

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）	・次第に景気が良くなっていく。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・この勢いは本物と感じる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税の増税前の駆け込み需要で、高額品販売が増加する見込みである。
		百貨店（業績管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要を見込む。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・例年の秋の受注量増が見込まれる。
		百貨店（総務担当）	・前年のような猛暑とはならないと想定しているが、夏物商材の動きと合わせ、消費税の引上げ前の秋物商材、時計、宝飾や海外ブランドなどの駆け込み需要に期待している。
		スーパー（経営者）	・行楽シーズンに入り、来客数の増加を期待している。
		スーパー（店長）	・プレミアム付商品券の導入、キャッシュレス化によるポイント還元など、使う人にはメリットのある施策はあるので、多少は回復するのではと考える。
		スーパー（商品管理担当）	・梅雨が明け夏物が売れ、本来の販売量が回復する。
		スーパー（支店長）	・いろいろな国際問題等があるなかで、最大の関心は消費税の増税だろう。現状は夏のボーナス時期でもあり消費は活性化しており、増税前に駆け込みで消費増が期待されるが、増税後の買い控えによる冷え込みが頭の痛いところである。
		スーパー（総務）	・梅雨明けにより、景気が回復すると見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・エンターテインメントキャンペーンが好調に発進し、対象商品群が4%ほど改善されている。季節要因が改善されれば、更に改善が進む。
		コンビニ（エリア担当）	・梅雨明けが遅れた分、今回のマイナスを取り返せる来客数の動きが期待できる。
		コンビニ（本部管理担当）	・前年同期が猛暑で小売業界は好調であったが、今年は梅雨が長引き低調となっている。この状況が前年の売上と大きな離れを発生させている。一方、10月までは消費税増税の特需で、売上増加の可能性がある。現時点で小売業界は低調であるが、今後10月までは売上回復を見込んでいる。
		衣料品専門店（売場担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、高額商品の購入が増える見込まれる。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前までに買いたいという下見客は一定数あるので、販売は増える見込みである。
		家電量販店（フランチャイズ経営者）	・7月はエアコンの販売が振るわなかったが、梅雨明けも宣言され、8月はエアコンの販売が期待できる。エアコンは気候に左右されるが、テレビ・パソコン等は東京オリンピックやパソコンOSのサポート終了を控え、消費税の引上げ前の買換えが起きており、9月まではこの流れは変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・引き続き、消費税引上げ前の駆け込み需要が期待されるので、楽しみではあるが、増税後の対策にも力を入れていかないといけないので、非常に多忙感がある。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税の増税前の駆け込み需要があるのは確かで、前年よりも販売台数は伸びている。
	旅行代理店（経営者）	・客からの受注の様子から、徐々に動きが出ているように感じる。	
	タクシー運転手	・客の様子が明るい。	
	美顔美容室（経営者）	・8月からのキャンペーンや、秋冬物の新色が出るため販売しやすくなり、売上につながる。	
	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・自動車メーカー系企業の設備投資の予定がある。	
	商店街（代表者）	・ここまで消費税増税前の駆け込み需要が全くといいほどない。このまま期待できそうになく、景気の状態は変わらないだろう。	
	商店街（代表者）	・消費税の引上げを前にして販売量は伸びると思われるが、客の購買意欲は依然として低い。	
