

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（-：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<br>動向<br>関連  | 良く<br>なっている   | 一般小売店〔土<br>産〕（経営者）  | 来客数の動き | ・台風の上陸もなく好天に恵まれ、観光客数は10%近く伸びている。来客数も増加しており、土産物購入の客単価も順調に回復している。  |
|                 | やや良く<br>なっている | 商店街（代表<br>者）  | 販売量の動き | ・地元プロ野球チームが優勝し、客の購買意欲は向上しており、売上につながっている。   |
|                 |               | 一般小売店〔贈<br>答品〕（経営<br>者）   | お客様の様子 | ・客の様子は明るくなってきている。財布のひもは少しずつ緩んでおり、来客数は増加している。祝い事の贈物やそのお返しも活発になっており、贈答の相乗効果がみられる。                                    |
|                 |               | 一般小売店〔高<br>級精肉〕（企画<br>担当）   | 販売量の動き | ・品質の良い商品の売行きが良くなっている。  |
|                 |               | 百貨店（売場主<br>任）   | お客様の様子 | ・少し寒くなったため、冬物が少しずつ動き始めている。最近ではスーツを新調した客のほとんどが靴売場にも立ち寄りしており、購入していく。   |
|                 |               | 百貨店（企画担<br>当）   | 販売量の動き | ・地元プロ野球チームの優勝セールが大きく貢献している。ただし、セール後の反動も大きい。  |
|                 |               | 百貨店（経理担<br>当）   | 販売量の動き | ・地元プロ野球チームの優勝セールにより好調である。  |
|                 |               | 百貨店（外商担<br>当）   | お客様の様子 | ・地元プロ野球チームの優勝セールで来客数が増加し、売上も前年同月比でプラスになっている。訪問販売をしても客の反応は良い。   |
|                 |               | スーパー（店<br>長）  | 来客数の動き | ・来客数の増加が顕著である。客単価も若干伸びている。   |
|                 |               | スーパー（総務<br>担当）  | 来客数の動き | ・来客数が3%ほど増えている。  |
|                 |               | スーパー（営業<br>担当）  | 販売量の動き | ・既存店の販売点数は前年同月比で104.8%であり、来客数も同103.5%と増加している。客単価は前年並みであるが、3か月前と比べると好調を維持している。地元プロ野球チームの優勝セールという特殊要因もあるが、好況感は続いている。 |
|                 |               | スーパー（仕入<br>担当）  | 来客数の動き | ・地元プロ野球チームの優勝セールもあり、来客数は前年を上回る日が続いている。   |
|                 |               | コンビニ（エリ<br>ア担当）   | 販売量の動き | ・地元プロ野球チームの優勝や自動車関連企業の好況が、販売量、来客数に良い影響を与えている。  |
|                 |               | コンビニ（エリ<br>ア担当）   | それ以外   | ・売上は前年同月比で100%を超えており、客の購買意欲もおう盛である。  |
|                 |               | コンビニ（エリ<br>ア担当）   | 単価の動き  | ・来客数は依然として前年割れしているが、客単価は改善が見られ、客単価は前年を上回りつつある。   |
|                 |               | コンビニ（商品<br>開発担当）  | 販売量の動き | ・名古屋市内を中心に、弁当、おにぎりなどの販売が回復してきている。前年割れしている商品や地域も少なくなっている。   |
|                 |               | 家電量販店（店<br>員）   | お客様の様子 | ・来客数、単価、販売量等の個々の動きは大きくないが、地域の住宅建設が活発化しており、良い影響が出始めている。   |
|                 |               | 住関連専門店<br>（営業担当）  | 販売量の動き | ・住宅関係では、賃貸、分譲マンションが増加しており、リフォーム需要が増えてきている。また、民間企業の設備投資による工場やオフィスが増加している。   |
|                 |               | その他飲食〔仕<br>出し〕（経営<br>者）   | 販売量の動き | ・配送費や温室栽培の農産品の仕入値に影響を与える石油価格がこのところ落ち着いており、一定の売上、利益を確保できている。  |
|                 |               | 都市型ホテル<br>（支配人）   | 来客数の動き | ・宿泊は、来客数、単価とも前年同月を上回っている。忘年会の問い合わせも例年より多い。   |
| 旅行代理店（経<br>営者）  | 販売量の動き        | ・職場での海外旅行や忘年会等が増加傾向である。   |        |  |
| 旅行代理店（経<br>営者）  | 来客数の動き        | ・販売量に変化はないが、来客数は増えている。  |        |  |
| タクシー運転手         | お客様の様子        | ・交通違反の取締り強化に伴い、生活に余裕のある客による夜のタクシー利用が増えている。  |        |  |
