

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)		美容室（経営者）	・2～3か月先、正月が近づくと忙しくなる。正月間近は客足が悪くなる。
		商店街（代表者）	・東京オリンピックが近づき、景気が良くなる。消費税引上げは影響しない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・台風豪雨等の自然現象を除き、上向きの傾向は続く。
		スーパー（総務担当）	・正月用のおせち料理の引き合い件数は、前年よりも多い。
		コンビニ（エリア担当）	・11月の連休や、年末に向けての来店頻度の増加などを受けて、現状よりは売上、来客数の回復が見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・現在問題になっている韓国の問題や災害等の外的要因の問題がなければ、ここから東京オリンピックに向かって盛り上がり、景気は良い方向に向かっていく。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車においては、消費税引上げ後の税制の変更で安くなる物や、当社では秋に新型車の予定もあり、今より少し明るい材料があるので期待する。
		スナック（経営者）	・多少予約もあり、年末に向けて期待している。
		旅行代理店（経営者）	・年末年始や春休みの計画を立てる時期になるので良くなる。祝日なども多くあるので、旅の計画を立てやすい。
		タクシー運転手	・消費税引上げの影響がしばらくはあるかもしれないが、2～3か月後はボーナスシーズンもあるため、11月後半から12月には景気が良くなると楽観している。
		商店街（代表者）	・10月の消費税引上げ後どのように景気変化していくか、取引業者といろいろ話しても、依然として不透明である。
		商店街（代表者）	・相変わらず必要な物以外は買わない状況が続いている。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・今でも景気が低迷しているところに、消費税引上げは厳しい。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は余りないため、増税後も大して変わらない。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどで景気は変わらない。
		一般小売店〔文房具〕（店員）	・消費税が引上げになると、先行きも景気は厳しい。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・年末に向けた予算消化が進んで受注量も推移する。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・海外情勢が非常に不安定で、先行きが読めない。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税後の落ち込みが懸念される。新作の投入はあるが、それだけでカバーできるか不安がある。
		スーパー（販売担当）	・近隣にドラッグストアができる12月までは、今の状況が続く。
		スーパー（総務）	・消費税引上げ前の駆け込み需要を期待していたが、大きな動きはなかった。10月以降も消費の大きな変動はない。
		コンビニ（企画担当）	・消費マインドの消費税増税後の圧迫意識は少ないように見受けられる。それよりも貿易問題の先行きによっては、やや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・10月からのキャンペーンの取組と消費税増税の影響度合いを合わせると、売上への影響はなく変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税はあるが、影響は軽微と見込まれる。
		コンビニ（店長）	・来客数が増えるような状況がほとんど考えられないので、前年同期と変わらない推移となる。
		衣料品専門店（売場担当）	・消費税増税の影響による消費減は、前回増税時に比べると少ないが、一方で景気回復の兆しとなるような事案も見つからない。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税引上げ前の駆け込みもほとんどみられない。したがって、増税後の落ち込みもほとんどない。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の影響は2～3か月もすれば落ち着く。景気の変化は余りない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税後の雰囲気は未知数であるが、取得税の廃止や自動車税の減税もあり、大きな落ち込みはないようにうかがえる。今年は東京で自動車関連大型イベントもあり、客との話題にもよく出てくる。しばらくは今の勢いが続くようだ。
