

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	商店街（代表者）	・万博景気で9月の開幕までは例年に比べて良くなる。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・愛知万博の特需に支えられて、宿泊、宴会、レストランとすべての部門で好調に予約が入っている。	
		旅行代理店（経営者）	・中部国際空港、愛知万博の影響で旅行需要が増大している。	
		旅行代理店（経営者） 美容室（経営者）	・愛知万博の影響で、この秋口までは大丈夫である。 ・愛知万博が開催されており、外出の機会が増えるため客足は増える。	
	やや良くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・3か月や6か月前と比べると販売量などの動きは力強く、先行きに期待が持てる。	
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・愛知万博の影響で少しは良くなっていく。	
		百貨店（企画担当）	・名古屋市中心部では商業施設やブランドショップの出店が続いており、消費者の注目が高まっている。来街者も増えており、消費活動は活発化する。	
		百貨店（販売促進担当）	・愛知万博の開幕で、中部地区全体が消費に積極的になる。	
		スーパー（経営者） スーパー（仕入担当）	・店内に弁当屋がオープンし、販売量の増加が期待できる。 ・愛知万博景気がこの調子で持続すると、購買客層が広がり、来客数も以前と比べて若干伸びる。	
		コンビニ（エリア担当） コンビニ（店長）	・愛知万博の影響で売上は伸びる。 ・気候が良くなるにつれて、愛知万博関連の需要が見込まれる。	
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・確実な注文が入り始めている。	
		一般レストラン（スタッフ） その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・来客数は増えていないが、販売量や単価が上がっており、良い傾向である。 ・現在は様子見のところが全体にあるため、今を乗り越えれば良くなる。	
		旅行代理店（経営者）	・万博需要の計算はたたないが、消費は徐々に活発化している。	
		旅行代理店（経営者）	・愛知万博特需に支えられて、雰囲気的に多少の改善が見られる。これに触発されて消費も一時的に増加する。	
		タクシー運転手 タクシー運転手	・今後は愛知万博の来場者が増える。 ・愛知万博もいよいよ本番となり、地元に相当な金が落ちる。	
		その他サービス〔パチンコ機器製造販売〕（エリア担当）	・主力機器への評判が良い。	
		変わらない	商店街（代表者）	・客は必要な物以外は見向きもしない様子である。今後も販売量、売上の増加には至らない。
			商店街（代表者）	・愛知万博の影響で一部の業者は忙しい様子だが、全般的には良くないという業者も多い。
			一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・客は様子見を続けている。儲かっている人も自重してほどほどに使っている。
			百貨店（売場主任）	・栄地区の大型店の開業や愛知万博の開幕で、客はそちらに流れている。今後様子が落ちれば、客が戻り売上も伸びるかもしれない。
			百貨店（売場主任）	・売上が天候に左右される状況は今後も続く。外的要因に関係なく客の購買意欲が上がるにはまだ遠い。
			百貨店（企画担当）	・中部国際空港、愛知万博、大型アウトレットモールなど、消費者の選択肢が増えており、来客数の増加は期待できない。
			百貨店（企画担当）	・愛知万博の開催期間中は愛知万博関連に消費されることが予想されるため、特にファッション商材の購買意欲は低下する。食料品や愛知万博のキャラクターグッズなどでカバーする予定であるが、すべてをカバーするには至らない。
	百貨店（外商担当）		・愛知万博効果で客の気持ちが高揚してくれば購買意欲が高まり売上増加につながるが、現状では変化の兆しはない。	
	スーパー（店長）		・大型店に囲まれており、自店の伸びは望めない。浜松の中央卸売市場の活気も低迷している。	
	スーパー（店長）		・客の消費に対する姿勢は、小売の現場では全く変わっていない。この状況は今後も続く。	

スーパー（店長）	・チラシでの低価格合戦、定番商品の低価格戦略は利益を大きく圧迫している。どこまで辛抱できるかの競争となりつつある。
スーパー（店員）	・土曜、日曜の売上が良くない。競合店のチラシ攻勢の影響もあり、チラシを打っても反応が良くない。今後もこの状況は続く。
