

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東海)		-	-	-
		百貨店（計画担当）	お客様の様子	・10月に入った直後は消費税引上げの影響で大きく売上が落ち込んだが、後半になって食品を中心に売上が持ち直しつつある。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・消費税引上げの影響はあるが、予想よりも売上があった。
		コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・景気や収入は良くなっているわけではないが、客の消費動向は下がっていない。食品持ち帰り時の据置きとキャッシュレス還元が下支えしている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・夏の初めは気温低下の影響などで販売数、来客数共に減少したが、秋になっても暖かいこともあり、来客数は例年より多い。ただし、台風19号の被害などで、10月だけでみると天候災害に苦戦する部分もある。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊客は、海外からのビジネス客が多い。ただし、供給が増えて売上は前年比マイナスである。忘年会の間合せは比較的順調だが、レストラン利用は低単価の客が多い。
		旅行代理店（営業担当）	それ以外	・消費税増税に伴う軽減税率の影響で、QRコード支払やクレジットカード支払による買物が増えている。業種によりその恩恵の差異はあるが、生活必需品の購入の際はお買得感があり、ふだんより買物をしている。
		タクシー運転手 通信会社（サービス担当）	お客様の様子 販売量の動き	・やはり明るいイベントがあると客の反応も良い。 ・解約も多いが、純増率が上がっている。
		美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・8月からのキャンペーンで今月もセット商品の売上があったことや、別の商品のキャンペーンが始まったため、販売数が増えている。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	来客数の動き	・住宅賃貸業の第2の繁忙期である10月でもあり、3か月前よりもやや上向いている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が特になかったため、増税後の売上に落ち込みはみられない。ただし低水準であることに変わりない。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・消費税増税の影響は、今はそれほどないがこれから徐々に影響する。包装資材等の食品周りの単価は上昇している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・10月は例年客の少ない月ではあるが、やはり少なかった。特に火～木曜は来客数が少なく売上も落ちた。消費税引上げが微妙に影響しているようにも見受けられる。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税引上げ前の駆け込み需要の影響で、例年より前倒しで販売量が増えた。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響はやはり大きく、特に高額品の動きは良くなかった。後半になると新作の投入もあり徐々に購入意欲は高まり始めたが、厳しい状況である。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・災害が相次ぐなか、もう少し客足が遠のくかと見込んでいたが、天候不良の日以外はそのようなことがない。悪くなっているようには見受けられない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数の動きに特に変化はない。周りの飲食店も客足は戻ってきている模様である。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・消費税が増税されたが、アルコールを除く食品は8%のままなので、客の動向は変わらない。生花も扱っており、花は10%になったが仏花などは順調に売れているので、景気は横ばいである。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・売上高、粗利率共に予算を達成し続けている。ハロウィーンの菓子も、良い調子で売れている。
		スーパー（商品管理担当）	販売量の動き	・販売量の変化はなく、ふだんと変わらない。
	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響を余り受けることはなく、前月と同様の状態である。しかし、台風19号による休業が発生した分の影響は多少受けている。	
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税増税のマイナス影響は思いの外ないが、毎週末の天候不順が影響している。	

コンビニ（店長）	来客数の動き	・当店は繁華街の立地であるため、夜の客が増えれば景気が良くなると判断している。夜の客が低迷しているため、景気は良くなってはいない。
衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・消費税増税後ということもあり、反動減を不安視していたが、それほどの大きな影響は見受けられず、これまでとさほど変化はない。
家電量販店（店員）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減はあるものの、家電は壊れたら買換える。客の購入の仕方、価格や選び方などには、何ら変化を感じない。
乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・消費税増税の影響は余りないようだが、価格を抑えたい客がまだ多い。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・車両価格は、ハイブリッド車が客の関心の中心となりどんどん高くなってきている。今回新発売の新型車種も、今までのイメージからすると高価格となっている。客との話の中で、乗りたい車の価格上昇についていけないとの声もある。購買力の二極化が見受けられる。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・前年同月比で受注台数が少し増えている。
住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・新築戸建て住宅、新築マンション共に横ばいである。ただし、リフォーム工事や大規模改修工事等は、来年にかけても現場、見積りが多い。
その他専門店【書籍】（店員）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、単価の高い商品の動きが悪い。台風19号の影響による営業時間短縮があり、前年の売上を3%ほど下回った。
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・ほぼ売上は変わらなかった。少し買い控えている印象があった。
一般レストラン（従業員）	来客数の動き	・消費税増税となっても、余り気にしてない様子である。
その他飲食【仕出し】（経営者）	単価の動き	・消費税の軽減税率やキャッシュレス特典などの措置により、今のところ生活での増税感は薄く、消費の落ち込みも見られない。
その他飲食【ワイン輸入】（経営企画担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響がどの程度あるか警戒していたが、政府の還元策もあり、販売量への影響はなかった。
観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・全社的には3か月前とほぼ同じような結果となっている。一般宴会で団体の新規予約が数件あり増収となるが、館内外の食堂部門がすこぶる振るわず、前年並みの実績がやっとなである。
旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・今月も当地域ではさほど台風や豪雨の影響もなく、客は旅行を実施している。今年は連休が多いので、年末年始の新規の問合せが滞っている。
タクシー運転手	来客数の動き	・街中に入出が少ない状態が続いており、飲食店経営者と話をしても、暇だという声しか聞かない。
テーマパーク職員（総務担当）	来客数の動き	・台風19号の影響による悪天候が、週末の集客状況に大きな影響を与えた。天候の良い日は、目標の集客数に達する日も多いので、景気自体が下向いているとは言い難い。
観光名所（案内係）	お客様の様子	・街を見ても客が少ない。
ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月も、台風による雨が多く入場者数が伸びない。これから月末は天候に恵まれそうなので、少し入場者は増えると思込まれるが、現時点では景気は余り良くない。
パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・単価や来客数が変わらない。
その他レジャー施設【鉄道会社】（職員）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンを迎え観光列車の増客に期待したいところだが、夏季とさほど変わらない状況である。
その他サービス【介護サービス】（職員）	販売量の動き	・介護保険制度下で営業しているため、販売量が極端に変動したということはない。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・人材不足等あるが、大きな変化はない。
商店街（代表者）	販売量の動き	・今月に入って来客数そのものが減少傾向である。したがって、販売量や売上につながっていない状況である。

一般小売店〔結納品〕(経営者)	販売量の動き	・消費税引上げから、個人消費は冷え込んでいる。
一般小売店〔贈答品〕(経営者)	お客様の様子	・10月に入り売上は良くない。消費税増税前の8～9月は売上が上昇傾向にあったが、10月は苦戦し伸び悩んでいる。消費税引上げが重圧となり、法人も個人も財布のひもが固く、状況は3か月前と比べてマイナス傾向となっている。
百貨店(総務担当)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込みが想定以上であり、増税後の落ち込み幅も大きい。衣料品や時計・宝飾売場等は客が少ない状況が続いており、売上への影響が懸念される。
百貨店(経理担当)	お客様の様子	・行楽シーズンにもかかわらず、台風や豪雨などの天候不順によって、レジャー需要が大きく縮小した。
百貨店(経理担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響が予想以上に出ている。特に宝飾品等の高級雑貨の落ち込みが激しい。
百貨店(販売担当)	販売量の動き	・ハロウィーン商戦は、菓子のような低単価商品まで不振である。仮装グッズは今年は初めから取り扱わなかった。
スーパー(経営者)	お客様の様子	・中小飲食店では、消費税引上げ後、来客数が減少している。
スーパー(経営者)	お客様の様子	・消費税が10%になって最初の月であるが、企業は経費削減に努め、売上減少に伴う利益減少の隙間を埋める努力をしている。輸出が減少している企業は、前年ほど利益は上がりず苦戦している。消費者は台風19号以来支出が増え、財布のひもが固くなっている。全体の景気としては、企業も個人も余り良くなく、消費も厳しくなり10月の景気は良くない。
スーパー(ブロック長)	競争相手の様子	・消費税増税後のキャッシュレス還元対象の企業に対抗する、非対象企業の販促強化策やポイント販促により、競争が激しさを増している。
スーパー(営業企画)	お客様の様子	・消費税増税後、来客数、客単価共に低下している。特に1品単価が前年より悪化しており、僅かではあるが低価格商品に移行している様子が見られる。
