

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	旅行代理店（経営者）	・4、5月の旅行の計画を取り止めた客が、7～9月に旅行する。
	やや良くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費者の買い控えは一段落しており、今後は少しずつ支出が増える。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・来客数、売上共に、前年同月を上回る状況が続いている。平日の来客数が増えており、今後は更に良くなる。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・買い控えは少しずつ収まりつつあり、夏の商戦には期待が持てる。
		百貨店（販売担当）	・ここ数か月間で、気に入る商品があればセール品、正価品に関係なく購入するケースが増えており、買い控えは収まりつつある。購入時の慎重さは残っているものの、今後は回復する。
		コンビニ（店長）	・今後競合店の廃業が相次ぐため、売上は若干増える。
		乗用車販売店（従業員）	・今後の景気対策によって、やや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・減税、補助金の効果のためか、来客数や問い合わせ件数が今までに増え続けており、今後はやや良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・政府の景気対策や新興国の景気の回復によって、今後はやや良くなる。
		一般レストラン（従業員）	・定額給付金の給付、高速道路料金引下げ、エコカー減税、補助金、省エネ家電のエコポイント制度等の効果が少しは出てくる。
		旅行代理店（経営者）	・新型インフルエンザは収まってきており、最悪の状態は脱する。
		旅行代理店（経営者）	・問い合わせは多いため、それらに対応していけば販売量は増える。また、これから新型インフルエンザも収まるため、これまで出控えた反動による受注増がある。
		テーマパーク（職員）	・東海北陸自動車道の整備に伴い交通の便が良くなり、東海、北陸の各地域からの集客を見込める。
		ゴルフ場（経営者）	・6～8月の予約数は、それ以前と比べて落ち込みが小さくなっており、コンペの予約も増えている。ただし、単価はかなり低い。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・教室の改装、料金値下げ、人件費の見直し等の効果が徐々に出てきており、今後は良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・今後も、手間を掛けた高級品の売行きは伸びず、特売日の特價商品の販売しか見込めない。
		商店街（代表者）	・消費者の財布のひもは固く、少しでも安い商品を求める傾向は変わらない。高速道路料金引下げについては、レジャー関連産業以外では効果はない。定額給付金もほとんどが貯蓄されて、消費されても個人商店には回らない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・商店街では既存のテナントが撤退し、新たに入居したテナントの閉店も数軒ある。買い控えは今後も続くため、回復にはまだ時間が掛かる。
		百貨店（企画担当）	・業績は底を打っており、今後は横ばいである。
		百貨店（企画担当）	・昨秋以降来客数は前年並みでも売上は落ち込んでいたが、それに加えて、新型インフルエンザの発生によって来客数も減少している。利益確保に向けて経費削減が求められており、当面厳しい状況が続く。
百貨店（企画担当）		・昨秋以来の悪化に歯止めが掛からない。来客数、販売量の減少と単価の低下が続いている。食品の売行きも鈍化しているところに新型インフルエンザの影響が加わり、今後回復する要素は見当たらない。	
百貨店（販売担当）		・不要な買物の削減、代替財へのシフト、低価格志向は、今後ますます顕著になる。販売量の減少、単価の低下、購買頻度の減少は今後も続く。	
スーパー（店長）		・中国製品などこれまで売れなかった商品が、安ければ売れるようになってきている。特売時の買いためも依然として多い。そのため、今後値引き競争は一層進み、売上の確保は難しくなって、利益を圧迫し始める。	
コンビニ（エリア担当）		・タスポ効果も一巡するため、今後良くなる材料は見当たらない。	
コンビニ（エリア担当）		・今後良くなる要素はないが、今以上に以上悪くなる要素もない。現在のかかなり厳しい状況が、今後も続く。	

家電量販店（店員）	・定額給付金の給付による効果は若干出てくるが、ボーナスが出なかったり減る企業もあるため、不安は払しょくされない。
乗用車販売店（従業員）	・減税や補助金の効果のためか、対象車両の販売は若干上向きつつある。しかし、夏のボーナスが、例年どおりとはいかない可能性もある。
乗用車販売店（従業員）	・現在のところ、新型ハイブリッド車の受注が全体の4割を占めているが、それ以外の販売は大幅に減少している。ハイブリッド車は納期までに時間が掛かるため、当面の売上には結び付かない。
