

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)		百貨店（業績管理担当）	・消費税の引上げを控え、8～9月に駆け込み需要が見込まれる。
		家電量販店（店員）	・消費税引上げによる影響が大である。
		乗用車販売店（経営者）	・自社取扱メイン車種のフルモデルチェンジ発表が来月からスタートする。このビッグチャンスをいかしていきたい。
		美顔美容室（経営者）	・8月から新しいキャンペーンが始まり買上客の増加が見込まれる。
		住宅販売会社（従業員）	・客足が悪いのはお盆の連休までと考える。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の耐久財の買換えが若干は増えると思われる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・改元に伴い世間の人々の気持ちが新たになり、このまま景気が上向きになり続けられたら、我が国の経済には大きなプラスとなる。
		百貨店（売場主任）	・ネットで買う下見で来る客が多い。クリアランスセールで購入する客も多いが、まとめ買いする客はそれほど見込めない。
		百貨店（総務担当）	・豪雨等の天候が心配なところであるが、消費税の増税が決定したこともあり、高額品需要などの動きが更に富裕層を中心に活発になることが想定され、売上を大きくけん引するものと考えている。
		百貨店（企画担当）	・現状は、インバウンドの売上で国内消費は高額品と消耗品は好調ではあるが、紳士・婦人共に衣料品が伸び悩んでいる。今後については、10月の消費税増税に向けて高額品や化粧品の上、衣料品についても冬物の先買いなど、増税までの消費は活発になると考えている。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込みが加速すると見込まれる。
		スーパー（営業企画）	・消費税の引上げの動向にもよるが、予定どおり実施されれば、目前になるため消費マインドに影響する。
		コンビニ（企画担当）	・消費税率が変更になる前には駆け込み需要が発生する可能性がある。しかし、増税後は反動による落ち込みも予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・7月からのメディア企画も大きな来店動機となる内容であり、季節商材と合わせて、ファーストフードのセールや食事系の品ぞろえを強化することで更に改善を図る。
		コンビニ（エリア担当）	・10月の軽減税率導入前の買いだめなどに、少なからず恩恵が増えてくるタイミングだと思う。また、今年も酷暑に見舞われる予報が出ているため、清涼商品の動きが例年以上に活発になりそうという見通しもある。
		コンビニ（本部管理担当）	・一般的に考えれば、ボーナス支給後、消費税の引上げ前は小売が活性化する。10月までは、世界景気に関係なく売上が期待できる時期である。10月以降の増税後の反動が今年度の小売業界のターニングポイントとなる。
		衣料品専門店（売場担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・エアコンも例年より動きが早く、テレビは4K、有機ELの値段が下がり売れている。パソコンは少し減速しているが、来年に掛けてはOS更新の買換えが期待できる。消費税の引上げを控え、夏のボーナスは例年より大物が動く。
		乗用車販売店（従業員）	・9月まで消費税増税の駆け込み需要が見込まれる。ただ、最近の客との話の中で、米中貿易摩擦の影響で勤め先の状況が余り良くないという声を聞く。また、タンカーの攻撃などでガソリンの価格が上がるのではないかという声を聞く。特にガソリン高や給与の減少は、高額商品の自動車には水を差すことでもあるので、若干不安でもある。
		乗用車販売店（従業員）	・全体の流れは悪くないと思うので、少し足踏みで、良くなるという気がする。
	乗用車販売店（営業担当）	・消費税の引上げもあるが、軽自動車より普通自動車の販売台数が伸びていて、メーカーも販促に力を入れている。	
	一般レストラン（従業員）	・消費税の増税前に買いだめする人が増える。	
	スナック（経営者）	・予約の連絡があるので、売上の伸びも多少見込まれる。	

観光型ホテル（支配人）	・前年の2～3か月先には風水害でかなりの落ち込みであったため、今は一昨年の数値を目標に取り組んでいる。よって、数値的には今月よりも良くなりえない。
