

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	一般小売店〔土産〕 （経営者）	・客単価の低下に歯止めがかかっており、来客数の増加も3か月間続いている。回復基調は確実で今後もこの調子で良くなっていく。
		観光型ホテル（スタッフ）	・愛知万博により引き続き東京、大阪など遠方からの来客が多く、宿泊、宴会、レストランのすべてで好調に予約が入っている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・愛知万博の最終月に当たり、観光客、地元客も含めて商品が動く。ただし愛知万博関連商品の投げ売りも予想されるので、活気が出る割には利益に結び付きにくい。
		一般小売店〔贈答品〕 （経営者）	・自分の好きな物にはお金をかける傾向が出ており、客のニーズに合う商品を出せば売上は伸びる。
		百貨店（販売促進担当）	・愛知万博の閉幕に向けて、地域全体が好調を維持する。
		コンビニ（店長）	・まだまだ愛知万博の特需が見込まれる。
		住関連専門店（営業担当）	・持ち家住宅こそ横ばいだが、大手企業中心に民間設備投資が活発であり、分譲・賃貸マンションは引き続きおう盛に推移する。
		その他専門店〔雑貨〕 （店員）	・東海地区は全般的に活気づいて、消費者の財布のひもは緩み始めている。
		その他小売〔総合衣料〕 （店員）	・クールビズ運動などでカジュアル化の流れが進んでおり、シャツなどカジュアル衣料の販売増加が見込まれる。
		高級レストラン（スタッフ）	・万博による直接的な影響はプラス、マイナス同程度であるが、地域全体の活性化を通じた間接的な影響はプラスである。
		一般レストラン（経営者）	・気温の上昇とともに生ビールなどの売上が伸びる。
		その他飲食〔仕出し〕 （経営者）	・月を追うごとに、少しずつ確実に一定の受注増がある。消費は上向いている。
		タクシー運転手	・繁華街では、昨年のボーナス月より多少は人出が多く活気がある。このままいってくると良くなる。
		タクシー運転手	・昨年と比べると愛知万博の影響で人の動きが大変良く、夏休みには家族連れ動きも期待できる。
		通信会社（企画担当）	・愛知万博などの後押しもあり、消費は伸びてくる。
		テーマパーク（職員）	・余暇でいるいるな娯楽を楽しむ傾向がみられ、景気は良い方向に向いている。
		設計事務所（職員）	・大手ゼネコンやハウスメーカーは景気が良く、今後は小さな設計事務所などにも良い仕事がある。
変わらない		商店街（代表者）	・昨年はオリンピックがあり薄型テレビなどがよく売れたが、今年はそのようなイベントがない。デジタル商品の単価低下も著しく、売上は伸びそうにない。
		一般小売店〔結納品〕 （経営者）	・愛知万博の会場に比較的近いいため、閉幕までは悪い状態が続く。
		一般小売店〔電気屋〕 （経営者）	・月別にみると凸凹があるが、ならしてみれば同じようになる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・石油価格の高騰や増税論議により先行き良いムードではないが、愛知万博の影響で商店街でも外国人を見かけるなど売上は多少伸びており、当分は現状維持でいけそうである。
		一般小売店〔薬局〕 （経営者）	・東海地方ではイベントが多く、その影響で地方の商店は最悪の状態が続く。
		百貨店（売場主任）	・今はクリアランス前で下見の客が多いが、値下げをすると売上は増加する。
		百貨店（売場主任）	・クリアランス待ちの客が多く、特に動きが良いアイテムもない。今後も買い控えは続く。
		百貨店（企画担当）	・愛知万博の土産は好調を維持できるが、その他の百貨店商材では伸び悩みが続く。
		百貨店（経理担当）	・紳士用品雑貨は長期低迷していたが、クル・ビズによる影響が伸びており、今後も調子を維持する。
		百貨店（外商担当）	・昨年暮れの景気の良さは消えて、高額品は特に買い控えムードに戻っている。今後もこの状況は続く。
		スーパー（店長）	・6月は割引特典や送料無料サービスがあるため売上は増加したが、お中元の動きはほぼ前年並みである。このような客の動きは例年通りで、今後も変わらない。

スーパー（店長）	・原油の高騰により仕入れ価格の値上げなどが今後も続くともみられ、回復は考えられない。
スーパー（店員）	・チラシを入れると来客数は増えるが、それ以外では低迷している。今後は夏休みに向けて愛知万博などの外出が増えるため、来客数は見込めない。
スーパー（仕入担当）	・来客数は101%前後で推移し、愛知万博関連商品や愛知万博のチケットなどの売上がプラスに寄与しているが、それ以外に変化はなく、今後は天候など外的要因に左右される。
