

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 | 百貨店（営業担 当） | 単価の動き | ・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で低下してい た高額品の買上単価が、半期、四半期平均共に回復し てきている。また、レジ客数も回復してきた。家具・ 家電リビング催事の受注も好調であり、呉服宝飾美術 の高額商品の動きも活発になってきた。反面、クリア ランスセールの勢いがなく、紳士・婦人衣料共に苦戦 している。 |
| | | 百貨店（売場担 当） | 競争相手の様子 | ・系列店舗の売上げは前年比91～98%となっている。 店舗1階のリニューアル工事がはじまったのが影響し ている。今月20日までは、衣料品を中心に全般的に悪 かった。梅雨明け以降、衣料品を中心に一気に売上が 上がってきているが、例年の9割程度と良くない。客 単価、1品単価は前年を上回るものの入店客数は前年 を割っており、購買率も前年比86%とかなりダウンし ている。非食品が3.2%、食品が2.4%ダウンしてい る。 |
| | | スーパー（店 長） | 来客数の動き | ・消費税増税の影響から食料品は順調に回復し、前年 と同じぐらいとなっている。寝具等の回復は遅いが、 全体として回復している。 |
| | | スーパー（店 長） | 販売量の動き | ・消費税増税の時点で販売量が少し減っている状況で あった。客数の減少はあるが、客の買上単価はほぼ変 わらない。 |
| | | スーパー（経理 担当） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響をみると、食品はほぼ収まった が、雑貨・衣料は若干回復していない。大きな変動は ないが客数が減っている。消費者は買い回りをしてい る。 |
| | | コンビニ（販売 促進担当） | 販売量の動き | ・今月の売上は、量販店が前年比105.4%、コンビニ エンスストアが同比116.6%、ローカルスーパーが同 比104.8%となっている。夏休みに入ったこともあつ て、食パン、菓子パンが伸び、販売数量に大きく貢献 した。 |
| | | 衣料品専門店 （取締役） | お客様の様子 | ・消費税増税直後の4月は品物の動きにバラつきが あった。7月はセールの月ということで多少物が動い ている。 |
| | | 家電量販店（店 員） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響で4月が落ち込んでいた分、7月 の売上は若干上がってきた。 |
| | | 家電量販店（総 務担当） | お客様の様子 | ・猛暑到来でエアコン・冷蔵庫の早期取り付けを希望 する客が多い。 |
| | | 家電量販店（広 報・IR担当） | 販売量の動き | ・天候不順によりエアコンが低迷している。消費税増 税の影響もあり、全体としてやや低迷している。 |
| | | 乗用車販売店 （従業員） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響も弱まり、客の動きが良くなり、 販売量が増えた。 |
| | | 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感があるが、需要が低 下した様子はない。7月1日より高速道路料金の休日 割引が50%から30%へ変更となり、他県から訪問の自 動車利用顧客数減少を心配していたが、販売量にも影 響はないようだ。顧客の話から、生活必需品の値上げ は家計に響くが、消費を節約するほどでもない様子が うかがえる。 |
| | | 旅行代理店（企 画） | 販売量の動き | ・国内旅行が好調である反面、海外旅行が不調であ る。国内旅行は、USJを中心とした関西方面が好調 である。海外は、円安、燃油の高騰の影響により不振 である。特にヨーロッパ方面が不振となっている。 |
| | | ゴルフ場（従業 員） | お客様の様子 | ・今月は公務員等の賞与支給もあり、週末の客が大分 多くなってきている。団体職員も少しずつ回復してい るようだ。 |
| 変わらない | 商店街（代表 者） | 来客数の動き | ・ボーナスが支給されたにも関わらず、今月は、消費 税増税直後に来街客数、販売量が大幅に減少した4月 と同様の動きになっている。 | |
| | 一般小売店〔青 果〕（店長） | お客様の様子 | ・消費税増税の影響は徐々に落ち着いているが、増税 前の状況に戻っただけで決して油断できない。ギフト 商品であるマンゴー、メロンの値段は今年の8割程度 となっており、全体的に厳しい状態である。 | |

| | | |
|----------------------------|--------|--|
| 百貨店（店舗事業計画部） | 来客数の動き | ・7月は、梅雨明けの遅れや台風の影響があったが、梅雨明け後は来客数も復調し購買にもつながっている。夏物バーゲン、3連休頃が買い時になった印象である。また、話題の菓子や催事等、バーゲン以外にも目新しいトピックを提案すれば客の反応は大きい。 |
| 百貨店（営業統括） | 来客数の動き | ・中元ギフトのピーク月だが、購買者数・売上共に前年割れと厳しい。 |
| スーパー（経営者） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響で高額商品等の販売が鈍くなっている。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・消費税増税後の反動減が少し和らいできたが、まだ商品選択に慎重な傾向が強い。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・食料品に関しては生鮮の精肉が好調に推移しており、消費税増税後も安定した売上が確保できている。ただ、直営の食料雑貨関係は価格競争により厳しい状況が続いている。特に衣料品は売上が非常に厳しい。 |
| スーパー（総務担当） | それ以外 | ・食料品は前年を上回って推移しているが、衣料品・住居用品は気温・気候等により影響を受けている。 |
| スーパー（業務担当） | 販売量の動き | ・中元ギフト、土用丑の日等、季節ものは若干の上昇が見受けられる。盛夏対応のアウトドア用品や飲料は、ほぼ例年通りである。 |
| スーパー（統括者） | 販売量の動き | ・売上高が前年に比べて悪い。また、3か月前と比べると減少傾向にある。 |
| コンビニ（エリア担当・店長） | 来客数の動き | ・おにぎりや冷たい調理類などのセールがあるときは、客は一時的に増えるがセール終了後は元に戻る。セールにより、一時的に客が増えたり減ったりはするが、平均すると変わらない。 |