旅行代理店（経営者）	・2～3か月先には、消費税増税前の駆け込み需要があるので、景気は少しは良くなる。
旅行代理店（営業担当）	・大阪初の世界遺産誕生も期待でき、2020年までに更に旅行モードは高まりそうである。
タクシー運転手	・7～8月はボーナスが支給され期待しているが、6月末のG20で米国と中国の貿易摩擦等の問題がどこまで解消するかによって、景気を大きく左右する。
通信会社（サービス担当）	・7月から事業者間の転用が楽にできるようになるため、完全解約が減り、客にとっては選択肢も増え他社からの乗換えも増えてくる。
ゴルフ場（支配人）	・8月の予約数は前年同日と比べ各ゴルフ場共順調である。台風等の影響がなければ、2～3か月先は今より良くなると思われる。
美容室（経営者）	・夏休み、お盆休みで客の財布は少し緩む。
その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・改善箇所が減少してくれば、営業活動の追加箇所も増加できる。
商店街（代表者）	・老後資金2000万円問題が起きてから、心なしか財布のひもが固くなっているように感じる。所得が伸び悩むなか、秋口の需要も大したことはないと思込んでいる。
商店街（代表者）	・参議院選挙があり、また、10月の消費税の増税を見越し、客の購買意欲が控え目となっている。
商店街（代表者）	・来客数が伸びていない状況が続いており、来月も伸びていく要素が見当たらない。ここにきて原材料も高騰している。
商店街（代表者）	・消費税引上げ前の駆け込み消費をするよりも節約志向が強い雰囲気である。
一般小売店〔結納品〕（経営者）	・このまま悪い状況が続くと思われる。
一般小売店〔土産〕（経営者）	・高止まりしている感じがあり、これ以上良くなれば良いが、そうなるとは考えにくい。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先を考えると消費税の増税があるが、個人は消費を控え老後に備えて貯蓄している。法人はまだ顕著に伸びているので、ある一定の水準で変わらない状況が続く。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税が10%になることが客との会話でもときどき出てくる。やはり買い控えが起きると思われる。決して良くなるとは思えない。
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）	・夏頃までには客の予算が動き出して受注増が見込まれる。
一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・国内では参議院選挙の行方、国外では米国と中国、イランやEU等、米国情勢がどうなるか分からない。
百貨店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は期待されるが、前回ほどの需要はないと考える。販促施策での集客は見込める。
百貨店（計画担当）	・消費税増税前までは高額品、インパウンドの需要は続くと考えられる。
スーパー（経営者）	・良くなる要因が見当たらない。
スーパー（経営者）	・9月頃には輸出も慎重になり国内景気も余り良くなく、消費も慎重になり、余り良くない。為替が円高になり輸出のメリットが少なくなる。消費税が10月に引き上げられるが、以前のような駆け込み需要は起こらないと思われる。人手不足は一段と進み、製造や原材料の調達に影響し、完成品の配達手配も遅くなり経済発展に影響する。
スーパー（店員）	・飲料やスイカなど一部の売上は上がると思うが、野菜や肉などは必要な分量だけとなり、厳しい状況が続く。
スーパー（ブロック長）	・10月の消費税増税を控え、お盆明けから9月一杯は駆け込み需要が見込まれるが、それを上回る反動が必ず来る。
スーパー（商品開発担当）	・来客数に関しては、今月は前年を上回る見込みだが、客単価、1品単価は前年を割る見込みである。来客数も前年に対して100%ギリギリのため、このままでは変わらないか、若しくは悪くなるように感じる。
スーパー（商品管理担当）	・気温次第で多少変動はあるかもしれないが、所得が上がる要因がない。
スーパー（販売担当）	・いろいろな商品で値上げがあり、良い方向に向かう材料がない。

スーパー（販売担当）	・消費税が増税になるが、食料品には余り影響がないと思われる。
