

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<br>動向<br>関連 | 良くなる     | スーパー（仕入担当）  | ・愛知万博の開幕を控え、工事関係者や万博関係の外国人客が増えている。開幕後は来客数、客単価とも上昇する。                               |           |   |
|                |          | その他飲食〔仕出し〕（経営者）   | ・中部国際空港の開港、愛知万博の開催、名古屋駅前の開発、大型商業施設の開業と大きなプロジェクトが続いている。人の流れが活発になり、消費行動に結び付く。        |           |   |
| 観光型ホテル（スタッフ）   |          | ・当地区では愛知万博の特需で宿泊客、宴会客等が前年より大幅に増加している。愛知万博はこれから開催するため今後も期待できる。 |  |           |   |
| やや良くなる         |          | 商店街（代表者）  | ・愛知万博関連で来客数が増加する。  |           |   |
|                |          | 商店街（代表者）  | ・中部国際空港が開港し、愛知万博もまもなく開幕するため、この2大事業の効果が始まる。   |           |   |
|                |          | 一般小売店〔土産〕（経営者）  | ・観光客数の増加が見込まれている。  |           |   |
|                |          | 一般小売店〔書店〕（経営者）  | ・12月に店内外の改装を行い、月を追うごとに売上が戻っている。  |           |   |
|                |          | 一般小売店〔酒〕（経営者）   | ・中部国際空港の開港に伴うにぎわいや3月下旬から始まる愛知万博の影響が商店街にも波及し、人出が増え、売上増につながる。                        |           |   |
|                |          | 一般小売店〔時計〕（経営者）  | ・愛知万博の影響で多少は景気が良くなる。   |           |   |
|                |          | 一般小売店〔薬局〕（経営者）  | ・今年は花粉症が昨年の10倍との報道がある。ただし地元付近に近々開業する巨大アウトレットモールの影響が心配である。                          |           |   |
|                |          | 百貨店（売場主任）   | ・男性靴は今までは実用的なものを求める客が多かったが、ここ1、2か月、雑誌の記事に載った高額商品の問い合わせや輸入ブランド靴などに興味を持った客の下見が増えている。 |           |   |
|                |          | 百貨店（企画担当）   | ・栄地区に新商業施設が開業するなど、活性化の動きが連日新聞紙面などでも伝えられており、消費者を刺激している。                             |           |   |
|                |          | 百貨店（企画担当）   | ・愛知万博の動員効果がある。   |           |   |
|                |          | 百貨店（企画担当）   | ・食料品などお土産需要品を強化し、万博客を呼び込む。   |           |   |
|                |          | スーパー（店長）  | ・愛知万博に向けて気分が盛り上がってきている。それに伴い消費の動きも活発になる。   |           |   |
|                |          | スーパー（総務担当）  | ・パレンティンデーや節分など季節の催物が好調であり、食料品はやや売上が上向いている。この傾向は今後も続く。                              |           |   |
|                |          | コンビニ（エリア担当）   | ・愛知万博の開催で愛知県内の消費は増加し、売上も増加する。  |           |   |
|                |          | 乗用車販売店（従業員）   | ・今のところ成約件数は少ないが、客の話では仕事が増えて忙しいと聞くので、徐々に良くなっていく。                                    |           |   |
|                |          | 都市型ホテル（支配人）   | ・2～3か月後は愛知万博の特需の最中である。全国からも注目され、気分的に上向きになる。  |           |   |
|                |          | 都市型ホテル（スタッフ）  | ・愛知万博関連の需要が出てくる。   |           |   |
|                |          | 旅行代理店（経営者）  | ・中部国際空港の開港、愛知万博の開催があり、需要が見込まれる。  |           |   |
