

5. 東海（地域別調査機関：（株）東海総合研究所）

（-：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	テーマパーク（職員）	・来客数はリピーターや団体客を中心に増えている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・学校の週5日制が始まるため、来客数は増加する。
		スーパー（店長）	・朝市やふれあい市が増え始めているが、これが消費者の関心を引き、消費行動は活発になってくる。
		スーパー（店長）	・年初から売上の増加幅が大きくなっている。
		スーパー（店員）	・売上、来客数ともに増加傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数がそのまま増加していけば、客単価の回復が遅くても売上増加が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・売上の回復スピードが更にアップしている。
		衣料品専門店（店員）	・売上が上昇傾向にある。
		乗用車販売店（総務担当）	・決算商戦が通常より底堅かったため、今後も好調が続く。
		住関連専門店（店員）	・季節商品が好調であるため、魅力ある商品を提供すれば好結果が得られる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・安い物はあまり良くないという印象を消費者は持ち始めており、良い物を買おうという客が増え始めている。
		その他小売〔総合衣料〕（店員）	・同業の競争相手が衰えてきているため、受注量は増加する。
		高級レストラン（スタッフ）	・新メニューや販促イベントへの顧客の反応に、少し手応えが感じられる。
		変わらない	商店街（代表者）
	商店街（代表者）		・新製品の安い物はよく売れているが、全体的には客の財布のひもは固い。
	商店街（代表者）		・スーパーの安売りに対抗できない。
	一般小売店〔酒〕（経営者）		・客には依然として購買意欲の無さが目に付く。
	百貨店（売場主任）		・春物や入学卒業関係の売上が伸び悩んでいる。
	百貨店（企画担当）		・目新しさを求めて来客数は増加しているものの、購買にはつながっていない。
	百貨店（企画担当）		・現在好調であるヤング向けファッション商材は、3月前半の気温の高さによる需要の先取りという要素が大きい。
	スーパー（店長）		・客単価に回復の兆しがみられない。また食品不正表示問題も次々と発覚し、食品に対する不信任は今後も続く。
	スーパー（仕入担当）		・購買意欲はあまり高まっていない。
	コンビニ（エリア担当）		・業界では廃業する店と売上を伸ばす店の二極化が進んでいるが、客の購買意欲自体は回復していない。
	コンビニ（エリア担当）		・回復傾向は若干見られるが、店によりばらつきがある。また、競合店もまだ進出してくる。
	コンビニ（店長）		・弁当や総菜を店内製造している効果が徐々に出てきており、売上が増加している。
	衣料品専門店（企画担当）		・客は何かを買えば別の物の購入を控えている。
	家電量販店（店員）		・客の財布のひもは依然として極めて固い。
	家電量販店（従業員）		・リサイクル法関連の反動があるものの、サッカーのワールドカップがあるため相殺する。
	自動車備品販売店（経営者）		・自動車ディーラー等との競合がますます激化する。
	乗用車販売店（営業担当）		・販売台数は出ているが、あまり利益が出ていない。
	高級レストラン（経営者）		・予約時期が遅くなっており、単価も依然として低い。
	高級レストラン（スタッフ）		・予約状況は決して良くないが、ぎりぎりでの予約が増えており、結果的には今と同様の来客数を保つ。
	スナック（経営者）	・繁華街の人通りの減少傾向は続いており、空き店舗も目立ってきている。	
スナック（経営者）	・来客数は相変わらず減少しており、単価も低下している。		
観光型ホテル（スタッフ）	・来客数は20%増加しているが、客単価は約20%低下している。		
都市型ホテル（スタッフ）	・法人利用が引き続き慎重である。		
通信会社（社員）	・都会よりも市町村部で受注数が少しずつ増加傾向にあるため、全体としては極端に減少することはない。		

