

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	観光型ホテル（スタッフ）	・愛知万博特需に支えられて、宿泊、宴会、レストラン等すべてにわたって好調に予約が入っている。
		商店街（代表者）	・愛知万博の影響で更に人出が見込まれる。
		商店街（代表者）	・愛知万博では他県からの観光客数が増加傾向にあり、今後も好影響がある。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・愛知万博など東海地方ではプラス材料が多い。
		百貨店（販売促進担当）	・愛知万博などの娯楽施設、商業施設が活性化し、地域として消費意欲の向上が見込まれる。
		スーパー（総務担当）	・品質が良く単価が高くても売れる商品と安ければ売れる商品の両極端の傾向があるが、買上単価は上昇している。
		スーパー（仕入担当）	・愛知万博の影響で来客数はかなり伸びている。今後は万博の認知が全国や海外に広がることで来場者数が一層増え、それに伴い来客数も増加する。
		コンビニ（店長）	・愛知万博の影響でソフトドリンクが伸びており、この万博効果が今後も続く。
		コンビニ（売場担当）	・愛知万博の開催中は、土産物やキャラクターグッズの売上の好調が見込まれる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・愛知万博の開催期間中は好調を維持できる。
		一般レストラン（経営者）	・愛知万博の影響で人の動きがある。
		タクシー運転手	・愛知万博が盛り上がりを見せている。
		美容室（経営者）	・天候不順で来客数は減少していたが、その分6月、7月はパーマやカットに来る客が増加する。
		美容室（経営者）	・秋までは愛知万博の影響で良くなる。
		変わらない	商店街（代表者）
	商店街（代表者）		・愛知万博などレジャーにお金が使われているため、それ以外の消費は控えらる。
	一般小売店〔酒〕（経営者）		・愛知万博、中部国際空港をはじめ最近開業した大型商業施設の集客力で他県から名古屋への来訪客は間違いなく増えているが、商店への来客数は思ったほど伸びない。
	一般小売店〔贈答品〕（経営者）		・地元には大きな集客施設がなく、地元の消費者は休日には他県に出かけてしまう傾向が続く。
	百貨店（売場主任）		・土日の夕方に万博帰りの客が来店し商品を見ていくなど、万博関連で来客数は増加したが、売上にはつながっていない。外国人客も多く見られるが、安い商品を買っている。9月まではこのような状態が続く。
	百貨店（売場主任）		・ここ数年は気温の変化が激しく、消費者は衣料品の買い換えのタイミングに対応できないため、買い控えが定着している。今後もこの傾向は続く。
	百貨店（企画担当）		・愛知万博の動員効果を期待したが、1か月経ってもその効果は現れておらず、今後も変化は見込めない。
	スーパー（経営者）		・来客数、販売単価が増加する要因がない。
	スーパー（店長）		・小売業は、夏までは愛知万博等に客を取られる。
	スーパー（店長）		・安い第3のビールに人気が集まるなど無駄遣いしない買物傾向は依然として続いており、今後も変わらない。
	スーパー（店員）		・愛知万博などに客を取られ、ゴールデンウィーク中でも来客数はかなり減少している。夏休み期間中も客はそちらに流れてしまい、来客数は前年を割る。
	コンビニ（エリア担当）		・9月までは愛知万博をはじめレジャー施設に客が分散し、やや厳しい状況が続く。
	コンビニ（エリア担当）	・競合激化による売上の前年割れ状況は今後も継続する。	
衣料品専門店（企画担当）	・売上をけん引する商材やトレンドが見当たらない。		
家電量販店（経営者）	・客の財布のひもの固さは今後も続く。		
家電量販店（店員）	・昨年のオリンピックのような要素がないため、横ばいか下降気味となる。		
乗用車販売店（経営者）	・最近では季節要因が薄れてきており、平準化傾向にある。今後も目立った変化は見られない。		
乗用車販売店（従業員）	・愛知万博、名古屋駅前の高層ビル建設などが続くため、その盛り上がりによってやや良い状態が維持される。		

