

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）	・ここ1年近く乗客数は増加している。低単価商品が引き続き好調で売上増につながっている。安定した回復基調である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客に少し購買意欲がみられる。
		商店街（代表者）	・アテネオリンピックの開催でDVDレコーダー等の売上増が見込まれる。デジタル放送も視聴者に浸透しつつあり、大型薄型テレビも期待できる。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・安価品だけでなく高品質な商品も多く売れるようになってきている。
		一般小売店〔わさび漬〕（経営者）	・イラク情勢などで大きな問題が発生しなければ、景気はいよいよ立ち直る兆しがある。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数、買上点数ともに前年比で伸びている。
		百貨店（外商担当）	・外商客からの電話注文が増えている。これから季節が変わるにつれて衣料品などの買上も増えていく。
		スーパー（経営者）	・昨年から多少ではあるが売上が増えている。
		スーパー（店員）	・セールの売上が前年を超え始めており、月毎の累計でも回復の兆しが見えてきている。
		スーパー（経営企画担当）	・前年比で売上が増加している店舗が増えている。
		コンビニ（経営者）	・当チェーンではコンビニでは珍しいポイントカードを導入しているため、競合他店と比べて良い状況である。
		コンビニ（エリア担当）	・競合が厳しく特に割安感のある商品の動きが良いが、全体的な売上や来客数も前年比で伸びている。
		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当分継続すると見込まれるが、天候が順調に推移すれば今後は徐々に改善していく。
		コンビニ（店長）	・店舗改装効果でリピート客の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・連休明けから各社で新型車の投入が始まり、ボーナス商戦もスタートする。
		乗用車販売店（従業員）	・4月末には主力車種のマイナーチェンジがあったが、6月には新型車の発表が控えており活気が出てくる。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅ローン減税の延長の影響で住宅が動き始めている。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・限定注文が以前より多くなっている。引き合いだけで終わらず、注文まで進むことが多くなっている。
		一般レストラン（スタッフ）	・来客数、販売量が増加している。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・愛知万博の開催や中部国際空港の開港に向けて、本格的な活性化が見込まれる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・役員会、総会など法人利用が大変伸びている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼や宴会利用は昨年に比べて厳しいが、法人利用や婚礼以外の個人利用の予約が顕著で、落ち込みを補って余りある。
		旅行代理店（経営者）	・2～3か月先の予約状況は前年比で30%前後良くなっている。浜名湖花博も上積み要因となり、参議院選挙まではこのまま好調に推移する。
		旅行代理店（従業員）	・テロの懸念はあるものの、販売量、収入は更に増える。
		旅行代理店（従業員）	・春の旅行シーズンは例年に比べて良く、夏も順調に販売量は増えていく。
		通信会社（開発担当）	・長期に及ぶ案件の受注を引き続き受けている。
	その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・一月当たりの入校者数が前年同月を1.8倍上回っている。	
住宅販売会社（従業員）	・供給が増えて品質競争が激しいが、低金利の影響などもあり分譲、賃貸マンション、アパートとも需要は堅調である。また、建物リフォームも以前より増加傾向にある。		
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）	・見積り依頼などの問い合わせが多数あるため、今後に期待が持てる。		
変わらない	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・地域の大型企業の業績は良くなっているが、地域全体にはまだ波及していない。年金、リストラなどの問題もあり、客の購買意欲の向上には結び付いていない。	

