

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	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク中は海外旅行へのシフトを恐れたが、来客数は前年比10%以上の増加で売上にも十分貢献している。その後も好調は持続している。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・客の動きが活発化していることにも販売量も増えている。
その他サービス〔パチンコ機器製造販売〕（エリア担当）		販売量の動き	・7月の法律改正のため駆け込み需要が発生している。	
	やや良く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの天候が良く、例年に比べて人出もあるため販売量は増加している。
		商店街（代表者）	競争相手の様子	・客が2つの商品で迷った時に、昨年までは両方とも購入しないという場面が多かったが、最近是一方ないし両方購入する客も増加している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・ギフト用の高額商品がわずかながら動き出している。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・伊勢は20年に一度の遷宮の中間にあたり通常参拝客が落ち込む時期であるが、今回は逆に参拝客数が増加している。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	販売量の動き	・アメリカ産牛肉の輸入停止の影響で、市場では牛肉量が減少しており、牛肉原価は上昇している。売価にも影響が出ているが、それにもかかわらず販売量は少しずつ増加している。
		百貨店（外商担当）	来客数の動き	・外商の客先を訪問して会話するなかで、仕事が増えているという話をよく聞く。また本店でも来客数が増え、売上も徐々に増加している。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・ゴールデンウィーク、週末ともに天候に恵まれていないが、来客数の増加がみられ、前年並みの売上を確保している。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・新商品やこだわり商品に対する関心が高くなっている。品質の良い商品、好みに合う商品には客はお金を使っている。
		家電量販店（店員）	来客数の動き	・客の動きが良くなっている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・5月初めは来客数も少なく危機感があったが、月末になるにつれ来客数は増加してきている。商談内容も、ボーナス次第との注文は付くものの、価格の高いRV車の話が増加してきており、昨年にはなかった傾向がみられる。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・住宅ローン減税の影響で持ち家住宅が持ち直している。 ・愛知万博、中部国際空港関連の特需が発生している。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	来客数の動き	・法人利用は依然として低迷しているが、宿泊客、宴会の日帰り客とともに、個人、グループでの利用が増加している。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・祝宴会の利用は例年並みだが、宿泊、レストランのディナータイムは好調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・宿泊単価、婚礼の件単価、一般宴会の件単価がやや上昇している。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・過去よりも受注量が顕著に増加しつつある。また、個人消費が増加している。
		旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・併営しているリゾートホテルでは、3か月前から来客数が増えている。ただし、単価や館内消費は伸びていない。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・昨年まで控えていた社員旅行を再開したり、国内旅行から海外旅行に行先をグレードアップしたりする企業が増えている。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新規契約数には表れていないが、客からの問い合わせや反響は確実に増加している。
		通信会社（開発担当）	お客様の様子	・ソフトウェアの開発受注が計画どおり順調にきている。
		テーマパーク（総務担当）	お客様の様子	・客の購買力がやや上向いている。

	ゴルフ場（営業担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・5月は稼働日数が少なく売上は減少しているが、一般的に活気がある。 ・ゴルフ会員権は買い一色に近く、売り物件が少ないためコースによっては相場がかなり上がっているが、それにもかかわらず取引は活発に行われている。
	設計事務所（職員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・当社のような末端まではまだ波及してこないが、大手ゼネコンの下請業者は少し良くなっている。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・土地を所有している年金生活者が、収入源として賃貸住宅建設を考えており、工事請負契約の受注が増加している。
	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）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・今まで落ち込んでいた得意先から受注が数件あり、受注量は増加傾向にある。
変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・依然として客は必要な物以外はなかなか購入に結び付かない。
	商店街（代表者）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・様々なコストが少しずつ上がってきている。
	商店街（代表者）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・競争相手の大型店に対してどのような方法を講じても勝てない。