|                |          | 旅行代理店（従業員）  | ・中部国際空港の見学ツアーなど新空港を使った商品の伸びが期待できる。愛知万博が始まれば、その需要も出てくる。                             |           |   |
|                |          | タクシー運転手   | ・ゴールデンウィークには愛知万博などでかなりの人が名古屋を訪れる。  |           |   |
|                |          | 通信会社（企画担当）  | ・競争はかなり厳しくなっているが、それが逆に業界の関心を高める結果になっており、春先に向けて新規ユーザも増えてくる。                         |           |   |
|                |          | ゴルフ場（企画担当）  | ・3月からの入場者予約数は現時点で予算をクリアする勢いである。  |           |   |
|                |          | その他サービス〔語学学校〕（経営者）  | ・入校者数、売上とも、微増ながら伸びている。   |           |   |
|                |          | その他サービス〔パチンコ機器製造販売〕（エリア担当）                                    | ・主力製品の市場での評価が堅調であり、さらに販売促進活動を実施する。   |           |   |
|                |          | 変わらない   |  | 商店街（代表者）  | ・新商品を販売してみても客の購買には結びつかない。                                       |
|                |          |   |  | 百貨店（売場主任） | ・中部国際空港の開港、愛知万博開催が騒がれてはいるが、客が自分の身の回りの物を購入しようという購買意欲はいまだに感じられない。 |

|                 |  |
|-----------------|--|
| 百貨店（経理担当）       | ・来客数は低調で、景気回復の兆しはみえてこない。   |
| スーパー（店長）        | ・競合店の増加や近郊の大型店へのアクセスが良くなったため、週末の売上の落ち込みが顕著になっている。対策を検討中であるが、今後も競争が厳しいことは変わらない。   |
| スーパー（店長）        | ・中部国際空港、愛知万博などで話題が豊富だが、一般小売業にはなかなかつながらず、あまりプラスにはならない。  |
| スーパー（店長）        | ・卵相場が高騰しているが、卵を目玉商品として販売したときの客の殺到振りは以前より過激である。低価格品を求める傾向は変わらず、客単価は回復してこない。   |
| スーパー（店員）        | ・新規出店で客はたくさん商品を購入するが、落ち着いてからどう出るかはまだ読みきれない。ただし、下がることであつても上がることはない。   |
| スーパー（店員）        | ・売上は前年の90%を割っており、この先も良くなるとは思えない。   |
| スーパー（店員）        | ・客は低価格に慣れている。また、これから暖かくなるが、野菜、果菜類等は天候に左右されがちで予想がつかない。  |
| 衣料品専門店（販売企画担当）  | ・販売量が動いたとしても、単価が低くなるだけである。   |
| 家電量販店（経営者）      | ・今後3か月の売上も引き続き微減が予想される。  |
| 乗用車販売店（経営者）     | ・愛知万博が始まり盛り上がる可能性はあるが、一方で増税懸念もあり消費増には結びつかない。   |
| 乗用車販売店（従業員）     | ・ディーゼル規制の影響もあり、個人、法人とも需要はまだまだ続く。ただし値引き交渉が多様化し、利益確保しづらい。結果的に薄利多売の傾向が強くなりつつある。<br>・例年に比べて、新卒者や初心者による新車購入が少ない。中古車や維持費の安い軽自動車に取られている面もある。  |
| 自動車備品販売店（経営者）   | ・今後も自動車ディーラーやガソリンスタンドなどの動きが脅威である。これらの業種と連携し、カー用品店も新車販売、中古車販売に関わり、付加価値を付けていかなければ生き残れない。   |
| 住関連専門店（営業担当）    | ・住宅建設業界では価格競争が激化しており、売上、利益とも横ばいもしくは低下傾向が続いている。   |
| その他小売〔総合衣料〕（店員） | ・現在のように必要な物だけを買う傾向は変わらない。  |
| 都市型ホテル（スタッフ）    | ・愛知万博が開幕するが、飲食関係を中心に商業施設が多数オープンするため、客は分散する。  |
| 旅行代理店（経営者）      | ・社会保険料や税金などの負担増で財布のひもは固く、消費に慎重になり衝動買いはない。低価格志向は今後も続き、過当競争状態も変わらない。   |
| 旅行代理店（従業員）      | ・客単価は相変わらず低いままであるが、愛知万博の影響で人の動きは活発になる。   |
| タクシー運転手         | ・愛知万博が開幕するが、繁華街での景気が良くなるとは限らない。  |
| 通信会社（開発担当）      | ・次年度のソフトウェア開発を計画通りに受注している。   |
| テーマパーク（職員）      | ・観光客は愛知万博に集中しそうな気配がある。   |
| テーマパーク（総務担当）    | ・1、2月の来場者数は減っているが、3月からは愛知万博が始まる影響で回復する。  |
