

〈現状〉

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：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 (九州)	良くなっている	○	○	○
	やや良くなっている	スーパー（経営者）	単価の動き	・消費税増税にも大分慣れてきたことや単価も全体的に安いので、買いやすい状況である。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・4月の消費税増税後の買い控えも一段落し、若干ではあるが客の消費が戻ってきた。特に生鮮は、増税後の大きな落ち込みもなく、相場高もあって売上は順調に推移している。
		スーパー（総務担当）	それ以外	・衣料品は、気温の上昇があまりなく、夏物の動きが鈍かった。住居関連商品については、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が若干残っている状況である。食品については前年を上回る売上が、ここ数か月続いている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・我々の業界が良くなっているわけではないが、客の声を聞くと非常に景気が良い話が多い。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月末の売上は、量販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパーをトータルして前年比103%となった。この伸びは、食パンの回転が良くなったことと、前年に比べて田植えの時期に和菓子の販売個数が伸びたことが要因である。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・消費税率8%にも慣れてきたようで、買い控えの声や雰囲気なくなってきた。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	来客数の動き	・先月、先々月の動きと比べると、来客数は若干増加傾向にある。それに伴って売上も微増している。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	来客数の動き	・映画館の好調が波及し施設全館で良くなっている。
		居酒屋（経営者）	来客数の動き	・週末、人が多くなっている。
		都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・毎年5～6月は売上が良い月であるが、4月に比べるとかなり良い売上になっている。来客も多く夏に向けて売上向上が見込める。
		都市型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・今月は昨年同月と同程度の客数である。団体客は少なくなったがその分個人客で補っている状態である。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・検討段階から成約するまでの期間が早くなっている印象である。また、成約に結び付く確度も高まっている。
		通信会社（業務担当）	来客数の動き	・6月からの料金プラン見直しの来客数が増え、それに伴い接客機会も増えたため、販売数も前年、前月より増加している。
		ゴルフ場（従業員）	お客様の様子	・都市部の会社の慰安旅行やコンペの予約が非常に増えており、都市部では大変活気があるようだ。またインバウンドである韓国、台湾からの客についても、6月のみだが昨年より倍以上伸びている状態で、観光業は少しずつ上向きになっている。
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・天候に大きく左右される部分があるが、客の購入意欲はあるので3か月前と比べると少し良くなっている。	
	商店街（代表者）	それ以外	・商店街の空いていた店舗に次々と新しい店が入っている。そのため、実感はないが景気は上向きなのではないかと認識している。	
	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が残り、エステ関連や書籍、メガネ等大型テナントの売上が厳しい状況が続いている。	
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・天候の影響を除くと、物産催事、DM催事での来店客数は回復している。また、お得意ご招待店外ホテル催事及び地方催事の来客も好調で、客の購買意欲が戻りつつある。消費税増税前の駆け込み需要は、増税後の3か月で相殺され振り出しに戻った。お中元ギフトの新提案や値引き、DM粗品催事の開催で集客と購入意欲の掘起しを行っている。	
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税以降、4月の反動からすると大分落ち着いてきている。ただ、冷夏により夏物衣料品の動きが非常に停滞している。	
	百貨店（営業政策担当）	来客数の動き	・3か月前は消費税増税直前だったため、客の動きが特殊であった。	

百貨店（店舗事業計画部）	お客様の様子	・昨年比べ、梅雨入り後も気候が安定した分入店客数が堅調で、6月という端境期ながら大きな落ち込みがなく推移している。固定客づくりが進み夏物セール前のシーズン終盤期にも来客数が増え、購入につながっている様子である。
スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税以降、単価に対する目が厳しくなっており、結果として3か月前に比べて財布のひもがやや固い。
スーパー（店長）	お客様の様子	・消費税増税後の売価告知の問題で、生鮮食品の動きは3か月前と変わらないが、住まい関連用品や耐久消費財の動きがまだ回復しておらず、売上的には厳しい状況である。単価アップで生鮮食料品の売上は上がっているが、一般食品は消費税増税の影響で厳しい状況が続く。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響で4月以降、客数は減っているが、1品単価、買上点数等の上昇により売上は大きく変わっていない。米、タバコ、酒、衣料品などの消費税増税前の駆け込み需要の反動減はほぼ収束している。
スーパー（統括者）	競争相手の様子	・食品スーパーの競合他社も売上高等厳しい状況で、更なる競合激化が続いている。
スーパー（業務担当）	来客数の動き	・中元ギフトが早期割引効果により、例年に比べて前倒し傾向にある。耐久消費財は消費税増税の影響が始めており、家電製品を中心に不調が続いている。そのため、客単価が伸び悩んでいる。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・梅雨に入り天候が悪く客数が減少しており、売上も前年を大きく下回り厳しい状況で推移している。客の買物の様子を見ると多品目を購入せず、必要最小限の商品のみ買っている。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・地域振興券活用を狙い20～23日と商店街でイベントを打ったが、ほとんど来客はなかった。
衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・梅雨に入って肌寒い気候もあって、薄手の羽織などの目的買いは多かった。しかし、シークレットセールの来客数は前年並みで、単価が低く売上は前年割れだった。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・今月は、消費税増税による消費マインドの低下はみられないが、セール前の下見が多く景気は上向きでない。
家電量販店（総務担当）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が継続している。また気温が上がらず、夏物の動きが非常に悪い。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・4月以降、販売台数がなかなか伸びてこない。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車販売台数が伸びない。中古車とサービス売上は堅調である。今期の累計では会社全体で黒字を確保しているが景気の良さは実感しない。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・新規部門は消費税増税前の売上まで回復してきたが、店舗での販売は増税前の水準まで回復していない。
その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（統括）	お客様の様子	・燃料油の小売価格は高止まりした感があり、顧客から今後どうなるのか心配する声が聞かれる。夏季賞与については、支給された顧客や今後支給予定の顧客から例年並みである様子がうかがえる。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	来客数の動き	・店舗に立ち寄る客の数が前年より増えてきたが、購入する商品は単価の低い菓子類が中心で売上があまり増えない。
その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	来客数の動き	・施設の売上高は、消費税増税の影響もほぼなくなりつつあり、前年並みである。また、外国人観光客を取り込めている施設は伸びている。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・6月初旬の動きは鈍かったが、下旬になって企業の株主総会後の利用で結構繁盛した。以前と比べると総会後の利用人数は減ったが、今月後半は持ち直した。
高級レストラン（支配人）	単価の動き	・ランチタイムは集客、売上ともに悪くないが、ディナーが悪い。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・昨年と比較して増減がない。また、客単価もほとんど変化がなく、ボーナス間近にもかかわらず景気の良い話や雰囲気がない。

	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・出張需要は確かに増えているが、全体的な動きに勢いはなく、前年をやや下回るような状況である。
	タクシー運転手	お客様の様子	・消費税増税で昼のタクシー利用が少ないようだが、夜はあまり変わらない。
	タクシー運転手	来客数の動き	・会社関係は相変わらず良いが、一般客の出控え、買い控えがあり、特に年配者の利用機会が少なくなって困っている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・例年の6月よりは雨量は少なく、人出はやや多かったものの売上の上昇とまではいかなかった。
	通信会社（総務局）	販売量の動き	・消費税増税の影響で解約数が増加すると予測し、顧客をつなぎとめるリテンション部門を強化したことが功を奏した。
	美容室（経営者）	販売量の動き	・動きがよくならないといけない時期だが、アベノミクスの効果が末端まで行き届いていないようだ。景気回復と言われても消費者の購買意欲は上がってきていない。我々美容業界も客の動きが全く良くなっていない。
	その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・4月の診療報酬・介護報酬改定及び消費税増税による負担増が、利用に影響を与えている。
	音楽教室（管理担当）	来客数の動き	・今の時期は転勤や転校がないので、顧客数の動きはあまり変わらない。
	住宅販売会社（代表）	単価の動き	・消費税増税の影響で、来客数と単価の両方とも下がってきている。これから更に下がっていく可能性もあると懸念している。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・天気の変動が大きく、来客数が減っている。買物意欲があまりみられない。観光客も今月は少なかったようだ。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・毎年梅雨時期は天候に左右される。高齢者の客が多くアーケード設備のない商店街では、雨天時は来客が極端に減少するため、売上の減少に直結する。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税の影響ではないが、客の購買力がかなり低下している。今月、公務員のボーナスが出るが、住宅ローンや子供の教育等に充てる割合が多いようで、あまり食に対する出費が見受けられない。
	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・飲食店向けの販売量が微減している。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・売上は徐々に減少している。暑さだけでなく消費税増税も影響しているようで来客数も少ない。
	百貨店（企画）	販売量の動き	・消費税増税後の反動減が予想より大きかった。クリアランス前の買い控えの影響は昨年より大きく、ファッション関連の売上が低迷している。
	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・消費税増税後、時間が経つとともに客の購買力は弱くなってきている。消費税増税前の駆け込み需要における決済手段は、翌月払いやボーナス払いが使われていたこともあり、ここにきて買物ができないとの声もある。
