

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	商店街（代表者）	・景気は底を打っている。明るい兆しを感じられる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・社会実験とはいえ、高速道路料金の一部無料化は観光客数の増加に貢献し、活気は増す。ただし、駐車場不足に追い打ちをかけ、慢性的な交通渋滞も避けられない。
	やや良くなる	一般小売店〔薬局〕（経営者）	・当地方の景気はどん底にあるが、お買得価格のスーパーや100円ショップなどでは活況である。セールをすれば来客はあり、常に何かをしていれば、客に来店してもらえ。一層の努力によって、景気は上向く。
		百貨店（販売担当）	・景気が低迷している時は、客は値段の安さで商品を選ぶ傾向が強かった。最近は、季節感や自分のライフスタイルに合うものを選ぶ傾向が強くなってきている。商品を選択する基準が安さでなくなってくれば、秋冬の新作展開時の反応にも期待が持てる。
		スーパー（経営者）	・現状が悪いなか、夏物商材は若干売れているため、今後は良くなる。
		スーパー（総務担当）	・中元の食品品の売上が前年同月比3%増加しており、今後は良くなる。
		コンビニ（店長）	・猛暑が予想され、飲料の売上増が見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・安い商品ばかりではなく、インスタントコーヒーメーカー等の価値ある高価格帯の商品も徐々に売れる傾向にあるため、今後は良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・9月までは、エコカー減税や購入補助金で客の動きは活発になる。
		乗用車販売店（従業員）	・底打ち感があり、今後は少し良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・9月のエコカー購入補助金制度の終了に向けて、客の動きは活発になってくる。補助金制度が再延長されるのではないかと、直前まで購入を見合わせている客もあるため、8月ごろからの駆け込み受注が見込まれるが、人気車種に関しては納車が9月に間に合うかどうか樂觀できない。
		一般レストラン（従業員）	・サッカーワールドカップが終われば、客も通常の生活リズムに戻り、来店する。
		旅行代理店（経営者）	・夏休みの旅行商戦では、来客数は増える見込みである。
		テーマパーク（経営企画担当）	・昨年は新型インフルエンザや梅雨明けが遅いなど天候不順があったが、今夏の宿泊予約は順調に入ってきている。
その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・イベントが成功したため、今後はその効果がある。		
変わらない		商店街（代表者）	・来客数は商品構成にも影響されるが、現在のところ、新商品に対する反応もあまり良くない。宣伝の仕方にも問題はあがあるが、今後も来客数をプラスにすることは容易ではない。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・口蹄疫の風評被害を心配していたが、これまでのところ、中元商戦への影響もあまりないため、今後も前年並みの売上を確保できそうである。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・4月ごろまでは、ある程度の景気回復が感じられたが、ここへきて売上、来客数共に伸び悩んでいる。それに加えて、中元が不振であるため、この先も厳しい状況が続く。
		百貨店（企画担当）	・回復傾向にはあるものの、今後しばらくは一進一退で、緩やかに推移する。ただし、景気は底を打っているため、二番底になる兆候は見られない。適当な立地と食品を始めとする多様な集客手段がある百貨店では、顧客ニーズを大きく捉え損なうことがなければ、一定の業績は維持できる。
		百貨店（売場主任）	・客は、中元ギフトの送付先を見極めて、先方から届いてから送るというように、今回は保留にして送付先件数を減らすという動きも見られる。財布のひもは相変わらず固いため、今後も厳しい状態が続く。
		百貨店（企画担当）	・客の購買意欲は良くなったり悪くなったりであり、一気に回復しているとは言い難い。売上は、当面一進一退を繰り返す。
		百貨店（企画担当）	・6月に入って客単価は前年近くにまで回復してきており、買上率も以前と比べて回復しつつある。しかし、来客数はここにきて前年を大きく下回るようになり、売上も前年同月を下回る状況が続いている。今後も引き続き、厳しい状態が続く。
		百貨店（経理担当）	・食品に関しては前年並みであるが、その他に関しては全体的に不調になる。

