

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	旅行代理店（経営者）	・今のところ悪い材料はない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・徐々に良くなっている実感がある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・旅館などの予約状況をみると、秋の観光客はプラスの見込みである。
		百貨店（企画担当）	・企業業績に明かりが見え始めているため、歳暮やボーナス商戦に期待がもてる。
		百貨店（外商担当）	・8月はマイナスだったが、オリンピックの影響が大きい。今後は平常に戻り、消費意欲も上がってくる。
		スーパー（総務担当）	・夏物の売上状況をみていると、秋冬商品が動くのも早い。
		コンビニ（店長）	・天候の長期予報では残暑も厳しいと予想されるため、引き続き飲料が売上を引っ張る。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車が投入されるため、客の購買意欲が高まっている。他社も新型車を予定しており、相乗効果が期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・足元の状況が良い。また、今後新型車が発表されるため期待が持てる。
		乗用車販売店（従業員）	・前回の消費税増税時に駆け込み購入された車の下取りが増えている。今後は新型車の発売も予定されており、受注増が期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・金利がかかる割賦は敬遠されがちで、現金一括で購入するケースが増えており、慎重な姿勢もみられる。しかし予算をオーバーして購入する客も多く、良い物にはお金を出す傾向もある。
		乗用車販売店（従業員）	・年末にかけて多くのメーカーが新型車の発売を計画しており、市場が活性化される。
		住関連専門店（営業担当）	・自動車リサイクル法が来年から施行されるため、古い車に乗っている客が買換えに向かう。
		住関連専門店（営業担当）	・一般建設物件やマンション、住宅は横ばいである。しかし民間企業の設備投資が増加しており、その方面の需要はおう盛である。
		スナック（経営者）	・客の様子では、好調な会社と不調な会社ははっきりしている。景気の悪い客の話や話を聞くと先行き不安になるが、景気の良い会社では接待も明らかに増えており、全体ではやや上向いている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・セルフサービスの割安商品とサービス密度の濃い高額商品に二極分化しつつあるが、宿泊など利用客は増えている。
		都市型ホテル（支配人）	・年末の忘年会受注は前年より若干早い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊予約は早目に入ってくる。宴会場も、婚礼、その他の宴席で予約は前年を上回っている。
		旅行代理店（経営者）	・予約内容は愛知万博関連が多く、レストランの個室なども需要が高まる。
		旅行代理店（従業員）	・ゴルフのグループツアーが増えている。
旅行代理店（従業員）	・キャンペーンやイベントを行うとそれなりの成果が得られる。消費者には、余暇や趣味に金を費やす余裕が少なからず出てきている。		
住宅販売会社（従業員）	・今後も引き続き、住宅ローン減税の縮小に伴う駆け込み受注が増える。		
住宅販売会社（従業員）	・土地所有者の高齢化に伴い、アパートやマンションを建設し家賃収入を期待する人の増加が見込まれる。		
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・暑さのせいで、商店街全体で来客数は減っている。客の購買意欲にも強さがないため、このままの状況が続く。
		商店街（代表者）	・この夏は猛暑とオリンピックにより販売が延びているが、2～3か月先には特に材料がない。
		商店街（代表者）	・ここ数年間はまったく状況が変わっていない。
		商店街（代表者）	・今月も相変わらず悪い状況が続いている。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・中小企業が良くならない限り大きな変化はない。
		百貨店（企画担当）	・今年は残暑が長引くため、秋冬物の売行きに影響する。猛暑の翌冬は暖冬になるため、重衣料の売行きにも不安がある。客の様子や秋冬のトレンドからみても、売上は回復しない。
		百貨店（経理担当）	・紳士服を中心に景気回復はまだ遠い。

スーパー（経営者）	・消費者は金を持っているようだが、年金問題が不安となって本当に厳しい生活となっており、金の使い渋りが続く。
スーパー（経営者）	・客の様子をみていると、景気が良くなるとは考えられない。
スーパー（店長）	・他業界ではインフレ傾向も出ているが、小売業ではまだまだデフレが続いている。しばらくはこの状況が続く。
スーパー（店長）	・客単価の回復がみられない。消費税総額表示以降、割高感が出ないよう以前の本体価格を総額価格としているが、これが粗利益を圧迫し経営を苦しめている。
スーパー（仕入担当）	・今後しばらくは売上の伸びはあまり期待できない。消費者は購買よりも節約の意識が強い。また競合店が価格を一層下げることが予想される。
コンビニ（エリア担当）	・来客数は伸びているが、集中的に競合出店があり、影響が出てくる。
コンビニ（エリア担当）	・現状と比較して、客の購買意欲が急に良くなることはない。
