

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）	・東京オリンピックに向けて、ますます景気が良くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・10月以降、若干の消費税増税ショックがあるかもしれないが一時的と見込む。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・秋から年末にかけて予算消化が活発な時期に入る。
		百貨店（販売担当）	・ハンディファンのヒットで夏の売上は好調で、盛夏の終わりとともに厳しくはなったが、秋商品も単価は低いものの動きが出始めている。
		スーパー（店長）	・消費税増税により、来客数は上向き見込みである。外食の客層をいかに取り込めるかが鍵である。
		スーパー（総務担当）	・買いやすくなった輸入ワイン等の売上が増えている。
		スーパー（商品管理担当）	・台風次第だが、季節商材が順調に回り、多少良くなる感じがする。
		コンビニ（エリア担当）	・7月の冷夏、8月の台風等、本来の夏らしい動きがなかったことによる影響を脱し、秋以降は、連休等で来客数の動きは徐々に戻りそうな雰囲気がある。
		コンビニ（エリア担当）	・重要カテゴリー商品群の調理パン、調理麺のリニューアルとセット販売に加え、ファーストフードの週末セールと合わせて、季節商材とエリア商品の発売で改善を図る。
		コンビニ（店長）	・店の周囲で再開発が進んでおり、その工事が最盛期になり、需要が見込まれる。近日完成予定のカプセルホテルからどれくらいの来客数を見込めるか不明な点もあるが、景気は良い方向に向かう。
		乗用車販売店（経営者）	・9月以降は猛暑などもなくなり、気候も落ち着いてくるものと思われ、来店が期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・前回の消費税増税のときは在庫車が全て売り切れたが、その雰囲気が感じられない。マスコミなどで自動車は増税後でもお買得という報道がされている影響もあるのか、客との話でも、急いだり焦っている様子が余りみえない。正直、不安要素の方が大きいですが、そういう中でも注文数が増えてきているので、期待はしている。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税後も税制面で需要の落ち込みが少なくなるようになってきているので、来客数は現状維持か多少の落ち込みで済むだろう。
		スナック（経営者）	・多少予約が入っているので期待をもっている。
		観光型ホテル（支配人）	・前年の秋には全くといっていいほどに受注できなかった一般宴会の祝賀会が、順調に入ってきており、久しぶりに予算比、前年比共にクリアしていく見込みである。あとは食堂部門の来店客の持ち直しに期待する。
		旅行代理店（経営者）	・年末年始や春以降の計画の契約話があれば問題ない。消費税増税に便乗して値段が上がると販売しにくくなるおそれがあるので、心配している。
		テーマパーク（職員）	・前年のような天候不良がなければ、良くなる。
		美顔美容室（経営者）	・今年の12月末までキャンペーン商品の販売がある。
		美容室（経営者）	・8月の暑くなる前にパーマ、カラーやカットした客が、2～3か月後に来店する。また、正月に向かう行楽シーズンで忙しくなる。
	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・2か月後に企業設備投資のまとまった工事を受注した。	
	その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・新しいシステムを導入することになり、客足も増加が見込まれるので期待している。	
	商店街（代表者）	・消費税引上げに伴い駆け込み需要があるかと想定されるが、それ以前に買い控えがあると考えられ、どちらともいえない。	
	商店街（代表者）	・相変わらず客単価が低いまま伸びていない。売上に繋がらず良い材料も見当たらないため、今期と変わらない。	
	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・個人消費が増加する気配がない。消費税引上げにより更に景気が悪くなる。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・良くなる材料はない。ショッピングセンターも来客数が落ちているのは明らかで、出掛ければ金を使うので、出掛けないという人が増えている。	
