

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	乗用車販売店（経営者） その他小売〔総合衣料〕（店員） その他飲食〔仕出し〕（経営者） 旅行代理店（経営者） 通信会社（企画担当） 住宅販売会社（従業員）	・年末にかけて新型車が投入される。また、年明けから施行される自動車リサイクル法の影響で販売は増加する。 ・今月は例年に比べて寒い日が少なく、台風の影響もある。しかし3か月後には冬物衣料が最盛期となる。 ・年末商戦で一応に購買意欲がわく。 ・来客数の増加が見込まれる。 ・年末キャンペーンも実施するため、現在のような上向き傾向が今後も続く。 ・相次ぐ風水害や地震被害の影響でリフォームや建て替えへの需要が増加する。今後は、多少高額になっても耐震、免震構造がしっかりしている建物のニーズが高まる。
	変わらない	商店街（代表者） 商店街（代表者） 商店街（代表者） 百貨店（売場主任） 百貨店（売場主任） 百貨店（企画担当） 百貨店（企画担当） 百貨店（企画担当） 百貨店（経理担当） スーパー（経営者） スーパー（店長） スーパー（店員） スーパー（店員） スーパー（総務担当） スーパー（仕入担当） コンビニ（経営者） コンビニ（エリア担当） コンビニ（エリア担当）	・来客数に変化はないが、販売単価は依然として低い。 ・地方都市の商店街は静まり返っている。客との会話でも、何か買いたいという話にはなかなかならない。こうした状況はまだ続く。 ・良くなる材料がない。客は必要以上の物を買わない様子に変わりはない。 ・靴売場では年齢層によって購入する靴の単価が違い、50代は3万円前後の靴を選ぶが20代は1万5000円前後で良い靴はないかと探している。見ているだけで買わない客も多い。 ・イベントなどがあると一時的に活気づくが、客の購買意欲はさほど変わっていない。 ・歳暮商戦は一部でボーナス増加による需要が見込まれるものの、大半の客は1月のクリアランスセール待ちであり、例年並みである。 ・台風や天候不順で売上が左右されているが、売上不振の一番の原因は消費者が本当に欲しい商品を小売やメーカーが提案しきれていないことである。そのため、以前のような不況は既に脱しているが、2、3か月では状況は変わらない。 ・地元プロ野球チームの優勝セール効果は一時的である。ささいな気候変化で例年売れている商品が売れず、その後もなかなか回復しないのが実状で、台風や地震など自然災害の影響で消費意欲がさらに減退することも心配している。 ・今月は地元プロ野球チームの優勝セールの影響で店頭売上はまずまずであるが、外商売上は依然として不調である。 ・大型店の出店ラッシュが続いており、先行きが読めない。大型店でも、客は多いが買物袋を下げている客は少ないようである。 ・雨続きで野菜の高値が続き、それに伴い鮮魚や精肉の動きも悪くなる。客は外食に流れていく。 ・野菜の生産、出荷は2、3か月では回復しないため、食生活の中心である野菜の高騰が今後も続く。 ・年末商戦に多少期待は持てる。ただし前年や半年前と比べても来客数、売上とも落ち込んでおり、見通しはそれほど良くない。 ・食品の売上は横ばいであるが、住居関連商品、耐久消費財の売上の落ち込みが大きい。 ・歳暮商戦を控えているが、大きく伸びる要素は何もない。おせち料理も前年を少し下回る予想をしている。 ・天候不順による価格高騰で野菜と果物の動きは悪いが、乾物、冷凍食品、カップ麺やおでんの動きは良い。全体的な動きは中くらいであり、変わらない。 ・これ以上悪くなるととも営業を続けられない。酒類免許の規制緩和や酒類卸問屋の統廃合など環境は変化しているが、2、3年もすれば落ち着くと思われる。それまでは現在の状況が続く。 ・浜名湖花博が終了し、また近隣観光事業も縮小傾向にあるため、上向き材料は見当たらない。 ・競争激化によって売上は前年割れしている。この状況は今後も継続する。

コンビニ（エリア担当）	・夏場は回復傾向にあるとの手ごたえがあったが、9、10月の状況を見ると回復するほど強くはない。消費動向がこれ以上上向きになることは想像し難い。	
コンビニ（店長）	・無農薬栽培した原材料を使ったポテトチップスなどの菓子など、高価格でもこだわりのある商品は予想以上に売れている。しかし来客数は減少しており、これが増加に転じるのはいつになるのか予測がつかない。	
コンビニ（売場担当）	・既存店の売上はほぼ前年並みである。今後もこの状態で推移する。	
家電量販店（経営者）	・消費者はますます慎重になってきている。	
乗用車販売店（経営者）	・天災が多発しており、良くなる材料がない。	
乗用車販売店（従業員）	・新型車が続々発売されるが、来客数はさほど増えていない。 ・天災が相次いでいることもあり、先行きは不透明である。暗い話題が続くと車のような高額商品は買い控えの傾向となるため、個人客に対しての商売には厳しい環境である。	
