

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 動向 関連	良く なっている やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・テナントへの入居数が増加している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・プロ野球関連のセールもあり、売上は順調に推移している。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・客単価は横ばいであるが、来客数が前年同月比で3.5%ほど増加している。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・新商品に対する客の反応が良く、販売量が増えている。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売量は減少しているが、来客数が増加している。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・販売量は今一つであるが、来客数や問い合わせの電話は多く、どちらかと言えば良くなっている。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	販売量の動き	・涼しくなるに伴い、売上は例年どおり伸びている。
		都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・東京モーターショーの影響により、海外からの客が多く、増収につながっている。自動車メーカーによる法人利用も、好調である。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・当店は高齢客が多いが、2、3か月前は暑くて客の出足が悪かったため、今月になって来客数は徐々に増加している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客の住宅取得意欲は、高まっている。
	住宅販売会社（企画担当）	お客様の様子	・来年が再来年に消費税率が上がるかもしれないと、新築を検討したり見積りを依頼する客が増加している。	
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・この数が月間、商店街の来客数は非常に少なく、販売量、売上共に苦戦している。イベント時の来客数はあるが、それ以外、特に週初めの来客数が少ない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・気候が良くなるにつれて、来客数が増加し、販売量も増加している。しかし、例年の動きの範囲内にあり、ここ数か月間の落ち込みをカバーするまでには至っていない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・誕生日に花束を贈る客が増えてきている。しかし、全体の来客数は、やや減少している。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	販売量の動き	・猛暑は過ぎたが、売上は横ばいのままである。当店が入店している駅前のショッピングセンターでは、特に土日の来客数が激減している。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	来客数の動き	・当店が販売している商品の単価は比較的高いため、新規客の再来店につながっていない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	来客数の動き	・客単価が、相変わらず低い。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・店内の改装が終了し、売場は落ち着いてきている。以前は平日昼休みの来客数が多かったが、今は閑散としており、夕方になってやっと増える。土日は、3時ごろまではほとんど来客数がない。売上は厳しい状況である。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・プロ野球関連のセール効果もあり、売上は増加している。ただし、客はバーゲン品を購入するだけで、定番商品は購入していない。
		百貨店（婦人服販売担当）	お客様の様子	・秋物商品が、徐々に動き始めている。客単価には大きな個人差があるが、納得した商品であれば、まとめ買いや高額商品の購入もある。
スーパー（経営者）		お客様の様子	・値上げした商品が多かった影響で、売上目標を久しぶりに達成できている。しかし、価格転嫁が十分でないため、粗利益率は低い。客の様子を見ても、給与が増えていない中、商品は値上がり傾向にあるため、買物にますます慎重になっている。割安な商品の購入が中心である。	
スーパー（経営者）	お客様の様子	・2、3か月前にはやや良くなると思っていたが、実際には全然良くなっていない。取引先の状況も、全く悪い状態にある。		

スーパー（店員）	単価の動き	・来客数はほぼ横ばいであるが、客単価が前年同月比93～95%で推移している。
スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上は、相変わらず伸びていない。
スーパー（仕入担当）	お客様の様子	・製品価格の値上げが相次いでいるため、スーパーの安売り、目玉商品の買い回りに走る傾向が、一段と強くなっている。その一方で、プロ野球関連のセールが始まっており、購買意欲が高まって、売上の増加に結び付いている。
コンビニ（企画担当）	単価の動き	・依然として、客単価が低下している。
コンビニ（店長）	販売量の動き	・まだまだ暑いため、飲料関係は売れている。ただし、単価には少し陰りが出てきている。
衣料品専門店（企画担当）	お客様の様子	・暑さの影響もあって、販売量が減少している。今年は秋物を買わなくて済むという客もいる。
衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・少しずつ寒くなり、洋服等を目的買いする客が増えているが、売上は例年並みである。ダイレクトメール等への反応も悪い。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の登録実績は、月次計画には及ばないものの、前年同月を上回っている。しかし、新車の受注台数は、月中旬から非常に苦しい状態が続いている。すぐに購入予定の来客数はあるものの、商談が長引き、受注にはなかなか結び付かない。
観光型ホテル（販売担当）	来客数の動き	・婚礼の受注件数は、相変わらず伸びていない。また、宿泊客数も、前年が良かったため、前年同月比ではかなりのマイナスになっている。ただし、例年と比べると、宿泊客数はそれほど変わらない。
都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・宿泊稼働率は、引き続き好調である。宴会も、忘年会の問い合わせが比較的好調である。
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・予約状況は、例年と大きな差はない。客の要望も、予算を切り詰めるといった話も特にない。
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・正月の旅行の申込件数が、今一つ少ない。忘年会等に伴う国内宿泊も、以前と比べて減少している。その一方で、ネット予約が増大している。
旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・紅葉が遅れており、ガソリン価格が高騰していることもあって、行楽に出掛ける人の数は例年より少ない。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・航空燃料の高騰に伴うサーチャージの値上げなどの影響で、海外旅行の申込件数は減少傾向にある。ただしその分、国内旅行が増加している。海外旅行の単価の方が高く、全体の取扱額は減っているが、取扱量は横ばいである。
タクシー運転手	単価の動き	・夜の繁華街では、飲食店の来客数が減少している。客との会話では、景気が良くなったという大企業の人たまにはあるが、全体としては、良くなっていないという中小企業の人が多い。お金も使いにくい様子である。
通信会社（企画担当）	販売量の動き	・競争は激化しているが、新規契約数の変化はそれほどない。客も迷っている様子である。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・主力の光ファイバー商品の販売に取り組んでいるが、サービス料金が下がるため、実質的な収入はかえって減少している。
通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・料金を大幅値下げしたキャンペーンが開始されたが、注文件数はやや増えた程度である。
テーマパーク（総務担当）	単価の動き	・入園者数は、前年同月比で伸びているが、客単価は上昇していない。
ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・最高のゴルフシーズンを迎えているが、来場者数は相変わらず伸び悩んでいる。残暑の厳しかった9月よりも、低迷している。来場者数は、昨年実績や目標と比べて、300～400人も少ない。
美容室（経営者）	来客数の動き	・美容室用ヘアケア商品を今まで店で購入していた客が、仕入価格同然で店頭販売より3割前後も安いインターネット販売から購入するようになり、厳しい状況にある。
美容室（経営者）	単価の動き	・新しいスタイル等のイメージチェンジと、プラスアルファの付加価値を客に提案しても、客はなかなか反応しない。

	設計事務所（職員）	お客様の様子	・現場の作業員や客からは、特に景気の良い話は聞かない。
	設計事務所（職員）	販売量の動き	・最悪の時と比べると、新築件数は増えている。営業も、年末に向けて増加してきている。しかし、設計事務所の設計士に依頼するより、大手メーカーに依頼するという客が増えているため、個人の設計事務所はまだまだ厳しい。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・名古屋駅周辺の単身、家族用の分譲、賃貸マンションの中には、場所や家賃次第で、入居がない物件もある。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・個人消費に変化はないが、夏前まで持ち直してきていた法人需要が、先月、今月と伸び悩んでいる。個人消費の変動は、プラスマイナス数%であるが、法人需要の変動は数10%にもなっている。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街では大きなイベントが2回あり、月中旬までは例年になく非常に良かった。しかし、食品メーカーの不祥事問題により、食品に対するイメージが低下し、客の購買意欲が損なわれている。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・諸物価の高騰に伴い、割安な商品を選択するなど、客は慎重に行動している。また、よく考えてから来店するため、まだ検討中という客が減っている分、来客数も減少している。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・食品メーカーの不祥事問題があり、地元の観光客の動きも停滞している。
	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・本来なら、秋冬物を求めて来客数や購買回数が増加する時期であるが、今年は平日の来客数が少ない。購買内容も、季節商材が動いていない。要因には、株価の低迷や若年層の不安定な雇用環境がある。また、所得格差によって、購買内容も差が一段と拡大しており、高いか安いかの両極端になっている。
	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・気候は秋らしくなってきたが、主力の婦人服、紳士服の動きは低調である。流行商品がなく、客は手持ちで間に合せようと判断している様子である。メーカーも、秋物の売上不振や在庫調整のため、新商品の提案には慎重になっており、魅力的な商材が更に不足する悪循環になっている。
	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・最も高い売上割合を占める婦人服の販売が、伸び悩んでいる。単価も低下している。
	百貨店（外商担当）	来客数の動き	・来客数、売上共に、年々減っている。昨年はプロ野球のリーグ優勝セールがあったが、今年はなかった影響もある。
	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・例年この時期は、クリスマス前で冬のボーナスにも間があるからか、買い控えが起きる。しかし、今年は昨年よりも更に購入に慎重で、シビアである。
	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・月上旬はプロ野球関連のセールの影響で、定番商品の売上が低迷している。中旬には何とか持ち直したものの、下旬になると、またプロ野球関連セールに向けての買い控えが出てしまい、厳しい状態が続いている。
	スーパー（経営者）	来客数の動き	・国内最大級のスーパーが出店したため、中小店にも来客数に影響が出ている。
	スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は、相変わらず低迷している。客は、普段は低単価商品を買わず、余分には買わないようにしており、高単価商品は割引セールの時に買う傾向が、より一層高まっている。
	スーパー（店員）	単価の動き	・大豆の値上がりに伴い、関連商品も値上がりしている。そのため、客単価は上昇しているが、購入点数が減少している。
	スーパー（営業担当）	単価の動き	・売価を下げて販売量を増やしているが、売上は前年をクリアできていない。競合店も含め、売価を下げてきており、競争関係も厳しい状況である。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・個人の消費動向にはあまり変化がないが、販売先の料飲店では来客数が少なく、売上も非常に悪い。客単価の低い店でも、来客数が少なくなっている。その影響で、当店の売上も減少している。	
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・売上の前年割れが続いている。客が必要品以外は買わない傾向も、変化していない。	