乗用車販売店（総務担当）	・雇用が安定してきている割には客の購買決定は慎重で、新車効果も長続きしない。
自動車備品販売店（経営者）	・カー用品店は、アクセサリ用品の販売や車検時の部品販売などに真剣に取り組まなければ先細りが続く。
住関連専門店（店員）	・愛知万博をはじめ催事に客が流れ来客数は減少しているが、販売単価は上昇しており購買意欲は良い。今後もこのような状況が続く。
住関連専門店（営業担当）	・住宅、一般建設工事とも増加が見込めないため、厳しい価格競争が続く。
その他小売〔総合衣料〕（店員）	・消費者は最低水準の衣料品しか購買していない。ファッションに気を配る余裕がない状況が今後も続く。
高級レストラン（スタッフ）	・現在来客数の減少は止まっているが、増加しているわけではない。
スナック（経営者）	・最近ボーナス時期でも期待できなくなってきた。売上は今月とそれほど変わらない。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・安定はしている。しかし一部が良いだけで、末端まで良くなるには時間がかかる。
都市型ホテル（経営者）	・愛知万博の開催期間中は現在の状況が続く。
都市型ホテル（支配人）	・2、3か月先はまだ愛知万博の開催期間中なので、強気な調子は続く。
都市型ホテル（従業員）	・予約件数、問い合わせ件数はこれまでと変化がない。
都市型ホテル（スタッフ）	・当地域では愛知万博関連の需要も少なく、引き続き予約状況はあまり良くない。
都市型ホテル（スタッフ）	・愛知万博終了までは現在の好調が続く。
旅行代理店（経営者）	・イベントは一過性であり、今後は財布のひもは固くなる。
旅行代理店（従業員）	・愛知万博関連の集客を見込んでいる。
通信会社（企画担当）	・愛知万博の関連行事が続くため、当分は景気に良い効果がある。
テーマパーク（職員）	・最近の来客数と予約状況から判断すると、今後も大きな変化はない。
テーマパーク（総務担当）	・愛知万博来訪者の誘客はあまり期待できない。また近隣に新しい大型商業施設ができた影響で、誘客はさらに見込めなくなっている。
ゴルフ場（経営者）	・ゴルフをする余裕が無い人が増えている。3か月先の予約件数は昨年と変わらない。
ゴルフ場（営業担当）	・現在のゴルフ場経営の状況をみると、先行きは不透明である。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・サービス品質を向上させれば今後の受注増につながることは明らかなが、慢性的な人員不足で現行のサービス品質を維持していくことで精一杯である。
設計事務所（経営者）	・今後2、3か月先の案件数には変化がない。
住宅販売会社（従業員）	・店舗部門、建築部門、一般建築部門では順調に推移するが、アパート部門は非常に厳しい。
百貨店（外商担当）	・ここ2、3か月は来客数が少ない。今後もこの状況は続く。
スーパー（経営者）	・来月には大型店の改装オープンがあり、中小スーパーでは来客数が減少する。
コンビニ（経営者）	・酒類小売業の当店では今は最低の状態である。他店でも赤字経営が多いと聞いている。はっきりした理由は分からないが、この業界はどん底に来ており、今後も厳しい。
コンビニ（エリア担当）	・ガソリン価格が上昇しているため、コンビニに来る客は無駄な出費を抑えようとする。
コンビニ（エリア担当）	・他業種との競合も含め、競争は厳しくなる。
コンビニ（店長）	・夕方から夜10時ごろまでの来客数が伸び悩んでいる。大型、中型スーパーの営業時間の延長が大きな原因となっている。
乗用車販売店（営業担当）	・販売量が少なく利益も上がらない状況が続く。
旅行代理店（経営者）	・愛知万博会場から遠いこともあり、波及効果は今後もない。
テーマパーク（職員）	・愛知万博が閉幕するまでは静観が必要である。
ゴルフ場（企画担当）	・ゴールデンウィーク序盤の来場者数は今一歩であったが、5、6月以降の予約件数も前年同期比90%と少し気になる。

