

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	スーパー（仕入担当）	・愛知万博効果や昨年の消費税総額表示の影響の一巡により、既存店の売上は各店とも前年を上回り始めている。この調子で今後は良くなっていく。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・愛知万博特需により、東京、大阪など遠方からの来街者による宿泊、宴会、レストランの全部門の予約が好調である。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・愛知万博効果が続き、購買意欲は高まる。	
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・店内外の改装効果もあり、土曜日曜の売上は良くなってきており、今後もこの調子が続く。	
		百貨店（企画担当）	・夏休みに入り愛知万博などへの来街者が増え、食品の売上増が見込まれる。	
		スーパー（経営者）	・来客数、売上が増加傾向にある。	
		スーパー（店長）	・客は、大型店だけでなく地域の中小小売店にも目が向き始めている。	
		スーパー（経営企画担当）	・前年比で既存店の動きが良くなり始めている。	
		コンビニ（店長）	・愛知万博の集客の伸びに伴い、販売量も増加していく。	
		コンビニ（売場担当）	・通常商品の伸びは期待できないが、愛知万博の入場者が夏休みにかけて増加すれば土産品の売上が増加する。	
		乗用車販売店（従業員）	・インターネットによる取引や流通が増えており、今後もこの傾向が強まる。	
		タクシー運転手	・名古屋市内のホテルは愛知万博関連の催事が多く、市内観光の客も多い。2、3か月後の夏休みになれば家族連れなど客はもっと増える。	
		美容室（経営者）	・愛知万博の影響で当地域は当面活気がある。	
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・入校者数が順調に増加しており、今後もこの傾向は続く。	
		住宅販売会社（従業員）	・東海地区は人の出入りが盛んであり、社宅用の賃貸住居の仲介が春の需要を過ぎて好調に推移している。	
		変わらない	商店街（代表者）	・季節商品の販売が振るわないので、今後も販売量、客単価とも伸びない。
			商店街（代表者）	・愛知万博の開催期間中はなんとか現状で推移する。
	一般小売店〔生花〕（経営者）		・所得の格差が出始めており、今後は売上の伸びを期待できない。	
	一般小売店〔薬局〕（経営者）		・名古屋、東濃地方の大型イベントに客を取られて街の小売店は全滅であり、今後も良くなる兆候はない。	
	一般小売店〔酒〕（経営者）		・愛知万博の効果があると期待していたが、売上に結び付いていない。また近所に開店した大型スーパーに人が流れており、今後も来客数は増加しない。	
	一般小売店〔時計〕（経営者）		・愛知万博の影響で商店街の人通りは減少している。今後もしばらくはこの傾向が続く。	
	百貨店（売場主任）		・愛知万博帰りの客は、普段百貨店で買物をしない人も多く、値段が高いと言って帰ってしまうことが多い。夏休みの来客数は愛知万博効果で増えるが、店内で涼むだけで売上には結び付かない。	
	百貨店（売場主任）		・身の回りの商品を買ひ控えする客は相変わらず多く、この傾向は今後も変わらない。	
	百貨店（企画担当）		・愛知万博の開催期間中は引き続き来客数が増加し、お土産の堅調さも継続する。	
	百貨店（企画担当）		・愛知万博効果に期待しているが、実際にはクリアランスセール以外には盛り上がる要素はない。	
	スーパー（店長）		・客単価、一品単価とも伸びておらず、デフレ状況は今後も続く。	
	スーパー（店長）		・愛知万博の影響で土曜日曜の集客が弱く、客単価も低下している。ペットボトル飲料も各社低価格が当たり前で販売されており、競争上価格を合わせざるを得ない。この傾向は今後も続く。	
コンビニ（エリア担当）	・8月に競合出店が多数予想され、厳しい状況が続く。また天候にも大きく左右される。			
コンビニ（エリア担当）	・競争激化は今後も継続するが、愛知万博の影響で当面は現在の好調が続く。			
乗用車販売店（経営者）	・客は、愛知万博などのレジャーに気をとられ、商品に目が向かっていない。			

	乗用車販売店（経営者）	・同じ取扱メーカーの同業者が近所にショールームがオープンし、相変わらず厳しい状況が続く。商品に付加価値を見つけて対抗していく。	