	コンビニ（商品開発担当）	お客様の様子	・消費の二極化と言われているが、コンビニ業界では低単価商品の動きばかりが目立ち、高単価商品の動きは一巡している。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しており、客単価も低迷している。
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・例年と異なり、秋物の目的買いで来店する客が少ない。
	衣料品専門店（販売企画担当）	販売量の動き	・販売先の店舗では、売上が減少している。
	家電量販店（店員）	販売量の動き	・運動会の季節であるが、カメラ関係の動きは良くない。液晶テレビは、価格が下がってきており、動きは多少良くなっている。
	家電量販店（店員）	販売量の動き	・9月までは、売上の前年同月比はややプラスで推移してきたが、今月はマイナスとなっている。
	家電量販店（店員）	お客様の様子	・客は、必要品しか買わなくなってきた。特に最近になり、ガソリン価格の値上がりに加えて、建築基準法の改正に伴う建築物の停滞があり、建築関連の需要が減少している。
	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・来月にも、ガソリン価格の値上げがある。自動車の維持費用を減らすために、点検やオイル交換、不良箇所の修理、板金等を後回しにする傾向がある。
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売台数は、前年より10%減少している。来客数も少ないため、かなり厳しい状況である。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数が少ない。前年と比較して、販売台数は毎月減少しており、目標台数を大幅に下回っている。個人的にも、目標台数の達成は大変厳しい。
	その他専門店【貴金属】（店長）	販売量の動き	・ここ数か月、販売量の落ち込みが続いている。客に消費意欲が見られない。消費の二極化を感じる機会も増えている。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・月中旬までは、歓迎会などの団体客が多少あったが、全体としては、夜の繁華街の人はやや減少している。客との会話では、ゴルフ等に出掛ける話題が増えており、その分飲み会が減っている。
	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊客数は前年同月比90%前後で推移しているが、昼間や夕方の食事客数が、50～70%も落ち込んでいる。地元経済の停滞を象徴している。
	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・客からは、原材料費の高騰や、商品値上げをしたことに伴う販売量の減少といった話題を聞くことが増えている。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・3か月前は、広告量に比例して入場者数も増加したが、今は宣伝効果があまりない。外出を控えている人が多い。
	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・団体客が減少している。また、周辺では閉店する店もある。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・住民税等の増税による影響が、かなり出ている。
	理容室（経営者）	お客様の様子	・客の回転が悪い。周辺に安い理容店が進出しているため、その影響も大きい。
	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客の回転が、あまり良くない。
	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・条件の良い物件しか売れず、悪い物件は値引きしても売れない。購入者数も少なくなっている。
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・金利が予想されたほど上昇してこないため、客の動きはやや停滞している。
悪くなっている	コンビニ（店長）	販売量の動き	・アルコール類の販売が、大きく落ち込んでいる。その要因の1つは、アルコール販売の自由化である。スーパー等では、ビール6缶を今までにないほど安い価格で販売している。ケースはディスカウントストアで、6缶はスーパーでという傾向が出来ている。
	住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・建築基準法の改正に伴い、ビル関係、住宅、商業施設などすべての新築現場で工事が遅れている。建築の手控えも顕著である。そのため、建築件数はかつてないほど減少している。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・強力な販売促進策を展開し、来客数は増加しているが、販促による客単価の低下をカバー出来ていない。既存店の売上は、前年割れしている。

		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・客は、とにかく金を使わない。
		パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数が、かなり減少している。
企業 動向 関連	良くなっている			
	やや良くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料価格の値上がり分は、販売価格に転嫁できている。さらに、受注量、売上も増加している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・企業広告の問い合わせ件数や出稿量が、徐々に増えてきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の業界が、年末に向けて設備投資を開始している。
		輸送用機械器具製造業（統括）	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの受注量が、順調に増加している。
	変わらない	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・販売価格が、やや上昇している。
		一般機械器具製造業（販売担当）	受注量や販売量の動き	・欧州や東南アジアでは引き合いが活発であるが、主力の米国市場の低迷をカバーするほどではない。加えて、価格競争が激しくなっており、設備の仕様や性能より、価格を重視する傾向がある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・内燃機の関連製品は、原油高の影響が大きく、受注量が激減している。その一方で、建設関連製品の受注量が、徐々に伸びている。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関連からの受注は堅調であるが、情報系は弱含みである。全体的には、変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料価格の上昇に伴う販売価格の値上げにより、売上は増加している。しかし、生産量はほぼ横ばいが続いている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・設備投資の動向に、減速感はない。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・海外貨物の動きは、例年と変わらない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・積極的な投資は、まだ手控えられている。客の様子も変わっていない。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・不動産の取得意欲が高い状態は、個人、法人共に、変わっていない。個人、法人共に、資金面でやや余裕がある。