	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	関連店舗の売上げは、3か月前が106～118%、今月の見通しが93～105%となっており、特に百貨店の見通しが良くない。今月は、衣料品が92.8%、雑貨部門の宝飾・貴金属が63%と相変わらず低迷している。食品の来客数は98%であるが、売上は91%と低い。イタリア展の売上も90%と振るわず、大きい部門が伸びていないのが特徴だ。客単価については前年並みである。
	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・消費税増税後、生活必需品の買物が中心となって、買上点数、単価とも減少しており、業績が悪化している。増税前の買いだめがある程度あるため、しばらくは減少が続く。
	コンビニ（店長）	それ以外	・人件費やガソリンなどが高騰している。
	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・2～3か月前と比較するとそう変化はないが、少し悪くなっている。客数などの変化はさほどないが、客の雰囲気からそう感じる。
	衣料品専門店（チーフ）	来客数の動き	・6月に入り、セール時期までの買い控えや目的買いを中心とした客の来店はあるが、ウィンドウショッピング客等の来客が少なく、前年に比べ客数が伸び悩んでいる。

		家電量販店（店員）	販売量の動き	・3月をベースに考えると、消費税増税前の駆け込み需要の反動で4～5月はかなり悪かったが、6月は若干回復した。
		高級レストラン（専務）	来客数の動き	・5月のゴールデンウィークから6月にかけて天候も悪く、人の出足が悪い。会合や観光客も少なくなって少し苦しいところである。夏休みに期待している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・当該地域は高齢者が多く、年金は消費税増税分上がったわけでもないのに、旅費を節約しようとする傾向が顕著になっている。今月は、食品センターの客の動きが多少悪く、買物する客が少ない。また、週末の歓楽街の動きが冴えない。
		設計事務所（代表表）	来客数の動き	・来客数が減ってきている。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・不動産業では、マンション分譲と戸建ての土地、注文住宅を扱っているが、モデルハウス販売事務所への来場者は今期に入り減っている。来場者が少ないということは購買意欲が低いということである。
悪く なっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・年間売上ベースで通常6月は最も売上が悪い月ではあるが、今年是最悪である。特に土・日の来客数が激減している。郊外にある3つの大型店による催事が大きく影響している。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税の影響からの回復がまだまだ遅れている。販売量、単価とも非常に厳しい状況が続いている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街に通行人がいない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・魚の種類が少ないこともあるが、とにかく客が来ない。これからまた売れない時期になる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・単発で単価が高い仕事は若干入っているが、当店のメインであるギフトは、春の卒業式シーズンに良く売れていた2,000～3,000円の花束やアレンジの花等がかなり少なくなっている。母の日が以降、6月はかなり厳しい状態である。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・昨年の90～92%まで客数が落ち込んでいる。競合店の影響もあるが、消費税増税と同時に客数の減少もみられる。
		衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・3か月前は、想定よりも少なかったものの消費税増税前の駆け込み需要によりある程度の客数は確保できた。今月は実質セール時期に突入したにもかかわらず、客数が全く増えておらず、特に主力のミセスのボリュームゾーンにおいては全く動きがない。
		家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響と天候の影響もあり、エアコン、冷蔵庫といった白物家電の動きが悪い。
企業 動向 関連 (九州)	良く なっている		—	—
	やや良く なっている	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年6月は梅雨の影響で消費が伸び悩む。今年は5月に比べると落ちているが、例年のような落ち込みはない。特にスーパー、居酒屋は順調である。豚流行性下痢の影響で、豚の加工メーカー筋の食材や原料肉の引き合いも順調に推移している。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量、受注額共に梅雨の中弛みもあり、3か月前と比較するとマイナス25%となっている。しかし、3か月前は消費税増税前の駆け込み需要があり、これ影響を差し引けば例年並みである。消費税増税後の落ち込みは予想以下であった。
		金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・人手不足による工事延期案件が多く、不透明感はあるが、受注量は増加傾向にある。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月に入って受注量が若干上向いている。期待を持ちながら次を待っている。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・当社及び他社でも人材不足が発生している。
		その他製造業（産業廃物処理業）	受注量や販売量の動き	・取引先の自動車向け製品が好調で、少しずつ受注が増えてきている。
		通信業（経理担当）	それ以外	・3月期の決算報告が相次いでいるが、業績回復した企業が多い。当社においても、受注量が増大するとともに、数年前からの業務改善効果により増益を達成した。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・思ったほど消費税増税後の反動減はないようだ。

	不動産業	取引先の様子	・売買物件を問い合わせると、既に買付けが入っていたりすることが多い。	
	経営コンサルタント(社員)	受注量や販売量の動き	・価格にかかわらず、自分の欲しい物を買う傾向にある。	
	経営コンサルタント(代表取締役)	受注量や販売量の動き	・自社の受注件数が伸びてきており、また問い合わせも増えてきた。	