| 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・昨日からスタンプシールの5倍セール実施中だが、来客がほとんどない状態である。 |
| 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・客数はほとんど変化がない。 |
| 衣料品専門店（店員） | 販売量の動き | ・セール日程の分散化でまとめ買いは少なくなったが、売上は前年と変わっていない。 |
| 衣料品専門店（総務担当） | お客様の様子 | ・消費税増税の影響によるボリュームゾーンにおける客の買い控えと、今月に限っては、セール時期の分散化による集客力のダウンが原因で非常に状況が悪い。 |
| 衣料品専門店（チーフ） | 来客数の動き | ・前年比で客数の減少はあるが、セールでかなり商品をお買得にし、まとめ買いを促すようにして客数の減少分をカバーしている。 |
| 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・今年度、新車販売台数が計画に届かない。順調に推移してきた中古車販売も今月は苦戦している。サービス売上や各種手数料などの車両販売以外で何とか黒字確保をしている。 |
| 住関連専門店（経営者） | 来客数の動き | ・来客数、売上共に消費税増税前の水準まで戻っていない。 |
| その他専門店【コーヒー豆】（経営者） | 販売量の動き | ・7月は前年度比110%と売上が伸びている。お中元のギフト物の注文が多くあった。 |
| その他小売の動向を把握できる者【土産卸売】（従業員） | 単価の動き | ・空港での土産品の販売単価は下がってきている。売上は昨年並みに計上できているが、景気が上向いた実感はない。 |
| その他小売【ショッピングセンター】（広報担当） | 来客数の動き | ・消費税増税の影響で、特に食料品以外の動きが悪い。消費税増税だけでなく、周辺の競争環境の変化や、梅雨明けが昨年より2週間近く遅れたことの影響も大きい。 |
| 高級レストラン（専務） | 販売量の動き | ・夏場の飲食関係は例年落ち込むので、景気の影響は8月を過ぎてみないと分からない。 |
| 高級レストラン（支配人） | 来客数の動き | ・夜の利用客が変わらず少ない。 |
| 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・来客数や客単価は、昨年とほとんど変わりが無い。 |
| 居酒屋（経営者） | お客様の様子 | ・知り合いの飲食店経営者に聞いても、どこも厳しいとの意見が多い。 |
| 観光型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・宿泊・レストランに関しては順調に顧客の取り込みができてはいるが、宴会関係の問い合わせが少ない。 |
| 都市型ホテル（販売担当） | 来客数の動き | ・集客が少なく、売上もあまり良くない。 |
| 都市型ホテル（副支配人） | 販売量の動き | ・今年度に入って、MICEを中心に団体及び個人が堅調に伸びている。昨年に比べても動きは良い。 |
| タクシー運転手 | お客様の様子 | ・多様なイベントの開催や観光客の増加で活気はあるものの、消費税増税分を含む物価の上昇で、主婦や年金生活者のタクシー利用は確実に減っている。 |

| | | | |
|-----------|----------------------------------|--|---|
| | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・昼中は暑すぎて外出を控えるためタクシー利用が少ない。夜はビアガーデン等で少し盛り返している。 |
| | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・1日を通して良く稼働している。特に会社関係の客の働が良く、一般の客も良い。 |
| | 通信会社（企画担当） | お客様の様子 | ・昨年同様、システム開発の問い合わせや案件の案内が多い傾向にある。 |
| | 通信会社（営業担当） | それ以外 | ・他業種の法人との話のなかで、これと言って業績上昇につながる話題がでない。地域全体の停滞についての話題ばかりが挙がる。 |
| | 通信会社（総務局） | 販売量の動き | ・消費税増税の影響が消費者心理として買い控えの様相を呈しており、新規契約数は鈍化している。 |
| | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・季節的な要因を除けば、販売量は低位安定している。 |
| | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・自社の数字や周りの企業をみても今一つ景気回復していない。アベノミクスが末端まで浸透していない。 |
| | 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 | ・消費税増税や診療報酬改定に伴う負担増の影響は若干和らいだ感じを受ける。一方で、夏場に入り季節要因の入院等で利用者が減少している。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・宅地分譲は、物件の問い合わせ等反響はあるが成約までに至らない。また、上物の工事請負契約が成約できない状況にあるので、売行きは少し鈍い。 |
| | 住宅販売会社（代表） | 来客数の動き | ・消費税増税後、来客数の減少は予想よりも大きく、例年の半分程度まで減少している。 |
| やや悪くなっている | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・暑さのせいもあるだろうが、店頭の上売が落ちてきている。 |
| | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・来客数はあまり変わらないが、来客者が購買に至ることが少ない。すぐに購買行動に繋がらない。客は非常にシビアになっている。 |
| | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・4月の消費税増税後、売上の減少もさほどみられず天候にも恵まれ順調に推移していた。しかし、今月は突然の雷雨や異常に高い気温で客足が鈍っている。 |
| | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・7月に入り、長雨と台風により来客数は減少した。 |
| | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | 来客数の動き | ・暑さにより、前年比で売上が大幅減少している。来客数もかなり少ない。例年、7月に入ると初盆、贈答の注文があるが、今年は少ない。 |
| | 百貨店（企画） | 販売量の動き | ・1997年の消費税増税時の月推移と昨年の参議院選挙の影響を勘案し、7月の売上は前年水準に戻す計画であったが、お中元の出足から苦戦している。 |
| | 百貨店（業務担当） | お客様の様子 | ・消費税増税前の駆け込み需要で購入した商品を夏のボーナスで支払うため、心理的に買物をセーブしなければと話す客が多くみられる。 |
| | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・食料品の売上は、青果物が相場安のため前年比約90%、衣料品は夏物衣料がほとんど動かない状況で、前年比80%と大変苦戦している。 |
| | スーパー（総務担当） | 来客数の動き | ・消費税増税の影響は感じられなくなったが、最寄り品の購買にあまり変化がないのに比べ、買回り品の購買が良くない。最寄り品の購買が中心となると、売上は客数でカバーせざるを得ない。他施設とのし烈な競争の影響もあり、客数をどのように維持するかがポイントとなっている。 |
| | 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〕（統括者） | 販売量の動き | ・長梅雨の影響もあり、消費マインドが落ちている。バーゲン品の動きも良くない。 |
| | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・今月は、株主総会等で少し接待が入っていたが、月初め、月末はなかなか客の動きがなく全体的に悪い。 |
| | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・台風8号の影響による旅行の取り止めが、大きな減収要素となった。新規の予約も昨年ほどの勢いが無い。 |
| | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・消費税増税以降、売上は減少傾向にある。 |
| 美容室（経営者） | 来客数の動き | ・安くて手軽な市販商品が多数出回っているため、ヘアカラーの来客が少なくなった。 | |
| 設計事務所（所長） | 販売量の動き | ・消費税増税前の駆け込み需要の時期は良かったが、増税後、売上が減少している。建築の案件が少ない。 | |
| 悪くなっている | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・季節的な要因かわからないが、日中の人通りが少なすぎる。 |
| | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・昨年に比べて梅雨明けが2週間近く遅れたこともあって、来客数、販売額共に非常に落ち込んだ。 |

| | | | | |
|----------------|------------------------------|------------------------|--------------|---|
| | | 一般小売店〔鮮魚〕(店員) | 来客数の動き | ・この暑さで、客に買物に来てくれというの酷な気がする。すでに商売と言えない状態である。 |
| | | 一般小売店〔生花〕(経営者) | 販売量の動き | ・7月は、母の日のように花を購入するイベントがないので、売上はかなり落ちている。 |
| 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 | ・鶏肉も卵も順調に相場は推移しており、売行きも順調である。豚流行性下痢(PED)の影響もあるが、冷食、ハムソーセージ向けの加工原料の引き合いは強い。例年にない動向を示している。また、梅雨明けで暑い日が続いた影響もあり、ビール関連商品はスーパー、居酒屋向けとも引き合いが強い。 |
| | | 家具製造業(従業員) | 受注量や販売量の動き | ・今月の売上は前年比110%である。内訳は、契約による大量生産型の特別注文家具が同比120%、一般家庭用家具が同比80%程度となっている。 |
| | | 金属製品製造業(事業統括) | 取引先の様子 | ・建築設備機器の業界では、生産が間に合わない状況が続く業者も多い。 |
| | | 電気機械器具製造業(経営者) | それ以外 | ・受注環境に変化はない。 |
| | | 電気機械器具製造業(取締役) | 取引先の様子 | ・仕事があるのに人手不足で注文に応じられないとの話をよく聞く。 |
| | | その他製造業(産業廃物処理業) | 取引先の様子 | ・新機種の製造が少しずつ増えてきている。 |
| | | 建設業(社員) | 競争相手の様子 | ・当社は民間造成工事の受注で忙しいが、同業者ではまだ受注できていない業者も多い。官公庁の発注も多くなり、3か月前よりは良くなってきた。 |
| | | 通信業(経理担当) | 受注量や販売量の動き | ・受注量が拡大し生産体制が追い追いつかない状況になっている。外注先の協力を得てなんとか需要に対応しており、それが関連各社の業績への貢献になると考えている。 |
| | | 金融業(営業) | 取引先の様子 | ・設備投資は、以前に比べて増えている。特に太陽光発電への投資がけん引している。 |
| | 変わらない | 農林水産業(営業) | 受注量や販売量の動き | ・供給量が上がらず、需要量の一部しかカバーしていない。 |
| | | 食料品製造業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・季節的に需要が落ちる時期であるが、受注・生産共に比較的好調であった。 |
| | | 繊維工業(営業担当) | それ以外 | ・運賃が1.5倍から3倍にまで上昇している。そのため、利益が全て運賃で相殺されてしまう。中小企業には、一刻も早い対応が迫られる。 |
| | | 一般機械器具製造業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・受注量が上がったりが下がりという状態が続いている。ただし、ムード的には少しずつ上昇に向かっていく。 |
| | | 一般機械器具製造業(経営者) | 受注量や販売量の動き | ・設備投資関連の事業は、多くの発注企業が予算決めの期間であるため、川下では小康状態となっている。 |
