

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<br>動向<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる   | 商店街（代表者）  | ・客の様子を見ると、単価は依然として低いものの、購買意欲は若干見られるようになってきているため、今後はやや良くなる。  |
|                |  | 一般小売店〔土産〕（経営者）  | ・製造業の生産回復によって製造業の収益が回復すれば、伊勢のような観光地の景気は更に良くなる。  |
|                |  | 一般小売店〔惣菜〕（店長）   | ・しばらく暑さが続くが、外食よりも家庭での食事が好まれる流れが続いていることに加えて、エアコンの節電のためか家庭で火を使わない傾向があるため、惣菜の販売は今後も比較的堅調である。                     |
|                |  | 百貨店（売場主任）   | ・自動車関連企業による木金への休日変更により、木曜日から日曜日まで忙しく、来客数も多い。この傾向はしばらく続く。  |
|                |  | 百貨店（経理担当）   | ・東日本大震災の影響が薄れてくるため、今後は回復していく。   |
|                |  | 百貨店（店長）   | ・衣料品や洋品雑貨など、季節に応じた商品が動き出している。今後秋商品が出そろえば、持ち直す。  |
|                |  | 百貨店（販売担当）   | ・秋には節電や企業の休日変更が落ち着き、現在は夫婦、親子で休日が合わないため一緒に出掛けられない共働き世帯による土日の来店が戻る。   |
|                |  | 百貨店（販売担当）   | ・閉そく的な状況から脱却したいという心理的な変化と、この秋冬でトレンドが大きく変化することが重なり、ファッションへの投資が増える可能性は高くなっている。                                  |
|                |  | スーパー（店長）  | ・9月までは企業の休日変更に応じたライフスタイルが定着し、全体の売上は増える。   |
|                |  | コンビニ（店長）  | ・主力商品の出荷規制が解除になり、今後は売上が増加する。  |
|                |  | コンビニ（エリア担当）   | ・季節要因による影響は大きいものの、東日本大震災後は来店する客層が変化しており、今後は少しずつではあるが良くなる。   |
|                |  | 乗用車販売店（従業員）   | ・東日本大震災からの復興需要に加えて、秋には新型車の発表や東京モーターショーの開催もあるため、少しは良くなる。   |
|                |  | 乗用車販売店（従業員）   | ・現在、新車の受注は非常に難しい環境にあるが、秋から年末に掛けては新型車両の追加販売が予定されており、市場は活性化される。また、新車は計画通り増産され、納期待ちも解消される。                       |
|                |  | 乗用車販売店（経理担当）  | ・来客数が増えつつあり、受注台数も増加している。納期が来年になる車種もあるが、メーカーでは増産体制に入っているため、先行きは明るくなりつつある。                                      |
|                |  | 乗用車販売店（総務担当）  | ・製造業では東日本大震災の影響があったが、現在はフル操業しており、事業マインドも大きく改善している。それに伴い、乗用車販売も回復する。   |
|                |  | 住関連専門店（営業担当）  | ・新築住宅や分譲マンションは横ばいで推移するが、民間設備投資はこれから工事物件が多く出てくる。商業施設もある程度の見通しが出てきている。  |
|                |  | 都市型ホテル（経理担当）  | ・夏以降は節約ムードが緩和され、消費も上向く。   |
|                |  | 旅行代理店（従業員）  | ・周年行事を見送らず実施するという企業、団体のほうが、割合としては高くなっている。周年行事として旅行先でのパーティー開催を提案すると、受けてくれる企業団体が以前よりも多くなっている。景気は上向いており、今後も良くなる。 |
|                |  | タクシー運転手   | ・今月はここ1、2年とは違った動きで、先行きは明るくなっている。繁華街の人出も増えており、今後はやや良くなる。   |
