

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	一般小売店〔土産〕 （経営者）	・景気対策の効果がそろそろ現れる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・土日祝日に限るものの、客の購買意欲は出てきた様子なので、今後は良くなる。
		一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・人の動きが少しずつ出てきたことに伴い、飲食店の利用も少しずつ増えてくる。
		一般小売店〔書店〕 （経営者）	・大手自動車メーカーの減産ショックがあった前年12月以降、業界では日を追うごとに良くなっているため、今後も少しずつ良くなっていく。
		一般小売店〔薬局〕 （経営者）	・市と商工会議所、商店街が共同で10パーセントのプレミアムを付けたプレミアム付き商品券を発行したが、多少は売れて流通しているため、今後は良くなる。
		百貨店（企画担当）	・定価商品に関しては厳しい状況が続いているが、価格を下げれば、数か月前と比較すると明らかに好反応がある。今後は、割引や優待等の努力を行えば、売上を確保できそうな感触がある。
		百貨店（売場主任）	・テレビ等で景気が悪いと報道されると、買物を我慢しようと思いがちになるが、それも限界にきている。必要品は買おうとして、来客数は増えている。今後はクリアランスセールも始まるため、売上は少しずつ増えていく。
		百貨店（販売担当）	・秋ごろから続いた景気悪化も、下げ止まった感がある。夏のボーナスも、ないものと覚悟していたら、少額ながら支給されたとの声が聞かれる。そうした安心感も手伝って、今後は少しずつではあるが、売上の回復につながる。
		百貨店（販売担当）	・消費者はこの一年間は我慢してきたが、今後は節約、代替志向を継続しつつ、限られた資源を有効に使うという購買動向が本格化して、少しずつ変化が出てくる可能性がある。購買商品と購買年齢層の幅が広がり、客の商品に対する見方はますます厳しくなるものの、価値ある商品への欲求は高いため、需要を喚起するチャンスはある。
		百貨店（販売担当）	・今年の夏も、旅行に関しては「安・近・短」の傾向が続くそうなので、デパートに涼みに来店する人も多い。そのため、デパートでの買物は多少は増える。
		スーパー（店長）	・店周辺の自動車関連製造業では、残業が発生するようになったと聞いている。また、夜間の客も、少しずつではあるが、増加してきそうな様子である。
		スーパー（店員）	・来客数の増加によって販売商品の幅が広がり、単価も少しずつ上がっているため、今後はやや良くなる。
		スーパー（総務担当）	・お中元商品の売上は、中間集計段階では5%ほど増えている。
		コンビニ（店長）	・工場関係の稼働率が若干上がったためか、来客数は微増傾向にあり、飲料水の動きも少しではあるものの、良くなっている。このまま盛夏に入ると、かなりの需要が見込める。
		家電量販店（店員）	・過去3か月間の前年同月比は下がり続けていたが、現在はややばらつき始めている。季節的な要因もあるかもしれないが、物が動き始めているのは確かであり、ほんの少しだけ良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の購入意欲はかなり上がってきており、今後はやや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・経済対策の効果が、今後はもっと出てくる。
		乗用車販売店（従業員）	・新車購入補助金により販売増が見込めるが、受注の3割がハイブリッド車であり、登録には結び付かないのが残念である。
		一般レストラン（従業員）	・定額給付金の給付や省エネ家電のエコポイントなど、政府の経済対策の効果が出てくる。
		都市型ホテル（営業担当）	・米国の大手自動車メーカーの破たんや新型インフルエンザの影響が少しずつ収束するため、少し良くなっていく。
	タクシー運転手	・駅やホテルからの客が増えており、配車要請は以前よりも増加している。また、夜の繁華街の人出も、木、金曜日では多少ではあるが数か月前よりも増加している。そのため、今後は良くなる。	
	テーマパーク（職員）	・8月には高速道路料金引下げ対象日が拡大されるため、動きは良くなる。	

変わらない

商店街（代表者）	・経済対策によって、自動車、家電などは良くなると思うが、住宅関係はあまり変わらない。
一般小売店〔結納品〕（経営者）	・個人消費は冷え込んでおり、この状態がまだ続きそうである。
一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・季節要素とエコポイントの還元があり、若干上向くと思われるが、単価の低下や変動性を考えると前年の数字にまで行くかどうか非常に微妙である。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・付近には家電メーカーや自動車メーカー関連の企業が多いため、しばらくは良くならない。