| 住宅販売会社<br>（従業員） | 販売量の動き        | ・東京から回帰する企業が増えている影響で、名古屋市中心部など利便性が良い場所では、賃貸マンションの需要が増えている。特に証券化による投資目的も含め、高級化が顕著になっている。 |        |  |

変わらない

|                |         |  |
|----------------|---------|--|
| 商店街（代表者）       | お客様の様子  | ・名古屋地区ではお祭りや地元プロ野球チームの優勝などがあり、中旬から売上は多少上向いている。ただし、全体としては変わらない。                                 |
| 一般小売店〔生花〕（経営者） | 来客数の動き  | ・客単価は相変わらず低いが、来客数は増加している。  |
| 一般小売店〔書店〕（経営者） | 販売量の動き  | ・来客数はあまり変わらないが、販売量は少しずつ減少している。ゲームソフトの販売は、インターネットでダウンロードする客が増えていることも影響している。                     |
| 百貨店（売場主任）      | お客様の様子  | ・地元プロ野球チームの優勝セールの対象商品は良く売れているが、気候が暖かいせいか、プロパー商品、特にブルゾンやコートの動きは鈍い。                              |
| 百貨店（企画担当）      | 販売量の動き  | ・地元プロ野球チームの優勝セールにより、売上のかさ上げができています。また、紳士服や婦人雑貨は好調を維持している。その一方で、気温の下がり方が鈍いこともあり、特に婦人服の売上は低調である。 |
| 百貨店（販売促進担当）    | お客様の様子  | ・地元プロ野球チームの優勝セールで売上は伸びているものの、正規価格の商品の売上は前年割れで推移している。月後半は気温の影響と優勝セールの反動で売上は伸び悩んでいる。             |
| スーパー（経営者）      | お客様の様子  | ・食品の売上は伸びておらず、相変わらず消費者は買物に慎重である。   |
| スーパー（店長）       | 単価の動き   | ・客単価は前年の98%前後で推移しており、変化は依然として見られない。原油価格高に伴い商品価格も値上がしているが、買い控えにより買上点数が減少しており、全体として変化は見られない。     |
| スーパー（店員）       | 販売量の動き  | ・地元プロ野球チームの優勝セール等の企画日には、来客数、販売量とも増えるが、全体的には3か月前と比べてそれほど変わっていない。                                |
| コンビニ（経営者）      | 販売量の動き  | ・売上、来客数は横ばいか微増である。しかし、利益確保は全くできていない。   |
| 衣料品専門店（販売企画担当） | 販売量の動き  | ・注文点数の減少が続いている。  |
| 衣料品専門店（企画担当）   | 販売量の動き  | ・定番商品の販売量は増えているが、その分パーゲン商品の販売量が減っており、全体的には大きく変わっていない。  |
| 家電量販店（店員）      | 販売量の動き  | ・パソコン用地上デジタルチューナーや地上デジタルテレビへの買い換え需要は増えているが、他の商品の動きはあまり良くない。                                    |
| 乗用車販売店（経営者）    | 販売量の動き  | ・7月以降、販売は比較的堅調に推移している。来客数はそれほど多くないが、既存客を含めて来店客の成約率が上昇している。                                     |
| 乗用車販売店（従業員）    | 単価の動き   | ・販売台数は前年並みを維持している。しかし、他店との競合が激化しており、利益率は大幅に低下している。   |
| 乗用車販売店（従業員）    | お客様の様子  | ・客との会話では、全体的には明るい印象を受ける。ただし、良い客と悪い客の差が激しい。   |
| 乗用車販売店（従業員）    | 販売量の動き  | ・主力車種のフルモデルチェンジにより、来客数、商談件数は大きく伸び、店頭にも活気がある。しかし、月の後半から商談期間が延びる傾向にあり、盛り上がりは山を越えている。             |
| 乗用車販売店（従業員）    | 販売量の動き  | ・特に変化もなく、前年並みで推移している。  |
| 自動車備品販売店（経営者）  | 販売量の動き  | ・タイヤ、AV商品共に不調で、売上は全体的に伸びていない。今月も苦戦している。  |
| スナック（経営者）      | 来客数の動き  | ・地元プロ野球チームが活躍している影響で、試合日の来客数が減少している。その一方で、異動者の歓送迎会の団体客が増え、売上は引き続き前年同月比で1割ほど増加している。             |
| 都市型ホテル（スタッフ）   | お客様の様子  | ・客は依然として賢くお金を使っており、衝動買いをしない。子供用の割引特典はあるが大人にはないようなプランは、全く利用されない。                                |
| 都市型ホテル（スタッフ）   | 来客数の動き  | ・来客数は増えているが、単価は伸びていない。   |
| 旅行代理店（経営者）     | 競争相手の様子 | ・航空会社のコスト削減などにより、大手以外の旅行会社では採算が取れなくなっている。  |

|             |                    |                       |   |
|-------------|--------------------|-----------------------|---|
|             | 旅行代理店（従業員）         | それ以外                  | ・旅行業界は天候や国内外の治安情勢に左右されるが、現在のところ変化はなく、様子見の状況である。   |
|             | 通信会社（企画担当）         | 販売量の動き                | ・料金値下げを発表したが、解約数こそ頭打ちになっているものの、新規契約数に大きな変化はなく、まだまだ厳しい。  |