		通信会社（営業担当） ゴルフ場（企画担当）	・値引き競争が依然として続く。 ・予約は多いが料金が年々下がってきているため、売上に変化はない。
やや悪くなる		一般小売店〔土産〕（経営者） 百貨店（売場主任） 百貨店（外商担当） スーパー（総務担当） コンビニ（経営者） コンビニ（店長） 家電量販店（経営者） その他専門店〔貴金属〕（店長） ゴルフ場（経営者）	・近隣に大規模なアウトレットモールが完成したため、波及効果がある。 ・スーツを購入しても靴を買い控えるなど、売上が伸びてこない。 ・外販時の様子でも、客は消費に気が向いておらず、財布のひもは一層固くなる。 ・競合店がいくつかオープンするため、売上は減少する。 ・売上や来客数は下降線をたどっている。 ・対前年比の来客数は少し改善しているというものの、依然として前年割れの厳しい状態である。 ・売上は前年割れが続いており、下げ止まっていない。 ・高額商品と安価な商品の二極化が進んでおり、全体として客単価が上昇しない。 ・例年よりも予約件数が減少しているとともに、単価の低下も目立っている。
悪くなる		一般小売店〔電気屋〕（経営者） 都市型ホテル（スタッフ） 設計事務所（営業担当）	・来店から商品購入までの決定時間が長くなっている。 ・ゴールデンウィークの宿泊予約は既に埋まっているが、それまでは空きが多く、宴会や会議の予約もほとんど無い。 ・公共事業がますます減少する。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	輸送業（エリア担当） 化学工業（企画担当） 窯業・土石製品製造業（営業担当） 建設業（総務担当） 新聞販売店〔広告〕（店主）	・アジアの貨物量がかかり増加している。 ・国内は相変わらず低調であるが、海外からの引き合いが非常に好調になっている。 ・見積物件や着工予定物件の内容を見ると、好転の兆しがある。 ・業界では新分野への取り組み意欲が出てきている。 ・不動産チラシの伸びが目立つため、不動産業界が好転する。
	変わらない	電気機械器具製造業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） 電気機械器具製造業（従業員） 輸送用機械器具製造業（経理担当） 広告代理店（制作担当）	・国内販売は低迷が続くが、アメリカ、イギリス向けに一部回復がみられる。 ・製造業の海外移転の動きは一段落している。 ・値下げ要求を受け入れても受注の確約はしてもらえない。 ・輸出向けはまずまずとしても、国内生産の増加は見込めない。 ・新規受注はあるが、コスト面で厳しい。
	やや悪くなる	輸送用機械器具製造業（工務担当） 建設業（経営者） 建設業（企画担当）	・中型車の生産台数が、減少している。 ・特に大型案件の競争が一段と厳しくなっている。 ・今後の新規大型工事情報が無い。また、コストダウン競争は一層厳しくなる。
	悪くなる	非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画）	・引き合いが減少してきている。
雇用関連	良くなる やや良くなる	- アウトソーシング企業（エリア担当） 求人情報誌製作会社（企画担当） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 学校〔大学〕（就職担当）	- ・月を追って求人数が増加しつつある。 ・アルバイトやパートの雇用は力強さを増している。 ・求人の回復基調は更に鮮明になってきている。 ・旅行、薬品、自動車関連で求人意欲はおう盛である。
	変わらない	人材派遣会社（支社長） 人材派遣会社（社員） 求人情報誌製作会社（編集者） 職業安定所（所長） 職業安定所（職員）	・例年よりは求人数は減少しているが、少しずつ増加傾向にはある。 ・長期の注文は減ってきているが、単発の注文が少しずつ増える傾向にある。 ・全体的には求人数は横ばいになってきている。 ・求人数は相変わらず増加しない。 ・製造業を中心に求人数の減少は相変わらず続いている。

	民間職業紹介機関（エリア担当）	・自動車関連などの一部では好転もみられるが、全体としては変わらない。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・人員整理は一段と進み、契約、派遣社員の契約打ち切りが目立つ。
	人材派遣会社（営業担当）	・派遣やアウトソーシングのコストを減らし、社員で対応する姿勢が企業にみられる。
	職業安定所（職員）	・製造業も含めてほとんどの産業で新規求人の減少が続いている。
	職業安定所（職員）	・零細企業では倒産やリストラが増加しており、求職者は増加する。
	職業安定所（職員）	・事業所閉鎖や人員削減などの件数が、前年に比べ大幅に増加している。
悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数は月毎に減少している。
	職業安定所（職員）	・リストラによる求職者は今後も増加するのに対し、求人は増えない。