		乗用車販売店（従業員）	・特に悪い要素も良い要素もなく、判断材料がなく難しい。しかし、決して状態は悪くないため、景気は変わらない。

乗用車販売店（従業員）	・新車車両の発表があり、年末にかけて増販時期も迎える。客の車への関心が高まれば店頭で足を運んでくれると期待したい。車両価格の上昇もあるので、各社が提案している新しい買い方が、どれくらい客に受け入れられるか期待する。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税引上げ後も大きな落ち込みはなさそうである。既に増税後の受注残もあり、客も排気量によっては増税後の方がお買得感があることを知っていた。
住関連専門店（営業担当）	・新築住宅、リフォーム工事並びに一般の民間物件等の動きが年内一杯はあり、多少の売上増加が見込める。その後については、新築住宅、新築マンション共に、やや厳しくなると見込む。
その他専門店〔書籍〕（店員）	・消費税増税後は、来客数、客単価共に多少下がることが見込まれるが、影響は少ないと想定している。
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・日米貿易協定も一段落し米中関係も現状維持で、中東の懸念はあるものの、年内はこのままできそうである。消費税増税の影響も余りないのではないかと。
高級レストラン（経営企画）	・節約傾向は続くと思われるが、秋のイベント、忘年会等の年末に向けて各社の販促が下支えする。
一般レストラン（従業員）	・消費税増税後のキャッシュバックなどにより、しばらくは横ばいが見込まれる。
その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・賃金の伸びがあり、当面は現状の販売計画を見直す予定はない。消費税引上げの影響を皆が様子見しているように見受けられる。
観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先に関しても、宿泊に関しては横ばいである。昼食、夕食に関しては前年の90%前後で推移しており、地元需要の伸び悩み、停滞が見受けられる。何年ぶりの消費税引上げで、商品がどのように動くのか大変注目される。ただし、団体向けに関しては法人客なので、予約数の推移にはさほど影響が出ていない。
都市型ホテル（従業員）	・予約数より判断する。
都市型ホテル（営業担当）	・予約は半年以上前に入っているため、販売量は落ちないと見込むが、単価については消費税増税の関係で不透明である。
旅行代理店（経営者）	・レジャーシーズンになるので、見通しとしては、この先2か月は景気が良くなると見込む。
タクシー運転手	・飲食店の経営者からも暇だという声しか聞かない。この状態がまだ続く。
タクシー運転手	・ここ最近、ほとんど変化がない。
通信会社（サービス担当）	・ほとんどの客は既に契約していて、新規申込みは少なくなる。電力系やケーブル会社と既設客を取り合う形での販売がメインになってきている。
通信会社（営業担当）	・当面、減少傾向は続く。
テーマパーク職員（総務担当）	・入園料等は10月から変更しないため、消費税引上げの影響は、それほど受けないと想定している。
ゴルフ場（支配人）	・2か月先の11月は、各ゴルフ場共に入場者予約数が前年同日の予約数を超えている。ゴルフシーズンでもあり、このまま良い方向で推移すると見込む。
パチンコ店（経営者）	・行政当局の規制が一巡した。
その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・観光列車、ラッピング列車やジオラマでの鉄道模型運行など、話題性を狙った営業活動は行われているものの、目に見えて収益に結び付くほどの効果は生み出していない。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・消費税増税後の販売量への影響がどのくらいあるか未知数である。
住宅販売会社（従業員）	・下向き傾向がみられる。
その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・10月は受注減となりそうだが、11月以降は数社の企業から設備投資工事の受注がある。
