

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 | 乗用車販売店（総務担当） | ・自動車関連の減産幅が縮小しているため、今後これ以上は悪くならない。 |
| | | 通信会社（サービス担当） | ・新サービスの開始に伴って、多少は良くなっていく。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・5月以降は、自動車メーカーの在庫処分が終わって、減産に歯止めが掛かる。そのため、消費意欲の回復も期待できる。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・客の様子を見ると、消費は必要最低限であり、生活に精一杯である。今後良くなる材料は見当たらない。 |
| | | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・今後外食回数が増加することは考えられず、飲食店向けは厳しくなる。 |
| | | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・不況は長く続きそうであり、客は出費を抑える。 |
| | | 一般小売店〔自然食品〕（経営者） | ・景気が良くなる要素は、周囲には見られない。 |
| | | 一般小売店〔惣菜〕（店長） | ・賞与の削減や工場の操業停止に伴う休日の増加などが目立つため、景気が上向き要因は見当たらない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・消費者の低価格志向は、今後も変わらない。そのため、百貨店が活気を取り戻すことは当分望めない。利益減少を覚悟して、低価格品を品ぞろえして持ちこたえるしかない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・百貨店の商品は単価が高いため、郊外のショッピングモールで安い商品を買いたいという地元客が増えてくる。出張で名古屋に来て百貨店に立ち寄った客の売上で、何とか持ちこたえるしかない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・春夏のトレンドを示す売れ筋商品が、今年は全く出していない。店全体の来客数は横ばいでも、ファッションフロアを訪れる客の数は、確実に減少してくる。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・昨年11月以降、売上の前年同月比の低下は顕著である。この傾向は、今後も続く。 |
| | | 百貨店（婦人服販売担当） | ・将来の見通しが悪いため、節約して貯蓄を増やすという客が今後も多い。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・低価格商品を展開していても、購入状況はかなり厳しい。今後は新入学からゴールデンウィークと繁忙期に入るが、先行きは楽観視できない。 |
| | | スーパー（店長） | ・今後、値上げされる商品も一部あるが、全体としては値下げの方向にある。為替の動向など不確定な要素も多いが、商品値下げが進めば、売上は横ばいになる。 |
| | | スーパー（店員） | ・売上の前年同月比は、96%前後で推移している。今後は、悪くなることもないが、良くなることもない。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・客単価は、今後も現在と同じ水準で推移する。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・客の低価格志向は今後も続く。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・無駄な物は買わない状況は、今後も続く。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・自動車関連工場の従業員の減少は今後も続くため、コンビニ客の減少も止まらない。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | ・良くなる要素は見当たらないが、今以上に悪くなる要素も見当たらない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・客は目的があれば来店するが、購買につながるとは限らない。 |
| | | 衣料品専門店（売場担当） | ・ヒット商品などが出てこない限り、現在の低迷は今後も続く。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・新入学などの需要は堅調であるため、販売量はそれほど悪くはない。単価の低下は、前年同月比で1割ほどの低下が今後も続く。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・今年9月ごろまでは、今の厳しい傾向が続く。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・低公害車購入の優遇税制や高速道路料金の割引が開始される。また、5月には新型のハイブリッド車が投入される。それらの相乗効果によって、自動車販売の増加が期待されるが、効果は不透明である。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・政府の景気刺激策に期待はしているが、効果は分からない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・自動車業界では、売上が増える要素は特に見当たらない。ただし、今より落ち込むこともない様子である。 |

| | | |
|--------------|--|---|
| | 一般レストラン（スタッフ） | ・値上げによって客足が遠のいて以降、来客数は回復していない。今後も厳しい状況が続く。 |
| | 一般レストラン（スタッフ） | ・例年2月は積雪があるような時期だが、積雪がなくても厳しいものがある。かなり悪い状況であり、今後も厳しい。 |
| | スナック（経営者） | ・客の話を聞くと、今後は一段と厳しくなる。アルバイトの人数や営業時間を調整しながら、様子見を今後も続ける。 |
| | 観光型ホテル（販売担当） | ・学校関係の歓送迎会は、例年並みの受注が入っている。その一方で、予約をキャンセルする企業もあるため、全体としては変わらない。 |
