

6. 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式会社）

（-：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 | | 商店街（代表者） | ・購買意欲がみられる。販売増加のところと減少のところか極端である。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・ウナギのかば焼きも前年比5%増加と好調で、全体に売上に勢いがついている。 |
| (東海) | | 乗用車販売店（従業員） | ・会社全体では前年の台数を維持するのがやっとだが、店としては新店舗への移転を控えており、販売台数はかなり見込める。 |
| | | 商店街（代表者） | ・人手不足になり、どんどん景気が良くなってきている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・秋になり涼しくなれば、動きが良くなってくる。 |
| | | 一般小売店〔結納品〕（経営者） | ・このままではどうしようもない。秋になれば少しは良くなる。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・悪い状況が重なったが、底辺からの脱却は早い。 |
| | | 一般小売店〔薬局〕（経営者） | ・夏はバーゲンセール等催物が多い。今年は猛暑のため猛暑関連商品が売れる。ただし、夏の後半にはこれらの一部の商品は品切れする可能性が高い。薬局の調剤はお盆休みの前の駆け込みや調剤日数の増加で忙しい。景気の悪い当地方は、商店街の縮小、土曜日の来客数の減少が大きな問題である。 |
| | | 一般小売店〔書店〕（営業担当） | ・例年秋期の受注増加が予測される。 |
| | | コンビニ（企画担当） | ・サッカーワールドカップが終わり、東京オリンピックに向けて盛り上がっていく。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・猛暑、天候の影響から判断した。 |
| | | コンビニ（店員） | ・新たに中華まん、おでんの展開が始まるので期待したい。 |
| | | コンビニ（本部管理担当） | ・今年の夏季は好天候に恵まれ、人の流動性が活発になり、特に小売業は特需となる可能性が高い。その状況に鑑みた場合、一時的に景気は良くなる。 |
| | | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | ・猛暑が続き、季節商材が売れる。消費税の引上げを見越した買換えにも期待したい。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・猛暑の影響か客の動きが期待ほどではないが、落ち込む様子はない。じわじわと良くなる方向ではある。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・新型車種が発売される予定である。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・7月の見込み客がまだストックできているが、お盆明けは落ち着いてしまう傾向があり、上積みしておきたい。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・新築住宅、マンションほか、建築関係全般で、来年10月の消費税の引上げまでに、建築を発注し完成させたいという意向の声が多くなっている。 |
| | | その他飲食〔仕出し〕（経営者） | ・東京オリンピック需要により、上向き志向になってくる。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・これから先は天候も順調で、悪い材料もなく景気も少しは良くなる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・今後のスマートフォンの新シリーズに期待したい。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | ・9～10月の予約数は前年同月と比較してそれぞれ順調である。台風等の天候に大きく影響を受けなければ、今後はほぼ順調に推移する。 |
| | | 美顔美容室（経営者） | ・8月～年末まで、ホームケアキャンペーンが始まる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・そろそろ消費税の引上げに向けて準備する時期である。客が動くことに期待している。 |
| | | 商店街（代表者） | ・異常気温のために回答がしづらい。 |
| | 商店街（代表者） | ・今のところ上向く要素が全く見当たらない。 | |
| | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・大きく変わる理由が見当たらない。 | |
| | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・今の状況がまだまだ続く。一般の小売店にとって厳しいものがある。 | |
| | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・飲食店への来客数が伸びず、飲食店でのアルコール販売、飲料の販売が伸びる材料が引き続き見当たらない。 | |
| | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | ・3か月先は現状が続く。個人の財布のひもは固く、伸びていない。その分、富裕層、法人先等が、企業の業績発展のために贈答品、広告宣伝費等を使っており、その売上がある贈答品店は売上が伸びている。しかし、個人の消費は伸びてきていないので、全体的には3か月先も今と変わらない状態が続く。 | |
| | 一般小売店〔果物〕（店員） | ・3か月ほどでは変わらない。 | |

| | |
|----------------------|--|
| 一般小売店〔和菓子〕 (企画担当) | ・中国、米国の経済的な動向が見通せず、現状では何ともいえない。 |
| 百貨店(企画担当) | ・インバウンドの売上は伸びているが、一般客の売上は伸び悩んでいる。特に、7月中旬からの猛暑により、高齢者を中心に外出を控える動きが顕著で、来客数減、売上減の大きな要因となっている。8月も猛暑が続くと思われ、消費に対するマイナス影響が懸念される。 |
| 百貨店(経理担当) | ・米中の貿易戦争や原油高等の不安材料を抱えるが、引き続き、企業業績が堅調に推移することによって、海外出張や国際貨物等のビジネス需要が底堅く推移する。 |
| 百貨店(販売促進担当) | ・日経平均株価も下がる要因がなく安定しており、景況感も余り変わらない。 |
| 百貨店(販売担当) | ・プチギフトや化粧品雑貨等は好調である。文房具は厳しい状況が続いている。そのなかではまだシーズン関連用品の動きが良い。 |
| 百貨店(計画担当) | ・7月は猛暑のため来客数が減少しているが、その他の要因で変調を来している様子はなく、現状維持で進んでいく。 |
| 百貨店(販売担当) | ・購買意欲は高いが中価格傾向になり、大きく変動はしない。インバウンドは安定している。 |
| 百貨店(経営企画担当) | ・8月も平年より暑い日が続く予想であり、夏物衣料は売れるものの、単価自体が下がっており、売上に直接結び付くか疑問である。 |
| スーパー(経営者) | ・10月頃の国内景気はますますだが、米国と中国の貿易戦争は徐々に中国に悪影響が出て、日本は中国に電子部品や自動車部品等の輸出をしており、この部分への影響は大きくなってきていると心配している。しかし、全体的には景気は横ばい状態が続く。 |
| スーパー(店員) | ・来客数は変わっていないが、客単価が良くない状況が続いている。 |
| スーパー(販売促進担当) | ・個々の収入が増えなければ将来の景気回復は望めない。 |
| スーパー(販売担当) | ・販売量が増える材料が見つからない。 |
| スーパー(営業企画) | ・国外情勢は依然不確定だが、直ちに国内消費に影響が出てくることはなさそうである。 |
| スーパー(商品開発担当) | ・来客数は2か月連続で前年比100%を超え好調である。このまま来客数が好調に推移すれば、売上もついてくる。 |
| スーパー(経営企画担当) | ・8月は、お盆セールで多少の売上は期待できるが、9月以降に期待できる物事がなく、見通しが立たない。 |
| スーパー(商品管理担当) | ・ボーナス支給も目立って多くなかったため、消費は変化ない。 |
| スーパー(ブロック長) | ・平成30年7月豪雨の後の猛暑という天候不順の影響やガソリンの値上がり、野菜の値上がり等、不安定な要素ばかりが目立つ。 |
| コンビニ(店長) | ・紙巻きタバコの売上が減少しているが、電子タバコが増加しているため相殺されている。今後、電子タバコの値上げ情報があるので推移を見守りたい。 |
| コンビニ(企画担当) | ・記録的な猛暑のため、飲料の売上は伸びると予想されるが、外出そのものが減ることも考えられるため、大きく改善されることは難しい。 |
| コンビニ(エリア担当) | ・7月は猛暑で追い風であったが、冷たい商品以外の物が売れたかというところではなく、むしろ例年より下がっているカテゴリーが多い。引き続き、楽観視はできない。気温が普通になれば、また従来の状態に戻るのではと懸念している。 |
| コンビニ(エリア担当) | ・新商品、企画の投入に合わせて、店舗での売り込みをかけるなければならないが、人手不足によりマンパワーによる仕掛けがしづらい。 |