|             | 通信会社（開発担当）         | お客様の様子                | ・携帯電話の契約会社変更がしやすくなったが、加入数の変動は小さい。   |
|             | ゴルフ場（企画担当）         | 来客数の動き                | ・予約人数は少しずつ増えてきているが、プレー料金の設定が他のゴルフ場よりも高くなると予約人数も悪くなる。  |
|             | パチンコ店（経営者）         | 販売量の動き                | ・引き続き、販売量、来客数とも動きはやや悪い。   |
|             | 理容室（経営者）           | お客様の様子                | ・理容業では10分1,000円といった店が増えているため、相変わらず大変である。  |
|             | 美容室（経営者）           | お客様の様子                | ・ヘアカラーなどの美容商品が普及している影響で、ヘアカラー客が減少している。  |
|             | 理美容室（経営者）          | 来客数の動き                | ・今月は暖かい日が続く、例年同様の来客数がある。  |
|             | 設計事務所（職員）          | 単価の動き                 | ・金利の先高感から、若い世代の夫婦から住宅建築の相談や受注を受けている。  |
| やや悪くなっている   | 商店街（代表者）           | 来客数の動き                | ・来客数は今月に入って減少傾向にあり、販売量、売上とも伸びていない。同業者の話などを総合しても、来客数は減少している。   |
|             | 一般小売店〔酒〕（経営者）      | 販売量の動き                | ・好天が続く月半ばまでは商店街への客も多く、イベントにも例年以上に人が集まり盛り上がっている。それに伴い、店頭での売上は増加している。その一方で、飲食店や料飲店への販売量が、飲酒運転の取締り強化の影響で極端に落ち込んでいる。全体的にみると、前年同月の売上を下回っている。 |
|             | 百貨店（企画担当）          | 単価の動き                 | ・来客数は増加しているが、客単価は低下している。慎重に買物をする客が増えている。  |
|             | スーパー（経営者）          | 来客数の動き                | ・近隣で大型店が1店舗開店したため、周囲の店では特売競争が始まっており、当店の来客数は減少している。  |
|             | コンビニ（店長）           | 販売量の動き                | ・来客数の減少に伴い、販売量が減少している。  |
|             | 衣料品専門店（売場担当）       | 販売量の動き                | ・暖かい日が続く、冬物商品の動きが鈍くなっている。また地元プロ野球チームの優勝セールを見込んで、買い控えがある。  |
|             | 乗用車販売店（経営者）        | 販売量の動き                | ・個人間でも、企業間でもかなりの格差が生じており、年齢によっても購買動向にかなりの違いが生まれている。客の動きは限定的である。   |
|             | その他小売〔総合衣料〕（店員）    | 販売量の動き                | ・例年に比べて気温が高く、秋物衣料の販売量は減少している。そのため、全体の販売量も減少している。  |
|             | その他小売〔水産物卸売〕（経理担当） | 販売量の動き                | ・客の経済状況が悪化しており、当社の売上も伸び悩んでいる。   |
|             | 高級レストラン（スタッフ）      | 来客数の動き                | ・サラリーマンが多い平日の夕食客の減少が続いている。  |
|             | 一般レストラン（経営者）       | 来客数の動き                | ・日曜日の来客数に、ばらつきが目立つ。コンビニに客が流れている。  |
|             | 観光型ホテル（経営者）        | 来客数の動き                | ・今年の前半は昨年の愛知万博開催に伴う反動増があったが、今月は次第に悪化し始めている。   |
|             | 通信会社（サービス担当）       | お客様の様子                | ・最近、使用頻度の少ない有料サービスを解約する客が目立つ。また、廃業に伴う電話の解約や、契約回線数の節約を希望する客が増えてきている。   |
| 住宅販売会社（経営者） | 競争相手の様子            | ・値引きをしないと売行きが悪い状況である。 |   |
| 悪くなっている     | 商店街（代表者）           | 販売量の動き                | ・大型店の出店が止まらず、中小の店舗は廃業に追いやられている。   |
|             | 衣料品専門店（経営者）        | 来客数の動き                | ・気温がなかなか下がらないため、来客数は極端に少ない。新しい商品を勧めても、暖かくてこの前買った商品をまだ着ていないと言われる。  |
|             | その他専門店〔貴金属〕（店長）    | 単価の動き                 | ・高額商品を購入する客がいらない。以前は商品選択に迷うと価格が高い方を購入する客の割合が高かったが、最近では安い方に決まる。  |

|        |           |                     |              |  |  |
|--------|-----------|---------------------|--------------|--|--|