| | タクシー運転手 | ・派遣社員の次は、正社員の解雇が続きそうである。今後は、今まで良かった自動車関連でも厳しくなるため、タクシーの売上も良くならない。 |
| | 通信会社（営業担当） | ・12月頃までは、現状が続く。 |
| | 通信会社（開発担当） | ・新年度の事業計画は、まだ確定できていない。 |
| | 観光名所（案内係） | ・定額給付金の支給以外に、今後良くなる要素はない。 |
| | 美容室（経営者） | ・客と話をしているにもかかわらず、明るい話題はない。当分、今の状況が続く。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・景気が回復する材料は、今のところ見当たらない。当分の間、悪い状態が継続する。 |
| やや悪くなる | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・客は、本当に必要かどうか、よく考えてから購入するようになっている。そのため、売上の伸び悩みは今後も続く。 |
| | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | ・企業は、広告宣伝費や交際接待費を減少させている。一般家庭でも、慶弔費、遊興費を減少させている。この傾向は今後も続くため、贈答品店の来客数は減少し、売上も減少する。 |
| | 一般小売店〔和菓子〕（企画担当） | ・この先、好転する材料はない。そのため、今の悪い状態が今後も続く。 |
| | 百貨店（売場主任） | ・マスコミが景気の悪化や百貨店の売上低迷を報道する度に、客足は遠のく。 |
| | 百貨店（経理担当） | ・今後は、全品目で売上は減少していく。また、来客数も減少する。 |
| | 百貨店（販売担当） | ・雇用環境の悪化は、今後も一層進む。今以上に余裕がなくなる客が増加することによって、特に高額商品の落ち込みが激しくなる。今年のゴールデンウィークは近場で過ごすという客も多くなるが、デパートで購入するのは食品程度である。 |
| | スーパー（経営者） | ・中小企業が多い地元地域では、残業の減少に伴い所得が減少する客が増加するため、今後も良くならない。 |
| | スーパー（店長） | ・ディスカウントショップへ流れる客が、徐々に増加する。 |
| | スーパー（店長） | ・給料が減少している客が増えているため、消費の節約は今後も続く。 |
| | スーパー（仕入担当） | ・労働日数や残業時間の減少によって、客の所得は減少している。そのため、バーゲン品の買い回りや不急品の買い控え傾向が、今後も強まる。 |
| | コンビニ（経営者） | ・街全体に活気がなく、景気が良くなる要素は見当たらない。 |
| | コンビニ（エリア担当） | ・競争店の出店が増加しているため、今後も一層厳しくなる。 |
| | コンビニ（店長） | ・現状が悪すぎるため、良くなる要素が見当たらない。 |
| | 乗用車販売店（従業員） | ・自動車関連の減税が実施されれば、売上が増加していく可能性はある。しかし、現状では良くなる要素は見当たらない。 |
| | 観光型ホテル（経営者） | ・4月の予約状況は、宿泊者数が前年同月比65%、昼の会食は77%となっている。5月も昼食が80%、夕食が80%ほどである。 |
| | 旅行代理店（従業員） | ・周囲の企業では、残業もなく、定時に帰宅している。給料が増えていないため、遠方への旅行は減少する。 |
| | 通信会社（企画担当） | ・自動車業界の低迷による影響は、今後少しずつ始める。 |
| | テーマパーク（職員） | ・地域ではスキー客の内訳として、昨年目立った外国人就労者の減少が見られ、今後全体でも若干減少傾向になる。 |
| | 理美容室（経営者） | ・客との話の中に、景気の良い話はない。皆が金を使うのを控えており、今後も厳しい。 |
| | 美顔美容室（経営者） | ・パートの客は、勤務時間が少なくなっている様子である。所得の減少に伴い、今後は来店回数が減少していく。 |
| | その他サービス〔介護サービス〕（職員） | ・4月からの改正介護保険法の施行に伴い、福祉用具貸与サービスでは、マイナスの影響が出てくる。 |
| 住宅販売会社（企画担当） | ・今月の来客数は、かなり減少している。そのため、3か月後には、商談がまとまる件数が減少していく。 | |

| | | | |
|--------|-------------|---|---|
| | | 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） | ・新築物件や企業の設備投資などの引き合いが、ほとんどない。そのため、今後の仕事量は減少する。 |
| 悪くなる | | 商店街（代表者） | ・製造業の悪化に伴う影響が、小売業にも出始めている。今後はその影響が徐々に大きくなる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・自動車製造関連企業の決算がこれから出てくると、もっと深刻になる。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・雇用不安が続くため、購買意欲は上向かない。百貨店の商品は単価が高いため、今後は一段と厳しくなる。 |
| | | スーパー（店長） | ・自動車製造関連企業では、休日の増加に伴う所得の減少が深刻である。今後の消費は、一段と減少する。 |
| | | スーパー（店長） | ・取引先である八百屋の買上が悪く、全体の売上も10数%減と、過去にないほどの落ち込みであり、今後も厳しい。 |
| | | コンビニ（企画担当） | ・期間工がいなくなったり、主婦や正社員のアルバイトが増加している状況を見ると、今後は一段と落ち込む。 |
| | | コンビニ（店長） | ・給料や雇用が今よりも悪い状況になると、今後は来客数も減少していく。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・企業の操業度が低いため、今後は家電製品も必要最小限しか買わなくなる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・4、5月にフルモデルチェンジする車種もあるが、販売が増える見込みはない。 |
