

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	住宅販売会社（従業員）	・ 大手自動車メーカーが期間従業員の採用を始めるなどの明るいニュースが増えてきている。当業界でも、若干ではあるが、購買意欲のある人の来場が増えてきている。今後は季節的にも来場しやすくなるため、今後は良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・ 客はお金を使わない状況から、使い先や使い方を選んで使うようになってきており、今後はお金を使う動きが出ている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・ 伊勢神宮ではこの秋に宇治橋渡初式などがあり、にぎわう。
		百貨店（企画担当）	・ 消費意欲が劇的に回復するとは感じられないが、セールや催事といった仕掛けに対して、若干なりとも反応は現れるようになってきている。セールや自社カード優待といった価格面の仕掛けは必要であるが、何とか前年並みの売上を確保できそうな流れになってきている。
		百貨店（営業企画・販売促進担当）	・ 前年は10月以降、米国の大手金融機関の破たんに伴う不況があったが、それが一巡し、落ち込み感はやや弱まる。
		百貨店（販売担当）	・ 厳しい状況ながらも、客の新作に対する意識はかなり高まっている。低単価商品には、動きの良いものも出てきている。平場のブランドは、売場面積が減っているため前年並みの確保は難しいと思われるが、売場全体では新規ブランドの好調も手伝って、まずまずの結果を見込める。
		家電量販店（店員）	・ 前年は、米国の大手金融機関の破たん以降年末に掛けて、経済状況が悪化して買い控えが起こり、家電販売も悪い状況が続いていた。今年は、エコポイント制度や政権交代もあり、良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・ 10月初めに、当社の主力取扱車両がやっとエコカー減税、補助金の対象に加わるため、販売のかさ上げがある。例年、年末に向けて増販月に入るため、市場も少しは盛り上がる。
通信会社（サービス担当）	・ 提供エリアの拡大に伴って、拡大エリアでの新規加入者が増える。		
変わらない	商店街（代表者）	・ 相変わらず客1人当たりの客単価は伸びてこないため、今後も売上がプラスに転じることは難しい。	
	商店街（代表者）	・ 9月の大型連休で販売量は増えたが、土日の売上は依然として例年と変わらないため、今後も良くなることまでは望めない。	
	商店街（代表者）	・ 省エネ商品、エコポイント商品の動きはまずまずであるものの、単価の下落が激しいため、今後景気が良くなってくる雰囲気は全くない。	
	一般小売店〔薬局〕（経営者）	・ 地場産業の廃業が進むなど、地域は暗い話題ばかりである。エコカーや省エネ家電は売れているかもしれないが、景気が底を打った実感はなく、まだ落ち込む可能性がある。	
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・ 客の話によると、新政権に期待しているが、具体的に良くなるまでには時間が掛かるとのこと、まだまだ慎重である。景気が上向くまでには、まだまだ時間が掛かる。	
	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・ 外商の受注量も低迷が続いており、客からは景気回復の話題はほとんど聞かれず、先行き不安をこぼされることが多い。セールが終わると次のセールと手を変え品を変え努力しているが、来客数は変わらず、客単価は低下した状態が続いている。今後も厳しい状態が続く。	
	一般小売店〔惣菜〕（店長）	・ 比較的高価な商品を扱う百貨店では、客の経済状況が売上に直結する。厳しい状況はまだまだ続く。	
	百貨店（企画担当）	・ 今後、政策によって内需拡大が推進されるであろうが、雇用不安を始め社会不安が解消に向かうには時間が掛かるため、消費に対する好影響は当面期待しにくい。	
	百貨店（企画担当）	・ 前年10月以降の景気後退から1年経ち、10月以降の売上は、これまでのように前年を大きく下回ることはなくなると思われる。ただし、客単価、商品単価の低下傾向は急には変わらない。	
	百貨店（経理担当）	・ 前年実績を上回る商品も出てきている。2～3か月前の落ち込みに比べると、全体的に安定してきており、今後もこの傾向は続く。	
	百貨店（売場主任）	・ 様々なイベントを仕掛けても、買いたい物だけを購入する買物スタイルは依然として変わらない。相変わらず財布のひもは固く、今後もこの傾向は続く。	

