

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 (東海) | | 商店街（代表者） | ・北朝鮮問題が改善しつつあるので、良い方向へ向かう。 |
| | | 一般小売店〔土産〕 （経営者） | ・政治の混乱を除けば人々の顔つきは明るくなっている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・閉店セールが始まるため新規客の来店が増えつつあり、セール商品が購買意欲をかきたて、大量購入につながる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・前年同期に比べて良く、少し先にも期待もてる。仕入れは増加していないが、販売が増加しており良い状態である。 |
| | | 商店街（代表者） | ・客には購買意欲はみられるので、ゴールデンウィークは入客が多くなり販売量につながる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・市街地の売店の客単価が上昇してきている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・平日はビジネスシューズ、週末になるとカジュアルシューズが売れていたが、4月に入ってからビジネスもカジュアルも関係なく平均的に売れていて、客層も均等になってきている。若い夫婦が百貨店で購入する機会も多くなってきており、売上が増加している。景気は良くなっている。 |
| | | 百貨店（経営企画担当） | ・急激な株価の変動はないものの、衆議院の解散等がささやかれており、過去の動向から、消費に水を差すことがないか懸念される。 |
| | | スーパー（店長） | ・4月末で競合店の出店から1年が経過する。前年比100%を超える推移となり、ドラッグストア等に流れていた菓子も売上が戻り始めている。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・加工食品と生鮮食品で新商品の拡販に努める。 |
| | | スーパー（支店長） | ・気候も良くなり行楽シーズンにもなることで、来客数の増加を期待している。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・店内ちゅう房の拡大と夕夜間の総菜のキャンペーンにより販売が増加しており、キャンペーンの継続とエリア商品の発売を予定している。 |
| | | コンビニ（店長） | ・周辺地区の再開発が具体的に動き始めている。それに伴って再開発に携わる関係者やビルが完成した後の来客数の増加に望みが出てきている。 |
| | | コンビニ（店員） | ・気温の上昇により、アイスクリームやアイスコーヒー等、アイスドリンクが売れる。 |
| | | 家電量販店（フランチャイズ経営者） | ・天候が良く外に出掛けやすくなり、新生活に伴う購入やゴールデンウィークもあり、コト消費からモノ消費への拡大を期待したい。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・ボーナス商戦が始まるので6月以降に期待していきたい。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・人手不足感が強くなってきており、当社でも大幅な昇給を予定している。したがって、個人消費は安定的に伸びる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・北朝鮮の問題が良い方向に向かっており、このまま無事に終結すると景気は少し上向く。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・かなり注目を集めている新型車種が間もなくデビューする。問合せも多いので、来客数が増加し売上也増加する。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・客の動きをみていると、まだしばらくは良い景気が続く。 |
| | その他専門店〔雑貨〕 （店員） | ・季節が変わり必要となる物が変わってくる。 | |
| | 高級レストラン（経 理） | ・先行きの不透明感があるものの、足元の予約や来客数の状況は前年同月を上回っている。 | |
| | 都市型ホテル（営業担 当） | ・引き続き好調に推移する。 | |
| | 旅行代理店（経営者） | ・最近の情勢から不安材料もなく、景気も少しは良くなる。 | |
| | 旅行代理店（営業担 当） | ・テロの報道が減少し、朝鮮半島情勢がこのまま落ち着いてくれば上向きで推移する。 | |
