

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	百貨店（企画担当）	・正月や春の実売期を含めて、長期間で前年の売上を上回っており、一過性の回復ではない。少なくとも秋までは、このような緩やかな改善傾向が続く。
		百貨店（売場主任）	・土日の天候が良い日など、来客数は増加している。レジャーに出掛けるよりは、近くで買物するという客が増加してきている。その反面、売場の靴メーカーは厳しい状況にあり、在庫を増やさないと生産数を減らしているため、サイズ切れで客対応できないこともある。これからメーカーの生産数が増えれば、売上も増える。
		百貨店（販売担当）	・商品を厳選する傾向はますます強くなり、売上点数が減少する可能性は高い。その反面、価値ある商品や上質な商品の動きは強くなるため、商品単価や客単価は上昇する可能性がある。ただし、この動きは百貨店には当てはまるものの、低価格を前面に出している店では、ますます価格低下が進行する。
		百貨店（販売担当）	・徐々にではあるが、定価品に対しても、今まで固かった財布のひもが緩んできた傾向が見受けられる。プレセールの開始時期が早まるため、6月の売上は厳しくなることが予想されるが、7月以降のセール本番の売上には期待が持てる。
		百貨店（販売担当）	・今夏のボーナスが前年を超えるという企業が、増えそうな様子である。ボーナス需要を見込んで、施策を打てば、売上の回復が見込まれる。
		コンビニ（企画担当）	・品ぞろえの価格帯をこの1年間で設定し直しており、主要な商品は少し安くなっている。天候、気温と円高といった悪条件が重ならなければ、今後は良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・当地域は自動車業界の影響を強く受けるが、このところは自動車業界の業績回復に連動して全国平均を上回る月が続いているため、今後は緩やかに改善する。
		乗用車販売店（経営者）	・補助金がある9月までは、堅調に推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・9月までは購入補助金があり、駆け込み受注が見込めるため、前年以上の数字を期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・客との話でも、補助金の期限の話題が頻繁に出ている。9月まではこの傾向が続く。今までは冷やかしか客も多かったが、財布を握る夫人と一緒に来店して、効率良く話を聞いて回る客が多い。家族で購入を真剣に検討している客が増えている。
		観光型ホテル（経営者）	・7、8月から、宿泊予約数は前年同月比で100%上回っている。7月以降は、回復の兆しがある。
		旅行代理店（従業員）	・国内航空会社の減便、撤退によるダメージは非常に大きい。増便するヨーロッパ系の航空会社もあり、ヨーロッパ方面への旅行申込の増加が見込まれる。
		通信会社（サービス担当）	・光インターネットの提供エリアの拡大と、新サービスのエリアの拡大があるため、未提供エリアからの注文が今後増える。
		変わらない	
商店街（代表者）	・周囲では、所得が減少している人が非常に多い。子ども手当が支給されても即効性は期待できず、全体としては横ばいで推移する。		
一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・参議院選挙を控え、中元ギフト商戦への影響が予想される。また、口蹄疫の流行により、牛肉、豚肉ギフトへの影響も懸念される。		
一般小売店〔書店〕（経営者）	・良い日があっても、日にちが過ぎると悪くなることもあり、客の流れがつかめない。25日の給料日を過ぎて良くなるかと思っても良ならず、このような不安な状態が続く。		
一般小売店〔惣菜〕（店長）	・これから中元シーズンに入るが、夏のボーナスに期待できない現状では、急に回復することはない。		
百貨店（売場主任）	・相変わらず、客の購買意欲は感じられない。このような動きは、まだ続く。		

百貨店（企画担当）	・1、2月までは、セール商品など低価格商品に消費が集中していたが、最近は価格が比較的高くても良い物、欲しい物が購入されている。6月の子ども手当の支給開始も明るい話題であり、消費を刺激する。現在の好調な売上は、しばらく続く。
百貨店（企画担当）	・商品単価、買上客数共に、下げ止まりを見せている。しかし、全体の数量は増えていない。割引セールやポイントアップなどを連続して実施することによって、なんとか売上を確保しているのが現状であり、このままでは息切れすることが目に見えている。