	商店街（代表者）	・消費税が引き上げられるので、また悪い状況が続く。	
	商店街（代表者）	・とにかく財布のひもが固い。秋に向けてこの傾向は続くのではと見受けられる。	
	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・景気低迷がこのまま続いていく。	

一般小売店 [贈答品] (経営者)	・消費税の増税があり 8 ~ 9 月の消費は増加するかもしれないが、10月はその反動で減少する。贈答品店は年末に向けて消費が増加するため、3か月後の景気は現状と変わらない。
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 [和菓子] (企画担当)	・海外情勢が不安定で先行きが見通せない。
百貨店 (経理担当)	・消費税増税を控え、今後の消費動向は読みづらくなっている。
百貨店 (販売担当)	・消費税増税前の駆け込み需要が少しずつ増加し始めるが、客の反応はまだ薄い。販促施策があり集客は見込めるが、大きく好転することはなく、現状維持ではないかと見込まれる。
百貨店 (計画担当)	・天候にかかわる部分が大きいため、基本的な与件は変わらず消費税増税前は推移していくと見込んでいる。インバウンド客も主力の中国人の状況には特に変化はない。
スーパー (経営者)	・10月からの消費税増税に伴い、消費者は節約志向になる。消費は伸びず、下請企業は親会社のし寄せにより稼働率が下がり、そこで働く従業員も苦しくなっていく。
スーパー (販売担当)	・今のところ景気が良くなる材料がそろっていないため、現時点では分からない。
スーパー (販売担当)	・消費税が引上げとなる前の駆け込み需要があるが、上がった後の落ち込みを考えると、プラスマイナスゼロだと考える。
コンビニ (店長)	・消費税の増税前で商品の動きが鈍い。
コンビニ (エリア担当)	・消費税増税により景気が悪化するとみていたが、キャッシュレス消費者還元事業やプレミアム付商品券等の施策により、当面悪化することはなく、変化しない。
コンビニ (店員)	・残暑で今は売れていない夏の商品が売れるだろう。
コンビニ (商品開発担当)	・前年の気温高による好景気との差は明確であり、また、消費税増税を前に買い控えが予想され、景気が上向くとは感じられない。
乗用車販売店 (営業担当)	・9月まではこのままいくと思うが、消費税増税後は景気が落ち込むと思う。
乗用車販売店 (経営者)	・買い控えの傾向は相変わらずで、消費税引上げ前の駆け込み需要の雰囲気も、今のところは感じられない。
乗用車販売店 (経営者)	・米中貿易摩擦、イラン情勢、日韓問題と長期化しそうな問題が多く、心理的に国内景気も盛り上がり欠けるだろう。
乗用車販売店 (従業員)	・消費税増税前の駆け込み受注もほとんどなく、前年並みを維持するのも厳しい。
乗用車販売店 (従業員)	・何か大きなことが起きなければ、可もなく不可もなくという状況が続く。
乗用車販売店 (営業担当)	・元々、ボーナス時期だからと売れる商品ではないが、前年比でも6~7月は下回っている。8月は夏季休暇もあり、回復は難しい。
住関連専門店 (営業担当)	・戸建て住宅、分譲マンション共に伸びがない。反面、消費税増税前の多少は駆け込み的な需要とみられるリフォームとか民間会社の増改装工事など、これから秋口に掛けての見積りが多くなっている。
その他専門店 [書籍] (店員)	・単価の高い商材等は、消費税増税前の駆け込みがあるのでないかと期待している。
一般レストラン (経営者)	・消費税増税前の駆け込みで消費が増えるところもあるが、外食や飲酒に関する支出は減っていく。
観光型ホテル (支配人)	・一般宴会は前年並みに受注してはいるものの、宿泊者数が今月も含めてここ数か月前年割れをしており、この先の予約状況も芳しくなく、減収の大きな一因となっている。
都市型ホテル (総支配人)	・秋は繁忙期で売上増加への期待は大きいですが、予約状況は前年より悪い。人材確保がますます難しく、レストランのアルバイトは時給1200円で若干の間合せがある程度である。宿泊の供給先も多く、宿泊客の出張費の上昇も見込めないことから、10月以降も消費税2%の上乗せは実質的に難しい。
旅行代理店 (経営者)	・客の様子を見ても旅行費用への財布のひもは固く、金額を上げる傾向がない。予算内でいかに充実させつつ料金を絞るかに関心があり、厳しい状況は変わらない。
