

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）	・今の勢いは変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税後の影響は、3か月ほどで回復していくものと見込んでいる。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（営業）	・1～3月は、賃貸業界の繁忙期に突入するので景気は上向きになる。
		商店街（代表者）	・年末年始に向かい、消費動向が上がってくる兆しがある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・東京オリンピックの年を迎えるため、国内に高揚感が強まり消費を刺激する。
		一般小売店〔書店〕（営業担当）	・消費税増税に伴う買い控えも一段落し、年度末の受注増が見込まれる。
		百貨店（企画担当）	・今後は、消費税増税の影響が徐々に薄れていくと見込まれる。
		百貨店（業績管理担当）	・消費税増税の反動減からの回復が見込まれる。また、クリスマス、正月が近づき、消費者の購買意欲が回復する。
		百貨店（計画担当）	・想定ほど買上の意欲が大きく減退しているとは見受けられず、消費税増税後の影響も段々と解消されてくると見込まれる。
		スーパー（店員）	・悲観的な要素がなく、これから年末に向かって良くなっていく。
		スーパー（総務担当）	・客の消費税増税に対する意識が比較的少なく、特に食品の売上は上向きである。
		コンビニ（エリア担当）	・次年度に向けて期待できるエンターテインメントキャンペーンがあり、それに加え、新たな商品計画により、やや良くなる。
		コンビニ（商品企画担当）	・年末に向け、キャッシュレス促進のポイント還元等の効果により、若干ではあるが回復傾向になるのではないかと見込む。
		コンビニ（店員）	・クリスマスに向けてチキンやケーキの販売に力を入れて、セールも始まるので、客単価が上がることを期待する。
		乗用車販売店（経営者）	・年明け以降は決算時期と重なり、需要も上がってくるものと見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・年が明ければ増販期になり、今よりは販売台数は見込めるが、前年比では大幅に落ち込むと見込まれる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税にも慣れてきて、年明けには新型車の発売も予定しており、客の話題も明るい方向へと雰囲気が変わりそうな気配がある。
		高級レストラン（経営企画）	・年末年始を迎え、また、消費税増税への慣れとキャッシュレス、ポイント還元などの対策が当面の消費を支えてくれる。
		観光型ホテル（支配人）	・年明け以降は、主だった案件はおおよそ取り込んでおり、全体的には同期比でも前年並みとなっている。しかし、宿泊者数の動向、特に個人利用の動きがどうにも気になる。
		旅行代理店（経営者）	・2020年は東京オリンピック開催年でもあるので、年明けとともに徐々に活気が出てくると見込んでいる。
	旅行代理店（経営者）	・新たな年を迎え、新年度のスケジュールなどが決まってくると旅の計画を立てやすくなる。	
	タクシー運転手	・10月は消費税増税の関係で乗車を控える人が目立ち厳しかったが、やや和らいできている。このまま少しずつ日中や夜間の客も戻ってくる気がするので、良くなっていく。	
	通信会社（営業担当）	・今後も、次年度に向けて増加すると見込む。	
	その他レジャー施設〔鉄道会社〕（職員）	・観光列車利用者数の伸びだけではないので、一時的なことにはならないのではという期待がある。	
	美容室（経営者）	・これから正月に向かっていくので、店は忙しくなる。	
	商店街（代表者）	・消費税増税の景気への悪影響は当分の間は続く。中小企業や個人商店従事者の所得が増えない限り、絶対に景気は良くならない。	
	商店街（代表者）	・消費税が上がって以降、客の話等によると、当店のようなし好みやぜいたく品には金を回せないとか、生活費に金が掛かりすぎるとのことで、売上につながっていない。	
	商店街（代表者）	・何も良くなるような材料が見当たらない。	
	商店街（代表者）	・客単価の落ち込みは、まだまだ続きそうである。	

一般小売店〔生花〕（経営者）	・景気は決して良くない。物価はじわじわ上がり、収入も増えていないのに良くなる訳がない。しばらくこの様子が続く。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・今の状況から余り変わらない。法人も経費に対して厳しくなっており、贈答品関係は拡大していない。今伸びているのは、自分に対するプレゼントや自分のやりたいことに対する個人消費である。法人需要は伸びず、自分のための物という個人需要は伸びている。それらを合算すると、バランスして変わらない状況が続く。
