

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	コンビニ（エリア担当）	・必要な商品に対しての購入意欲はあり、今後も少しずつ良くなっていく。
		コンビニ（商品開発担当）	・特別な施策、外的要因がなくても回復してきているため、今後も大きな上昇はないが緩やかに良くなる気配がある。
		乗用車販売店（経営者）	・3月の決算期には各社が新型車両を投入してくるため、市場は活気付く。
		乗用車販売店（従業員）	・販売量の動きを見ると、この数が月間はコンスタントに良くなっている。中古車のオークション会場での価格の動きを見ても、全体的に若干高くなってきている。中古車は売れ始めてきており、今後も良くなっていく。
		乗用車販売店（従業員）	・2、3月の増販期には新型車の発表があり、前年並みは難しいとしても、販売台数の増加は見込まれる。
		通信会社（サービス担当）	・地上デジタルのニーズの増加に伴い、光回線の申込みが増加する。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度が期限延長されたため、販売量は増えてくると予想している。
		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）	・年度末に向けて、住宅の新築、工場の設備投資関係共に、見積依頼が若干増加している。
		変わらない	商店街（代表者）
	商店街（代表者）		・客の様子を見ると、必要以外の物は購入しない状態が続いている。客単価もまた下がってきており、明るい兆しはない。
	商店街（代表者）		・少数ながら高単価商品が、以前と比べれば出るようになってきている。そのため悪くはならないが、全体的には客単価、来客数共に減ってきているため、現状の足踏み状態が続く。
	一般小売店〔結納品〕（経営者）		・景気が上向き要因は1つもなく、今後もこのまま続く。
	一般小売店〔薬局〕（経営者）		・地場産業の景気が悪く、仕事がない人、パートでしか働かず低賃金の人、年金でやりくりしている人が多くなっている。そのため、今後も上向かない。
	一般小売店〔土産〕（経営者）		・高速道路料金の値下げや「パワースポット」ブームなどにより、伊勢志摩地方への観光客数は増加し、全体の売上も増えている。しかし1人当たりの購入額は少なく、今後いつ景気が悪くなくてもおかしくない弱さがある。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）		・贈答品店の売上は付き合い範囲の縮小に伴い減少傾向にあるが、全体的に見ると変わらない。
	百貨店（売場主任）		・今はクリアランスセール待ちで、コート類などの下見客が多い。しかし購買意欲は感じられず、セールに実際に再来店するかはわからない。
	百貨店（売場主任）		・12月はボーナス月のため、今まで買えなかった物を購入する客があり、売上は少し伸びているが、単価はやや低い。また、例年ならば色違いなどをまとめ買いする客が多かったが、今年は一色だけの購入や、長持ちさせるためのケアセット、修理の注文が多くなっている。これらの状況を見ると、今後も相変わらず厳しい。
	百貨店（企画担当）		・今年のクリスマス商戦は、前年と比較して盛り上がりを見せたものの、曜日の並びが良かった面もある。月全体としては、前年とあまり変わっていない。今後も前年と比べれば悪くはないものの、景気が上向きほどの要素は見受けられない。
	百貨店（経理担当）	・一部の高額品に動きが見られるが、今後回復するとまでは言えない。	
百貨店（店長）	・衣料品でもファッションに敏感な分野で動きが止まっているため、今後のクリアランスセールにも期待できない。		
百貨店（販売担当）	・2～3か月先はセールが終わり消費意欲が薄れる時期であるが、年末の節約疲れの反動により消費は高まると予想される。		
百貨店（経営企画担当）	・このところ消費の動きに若干の改善が見られるが、春物商材の動きについては不透明である。消費の更なる拡大までは期待できない。		
百貨店（販売担当）	・定価商品の動きは、前年と比べて良くなる見込みである。ただし、単価は下がる。		
スーパー（経営者）	・年末でもデフレが続いているため、今後良くなるとは全く思えない。		

スーパー（経営者）	・地元の中小企業の売上は伸びておらず、円高やデフレの影響を受けてむしろ縮小傾向にある。停滞は今後も続き、工場の閉鎖、店舗の閉店も続く。供給過剰は当分解消されず、会社の利益や従業員の給料も増えないため、消費動向は今後も変わらない。
スーパー（店長）	・家電エコポイント制度の終了に伴う家電販売の低迷や、残業の減少に伴う所得の減少などがあり、今後回復するとは考えられない。また、同じ商品ならばディスカウント店で購入し、生鮮食品は鮮度に信用があるお買得な店で購入するという消費者行動も、今後変わらない。