百貨店（販売担当）	・客は以前と比べて、購買する際に商品を慎重に吟味する傾向にあるが、今後はそれが常態化する。それに対して、百貨店では新しいビジネスモデルや施策が確立していないため、客のニーズの変化に対応できない状況が今後も続く。
スーパー（店長）	・来客数の増加は、企業の体力を削りながら実施している特売強化によるところが大きい。今後景気が良くなる方向には向いていない。
スーパー（店長）	・単価の低下は落ちついてきている。ただし、買上点数の動きは若干不鮮明である。また、新政権による今後の政策に期待はしているものの、大きな期待は持っていない。
スーパー（店長）	・夏物衣料の処分もきちんとできていないが、今後は秋物衣料の早めの処分が続き、単価の低迷、利益の圧迫が続く。競合店による安売りも、単価の回復を妨げる。今後もこの傾向は続く。
スーパー（店員）	・今後良くなるような売れ方や雰囲気にはなっていないため、今後も横ばいが続く。
コンビニ（エリア担当）	・来客数の減少は収まり底を打ったが、客単価の下落傾向は続いており、売上は当面、厳しい状況が続く。
コンビニ（エリア担当）	・必要以外の物は購入しない傾向は、今後も継続する。
コンビニ（エリア担当）	・いったん固くなった財布のひもは、景気が多少回復する程度では、なかなか緩まない。
コンビニ（店長）	・平日、週末の来客数が、前年同月比で減少傾向にある。これは今まであまり見られなかったことで、年末までは良くならない。
家電量販店（店員）	・パソコンの新OSの発売を控えているが、盛り上がりには欠けている。
家電量販店（店員）	・地場産業の製造業は以前と比べて良くなっていると聞いており、全体的には回復していくと思うが、個人消費はまだ変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・客の購入予算は、一段と低下している。将来不安が増大している様子であり、これはすぐには改善しそうもない。
乗用車販売店（従業員）	・前年9月と比べると販売台数は約3割減少しているが、補助金がある間は販売増を見込める。
乗用車販売店（従業員）	・補助金制度の効果は出ているが、補助金制度が今後どうなるか分からないため、今後は予想しにくい。
乗用車販売店（従業員）	・9月は半期決算もあり、それを狙った客でにぎわったが、10月以降は不透明である。また、高速道路料金の無料化や暫定税率の廃止などの話が客から出始めており、ETCはほとんど売れなくなってきた。また、例年年末までは販売台数が減る傾向にあるが、それを補うはずである工場への在庫量は前年を下回ってきているため、今後も厳しい状況が続く。
高級レストラン（スタッフ）	・予約客数は増加している。ただし、一般の来客数は落ち込んだままであり、全体として軟調が続く。
一般レストラン（スタッフ）	・今後は、流行し始めている新型インフルエンザの動向が懸念される。
一般レストラン（スタッフ）	・客単価は変わらず、すぐに景気が良くなる様子はない。
一般レストラン（従業員）	・新政権の発足による景気の活性化を期待しているが、末端の飲食店にまで効果が現れるのはもう少し先である。
スナック（経営者）	・客からは、年末のボーナスも期待できないという話が聞かれる。経営統合やリストラなど明るい話題がないため、今後も客の財布のひもは相変わらず固いままである。
都市型ホテル（従業員）	・予約数は現状と変わらない。
旅行代理店（経営者）	・総選挙が終わり様々な期待が膨らんでいるが、給与が減少しているなか、財布のひもは依然として固い。企業の経費節減も当分続く。
通信会社（企画担当）	・自動車業界が下げ止まっている感はあるものの、好転の兆しまでには至っていない。
テーマパーク（職員）	・客単価は月によって変動があるものの、今月は若干ながら前年同月を上回っている。今後も現状並みが続く。
ゴルフ場（企画担当）	・今後ゴルフ業界も徐々に厳しくなると思うが、11～12月中旬に掛けてはゴルフシーズンであり、例年並みの天候ならば、来場者数が大きく変わることはない。