|        |           | 一般レストラン（経営者）        | 来客数の動き       | ・当地区では公共交通機関があまり発達していないこともあり、飲酒運転の取締り強化に伴い、来客数はかなり減少している。                                |  |
|        |           | 美容室（経営者）            | 来客数の動き       | ・昨年と比べて来客数は大幅に減っており、イベントを企画しても来客数の変動はあまりない。  |  |
| 企業動向関連 | 良くなっている   | 出版・印刷・同関連産業（経営者）    | それ以外         | ・取引先の話では、製造業はピークを迎えているとのことである。   |  |
|        | やや良くなっている | 窯業・土石製品製造業（社員）      | 受注量や販売量の動き   | ・受注量は増えて忙しいが、利益は伴っていない。原材料価格の値上がりを製品価格に転嫁できていないのが原因である。                                  |  |
|        |           | 建設業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・企業の設備投資意欲はおう盛である。見積依頼がかなり増えており、対応できない案件も生じている。  |  |
|        |           | 建設業（総務担当）           | 取引先の様子       | ・企業では生産性向上のための設備投資が活発に行われている。  |  |
|        |           | 会計事務所（職員）           | 取引先の様子       | ・不動産売買の案件が増加しているが、資金に困って処分する例は少なく、積極的な資産活用である。   |  |
|        |           | 会計事務所（社会保険労務士）      | 取引先の様子       | ・顧問先では売上、利益とも上昇傾向の企業が多い。   |  |
| 変わらない  |           | 一般機械器具製造業（経理担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・産業用機械の受注は順調であるが、発電用機械の受注は重油、都市ガスの価格高騰もあり伸び悩んでいる。  |  |
|        |           | 一般機械器具製造業（販売担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・大型プロジェクトの引き合いもあるが、受注時期がはっきりせず延期が続いている。  |  |
|        |           | 電気機械器具製造業（企画担当）     | 競争相手の様子      | ・競合企業の年末商戦に向けた新製品の投入が活発である。当社の売上も、製品によるばらつきはあるものの、全般的に堅調である。                             |  |
|        |           | 電気機械器具製造業（営業担当）     | 取引先の様子       | ・まとまった設備投資が迅速に進む気配はまだない。   |  |
|        |           | 輸送用機械器具製造業（統括）      | 受注量や販売量の動き   | ・主力取引先の業績は回復途上にあり、まだしばらく時間が掛かる。  |  |
|        |           | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当）  | 取引先の様子       | ・引き続き、自動車部品の増産要請がある。自動車輸出に向けた出荷が多い。  |  |
|        |           | 輸送業（経営者）            | 受注価格や販売価格の動き | ・軽油価格の高止まりが続いているが、まだ運賃に転嫁できておらず、以前と変わらない。  |  |
|        |           | 輸送業（従業員）            | 受注価格や販売価格の動き | ・輸送物量は1年半ほど減少が続いていたが、やっと下げ止まりつつある。   |  |
|        |           | 輸送業（エリア担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・例年この時期はクリスマス商戦に向けて貨物量が増えるが、今年はそのような傾向はなく、横ばいである。  |  |
|        |           | 通信業（営業担当）           | 取引先の様子       | ・企業の投資意欲は依然として向上していない。   |  |
|        |           | 金融業（企画担当）           | 取引先の様子       | ・企業、個人とも不動産、住宅の取得意欲はおう盛であり、不動産は引き続き動いている。  |  |
|        |           | 広告代理店（制作担当）         | 取引先の様子       | ・企業からの発注量はほとんど変わらず、現状維持が続いている。   |  |
|        |           | 公認会計士               | それ以外         | ・顧問先の中小企業の収益は、元請による厳しいコスト削減要請や人件費高、原材料費高などにより、大幅に悪化している。また、金利高は、借入過多の中小企業の財務に負担になり始めている。 |  |
|        |           | 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   | ・IT投資の案件はあるものの、規模が小型化している。   |  |
|        |           | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・企業は新規の設備投資に積極的でなく、受注量は前月に続き減少している。ただし、大きく落ち込むほどでもない。競合企業でも横ばい状態が続いている。                  |  |