その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・不動産賃貸業の閑散期に突入するに当たって、入居数が減少するおそれがあるが、その代わり修繕工事等が伸びるので現状維持を見込む。
商店街（代表者）	・消費税が引上げとなる。
商店街（代表者）	・良くなる要因が見当たらない。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・消費税が引上げとなり、しばらく景気は落ち込むとみられる。良くなることは、まずない。
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・3か月先の宴会シーズンも落ち込むが、企業利用の減少は少ないので、今月ほどは悪くならない。

一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・この先2～3か月を考えると、消費税が引上げとなり物価も上昇するので、個人客は贈答品の購入を控えたり、付き合いを狭くする。法人客も無駄遣いをしなくなる。個人、法人共に消費が落ち込むので、景気はやや悪くなる。
百貨店(売場主任)	・消費税増税前にまとめ買いする客はいない。少し値段の高い10万円くらいの靴を購入する客が多少いる。増税前に焦って購入するような客はおらず、新作のブーツ等を見ているだけの客が多い。自社カードのイベント等も行っているが、売上は前年割れの厳しい状況が続いている。
百貨店(総務担当)	・想定以上に駆け込み需要が大きかったため、消費税増税後の落ち込みが、細く長く影響を及ぼす。また、インバウンドも大きな伸びを期待できない状況であり、下半期はかなり苦戦するものと想定する。
百貨店(経理担当)	・消費税増税、軽減税率導入により、景気は必ず悪化すると見込まれるが、どれほど落ち込むかは想像がつかない。
百貨店(経理担当)	・世界経済の後退に伴う企業業績の悪化が冬のボーナスに影響を及ぼすおそれがあるほか、消費税引上げが、家計の緩やかな緊縮を招くと考える。
スーパー(経営者)	・景気の下降がまだまだ続き、12月も家庭の所得は増えず消費に使う金は少なくなる。近くのスーパーでも、客は商品を慎重に吟味して必要最小限の商品しか購入せず、売上減少に歯止めが掛からない。輸出用の工作機械をみても、輸出が前年比30%減少し、景気の足を引っ張っており、先行きも景気も良くならない。
スーパー(店長)	・ポイント還元の効果もあるだろうが、買い控えが起こると見込んでいる。
スーパー(店員)	・消費税引上げが間近に迫っても、これといって買いためする様子は見受けられない。これでは10月になってからどうなるか予想がつかない。
スーパー(商品管理担当)	・消費税が引上げとなり販売に影響が出てくる。キャッシュレスは高齢者にはなじみが薄く、実際に使用はしていない。現金での購買である。政府の思惑どおりには動いていないと実感するので、若者中心の客が多い店舗以外は景気が良くならない。
スーパー(販売担当)	・買いための反動でこの先は購入が減るので、先行きはやや悪くなる。
スーパー(営業企画)	・消費税引上げが実感として感じられるようになり、消費防衛心理が働く。
スーパー(商品開発担当)	・来客数は前年比101%と増えているが、客単価、1品単価が下がり、売上も減っている。この状況は今後も続くと予想され、景気は現状よりもやや悪くなる。
スーパー(経営企画担当)	・買いためた分が消費されるまでは、販売量が少ないままで推移していく。
スーパー(ブロック長)	・消費税増税を迎え消費行動は慎重さを増し、豚コレラ、暖冬予想、米中問題、日韓問題など、好調要因が見当たらない。
スーパー(支店長)	・消費税引上げに向けての駆け込み需要は今はあるが、増税後の反動が懸念される。消費はかなり抑えられてしまうであろう。
コンビニ(店長)	・消費税のアップによって消費は落ち込みそうだ。小規模店では、キャッシュレスに対応しきれず、軽減税率の複雑化に伴い煩わしさのみ増えている。
コンビニ(企画担当)	・駅ナカのコンビニはキャッシュレス還元制度の対象外となるため、値引きを期待する客が他店へ流れる可能性がある。
コンビニ(エリア担当)	・消費税増税の影響をしばらくは受ける。ただし、今回は軽減税率やキャッシュレスの還元があるので、前回の引上げほどは響かない。
コンビニ(店長)	・消費税増税前の駆け込み需要とポイント還元とのバランスが全く判断できず、先行きの見通しは難しい。
コンビニ(本部管理担当)	・来月の消費税増税後は、キャッシュレス還元対応等の対策があっても消費は落ち込むと予想する。しばらくは小売業界にとって厳しい先行きとなる。この状況は必然で想定内の事象だが、利益が目減りする現実、経営者にとってマイナスマインドとなるので、悪循環にならないようダメージは最小限に抑えたい。