| タクシー運転手        | ・自動車関連企業の休日変更の影響で、名古屋市の中心街や名古屋駅周辺では、木、金曜日の昼間に以前は見かけなかった三重県や三河地域の車を多く見かける。また、タクシー利用者も増加しており、所属している営業所の200名の平均営業収入は、前年同月比で10%弱増加している。夜の繁華街でも、多忙とまではいかないものの、活気が出始めている。今後の景気は、緩やかながら上向く。 |   |   |
| テーマパーク（職員）     | ・業種によっては受注状況が大きく改善している企業もあり、今後はテーマパークの来場者数にも波及してくる。  |   |   |
| 変わらない          | 商店街（代表者）   | ・ここ1、2か月間は領収証を求める客が極端に減少しており、仕事関係で使用する客が減少している証拠である。そのため売上は伸びておらず、今後も現状が続く。 |   |

|                |   |   |
|----------------|---|---|
| 商店街（代表者）       | ・自動車関連企業の休日変更に伴い、週末が木曜日からの4日間に広がった売店と、高速道路のパーキングエリアのように週末がなくなってしまった売店もあり、全体としては今後も変わらない。  |   |
| 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・減速基調が続く。   |   |
| 百貨店（企画担当）      | ・東日本大震災以降、牛肉を始めとする食の安全性に対する更なる関心の高まりや、節電に伴う休日変更など、今後の購買行動に影響を与えそうな変化は見られるものの、それがどう出るかは現時点ではわからない。                                     |   |
| 百貨店（経理担当）      | ・震災による影響も一巡し、売上ももどりつつあるように感じる。  |   |
| 百貨店（営業企画・販売促進） | ・食に対する不安など、消費に対するマイナス材料が払しょくされない限り、景気は良くならない。   |   |
| 百貨店（販売担当）      | ・今から秋物を探している客が多く、問い合わせも増えているため、この秋冬物の販売時期には厳しさが緩和されるかもしれない。   |   |
| 百貨店（経営企画担当）    | ・節電意識の高まりと早い梅雨明けにより、現在は衣料を中心に消費は若干拡大しているが、今後は海外経済の鈍化や急激な円高、雇用環境の低迷などが消費マインドにブレーキを掛ける。   |   |
| スーパー（経営者）      | ・高速道路の無料化社会実験の終了以降、来客数は減少している。また、天候不良や台風の影響から青果の価格も高騰しており、当面回復の見込みが立たない。  |   |
| スーパー（経営者）      | ・売上の改善が見られる取引先もあるため、これ以上悪くはならない。  |   |
| スーパー（店長）       | ・福島第一原子力発電所事故の影響が、今後も出てくる。牛肉を始めとして様々な影響があり、非常に不安である。この問題が解決しない限り、景気は回復しない。  |   |
| コンビニ（店長）       | ・今後はたばこの売上、仕入れ共に回復するため、全体の売上も現状並みで推移する。   |   |
| コンビニ（店長）       | ・客の買物動向を見ていると、無駄な商品は買わないという節約意識がずっと続いている。この動きは当分変わらない。  |   |
| 乗用車販売店（経営者）    | ・秋口には新型車が発表されるが、それまではしばらく現状並みが続く。   |   |
| 乗用車販売店（従業員）    | ・製造業で木、金曜日が休みという客が増えており、従来の土日フェアだけでは来客数が減るため、平日の対応にも力を入れる。客が車の維持費を抑える傾向が続いており、定期点検を省略したり車検も低価格店に流れたりするなど、工場の稼働率は悪くなっている。今後も収益は横ばいである。 |   |
| その他専門店〔雑貨〕（店員） | ・東日本大震災の影響は、今後もまだ残る。  |   |
| 高級レストラン（スタッフ）  | ・東日本大震災後の自粛ムードは一段落するが、電力不足や食材の安全性の問題、国際経済や金融不安などの懸念材料も多い。   |   |
| スナック（経営者）      | ・客との会話のなかで、当面景気が良くなる材料はないという話をよく耳にする。   |   |
| スナック（経営者）      | ・客の話は、円高や節電など暗い話題ばかりで、明るい話題はない。景気が良くなる材料がなさすぎる。このまま企業が海外へ移転していく方向になるかと思うと、本当に不安である。   |   |
| 観光型ホテル（経営者）    | ・秋の行楽シーズンを迎えるが、現状では前年同月の半分ほどの予約しか入っていない。企業業績の先行きが不透明ななか、レジャー関連への支出は後回しになる。また、様々な原子力発電所の問題が長引くと、レジャー関連への支出は更に先送りされ、なかなか改善しない。          |   |
