

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)		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・悪天候続きの夏秋だったが、明るい晩秋、初冬が迎えられる。
		乗用車販売店(従業員)	・全体的に成約件数が良く、問合せも多い。来月に向けて上がっていく方向である。期待できる。
		商店街(代表者)	・どんどん景気は良くなっていく。
		商店街(代表者)	・客の購買意欲がみられるようになってきており、徐々に良くなっていく。
		一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・これから年末にかけて慌ただしくなり、さらに、寒くなっていくのでいろいろな需要が起きてくる。様々なセール等、各店舗に力が入る。薬局では風邪やインフルエンザの流行で関連商品の売行きが良くなり、処方箋調剤も増える。業界はこれからが忙しくなると期待する。
		一般小売店〔書店〕 (営業担当)	・年度末に向けて客の予算消化が進んでいく。
		百貨店(販売担当)	・テナントビルや自社の販促施策と、ボーナス支給での御褒美需要の高まりに期待がもてる。
		百貨店(経営企画担当)	・株価、為替や貿易摩擦の影響等による企業収益低下が、ボーナス減少につながると、今後の売上に影響が出てくるが、消費税の引上げを意識した消費が活発になり、マイナス影響とプラス影響は相殺されてくる。
		スーパー(店員)	・気温も下がり、牛肉や野菜等の鍋物関連の食材が売上を後押ししていく。
		スーパー(総務担当)	・ボジョレーヌーヴォーの予約販売数が前年を大きく上回っている。
		スーパー(商品管理担当)	・年末年始は、野菜の高騰が続くが、客が工夫して買物することで、景気回復に向かっていく。
		スーパー(支店長)	・季節も良くなり、消費動向が上向きにある。冬に向けて勢いがついてほしい。
		コンビニ(企画担当)	・工事関係は増加する。
		コンビニ(エリア担当)	・たばこの値上げがあったにもかかわらず、来客数の前年比での改善傾向から、重点管理商品群の継続改善と戦略的に実施しているちゅう房商品が大きく貢献する傾向にある。
		コンビニ(エリア担当)	・年末商戦に入ってくることに加え、1年の切替えに伴う需要の高まりが徐々に拡大基調にある。
		コンビニ(店員)	・季節商材の販売があるので、少しだけ上昇する。
		衣料品専門店(販売企画担当)	・特に若者向けが動き始めている。
		家電量販店(店員)	・12月から始まる4K放送の問合せや予約が増えており、期待が高いようである。
		家電量販店(フランチャイズ経営者)	・気温の下がり方が遅いのか、冬物の動き出しが例年より遅い。消費税の引上げ前、最後の冬ボーナスシーズンなので、例年より大物の買換えが増える。
		乗用車販売店(経営者)	・年末年始、新車の決算セールを狙って買換えを検討している。
	乗用車販売店(経営者)	・年内は難しいが年明け以降の動きに期待したい。	
	乗用車販売店(販売担当)	・年末頃には新型車両が投入されるので、来客数に期待できる。	
	乗用車販売店(営業担当)	・人気車種のモデルチェンジを控えており、客からの問合せが増えてきている。	
	乗用車販売店(営業担当)	・納期の掛かる商品は少しずつ上積みしているため、徐々に回復の見込みである。	
	高級レストラン(経理)	・これまでと同様、家族・個人の晴れの日、イベント需要を取り入れ、年末年始に向けて忘新年会等の団体需要を期待したい。	
	一般レストラン(経営者)	・イベントをして、購買意欲を刺激する商品を開発して売上を増加していく。	
	一般レストラン(従業員)	・年末年始までは好調で、その後は厳しい。	
	スナック(経営者)	・多少、予約が入っており、年末に向けてある程度良くなると期待している。	
	観光型ホテル(経営者)	・2~3か月先の景気は、前年比で5~8%ほど予約状況が良くなっている。地元はさておき、当社の営業地域は広域で、一部の景気の良い業種等、そういった客の入込みが増加する傾向がこれから見受けられる。理由は分からないが、製造業の業績が良くなって、その影響が市中に出回ってきた。	

都市型ホテル（総支配人）	・宿泊は、外国人旅行者の減少と競争相手の増加で例年になく悪かった。今後は、自然災害の影響が薄れ、また、国間の交流の改善で中国からの旅行者が増大する等、宿泊増加に希望的な見通しをもつ。
旅行代理店（経営者）	・来年は平成が最後の年となり、天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位ということもあり、少しは良くなる。