スーパー(商品開発担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響を受けてか、売上は前年比95%と苦戦している。3か月前と比べ5%下がっており、やや悪い結果になった。
コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響は思ったよりはなかった。いろいろなキャッシュレス還元制度もあるが余り関係ない。しかし、カウンターで作るファーストフードの販売が、前年と比べて厳しくなっている。
コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・前年比の来客数は前月より4%悪化し、消費税の影響とみられる。しかし、客単価の改善がみられ、前年比の売上は何とか前月並みを維持している。また、秋の販促策の効果で、新商品の菓子、加工食品や日用品の動きが良く、4～10%改善した。
コンビニ(店長)	来客数の動き	・たばこの販売量をみると消費税増税の影響は余り感じないが、来客数が減少しており、やはり節約志向があるように見受けられる。
コンビニ(本部管理担当)	来客数の動き	・想定内ではあるが消費税増税により売上が落ち込んでいる。売上は前年比98.5%である。原因が明確なので小売業界にとってネガティブな雰囲気はない。年末に向けての消費マインド向上に期待する。
衣料品専門店(販売企画担当)	単価の動き	・消費税増税後は、値段を一段と下げないと売れない厳しい状況である。
家電量販店(フランチャイズ経営者)	単価の動き	・消費税引上げ前の駆け込み需要の反動減で、土日の売上が減っている。前回の8%への増税のときほどではないが1割ほどの売上減である。駆け込みに関係する売上変動を除けば、新規で大物を買う客が少ない。
乗用車販売店(営業担当)	販売量の動き	・消費税引上げ後、販売台数が明らかに落ちている。

乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が一服し、販売量は前年と比べて8割ほどとなり、予想以上に落ち込んでいる。自動車の場合、消費税増税後でも他の税金の優遇があるため、トータルの価格は変わらないが、増税ムードにのまれてしまった感がある。ファミリー層を中心とした来客数も減っており、ある程度は覚悟していたが、かなり厳しい状況である。
乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・販売量の動きや問合せの動きが少し鈍い。悪いというほどではなく、少し鈍化している。
乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・9月末に消費税引上げ前の駆け込み需要があった反動で、10月は厳しい状況が続いている。
乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・車によっては、消費税増税前より増税後の方が安く買えるという情報も流れていたため、駆け込み需要もほとんどなく、かといって増税後に購買意欲が上がったかということでもない。ギリ貧状態が続いている。
その他専門店 [雑貨](店員)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。
その他小売 [ショッピングセンター](経理担当)	販売量の動き	・売上高は前年比12.2%プラス、来客数は前年比マイナス0.8%である。9月の売上増加は、消費税引上げ前の一時的なものであり、10月はその反動が起きている。
高級レストラン (経営企画)	来客数の動き	・消費税増税、軽減税率対応がスタートし、客の節約傾向とともに、今月は台風19号などの自然災害の影響が、一部の地域で出ている。
一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・今月は消費税引上げがあり、出だしに客足が止まった。天候不順もあり厳しい1か月となった。ここからの反動に期待したい。
一般レストラン (従業員)	お客様の様子	・特に今月はラグビーワールドカップや野球の日本シリーズがゴールデンタイムにあり、客が来なかった。
観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・昼食夕食は主に地元の客が主体となるが、需要が伸び悩んでいることから、3か月前より来客数が減少傾向にある。
都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・予約のタイムラグが大きくなっている。
都市型ホテル (営業担当)	お客様の様子	・製造業を中心に、今まで開催していた宴会がなくなってきている。消費税の影響よりも、企業が今までと違う催物にシフトしており、ホテルでの懇親会よりもセミナーなどへ変わってきているようである。
旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・ラグビーワールドカップの影響か、消費税引上げの影響か、販売不振が続いている。
旅行代理店(経営者)	それ以外	・ターミナル駅前のレストラン街では、昼時は今までは待ち時間が長いことが多かったが、客が減っているので待つ必要がなくなった。夜も混雑しなくなっている。
旅行代理店(営業担当)	販売量の動き	・改元のお祝いムードもあり、前年比で上期は好調だったが、落ち着いた感がある。取扱規模は平年並みで、そこに香港のデモや北陸新幹線の被災が影響した客があり、その分マイナスという状況である。
タクシー運転手	お客様の様子	・今月は非常に雨の日が多く、台風19号の影響もあり金曜日や土曜日は電車が止まるのではいかと客が早く帰宅した。台風被害も様々な地域で大きな被害がでたため、自粛ムードになっている。全体的に客が自粛ムードになっているのが大きな問題である。