百貨店（経理担当）	・外商関連や一部の商材において、景気回復の兆しが見られる。ただし、まだ力強いものではない。
スーパー（経営者）	・全体的に不安定要素が多く、消費にお金を回すところまでは来ていない。子ども手当も、景気回復にはあまり貢献しない。大企業の輸出が伸び、その恩恵を中小企業が受けるには時間が掛かるため、景気はまだ良くならない。
スーパー（店長）	・上質な商品や単価を上げた商品などに対しては、特売時のような活発な購買意欲はない。特売時や話題商品、新商品ばかりが活発なようでは、全体の消費を押し上げることはできない。
スーパー（店長）	・動きが良くなっている商品も増えてきているが、今後すぐに良くなっていくとは考えにくく、今の現状が続く。
スーパー（営業担当）	・子ども手当が支給されるが、先行き不安があり、消費に大きく貢献はできない。
スーパー（販売担当）	・給与所得が増えないため、今後も現状並みが続く。
コンビニ（エリア担当）	・必需品以外は購入しない傾向は、当面継続する。
コンビニ（店長）	・4、5月と低温が続いており、飲料水、アイスクリーム類の売上が伸びない。6、7月もこのような傾向が続くと、低水準のまま変わらない。
コンビニ（店長）	・夏が暑くなれば飲料の伸びを期待できるが、前年のような冷夏だと、大きな変化は見られない。
衣料品専門店（経営者）	・景気は底を打ったと言われているが、消費者の財布のひもは予想以上に固く、セール品でも長時間品定めをして、結局は購入しないという客が増加する。
家電量販店（店員）	・来月にはパソコンの夏モデルや新規OSの発売があるが、問い合わせもなく、盛り上がり欠けている。
乗用車販売店（従業員）	・補助金の効果で、9月ごろまでは現状並みが続く。
乗用車販売店（従業員）	・これから夏のボーナスが支給され、エコカー補助金の期限を迎える。7月をピークに、駆け込み需要が期待される。ただし、客との会話のなかでは「この先わからない」という言葉が必ず聞かれ、財布のひもはますます固くなっていく。
住関連専門店（営業担当）	・建築業界は構造的な不況業種になっており、需要と供給のバランスが損なわれている。具体的には、公共投資の新築物件が減少し、民間の工場、オフィス、分譲、持ち家住宅もこれ以上増えるのは難しい。その反面、リフォーム物件も出てきているが、先の見えない景気のなかで、単価が高い物件は出ていない。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・6～8月は、会社によってはボーナスが出るため、商品購入の動きもあるはずである。
高級レストラン（スタッフ）	・前年大幅に下落した客単価は、回復しつつある。しかし、来客数は相変わらず底ばいにある。客単価の上昇がいつまで続くか、楽観できない状況にある。
一般レストラン（経営者）	・良くなる要素は見当たらない。
一般レストラン（スタッフ）	・相変わらず大口注文が見られないことから、すぐに景気回復することは見込めない。
スナック（経営者）	・ボーナスが出るため、街の人通りも少しは賑やかになる。客からも、企業は少しずつ回復しているとの話が聞かれる。しかし、給料やボーナスに大きく還元されることはないため、繁華街はまだ厳しい状況が続く。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・社会がある程度安定すれば、良くなる雰囲気が出てくる。しかし、消費者の不安により、財布のひもが固い状態は続く。
都市型ホテル（従業員）	・予約数に変化は見られない。
都市型ホテル（支配人）	・6月の宿泊予約は、単価が上がらないなど、悪い状態が続く。

	旅行代理店（経営者）	・不安定な状況下で、企業、生活者共に財布のひもは固い。ギリシャ財政危機に伴う経済不安やタイの政情不安等の影響が、旅行需要にマイナスになる。
	ゴルフ場（企画担当）	・4、5月と来場者数は良くないが、今後も梅雨時から夏場にかけてゴルフ場の条件は悪くなり、しばらくこのままの状況で推移する。
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・主要分野に新製品が投入されるため、出荷量の増加が見込まれる。しかし、薄利商品のため、収益にどう影響するかはわからない。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度による効果は、まだはっきりとは見られない。家電関係ではエコポイント効果があったようであるが、今後どう影響していくか、見極めが難しい。