スーパー（店員）	・年末年始の出費の反動により、2月以降には買い控えが起きる。
スーパー（店員）	・この数か月間、客の食品関係の買い方は変わっていない。安い物を最小限の量で購入しており、今後景気が良くなることはない。
スーパー（販売促進担当）	・今後良くなる要素はない。客の動向を見ると、価格に厳しく、また良い商品しか売れていない。ギフトも、届け先の件数が減少傾向にある。
コンビニ（店長）	・たばこの売上が回復基調にあるが、値上げ前の水準には戻らない。
コンビニ（エリア担当）	・客の購買意欲は向上しているが、競争の激化はそれ以上である。
コンビニ（エリア担当）	・たばこ増税に伴う値上がりにより、売上は増えているが、弁当、ジュースなどの一般商材は変わっていないため、しばらくは今の状態が続く。
コンビニ（エリア担当）	・現状に満足することなく、販売促進策を施すことで、現状維持はできる。
コンビニ（店長）	・例年1、2月の売上はあまり伸びないが、今年もあまり動きはない。
コンビニ（店長）	・新商品など目新しい商品の売行きが少し良くなってきており、今後もこの傾向が続く。
家電量販店（店員）	・家電エコポイント制度は終了するものの、終了後の値下がりも期待して買い控えている人もおり、全体としては変わらない。
乗用車販売店（従業員）	・年度末に向けて各社が新型車を投入するとの情報があり、市場は活性化する。しかし、今の状況から抜け出すにはしばらく時間が掛かり、苦しい状況が続く。
乗用車販売店（従業員）	・3月の決算期に向けて、メーカーは新型車や特別仕様車などを打ち出す。しかし、客との会話からは、あまり手応えを感じない。しばらくは今の水準で推移しそうである。
住関連専門店（営業担当）	・住宅業界など建築全般は持ち直しているものの、一般の建築投資が横ばいか減少している。そうしたなか、関連業者の数は減っていないため、需要と供給のアンバランスは今後も続く。
観光型ホテル（販売担当）	・1、2月は、前年にキャンセルとなった団体宿泊のうち半分が復活するため、予算目標はクリアできそうである。しかし、その先の予約は全く読めない。
都市型ホテル（従業員）	・予約数の動きに変化はない。
都市型ホテル（支配人）	・仕入価格が下がらないなか、販売価格はまだまだ下がる状況にある。
都市型ホテル（営業担当）	・円高による影響が、今後も続く。
旅行代理店（経営者）	・貯金があっても、娯楽費は使い惜しむ傾向がある。消費を刺激する減税やポイント制度を継続しない限り、今後も厳しい。
旅行代理店（経営者）	・先行き不透明は今後も続く。
旅行代理店（経営者）	・先行きが不透明であるため、生産拠点の工場を国内から海外へと移す企業が増えつつある。それに伴い、海外拠点の雇用も現地採用が増え、海外出張は減ると考えられる。
通信会社（企画担当）	・今後は、競争が一層激化する。地上デジタルへの完全移行に伴い、高単価サービスの契約は解約され、新規加入は地上デジタル対応の最低限のメニューが中心になってくる。
テーマパーク（経営企画担当）	・節約志向は今後一段と強まり、以前のような消費には戻らない。
ゴルフ場（企画担当）	・前月、今月と、天候に恵まれたことが大きい。2～3か月先は、予約数を見る限り良くも悪くもない。ただし、天候に恵まれれば良くなる。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・福祉用具のレンタル価格は、限界に近付いている。それでもレンタル会社は、薄利を承知で価格競争を続ける。
やや悪くなる 商店街（代表者）	・家電エコポイント制度の縮小に伴い、今はテレビが全く売れていない。今後の販売増はあまり見込めない。

		スーパー（店長）	・3か月後には、700メートル先に競合店が出店する。周囲の店を巻き込んで、競争は一段と激しくなる。
		スーパー（販売担当）	・年末の支出は過剰とみられるため、今後は購買意欲が減退する。
		家電量販店（店員）	・家電エコポイント制度の終了に伴い、今後はやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・家族客が減少しており、土曜日の来客数が前年割れになっている。これは、エコカーや家電への支出増加に伴う影響が、まだ続いているためと思われる。
		スナック（経営者）	・客の話によると、不景気が続いておりまだまだ先行き不透明であり、お金を使わない状況は今後も続く。
		観光型ホテル（経営者）	・今後、自動車関連や家電関連の製造業の稼働が落ちると、会食や宿泊に影響を受けて、悪くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・設備投資が回復していないため、今後も出張客を中心に厳しい状態が続く。
		都市型ホテル（経理担当）	・家電エコポイント制度の終了後には、個人消費は落ち込む。
