

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（-：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）	・景気対策の効果は今後も続く。ただし、選挙期間中は停滞する。	
	やや良くなる	一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・取引先の飲食店では、利用する企業からの問い合わせが増えてきていると話す経営者が始めている。	
		一般小売店〔書店〕 （経営者）	・ここ3か月間ほどは、来客数が前年同月を10%超えているが、今後もこの傾向は続く。ただし、客単価は前年同月より10%弱低下しているため、客単価の回復がもう少しあればと考えている。	
		一般小売店〔薬局〕 （経営者）	・最近では、全体的に客に余裕が出てきている。きちんと説明して納得されれば、高額商品でも購入する客が増えてきているため、今後は良くなる。	
		コンビニ（店長）	・競合店が淘汰されたため、その客が流れてきている。今後もそれが売上増につながる。	
		家電量販店（店員）	・省エネ家電のエコポイント制度の効果は、今後も継続する。	
		乗用車販売店（経営者）	・秋口に新型車が投入されることと、購買心理が改善していることを考えると、少しは良くなる。	
		乗用車販売店（従業員）	・経済対策の認知度が今より高まり、更に効果が出てくるため、今後は少し良くなる。	
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税と補助金により、今後も当分は販売台数の増加が見込める。ただし、1台当たりの単価は大幅に低下していく。	
		乗用車販売店（従業員）	・下げ止まりつつあり、動きが若干出てきている。なお厳しいながらも、動き始める雰囲気がある。	
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカーの購入補助金の期限及び補助金予算の消化が意識されて、消費者に焦りが出てくるため、積極的な購買に出る可能性がある。	
		テーマパーク（職員）	・高速道路料金引下げが平日にも適用されるため、観光に寄与する。	
		変わらない	商店街（代表者）	・納入業者等の話や様子では、良くなる雰囲気は感じ取れない。客の購買意欲もなかなか上昇してこない。
			商店街（代表者）	・今は極端に悪く、底に近い状態にある。今後も客の収入が増えない限り、売上の増加にはつながってこない。
一般小売店〔惣菜〕 （店長）	・景気の底は過ぎているようにも思うが、まだ安心してお金を使える雰囲気ではなく、すぐに状況が良くなることはない。			
百貨店（企画担当）	・小売業では、安定感はまだ表れていない。企業業績や設備投資が上向いても、消費に波及するには半年以上の時間が掛かるため、楽観はできない。			
百貨店（企画担当）	・今後も低価格化やセール開催など価格戦略の見直しを行っていくが、今月の動きを見ていると価格戦略への反応も限定的になっており、全体の需要喚起にはつながらない。			
百貨店（企画担当）	・7月のクリアランスは最初の日曜日までは動きがあったものの、その後は前年を大きく下回る日が続き、月末までその流れが続いている。8月以降も、この流れは変わらない。			
百貨店（販売担当）	・最終セールが終了し、秋冬商材に完全に切り替わっている。定価のプロパー商品の売上がどうなるか若干不安はあるものの、メーカー側も例年に比べて低単価商材を充実させてきている。客の中にも気に入ったものであればセール品よりもプロパー商品を選ぶ動きが出てきているため、セールの好調な流れをプロパー商品の売上に引き継げる見込みはある。			
百貨店（販売担当）	・生活水準を落としていないと感じられるギリギリのところまで消費は下げ止まり、そこに新しい価値基準が生まれつつあるため、当面はこの水準をキープしていく。代替消費が常態化し、商品1点当たりの単価の低下も継続する。			
百貨店（外商担当）	・現在景気は底にあるが、今後良くなるとは考えられない。労働時間、給与、賞与のカットがまだ続いているが、会社を存続させていくためには今後も当面このような対処をせざるを得ないと、取引先企業の経営者からは悲観した声が聞かれる。			
スーパー（経営者）	・3か月後も、消費はまだまだ伸びない。企業は採算を合わせるために、全ての経費を削減すべく一層努力する。人件費も削減されて、その結果、雇用は伸びず消費も増えない。			

