

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 やや良くなる	商店街（代表者）	・売上が良い店舗がこのまま順調に伸びていけば、利益率も徐々に上がっていく。		
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・上向きに転じてから数か月が経ち、安定してきたため、景気回復は本物であると確信している。		
		百貨店（売場主任）	・客の購買意欲には以前と比べて勢いがある。		
		百貨店（企画担当）	・高級ブランド品と冬物衣料の売上が対前年比で順調に伸びており、この状況は継続する。		
		百貨店（外商担当）	・来客数は増加傾向にあり、年末商戦に向けて良くなっていく。		
		スーパー（総務担当）	・食品では比較的高額なこだわり品の動きが活発である。		
		コンビニ（エリア担当）	・客単価は厳しいが、来客数は増加している。厳しい状況に変わりはないが、回復傾向が見られる。		
		家電量販店（店員）	・地上デジタルのテレビが普及し、さらにプラズマテレビ、DVDプレーヤーやデジタルカメラの売上もこれから伸びていく。		
		家電量販店（店員）	・徐々に明るさが出てきている。		
		乗用車販売店（営業担当）	・商談が成立する確率が上がってきている。		
		観光型ホテル（スタッフ）	・年末の法人利用が相当伸びる。		
		都市型ホテル（支配人）	・愛知万博関連で名古屋は人の動きが活発化している。この先しばらくは、宿泊業にとって良い環境が続く。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊・宴会予約とも好調である。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会の予約が順調に入ってきている。		
		旅行代理店（経営者）	・円高や株高のため海外旅行は回復傾向だが、値打ち商品が多い。		
		タクシー運転手	・景気は底を打っている感があり、今後は上向く。		
		通信会社（企画担当）	・例年年末は上向く時期であるが、今年は新規にサービスを開始する地域もあり、さらに期待できる。		
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・このところ問い合わせが低調であったが、直近では増加傾向にある。		
		設計事務所（経営者）	・設計を実施している案件が少しずつ増加してきており、計画案件も増加してきている。		
		住宅販売会社（従業員）	・多少狭くても家賃の安いアパートに入居したいという単身、ファミリーも多いが、ゆったりとした居室空間の賃貸マンションにも需要がある。		
		住宅販売会社（従業員）	・住宅金融公庫の金利が下がっている間に住宅に投資しようという人が増加している。		
		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）	・リフォームには安定した受注がある。さらに住宅の新築、企業の設備投資などの受注も見込まれる。		
		変わらない		商店街（代表者）	・売上は増加しているが、日によってばらつきがある。上昇傾向は見られるものの、大きな変化ではない。
				百貨店（売場主任）	・売上は増加してきているが、前年比では若干下回っている。
				百貨店（企画担当）	・若干明るさが見え始めており、年末のギフト、クリアランスセールに期待が持てる。
				百貨店（企画担当）	・株価の上昇、安定基調に連動して、客の購買意欲が回復傾向にある。
百貨店（経理担当）	・前年を上回って推移してはいるが、予断は許さない状況である。				
スーパー（店長）	・米の価格が2割以上上昇していることから、客単価は増加するが、一時的なものである。				
スーパー（店長）	・余分に買わない、低価格の時に買う、という傾向は続いており、客単価に回復気配はない。				
スーパー（店員）	・必要最低限の商品しか購入しない傾向は根強いが、欲しい物を我慢することもなくなってきている。購買意欲は戻ってきている。				
コンビニ（エリア担当）	・競争激化など商圈環境は相変わらず良くない。しかし一時のように、客が安い物、必要な物以外は買わないという状況は脱している。				

	コンビニ（エリア担当）	・競争激化による売上の前年割れは今後も続いていく。
	家電量販店（経営者）	・景気の指数は上昇しているようであるが、現場をみる限りではそうした感じは受けない。
	乗用車販売店（経営者）	・例年年明けの売上は減少するが、来年は新型車の投入で売上増を期待できる。