| コンビニ(エリア担当) | ・重点管理商品と夕夜間の継続的なキャンペーンを実施することで改善を目指すとともに、秋に向けてのエンタメ関連のキャンペーンをすることで、来店動機を図る。 |
| コンビニ(店長) | ・人の動きは当分変わりそうにない。特に夜は、2～3年前に比べて人の動きが悪くなっている。 |
| 衣料品専門店(売場担当) | ・回復、若しくは悪化する要因が見当たらない。 |
| 家電量販店(店員) | ・現状の来客数の状況から推察すると、良い方向に向かうようには思えない。 |
| 乗用車販売店(営業担当) | ・賃金が上昇傾向にあるとはいえ、ガソリン価格の高騰やいろいろな物の値上げで出費も増えているので、楽になっているという感じは余りない。 |
| 乗用車販売店(経営者) | ・このまま推移していく。 |

| | |
|--------------------------|--|
| 乗用車販売店（経営者） | ・特別変更の要素はない。 |
| 乗用車販売店（従業員） | ・猛暑続きかと思えば台風上陸といった天候異常であったり、ガソリン価格の高止まり等、生活に直結するコストの増加が気になり、なかなか新車商談の話題に乗ってきてもらえない。まだ車購入の出費まで手が回らないといわれ、客の財布のひもはまだ固い。 |
| 乗用車販売店（販売担当） | ・新型車種が発表されたが、思ったよりも売行きが伸び悩んでいる。 |
| その他専門店〔書籍〕（店員） | ・いろいろとイベント等を仕掛けているが、なかなか売上にはつながらず、本離れの影響もあり良くなる要因が見当たらない。 |
| 高級レストラン（経理） | ・夏休みに入り、期待したいところだが、これまでと同様にメリハリをつけた消費が続く。また、政治経済動向の消費への影響が心配される。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・秋まで気温が高い日が多く、やや売上は減少する。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・政権による外交政策が功を奏している状態であるが、世界を取り巻く環境は日本にとって余り良い状況ではない。これからの世界情勢の動向によって、日本の経済は大きく変わってくるが現状は変わらない。 |
| 一般レストラン（従業員） | ・夏休みに消費した分、買い控える。 |
| スナック（経営者） | ・景気が悪い上に今の天候では、とても期待はできない。 |
| その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当） | ・製造業の業績や海外からの観光客も堅調で、消費者の景況感が良い。 |
| 都市型ホテル（従業員） | ・予約数から判断した。 |
| 都市型ホテル（総支配人） | ・宿泊は外国人頼みである。宴会は、忘新年会の本格受注時期に入るため期待したい。 |
| 都市型ホテル（営業担当） | ・引き続き好調に推移する。良くなる材料も、悪くなる材料も見当たらない。 |
| 都市型ホテル（経理担当） | ・平成30年7月豪雨、異常気象等の影響がある。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・酷暑や平成30年7月豪雨被害の影響もあり、客の旅行意識が少し遠のいている。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・物の所有からコト消費に変わりつつあるなかで、ターミナル駅前のような人が集まるところと集まらない郊外での消費に差がついてきている。様々なイベントで集客できる地区の消費は伸びるが、その反面、周辺部での消費は減少傾向である。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・しばらく暑く、台風等の天災等によりどうにもならないところがあるので不安なところがある。このところの暑さで来客数も少ない。 |
| 旅行代理店（営業担当） | ・特に新規の大型客等の旅行案件の情報もなく、今のところ例年並みである。 |
| 旅行代理店（営業担当） | ・家計の景気は悪くない。ホテル宿泊業界の事情で宿泊代金が高くても、旅行を計画した客は申込みをしている。この先の心配事は、過去に前例のない異常気象や猛暑、平成30年7月豪雨の災害による旅行の中止である。特に団体旅行の中止は旅行景気の増減に直結してくるので、注視していきたい。 |
| タクシー運転手 | ・繁華街の人出が少ないのは3～4年前から同じような状態が続いており、なかなか良くなるとは思えない。 |
| 通信会社（サービス担当） | ・新しいサービスやキャンペーン等がなければ新しい客もつかない。 |
| 通信会社（営業担当） | ・勝負ができる商材もないため、このままの状況が続く。 |
| その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員） | ・完全な修復にはまだ3～4か月が必要とされており、以前どおりのサービスが提供できない状態が続く。 |