スーパー（店長）	・総選挙の結果によって、今後は若干変わる。景気がやや良くなっている企業も出てきているが、まだまだ厳しい業界もあり、小売業にとっては今後もあまり大きな変化はない。非常に厳しい状況下で、単価は下落し、買上点数の増加も見込めない。
スーパー（店長）	・賞与など所得の減少が影響しており、客の買物姿勢は大変堅調である。各社の特売強化による単価の低下は今後も続くため、客単価の低下も依然として続く。
スーパー（店員）	・夏の商材の動きが、あまり良くない。秋の商材の準備もできていないため、今後も変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・売上は当面、現状のような厳しい状況が継続する。
コンビニ（エリア担当）	・今が底であり、工場の稼働率が上がり残業も増えているため、今後はそれがコンビニにも波及してくる。しかし、個店ベースで見ると、近隣に出店を控えている店もあり、競合が厳しくなる。
コンビニ（店長）	・昼間のサラリーマンの来客数や購入単価の現状をみると、今後良くなるとは思えない。また繁華街に近いが、夜の来客数が増えるとも思えない。
コンビニ（企画担当）	・民間の冬のボーナスも、減額になりそうである。しかし、総選挙後の政策によっては、気分的に好転する可能性がある。
衣料品専門店（販売企画担当）	・まだまだ、消費は回復してこない。新規案件の話は多くなってきているが、実需には結び付いていない。
家電量販店（店員）	・今秋に新型OSが発売されるが、問い合わせは多くなく、盛り上がりには欠ける。
乗用車販売店（従業員）	・8月以降、多くの車種で商品強化が実施される。主力車種も、ようやくエコカー減税の対象になる。今後、各社が減税対象車を投入してくるため、市場はある程度活性化する。ただし、全体の販売規模の縮小傾向は続くため、厳しい販売環境は変わらない。
乗用車販売店（従業員）	・購入予定はまだ先であったが補助金によって前倒して車を購入する客がある一方で、長く乗りたいとディーラーで整備する客も増えてきている。今までになかった変化が感じられ、良くなる雰囲気はあるが、当面は変わらない。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・8、9月は連休があるため、お金は余暇を過ごすための費用に充てられ、買物は最低限にされる。
一般レストラン（スタッフ）	・常連客まで来なくなっている様子は見られないが、新規の客は増えておらず、常連客の注文単価も変わっていないため、今後良くなる兆しはない。
観光型ホテル（経営者）	・追加の経済対策の効果は、あまり出ていない。効果はいつ表れるかと期待しているが、なかなか出ない気がする。製造業を中心に底が完全に見える状況が来ない限り、好転することは考えにくい。
観光型ホテル（販売担当）	・目先の夏休みは多少良いようであるが、9月の予約状況が悪いため、良くなるまでは言えない。
都市型ホテル（営業担当）	・自動車の一部に増産がみられるなど明るい話題はあるが、その波及効果が表れるのはもっと先になる。客の動きにも変化は見られない。
都市型ホテル（従業員）	・予約数の動きに変化はない。
旅行代理店（経営者）	・総選挙があり、落ち着くまでに時間がかかるので、9、10月はあまり変わらない。
旅行代理店（従業員）	・10月以降に燃油サーチャージが復活するため、海外旅行の申込は鈍化する。新型インフルエンザの変異、再流行や燃油高騰の不安もある。9月の大型連休の旅行申込も、ゴールデンウィークと比べると、今のところ少ない。
タクシー運転手	・今月は中元、セールがあり、以前ならば百貨店周辺のタクシー需要が増える時期であったが、今年は通常月と変わらず、タクシー利用客も少ない。今後も、このような財布のひもが固い状況は続く。夜の街でも、水、金曜日以外は若い年齢層の動きがあるだけであり、多忙感はない。6月には感じられた多忙感も、今後は全く感じられなくなる。
タクシー運転手	・景気対策によりエコカー、テレビ、家電製品などのエコ製品がよく売れているようであるが、夜のタクシー客が増えるわけではないので、現状維持である。
タクシー運転手	・何か月間もどんだの横ばいが続いており、3か月先も良くならない。

	タクシー運転手	・長距離はもちろん中距離でも電車で帰宅する人がまだまだ多く、今後も以前のような売上には回復しない。
	通信会社（サービス担当）	・法人からの申込は増えつつあるが、地上デジタルの影響か、ケーブル会社など他事業者へ移行する個人が増える。