| 観光型ホテル（販売担当）   | ・今の受注状況から判断すると、今後も前年同月並みの売上を確保できる。ただし、円高の影響でビジネス宿泊客数が読めないことが、気掛かりである。   |   |
| 都市型ホテル（従業員）    | ・予約数は、現状並みで推移している。  |   |
| 通信会社（企画担当）     | ・アナログ放送の終了を今期の新規契約の山と考えていたが、予想したほどの伸びはない。有料テレビやインターネットの娯楽に時間とお金を掛ける状況にはないと思われ、今後も現状並みで推移する。   |   |
| 住宅販売会社（従業員）    | ・高級ないし低価格の住宅メーカーではなく、工務店への注文を検討する客が増えてきている。その結果、価格、販売数共に横ばいになっている。今後もこの状況が続く。   |   |
| やや悪くなる         | 商店街（代表者）  | ・アナログ放送の終了に伴うテレビの買換え需要が一巡し、テレビ販売の落ち込みは大きくなる。      |
|                | 一般小売店〔電気屋〕（経営者）   | ・アナログ放送の終了に伴うテレビの買換えは、順調に進んだ。今後しばらくは、テレビの売上がなくなる。 |

|        |                   |   |   |
|--------|-------------------|---|---|
|        | 一般小売店〔自然食品〕（経営者）  | ・放射能汚染など食品の安全性の問題が長引き、食の安全に対する意識が高まるほか、買い控えも続く。   |   |
|        | 一般小売店〔食品〕（経営者）    | ・東日本大震災に伴う自粛ムードは薄れてきたが、牛肉の放射能汚染問題が新たに出てきた。今後は、他の食品に関しても、消費者はきちんとしたデータを求めつつ慎重に選択するようになる。                                   |   |
|        | スーパー（店長）          | ・節電の影響で自動車関連企業の休日が木、金曜日になり、週末の来客数が減少している。木、金曜日の来客数は増加しているが、週末の減少をカバーしきれない。また、放射能汚染問題の影響で牛肉の売上は20%減少している。この問題は、まだ広がりそうである。 |   |
|        | スーパー（店員）          | ・自動車関連企業の休日変更によって、販売量や客の流れがどう変わるか読めない。また、お盆休みの長期化による売上への影響も心配される。円高による外国製品の仕入価格の低下も、一部商品に限られる。                            |   |
|        | スーパー（営業担当）        | ・節電問題は消費行動にも影響を及ぼしており、無駄な出費は極力抑えられている。  |   |
|        | コンビニ（エリア担当）       | ・今月売上が好調だったのは、たばこ特需と自動車業界の休日変更によるものであり、今後これ以上良くはならない。   |   |
|        | 家電量販店（店員）         | ・今月はテレビが爆発的に売れたが、販売台数は右肩下がりに減少しており、今後は厳しくなる。  |   |
|        | 乗用車販売店（従業員）       | ・車の需要はもともと強くなく、ガソリン価格の高騰などの要素もある。先行きは楽観視できない。   |   |
|        | その他専門店〔雑貨〕（店員）    | ・急激な円高がどのように影響するか、短期間ではわからないが、国内需要は減少する。  |   |
|        | 旅行代理店（経営者）        | ・福島第一原子力発電所事故の問題により、地元ブランド牛などにも放射能汚染が発覚し、地元の観光地に影響が出始めている。海外からの旅行者にも影響が出ると思われ、今後は厳しくなる。                                   |   |
|        | 旅行代理店（経営者）        | ・東日本大震災の影響に加えて、円高により輸出関連企業に影響が出てくると、先行きは厳しくなる。  |   |
|        | 旅行代理店（従業員）        | ・自動車関連企業の休日変更に伴い、夏休み中はともかく、9月に入ると親子で休みがずれる人が多くなる。そうなる、レジャー関連は厳しい状況になる。  |   |
|        | タクシー運転手           | ・円高の影響で、地元の自動車関連製造業の景気がまた悪くなるのではないかと懸念される。また、円高にもかかわらず、ガソリン価格が高騰している。中東情勢もまだ不安定であり、明るい材料はあまりなく、先行きが懸念される。                 |   |
