

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)		*	*	*
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・天皇陛下の御退位及び皇太子殿下の御即位があった5月より、この地域への観光客数は前年を上回る日が続き、台風等の天災の日を除き好調である。活気付いている。
		コンビニ（本部管理担当）	単価の動き	・11月の売上は前年比100.3%で、消費税増税の影響は既に解消されたといっても過言ではない。小売業界は、年内は増税の影響を受けると見込んでいたので、この好転は追い風である。短期的には12月のボーナス商戦に向け、見通しは明るい。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・季節宿泊需要は強いが、消費税分値引きなど安価な施設の増加で客単価は低下している。レストランもランチは比較的良いが、単価上昇は厳しい。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・機器の販売が、回復してきている。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・今月の入場者数はほぼ前年並みに推移している。3か月前は台風等の影響もあり低調であったが、今月は天候も良く、そこそこ順調である。
		その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	来客数の動き	・一般乗車客数、定期通勤通学客数、観光列車利用者数のそれぞれが、僅かながら増加傾向である。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・昔からの客が高齢化でデイサービス等に行くため来客数が減っていたが、最近、今まで来ていない客が増え、意外と忙しくなってきた。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・3か月前よりは良くなっているが、この状況は恐らく短期的に集中したもので、11月中には終わるのではないかと見込まれる。
		商店街（代表者）	単価の動き	・ここ数か月、1000円以上商品の売行きが落ち込んでいる。ただし、1000円以下商品の売行きは伸びている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・場所や商品によって販売量が増減しているため、余り景気の動向には左右されていない。
		一般小売店〔高級精肉〕（常勤監査役）	販売量の動き	・消費税増税を通過しても、余り変化がない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・平日は来客数が特に少なくなっている。インターネットで買物をする人が増えていることも原因の1つであるが、客からは必要最低限の物しか買わない様子が見え、よほどのことがない限り衝動買いはしない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・11月はお歳暮の早期であるが、他人に対する気遣いの物やプレゼントの価格は下がっている。自分に対しては金を使うようになってきている。スーパーマーケットや店が新しくできると、自分に関係する物の店に行きたくさん購入している。個人消費の自己都合商品は伸びている。
		百貨店（計画担当）	お客様の様子	・高額品を中心に9月に消費税の駆け込み需要が相次ぎ、その後の需要の停滞や客単価の下落を招いている。また、インバウンド需要も来客数はまだ伸びているが、客単価が下がってきており、以前ほどの勢いがなくなってきた。
		百貨店（販売担当）	単価の動き	・消費税増税の影響は少なからず続いており、特に高額品の売行きは芳しくない。後半にかけて、テナントの販促施策で集客があり、購買意欲が高まった。しかし、こういった施策がないと現状は厳しい。
		スーパー（店員）	単価の動き	・プレミアム付商品券の効果もあって、売上は伸びている。寒くなってきた影響もあって鍋物や牛肉などの食材も好調である。
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・売上高、粗利の予算達成は続いている。ポイント付与のイベントも好調である。
		スーパー（営業企画）	お客様の様子	・消費税増税後、心理的に防衛消費傾向にあったが、落ち着きを取り戻した様子である。1品単価、来客数とも3か月前を上回るようになってきている。

	コンビニ（企画担当）	それ以外	・周りの状況から比べれば底堅いものと見込まれる。
	コンビニ（企画担当）	販売量の動き	・消費税率が変更されたが、軽減税率の導入によりコンビニの売れ筋商品はほとんどが増税にならなかった。また、キャッシュレス決済による販促も行われ、増税による落ち込みは発生していない。
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・重点管理商品であるファーストフードや米飯の動向に大きな変動がなければ、好調な推移が見込まれる。それを補うキャンペーンが好調なことから、うまくマッチすれば良くなるが、現状では、まだ変わらない。
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業制度により、キャッシュレスの客が徐々に増えており、11月単月では、前年同月並みまでに回復しつつある。