	ゴルフ場（経営者）	・3か月先までの予約数は、前年並みにまで回復している。ただし、客単価は10%ほど低下している。コンペも減っており、見通しは引き続きあまり良くない。
	美容室（経営者）	・客との会話では、景気が良い話題があまり出てこないの で、この状態が当分続く。
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・秋以降に再流行が懸念される新型インフルエンザ対策の商品販売を企画しているため、特需も考えられる。
	設計事務所（経営者）	・企業からの案件数は低水準で安定しており、回復の兆候もみられない。
	住宅販売会社（従業員）	・回復する要素は見当たらない。当分横ばいが続く。
	住宅販売会社（従業員）	・来客数は微増になるが、政治不安の継続とガソリン価格の高騰により、買い控えなどの様子見は今後も続く。
やや悪くなる	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・贈答品は、エコポイント制度の恩恵を受けない。車、家電等の需要は増えても、贈答品に関しては縮小や買い控えが起きる。
	百貨店（経理担当）	・食料品の一部を除き全体的に、売上、来客数は不振が続く。
	百貨店（販売担当）	・景気対策の効果にも陰りが出てくると思われるため、苦戦する。
	スーパー（経営者）	・4月以降悪い月が続いており、底は徐々に見えてきている。しかし、ボーナス等の支給額が良くないため、2、3か月後にはその影響が出てくる。
	スーパー（店長）	・競合店との競争のため、無理して値下げ販売しなければならぬ状況になっている。客も、少しでも安い商品、単価が低い商品を中心に買物している。今後もこの傾向が続くため、更に厳しくなる。
	コンビニ（経営者）	・現在は新規の中元などで何とか売上を維持しているが、その分を除くと、例年と比べて約1割悪くなっている。当分の間、良くなる気配はなく、ますます悪くなっていく。
	コンビニ（商品開発担当）	・地域の労働人口の減少は下げ止まった感があるが、長期の業績低迷に伴う給与の減少が消費に反映してきているのか、単価を下げても売行きは良くない。また、おにぎり、パン、カップ麺等の低単価商品の売上も落ち込んできており、今後は一段と厳しい。
	住関連専門店（営業担当）	・新築住宅、分譲マンションは需要と供給のバランスが崩れているが、需要が増える見込みは当分ない。民間公共工事も現状で飽和しており、リニューアルか改修工事が見込まれるだけである。
	一般レストラン（経営者）	・総選挙があり先行き不透明であることから、買い控えや支出の抑制がますます増える。
	スナック（経営者）	・繁華街では、閉店が増えてきている。大型連休を控えて、ますます静かな状態になる。客との会話でも、年内は良くなる要素がなく、厳しさが続くという話が多い。
	旅行代理店（従業員）	・選挙の年は、旅行需要が落ち込む傾向がある。そのため、夏以降もやや悪くなる。
	通信会社（開発担当）	・当社の回線サービスから他社に契約変更する件数が、その逆の契約変更件数を上回っている。
	パチンコ店（経営者）	・客単価の低下と来客数の減少は今後も続く。業界全体が1円パチンコなど低単価に移行しつつあり、薄利多売の傾向は一層顕著になる。
	理美容室（経営者）	・客との話によると、仕事量は前年に比べて3分の1に減ったとのことである。今後はその影響が出て、景気はもっと悪くなる。
	設計事務所（経営者）	・総選挙があるため、やや悪くなる。
	住宅販売会社（経営者）	・ボーナスの金額を見てから考える人が増えており、冬のボーナス前の時期は様子見でやや悪くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・新築住宅よりもリフォームが志向されているため、建設業界は潤わない。今後は業界全体が一段と冷え込む。
	住宅販売会社（企画担当）	・総選挙を控えて、客は先行きを不安に思っているため、支出ができず、契約がまとまりにくい状況が続く。
	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）	・新築関係の見積・引き合いがほとんどない。

	悪くなる	百貨店（外商担当）	・現在の流れからみて、当面明るさは見えない。これまで選挙時期には売上が減少することがあったため、見通しは全く良くない。