	一般小売店〔薬局〕（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・相変わらず良く横ばい、場合によってはダウンという状況にあり、この4～5月もそうした状況である。
	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ゴールデンウィーク以降は客がお金を使ってしまった反動で、動きが止まっている。ただし、装飾的な商品が多少動き出していることから、これまでの実用一点張り、必要最小限の物を買うという傾向は少し変わってきており、客にゆとりも感じられる。
	一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ゴールデンウィーク明けは悪かったが、それを差し引いて考えると前月と特に変わりはない。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・天候に左右されていることもあるが、夏物の動きが良くなく買い控えは続いている。
	百貨店（企画担当）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・海外高級ブランドの売上は好調に推移しているが、衣料品は婦人服を中心として低単価商品しか売れていない。
	百貨店（企画担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・ゴールデンウィークの売上は好調に推移したが、連休明けはその反動で大きく減少している。日曜日ごとの雨もかなり影響している。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・チラシ広告を入れると客は増えるが、それ以外の普段の状況は変わらない。相変わらずバーゲン狙いの客が多い。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・客は安い特売品でも必要な分しか購入しない状況で、金銭的に余裕がない様子である。
	スーパー（店長）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・来客数は増加しているが客単価は相変わらず低下傾向である。
	スーパー（店員）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・前年比では減少しているが、ここ数か月の来客数、販売量の推移に変化はみられない。
	コンビニ（経営者）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・売上は底ばい状態である。現在の売上では赤字経営から脱却できず、売上増加の方法を考えなくてはならない。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・3月以降来客数は前年を上回っているが、伸び幅は大きくない。単価は前年を下回っているため、売上はさほど伸びていない。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・客は目的とする商品以外は購入しなくなっている。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・例年より雨の日が多く、飲料やアイスクリームなど水物の売上が減少しており、全体の売上にも影響している。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・夏物が動き出しているが、単価は上がりず低迷が続いている。
	衣料品専門店（販売企画担当）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・同業他社の名古屋支店が次々に閉鎖もしくは他府県に移転している。
	衣料品専門店（企画担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・販売数量は前年並みで、単価が低下しているため売上は上昇していない。消費者の購買態度は相変わらず厳しい。

家電量販店（経営者）	お客様の様子	・景気が良くなっているとの実感は一般消費者にまではまだ及んでいない。	
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今月の販売実績は、目標に対して78%の達成で終わっている。既存車の販売の落ち込みが大きく、他の販売チャンネルの勢いに押されている。ただし、来客数にはさほどの落ち込みがなく、市場にある程度の動きはある。	
乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客の様子をみると、勤め先が大手か中小か、また職種が何かによってかなりばらつきがある。	
自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・ちょっとしたバーゲン企画では客は集まらなくなっている。消費者は欲しい物の値段と機能を徹底的に吟味して買う習慣がついている。	
その他専門店〔玩具〕（店員）	来客数の動き	・来客数に伸びがみられない。	
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・従来堅調だった週末、祝日の来客数の伸びが鈍っている。高級食材の一品料理の推奨などの販促活動で客単価の上昇を図り、売上を確保している状況である。	
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・週末の夜の客足がほとんど伸びていない。	
旅行代理店（経営者）	単価の動き	・先行き不透明感があり、依然として低単価志向である。地元大手自動車メーカーの好景気に隠れがちであるが、地元都市銀行の関与先や不祥事のあった自動車メーカーなどの動向が悪く影響している。	
タクシー運転手	来客数の動き	・例年ゴールデンウィークは客足が悪いが、今年はそれ以後も状況は変わらない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・サラリーマンに景気の話を知ると、多少良くなっていると言う客もいるが、変わらないと言う客も多い。ただ、先行きが明るいという声を聞けることは以前と違う点だが、まだタクシー業界にまでは波及していない。	
タクシー運転手	お客様の様子	・月初めは海外旅行などで空港などへ行く客が多く、また結婚式場への客も多い。しかしその反面で、ゴールデンウィーク以降は、夜の街などの客も少ない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・先月と比べて状況に変化はなく、まだ厳しい状態である。	