	その他サービス業[物品リース](支社長)	取引先の様子	・取引先の建設業では10月まで施工体制が整わないほど仕事がある。金融機関が融資に積極的になっている。小売業や飲食業の顧客で、新規出店する話が出てきている。節税対策商品の問い合わせがある。	
変わらない	農林水産業(営業)	取引先の様子	・畜産業界内の値上がり感はあるものの、荷動きは変わらない。	
	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・季節的に既存品の売上ならびに生産数は減少しているが、スポット商品の受注が比較的好調である。	
	繊維工業(営業担当)	取引先の様子	・海外での生産は、品質や工賃を維持することが難しくなってきたため、取引先も苦悩している。しかし、割り切って方向転換するに至らないのが現状である。あと一押し、何かが必要である。	
	化学工業(総務担当)	それ以外	・当工場の製品は景気等の影響をあまり受けず、出荷も引き続き順調である。	
	窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・通常定番商品の動きが少し悪いが、デザイナーズブランドや高額なものは企画商品の販売が決まっているようだ。そのため、秋口には良くなるのではないかと期待している。ただ、ガス代や生地代等の値上がりで採算的には厳しい。	
	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今まで受注量が不安定だったが、景気が良くなったので少し安定してきた。今後、受注量が安定することで少し希望を持てる。	
	建設業(社員)	受注量や販売量の動き	・当社については、民間工事で人手不足であるが、同地区の同業者については、官公庁の発注が少ないので受注ができていない同業者が多い。早期の発注を望む声を多く聞く。	
	輸送業(総務担当)	取引先の様子	・預かっている荷物の荷動きはあまり良くない。悪いままで推移している。	
	金融業(従業員)	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減などから、自動車関連では一部に減産の動きがみられる。また、百貨店、スーパーなどでも売上が落ち込んできている。一方、公共投資が高水準で、求人数や時間外勤務が増加してきている。	
	金融業(営業)	取引先の様子	・景気は悪くない水準で横ばいが続いている。地方は、公共工事の増加により需要がある。設備投資もまますずある。	
	新聞社(広告担当)	受注価格や販売価格の動き	・化粧品を含む通信販売の広告出稿は好調だが、旅行広告の出稿控えが影響し、出稿数は全体で前年比93%となる見込みである。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・現在セミナーなどを開催しているが、参加者が非常に少なく以前よりも減っているようだ。	
	その他サービス業[設計事務所](代表取締役)	競争相手の様子	・市町村が発注する高齢者や障がい者、子育て支援などの福祉に関する調査や計画の委託業務は、計画の改定年度が重なったことから、入札や見積りで辞退する業者が多く、予定価格に近いところで落札されている。	
やや悪くなっている	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量が部門ごとに異なるため、景気が上向きなのか下向きなのか判断ができない状況にある。	
	金融業(営業担当)	取引先の様子	・中小企業の小売業は、消費税増税前の駆け込み需要後なので売上高は減少傾向にあり、資金繰りがタイトになってきている。	
	経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・3月が一般的に非常に良かったので、それと比べると6月はあまり良くなかった。ただし、例年よりは良くなっており、売上は若干回復している。	
悪くなっている		○	○	○
雇用関連(九州)	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・長期派遣の求人が増加している。
		人材派遣会社(社員)	周辺企業の様子	・半年前から雇用確保の動きに出ている。景気が上向きになる前に人材を確保することが人事にとって最良の策である。今から人材確保に動く企業は策を持たなかった企業である。

	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・現在も引き続き求人数が堅調に推移している。
	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・人材紹介を行っているが、正社員採用の企業が増え派遣希望者が減っている。
	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・派遣だけでなく、直接雇用を前提とした紹介予定派遣や人材紹介の注文が増えている。また、中元時期の人員も例年と比べると増えている企業もある。
	人材派遣会社 (営業)	雇用形態の様子	・直接雇用の実績が確実に上がっている。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	周辺企業の様子	・某大手宅配業者が簡易宅配の大規模な求人募集を始めた。こうした新しい形の求人形態が今後増える。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・一般の新規求人数が増加していることに加え、新規求職者数は減少しており、人手不足に関する事業所からの相談が増えている。また、新規高卒者に関する求人についても前年度比で増えている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求職者数は3月と比較し6月は横ばいになっているが、新規求人数は昨年と比較すると増加傾向にある。建設、医療・介護等はもちろん製造業においても人手不足となっている。
	民間職業紹介機関 (社員)	求人数の動き	・様々な業界の求人がある。まとまった単位で依頼はないが少しずつ増えている。
変わらない	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	求人数の動き	・正社員雇用の増加がみられない。
	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	求人数の動き	・新卒の採用は例年より早い、中途採用、パート、アルバイトの求人の動きはやや鈍い。
	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・消費税増税による影響はあまりないとする企業が多い。
