

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	一般小売店〔土産〕 （経営者）	・昨年夏以降乗客数の増加が継続している。
		都市型ホテル（スタッフ） 旅行代理店（経営者）	・来年の愛知万博開催に向けて人の動きが目に見えてきた。予約も前年に比べて早くから確定している。 ・一過性ではあるが愛知万博、中部国際空港関連の特需が見込める。自動車産業も好調である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・昨年と比較して今年は客の動きが良く、購買意欲が感じられる。
		商店街（代表者）	・オリンピックの開催に向けて、デジタルテレビ関連の売上増がある。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・来客数が目に見えて増えている。
		百貨店（企画担当）	・客は相変わらず堅実であるが、価格に見合った品質ならば多少高額でも買うようになってきている。かつての買い控え傾向は薄れつつあり、今後の消費の動きはより活発化する。
		百貨店（企画担当）	・周辺に商業施設の新規開業が続き、集客力アップが見込まれる。また、ヤング、キャリア向け商品は引き続き堅調な動きが予想され、右肩上がりに推移する。ただし、天候の変化に売上が左右されているため力強さはない。
		百貨店（外商担当）	・客と話していても暗いムードはなく、以前より表情が明るい。
		スーパー（総務担当）	・客の買上点数は2.4%上昇している。
		スーパー（経営企画担当）	・各店舗の売上の増加が底固くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	・競合激化によって売上の前年割れ状況は続いている。しかし今月の売上状況から判断すると次月以降は100%超えが予想できる。
		コンビニ（商品開発担当）	・販売量が徐々に増加している。
		コンビニ（売場担当）	・売上が前年をクリアする店が増加している。
		衣料品専門店（企画担当）	・購買単価が上昇しており、消費者の購買意欲は高まっている。ゴールドウィーク用の旅行着など、目的買い商品の動きに期待が持てる。
		乗用車販売店（従業員）	・単価は低いが動きが見られるため、若干良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期が終了したが、来客数は減少していない。新車の相談件数も減少していない。
		乗用車販売店（総務担当）	・客の様子に多少の余裕が感じとれる。
		住関連専門店（営業担当）	・一般住宅に関しては住宅ローン減税の効果も少ないが、民間設備投資が増加している。
		一般レストラン（スタッフ）	・客単価に変化はないが、来客数は少しずつ増加している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・法人のホテル利用予約数が上昇しており、予約単価も上昇傾向にある。
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊客が増えている。愛知万博開催を控えて今後人の動きも本格化してくる。
		旅行代理店（経営者）	・浜名湖花博が開催されるため、宿泊、会食の利用が増加する。
		旅行代理店（従業員）	・上期は団体客の引き合いが例年より多い。特に欧州などの長距離の引き合いは前年同月がゼロだったのに対し今年は5件ある。
		旅行代理店（従業員）	・春の行楽シーズンに突入り取扱量が増加しているが、社員旅行が復活していることが大きい。
		通信会社（開発担当）	・開発工程が長期に及ぶ案件を受注しており、プロジェクト要員の増加も図っている。
		ゴルフ場（経営者）	・3か月先までの予約数が前年比で増加している。クラブなど道具を購入する客も増えている。
		ゴルフ場（企画担当）	・客足は回復してきている。来場者が増加する季節を迎え、予算的には厳しいが徐々に上向いてくる。
		パチンコ店（経営者）	・サービス業は景気マインドに左右されやすいが、景気マインドは全体的に良くなってきている。

	住宅販売会社（従業員）	・今までホテルを使用していた人が家具付き賃貸マンションを使用することが多くなっているため、多様な需要が掘り起こされる可能性がある。 ・分譲マンションの建設完成ラッシュが続く、値崩れが起きている。その一方で、様子見の人は賃貸マンションに引き続き居住している。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン減税の縮小に伴う駆け込み受注が見込まれる。
変わらない	百貨店（売場主任）	・売上は前年割れが続いている。リニューアルを続けているが効果はあまり上がっていない。
	百貨店（売場主任）	・必要最低限の物しか購入しないという意識が依然として客の中にあり、景気は変わらない。
	百貨店（売場主任）	・3万円以下の価格の商品を探している若い客は量販店へ流れている。
	百貨店（企画担当）	・定価商品に目立った物がなくパーゲン時期でもないため、横ばいで推移していく。
	百貨店（経理担当）	・外商売上が伸びず今後も苦しい。
	百貨店（販売促進担当）	・来客数は増加しているが、購買につながる件数は依然として低い。
	スーパー（経営者）	・タケノコをはじめ春野菜の販売は順調であるが、全体では大幅に良くなることはない。
	スーパー（店員）	・購買件数が増加し始めており、今後もこの傾向は続く。安い商品だけでなく通常価格商品の購入にも結びつく可能性がある。