コンビニ（企画担当）	・東京オリンピックに向けてのスポーツイベントや明るいムード、インバウンド増加は業態的にプラスであるが、老後にはかなりの蓄えが必要だという過剰なアピールは、40代以降には金を貯蓄に回そうという意識が強くなるのでマイナスである。
コンビニ（店長）	・売上としては変わっていないが、軽減税率の導入による設備投資や準備に手間が掛かり、かえって販売促進につながらない。
コンビニ（エリア担当）	・まだ来客数が戻らない状況で安心はできない。
コンビニ（店長）	・店の周辺ではビルの再開発や新たなホテル建設が始まっているが、関連する需要はみられず大きな変化がなく推移している。今後ともそれほどの変化はないように考えている。
コンビニ（店員）	・夏休み後半は来客数が見込めない。
コンビニ（商品開発担当）	・前年の猛暑ほどは気温も上がりず飲料やアイスなどの特需は期待できない。来客数の落ち込みを単価でカバーする流れだが、気温の特需がないとなると単価も上がってこない。
衣料品専門店（販売企画担当）	・客と話してみても、やはり、衣料に割く金のウエイトが減少しているとのことである。
家電量販店（店員）	・消費税増税前だが、下見客や問合せの量がふだんと変わらない。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要も余りなさそうな気配であり、いろいろな物の値段が上がってきていて、景気が良くなる要因が見当たらない。米国と中国の貿易摩擦の行方によっては、悪くなる可能性もある。
乗用車販売店（経営者）	・大手企業の内部留保や国の税収が大きな数字となっているが、それが一向に従業員や国民の生活に反映されてこない。根本的な変革がなされないと、この状況は変わらない。
乗用車販売店（従業員）	・人気車種に関しては軒並み納期が3～4か月掛かっており、車を売りたいが納期が掛かりすぎている。消費税の増税予定もあり増税前のうたい文句も納期の関係で難しくなっており、駆け込み需要も余り見込めない。
乗用車販売店（従業員）	・秋の新型車発売に向け、客の関心が高まっていくことに期待したい。しかし、高齢者の免許証返納の話題が会話にのぼる機会も増え、長年の固定客の減少への対策が必要と感じる。
乗用車販売店（販売担当）	・通常ならば7～8月は販売量が落ち込むが、消費税引上げ前の駆け込み需要が期待でき、足元の状況が続く。
住関連専門店（営業担当）	・建築工事全般で、住宅その他ビル関係や公共投資とも物件数は変わらないが、小規模工事が増えている。一方、10月の消費税引上げ前の駆け込み需要が多少は出てくることが見込まれる。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・サミットの結果次第である。
高級レストラン（経営企画）	・消費税の引上げに伴う儉約・節約がこれから顕著になってくる。ラグビーワールドカップによる外国人の来日や夏休みを控え、各店、各業態でのイベントにより集客策をとる。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税前でも買い控えがあると思われる。
一般レストラン（経営者）	・良くなる様子が見受けられない。
その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・生産性の向上を見据えた投資意欲が旺盛であるため、法人向けに対しては景気の良さを感じる。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から先行きも変わらないと見込まれる。
旅行代理店（経営者）	・客の申込量からすると、余り期待できない感じである。
旅行代理店（経営者）	・夏商戦から、早くも秋冬に向けての早期予約が始まり、問合せは増えている。決め手は、単価・価格重視というところは避けられない。台風などの気候にも左右されるので、出発するまで安心できない。
旅行代理店（経営者）	・12月以降の受注状況がまだ読めない、2020年は東京オリンピック開催年でもあるので、受注見込みが立たない。

旅行代理店（経営者）	・物販でも飲食でも100円ショップにみられるような低価格消耗品と高品質な高価格帯商品といった二極化が進行している。昼食に500円硬貨1枚で買った弁当が600円になった途端に行列が短くなり、コンビニのカップ麺を食べる人が増えている。
