

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 やや良くなる	百貨店（売場主任）	・愛知万博の閉幕後は、客足は少しずつ百貨店に向いてくる。売上も来月から少しずつ増加することを見込んでいる。
		百貨店（企画担当）	・愛知万博閉幕後は来客数の減少が懸念されるが、店舗の改装効果により、歳暮商戦は期待できる。
		百貨店（外商担当）	・今後は周辺で大きなイベントもないため、徐々に客が戻る。
		スーパー（経営者）	・愛知万博が閉幕して地元は落ち着きを取り戻しつつあり、客の地元回帰が進んで売上は若干良くなる。
		スーパー（総務担当）	・客単価が5%以上も上昇しており、先行きは良くなる。
		衣料品専門店（企画担当）	・ずば抜けたトレンドは見当たらないが、ウォームピズへの関心など、消費者の購買意欲に少しずつ変化がみられる。
		その他小売〔総合衣料〕（店員）	・夏のクールピズに引き続き、秋はウォームピズのイベントなどが催されるため、今後は伸びる。
		一般レストラン（スタッフ）	・ここ1か月で来客数は若干増加しており、これから先も伸びていく。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行の増加に比例して収入も増加することは確実であり、今秋の利益は前年より増加することは確実である。
		ゴルフ場（経営者）	・8月ごろから予約数は上向きになっており、10月から12月の予約は前年を上回りそうで、久しぶりに良い状況になっている。
		ゴルフ場（企画担当）	・今後2、3か月の予約数は、前年並みに推移している。客単価もほぼ前年並みである。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・入校問い合わせ件数が、少しずつではあるが増加している。
			設計事務所（経営者）
変わらない		商店街（代表者）	・客の様子を見ていると、必要以外は買ってもらえない状態がまだ続いているため、急に良くなるという要素はない。
		商店街（代表者）	・愛知万博の閉幕後は、かえって全体的に落ち着くため、地元の商店街はやや良くなる。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・単価の低下が予想されるが、売上は急激には変化しない。
		百貨店（売場主任）	・愛知万博が閉幕し、気候も涼しくなったことから、秋冬物商品にもようやく動きが出ている。
		百貨店（企画担当）	・愛知万博の閉幕や競合店の新装開店による競争激化などのマイナス要因はあるが、主力の衣料品売上が秋冬シーズンの立ち上がりから好調であるため、シーズンを通じて好調を期待でき、売上の下支えになる。
		百貨店（経理担当）	・10代向け婦人服が好調であり、今後もこの傾向が続く。
		スーパー（店長）	・ガソリン価格の高騰に伴い、今まで車で来店していた女性客が自転車で来店している。自転車の買物かごや荷台に荷物を積むのは大変なので、買物量が落ちている。今後もガソリン価格が高止まると、厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・原油価格の高騰の影響で買物袋、トレイなどの資材が高騰しており、営業利益を出しにくい状況が続いている。衝動買いも少なく、メモを持って余分な買物はしない買物行動が依然として多くみられ、この傾向は今後も続く。
		スーパー（仕入担当）	・愛知万博開催中は来客数が底上げされていたため、閉幕後は来客数の減少が心配されるが、客の購買意欲は上向きである。輸入食材、こだわり食材など、価格が多少高くとも安全でおいしい商品の動きが出てきている。
		コンビニ（エリア担当）	・愛知万博が閉幕し、関連商品の売上減少は既に始まっているが、他の新規サービス商品の売上増は見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・ガソリン価格高騰の影響もあり、客単価は下がり続けていたが、今月は大きく下がっている感じもなく、今が底である。もっとも、客単価が上昇に転じるほどのエネルギーもない。
		コンビニ（エリア担当）	・競合激化は今後も継続するが、愛知万博の勢いから今後も好調な売上となる。
		コンビニ（売場担当）	・愛知万博閉幕後は、例年通りの売上となる。
		コンビニ（商品開発担当）	・新商品の販売動向をみていると、今後も際立った改善は期待できない。
		家電量販店（店員）	・原油価格の高止まりが、冬に向かって響いてくる。

乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・若干ながら、今まで動きのなかったファミリー層に動きが出てきている。愛知万博の閉幕後は、多少なりとも消費意欲は高まる。
乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・年内の販売量は堅調に推移する。