コンビニ(商品開発担当)	・消費税引上げ後は厳しいと見込む。軽減税率やキャッシュレス決済による還元で、どの程度落ち込みがカバーできるか不透明である。

衣料品専門店（経営者）	・単価が高くなるため、売れば大きい、客も慎重になっている。
衣料品専門店（販売企画担当）	・消費税増税後が不安だと皆言っている。恐らくしばらくは買い控えがあるだろう。
家電量販店（店員）	・基本ソフトの更新終了に伴う買換えでパソコンは好調だが、冷蔵庫や洗濯機の駆け込み需要の反動減が、それ以上にありそうだ。
家電量販店（フランチャイズ経営者）	・消費税引上げ前の駆け込みの反動は間違いなくある。特に白物が売れなくなるだろう。年末はテレビの買換え、年初は基本ソフトの更新終了に伴うパソコンの買換えが期待できるが、半年ほどは反動が出るのではないかと。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税が引上げとなることにより、心理的には消費意欲の低下があると見込まれる。
乗用車販売店（経営者）	・消費税増税となり、ますます消費には消極的になる。
乗用車販売店（従業員）	・販売が見込める要素がない。改良等があってもどの車も納期が掛かりすぎて客の購買意欲が減少している。正直、販売が活性化する要素がない。
乗用車販売店（販売担当）	・新型車が出ているにもかかわらず、販売量もそれほど伸びておらず、消費税増税前の駆け込み需要も予想より少ない。増税後は販売量も少し落ち込む。
その他小売〔ショッピングセンター〕（経理担当）	・売上高は前年比で1.1%マイナス、来客数は前年比2.3%マイナスとなっている。
一般レストラン（経営者）	・消費税が引上げとなるので少し下がると思う。
一般レストラン〔居酒屋〕（経営者）	・消費税率10%の影響がありそうである。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税に伴い、全ての面で購買意欲が落ち込むのではないかと。
都市型ホテル（経営者）	・消費税引上げの影響がある。
都市型ホテル（総支配人）	・競合相手が急増し続けるなか、頼みのインパウンドの増加率は低下傾向で供給過多気味である。消費税増税分は値引きもやむなしだが、仕入価格は2%の上昇で厳しい。
旅行代理店（経営者）	・ラグビーワールドカップが始まり、こういったイベントが始まると開催期間中は販売が鈍り、加えて消費税の引上げがある。
旅行代理店（経営者）	・消費税増税により、モノ消費の落ち込みが続く。
旅行代理店（経営者）	・10月からの消費税引上げに消費者が慣れるまで、半年くらい掛かると見込まれるので、景気が少し悪くなる。
旅行代理店（営業担当）	・消費税増税について、団体旅行の客には意識する動きはみられないが、個人旅行としては、生活費との兼ね合いで多少様子見の時期となる。
旅行代理店（営業担当）	・10～11月の連休の旅行申込みは、余り芳しくない。海外旅行も、韓国、香港、中国など近場のアジア方面は減少が続いており、燃油価格の高騰も予測され、好調のハワイ、シンガポール方面の旅行も、旅行代金や燃油サーチャージの値上がりにより減ってくる見込みである。
通信会社（企画担当）	・消費税引上げ後の節約志向の高まりや、インパウンドや輸出の減少による影響が広まってくるものと予想する。
通信会社（営業担当）	・高齢層では、余計な費用を掛けない傾向が続いていて、解約も目立ってきている。
テーマパーク（職員）	・観光の客が動いていない。
観光名所（案内係）	・消費税増税に伴う還元ポイントの制度が高齢者にはよく分からない。もう少し分かりやすい制度を考えてほしい。
その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・国際情勢が悪い。
美顔美容室（経営者）	・消費税の引上げで9月の購入が多かったので、10月以降の購入が控えられる。
美容室（経営者）	・消費税引上げにより、前倒しで来店する客もいるため、その点を考えると来客数、売上が減少し、景気が悪くなる。
美容室（経営者）	・消費税引上げにより客の流れが変わる。
設計事務所（職員）	・消費税増税があり、買い控えが増える。
住宅販売会社（経営者）	・10月にならないと分からないが、消費税引上げが生活費に影響し、住宅ローンにのし掛かり住宅販売が悪くなる。

	住宅販売会社（従業員）	・消費税率10%の影響が、気持ちとして少し出ると予想する。年末まで低調に推移すると見込む。