旅行代理店（営業担当）	・団体旅行部門においては、例年実施している旅行は今年も実施してもらえるが、新規団体がなかなか発生してこない。素材の値上げや、宿泊税、燃油サーチャージ等の諸税の引上げが旅行代金の値上げ要素の1つであり、10月から消費税が引上げになると、更に貯蓄に回して、旅行に出掛ける人口は確実に減ると思われる。
タクシー運転手	・夜の街中の繁華街は相変わらず人の動きがない。経営者からも駄目だという声は聞くが、良くなったという声は聞かない。
タクシー運転手	・大きな動きは感じられない。
通信会社（企画担当）	・消費税増税前の駆け込みが期待できるサービスではないので、当面、厳しい環境が続くように思われる。明るい材料が見当たらない。
通信会社（営業担当）	・固定ネット環境を利用して年配層から解約申出が増えてきている。この先も固定費を節約する流れは止まらない。
通信会社（営業担当）	・販売量の低迷が、当面続くと思われる。
テーマパーク職員（総務担当）	・消費税が増税されても、入園料は変えない予定であり、それほど影響を受けないと見込まれる。
観光名所（案内係）	・今年も天候不順で観光客が少なくなると思われる。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・大きく変わることはないと思うが、変動要素があるとすれば消費税の増税前に介護リフォームの相談が増える可能性がある。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要も感じられない。大きな変化はないと思われる。
その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・住宅リフォーム工事が引き続き受注している。
商店街（代表者）	・良くなる要素がない。特に週末の人出が良くない。
一般小売店〔薬局〕（経営者）	・買物に便利な駅前商店街であるが、これから3～4年は客には不便でかなり売上が落ち閑散な状態となると思われる。不景気な状態が続くだろう。薬業界はドラッグストアの進出、調剤薬局の数の安定で景気の落ち込みはないと思われる。食品スーパーは忙しそうだが、居酒屋などの飲食店は景気の差が大きい。当地域のファッション業界は最悪と思われる。
百貨店（経理担当）	・米中貿易摩擦の激化や世界経済の減速に伴う企業業績の悪化が、ボーナスを含む所得の更なる悪化をもたらし、旅行等のレジャーや娯楽消費支出の緊縮が生じる。
スーパー（経営者）	・6月に入って急激に来客数の変化があったので、更に悪くなるのではないかと感じる。
スーパー（総務担当）	・生鮮食品の売上が良くない。特に豚肉は豚コレラの発生で売上が悪い。
スーパー（支店長）	・老後資金2000万円問題等、これからの日本を生きるための不安材料が露呈されることにより、特に主となる客の中間年齢層のマインドの落ち込みなどが、少なからず消費に悪影響を及ぼすと思われる。消費税の増税も同様である。
スーパー（総務）	・毎月売上が低迷している。特に衣料品の売上が前月比5%以上のダウンとなっている。天候がそれほど悪くないのに売上が低迷しているため、先行きに不安を感じる。
コンビニ（エリア担当）	・やや悪くなる。理由は消費税増税で、軽減税率の有無にかかわらず財布のひもは固くなり、コンビニのような単価の低い業界では、それなりに影響がある。
コンビニ（店長）	・新築戸建て住宅が近隣で何軒もあり、住宅を含め消費税増税前の大型消費財の購入で、通常の消費を抑えているのではないかとと思われる。
衣料品専門店（経営者）	・休日に百貨店を回って、単価の安い商品であふれていることに驚いた。品ぞろえでは太刀打ちできないので、売上よりも在庫を減らして、なじみ客に満足してもらえる新しい商品をそろえたい。
乗用車販売店（従業員）	・海外でもめ事が多く一触即発の状態なので、何か大きなことが起きれば、また、その可能性が高いので悪くなる。もし何も起こらなければ、東京オリンピックも近づき、消費税増税前の駆け込み需要もあるので、一旦は景気が少し良くなる。

	乗用車販売店（営業担当）	・チラシなども余り効果がみられず、しばらくは重い客足が回復しないとされる。	
	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3.1%のマイナス、来客数は前年比で増減なしである。	
	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・米中、米イランなどだけではなく、至る所で紛争的な事案が頻発するなかで、安定感は当分ないであろうと思われる。	