コンビニ（エリア担当）	・平日は横ばいであるが、特に土日の落ち込みが昨年に比べて大きい。行楽客数は減少しており、来店しても買控えの様子である。
衣料品専門店（企画担当）	・季節商材、販促商品では売上増加は見込めない。
家電量販店（店員）	・愛知万博に客を取られている。増税や減損会計の影響も出てくる。
乗用車販売店（経営者）	・6月以降のポ－ナス商戦に期待しているが、6月には同じ自動車メーカーの系列店が近隣に出店するため、競争はますます激化する。
乗用車販売店（従業員）	・明るい話題はないが、悪い中でも売れている車はある。厳しいけれども、やり方次第である。
乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格が上昇する気配があり、影響を受ける。
乗用車販売店（従業員）	・新型車の投入効果により販売は好調になるが、他社の格安車検の影響を受けて整備工場への在庫は減る。また自賠責保険料の値上げ、燃料価格の高騰により、客は家計に負担のかからない自動車の維持方法を考えており、先行きは明るくない。
乗用車販売店（従業員）	・通常なら低迷する時期に入るが、今年は愛知万博の開催や名古屋市中心部の商業施設の開業の影響もあり、好調は継続する。
自動車備品販売店（経営者）	・中規模のカー用品専門店では、車検入庫や車検関連の消耗品などの品揃えが大きな武器になる店舗作りが必要である。このような対応ができれば、ディーラーやガソリンスタンドに食われ伸び悩む。
住関連専門店（店員）	・今月は予想に反して売上が悪い。入学、転勤など新生活準備の客が少なく、先々に不安が残る。
住関連専門店（営業担当）	・今後も価格競争の激化は続く。
スナック（経営者）	・3月の歓送迎会が低調であったため、4月も見通しは悪い。愛知万博や中部国際空港の影響も全くない。
都市型ホテル（支配人）	・愛知万博の影響は半年間の一過性なので、レストランなどの売上には大きくは貢献しない。
都市型ホテル（従業員）	・愛知万博への観光客は順調と予測するが、ビジネス関係の問い合わせは伸びていない。
都市型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィークの予約状況があまり良くない。
都市型ホテル（スタッフ）	・新規商業施設の開業が続いていたが今後は落ち着くため、人の動きは今以上には期待できない。
旅行代理店（従業員）	・期待していた愛知万博も現状では出足が悪く、昨年の浜名湖花博に比べると問い合わせもあまり良くない。今後多少は盛り上がると期待するが、増益はあまり見込めない。
旅行代理店（従業員）	・愛知万博で客の動きは多少良くなるが、当地域から万博への旅行では単価が安い。
タクシー運転手	・大垣地域では愛知万博や花フェスタなどイベントの影響もあまりない。
タクシー運転手	・愛知万博が開催したが、夜の街の人出にはあまり関係がない。
通信会社（企画担当）	・愛知万博などで雰囲気的には明るい方向に向かっているが、実際の競争環境はかなり厳しい。
通信会社（営業担当）	・利益の減少傾向は今後も続く。
テーマパーク（総務担当）	・愛知万博やその他施設の影響もあり、来場者数が伸びるとは考えられない。
ゴルフ場（企画担当）	・5～6月は入場者数はある程度確保できる見込みだが、売上の達成はなかなか厳しい。
美容室（経営者）	・先月と今月は髪型のスタイルを変えた客が多くいるため、2、3か月後はその反動で動きがない。
美顔美容室（経営者）	・今後4か月間キャンペーンを実施するが、従来なら新規の客が来店したが最近はサロンが沢山できたため増加しない。
設計事務所（経営者）	・住宅関連の案件は少ないが、企業の設備投資や耐震補強の案件は増加しており、業務の全体量に変化はない。

		設計事務所（営業担当）	・公共事業の予算が少なく、会社が上向きになることはない。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・地域専門電気店は生き残りに必死であるが、量販店の攻勢や単価の低下に太刀打ちできない。この傾向はますます激しくなる。
		スーパー（経営者）	・近隣では2か月後に大型店の改装オープンがある。
		コンビニ（経営者）	・当方のような末端の零細小売業では、本当に厳しい状況が続いている。今後はもっと厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・愛知万博や中部国際空港に人が流れ、周辺の店には悪い影響がある。
		コンビニ（エリア担当）	・客の購買意欲の向上は期待できない。競合状況も厳しくなる一方である。
		コンビニ（店長）	・他店との差別化を考えないと来客数は戻らない。しかし、コンビニでは差別化が考えられない状況である。