	住宅販売会社（従業員）	・新築は相変わらず少なく、リフォームも一段落感が強く、メンテナンス程度の仕事が多くなってきた。
	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・10月も仕事はあるが消費税増税前のやり残して、人件費がかさみ厳しい状態が続く。
×	商店街（代表者）	・消費税引上げでも駆け込み消費をしなかった消費者が、今後消費に向かうとも考えられず、景気は落ち込む。
×	商店街（代表者）	・消費税増税で消費活動は更に停滞する。しばらくは厳しい状況が続く。
×	百貨店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が前回より少ないといわれているが、高額品や化粧品などは明らかに増税をきっかけとした購買が見受けられ、前年と比較して1割以上売上が伸びている。その反面、10月以降は同程度の売上減少が見込まれる。
×	百貨店（販売促進担当）	・消費税増税後の冷え込みが多少ある。
×	百貨店（業績管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動による。
×	百貨店（計画担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要の反動により、需要減少が予想される。
×	家電量販店（店員）	・今後、消費税引上げによる影響は間違いなく現れる。来客数は、8～9月以前の状況よりも更に悪化し、売上に対する影響も大きくなると予測される。
×	乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の動きは当然ながら悪くなるものと見込まれる。
×	一般レストラン（経営者）	・一般庶民、特に給与所得者は実質賃金が上がっていない。消費税増税に関しては、消費の冷え込みは確実である。
×	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税による影響は、様々な施策によってぼやけている傾向があり、2～3か月後くらいから現れると見込む。世界のリスク要因が1つでも現実化したときに、連鎖する可能性がある。
×	観光型ホテル（支配人）	・10月の一般宴会は、祝賀会を数件受注することができて前年を超える見込みだが、2か月後は、一般宴会で恒常的であった大型宴会の不開催が確定し、他部門では穴埋めできるものではないため大打撃を受けることとなる。
×	通信会社（営業担当）	・電気通信事業法の改正により、販売数量が減少する懸念がある。
×	理美容室（経営者）	・消費税引上げにより、段々と景気が冷え込んでいく。
×	理容室（経営者）	・消費税引上げにより、財布のひもが固くなる。
×	設計事務所（経営者）	・全く良い情報がない。
企業動向関連 (東海)	-	-
	化学工業（営業担当）	・ナフサ価格が下がり、プラスチック原料の価格も下がる。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・同業他社との話の中では、現状は景気が良くないが底を打った感がある、との声が多い。
	電気機械器具製造業（経営者）	・年末にかけて業界で設備投資が期待できるのではないかとということ、当社の新商品が出るため景気はやや良くなる。
	通信業（総務担当）	・ラグビーワールドカップ、東京オリンピックというワールドワイドなイベントに酔うことで、景気につながる皆の心を明るくしてくれることに尽きる。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国経済は大幅なスローダウンに入っている。銅、鉄等の基本資材が大きく下がっているため、すぐに上昇に向かうとは考えにくい。一度底に入ってから、先行きの上昇が見込まれる。当社としては、新製品の更なる充実を図る。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・冬場は1年のうちで一番受注量、販売量が多い季節だが、消費税引上げ、米中貿易摩擦、日韓関係悪化等により、景気は余り変わらない。
	化学工業（総務秘書）	・特段悪くなる理由がない。消費税の影響がどのように現れるかは注視する必要がある。
	金属製品製造業（経営者）	・引き合いも低調で、引き続き良くない状況が続くと考える。
	金属製品製造業（従業員）	・まだしばらくは忙しい状況が続く。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・北米での自動車部品製造設備の入替え需要が高まっているが、まだ、新規設備発注をするという情報が入ってきていない。