		旅行代理店（経営者）	・年末年始の個人旅行の増加が一過性で終わると、今後の受注は厳しくなる。
		旅行代理店（従業員）	・近場の海外旅行、特に韓国旅行が、朝鮮半島の緊迫化により減少傾向にある。ここ数年、1～3月は激安韓国ツアーが大盛況で、希望のフライトやホテルを確保できない状態が続いていた。今年はそれほどでもなく、売上や収益に影響が出てくる。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル対応へのサービス変更は、ピークを過ぎた感がある。今後の消費には、大きな動きは感じられない。
		理美容室（経営者）	・客との会話では、仕事は始めているが、給料は増えていないとのことである。そのため、今後は景気は良くなる見えない。
		設計事務所（経営者）	・個人住宅は低調が続いており、企業案件も一段と減少している。今後はますます厳しくなる。
	悪くなる	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・家電エコポイント制度による販売の先取りがかなりあったため、今後は悪くなる。
		スーパー（経営者）	・競合相手のスーパーはチラシを増やしているが、すべて赤字覚悟の価格である。今後は共倒れになり、ますます悪くなる。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・宝飾業界では、景気の良い話は全く聞くことがない。将来不安から客に購入意欲は見られず、今後はますます悪化していく。
		旅行代理店（従業員）	・先行き不透明が続いているため、レジャー産業や旅行業界では、今後は一段と厳しくなる。
		美容室（経営者）	・12月でも来客数は極端に少ないため、寒くなる1～3月はもっと落ち込む。こんな年は初めてである。
		住宅販売会社（経営者）	・買主の預金が少ない上に、金融機関の融資もまだ厳しく、先行きは不透明である。
		住宅販売会社（従業員）	・同業他社との意見交換会では、決算期に向けて一層厳しくなるとの意見が多くなっている。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・中国向けの自動車部品梱包用の段ボール製品は、引き続き増加傾向である。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・自動車業界からの引き合い件数が前年同月比で2倍近くに増えており、受注量も増えてきている。円高もあり価格競争は厳しいが、中国だけではなく北米でも設備投資意欲が盛り上がっていることは、良い材料である。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の設備投資量が少しずつ増えてきており、このまま1年くらいは続く。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・2、3月は完成車メーカーが決算対策で増産すると聞いており、下請にもその仕事は回ってくる。
		建設業（経営者）	・今後は少しずつ良くなっていく気配がある。
		輸送業（エリア担当）	・現在の単価では、客が求めるサービスに対応しきれなくなっており、今後は勝ち組と負け組に分かれていく。耐えられれば、良くなっていく。
		金融業（従業員）	・製造業では、2、3か月先までの見通しは多少良くなっている。
		金融業（法人営業担当）	・エコカー補助金や家電エコポイント制度の反動減が、少し緩和される。また、アメリカの大幅な金融緩和に伴う株価の上昇が、個人や企業のマインドにプラスに寄与する。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・当社の販売価格は、今後も低下傾向にある。その一方で原材料の価格は高騰してきているが、すぐには販売価格に転嫁できないため、厳しい経営環境が続く。
	化学工業（企画担当）	・国内政策の不透明さや先進国による景気低迷を、新興国への対応で補完できるかがポイントとなる。	

	窯業・土石製品製造業（社員）	・この1年間に多くの注文を受けていた取引先の仕事が一段落するため、他の取引先の状況は上向きであるものの、相殺される。
	電気機械器具製造業（経営者）	・主力の自動車、情報通信、工作機械の各分野の動きが様ではなく、全体としては変わらない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・依然として円高が懸念材料である。
	輸送業（経営者）	・自動車関連製造業、小売業、物流共に、先行き不安から一層のコスト削減要求が続く。
	輸送業（エリア担当）	・アジア間の貿易が活発であるため、そうした動きにけん引される。
	不動産業（管理担当）	・今後も引き合いが増加する見込みはなく、変わらない。