	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・暖冬といわれて久しいが、11月中旬を過ぎるとセーターやジャケット等重衣料が動き出し、客単価が上昇している。客は軽くて暖かい素材の良さをよく分かっているのので、値段に抵抗なく購入してくれるのは有り難いが、そういう客が減少してきている。
	乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・タイヤ交換があるので来客数は多いが、点検の客が少なくなっている。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・客との会話の中で、消費税増税後はやはり生活費への負担増が感じられ、生活防衛のため価格により敏感になってきていると言われる。やはり増税による生活への圧迫を感じる人が多いようで、なかなか勢いで商談は進まない。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・災害の問題も落ち着き、即位礼正殿の儀に関する行事や東京オリンピックが近づいてきている等、良い話題が多いが、とにかく結果として、車は売れていない。
	住関連専門店（営業担当）	お客様の様子	・業務需要や会社関連の改修工事は、消費税増税前に仕上げたため、一段落している。一方、来年3月末の決算期までということなので、大規模改修工事は増えている。新築工事は、マンション、戸建て住宅共に減り気味である。
	高級レストラン（経営企画）	来客数の動き	・前月に比べ客が動き始め、来客数は回復傾向にあるが、客単価は回復できていない。11月の来客数は、週末集中ではあるが慶事需要の取り込みが功を奏した。
	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	単価の動き	・今のところ消費税増税による影響は出てきていない。各施策などの効果かもしれない。
	その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	お客様の様子	・政府による消費税還元の施策に加え、民間企業各社のポイントバックのキャンペーンにより、今のうちに購入しようとする消費者が増えている。
	観光型ホテル（支配人）	来客数の動き	・前月に続き宿泊者数が15%ほどダウンしている。インバウンド客は戻りつつあるが、個人の利用が全く伸びてこない。この傾向は来月の予約にも見受けられ、とても心配している。宴会も、特需はあったものの前年並みがやっとなところである。
	都市型ホテル（営業担当）	お客様の様子	・製造業、金融業を中心に予約が減ってきている。風評的に控えなくてはいけないムードがあるのかもしれない。
	旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・年末年始の新規駆け込み予約が大変鈍い一方で、台湾、ハワイやグアムなど人気の渡航先は早期予約が増えている。欧州については、4月以降夏にかけての問合せが増えている。
	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・年末年始の客の動きが鈍い。年が明けると活気付くと見込まれるが、現状の販売量としては変わらないという判断となる。
	旅行代理店（経営者）	それ以外	・消費税増税の影響だけではなく、節約志向が進んでいるように見える。昼食時のオフィス街はコンビニ内のレジ行列が長くなっている。レジでの会計にキャッシュレスが増えているのもポイント還元を考えてであり、一層の節約ムードが昼食市場にも影響している。

旅行代理店（営業担当）	それ以外	・軽減税率のお陰で消費の落ち込み阻止には一定の効果が出ている。バーコード支払、クレジット支払等のキャッシュレス払いによるポイント還元もその一端を担っている。この制度が終了する来春以降は不安である。
タクシー運転手	お客様の様子	・前月と変わらない。
タクシー運転手	来客数の動き	・タクシー営業を街中でしているが、全然変わりはない。人出が少ない。ここ最近何か月も動きに変わりがない状況である。
通信会社（企画担当）	販売量の動き	・前月や前年同月と比較して、新規加入数は減少、解約数は増加と余り良くない傾向にある。特に新築住宅への導入が減少している。
通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・新規申込みは減っているが、コラボ事業者間の転用が簡単にできるようになったためか、解約は減っている。
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・年配層の客と対応することが多くなってきたためか、料金よりサポート面を要望される客が多くなっているように見受けられる。
テーマパーク（職員）	お客様の様子	・台風なども収まり、観光客も安定している。
テーマパーク職員（総務担当）	単価の動き	・施設内にある店舗の客単価をみても、以前と大きな変化がない。
観光名所（案内係）	お客様の様子	・街への人出が非常に少なくなってきている。
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セット商品の売上と新発売の商品の売上がぼちぼちある。
美容室（経営者）	来客数の動き	・年末に向けて来店回数を減らしている客が多く、今月の来客数は少ない。