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・物価は全体的に上昇していないが、勤労世帯の収入が増加していない現状では、出費を抑える傾向が今後も続く。預貯金がある中高年層でも同様である。
一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・健康に気を使うごく一部の購買層を除いて、世の中の大きな変化がない限り食品に振り分けられるお金は限られる。
一般小売店〔時計〕（経営者）	・今後良くなる材料は特にはない。
一般小売店〔惣菜〕（店長）	・これから本格的に夏のボーナスシーズンに入るが、状況は厳しそうであり、完全な景気回復はまだ先である。
一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・消費等の動きは非常に悪く、金融面もまだ安定していないため、景気の先行きは不透明である。
百貨店（企画担当）	・停滞状態が今後半年は続くと考えられるので、2、3か月後では好転しない。政治不安や社会不安の解消などにおいて大きな事象がなければ、大手企業業績などの経済情勢が少々持ち直しても、消費に大きなインパクトは与えない。
百貨店（企画担当）	・6月の後半以降、売上が前年を上回る日が出てきているが、一過性と思われるため、今後も変わらない。7月のクリアランスには期待している。
百貨店（売場主任）	・ポイントアップや先行クリアランスといった仕掛けをすることによって、ようやく購買につながるという状態が、今後も続く。
スーパー（経営者）	・所得が増えず、家計は節約しながら生活していくため、現状が今後も続く。
スーパー（店長）	・必ず景気回復するという兆候が出てくれば、購買意欲も変わり、それに伴って景気も回復する。しかし、先行き不安が大きいため、財布のひもは今後も固い。必要な物しか買わない状況が続く。
スーパー（店長）	・コンビニの値引き販売や、プライベートブランド商品などにより、低価格販売の動きは今後一層加速する。客単価が上昇しない状況は、今後もずっと続く。
スーパー（営業担当）	・景気の底打ち感もあるが、ボーナスの減額も多いため、お中元の単価低下は必然である。また、買い控えも続く。
コンビニ（エリア担当）	・今後も購買意欲は強くならず、より安い商品を買求める傾向も継続する。
コンビニ（店長）	・ボーナスが出てくるが、客の財布のひもは緩まない。
コンビニ（店長）	・現在の客の動きや様子、単価の動きから見ても、これ以上良くなるとは考えられない。
衣料品専門店（販売企画担当）	・下げ止まり感はあるが、ボーナスの減額も多いため、お中元の単価低下は必然である。また、買い控えも続く。
家電量販店（店員）	・省エネ家電のエコポイント制度の効果により、大型サイズのテレビの売行きは良いものの、全体的な販売台数は減少する。
乗用車販売店（経営者）	・補助金制度等の施策は3か月先も続くため、急激な変化はない。
乗用車販売店（従業員）	・3か月間は多少良い状態が続くが、新車購入の補助金制度が終了した後にどうなるかわからない。
乗用車販売店（従業員）	・例年ならば夏のボーナス需要を当て込んだ施策を展開するが、今年は客との会話の中でも、ボーナスに期待する声は少ない。また、購買力のある人は、従来よりも早く動き出しているため、ボーナスの支給時期には終了している可能性がある。今後は、減税対象から外れている車両が対象車となるよう改良されていくため、ハイブリッド車以外の車に対して、客の目が向けばよいと考える。
乗用車販売店（従業員）	・少し販売が回復したとはいえ、前年比で80%ほどである。新車販売が若干回復しても、減税対象のコンパクトカーが主体で、収益的には苦しい状態が続く。車検などのメンテナンス部門は同業他社との競争も激しく、落ち込み気味であり、良くなるとは言い難い。
一般レストラン（スタッフ）	・新規客が少ないため、今後も良くならない。

	都市型ホテル（経営者）	・客の声を聞いても、不安材料は多く、先行き不透明である。
	都市型ホテル（支配人）	・新型インフルエンザの影響によって、出張等の宿泊需要が大幅に落ち込むなか、今後は宴会需要などへの影響も懸念される。
	都市型ホテル（従業員）	・宿泊予約数をみると、今後も変わらない。
	旅行代理店（経営者）	・ボーナス金額が減っているため、引き続き厳しい状況が続く。
	旅行代理店（従業員）	・新型インフルエンザによる風評被害が、観光業界ではなお継続する。また、秋に再流行が起きると、5月のように旅行取消しが発生して、大幅な取扱減になりかねない。