百貨店（販売担当）	・高額品やファッション性がある商品を購入する客に関しては、動きは安定していく。しかし、季節商品や実需品を購入する大多数の客の動きの改善までには、至らない可能性が高い。その一番の理由として、将来に対する様々な不安に改善の兆しが見えないことが挙げられる。
百貨店（販売担当）	・今は、これまでの節約疲れによって消費が一時的に盛り上がっているだけと感じる。景気が劇的に良くなる要因は見られない。とりあえず前年よりはましという程度である。
スーパー（店長）	・消費税が増税される気配があるなか、生活防衛として節約志向は変わらず、まだ良くならない。
スーパー（店長）	・今後大きく変わる要素は見えない。値上げ等もないため、現状のままである。
スーパー（店長）	・中元商戦がスタートしたが、購入は割引セール等に集中しており、単価を一層押し下げている。また、価格帯も低価格帯の購入比率が高い。精肉では、牛肉より豚肉や鶏肉の構成比が高まっている。節約、ヘルシー志向は、今後も一層高まる。
スーパー（店員）	・余分な消費をしない傾向は、今後も続く。
コンビニ（企画担当）	・思った以上に改善してきていない。地元の主要産業である自動車産業が、全体として雇用の拡大、改善に至っていないためと思われる。今後も国内生産を拡大させる見込みはなさそうであり、代替産業や新産業も見られない。
コンビニ（エリア担当）	・必要品以外を購入しない傾向は、今後も継続する。
コンビニ（商品開発担当）	・ここ数か月間は、下げ止まったままほとんど変わっていない。しばらくは現状並みで、変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・今年も残暑が厳しいと聞いており、客は季節を先取りして購入することを控える。そのため、秋物の販売時期はずれ込む。
衣料品専門店（経理担当）	・消費は徐々に持ち直していくと思われるが、改善しない雇用情勢や増税等が足を引っ張る。
家電量販店（店員）	・エアコンが売れ出したが、前年並みである。今夏は、前年並みに落ち着きそうである。
乗用車販売店（従業員）	・9月までは、エコカーへの補助金制度の効果で、現状並みの販売量が続く。
住関連専門店（営業担当）	・公共工事、分譲住宅、持家、一戸建住宅共に、横ばいの見込みである。増える見込みがあるのはアミューズメント関係の店舗のみであり、業界全体で厳しい状態が続く。
一般レストラン（スタッフ）	・7月のボーナス支給に期待したいが、あまり期待できない。
一般レストラン（スタッフ）	・客の消費傾向からすぐには景気回復は見込めないと思われる。
都市型ホテル（従業員）	・予約件数の状況を見ると、今後も変わらない。
旅行代理店（経営者）	・デフレが続けば続くほど、企業の体力勝負となる。人や物が動いても、利益は出ない状況が続いている。財布のひもはますます固くなっている。サービス産業にとって、今後良くなるとは言えない、不安な状態にある。
旅行代理店（経営者）	・当社や同業他社では、売上不振のため色々な方策を打ち出している。しかし、売上回復の糸口は見つけれられていない。今後も、この状況は変わらない。
旅行代理店（経営者）	・少子高齢化によって、日本の旅行人口は減少傾向にある。それに伴い、需要も横ばい、または徐々に減少していく。
旅行代理店（従業員）	・今年のボーナスは、周囲の企業では前年と比べて回復傾向にある。ただし、冷夏になるとの長期予報は、不安要素である。
旅行代理店（従業員）	・新型インフルエンザ等によるキャンセル、変更が続いた前年と比べれば、秋の団体旅行は増えている。しかし、前々年の同時期と比較すると、特に良くなっていることはない。今年は、宿泊団体客が非常に少なく、日帰りの団体客が多くなっている。お金をかけない旅行が主流になっており、売上、収入は伸びない。
タクシー運転手	・今月は梅雨のため、タクシー利用客が増加し、特に通勤時に増えている。しかし、これは一過性のもので、今後気候が変われば元に戻る。
通信会社（サービス担当）	・客を引き付けるサービスや、提供エリアの拡大等がない限り、今後も現状と変わらない。
通信会社（営業担当）	・今後、提供エリアは徐々に増えるが、まだ年数は掛かる。

	ゴルフ場（企画担当）	・2～3か月先の予約数は、前年並みに入っている。今後は、梅雨から夏にかけての天候にもよるが、今の若干悪い状態のままで推移する。
	美容室（経営者）	・少しずつ上向きになっている。しかし、全体的に余分な消費をしない傾向は今後も続く。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税の増税が実施されれば、駆け込み受注が増える。しかし、その後には大きな変化はない。