| その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当） | ・米国と中国の動向がやや不透明だが、大きく変わらない。 |
| 美容室（経営者） | ・平成30年7月豪雨等、異常気象で全体的に暗いニュースが多く、消費を控えている。 |
| 設計事務所（経営者） | ・計画案件の種まき状態が多く、実施設計の実になるのはまだ時間が掛かりそうである。 |
| 設計事務所（職員） | ・最近の政治の動きをみていると、景気に関する話が全く出てきていない。米国も貿易に関して今のような状態では、良くなる要素がない。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・横ばい状態である。大きな変化はみられない。 |

| | |
|-------------------------|--|
| 住宅販売会社（従業員） | ・低迷した状態で、良くなっていくこともなく、これ以上悪くなることもない。 |
| その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者） | ・売り希望の客は増加傾向であるが、買い希望の客が減少している。 |
| その他住宅〔室内装飾業〕（従業員） | ・安定して見積依頼等の引き合いがきている。 |
| 商店街（代表者） | ・今までの傾向を分析してみても悪くなる。周囲からも景気の良い話は全く聞かない。 |
| 百貨店（売場主任） | ・即決買いの客が少ない。ネットや問合せで下調べして、それから店頭に来て買うかどうかの判断をする。メーカーも大量に在庫を持ちたくなく、一度購入を逃してしまうと次の入荷まで待ってもらうことになるが、なかなか入荷が間に合わず、売上也厳しくなっている。取り寄せして客に連絡しても来ない客が多く、やはりその時に商品がないと客の購買意欲はなかなか湧かない。売上は厳しくなっている。 |
| 百貨店（業績管理担当） | ・猛暑により来客数が減少し、洋服等ファッション商材の売上に苦戦している。 |
| スーパー（販売担当） | ・パンの値段が上がった。週の中で一番売れていた日曜日の売上が下がってきたが、平日の売上は変わらない。 |
| スーパー（支店長） | ・異常気象による酷暑で、客の来店頻度が減少している。また、農作物の高騰、入荷不安定により、全てがマイナスに陥っている状況である。この夏は厳しい。 |
| コンビニ（店長） | ・猛暑や特殊な需要がない限り、ドラッグストア等との競合が続き今後とも厳しくなる。 |
| コンビニ（商品開発担当） | ・猛暑の影響が売上を押し上げている。この効果は気温とともに減少してくる。 |
| 衣料品専門店（販売企画担当） | ・客に話を聞いても、まず、暑い、余り服を買わなくなっている、と言っていた。 |
| 家電量販店（店員） | ・エアコンや冷蔵庫が好調に売れた反動が来る。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・例年8月は動きが鈍い。来店動機につながるイベントで需要喚起をしていきたい。 |
| 乗用車販売店（従業員） | ・ここまでは順調にきているが、予約数も少なく今後はそんなに変わらない。 |
| 乗用車販売店（従業員） | ・大きな自然災害が起こる心配がある。これ以上何かまた起これば、景気はどんどん悪くなっていく。 |
| その他専門店〔雑貨〕（店員） | ・米中の貿易摩擦による中国の景気後退が、年末商戦にマイナス要因である。 |
| その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当） | ・売上高は前年比プラス1.3%、来客数は前年比マイナス0.9%で推移している。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・このところの天候の不安等で、備えるために余分な金は出すことは少なくなる。 |
| 観光型ホテル（経営者） | ・温泉が設備の関係で一時止まった時期があった。今は回復しているが、マイナスのイメージを客はもっている。前年は大河ドラマの効果が秋口まで続いたので、それに対する反動を考えるとまだ悪くなる状況もある。何らかの景気対策もなく、この厳しい状況が更に継続するということが想定される。 |
| 観光型ホテル（支配人） | ・既に先の募集团体客にもキャンセルや人員減少の傾向が出ており、予断を許さない状況となっている。風評被害といえるかどうか、少なからず継続して影響は避けられない。 |
| 都市型ホテル（経営者） | ・貿易戦争等不安定要素があり懸念している。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・天候の不安定な状況が続いており、レジャーにかかる企業は大打撃な状態である。 |
