

5. 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	乗用車販売店（営業担当）	・ 新型車も好調で、この先も来客数は増加する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ 暑くなり夏物の動きが活発化するとともに、来客数が増加する。
		スーパー（店長）	・ 客は価格よりも品質を基準とした買物に移っている。
		スーパー（仕入担当）	・ 店舗改装の効果が徐々に出てきており、新しい客層がかなり増加している。特に女性の若年層が増加しており、ノンアルコールビールなど新しい商品がかなり出ている。
		乗用車販売店（経営者）	・ フルモデルチェンジの新型車を発売するため、売上は増加する。
		旅行代理店（経営者）	・ 来客数が増加している。
		パチンコ店（店長）	・ 新機種が発表されるため、年末にかけて来客数は増加する。
		その他サービス〔パチンコ機器製造販売〕（エリア担当）	・ 商品力の高いパチンコ台が出そろうため、年末にかけて来客数は増加する。
	変わらない	商店街（代表者）	・ 来客数、客単価ともに伸びがみられない。
		商店街（代表者）	・ 商店街で買い物袋を下けている人が非常に少ない。消費者は将来に不安を感じており、ソフトクリームやジュースなどちょっとした買物はするが、大きな衝動買いはまずしない。買いたい物があっても、少しでも気に入らないと買わない。
		商店街（代表者）	・ 商店街の雰囲気や客の反応からは、良くなる気配がない。 ・ 家電はデジタル関連品以外はほぼ成熟しており、デジタル関連品も老若男女誰にでも受け入れられるようなものではない。
		商店街（代表者）	・ 最近は安物しか売れず、利潤が少ない。自転車を1台売っても500円や600円の儲けしかない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 購買力が伸びていない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・ 飲酒運転の罰則強化の影響が続く。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・ 客の話や様子から、明るさがみえてこない。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・ ずっと変わらない状態である。
百貨店（企画担当）		・ 来客数、購買客数は大きく減少傾向にあり、回復の見込みがない。ヒット商品も見当たらない。	
百貨店（企画担当）		・ 一部の高級ブランドや人気ファッションブランドは前年並み以上であるが、現在は若い女性客でもバーゲン等でより安く購入するため、今後も客単価は上昇しない。	
百貨店（企画担当）		・ 秋物ファッションは、昨年のトレンドのマイナーチェンジといった雰囲気の物が多く、生産量も抑え目で、メーカーも守りの姿勢に入っている。そのため、需要喚起力が弱い。	
百貨店（販売促進担当）		・ シーズン当初の売上は一時的に回復するが、シーズン中心になると消費者の購買力のなさがはっきりと目立ってくる。	
百貨店（外商担当）		・ 個人消費に期待したいが、強いインパクトをもった材料が無い。	
百貨店（売場主任）		・ 晩夏物の商材が良くなく、期待できない。	
百貨店（売場主任）		・ 客の顔ぶれに変化はなく、売上は変わらない。	
スーパー（経営者）	・ 消費者は所得が伸びないことにも慣れてきており、知恵を出しながら買物するようになっている。		
スーパー（経営者）	・ 販売状況は前年よりも多少上回っているが、競合店の出店がますます激しくなり、チラシ合戦も激しい。		
スーパー（経営者）	・ 販売量は増加しているが、個々の客の様子をみていると、あまり景気は良くない。		
スーパー（店長）	・ この2～3年の客の買物の仕方は非常に慎重で、無駄な物は買わず必要な物を必要な時にだけ買うといった傾向は全く変わっていない。		
スーパー（店長）	・ 数字でみても、回復の兆候はない。		
スーパー（店員）	・ 売上や来客数が増加するような要素が何も見当たらない。		
スーパー（店員）	・ 購入点数、予約件数が減少している。客は相変わらず安価な物を求めている。		
スーパー（店員）	・ 季節物などは多少高値でも回転しており、全く購買力がないわけではない。		