	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）	・大型物件の見積依頼もなく、今後も現状並みが続く。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・家電、特にテレビ、冷蔵庫、エアコンのエコポイント効果も一巡しており、今後は販売量は減少する。また、特にテレビの単価の下落が激しく、売れ筋商品の品切れも続出しているため、販売増加は見込めない。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・企業の広告宣伝費、交際費も、家計の交際費もが増えていない。何かを節約しようとする、交際費が削られる傾向がある。自分向けの消費はしても、付き合いには消費を控えるという余裕がない方向に向かっている。
	百貨店（外商担当）	・選挙を控えているため、7月は特に中元を始めとして苦戦を強いられる。
	スーパー（経営者）	・食料品があまり売れないためか、大型店では、商店街では考えられないような低価格が出されている。業界はますます大変になる。
	コンビニ（経営者）	・例年ならば6月15日以降に中元の注文が入るが、今年はいまだに全く注文がない。中元は年々減少しているが、今年はいまだにひどく、今後は一段と厳しくなる。
	コンビニ（エリア担当）	・来客数、客単価共に、悪いまま変わっていない。良くなる兆候がないため、しばらくこのまま推移する。相変わらず競合店の出店予定があり、近隣の店舗ではより厳しくなる。
	コンビニ（店長）	・処分価格品や100円均一商品しか購入しない客が増加しており、消費は冷え込んでいる。今後は一段と厳しくなる。
	家電量販店（店員）	・大手製造業関係は持ち直しているが、消費面では節約傾向が続いている。自動車やテレビなどでは、エコポイント制度の効果はあるものの、焼け石に水である。それ以外については節約しており、今後は一段と厳しくなる。
	乗用車販売店（営業担当）	・給料が減っている客が多いため、今後は一段と厳しくなる。
	乗用車販売店（従業員）	・自動車販売は6、7月にピークを迎え、8月には手持ちの車両の販売になり客の選択肢は限られてくるため、購買意欲は下がってくる。店頭の活気も、薄れがちになってしまう。客と会話するなかで、将来の生活に対する不安を口にする人も多い。身の丈に合った自動車を提案することにより、補助金制度をうまく利用した乗換えを勧めて、客に喜んで頂けるよう努力したい。
	高級レストラン（スタッフ）	・春先は来客数が回復する兆候が見られたが、最近になって再び悪化し始めている。雇用環境の改善が遅れていることが影響している。今後は一段と厳しくなる。
	一般レストラン（経営者）	・客との会話のなかに、少しでも明るい話題があれば良くなると思うが、全くその気配はない。
	観光型ホテル（経営者）	・景気をけん引するような情報や事業の上向き傾向は、地域を見渡しても見当たらない。今年の大きなイベントは平城遷都1300年祭くらいで、当県には話題がないが、地域に根差した良さをアピールし、需要を喚起するしかない。
	観光型ホテル（販売担当）	・2～3か月先の受注状況が悪く、回復の兆しは見えない。また、その悪さの原因も把握できていない。
	都市型ホテル（経営者）	・来客数、単価等は、まだ安定しているとは言いがたい。今後は悪くなると思ったほうが妥当である。
	都市型ホテル（支配人）	・3、4月には持ち直してきたと思われた出張需要も、6月以降は芳しくない。企業を訪問しても値下げ依頼が多く、今後は一段と厳しくなる。
旅行代理店（経営者）	・7月の参議院選挙と消費税の問題で、景気はやや悪くなる。	
理美容室（経営者）	・客の話によると、給料が減るため消費を控えているとのことであり、今後は一段と厳しくなる。	
設計事務所（経営者）	・今後の実施設計につながる計画案件は、少なくなっている。さらに、新築設計以外の改装設計や品質確認関連業務も、減少している。	

		住宅販売会社（従業員）	・今後景気が回復する材料は見当たらない。消費税の増税が具体化してくると、徐々に駆け込み需要が増えてくると思われるが、経済効果が高い政策は望めそうにない。	
悪くなる		百貨店（外商担当）	・他店の閉店セールが8月末まで続くため、その影響がある。	
		乗用車販売店（従業員）	・新車販売は9月でエコカー補助金制度が終了するため、かなり厳しくなる。	
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金制度が終了するため、この先は厳しくなる。	
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・来客数、客単価共に、前年を大きく下回っている。今後、業界の景気はますます悪くなる。非常に危機感がある。	
		住宅販売会社（従業員）	・平成元年の消費税導入時には駆け込み需要があったが、先行きが見えない今は、住宅建設への意欲は見られず、さらに消費税増税になると手が届かなくなる。そのため、結局住宅の新築は先延ばしするという客がある。	