		衣料品専門店（経営者）	・春物の動きは不調で、明るさが見えない。
		家電量販店（経営者）	・客の財布のひもは一段と固くなっており、余計なものは一切買わない。この状況は今後も続く。
		乗用車販売店（従業員）	・3月後半以降、受注台数、有望客数の減少がはっきりしている。4月以降特別仕様車の投入も控えているが、土日のイベントと愛知万博などの行楽がぶつかり、客を店頭呼び込むのは難しい。
		スナック（経営者）	・今年はゴールデンウィークの曜日の配列が良く大型連休になるため、レジャー関連は良いかもしれないが当方の商売では来客数が落ち込む。
		旅行代理店（経営者）	・併営のホテルでは、前年同時期と比較して宿泊、会食ともに減少傾向にある。
		通信会社（営業担当）	・販売数の減少傾向が強い。
		テーマパーク（職員）	・愛知万博、花フェスタなどの大きなイベントが、地方のサービス業に影響する。
		テーマパーク（職員）	・来客数、予約状況とも減少傾向である。
	ゴルフ場（経営者）	・予約件数は前年を下回る状態が続いている。愛知万博開催の影響で、道路混雑を懸念して予約を見送る人が増加している。	
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・アフターフォロー体制の整備に力を入れているが、当面はコスト増になる。	
	住宅販売会社（経営者）	・少子化の影響で土地のみの購入者が減少しており、この傾向は今後も続く。	
悪くなる		商店街（代表者）	・競争相手は増える一方で、当方がいくら売り込みにいっても太刀打ちできない。
		高級レストラン（スタッフ）	・推奨活動の強化により客単価は維持しているが、メニュー企画や販促に対する顧客の反応頻度は低下しており、回復の兆しはない。
		一般レストラン（経営者）	・近所では今月も来月も閉店が多い。今後も厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・アパートの空室が多い状況であるため、一括借り上げの家賃保証を提案しても地主は不安に思っており、建物請負契約にまでは至らない。
企業動向関連	良くなる		
	やや良くなる	食料品製造業（企画担当）	・原油価格の高騰による包材、動燃費の上昇により、企業収益に影響する。しかし、個人消費の購買数量は増加してくる。
	変わらない	一般機械器具製造業（経理担当）	・依然として厳しく、これから先が見えない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・防犯対策のため映像管理システムが普及しており、監視カメラ関連の国内市場は今後も大きくなる。しかし、他社との競争激化により、今後はほぼ横ばいである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注量は増加しているが、材料が足りず資材価格も高騰している。これを販売価格に転嫁できないため今後も苦戦する。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量が期待通り伸びていない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・原材料価格の上昇分を価格転嫁する見通しが立たない。
建設業（経営者）	・事業法人の設備投資意欲はやや高いが、資材価格高騰への懸念から手控える動きもある。		

		輸送業（エリア担当）	・一般商業荷物はようやく増えているが、年度末の駆け込み需要である。企業の動向は変わらず、今後もこの現状が続く。
		輸送業（エリア担当）	・荷動きは良くなっているが、燃料価格が上昇している。
		広告代理店（制作担当）	・新製品のPRチラシの案件がいくつか出てきているが、逆に待ち状態のものもあるため、今後も横ばいが続く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・チラシ量は2けたの伸びを示しているが、愛知万博の影響によるものであり、いつまで続くか分からない。
		公認会計士	・地元大手自動車メーカー関連以外の産業の拡大がない。中小企業の淘汰も一巡しておらず、中小企業の苦戦は続く。
		会計事務所（職員）	・愛知万博に関連がある観光会社、ホテル、土産店などは上昇しているが、製造業、サービス業、保険など直接関係のない企業ではむしろ後退も予想される。
やや悪くなる		鉄鋼業（経営者）	・材料価格の高騰を転嫁できずにいる企業の不採算幅が拡大する傾向にある。不採算各企業ないしそれを支える企業の体力にも限界があるため、今後は楽観視できない。