旅行代理店 (経営者)	・2020年の東京オリンピックの入場券販売も始まり、客の動きとしては活発であるが、当選していざ行こうとしても、宿泊が確保できるのかどうかの不安もあり、停滞している感がある。

旅行代理店（営業担当）	・現在受注していたり問合せを受けている秋季案件には、特殊な需要はみられない。東京オリンピックのチケットが当選したが宿泊は取れるか、という相談が相次いでいる。
旅行代理店（営業担当）	・新規の団体旅行は伸び悩み、停滞している。消費税増税前のキャンペーンや増税後の施策を考え、客にアプローチをしているがレスポンスは今一つで、静観状態である。劇的な景気の上昇下降はないように感じる。
タクシー運転手	・ここ2～3年、街中の動きは変わらない。飲食店経営者からは、景気が良くなってきた、先が明るくなってきた等の声がないため、このような状態が続く。
通信会社（営業担当）	・固定費用を削減する傾向はこれからも続く。
通信会社（営業担当）	・やや悪い状況が当面続く。
テーマパーク職員（総務担当）	・消費税増税による影響がすぐには出ないだろう。
ゴルフ場（支配人）	・これから2～3か月先はゴルフシーズンに入るが、今月の入場者が少ないためか、9～10月の予約数が前年に比べ良くない。少し悪い状況のまま推移し、余り良くならないと思う。
その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・国際情勢が不透明である。
美容室（経営者）	・7月に比べると8月は暑くて客足も鈍るが、10月頃には回復して今くらいの売上に戻る。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費税増税の影響が大きいので、向こう2～3か月の判断は難しい。レンタル単価は10月1日を境に改定料金へ移行するため、駆け込みニーズの影響はないが、販売や介護リフォームにおいては若干忙しくなるかと思込まれる。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税を含め、大きな変化はないだろう。
その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・入居率を維持できれば問題ないが、9～10月は退去数も例年多くなるので、入居数が増加できれば維持が可能となる。
商店街（代表者）	・客単価が上昇せず、販売量、売上高につながらない。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・購買意欲も落ち、物価もじわじわと上がっている。景気が良くなるとは考えられない。
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税の増税で日常的な外食を控えるという流れを変えることができない。
百貨店（売場主任）	・7月下旬からセールは最終段階であるが、客の様子を見ると、今欲しい物があるわけではないので、安くても買わないという人が多い。消費税の引上げを前に、買い控えがみられる。商品価格も改定となるため、今履いている靴を長く使おうという人が増え、売上は厳しくなる。
百貨店（企画担当）	・インバウンドの売上の伸び率が鈍化していることと、所得中間層を対象とした商品が動かないことが要因となる。東京オリンピックに向けての景気上昇が消費税増税をカバーすると考えていたが、インバウンドの売上は中国経済の鈍化を始めとした国際問題が、国内売上は年金問題が影響して、予想以上の厳しさが見込まれる。
百貨店（経理担当）	・米中貿易摩擦の長期化に加えて、中東情勢やEU離脱問題が顕在化することによって、世界経済の更なる悪化を招く。
スーパー（店員）	・天候の日照不足による影響がこれから徐々に価格に影響してくる。消費税の増税と重なるので、悪い方向にいく気がしてならない。
スーパー（総務担当）	・お中元の予約販売数が良くない。
スーパー（ブロック長）	・今後の天候の回復を願うが、既に夏物商材への影響は大きい。お盆休み明けからは消費税増税を控えて一段と節約ムードが高まると予想する。
スーパー（商品開発担当）	・来客数が前年比97%と厳しい状況で、月を追うごとに悪くなっている。このまま来客数が前年を割り続ければ、売上もやや悪くなる。
スーパー（経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は一部商品に限られると考えられる。それ以外では出費を抑える傾向になり、売上減少になると考える。