| | | 輸送業(総務) | 受注量や販売量の動き | ・消費税増税の反動は和らいでいるものの、景気そのものはあまり良くない。 |
| | | 輸送業(総務担当) | 取引先の様子 | ・荷主から預かっている荷物が動かない。全般的に荷動きが悪くなっている。 |
| | | 金融業(従業員) | 取引先の様子 | ・製造業では、消費税増税前の駆け込み需要の反動減等により一部に減産の動きがみられる。一方、所得環境の好転などからスーパーやコンビニなどでは売上が回復傾向にある。公共投資も高水準で推移している。 |
| | | 金融業(営業担当) | 取引先の様子 | ・建設業を中心に受注環境は良好であるが、ガソリンの高騰や消費税増税により物品販売は苦戦している。 |
| | | 金融業(調査担当) | 取引先の様子 | ・消費税増税の影響は限定的との話を良く聞く。思ったほど景気の下振れはない。 |
| | | 経営コンサルタント | 受注量や販売量の動き | ・セミナーを企画したが集客が悪い。 |
| | | 経営コンサルタント(社員) | 受注価格や販売価格の動き | ・高額商品が売れ始めている。 |
| | | その他サービス業〔物品リース〕(支社長) | 取引先の様子 | ・建設業の得意先は、人手不足で仕事を選別受注している先が多い。数か月前からこの状態が続いており、当面変わらない様子である。建設機械のリース引き合いも好調を維持している。設備更新などによるエネルギーコストの削減計画が増加している。 |
| | | 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 | ・市町村のアンケート調査などの発注が多い。公表された予定価格が低い場合、入札時に競争相手の多くが辞退したり、予定価格に近い額で応札している。無理して入札する状況にないようだ。 |

| | | | | |
|-----------|-----------|------------------|--------------|--|
| | やや悪くなっている | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・原材料や下請生地の値上がりに加え、売上も十分でない。商品を値上げしたいが、消費者の見方は厳しく難しい。 |
| | | 鉄鋼業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・5月以降、引き合いや新規契約が大きく減少しており、7月に入っても同じ状況が続いている。 |
| | | 経営コンサルタント（代表取締役） | 受注量や販売量の動き | ・4～5月は消費税増税の反動で悪くなるとは予想していたが、今月はそれ以上に売上が悪い。 |
| | 悪くなっている | — | — | — |
| 雇用関連 | 良くなっている | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規高卒に関わる求人数が、昨年同時期に比べて2.5倍強となっていることから、景気が上向きであると見受けられる。 |
| (九州) | やや良くなっている | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・昨年秋より雇用状況が上向いていたが、中小企業の雇用難等の報道がなされるにつれ、本格的な売り手市場となってきた。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・新規求職者数は昨年4～6月の累計と比較し、今年469件減となっている。建設、医療、介護等はもちろん、製造業、飲食業においても人出不足となっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・消費税増税の影響が懸念されていたが、新規求人数が、前年比4か月連続で増加している。特に卸売・小売業における求人数の増加が顕著である。 |
| | | 学校〔大学〕（就職支援業務） | 求人数の動き | ・中小企業からの求人がやや増えてきている。採用意欲は活発な印象がある。 |
| 変わらない | | 人材派遣会社（社員） | 周辺企業の様子 | ・婚礼司会の派遣を行っているが、例年繁忙期である10月の案件が少ない。消費税増税前の3月は、例年になく件数が増えたが、その余波がこの秋に影響している様子である。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・求人数が前年比120%と好調を維持している。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・正社員雇用が増えていない。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・消費税増税の影響による企業活動の落ち込みは7月ごろから持ち直すと予想していたが、景気回復の実感が乏しく、求人数にも波及していない。 |
| | | 民間職業紹介機関（社員） | 求人数の動き | ・求人数は変わらず横ばいである。携帯電話の販売職の需要は根強い。 |
| | | 民間職業紹介機関（支店長） | 雇用形態の様子 | ・派遣労働者の採用よりも、安価なアルバイト、パート社員の採用が増加傾向にある。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | 求人数の動き | ・前年度比の求人増加率は3か月前と比較しても変化はない。IT、建設、ホテル、小売、技術者派遣、介護福祉等の業界については、引き続き求人の引き合いが非常に強い。 |
| やや悪くなっている | | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・注文数が減ってきている。ここしばらくは注文数も順調に伸びていたが、ここにきて落ち着いてきた。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・当社調べで、求人取扱件数が前年を下回っている。昨年、過熱気味だった労働集約型の求人が一段落していることが要因である。上場を控えた業界大手を中心に競争が激化し、それに巻き込まれている。 |
| | 悪くなっている | — | — | — |

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 やや良くなる | ○ | ○ | |
| | | 商店街（代表者） | ・実需期である観光シーズンに入るので、人の動きが良くなってきて購買につながる。 | |