| | | 住関連専門店（店員） | ・来客数、単価共に、下げ止まらない。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・新築住宅、民間設備投資や公共工事は減少するが、リフォーム工事は若干増加する。全体としては、マイナスが大きい。 |
| | | その他専門店〔貴金属〕（店長） | ・景気悪化の報道が不安をあおるため、単価、売上の落ち込みは今後も続く。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・新たな販促策等を次々と実施しているが、客の反応は非常に弱い。今後は底割れ状態になる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・客の会話を聞いていても、今後の見通しは良くない。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・底はまだ見えていない。年末まで現状は続く。 |
| | | 都市型ホテル（営業担当） | ・先行きが不透明であるため、節約傾向は今後一段と強くなる。 |
| | | 都市型ホテル（従業員） | ・ビジネスホテルとウィークリーマンションでどちらが得であるか比較している客が出始めており、今後厳しくなる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・今は企業の旅行の中止や縮小が目立っているが、今後は個人にまで及びことになる。 |
| | | 理容室（経営者） | ・客が金を使わないようにしており、この先まだ悪くなっていく。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・3か月先までの予約数は、前年同月と比べて減少している。 |
| | 設計事務所（経営者） | ・今後は、中止になったり延期されたりする案件が増える。 | |
| | 住宅販売会社（経営者） | ・会社の先行きを不安視したり、いつ解雇されるか分からないといった客が多い。今後も厳しい状況が続く。 | |
| 企業動向関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者） | ・主要取引先である自動車産業の在庫調整が終わりつつある。今後の生産はプラスになりつつあるため、当社の生産量も上向きになる。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（社員） | ・今は多くの業界が低迷状態にあるが、レンズ業界など一部業界では、底を打ったとの声が聞かれる。 |
| | | 一般機械器具製造業（営業担当） | ・引き合い件数が、2月に入って増加している。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・今後は生産量が回復する。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・自動車関連製造業では、5月以降の増産に向けて準備を開始している。 |
| 変わらない | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・第4四半期の生産の落ち込みは著しかったが、来期に反動増となることはない。ただし、自動車製造業の在庫調整の終了が、唯一プラス材料となっている。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当） | ・在庫調整は、6月頃までは進まない。そのため、低水準での受発注が今後も続く。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（財務担当） | ・取引先の減産ペースは一段落するものの、引き続き低水準であることに変わりはない。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・在庫調整が完了するまで、出荷量は低い水準で推移する。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・決算が終わるまでは、大きな動きはない。 |

| | | | |
|----------------|-------------|--|--|
| | | 金融業（企画担当） | ・今後自動車メーカーの在庫調整が進むため、回復の兆しは見え始める。しかし、以前の生産水準からはほど遠く、新規投資に向かう企業はほとんど見当たらない。 |
| やや悪くなる | | 食料品製造業（企画担当） | ・原油や原材料の価格が落ち着いてきたことから、今後は値下げ要求が激しくなる。 |
| | | 化学工業（企画担当） | ・為替の動きや政治の動きなど、不安定な要素が多い。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | ・今後も、仕事量は目に見えて減少する。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・今後は、受注先、発注先共に、与信管理を従来以上に徹底する必要が出てくる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・取引先業界の動向が悪いため、今後も悪い状況が続く。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・原油価格が低下しているため、値下げ交渉が始まっている。荷物量の減少に加えて、単価の低下によって、売上は減少していく。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・自動車メーカーや関連部品メーカーが主要荷主であるため、今後も出荷量は減少していく。 |
| | | 広告代理店（制作担当） 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・原材料価格の上昇に伴い、様子見をする企業が増える。 ・今後も、折込広告量の減少に歯止めは掛からない。 |
| 悪くなる | | パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当） | ・大半の取引先が、減産体制に入っている。受注量、販売量共に、今後はますます悪くなっていく。 |
| | | 出版・印刷・関連産業（経営者） | ・消費の落ち込みによって、販売促進費用も削減されている。 |