|        | 通信会社（営業担当）        | ・アナログ放送の終了により、今後は光ファイバーによる映像サービスの販売増もなくなり、少し低迷する。   |   |
|        | ゴルフ場（企画担当）        | ・2、3か月先の予約数を見ると、今年の1、2月と同様に、予算目標や前年実績を下回りそうである。   |   |
|        | パチンコ店（経営者）        | ・業界全体で客単価を下げる動きがあるため、今後は厳しくなる。  |   |
|        | 理美容室（経営者）         | ・客との会話では、仕事はあるが給料は増えない、受注単価が良くないという話ばかりを聞くため、今後も景気は良くなる見えない。  |   |
|        | 設計事務所（経営者）        | ・現時点では設計等の計画件数が少なく、今後も良くなる見えない。ただし、建材の流通の停滞により保留になっていた案件が、再開される可能性はある。  |   |
|        | その他住宅〔住宅管理〕（従業員）  | ・電力不足もあり、先行きを非常に不安がる客が多い。そのため、今後の景気も厳しい。  |   |
| 悪くなる   | 一般小売店〔高級精肉〕（企画担当） | ・牛肉の放射能汚染問題の見通しが立たない。日本産牛肉の安全性が保証されるまでには時間が掛かり、先行きは不安である。   |   |
|        | その他専門店〔貴金属〕（店長）   | ・来店客の様子を見る限りでは、余裕のなさがかうかえる。気持ち良く買物する客は見当たらない。販売が上向く気配は全くない。   |   |
|        | 一般レストラン（経営者）      | ・様々な業種の客が来店するが、どの業種の客も、良くなっている様子は見られない。まだまだ厳しくなる気がする。   |   |
|        | 住宅販売会社（従業員）       | ・着工物件数は今は多いが、その後の受注残はないと聞いている。企業は工事がなくても給料は支払うため、今後の収益は非常に厳しくなる。  |   |
| 企業動向関連 | 良くなる              | 紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）  | ・猛暑により、冷菓製造の食品関連企業からの受注量が、9月まで増加傾向にある。自動車関連企業からの受注量も、増産により10月ごろまでは増加傾向にある。      |
|        |                   | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当）  | ・自動車関連企業では木、金曜日を休日にしてはいるが、9月以降、木曜日は稼働するとの報道もあり、今後の増産は確実である。それに伴い、秋以降の売上は確実に伸びる。 |
|        |                   | 建設業（経営者）  | ・東海地域では原子力発電所停止の影響は予想したより小さく、今後は順調に景気回復する。                                      |

|        |                           |   |   |
|--------|---------------------------|---|---|
| やや良くなる | 食料品製造業（経営企画担当）            | ・ 今後は自動車関連の業績が上向くことで、良い方向に動く。ただし、増税の有無など先行きの不透明感は依然として続き、食品に対する消費意欲も大きくは改善しない。  |   |
|        | パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）       | ・ 自動車関連の受注量も増加しているため、今後も景気は少しずつ良くなる。  |   |
|        | 電気機械器具製造業（経営者）            | ・ 自動車車載、情報通信、自動工作機械など、全分野にわたって回復基調にあり、今後も良くなる。  |   |
|        | 電気機械器具製造業（営業担当）           | ・ 急激な円高は気になるものの、これまでに悪い材料は出尽くしており、底を打っている。  |   |
|        | 輸送業（エリア担当）                | ・ 自動車産業が生産を回復し始めており、荷物の動きも良くなってきているため、今後はやや良くなる。  |   |
|        | 輸送業（エリア担当）                | ・ 自動車、電機関連が生産能力を回復し、在庫不足になっている海外拠点への輸出が今後は伸びる。  |   |