コンビニ（エリア担当）	・天候に大きく左右される状況であり、また8月末に向けて競合出店もさらに厳しくなる。
コンビニ（売場担当）	・愛知万博が終了するとどうなるかわからない。
家電量販店（経営者）	・原油価格の高騰でデフレ幅は縮まるが、消費の勢いは良くなっておらず相変わらず景気の足を引っ張る。
乗用車販売店（従業員）	・夏のボーナス商戦真っ只中であるが、手応えはさっぱりである。やはり客の財布のひもは堅い。今後の販売予測も立ちにくい。
乗用車販売店（従業員）	・ボーナス時期であるが、例年に比べて来客数は減少している。前年以上に悪くなるとも考えられないが、消費先は自動車ではなく他に向けられている。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・年度初めは1年間の動きを占うが、このところの客の動きは今ひとつだったため、横ばいが続く。
その他小売〔貴金属〕（経営者）	・各小売店への来客数は年々減少している。催し物などでがんばり現在の状況を維持する。
一般レストラン（経営者）	・周辺の店は相変わらず次々とシャッターを下ろしており、今後も期待できない。
一般レストラン（経営者）	・気候によって来客数が変動する状況にあり、このまま暑さが続けば伸びをある程度期待できるが、楽観はできない。
一般レストラン（スタッフ）	・この数が月間は、以前と比べ少し悪くなりかけた状況から変わっていない。今後も変わる気配はない。
都市型ホテル（スタッフ）	・愛知万博終了までは引き続き客の動きが期待できる。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は良くないが、問い合わせは多い。
旅行代理店（経営者）	・愛知万博開催中でもあるので、8月末まではこの調子で行く。
通信会社（サービス担当）	・増税の話題があり、一般の消費は現状維持である。
テーマパーク（職員）	・来客数の推移と予約状況を見ると今後もあまり変化はない。
ゴルフ場（経営者）	・予約数は昨年に比べて増加傾向にあるが、単価を引き下げないと予約が取れないケースも多く、ゴルファーの財布の中身は決して増えていない。ムードとしては景気は良くなっていると思うが、具体的な動きにはつながっていない。
ゴルフ場（企画担当）	・来場者数は先月から昨年実績や目標を上回り、好調の兆しが少し見え始めている。
パチンコ店（経営者）	・これまでの推移を見ると、来客数も販売量もあまり変化はない。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・半年前と比べても状況は全く変わっておらず、今後も厳しい状況が続く。
百貨店（企画担当）	・秋口は愛知万博終了後の反動や増税ムードのなか消費意欲の減退を懸念している。また去年は地元野球チームの優勝セールで売上を伸ばしたが、今年はその反動もある。
スーパー（経営者）	・購買単価、来客数、購買意欲とも悪化傾向で、良い材料は全くみられない。
スーパー（総務担当）	・客単価は2%ほど低下しており、安い品しか売れない。買い上げ単価も低下している。今後もこのような状況が続く。
コンビニ（経営者）	・ビール飲料以外の販売量はほぼ落ち着いてきているが、質や味より単価の安いものに消費者の志向が変わり定着しているため、前年並みの売上の確保は非常に難しい。
コンビニ（エリア担当）	・同業他社だけではなく、最近では百円ショップなど新参の競合店も増えており、競争は厳しくなる一方である。
コンビニ（エリア担当）	・単価が低下し続けている。さらにこれ以上ガソリン代が高くなり続けると、消費は抑えられる。
衣料品専門店（販売企画担当）	・従来の仕事だけでは、沈んでいく一方である。
家電量販店（店員）	・原油高騰の影響が徐々に及んでくる。

		乗用車販売店（経営者）	・増税案が発表されて以降、ファミリー消費が止まっている。辛うじて若年層に動きがある状態で、今後が心配である。
		住関連専門店（店員）	・来客数が減っている。万博を始めとする集客施設に流れており、小売店での購買は減少している。夏休みに向けてもこの傾向が続きそうである。
		都市型ホテル（支配人）	・愛知万博後は反動で落ち込みがある。
		旅行代理店（経営者）	・愛知万博に一極集中しており、観光地やリゾートホテルでは集客が伸び悩む。
		美容室（経営者）	・来客数は変わらないが、一人当たりの来店回数が減少傾向にあるため、今後が心配される。
		美容室（経営者）	・競争がどんどん激しくなっているため、今後も厳しい。
		設計事務所（経営者）	・比較的コストに合った企業の設備投資関連の設計業務が少なくなりつつある。