		スーパー（経営者）	・自動車、オートバイ産業の下請企業が大変な影響を受けており、購買者は特売品など安い商品だけを買っている。今後もこの状況は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・既存店の来客数の減少が止まらない。今後も競争店の出店が多く、先行きは暗い。
		コンビニ（店長）	・国産の第3のビールよりも安い輸入品の第3のビールの売上が増えている。自宅待機の労働者の話も聞き、不景気はまだまだ続く。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・セールの前倒しを行っても、期待した効果はない。今後はますます必需品以外は買わない傾向が強まり、現状よりも一段と悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約客の動きや一般客の動きをみても、回復の兆しは全くない。
		一般レストラン（経営者）	・今年に入り、来客数は月ごとに激減している。良くなる見通しは全くない。
		旅行代理店（経営者）	・製造業、建設業が顕著に悪化しており、今後良くなる材料は全くない。
		旅行代理店（経営者）	・当地域では今後も正社員の解雇が進むため、景気は悪化する。
		テーマパーク（職員）	・入場者数の激減は、今後も続く。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	紙加工品〔段ボール〕 製造業（経営者）	・主な取引先である自動車関連向けの梱包材が伸びてきており、今後は良くなる。
		一般機械器具製造業 （営業担当）	・自動車産業では在庫調整が終了し、設備投資の計画が始めており、今後に向けた引き合いも増えてきている。
		電気機械器具製造業 （経営者）	・先月、今月の状況を見ると、最悪期を脱している。8月以降の動向は不透明であるものの、自動車を始めマイコン、半導体は当初の見込みを確実に上回る。
		電気機械器具製造業 （営業担当）	・株価は底を打ったように思えるし、内需関連では政府の景気対策の効果が現れる。
		輸送用機械器具製造業 （統括）	・主力取引先の新製品がヒットし、臨時的期間工等の採用もある。今後はますます良くなる。
		輸送用機械器具製造業 （総務経理担当）	・完成車メーカーから、エコカー減税や補助金の効果によって対象車種が売れるため、発注量が増えて増産すると聞いており、多少は良くなる。
		輸送業（経営者）	・底打ちしたとの認識から、生産量の内示は回復基調にある。
		通信会社（法人営業担当）	・政府の景気対策によって、上向いてくる。
		金融業（企画担当）	・不動産価格が下落していることから、動きも始めている。自動車業界でも、少しずつではあるものの、明るい兆しが見え始めている。今後は若干良くなる。
	変わらない		食料品製造業（企画担当）
		パルプ・紙・紙加工品 製造業（総務担当）	・取引先は、少しずつ今の悪い状況を脱しつつある。しかし、全体的には今後もあまり変化がない。
		化学工業（企画担当）	・今年度の上半期は不調であったが、エコ関連の特需などにより、下半期は持ち直す。ただし、良くなる状況にまでは到達しない。
		窯業・土石製品製造業 （社員）	・数量ベースでは少しずつ回復の兆しが見られるが、異常な競争によって販売価格が厳しいことと、客先の工程見直しに伴う利益率の低下が著しく、今後も変わらない。
		一般機械器具製造業 （経理担当）	・受注先の下半期の予算は、当初予算から下振れするという情報がある。
		電気機械器具製造業 （経営者）	・自動車、食品関連等の一部では良い話も聞かれるが、設備投資関連機器に関してはまだ不透明感があり、設備投資には至らない。短期間で上向く兆しはない。
		電気機械器具製造業 （営業担当）	・今までの見積がどの程度受注に結び付くか、まだよくわからない。
		輸送用機械器具製造業 （財務担当）	・乗用車販売の状況は本格回復からは程遠いものの、ハイブリッド車関連部品の受注残が年内までであるため、変わらない。
		輸送業（従業員）	・一部では生産が回復している業種が見られるが、一般の日用雑貨や食品関係の荷動きは、依然として低迷している。
		輸送業（エリア担当）	・景気が良くなるような良い案件は、今のところない。

	輸送業（エリア担当）	・例年ならば真夏に動く荷物が動いていないなど、景気が良くなるような荷物の動きがみられない。
	輸送業（エリア担当）	・主要荷主からは、当分の間、荷物が増えてくるような明るい話が聞こえてこない。