コンビニ（企画担当）	・消費税引上げの影響を少なからず受けることが想定されるため、やや悪くなる。

コンビニ（企画担当）	・景気が悪くなるわけではなく、消費の業態間の使い分けが進む。大きな食品ロスや、プラスチックゴミ、無料の各時間的サービス提供等、見直す課題やコスト要因も一杯ある。ただし、実行すれば不便さが増し、支持されるかどうかであるが、話題になっている今なら良い機会である。
コンビニ（エリア担当）	・前年たばこが値上がりして客単価が上がっていたが、一回りする。消費税増税の影響を考えると悲観的になる。
コンビニ（店長）	・消費税の引上げに伴い、客の消費心理が悪くなっていく。
コンビニ（店長）	・消費が低迷しているなか、中規模のコンビニチェーンではオリジナル商品が少なく、どこでも売れるナショナルブランドとは価格差があり、スーパー、ドラッグストアには太刀打ちできない。
衣料品専門店（販売企画担当）	・客と話しても、繊維製品への財布のひもはますます固くなっている。
家電量販店（店員）	・売上が今後見込めるのは、この2か月間だけではないだろうか。10月以降の景気が良くなるとは思えない。
乗用車販売店（経営者）	・今後はお盆休みで、動きが止まってきそうである。
乗用車販売店（従業員）	・このまま良くなるという根拠がなく、一時的な動きのようにも感じるので、変わらないというよりはやや悪くなるくらいに見込む。
乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ時期を迎え、客からも、いろいろなところで支払が増えるので車まで予算が回らないといわれる。実際どれくらい支出が増えたかを実感しなければ、商談に乗ってはくれないように感じられる。
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0.5%のプラス、来客数は前年比0.9%のプラスで、共に久しぶりにプラスに転じたが、いずれも前年比1%未満の増加であり、腰の入った回復ではなく一時的なプラスと見込む。
高級レストラン（経営企画）	・消費税の引上げを控え節約傾向となるが、販促などの強化により、横ばいから微減にとどめたい。
一般レストラン（経営者）	・秋には消費税が引上げとなるので、少し売上は落ちる。
一般レストラン（従業員）	・外食を控えるようになる。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税の増税がいよいよ迫ってくる。買い増しより今回は買い控えの傾向になる。将来不安でますます金を使わなくなる。
その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費税増税による消費マインドの低下は避けられない。既に消費者の意識は、節約志向を強めている。
観光型ホテル（経営者）	・9～10月は前年よりもかなり悪くなっている。9月に関しては前年の80%しか予約が入っていない。消費税の引上げで、法人客はその準備に追われていたり、消費意欲が減退しているのか、やや悪くなる傾向が目に見えて現れている。消費税増税に対する慣れが出てくるまでは、増税の影響は緩和されない。政府の抜本的な対策がないと、景気の下支えにはならないと懸念する。
都市型ホテル（従業員）	・予約状況が増加していない。
旅行代理店（経営者）	・消費税の増税でますます財布のひもが固くなる。水道光熱費等、削減できない消費を賄うために食費の抑制や、家電、洋服などの買い控えは今後も続く。既に夜の酒場でも低価格化が進み始めている。
タクシー運転手	・参議院選挙も終わり、10月からの消費税引上げがどれくらい影響するかは分からないが、大手企業の人員削減や中国市場での不振という話題もあり、先行きは景気が少し悪くになると考える。
通信会社（企画担当）	・業界では初期費用無料が当たり前になっているため、消費税増税前の駆け込み需要が期待できない。増税を控えて、節約志向が更に強くなっていくのではないかと。
通信会社（サービス担当）	・既存客にとって得になるようなサービスがないと、他社への乗換えが増え、解約が増加していく。
パチンコ店（経営者）	・業界全体の利用者が減っている。
理美容室（経営者）	・客との会話では、景気も余り良くないし、段々と生活が厳しくなっていくように感じる。
美容室（経営者）	・消費税の引上げが頭にあり、客は無駄な金を使わない。