その他サービス【介護サービス】（職員）	お客様の様子	・消費税増税後もサービスを控えるといった様子は見えないが、今まで以上にサービスを利用するというものもない。新しいサービスを提案し続けて、業績を伸ばすことに力を入れている。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・建築業界に対する金融機関の融資状況、不祥事による風評被害で苦戦している。
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・大きな変化はないが、消費税増税前の10月までにマンションや建て売り住宅などの購入を決めきれず、結局それくらいの価格なら注文住宅に考え直すという客の来場があった分、来場者数は多くなった。
その他住宅【不動産賃貸及び売買】（営業）	お客様の様子	・11～12月は閑散期になり客足が減るが、販売システム変更の恩恵か前年比では増加している。ただし、3か月前よりは減少している。
一般小売店【書店】（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が販売量に顕著に出てきていると考える。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・来客数はそれほど変わっていない。平日の昼間でも来店客はあるが、買う目的よりも下見をしていて商品知識だけ聞いて帰る客が多い。若い人はネットで買うのか、履きだけ履いてありがとうございますと言われても、売上が上がりず厳しい状況である。
百貨店（総務担当）	お客様の様子	・消費税増税後、来客数自体が落ち込み、消費税増税の影響がない食料品も影響を受けている。百貨店はキャッシュレス還元の対象外であり、その影響も1つではないかと推定している。また、宝飾や時計などの高額品がなかなか回復せず、クリスマス商戦等も盛り上がり欠けている。
百貨店（企画担当）	販売量の動き	・気温が下がらないこともあり、消費税増税後の買い控えとあいまって、冬物の動きが鈍く全体の景気を押し下げている。
百貨店（経理担当）	お客様の様子	・香港のデモや日韓の政治経済問題が、ビジネス需要の減退を招いている。
百貨店（業績管理担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動により、売上は苦戦している。前回の増税時よりも回復が遅いように見受けられる。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税に絡む商品が少ないので、売上減への増税の影響は少ない。
スーパー（ブロック長）	来客数の動き	・来客数の伸びない状況が続いている。来年6月までのキャッシュレス5%還元対象店への更なる対策が必要である。

	スーパー（商品開発担当）	販売量の動き	・売上は前年同期比96%と厳しい結果である。また、売上と粗利が前年の数字を割っているにもかかわらず、売価修正額は前年の106%と大きく伸長している。3か月前と比べるとやや悪い結果となった。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候は前年に比べ暖かく、購買力は高いはずなのに来客数が大きく減少している。買上点数や客単価も前年より低い傾向にある。
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税増税により、もう少し景気が悪くなると覚悟していたが、思ったよりは悪くなっていない。来客数は変わっていないが、弁当やカウンターで作るファーストフードなどコンビニの主力商品が前年に比べて落ちているので、その辺りに影響が出ている。
	コンビニ（店員）	来客数の動き	・朝晩寒くなり、来客数が落ちている。
	衣料品専門店（売場担当）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、消費税増税の影響で買い控えが継続している。しかし、前回の8%への増税時と比較すると大きな落ち込みはみられない。
	家電量販店（店員）	単価の動き	・買換え需要において高価な商品が選ばれにくくなっている。
	家電量販店（店員）	来客数の動き	・3か月前は消費税増税前で、市場にはにぎわいがあり売上も来客数も良く、現状とは比べものにならない状態であった。
	家電量販店（フランチャイズ経営者）	来客数の動き	・10月は消費税増税に伴う駆け込みの売上を計上したり地域振興券の取扱いも始まり、最小限の売上減で済んだが、11月になって、いよいよ本格的に駆け込みの反動減が始まっている。前年と比べ来客数が伸び悩んでいる。
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・販売台数の落ち込みも激しく、新規客の来客数も明らかに少なくなっている。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前月から継続して、消費税増税の影響を受けている。若干来客数は回復しつつあるが、財布のひもは固く、販売台数は前年割れ、工場への入庫台数も減っており、瞬間の数値をみると、リーマンショックに次ぐ低迷ぶりとなっている。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量、来客数共に今月は少なく、動きが悪い。具体的には難しいが、今月は良くない。
	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税直後ほど悪くはなっていないが、来客数、販売量共に向上きとはいえない。
	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9.8%マイナス、来客数は前年比5.1%マイナスで、いずれも消費税増税前の駆け込み需要の反動とみられる。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は減っている。