百貨店（売場主任）	・昨今は天候が落ち着かず、また春や秋の季節感が年々薄れてきているため衣料を買い控える客が多い。購買意欲はあまりない。
百貨店（売場主任）	・ゴールデンウィーク前に夏向けの靴の生産はほぼ終了している。夏用の靴の在庫は既にないため、売上はあまり変化しない。
百貨店（企画担当）	・主力のファッション商材にブームと呼べるようなトレンドがなく、必要な購入以上に消費させることが難しい。
百貨店（企画担当）	・4月に気温が高かったため夏物需要を先取りしており、様々に工夫しても7月前後の売上は前年確保がやっとである。
百貨店（企画担当）	・客は値段の下がるクリアランスセール待ちの状態、あまり期待はできない。 ・ここ数年中元や歳暮ギフトの落ち込みが著しい。
百貨店（経理担当）	・店頭売上は持ち直しているが、外商売上は今一歩である。
スーパー（経営者）	・消費者は金を持っているが、雇用の不安や年金など定年後にも不安を抱えており、また女性のパート先も減少しているため、消費を増やせない。
スーパー（店長）	・周辺に大型複合店が出店する影響で、徐々に先細りになる。
スーパー（店長）	・3月には一時回復の傾向がみられたが、4月からの消費税総額表示の影響からか、悪い状況となっている。消費者が総額表示に慣れるまではこのような状況が続く。
スーパー（店長）	・消費税総額表示により、価格が上がった印象を客に与えている。
スーパー（店員）	・生鮮関係は天候に左右され、現在は市場相場が上がっている。今後相場が下がれば客の購買意欲の向上につながるが、現在のところは不安定である。
スーパー（総務担当）	・家庭用電化製品の売上が極めて悪く、食品に売上を依存している。
コンビニ（経営者）	・利幅の少ない割安品を必要な分量のみ購入する購買動向が完全に定着しており衝動買いはまったくないが、これ以上切り詰めることもできない状態にある。 ・以前は客からリストラや減給の話が聞かれたが、現在は聞かれない。
コンビニ（エリア担当）	・売上に良い傾向はみられるが、競合状況が厳しくなる一方である。
コンビニ（店長）	・来客数の落ち込みが依然として続いており、上昇に転じるには時間がかかる。
衣料品専門店（企画担当）	・現在は消費者の購買意欲がやっと底を打った段階にあり、ここ数か月は前年水準前後の一進一退が続く。
家電量販店（経営者）	・消費者の財布のひもはまだ固く、個人消費レベルでの回復感が出ていない。
家電量販店（店員）	・薄日が差してきている程度で、急激に変化することはない。
乗用車販売店（経営者）	・大手自動車メーカーの動向にも左右されるため、今後の動向は未知数である。
乗用車販売店（従業員）	・5月以降に特別仕様車が投入されメーカーからの応援が期待できるため、販売量は前年を維持できる見込みであるが、先行き不透明感も強い。
乗用車販売店（従業員）	・今後も良い状態で推移していくと見込まれるが、消費者は年金その他の問題を抱えているため、不透明感も強い。
自動車備品販売店（経営者）	・客は高額商品の購入にはかなり消極的である。カー用品では圧倒的なヒット商品が出ない限り売上は向上しないが、現在がその状態であるため、このまま横ばいが続く。
その他小売〔総合衣料〕（店員）	・客は必要な物のみ購入している現状から転じており、多少は上昇傾向にあるが、良くなるまでは判断できない。
高級レストラン（スタッフ）	・競合飲食店の新規出店が相変わらず活発であり、顧客争奪はとめどもなく続いている。来客数の回復実感はほとんどなく、忙しい割に業績は上がっていない。
スナック（経営者）	・週末は混むが、週始めの客の入りが悪くない。ゴールデンウィーク明けはかなり暇になる。
都市型ホテル（支配人）	・宴会受注の前年比に変化はみられない。宿泊客は価格に非常に敏感であるため、景気が良くなる実感はない。
都市型ホテル（従業員）	・予約状況に特に変化はみられない。
旅行代理店（経営者）	・良くなる材料は特に見当たらない。

		旅行代理店（従業員）	・北京でSARSが再発生しているが、このまま収束に向かうならば横ばいで推移する。
		タクシー運転手	・地方部の景気回復にはまだまだ時間がかかる。
		タクシー運転手	・タクシー業界では景気回復の実感はない。
		タクシー運転手	・現時点ではタクシー利用者数は増えていない。
		タクシー運転手	・平日13時～17時の客が少ない。金曜日以外の夜も客は少なく、繁華街は空車であふれている。
		通信会社（企画担当）	・都市部で良くなっている兆しはみられるが、地方部の中小企業まで波及するにはまだ時間がかかる。
		通信会社（営業担当）	・夏商戦に向けて新商品が投入されるが、売上の純増に結び付くかどうかなお不透明である。
		通信会社（営業担当）	・景気回復を期待しているが、まだ質より値段の状況である。先行きが不透明であるため、客は必要最小限しか金を使わない。
		ゴルフ場（経営者）	・予約の引き合いや相談が増えており、コンペも増え始めているが、予約の実数としてはまだまだ弱い。
