

4. 東海（地域別調査機関：（株）UFJ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	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・レンタル介護用品の貸出先はまだ増加するため、売上は増加する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の買物意欲が少し上がっている。
		商店街（代表者）	・注文が増えている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・観光地には学校の週5日制の効果が出てくる。
		百貨店（売場主任）	・土日に家族で買い物に来る客が増えている。
		スーパー（店長）	・夏物商品が好調に売れており、夏物商戦はこのまま活発に動いていく。
		スーパー（店長）	・客数が増加してきている。
		スーパー（店長）	・従来の低価格志向から、値段が高くても価値のあるものへと需要がシフトしてきている。節約疲れが消費を喚起している。
		スーパー（店員）	・売上、来客数ともに、わずがずつではあるが上向いている。
		スーパー（総務担当）	・地域の企業の昇給率が思っていたほど悪くなく、個人消費は増える。
		スーパー（仕入担当）	・客単価は前年を下回っているが、客数はかなり回復し前年を上回っている。
		家電量販店（店長）	・高額な付加価値商品に対して客の関心が高まっており、単価が高く、来客数も多くなっている。
		乗用車販売店（従業員）	・新商品の投入がある。
		乗用車販売店（従業員）	・法人よりも個人の購入が多くなっている。
		テーマパーク（職員）	・客にややゆとりが出てきているため、来客数は増加してくる。
	テーマパーク（職員）	・近隣に大型リゾート施設がオープンし、相乗効果が出てくる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・来客数がやや増加しており、客の買い方に明るさが垣間見える。徐々にではあるが、一時期の悪い状態から脱してきている。
		商店街（代表者）	・単価の上昇や来客数の増加は見込めないが、一時よりは安定してきている。
		商店街（代表者）	・競合相手は今後ともむしろ増える。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・客単価が上昇しない。
百貨店（企画担当）		・季節商品の動きはまずまずであるが、定番商品の動きが鈍い。	
百貨店（企画担当）		・夏物が既に売れているため、夏場の商材が不足する。	
百貨店（企画担当）		・時間消費のための来客数は依然として多いが、購買にはなかなかつなげない。この傾向は一層強くなる。	
百貨店（売場担当）		・客の購買単価や販売量に変化がみられない。	
スーパー（経営者）		・来客数は増加しているが、販売単価が低下しており、売上を確保するのが大変である。	
スーパー（店長）		・安くて簡単な総菜の動きが活発で、閉店前の見切り商品狙いの客も増加傾向にある。	
コンビニ（エリア担当）		・客数は順調に増えているが、客単価は相変わらず下げ止まりがみられない。	
コンビニ（エリア担当）		・売上の回復スピードが鈍化している。	
衣料品専門店（店員）		・客単価の低下傾向が常態化している。	
家電量販店（経営者）		・客は買い物するのに非常に慎重である。	
家電量販店（店員）		・販売量が増加していない。	
家電量販店（店員）		・客の消費心理はまだ堅く、大型店同士の競争もますます厳しくなっている。	
自動車備品販売店（経営者）	・消費者は、消耗品でも堅実な買い物をしている。		
乗用車販売店（経営者）	・来客数は増加しておらず、買い替えを我慢していた人のみが動いている状況は変わらない。		
乗用車販売店（従業員）	・単価が低迷している。		

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
		乗用車販売店（従業員）	・新型車は好調だが、他車種やサービス品の値引き要求が厳しく、トータル的には変わらない。 ・家族でじっくり車を選ぶ傾向が強くなってきており、成約に時間がかかり、回転率が落ちている。
		乗用車販売店（従業員）	・個人消費はそれほど落ち込まないが、法人の買い替え需要が例年よりも少ない。
		乗用車販売店（総務担当）	・客の話では昇給なしや一律カット等が多く、消費者の財布のひもは当面緩みそうにない。
		住関連専門店（店員）	・夏物売上の先取りをしたので、やや苦戦する可能性もある。