	観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先は、消費税が増税となるので出控えも考えられる。予約状況も前年の70%ほどしか入っていない。増税前で企業は準備や様子見て動きが鈍っているように見受けられる。	
	都市型ホテル（経営者）	・来客数の動きから、景気の後退期に入ったように感じる。	
	都市型ホテル（総支配人）	・宿泊は、秋以降のイベント、観光を期待する。レストラン、宴会は、時給1,100円以上でも学生アルバイトが集まらず、一方、販売価格は上昇せず、10月以降の消費税増税分を上乗せできない状況で、収益は厳しいものと見込む。	
	パチンコ店（経営者）	・行政当局の規制強化により、収益率が悪化している。	
	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・海外情勢が不透明である。	
	理美容室（経営者）	・客との話で、給料も上がらないのに物価は上がっているのが、皆が段々と金を使わなくなっているように感じる。	
	美容室（経営者）	・客層も高齢化しており、これから夏に向けて余り暑いと家を出なくなり店も暇になる。	
	美容室（経営者）	・地方は人口減少で若い人が減っているため、景気は悪くなる。	
	設計事務所（職員）	・政府の動きからは、景気に関する好転材料が全く見受けられない。	
	住宅販売会社（従業員）	・安価な建築を進める会社が出ている一方、在来の注文木造住宅の材料費は値上がりしており、昔ながらの工務店へ依頼する注文者が減っている。	
	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・リフォームを手掛けている高級賃貸マンションのオーナーによると、転出者の次の引越し先はリーズナブルな物件とのことである。この先、賃貸業は期待できないといっている。	
	×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・お盆休み後の外での飲食は例年悪くなるが、今年は消費税の引上げを控え、日常の外食を一層控える傾向になると考えられる。
	×	一般レストラン（経営者）	・今や大手メディア、新聞、地上波によるニュースよりも、若い世代も含め、一般にニュースソースはネット情報に頼る部分が多い。ネットニュースでは、ドイツ銀行の件や中国経済悪化の件も、非常に一般の人にも浸透しているため、将来に不安を感じ消費の低迷に結び付けている。
	×	テーマパーク（職員）	・インバウンドは今後分からないし、先が見通せない。
	×	理容室（経営者）	・周りからは景気の良い話が出ない。
	×	設計事務所（経営者）	・設計の仕事はタイムラグがあり、現時点で新規案件が皆無であれば2か月も同じく皆無である。
	×	住宅販売会社（経営者）	・今後も今の状況が続くのではないかとされる。
企業 動向 関連  (東海)	-	-	-
		食料品製造業（営業担当）	・天候に左右される面が大きい。例年どおりであれば夏場の売上が大きくなる見通しである。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・消費税引上げ前の最後のボーナスなので、駆け込み消費でいろいろな物を買うという声を周りでも聞く。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・一瞬であるが、消費税増税前に購買が増える。
		通信業（総務担当）	・消費税引上げまでは、2%増税に動揺しているが、還元策等が考慮されて緩衝材となり、元に戻ると期待する。
		金融業（従業員）	・ベンチャー企業が比較的元気が良く、受注量もあり東京オリンピックの頃までは良さそうだという経営者が多い。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・今年度一杯は、パソコンOSのバージョンアップ対応のため、何らかの対策が発生するので、その改修案件が途切れることなく発生すると思われる。
		食料品製造業（経営企画担当）	・原材料価格は依然として高値で推移し、収益を圧迫すると思われる。
	化学工業（営業担当）	・需要の増減がまだ不透明である。	

化学工業（総務秘書）	・特段景気が悪くなるトピックがない。東京オリンピックに掛けてはお祭り市況で少し上向くことは予想される。
