加している。 | |
| | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・当業界は今後厳しくなっていく。 | |
| | 輸送用機械器具製造業（統括） | ・受注先の生産計画にはあまり変化がなく、当面は現在の水準で推移する。 | |
| | 輸送用機械器具製造業（経理担当） | ・業績の回復は派遣社員など低賃金労働者によるところも大きく、必ずしも企業業績の回復が消費回復につながる。 | |
| | 公認会計士 | ・中小企業の淘汰はまだ終わっていない。 | |
| | 税理士 | ・顧客企業の中には赤字幅が縮小したり黒字に転換している企業もあるが、人件費を抑えたり外注を減らしたりといった経費削減努力の結果であり、受注増加が要因ではない。 | |
| | 会計事務所（職員） | ・中小企業には若干の回復感もある。 | |

| | | | |
|----------|---------------|---|--|
| | やや悪くなる | 一般機械器具製造業 (経理担当) | ・業界では、大量の受注残を持ち2～3か月先の操業も確定している企業と、設備投資もできず耐えている企業に分かれている。当社も当期の受注は確保したものの、来期以降の受注確保に四苦八苦している。 |
| | | 電気機械器具製造業 (従業員) | ・このところ天候不順による悪影響を受け続けているため、夏物の生産についても懸念している。 |
| | 悪くなる | 窯業・土石製品製造業 (経営者) | ・窯業業界の先行指数となる新設住宅着工件数が減少している。 |
| | | 非鉄金属製品製造業 [鋳物] (経営企画担当) | ・引き合い件数が以前と比べても減少している。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | 求人情報誌製作会社 (編集者) | ・求人広告件数は対前年比でバブル期並みに伸びている。特にアルバイト、パートでは過去最高である。 |
| | やや良くなる | 人材派遣会社(社員) | ・年度末に向けて派遣の受注が多数入っている。 |
| | | 人材派遣会社(社員) | ・景気の先行指標と考えている短期の受注が増加している。 |
| | | 求人情報誌製作会社 (編集者) | ・求人件数は平均ペースに戻ってきている。 |
| | | 求人情報誌製作会社 (企画担当) | ・企業の求人意欲は徐々に力強くなってきている。 |
| | | 新聞社 [求人広告] (担当者) | ・求人件数は増加してきており、少なくとも求人企業数は増加していく。 |
| | | 職業安定所(所長) | ・求人数は今後も増加する。ただし一方で人件費の抑制も続いており、なかなか就職には至らない。 |
| | 職業安定所(職員) | ・企業倒産やそれに伴う離職者数は大幅に減少しており、落ち着いた状況になっている。小規模の雇用調整は依然として続いているが、全体としては上向き傾向である。 ・ただし、業績に応じた労働力確保のため、請負や派遣の求人が多い。また若年層では常用雇用を望んでいるが受皿が少なく、アルバイトで我慢している状況である。 | |
| 変わらない | | アウトソーシング企業 (エリア担当) | ・これまで採用を増やしてきた自動車やIT関連企業が徐々に採用を減らしているが、これに代わる業種がまだ現れていない。 |
| | | 新聞社 [求人広告] (営業担当) | ・2004年新卒者を対象とした就職説明会への参加者数は前年より多いものの、現時点での就職未内定者数は昨年より多いようである。企業が固定費を増やすことに慎重であることがうかがえる。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・輸送用機械業の求人数の増加幅に縮小が見られ、公共工事発注減に伴い建設業の求人も減少していることが懸念される。 |
| | | 職業安定所(管理部門 担当) | ・有効求職者の就職率は6.9%と低く、依然としてミスマッチが続いている。 |
| | 民間職業紹介機関(経営者) | ・中途採用が既に充足しつつある企業と、事業拡大に向けて更に採用に積極的な企業の両方がある。 | |
| やや悪くなる | 職業安定所(職員) | ・収益の悪化で店じまいをしたり、取引先の方針で生産を海外シフトさせ工場を閉鎖するといった厳しい雇用環境が報告されている。 | |
| 悪くなる | - | - | - |