| タクシー運転手 | ・タクシーは高い乗り物で、利用する人が減少してくる。 |
| 通信会社（企画担当） | ・異常気象はまだまだ続くものと思うが、人手不足や人件費の上昇、流通経費の上昇等も進み、景気回復は難しい。 |
| 通信会社（営業担当） | ・今後も、現状の状態が続き、減少傾向にある。 |
| 観光名所（案内係） | ・異常な暑さが続いている。今後、台風の発生が多くなるのではないかとみている。これは経済にかなり大きな打撃を与える。 |
| パチンコ店（経営者） | ・監督官庁の規制強化により業界全体が沈下している。 |
| 理美容室（経営者） | ・客との話で給与も上らず、3か月先も良くならない。 |
| 美容室（経営者） | ・人口が減少するということは、業界に良い影響はない。 |
| その他サービス〔介護サービス〕（職員） | ・障害者支援施設に依頼される加工業務は増加傾向にあるが、手作業での組立てであるため効率が悪く、なおかつ加工賃も上げにくい。残業による人件費の上昇で経営状態は悪化している。 |

| | | |
|----------------------------|---------------------------------------|--|
| | その他サービス〔介護サービス〕（職員） | ・厚生労働省より介護保険福祉用具貸与サービスの上限価格が公表された。商品ごとの全国平均価格を基準に設定されたものだという。付加価値サービスをつけて価格設定をしている事業者からしてみれば、売上減少と契約更新手続きにかかるコストアップとのダブルパンチの影響となる。 |
| × | 商店街（代表者） | ・60代以上の世帯が主な客であるが、白物家電の単価の上昇もあり年々購買力が落ちてきている。この傾向は続く。 |
| × | スーパー（店員） | ・この暑さもそうだが、平成30年7月豪雨でも当地域の枝豆畑が、河川の増水によって大きな被害が出ている。野菜や果物の価格が高騰しているの、しばらくの間は我慢が続く。 |
| × | 一般レストラン（経営者） | ・宴会の需要がなくなる。 |
| × | テーマパーク（職員） | ・災害の影響で風評被害が落ち着くまでは難しい。また猛暑で外出が見込めない。 |
| × | 美容室（経営者） | ・今から暑くなるので、今月と一緒の状態である。 |
| × | 理容室（経営者） | ・年々悪くなるばかりである。景気が良くなるとは思えない。 |
| × | 住宅販売会社（経営者） | ・土地、住宅、資材の価格が上昇傾向で、売行きが悪化するのではないかと心配である。 |
| 企業 動向 関連 (東海) | - | - |
| | 化学工業（営業担当） | ・値上げの決着先が9～10月で、ある程度見込めている。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | ・年末にかけて客が設備投資等をやる機会がもてる。 |
| | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・働き方改革の需要は東京オリンピック開催の年までは続く。 |
| | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当） | ・10月以降増産すると完成車メーカーから聞いている。 |
| | 通信業（法人営業担当） | ・いろいろな数値が景気回復を示している。しかし、実感が今一つ伴わない。不安材料は、異常気象による野菜の値上がり、ガソリン価格の高騰、一般家計には痛手の材料があり、主婦の財布のひもはまだ固い。 |
| | 金融業（従業員） | ・建築業、物流、自動車産業等において、工場や作業等の人手が足りない。若干だが仕事量が多く、将来にわたっても生産量の予定を多めに組んでいる。 |
| | 不動産業（経営者） | ・8月以降は例年と比較して晴天の日が多くなると予想されており、当面の景気は良い状態が継続し、売上は前年同月比100%以上で推移する。 |
| | 食料品製造業（経営企画担当） | ・8月に販売が伸びなければ夏物商材の在庫負担も大きくなり、下期の成績に悪影響を及ぼす可能性もある。 |
| | 食料品製造業（営業担当） | ・特定の商品の需要は増えているが、全体の平均としては横ばい傾向にあることから、先の見通しは変わらない。 |
| | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問） | ・例年は秋の需要で景気は良い方向へ向かうが、今年は関与先から良い情報が入らず、景気は現状と同じで変わらない。 |
| | 化学工業（人事担当） | ・今後景気が更に良くなるほどの理由が見当たらない。 |
| | 化学工業（総務秘書） | ・特段の不景気要因が見当たらない。 |
| | 窯業・土石製品製造業（社員） | ・半導体のみならず、自動車関連の消耗品の品薄感が続いており、現在の好況がしばらく続く。 |