旅行代理店（営業担当）	・11～12月上旬までの団体旅行が例年以上に発生しており、忘新年会の申込みも徐々に増えている。特異な天災事変や燃油代の高騰、世界情勢の変動がなければ、このまま好調を維持できる。
旅行代理店（営業担当）	・大雪が降った場合の報道次第で大きく影響はあるが、過剰な報道がされないことを祈って、特に被災地方面への旅行を販売強化したい。
タクシー運転手	・今が良くないので、もう少しは良くなる。
その他レジャー施設 〔鉄道会社〕（職員）	・11月中には完全復旧の見込みで、元に戻る形で良くなる。
美容室（経営者）	・秋から正月に向かっていくので、来客数も増加してくる。忙しくもなしてほしい。
美容室（経営者）	・年末になればイベントも多くなり、ボーナスも入ってくるので来客数が増加する。
住宅販売会社（従業員）	・まだ客には浸透していないが、職人の高齢化、東京オリンピックの影響等、人手不足が懸念される。前回の消費税率引上げの時以上に、3月が近づくほど工期が延びていく可能性がある。それをうまく伝えつつ分散させるため、年末にかけてキャンペーン等取り込み合戦で活気が出る。
その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・会社内のシステムが大幅に変更される予定で、変更して軌道に乗れば上昇するはずである。
その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・マンションのリフォーム工事、事務所や工場の改装工事、水回りリフォーム工事の見積りは多い。それがこの先につながっていく。
商店街（代表者）	・寒くなってきたのである程度動きは出たが、12月から正月を挟んでは、余り動きのある時期ではない。
商店街（代表者）	・今月から客単価がますます低くなってきている。そういった関係で販売量、売上の増加につながりにくい。
商店街（代表者）	・近隣の商圈に類似商材を扱う大型店が間もなくオープンする。厳しい状況は変わらない。
商店街（代表者）	・消費税の引上げで、リフォーム関連の売上が期待できる。
一般小売店〔土産〕（経営者）	・特に飲食業で人手不足が顕著であり、この労働力不足が景気を押し下げる。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・小売店では景気の良さは全く感じない。今後もこの傾向は続く。
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・3か月先は忘新年会の時期であるが、例年に比べて客足が伸びるとは考えられない。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先を考えても贈答品店では、個人の需要はなかなか伸びず、法人の需要によって贈答が動いている。交際費が少し使えるようになって、家庭の交際費や小遣い等が増えておらず、2～3か月先も全体としては変わらない。
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）	・特に世界経済において不安定要素が非常に多く、先行きが見えない。
百貨店（企画担当）	・インバウンド売上は着実に伸びているが、衣料品を中心に国内需要の伸びが見込めない。
百貨店（販売促進担当）	・当面現状の状態が続く。
百貨店（計画担当）	・インバウンド需要は安定的に続いていく。その他富裕層の動きも今のところ変化は感じられない。
百貨店（販売担当）	・ハロウィーン商戦が駄目だった。冬物服飾雑貨の出だしは良い。
百貨店（業績管理担当）	・近隣の競合店は改装して集客力を高めているが、当社はなかなか改装することができず、集客力、商品の鮮度で苦戦している。
スーパー（店長）	・これから年末商戦が始まってくるが、年末の伝統商品の売行きは毎年少しずつ落ちている。現状が良くてもこのままでの推移とはいかない。
スーパー（販売促進担当）	・地震や台風等の天災の話題が多く、購買意欲は上がっていない。

スーパー（商品開発担当）	・売上は良い結果を残すことができたが、客数は99.7%と100%を割る結果であった。来客数回復のための策を出しているが、効果が期待できるか分からないため、現状とさほど変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・10月は意外に健闘した実感があるが、中身をみるとセールや特売の商品はよく動くが、通常の商品の動きが余り良くなく、何もなければ景気が上向くことはない。