	民間職業紹介機関 (支店長)	求人数の動き	・求人数の増加がみられない。外食産業、製造業では人手不足に起因する派遣労働者の需要はあるが、求職者は賃金との兼ね合いでそれら職種を敬遠気味である。ミスマッチが起きている。
	学校〔大学〕 (就職支援業務)	求人数の動き	・企業の採用活動が早期化したため、求人数の伸びがこのところ鈍くなっている。
	学校〔専門学校〕 (就職担当)	求人数の動き	・求人数は前年比110%で推移しており、ここ数か月変化はない。
やや悪くなっている	求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・当社の求人取扱件数が前年を割っている。原因は3つほど考えられる。1つめは、消費税増税の駆け込み需要の反動で需要が低迷していること、2つめは、求人業界大手間の競争が激化し過剰サービスのあおりを受けていること、3つめは、求人が過熱気味で採用が難しくなっていることである。
悪くなっている	-	-	-

〈先行き〉

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：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 (九州)	良くなる	ゴルフ場（従業員）	・ここ2～3か月先の予約状況をみても前年を上回る勢いである。これまで人件費をカットしてきたが、人手が足りない状態が発生している。求人を出したり、従業員のベースアップを検討するなど、以前と比べると会社が雇用重視の方向に向かっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響もかなり薄くなって、景気は徐々に回復すると思われる。
		百貨店（総務担当）	・書籍等業界自体が低落傾向にあるテナント以外、この夏のセールを反転攻勢の機会とする様子がみられる。特にアパレル関係テナントの商品供給に勢いがある。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要を機に、日用品やギフトに対する客の視線が変化し、食品等デイリー商材、雑貨が回復に向かっている。ギフトは天候の影響で来店が少なかったが、店外受注は好調である。贈答及び「プチ贅沢」の自家需要商品、自宅届受注の動きが良い。また、店外催事のリビング商品催事も家具・家電が好調で来場者数も多かった。
		百貨店（営業統括）	・夏の中元商戦を迎え、ボーナス支給も増えるなか、購買の増加が期待できる。
		百貨店（営業政策担当）	・現状の入店・売上内容をみると堅実な動きがみえる個所がある。
		百貨店（企画）	・消費税増税後の買い控えの反動が、クリアランスを期に好転することを期待している。
		スーパー（経営者）	・6～8月のボーナス支給の状況によって変化がある。
		スーパー（総務担当）	・ここ数か月の状況をみると、衣料品や住居関連商品については気温にかなり影響されるが、食品については、安定して前年を上回っているため、この状況が続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・消費税増税の段階ではやや落ち込んだが、月を追うごとに、元に戻ってきたというよりも上昇気流に乗っているようで、これからもその状態が続く。
		家電量販店（店員）	・消費税増税が4～5月とかなり響いていたが、6月に入って若干影響がなくなってきた。今後3か月を考えると一旦は通常の状態に戻ると予想している。
		家電量販店（総務担当）	・梅雨明けは例年通りの暑さが予想されるので、季節商材の動きに期待している。
		家電量販店（従業員）	・暑くなったため冷房器具が売れる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・賞金やボーナスの上昇等明るい話題もあり、消費税増税の反動も和らいでくる。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車の受注を伸ばせばなんとか回復してくる。
		乗用車販売店（総務担当）	・2～3か月先になれば消費税増税の影響が少なくなり、新車販売台数が上向き、売上と利益の確保ができるようになる。
		住関連専門店（店長）	・消費者が消費税増税にも慣れ、購買意欲も増加傾向にあるように見える。また、ボーナス時期も重なるため、これから2～3か月は大きな商戦になる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・7～8月はお盆の時期になり、お中元等進物関係が出るようになる。それに伴い売上の増加も見込める。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税の反動がみられるが、夏頃には落ち着く。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・今後、夏に向けて休みも多くなるので人の動きも活発になる。来客数が多くなるように、商品の陳列を変えたりポップを作るなど、売上増加に努めたい。
居酒屋（経営者）	・消費税増税にも慣れてきているので、購買意欲も増してくる。		
都市型ホテル（販売担当）	・客の動きや予約などが早く、夏場の売上向上が見込める。		
都市型ホテル（スタッフ）	・九州地区の様々な大会が夏から秋にかけて集中していることもあり、予約状況は好調に推移している。市内各ホテルの宿泊稼働率も徐々に上昇しており、昨年までは減少傾向だったレストランでの企業接待も増加に転じている。緩やかではあるが景気の底を脱した感はある。		
都市型ホテル（副支配人）	・夏から秋にかけて、あるいは来年にかけて団体・グループの問い合わせが活発である。		
通信会社（総務局）	・4～6月は前年同月比で新規獲得が伸びており、売上に反映される。		
変わらない	商店街（代表者）	・商店街全体としては景気が良くなっているとは、誰も言わない。婦人服の店はあまり良くないようだが、その分食事に回っているようだ。レストランは、にぎわっているところも多い。	

商店街（代表者）	・前年から比べると物の動きは多少良くなっている。
商店街（代表者）	・今後2～3か月の景気は悪い状況が続く。
商店街（代表者）	・衣料関係はここ2～3か月厳しい。客の様子をみると無駄買いしないという習慣が自然と身についているようだ。
商店街（代表者）	・周辺の店も景気が良くないという声をよく聞くので、キャンペーンや販促品などのチラシを打っている。そのため、当社では売上が若干伸びているが大して変わらない。
商店街（代表者）	・盛夏物の売上上昇に期待したいところだが、良い材料が見当たらない。夏物バーゲン開催の前倒しも検討したい。
一般小売店〔鮮魚〕 （店員）	・素材を売ることに限界を感じている。行事の際の鉢盛りも最近ほとんどない。そのため、お盆の注文も最近は少ない。
一般小売店〔精肉〕 （店員）	・特段の事情がないので変わらない。