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・現在、高止まりしている感がある。しばらく続くものと見込まれる。	

一般小売店〔書店〕(経営者)	・ 経済は堅調にきているため、消費税が2%上がっても変化しない。
一般小売店〔果物〕(店員)	・ 3か月ほどでは変わらない。
百貨店(売場主任)	・ 9月は消費税引上げ前ということで、売上が増加するのではないかと見込んでいる。しかし、増税前に靴を大量に購入する客はいないのではないかと売場では話しており、買い控える客も増え、売上は厳しくなる。
百貨店(経理担当)	・ 消費税増税前の駆け込み需要を期待しているが、それほど盛り上がっていない。10月以降の落ち込みが不安である。
百貨店(販売担当)	・ 来月は消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるが、10月以降の買い控えも懸念される。
スーパー(販売担当)	・ 景気が良くなる材料が見当たらないため、変わらない。
スーパー(販売担当)	・ 消費税増税前の駆け込み需要とその後の落ち込みでプラスマイナスゼロとなる。競合店の閉店による効果が2~3か月後まで続くかどうかは疑問である。
コンビニ(本部管理担当)	・ 9月は消費税増税の直前のため、前年を大きく上回る売上を見込んでいる。10月以降は軽減税率の効果次第である。今後の見通しが立たないため、変わらないと判断する。
衣料品専門店(売場担当)	・ 2~3か月後は消費税増税後になるが、前回の増税時と違い軽減税率が適用されることから、大きな消費の落ち込みはないと見込まれる。
乗用車販売店(経営者)	・ 消費税増税前の駆け込み購入や買換えの様子も余り見られない。大きな変化はなく推移しそつである。
乗用車販売店(経営者)	・ 消費税増税前の盛り上がりもなかったため、反動減も限定的とみられる。
乗用車販売店(従業員)	・ 10月の消費税増税前ではあるが、ほとんどの車種は納期が3か月近く掛かっており、増税前には車の登録が間に合わないため、客の動きも鈍化している。ただし、10月には新型車、モデルチェンジ車が控えているので、前年並みは維持できるかと予想する。
乗用車販売店(従業員)	・ 8月はたまたま売上が良かったかもしれないということ、この先につながるものもどれくらいあるか分からず、仕入れも難しいため分からない。
乗用車販売店(従業員)	・ 消費税増税があるものの登録車はハイブリッド車が中心であり、エコカーに対する施策も開始されるので大きな下振れはないと感じられる。しかし、優遇対策の対象外車種との販売格差が広がり、これまで以上に客の車種選びはシビアになるだろう。
その他専門店〔書籍〕(店員)	・ 10月からの消費税引上げがあるため影響があるか分からないが、少し景気は落ち込む。
その他専門店〔雑貨〕(店員)	・ 消費税増税前の駆け込み需要も今一つで、ポイント還元などでプラスマイナスゼロ感がある。
一般レストラン(経営者)	・ 1か月後に消費税が引上げとなるので、来客数、売上は落ち込むと思われるが、例年並みを目標にしたい。
都市型ホテル(総支配人)	・ 秋は例年ハイシーズンであり、今年も宿泊の売上は回復すると思うが、供給が増えているため、日によって稼働率の変動が激しい。
タクシー運転手	・ 長い間飲食店は人が少ない状況が続いている。週末であっても人が少ないため、景気は変わらない。
タクシー運転手	・ ここ2~3か月、客の数が変わらない。
通信会社(サービス担当)	・ 安い会社へ乗換え、また戻ってくることの繰り返しで、変動が余りないと見込まれる。
通信会社(営業担当)	・ 景気は低迷中であり、当面は続くと思込まれる。
通信会社(営業担当)	・ 安価な商品を選ぶ傾向は変わらない。
テーマパーク職員(総務担当)	・ 消費税の引上げが近づいているが、入園料の引上げは行わないため、景気に対して大きな影響を及ぼさないと想定している。
ゴルフ場(支配人)	・ 10~11月はゴルフシーズンに入り、また、入場者予約数も前年同日比で遜色なく入っているが、今年4月以降の低迷ぶりから、今後も強気にはなれない。
パチンコ店(経営者)	・ 季節要因で、高温のためエアコンの効いている店舗に客が入り、売上は上がっている。
その他サービス〔介護サービス〕(職員)	・ 消費税増税の影響が気になるが、客単価が下落する可能性はあるものの販売件数への影響はないと想定している。
住宅販売会社(従業員)	・ 大きな変化はないように見受けられる。