| | | 商店街（代表者） | ・消費税増税後の影響も少なくなるので、2～3か月後にはきっと良くなる。 | |
| | | 商店街（代表者） | ・通年通り、お盆を過ぎると売上が上昇する。季節的なものもあり、キャンペーンを打ち出す企業が増えるため、製造業の増加が見込める。 | |
| | | 百貨店（営業担当） | ・消費税増税の影響が緩和される。 | |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・大々的なリニューアルを計画しており、来店客増を見込んでいる。 | |
| | | 百貨店（企画） | ・今月が悪かった反動で良くなることを期待したい。 | |
| | | スーパー（店長） | ・このまま暑さが続けば季節商材の動きが良くなる。ただし、生鮮品の高騰が買い控えにつながるか、単価増に傾くかは読みづらいところである。 | |
| | | スーパー（店長） | ・消費税増税後、毎月確実に右肩上がりで上昇しているので下期も上昇する。 | |
| | | コンビニ（エリア担当・店長） | ・競合店ができてちょうど1年になるので、前年と比較すると大分回復する。天候もこのまま暑い日が続くと、冷たい飲み物や氷菓、アイスクリーム等が売れ続けるので、全体的に言えば前年よりも少しは回復してくる。 | |
| | | コンビニ（販売促進担当） | ・例年の夏と比べてボーナスが若干上がった状況のなかで、購買意欲も若干上向きそうだ。 | |
| | | 家電量販店（店員） | ・7月ボーナス商戦の状況を見ると、消費税増税前の買いだめの影響がなくなったと考える。8～10月に関しては若干プラスで推移する。 | |
| | | 家電量販店（総務担当） | ・地域から賞与の支給が遅いため、8月後半までは需要が期待できる。 | |
| | | 家電量販店（広報・IR担当） | ・消費税増税の影響も和らぎ、徐々に回復へと向かう。 | |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ガソリンの単価が上がり、燃費の良い車にしようという客の声をよく聞く。 | |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・9～10月の秋の増販期に入る。消費税増税の反動減もなくなり新車販売台数が上向く。 | |
| | | 住関連専門店（店長） | ・今年の夏は猛暑が続いており、明確な購買動機がないと外出を控えるようで、来客数に影響が出ている。2～3か月後は気候が良くなるので、来店客数も増えてくる。 | |
| | | その他専門店〔書籍〕（代表） | ・暑さが尋常ではないので、例年以上に外出を控える人が増える。 | |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当） | ・エルニーニョの影響も今のところなく、梅雨明けも平年並みとなり、盛夏物を中心に動き出している。昨年より梅雨明けが遅れた分、これから取り返しができる。 | |
| | | 都市型ホテル（販売担当） | ・予約の段階で8月はやや良い傾向にある。 | |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊部門では個人商品の販売が好調に推移しており、若干ではあるが単価も上昇傾向にある。 | |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・人手不足であったが採用できるような状態になり、客の増加に対応できるような体制も徐々に整えられる。売上も見込めるので明るい材料になっている。 | |
| | | 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） | ・診療報酬改定から半年が経過するため、負担増感も緩やかになる。秋口に向かい、退院等により利用者増や利用回数増が期待できる。 | |
| | | 変わらない | 商店街（代表者） | ・例年8月は年間で一番売上が非常に低迷する月である。 |
| | | | 商店街（代表者） | ・3か月先は秋物の需要を期待しているが、消費税率の問題が再燃するであろうことから、消費者の動向は非常に読みづらくなっている。町を挙げてのイベントを開催しても来客数の増加は一過性であり、地方の中心商店街は苦境が続く。 |
| | | | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | ・魚の状態が良い時期に入るので、売れることに期待を込めている。 |
| | | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・7月よりは涼しくなるので、ギフト用の生花需要は少し見込めるが安定しない。安定的な納品先、顧客を頑張って見つけたいとかなり厳しくなる。 |

| | |
|----------------------------|---|
| 百貨店（営業担当） | ・クレジット催事効果もあり、家電、特選食器が好調である。また、自家需要の快眠ショッブ、精肉・鮮魚など食品は堅調である。お中元ギフトは、猛暑等で店頭ギフトセンターが苦戦しているが、通販ギフト・ゆうパックギフト・インターネットの店外受注が伸びている。単価は維持しているものの、お届け件数の絞り込みでの受注減がある。堅調な自家需要から、秋の紳士・婦人衣料定価品への需要喚起が見込める。また、クレジット新規会員の募集も好調で波及効果が期待できる。 |
| 百貨店（店舗事業計画部） | ・秋物も冬物も短いピークに商戦が集中しており、端境期となる10月は厳しい見込みである。 |
| 百貨店（営業統括） | ・消費税増税前の購買量に戻っていない。特に、化粧品等で回復の兆しがみえてこない。 |
| 百貨店（業務担当） | ・必要なものについては決して動きが悪いわけではないが、消費購買欲が高まっているという客もいない。必要なものだけ、必要な時に買うという動きはしばらく変わらない。 |
| スーパー（経営者） | ・賞与等が思うように伸びていない。 |
| スーパー（店長） | ・雇用等の問題を含め、将来に向けての不安が払しょくされない限り、景気は好転しない。競合店の出店などにより、競争がますます厳しくなると予想される。 |
| スーパー（店長） | ・今後、販売量が増えることはない。8月はお盆の時期になるが、販売量が伸びきっていない状況なのであまり変わらない。 |
| スーパー（総務担当） | ・消費税増税後も、食料品を中心に昨年を若干上回っている状況が続いている。一方、衣料品・住居用品はかなり流動的な状況にある。 |