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
		スーパー（総務担当）	・食品の売上はやや良くなってきているが、住居関連の売上は良くない。
		コンビニ（エリア担当）	・店の仕掛けに対する客の反応は良好で、客単価は低下しているが来客数は相変わらず増加している。
		コンビニ（エリア担当）	・客は購買意欲はあるが簡単には買わず、売上の回復スピードが鈍化している。
		コンビニ（エリア担当）	・努力はしているが、客単価は上昇してこない。売上が減少しているなかで競合店がまだ出てくるため、息が抜けない。
		コンビニ（店長）	・なんとか前年並みの数字を維持しているが、梅雨明けが遅く、飲料関係などの夏商材にマイナスが続いている。
		家電量販店（経営者）	・客単価は相変わらず低く、非常に慎重な買い方をしている。
		家電量販店（店長）	・パソコン等の伸びも一段落し、他に目新しい商品も無い。
		家電量販店（従業員）	・パソコンの価格がまた値下げとなり、他の家電商品の価格も若干低下傾向である。
		自動車備品販売店（経営者）	・消耗品や必要品に対する買物比率が高い。目新しい商材が見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・売れ筋の価格帯がばらけていたのが一車種に集中したりと、変化を予測しづらい。
		乗用車販売店（従業員）	・耐用年数の限界がきて買い換えるケースが多く、新しい車をどんどん買おうという様子はない。
		乗用車販売店（従業員）	・大口ユーザーの倒産などもあり、まだまだ回復には至らない。
		住関連専門店（店員）	・このまま端境期に入るため、伸びる要素は少ない。しかし、必要な物は買うため、こちらが手を抜かなければ昨年並み程度は維持できる。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・客の様子からは良くなるような兆しがみえてこない。
		一般レストラン（経営者）	・猛暑が続いている今でさえ、来客数が多少増加しても客単価は上昇していない。
		一般レストラン（スタッフ）	・新規の客は増えておらず、予約客も利用目的に変化がない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・サービスメニューの販売合戦で、商品単価が平均15%程度も落ちる傾向がある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会宿泊の予約状況はあまり良くないが、直前予約が多少見込める。
		通信会社（社員）	・受注数に急激な伸びや減少はみられない。
		通信会社（企画担当）	・老舗のホテル等の倒産も起こっており、影響が心配される。
		通信会社（営業担当）	・市場は飽和状態を迎えており、競争がますます激しくなってくる。
		観光名所（案内担当）	・良くなる条件、悪くなる条件は特に見当たらない。
		テーマパーク（職員）	・特に良い材料が見当たらず、さほど現状と変わらない。
		ゴルフ場（経営者）	・9月、10月の予約は前年を下回っている。 ・飲酒運転の罰則強化でビールの売上が半分以下になっている。
		ゴルフ場（企画担当）	・8～9月は前年並みに乗り切れそうなので、秋のゴルフシーズンになればそこそこの来客数に落ち着く。
		パチンコ店（経営者）	・以前の悪い状況と比べると回復しているが、このまま客単価が上昇していくとも思えない。
		美容室（経営者）	・来客数に変化はないが、カットの回数が減少している。
		美容室（経営者）	・特に若者が値引きや宣伝に惑わされる傾向が強い。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・新規事業者の参入により競争が激化している。
		住宅販売会社（従業員）	・特に特徴のない製品に対しては、安価であることが第一に求められている。
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）	・住宅の新築物件が相変わらず伸びてこない。		
やや悪くなる		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ビール、缶ジュース、アイスクリーム等の販売量が非常に悪い。客の様子から、将来への不安が感じられる。
		一般小売店〔わさび漬〕（経営者）	・米国経済の失速の影響が出てくる。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・米国経済の失速の影響が出てくる。
		百貨店（経理担当）	・紳士服を中心に売上が増加してこない。

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	
		コンビニ（経営者）	・廃業を考えざるを得ないところまできており、実際、同業者の廃業は多い。	
		コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店が加速する。	
		住関連専門店（営業担当）	・今後も新築工事の増加が見込めない。	
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・米国経済の失速の影響が深刻化する。	
		高級レストラン（経営者）	・単価が急に上がるとは考えられないうえ、客からも宴会を開く費用がないと言われている。	
		スナック（経営者）	・7月は3～4年前は忙しかったが、去年の7月は悪く、今年も売上、来客数ともに減少している。 ・盆過ぎにはかなり暇になる。ボーナスが出てても町の様子は変わらず、タクシーの運転手も暇と聞いている。	
		都市型ホテル（従業員）	・ホテルの予約客数が減少している。	
		旅行代理店（経営者）	・新企画の売行きをみても好転する材料は見当たらず、停滞気味で徐々に悪化する傾向が続く。	
		旅行代理店（従業員）	・ボーナスが出そろったなかでこの状態であるため、今後も厳しい。	
		旅行代理店（従業員）	・個人で旅行を手配する客が増え、来客数が減少している。	
		住宅販売会社（企画担当）	・雇用不安、収入の不安定といった理由で、30年～35年の長期住宅ローンの支払い契約を断る客が多い。	
		悪くなる	百貨店（売場担当）	・米国経済の失速と円高の影響が、今後顕著にあらわれてくる。
			コンビニ（店長）	・通常今は1年でいちばん良い月にも関わらず、非常に悪い状況にある。
			高級レストラン（スタッフ）	・常連客の来店はまずまずであるが、新規客については顧客開拓を従来以上に推進しているにも関わらず、効果は出ていない。
			設計事務所（経営者）	・現在計画があるわけでもなく、3か月後の実施設計につながらない。
住宅販売会社（業務担当）	・地元の大手土木建築会社の倒産の影響が、顧客にも出てくる。			
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（工務担当）	・販売生産計画量が伸びている。	
	やや良くなる	化学工業（企画担当）	・米国景気は今以上には悪くならず、当社の業績は上向く。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年に比べて需要期に入る時期は遅れると言われていたが、住宅着工件数をみると受注は増加していく。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・各メーカーの在庫が底をつきだしているため、一定量の注文が出てくる。	
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注は拡大傾向にある。	
		輸送用機械器具製造業（統括）	・主力取引先が少しずつ良くなりつつある。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告が回復しており、秋の商戦に期待がもてる。 ・メール便の増加が見込まれる。	
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・商品価格を下げても、商品の回転はほとんど変わらない。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・受注数量を確保することが大変難しい。	
		化学工業（総務担当）	・IT関連製品の回復は実需以上である懸念があり、また踊り場がくる。	
		非鉄金属製造業（社員）	・仕事の総量が乏しいため、仕事量の確保に苦労する。	
		金属製品製造業（従業員）	・米国の株安や円高のため、輸出関連企業からの受注量に影響が出る可能性もある。	
一般機械器具製造業（経理担当）		・新製品の価格の要求が通らなくなってきているが、ユーザーは多いため望みはある。		
電気機械器具製造業（経営者）		・販売額の対前年比は一進一退の状態が続く。特に国内販売が安定しない。		
電気機械器具製造業（従業員）		・良くなる傾向もあるが、同業他社はここ2か月でさらに落ち込んだといい、プラスマイナスゼロである。		
電気機械器具製造業（営業担当）	・現在の受注数、売上の状態を継続する。			
建設業（経営者）	・競争が激しくなっているが、民間受注分は客の選別眼が確かで、競争に勝てるケースも出てきている。			