		不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・物件価格は高騰しているものの、成約には至っていない。
		広告代理店・新聞販売店〔広告〕	受注量や販売量の動き	・広告の出稿量は、前年同月比で5%ほど良くなっている。ただし、業態によって差が大きい。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・提案中の企画案件が、少しずつ具体化している。しかし、全体的にはあまり変わらない。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・マンションの売行きは良いが、住宅地では、駅前の好立地や中心部の高額物件でも、売れ残りが始まっている。
		公認会計士	それ以外	・顧問先中小企業の業績は、原材料高、人件費高で、依然として低調な企業が多い。また、建築基準法の改正に伴い、中小の建築業者の受注が減少しており、業績も大幅に悪化している。
会計事務所（社会保険労務士）		取引先の様子	・積極的に新規事業を開拓している顧問先もある一方で、従来どおりの待ちの姿勢で業績を悪化させている顧問先もある。全体的には、現状維持である。	
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	・当社の受注量は新製品が寄与して増加傾向にあるが、同業他社の仕事量はやや減少している。また、取引先からは、原油価格の高騰に伴う、値上げ依頼がある。		
やや悪くなっている	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原材料価格が上昇傾向にあるなかで、販売価格への転嫁には相当な時間と費用が掛かる。	

		窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き	・大口顧客からの受注を、1年ほど前に他社に奪われて以来、苦しい状況が続いている。これまでは、新しい顧客の好調によって、ある程度補って来たが、ここ2か月ほどは勢いがなく、売上は減少傾向である。
		金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建築基準法の改正の影響で、建築確認申請が大幅に遅れて着工が進まないため、仕事が入ってこない。営業に行っても、発注する物件がないと言われる。
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・原油価格の上昇に伴うコスト高を背景に、人件費の圧縮に取り組む取引先が増えている。
		輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・燃料価格が高騰しているため、運賃に転嫁したいが、荷主の景気も低調であるため、運賃値上げどころか、これを機会に他の運送会社に移り換える口実を与えている。その結果、運賃、運賃収入共に、逆に減少するという悪循環になっている。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・貨物輸送量は、前年同月比90.8%と、約10%も落ち込んでいる。
		輸送業（エリア担当）	それ以外	・通信販売会社からの発送件数は、9月中旬ごろから、前年同月比で減少している。
	悪くなっている	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて、売上はマイナス11%、経常利益も大幅なマイナスとなっている。
		鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建築基準法の改正に伴う確認申請の遅れの影響で、中小企業の設備投資による物件も、大幅に遅れている。そのあおりで、建築やその関連業界では、小さな案件でも大手が大幅値下げして受注していくという、悪影響が出ている。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建築基準法の改正に伴う建築着工の遅れの影響もあり、仕事量、価格共に、減少傾向である。
雇用関連	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	・求人数は前年同月比で10%ほど増加しており、求職者数をやっと追いつくといった状況である。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・転職希望者が、徐々に増加してきている。しかし、条件に合った企業に転職できる確率は低い。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・求人広告件数は、輸出関連製造業が盛んな地域では、好調を維持している。しかし、サービス業が主体の地域では、減少している。全体としては、ほぼ横ばいである。 ・自動車部品製造業の中でも、発注元のメーカーの業績が悪い下請中小企業では、リストラを余儀なくされている。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・求人数、求職者数共に、季節的要因により多少の増減はあるものの、大きな変動はない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は、増加傾向で推移している。ただし、派遣求人が多数であり、有効求人倍率が高水準でも、正社員希望の求職者にとっては、依然として厳しい状況にある。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数は、比較的高い水準を維持している。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣の求人数は、前年同月比で減少している。人材不足感は、少し緩和している。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	求人数の動き	・求人市場は、前年比マイナスで推移している。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数、紹介件数は増加しているものの、就職件数は伸びていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年同月比で8%減少している。パート求人数も、同10%の減少となっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・大手企業でも、ピーク時のような採用意欲はない。
	悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・前月まで増加傾向にあった求人広告件数が、減少に転じている。パート、アルバイトの短期求人にはあまり変化はないが、正社員等の長期求人の広告出稿量は、明らかに減少している。