| スーパー（総務担当） | ・来年、さらに消費税が増税されれば、消費マインドは更に悪化すると懸念される。小売企業にとって客数確保は生命線であるが、イベントやセール等の集客コストと客数がマッチせず、収益が悪化している。 |
| スーパー（経理担当） | ・消費税増税の影響がほぼ収束し、この傾向が続く。 |
| スーパー（業務担当） | ・衣食住すべての部門において、例年と大差なく販売動向トレンドは推移しているが、原価の高騰により値上がりした商品群は、加工食品や紙類をはじめとして動きが鈍い。 |
| スーパー（統括者） | ・消費税増税の影響なのかは分からないが、業界的にあまり良くない状況にある。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・先月と今月、商店街イベントやスタンプシールのイベントを開催しているが、来店客数が少ない。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・良くもなく悪くもなく、落ち着いた。 |
| 衣料品専門店（店員） | ・売上は前年並みが続いているが、客の話題には旅行や観劇の予定などが増えてきている。 |
| 衣料品専門店（取締役） | ・10月は実需期に入る。春、夏物よりも単価の高い秋物に対して、消費税増税の影響で顧客がどのような購買行動をとるか判断つかない。 |
| 衣料品専門店（総務担当） | ・消費税増税の影響は相当強く出ている。大企業においては7月のボーナス、ベースアップ等かなり実施されているが、地方の中小企業においてはほとんど増加していない。消費税増税の悪影響のみが出ている。今後も改善される見通しはほとんどない。 |
| 衣料品専門店（チーフ） | ・2～3か月後は秋冬物の新作が入ってくる。秋冬のほうが単価が高く買い控えが増えるなか、客数も減少しつつあるため、かなり厳しい状況を迎える。 |
| 家電量販店（店員） | ・ようやく暑くなりエアコンが非常に売れており、前年の売上もクリアしている。ただ、黒物家電であるテレビやOA機器、パソコンが伸び悩んでいる。エアコンのピークが過ぎると、今以上の売上は期待できない。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・置き家具の売上は、消費税増税前の水準に戻っていない。夏場を過ぎて、秋からの需要に期待したい。 |
| その他専門店【コーヒー豆】（経営者） | ・販売量自体は若干の増加が見受けられたが、従来からの固定客が目立つ。新たな客と離れる客は同じくらいの割合なので、2～3か月先の売上は、横ばいの状態と推測する。 |
| その他専門店【ガソリンスタンド】（統括） | ・夏休みなどで当地を訪問した自動車利用のファミリー顧客、なじみの地元顧客の話から、安近短ではあるが、自動車旅行を楽しむ様子がうかがえる。また、秋の行楽シーズンの連休に旅行を計画している人もおり、今後の燃料油需要に期待したい。 |
| その他小売の動向を把握できる者【土産卸売】（従業員） | ・お中元購入の件数は昨年と変わらないが、単価が下がってきている。 |

| | | |
|------------------------------------|--|--|
| 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] (統括者) | ・電気料金やガソリン、食品関連の値上げなどで、衣料品の消費が落ちている。ただし、外国人観光客の集客が望める施設では来場者増、売上増であり、インバウンド効果が出ている。 | |
| 高級レストラン (専務) | ・自然災害や暑さの影響で人が出歩かず、客数が減っている。 | |
| 高級レストラン (支配人) | ・数か月先の予約数をみる限り、変わらない様子である。 | |
| 居酒屋 (経営者) | ・長期間景気低迷が続いているので、簡単には回復しない。 | |
| 観光ホテル (総務) | ・3か月の収入予測より変わらない。 | |
| 都市型ホテル (副支配人) | ・今月同様、11月ごろまではイベント、学会等の動きが活発で、週末は宿泊が一切取れない状況である。 | |
| 旅行代理店 (従業員) | ・夏休みの国内旅行は近場の宿泊やU S J人気の関西などが好調で、前年をやや上回っている。海外はハワイの減便が大きく影響し、前年を下回っている。 | |
| タクシー運転手 | ・景気上昇と下降それぞれの要因があるため、当面は変化が少ない。 | |
| タクシー運転手 | ・今年は自家用車、レンタカーの利用が特に多い。 | |
| タクシー運転手 | ・会社関係の予約状況は大変良いが、一般客の稼働がどうか分からない。 | |
| 通信会社 (営業担当) | ・行政が広域W i - F i の整備などを通じて観光客誘致を進めているが、それ以外の部分でマイナス要素が多い。 | |
| 通信会社 (総務局) | ・当社の販売形式は直販ではなく代理店制を取っており、夏休み・お盆等により動きが鈍くなるため良くなることは考えにくい。 | |
| 美容室 (経営者) | ・秋口のおしゃれシーズンになるので、顧客の気持ちが少し変わって商品が動く。消費税増税後、客の購買意欲は上がっていない。次の消費税増税が控えているため、さらに購買意欲が低下する。 | |
| 住宅販売会社 (従業員) | ・不動産業の宅地分譲と注文住宅請負は、客の出足があまり良くない。次の消費税増税を控えているが住宅取得の緩和策が出るため、駆け込み需要はない。高額商品の買い控えが出ているようだ。 | |
| 住宅販売会社 (従業員) | ・4～6月の月平均契約棟数と7月が同数のため、この傾向が秋口まで続く。 | |
| 住宅販売会社 (代表) | ・次の消費税増税が消費者の頭にあるので、住宅の新築、リフォーム等はこれから1年間、駆け込み需要で受注が増える。 | |
| やや悪くなる | 商店街 (代表者) | ・消費税増税が購買欲に影を落としている。都心部や現役世代の消費は若干持ち直していると報道されているが、年金生活者については所得が減る一方で、物価の値上がりで購買力が落ちるのは当然の成り行きである。 |
| | 一般小売店 [青果] (店長) | ・例年、暑くなると地元の野菜が少なくなるため、県外の商品を中心に販売していくことになる。物量も少ないということで、ここ3か月位はかなり厳しい状況が続く。 |
| | 一般小売店 [精肉] (店員) | ・得意先が閉店するので、やや悪くなる。 |
| | 一般小売店 [茶] (販売・事務) | ・客は消費税増税にも慣れてきているようだが、高価な商品はしっかり検討してからでないと購入しない。 |