商店街（代表者）	・ 9月 は消費税増税前ということもあり販売量は伸びると予想するが、それ以降は当然落ちると考えている。
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・ 消費税引上げにより、客からは、日常の外飲食を減らすしかないとの複数の飲食店店主が聞いている。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・ 贈答品店は相手を気遣う気持ちが多い仕事である。消費税引上げが1か月後であるが、金を使わない方向に企業は動いており、個人も更にそのように動いている。自己投資には少し使うかもしれないが、他人に対してのお返しや贈答等が減少し、増税になると更に悪くなる。
一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・ 海外情勢が不安定で、先行きに不透明や不安感がある。
百貨店（総務担当）	・ 9月 は消費税の引上げ前の駆け込み需要により、瞬間的な売上増加にはつながると考えているが、それ以降は消費者の節約志向が更に高まり、売上に結び付く要因がなかなか見つからない。さらに、インバウンドの売上もこれまでどおりに期待できない状況である。
百貨店（企画担当）	・ 8月後半から消費税増税前の購買の動きがみえ始めている。具体的には、紳士では単価が高めのビジネスウェアや雑貨が動き始め、婦人服でも例年より早めに秋物の動きがみられる。9月までは消耗品、高額品を中心に前年以上の動きをみせると見込んでいるが、10月以降の反動がいつまで続くか読めない状況である。特に、昨今の国際情勢に端を発した経済不安が増税とあいまって、景気を引き下げざることを懸念している。
百貨店（経理担当）	・ 世界経済の悪化に加えて、日韓の関係悪化に伴い双方で渡航を控える動きがみられるなど、インバウンドの減退が見込まれる。
百貨店（業績管理担当）	・ 消費税増税後の反動減を見込む。しかし、駆け込み需要が前回ほどはないようなので、落ち込みも軽微と見込まれる。
スーパー（経営者）	・ 10月に消費税の引上げがあるため、もろもろの物価が上昇し、ますます消費者は節約志向となりスーパー等も売上が減少し、企業も消費者も苦しくなる。我が国の景気は、輸出が世界的にも伸びず、苦戦する。製造業の求人倍率は半年前がピークであり、現在は徐々に低下している。3か月後の景気は決して良くない。
スーパー（営業企画）	・ 消費税の引上げが実感されて、消費の防衛心理が進むと予想する。
スーパー（商品開発担当）	・ 消費税増税前に消費が増え、増税後には消費を絞ることが予想されるため、売上はさほど変わらないが、やや悪くなる。現状で来客数は前年比100%を切っていることから、やや悪くなるだろう。
スーパー（経営企画担当）	・ 良くなる要素がない。
コンビニ（企画担当）	・ インバウンドや輸出関連の雇用は増えず、内需への規制緩和が望まれる。
コンビニ（店長）	・ 消費税の引上げ前の需要が全くない。ポイント還元が大きすぎる。市中の小企業の現場と政府の政策とは、かい離しすぎている。
コンビニ（企画担当）	・ 消費税引上げの影響を受け、若干売上が低下すると見込まれる。
コンビニ（エリア担当）	・ 客単価が下落している。コンビニの場合、消費税増税の影響はないが、他で影響することにより、コンビニで使う金が減るのではないかと感じている。
コンビニ（エリア担当）	・ 消費税増税となり、買い控えの動きがあると想定される。ただし、今回は政府の対策もあり、前回ほどのマイナスの影響はないように予想される。
コンビニ（店長）	・ ポイント還元制度もあり、消費税増税前の駆け込み需要や増税後の落ち込みがあるのか、全く予想できない状態である。いずれにしても消費の緩やかな低迷は続く。
コンビニ（店員）	・ 来客数はお盆までがピークで減少傾向にある。
コンビニ（商品開発担当）	・ 10月のたばこ値上げ前の駆け込み需要はあるものの、消費税増税による買い控えはやはり大きいと考える。来客数の増加を図ることが難しいなか、買い控えによる単価の下落は厳しい。
衣料品専門店（販売企画担当）	・ 消費税増税の影響もあり、購入を控えているという客もいる。
家電量販店（店員）	・ 購入の見積りをしている客は皆9月購入予定なので、10月以降の売上は落ち込む。

家電量販店（フランチャイズ経営者）	・消費税率2けたのインパクトは大きい。国際情勢の不安定化で企業業績の悪化も予想され、アベノミクスの終えんを迎えるのであろう。東京オリンピック関連でテレビは売れているが、高単価商品から低価格商品への移行が起こるのではない。	