コンビニ（エリア担当）	・客の購買意欲の上昇は感じられるが、ますます厳しくなる競合状況を考えると、全体では変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・7月には上向き期待が持てたが、8月はまた元に戻っている。天候などの外的要因に変化がなければ変わらない。
コンビニ（店長）	・2か月連続で売上高は前年をクリアしているが、客の様子をみると、まだまだ先行き不透明である。
衣料品専門店（経営者）	・例年8月は売上が増加しないが、加えて月の後半に落ち込みもあり、景気の上昇の見込みはない。
衣料品専門店（企画担当）	・消費を喚起できる要素が少ない。特にミセス層が硬い。
家電量販店（経営者）	・客の慎重な様子は今後も変わらず、景気が上向きになるとは考えられない。
乗用車販売店（経営者）	・問い合わせ、来客数が増えていないため、絶対量が大きく変わることはない。
乗用車販売店（従業員）	・大きく良くなっていくという期待感はない。しかし悪くもならない。
乗用車販売店（総務担当）	・客の様子から判断すると、現状維持が精一杯である。
自動車備品販売店（経営者）	・消耗品の耐久性が増し、販売数量は落ち込み始めている。カー用品店も淘汰される時代に入っており、景気の上昇は見えない。
住関連専門店（店員）	・秋物商品の出足はあまり目立たない。購買の価格帯が低価格と高価格に二分化しつつあり、傾向がつかみにくい。
その他小売〔総合衣料〕（店員）	・8月は夏休みとオリンピック効果があったが、秋には冷え込み、消費は厳しくなる。
高級レストラン（スタッフ）	・家計や企業は限られた予算の中でやりくりしており、月々の業績は変動しやすくなっているが、平均すると大きな変化はない。
一般レストラン（経営者）	・夏が終わると11月の紅葉時期までは来客数の伸びは期待できないが、このまま残暑が続けば現状を維持できる。
一般レストラン（スタッフ）	・お盆など客がお金を使う時期には集客があるが、その後は反動がきつい。
スナック（経営者）	・年内は12月を除いてはあまり期待できない。街角は人も少なく良い話は聞かれない。テナントの出入りも激しく、長年営業している店も閉めており不安である。
旅行代理店（従業員）	・何事も起きなければ変わらないが、台風の影響でキャンセルなどが相次ぐと、売上は大きく減少する。
タクシー運転手	・業界には良い材料はあまりない。当分この状態が続く。
通信会社（営業担当）	・景気が回復する材料は見当たらない。待ちの状況はもう少し続く。
テーマパーク（総務担当）	・過去3か月間では、来場者数、園内消費単価とも前年を下回っている。
観光名所（案内係）	・中高年やお年寄り、外に出る人と出ない人に二分しており、外出したくても出られない人も増えている。
ゴルフ場（経営者）	・3か月先までの予約数は前年を下回っており、回復の兆しはない。東海3県下の来客数も前年を下回っている。
ゴルフ場（企画担当）	・季節的にはゴルフに良い時期であるが、客は安い金額を望んでいる。料金を極端に下げるゴルフ場も増えており、厳しい状態はまだ続く。
パチンコ店（経営者）	・客の様子をみていると、景気はまだ変わっていない状況である。

	美容室（経営者）	・客の来店動機がしっかりしない限り、来店サイクルが長い状況は続く。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・客は必要不可欠な物は買うが、日常使う物、食べる物の出費には慎重である。	
	一般小売店〔酒〕（経営者）	・客は、残業もなく給与が伸びていない中小企業関係者が多い。その上、ガソリン価格が上昇しているため、他商品の値上がりなどを見込んで消費を抑えるのではないかと懸念している。	
	百貨店（売場主任）	・紳士靴は実用的で履きやすい商品が主流だが、今年になって、履きやすさに流行のデザインを加えた靴を選ぶ客が増えている。しかし両方を兼ね備えた商品が少なく、売上につながらない。	
	百貨店（企画担当）	・夏物が不足した影響もあり店頭は秋物を中心に展開しているが、動きは鈍い。8月の商品動向により秋冬ファッション商材の売上が決まる年が多いため、今年の秋冬商戦を非常に不安視している。	
	百貨店（販売促進担当）	・ビジネススーツの動きが悪く、中堅サラリーマン層の購買は進んでいない。また、一部の高級婦人服の動きは依然好調だが、本来の景気の良さではない。	
	スーパー（店長）	・近隣への大型店出店から1か月が経つが、関連業種では3～4割の売上減という影響が出ている。	
	家電量販店（店員）	・現在好調なのは天候要因が大きく、3か月後も同様とは考えにくい。	
	家電量販店（店員）	・原油価格の高騰が様々な面に効いてくる。	
	乗用車販売店（従業員）	・現在の好況は夏の暑さとオリンピックという特殊要因に支えられているが、今後は大きな行事も予定されていない。	
	その他小売〔貴金属〕（経営者）	・依然として消費者の購買意欲は上がっていない。経済や社会の様々な不安定要因が影響している。	
	その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・小売店では自社で在庫を抱えて販売しようとする動きがない。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・大口の予約が少ない。	
	旅行代理店（経営者）	・10～12月の予約状況は昨年よりもやや弱い動きになっている。オリンピック後の景気対策がないと景気は悪くなっていく。	
	理美容室（経営者）	・消費者は本当に必要なときにしか金を使わなくなっている。	