乗用車販売店（従業員）	・若干ながら下降傾向であるが、秋のモーターショーで上昇するという期待もある。	
乗用車販売店（従業員）	・今月になって知り合いの店が閉店するなど、周辺の状況は良くない。安くても売れない。活気もない状況である。	
自動車備品販売店（経営者）	・競争激化のなか、カー用品店は車検や車検に付加価値を付けた販売、中古車販売に付加価値を付けていく方向で生き残るしかない。	
住関連専門店（店員）	・地元プロ野球チームの優勝セールで一時的には活気があったが、冬物の出足も早くなく、先行きは依然不透明である。	
住関連専門店（営業担当）	・持ち家住宅は不調である。公共工事も削減されている。	
その他小売〔貴金属〕（経営者）	・この落ち込みは2、3か月では抜け出せない。	
一般レストラン（スタッフ）	・最近の上向き傾向と思われたが、ここ1か月は横ばいである。今後も上向きは見込めない。	
観光型ホテル（スタッフ）	・企業は忘年会や新年会の廃止を進めており、利用があっても簡素化が進行しているため、収益は落ち込む。	
都市型ホテル（支配人）	・野菜や原油の価格高騰による影響で、仕入原価が上昇するかもしれないという不安材料がある。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊稼働率が上昇しており、収入も増加している。また一般宴会件数が増加し婚礼件数も一定水準に達している。しかし収入の比重が大きいレストラン部門の売上が、飲食店の増加による競争激化の影響で減少傾向にある。	
都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会予約の出足が遅い。	
旅行代理店（経営者）	・好転する材料が見当たらない。	
旅行代理店（経営者）	・愛知万博関連で一時的に繁忙であるが、その一方で原油価格の高騰に伴う航空運賃上昇の影響も出ている。	
旅行代理店（従業員）	・景気が良い業種はますます良くなるが、落ち込む業種はさらに悪くなるなど、業種によって大きく差が出てくる。	
テーマパーク（総務担当）	・先月、今月とも来場者数は前年並みである。	
観光名所（案内係）	・台風と地震の影響で、野菜の価格が激しく上がっていることが年末にかけて影響してくる。	
その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・入校問い合わせの件数は横ばいである。	
住宅販売会社（企画担当）	・原油価格の値上がりにより、建築の原材料価格の上昇を見越した駆け込み需要がみられる。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・原油価格の高騰による影響で、様々な製品の納入価格が上がっている。これが年末にかけてポディーブローのように効いてくる。
商店街（代表者）	・天候不順や天災の多発によって消費意識が低下している。	
商店街（代表者）	・競争相手が増えており、ますます不利になる。	
スーパー（経営者）	・空梅雨、夏の日照り、集中豪雨、台風など一連の自然要因で野菜や果物の価格は当分高騰し、中小のスーパー、八百屋、青果物店などの売上は伸び悩む。	
スーパー（店長）	・台風、地震といった天災、物価の高騰や年金問題など社会不安があり、個人消費はまだまだ厳しい。	

	スーパー（店長）	・買上点数の減少が続いている。野菜価格の高騰により、今後買上点数のさらなる減少が懸念される。また、原油価格の高騰による石油製品の値上げで、トレイやフィルムなどの経費増加も見込まれる。	
	コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店はさらに続き、ますます厳しくなる。	
	衣料品専門店（経営者）	・低迷は今後も続く。明るい兆しがみえない。	
	家電量販店（店員）	・今夏から台風上陸、原油や野菜価格の高騰などが続いており、消費を押し込んでいる。	
	乗用車販売店（従業員）	・10月は毎週のように台風が上陸するなど天候要因もあり、新車受注の勢いは9月に比べて弱くなっている。	
	その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・消費者は、生活必需品でない余分な雑貨品などは買わない。	
	高級レストラン（スタッフ）	・相次ぐ台風の影響で予想以上に来客数が減っている。回復力も弱い。	
	旅行代理店（経営者）	・予約が乏しく、今後は弱含みに推移する。	
	旅行代理店（従業員）	・農産物を扱う企業の旅行や台風の影響を受けた人の旅行計画が中止や見直しとなっている。今後も、取扱量、販売金額とも減少する。	