		住宅販売会社（企画担当）	・サラリーマン増税のニュースが出て以来、客の購入意欲は薄れている。
	悪くなる	コンビニ（店長）	・来客数は前年並みだが、買上個数の減少が売上の減少とつながっている。今後もまだまだ買い控えは続きそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・全体的に明るさがなく、活気もない。
		乗用車販売店（従業員）	・最近天候に影響される場合が多いが、今年の夏は暑くなりそうな気配なので悪くなる。
		設計事務所（営業担当）	・仕事量が減少しているため、当支店が閉鎖になる可能性が大きい。
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）	・新規の商談が活発化しており、景気が良くなる前兆がみられる。
		輸送業（エリア担当）	・愛知万博の開催期間中は、引き続き上昇傾向である。
		広告代理店（制作担当）	・新規取引はほとんどないが、提案中の企画物などが少しずつ形になっていく予定がある。
		広告代理店（経理担当者）	・多少の波はあるが、受注量増加の傾向は今後も続く。
		会計事務所（社会保険労務士）	・設備投資を考えている企業が多い。
	変わらない	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・仕事量は横ばいであるが、原油価格の高騰に伴う原材料高で價格的に厳しいため、内容的には悪くなる。
		金属製品製造業（従業員）	・工場の稼働率は多少上向くが、売上に つながるにはまだ時間がかかりそうである。
		一般機械器具製造業（販売担当）	・現在生産能力以上に受注がある状態であり、来年まで生産計画は決まっている。しかし原材料費が高騰しているにもかかわらず製品価格を上げられないため、これ以上景気が良くなることはない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・建設機械がやや好調を維持しており比較的受注はあるが、十分な水準までは期待できない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・鋼材、資材、副資材、油などの値上がり分を製品に転嫁してきているが、値上げに耐え切れないところも出てくる環境にあり、受注は横ばいあるいは下向くことが予想される。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・厳しいコスト競争の中、大型物件を受注できるかどうかポイントとなっている。また新製品投入による効果が現れ始め売上は回復する見込みであるが、原油価格の高騰は今後のコストや企業マインドにとって大きな懸念材料である。	
	電気機械器具製造業（従業員）	・新規受注によって売上増になっているが、原材料価格の上昇の影響がじわじわと効いており、不安材料である。全体としては現状維持である。	
	建設業（経営者）	・今後大手建設会社の仕事量が多少増えても、当社のような小さな建設会社では状況はあまり変わらない。	
	建設業（経営者）	・自動車製造業や物流関連の設備投資は堅調な動きを示しているが、建設業界などでは厳しい状況が続いている。	
	輸送業（従業員）	・石油製品や素材関係が値上がりしているが、関係する産業では、値上げや転嫁ができないと人件費、その他の費用を抑制せざるを得ず、景気を押し上げる要因は見当たらない。	
	輸送業（エリア担当）	・取引先の経営状態は安定しているが、中国など海外への生産移転が進んでおり、国内の貨物量は伸びず安定推移である。	

	輸送業（エリア担当）	・夏の暑い時期に向けて飲料の荷物が増えるが、今年は今のところ前年に比べてその動きが乏しい。	
	金融業（従業員）	・愛知万博により現時点においてはかなり良い経済効果があるが、数か月先は現状維持になりそうである。	
	金融業（企画担当）	・不動産の活発な動きは当面続く。ただし競争が激しいので、景気が良くなるとまでは言えない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告は微増できているが、増税報道による影響が心配である。	
	経営コンサルタント	・東京の資本が当地域に流れているが、中国輸出関連のための一時的なライン増強であるため、永続するかどうかはわからない。	
	公認会計士	・自動車製造関連以外の業種では景気は悪い。都市銀行の貸出姿勢も従前と全く変わっていない。	
やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・受注量は前年を上回っているため景気は回復傾向にあるが、数か月先は原油高に伴う原材料、動燃費の原価高の影響が出てくるため、やや悪くなる。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・7～9月の受注量は3～4%ほど減少する見込みである。	
	輸送業（エリア担当）	・軽油価格の高騰がトラック運送業界を直撃している。来月もリッター当たり2～3円の値上げ依頼通知が来ている。また運転手の運行管理についても、当局から厳しいチェックが行われるようになってきているため、見直しを余儀なくされている。	
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数となる新設住宅着工件数は、直近2～4月の件数がそれ以前の3か月間と比較して6.7%減少している。	
	金属製品製造業（経営者）	・将来の受注のもととなる見積件数が減少している。	
雇用関連	良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・来春新卒者への求人数が伸びており、既に昨年1年間の求人数の83%を占める勢いである。やや伸び悩んでいる卸小売業を含めて、すべての業種で前年同時期を上回っている。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・自動車製造関連、愛知万博関連の波及効果か、派遣注文は業種全般で増加傾向である。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・愛知万博で高騰した時給を嫌って採用を控えてきた地元の求人が、万博終了に合わせて活性化する動きがある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県下の有効求人倍率は依然として高く、人手不足が続いている。愛知万博終了前の2、3か月先には、広告による求人活動も活発化する。
		職業安定所（所長）	・高校教師を集めた会議で生徒の進路希望を確認したところ、例年より就職希望者が増えている。短大などへの進学希望者が就職希望に転向している。
		職業安定所（職員）	・在職者や自己都合退職者による求職者は増加しているものの、全体的に新規求職者は減少傾向にある。特に事業主都合による離職者は着実に減少している。管内企業の業績も好調を維持していることから、今後は有効求人倍率も上昇する。
		民間職業紹介機関（経営者）	・来春新卒者への求人の高まりに伴い思うように採用できなかった企業や、2007年以降の団塊世代の退職者増に関係した若年者採用、育成などに力を入れる企業などで、夏以降の求人はさらに活発化する。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・企業の求人意欲は活発だが、それに見合う人材を提供できない状態が今後も続く。	
	人材派遣会社（社員）	・愛知万博が終了した後は、具体的に伸びる要因が見つからない。今後も引き続き伸びることはなく、年内をめどに縮小される。	
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・ここ2～3か月やや減少していた自動車製造関連やIT関連の求人が再び伸びている。しかし求職者数の減少やスキルが合わない等の理由で雇用に結びつかないケースも多い。雇用のミスマッチは今後も続く。	
	求人情報誌製作会社（編集者）	・ここ数か月と比較すれば数字は悪化しているが、変動幅は大きくなく、今年に入ってからはほぼ一定のペースで求人がある。今後に関して特に情報もなく、現状を維持する。	

	新聞社 [ 求人広告 ] ( 営業担当 )	・企業の求人は相変わらず活発であるが、業種間、企業間で格差が大きい。この格差は拡大傾向にあり、特に中小の小売業の動きが相変わらず鈍いため、しばらくは現在の状態が続く。
	職業安定所 ( 職員 )	・雇用形態が非正規社員中心のままでは、収入も不安定で、労働者の雇用不安はなくなる。
	職業安定所 ( 管理部門 担当 )	・学卒求人がやや好調とみているが、年齢構成上の採用理由が多く、景気回復につながる要因とは考え難い。
	民間職業紹介機関 ( 職員 )	・求人の推移は3か月前と変わらない状況である。当地域の状況は落ち着いてきており、今後も現状が続く。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社 ( 編集長 )	・愛知万博の終了に向けて、これまで活発だった採用活動が全分野で収束を迎えつつある。
悪くなる	-	-