企業動向関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	食料品製造業（企画担当）	・取引先への販売価格は、依然として低価格が続いている。しかし販売数量は、徐々にではあるものの、増加傾向にある。個人消費は、少しずつ回復している。	
		輸送業（エリア担当）	・東南アジアや中国では活発な産業活動が見られるため、今後はやや良くなる。	
		金融業（企画担当）	・受注量には、回復の兆しが見られる。今後は損益分岐点を超えてきて、現状よりはやや良くなる。	
変わらない		窯業・土石製品製造業（社員）	・注文に対して生産が追いつかず、在庫は減る一方である。しばらくは好調が続くそうである。	
		金属製品製造業（従業員）	・同業他社でも、今年度は仕事量が少ないという声が多い。今後も現状並みが続く。	
		一般機械器具製造業（営業担当）	・北米やアジアの自動車産業では、設備投資意欲がおう盛である。しかし、円高が続いており価格競争力が低下しているため、引き合いは多くても、なかなか受注できないが、非常に厳しい価格での受注が続いている。今後も、現状が続く。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・景気は上向きにあると耳にするが、設備関係では修理のみであり、新規の設備投資は今後もない。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・既存案件は、今後も堅調に推移する見通しである。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州の景気や為替が不安定であり、景気にどのような影響が出るかわからない。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の話によると、秋頃までさほど変動がないとのことである。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先では、引き続き厳しい在庫管理に伴い短い納期で発注する企業と、在庫を微増させている企業とが、混在し始めている。	
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・取引先によると、今期の生産数量が来年3月まで続くとのことである。	
		輸送業（エリア担当）	・主要荷主等の話によると、6月も低調が続いており荷動きも緩慢で、今後良くなるという話は聞こえてこない。	
		輸送業（エリア担当）	・発送個数は順調に増加しているが、単価が大幅に下落している。個数の増加によって経費も増加しているため、採算に関しては今後も楽観できない。	
		金融業（従業員）	・以前と比べれば生産量等は増えており、仕事は多少ある状況にある。しかし、これは一時的であり、先行きは不透明で不安であることには変わりはないと話す取引先が多い。	
		不動産業（経営者）	・客はもう一段の価格低下があると予想しており、今後も様子見は続く。	
		広告代理店（制作担当）	・夏に向けての新規企画提案等に対しても、あまり良い返事はもらえず、売上はかなり厳しい状態が続くそうである。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告の回復は望めず、減少したままの状態が今後も続く。	
		行政書士	・顧問先運送業者の3月期決算では、売上が軒並み減少している。今後も、厳しい状態が続く。	
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・業界全体が、沈滞している。問い合わせは多少あっても、受注にはなかなか結び付かない。今後も、厳しい状態が続く。	
	やや悪くなる		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・製造数が減少しつつあるため、主要取引先からのコストダウン要求が強くなる可能性が高い。
			パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・今後は、受注量、販売量共に3～6%減少する。
			印刷業（営業担当）	・低価格競争が進み、客の取り合いになっている。同業者が廃業する話も耳にするが、今後もこの状態は続く。

		化学工業（人事担当）	・これまでは回復基調にあったが、ユーロ問題、米国の景気回復の鈍化、円高等々があり、不透明感がまた増している。年内の景気回復は期待できない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量の落込みが急激に回復することは、あまり期待できない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・受注量の変化をみると、今後はやや悪くなる。