住関連専門店（営業担当）	・持ち家住宅を中心に住宅関連の仕事が出始めており、公共工事も増え始めている。しかし、民間設備投資関連の需要は伸びてきていない。
一般レストラン（経営者）	・当店の客は工場で働く人が多く、所得の増加は見込めないことに加えて、定額給付金も貯蓄される。
一般レストラン（スタッフ）	・定額給付金の給付の効果も、まだまだである。
スナック（経営者）	・客からは給料、ボーナス共に減少すると聞いており、そうなると2次会やタクシー利用への支出は真っ先にカットされる。廃業する店も少なくなく、生き残るために必死と話すスナック経営者は多い。しばらく厳しい状態が続く。
観光型ホテル（販売担当）	・2～3か月先の予約のキャンセルは、今のところはない。しかし、秋口以降に新型インフルエンザが再流行することが懸念される。
都市型ホテル（支配人）	・新型インフルエンザの影響が長引く場合、今後更に悪くなる可能性がある。
旅行代理店（経営者）	・新型インフルエンザの動向次第であるが、当分は現在の状態が続く。
旅行代理店（従業員）	・これまでに新型インフルエンザの流行などで延期になった分が、秋口の受注に上積みされる。ただし、夏商品に関してはまだ様子見にあり、申込件数は前年同月と比べて半減している。
通信会社（企画担当）	・定額給付金の給付や高速道路料金引下げ等の景気対策も、一過性で終わる。
通信会社（サービス担当）	・新サービスの提供エリアが広がりつつあるため、今以上に悪くはならない。
ゴルフ場（企画担当）	・予約数はそれほど悪くなっていないが、低価格料金の平日を選ぶ傾向がある。土日、祝日の予約数はやや減少している。
美容室（経営者）	・客から仕事の話や話を聞くと、当分厳しい状態が続く様子である。
設計事務所（経営者）	・これまで企業が延期していた物件が、復活しつつある。
住宅販売会社（従業員）	・自動車関連企業が多い地域であるが、新型ハイブリッド車の好調により、客は前向きになりつつある。しかし、米大手自動車会社が破たんする影響も少なからず出てくるため、プラスの材料は相殺される。
やや悪くなる	一般小売店〔贈答品〕（経営者） ・個人、企業などで、贈答品を贈ることを自粛する動きは今後も続く。
	百貨店（売場主任） ・新型インフルエンザの発生によって、客の購買意欲は引き続き低い。景気の底は見えていない。
	スーパー（経営者） ・来月初めには、大型ショッピングセンターが近隣にオープンする。大型店間の価格競争によって、今後は客の買回りが一段と進む。
	スーパー（経営者） ・夏のボーナスが減少するため、家計の節約志向は一段と高まり、今後も消費は盛り上がらない。値引き競争が続くため客単価は低下し、売上も減少する。
	スーパー（経営者） ・売上は3月に大幅に落ち込んで以降、若干持ち直してはいるが、前年同月比の大幅マイナスは続いている。今後も悪くなっていく。
	コンビニ（商品開発担当） ・新型インフルエンザの感染拡大に伴う出控え、工場の閉鎖、統合、倒産、夏のボーナスの減少、タスポ効果の一巡等のマイナス要因があり、今以上に良くなる見込みはない。
	衣料品専門店（経営者） ・以前ならば季節を先取りする需要があったが、今は実需のみであり、秋物は売れない。
	衣料品専門店（売場担当） ・売上は前年同月比でも目標比でも減少しており、今後も一段と悪くなる。
	家電量販店（店員） ・省エネ家電のエコポイント制度の効果はかなり限定的であり、悪い状態は今後も続く。

		観光型ホテル（経営者）	・経費の削減は今後も続くため、ホテル、レジャー産業の回復は遅れる。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数が減少している。
		都市型ホテル（営業担当）	・高速道路料金引下げや定額給付金の給付など明るい話題もあるが、米国の大企業の破たんなどの影響もあり、不況の出口はまだ見えない。
		旅行代理店（従業員）	・自動車関連企業が多い地域であるため、今後も厳しい状況が続く。
		設計事務所（経営者）	・客の仕事量が減っているため、今後は一層厳しくなる。
		住宅販売会社（経営者）	・少しずつではあるものの、客からの問い合わせがある。ただし、すぐに契約には至らない。
		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）	・元請からの引き合いは、ほとんどない状態である。
	悪くなる	商店街（代表者）	・今後良くなる材料は見当たらない。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・夏のボーナスが減少するため、消費者は財布のひもを更に固くする。
		百貨店（売場主任）	・新型インフルエンザの影響のため来客数が減っており、売上は一段と減少している。クリアランスセールが始まるが、客の購買意欲は高くないため、今後も財布のひもは固い。
		百貨店（外商担当）	・百貨店で買物する雰囲気にはなく、厳しい状況が当分続く。
		スーパー（経営者）	・周辺の企業が生産縮小を続けるため、今後も厳しい状況が続く。