コンビニ（エリア担当）	・総菜等大きく伸びているカテゴリーもあるが、ドラッグストア等との競合が増すばかりで、プラス要因も相殺されてしまう。
コンビニ（店長）	・当地区では再開発の動きがあるが、恩恵を受けて来客数、売上に影響があるのは1～2年後であると考え、現在の景気は変わらない。
コンビニ（商品開発担当）	・9月のたばこ増税の駆け込み需要の反動を受けた10月も、反動減からの回復をみせ、客単価は戻りつつあるが、ガソリンの値段が上昇する等、家計を圧迫する状況下で余計な物は買わない傾向は続く。
コンビニ（本部管理担当）	・1年後の消費税の引上げに向けて消費者のマインドは上向きであるが、当社の経営数値の上では、直近の来客数や客単価に大きな影響はない。今年中はこの状態が続く。
衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセール時期とはいえ、商品単価が高く、なじみ客も一見客も慎重にしか買ってもらえない。
衣料品専門店（売場担当）	・景気回復が見込める要素がない上に、今年は暖冬といわれている。
家電量販店（店員）	・急激には景気が回復するようには感じないが、来客数の増加傾向はしばらく続く。株価の動向が少し気になるが、余り下落しないようなら継続する。
乗用車販売店（営業担当）	・ガソリンの価格高騰やいろいろな物の値上げで、せっかく収入が増えても、増えた実感が湧かない。
乗用車販売店（経営者）	・米中の貿易戦争やサウジアラビアの情勢等、不安定要素が多く、消費者も様子見といったところである。
乗用車販売店（経営者）	・台風の影響は落ち着き平常に戻っていくが、全般的に大きく景気に影響するような要素はみられない。
乗用車販売店（従業員）	・今後、ガソリン高が続けば、しばらく買い控えも出てくるような状況で、新車販売は低調になる。ただし、中古車でお買得なハイブリッド車や電気自動車の引き合いが逆に増えてきており、工場への在庫数も増えてきているため、トータルでは目標並みを維持できる。
乗用車販売店（従業員）	・これから秋の増販期、冬のボーナスシーズンを迎える。しかし、客からは、新型車両が発売されても、どうしてもこの車に乗りたい、この車が欲しいという欲求が湧かないといわれた。この先、客の購買意欲が急に盛り上がるとも考えづらい。
乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表等もなく客の動きも鈍化しており、年内は前年の数字を維持するのもしんどい。
住関連専門店（営業担当）	・来年10月の消費税の引上げで、新築工事を中心に消費税の引上げの前に契約、完成工事をという声や、契約物件も出始めている。会社関係の設備投資に関しては横ばいである。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要はあるものの、米中貿易摩擦のマイナス影響でプラスマイナスゼロである。
一般レストラン（経営者）	・宴会の需要がなくなる。
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・将来的な安定がみえてこない限り、消費が爆発的に上向くとは思えない。
その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・失業率も低く、賃金も上昇しており、そのことが客の景況感の良さにつながっている。来年まではこのままの良い雰囲気が続く。
観光型ホテル（支配人）	・2～3か月先の予約状況は前年並みとなっはいるが、毎年決まって空いてしまう日をどうやって埋めていくかが増収の鍵となる。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断した。
都市型ホテル（経営者）	・週末ごとに天候が悪かったことと、災害でインバウンドが減少しているのが影響している。
旅行代理店（経営者）	・行楽シーズンということもあり販売量は前月より多くなっている。自然災害がなければ良くなっていく。
旅行代理店（経営者）	・年末年始に旅行したくても直前では予約が難しくなる。カレンダーで春休みに続き、ゴールデンウィークの休日が10連休に決まり、予約の争奪戦が始まっているが、予約が取りにくい状況である。
旅行代理店（経営者）	・年明けの旅行商品の販売が、いまだ読めない状態である。

旅行代理店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 物の購入から所有がなくなり、利用価値に移行しているために給与が上がらなくても生活が可能である。今後は消費の二極化が進むので、景気が良くなっている実感が湧かない。店舗の過剰も過当競争を招いていて、適正規模になるまでには様々なことが起こる。
タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> 前月と余り変わらなかった。
タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> 長い間飲食店は静かで、経営者から良くなったという話は聞かず、悪いという話しか聞かない。飲食店の経営者と我々のタクシー業界は、当分変化がない。
タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> 12月はボーナス時期で良い材料はあるが、相変わらず貿易摩擦の問題等、石油の関係でイランやサウジアラビア等の問題でまだまだ石油製品が値上がりする。心配材料が多くある。
通信会社（サービス担当）	<ul style="list-style-type: none"> 新サービスや料金改定等がない限り、通信会社間を移転して行ったり来たりで、新規客を獲得するのは難しい。
通信会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> 現在と同じ状況が続く。
通信会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者層は、固定インターネット回線が割高でもブランドもあり利用してもらっていたが、スマートフォンが安く普及してきたようで、今後は格安な回線の方へ流れていく。
テーマパーク職員（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> 好転する材料が見当たらない。
ゴルフ場（支配人）	<ul style="list-style-type: none"> 2～3か月先は冬のシーズンに入るが、予約数はほぼ前年並みに入っている。寒波や雪の影響を大きく受けなければ、しばらくこのままの状態を継続する。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	<ul style="list-style-type: none"> 足元の状況がどの程度継続されるかによる。
住宅販売会社（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> 消費税の引上げに向けて動きがある。
一般小売店〔書店〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 消費税の引上げの影響が出る。
百貨店（売場主任）	<ul style="list-style-type: none"> 下見客が多い。高額商品には目もくれず、大体国産の3万円以下の商品の下見客が多く、購入する場合も単価が低い物で選んでいる。高額商品を購入する客は、即買いの客が多いが、なかなか今月はそういった客がいなかった。これから売上も厳しくなる。
百貨店（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> 貿易戦争に伴う世界経済の先行き不安や、株安、原油安による家計圧迫が景気の押し下げを招く。
スーパー（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> 1月は休みが多く、働く日数が少ないため景気にはマイナスになる。景気は、徐々に下がり気味にもみえ、目に見えて悪くなるという状態ではない。米国大統領が仕掛けた米中貿易戦争は早期に解決してもらいたい、解決にはまだ時間が掛かる。1月の景気は余り良くない傾向にある。
スーパー（店員）	<ul style="list-style-type: none"> 必要な物、安い物だけを購入する客が増加し、利益が増えない。
スーパー（経営企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> 今のままでは年末商戦も期待できない。
スーパー（ブロック長）	<ul style="list-style-type: none"> ガソリン価格がどんどん上昇していること、また、国際情勢を受けて株価の動きが大きくなっていること等、先行きの不安感の方が大きい。
スーパー（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> 足元の状態では、1年で一番売らなければならない年末に更に悪くなる懸念がある。しかも原因が分からない。