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク後は来客数が減少し、単価を引き下げないと売上に結び付かない状況である。	
テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数、客単価ともに横ばいであり、3か月前の感触より若干減少気味である。	
理美容室（経営者）	来客数の動き	・忙しい時期であるが、客の顔ぶれに変化はない。	
住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・競争相手の同業者の多くが、不動産を購入するまでの資金がない。	
住宅販売会社（企画担当）	お客様の様子	・新聞広告などを入れると客の反響、来店はかなりあるが、売上には結び付いていない。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数、販売量、商品単価などの面でも悪くなっている。また客の様子も、必要な物以外購入しない傾向は続いている。
	百貨店（売場主任）	それ以外	・暖かくなり夏向け商品が売れ出している。しかし、メーカーに在庫がなくサイズ切れも出ており、これから売れる商品がない。
	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク中は旅行やレジャーに出かける人が多く、売上、来客数ともに期待を大きく下回っている。その後も天候が優れず、夏物を早期に仕掛けた戦術が裏目に出て、ファッション商材の売上は軒並み前年を下回っている。
	スーパー（店長）	単価の動き	・消費税総額表示の導入後、割高感や販売店側の価格引き下げなどによって、客単価は今までより2%程度低下している。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・ゴールデンウィークから天候不順な日が多く、来客数の伸びがかなり悪い。
	スーパー（総務担当）	単価の動き	・客単価の落ち込みが2%と大きい。
	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・来客数はほぼ前年並みで推移している。しかし、競合店との競争が激しく、総額表示となった消費税5%分を価格転嫁できないため、売上、利益とも前年比で5%強下回っている。

		乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・例年この時期は動きが鈍いが、今年は来客数の動きが特に鈍く土日もまばらである。新型車を投入しているディーラーとそうでないディーラーとの間で、来客数に大きな差が出ている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークで客はレジャーに金を使ってしまっている。月末の給料日までは夜の街は静かである。
		旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・例年ゴールデンウィーク後は来客数が若干減るが、今年は特に夏休みに向けての動きが悪い。
		ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・この数か月間は来場者数は前年実績並みを確保していたが、5月は来場者、売上高とも予算や前年実績を下回っている。
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・自分の雰囲気を変えたいという客が増えており、他店に流れる動きがある。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数は徐々に減少してきている。
		美容室（経営者）	それ以外	・5月15日以降暇になっている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・相変わらず客の回転が悪い。
		設計事務所（営業担当）	それ以外	・売上が過去最低で低迷している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新築アパートへの入居者決定率がやや落ちている。
				悪くなっている
企業動向関連	良く	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共投資の特需によって、売上の前年同期比は微増であるが、大幅な増益となっている。
	やや良く	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク後は、受注量、販売量とも3～6%増加している。
		鉄鋼業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格と販売価格は上伸している。ただし国内需要に伸びは感じられず、いつ急降下するかわからない不安含みである。
		一般機械器具製造業（経理担当）	取引先の様子	・受注量は前期比及び計画比で徐々に増加している。納入業者も同じ状況のようで、資材担当者によると納期どおり品物が納品されてこない状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・電子部材の調達が厳しく、ひっ迫度が一部特定部品から汎用的な部品にまで拡大している。
		電気機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから急に受注量が増えており、3か月前の約2割増しである。
		輸送用機械器具製造業（工務担当）	受注量や販売量の動き	・米国市場の好調により高い生産レベルを維持している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物流、流通、サービス、レジャー関連の受注が増加している。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・自動車、家電関係の荷動きが好調である。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注量や販売量の動き	・大手自動車メーカーのグループ企業関連の案件で受注が増加している。
		その他非製造業〔デザイン〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新開発商品の受注が徐々に増えている。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・企業の投資意欲はそこそこであり、慎重な姿勢を崩していない。