乗用車販売店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・客の購入姿勢が厳しくなっているのが、会話の中で読み取れる。しばらくは新型車も出ないため、前年並みを維持するのがやっとなのである。
住関連専門店（店員）	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知万博が閉幕してしばらくの間は、小売店での購買は控えられる。
その他小売〔水産物卸売〕（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・仕入価格が上昇傾向であるのに対し、販売の動きは好転する様子がみられず、低調なまま推移していく。
高級レストラン（スタッフ）	<ul style="list-style-type: none"> ・都心店舗では愛知万博効果というプラス要因が消える一方で、郊外店では万博に流れていた客が戻ってくるため、全体としては大きな変化はない。
一般レストラン（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・現在のところ、昨年と同時期より来客数が多くなっている。このままの良い状態を今後も維持する。
一般レストラン（スタッフ）	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知万博閉幕間際の客の動きは活発であったが、その反動が今後出てくることも予想され、不透明な状況が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	<ul style="list-style-type: none"> ・婚礼以外の一般宴会の予約が、前年に比べて悪い状況にある。
旅行代理店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知万博が閉幕し、今後は反動で家族旅行が増えてくる。
通信会社（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知万博の閉幕後、原油高などのマイナス要因はあるものの、年内は今のペースをキープする。
通信会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・良くなる材料が見つからない。ただし、人件費は相当削減しているため、収益面では相殺される。
ゴルフ場（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・会員権の名義変更料を期限付きで半額にしたり、証券分割して購入しやすい価格にしたりと、苦肉の策を取っているが、購入件数は思うように伸びない。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・介護用ベッドのレンタル価格の低下や、メーカーによる低価格新商品の発売により、利益率は低下する。
住宅販売会社（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・模様眺めの客のうち、消費税の増税を心配する人が住宅の購入を始めているが、景気が良くなるほどでもない。
住宅販売会社（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・アパート部門の契約は多少増えているが、住宅部門の先行きは不透明である。
住宅販売会社（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知万博に伴い周辺のインフラが整備され、地場の自動車産業の好況の影響もあり、アパートを中心にシングルユースの客の問い合わせや入居仲介が好調であり、今後もこの傾向は続く。
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）	<ul style="list-style-type: none"> ・引き合い件数からみて、新築住宅の受注は若干増えるが、リフォーム関係は少し落ち込む。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	<ul style="list-style-type: none"> ・努力の割に、売上は一向に伸びない。今後も同じである。
商店街（代表者）	<ul style="list-style-type: none"> ・原油価格の高騰により、石油関連商品の原材料費は極端に高くなっており、購買意欲がそがれる。
一般小売店〔酒〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知万博の閉幕後は、地元客が商店街に戻ってくる。ただし、原油価格の高騰により、ガソリンを始めレジ袋、ポリ容器、建築資材、タイヤ等も値上がりしてくるため、心理的に出費を抑える方向に働き、先行きの景気は厳しい。