	乗用車販売店（従業員）	・新商品が発売されたため来客数は増加している。しかし商談から受注までの時間が長くなり、販売条件も厳しくなっている。
	住関連専門店（店員）	・価格、品質、デザインで優れた物が売れている。限られたパイの奪い合いであるため、他店より魅力のある商品を提供できる店が勝っている。
	その他小売〔総合衣料〕（店員）	・必要な物しか購入しない傾向が継続しており、なかなか上向いていかない。
	スナック（経営者）	・忘年会の予約状況は非常に悪いが、不景気に慣れてもきている。
	旅行代理店（経営者）	・予約状況を見てもばらつきがあり、変化がない。
	旅行代理店（従業員）	・下期計では、団体旅行は徐々に戻ってきている。しかし、冬場のSARSが懸念される。
	通信会社（営業担当）	・携帯電話は新規需要が頭打ちとなっているため、買い替え需要にシフトしている。
	テーマパーク（職員）	・これから冬期営業に入るが、スキーやスノーボード等の目玉もなく好転は望めない。レジャー産業全体もマイナス基調にある。
	ゴルフ場（経営者）	・3か月先までの予約は前年割れになっている。近隣ゴルフ場の状況も同様に厳しい。
	理美容室（経営者）	・客の来店回数が減少している。
	美容室（経営者）	・客の来店回数は目立って減少している。
やや悪くなる	一般小売店〔酒〕（経営者）	・業界では規制緩和で競争がますます激しくなっている。客も歳暮などギフトを贈らなくなる風潮にあり、年末商戦は厳しい。
	百貨店（販売促進担当）	・リニューアルオープンの効果で来客数、売上は大幅な伸びを見せているが、この状態を維持することは難しい。
	スーパー（仕入担当）	・競合店の出店攻勢の影響もあるが、数字が思うように伸びていない。年末にかけても、客を取り合う状況は続く。
	コンビニ（エリア担当）	・スーパーの出店が予定されており、来客数は減少する。
	衣料品専門店（企画担当）	・オンシーズン商品の動きが緩慢である。今冬を引っ張る要素やトレンドが見当たらない。
	乗用車販売店（経営者）	・安売りの広告をよく目にするようになっており、互いに首を絞め合っている。
	乗用車販売店（従業員）	・客に通常の金額のボーナスが出ればよいが、客の話を聞く限りでは少なくなるという話が多い。
	乗用車販売店（従業員）	・先行き不安からまだまだ良くはならない。
	一般レストラン（経営者）	・行楽シーズンとなるが、年々行楽客の減少を感じているため期待できない。
	一般レストラン（スタッフ）	・今まではあまり変化がなかったが、だんだんと悪くなっている。
	旅行代理店（従業員）	・SARSが再流行するという報道もあり、海外旅行の動向を特に心配している。
	ゴルフ場（企画担当）	・例年来客数が減少する時期だが、現在は例年以上に厳しい状況にあり、売上の落ち込みは避けられない。
	住宅販売会社（業務担当）	・住宅業界は住宅ローン減税の駆け込み需要があるため多忙であるが、価格が厳しく利益が出ていない。
悪くなる	コンビニ（店長）	・客1人当たりの買上点数は5%ほども減少しており、財布のひもが固くなっている。
	一般レストラン（経営者）	・周辺の飲食街では年末までにあと数件は閉店する。老舗でも閉店するところがある。
企業動向関連	良くなる	
	やや良くなる	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・現在、価格の値上げを行っているが、その価格が市場に浸透してくる。
	化学工業（人事担当）	・為替相場の行方によっては足踏みもあるが、確実に緩やかな上昇カーブを描いていく。
	建設業（総務担当）	・現在調整中の物件が稼働してくる。
	輸送業（従業員）	・円高による輸出関連への影響も懸念され不透明ではあるが、9月以降の傾向が続き今後もやや良くなる気配がある。

	広告代理店（制作担当）	・少しずつではあるが、広告予算を増やす企業も出ている。	
	経営コンサルタント	・地価が下げ止まってきつつある。	
変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の先行指数である住宅着工件数は、3か月前と比べると増加しているが直近2か月と比較すると落ち込んでいる。	
	金属製品製造業（従業員）	・設備投資の引き合いが鈍く、現在の生産水準を維持できるかどうか分からない。	
	金属製品製造業（従業員）	・工場は稼働しているが受注価格が低下しているため、資金の回転は以前より悪化する。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・今までに実施してきたリストラなどの効果が徐々に表れてくると思うが、全体的に良くなる確信はまだ持てない。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・おう盛な設備投資も、ほとんどが海外で行なわれている。	