| | 鉄鋼業（経営者） | ・受注量、見積量も増えておらず、今後の仕事量が伸びていく感覚がない。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | ・引き合いも横ばいで、現状と変わらない。 |
| | 金属製品製造業（従業員） | ・受注は引き続き堅調で、忙しい状態が続く。 |
| | 一般機械器具製造業（営業担当） | ・部品不足により設備の納期が長くなったため、客が計画をかなり前倒しして発注していた。ついに、その前倒し分を全て受注してしまったため、もう精度の高い引き合いが残っていない。 |
| | 一般機械器具製造業（経営管理担当） | ・受注量は安定して推移している。 |
| | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・傾向が変わる要素が見当たらない。 |
| | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・建設業界においては2020年の東京オリンピックまでは堅調に推移する。 |
| | 輸送用機械器具製造業（管理担当） | ・残業計画から、変わらないと思われる。 |
| | 輸送用機械器具製造業（製造担当） | ・余り変化がない。 |
| 建設業（役員） | ・これ以上良くなる素材は見当たらず、今の状況をキープし、横ばいで推移する。 | |
| 輸送業（経営者） | ・物流業を離れ、環境、待遇の良い業界に向かう人がこれまで以上に増えている。 | |

| | | |
|------------------|---------------------|---|
| | 輸送業（エリア担当） | ・景気の先行きが分かりにくくなっており、海外取引は慎重になり、手控えがあると推測している。 |
| | 輸送業（エリア担当） | ・燃料の軽油が前年比22円10銭と大幅な値上げになっている。貨物の荷動きが少し良くなっているが、運賃値上げは思うようにはならない。景気は変わらない。 |
| | 輸送業（エリア担当） | ・7月の取扱物量が前年比で下回る日が増えてきており、この状況は8月をみないとキャッチできないことがあり、先行きに関してはもう少し時間が必要である。 |
| | 輸送業（役員） | ・全体的には輸送物量は減少傾向にあるが、猛暑で例年以上に季節商材の荷動きが活発で、しばらくは続く見込みである。しかし、トラック燃料の軽油価格が高騰しているため業界全体としてはコスト増になっており、経営に与える影響が今後出てくる。 |
| | 輸送業（エリア担当） | ・単価は高止まりしており、ここからの更なる伸びは難しい。 |
| | 通信業（法人営業担当） | ・今年の猛暑で、うれしい悲鳴を上げるのは清涼飲料事業やエアコン等の電化製品を扱う業種のみである。その他は、そもそも事業を担う人間がやる気をそがれて、新たな提案やアイデアが浮かんでこない。 |
| | 金融業（企画担当） | ・個人投資家は、日経平均株価も為替も大きく動いておらず、含みも余り動いていないことから様子見で、含みが大きくなってこないと消費に向かいづらい。その他個人は給与が増えてこないと消費に向かいづらい。当面このような景気が続く。 |
| | 不動産業（経営者） | ・今後も大きな変化は予想できない。 |
| | 不動産業（用地仕入） | ・特段のトピックスはない。 |
| | 行政書士 | ・貨物が変わらない。 |
| | 公認会計士 | ・中小企業を取り巻く経済環境に大きな変化はない。金融機関が、相変わらず自身はリスクを負わない担保・保証主義である。 |
| | 会計事務所（職員） | ・月例給与も夏のボーナスもさほど増えていないため、大きな消費に回るとは思えない。 |
| | 会計事務所（職員） | ・小規模小売店の自然とうたが景気に及ぼす影響は不明であるが、個人消費の増加がなければ良くも悪くもない。 |
| | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | ・働き方改革、36協定等で自社、他社共に規制の緩和がない限りどうしようもない。 |
| | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | ・円安状態のため、日本での生産に軸を取っている様子がかがえる。米国大統領の経済政策により、日本の輸出が厳しくなれば現地生産が増加し、国内生産も厳しくなる。 |
| | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当） | ・今年の異常気象で、ずっとエアコンをつけ、電気代が上がることを心配する人がたくさんいる。 |
| | 建設業（経営者） | ・国会議員の余りのだらしなさと、役人の目に余る不正等の行動ばかりで、良くなるとは思えない。 |