	通信会社（サービス担当）	・安価な他社サービスへの乗換えもあるが、新しいサービスについての問い合わせも増え、新規の申込や逆に乗換えされるお客も増えてるので、今とあまり変わらない。
	ゴルフ場（企画担当）	・今後3か月先の予約数は、前年と比べて全体的に好調である。台風等の影響が大きくなければ、このまま推移する。
	美容室（経営者）	・客の話によると、定額給付金の給付の話題よりも、ボーナスカットやボーナスが出ないとの話の方が多く聞くため、まだ当分このような状態は続く。
	住宅販売会社（従業員）	・建設業では、同業他社の倒産が相次いでいる。費用削減、業務改善等の対策を講じているが、受注の停滞が改善する様子は見受けられない。
	住宅販売会社（従業員）	・零細の住宅建築業者では受注状況は良くないものの、何とかなっていくが、中堅、大手企業の先行きは暗い。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の様子を見ると、購買目的を持って来客しても店内で長時間検討する客が多く、少しでも出費を減らそうという意識が見受けられる。そのため、今後は現状維持というよりも、やや悪くなっていく。
	商店街（代表者）	・価格重視の客が増えているため、客は安売り店に流れていく。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・個人のみならず企業でも交際費、接待費を大きく削減しているため、お中元の取りやめが増えている。8月は零細企業からの返礼需要があるが、中小企業でさえお中元の取りやめが多いなか、3か月後は大変厳しくなる。
	百貨店（外商担当）	・ボーナスの減額という話を多々聞くため、本当に生活に不可欠な食費等以外の消費は、今後は更に減少する。
	スーパー（経営者）	・例年夏休み前は暇になるが、暇になる時期が以前よりも早くなっている。
	コンビニ（経営者）	・料飲店向けの売上が2～3割が減少していることに加えて、ボーナスも減額になっている様子なので、お中元の売上増も見込めない。
	コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店計画が増えているため、今後は厳しくなる。
	コンビニ（店長）	・たばこの売上は、前年同月比で1割ほど減少している。景気悪化を機会に禁煙を始めた人も多いためと考えられるため、今後の売上は減少する。
	乗用車販売店（従業員）	・車に対しての先行き不安が、客の中に見え隠れしている。買わずに済むなら買わずにおこうという考えである。ここしばらく状況が良くなってきたように感じていたが、足踏み状態である。先行き不安はまだまだ残る。
	住関連専門店（営業担当）	・住宅関係は、持ち家、賃貸共に増えていない。ビル関係も、民間投資、公共投資関連の新築現場の発注が少ない。ただし、改装需要は増えており、この7、8月くらいが底である。
	高級レストラン（スタッフ）	・現在の来客数の下げ止まりは、定額給付金の給付の効果によると思われる。この効果が解消すると、来客数は再び減少する。
	旅行代理店（経営者）	・今後原油価格が上昇すると、再び景気は後退する。
	旅行代理店（従業員）	・当社でも夏のボーナスの支給は見送りとなったが、全体的に収入が減るため、旅行にはなかなかお金が回ってこない。
	通信会社（開発担当）	・メタル回線の解約は、今後も引き続き増える。
	ゴルフ場（経営者）	・今年初めのような不安は消えたものの、客の価格に対する要求は日増しに激しくなっており、一度引き下げた価格を戻すことは当分出来そうにない。
	理美容室（経営者）	・客からは、ボーナスが出ないとかお金があまりないといった話を聞いている。

		住宅販売会社（従業員）	・夏のボーナスの減少によってボーナス払いで住宅を購入した人が手放すという報道がよく流れた影響もあり、買い控えが増える。
		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）	・元請の受注状況は悲惨な状態であり、今後に向けた見積依頼等もほとんどない。
	悪くなる	百貨店（外商担当）	・先月同様にボーナスが減っており、客に余裕は感じられないなか、百貨店での買物も今後は更に足が遠のく。
		スーパー（経営者）	・超大型小売店が近隣で開業したため、大型店の争いの中に小さな店が巻き込まれ、良い結果は出ない。小型小売店は、生き残ることが大変厳しい。