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・月次の新規契約件数が減ってきており、解約件数は高い水準のままである。客単価も確実に下がってきている。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・安価なプランへ移行する申込みは増えているようだが、新規申込みはほとんどなくなってきている。
テーマパーク (職員)	お客様の様子	・台風の影響などで観光客が減っている。
理美容室(経営者)	来客数の動き	・客との会話では、消費税引上げにより、いろいろな物の値段が上昇し、景気が悪化しているようだ。
美容室(経営者)	来客数の動き	・天候が悪い日も多かったため、全体的に来客数が例年より少なかった。
設計事務所(経営者)	来客数の動き	・以前の状態と比べると、案件数の伸びが全くない。

	設計事務所（職員）	お客様の様子	・打合せの内容を聞いていると、景気の良くなるような話は聞かない。
	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	それ以外	・天候不順のため様々な仕事が入り忙しいが、人手が足りず業者が選べずコストがかさみ、利益率の悪い仕事ばかり増えている。前年比で仕事は115%、利益は90%である。
×	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税引上げとなり、年金生活の客は、年齢的な理由も含め耐久消費財である家電製品の購入には消極的になっている。
×	商店街（代表者）	販売量の動き	・メーカーや他の業種も、消費税引上げにより販売数が非常に良くないと言っている。
×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	来客数の動き	・10月の消費税増税後、飲食店への客の来店がなくなったと表現できるほど悪い。10月になり閉店する店もあり、閉店の相談を毎日のように受ける。飲食店からは、酒等は要らないから客を連れてきてほしいといわれる。
×	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・消費税引上げ後の土日は来客数もあり、ある程度の売上があったが、平日は閑散とした。来店客の年齢層が少し上がり、60代後半から70～80代が多く、買物というよりは散歩で見に来たようで売上は大幅に減少した。土日も来客数はそこそこあるが、見ているだけの下見の客が多い。
×	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動もあり、前半を中心に苦戦しているが、後半は戻り感も見受けられる。
×	百貨店（業績管理担当）	販売量の動き	・台風19号による臨時休業及び消費税増税の駆け込み需要の反動により、売上は苦戦している。災害による消費マインドの落ち込みもあり、前回の増税時より反動減が大きい見込みである。
×	コンビニ（商品開発担当）	来客数の動き	・大手自動車メーカー系での期間工切りや残業圧縮の影響が出ており、来客数が低下している。
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・消費税引上げの影響は感じていないが、災害の被害が連日報道されている昨今は、直接被害がない人も自重している動きがある。
×	家電量販店（店員）	来客数の動き	・消費税増税の影響で、やはり、来客数、単価共に前年を下回る状況になっている。販促を強化しても、この状態は変わらないと見込まれる。
×	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税の影響に台風被害による消費マインドの低下が加わり、新車販売が大幅に落ち込んでいる。
×	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・今月は来客数も少なく、天候不良などもあり、全体的に販売台数は伸び悩んだ。
×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税の影響で、10月からの増税後に車を買う客が大幅に減少している。消費税増税の一方で自動車税の減税や環境性能割の軽減があり税金が多少安くなっているが、認知されていない。
×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税引上げの影響により完全に売上が減少している。
×	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・消費税増税に伴い、客の出費が外食に向いていないようである。販売量が減少している。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・給料が出た直後は人の動きが多少あるが、ふだんの来客数が減少している。収入に関する要因が一番大きい。
×	美容室（経営者）	来客数の動き	・今年の10月は台風や大雨が多かった。パーマを掛けるのに雨の日は客足が悪い。
×	理容室（経営者）	お客様の様子	・消費税引上げとは関係なく、客の回転が悪い。
×	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・広告を出してもなかなか客が来ず、来店があっても所得が少なくローンが組めない場合が多い。
×	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・新築住宅の購入意欲も減っており、リフォームも一巡してきて受注額も減ってきている。大手ハウスメーカーからも同様と聞いている。
企業 動向 関連 (東海)	-	-	-
	行政書士	受注量や販売量の動き	・生コン業者は、仕事が入り忙しいと言っている。
	化学工業（総務秘書）	それ以外	・予想どおり消費税増税の景気への影響はほとんどなかった。経済ニュースの大きなトピックではないが、即位礼正殿の儀やラグビーワールドカップの盛り上がりは、全国的に景気に好ましいムードであった。

	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が横ばいで、さほど良くない。台風による水害のため、出荷を控えている地域がある。