		輸送業（経営者）	・8月以降の生産計画を、下方修正している客が目立つ。
		輸送業（従業員）	・当社は日用雑貨の荷物を中心に取扱っているが、一般の消費の停滞が見られる。さらに、原油価格が高止まりし、トラックの主燃料である軽油やフェリー料金が高騰しているため、経営を圧迫している。それに加えて、今後工業原料が値上がりすると、企業は製品価格の高騰を抑えるために、運賃の値下げを要求することが懸念される。
		輸送業（エリア担当）	・3、4月の荷物量は増えたが、5、6月の動きが良くない。今の段階でこれだけ下がると、上向く兆しは見えない。
		金融業（法人営業担当）	・これまで回復基調をたどってきた生産に、一服感がみられる。9月末までのエコカー補助金制度によって駆け込み需要が見込まれる自動車も、販売期限は7月がぎりぎりであり、その後の反動減は必至とみられる。
		会計事務所（職員）	・先行きの受注量が見込めない限り、安定を求めるため、まずは人件費を見直す企業が増えてくる。それによって再び、人員整理、賃金カットの調整が進む。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・上半期の営業活動によって、下半期の受注に結び付けるため、上半期は辛抱である。
	悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気は、住宅着工件数の影響を受ける。平成22年2月～4月の住宅着工件数は、平成21年11月～平成22年1月と比較して92.9%であるため、今後の景気は悪くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・先行きの需要減によって、中小企業では非常に厳しくなる。
		金属製品製造業（経営者）	・今後の受注価格は、一段と低下する。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（経営企画）	・今後も、研究開発需要は増加するため、技術者派遣の需要も増加する。
		人材派遣会社（社員）	・生産部門では優秀な人材の採用を検討している企業が増加しており、今後はやや良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新卒求人数は前年を更に下回っており、長期的な観点では悲観材料が多い。その一方で、このところは即戦力である中途採用の広告が増えてきており、若干良くなる。
		職業安定所（職員）	・製造業の求人数は、前年同月比10%ほどの増加で推移している。今後求人を出そうという企業も増加している。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・客の業績が上向きであるため、求人数は少しずつ回復している。今後も、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・都心部では回復しつつあるが、地方ではほとんど回復していない状況が続いている。今後も求人数は少ない状態で変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・自動車製造業及び関連業界では、エコカー補助金終了後に対して慎重になっている。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・現在の需要は短期契約が中心であるため、先行きは不透明である。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・製造業系では、求人が出始めており、回復感は広がっている。しかし、力強さや継続感は乏しい。
		職業安定所（所長）	・今後2、3か月間は、求人数の増加は見込めない。
		職業安定所（職員）	・求人数は若干増加しているものの、景気の不透明感はまだまだあり、先行きは見えない状況にある。このため、求職者数も、若干減少するか横ばいで推移する。
		職業安定所（職員）	・求人数、就職者数共に増えているが、その一方で新規求職者数も増えている。総合的に見ると、今後も変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増えているものの、正社員の求人がまだ多くない。先行きは変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数はわずかながら前月を上回っているものの、内容を見ると、パートや契約社員の求人が多い。正社員求人の比率は上昇しておらず、雇用環境の改善を実感するまでにはまだ時間を要する。
		職業安定所（職員）	・4、5月の新規求職者数は減少したが、その他の数字は横ばいである。今後に対する大きなプラス材料も見当たらないため、良くなる可能性は小さい。
	やや悪くなる		

悪くなる

-

-