		スーパー（経営者）	・当月の客の買上が悪くなっている状況で1店舗が倒産する事態もあり、買上状況は段々悪くなっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・主力商品であるおにぎり、弁当、雑誌や飲料水の落ち込みが特に激しい。この状況はしばらく続く。また、競争店の出店が決まっているため、ますます厳しくなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・コンビニの値引き販売が、今後全チェーンに広がる可能性がある。それによって、通常商品の価格も低下するなど、売上、収益の悪化が予想される。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・時計、宝飾といった高額商品のなかでも、高価格の商品には目もくれず、セール商品の中から選ぶ客が増えており、苦戦している。今後も売上が伸びず、ますます悪化することが見込まれる。
		スナック（経営者）	・客の話では、お盆休みが長くなる企業が多い。9月も連休が多いため、レジャー等では良いかもしれないが、繁華街はしばらく静かになる。
		美容室（経営者）	・景気が底打ちしたとの報道があるが、客からは景気が良くなる話題は聞かない。
		設計事務所（経営者）	・仕事量が増える兆しが見えない。
		設計事務所（職員）	・建築業界はかなり状態が悪く、建築士がいる末端の建築事務所までかなり厳しい状況である。仕事がなく、仕事を探している。来年は良くなるとの観測もあるが、良くなる前に廃業する企業も多い。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・ピークには程遠いが、一部では回復基調に入っている。ただし、依然として全体的に底上げするほどの強さはない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーから内示された生産計画によると、3か月先には生産は増えるため、今後は仕事も増える。
		輸送業（エリア担当）	・一部製造業では在庫調整が完了し、中国市場への売り込み等に伴う貨物の増加も見込める。
		通信会社（法人営業担当）	・我が国を始め各国の経済対策の効果が少しずつ現れてくる。
		通信業（営業担当）	・客の様子を見ると、緩やかに回復してきているため、2、3月先には良くなる。
		不動産業（開発担当）	・事業用地の売却情報が増えてきており、分譲マンションの用地として、仕入れを再開しようとする同業者の話題も聞こえてくる。将来に向けて、投資を行おうとする気運が少しずつ高まってきている。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・当社の製品を含めて、家庭用調味料の売上は伸びている。ただし、個人消費は全体で見ると縮小しており、今後所得が減少すると、消費はますます縮小する。
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・取引先の計画によると、受注量が上向くことはない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・受注量、販売量共に、低調ながら今後も現状で推移する。
		化学工業（企画担当）	・回復基調ではあるものの、非常に低速で実感できる状況にない。ただし、大手が来期の業績が好転する見込みを発表し始めることで、景況回復の良い材料にはなりそうである。
		化学工業（人事担当）	・原油価格の上昇など、不安要素は多い。企業活動に余裕はあまり見られないため、設備投資も抑制され、しばらく横ばいが続く。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・商品のライフサイクルが短くなっており、次世代の物にうまく乗れるか、不安要素は多い。電池関連がもう少し伸びそうだが、他に好調なところがない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・ハイブリッド車の生産は増加しているが、自動車全体の販売量の落ち込みを回復するほどの増加量ではない。生産設備も遊休設備の流用がほとんどであるため、新規の設備投資には結び付かない。

	電気機械器具製造業（経営者）	・客からの問い合わせや新しい仕事の話もないことはないが、価格優先であったり、決定には至らず様子見であったりと、2、3か月で良くなる動きではない。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・好調な企業も一部業種でみられるが、売上が好転する目処が立っている企業は少ない。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・ハイブリッド車関連の受注で一服したものの、他の車種については受注が回復するまでに至っておらず、今後も変わらない。	
	輸送業（経営者）	・メーカーからの生産内示は、増えていない。また、ボーナスが減少することから、小売関連の客の既存店売上予測は前年同月比マイナスとなっているため、現状が続く。	
	輸送業（エリア担当）	・原材料の荷動きが少ないため、下流にある各工程の作業も増えてこない。	