一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは、変わらない。
百貨店（販売促進担当）	・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おり、3か月後も変わらないと見込む。
百貨店（販売担当）	・消費税増税の影響は少なくなってくると考えられるが、客単価は低中価格帯にあり単価アップは難しい。販促施策は重要となる。
スーパー（経営者）	・天皇陛下が当地に来訪されたこともあり、にぎわっている。例年どおりの1～2月の参拝客に期待する。
スーパー（販売担当）	・良くなる理由が見当たらないため、変わらない。
スーパー（営業企画）	・景気高揚につながるようなトピックも見当たらず、消費税増税による家計の圧迫が実感として感じられるようになり、堅実な消費傾向が定着すると見込む。
スーパー（ブロック長）	・製造業の中国向け輸出の落ち込みや中間決算での減益の報道など、良い材料が見当たらず、今の状況が続くのではないかと見込まれる。
スーパー（商品開発担当）	・売上は良くないが、来客数は2～3か月前に比べてやや上向きになっている。来客数が増えれば売上の回復は見込める。
コンビニ（企画担当）	・当面はキャッシュレス決済に伴う様々な施策が行われるため、変わらない状況が継続すると見込まれる。
コンビニ（エリア担当）	・現在の傾向は、年明け以降、春先までは変わらないと見込まれる。
コンビニ（エリア担当）	・思ったより消費税増税の影響はないが、逆に良くなる要因も見当たらないので、しばらくは現状が続く。
コンビニ（店長）	・12月に近くでカプセルホテルが開業し、その宿泊客の動きがどのようになるか期待をするが、それほど変わらない可能性もある。
コンビニ（本部管理担当）	・足元の良い状況から変わらない。消費税増税の影響も少なく、前年比で売上をみても前年同様の状況を維持している。増税の影響を受けて年内は苦戦する見通しであったが、前年と変わらない売上水準は、ポジティブな材料である。
衣料品専門店（売場担当）	・キャッシュレス・消費者還元事業等を行っているものの、景気回復の要素になるとは思えない。
家電量販店（店員）	・強い購買意欲はみられなくなっている。
家電量販店（店員）	・足元のような状況は今後も継続するよう見込まれる。来客数も前年に比べ9掛け前後の状況が続いているので、この状態がすぐに良くなるとは考えられない。
乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税の影響がかなり大きいので、しばらく続くと見込む。
乗用車販売店（経営者）	・変わる要素が見当たらない。
乗用車販売店（従業員）	・悪い状態がずっと続いており、この先もまだ続く。この上、大きな災害や国同士の大きなめめ事など何かが起こると、一気に悪くなる。
乗用車販売店（従業員）	・悪くなる要素が具体的になく、良くなる要素もないので、現状が維持される。
乗用車販売店（従業員）	・年度末に向けて販売に力を入れる時期となる。新型車両も客に認知される時期でもあり、客との接触機会を増やし活気ある月としたい。しかし、客の購買力に格差が大きくなってきているので、よく話を聞き客にマッチした提案が望まれる。
乗用車販売店（従業員）	・ボーナス商戦、決算セールへと続いていくが、非常に読みづらいものがある。特に法人の代替が延期になり、再リースや車検を選択するケースが増えてきており、不景気ではないが備えとして節約しているような傾向が見受けられる。しばらくは低空飛行のような状況が続くのではないかと見込まれる。

乗用車販売店（販売担当）	・12月は決算期ということもあり多少売上も増加するが、1～2月は毎年厳しい数字となるので、何ともいえない状況である。
住関連専門店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が一段落し、少し落ち着いている。12月末及び来年3月末までの工事は出ており、余り変わりはない。
その他飲食〔ワイン輸入〕（経営企画担当）	・消費税の増税については、想定よりも負担を感じていない様子である。
都市型ホテル（従業員）	・予約数から、横ばいと判断している。
旅行代理店（経営者）	・消費税の増税やキャッシュレスのポイント還元も今一つ効果が現れていないように見受けられ、余り景気は変わってない。
旅行代理店（営業担当）	・第4四半期の受注件数が前年同期を下回っており、上期の改元特需の反動は、しばらく続きそうである。
タクシー運転手	・前月の見通しと変わらない。