	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・宿泊者数に関しては、これまで若干横ばい、若しくはプラスであったのが、11～2月と減少傾向にあるため、景気がやや悪くなっている。昼食・夕食の客も、地元の需要が多いが、12～1月の予約数は前年を割り込んでいるので、余り良い状況ではない。
	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。
	旅行代理店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税も多少影響があるとみられるが、改元によるお祝いムードで上半期には旅行につながる特需があったため、相対的に販売量が下がっている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・前月よりはやや良くなっている傾向ではあるが、依然としてまだ乗車を控えている様子である。今月は学会等の大きなイベントがある会場での客があったり、夜の街も20日頃からは忘年会の走りのような会社の集まりや若者のグループがみられるようになり、後半はやや良くなってきている兆しがある。
	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動きや単価の動きがやや悪くなっている。
	理美容室（経営者）	来客数の動き	・客との話では、消費税増税により全ての物の値段が上昇し、景気が段々と悪くなる。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・消費税増税で値上げをしたら、客の動きが思わしくない。
	設計事務所（職員）	お客様の様子	・日頃の会話の中で、特に景気が良くなるような話は出てこない。

	その他住宅〔住宅管理〕(経営者)	単価の動き	・人手が足りないのか、大手ハウスメーカーからも仕事は入ってくるが、単価が安過ぎるため、付き合いを切らさない程度でしか受けることができない。建て売り住宅もなかなか売れずに、大変そうである。	
×	商店街(代表者)	販売量の動き	・消費税増税の影響が、全く商品が動かなくなった。電話やメールでの問合せもほとんどない。	
×	商店街(代表者)	来客数の動き	・軽減税率に対応しているため消費税は8%である。10月はそれほどでもなかったが、11月は来客数が少なく、買い控えが顕著に現れている。	
×	商店街(代表者)	お客様の様子	・何でも値上がりしているという会話が多くなった。	
×	商店街(代表者)	来客数の動き	・節約志向が強いのか、どこも動きが非常に良くない。	
×	一般小売店〔酒類〕(経営者)	来客数の動き	・消費税増税後、飲食店への来客数が明らかに減っている。G20の影響で交通規制があり、期間中は休んだ店もあり、補償してほしいとコメントする店もある。	
×	百貨店(販売促進担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響が顕著で、身の回り品は大きく落ち込んでいる。	
×	衣料品専門店(販売企画担当)	競争相手の様子	・今年は特に商品の動きが悪い。寒くなり冬物が動き出し始めているが、安い物を扱う店でも、今年は苦戦している。ブランド品や高価格帯の商品は動きが鈍い。	
×	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・消費税増税後の落ち込みが予想以上に大きい。	
×	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・10月以降の販売量が減少している。新型車が出てはいるが、落ち込みに歯止めが掛からない状態である。	
×	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・消費税増税後から目に見えて販売台数が減少しており、前年比70%前後で推移している。	
×	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・客の携わっている業界が非常に限られている。建設関係は特に活発だが、一般の給与と所得者の客は減少傾向にある。	
×	理容室(経営者)	競争相手の様子	・相変わらず安い店に流れる。客の回転が悪い。	
×	住宅販売会社(経営者)	競争相手の様子	・競合相手も、広告を出しても来客数がほとんどない、値下げをしてもなかなか売れない、融資を受けられない人が増加している等という状況である。	
×	住宅販売会社(従業員)	競争相手の様子	・他社の話であるが、建築資材費が上がると、それ以上に人件費が上がっている。人手不足なのか、そこで出し渋ると職人が次の仕事をしてくれなくなる。一方で客単価は上がらず、もう潮時なのかという愚痴を聞く。	
企業 動向 関連  (東海)				
		新聞販売店〔広告〕(店主)	受注量や販売量の動き	・ブラックフライデーの効果で折込チラシが多かった。
		行政書士	受注量や販売量の動き	・建設関係の業者は忙しい。
		食料品製造業(経営企画担当)	受注量や販売量の動き	・消費税増税の直接的な影響は少ないが、全体的な荷動きが悪い。暖かい日も多く、冬物商材の売行きにも勢いが無い。
		化学工業(総務秘書)	それ以外	・消費税増税後、若干の値上げが散見される。身近な床屋やランチ代など、大きな金額では年末の火災保険の更新で、これは自然災害の増加による。ビル建設における鋼材の確保も厳しく、価格も高止まりで難儀している。しかし、これらは好景気につながる動きである。