	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・こなしきれないほどの受注量が続く方向は変わらない。地域性や季節性ではなく、供給側が減っているように見受けられる。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先業界そのものが全体的に動きが悪く、監督官庁による規制等で設備投資が鈍っている。先行き不安による様子見で、当社製品の販売量も減少している。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月ほど前から受注量、販売量共に横ばい状態が継続している。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・消費税引上げにより買い控えが起きると見込んだが、意外とそうでもなかった。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べると売上は5%減っているが、その程度は誤差の範囲と考えているため、3か月前から大きな動きはない。
	建設業（営業担当）	取引先の様子	・定期的な仕事等が元請から出ていないため、仕事がもらえていない状況が2～3か月続いている。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響もほとんど感じられず、ここ数か月大きな物量変動がない。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・季節要因以外の変動要因がない。
	通信業（法人営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・今月は、多くの会社で中間決算後の下半期スタート月だったにもかかわらず、受注もなければ見積り依頼もない。小学校の運動会や各種イベントなど、世間のビジネスマンも家族イベントに忙しい月だったのかもしれない。
	通信業（総務担当）	取引先の様子	・客先の企業では、物流費削減のために輸送業務や倉庫業務の運用改善に取り組んでいる。その解決策として、システム構築や設備改善への投資による受注を取り込んでいるが、企業経営者は、今後の景気停滞若しくは後退への準備をしていることになる。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車部品を作っている工場でも、現在は、忙しい部署と暇な部署がある。建築業も含め全体的にみると、業種等によりばらつきが大きいので、どちらともいえない。
	金融業（企画担当）	取引先の様子	・為替も株価も大きな動きはなく、個人投資家は様子見となっている。個人投資家以外の個人も、収入が増えた実感はないとの声が多い。ただし、消費税増税についての影響は余り聞かれない。
	不動産業（経営者）	それ以外	・例年同様に晴天が多いこともあり好調に推移し、消費税増税でも料金の見直しをしていないためか、売上は前年同期を上回っている。駐輪場は低額で利用できることもあり、必要な出費を惜しむほど景気は悪くない。
	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・大きな変動はみられない。
	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・受注量や売上は3か月前に比べてほぼ同じだが、客からは、よりコストダウンを求められている。
	公認会計士	それ以外	・客先の中堅・中小企業の業績は非常に厳しい。従業員の給与水準は向上しておらず、廃業等を検討している企業が増加している。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・消費税が増税となったが、取引先では極端な買い控えはない。また、設備投資の予定もほとんどなく変わらない状況が続いている。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・現状の受注案件を消化するのに手一杯で、新たな案件を受けることができない。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・競合先においても生産のスローダウンが起こっている。半日で仕事が終わることもあるようだ。近くのパート用の駐車場も車が少なく、明らかに景気は下降している。
	食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・原料価格高騰やエネルギーコストの上昇が予想以上に大きく、マイナスの影響を与えている。
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に前年より減少傾向にある。

	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・消費税引上げや台風、豪雨等の影響により、受注量、販売量が減少し、景気はやや悪い。	
	窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・取引先の製造品目の変化や世代交代のサイクルが短くなっている。立ち上がりからピークを迎える期間が短く、すぐ次の試作に入るため、当社でも素早い対応が求められるので、なかなか利益が出にくい。	
	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車製造用設備では、引き合いや受注がないだけでなく、有力だった引き合いも、次々に投資中止となって消えてしまった。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で落ちている。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・車関係、航空機分野の工作機械や部品製造関係の企業から、受注が前年より大きく減っていると聞いた。また、派遣会社からは、製造業向けの派遣社員の削減が急激に行われており、同一労働同一賃金の要望もあって中小の派遣会社では事業を続けられないのでは、との話を聞いた。	