タクシー運転手	・飲食店街は人が少なく、何か月も変わらない。まだまだこの状況が続く。
通信会社（サービス担当）	・既に光回線を導入している家庭が多いので、新規加入者の獲得は難しい。解約の阻止で純増と利益の増加を図る必要がある。
通信会社（営業担当）	・電話セールスや訪問販売などで懲りている客が、多少高くても信頼できる商品を探しているように見受けられる。
テーマパーク（職員）	・冬季に入り落ち着いてきている。例年どおりの来客数で変動はない。
テーマパーク職員（総務担当）	・季節による来園者の減少は見込んでいるが、それ以上に悪くなるとは考えにくい。
ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先は、冬季で寒さの一番厳しい時期となる。足元では前年と比べ予約数は今一つだが、今年は暖冬傾向で雪も少ないとの予報もあるので、大きく変化のないまま推移するとみている。
その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・現時点ではよく分からないが、2021年4月からの介護保険改正の方向性が2か月のうちに発信される見込みなので、それに応じて対応をしていく。
住宅販売会社（従業員）	・大きく変わる要素が見受けられない。横ばい状況と見込まれる。
住宅販売会社（従業員）	・足元では一過性の来場者の増加と見受けられる部分もあり、これからは例年並みに戻ると見込まれる。
商店街（代表者）	・消費税増税の負担感がじわじわ効いてくる。5%還元も当店の客には、余り効果がない。
一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・消費税増税等、環境が余り良くない。
百貨店（売場主任）	・いろいろイベントもやり、自社カードの優待なども行っているが、客の反応も薄く売上は厳しい。今月も予算に届か厳しい状況である。
百貨店（総務担当）	・日中でも暖かい日が続いており、衣料品も厳しい状況が続いていることに加え、消費税増税や災害後の消費マインドの落ち込みはなかなか厳しく、回復には相当の時間を要するものと想定される。ただし、企業の冬季ボーナスは増加の見込みであり、期待感も少しは持てる。
百貨店（経理担当）	・インバウンドの需要が、国内景気の停滞及び世界経済の減退に伴って縮小する。
百貨店（販売担当）	・定番品や消耗品の動きは余り変わらないが、クリスマス等の季節商材の動きが悪い。ハロウィーンも悪かった。
スーパー（支店長）	・消費税増税の影響も、やや落ち着いた感はあるものの、年内は鈍化傾向とみられる。年明けには、新年を迎えることで景気回復にも期待をしたい。
スーパー（販売担当）	・12月に近隣でドラッグストアが開店する。その影響がどれくらいか不安である。
スーパー（総務）	・消費税増税後、売上が相当減少したが、11月に入り少し持ちこたえている。しかし、客1人当たりの買上点数がまだ低いので、余り良い状況ではない。
コンビニ（企画担当）	・周りが消費税増税前の駆け込みの反動や貿易摩擦の影響を受けていることを考えると、春頃までは悪くなる。
コンビニ（店長）	・食品以外の商品が、消費税増税以降は販売量が落ちている。増税の影響が出ている。

	コンビニ（店長）	・定価販売のたばこは前年をやや上回っているが、その他の商品はやや減少傾向である。スーパーマーケットやドラッグストア等との競合により、売上増加は見込めない。
	コンビニ（商品開発担当）	・大手自動車会社の下請の不況や消費税増税の影響は確実に現れているため、短期での回復は見込めない。
	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・テレビの買換えやパソコンOSのサポート切れによる買換えが期待されるが、消費税増税前の駆け込みの反動減を補うほどではない。テレビは有機ELなど高単価な商品も動いているが、パソコンは高齢化に伴い使用自体をやめてしまう客もいる。白物はこれといったイベントもなく、反動減の影響が続くだろう。
	乗用車販売店（経営者）	・客の節約意識は強く、安い方へ流れる傾向がある。資本力のある大手の優位性が強まるのではないかと。
	一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税の増税を徐々に実感として感じてくると、一気に冷え込む可能性がある。
	観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の予約は、宿泊者数、昼食者数、夕食者数が前年比で3%前後割り込んでいるので、やや悪くなる。流通店舗においては景気対策があるが宿泊・会食にはなく、また、この地域には時宜を得た話題性もなく景気を下支えする要素が弱いので、客のニーズを機敏につかんだ商品を小出しに打ち出すしかない。