百貨店（営業担当）	・当県の場合、アベノミクス効果により夏のボーナスが増加する企業は非常に限られている。ここ数か月では、生活者の消費マインドの上昇が首都圏ほどみられないのではないかと予測する。
百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響は減速しているものの、顧客の購買状況をみるとまだまだ良くなるとは言えない。
百貨店（店舗事業計画部）	・春夏シーズンをもちこたえたため、秋冬シーズンの始まりも大きなマイナスは起こりにくいと考える。しかし、気候が平年と比べ大きく変わる場合は影響が出そうだ。
スーパー（店長）	・顧客の様子から、このままの状態がしばらくは続きそうである。
スーパー（店長）	・ここ2か月ぐらいは客数の増加がなく、前年比92～93%で推移している。
スーパー（経理担当）	・競合店の出店も多く淘汰されている店舗も多少あり、競合状況が更に厳しくなる。品質やサービスでの差別化で特色を出していく。特に生鮮食品においては消費税増税の影響は大きくなかった。
スーパー（統括者）	・現状では、景気が良くなるのか悪くなるのか、不透明である。
スーパー（業務担当）	・夏場の特徴として、盛夏商材がバーゲン時期に入る7月以降、新たな仕掛けのできる商品のトレンドは限られており、大幅な売上増加は見込めない。
コンビニ（経営者）	・今のところ特段良くなる要因が見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・今まであらゆる工夫をしても変わらなかったため、数か月先も変化はない。
衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響も少し落ち着き、客の雰囲気も何となく落ち着いた。
衣料品専門店（店長）	・期待の地域振興券はまだ売り切れておらず、消化のため商店街でイベントを打ったが効果はなかった。景気は横ばい状態である。
衣料品専門店（店員）	・今年もセールが7月中旬からのスタート予定で、完全に他店から出遅れる予想である。当店のセールスタートの時期には他店で再値下げが始まっているので売上高は上げにくい。見通しは厳しい。
衣料品専門店（取締役）	・ファッション業界は気候に非常に左右されるので、9月の気候が変動の大きな要因となる。消費税増税に少し慣れるものの、考えながらお金を使う傾向は変わらない。
衣料品専門店（チーフ）	・今の客数の動きからみると、2～3か月後もかなり厳しい状況が予測される。
衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税の負担増と若干のインフレ傾向にもかかわらず、客の収入は増えていないため、全く良くなる要素はない。ただし、希望を込めて変わらないとした。
住関連専門店（経営者）	・関連業者の話を聞いても一般消費者の財布のひもは固い。置き家具業界は秋口までは厳しい。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の販売量については、昨年並みの状況が続いている。今後、暑さが更に増しエアコンの使用が増加したり、夏場の行楽シーズンに車での旅行が増加するなど燃料油の増販に期待したい。顧客からは、夏季賞与の使い道がはっきりしないとの声を聞くので、消費に回することを期待する。
その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・物価も上昇基調にあるので、消費がどれだけ増えるか微妙である。ただし、インバウンドはまだ伸びる。
高級レストラン（支配人）	・翌月、翌々月の現在の予約状況があまり良くない。
観光型ホテル（専務）	・消費税の再増税により、景気が悪くなるかもしれない。

旅行代理店（従業員）	・夏休みの予約は、現在前年並みで推移しているが、急激な増加はない。7月より減便予定のハワイは供給数が足りず、前年比ややマイナスである。
タクシー運転手	・今後、夏のボーナスが支給されるのでその分多少期待はできるが、年金生活者の年金支給額が消費税増税分増えるわけでもないなのでその分マイナスとなり、どうしても横ばいになりそうだ。
タクシー運転手	・夜の繁華街が悪く、あまり期待できないので売上も伸びない。
タクシー運転手	・ガソリンなどの高騰で消費が抑えられ、横ばい状態が続く。
通信会社（企画担当）	・現状以上に良くなるという材料が今のところない。
その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・来年の消費税増税や医療介護総合推進法に基づく負担増等により、しばらくは利用控えが懸念される。
音楽教室（管理担当）	・教室の入会は新学期の4月あたりなので、この時期はあまりない。
設計事務所（所長）	・今年に入ってそこそこ仕事はあるので、この状態が今年いっぱい続く。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響が夏頃までは続く。
住宅販売会社（代表）	・来客数や打ち合わせの内容から、住宅の新築に関しては下がっていくと予測する。リフォームや中古住宅の購入に関しては、リフォーム補助金等を利用すると話が進む。
やや悪くなる	・サラリーマンは夏のボーナスがあるが、電気料金の値上げや消費税増税で、あまり良くならない。
商店街（代表者）	・夏場の売上は低迷する。お盆前の返礼品があるが、近年はお返しもせず略式になってきているため更に売上は減る。早めの景気回復に期待したいところである。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・客のなかには、消費税増税前に大きな買物をしたので、ボーナスは支払に回すだけとの声もある。日常の消費は緊縮状況にある。
百貨店（業務担当）	・9月に系列店舗の隣に、ホテルと商業施設が一体となった複合ビルがオープンするので、その影響がある。百貨店業態はやや悪くなる。客単価は落ちていないので懸念材料はないが、入店客数と天候にかかってくる。
百貨店（売場担当）	・景気が上向くだけの新しい材料はまだ見えてこない。その一方で、競合店の出店計画等もあり、価格競争を含めた競合がますます厳しくなると予想される。
スーパー（店長）	・昨年度は競合相手に売上対策をして、前年比110%で推移した。今年は、売上対策のチラシは出さず、その分利益率を高めていくつもりである。全体的な流れは、耐久商品を中心に消費税増税後の影響が見受けられる。しかし、耐久商品はもう少しで動きが良くなりそうだ。生鮮食料品は順調に売上が回復している。ギフト関係は早期特典もあるが今回は少し動きが鈍い。
スーパー（店長）	・競合他社と顧客争奪が激化しており、販売促進費が上昇するなど、コストと収益のバランスが悪い。顧客の動きは、セールや他のイベント等多数の仕掛けにより来店が促進されているため、しばらくは厳しい状況が続く。
スーパー（総務担当）	・現在、消費税増税が大きく影響しており、客数が大幅に減少している。近郊の店でも同じような状況で、地方での消費税増税の影響は大きい。