乗用車販売店（営業担当）	・消費税が引上げになるとやはり消費が落ちてくる。	
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後は財布のひもが固くなるだろう。	
乗用車販売店（従業員）	・韓国との経済問題がすぐに解決する雰囲気もなく、長引けば長引くほど景気に影響し悪化する。	
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み感が今一つである。新型車種などの明るい材料もなく、2～3か月後は不透明である。	
高級レストラン（経営企画）	・消費税増税とともに節約志向が高まり、一時的に厳しい客足となる。年末年始に向け各社とも販促を強化し回復を図る。	
一般レストラン（スタッフ）	・10月からの消費税引上げによる買い控えが続く。	
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・何かの出来事で悪くなるのではなく、複合的な要因で徐々にマイナスになっていく。	
その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費税増税や国際情勢など、漠然とした不安感を抱いている客が多い。	
観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約状況が、宿泊客は前年比88～92%、昼食客50%前後、夕食客30%である。宿泊客は県外と地元の客、昼食夕食は地元客だが、夕食客が弱くなっているため、景気は悪くすると見込む。	
都市型ホテル（従業員）	・予約数からやや悪くすると判断した。	
都市型ホテル（経営者）	・景気の後退局面にあるのではないかと感じている。	
旅行代理店（経営者）	・旅行業界でいえば、香港や韓国の情勢等不安材料が多いので、全体的に考えるとマイナスと見込まれる。	
旅行代理店（経営者）	・間違いなく消費税の引上げは生活者の懐に響くので、買い控えなど様々な問題が景気を直撃する。クールジャパンの見直しも、日本人自身の起業家を輩出せず、外国人留学生に起業させることは、日本国の富の流出につながるおそれがあり心配である。	
旅行代理店（経営者）	・10月からの消費税増税が心配で、景気は少し悪くなる。	
旅行代理店（営業担当）	・消費税の引上げ対策で前倒しになった取扱案件が数件あり、本来の多売シーズンである10～11月に影響が出ている。	
旅行代理店（営業担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要は、旅行商品には期待できない。日韓の友好関係悪化や米中貿易問題などでアジアへの海外旅行が激減しており、友好関係が改善されない限り上向きになることはないと思込まれる。	
タクシー運転手	・10月からの消費税引上げの影響や、米国と中国との貿易摩擦が過熱しているため、景気に対する不安材料が多く、心配している。	
テーマパーク（職員）	・先行きも改善がみられない。	
観光名所（案内係）	・ここ数年と同様、天候不順が影響している。	
その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・国際情勢が悪くなっている。	
理美容室（経営者）	・消費税引上げにより、皆が買い控えて景気が悪化する。	
美容室（経営者）	・消費税引上げによって客は一層無駄遣いをしなくなり、最低限のことしかなくなる。	
美容室（経営者）	・当地は人口減少により、特に若い女性が県外に出てしまっている。接客業である美容業にとっては影響が大きい。	
その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・消費税引上げ後の仕事は少なく、営業では厳しい価格を告げられている。現時点でも案件が少ない。	
×	商店街（代表者）	・生活必需品の駆け込み購買が増えるので、当社のようなし好品の商売は悪くなる。
×	商店街（代表者）	・消費税引上げがあるため、10月から景気は確実に悪くなる。
×	商店街（代表者）	・消費税増税後は、間違いなく景気が後退する。更にモノが売れなくなると見込まれる。
×	百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の冷え込みを予測している。

	百貨店（計画担当）	・消費増税後の買上抑制が心配される。株価低迷による心理的な面での富裕層の買上マインドの低下、円高基調でインバウンド需要の減少も考えられるなど、全体的に需要の悪化要因がそろってきている。