	都市型ホテル（経営者）	・貿易摩擦は大きな黒い影になる。
	都市型ホテル（総支配人）	・季節要因と、ビジネスホテルの供給過多による。
	旅行代理店（経営者）	・年度末に向けて消費は上がってくると見込まれるが、観光産業に関しては需要が減ってくる。
	旅行代理店（経営者）	・我が国は人口減少が年々進行するなかで、2～3か月先の景気が良くなると思える状況にはない。大手自動車企業が必死でもがいているように、また、裾野の企業が先行きを考えているように、個人消費の財布のひもも簡単に緩むようには見受けられない。
	旅行代理店（営業担当）	・各社でのキャッシュレス支払が更に激化し、企業の収益に大きなダメージを与える可能性がある。軽減税率対象期間が終われば消費も落ち込むことが必至なので、客の囲い込みや奪い合いの結果、減益の方向に進んでいくと見込む。
	通信会社（企画担当）	・例年は、年末に向けて加入件数が上向いてくるが、今年はいまだにその傾向がうかがえず、停滞してしまっている。新築の分譲住宅が売れていないようである。
	パチンコ店（経営者）	・行政当局の規制によって機械の入替えが増える。
	その他レジャー〔スポーツレジャー紙〕（広告担当）	・海外情勢が悪くなりそうである。
	理美容室（経営者）	・皆、段々と金が使えなくなる。
	美容室（経営者）	・年末年始に金を使うため、2～3か月後は、その反動で経済的に節約する人が多くなる。
	美顔美容室（経営者）	・年末年始に入っていくイベント等での出費が多くなるようで、来客数も売上も減少する。
	美容室（経営者）	・当地は人口減少が大きい。
	設計事務所（経営者）	・今後の案件のオファーが余りない。
	設計事務所（職員）	・景気を良くするような政策が今のところない状況から、今後の景気の動向は芳しくない。
	その他住宅〔住宅管理〕（経営者）	・自然災害の関連と消費税増税前の仕事で手一杯であるが、これから先も続くことは見込めない。工事単価がなかなか上昇しない状態が続いている。
	その他住宅〔室内装飾業〕（従業員）	・年末を過ぎると毎年年初めは落ち込む。実際に年度末工事の引き合いは出ているが、新年早々の現場はまだみえてきていない。
×	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税増税後の外飲食離れの流れを変えることは難しい。年末年始には金を使うので、日常の外飲食に使う金を控える傾向がこのまま続く。
×	衣料品専門店（経営者）	・バーゲンセールでしか買わないという客も、本当に減少してきている。
×	衣料品専門店（販売企画担当）	・消費税増税も一因だが、衣料品の買い控えが一番の節約という客が多い。

	x	一般レストラン（経営者）	・経済対策は、大企業や大規模資本を有する業界については良いかもしれない。しかし、一般の庶民はデフレ傾向が一層強まっているので、知恵を絞って財布のひもが固い状態で生活している。
	x	理容室（経営者）	・周囲では、景気の良い話は出ていない。
	x	住宅販売会社（経営者）	・物件が売れないため在庫が増加しており、今後、値引きしても売れるかどうかの不安が大きくなっている。
	x	住宅販売会社（従業員）	・災害があったから業界は忙しいということはなく、地方は疲弊している。東京オリンピック後に建築業界の景気が下降するまでもなく、経営が持たない会社も出てきている。
企業 動向 関連 (東海)		-	-
		窯業・土石製品製造業（社員）	・11月末になって受注量が増え始めた。取引先に聞いても、底を打った感があるとの話が多く聞かれるようになった。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・北米では1月から新年度が始まる会社が多いので、自動車部品用設備投資の予算獲得のための問合せが増えている。
		建設業（営業担当）	・年末の調整と予算の残りを考えると、2～3か月先くらいまでは発注がありそうで、単価等も在庫処理という形となるので、工事の動向としては仕事も定期的でありそうである。
		通信業（総務担当）	・12月のボーナス支給から年末年始イベント、東京オリンピックへと続くことで、少しばかりの活気は発生する。
		金融業（従業員）	・例年と大きく変わることはないが、東京オリンピック関連、カード決済システム導入関連や建築業に限っては、特に忙しいという話を聞いている。
		金融業（企画担当）	・為替が円安傾向にあること及び株価がやや上昇してきていることから、個人投資家の表情は明るい。また、引き続きキャッシュレスでの消費は相応に進んでいることから、景気はやや良くなると思込まれる。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・米国と中国の争いが止めどなく続けば、景気は時間がたつに従って下降へと向かっていく。今や米国大統領と中国国家主席との面子の争いに変化しており、中国が元の切下げという思いもかけないことを仕掛けてくる可能性もある。