やや悪くなる	百貨店（営業企画・販売促進）	・クリアランスセール動きが読めない。これまでは前倒しや早期の値下げもあったが、今は定価品が若干好調であったり、メーカーの生産制限による品不足という要素もあり、苦戦が予想される。
	コンビニ（店長）	・雨が多く気温も上がらないため、ジュース、ビールなど飲料の販売量が増えない。この時期に売れないと、今後も厳しい。
	コンビニ（経営者）	・給料日の25日過ぎの動きに注目しているが、落ち込みをカバーできていない。店売りも、パックではなくバラで売れている。消費はシビアになってきており、今後は一段と厳しくなる。
	コンビニ（店長）	・たばこの売上が、大きく減少している。10月の増税を意識し、本数を減らしたり禁煙に挑戦する傾向もあり、今後も厳しくなる。
	衣料品専門店（販売企画担当）	・夏物が売れていないので、今後の生産にもつながっていかない。
	都市型ホテル（経営者）	・個人消費は、回復しにくい。経済情勢等に不安材料が多すぎる。
	旅行代理店（経営者）	・まだまだ悪くなる。転業も含めて、考える必要性もある。売上が増える要素よりも、減る要素のほうが多い。
	旅行代理店（従業員）	・今年は冷夏になるとの予想がある。また、参議院選挙が控えているが、選挙の年は旅行が減る。
	タクシー運転手	・朝や夜の通勤時間帯の利用客数が減少している。また、中型タクシーよりも小型タクシーを探して利用しており、少しでも安い運賃を求める傾向を強く感じる。この状況は今後も続く。
	パチンコ店（経営者）	・周辺では、競合店の販促が激化してきている。
	設計事務所（経営者）	・将来の実施設計につながる計画案件が、極端に少ない。現在の実施設計は変更事項が多く、手間が掛かる割には設計料も安い。
	住宅販売会社（企画担当）	・住宅の商談をすると、年収の増加が期待できない、先行きが不安との話題が多く、契約には結び付かない。この先も同じ傾向が続く。
	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）	・将来につながる問い合わせ等がない。
悪くなる	商店街（代表者）	・エコポイントの効果は一巡しており、今後新たな刺激策がない限り、良くなっていかない。
	百貨店（外商担当）	・店としてどうあるべきかを考え、客に対してより良いサービスをアピールし、来客数を増やしていかない限り、悪い状況は続いていく。
	スーパー（経営者）	・客の動向は悪い状況が続いており、今後良くなる要素もない。
	その他専門店〔貴金属〕（店長）	・買い控えの状況をみると、客には余裕のなさが感じられる。景気回復はまだまだ見込めない。
	一般レストラン（経営者）	・客の財布のひもは固く、来客数が増える気配は感じられない。
	住宅販売会社（経営者）	・少子化で住宅購入者の絶対数が徐々に減少しているため、良くなる傾向にはない。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイントの申請が増えるようには思えない。申請手続きも非常に面倒であり、住宅産業の活性化にはつながらない。
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）

	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・取引先では新機種が立ち上がってきており、実用化されると受注量は増加する。	
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・エコカーへの補助金が9月になくとも、それをカバーするだけの輸出があると見込まれる。	
	輸送業（経営者）	・海外展開も含めて、各業種では具体的な動きが開始されたことに伴ない、国内外共に設備、在庫、部品の移動が活性化する兆しが見られる。	
	輸送業（エリア担当）	・中国、韓国、台湾では貨物量が増加しており、日本もこれに続く。	
	不動産業（開発担当）	・取引先企業の動向をみると、住宅需要は手堅く回復していく。	
変わらない	食料品製造業（企画担当）	・受注量、販売量は低調ながら変化していないが、販売単価は下落傾向にある。その一方で、原材料価格は高騰傾向にあり、利益を圧迫しつつある。コストカットのなかには、販売促進費や人件費も含まれるため、消費に対してもマイナスの影響が予想される。	
	化学工業（企画担当）	・欧州経済には悪化懸念があるが、中国など新興国の好調と米国の回復により、全体的には変わらない。	