×	スーパー（店員）	・消費増税の影響の出方がどうなるか。今はお買得な物を主に買って行く傾向がみられるので、厳しい状況と言わざるを得ない。
×	スーパー（総務）	・消費増税による買い控えがある。
×	スーパー（ブロック長）	・食料品は消費増税の軽減税率対象とはいえ、9月の駆け込み需要の反動が10月以降に必ず来る。
×	衣料品専門店（経営者）	・来客数は例年どおりだが、一見客の財布のひもがますます固くなる。
×	家電量販店（店員）	・今後は消費増税の反動で必ず悪くなる。
×	乗用車販売店（販売担当）	・7～8月は多少新規客が増加した。これは消費増税を見越しての動きであり、年内購入を考えている客は9月までとなり、10月以降景気は厳しくなる。
×	一般レストラン（経営者）	・消費増税に対して、外食費等は落ち込むと予想する。
×	一般レストラン（経営者）	・依然として将来不安が原因となり、消費マインドが上昇しない。世界情勢も不安定な様子が続いているため、相変わらず景気は悪い方向に進む。
×	通信会社（企画担当）	・消費増税に加え、年金不安、韓国との関係悪化からくる企業への影響など、景気低迷は必至だろう。
×	理容室（経営者）	・景気の話は全く良い話がない。
×	設計事務所（経営者）	・新たな取引先を見いださない限り、業務不振からの回復は見込めない。
×	住宅販売会社（従業員）	・消費増税もあり、消費マインドが落ちると考える。
×	住宅販売会社（従業員）	・消費増税の引上げによる駆け込みは感じられず、むしろ中堅会社の倒産による下請の連鎖倒産が市場に不安を与えている。また、客の支払での自己資金分など資金繰りさえも確認せずに、大規模なりフォーム工事に着手する会社も出てきた。
企業 動向 関連 (東海)	-	-
	電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向けて、客先の業界の設備投資が増えることがやや期待できるため、現在より景気は良くなる。
	輸送用機械器具製造業（管理担当）	・消費増税前の買いためがある。
	建設業（営業担当）	・消費増税に伴う仕事も少しは増えており、9～10月は仕事量も増えてくるため、少し景気は上昇する。
	通信業（総務担当）	・2019年ラグビーワールドカップでの日本の活躍に期待する。東京オリンピックも段々と選手が内定して、盛り上がりのきっかけ作りが行われている。
	金融業（従業員）	・建築業に関して、比較的長期にわたる引き合いが入っており、デジタルマネー等の普及に関わる業務が活性化している。
	行政書士	・多少食品等の荷動きは良いが、ドライバー不足の声が相変わらずある。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・秋は例年受注量、販売量共に大きく増加する時期であるが、消費増税引上げによる不安により、景気は余り変わらない。
	化学工業（総務秘書）	・今後の景気を考えるには消費増税の影響をどうみるかであるが、延々と先延ばしされたものをようやく実行するだけである。駆け込み需要も余り聞かれず、さほど悪い影響を与えないものと考えられる。切りの良い税率でスッキリする。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合いもそれほど多くなく、引き続き低調な状況が続くと考える。
	金属製品製造業（従業員）	・状況は変わらず、引き続き忙しいと思われるが、その先は少し落ち着くのではないかと見込む。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・設備投資が好転する兆しもみえず、円高に転じつつあるため、状況が良くなるとは考えられない。
	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量は変わらない見込みである。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・10月からの消費増税引上げにより、買いためがあると思うが、買い控えもその後起こり、プラスマイナスゼロである。
	輸送業（経営者）	・消費増税に近いが、大手の消費財流通業からは在庫積み増しへの対応などの要請はきていない。

	輸送業（エリア担当）	・米国と中国の貿易摩擦の行方次第である。
	輸送業（エリア担当）	・発送、到着共に大きな動きはなく、単価も動いていない。