		食料品製造業（経営企画担当）	・原料価格はようやく落ち着きを見せつつあるものの、高値安定の状況が続き、大きな改善には至っていない。
		化学工業（総務秘書）	・景気を悪くするような特段の問題はない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いも多くな、景気については変わらないと考えている。
		一般機械器具製造業（経営管理担当）	・受注量、販売量共に変わらない見込みである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・変化する要素が余りない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月程度先までの発注見込みや生産計画等の連絡がきているが、現状の数量からの変動がさほどみられない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・米中貿易摩擦の懸念はあるが、当社のように国内への販売がほとんどを占めている企業にとっては、まだ大きな影響はない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・間もなくボーナスシーズンで、また、ブラックフライデーなどもあり物を買った人も多かったが、物の値段も上昇しているの、プラスマイナスゼロで変わらない。
		輸送用機械器具製造業（管理担当）	・業界全体的に先行き不安な状態である。
		建設業（役員）	・12～1月の年末年始は、例年客の動きが悪い。年度末の異動時期である2～3月に期待したい。
		輸送業（経営者）	・働き方改革への対応もあり、物流業の人手不足は続くと考えられる。
		輸送業（エリア担当）	・先が見通しにくい。
		輸送業（エリア担当）	・年末は受注量が回復すると見込まれるが、年明けはまた減少するため、トータルは変わらない。
		輸送業（役員）	・消費者の買い控えは随所に見受けられ、国内輸送物量の減少は否めない。暖冬の影響も今より顕著になるのではないかと。景気が上向き輸送物量が増える見通しは立たない。
		不動産業（経営者）	・12月は例年と比較して雨天の日が多くなるとの予報で、売上は前年同期を下回る可能性が高い。しかし、1月以降は晴天の日が多くなるとの予報もあり、当面の景気は今月と同様に良い状態が継続するとみている。
		広告代理店（制作担当）	・来年に向けてのイベントや新規の企画等は、企業側の予算等の関係でなかなかスムーズに進みそうにない。
		行政書士	・消費税増税前の駆け込みの反動で、その後は動きが鈍いとの声も聞く。

	公認会計士	・中堅中小企業の淘汰が必要と考えられるが、短期的には困難と見受けられる。中堅中小企業で後継者が不在な先は、事業承継に時間が掛かる。
	会計事務所（職員）	・一段と悪くなる要因は見当たらないが、何となく不安感がある。現金や預貯金は減らしたくないため設備投資は先送りしているという顧問先がある。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・来年度案件がちらほら出てきてはいるが、パソコンOS更新対応が完了し、新たな要件としては不確定である。
	食料品製造業（営業担当）	・年々受注量が落ち込んでいる。回復の兆しは見えず、見通しは暗い。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・11～12月の年末商戦もなくなり、消費税増税の影響も出てきて、今より景気はやや悪くなる。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・特に景気が良くなる材料、動きや原因が周りにない。
	金属製品製造業（従業員）	・年度替わりの頃には案件の動きが一段落して、仕事量が減るといった見方を周りでもよく聞く。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・中国の出資先で原材料の鉄材の値段が低下している。やはり、景気が悪くなっており、この流れが続いていく。
	建設業（経営者）	・政治家や役所がしっかりとないと、良くなる方向には向かわない。
	輸送業（エリア担当）	・11月の民間の荷物量は、年末の繁忙期を1か月前に控えてそれほど少なくはないはずだが、中旬以降の荷物量が多くない。2月は年間で一番少ない月であり、特に伸びる要因がないため、景気は後退していく。