	設計事務所（経営者）	・規模の小さな案件が多いため、現在の仕事は2～3か月以内には終わってしまう。現時点で3か月先の実施設計につながる計画件数は少ない。	
住宅販売会社（企画担当）	・原油価格の高騰によりガソリン価格が上昇しており、その影響で下請の価格が上昇する。そのため、販売不振が続く。		
住宅販売会社（業務担当）	・原油価格高による資材の値上げを販売単価に転嫁できない。住宅着工数も、110万戸を割ると予想する人もいる。		
悪くなる			
企業 動向 関連	良くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気は2～3か月前の新規住宅着工件数の動向に左右されるが、4～6月の着工件数は301,649戸であり、直近と比較して約16%増加している。そのため10～11月の業績は大幅に改善される。
	やや良くなる	電気機械器具製造業（営業担当）	・第1、第2四半期の売上が芳しくないため、それに比べれば第3四半期、第4四半期は良くなる。
		輸送業（従業員）	・新卒者や中途のドライバー採用が、景気がやや上向いている影響で以前より少し難しくなっている。
		輸送業（エリア担当）	・その一方で原油価格の高騰が続いており、運輸業では経営への影響が大きい。また、石油関連製品の価格が上昇すると物流費の値下げを要請されることが見込まれ、心配である。
		輸送業（エリア担当）	・順調に景気回復しており、秋から冬にかけてのクリスマス商戦の貨物も増加する。
		輸送業（エリア担当）	・集荷に回る客先のオフィス内には活気が出ており、景気は上向きになっている。
		金融業（企画担当）	・物の動きが出ているが、それにつれてお金の動きも出てくるため、今後は良くなっていく方向である。
		広告代理店（経理担当者）	・より広い範囲の客から問い合わせがある。また、広告を大きくしたり本数を増やしたりといった追加注文が増えている。
		行政書士	・現在の仕事の状況が継続する。

変わらない	食料品製造業（企画担当）	・消費税総額表示の影響で、ギフト商品の高額品は販売不調であり影響が出ている。消費はまだ回復基調にはない。 ・原油価格の高騰は材料価格を上昇させるが、消費の動きが鈍いため小売価格に転嫁できない。そのため企業収益にも影響が出てくる。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・取扱商品によって受注量に波があり、短期的にみると景気は変わらない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先の国内販売は、今のところ大型物件の受注が見込めないことから、2～3か月前とほぼ同水準と予測している。 ・最近の原油価格の高騰が長期化することになれば、収益面に影響してくる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・家電製品の受注は、既存商品のリピートが中心で、しかも同数量の受注が続いているためほぼ横ばいである。	
	電気機械器具製造業（従業員）	・原材料業者では海外からの仕入価格が上昇傾向にあるようだが、販売価格に転嫁できず苦しんでいる。	
	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・当業界の景気は数か月前から悪くない。これ以上の景気回復には他業種の回復が必要だが、まだ不透明感が残っている。	
	輸送用機械器具製造業（工務担当）	・1日当たりの生産高は高水準を維持している。	
	輸送用機械器具製造業（統括）	・主要取引先からの受注は厳しい状況にあるが、現時点でもかなり低いと、これ以上はそれ程落ち込まない。	
	建設業（経営者）	・受注機会はあがるが、採算ベースからみると厳しい状況が続いている。この状況は数か月先も同じである。	
	広告代理店（従業員）	・高品質の商品を自信を持って販売していこうという気概が感じられない。	
	広告代理店（制作担当）	・競合他社との価格競争が厳しいため、新規の受注予定はなかなか決まらず、現状維持である。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞販売量やチラシ受注量は今後も変化なく推移する。	
	公認会計士	・中小企業の経営者は多少の業績回復を感じてはいるものの、積極的に設備投資をしたり、従業員を雇用したりすることについては、まだまだ控えている。	
	経営コンサルタント	・名古屋では地価が上昇しているという話があるが、三重県では地価はまだ下がるという認識があり、土地の買い控えは続いている。	
	税理士	・関与先の中小企業では、原油や鋼材など原材料価格の値上がりによる価格転嫁できない状況にある。中小企業では景気回復はみられず厳しい。	
その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・今年度中の動きはある程度みえている。		
その他非製造業〔デザイン〕（経営者）	・現在の引き合いが継続する見込みである。		
やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・信用不安や、原材料不足などに関連した黒字倒産などが、鋼材を扱う業種で増加しそうな気配がある。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・3か月後の受注はまだ出来ておらず、これからである。	
	輸送業（エリア担当）	・輸送業者の生命とも言える燃料単価が65円から71円に9.23%も値上がりし、9月からはさらに4円程値上がりする。石油製品などの値上がりも予想されとても心配である。	