|        | 金融業（従業員）                  | ・ 東日本大震災以降、木金土日の週休4日が定着していたが、最近では週6日稼働という工場も、当地域には出始めている。今後こうした動きは一層顕著になる。  |   |
|        | 金融業（法人営業担当）<br>不動産業（開発担当） | ・ 円高等の不安要素はあるものの、当面は自動車生産の急回復が大きい。生産の回復に伴い、個人消費も回復する。<br>・ 売れる物件と売れない物件の二極化が進んでいる。明確な魅力がある物件や買得感のある物件は、売行き好調である。この傾向は今後も続く。 |   |
| 変わらない  | 窯業・土石製品製造業（社員）            | ・ 自動車の生産が回復しているため、今後良くなることはあっても、今以上に悪くなることはない。  |   |
|        | 鉄鋼業（経営者）                  | ・ 自動車業界などでは生産は上向いているが、取引先である生産設備企業や機械関連企業からの受注にはまだ表れていない。東日本大震災後に工場の海外移転が進むとの報道もあり、中小企業の設備投資はまだ回復していない。今後もこの状況が続く。          |   |
|        | 一般機械器具製造業（営業担当）           | ・ 北米、アジアの自動車業界から、大型の引き合いが入っている。受注案件数も、前月比で1割ほど増えている。しかし、円高のため2割ほど値引きをしないと受注できず、利益を圧迫している。この状況は今後も続く。                        |   |
|        | 輸送業（経営者）                  | ・ 不安定な荷動きや、軽油価格の上昇により、コストの増大は今後も継続する。   |   |
|        | 輸送業（従業員）                  | ・ 荷動きは予想以上に活発になっているが、今後は原油高や円高の影響が懸念される。  |   |
|        | 輸送業（エリア担当）                | ・ 大手自動車メーカー関連の輸送量は、正常に近いところに戻り回復している。しかし、燃料価格の高騰が続いて高止まりしているため、良くなることは難しい。  |   |
|        | 通信業（営業担当）                 | ・ 東日本大震災の影響で、節電に伴う影響が続く。しばらくは今の状態が続く。   |   |
|        | 広告代理店（経営者）                | ・ 県内の広告主のほとんどが、先行き不安のためか、思い切った予算編成を行わない。頼みの綱であった自治体などの行政機関の予算も激減している。また、東京や名古屋の大手広告会社に仕事が流れている。                             |   |
| やや悪くなる | 印刷業（営業担当）                 | ・ データの推移を見ると、秋口に入れば広告業界は多少良くなっていく。ただし、東日本大震災の影響も残る。   |   |
|        | 化学工業（企画担当）                | ・ 東日本大震災からの復興関連業者、省エネ関連業者は良くなるが、一般の中小業者、個人業者は厳しい状態が続く。特にサービス業では、節約ムードが続き厳しくなる。  |   |
|        | 窯業・土石製品製造業（経営者）           | ・ 景気が良くなるような動きはなく、同業者ではかなり倒産しているという話も聞く。今後の景気は今よりも悪くなる。   |   |
|        | 金属製品製造業（従業員）              | ・ 9、10月の売上予測は、予算目標を下回る。生産財企業では、景気が回復するまでに時間が掛かる。  |   |
|        | 電気機械器具製造業（経営者）            | ・ 窯業界の先行指標となる住宅着工件数は、平成22年12月～平成23年2月と比べて平成23年3～5月は4.7%減となっている。   |   |
|        | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当）        | ・ 低価格受注物件の製造が今後本格化するため、忙しくなるが利益は増えない。今後の物件も、大型であればあるほど、低い価格が提示される。  |   |
|        | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当）        | ・ 今は3か月以上前の受注残を生産しているため、順調に推移している。しかし、最近の円高や、相次ぐ鉄鋼単価の改定に伴う販売価格への転嫁を考慮すると、今後の受注量は減少する。                                       |   |