窯業・土石製品製造業（社員）	・受注分の納期前倒し依頼が増えており、現在のやや好調な状況が続くそうである。
金属製品製造業（経営者）	・引き合いも多くなき、横ばいの状況が続くと考える。
金属製品製造業（従業員）	・物件の動きもそこそこ活発で、請け負う業者が少ないのか、仕事の引き合いは今後も旺盛に思われる。
一般機械器具製造業（営業担当）	・競合先との競争も激しくなってきたり、価格・納期で厳しい受注を強いられることになりそうである。
一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量が安定推移している。
電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要までは現状で推移すると見込む。
電気機械器具製造業（企画担当）	・米国内の需要の落ち込みがないので、当面は堅調に推移すると思われる。
電気機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月横ばい状態が続いていることと、新規製品等の問合せもなく今後に期待できる製品はなく、既往製品も数量等の変動が見込まれない。
建設業（役員）	・身の回りには供給物件が少なく今後の2～3か月内に大きな供給物件もない。したがって、あちらこちらを回る来場者数の増加が見込めない。
建設業（経営者）	・政治が良くなると我が国は発展しない。
輸送業（エリア担当）	・単価は上がったが、発着の荷物が若干減り出している。しかし、外注委託費等の経費はなかなか減らせず、利益は減少している。
輸送業（エリア担当）	・預かる荷物の輸送運賃は重量辺りの単価がアップしているが、会社を取り扱う1日当たりの荷物の量は微減している。荷物の量の上向きは見込めない状況である。荷物の量が減っているということは、総じて国内を流通する荷物が減ってきているということであり、景気の回復には結び付いていない。
輸送業（エリア担当）	・仕事の受注量は、急激に増えたり減ったりはしにくいと思われる。それらの影響は、製造業よりも後に出る傾向にある。
通信業（法人営業担当）	・まだまだ働き方改革ブームは、過ぎ去りそうにない。
通信業（法人営業担当）	・世間では、景気が落ち込んできているといったイメージだが、正直変わらないという実感である。
金融業（企画担当）	・株価が上がってきたり、為替が円安に向かうと個人投資家にも動きが出て、消費に向かう。個人投資家以外の個人は、給与が上がっている実感があると消費に向かう。
不動産業（経営者）	・今後も例年同様に晴天の日が多くなると予想されていることもあり、当面の景気は今月同様に良い状態が継続し、売上は前年同期100%以上で推移するとみている。
広告代理店（制作担当）	・夏のイベント等もこれといった進展がなく、横ばい状態が続くと思われる。
行政書士	・貨物が増加することもない。働き方改革は物流業界には合わないとの声を聞く。長距離ドライバーは、パーキングに深夜零時まで待機し、高速割引が始まると一斉にスタートする。
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・6月は本業が忙しく開発が進まなかった。景気は非常に不透明でつかみどころがないが、大きな変動はないと考えている。
パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・直接の取引はないが、間接的には中国向けの出荷が減少しており、その影響で今後は景気が悪くなる。
電気機械器具製造業（総務担当）	・客先の設備投資意欲は落ちてはいないと思うが、今年秋の消費税引上げ後は、消費マインドの落ち込みにより景気が減速するのではという懸念がある。
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・米中の貿易摩擦が好転しない。
輸送業（経営者）	・国内消費に伴う物量は堅調そうだが、貿易関連は在庫調整に入っているように思われる。
輸送業（役員）	・消費税アップを前に消費が一時的に伸びる見込みであったが、一向にその兆しが見受けられない。米中の貿易問題やイラン問題での石油価格問題、年金問題など、不安材料が山積しており景気が回復する気配が乏しい。

	不動産業（経営者）	・集中地域とそれ以外の地域にはっきり分かれ、全体的には鈍化すると思われる。