| | 通信業（総務担当） | ・現時点で、政府の経済対策として具体的なものが提示されていないため、直近の希望が湧かない。キャッシュレス化を推進するのが現在のATM中心でいくのか国の方向がみえてこない。悲しいが、自然災害が8～10月で発生するリスクも高いため、全てにおいて買い控えるマインドが定着してきている。 |
| | 広告代理店（制作担当） | ・秋に向けての引き合いが余りなく、具体的な材料が見つからないのが現状である。 |
| | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・折込広告の受注量が日に日に少なくなっている。 |
| | x | - |
| 雇用 関連 (東海) | | - |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・自動車関連企業の開発テーマは前倒しで進めていくケースが増えている。2～3か月先は半期の切れ目ということもあり、上期の成績次第で、更なる投資を進める企業が出てくる。それに伴い、当社への引き合い件数も増える可能性がある。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・一旦落ち着いた採用意欲が、下期に向けて上がってくる。4～7月くらいは、主に新入社員の教育に時間を費やしていた各企業が、人事異動や中途採用に目を向ける。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・現状の企業の求人動向、労働法令対応状況等から、景気動向はやや良くなっていく。 |
| | アウトソーシング企業（エリア担当） | ・当地区の自動車生産体制において、平成30年7月豪雨の影響はほぼなく、下期の生産目標が上向きのためやや良くなる。 |
| | 職業安定所（職員） | ・求人は高水準を維持しており、人手不足も厳しいが転職市場は活発になる。 |

| | | |
|---|-----------------|---|
| | 民間職業紹介機関（窓口担当） | ・派遣就業者の年齢層は直接雇用で決定することも多く、登録者の2極化は変わらずで、経験の少ない第二新卒や事務未経験者、若しくは専業主婦からのブランク明けの40代が多い。夏季休暇を長期期間の間に交代に取る企業も増えたことから、来月は案件の動きが鈍くなるが、9月からは四半期のキリもよく案件の動きも活発になるため登録者も増える。 |
| | 人材派遣会社（経営企画） | ・特に変動の要因はない。 |
| | 人材派遣業（営業担当） | ・引き続き災害対策を検討する企業が多く、景気上昇につながる投資が控えられる。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・7月が良いので、イベントに関しては天候にもよるが、悪くなるかもしれない。 |
| | 人材派遣会社（企画統括） | ・景気に変化する特段の要因がない。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・ポジティブな材料が見当たらない。 |
| | 職業安定所（所長） | ・世界的には不安要素はあるが、企業からの情報、求人や求職の動向をみても変わる要素が見当たらない。 |
| | 職業安定所（所長） | ・当地における製造業、物流等の産業へ平成30年7月豪雨や台風等の及ぼす影響は小さく、離職者が増加してくる要因も特に見当たらない。 |
| | 職業安定所（次長） | ・雇用関連では猛暑や災害復旧に関わる様々な需要が発生するが、それに付随した労働力の確保は容易でない状況から、景気に与える影響は少ない。 |
| | 職業安定所（次長） | ・企業の業績は好調との声を聞く一方で、人手不足により受注制限しているとの声を聞く。 |
| | 民間職業紹介機関（支社長） | ・貿易摩擦はメーカーに影響が出そうではあるが、不透明である。 |
| | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・採用決定者数の伸長度はこれまでと変わらず、お盆を挟んで転職希望者の動向は多少緩やかになる。 |
| | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・保険診療制度の改定により、従来無条件かつ上限のなかった医療機関の一部で、医療専門職者の採用に抑制が働いている。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・8月の閑散期に一旦落ち着き、9～10月の繁忙期に再度、求人数と求職者の動きが活発になる。 |
| x | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・確実に採用できるケースにしか企業は費用をかけなくなっている。ダイレトリクルーティングが中心になっており、募集広告は激減する傾向はますます強くなる。 |