	変わらない		金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・都市部のIT関連のインフラ整備は一巡しており、前年度から停滞している。
		輸送業（エリア担当）	競争相手の様子	・業界全体として、需要が増加しておらず売上が伸びていないというのが共通認識である。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・トラックへの積込台数はほぼ横ばいで増加していない。運賃の高低にも変化はない。

	金融業（従業員）	取引先の様子	・保険の受注件数が増加している反面、現在保険料を支払っている法人などでは支払が苦しく、解約するなどの動きがある。	
	金融業（企画担当）	取引先の様子	・一部業種では売上の増加がみられるものの、一般消費者向けの小売、飲食などの業種では売上は前年割れしており、消費者の財布のひもはまだ固い。	
	企業広告制作業（経営者）	取引先の様子	・現在動きは停滞している。	
	広告代理店（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注量が多いが、相変わらずの激しい値引き競争に疲弊気味である。	
	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・企業からの印刷物などの受注は少し増えている。ただし金額的には厳しく、印刷会社や製作会社などの下請業者に対しても値引きを要求せざるを得ない。	
	税理士	取引先の様子	・製造業、小売業、サービス業などの取引先では若干良くなっているが、建設業、飲食業は良くなく、全体的には変わっていない。	
	経営コンサルタント	それ以外	・ディベロッパーによる新規土地取得傾向はまだ弱い状況が続いている。	
	公認会計士	それ以外	・顧問先企業の業績は改善されていない。また、顧問先の信用金庫の貸出状況をみても、前向きな資金需要は中小企業では依然として低い。	
やや悪くなっている	印刷業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注できても値段を下げられることが多い。以前より安い価格で受注しているため、売上は減少している。	
	金属製品製造業（従業員）	取引先の様子	・原材料価格の高騰が収益の圧迫要因となっている。半年以上前に契約した物件は、価格高騰分を負担しなくてはならず、ますます厳しい単価となっている。	
	電気機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・特に大手からの受注が減少している。	
	輸送用機械器具製造業（統括）	取引先の様子	・取引先の経営状態がかなり悪くなっている。再建計画を策定したが、工場の集約や大幅な人員削減が計画されており、生産量も大幅に減少する。	
悪くなっている	非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・原材料価格が高騰しているが、販売数量は前年比で減少傾向に進んでいる。	
雇用関連	良くなっている	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・長期の契約延長が増加しつつあり、人材確保が難しくなっている。
		求人情報誌製作会社（編集長）	求人数の動き	・大手自動車メーカーのグループ企業や傘下企業からの技術系求人、技能系求人が多く、活性化している。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は前年の同時期に比べて35%増加している。
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣スタッフを求人募集してもなかなか集まりにくく、スタッフの確保に苦労している。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・3月から製造業関連への派遣が可能になり、派遣会社からの求人が増加している。派遣会社の出張所の新設や移転も目立っている。
職業安定所（職員）		採用者数の動き	・派遣や請負などアウトソーシングの求人数が増加している。紹介件数の増加が採用にもつながっており、就職者数は増加している。	
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・企業の求人数が増加している。	
	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数は派遣、正社員とも引き続き増えている。	
変わらない	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	雇用形態の様子	・求人は技術職、営業職を除くと相変わらず軽雇用、人材派遣の雇用形態が多く、賃金は構造的に低く抑えられたままである。	
	職業安定所（管理部門担当）	求職者数の動き	・新規求職者は前年度比で減少しているものの、窓口は相変わらず混雑している。	
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・派遣会社に登録に来る派遣希望スタッフが徐々に減少し始めている。企業への案内が減少するため、契約件数、売上は当初の見込みよりも徐々に下がり始めている。	
	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・新規求人における常用求人とパート求人の割合は、3か月前の75：25から65：35へと変化し、パート求人の割合が大きくなっている。また、求人倍率が1.19倍から1.04倍へと0.15ポイントも下降している。	

	職業安定所（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 管内の有効求人倍率は1.01倍であり、3か月前と比較すると0.13ポイント低下している。有効求人数は2.8%増加しているものの、有効求職者数も15.7%と大幅増加しているためである。前月と比較しても、0.16ポイント低下と2か月連続の悪化である。 業種別の求人は、前年同期と比較して、製造業で26.7%増加しているものの、運輸・通信業で30.8%、建設業で24.0%、サービス業で7.6%、小売業で3.6%減少しているため、全体では6.0%の減少となっている。
	民間職業紹介機関（経営者）	採用者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> 新卒採用の選考時期であり、大量の中途採用を予定している大手メーカーの中途採用選考が一時的に滞っているため、全体の採用者数も低迷している。
悪くなっている	-	-	-