	通信業（法人営業担当）	・消費税増税を前に、複雑な軽減税率の話や経過措置の話ばかりしている社内の様子から、企業だけでなく、個人の財布が潤っていくイメージが湧かない。
	金融業（企画担当）	・個人の動向が様子見であり、個人消費が増えないと景気は良くなるらない。
	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の予報もあり、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%以上で推移するとみている。
	広告代理店（制作担当）	・業種によって動きが鈍くなってくる企業もあり、受注にも影響すると見込まれる。
	公認会計士	・現状の問題点は、短期的には解決されない。また、米中の貿易摩擦等の影響が深刻になってくる。
	会計事務所（職員）	・葬儀、婚礼など個人行事がコンパクト化し、いわゆる金を掛けない工夫がされている。消費者の節約に対する意識はますます高まるだろう。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・12月までは製造工程が継続するため、要員の確保が継続して行われる見込みである。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・米中貿易摩擦が長引きそうで、なかなか決着しない。大幅な赤字を抱える米国の言い分も分かるが、何とも厄介である。インターネットを利用した産業の浮き沈みは今後も続くと思定されるが、我が国はモノづくり精神を忘れてはならない。
	食料品製造業（経営企画担当）	・消費税増税を控え、市場の冷え込みも心配される。
	食料品製造業（営業担当）	・受注量が例年以下であることから、今後の見通しは厳しくなると見込まれる。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・原料価格の上昇が相変わらず続いている。製品価格の上げはなかなか進まず、利益が圧迫されている。
	鉄鋼業（経営者）	・9月以降の見積依頼や受注予定などが、客からは聞こえてこない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税増税の影響が考えられる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・貿易立国である我が国は海外の影響を大きく受けるため、今後も景気は低下傾向にある。また、鉄鋼メーカーの値上げも強行に行われる環境であるため、非常に厳しい状況が続く。
	電気機械器具製造業（総務担当）	・自動車や航空機関連の二次、三次請け工場では、受注量が前年と比較し2～3割程度減っていると聞く。通信機器販売関連では、現在も好調な受注推移を示しているが、こういった環境の変化も徐々に影響してくるのではないかと。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・景気が良くなる要因が考えられない。円高が続くと完成車が輸出しにくくなり、景気が悪くなる。
	建設業（役員）	・消費税増税の影響や大手自動車メーカーの先行きの不透明感があり、地元の一次下請企業にも影響がありそうである。
	輸送業（エリア担当）	・荷主からの話では、今の荷動きは当分続く模様である。
	通信業（法人営業担当）	・米中貿易摩擦による経済発展の減速が悪循環となる。韓国との関係悪化による経済への影響も懸念される。
	不動産業（経営者）	・経済動向をみて慎重になり、買い控えが考えられる。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシの減少と新聞購読者の解約が、一定のペースで続いている。
	会計事務所（職員）	・消費税の軽減税率の事務処理が相当手間取る。利益に余り関係のないところで事務処理に時間がとられ、対処するために人件費や新しいレジの導入など、費用負担が増える。
×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・消費税による景気後退局面が既に現れている。できれば消費税を引き上げないでほしい。
×	輸送業（役員）	・米中貿易問題や日韓問題などの影響が、今後更に顕著になってくる。また、天候不良による影響も心配される。政府発表の5年ごとの年金予想は、今後更に消費低迷を促す材料となってくるだろう。国内消費は、しばむ要素があふれている。