	金属製品製造業（従業員）	・仕事量は少し出てきているが、原材料価格の値上げにより、利益確保は難しい。	
	一般機械器具製造業（営業担当）	・1か月以内に発注を決定するとか、設備の納入期限が年内といった具体的な引き合いが増えてきており、北米の自動車産業の景気は上向きになっている。しかし、一度低下した価格は戻らず、価格競争は厳しいままである。受注できても利益がでない状況は、今後も続く。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・韓国、中国向けを拡大しているが、競合先との価格競争があり、大きな期待は難しい。	
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・得意先では生産量が落ち込むと見込んでいたが、横ばいで推移する見通しである。	
	建設業（営業担当）	・悪くなると思うが、仕事量は変わらないため、どちらとも言えない。	
	輸送業（従業員）	・石油製品の値上がりが続いており、じわじわと経済活動にも影響してくる。物流業界では、主燃料の軽油やフェリー利用料の上昇により、経営は既に苦しくなっている。	
	輸送業（エリア担当）	・当社だけでなく、業界大手が苦戦している。先行きに荷物が増える要素もないため、景気は横ばいである。	
	輸送業（エリア担当）	・荷物量は増えてきているが、単価が低下しているため、利益は増えていない。その結果、社員の給料も増えておらず、景気は良くならない。	
	金融業（従業員）	・建築関係以外でも、先行きが不透明なため数か月先は分からないと話す客が多い。今後も現状と変わらない。	
	金融業（企画担当）	・自動車関連では、季節工や外部委託が少しずつ増加しているものの、このような回復が安定的に続かない限り、貯蓄に回るだけで消費には結び付かない。個人が安心して消費に回せるようにならない限り、景気回復は難しい。	
	広告代理店（制作担当）	・今までと同じ内容の案件でも、金額は削られている。まだまだ景気回復は見込めない。	
	行政書士	・景気回復はまだまだ先と話す事業者が多い。	
	会計事務所（職員）	・建設業者に限らず、病院等のサービス業、卸売・小売業などでも先が見えない状況にある。	
	会計事務所（社会保険労務士）	・以前は数か月先まで仕事の見通しが立っているという顧問先が多かったが、今はせいぜい来月分までという企業が多い。これ以上悪くはならないが、良くもならない。	
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・受注量が多少増えてきたとはいえ、このまま増加していくとは思えない。様子見の状態が今後も続く。	
	やや悪くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・原材料シートや原紙の価格が、東京を中心に低下しつつある。物の動きが悪いため、段ボールを値下げして、受注量を確保しようとする動きが活発になっている。この状態は長引き、受注量は減少し販売価格も低下する。
		印刷業（営業担当）	・景気が良くなるような動きは、周囲を含めて全くない。なかなか出口が見えてこないため、今の状況よりも悪くなる。
電気機械器具製造業（営業担当）		・価格の精査、値下げ要求などは、今後ますます厳しくなる。	
電気機械器具製造業（経営者）		・原材料である鉄鋼の値上げが5月から実施されているが、それらを客先へ価格転嫁しようとしても、受け入れられない状態が続いている。7月からは再値上げがあるとの情報もあり、売上は今後も減少する。	

		金融業（法人営業担当）	・中小メーカーでは、原材料価格の上昇による取引条件の悪化をカバーできるほど売上が回復しておらず、全体的に企業業績が悪化している。内需中心の小売、サービス業においても、売上は低迷しており、先行きに明るさはみられない。
		不動産業（管理担当）	・ユーロ不安でますます悪くなっている輸出企業のため、オフィス需要の低迷は続く。
		広告代理店（経営者）	・地方では自治体やその外郭団体からの受注に依存している企業も多いが、事業仕分けによって、先行きが不安になってきている。
悪くなる		窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界では住宅着工件数が景気の先行指数となっているが、前年1～3月期の累計と比べて10～12月の累計は減少しているため、今後の景気は悪化する。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少している。見積から受注までの交渉も、厳しさを増している。