		金属製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量が製品ごとにばらついているが、良くない製品の割合が多くなっている。
		金属製品製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・引き続き受注量が多く、納期調整に苦慮する状況が続いている。
		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込みが続いている。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・8~10月と同様に、11月も売上や受注量に変動がない。
		建設業(営業担当)	それ以外	・会社の抱えている仕事は余り変わらないが、周りを見ても関連する各社の受注工事が一斉に重なった状態が始まっているので、現状から年明けくらいは景気が良さそうに見受けられる。

	輸送業（経営者）	それ以外	・ドライバー不足がますます深刻になってきている。外注先も同様な状況で、車両を集めるのに苦労している。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・米中、日韓の政治的問題で輸出入の動きが低下している。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・曜日ごとに荷物の取扱量の傾向をみると、月～水曜日に向かい荷物量が増加し水曜日がピークとなる。木曜日は減少し、金曜日は週末に向かい少し増加し、土日はない。水曜日の最高点の位置が他の曜日と並んできており、1週間を通じて荷物量の曜日ごとの変化がなくなる傾向である。
	通信業（総務担当）	それ以外	・景気の良しあしは、近未来に希望を持てるか、明るいか暗いかで決まるという意味では、国内、個人共に明るい話題は皆無である。皇太子殿下の御即位行事も終わり、現在は韓国の不手際を報道するのみの御時世では、全くムードが晴れない。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・年末にかけて、いろいろな分野で忙しくなっており、受注等も多くなってきている現状だが、例年とさほど変わらない程度の忙しさ、景気の良さのため、どちらともいえない。
	金融業（企画担当）	取引先の様子	・為替も株価も大きく動かないことから、個人投資家が動きづらい状況は不変である。個人投資家以外の個人も、給与が上がっている実感はなく、金を消費に回しづらい。ただし、キャッシュレスの還元制度は、魅力と感じている個人も多い。
	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、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）	受注量や販売量の動き	・大きな価格変動や案件の動きはない。
	広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・印刷、電波等、各広告媒体の出稿量がやや落ちてきている。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・業績が好調な客先でも、残業時間が減っている。飲食店等は、週末の夕方や休日でも客の入りが悪い。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	取引先の様子	・受注案件の消化が手一杯で、ほかに手を広げる余裕も要員もない。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・当社はまずまずの生産量であるが、明らかに世間の景気はスローダウンとなっている。競合先、取引関係、あるいは近隣の中小企業や商社においても、全く良い話は聞かない。
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量をみても年々落ちている。取引先からも景気の良い話は出てこない。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	受注量や販売量の動き	・前月に引き続き、消費税増税や米中貿易摩擦等により、受注量・販売量は減少し、景気はやや悪い。
	窯業・土石製品製造業（社員）	取引先の様子	・自社で使用している消耗品等の量が急に増えてきた。話を聞くと、売上が減っているため、受注掘り起こしのためにふだん余り取引のないところも回っているとのことである。
	鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節要因で最も受注量の増える時期であるのに、例月どおりの荷動きになっていて、感覚的には10%ほどの受注量ダウンである。
	一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・北米自動車向け設備投資は引き合いも激減し、あったとしても既存設備の改造ばかりで新規設備導入の話がない。
	電気機械器具製造業（総務担当）	それ以外	・車関係では、受注量が前年比で減っており、取引価格も一律カット要望が出るなど、来年にかけて厳しい動きが見込まれる。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子	・特に良くなる材料もなく、燃料代等は微増傾向にある。余り良くない状況に向かっている。