やや悪くなる

商店街（代表者）	・街中では、空き物件、空き地が非常に増えている。事業所、店舗等の数が減り続けており、景気が良くなる気配は全く感じられない。また、10月から電気料金値上げ等もあり、個人、企業の負担増となるため、景気は更に低迷する。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・客は自己防衛のため付き合いの幅を狭くしており、財布のひもは固い。自分が欲しい商品は買っても、贈答品は家計の交際費であり、贈答品は今後も厳しい。
一般小売店〔書店〕（経営者）	・1人当たりの買上は急激に減少してきており、このまま12月ごろまで行く。
百貨店（販売担当）	・冬のボーナス支給額が増額するとは思えず、消費が冷え込むことは目に見えている。特に宝飾業界は、クリスマス商戦もますます厳しくなる。
百貨店（外商担当）	・全体的な傾向を見ると、一番悪い時と比べると良くなる方向にあるが、新型インフルエンザの流行が懸念される。来客数が減少したり、売上に影響するのではないかと。
スーパー（経営者）	・冬のボーナスは減ると思われるため、所得は伸びない。中小企業も相変わらず良くなく、経費削減に限界まで努力して、下げ幅をできるだけ小さくしている現状にある。そのため、3か月先の景気も悪くなる。
スーパー（経営者）	・自動車製造業は多少良くなってきていると聞かすが、地場の輸送用機械器具製造業は全く悪く、毎週金曜日から3連休になっている状況である。そのため、今後も買い控えが続く。
コンビニ（経営者）	・消費者の購買意欲はいつ良くなるのか、どこまで悪くなるのか、楽観的に見ても全く見当が付かない。
乗用車販売店（経営者）	・今後は、新型車効果が薄れてくる。また年末が近付くにつれ、年内登録関係の交渉が発生する。11月までの商談が重要である。
住関連専門店（営業担当）	・マンション、工業物件共に、新築に対する購買意欲が落ちている。また、リニューアル物件も、価格が非常に厳しくなっており、今後は厳しくなる。
観光型ホテル（経営者）	・9、10月の宿泊数は前年を12～13%上回っているが、11月は25%ほど、12月も5%ほど悪くなっている。新型インフルエンザの流行を懸念しているためか、出控えの兆しがあり、良くなるどころかむしろ悪くなる。
都市型ホテル（経営者）	・客の動きや宿泊業界の単価を見ていると、回復するとは思えない。まだしばらくは現状が続く。
都市型ホテル（営業担当）	・自動車製造業を中心に来年度以降の状況が不透明であるため、消費の自粛ムードが広がっている。雇用も確保されていないため、個人需要も低迷しそうである。
旅行代理店（経営者）	・原油高と円高傾向により、業界を取り巻く環境は悪化する。
旅行代理店（従業員）	・中部国際空港では国際線を含めて減便が見込まれている。旅行者は中部地区からの出発が非常に厳しくなることに伴い、海外旅行を含めて需要は伸びていかない。
パチンコ店（経営者）	・サービス業は景気に一番敏感であるが、現在の景気は、踊り場から下に向かいそうな雰囲気がある。
理美容室（経営者）	・客の話では、仕事は増え始めているが、給与には反映されていないと聞く。そのため、景気はまだ少し悪くなる。
設計事務所（経営者）	・企業案件の数がやや減少しており、今後は悪くなる。
住宅販売会社（従業員）	・住宅を新築するための土地購入が減ってきているため、当面は増改築等のリフォームしかない。
住宅販売会社（企画担当）	・新政権の新しい予算等の方針が明確になるまでの間は、様子見が続くため、消費は上向かない。
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）	・元請企業の動きが止まっている。見積依頼等の引き合いもほとんどない。

悪くなる

一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・新型インフルエンザの流行による影響が懸念される。流行し始めると人出はなくなるため、百貨店等の量販店では大打撃を受ける。
スーパー（経営者）	・底打ちと思っていたが、9月中旬以降は特に、消費者の購買意欲が失せている動向にあるため、今後は悪くなる。
コンビニ（企画担当）	・8月が底で、9月以降は緩やかに回復に向かうと思われたが、売上が弱含みであることに加えて、小売業では2010年2月期の業績の下方修正が目立っている。
コンビニ（店長）	・来客数、1人当たりの買上単価、買上個数、売上などどの指標を見ても、良くなる傾向は全くない。今後はむしろ悪くなる。
コンビニ（商品開発担当）	・今後は、今までの貯蓄がなくなったり、長期化する不景気に対応して消費を抑えたりする傾向が強まる。