スーパー（営業企画）	<ul style="list-style-type: none"> マスコミ等の取上げを含め、消費税の引上げを段々現実的に感じるため、消費心理として更に堅実な方に動く。
スーパー（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> 店がどうなるか分からず、客足が遠のいており販売量が減少する。
コンビニ（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> 来客数が減少している要因が特定できておらず、この傾向が続けば徐々に悪化する。
コンビニ（店長）	<ul style="list-style-type: none"> たばこ値上げの影響が出ている。電子たばこの販売制限もあり、売上が減少する。
コンビニ（店長）	<ul style="list-style-type: none"> 宝くじのネット販売の利便性アップが今後どこまで影響してくるか、不安要因である。
乗用車販売店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> 自然災害が落ち着いてきており良い傾向であるが、それにしても世の中に活気がない。活気がないということは年末にかけて余り良くない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> 売上高前年比プラス1.1%、来客数前年比マイナス0.3%で推移している。

	一般レストラン（経営者）	・世界情勢がかつてない変革期を迎えており、国内においては大企業に富が集中するばかりで、一般庶民への効果的政策がまず期待できない状態である。さらに、消費税の引上げの政策は、確実に消費マインドを後退させる結果となることが予想される。消費税の引上げには絶対反対である。
	一般レストラン（経営者）	・ガソリン代を始め、光熱費等の支出が多くなり、外食費に回すことは少なくなる。
	都市型ホテル（営業担当）	・外資系製造業の工場ができているため、宿泊への影響が若干あるが、大型レジャー施設需要の低迷が大きく、レジャービジネスは減少傾向である。
	通信会社（企画担当）	・台風により、4日間の停電による企業、家計への影響や、家屋、公園等の被害がまだ復旧されていない等、経済的にも混乱している状況である。この状況はしばらく続く。
	テーマパーク（職員）	・暖冬予報が当たると、雪遊びの客が見込めず悪くなる可能性がある。
	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。
	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・海外情勢が不透明すぎる。
	理美容室（経営者）	・消費税率が引上げになり、買い控えが起こってくる。
	美顔美容室（経営者）	・12月までのキャンペーンが終了し、年末年始は来客数が減少する。
	美容室（経営者）	・人口が減少しているのが悪い。
	その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・福祉施設においては、作業効率をアップすることは、製造業の機械化やIT化のように設備投資によって改善されるものではない。
	設計事務所（職員）	・中東情勢が悪くなる。それによって、ガソリン等の影響が出てくる。
	住宅販売会社（経営者）	・諸物価が上昇しローンに回す金が少なくなり、住宅購入に影響している。
	住宅販売会社（従業員）	・一過性の仕事量は増えたが、特別に新築への投資が増えたわけではない。同業他社の自己破産の話も出てきた。
	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・台風以来仕事は続いているが、業者同士、見積りの競争になり、仕事の取り合いになっている。景気が良かったとは感じにくい。
×	テーマパーク（職員）	・平成30年7月豪雨で不通となったJRの全面開通もまだできておらず、今後の見通しが立たない。各地での災害が多く国内客もインバウンド客も少なくなっている。
×	理容室（経営者）	・消費税の引上げの話で、また財布のひもが固くなる。
×	設計事務所（経営者）	・種まき計画案件も少なくなっており、先の見通しができない。
		*
企業動向関連 (東海)	電気機械器具製造業（企画担当）	・米中経済戦争の懸念はあるものの、足元の景気の好調感は続いており、今後数か月は現状で推移する。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・これから年末に向けて金を使う機会が増えてくる。今月よりは良くなる。