| | | 印刷業（営業担当） | ・取引先では平日でも休みを取らなければならない状況であり、景気はまだまだ悪くなっていく。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・窯業界の先行指標となる住宅着工件数が、大幅に減少している。そのため、今後2～3か月先の窯業界の景気も悪くなる。 |
| | | 鉄鋼業（経営者） | ・今後は、価格競争が一段と激化する。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・設備投資の延期や中止の情報が入っている。そのため、今後の景気は一段と悪くなる。 |
| | | 建設業（経営者） | ・自動車製造業の生産が好転しない限り、景気の好転は見込めない。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・今後も廃業ギリギリの状態が続く。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・製造業の輸出先である欧米の景気が回復しない限り、回復は難しい。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・この時期の荷物量の落ち込みがこれほど大きいのは、新年度の需要が伸びない兆しである。今後、良くなる要素は全くない。 |
| | | 通信会社（法人営業担当） | ・米国経済の落ち込みは今後も続くため、製造業やその関連企業の落ち込みも続く。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・金融機関からの融資は全く受けられないため、今後も低迷が続く。 |
| | | 広告代理店・新聞販売店〔広告〕 | ・販売管理費の圧縮によって、新年度の受注量は減少する。 |
| | | 公認会計士 | ・欧米の消費水準が向上しない限り、景気回復は難しい。 |
| | | 経営コンサルタント 会計事務所（職員） | ・今後は、地価の値下がりが一層進む。 ・事業者所得の減少と労働者の給与削減が続いている。そのため、今後は消費の落ち込みが一段と進み、悪循環となる。 |
| | | その他サービス業〔広告印刷〕（従業員） | ・引き合いの電話をただ待っている状態が続いており、今の仕事が終わった後の見通しが、全く立っていない。 |
| 雇用関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（営業担当） | ・企業はこれまで人員調整を急速に進めてきたため、これ以上の雇用調整はできないとの声が聞かれる。そのため、今以上に雇用環境が悪化することは考えられない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・製造業の経営者の話を聞くと、在庫調整に伴う減産はまだ続きそうである。それに伴い、消費の低迷も一層進むと見込まれる。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・3月末での契約打ち切りが、相当数見込まれている。4月以降の注文に関しても、やや上向きになる様子は見えずつつあるが、大きくは変わらない。 |
| 学校〔専門学校〕（就職担当） | | ・ここ数か月間は、不人気業種分野からの求人出稿ばかりである。製造業や流通業の求人数は、今後も減少が続く。 | |
| やや悪くなる | 人材派遣会社（支店長） | ・企業では、余剰人員を抱えている。4月以降の事務、技術者の派遣に関しても、契約の終了は続く。 | |

| | | |
|------|-------------------|---|
| | 職業安定所（所長） | ・新規求人数は減少傾向が続いており、企業の採用意欲は今後も回復しない。新規求職者数も、前年同月比大幅増が今後続く。 |
| | 職業安定所（職員） | ・求職者の状況が、まだまだ3月末、退職等により増加する傾向である。先が不透明な経済状況では、求人数も減少傾向が続いていく。 |
| | 職業安定所（職員） | ・製造業の経営者を中心に、3月以降の受注の見通しが立たないとの声が増えている。ただし、就職件数は、改善する見通しもある。 |
| | 民間職業紹介機関（社員） | ・求人数の減少は、今後続く。 |
| 悪くなる | 人材派遣会社（経営企画） | ・契約の終了は今後も増加する。契約を継続した案件でも、短期契約が多くなる。 |
| | 人材派遣会社（経営者） | ・求人レベルが非常に高くなっている。そのため、修得技術の古い者を中心に、派遣需要は減ってくる。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・自動車関連では、生産回復の見込みが立たないため、契約の見直しが進んでいる。今後は、契約の打ち切りが多数発生する。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・求職者数の増加と求人数の減少は、今後続く。 |
| | アウトソーシング企業（エリア担当） | ・請負先の製造業の先行きは、まだ不透明である。 |
| | 求人情報誌製作会社（企画担当） | ・販売、サービス、外食等の業種では、求人数が減少する可能性が高い。 |
| | 求人情報誌製作会社（編集担当） | ・これまで採用に苦戦してきた販売、サービス業の企業の一部では、中途採用の動きが活発である。しかし、製造業を中心に、全体の採用ニーズは減少傾向が続く。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・底は見えていない。雇用環境は、今後まだまだ悪化していく。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・県内の輸送機械関連の製造メーカーでは、工場の生産ラインの派遣社員の大半が契約解除となっている。また、管理部門の派遣社員の契約解除も始まっている。4月以降の雇用環境は、一段と悪くなっていく。 |
| | 職業安定所（所長） | ・就職面接会の参加企業を募集しても、参加を希望する企業は少ない。特に自動車関連企業はごく一部である。当日欠席する企業も目立っている。 |
| | 職業安定所（職員） | ・今後良くなるという情報はない。雇止めや解雇は、今後続く。 |
| | 職業安定所（管理担当） | ・解雇や雇止めは、今後一段と増える。プラス材料は特に見当たらない。 |