		高級レストラン（経営者）	・法人利用の増加は期待できず、単価を下げて個人客を狙うしかない状況である。
		高級レストラン（スタッフ）	・売上は一進一退だが、イベントやフェア等に対する顧客の反応がやや弱い。
		高級レストラン（スタッフ）	・3か月先の予約状況は前年より多少悪いが、最近では予約が直前になって入るため、結果としては変わらない。
		一般レストラン（スタッフ）	・最近では好調だったため、数か月後はその反動が来る可能性がある。
		スナック（経営者）	・連休の増加と学校の週5日制により、消費は飲食代よりレジャー費に流れていく。
		スナック（経営者）	・最近では値段交渉する客が増えており、単価の低下傾向は続く。
		観光型ホテル（スタッフ）	・日帰り利用の客は増加傾向にあるが、宿泊の客室稼働率が60%と大きく落ちている。
		都市型ホテル（従業員）	・予約件数は例年通りである。
		旅行代理店（経営者）	・サッカーのワールドカップが開催されるが、様々な料金、手数料、運賃等が上昇するため、消費はそれほど上昇しない。
		タクシー運転手	・終電、終バス利用の帰宅が定着しているが、深夜タクシーの利用客が少ない間は景気は上向かない。
		通信会社（社員）	・電話利用に急激な増加はみられないが、減少しているわけでもない。
		通信会社（営業担当）	・インターネット接続件数は伸びているが、競合が激しく売上は伸びない。
		通信会社（営業担当）	・携帯市場は飽和状態に近づいている。
		ゴルフ場（企画担当）	・来客数はそれなりにあるが、客単価はなかなか伸びない。
		パチンコ店（経営者）	・全体の景気に底入れ感はあるものの、客の所得が増加しない限り景気は良くならない。
		美容室（経営者）	・カット、パーマ、ヘアカラーの周期が遅れている。
		住宅販売会社（従業員）	・現場からの値引き要求が強く、消費の冷え込みもあり、厳しい状況がしばらく続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・同業他社が相次いで倒産している。
		百貨店（経理担当）	・外商を中心に売上の落ち込みが激しい。
		百貨店（販売促進担当）	・初夏物の動きが1か月ほど早くなっているため、需要の落ち込みがある。
		百貨店（販売促進担当）	・客は必要な物しか買わない傾向にあるため、今の状況が良いと数か月後にその反動が必ずくる。
		百貨店（外商担当）	・建設業や製造業の客など、販売先は月を追う毎に厳しくなっている。
		コンビニ（エリア担当）	・競合は激しさを増す一方で、再投資する体力のない店はほとんど閉店に追い込まれる。
		コンビニ（店長）	・ディスカウントショップやスーパーの値下げ競争により、コンビニは今後も苦戦する。
		コンビニ（店長）	・来客数、売上ともに伸びない。
		衣料品専門店（経営者）	・春先の好調は続かず、客単価は低下気味である。
		衣料品専門店（企画担当）	・夏物の先取りが現在の売上に貢献しているが、数か月後にはその反動がくる。
		家電量販店（従業員）	・パソコンは販売台数とともに値段も下落してくる。
		一般レストラン（経営者）	・学校の週5日制により週末を家族で過ごすことが増え、ファミリーレストランなどの大型施設に客が取られてしまう。
		都市型ホテル（スタッフ）	・会社、法人の利用が引き続き厳しく、個人消費も期待できない。婚礼、披露宴の件数、単価ともに、低下傾向にある。
		旅行代理店（経営者）	・斬新な商品企画、開発ができていないため、客の消費につながらない。

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	
		タクシー運転手 美容室（経営者） 美容室（経営者） 設計事務所（経営者） 設計事務所（経営者）	・直近の売上が25%低下しており、底がみえない。 ・来客数がどんどん減少している。 ・同業で値下げ競争をしている状態である。 ・契約件数が減少している。 ・計画案件自体が少ないため、実設計になる数はかなり少なくなる。	
	悪くなる	住宅販売会社（企画担当） 住宅販売会社（従業員） 住宅販売会社（業務担当）	・契約件数が極端に悪い。 ・住宅購入のための借入金利が上昇傾向にあるため、住宅購入や新築件数が鈍る。 ・販売量が落ちており、全体的な住宅着工数にも陰りがみられる。	
企業 動向 関連	良くなる	輸送業（エリア担当） 税理士	・貨物量が急速に伸びている。 ・取引先企業は各社とも売上が順調で、アルバイトも積極的に採用している。	