	輸送業（エリア担当）	・日中間関係改善のニュースが大々的に流れたが、これを受けて将来に向かって日中関係がこれから徐々に良くなると、対中国の輸出入額が上がってきて活性化してくる。まだ予測に過ぎず何ともいえないが、期待も含めて伸びてくる。
	行政書士	・年内の仕事が充実している。
	食品製造業（経営企画担当）	・原材料価格は高値で推移し、加えて来年に控えた消費税の引上げは、今後消費マインドを引き下げる影響の方が大きく、先行きも不安要素が多い。
	化学工業（総務秘書）	・特段悪くなる要因がない。米中の関税合戦は株価を揺るがしているが、中期的には互いの不利益を回避していくものと推察する。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・中国原料の供給制限は続きそうだが、国内メーカーにおいて設備増設はリスクが大きく、増産の可能性は低い。原料価格が下がる気配はない。
	鉄鋼業（経営者）	・メーカーから卸売店への販売価格と、ひも付き価格と呼ばれる製造メーカーへの直販価格に開きがあり、客はひも付き材を親会社から供給を受ける状況が続いている。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合いの増加もなく、変わらない。
	金属製品製造業（従業員）	・しばらくは忙しい状況が続く。零細規模の同業者の廃業等が影響し、集中している。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・急な計画変更により受注が決まったが、自動車産業のユーザーは全体的に低調である。また、長納期の原因となっている部品の不足はまだ続いており、予断を許さない状況である。

一般機械器具製造業 (経営管理担当)	・受注量、販売量の状況で判断した。
電気機械器具製造業 (営業担当)	・現状のままである。
電気機械器具製造業 (総務担当)	・好況であることに変わらない。ただし、消費税の引上げ後や東京オリンピック後については不安である。
輸送用機械器具製造業 (製造担当)	・例年と変わらない。
輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	・米国と中国の貿易戦争が勃発しない限りは、大きな悲観的要因はない。
建設業(役員)	・消費税の引上げに対して、市場の反応が鈍く感じる。
建設業(経営者)	・政治家や公務員に関する報道に、一般市民は驚いている。
輸送業(経営者)	・人手不足は日々深刻化している。年末の物量をさばくだけの生産力確保が難しい。
輸送業(エリア担当)	・燃料の軽油が前年比21円50銭と大幅に値上がりしているが、貨物の荷動きが少しずつ良くなっており、景気は変わらない。
輸送業(エリア担当)	・米中の関税の影響を調査して、貨物の動きを調査している。
輸送業(エリア担当)	・高単価は続いている。経費も増えているため、それほど好転はしていない。
通信業(総務担当)	・景気が良くなるとは思わないが、悪くなっていくとも考え難い。観光シーズンになり外出機会は増える。
金融業(従業員)	・特に目立って景気上昇、下降の話はない。また、東京オリンピックに向けて、建築関係の方は仕事があるということで、悪くはない状況であり、大きな景気の動きはないと判断した。
金融業(企画担当)	・為替や米国との貿易など不透明感が増しており、株価、為替も大きく好転はないとみられ、個人投資家も動きづらい。当面現在の景気が続く。
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いう予報もあり、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。
広告代理店(制作担当)	・新年に向けての引き合いや、企業側の積極的な動きは余りなく、横ばい状態が続く。
公認会計士	・中堅中小企業の収益性は回復、経済効率性の向上は道半ばである。
会計事務所(職員)	・10月に最低賃金が改定されたが、手取りが大幅に増えたわけではない。年末に向けて消費は増えるだろうが、これは例年のことで大きな変化はない。
その他サービス業[ソフト開発](社員)	・来年1月までは、開発余力が作れないので、このままで継続する状況となる。
その他非製造業[ソフト開発](経営者)	・以前から米国の景気に対してもっていた疑念どおり、株価が大きく下げてきた。今後も乱高下するが、景気の動きに後退はない。中小企業としては、新製品の早期の開発を完成するように心がけている。