| | 百貨店 (売場担当) | ・付近に新たな商業施設が9月中旬にオープンする。当百貨店と競争するような品ぞろえをしてくるので、売上は前年をキープするか、もしくは前年割れが続く可能性がある。他の店舗では、近くにスーパーより少し大きい商業施設ができ、食品関係は若干影響を受けている。9月以降についても単価はそこまで落ちないが、購買客数及び入店客数の減少が懸念される。 |
| | スーパー (店長) | ・衣料品はかなり苦戦しており、この状況が8月も続く。食料品は、野菜の相場が安いために青果の売上が厳しい。ギフトは昨年よりかなり売上が落ちており、前年比80%位で推移している。消費税増税後、耐久商材の動きはかなり良くなっており、住まい関連用品は前年比110%位で推移している。 |
| | コンビニ (店長) | ・今年の夏は例年に比べて気温が低くなりそうなので、売上が下がると予測する。 |
| | 一般レストラン (経営者) | ・若干ではあるが客数や客単価が下降気味であるため、決して良くなっていない。 |
| | 観光型ホテル (スタッフ) | ・売上のベースとなる披露宴の問い合わせが、少し減少している。 |
| | タクシー運転手 | ・平日夜の歓楽街は、サラリーマンが少なくなっている。客が少なくなっているため、消費税増税が影響し落ち込みが顕著になっている。 |
| | 通信会社 (企画担当) | ・市場が飽和気味で顧客獲得競争が激しく、企業間競争における打開策が見いだせていない。 |

| | | | | | |
|----------------------------|---|------------------|--|-------------|--|
| | | 競馬場（職員） | ・前年比でみると来客数が芳しくない状況が続いている。 | | |
| | | 美容室（経営者） | ・客からあまり良い話を聞かない。 | | |
| | | 理容室（経営者） | ・気温の上昇による来店間隔の短縮で来客数が増え、少し良くなっている。10～11月になると少し落ちつき、お正月前にならないと来客数は増えない。 | | |
| | | 音楽教室（管理担当） | ・受験期にはいるので、やめる生徒が出てくる。 | | |
| | | 設計事務所（所長） | ・売上が伸びない。消費税が更に上がることで皆ちゅうちよし、建て控えているようだ。このままでは売上が落ちて、景気はやや悪くなる。 | | |
| | | 設計事務所（所長） | ・手持ち資料が先月に比べて減っている。2～3か月後に今の結果が出るので、やや悪くなると判断する。 | | |
| | | 設計事務所（代表） | ・原材料費、施工費が上がっている。 | | |
| | 悪くなる | 高級レストラン（経営者） | ・8～10月の暑い時期、まだまだ客は動かない。当店のような企業相手の割烹料亭は、暑い時期に動きがない。フグが出だす9～10月の少し涼しくなった頃に一般客が動くようになる。2～3か月先はまだ悪いと判断する。 | | |
| 企業 動向 関連 (九州) | 良くなる やや良くなる | — | — | | |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・現時点では受注が比較的好調である。季節的に繁忙期に入っていくため、やや良くなる。 | | |
| | | 家具製造業（従業員） | ・東京オリンピックを控え、ホテルや飲食店の出店や着工が増えている。インフラ整備も進み、新しく建設される駅周辺の再開発などの物件情報が多く入っている。このまま伸びていくのは間違いない。 | | |
| | | 鉄鋼業（経営者） | ・4月に受注した物件の納期は7月ごろまでのものが大半である。秋口以降に着工となる建築物の交渉は、夏場から始まる見込みである。そのため、徐々に引き合いが出てきている。 | | |
| | | 金属製品製造業（事業統括） | ・人手不足にて工程遅延が多発しているものの、案件数は増加傾向にある。 | | |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・夏が過ぎて秋口になると景気の状態は若干上向きになる。 | | |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・引き合いや見積等の連絡が徐々に増えてきており、今後仕事量が増える。 | | |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・他力本願では中小企業にとっては対応できない時代がきているので、自力でなんとか乗り切っていく気構えを全社で作りつつあるところである。 | | |
| | | 電気機械器具製造業（取締役） | ・仕事量が増加し、社内で人員採用の希望が出てきている。 | | |
| | | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | ・生産量が増加する。 | | |
| | | その他製造業（産業廃物処理業） | ・相場の不安定さはあるが、取引先の増産体制は変わらず安定しているので期待が持てる。 | | |
| | | 通信業（経理担当） | ・消費税増税による影響が沈静化し、株価も動き出した。 | | |
| | | 金融業（従業員） | ・海外経済の先行きにやや懸念を抱く先もあるが、中国など海外からの観光客は増加してきている。また、夏季賞与が増加するなど、所得環境が好転してきており、自動車の販売も回復傾向を示している。 | | |
| | | 経営コンサルタント（社員） | ・商品の流通が活発になってきている。 | | |
| | | 変わらない | | 農林水産業（経営者） | ・円安傾向で輸入物もあまり入ってこなくなっているのに加え、国内生産はあまり増えそうにはない。若干の上下はあるかもしれないが、秋口から年末までは今の状況が続く。特に秋口は冷食メーカーにとっては年末の需要に合わせた生産期であるので、より一層引き合いが出てくる。 |
| | | | | 農林水産業（営業） | ・供給量が増えず、需要の一部をカバーできていない。 |
| | | | | 食料品製造業（経営者） | ・先月やや持ち直したかにみえたが、今月は昨年と比較して業績がやや振るわなかった。景気が好転する材料に欠けており、地方の景気回復の兆しは一部を除いて不透明である。当分現状維持で推移する。 |
| 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ない。 | | | | |
| 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・秋口の新商品も徐々に決まっているが、ガス、電気、石油製品等の原材料の値上げで、内部的な収益をプラスにすることが難しい。 | | | | |