| | 旅行代理店（営業担 当） | ・上場企業の2018年3月期の最終利益は、過去最高を更新する見通しで、好調な企業業績を反映し、主要企業では前年を上回るベースアップが相次いでいる。ボーナスアップや雇用条件、雇用環境も良くなる傾向で、旅行やレジャーに金を使う人は増える。夏期間の旅行需要も好調を維持できる。 | |
| | その他レジャー施設 〔鉄道会社〕（職員） | ・新たな観光列車の投入や企画列車が定期的に運用されるので期待できる。 | |
| | 美顔美容室（経営者） | ・5月から3か月間の販促キャンペーンが始まり、新規客が増加する見込みである。 | |
| | 美容室（経営者） | ・3～4月にパーマをかけた客が来店し、カットしたりパーマをかけたりして売上が増加する。 | |
| | 住宅販売会社（従業 員） | ・ゴールデンウィークで勢いがつく。特に消費税の引上げが再燃する見込みで、期待をしている。 | |

| | |
|------------------|---|
| 商店街（代表者） | ・足元では来客数そのものが減少している。客単価も下落し必要な商品以外は全く購入しない傾向が強く感じられる。 |
| 商店街（代表者） | ・良くなる要素もなければ悪くなる要素も余りない。特段変化はないように見込まれる。 |
| 商店街（代表者） | ・同業店で廃業や閉店が増えている。この先良くなるような兆候は何もみられない。 |
| 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・物価の上昇に敏感で財布のひもは固く、金を使わない人が増える。将来の不安があるという話もよく耳にする。 |
| 一般小売店〔薬局〕（経営者） | ・梅雨の季節に入り更に暑い夏に向かい、寒い季節よりは良いが、例年、来客数は減少する。栄養剤、ドリンク、夏用化粧品、虫対策の雑貨等、暑い夏向けの季節商材はよく売れる。処方箋調剤は安定している。夏のバーゲンセール等も控えて景気は良くなる。 |
| 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・消費者は、飲食店でアルコールの消費を抑える傾向が依然として続く。 |
| 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | ・ギフト業界では財布のひもは固くなっており、個人客の返礼品需要は広がらない。一部の法人客が広告宣伝費を含む贈答品や付き合いの商品を購入して、けん引してくれている。個人客は伸びず、一部の法人客で伸びている状況である。 |
| 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〔書店〕（営業担当） | ・経常的な受注を増減させる要因は、今のところ見当たらない。 |
| 一般小売店〔和菓子〕（企画担当） | ・国内政治、海外政治共に非常に混とんとしている。先行きがどうなるかはっきり分からない。 |
| 百貨店（企画担当） | ・インバウンド需要の拡大により売上は若干伸びているものの、それを除けば前年同期を下回る状況である。高額品と食料品は順調であるが、中間層が対象となるファッション衣料・雑貨が前年を下回る状況が続いており、今後も同様の傾向が続く。 |
| 百貨店（経理担当） | ・景気が上向きになる要因がない。売場改装効果やインバウンド需要を効果的に売上増加へと結び付けていかなければならない。 |
| 百貨店（販売促進担当） | ・富裕層の購入が好調で、今後も継続する。 |
| 百貨店（販売担当） | ・入居するビルのセールで集客は望めるが、客が低単価志向になってしまう懸念がある。インバウンド需要は高まる。 |
| 百貨店（計画担当） | ・インバウンド需要はしばらく増加傾向が見込まれ、富裕層の動きも特に変化なく、堅調に推移していく。 |
| スーパー（経営者） | ・大企業に勤める人のボーナスは金額が好調でも預金される。勤労者の80%を占める中小企業に勤める人のボーナスは余り増加しないが、すぐに消費に回る。引き続き海外の需要は盛んで、輸出量は伸びている。為替が安定しており海外での長期金利上昇で日本の低金利の資金需要が盛んになっている。来年秋の消費税の引上げを前に、住宅用土地や企業の設備投資等、長期の資金需要が見込まれる計画は多い。利益が安定している現状で、関係投資が盛んになり、その需要が大きい。 |
| スーパー（店員） | ・これから猛暑シーズンに突入し、肉類よりも麺類等、さっぱりとした食材で低価格で済ませる傾向になる。 |
| スーパー（店員） | ・横ばい、若しくは若干下がっている状況が長く続いている。 |
| スーパー（販売促進担当） | ・店周辺で客の高齢化が進み小家族構成になってきている。景気回復が進んでも、大きな数字の改善は難しい。 |
| スーパー（商品管理担当） | ・購入量、単価共に変化はしない。 |
| スーパー（ブロック長） | ・商品の値上げの影響で1品単価は上昇しているが、購入点数や来客数は横ばいで、一層の来客数の奪い合いとなる。 |