	輸送業（エリア担当）	・生産拠点は海外にシフトしており、爆発的なヒット商品が出てこない限り国内の物量が増加することはない。	
	金融業（企画担当）	・リスク管理として保険の重要性は高まっているものの、補償内容よりも保険料を重視する客が多い。補償内容を吟味する客が増えるまでにはもう少し時間がかかる。	
	広告代理店（従業員）	・どの顧客も販売量または受注量は前年並みに確保されているが、価格競争の底が見えない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告は微増であるが、広告の形態に変化が出ており、先行きを懸念している。	
	公認会計士	・一部の中小企業は積極的に企業活動を行っているが、中小企業の淘汰は完了しておらず、倒産や廃業は今後も出てくる。	
	その他非製造業〔デザイン〕（経営者）	・海外へ仕事が出ている。	
やや悪くなる	電気機械器具製造業（従業員）	・需給のひっ迫が解消されたためか、価格引き下げの要求が増加してきている。	
悪くなる	非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画）	・引き合いも減少しており、単価の下落が懸念される。	
雇用 関連	良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・愛知万博関連の求人が今後増えることが予想され、失業者は更に減少する。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・当地域の主要産業である自動車関係の需要が増加してきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数は今年7月から毎月微増している。企業の人事担当者からも、中途採用を積極的に行いたいという意見をよく聞く。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・まだ不安定感はあるが、このまま好況感が半年ほど持続すれば、求人にも一層活気が出てくる。
		職業安定所（所長）	・在職中の転職希望者による求職が増加している。景気の好転に向けた兆しと見受けられる。
		職業安定所（職員）	・サービス業や製造業などを中心に雇用に動きが見られる。雇用環境はわずかながら改善方向へ向かっている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の採用意欲は非常に強く、求人は増加している。しかしエンジニアをはじめ企業ニーズに合った求職者数は伸びておらず、人材の確保は企業にとって最大の課題となっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・自動車産業による積極的な採用は関連部品の製造業や商社にまで波及している。通信業界でもブロードバンドなど将来性のある分野の戦力強化を図っている。電気関係ではSE職を増やしている。金融、証券関連はパート、派遣社員を増員するとともに、総合職の採用も強化している。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・単発での派遣依頼が増加する時期であるが、昨年ほどの伸びはない。	
	人材派遣会社（社員）	・年末に向けて派遣需要はあるが、派遣スタッフ不足でなかなか売上が伸びない。	
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・求人数の増加は今後も続くが、求める人材に見合った求職者は少なく、しばらくは人手不足が続く。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末は求人件数が減少する傾向にあるが、前年と比較すると良くなっている。	
	職業安定所（職員）	・求職者数が若干減少し、求人数は増加傾向である。しかし不良債権処理のために退職者を募る企業はまだ増加傾向にあり、予断を許さない。	
	職業安定所（職員）	・大企業から下請企業への仕事量は増加しているが、受注単価が厳しい。そのため、人員を増やさずに逆に経費圧縮に向かう企業もある。	

	職業安定所（管理部門担当）	・有効求人倍率は上昇しているが、採用割合は上がっていない。ミスマッチが多く、依然として雇用環境は厳しい状況である。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・建設業や小売業では倒産、廃業が増加傾向にあり、最近減少していた非自発離職者も増加してくる。
悪くなる	-	-