	広告代理店（制作担当）	・広告発注の増加はほとんど見込めず、明るい見通しはあまりない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・不動産の広告チラシが回復しているが、百貨店、スーパーが落ち込んだままであり、今後も変わらない。
	会計事務所（社会保険労務士）	・良くなる材料は見当たらない。1、2月に仕事の予定が入っていないと話す顧問先がいくつかある。
やや悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・家電エコポイントの終了により、受注量、販売量共に減少する。
	印刷業（営業担当）	・当社や取引先、客の状況を見ても、今後景気が良くなる動きはない。経費削減等により販売価格を下げる状況になっており、景気はやや悪くなる。
	化学工業（総務担当）	・家電エコポイント制度の終了に伴う反動減が見込まれる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・為替の先行きは不透明であり、生産を海外に移転する企業がまだ増えることも見込まれるため、やや悪くなる。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・海外からの受注は引き続き高水準にあるが、国内受注は年明け以降落ち込みむことがはっきりしてきた。
悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・引き合いの減少と価格の低下傾向が続いており、今後は一段と厳しくなる。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）
		・今後の研究開発需要も底堅く、技術者派遣へのニーズも堅調である。
		人材派遣会社（社員）
		・正社員採用のニーズは、徐々に増加する。
		職業安定所（所長）
		・求人数の回復傾向は今後も続く。
		職業安定所（職員）
		・正社員求人数の前年同月比は、今後も上昇が続く。正社員求人割合も、前年同月比で2か月連続上昇している。非正社員から正社員へと雇用のシフトがうかがえる。ただし、業種や職種によって、勢いに差がある。全体的にみると勢いはまだ弱い。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・大都市部ではかなりの求人が出てきているが、条件が非常に高いため、なかなか対応できない。地方部では求人の動きがほとんどない状態が続いている。この傾向は今後も続く。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・当地区の主力産業である自動車製造業では、国内向けはエコカー補助金が終了し、海外向けは円高で輸出がままならない状況にあるため、今後の景気に明るい要素は見えない。
	職業安定所（職員）	・求人は出てきているものの、内容的には良くない。求職者については、減少傾向にはあるが季節的な要因であり、今後は増えてくる。全体としては、あまり変わらない。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数は若干減少しているが、全体としては高止まりしている。引き続き厳しい状況が続く。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・取引先企業の収益改善は、コスト削減等による部分が大きく、雇用や人員の強化にはつながらない。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・新年会の予約は例年並みであるが、その先の予約状況は良くなり、ホテル、宴会関連の派遣需要は厳しくなる。
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・景気が好転する材料は見られない。派遣法改正案は国会での継続審議となり、派遣先企業でも派遣にするか請負にするか判断しかねる状況にある。
	職業安定所（職員）	・輸送用機器製造業の求人が減りつつある。2～3か月後もなかなか伸びてこないと思われ、全体的にも一時的に悪くなる。
	職業安定所（職員）	・エコカー補助金の終了や円高などにより、企業の間では先行き不透明感が強い。新規の設備投資や雇用に結び付くには至っていない。
	職業安定所（職員）	・エコカー補助金の終了、家電エコポイント制度の縮小の影響が、企業に表れ始めている。今後は求人にも反映してくる可能性がある。派遣、請負関係の求人も減少傾向が続いている。
悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・大手自動車メーカーが約400名の派遣社員を直接雇用化する動きがあり、他企業にも波及し始めている。人材派遣業界にとっては、あまり良い動きにはならない。