美容室（経営者）	・当地は、若い女性が大学を卒業すると就職で県外に出て人口減少となっている。先行きは更に厳しくなる。

	住宅販売会社（従業員）	・お盆の来場に掛かってくるが、その客は2～3か月後の契約になる。一旦はかなり冷え込むと見込まれる。
	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・梅雨で仕事が遅れているだけで仕事が増えたわけではないため、この先景気が良くなるような雰囲気はない。
×	衣料品専門店（経営者）	・秋には消費税が10%に引き上げられるので、なじみ客以外は目的がなければ来店してもらえない状態になる。
×	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げがある。
×	一般レストラン（経営者）	・5月の10連休以降は全く状況が変わっている。消費マインドは完全に落ちている。これから日韓問題や中東情勢など世界の動きが非常に過熱するようになる。それに対応できる政策が全くみられない。さらに、消費税が10月から引き上げられるということで、一般市民にとっては精神的にも負担が大きくなるように思われる。
×	スナック（経営者）	・消費税の引上げも近づき、他人事ではないが、客の財布のひもはますます固くなり100%期待できない。
×	観光名所（案内係）	・良くなる理由が見つからない。
×	理容室（経営者）	・景気の良い話は全くない。また、老後資金の2000万円が響いている。
×	設計事務所（経営者）	・案件が激減しているなか、先が全くみえていない。
×	住宅販売会社（経営者）	・消費税引上げの関係で単価の高い不動産は先行き不透明である。
×	住宅販売会社（従業員）	・新築住宅の着工が減り、リフォームも一巡してくると、地方の小さな工務店の存続は更に深刻化しているように感じる。かといって、打開策も見当たらない。
企業 動向 関連 (東海)	-	-
	建設業（役員）	・当エリアでは当社を含め3社が大規模物件を供給する。通常の3倍の供給数が出るので、市場の活性化になり客が動くと思われる。ただし、競合激化となるであろう。
	金融業（従業員）	・全体的に大きな動きがなく、景気は悪くはないというイメージである。建築関係の営業マン等から具体的な話を聞くと、仕事量が多く、この先数か月をみても忙しくてなかなか休みが取れないということである。
	不動産業（経営者）	・今後は例年同様に晴天の日が多くなるとの予報もあり、当面の売上は良い状態となり、前年同期100%以上で推移するとみている。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・年内はパソコンOSのサポート終了案件が継続して発生する。
	食料品製造業（営業担当）	・受注量、販売量をみても例年どおりとなっており、気温に左右されるが、予測がしづらい状況である。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・米中貿易摩擦や消費税増税の影響で全般的には落ち込むが、秋の需要期とあいまって業況は余り変わらない。
	化学工業（営業担当）	・現在の受注状況及び客の将来計画において増量の見込みがない。
	化学工業（総務秘書）	・景気に強い影響を与えるトピックがない。取りあえず東京オリンピックまでは大きな落ち込みは考えにくいので、特別な事態が起こらない限り1年間は安定しているのではないかと。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合いも増えておらず、引き続き低調に推移するものと考えている。
	金属製品製造業（従業員）	・工場の対応能力を上回る仕事量がある状況はしばらく続きそうである。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・主力市場である北米で自動車製造が活発ではないため、しばらくこの状況が続く。