コンビニ（エリア担当）	・首都圏を重視したアベノミクスの政策により、地方や中小企業の景気は悪くなる。
コンビニ（店長）	・サッカーワールドカップの日本代表は残念な結果になったが、このような勝敗が消費動向を結構左右する。購買意欲が損なわれているのが現状である。良くなる要素が見当たらない。
家電量販店（店員）	・映画の作品が売上を左右するが、今後は期待できない。
その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	
高級レストラン（経営者）	・7～8月は当店の業態は少し暇になる。会社も夏休みに入ったり、特に夏の暑い時期の会食は毎年少ない。今のところ予約状況をもて苦戦している。今後少しでも予約が入るように、店でもお中元を配るなど早めに対策を講じた。

	高級レストラン（専務）	・首都圏からのツアー観光客や研修などの旅行者は、価格や内容的に良い客がきているようで、アベノミクス効果が出ているかもしれない。しかし、地方は回復していない。10月以降どうなるか期待している。
	タクシー運転手	・今年はホテルの宿泊客もタクシー利用が少なく、例年よりレンタカー利用が多いようだ。
	通信会社（業務担当）	・7月は引き続きプラン変更での来店増が見込まれ、昨年の販売台数を上回る。しかし、関心が高いユーザーは6月にある程度来店したので、先月ほどの来店客数及び販売台数にはならない。
	通信会社（販売部）	新商品・新サービスが出そろい、時期が経過したため、客の興味関心が落ち着いてくるものと考えられる。
	競馬場（職員）	・前年と比較すると良くない。
	美容室（経営者）	・通常、2～3か月先の夏場は閑散期であるが、現在既に閑散期になっているので、少しは期待ができる。アベノミクスは底辺まで浸透しないというのが実感である。
	設計事務所（代表）	・消費税増税の影響がある。
	住宅販売会社（従業員）	・次の消費税増税を見越した消費の冷え込みや電気料金値上げの問題もあり、消費にお金回らないので景気は悪くなる。賃金改正はごく一部であり、広く世の中に貢献するものではない。
悪くなる	一般小売店〔生花〕（経営者）	・これから2～3か月は切花が避けられる時期になるので、毎年ながらかなり厳しい。同業者に気兼ねするが、新規開拓の営業に出ようと考えている。
	観光ホテル（総務）	・今後3か月の収入予測より悪くなると判断する。
企業動向関連 (九州)	良くなる	—
	やや良くなる	—
	繊維工業（営業担当）	・中国での生産維持が難しいため、国内の生産が悪くなることはない。
	家具製造業（従業員）	・9月までの物件情報と提出済みの見積件数・金額は、前年比で10%程度多い状況である。また高額商品の見積も増加傾向にあるため、景気は緩やかに上向いている実感がある。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・取引先のうち、9月が決算月である会社からの受注数が見込まれる。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・デザイナーズブランドや企画商品の動きが活発であるので、秋口にはいくらか良くなるのではと期待している。
	金属製品製造業（事業統括）	・受注量の増加は、直接的に売上拡大に結びつく。
	一般機械器具製造業（経営者）	・今まで、滞っていた引き合いが徐々に増えつつあるので、今後受注量も増えるのではと推測する。
	電気機械器具製造業（経営者）	・製造業では、受注量の確保が大変である。どうしたら利益が上がるのかなど、研修を強化することで社員のレベルアップを図り、受注価格の減少を防いだり、受注量を増やす努力を行う。
	電気機械器具製造業（取締役）	・当社は、引き続き太陽光関連に投資意欲がある。
	精密機械器具製造業（従業員）	・車載用・家電製品の部品生産受注が増産している。また、今年の夏が長期化すればエアコン等のIC部品の受注が増す。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新モデル車両の事前注文数が、当初予測よりも大幅に増加している。
	その他製造業（産業廃物処理業）	・価格相場が停滞しており多少不安はあるが、取引先の生産が更に増える予定である。
	建設業（従業員）	・最近は見積案件も少なかったが、官庁の大型工事の見積が控えている。また、新幹線や駅周辺の開発があり、何かしらの影響でやや良くなる。
	建設業（社員）	・第1四半期の発注が少なかったため、第2四半期に期待するしかない。発注予定では、第1四半期もある程度の発注があるように公表されていたが少なかったようだ。第2四半期に期待する。
	輸送業（従業員）	・これから米の収穫時期に入っていくので、青果物関連が動き出す。青果物関連が動き出すということは、それを入れる段ボール原紙の需要が見込まれる。貨物が動けばそれだけあらゆる業界の景気も良くなる。
	通信業（経理担当）	・当社では、第2四半期も強気の経営方針を打ち出している。
	金融業（従業員）	・海外の景気の先行きに不安を抱く先もあるが、外国人観光客が増加しているほか、軽自動車を中心に自動車販売が回復してきている。また、マンションなどの住宅建設が本格化してきており、給与支給額も増加傾向にある。
	金融業（調査担当）	・消費税増税のマイナスの影響は限定的である。持ち直しのスピードも速い。

	不動産業（従業員）	・商業施設の売上が予測より上向きで推移しており、今後も継続する。	
	新聞社（広告）（担当者）	・消費税増税による買い控えが一段落し、旅行広告を中心として広告出稿量が復調する見込みである。	
	広告代理店（従業員）	・消費税増税後の影響がなくなる頃である。	
	経営コンサルタント（社員）	・高級な物の在庫が少ない傾向にある。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に業況を聞くと、多くの会社が上向きつつあるとの回答である。	
変わらない	農林水産業（経営者）	・現状を見る限り、7～9月も順調にいく。居酒屋、スーパー関連も新しい商品の引き合いが強く、取引先の工場見学や商品プレゼンテーションにも多くの取引先が積極的に来社している。加工メーカー筋も豚流行性下痢と輸入鶏肉の円安で手配し難いところがあり、鶏肉に対する引き合いは強い。ただ、冷夏に伴う消費減退と飼料価格の高騰等が心配される。	
	農林水産業（営業）	・畜産業界内の値上がり感はあるものの荷動きは変わらない。	
	農林水産業（従業員）	・畜産販売はなかなか厳しく、現状のままで推移する。	
	食料品製造業（経営者）	・若干ではあるが昨年同月の売上を上回り、納入先の店舗も活気が戻りつつあるかに見受けられる。客単価も一時的低迷を脱し、今のところ好調とのことで景気の先行きに期待が持てる。ただし、ここ2～3年、繁閑に変化が生じており、必ずしも安心できる状況にはない。	