	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15%ほど売上が減少している。景気が悪くなっている。
	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・当社も集客が落ちているが、同業者の情報としても、この数か月極端に落ちている。

	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・少しずつではあるが、受注量は減りつつある。
	輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・到着便が減っている。それに対してコストコントロールが上手にできていない。消費税増税後は発送便も減っている。
	輸送業（役員）	受注量や販売量の動き	・消費税引上げ後の買い控えが影響している。しかし、前回増税時に比べると下落幅は小さい。米中間の貿易問題も荷動きの低調さに影響している。
	通信業（法人営業担当）	受注量や販売量の動き	・働き方改革で、RPAなどを導入しようとする行政組織に対する提案件数は微増したが、個人消費に影響を受ける民間企業からの提案依頼が減少した。人減らしや残業代カットに結び付く提案は、余り歓迎されない。
	通信業（法人営業担当）	それ以外	・消費税引上げによりマインドは低下している。来年6月までは様々な還元セールポイント還元などがあるので、足元の消費傾向は変わらないと消費者は感じているかもしれない。通信回線を扱う業務では、現状で大きな変化は感じられない。ただし、上昇傾向ではなく現状維持である。
	公認会計士	それ以外	・上場会社等、大企業の業績は好調に見えるが、会計事務所への客である中堅中小企業の業績が厳しい。中堅中小企業では、従業員の給与・ボーナスが上がっていない。
	会計事務所（職員）	取引先の様子	・アパートや賃貸マンションの経営者が苦戦傾向にある。乱立するアパート、マンションにより収支の悪化が目立ってきている。特に家賃の値下げが影響している。
	x	*	*
雇用関連		-	-
(東海)	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・法人関係、団体関係の利用が多かった。既に忘年会の利用がある。
	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・3か月前に比べ派遣求人数が増えている。
	人材派遣業（営業担当）	周辺企業の様子	・ボーナスシーズンを前にして、消費停滞の様子が見受けられる。
	人材派遣会社（企画統括）	求人数の動き	・求人数が前年同期比で減少してきている。
	アウトソーシング企業（エリア担当）	雇用形態の様子	・自動車メーカーの期間従業員募集においては、メーカーによって募集中や募集ストップとばらつきがある。今まで中小企業の人材確保が困難だったが、人の動きがみられるようになった。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・求人は出しているものの、どんな人材でも欲しい、という企業は少なくなっている。
	職業安定所（所長）	求職者数の動き	・新規求職者は前年同月より9%ほど減少している。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・管内外での企業整理により、求職者数は前年同月比、前月比で僅かではあるが増加しているが、年齢によりばらつきがある。特に、就職氷河期世代では前年同月よりも減少している。
	職業安定所（次長）	求人数の動き	・有効求人倍率は前月から0.07ポイント下がり、22か月ぶりに1.9倍を下回ったが、米中貿易摩擦の影響により、製造業を中心に先の見通しが不透明であることが要因の1つである。しかし、依然として高水準で推移しており、企業の採用意欲も高い。
	民間職業紹介機関（営業担当）	採用者数の動き	・来年を見据えた景況感の不確実性を加味して、企業側が採用に慎重な姿勢に転じている。
	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・開発費抑制や残業抑制を行う企業が多くなっている。
	人材派遣会社（社員）	それ以外	・同一労働同一賃金の法施行を前に派遣活用を控えている。
	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・主に製造業の主要客において、現場の設計部署からは派遣の引き合いがあるが、これまで定期的にあった現場の設計部署の人材ニーズを統括する部署からの引き合いが、経費削減の影響が10～11月には全く発生していないため、3か月前と比べて景気はやや下向きと見受けられる。

	人材派遣会社 (営業担当)	採用者数の動き	・求人数、求職数及び採用数共に前年同月比で10%程度の減少となっている。
	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	求人数の動き	・製造業からの求人が非正規も含めて減少している。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・事業所主都合の離職者が増えている。
	職業安定所(次長)	求人数の動き	・全体的に求人数に減少傾向がみられるが、1社当たり又は1件当たりの求人数が減っている。
	職業安定所(次長)	求職者数の動き	・求人数は、製造業を中心に引き続き減少傾向である。
x	-	-	-