		コンビニ（店長）	・ボーナスが減少するため、来客数、販売量共に落ち込む。
		コンビニ（企画担当）	・タスポ効果が一巡するため、売上の大幅な前年割れが起きる。
		衣料品専門店（経営者）	・昨年未から悪い状態が続いているが、今後良くなる材料は見当たらない。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・時計、宝石のようなぜいたく品離れの傾向は、今後もますます進む。先行き不安から、今後はお金は生活費に回る。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・政府の景気対策も浸透していないため、楽観的に見ても、回復は来春以降である。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・お盆休みに入っても、所得の減少や新型インフルエンザへの不安から、出控えは続く。また、百貨店の売上不振により、高品質の商品が在庫処分セールになるのを待つ客が多い。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約客の確保に注力しているが、前年並みの売上を確保することは難しい。
		一般レストラン（経営者）	・毎月同業者が廃業しており、明るい見通しが無い。特に店員を雇っている店は厳しくなる。
		設計事務所（職員）	・景気対策が打ち出されているが、大きな変化はない。
		住宅販売会社（従業員）	・現在無理して営業展開している企業では、薄利のため経営を維持できなくなり、倒産に追い込まれる。それによって、連鎖倒産が起きる可能性もある。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・夏から秋にかけての企画案件は、どれも概ね順調である。
		輸送業（経営者）	・今後、自動車関連の荷物量が回復してくる。それによって、地域の消費拡大も見込める。
		不動産業（開発担当）	・モデルルームへの来客数が、数か月前と比べて明らかに良くなっている。それによって、件数は少なくとも、今後成約は増加する。
		会計事務所（職員）	・建築業、製造業の受注が少し増えているため、今後はやや良くなる。
	変わらない	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・現在の受注量は少し回復傾向にあるが、先行きは非常に不透明である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・今後も受注量、販売量共に、現状並みで推移する。
		印刷業（営業担当）	・景気が良くなる材料は見当たらない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・ハイブリッド車用の電池関連に明るさが出てきているが、太陽電池等は期待したほど伸びていない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・上期は現在の操業度を維持することが課題という状況にあり、今後も引き続き厳しい。

	電気機械器具製造業（経営者）	・6月までは、現状並みで推移する見込みである。車載電子部品は、ハイブリッド車用を増産するものの、全体の落ち込みはカバーできない。工作機械は、年内の回復を見込めない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・設備投資関連はストップ状態が続くため、今後も横ばいが続く。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・E T C車載器関連は、補助金の効果が出てくる。	
	輸送用機械器具製造業（統括）	・主力取引先からの受注量は今のところやや回復傾向にあるが、今後についてはもう少し様子を見る必要がある。	
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・米国向けの輸出が伸びない限り、業績は伸びない。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・政府の景気政策によって、自動車の国内販売は多少持ち直してきている。しかし、米国の景気が低迷しているため、今以上の増産は難しい。	
	輸送業（従業員）	・消費者の節約志向は定着してきており、一般雑貨の売行きは当面戻らないため、荷物は変わらない。今の輸送量でも利益が出せる企業体質への転換が急務である。	
	輸送業（エリア担当）	・事業を縮小したり廃業する物流業者が出てきており、今後も厳しい状態は続く。	
	輸送業（エリア担当）	・一部の主要荷主からは、在庫調整が落ち着いてきたため、6月ごろから通常の稼働に戻すとの話がある。しかし、貨物量が戻るにはまだ時間が掛かる。	
	輸送業（エリア担当）	・現在の荷物は最低水準にあるため、これ以上減ることはなく、横ばいが続く。	
	通信業（営業担当）	・減税などの景気対策が打ち出されているが、現状が大きく変わることはない。	