		美容室（経営者）	・消費者はレジャーに関しては財布のひもが緩んできているように見えるが、それ以外は必要以外は極力切り詰めている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・業界では大型店の進出が極端に進んでおり、小規模店はますます悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・依然として低迷が続いており、明るい兆しは少しもみられない。
		家電量販店（店員）	・アテネオリンピックやデジタル放送関連の商品では2けた成長が見込まれるが、それ以外の商品が伸びない。
		住関連専門店（店員）	・来客数、購買量ともに減っている。財布のひもは固い。
		その他小売〔貴金属〕（経営者）	・ゴールデンウィークの間の出費が今年は特に多いため、その後は買控えが起きる。
		都市型ホテル（経営者）	・客単価が低い状態で推移している。来客数も増加、減少を繰り返しており、一進一退である。
		美容室（経営者）	・子供などを家庭で散髪する客が増加している。
		理美容室（経営者）	・例年ならば繁忙期に入っているが、今年は客が少ない。
		設計事務所（経営者）	・現時点では2～3か月後につながる新規の計画が出てきていない。
		住宅販売会社（従業員）	・将来的に金利が上昇する不安があるため、客の決断は鈍い。
	悪くなる	美容室（経営者）	・美容室はどんどん増え続けており、競争はますます厳しくなる。
企業 動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量は確保できているが鋼材関係の原材料価格高があり、価格にどれだけ転嫁できるかが課題である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・国内販売は横ばいかやや上向きであり、海外販売も北米の景気回復によりやや上向きが見込まれる。 ・為替レートが100円台後半で安定推移すれば業績面でもより良い傾向となる。しかし、米国の長期金利が上昇するなど、景気回復感に水を差す状況になれば影響が出てくる。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・新製品の売行きは楽観視できる雰囲気であり、設備投資も上向きである。
		輸送用機械器具製造業（工務担当）	・国内販売、海外販売とも好調で、更に高水準の生産計画が立てられている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・単価を抑えられているため収支面では厳しいが、受注量は増えている。
		変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）
		金属製品製造業（従業員）	・生産量の増加が見込まれるが、原材料価格の高騰によって収益には影響が出てくる。
		電気機械器具製造業（従業員）	・高額機種の引き合いが少ない。
		電気機械器具製造業（従業員）	・原材料価格が上昇しているが販売価格への転嫁は認められず、逆に値下げを要求されている状況であり、利益を圧迫している。
		建設業（経営者）	・受注機会は増加傾向にあるが、単価に相当の開きが出ており、受注には慎重にならざるを得ない。また、施主側では単価だけでなく質の良い優良業者を選別する傾向も増している。

	輸送業（従業員）	・運輸業界ではやや改善してきているが、燃料である軽油の値上がりや環境規制による新車への代替、スピードリミッターの取り付けなどコスト増となる要因が多く、依然として厳しい。	
	輸送業（エリア担当）	・荷動きは良くなってきているが、燃料高でコストがかさんでいる	
	輸送業（エリア担当）	・好転する材料が見当たらないというのが業界内での共通認識である。	
	金融業（企画担当）	・取引先では、同業の中でも勝ち組、負け組が鮮明になってきている。 ・また、大手では業績回復がみられ資金需要も出てきているが、下請企業群は引き続きコスト削減を求められており、先行きはまだまだ不透明である。	
	広告代理店（制作担当）	・新規広告が増えると従来の定期広告が減るなどしており、企業の広告予算はほとんど増えていない状況である。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・チラシ広告の件数は力強く伸びているが、夕刊やスポーツ紙の売上が減少している。	
	公認会計士	・大企業のリストラは一巡しているようであるが中小企業ではまだ途上にあり、中小企業の淘汰も一巡していない。 ・都市銀行の姿勢も従来と変わっていない。	
	会計事務所（職員）	・企業では人員整理、合理化や機械化などのコスト削減の結果が出ており、中小企業特に零細企業を除いては回復傾向にある。	
やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・原材料高に対応できない企業には厳しい状況となっている。	
	金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトが一段落し、原材料高の影響が強くなってくる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・鉄鋼メーカーが鋼材の値上げを実施しているが、客先への価格転嫁は難しく、かなり厳しい状況で受注をしている。当面は生産調整、納入調整を続けざるを得ない。	
	輸送用機械器具製造業（統括）	・主要取引先の業績は依然として回復しておらず、しばらくは低迷が続く。	
悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の先行指数である新規住宅着工件数が、直近3か月ではマイナス18.89%となっている。	
	非鉄金属製品製造業〔铸件〕（経営企画担当）	・競争は更に激化しており、原材料も高止まりする傾向にある。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量は減少傾向にある。	
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・人材派遣のオーダーは全業種で増加傾向にある。特に金融、サービス関係の増加が著しい。
	学校〔大学〕（就職担当）	・従来は2～3の業界が活況であったが、今後は鉄鋼、金属、機械、建設、金融、流通、造船、自動車など幅広い業種で採用計画が高くなる。	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・慢性的にスタッフが不足しており、今後もその傾向が続く。
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・愛知万博関連の求人が始まりつつある。アルバイトよりは期間も長く給与も高いため、求人市場が活性化しつつある。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・正社員の募集は横ばいであるが、大手自動車メーカーでは期間工の募集を大幅に増やしていることもあり、全体の求人数はパートやアルバイトも含め少しずつ増加していく。	
	職業安定所（所長）	・実務経験者や人材派遣に対する企業の採用意欲は高くなっている。	
	職業安定所（職員）	・企業による5名以上の人員整理の状況は、前年同期の累計で、件数では39.2%減、人員数では63.1%の大幅減となっており、企業の人員整理は落ち着いている。 ・求人状況は、建設業は公共工事の縮小により中小企業を中心に厳しい状況下にあるが、製造業では好調なアジア向け輸出を背景に輸送機械が順調である。当地開催の浜名湖花博の影響によりサービス業の求人も雇用をけん引している。	
	民間職業紹介機関（職員）	・各企業とも求人数を増やしている。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・新卒向け会社説明会への参加申込者数が、前年同期と比較して若干少ない。文系男子の採用が他業種で好調である表れと推測しており、理系学生の好調な動きに追随している。	
変わらない	人材派遣会社（社員）	・例年6～8月は高需要期であるが、今年は前倒しの傾向が強く、数か月後は例年の動きとは多少異なった動きが予想される。	

	アウトソーシング企業 (エリア担当)	・企業は雇用をさらに増加しようとしているが、採用できるだけの労働者がおらず、募集広告費が経営を圧迫している企業もある。
	求人情報誌製作会社 (編集者)	・求人数の動向は例年通りである。自動車関連企業へのアウトソーシングや派遣のニーズは急成長しているが、全体としては、特に正社員採用の動きには変化はみられない。
	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・企業の求人募集は、軽雇用の伸び率が正社員のそれを上回っている状況であり、まだまだ不安定である。
	職業安定所 (職員)	・失業率は改善しているものの、雇用形態は請負や派遣が中心で、不安がある。
	職業安定所 (職員)	・求人数は増加し求職者数は減少しているが、ミスマッチが増加しており採用に結び付いていない。
	民間職業紹介機関 (経営者)	・大手自動車メーカーやデジタル家電メーカーなどが積極的に採用している影響で、技術者の獲得競争がますます激しくなってくる。
やや悪くなる	職業安定所 (職員)	・当管内の専門的、技術的な職業に対する有効求人倍率は2.84倍である一方で、事務職は0.42倍である。年齢、経験や資格などによる求人、求職のミスマッチが、解決の糸口を見つけれないまま続いている。就職者数が実際に増加するまでにはまだまだ時間がかかる。
悪くなる	-	-