	一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量が現状維持の見込みである。

電気機械器具製造業（経営者）	・ 9～10月の秋口になればと希望をもっていたが、年内あるいは年度末まで現状を維持できるかという話に変わってきている。
電気機械器具製造業（総務担当）	・ 米中経済関係の影響を考えると、高速通信関連で海外からの技術を活用して製品やシステムを販売する業態にとっては不安感が大きくなるばかりであるが、現時点では、輸入量の減少や技術力提供にさしたる変化もないので、この先の業績に大きく影響することは考えにくい。
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・ 思っていたほど円高には向かわず107～108円で安定しており、今のまま業績は推移する。
建設業（経営者）	・ 景気が良くなる理由、材料が見当たらない。
輸送業（エリア担当）	・ 日米の関税問題、英国のEU離脱で先行き不透明なので、良い条件がない。
輸送業（エリア担当）	・ 大量に新規採用した社員が一時的には戦力になっていないため、目先の収支は悪化している。しかし、次第にコストコントロールが進み、改善される。
金融業（従業員）	・ 建築業に関しては、今までと同様に比較的景気が良い状態が続くが、自動車産業は横ばいのため、数か月先はどちらともいえない。
金融業（企画担当）	・ 株価や為替に大きな変化があれば、個人投資家も動くが、当面は様子見が続くそうである。個人投資家以外の個人も、消費税引上げ後は早期には消費に向かいづらく、当面現状の景気が続くとみられる。
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。
不動産業（経営者）	・ 受注量や価格を変動させる要因は見当たらない。
広告代理店（制作担当）	・ 今秋予定のイベント等も、消費税引上げによる影響はなさそうだが、売上の期待は見込めそうにない。
行政書士	・ 消費税の引上げにより1～2か月は暇になるという業者がある。
公認会計士	・ 中堅中小企業を取り巻く環境は、短期的には変わらない。
食料品製造業（経営企画担当）	・ 消費税引上げ後の買い控え、消費マインドには冷え込みが予測される。
食料品製造業（営業担当）	・ 受注量が前年実績よりも減少傾向にある。
電気機械器具製造業（営業担当）	・ 消費税増税の影響で落ち込む。
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・ 消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、景気は悪くなる。
輸送用機械器具製造業（管理担当）	・ 消費税増税の影響で、景気低迷が続く。
建設業（役員）	・ 当エリアの中心企業である大手自動車メーカー系企業で先行き不透明感が出ていて、住宅購入の自粛や不透明感がある。消費税引上げで一部贈与による購入客の動きはあるが、一般の客の動きは鈍い。
輸送業（経営者）	・ 中国を中心に輸出入の減少に歯止めが掛からない。前年比で2割減に近づいている。
輸送業（エリア担当）	・ 9月が多少上向きなのは荷主の上半期決算によるものが多かったからだろう。10月からは、また6月頃の状態になるのではないかと。
輸送業（役員）	・ 石油価格の上昇予想など、物流業界も不安要素が多く、景気が良くなる材料が見当たらない。
輸送業（エリア担当）	・ 日米、日韓、日中の貿易摩擦、不協和音が払拭しきれず、この先どうなるのかという不安感がある。先行きの見通しが立たないところで、経済もそれを反映している。この状況が続くと、ますます景気が落ち込んでいく。
通信業（法人営業担当）	・ 消費税増税で、企業だけでなく個人消費も落ちる。
通信業（法人営業担当）	・ 現状の要因のほか、米中の対立による世界経済成長の鈍化、英国のEU離脱による我が国の経済への悪影響、サウジアラビアの原油施設攻撃による原油高、ロシアや中国等による世界戦略構想の悪弊等、成長路線が見渡せず後退面ばかりが目立つ状況である。
新聞販売店〔広告〕（店主）	・ 消費税引上げに伴い折込チラシの支払金額と印刷金額が上がるため、大手のチラシではなく小ロットの個人商店などのチラシが減ると見込まれる。

		会計事務所（職員）	・消費税率が5%から8%へ引き上げられた際の経済減退が、再び起こりそうである。政府の弱者対策も規模的には軟弱で効果は薄い。