		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・相変わらず、消費者の買い控えは続いている。客単価、商品単価共に低下傾向が続いており、早期の回復は見込めない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・繁華街でも新型インフルエンザが流行し始めており、今月後半からは外出にはマスクが必須となる。そのため、小売店では売上の悪化を強いられる。
		観光型ホテル（販売担当）	・企業と各種団体の利用が全く戻ってこない。11月以降、年末年始の受注もさっぱりである。企業、各種団体の宿泊宴会、一般宴会のマイナス分を補うことはできないが、今は個人宿泊の稼働率を上げることに重点を置いている。
		都市型ホテル（支配人）	・冬のボーナスが見込めないため、個人客の売上が見込めない。また、新型インフルエンザの流行懸念により、年末に向けての忘年会、新年会の受注が弱くなっている。
		住宅販売会社（経営者）	・新政権に変わって以降、様子見が続いており、買い控えの傾向が強くなっている。賃貸でもそのような傾向があり、この傾向は今後も続く。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・非常に良くはならないが、今後は今の悪い状況は脱して、少しは良くなると思う。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・自動車製造業では、製品に関しても生産設備に関しても在庫調整が終わりに近づき、増産や設備更新の具体的な話が増えてきている。ただし、厳しい価格要求は変わらず、受注できても利益がほとんど出ない価格での競争を強いられている。
		輸送用機械器具製造業（統括）	・主力取引先からの受注増加が、引き続き見込める。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・海外での在庫調整が一巡し、取引先からの内示数は増えてくる。ただし、前年のピーク時から比較すると、まだ7～8割である。
		輸送業（経営者）	・これまでの景気対策による需要の先食い懸念から、客の投資に対する姿勢は慎重である。ただし、当面の需要への対応のための物流投資は増加する。
変わらない		食料品製造業（企画担当）	・原材料価格は少し上昇傾向にあるが、商品の販売価格は値下がり傾向にあるため、今後は収益を圧迫する。また、販売価格が低下しても販売数量は伸びていないため、個人消費は低迷しており、今後もこの傾向は続く。
		化学工業（企画担当）	・米国経済が回復しない限り、実質的な景気回復には至らない。下げ止まっているとの見方もあるが、全体が下げ止まるにはまだ時間が掛かる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・今後に向けた明るい話題がない。太陽電池関係に活路を見出そうと開発している企業は多いが、金属シリコンの値段が低下したままであるため、前年のような活気はない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気は住宅着工件数と密接な関係にあるが、今年5～7月の住宅着工件数は2～4月の住宅着工件数とほとんど変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・現状は当面継続する。更なるコスト削減、生産効率向上等を図り、業績悪化に歯止めを掛ける必要がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・車載電子部品やマイコンなど自動車向け以外には、期待を持てる製品が全く見当たらない。この状態は、来年3月まで続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・今後に影響を与えるような大きな案件は予定されていない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・急激な円高によって、輸出産業はかなりのダメージを受けると予想される。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・減税効果によって国内受注はそれなりに見込めるものの、米国経済の先行きが不透明であるため、一進一退の状況が続く。
		輸送業（従業員）	・株価は回復傾向にあるものの、原油価格も上昇していることが懸念される。
		輸送業（エリア担当）	・自動車関連の設備投資の仕事が全くない状況にあるため、輸送の仕事も動かない。それに加えて、橋梁等の設備投資関連も足踏み状態にある。
		輸送業（エリア担当）	・9月は上半期の終了月であり、例年ならば荷物の動きが少しは増えるが、今年は9月末を迎えてもそのような動きはない。9月の大型連休があったので、1日当たりの荷物量が多少動く日もあったが、月間を通じて見ると1日の荷物量は変わっていない。今後もこの傾向は続く。
		通信業（営業担当）	・客は投資の抑制を続けており、しばらく現状が続く。