	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売見込みを維持する。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・国内では東京オリンピックに向け需要が拡大するだろうが、米中貿易摩擦の影響はまだ排除できないので、見通しを立てにくい。全体として中立の状態が今しばらくは続く。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・設備投資意欲は高いが、受注量はピークを迎えつつある。今後、極端な減速があるかということ、今はそうは感じられない。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・景気が上向く材料も下降する材料も特にならない。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・消費税の引上げがあるが、駆け込み需要は余りなさそうであり、今のままで推移するのではないかと見込む。

建設業（営業担当）	・消費増税に伴い現在仕事が急増しており、その反面、3か月後は価格面から新しい仕事は落ち着き、現状の仕事が中心になる。
輸送業（経営者）	・消費増税を前に在庫の積み増しをしている荷主は多いが、具体的な販売計画が聞こえてこない。
輸送業（エリア担当）	・到着数は若干減少しているが、単価は維持しているために収支は悪くない。
輸送業（エリア担当）	・荷主の話では、余り変わらないようなので、同じペースである。
通信業（法人営業担当）	・大企業は利益が上がっているというが、その大企業も海外向けビジネスの動向の良しあしによる。国内での小さなマーケットで右往左往する中小企業がとうたされ、大企業も海外投資を横目に見ながらビジネスをするようになってしまっている。骨抜き経営に対しては、将来的な成長や起死回生の一発など期待できない。
通信業（法人営業担当）	・経済が上向いているほどの実感はない。政治の安定によるリーダーシップで、経済を引っ張っていく力強さが求められる。
金融業（企画担当）	・利下げ等何かイベントがないと株価も為替も大きく動かないと思われる。個人の投資家や投資家以外の様子見は続くと思われる。
広告代理店（制作担当）	・客が秋の商戦に向けて広告予算を増やすという話はなく、横ばい状態が続く。
行政書士 公認会計士	・貨物に変化がない。 ・中堅中小企業の事業承継等は少しずつ進んでいるが、まだまだ緒に就いたばかりで、承継後の成否がどの程度かは不明である。少子高齢化と低生産性に対して、政府は明確な指針を示せていない。
会計事務所（職員）	・例年、7月中旬から8月のお盆にかけて繁忙になるが、今年は繁忙期がなくてお盆休暇になりそうである。ただし、海外を含め旅行者は増える見通しである。
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国経済は株価も高く好調のようだが、我が国の経済は好調には見受けられない。設備投資についても抑え気味に感じられる。為替相場が円高に向かい、何とも不気味に感じられる。
食料品製造業（経営企画担当）	・消費増税の引上げもいよいよ目前に迫り、消費マインドの低下は日用品にも影響してくると見込まれる。
窯業・土石製品製造業（社員）	・客との話の中では、中国や韓国向けの電子部品関係の受注量が大幅に減っており、減産体制に入っていると聞いているので、今後は受注量の減少が予想される。
鉄鋼業（経営者）	・季節要因もなく、東京オリンピック需要もそろそろ打ち止め感があり、先行きに明るい材料がない。
電気機械器具製造業（営業担当）	・足元は時期的に良いだけで、長期的には余り良くない。
電気機械器具製造業（経営者）	・中国向け等の輸出も復活せず、鉄鋼メーカーからの下期値上げ交渉が始まっており、価格面での競争力等に支障を来すため、景気は若干落ち込むことが見込まれる。
輸送用機械器具製造業（管理担当）	・政策の動向をうかがうため、買い控えになると思われる。
輸送業（エリア担当）	・米中の貿易摩擦が顕著になる動向が懸念され、我が国にも影響が出始めている。また、米国大統領がWTOを非難し、世界経済秩序が混乱する兆しを見せている。東京オリンピックの効果も落ちており、世界の中での日本として景気を考えると、先行きに明るい要素は見当たらない。
輸送業（役員）	・消費増税のアップも当初の予定どおりに実施されそうではあるが、予想していたような駆け込み需要が乏しく、むしろ買い控えになりそう。一時的に下落に転じた石油価格も、中東の政情不安から高値にとどまる気配があり楽観視できない状況であり、今後の景気動向に水を差す様相である。
輸送業（エリア担当）	・米中貿易問題や日韓政治問題の影響が貿易に出ている。