百貨店（売場主任）	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知万博の効果により今後半は来客数が非常に増えていたが、今後は反動で来客数は減少する。
コンビニ（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・今のままでは悪くなる一方であるが、設備投資するにもなかなか決め手がなく、ちゅうちょしている。しばらくは様子見である。
家電量販店（店員）	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知万博の閉幕後は一段落するが、大型プラズマテレビ以外の商品の動きは鈍く、今後も厳しい状況が続く。
その他専門店〔貴金属〕（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・前年比売上が80%前後という厳しさは今後も続く。閉店セールを始める同業者もいる。
一般レストラン（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・夏期の消費が好調であったので、涼しくなるにつれて家計は引き締められる。
観光型ホテル（スタッフ）	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知万博の特殊需要の支えがなくなり、その反動でしばらく低迷する。
都市型ホテル（支配人）	<ul style="list-style-type: none"> ・原油価格の高騰により、リネンサプライ業者などが便乗とも取れる値上げを打診してくる一方で、それを売値に反映させることは難しい。
都市型ホテル（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・愛知万博の閉幕後は、予約件数が減少している。

		都市型ホテル（スタッフ）	・愛知万博が閉幕し、宿泊部門は目立って厳しい状況である。
		タクシー運転手	・愛知万博の閉幕後は観光客がかなり減少し、このところ良かったタクシー業界の売上もかなり減少する。
		テーマパーク（職員）	・冬季に向けて、スキー、スノーボード業界が苦戦しているという情報が出始めている。
	悪くなる	都市型ホテル（経営者）	・9月までは愛知万博の影響で来客数は多かったが、万博閉幕後は当然悪くなる。
企業 動向 関連	良くなる	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築住宅着工件数が、直近3か月の比較で19.6%増加している。
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・2～3か月先の受注量、販売量は、現在より4～8%の増加が見込まれる。
		窯業・土石製造業（社員）	・新開発製品の使用実績が良く、他社でも評価試験の実施が決まった。今後は更なる拡販を期待できる。
		輸送用機械器具製造業（統括）	・主力取引先の業況が回復し、新車の発売もこれから順次進む。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・高価格帯製品の売行き見通しも、悪くない状況である。
		建設業（経営者）	・自動車産業では、裾野までかなり強い設備投資の動きがある。この傾向は年内は続く。
		輸送業（エリア担当）	・引き続き自動車関連の荷動きが好調であり、この状況はしばらくは続く。
		経営コンサルタント	・ハウスメーカーの話では、キャンペーンへの来場者数がこのところ上向きになってきており、住宅購入意欲は少しずつ改善している。
		会計事務所（社会保険労務士）	・新しい販路を開拓して伸びている会社もあれば、従前のままの会社もあるが、全体的にみれば仕事量は増えている。一時期のような極端な単価下げ要求も少なくなっている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・今年度は案件が多々あり、売手市場が今後も続く。
		変わらない	金属製品製造業（経営者）
	一般機械器具製造業（販売担当）		・生産は来年3月までフル稼働の状態にあり、売上は高水準で推移する。しかし、原材料費や運賃が高騰しているため、利益面では圧迫される状況は変わらない。
	電気機械器具製造業（経営者）		・新製品の投入により案件は増えてきているが、大きく販売高に結びつくには多少時間がかかるため、販売高はほぼ横ばいである。収益面では、石油関連の原材料費の上昇が、今後部材価格等を押し上げるようなら、大きく影響してくる。
	電気機械器具製造業（経営者）		・まだまだ厳しい環境は変わっていない。一部では悪化している製品もある。機種によっては大手向けの増産や生産依頼が発生しているが、全体的には良くなる感じはない。
輸送用機械器具製造業（総務担当）	・新しい商談は思った以上に活発であるが、増収減益の傾向もあり、今後も変わらない。		