	公認会計士	・米国と中国の貿易摩擦問題は、短期的には解決しないと考えられる。中小企業の生産性向上は時間が掛かるとともに、後継者難等により市場から退場する会社が漸次発生すると見込まれる。
	会計事務所（職員）	・10月の消費税引上げを前に、設備投資を先行する会社が出るかと思っていたが、そうでもなく、むしろ支出を減らすようにしている。
	会計事務所（職員）	・都市、地方の格差は広がるばかりで、特に地方では公共工事ばかりでなく民間工事も落ち込んでいるようである。
	× 鉄鋼業（経営者）	・先の見積りや受注が、通常時より極めて少ない。通常入っている1～3か月先の受注量に比べて3割以上は少ない。
	× 新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシの減少が続きそうである。
雇用 関連  (東海)	-	-
	人材派遣業（営業担当）	・消費税率引上げに伴う駆け込み需要が見込まれ、一時的な消費が増加する。
	人材派遣会社（企画統括）	・企業の人材確保がうまくいかない状況が続いている。
	人材派遣会社（営業担当）	・2019年上期は人員確保が完了し、9月までは求人数は増えてこない。
	人材派遣会社（営業担当）	・ポジティブなニュースが思い当たらない。
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車関連、電子機器製造関連共に、この先の受注・生産数には米中貿易摩擦の影響が懸念される。
	求人情報製作会社（営業）	・米中貿易摩擦等の外部政治要因で、先行きは不透明である。求人裾野が広い国内自動車産業の生産縮小などから、求人の量が減少し停滞感が出てくる。回復の見通しは不透明である。
	職業安定所（所長）	・企業からは、継続して人手不足や来春高卒者の採用活動に苦戦している声をよく聞く。
	職業安定所（職員）	・シニア世代の就労意欲は高く、人手不足を支えそうである。
	職業安定所（次長）	・受注・生産が好調を維持していると聞く一方で、自動車関連、工作機械製造関連の中小企業からは、生産抑制等により受注減による景況感の悪化との声を聞く。
	民間職業紹介機関（支社長）	・足元の傾向は変わりそうにない。即戦力のニーズはまだ続いており、定年退職者を業務委託で活用したいという声が少し増えてきた。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・米中摩擦の影響、自動車・半導体業界等の不透明感により、採用意欲の高い企業が減少している。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・従業員数が中堅規模の法人の採用担当者より、現時点で採用試験の追加実施の案内や、第二新卒の積極採用の方針などを耳にすると、採用予定数が充足されていない状況がつかえる。
	人材派遣会社（社員）	・今月が良かった分悪くなりそうである。予約状況も例年より悪い。
	人材派遣会社（営業担当）	・客には経費の精査が顕著となっており、今すぐではなくとも、2～3か月後には経費削減等が発生する可能性がある。
	人材派遣会社（営業担当）	・都心部の求職者は前年を上回るが、その他の地方部の求職者が減少傾向のため、地方の人手不足が厳しい状況にある。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人を控える会社が増えている。
	職業安定所（職員）	・中国の景気減退の影響で、県内の一部の製造業への影響も出始めている。介護・接客・サービスなど他業種については人手不足ではあるが、事業所の規模も考慮すると、やや悪くなると見込まれる。
	職業安定所（次長）	・米中貿易摩擦の不透明感から製造業を中心に様子見感があり、懸念材料となっている。
	職業安定所（次長）	・米中関係の動向により受発注等に影響が出ているとの声が求人者から聞かれるようになった。
民間職業紹介機関（窓口担当）	・企業からの求人数も春に比べて落ち着いていく時期で、ここからの数か月は求人数も減少傾向になる。さらに、求職者数も減少傾向にあり、業界的にも変化の少ない時期に入る。	
× 新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・企業の採用の在り方が変わってきており、採用コンサルタントや人材データベース会社が伸びてきており、旧来型の採用ビジネスはとうたされつつある。	