| ゴルフ場（経営者）       | ・来場者数は横ばいが続いている。料金は低下傾向で、3か月先も変化はない。   |
| パチンコ店（店長）       | ・新基準の遊技機が一巡し、以前の状態に戻りつつある。   |
| 設計事務所（経営者）      | ・2、3か月先に予定している業務量が現時点と同程度である。  |
| やや悪くなる          | <p>商店街（代表者）</p> <p>・同業者との競争だけでなくスーパーとの競争も増えているため、非常にやりにくい。</p> <p>商店街（代表者）</p> <p>・昨年はオリンピックがありデジタル家電が思いのほか好調であったが、最近では価格が低下傾向にあり利益を確保できない。売ってももうけが出ない状態になってきている。</p> <p>百貨店（販売促進担当）</p> <p>・近隣に大型商業施設ができるため、その影響は免れえない。</p> <p>百貨店（外商担当）</p> <p>・相変わらず客の購買意欲は低く、今後もこの傾向は続く。</p> <p>スーパー（経営者）</p> <p>・消費動向が鈍く競争は激化しており、当店のような売場の小さい中小スーパーには特に影響を及ぼす。</p> <p>コンビニ（店長）</p> <p>・天然酵母パンなど他店では扱っていない商品はよく売れるが、どこでも扱っている商品は苦戦しており、知恵が必要になっている。</p> <p>その他専門店〔貴金属〕（店長）</p> <p>・近隣で大型アウトレットモールが開業するため、客の流れがそちらに向かうことを懸念している。</p> |

|                |        |                       |  |
|----------------|--------|-----------------------|--|
|                |        | 高級レストラン（スタッフ）         | ・来客数の回復をねらって価格を下げて、それをカバーするだけの集客が出来ない。そのため販促努力によって客単価の上昇を図っているが、これにも限界がある。                           |
|                |        | 旅行代理店（経営者）            | ・4～7月の予約状況は昨年の実績を下回っている。愛知万博が開催されるが、当地は距離が離れているため宿泊需要は発生していない。                                       |
|                |        | テーマパーク（職員）            | ・予約状況から判断して、来客数は減少傾向である。   |
|                |        | 設計事務所（営業担当）           | ・このまま受注がなければ支店が閉鎖される状況である。   |
|                |        | 住宅販売会社（従業員）           | ・岐阜地区では集合住宅の受注件数が異常に減少してきている。  |
|                |        | 住宅販売会社（企画担当）          | ・客には年金等の不安があり、高額な不動産、建物等を買うのに慎重になってきている。   |
|                | 悪くなる   | 商店街（代表者）              | ・2月に入り極端に荷動きが悪くなっている。今後もこの傾向は続く。   |
|                |        | コンビニ（経営者）             | ・当地域支部では一時期120あった店舗が60店舗ほどに減少しており、今後の懸念される。  |
|                |        | コンビニ（エリア担当）           | ・当店近くの有料バイパスが無料化し車はそちらに流れるため、当店に面した道路交通量は減少する。   |
|                |        | 通信会社（営業担当）            | ・これから先、どれくらい収益が悪化するか懸念している。  |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる   | -                     | -  |
|                | やや良くなる | 建設業（総務担当）             | ・取引先の景気が徐々に良くなっている。  |
|                |        | 輸送業（エリア担当）            | ・愛知万博の開幕、中部国際空港の開港により物流の流れに変化がある。特に中部国際空港に関しては、関西空港、成田空港に向かっていた貨物が中部でさばかれる影響が大きい。                    |
|                | 変わらない  | 一般機械器具製造業（経理担当）       | ・受注は伸びているが、金額的にはかなり厳しい。  |
|                |        | 一般機械器具製造業（経理担当）       | ・原油価格の高騰が長期化する様子であるため、当面は耐えなければならない。   |
|                |        | 輸送業（エリア担当）            | ・春先の荷物の出足が悪い。企業が経費削減のため引き締めている影響がある。   |