| 精密機械器具製造業（従業員） | ・これまでは夏場に向けて、エアコン等の半導体部品の受注が増産となっていたが、今後の計画が見直されている。 | | | | |
| 建設業（社員） | ・官公庁の発注が第2四半期、第3四半期に集中するが、前年度の忙しさに比べると明らかに工事量は少なくなっている。業者として早期の発注を期待する。 | | | | |
| 輸送業（総務） | ・毎年お盆前の駆け込み需要はあるが、年々減ってきている。 | | | | |

| | | | |
|--------|------------------------|---|---|
| | 通信業（職員） | ・顧客の省エネ意識は高くなっているが、初期投資と回収年数を考慮して断念するケースが多く、なかなか受注に至らない。 | |
| | 金融業（営業） | ・現在の比較的高い水準での設備投資意欲は、当面続くと考える。現在より良くなるが、景気はまずまず良くなると考える。 | |
| | 金融業（営業担当） | ・建設業における人件費上昇や物販の不振が、中小企業経営者の不安材料となっている。今後も景気は変わらないものと考えられる。 | |
| | 金融業（調査担当） | ・景気回復の足取りは続いている。設備投資の需資が拡大すれば、景気判断を上方修正したい。 | |
| | 不動産業（従業員） | ・賃貸物件の入居状況が横ばいに推移しており、今後も継続する。 | |
| | 広告代理店（従業員） | ・消費税増税以後、新聞折込チラシの累計受注枚数は、前年比95%と5ポイント下がったままである。7月の受注額・枚数も前年同月比95%で、そろそろ回復してもよい時期であるが変わらない。 | |
| | 広告代理店（従業員） | ・今期に入って広告数はずっと前年割れ状態である。 | |
| | 経営コンサルタント | ・新しい事業に取り組むよりも、現状維持、改善、コスト削減に力を注ぐ企業が多い。 | |
| | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・落ち込みの要因が明確にできないので、解決の方法を見つけるのが難しい。案件の落ち込みは前年比2～3%程度であるが、収益、利益に影響があるので、8月がこの調子だと非常に苦しい。 | |
| | その他サービス業【物品リース】（支社長） | ・取引先の様子から、受注活動は比較的好調に推移している。身の回りでは、消費税増税前に家や車を買換えた人が多く、大きな買物はないかもしれないが、飲食する機会は増加しており、少し消費が向上している。 | |
| やや悪くなる | 食料品製造業（経営者） | ・お中元商戦は序盤ではあるが消費税増税等が影響し、動きが悪い。 | |
| | 繊維工業（営業担当） | ・受注量は特に変わらないが、運賃の上昇への処置・対策ができない場合は悪くなる。弊社では、取引先も巻き込んで対応できそうだが、同業者は大変困っている。 | |
| | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・取引先の8月の稼働日からすると、余裕を持たせるために翌月へ回される可能性が高い。 | |
| | 建設業（従業員） | ・見積案件が少ない。職人不足で受注したとしても、工期に間に合わせる事が難しくなっている。そのため、受注に結びつくことが厳しくなっている。 | |
| | 輸送業（総務担当） | ・円安が続いており、円高になるまではあまり良くならない。 | |
| 悪くなる | その他サービス業【設計事務所】（代表取締役） | ・現在、高齢者、障がい者、児童などの福祉に関する調査の指定年度が同じため、調査の発注量が多くなっているが、次年度、これらの調査はないため、極端に仕事が減ると予想される。 | |
| 雇用関連 | 良くなる | ○ ○ | |
| (九州) | やや良くなる | 人材派遣会社（社員） | ・雇用が売手市場になっても、人材を見極める企業は、単に職を探している人は雇用しない。売り手市場に踊らされて、中小企業が人員の確保に走っているが、中身の無い雇用になってしまう。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・消費税増税後、企業に特段の影響は見受けられない。人手不足の業種では、雇用を促進するために、賃金等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（職業相談） | ・求人数は引き続き増加傾向にあり、求職者数も引き続き減少している。また、新規高卒求人も昨年度より出足が良い。 |
| 変わらない | | 人材派遣会社（社員） | ・応募者数、注文数ともに少なくなり、いつ回復するか分からない。10月ごろになれば、お歳暮対応の注文が出てくるが、現段階では客も何とも言えない様子である。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・アルバイト・パートの賃金も徐々に上がり、地元企業の採用は一段と厳しくなっている。労務倒産も考えられる。 |
| | | 新聞社【求人広告】（担当者） | ・車、電機などの大手製造業の求人が増えておらず、新聞での求人も増える兆しはまだみえてこない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求職者数が減少し、新規求人が増加する傾向はまだ続くとみられる。月間有効求人倍率は当分0.8～0.9倍台を推移していく。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・消費の堅調傾向は維持されるが、製造業において、原材料の高騰、燃料費の高騰等の懸念材料が聞かれる。 |
| | | 民間職業紹介機関（社員） | ・夏場は依頼が減少する時期であり、現在、イベント特需も大きな案件は入ってきていない。官公庁の就職支援事業の案件に期待している。 |
| | | 民間職業紹介機関（支店長） | ・景気回復に人材需要が連動していない状況が続いている。第1四半期の実績は、前年同期比1～2%程度の増加にとどまっている。 |

| | | |
|--------|----------------|--|
| | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・求人に関しては、更に良くなる要素が見当たらない。 |
| | 学校〔大学〕（就職支援業務） | ・現在企業は、採用活動を終了すべく活動を活発化しているため、10月ごろはある程度落ち着いた状況となっていると予想される。 |
| やや悪くなる | — | — |
| 悪くなる | — | — |