悪くなる	非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画担当）	・引き合いが減っており、販売価格の低下は継続する。	
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・愛知万博が近づいているが、募集しても運営スタッフが集まりにくい状況である。また製造業への派遣では自動車関連の需要が高く、人材の確保が困難になりつつある。
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・愛知万博、中部空港関連の求人や、引き抜かれた労働力の補充があり、これから数か月の求人は相当の競合状況に入る。	
	職業安定所（所長）	・来春の新卒高校生向けの求人が8月15日現在で2,029人あり、前年より約500人、28.5%増加している。若年労働者に対する採用意欲が向上している。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・自動車関連メーカー、同販売会社、機械工具関連商社、工作機械メーカー、段ボールメーカーの業績が好調で、求人意欲もおお盛である。	

やや良くなる	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 求人状況は、建設関連では引き続き公共事業縮小の影響があり、特に中小企業で厳しい。しかし、電気機械器具製造業、特に民生電気器具製造業の増加が著しく、輸送用機械器具製造業も好調を保っている。</li> <li>・ 求人内容は、派遣、請負の求人が新規求人の4分の1を占めている。企業のアウトソーシング化が進む中で、雇用形態は変化しつつも、取り巻く環境は改善傾向がうかがえる。</li> </ul>
	民間職業紹介機関（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 求人数は、自動車業界の好景気に引っ張られ、高い水準を維持している。</li> <li>・ 中途採用も、これまでは企業は新卒採用を優先させてきたため動きは鈍かったが、ここに来て採用活動が本格稼働し、増加し始めている。</li> </ul>
	学校〔専門学校〕（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 半年前には、今春の新卒者や教員採用試験受験者、公務員試験受験者からの就職相談が多かったが今は見当たらず、どこかに就職できているようである。</li> <li>・ 同業他社でも専門職の採用募集をしており、全体的に雇用の拡大傾向がみられる。</li> </ul>
変わらない	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 派遣受注は引き続き増加しているが、派遣スタッフが不足しており、需給バランスが悪い。</li> </ul>
	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ この夏の特需であった電化製品関連メーカーからの受注は今後収縮していくが、自動車業界が依然として堅調であり、全体としては変わらない。</li> </ul>
	アウトソーシング企業（エリア担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 輸送用機器関連やIT関連などの製造業は全般的に好調であり、多忙を極めている。そのため求人数は増加しているが、求職者数は伸びていないため、深刻な人手不足が1年程続いている。</li> </ul>
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 一部の輸出依存型の製造業は引き続き好調に推移する。しかし、増産のなかでも短期雇用型の派遣、業務請負に依存する傾向は強まっており、正社員を大量に雇用する動きはない。</li> </ul>
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 求人広告は現在のやや好調な状況がしばらく続く。しかし営業広告は下降気味であり、求人だけが今後もさらに伸びていくとは考えにくい。</li> </ul>
	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 求人数は増加しているが求職者数は減少もしくは横ばいであり、求人求職のミスマッチは増加傾向にある。請負、派遣の求人が増加していることが背景にあり、ミスマッチはなかなか解消されない状況である。</li> </ul>
	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 企業業績は回復基調にあるものの、企業が長期雇用を進め賃金条件なども改めない限り雇用不安は解消せず、景気回復は一部にとどまる。</li> </ul>
	職業安定所（管理部門担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 有効求人倍率は改善しているものの、求人求職のミスマッチは大きい。指標の動きは好調に見えるが、厳しい雇用実態は今後も続く。</li> </ul>
民間職業紹介機関（職員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ この業界では求人数が増加しており、引き続き同水準を保つ。</li> </ul>	
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中途社員の募集ニーズに少しかげりが見えている。</li> </ul>
悪くなる	-	-