	通信会社（開発担当）	・ソフトウェア開発の受注見通しが先細りとなっている。	
	ゴルフ場（経営者）	・来場者の予約数は前年比マイナスのまま推移しており、3か月先も変わらない。客単価も低下し続けている。	
	パチンコ店（店長）	・余暇に費やす経費が削られている。人気機種への導入も今後数か月は予定されていない。	
	理美容室（経営者）	・石油などの値段が上昇しており、他の物に金を使わないようになる。	
	美容室（経営者）	・常連客が減り始めている。	
	美容室（経営者）	・常連客の顔ぶれは変化していないものの、客の回転は悪い。1か月に1回の散髪が2か月に1回になるなど、来店サイクルは延び延びになっている。	
	悪くなる	一般小売店〔酒〕（経営者）	・ガソリン価格の高止まり、給料の実質減少、国民年金の負担増、税控除の減少と増税予想などがあり、消費者心理から消費者は財布のひもを固くしている。
		乗用車販売店（従業員）	・台風が多く、野菜の値段が高騰し、ガソリンも値上がりし、大地震も起きている。そのため消費者の購買意欲は冷え込む。
		一般レストラン（経営者）	・全く良くなる気配がなく困っている。
		通信会社（営業担当）	・値下げ競争が再び激化する。収益にも影響が出てくる。
企業動向関連	良くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界は新規住宅着工件数に影響されるが、今年6～8月の累計着工件数はその前の3か月と比べて1割足らず増加している。
	やや良くなる	電気機械器具製造業（従業員）	・新たな引き合いに伴うサンプル出荷が増えているが、その中から継続注文が出る可能性がある。
		輸送業（エリア担当）	・客の顔が明るくなり、にぎやかになっている企業も増えている。仕事も増えてきているようである。
		広告代理店（経営者）	・愛知万博の開催と連動した販促活動が、企業や周辺自治体で活発化する。
	変わらない	化学工業（企画担当）	・愛知万博の終了までは好調を維持する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・経済環境は好転しておらず、天候不順による影響もあるため、当分現在のような状況が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・価格競争が激化しており、国内外ともに厳しい状況である。米国向けは堅調であるが、原油価格や為替変動の影響もある。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・原油価格の高騰で、海外特に米国の景気が懸念されるため楽観はできない。
		建設業（経営者）	・業界の勝ち負け、企業の勝ち負けが明確になっており、全体の状況は変わらない。
		輸送業（エリア担当）	・業界で貸切トラックの需要がなく、小口荷物は頻繁に動くがまとまったロットの荷物は動いていないと判断される。
		金融業（企画担当）	・これまでの企業業績の回復はコスト削減が中心である。メーカー系で前年比売上増の企業が少しずつ見られるようになったが、全体としては企業の売上はまだ増えていない。
		企業広告制作業（経営者）	・受注が伸びておらず、見通しは明るいとは言えない。
		広告代理店（制作担当）	・新刊雑誌などの広告依頼は多少増加している。しかし単発もので終わってしまう場合が多い。

		公認会計士	・中小企業の利益は従業員や役員の報酬を減らすことで出ている場合が多い。そのため、会社の利益が出て個人所得は増えていない。
		税理士	・顧客企業の中小企業や個人事業主では、設備投資、人材確保、商品開発、新商品の仕入れなどいずれの面でも、積極的な経営姿勢がみられない。
		会計事務所（職員）	・台風や震災の影響で、建設業者などでは耐震対策工事の受注が増えている。しかしその一方で、設備投資する側では経費が増加している。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（社員）	・規模が大きい企業は順調であるが、中小企業は今一步の感がある。
	やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・原油価格高騰の影響が、動燃費と包材原価を引き上げる要因になっている。しかし売価に転嫁できず、企業収益を圧迫する。また、ガソリンや電気料金の値上げは消費回復にも水をさす。
		電気機械器具製造業（経営者）	・素材価格が相当値上がりしている中で、さらにこん包資材を1～2割値上げする要請を受けている。これを販売価格に転嫁せざるを得ない状況でも、顧客企業からは相変わらず値引き交渉を受ける。そのため、仕事量を減らす方向で対応していくしかない。