	コンビニ（エリア担当）	・天候次第であるが、競合他社の集中出店の影響もあり状況が上向くことは考えにくい。
	住関連専門店（店員）	・生活用品の購買が後回しになっているのか、今春は例年に比べ出足が遅い。
	高級レストラン（スタッフ）	・個人客は徐々に回復しつつあるが、法人客は低調である。経験上、好景気が飲食業界に波及するには時間がかかる。
	スナック（経営者）	・飲食業は個人の消費が良くならない限り厳しいが、店舗の入れ替わりも早くどの店も生き残りに必死である。
	スナック（経営者）	・3月の売上は送別会等の団体で多少増加しているが、例年並みの状況であり、上向きとまでは感じられない。
	都市型ホテル（経営者）	・現在は周辺の設備投資関連で宿泊稼働率は高いが、事業が終了すると元に戻る。
	都市型ホテル（従業員）	・予約数は例年並みである。
	都市型ホテル（スタッフ）	・浜名湖花博の好影響は宿泊にとどまっており、集会、宴会の状況はあまり良くない。
	タクシー運転手	・安定的に推移している。
	通信会社（企画担当）	・消費税の総額表示の影響がどう出るか判断が難しい。
	通信会社（営業担当）	・携帯電話業界は飽和に近づいており、厳しいサービス競争は今後も続く。
	通信会社（営業担当）	・まだまだ品質より価格に注目されており、値引き合戦は続いている。消費税の総額表示の影響も懸念される。
パチンコ店（店長）	・店舗の大型化が一巡したため、来客数の激しい変動は出てこない。	
理美容室（経営者）	・切り詰められるところは切り詰めている現状は変わらない。	
設計事務所（職員）	・仕事量は減っているが何とかやっている状況である。大手は景気が良いが中小企業は1～2年は我慢しなくてはならない。	
住宅販売会社（経営者）	・所得増加がなく、一般消費者は買い控えている。	
やや悪くなる	スーパー（店長）	・消費税の総額表示の導入による値上がり感があり、購買意欲が低下する。また、BSEや鳥インフルエンザなど食品の安全性に対する不信感がある。
	スーパー（店員）	・消費税の総額表示に切り替えてから商品の動きが悪い。客が表示を見て高く感じるため、買い控えが起きている。
	スーパー（仕入担当）	・消費税の総額表示で当店は円未満切捨ての方針であり、月単位では大きな減収になる。価格の末尾に端数が出る商品もあり、消費者の購買意欲に影響する。
	コンビニ（エリア担当）	・周辺にスーパーが新規開業し、今後は競合店となっていく。
	コンビニ（店長）	・消費税の総額表示が消費に良い影響を与えない。
	乗用車販売店（従業員）	・3月までの駆け込み受注の反動と、法人需要が盛り上がり欠けることもあり、今後の販売計画は厳しい。

		<p>その他専門店〔雑貨〕（店員）</p> <p>その他飲食〔仕出し〕（経営者）</p> <p>美容室（経営者）</p> <p>設計事務所（経営者）</p>	<p>・2月のバレンタイン商戦も前年比を割ったが、昨年10月からこの流れは続いている。</p> <p>・消費税の総額表示による割高感で若干の落ち込みがある。</p> <p>・周囲の年配者は安い店へ流れている。客からも景気が良い話は聞かれない。</p> <p>・今後の計画がなく、仕事が増加する見込みがない。</p>
	悪くなる	<p>一般小売店〔書店〕（経営者）</p>	<p>・消費税の総額表示以降も現在の売価をそのまま内税にするため、売上は5%減少する。</p>
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	<p>化学工業（人事担当）</p> <p>輸送用機械器具製造業（経理担当）</p> <p>輸送用機械器具製造業（工務担当）</p> <p>輸送業（エリア担当）</p> <p>企業広告制作業（経営者）</p> <p>新聞販売店〔広告〕（店主）</p> <p>その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）</p>	<p>・各企業でリストラ等の基盤整備が一巡しているため、景気が良くなる態勢が整ってきている。</p> <p>・新製品の売行きについて楽観視できる雰囲気がある。</p> <p>・予想生産負荷は現在より高めに推移する。市場も前年比で高水準を維持する。</p> <p>・プラント機械関係の荷動きが活発になってきている。</p> <p>・受注が増えている。</p> <p>・今年に入って流通業のチラシが伸びている。</p> <p>・自動車関係の好景気に支えられ、基幹以外のシステム開発に目が向いている。</p>
	変わらない	<p>食品品製造業（企画担当）</p> <p>パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）</p> <p>窯業・土石製品製造業（経営者）</p> <p>金属製品製造業（従業員）</p> <p>一般機械器具製造業（販売担当）</p> <p>一般機械器具製造業（経理担当）</p> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <p>電気機械器具製造業（従業員）</p> <p>電気機械器具製造業（従業員）</p> <p>建設業（経営者）</p> <p>建設業（経営者）</p> <p>輸送業（エリア担当）</p> <p>輸送業（エリア担当）</p> <p>金融業（従業員）</p> <p>金融業（企画担当）</p> <p>広告代理店（制作担当）</p> <p>その他非製造業〔デザイン〕（経営者）</p>	<p>・食品業界では、BSE、鳥インフルエンザや豚コレラなど安全性の問題や、原材料の高騰を販売価格に転嫁できない状況がある。