| スーパー（販売担当） | ・6月は梅雨に入る。雨の日の売上が悪いので、雨天の販売促進を強化する。しかし、余り効果は期待できない。 |
| スーパー（販売担当） | ・売上が変化するような良い材料が見つからない。 |
| スーパー（経営企画担当） | ・足元の流れが続けば期待はできる。 |
| コンビニ（企画担当） | ・都心部等の人々が非常に多いロケーションで苦戦しており、原因がつかめないため改善が見込めない。 |
| コンビニ（店長） | ・特に身の回りの景気が良くなるという材料がない。好天、盛夏になればと期待する。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・前年比の数値は変わらず大きな伸長は見込めない一方、劇的な落ち込みもない。本年については大きくは変わらない。 |

| | |
|-------------------|---|
| コンビニ（商品開発担当） | ・気温が高くなるという予報でコンビニにおいては追い風だが、状況を改善するほどになるかは微妙なところである。消費者のマインド改善となる要因を期待したい。 |
| コンビニ（本部管理担当） | ・足元の売上は前年並みで株価も落ち着きを取り戻し、今後の景気は少し安定的になる。ただし、日本政治に大きな変化が発生しないこと（衆議院解散等）が前提である。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・夏物商材は単価が低いので、バーゲンセールに入ると購入しやすくなる。 |
| 衣料品専門店（販売企画担当） | ・消費がまだまだ弱い。客と話しても、必要以上には買わないようである。 |
| 衣料品専門店（売場担当） | ・閉店セールの効果で売上の増加は見込めるが、それが景気の回復と大きく関連するとは思えない。 |
| 家電量販店（店員） | ・今年に入って、家電販売においては景気が上向きのようには余り感じない。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・客との会話からも、景気が良くなってきたという実感が湧かない。株価は上昇しているが、恩恵を受けているのは一部の人だけである。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・新規、買換え共に積極的な消費傾向はみられず、横ばいである。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・取り立てて変化しそうな見込みがない。 |
| 乗用車販売店（従業員） | ・新車等の発売予定もなく、モデルの長い車を価格競争しながら販売していかなくてはならず、販売競争もかなり激化している。 |
| 乗用車販売店（従業員） | ・ゴールデンウィークを経て夏期休暇を迎えるが、客に車を使う楽しみを知ってもらい、車に対する興味や関心を高めていくことが必要である。高価な新車と混じって使用期間が長い車も多く見かけ、客からは、消費にも格差が広がっているとの話を聞く。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・今後新型車種の投入が控えており、販売台数の増加が見込める。 |
| 住関連専門店（営業担当） | ・新築住宅、新築マンション共に横ばいである。ただし、来年の消費税の引上げに向けて、受注工事の問合せや見積り等も出始めている。公共工事等についてはやや少なめである。 |
| その他専門店〔書籍〕（店員） | ・ボーナス時期に入り、多少消費者の財布のひもも緩むが、レジャー代等に流れるため、例年厳しい時期になる。近隣に大型店が数店舗オープンしたため、価格では太刀打ちできない等、厳しい状態が続く。 |
| その他専門店〔雑貨〕（店員） | ・朝鮮半島情勢が落ち着くまでは分からない。 |
| その他専門店〔貴金属〕（営業担当） | ・2か月後に閉店するが、客の動きはボーナス時期になってくるので少し増加し、足元の好調と変わらない状態が続く。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・特に良くなる理由がない。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・4月上旬は前年に比べ少し売れたが、連休前は前年並みだったので、先行きも例年並みの景気になる。 |
| 一般レストラン（従業員） | ・4～5月は納税やゴールデンウィーク等で消費を抑える。 |
| スナック（経営者） | ・節約志向がますます強まっている。先細りで期待はできない。 |
| その他飲食〔仕出し〕（経営者） | ・大手企業や株式に関係する人はまだ上昇傾向にあるが、中小企業には全く波及していない。 |
| 都市型ホテル（従業員） | ・予約数から横ばいが見込まれる。 |