		金融業（従業員）	・大手企業では景気が若干上向きになってきている動きもあるが、設備投資には動きが見られない。また、下請企業では、全体的に先行きが明るいとは言えない。
		広告代理店（制作担当）	・年末に向けて企画物の提案をしているが、広告費削減の影響が続いており、厳しい状況は今後も継続する。
		行政書士	・客との会話では、今後上向くという話は聞かれない。
		会計事務所（社会保険労務士）	・業績が回復する要因が見当たらない。赤字決算になる企業が増えている。
	やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・好調といわれている自動車関連産業でも、11月以降の内示では10月までと比べて1～2割減である。今年7月以前の水準に戻る可能性もある。
		金属製品製造業（従業員）	・原材料の値上げ要請がある一方で、工事が増えるなどの仕事量の回復見込みはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・個人収入が減少しているなか、購買意欲は下降傾向にある。需要が伸びる要素がないため、新規の話も前向きではない。
		建設業（営業担当）	・仕事量が減っているなか、新しい仕事や取引先に出会っていない。仕事の考え方や内容、営業、会社の方針が変わっていかない限り、今後も厳しい。
		経営コンサルタント	・正社員雇用が少なく、契約社員がそれより悪い雇用形態が主流という状況は変わっていないため、住宅を購入する動きは非常に鈍い。それによって景気の幅広い回復も見込めない。この負のスパイラルは今後も続く。
		会計事務所（職員）	・消費財の価格は確かに安くなっているが、消費者は必要以上には購入しないため、製造業でも売上の減少は避けられない。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・今月は一時的に仕事が増えたが、今後も増えるとは思えない。また下降線をたどる。
	悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・市場の縮小が続いているため、価格競争も一層激しくなっている。
		不動産業（経営者）	・今後は、企業の破たんが進む。
		広告代理店（経営者）	・大手企業が無理な受注を決定するようになってきているため、今後中小零細企業はその影響を受け、受注は減少する。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・来月以降の予約状況は、週末を中心に例年並みとなっている。ただし、求人数は増えるが、1～2割は削減される。
		人材派遣会社（支店長）	・今後、自治体の緊急雇用対策案件が増加していく。また、自動車メーカーの生産計画の上方修正によって、関連会社からの求人も出始めている。以上によって、回復基調は続く。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・給仕の動きは、ここ半年以上、全くなくなっている。この状況は、来年の3月ごろまで続く。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数は、今年度いっぱい横ばいである。今後回復するとしても、来年度からである。人員整理を行った企業では、一部人材の不足感があるが、新規採用は引き続き凍結するという企業が多く、新規採用の開始は来年の春以降になる。
		人材派遣会社（経営企画）	・研究開発の需要回復は想定していたより遅いため、3か月後はまだ確かな需要回復が見込めない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・ハイブリッド車の生産増の恩恵を受けるのは年内までであり、来年の見通しは不明瞭である。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・現在は、これまで停止していた案件が動き始めたという感じであり、必要以上のマイナス分の求人が出されている状態である。今後良くなるという力強さはない。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・企業の求人活動に、改善の兆しはみられない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・自動車メーカーから期間工の募集が開始されたが、まだ景気が上向くと感じるほどではない。
		職業安定所（職員）	・景気の不透明感から、企業からの求人はまだ出てこない。新規求職者数も、横ばいか若干増加している。
		職業安定所（職員）	・輸送用機械器具製造業の一部では生産が増加しているものの、業種全体では横ばいが続いている。雇用の維持が精一杯の企業もある。今後もこの状況が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・まだ全体的に良くなってはきておらず、良くなっている業種は限られている。全体的に良くなるのは、まだ当分先である。
	学校〔大学〕（就職担当）	・企業の求人意欲は、これ以上悪くはならないが、良くなる様子もない。	

やや悪くなる	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・ 2011年 4 月入社の新卒募集に対する企業参加の出足は極めて鈍く、前年同期比60%程度で推移している。景気の先行き見通しが立たないためか、新卒の採用計画は大幅に遅れている。
	職業安定所 (職員)	・ 雇用調整助成金の申請は減少傾向になく、新規申請の相談に来所される事業所がいまだに出ている。休業手当を払いきれずに従業員の雇用調整をするケースが目立ち始めており、今後は一段と厳しくなる。
悪くなる	職業安定所 (職員)	・ 零細企業の経営環境は、事業主の蓄え等を食いつぶす状況にあり、今後も企業の整理が進む。