|        | やや悪くなっている |                     | 鉄鋼業（経営者）     | 受注価格や販売価格の動き   | ・中小企業の仕事量は、停滞又は減少傾向にある。また、原材料費が上昇しているが、価格競争が厳しく、受注価格に転嫁できていない。零細企業の採算性は悪化している。 |
|        |           |                     | 金属製品製造業（従業員） | 取引先の様子   | ・原材料価格が高騰し、品不足もあって深刻であるが、取引先は製品価格への転嫁を認めてくれない。忙しいが、利益につながっていない。                |

|               |                |                 |  |   |
|---------------|----------------|-----------------|--|---|
|               |                | 輸送業（エリア担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・当社の運搬貨物量は、0.7%減少している。  |
|               |                | 金融業（従業員）        | 取引先の様子   | ・取引先企業の経営者からは、仕事量が多い割には利益が少ない、経営が非常に苦しい、といった話をよく聞く。   |
|               |                | 行政書士            | 取引先の様子   | ・原油価格高騰の影響で、企業は設備投資を控えている。  |
|               | 悪くなっている        | 窯業・土石製品製造業（経営者） | それ以外   | ・今期は前年同期と比較すると、増収増益である。ただし、新規事業の売上が予定を下回っているため、設備投資の減価償却費と人件費が累積しており、厳しい状況になっている。   |
|               |                | 金属製品製造業（経営者）    | 受注価格や販売価格の動き   | ・原材料価格の高止まりを販売価格に転嫁できない状況が続いている。  |
| 雇用<br>関連      | 良くなっている        |                 |  |   |
|               | やや良くなっている      | 人材派遣会社（社員）      | 求人数の動き   | ・自動車関連からの派遣依頼は、引き続き高水準である。ただし、人材不足が慢性化しており、応じきれていない。  |
|               |                | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き   | ・求人数は2か月連続して増加している。特に衣料、繊維製品製造業、プラスチック製品製造業で増加が目立つ。   |
|               |                | 職業安定所（職員）       | 採用者数の動き  | ・新規求人数、採用件数とも増加している。派遣、請負だけでなく正規社員も増加している。  |
|               |                | 民間職業紹介機関（職員）    | 求人数の動き   | ・求人数は相変わらず高水準で推移している。   |
|               | 変わらない          | 人材派遣会社（経営企画）    | 周辺企業の様子  | ・客の要望は、量から質に変化してきている。   |
|               |                | 人材派遣会社（社員）      | 求職者数の動き  | ・求職者数は依然として増加していないが、1年前と比べると若干増えている。ただし、すぐに就業可能な者や企業のニーズに見合う人材の登録者の数は変化していない。   |
|               |                | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | 雇用形態の様子  | ・静岡県西部地区では、正社員募集が多いが、人材の質を重視しておりマッチングが難しい。他社からの転職者に限られ、正社員にフリーターが応募しても相手にされない。<br>・静岡県東部地区では、観光が低迷しており、軽雇用求人割合が高く求人数も微減である。 |
|               |                | 職業安定所（所長）       | 雇用形態の様子  | ・新規求人数は、多少の増減はあるが高水準で推移している。ただし、非正規雇用の求人が6割以上を占めており、正規雇用を望む求職者とのかい離が続いている。  |
|               |                | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き   | ・有効求人数は4か月連続して前年比で増加しており、企業の手不足は解消していない。ただし、派遣など非正規雇用の求人割合が依然として高い。正社員雇用はそれほど進んでいない。  |
| 職業安定所（管理部門担当） |                | 雇用形態の様子         | ・有効求人倍率は、9月は1.80と依然として高い。しかし派遣、請負求人割合が4割強を占めている。                       |   |
| やや悪くなっている     | 人材派遣会社（営業担当）   | 周辺企業の様子         | ・繁忙対応の求人は落ち着く傾向にあり、納期の遅れなども解消しつつある。受注状況も一段落している。                       |   |
| 悪くなっている       | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き          | ・企業では求人広告しても十分な人材確保ができないため、求人広告の出稿を減らしている。企業は人材紹介や派遣社員に依存せざるを得ない状況である。 |   |