		会計事務所（職員）	・最低賃金の改定で、扶養範囲内で収めようとしているパート主婦は、勤務時間を減らすようになる。求人を出してもなかなか応募はなく、ぎりぎりの人数で仕事を回している小さい会社は、仕事を断らざるを得ない。景気は縮小する。
	×	鉄鋼業（経営者）	・東京オリンピックなどの大型物件が収束しており、世界情勢が不安定な中で先行きの設備なども話が出ていない。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	・東京オリンピック後まではこのまま下落すると見込まれる。その後の自動運転や5Gの盛り上がりも期待したい。種はあるけど、種がまだ発芽してない様子である。
雇用 関連  (東海)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・忘年会等の予約状況は好調で、やや良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・多くの企業で上半期が終わり、次は来期に向けての採用計画を進める時期となる。人手不足が続くなかで、採用枠・予算を増やし派遣や中途採用の動きが出てくると見込んでいる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・求人募集再開の動きがみられ、下期の生産目標に向けた体制への上向きな動きがある。
		人材派遣会社（経営企画）	・動向が読めない。
		職業安定所（所長）	・管内事業所からは、米中貿易摩擦等による製造業への影響を懸念する声を聞くことはあるが、雇用への直接的な影響については聞かれない。
		職業安定所（次長）	・日中貿易摩擦や日韓関係悪化の影響による受注減を懸念する中小企業の声を聞くものの、労働市場には大きな動きは見受けられない。
		職業安定所（次長）	・求人求職の状況からは、業種により差はあるものの、全体的にはおおむね横ばいで推移しているものと見受けられる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人においては、大手企業と中小企業の採用数には大きな開きがあり、大手企業の採用数の減少を中小企業でカバーするのは難しい。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・特に行政職員の採用で、2020年卒業者を対象とした医療職の二次、三次募集の案内がいまだに届いている。
		人材派遣業（営業担当）	・人材不足感は変わらず継続するものの、先行き不安から買い控えなどが起こり、やや後退すると見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・消費税引上げと同一労働同一賃金の施行により、派遣活用を各社が控える傾向がある。
		人材派遣会社（営業担当）	・予算削減は避けられなくなっており、3か月後には影響が出始めていると考える。エンジニアの稼働率が低下し、身の回りの景気は現状よりもやや悪くなっている。
		人材派遣会社（企画統括）	・消費税引上げ後の不透明感が色濃く、不安材料となっている。
		人材派遣会社（営業担当）	・工作機械の受注額が減っている。
		人材派遣会社（営業担当）	・大手企業ほど、同一労働同一賃金に向けたコスト上昇対策として、人員の抑制を検討している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・東京オリンピックの需要が落ち着き、先行き不安の企業が増えている。
		職業安定所（職員）	・現状のままであれば、製造業を中心に中小零細事業所の事業縮小、倒産が引き続き起こる可能性がある。
		職業安定所（職員）	・新規求人に弱い動きが続いており、雇用調整助成金の相談をする事業所も出てきている。
		職業安定所（次長）	・米中貿易摩擦、消費税引上げ、原油高、日韓関係等、経済を取り巻く状況は不安定要素が多いことから、求人の伸びが期待できず、景気の後退が懸念される。
	民間職業紹介機関（窓口担当）	・現時点での求職者・求人数の推移は前月より右肩上がりであるが、ここがピークとなり、年末に向けて少し下降していくことが予想される。相変わらず正社員・直接雇用希望の求職者が多く、案件とのマッチングは変わらず厳しい状況である。	
	民間職業紹介機関（営業担当）	・工作機械・装置・F A産業などの景況感をみると、設備投資の抑制が強まるなか、採用に投資をする企業は下降局面を今後迎えることも想定される。	
	×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・企業が採用に掛ける費用は高騰しているにもかかわらず、新聞社にはそれに対応する能力がない。