×	輸送業（エリア担当）	・国際政治、経済共に、韓国、中国、米国との不協和音が聞こえ、先行きの景況感にも現れつつある。どこことなくポピュリズムに走っている各国の政治には和解や妥協を感じられず、いがみ合いが経済を大きく揺るがす構造が見て取れる。景気は明らかに悪化していく。

雇用 関連 (東海)	人材派遣会社（営業担当）	・下期に向けての人材確保の動きが、様々な業種で出てきている感がある。特に派遣については、9月契約終了者の穴埋めで大きく動いてくると考える。
	民間職業紹介機関（窓口担当）	・繁忙期となり企業からの人選依頼も増え、受注・成約共に増加が見込まれる。ただし、例年より求職者が安定性を求めて直接雇用を希望する割合が高く、マッチングが課題となる。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・例年にも増してインターンシップの招待や案内が増えてきている。対象も学年を問わないことは無論であるが、特に1デイでテーマごとに複数回実施して、同一者に対しても継続したPRの機会を設けている。
	人材派遣会社（経営企画）	・動向を見極め中につき何ともいえない。
	人材派遣会社（社員）	・今月が好調だったので業況としては変わらないが、来月に関しては例年より予約状況が良い。
	人材派遣会社（営業担当）	・現状のとおり、客の経費精査はより細かくなっているが、景況感として大きな影響が出てくる時期は、2～3か月先ではなく来年度からと見込まれるため、今月と変わらないと考える。
	人材派遣会社（企画統括）	・今後の景気判断につながる特段の材料が見当たらない。
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・当地区の自動車メーカー各社は、輸出車数の推移が下向き傾向にあるが、国内販売においては、消費税増税前の駆け込み需要なのか、生産台数は安定している。
	求人情報製作会社（営業）	・国内外の政治不安による、市況への影響が不透明である。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・採用代行会社の動きが少しずつ目立つようになってきているが、企業からすればコストが掛かりすぎるため、まだ採用方法の主流にはなっていない。しばらくはいろいろな方法を探りながら試していくのではないかと。
	職業安定所（所長）	・管内企業からは、米中貿易摩擦等の今後の影響について懸念する声も聞こえているが、今のところ直接的な影響については聞いていない。相変わらず人手不足の声はよく聞かれる。
	職業安定所（職員）	・窓口での相談件数は、20代前半から40代半ばは前年同月より減少しているが、前月比では、全ての年代で増加している。ただし、相談者には在職者も含んでいるため、先行きへの不安のため来所したのか、他に条件が良いところがあればと来所したのかは不明確であり、全てが離職に直結するとは限らない。
	職業安定所（次長）	・求人募集の傾向に大きな変動は見受けられず、求人者の採用意欲は強い。
	職業安定所（次長）	・景気変動による事業廃止等について、大きな動きはみられない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・採用に慎重な姿勢をみせる企業が増加傾向にあり、また、転職希望者が飛躍的に増加することも恐らくないと考えられるため、この2～3か月程度は余り変化がないと想定される。
	人材派遣業（営業担当）	・消費税増税後の買い控えが進むと想定される。
	人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の施行を控え、企業が派遣活用を控えつつある。
	人材派遣会社（営業担当）	・同一労働同一賃金施行に向けて、派遣料金の上昇が懸念されるため、新規の派遣労働契約を、社内調整若しくは直接雇用での採用に切り替える動きが始まっている。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・東京オリンピック景気が落ち着き、発注減の製造業が増えている。また、先行き不安を抱える企業も多い。
	職業安定所（職員）	・外部環境が不透明で8月に入っても求人が前年より減少しているなかで、人手不足解消のためベトナム人を積極的に採用する動きが出ている。
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が広がる状況が続いている。短期的には、秋にリニューアルオープン予定の大型ショッピングモールからの求人動向が注目される。	
民間職業紹介機関（支社長）	・海外情勢による。米国、中国や英国などの動きが影響する。	
x	-	-