	乗用車販売店（従業員）	・新型車両の発表は、秋の商戦まで予定が無く、特別仕様車をうまく活用した販売増を計画しなければならない。競合他社が相次いで新型車両を発表するなかで、苦戦が予想されるが、市場全体の盛り上がりをうまくとらえ、販売増に向け努力したい。	
	乗用車販売店（従業員）	・各社とも新型車を出す時期であり、前年比100%を超える月が続く。ただしサービス工場への入庫は相変わらず減っており、この在庫率の回復が急務である。	
	自動車備品販売店（経営者）	・若者のお金の使い方が多様化している。中高年はカーディーラー、ガソリンスタンドに流れており、今後客を取り戻すのはかなり難しい。	
	住関連専門店（店員）	・愛知万博などに入出が流れているためか、来客数が減少しており売上も悪い。秋までは難しい。	
	住関連専門店（営業担当）	・物件数は横ばいながら、各建設業者の価格競争は今後も激化する。	
	その他小売〔総合衣料〕（店員）	・例年に比べて夏物衣料の動きが悪く、セールのタイミングが早くなる。その分、利益率も悪くなる。	
	都市型ホテル（経営者）	・愛知万博の期間中はこのまま良い状況が続く。	
	都市型ホテル（従業員）	・客の予約から判断して、愛知万博関係の観光客は順調であるが、会社、出張関係は減少している。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・愛知万博の期間中はこのまま好調に推移する。	
	旅行代理店（経営者）	・愛知万博終了までは変化がない。	
	通信会社（企画担当）	・愛知万博の効果が間接的に出ており、開催中は今のような好調が続く。	
	テーマパーク（職員）	・予約状況は特に変化はない。	
	ゴルフ場（経営者）	・3か月先までの予約状況から、来場者数は昨年より若干増える。ただし単価が低下しており、全体的には変化がない。	
	設計事務所（職員）	・3か月先の受注数からみて、現在の状況と変わらない。	
やや悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・スーパー形式の100円ショップといった新たな競合店の出現で、同業他社を含めた競争はますます激しくなる。	
	一般レストラン（スタッフ）	・来客数が日によって大きく変わっている。これは悪くなる兆候である。	
	ゴルフ場（企画担当）	・今月が良すぎるため3か月後は通常に戻り、今よりは悪くなる。	
	美顔美容室（経営者）	・今までの客足は良いが、集客キャンペーンによって新規客がなかなか取り込めていない。	
	設計事務所（経営者）	・現時点では2、3か月先につながる案件が少ない。	
悪くなる	コンビニ（店長）	・近隣に菓子のディスカウント店が開店し、売上に影響を受けている。コンビニは価格競争の波に飲み込まれつつあり、利便性だけでは生き残れない。	
企業動向関連	良くなる	-	
	やや良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当） 会計事務所（社会保険労務士）	・今後2、3か月先までの生産指示数量は上向きである。 ・顧問先では、新規事業の立ち上げや新製品の販売開始、取引先の拡大などに動き出したところが目立つ。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当） 金属製品製造業（従業員） 一般機械器具製造業（販売担当） 電気機械器具製造業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） 建設業（経営者）	・ここ3か月くらいは、受注量、販売量とも確保している。 ・動きは多少出ているが受注単価が上がらないため、仕事を受注しても忙しいだけになる。 ・客の設備投資計画情報によると、当面はこの好調な受注状況を維持できそうである。しかし、石油価格の高騰による原材料価格の上昇が続いているため、今以上に良い状況にはなりそうにない。 ・新製品投入による効果が現れ始めるが、全体としては従来製品の価格競争などから現状の収益で推移する。その一方で、原油価格に大きな変動が起きようなら損益面などに影響が出る。 ・例年なら4、5月に新規案件が動き出すが、今年は既存製品のリピートのみで、新製品、新開発等の話は来ていない。ここ2、3か月では増産などは困難である。 ・鋼材を中心に建築資材のコスト上昇があり、受注件数は増えても最終的な成約件数が好転することは難しい。