建設業（経営者）	・受注量は増えているが、単価がかなり低く、値引合戦になっている。住宅着工件数、受注量が伸びても、工事量、受注額は景気の良い時期の半分である。		
輸送業（エリア担当）	・特定の荷主の荷物量は増えているが底上げ感はなく、徐々に荷物量が増えているという傾向もみられない。		
広告代理店（制作担当）	・競合他社との価格競争も相変わらず厳しいため、現状維持が続く。		
やや悪くなる	化学工業（企画担当）		・これまでは中部国際空港、愛知万博関連で景気が良かったが、今後はその反動も予想され不透明である。
	金属製品製造業（従業員）		・仕事量は増え忙しくなるが、採算が取れるかどうかはみえにくい。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・ガソリン価格の高騰に伴う輸送賃の上昇もあり、原材料である鉄の価格が低下しないと、原価が上昇し採算が厳しくなる。	
	輸送業（従業員）	・運輸業は、輸送物量の伸び悩みと原油高騰による燃料費の高騰で、経営が大きく圧迫されている。特に当社が利用するフェリー業界では燃料費の上昇に伴い値上げを強く要求されており、輸送費の上昇で大変厳しい経営環境にある。	
	輸送業（エリア担当）	・燃料費が毎月値上がりしているにもかかわらず、運賃の見直しが出来ないため、燃料の値上がり分だけ収支は悪くなっていく。	
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	民間職業紹介機関（経営者）	・新規学卒者の採用長期化と未充足企業による中途採用活動が、年末にかけて本格化する。

	学校 [大学] (就職担当)	・機械器具メーカーの売上増や設備投資増に伴い、求人が増えている。工作機械関係、物流関係、分譲住宅マンション関係の求人意欲も依然として高い。
やや良くなる	人材派遣会社 (社員)	・人材不足解消のため、愛知万博閉幕後の万博スタッフの獲得に努めているが、製造業を中心に人手不足は依然として続いている。
	人材派遣会社 (社員)	・愛知万博の閉幕後は派遣登録者が名古屋市内に戻ってくるが、企業も募集を増やす傾向にあり、採用数の増加につながる。
	求人情報誌製作会社 (編集者)	・求人数は増加しているが、企業の人事担当者からは条件に合った人材が不足しているという声をひんばんに聞く。製造業のアウトソーシング企業をはじめ、採用に意欲的な企業は多いが、人材不足は続いているため、企業は今後も積極的に採用していく姿勢である。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・技術系が中心であるが、正社員募集は活発になっている。製造業で生産が追いつかないほどの受注を抱えているところも出てきている。これまで低迷していた中小企業も、仕事がまんべんなく入ってきており、全体的に潤い始めている。
	職業安定所 (所長)	・9月中旬に来春高校卒業予定者の採用試験が実施されたが、採用予定者を確保できずに引き続き募集する企業が多くみられる。
変わらない	人材派遣会社 (社員)	・相変わらず企業からの派遣ニーズは堅調である。
	アウトソーシング企業 (エリア担当)	・深刻な労働者不足の状況は変わらない。その確保のための対策として、ニート、ホームレス、外国人研修生など、考えられる限りのあらゆる対策を探りつつある。
	求人情報誌製作会社 (企画担当)	・愛知万博後の人材需要の動きが出つつあるが、まとまった大きな動きではなく、横ばい程度である。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・企業の求人、採用意欲はあるが、求人広告を出してもミスマッチなどにより採用の実績が上がらないため、出稿の手控えもある。昨年の万博、空港ほどの追い風は期待できない。ただし、自動車関連の好調は維持されるため、求人全体としては横ばいが続く。
	職業安定所 (職員)	・原油価格が高騰し収益を圧迫するなか、価格への転嫁もできず、企業は人件費削減で対応している状況にあり、厳しさは続く。
	職業安定所 (職員)	・求人増加は一部企業の大量求人によるものである。8月の新規求人においては、管内主要産業である輸送用機械器具製造業でも、前年比で36%も減少している。サービス業では26%減の厳しい状況である。
	職業安定所 (職員)	・企業の倒産、リストラもあるので、はっきり上向いているとは言えない。
職業安定所 (管理部門担当)	・新規求人意欲は横ばいで推移しているが、その多くは中途採用で、しかも優秀な人材を求めており、景気好調によるものではない。	
	学校 [専門学校] (就職担当)	・愛知万博が閉幕し、各企業で採用を控える傾向があるが、万博会場で雇用されていた人材が就職活動を始めることにより求職過多になることを、学校の就職課では懸念している。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-