| 都市型ホテル（総支配人） | ・レストランや宴会等の問合せはあるが、客単価は低い。一方、人手不足やビール等の飲料原価、リネン原価の大幅な値上げ依頼があり、先の見通しは厳しい。 |
| 都市型ホテル（経理担当） | ・予約状況から横ばいである。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・春の行楽シーズンを迎え客の動きが出てきている。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・日本銀行が物価目標2%の達成期日を削除したように、少子高齢化による消費の減少がますます顕著になるとともに、人材不足、人手不足により、ビジネスチャンスの獲得にスピーディーに対応できない。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・客の旅行予算は控えめだが、夏休みは家族旅行が1年で最も活発になる。海外を始め北海道、沖縄、九州の需要が高まり動きも良くなるが、台風等天候に左右されるので、秋まで分からない。 |
| タクシー運転手 | ・繁華街の飲食店の人出も、ずっと悪いままである。良くなったという声は聞いたことがない。 |

| | |
|--------------------------|---|
| タクシー運転手 | ・今年野菜等、随分高かったものが普通に戻ってきたが、ニュース等をみていると、小麦粉や乳製品等の値上げ等も気になる。ガソリン等も値上げしてきており不安材料が多い。 |
| 通信会社（企画担当） | ・社会環境が悪くなると景気も停滞気味になるが、それほど状況ではない。各家庭にまでは還元されていないものの、企業業績の好調が、何となく今の状況を支えていく。 |
| 通信会社（サービス担当） | ・既存サービス等の終了で、新規販売が難しくなる。 |
| 通信会社（営業担当） | ・今後も4月同様の良い状態が継続する。 |
| 通信会社（営業担当） | ・全ての客が良い物を求めているわけではなく、今ぐらいでとどまる。 |
| テーマパーク（職員） | ・団体客の予約状況が例年並みに推移している。 |
| テーマパーク職員（総務担当） | ・良くなる兆しといえる要因が見当たらない。 |
| ゴルフ場（支配人） | ・6～7月の予約状況はほぼ前年同月並みである。梅雨時となり大きな変動も考えられるが、景気としては余り変わらない。 |
| その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当） | ・政治状況が不透明である。 |
| 美容室（経営者） | ・余り明るいニュースもなく、行事にも客は敏感に反応していないので、しばらくこのままの状況が続く。 |
| その他サービス〔介護サービス〕（職員） | ・経営規模の拡大は望めないものの、安定した経営状態が継続する。安定した景気状態である。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・大きな変化はない。 |
| その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者） | ・買い希望の客のニーズが多様にならない。同じような希望条件がほとんどで、決まらない売り物件がずっと残ってしまう。 |
| その他住宅〔室内装飾業〕（従業員） | ・年度末の好景気も4月になり落ち着いた。今後数か月は足元と同じような状況が続く。 |
| 一般小売店〔結納品〕（経営者） | ・春の異動の時期にこの調子だと、まだまだ景気は下がる。 |
| 百貨店（経理担当） | ・原油価格の高騰、円高の進行、対米貿易摩擦が、企業収益を圧迫することによる景気の後退が懸念される。 |
| 百貨店（業績管理担当） | ・5月は前年に比べて催事が弱く、売上減少が見込まれる。売上減少に対してどこまでかさ上げできるかが課題である。 |
| スーパー（商品開発担当） | ・来客数に加えて客単価も前年を割ると、売上の前年比・予算比達成は厳しくなる。競合店との比較では価格面で大きく差をつけられており、このままでは来客数が戻らず厳しい状況が続く。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・他のチェーンやドラッグストア等、他業種からの影響がますます深刻になる。 |
| コンビニ（店長） | ・たばこの売上も減少傾向である。喫煙者数の減少に加えて、販売店舗数の増加が影響している。 |
| 家電量販店（店員） | ・売上が伸びてこない。しばらくこの状態が続く。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・宴会等の需要が少なくなる。 |
| その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当） | ・運送費や原料価格の高騰により、商品への価格転嫁が進んでいる。そのため買い控えや安価な商品への乗換えの兆候があり、売上を押し下げる要因となる。 |