		金属製品製造業（従業員）	・原材料価格の値上げ要求に抵抗しきれないため、さらに原価がかさむ。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・増産傾向にあった建設機械部門が来期から若干の生産調整に入るとの情報がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・鉄鋼価格の大幅値上げが決定しており、材料不足も続いているため、生産・販売調整せざるをえない状況にある。さらに石油関連商品の再値上げがあり売価に転嫁できないと、一部商品は生産中止になることも考えられる。
		電気機械器具製造業（従業員）	・年度末の在庫調整で納品延期を依頼してきた取引先が、年度が改まって注文数を戻す見込みがない。生産量自体が減少している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・公共事業の抑制で、仕事量はますます減る。
		輸送用機械器具製造業（統括）	・主要取引先の業績回復が急速には見込めず、当分厳しい状況が続く。
		広告代理店（経営者）	・イベントなどを実施してもなかなか集客できない。
		経営コンサルタント	・郊外住宅団地の供給過剰は続いており、依然として地価は下落傾向にある。人気地域では新規開発に着手するメリットがあるが、それ以外では落ち込んだままである。
悪くなる		窯業・土石製品製造業（経営者）	・足元3か月間の住宅着工件数をそれ以前の3か月間と比較すると1割ほど減少している。これは3か月先の窯業製品の売上、物流に反映されるため、苦戦が見込まれる。
		非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画担当）	・昨年は愛知万博、中部国際空港関連の仕事があったが、今年からは従来の仕事以上の上乗せが期待できない。
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・好調な自動車関連産業からの受注が伸びてきており、今後もこの傾向は続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・賃貸マンションやアパートの販売、自動車ディーラー、卸小売、工作機械、自動車部品、窯業、印刷などの業種で求人意欲が高い。
やや良くなる		人材派遣会社（社員）	・5、6月は万博効果を見込んだ観光関係のイベントで、人材派遣の問い合わせが増えている。ゴールデンウィーク中の派遣需要も例年に比べて好調である。
		職業安定所（所長）	・来年度の採用計画は、多くの企業で本年度より増員を見込んでいる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・新卒、中途採用の来期採用計画は、各社とも今期並みか増員傾向にある。
		民間職業紹介機関（職員）	・当地域は愛知万博の影響で9月までは良い。
変わらない		学校〔専門学校〕（就職担当）	・愛知万博関連の一時的な求人増に加え、万博関連以外の企業でも採用が増加しており好調である。
		人材派遣会社（社員）	・派遣受注は相変わらず好調で、慢性的なスタッフ不足が続いている。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・輸送用機器関連は堅調に推移しているが、携帯電話などIT関連の求人数は減っている。ただし、これまでは労働者不足で受注に対応できない状態であったため、影響は小さい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中部国際空港、愛知万博、大型商業施設の相次ぐオープンは一段落したものの、人手不足はまだ強い。愛知万博が終了する秋口まではこの状態が続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・静岡県では、浜松など輸出関連産業の集積地と静岡、島田などの地場産業主体の地域で地域間格差が広がっている。全体としては今後も変わらない。

	職業安定所（職員）	・求職者の多くは常用雇用を求めているが、求人は非正社員が相変わらず多い。
	職業安定所（職員）	・求職者は3か月連続して減少しているが、事務職、管理職、生産工程や労務職の求人倍率は低く、ミスマッチは今後も続く。
	職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向にあるが、内容的には派遣、請負主体であることに変化はなく、求職者は減少傾向にある。ミスマッチによる採用者数の伸び悩みは今後も続く。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・今年に入ってから、正社員の求人件数が少しずつ減少傾向にある。
悪くなる	-	-