	金融業（企画担当）	・自動車関連の受注量はやや回復してきているものの、損益分岐点を上回る受注量ではない。そのためコストを抑えるしかなく、それが今後は人件費にも及ぶ。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告の減少や、夕刊、スポーツ紙の購読中止は今後も続く。	
	会計事務所（社会保険労務士）	・自動車関連企業は、6月から休業日数を減らす。しかし、設備投資関連企業で休業日数を増やす企業もあり、全体としては変わらない。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・各社では可能な限りの経費削減を実施しているが、効果が表れるのはもう少し先である。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・今後2か月ほどは停滞するが、その後製造業は少し上向いてくる。ただし、前年の6～7割の回復にとどまる。	
やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・年明けから続く販売量、受注量の激減により、取引先の信用不安が懸念される。	
	金属製品製造業（従業員）	・建設関連の取引先企業からは、発注する案件がないと言われている。	
	広告代理店（制作担当）	・現在は製造業からの出稿量が特に減少しているが、今後は他の業種からの発注量もかなり厳しくなる。	
	経営コンサルタント	・自動車メーカーの生産が徐々に回復すると聞いているが、雇用不安を解消するまでには至らない。雇用環境が安定しない限り、住宅販売の回復はあり得ないため、当分悪くなる。	
悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・生産量の減少幅は前々月から拡大を続けており、底は見えていない。	
	金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数の減少が続いており、今後は一段と厳しくなる。	
	広告代理店（営業担当）	・大手メーカーの販売管理費の圧縮により、広告出稿量は減少している。特に派遣会社の広告は壊滅的である。今後良くなる見通しはない。	
	公認会計士	・輸出関連企業では、増産の見通しが立っていない。中小企業の業績は以前から厳しいが、大企業の生産調整は中小企業の業績を一段と悪化させる。	
雇用関連	良くなる		
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・現在は製造業の一部でも雇用に動きが出始めており、下げ止まりは明確である。今後は、なお低水準ながらも、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・企業の開発案件に対する需要は増加しておらず、当面の間、技術者派遣に対する需要増加も見込めない。
		人材派遣会社（支店長）	・自動車製造業では一部の車種に回復がみられるものの、販売価格の低下による利益率の悪化や他車種の低迷などのため、今後も求人数の回復は難しい。

	人材派遣会社（社員）	・正社員募集の求人案件は全く増加しておらず、求人に対して消極的な企業はまだ多い。今後もこの傾向は変わらない。
	人材派遣会社（営業担当）	・契約期間の終了に伴う派遣契約の打ち切りは落ち着きつつあり、今後一層悪化することはない。また、公的機関による雇用対策により、期間限定ではあるものの雇用機会は増加しつつある。
	職業安定所（職員）	・生産調整や雇用調整を続ける企業もあり、今後も厳しい雇用環境が続く。
	職業安定所（職員）	・紹介件数が増加しても、企業の採用基準が高いため、求職者数が減少する見込みはない。
	民間職業紹介機関（職員）	・現在は定額給付金の取り込みを狙った期間限定の派遣求人が多く、長期の派遣求人はあまり出てきていない。今後、医療福祉等の一部業種から求人が出てくるが、まだ先のことである。
	民間職業紹介機関（社員）	・このペースでいけば、求人数は下げ止まる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・企業は様子を見ながら採用を行っており、先行き不透明である。
やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・求人数の動きは、今後も変わらない。需要があっても条件が非常に厳しいため、見合った人材を提供できない。
	人材派遣会社（社員）	・自動車関連企業ではコストの削減が一段と進められており、今後も派遣の抑制は続く。
	人材派遣会社（社員）	・派遣の予約状況を見ると、明らかに少なくなっている。
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車製造業では一部車種の増産に伴い、良くなりつつある。しかし、前年同期並みの人員は必要とされない。
	職業安定所（職員）	・雇用調整に伴う休業等は、製造業から運輸、建築など他業種にこれから波及する。
	職業安定所（職員）	・雇用環境は前月と比べると落ち着いてきているが、正社員の解雇や事業所の閉鎖に関する相談も少しずつ増えている。
悪くなる	-	-