	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・消費税引上げの影響か、来場者数、成約数共に計画に届かない。	
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は減っているが、人材不足のため忙しさは相変わらずである。	
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・消費税引上げ前の駆け込み需要の反動や台風19号の影響により荷物の量が減っているが、一時的な状況と見込まれる。	
	通信業（法人営業担当）	それ以外	・消費税引上げによる買い控えや消費税増税前の駆け込み需要の思いの外の低さ、中国経済の成長率の鈍化等で、景気回復はみられない。	
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・規模の小さい事業所は好調だが、大企業の子会社は既に受注が減少するなど、景気後退の気配がしている。小規模事業所へは少し遅れて影響が出るのが常なので、これから悪くなるのではないかと。	
	× 鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売量、受注量共に季節要因をみれば他の月よりも圧倒的に増える時期だが、他の月並みになっている。例年よりも10%くらい落ち込んでいる。	
	× 輸送業（役員）	受注量や販売量の動き	・予想はされていたが、消費税引上げが主要因と見込まれる一般消費雑貨関係の荷動きが低調であり、全体の輸送物量が前年を数%下回っている。	
	× 輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、荷物の取扱量は前年同月を下回っており、景気の後退感が、数か月間じわじわと押し寄せている。景気低迷の下降線が、そのまま維持されている。	
	× 新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・新聞折込チラシの受注量が、前月に比べても15%ほど落ちている。	
雇用 関連 (東海)				
		人材派遣業（営業担当）	求人数の動き	・外国人労働者、外国人技能実習生へのニーズも高まり、積極的な採用活動が見受けられる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・法人関係の利用が上向きになっている。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	採用者数の動き	・3か月前は求人募集ストップの動きがあったが、前月より募集再開の動きがあり、自動車生産においては、徐々に良くなる動きがみられる。
		人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・ここ数か月、主要客である製造業での来年度の予算削減情報を耳にしてきたため、景気は悪くなると考える。ただし、今月において予算削減の影響を受けているわけではないので、3か月前から景気に変化はない。
		人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・売手市場が続いており、採用が決まらずに同じ求人案件が継続して残っている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・世界的な貿易不況の影響か、製造業の非正規雇用の求人が明らかに減ってきている。
		職業安定所（所長）	求職者数の動き	・新規求職者数が前年同月より8%強増加しているが、内訳は、定年退職者及び自己都合退職者の増加で、事業主都合退職者は減少している。
		職業安定所（職員）	それ以外	・新規求人が14か月ぶりに増加となった一方で、事業主都合の離職者が増加している。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・産業別の求人数は、前年同月と比較すると僅かに減少しているが、前月との比較では増加している。
	職業安定所（次長）	求人数の動き	・有効求人倍率は依然として高水準で推移しており、企業の採用意欲は高く、景気の大きな変動は見受けられない。
	職業安定所（次長）	求人数の動き	・製造業を中心として、求人数は全般的に減少傾向にある。
	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・大手メーカーの求人減など、業績の見通しの厳しさから発注が減少した企業が見受けられる。
	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・景気動向の変化により、選考段階で慎重な姿勢をみせる企業が増加している。
	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・取引先企業の中でもばらつきはあるが、開発圧縮や残業規制などコスト抑制の動きが目立つ。
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・派遣の求人数、求職数共に前年を上回っているが、地域差が顕著で、都市部に仕事が多いため、求職者が郊外から都市部へ就業希望場所を拡大若しくは移動する傾向がみられる。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新卒者の採用が、大卒、高卒共に予定数にいかないままで終了する企業が多い。また、高卒対象の合同企業ガイダンスへの参加希望が、前年に比べて大幅に減っている。
	職業安定所（次長）	求職者数の動き	・求人数は製造業中心に減少傾向にあり、さらに、求職者も業績不振による解雇者が目立ち始めている。
×	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・同一労働同一賃金の施行を控え、企業側に派遣活用の抑制が見受けられる。