	金融業（従業員）	・自動車製造業の客が多いが、ハイブリッド車の生産に関わる人は忙しいが、それ以外では労働時間の短縮も相当あるため、全体の回復にはなかなかつながらない。
	広告代理店（制作担当）	・企業の広告予算は縮小しており、今後につながる新しい動きもほとんど見られない。
	会計事務所（職員）	・中小企業者の回復は大企業次第であるが、自動車産業の下請部品製造企業は、少しずつ受注が戻ってきている。小売関係では、中小小売業者は大型スーパー等に価格面で対抗できないため、引き続き苦しい。
	会計事務所（社会保険労務士）	・顧問先企業の状況には良くなる要素が見当たらず、悪い状態が続く。
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・引き合いや見積の問い合わせは、多少出始めてはいるものの、以前の状態にまでは戻っていない。先行きに明るさは見えていない。
やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・仕入れ先メーカーからは単価値上げの要求がある一方で、客からは製品価格の値下げを要請されている。厳しい単価交渉と仕事量が少ないなかでの仕事の奪い合いは、今後も激化する。
	金属製品製造業（従業員）	・目立った建設プロジェクトがないため、今後は仕事量の確保に苦しむ。
	不動産業（経営者）	・在庫調整のための販売価格の引き下げが続くため、財務内容の良くない企業が危うくなるとの情報がある。
	不動産業（管理担当）	・テナント需要は、今後もますます悪化する。それに伴い、オフィスの単価引き下げ交渉があるため、不動産賃貸業はまだまだ下降する。
悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の先行きを左右する住宅着工件数は、今年3～5月の累計で、前年11月～今年1月の累計と比べて9.1%のマイナスとなっている。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合いが減少しているとともに、価格交渉が一段と厳しくなっており、安値受注が続く。
	経営コンサルタント	・自動車の生産は持ち直していると聞かすが、現場の従業員数が増えて雇用が改善されるわけではないため、地域経済の先行きはまだまだ見えない。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	人材派遣会社（経営企画）	・今後は、客の研究開発ニーズは高まることが見込まれる。
	人材派遣会社（社員）	・10月からの予約状況は、例年通りになっている。今後は、例年の水準にまで回復することが見込まれる。
	求人情報誌製作会社（企画担当）	・最も落ち込んでいた製造業でも求人が出されるようになり、回復の兆しが表れ始めている。
	民間職業紹介機関（職員）	・求人数の推移に大きな変化はないが、少しずつではあるものの、増えつつある。4～6月と減り続けていた求人数は7月に落ち着いたもので、これからはやや上向きに転じ始める。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・現在も求人はないが、3か月後も求人はほとんどない。短日数の派遣需要は増えているが、対応できる人材がいない。
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・受注が増える見込みはなく、良くて現状維持である。
	職業安定所（職員）	・先行き不透明により、秋から冬にかけて再び雇用調整する動きが少し見られる。今後は、現状の低水準で推移する。
	職業安定所（職員）	・先行き不透明な状況にあり、設備投資や人件費の節減を計画している企業が見受けられる。
	民間職業紹介機関（社員）	・客先企業の今後の採用計画は、これまでと変わっていない。
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・9月末までの派遣契約が全体の90%以上を占めているが、一部の企業からは契約非継続の申請が既に出され始めている。今後数か月間も厳しい状況が続く。
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・下請の中小製造業者では仕事がなく、金、土、日曜日を休業している工場が結構ある。賃金カットは当たり前であり、社会保険料を納付できない企業も出てきている。リストラか廃業かの選択を迫られる企業もあるなか、雇用を増やす状況は出てこない。