| 観光型ホテル（経営者） | ・前年は、大河ドラマの影響でこれまでなかったような来客数であったが、今年はそのような旬の話題がなく、反動が出てくるためやや悪くなる。改装工事を行って、宣伝効果がどこまで続くかもあるが、景気の動向が非常に見通しにくくなっている。 |
| 観光型ホテル（支配人） | ・宿泊・宴会共に新規大型案件を受注し、一見良さそうに見えるが、従来からの案件が押さえ切れていないため、今のところトータルでは前年同期を若干下回る見込みとなっている。 |
| 都市型ホテル（経営者） | ・政情不安が停滞感を生んでいる。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・6月にサッカーワールドカップが開催される。こういった大きなイベントが開催されると、開催期間中は客の動きが止まってしまう。 |
| 観光名所（案内係） | ・物価が上昇してきており、夏になって影響が出てくる。 |
| 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縮小傾向である。 |
| 理美容室（経営者） | ・物価が上昇し、景気は悪くなる。 |
| 美容室（経営者） | ・消費税の引上げもあるが、将来年金がどうなるかも分からない状況では、今の40～50代は金を使わない。 |

| | | |
|----------------------------|---------------------|---|
| | その他サービス〔介護サービス〕（職員） | ・介護保険制度の改正で、福祉用具貸与価格の上限が設定される。地域ごとの市場価格帯を全国平均で調整しようとするもので、都市部の営業所に影響が出る。 |
| | 設計事務所（経営者） | ・保留や中止の案件が重なり、業績改善は見込めない。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・回復の兆しがみえない。 |
| × | 商店街（代表者） | ・ネットで商品価格が分かるので、個人の電器店では見積りをして価格の乖離が大きく、購入に至らないケースが多い。今後もこの傾向は大きくなる。 |
| × | 理容室（経営者） | ・相変わらず景気の悪い話はない。 |
| × | 住宅販売会社（経営者） | ・生活用品の値上がりや所得の横ばい等で、住宅購入資金になかなか金が回せない。このような状況が今後も続く。 |
| 企業 動向 関連 (東海) | - | - |
| | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・4月がかなり悪いので、4月に比べたら良くなる。 |
| | 輸送用機械器具製造業（製造担当） | ・ボーナスの時期が近づくので、少しは良くなってくる。 |
| | 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内示の計画数が、2～3か月後は増加となっている。 |
| | 建設業（役員） | ・大手自動車メーカー系企業の景気は悪くないので、異動が落ち着く今後に期待したい。 |
| | 輸送業（エリア担当） | ・受注量の減少はあるが、市場は適正単価を受け入れてきている。 |
| | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | ・他社では案件の引き合いが、前年の数倍発生している。当社でも安定稼働が見込まれる。 |
| | 食品製造業（経営企画担当） | ・原材料価格は上昇傾向にあり、原価率の高騰は避けられない。消費税の引上げも控え、消費マインドにも暗雲が立ち込めてきている。 |
| | パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問） | ・現在の景気はやや良い状況であるが、取引先の情報等から、2～3か月先も今の状態が続く。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・取引会社等をもみても景気が良いとは思えない。中小企業はまだまだ厳しい状態が続いている。 |
| | 化学工業（人事担当） | ・収入は余り伸びず、支出では社会保険料や各種税金の負担が大きく、将来に不安を感じる人が多い。このような状況では景気の上振れは余り期待できない。 |
| | 化学工業（総務秘書） | ・大きく景気に影響する事態は今のところ想定されない。朝鮮半島情勢が世界の注目を集めるが、直ちに景気に影響する問題ではない。 |
| | 窯業・土石製品製造業（社員） | ・電子部品、鉄鋼関係共に好調と聞くが、消耗品の価格引上げには抵抗が強く、利益が圧迫された状況が続く。 |