		不動産業（経営者）	・大手企業の倒産危機もあり、金融機関からの短期運転資金の調達はまだまだ困難である。
		公認会計士	・金融機関への返済猶予の結果、淘汰されるべき企業の破たんが先送りされているため、今後は破たんが増加する。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・上期中は営業活動を重視しており、受注は下期になる。その間は、小規模の仕事でつなくことしか見込めない。
	雇用関連	良くなる	民間職業紹介機関（支社長）
やや良くなる		人材派遣会社（経営企画）	・今後も派遣需要は増えていくことが見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・先を見越した中途採用の求人が、少しずつ増加してきている。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・求人数に加えて、就職数も前年同月比プラスに転じている。	
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・求人数は、東京近辺や名古屋では少しずつ出てくる。しかし、浜松では、ほとんど出てこない。この状況は、1年以上続いている。
		人材派遣会社（社員）	・来月の法人からの予約状況は、例年と比べて3割ほど少ない。
		人材派遣会社（営業担当）	・当面、先は見えてこない。需要が見出せれば供給は難しくはないが、現状では需要は先細りしている。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数の大幅な増加はない。ここ2～3か月間は、求人数が大きく増えることも減ることもない見込みである。
		人材派遣会社（支店長）	・企業の派遣活用は、今後、困難になっていく。全国的な傾向としては、派遣市場の縮小に反比例して、委託事業は前年同月比2けた成長しているため、当地区でも同様の動きになる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・製造業は回復傾向にあるが、慎重な動きも見られる。自社で直接雇用する期間工が多く、その次に特に3か月以内の短期派遣の注文がくるため、まだ景気は好転しない。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・回復基調にはあるものの、今年度に入って以降やや足踏み状態にあり、今後も横ばいが続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞への求人広告を見る限り、底が見えたとは言いきれず、回復にはもう少し時間が掛かる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・中小企業の新卒求人が低調であり、先行きの雇用の改善は考えにくい。新卒求人は過去10年間で最低レベルで推移している。底ばい状態は、しばらく続く。
		職業安定所（所長）	・求職者数は減少傾向にあるが、求人数の大幅な増加は見込めない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は、前年同月比でマイナス2けたの状況に変化はなく、今後も変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求人倍率は、共に悪化している。また、新規常用求職者のうち、在職者と無業者を除く離職者については、事業主都合の離職者が人数、構成比共に前月と比べて増加している。また、この半月間で、主に倒産による10人以上の離職情報が増えている。以上によって、今後も厳しい状況が続く。
		職業安定所（職員）	・求人数がほぼすべての産業で2年前の50～60%にあることや、一部企業では部門の廃止、統合等による解雇や希望退職者を募集していることから、それほど良くなるとは感じられない。
		職業安定所（職員）	・企業の先行き不透明感は、まだ強く感じる。そのため、今後雇用や設備投資等が増えることもあまりない。

	職業安定所（職員）	・景気の回復の兆しはあっても、求人にはなかなか反映してこない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・短期間で雇用情勢が改善するとは考えられない。
やや悪くなる		
悪くなる	-	-