通信業（総務担当）	・人々が感じる景気は世の中の雰囲気そのものなので、日銀短観の中小企業指標のポイント減などのニュースを聞くと、やはり世の中の景気は悪くなっていると感じてしまう。物流での荷動きは堅調であるが、やはり上昇傾向は感じられない。逆に悪化を予想している。
不動産業（経営者）	・東京オリンピック後は停滞する。

		新聞販売店 [広告] (店主)	・ 8 月以降折込チラシが多くなるようなことがない。消費税の増税前だが住宅関係のチラシなどが増えていることもない。
		会計事務所 (職員)	・ 年金不足 2000 万円の話もあるし、消費税の増税も近い。ガソリンも高止まりしているし、消費税の引上げ後の物価も様子見ということで、消費は控えられるのではないかと見込まれる。
	x	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・ 消費税のアップは必ず景気を押し下げるので、下がり具合を注視している。
雇用 関連 (東海)		人材派遣業 (営業担当)	・ 消費税増税を前に、駆け込み需要が増加することが見込まれる。
		人材派遣会社 (営業担当)	・ 下期に向けての人材確保のため、各社、派遣・臨時社員にかかわらず採用意欲が高まってくると考える。既に派遣の依頼は増えてきており、在職者も転職機会をうかがっている状況である。
		*	*
		人材派遣会社 (経営企画)	・ 今の傾向がしばらくは継続する見込みである。
		人材派遣会社 (社員)	・ この先の予約状況は余り良くなく、例年に比べても良くないままである。
		人材派遣会社 (企画統括)	・ 消費税の引上げが景気変化の特段の材料になるとは考えにくい。
		人材派遣会社 (営業担当)	・ ポジティブな要素が思い当たらない。
		人材派遣会社 (営業担当)	・ 求人数は前年を上回っているが、年間での求職者の流動性が停滞期に入るため、9 月までは状況の大きな変化はない。
		アウトソーシング企業 (エリア担当)	・ 例年この時期は下期に向けた人材募集を行うが、その動きがなく、通常募集の人員数で推移している。
		職業安定所 (所長)	・ 企業からは継続的に、人手不足や来春新卒の採用活動に苦戦しているという声をよく聞く。
		職業安定所 (職員)	・ 世界経済の動きが不透明だが、不動産業界からは、中古マンションの売行きが好調との声があった。
		職業安定所 (職員)	・ 前年と比較して 20 ~ 49 歳の窓口相談件数が激減している。60 歳以上についても多少の増加にとどまっており、以前のような、景気の良いときに転職するという風潮はみられない。
		職業安定所 (次長)	・ 大きく景気が変動する動向は見受けられないが、業界により消費税の引上げ前の駆け込み需要と引上げ後の受注減が懸念される。
		職業安定所 (次長)	・ 一般求人、新規学校卒業者対象求人共に求人数に大幅な減少は見受けられず、引き続き企業からの採用意欲は高い傾向が継続している。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	・ 米中貿易摩擦を発端とした景気の動きをみると、大手企業での減益などの影響もあり、採用に慎重になり始めている企業もあるが、中小企業での採用決定においては、まだそこまでの影響は出ておらず、案件の人選依頼も継続的に発生している。
		民間職業紹介機関 (窓口担当)	・ 通常は秋からの需要が多い業界ではあるが、直接雇用による求人募集も多く、見込みよりも下回る可能性がある。
		学校 [専門学校] (就職担当)	・ 当地ではピークを過ぎた採用試験だが、関東地区の採用意欲は高く、現時点で前年以上の求人募集に関する資料が届いている。
		人材派遣会社 (営業担当)	・ 足元で客からの引き合い残件数が減少していることに加え、主要客での予算縮小に向けた動きも耳に届いている。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・ 求人の動きが悪く、設備投資の動きが鈍い。
		職業安定所 (次長)	・ 世界の経済情勢の不透明感から、製造業を中心に様子見感の広がりが懸念される。
	民間職業紹介機関 (支社長)	・ 面接合格率がやや低下してきている。特に製造業の動きが鈍い。	
	x	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・ 人材採用方法に新規アイデアを出せない人材ビジネス企業は退場しかない。新聞広告の求人は、もう細々としても残れない。