	化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気の影響をあまり受けず、出荷も引き続き順調である。	
	鉄鋼業（経営者）	・5月ごろから受注量が減少し販売量も減少している。新規物件の引き合いも少なくなっており、明らかに消費税増税の影響で新規の建築物件が少なくなっているようだ。いつ頃回復するのか不透明で、この状況はしばらく続くとみて減産を継続せざるを得ない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・具体的な動向は今の時点でははっきりしないため変わらない。	
	輸送業（総務）	・消費税増税の反動や燃料高騰の影響で、明るい材料はない。	
	輸送業（総務担当）	・ガソリン等の燃料費が高止まりしている。預かっている荷物の荷動きからするとあまり消費は伸びていない。今後もこの状態が続く。	
	通信業（職員）	・省エネ関連の案件の引き合いが若干出ているが、件数は伸びず、規模も小さいため受注額の増加になかなか繋がらない。	
	金融業（営業担当）	・中小企業全般で、売上高の増加に伴う利益の改善はまだ見えず、資金繰りの面で不足金額にかかる借入金依存が解消される見込みがない。	
	金融業（営業）	・政府の成長戦略が寄与することを期待するが、現状分らない。太陽光発電の需要が高かったが、電力会社との連系費が高騰し、今後の伸びが期待できない。景気はあまり変わらない水準で推移する。	
	経営コンサルタント	・経営が改善しない理由は、当社の手法が悪いのか、皆の新しいものに取り組む意欲が減退しているかのどちらかである。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・消費税増税の影響は時間が経ってきたのでさほどないようだ。ただし、景気が良くなったという実感はないし、給料が若干上がったり、ボーナスが支給されても消費行動はさほど変わらない。	
その他サービス業〔物リース〕（支社長）	・好況感は維持しているが、賃金や収入増加に至るか分らない。増収増益基調の会社が多いが、実感が沸くような景気回復はなさそうだ。		
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・季節的に一番落ち込む時期になってくる。	
	広告代理店（従業員）	・6月の新聞折込チラシの受注枚数は前年同月比の90%となった。4月以降、消費税増税の影響で、販促経費の削減や消費活動の冷え込みなど、当業界の周辺環境はますます悪くなっている。増税以来3か月を経過したが、まだまだ底がみえない状態である。今後、上向き兆しはない。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・福祉以外の業務が少ない。このため、次年度以降は極端に発注量が少なくなることが予想される。また、設計などの委託業務が少ないことから、全体として仕事量が少ない状況が続くと予想される。	
悪くなる	○	○	
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・人材供給の不足感は、オリンピックまでの数年は確実に出てくる。

(九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・首都圏の求人数と比較するとまだまだではあるが、少し時差があって九州も多くなる。
		人材派遣会社（社員）	・注文も継続的にきている。中元の受注状況によっては、更に増員するかもしれないという企業も複数あった。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当県では、大手通信アプリ企業の本社移転で多くの求人に期待が出ている。人出不足と言われる業界の正社員化や時給の引上げも聞く。こうした状況が続けば、景気は上向く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・7月以降、製造業の求人が増えそうだとの声が多い。生産調整などが落ち着き、各業界で動きが出始めている。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響が予想よりも深刻でないことから、企業が設備投資に前向きになることが期待される。また、新規求人がさらに増大するとともに、人手不足感から賃金等の労働条件を改善しようとする動きがみられる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響も落ち着いてきているとみられ、新規求人の増加傾向はまだ続くとみられる。新規求職者数の若干の減少傾向は変わらない。月間有効求人倍率は0.8～0.9倍台を推移している。
		職業安定所（職業相談）	・有効求人倍率は引き続き上昇傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣依頼の企業も増えているが不人気職種が多く、求職者の希望とマッチングしない。
		人材派遣会社（営業）	・消費税の影響は今から出てくる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・同業者間の競争はますます激化する。市場の活性化に伴う求人件数の増加を期待したいところである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税のマイナスの影響が消えない。
		職業安定所（職員）	・全体的に好況感は感じられるものの、管内企業の賃上げ状況調査の結果から、中小零細企業においてベースアップを行ったところはほとんどない。また増税の影響もあり、消費が伸びる要素が少ないため、あまり変わらない。
		民間職業紹介機関（社員）	・8～9月の求人はまだ本格化していないが、契約終了の話は少ない。継続の方向で動いている。
		民間職業紹介機関（支店長）	・景気上昇による人手不足感があるが、顧客の派遣先は安易に求人、増員など求めているようない。必要な人材は直接雇用で厳選し、さほどスキルを必要としない場合は、短期・短時間労働契約のパート、アルバイトを充当している。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・求人件数の伸びが鈍くなっている一方、内定辞退者の増加で中小企業を中心に追加採用の動きが大きくなる可能性はある。しかし、景気の上昇に影響するとまでは言えない。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・介護、建築、機械設計、自動車整備職等は人手不足ではあるが、企業への聞き取りの結果、全体的には今後数ヶ月、年度当初の採用計画から採用数を増加するという声はほとんどない。	
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—