食料品製造業(営業担当)	・受注量、販売量共に、前年同期に及ばない状況である。景気が良くなる兆候はみられない。特に、冬にかけて飲料の販売が減少することもあり厳しい。
パルプ・紙・紙加工品製造業(顧問)	・11月より原材料の値上げの発表があり、同業者間の競争が激しくなり、採算面も厳しく今後景気はやや悪くなる。
化学工業(営業担当)	・プラスチック原料の値上がりが見込まれる。
化学工業(人事担当)	・我が国の経済に大きな影響を及ぼす米国、中国の景気後退のみならず、中東情勢、欧州の不確定な状況を考えると、今後の景気に対してネガティブな要因しかない。
電気機械器具製造業(経営者)	・生産物は最終的に海外向けが非常に多く、米国の状況、米国対中国の関係で輸出量が減少するのではないかという話をいろいろな客先、得意先から聞く。
輸送用機械器具製造業(管理担当)	・ガソリン代の値上げで、外出が減る。
輸送業(役員)	・米国の閉鎖的で保護主義的な経済政策、貿易政策が徐々に我が国にも影響してくる。石油価格の高止まり、値上げ傾向に歯止めが見受けられないのが不安である。燃料費、フェリー料の上昇に加え、人手不足があり年末繁忙期が不安である。
通信業(法人営業担当)	・次年度予算形成の時期ではあるが、目先の消費税の引上げ対応に気がとられ、一人ひとりが建設的な戦略を練る心の余裕がないように見受けられる。もう少し先の経済を考えられる企業、明るい将来を期待させるような政策実現がない限り、このまま好転は期待できない。

	新聞販売店 [広告] (店主)	・新聞購読者、折込出向量共に、減少傾向が続いている。
	会計事務所 (職員)	・燃料費を始め経費のアップが影響し始めている。営業車両をディーゼルからガソリン、又はハイブリッド車へ移行しつつもガソリン価格の急騰は影響が大きい。
	x 電気機械器具製造業 (経営者)	・取引先の設備投資意欲が少なく、今後の販売に余り希望がもてない。
雇用 関連 (東海)	-	-
	人材派遣会社 (社員)	・先の予約状況は例年並みで、今月よりは良くなる。
	アウトソーシング企業 (エリア担当)	・国内の自動車生産については、今後上向きと予想するが、メーカーによって好調なところと、不正問題が発覚したメーカーとのばらつきが考えられる。
	職業安定所 (所長)	・企業の好調な業績を背景に、冬の一時金増加への期待がある。管内では台風や地震の被害がなかったことから、安定した稼働、操業が続いており、むしろ被害拠点への応援スタッフや資材等の投入が必要となり、その分、業務量が増えている。
	民間職業紹介機関 (営業担当)	・求職側の活動意欲が高まる時期であり、最大商戦期の2～3月を目指し、ボーナス支給後を見越して事前に情報収集に動く人が増える時期である。
	人材派遣業 (営業担当)	・外国人技能実習生の受入れ基準等により大きく変動する。
	人材派遣会社 (営業担当)	・2～3か月後は年度末も近づき、年度予算の使い切りのため引き合いは増える。ここ最近の株価下落によるマイナスの影響もあり、今月は変化がない。
	人材派遣会社 (営業担当)	・前向きな要素が少ない。
	人材派遣会社 (企画統括)	・景気に変化する特段の材料が見当たらない。
	人材派遣会社 (営業担当)	・求人件数は引き続き堅調に推移しているが、人手不足も確実に進んでおり、既存客の維持施策を講じる企業が増加している。
	職業安定所 (職員)	・求人に基づいた変化もみられるが、非正社員の正社員化、休日や賃金等の労働条件の改善を行う企業が増えており、景気のトレンドは変わらない。
	職業安定所 (次長)	・新規求人数は高水準で推移しており、景気の高まりを感じるが、中小零細企業においては、原材料や運搬費の高騰が収益を圧迫、人手不足により受注制限が生じているとの声を聞く。
	職業安定所 (次長)	・新規求人数は横ばい状態にあり、大きな変化はない。
	民間職業紹介機関 (窓口担当)	・派遣の需要として、今後の受注見込み数が落ち着きつつあり、媒体での募集案件によって応募も左右されるため、余り大きく数字が上がる要因が見当たらない。
	学校 [専門学校] (就職担当)	・前年同時期にあった3月に学内で行う法人の採用説明会に関する申込み、照会や問合せ等の件数には、さほど変化もない。
	人材派遣会社 (経営企画)	・客先のメーカーにおける開発プロジェクトの凍結が、ちらほらと始めている。
	人材派遣会社 (社員)	・年末に向けて求人数が減少し、求職者の動きも鈍くなる。
民間職業紹介機関 (支社長)	・株安、米中貿易摩擦等の影響が出る。	
	x 新聞社 [求人広告] (営業担当)	・確実に採用できる媒体には高額であっても費用をかけるが、効果があるかないか分からない媒体はできるだけ安価でという風潮になっている。