| | 鉄鋼業（経営者） | ・上昇要因も下降要因も見当たらない。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | ・引き合いが低調で、量の拡大は望めない。 |
| | 金属製品製造業（従業員） | ・プロジェクトの進展で、ある程度は忙しくなるが、原価高騰の一方で安値要請も強く、収益確保につながるか疑問である。 |
| | 一般機械器具製造業（営業担当） | ・部材の納期の長期化と原材料価格の高騰で、納期が守れなくて失注したり、短納期対応として部材の価格が上がるため、受注や引き合いは増えているが利益の確保が難しい。 |
| | 一般機械器具製造業（経営管理担当） | ・販売受注の見込みが現状水準で推移している。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | ・取引先によって2か月先の当社製品の売上が決定している。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | ・工作機械関係が順調で、客の話を聞いていると、この秋1～3か月間は、ほぼ横ばいあるいは機種によっては若干の増産が見込める。 |
| | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・設備投資は2020年の東京オリンピックまでは継続する。 |
| | 輸送用機械器具製造業（品質管理担当） | ・周りでは既に車を買換えた人以外にも、買換えの話をしている人がまだ数人いる。 |
| | 輸送用機械器具製造業（管理担当） | ・仕事量の推移から横ばいが見込まれる。 |
| | 建設業（営業担当） | ・今の仕事の継続や年度ごとの公共関係の仕事はあるが、業界の流れとして基本的に仕事が減少するなかで、新しい事業に取り組もうと思うものの、従来からやっている人もいるなかで、新規事業を確立させていくのは率直に難しい。 |
| | 輸送業（役員） | ・石油価格がじりじりと値上がりし、1バーレル当たり70ドルを超える状況であり、今後の景気への影響が心配である。 |
| | 輸送業（エリア担当） | ・燃料の軽油価格は前年同期比で8円30銭の高値で推移している。一方で、運賃の値上げも思うようにはできていない。 |

| | | |
|------------------|---------------------|---|
| | 輸送業（エリア担当） | ・荷物の量が増加、あるいは減少する要因が何もない。景気は現状のままで推移する。 |
| | 通信業（法人営業担当） | ・新年度の異動で各地から転勤してきた人と数多く挨拶を交わしたが、どこにも景気が良くなるネタが転がっていない。特に、東京や大阪から転勤してきた人からは、名古屋の方が元気にみえるという声を聞く。 |
| | 通信業（法人営業担当） | ・春闘で3%近い賃上げを獲得したとはいえ、実感が湧かない。景気が良いといっても財布の中身が増えた実感が伴わない。日本銀行の物価目標2%も達成時期を削除したようで、景気回復の好材料が見当たらない。 |
| | 金融業（従業員） | ・先行きは若干良い方向にはあるが横ばいのイメージである。税理士の話では、多少良いところもあるものの、存続をあきらめて事業を辞めるといふ企業も増えており、景気がどちらに向かっているかは、難しい問題である。 |
| | 金融業（企画担当） | ・個人投資家には相応に含み益も出てきているが、株も為替も動きが少なく当面は様子見が続く。投資家以外の個人は給与が上がってこない消費には向かいづらい状況であり、当面は現状の景気が続く。 |
| | 不動産業（経営者） | ・今後も晴天の日が多くなるという予報もあり、当面の景気は今月同様に良い状態が続く、売上は前年同月100%以上で推移する。 |
| | 不動産業（用地仕入） | ・特段のトピックスがない。 |
| | 広告代理店（制作担当） | ・夏のボーナス商戦に向けての引き合いが余りなく、決め手となる好材料が見つからない。 |
| | 行政書士 公認会計士 | ・貨物量が安定している。 |
| | 会計事務所（職員） | ・中小企業に対する効果的な施策がない。事業承継が必要な多くの中小企業において、解決まで時間が掛かっている。 |
| | 会計事務所（職員） | ・大手企業と違い、中小企業では昇給もそれほど大きくなかった。手取りがそれほど増えたわけではないので、消費には回りにくい。 |
| | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者） | ・少し円安に振れているが先の見通しが難しい。貿易摩擦で今後どうなるかにもよるが、やや厳しい方向へ向かう。 |
| | 食料品製造業（営業担当） | ・販売、受注量共に伸びないなかでは給料への影響が大きい。当社製品はし好品のため、消費者の買い控えもある。 |
| | 化学工業（営業担当） | ・原材料の値上げに関して、全て転嫁できない可能性が高い。 |
| | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・米国で関税引上げの話があり、決定されると影響を受ける。販売価格を維持しようとする利益が圧迫され、価格対応すれば売上が落ちる恐れがあり、かじ取りが難しい。 |
| | 建設業（経営者） | ・今の日本で政治家は、総理大臣、副総理、自分たちのことばかり考えて、庶民のことは考えていない。景気が良くなることは何もない。 |
| | 輸送業（経営者） | ・リフト乗務員や荷役の作業者の退職が増えている。時給で200～400円以上の差をつけて現業職員を募集する製造業が増えてきた。 |
| | 通信業（総務担当） | ・米国の保護主義経済の強行で、世界経済は身構える光景にある。同様に、米国の中国企業への制裁発動も回り回って日本企業にも影響する。ロシアや北朝鮮との経済以外でのけん制は、景気後退に結び付く。 |
| | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・新聞購読者には年金生活者が増えているため、物価が徐々に上がり新聞代の支払が苦しくなっているという話を集金先でよく聞く。 |
| | x | - |
| 雇用 関連 (東海) | 人材派遣会社（営業担当） | ・各企業で新入社員の受入れや研修等が落ち着き、採用への動きが出てくる。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・自動車関連企業が好調であり、自動運転、走行安全、電動化という開発テーマが収まる気配はない。さらに、2～3か月先は今年度の予算執行が進み始める時期でもあるため、景気がやや良くなる。 |
| | アウトソーシング企業（エリア担当） | ・自動車産業全般において、6月頃には年度末の生産調整は落ち着き、通常の生産体制に戻る見込みである。 |
| | 職業安定所（次長） | ・企業や経済団体等からは、合い言葉のように頻繁に人手不足と聞く。新規求人数の動きからも、今後の景気は若干の上向きが続く。 |
| | 民間職業紹介機関（営業担当） | ・6月のボーナス支給後を目標に、転職活動をする人が増えてくる。 |
| | 人材派遣会社（経営企画） | ・特に変化する兆しはない。 |

| | | |
|---|-----------------|--|
| | 人材派遣業（営業担当） | ・引き続き人材確保が厳しく、大手企業の成長に中小企業がついていけない状況が続いていく。 |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・ポジティブな要素が余り感じられず、2～3か月では変わらない。 |
| | 人材派遣会社（企画統括） | ・就業先の業績不調による転職の動きも一部にあり、景気の先行きには不透明感がある。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・人手不足を解消できるほどのイノベーションがみられない。 |
| | 職業安定所（所長） | ・人手不足感は続いているが、人材確保は容易ではない。働き方改革により残業規制等も行われて、中小零細企業では省力化に向けた設備投資にも踏み切れず、なかなか生産性が向上しないため、売上の伸びも頭打ちとなっている。 |
| | 職業安定所（所長） | ・有効求人倍率は高い水準で推移しているものの、特に若年求職者が減少しており、企業の手不足感が強まっている。業務拡大ができず足踏み状態となっている。 |
| | 職業安定所（職員） | ・正社員求人数が前年同月比で2か月連続で減少しており、停滞感がある。 |
| | 民間職業紹介機関（窓口担当） | ・前月同様、求職者数は前年から伸びず売手市場が続いている。一方、求人数は年度末以降も前年を上回る状況が続き、中長期的に今後も変わらず好景気の見込みである。 |
| | 民間職業紹介機関（支社長） | ・求人数は相変わらず増加傾向である。 |
| | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・2020年卒業予定者を対象としたインターンシップの募集枠が前年同月比でほぼ同数あり、企業の積極的な採用の継続がうかがえる。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・企業の求人数の動きが一服する。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・先の予約状況が例年よりも良くない。 |
| x | 人材派遣会社（支店長） | ・改正労働者派遣法に伴う3年満了による雇用安定措置義務への対応に加え、働き方改革関連法案が通過すれば、派遣先における派遣料金の上昇が避けられないため、派遣業界にとっては大きな打撃になる。 |