		輸送用機械器具製造業（統括）	・販売不振に陥っている取引先メーカーでは新型車の開発など策を講じているが、しばらくはこの厳しい状態が続く。
		輸送業（エリア担当）	・航空燃料の価格高騰の影響により、運送料金が上昇している。この影響は年末商戦の貨物ピークを過ぎたところから出てくる。
		輸送業（エリア担当）	・貨物量は徐々に増加してきているが、車両が不足している。関東、関西方面へ出向いている車両を空車回送させて、顧客に対応している。
		輸送業（従業員）	・異常気象による農作物の不作、地震や天災による被害報道、石油製品の値上げ、円高などが消費行動を減退させる。日本社会に明るい話題がない。
		経営コンサルタント	・リストラや倒産に関する相談が増えてきている。
		その他非製造業〔デザイン〕（経営者）	・正月休み後の立ち上がりが遅く、1月は受注減の見込みである。
	悪くなる	非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画担当）	・原材料価格の高騰分を販売価格に転嫁できない状況が続く。
雇用関連	良くなる	職業安定所（所長）	・自動車関連企業は依然として好調であり、求人の増加と求職者の減少で有効求人倍率も1.97倍と高位である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・機械、海運、鉄鋼、非鉄金属関係などの求人意欲が非常に底堅い。今後も求人意欲は高まる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣依頼件数の増加傾向はしばらく続く。ただし求職者の伸びが低く対応は難しい。企業の要望に合った人材育成が重要になっている。
		求人情報誌製作会社（編集長）	・万博会場やその周辺の商業施設、中部国際空港の商業施設の他にも、名古屋市内や名古屋市周辺で10か所程度の大規模商業施設がオープンする予定で、アルバイト、パートに対する求人が非常に増加している。
		職業安定所（職員）	・電機機械器具製造業や輸送用機械器具製造業は好調を保っており、今後も求人の増加は続く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・雇用形態では、正社員でなく派遣や請負で労働力の確保を図る企業のアウトソーシング化がさらに進む。
		民間職業紹介機関（経営者）	・在庫調整などでやや不透明な業種もあるが、全体的には下半期の採用計画を上方修正する企業が目立っている。この状況はしばらく続く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・例年この時期には、年末年始の繁忙に対応するため前もって人材確保の予算申請が行われる。しかし今年は、12月の繁忙期に対応する動きは例年よりも劣る。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・引き続き自動車関連とIT関連の求人は活発である。しかし求職者数は減少している。またスキルが合わないなどの理由で雇用に結び付かないケースも多い。雇用のミスマッチは依然として解消されない。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・愛知万博、中部国際空港関連で求人は増加の一途であったが、最近では一段落し頭打ち感が出始めている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・非正規社員の増加傾向は今後も続くが、消費の増加には結び付かない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告件数や求人数は、現在のやや好調な状況が今後も続く。

	職業安定所（職員）	・本格的な景気回復には個人消費の拡大が必要である。雇用形態、賃金などの雇用環境が安定しない限り、景気回復も限定的である。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は製造業の集積地域では上昇を続けているが、製造業比率の低い地域では卸小売業、サービス業とも伸び悩んでいる。
	職業安定所（職員）	・求人数が増加しているが、内容的には派遣、請負の割合が一層高くなっており、就職に結び付かない要因となっている。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員） 求人情報誌製作会社（編集者）	・今後も人手不足は続くため、生産性の低下が心配される。 ・現在の求人数は平均よりも多いが、企業からこれまで以上の積極的な採用意欲は感じられない。
悪くなる	-	-