	通信業（法人営業担当）	・政策には個人消費に影響を与えるような駄作が多く、なかなか経済が好転しない。制度設計エラーは、民間企業の力では何ともフォローできない。
	通信業（法人営業担当）	・日韓関係の改善や米中貿易摩擦の行方がみえない。じわじわと感じる消費税増税の影響等、明るい材料を探すことが難しい。
	不動産業（経営者）	・やや価格の下降がみられる。年度末に向けて売却価格の下降傾向が続きそうである。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込チラシ、新聞購読者共に減少傾向には変わらない。
	会計事務所（職員）	・食品の消費税軽減税率が適用されても、農家等生産業者は生産コストの増加により打撃を受けることになる。中小、零細業者はますます経営が苦しくなる。
	鉄鋼業（経営者）	・当地方に特有の自動車製造業に左右される要素が、第4四半期の見込みとしては、前年よりも悪いものしか見当たらない。
	x	
雇用 関連 (東海)		-
	人材派遣業（営業担当）	・冬季ボーナスが増額の企業が多く、消費が活性化される見込みである。
	人材派遣会社（社員）	・3～4月は労働者の流動化が起こる時期となる。
	人材派遣会社（営業担当）	・年末での派遣契約更新時期を迎え、転職活動をする人材が増えてくる。それにより派遣転職市場が活発になり、派遣依頼も増えてくる見込みである。
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車メーカーにもよるが、下期に向けた国内需要、海外輸出共に上向きに推移すると予想され、生産体制を整えるため人材確保にも動きがみられる。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率が高止まりしており、消費税増税の影響はなく、経済対策にも期待できる。
	職業安定所（職員）	・全体的な有効求人数は減少しているが、4人未満、100～500人未満、1000人以上の事業所からの求人は、僅かながら増加している。
	民間職業紹介機関（支社長）	・設備投資が回復するというニュースや株高基調から、先行きはやや良くなる。
	人材派遣会社（経営企画）	・特段の判断材料となるものがない。
	人材派遣会社（社員）	・今後の予約状況は良いが、今月も良かったので変わらない。
	人材派遣会社（営業担当）	・2～3か月先は年度末で来年度の予算も決まっているが、先行きの情報では、今年度の予算から一定の削減は不可避である。ただし、影響が開始する時期は来年4月以降なので、2～3か月先は今月と変わらないと考える。
職業安定所（所長）	・事業所からは人手不足の声がある。一方、設備投資に慎重になっている企業の情報もある。	

	職業安定所（次長）	・求人全体の動向では大きな変化はみられないが、自動車部品・工作機械製造等の中小・零細企業からは、受注減の傾向を不安視する声を聞く。
	職業安定所（次長）	・米中貿易摩擦等の影響もあり、製造業を中心に求人数の減少はみられるものの、全ての業種で一律に減少しているわけではない。
	民間職業紹介機関（営業担当）	・年度末に向けて企業の採用意欲と候補者の転職意向は高まると見込んでいるが、大手企業に採用抑制の動きが出ている。
	民間職業紹介機関（窓口担当）	・来春からの同一労働同一賃金に対する企業の理解が、今後どう得られるかにより、派遣の需要数が変化する可能性もある。通常であれば依頼数の増加が見込まれる時期であるが、現時点では先行きが不透明である。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・学内で行う就職説明会において、特に県外からの参加希望が増加しており、収容人数の問題もあって断っている状況である。
	人材派遣会社（企画統括）	・来年4月の同一労働同一賃金の実施に向けて不透明な要素が強く、派遣会社へのマイナス要因が大きい。
	人材派遣会社（営業担当）	・米中貿易摩擦や工作機械の受注量減少により、やや悪くなる。
	人材派遣会社（営業担当）	・同一職種での派遣従業員が多い企業やノンコア業務が多い企業は、業務委託化等を検討するケースが増加しているが、目的は、ほぼトータルでの人件費抑制であることから、今後は更に人件費の見直しを検討する企業が増加するものと考えられる。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・採用計画を固められない中小企業が多い。
	職業安定所（次長）	・求人数の減少傾向が続くなか、企業の様子見が続いている。
×	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・米中貿易摩擦はこの地方の製造業に影響を及ぼしており、今のところ解決の方向に向かっていない。