</p> <p>・受注量が増加している部門もあるが全体的には変化がない。</p> <p>・窯業界の先行指数となる新規住宅着工件数は減少しているが、全体の景気が浮上しつつあるため上向きに転じる見込みがある。</p> <p>・生産量の増加が見込めるが、原材料価格の高騰で収益に影響が出てくる。</p> <p>・具体的な設備投資計画件数は増加しているが、米国市場では円高のため価格競争力が低く、受注に結び付く可能性はさほど高くない。</p> <p>・来半期の受注量は既に確保できている。</p> <p>・国内販売は年度末需要の終了に伴いやや落ち込むが、海外販売は北米、欧州で回復が見込まれる。しかし1ドル105円を長期間割り込む状況になれば業績に影響を及ぼす。</p> <p>・リピートオーダーが入ってきているが、年度末の影響が継続的なものかももう少し見守る必要がある。</p> <p>・新規引き合いの話があまりなく、横ばいが続く。</p> <p>・好転の兆しはないが受注機会は堅調である。</p> <p>・住宅着工戸数は増加しているが、安価なマンション建設がほとんどである。</p> <p>・景気が良い客と良くない客の傾向が二極化しており、全体的な会社の業績が最終的に良くなるか予想できない。</p> <p>・新年度を迎えるが活発な荷動きはまだ見られない。例年は見られる決算月の駆け込み需要も今年はない。</p> <p>・例年に比べさほど差を感じない。周りも同じ様な状況であり、ほぼ横ばいである。</p> <p>・大企業には資金需要が出てきているが、中堅、中小企業の資金需要は乏しく、底堅い景気の回復までには時間がかかる。</p> <p>・企業側に提案している印刷物などは半分は形になりそうだが、コスト面が厳しい。</p> <p>・受注先企業の体力から判断して、このまま上向き傾向となることはない。</p>
	やや悪くなる	<p>金属製品製造業（従業員）</p> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p>	<p>・プロジェクトの狭間の時期となり、仕事量が減る懸念がある。</p> <p>・鉄鋼メーカーの4月からの値上げ決定が影響している。社内のコストダウンで対応できる範囲を超えているが、客先にも転嫁できない環境が続いている。販売価格の調整が必要であるが、浸透するまで時間がかかる。</p> <p>・急激な円高の影響も出てくる。</p>

	悪くなる	非鉄金属製品製造業 〔 鋳物 〕 (経営企画担当)	・ 原材料の高騰にもかかわらず製品価格は低いままの状況は継続する。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社 (社員)	・ 取引先の業務量が増加し残業も発生しているため、人材派遣の追加オーダーが増加している。
		職業安定所 (所長)	・ 製品開発や設計等、高度な技術を持った人に対する求人が増加している。
		民間職業紹介機関 (職員)	・ 求人数、登録者数が増加している。
やや良くなる		人材派遣会社 (社員)	・ 突発的なイベントではあるが、万博関連などで雇用の盛り上がり徐徐に現れつつある。
		人材派遣会社 (営業担当)	・ 求職者数は減少しているが求人数は増加しており、うまくマッチングすれば売上は上昇してくる。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・ アルバイトやパートだけでなく正社員の求人も増加しており、底固さがある。企業の好調な業績を反映している。
		求人情報誌製作会社 (企画担当)	・ 年度末の採用控えが危惧されたがそのような動きもなく、採用は順調に力強さを増している。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・ 久しぶりにトラック乗務員の募集が出ている。
		学校 [専門学校] (就職担当)	・ 中途採用の募集をしても人材確保が難しいほど、雇用は上向きである。
変わらない		人材派遣会社 (社員)	・ 例年年度替わりの時期は派遣ニーズが落ち込むが、来月以降の受注残がかなりある。
		アウトソーシング企業 (エリア担当)	・ 製造業の派遣解禁によりマーケットは拡大しているが、労働者の絶対数が不足している。供給が需要に追いつかない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・ 求人件数はここ数か月ほとんど変化がない。地元大手企業が大量の中途採用を予定しているが、それ以外では特に大きな変化はみられない。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・ 中堅製造業を中心に新卒採用を含め採用活動は活発しているが、派遣社員募集が多いため求人広告件数は横ばいである。
		職業安定所 (職員)	・ 求人数が増加し求職者数は減少しているが、中小企業では人員整理や倒産、大手企業ではリストラや企業規模の縮小が続いている。
		職業安定所 (職員)	・ 求人は増加しているが、臨時、パート、請負、派遣のような非正規社員の割合が高い。応募しても年齢や経験などハードルが高く、就職に結び付きにくい求職者も増加している。
		職業安定所 (管理部門担当)	・ 新規求人に占める派遣、請負求人の割合は3割と大幅に高くなっている。また、年齢制限などミスマッチも多く、就職率は8.65%と低い。
やや悪くなる	民間職業紹介機関 (経営者)	・ 東海地区の大手メーカーと全国の自動車メーカー、デジタル家電メーカーなどの人材獲得競争が激化している。今後電気電子、機械系エンジニアの採用に影響が出てくる。	
	悪くなる	-	-