やや悪くなる

		設計事務所（営業担当）	・受注がないため、このままでは今後支店閉鎖になるかもしれない。
		住宅販売会社（経営者）	・客の動きが悪い。お金を持っている人が少ない。
	悪くなる		
企業 動向 関連	良くなる	企業広告制作業（経営者）	・地元大手自動車メーカーの好調が報じられているため、この地域の消費マインドも全般的に拡大している。
	やや良くなる	食料品製造業（企画担当）	・原油価格の高騰により包材や燃料の価格が上昇し、原価に影響する懸念はある。しかし商品の動きだけを見ると、依然として低価格商品が売れている傾向はあるものの、付加価値の高い商品も売れ始めている。
		建設業（経営者）	・自動車関連のユーザーからは設備投資の話が着実に増加しており、この傾向は当分続く。
		輸送業（エリア担当）	・予想していた以上に、愛知万博関連の需要が多い。
	変わらない	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・中国関連の報道で仕事を見合わせている会社もなく、今後もこの調子で続く。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・受注量、販売量とも変化はあまりない。
		鉄鋼業（経営者）	・原材料価格の上昇はもう少し進む見込みであるが、製品価格に転嫁出来ない取引先では資金繰りが悪化していく傾向にある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・製品、部品価格を値上げせざるを得ない環境の中で、取引先には値上げを認めてもらっているが、今後は最終商品の価格上昇も生じる可能性がある。そうなると、景気は若干改善しているが個人の収入は増加していないため、全体の景気に水を差す可能性もある。
		電気機械器具製造業（従業員）	・年度初めは受注増になったが、この勢いが続くという情報は少ない。ただし悪くなる要素もあまり無いため、今後は横ばいとなる。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・中国の動向や為替の動きなど、不確実な要因が残っている。
		輸送業（エリア担当）	・貨物量はこのところ通常の季節的な変動で推移しており、良くもなく悪くもない。
		輸送業（エリア担当）	・顧客先の荷動きは活発になる。しかし燃料価格は高止まりすると見込まれ、この分を運賃に転嫁することが難しい。
		広告代理店（制作担当）	・新年度の広告予算を縮小している企業もある。全体をみると、あまり変わらない。
	公認会計士	・自動車関連以外では回復はみられない。また中小企業の淘汰が完了していない。	
やや悪くなる	広告代理店（経理担当者）	・現在は受注が増えているが、新規の取引先がこのまま増えていくことはない。	
	経営コンサルタント	・郊外の古い住宅団地での中古物件は売行きが極端に悪い。地価はまだ下落傾向にある。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・中国の問題で、海外向けの開発案件にかげりがみえ始めている。	
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となる新規住宅着工件数が大きく減少している。	
	非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画担当）	・引き合い等が減少している。特に建築関係では端境期に入ってきている。	
雇用 関連	良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・眼鏡関係、電子部品、食品、機械工具の商社やアルミ、鋼材、機械工具などの製造業、情報、物流、損保、生保などの求人意欲が高い。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・自動車関連の需要は依然として伸びており、オーダーに応じきれない状況にある。ただし特に高度な技能を有する人材の不足から、成約に結びつかないケースが増えている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人数は高止まりしている。経験者だけでは充足できず、若年の未経験者まで対象とする企業も増えている。
		民間職業紹介機関（職員）	・あらゆる業種から求人が入っているため、秋口までは堅調に推移する。ただし、現在の人手が足りないため、急場をしのぎたいといった様子である。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・製造業をはじめ減速する要素が少なく、今後も好調を維持する。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・正社員化が進んでおり、増加傾向にあった請負、派遣の求人数はやや減少に転じている。
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・中部国際空港、愛知万博、新しい大型商業施設などの開業効果に後押しされて、依然として人手不足感が強い。	

	職業安定所（職員）	・求人数は増加しているが、人件費の削減のためアウトソーシングが更に進んでおり、派遣や請負などの求人が増加する。
	職業安定所（管理部門担当）	・企業経営は好調であるが、それが雇用にはあまり反映していない。この状況は今後もしばらく続く。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣の新規オーダーは減少傾向である。その一方で派遣求職者数は増加してきている。
	求人情報誌製作会社（編集長）	・正社員募集は今後減少する。また愛知万博景気はあるものの、アルバイトの募集も減少する。
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・労働力不足が続いているが、現在がピークであり、今後求人は減少する。
悪くなる	-	-