	金融業（従業員）	・愛知万博の影響で景気が上向きである。3か月後もその状況は変わらない。	
	広告代理店（制作担当）	・今後の案件には返事待ち状態のものが多く、現実的な動きはなかなか見られない。	
	公認会計士	・中小企業の淘汰は一巡していない。また原材料価格と人件費の高騰が企業収益を圧迫する。都銀の過剰融資が新たな不良債権を発生させる可能性もある。	
やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・今後、単価の引き下げ競争が再燃する可能性がある。	
	電気機械器具製造業（従業員）	・原材料価格の引上げが相次いでおり、販売価格に転嫁せざるを得ない状況になっている。価格引上げ交渉の結果次第では、受注量の減少につながりかねない。	
	建設業（経営者）	・受注価格は適正な工事価格をかなり下回っている。大手やりフォーム会社でも技術面でなく価格面で競争する傾向が強いため、建設業者はこの先もかなり苦しい。	
	輸送業（従業員）	・運輸業界では燃料費上昇の影響が深刻で、赤字に転落する企業もある。今後もこの傾向が続くと賃金や賞与の減額をする企業も出てくるし、倒産や人員整理も心配である。	
	輸送業（エリア担当）	・今後も燃料などの値上がり分を運賃に転嫁できない。	
悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気の先行指標となる新規住宅着工件数は過去3か月と比較して10.7%減少している。	
	非鉄金属製品製造業 [鋳物]（経営企画担当）	・ますます競争が激しくなり、今後しばらくは市場の縮小も続く。	
雇用関連	良くなる	学校 [大学]（就職担当）	・製造業をはじめとして、求人意欲は高揚している。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・引き続き愛知万博効果があり、求人は活発である。
		人材派遣会社（社員）	・長期派遣は横ばいであるが、短期派遣が増加しており、全体的に需要の増加傾向は続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・これまでは求人意欲がおう盛なのは大手企業とその関連企業という印象であったが、最近では中小企業の人事担当者からも積極的な求人意欲があり、今後は裾野が広がっていく。
		職業安定所（所長）	・新規求人が増加しており、企業の人手不足感が現れている。この傾向は今後も続く。
		職業安定所（職員）	・主要産業の輸送用機械器具製造業が好調を維持しており、それに伴い一般機械器具製造業も高操業をしている。また、大型ショッピングセンターのオープンもあり、大量雇用が見込まれる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の求人数は高位安定しており、採用が追いついていない状況が続いている。業績の見通しも比較的順調であり、しばらくは成長していく。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・顧客企業から人員補充の話があるが、当初からの予定通りの案件が多く、右肩上がりではない。	
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車関連などで正社員化が進み、請負や派遣の求職者数は若干減少している。そのためこれまでの極端な労働者不足はやや緩和しているが、その一方で労働者不足の状況はまだ変わらない。	
	新聞社 [求人広告]（担当者）	・パート、アルバイトや業務請負等で依然として人手不足感が強い。ただし、企業の求人採用意欲は続くが、求人広告は横ばいの見込みである。	
	職業安定所（職員）	・企業が派遣、請負に依存する傾向は今後も続く。	
	職業安定所（職員）	・正社員の雇用が増加し雇用や所得の安定が確保される状況には今後も至らない。	
	民間職業紹介機関（職員）	・愛知万博効果も落ち着き、求人数はやや減少傾向にある。	
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・愛知万博関連の求人が落ち着きを見せ始めており、雇用面での特需は終わりを迎えつつある。	
	求人情報誌製作会社（編集長）	・中途社員募集がやや減少傾向にあることに加え、愛知万博特需も終了している。また、アルバイト、パートの需要も、販売、サービスを中心に今後減少してくる。	
悪くなる	-	-	