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
		建設業（経営者）	・企業の設備投資のための建築や不動産の動きがまったくない。
		建設業（企画担当）	・新規大型工事情報はなく、また中型物件等工事量が増えたとしても、各社によるコストダウン競争がより厳しくなる。
		輸送業（エリア担当）	・1日当たりの取扱物量が落ち込んでいる。製品の upstream にある原材料関連が動いていない。
		輸送業（エリア担当）	・トラックの貨物量の増加には、まだまだ時間がかかる。
		輸送業（従業員）	・天候が不安定である影響が出てくる可能性がある。
		金融業（従業員）	・来客数は増加しているが、解約が増加している。
		広告代理店（制作担当）	・取引先の予算はほとんど変わらないが、新企画等の依頼も少しずつ出てきている。
		公認会計士	・IT産業や飲食関連等の業績回復には時間がかかる。 ・清算、廃業予備軍の中小企業が多い。
		税理士	・売上が増加してこないため、現在の状況を維持するのが精一杯である。
		やや悪くなる	
一般機械器具製造業（販売担当）	・輸出が中心であるため、現在の様な円高が続くと価格競争力が低下し、販売量が減少する。		
電気機械器具製造業（経営者）	・材料である鉄鋼の値上げが決定しているが、得意先への価格転嫁は困難である。 ・企業の海外移転により、ますます厳しくなる。		
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・急激な円高が業績を悪化させる。		
広告代理店（従業員）	・身近な企業の倒産が増加している。各企業が品質や技術ではなく、値下げ競争に活路をみいだしている。		
その他サービス業〔社会労務士〕（経営者）	・企業のボーナス支給金額が前回に比べて減少している。		
悪くなる	非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画）		
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人件数は増加傾向にある。特にサービス業での伸びが大きい。
		民間職業紹介機関（エリア担当）	・特に自動車関係の部品メーカーによる技術系求人が増加してくる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・物流、卸売、小売関係で求人意欲が高い。機械工具の商社も求人意欲が高まっている。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・動きがあり、マーケットは拡大している。
変わらない		人材派遣会社（支社長）	・周辺企業や取引先からは、今後求人数を増加させるといった話は聞けない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・求人数は増加傾向にあるが、労働者のスキル面で雇用に結びつかないケースが多い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・この半年の求人件数は例年より悪かったが、今月に入ってようやく平均に戻っている。ただし、新規企業の求人や業界別の動向等に目立った動きはなく、今後急激に増加することはない。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・現状では雇用を積極的に押し進めている業種が見当たらない。地区的にも牽引するエリアがなく、雇用は横ばい状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・6月の悪化傾向からはひとまず落ち着きを取り戻しているが、対前年比では依然として20%近く落ち込んでいる。
		職業安定所（所長）	・新規求職者数の増加傾向が続く。
		職業安定所（管理部門担当）	・受注減少等にもなう人員整理や事業縮小が依然として多い。
		職業安定所（職員）	・企業は、正社員からパートや派遣、業務請負へと雇用形態を変化させている。 ・企業の倒産やリストラは落ち着いているが、中高齢者を中心に求人は減少しており、引き続き年齢、職種、賃金のミスマッチは発生し、厳しい雇用環境は続く。
		職業安定所（職員）	・採用者が限定されたり、早期退職者の希望を募る傾向はまだ続く。
		職業安定所（職員）	・新規求人の対前年同月比のマイナス傾向が11か月連続で続いており、増加に転じる気配がない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人が上向き気配がない。

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
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求人は対前年同月比で落ち込んでおり、良くなる材料が見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・米国経済の先行きの不透明さに、求人も敏感に反映している。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・男子のフリーターが日毎に増えており、30代前半にまで高齢化している。時給1200～1300円の長期の仕事に飛びついてくる状況である。
		職業安定所（職員）	・地元の大手土木建築会社の倒産が深刻な影響を与えている。