|                |        | 輸送業（エリア担当）            | ・荷動きは良くなってきているが、燃料が高止まりしている。良くなるというよりは横ばいとなっている。   |
|                |        | 広告代理店（制作担当）           | ・顧客企業側に新しい動きがあまり見られず、現状維持である。  |
|                | やや悪くなる | 窯業・土石製品製造業（経営者）       | ・窯業界の景気の先行指標である新住宅着工件数は減少してきている。   |
|                |        | 電気機械器具製造業（営業担当）       | ・市町村合併関係で自治体のインフラ整備の工事は増加するが、受注環境はますます厳しくなる。   |
|                |        | 輸送用機械器具製造業（総務担当）      | ・2～3か月先の受注量は落ち込む見込みである。  |
|                |        | 広告代理店（経営者）            | ・この業界では相変わらず非常に厳しい価格競争が続いている。  |
|                | 悪くなる   | 非鉄金属製品製造業〔铸件〕（経営企画担当） | ・公共事業が縮小し民間事業も乱調に推移している。また原材料の高騰を販売価格に転嫁できない状況が続く。   |
|                |        | 輸送用機械器具製造業（統括）        | ・コスト低減要請が強烈であり、採算確保が非常に難しくなっている。   |
| 雇用<br>関連       | 良くなる   | 職業安定所（所長）             | ・新規高卒者の就職内定率は前年度より5%上昇して95%である。企業が若年労働力の確保に向けて努力している。また非正規社員の割合が高くなった一部企業では、技術の伝承を意識して正社員の採用を増やしている。 |
|                |        | 学校〔大学〕（就職担当）          | ・求人意欲が全業種に渡って拡大してきており、建設業からサービス産業まで全般的に求人は増加してきている。  |
|                | やや良くなる | 人材派遣会社（社員）            | ・愛知万博の開催や中部国際空港開港に伴う注文に加え、広い職種での求人も増えている。需要に対応しきれない状況になっている。   |
|                |        | 求人情報誌製作会社（編集長）        | ・愛知万博の開催や周辺大型商業施設の開店も予定されており、求人数は引き続き好調に推移する。  |
|                |        | 民間職業紹介機関（職員）          | ・愛知万博の波及効果が出ている。   |
|                |        | 学校〔専門学校〕（就職担当）        | ・公務員試験対策の講座の受講生が減少しており、特に主に大卒対象の上級職で顕著となっている。民間企業の採用増が影響している。  |
|                | 変わらない  | 人材派遣会社（社員）            | ・求人案件に対して人不足の状態が続いており、人材供給が追いつかない。   |

|                        |  |
|------------------------|--|
| アウトソーシング企業<br>(エリア担当)  | ・輸送用機器関連が好調を継続し派遣と請負の需要も堅調であるが、労働者不足が続いている。不足率は15%前後で、危機的状況といえる。   |
| 求人情報誌製作会社<br>(編集者)     | ・パート、アルバイトの求人は増加する一方であるが、正社員求人は今月に入って再び減少している。名古屋は景気が良いと言われるが、雇用に関してはそうした景況感を感じられない。しばらくは非正社員への一時的なニーズしかないように思われる。   |
| 新聞社 [ 求人広告 ]<br>(営業担当) | ・一般求人の給与条件は相変わらず低レベルで推移している。企業側は人材不足であるが、条件面を改善する意向はない。そのため、求職者とのギャップが生じており、この状態はしばらく続く。<br>・輸出型製造業が中心となり雇用全体を引っ張っているが、これらの企業は円高、原料高の影響を受けやすく、雇用に関しては慎重な姿勢を崩していない。 |
| 新聞社 [ 求人広告 ]<br>(担当者)  | ・名古屋地域は愛知万博が開幕し活気が出るが、求人数の面では伸びていく要素は見当たらない。   |
| 職業安定所 (職員)             | ・新規事業による雇用拡大は少なく、派遣、請負などの有期雇用求人、パート求人が大半であり、求職者が希望する求人の増加は見込めない。   |
| 職業安定所 (職員)             | ・原材料価格の高騰や一部調達難といった異常もあるが、輸出や設備投資の増加などで景気は回復傾向にある。しかし、電気機械器具製造業、輸送用機械器具製造業の求人が好調であるものの、期待された建設業は発注件数などが横ばいで雇用増加には結び付いていない。   |
| 職業安定所 (職員)             | ・ミスマッチの状況が増加している。求職者が減少し、求人数は増加傾向にあるが、求人の内容が派遣や請負の求人のため、求職者の希望する職種と合わない。   |
| 職業安定所 (管理部門<br>担当)     | ・業種、業態間の不均衡は今後も進む。   |
| やや悪くなる                 |  |
| 悪くなる                   | -  |