	輸送業（エリア担当）	・主要荷主等から、荷物量が増えるとの話題は聞こえてこない。	
	広告代理店（営業担当）	・今後3か月～半年先の受注状況はどん底である。しばらくは底ばいの状態が続く。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告の回復は見込めない。また、事業所からの新聞購読の中止が出ている。	
	会計事務所（職員）	・定額給付金の給付によって、量販店等の小売店では増収が見られる。また、高速道路料金引下げの効果により、小旅行も活発化している。しかし、効果は一時的である。	
	会計事務所（社会保険労務士）	・生産増に加えて設備投資が行われるようにならないと、景気は良くなる方向には向かわない。	
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・見積依頼は多少出ているが、実際の受注に結びついておらず、この先急に好転することはない。	
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・設備投資関連では、全く先が見えない。工作機械メーカーでも人員削減が出てきたように、利益が出ない状況が長く続くこと、人員削減が本格化する可能性がある。	
やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・社会全体が不景気な様子であり、取引先や仕入先を見てもあまり良い状態ではない。周りを見ると、すぐに景気が良くなるようなことはない。	
	鉄鋼業（経営者）	・夏場にかけて、建設需要は3割ほど落ち込むと言われている。他の需要も底ばいのため、状況は改善されない。	
	金属製品製造業（従業員）	・仕事量の確保に苦しんでいることに加えて、仕事があっても安値のため、利益は期待できない。	
	輸送業（従業員）	・原油価格が徐々に上昇しているため、燃料費の負担が増加してコスト上昇の要因になるのではないかと懸念している。	
	広告代理店（制作担当）	・企業側からはこれといった引き合いがなく、先の見通しはあまり見えない。底ばいが続く。	
悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気を左右する住宅着工件数は、平成21年2月～4月までの累計が平成20年11月～平成21年1月の累計と比べて、17.7%減となっているため、改善の目処は立たない。	
	金属製品製造業（経営者）	・引き合いは減少しており、客先の見込みもよくない。市場の縮小に伴い、競争もますます激しくなる。	
	広告代理店（経営者）	・今まで堅調に営業成績を推移させてきた複数の取引先企業で、給与削減の動きが出ている。地方都市では、景気悪化の影響は遅れて出始めてくる。	
雇用関連	良くなる	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・客先では、次期開発に向けた取り組みがある。
		人材派遣会社（社員）	・予約状況は例年並みであり、今よりも良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・求人の動きはほとんど見られず、求人があってもレベルが高く、派遣単価も低い。レベルの高い人材はそれほどいないため、今後もかなり厳しい。
		人材派遣会社（支店長）	・自動車メーカーの求人は回復傾向にあるが、一次部品メーカー各社は依然として厳しい経営環境におかれており、本格回復までは時間が掛かる。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・ハイブリッド車の好調による工場の休日稼働が始まるなど、良くなる話も出てきてはいるが、全体としての底上げ感はまだない。
		職業安定所（職員）	・業種によっては、秋口からの仕事量の減少を心配する声も少なからずある。
		職業安定所（職員）	・今後しばらくは、求人数は低水準で推移する。ただし、新規求職者数は減少傾向にあるため、有効求人倍率は5月が底になりそうである。
		職業安定所（職員）	・まだまだ景気の状態の不透明感が強いいため、各企業は手探り状態であり、今後もこの傾向は変わらない。

	民間職業紹介機関（職員）	・ 契約更新がない企業はまだ増えており、当面変わらない。
	民間職業紹介機関（社員）	・ 求人活動が活発化するの、もう少し先である。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・ 派遣契約解除が継続しており、新規採用意欲も減退している状況に、改善の気配は見られない。
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・ 稼働率は高まっているが、余剰人員に仕事が行き渡りつつあるだけで、採用の動きからは遠い。
悪くなる		