	やや良くなる	化学工業（企画担当） 窯業・土石製品製造業（経営者） 窯業・土石製品製造業（営業担当） 一般機械器具製造業（販売担当） 電気機械器具製造業（従業員） 電気機械器具製造業（営業担当） 建設業（総務担当）	・国内向けはあまり期待できないが、海外からの引き合いが増加しており、輸出は伸びる。 ・マンションの着工数が伸びているため受注量は増えるが、価格はより下落する可能性がある。 ・注文状況から判断すると、単価の上昇は望めないものの、受注量は多少良くなる。 ・取引先の多くは海外の設備投資を増やす予定であり、受注量は増加する。 ・取引先から新製品の話が出るようになり、IT不況は収まりつつある。 ・国内のIT関連市場は次第に拡大する。 ・新分野開拓に関する問い合わせが増えており、やや上向きになっている。	
	変わらない	食料品製造業（経営者） 食料品製造業（企画担当） 化学工業（総務担当） 輸送用機械器具製造業（工務担当） 輸送用機械器具製造業（経理担当） 輸送用機械器具製造業（統括） 金融業（融資担当） 広告代理店（制作担当） 税理士 その他サービス業[社会労務士]（経営者）	・小売の販売単価が低下しても、販売数量の増加につながってこない。 ・販売先の流通業、小売業の売上は依然として前年を下回っている。 ・IT関連以外の動きはさほど変わらず、楽観できない。 ・受注量が回復してこない。 ・得意先からの値引き要求が厳しい。 ・主力取引先の業況が回復途上である。 ・大手から回復してきているのは確かだが、地方の中小企業にはまだ波及してきていない。 ・企業は自前でホームページなどを作成し、印刷代など外注予算を削ろうとしている。 ・顧問先各社は現状維持が精一杯という状況にある。	
	やや悪くなる	化学工業（営業担当） 非鉄金属製品製造業[鋳物]（経営企画） 輸送用機械器具製造業（総務担当） 経営コンサルタント	・サッカーのワールドカップの関係で、パチンコ関連の仕事が減る。 ・受注量は減少する。 ・受注量は減少傾向にある。 ・土地の新規取得件数はまだ低調である。	
	悪くなる	-	-	
	雇用 関連	良くなる	-	-
		やや良くなる	人材派遣会社（社員） アウトソーシング企業（エリア担当） 求人情報誌製作会社（編集者） 民間職業紹介機関（エリア担当） 学校[大学]（就職担当）	・製造業を始めとして非常に厳しい状況に変わりはないが、若干上向きの企業も少しずつ出てきている。 ・コスト下落は続いているが、IT関連と自動車関連に活気が戻ってきているのが好材料である。 ・現在の求人広告数は最低水準だが、取材先企業からは中途採用への意欲が出始めている。 ・大手自動車部品メーカーの採用計画が前年並みかそれ以上の計画であり、求人数は少し増える。 ・情報、流通、外食、レジャー、警備など、一部業種では確実に上向いている。
		変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣社員の受注も当分は低調に推移する。

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
		人材派遣会社（社員）	・新規注文が少ない状況は継続している。
		人材派遣会社（社員）	・活発な企業とリストラを推進する企業が混在しており、プラスマイナスが相殺しあって現状維持が続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・製造業では採用を手控えているが、外食、理美容、医療などサービス業では求人を増やしている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人員過剰感を持つ企業が多く、雇用状況は相変わらず改善されていない。
		職業安定所（所長）	・求職者数の対前年比の増加幅は縮小しているが、まだ不安材料もある。
		職業安定所（職員）	・新規求人は建設業では減少しているが、製造業には下げ止まりの傾向もうかがえる。
		職業安定所（職員）	・雇用調整やワークシェアリングを検討する企業が増えつつある。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は対前年同月比で減少しているが、その反面で、新規求人もまだ減少を続けている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は対前期比プラス4.8%で増加しているものの、例年の半分程度の増加にとどまっている。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人はこれまで回復基調にあったが、正社員の求人を中心に再び悪化の兆候が出てきている。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業からの注文数が全く伸びない一方で、値下げ要求は増えている。
	悪くなる	-	-