|        | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当）        | ・ 取引先で重大な品質問題が発生しており、その収束までにはしばらく時間が掛かる。  |   |
| 悪くなる   | 金属製品製造業（経営者）              | ・ 引き合い件数が減少しているため、先行きの景気は悪くなる。  |   |
| 雇用関連   | 良くなる                      | アウトソーシング企業（エリア担当）   | ・ 自動車製造業では、東日本大震災後の減産分を補いつつ、世界的な需要拡大に対応するため、9月以降は操業日を拡大させて、生産を強化する。 |

|               |                        |  |
|---------------|------------------------|--|
| やや良くなる        | 人材派遣会社（経営企画）           | ・取引先の生産回復を受けて、研究開発プロジェクトの再開も見込まれる。そのため、技術者派遣の需要も増加する。  |
|               | 人材派遣会社（社員）             | ・2か月先の求人数はあまり変わらないが、3か月先からは平日の求人数も多少増加する。  |
|               | 求人情報誌製作会社（企画担当）        | ・製造系の求人活性化で明らかに雇用については上向き。   |
|               | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）        | ・新聞の求人広告量はここ数か月間で上向きになっており、今後もやや良くなる。  |
|               | 職業安定所（職員）              | ・求職者数は減少傾向、求人数は増加傾向が続く。ただし、求人の内容を見ると、一般求人は増加傾向にあるものの、パート求人は減少傾向にあり、全体的に改善するとは言い切れない。   |
|               | 職業安定所（職員）              | ・求人数は相当な増加傾向にある。ただし、正社員の求人は多くないため、今後良くなっても若干である。   |
|               | 職業安定所（職員）              | ・求人数は、勢いは弱いものの、増加傾向が続いている。求職者数は、減少傾向が続いている。これらの傾向は今後も続く。   |
|               | 職業安定所（職員）              | ・現在は求人は手控えられているが、人手不足感は非常に強くなっているため、2、3か月先には求人は回復している。   |
|               | 職業安定所（職員）              | ・業種間にばらつきが見られるものの、全体としては回復の方向に向かっており、今後はやや良くなる。  |
|               | 民間職業紹介機関（営業担当）         | ・すそ野が広い自動車業界が、今後は木曜日も稼動することから、全体的な求人数も増えていく。   |
| 民間職業紹介機関（支社長） | ・生産の回復に伴い、雇用の増加が見込まれる。 |  |
| 変わらない         | 人材派遣会社（経営者）            | ・求人はほとんどなく、あったとしてもピンポイントの求人であるため、供給ができない状態にある。今後もこの状態が続く。  |
|               | 職業安定所（所長）              | ・自動車は増産しているが、自動車部品を製造している中小零細企業を中心に、回復の遅れが見られる。また、期間工等の契約期間を短期にするなど、先行きに慎重な企業もある。  |
|               | 職業安定所（次長）              | ・休業に伴う企業からの雇用調整助成金の申請件数は、依然として高水準にある。新規求人数を見ると企業活動は上向き気配があるが、勢いは感じられない。解雇等は落ち着いているが、求職者数は引き続き多く、滞留している。ハローワークの窓口では、小さなことでトラブルになるケースが増えるなど、来所者には余裕がなくなっている。 |
| やや悪くなる        | 人材派遣会社（支店長）            | ・航空機製造関連や自動車製造関連の大手企業では、派遣社員を直接雇用化すると決定したため、中堅企業へも波及している。先日も派遣社員を多数活用しているメーカーが直接雇用化を決定しており、人材派遣会社の売上悪化は今後も続く。  |
| 悪くなる          | -                      | -  |