

# < 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	商店街（代表者）	来客数の動き	・消費増税の影響により、4月よりは少し良くなっているが、まだかなり低い水準にある状況で、販売量、単価共に下がっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・長雨の影響はあったが、旅行関連商品の需要があり、来客数が伸びた。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・消費増税の影響がやや和らいだ。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・今月は天候不順で青果物は動きが悪いが、身の回り品については食品を中心に少し回復している。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・8月の売上は前年比で、量販店が4%増、地域型店舗が2%増、コンビニエンスストアが7%減であった。台風前の販売量が量販店でかなり伸びたことで、コンビニエンスストアの減少分をカバーできた。
		その他専門店 〔コーヒー豆〕 （経営者）	販売量の動き	・8月の来店客数は前年比で横ばい状態である。お盆の時期もあり、進物用のコーヒーギフト等がよく出た。販売量が若干増えたようだ。
		観光型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・昨年は7～8月にかけてインターハイ等の大型イベントがあったため、宿泊・レストラン等の売上が過去最高だったが、今年は前年を下回っている。
		通信会社（企画担当）	競争相手の様子	・同業種全体で人材不足になっている。
		通信会社（業務担当）	来客数の動き	・6月から、料金プラン見直し目的での来店客数増が維持されている。それに伴い接客機会も増えたため、販売数も前年同月や前年より増加している。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・食料品店や小売店では客の慎重な様子がうかがえる。悪天候も少し影響があった。
		一般小売店〔鮮魚〕 （店員）	来客数の動き	・とにかく来客が少ない。朝晩少し涼しくなったのでいくらかは良くなる。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・消費増税の影響が薄れることを期待したが、冷夏、長雨の影響で夏物バーゲンの動きも鈍く、水着、浴衣、サングラス等の季節商材も最悪の状況である。初秋物の動きはあるが、全体をけん引するものではない。
		百貨店（業務担当）	販売量の動き	・8月に入っても夏らしい猛暑日の記憶がほとんどない。衣料品を中心に夏物の最終処分も勢いが無い。
		百貨店（営業統括）	来客数の動き	・8月に入り、天候不順が続いて客足が悪い。お盆期間の帰省客の来店が減少している。
		百貨店（店舗事業計画部）	お客様の様子	・夏休み中の不安定な天候の影響を最小限に抑えようと集客策を強化した。その結果、行楽目的の来店が増え来客数は健闘したが、季節商材の動きは今一つに終わった。昨年は猛暑でUV商材が好調だった分、今年は苦戦している。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・高額商品が売れなくなった。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・前半に雨が多く、本来売れる盛夏商材の乾麺や飲料、アイスクリーム等の売上は極めて厳しい。しかし、生鮮食料品の肉、魚、野菜等が好調に推移し、全体の売上は前年を超えている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・販売量が減っており、販売単価も伸びていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客数が前年比97.6%で推移している。客単価は上がっているが、買上点数が0.3%ぐらい下がっている。販売の工夫がまだ足りない状況である。
	スーパー（総務担当）	それ以外	・食品は前年を上回って推移しているが、衣料品・住居用品は長雨の影響もあり夏物の動きが悪く、売上に影響している。	
	スーパー（業務担当）	単価の動き	・数週間も雨の日が続いたため、地場産の野菜相場が高騰し始めており、品質も若干低下してきたため、生鮮関連商品の売上が悪化している。また消費増税の影響も歯止めがかからず、高単価の家電製品等が伸びない。	
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・夏休みで客数、販売量共に多いが、ボーナス時期の6月とはあまり変わっていない。	
	衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・スタンプシールの売出し、金曜日ごとにイベントをしても客が増えない。	

衣料品専門店 (店員)	お客様の様子	・雨が多かったので来店数は少なかったが、気温が低かったので秋物の先取り商品が売れた。
衣料品専門店 (チーフ)	お客様の様子	・夏物のバーゲンセールから秋物の立ち上がりまでの期間が短くなったため、マインドの高い客に関しては、秋物の新作要望がかなり高まっている。
家電量販店(店員)	販売量の動き	・消費税増税後若干落ち込んだが、6～7月とその反動も薄らいできた。しかし、8月はあまり調子が良くなかった。台風の影響もあるが、消費税増税の反動減については、9～10月をみないと景気判断がつかない。
家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・天候不順のため、夏物主力商品のエアコン、冷蔵庫等の動きが鈍く、他の商品にも悪影響が出ている。
家電量販店(広報・IR担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響や天候不順もあり、季節商材が振るわず好転の兆しが無い。
乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・8月は稼働日数が少なく、車両販売台数が多く見込めない。前年並みの販売台数は確保できるが、単月利益は赤字になるかもしれない。景気回復は実感できない。
住関連専門店(経営者)	来客数の動き	・8月に入り、来客数は消費税増税前の水準に戻ってきた。しかし、新規の企画はまだ軌道に乗っていない。消費者の財布のひもは相変わらず固い。
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、高止まりの状況からはやや下がりがつつある。小売価格が高止まりしているときは、定量・定額購入による給油が多少増加したようだ。顧客の様子をうかがうと、生活必需品である燃料油の購入については、夏休みファミリー旅行等に自家用車を使用し、旅行予算から燃料油分が超過した場合は他の経費を抑え、旅行総額は変えない様子がうかがえる。
その他小売 [ショッピングセンター](広報担当)	販売量の動き	・梅雨明け後の衣料品が盛夏物を中心に好調である。住関連も寝具を中心に梅雨明け後好調である。昨年よりも気温が低く猛暑日も少ないため、アイスや飲料が不振となっている。
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	・来場客数、売上共に前年並みである。
高級レストラン(支配人)	来客数の動き	・特にディナータイムの来店が少ない。
スナック(経営者)	来客数の動き	・客数は、前年同月比でほぼ横ばいである。
都市型ホテル(副支配人)	単価の動き	・個人客の増加が堅調で、しかも単価の高い客が来ている。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・長雨の影響もあり、九州内の海関連施設や商品、日帰りのバスツアーなどは前年を下回っている。
タクシー運転手	お客様の様子	・ホテルの宿泊が多くても自家用車やレンタカー利用なので、タクシー利用は少ない。夜のピヤガーデンも雨でバツとしない。
タクシー運転手	来客数の動き	・2～3か月前に比べると横ばいの状況は変わらないが、夜の動きが非常に悪い。昨年に比べても売上が下がっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は全体的に売上が良かった。特に日中の客の動きが良く、県外からの観光客の利用も多かった。
タクシー運転手	お客様の様子	・8月にしては天候不順で雨が多く、例年のような人の流れではなかったが、前年の売上を若干上回ることができた。
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・お中元商戦の特需時期だが、期待した販売量に届かなかった。前年同月比も下回った。
通信会社(営業担当)	単価の動き	・食品の価格が通常の倍になっている。
ゴルフ場(従業員)	単価の動き	・今月は雨等で生鮮食料品が値上がりし、家計に響いている。しかし、ゴルフ場の入場者数は徐々に伸びつつあり、例年並みの活気はあるようだ。
美容室(経営者)	販売量の動き	・夏の需要シーズンにもかかわらず、天候不順等もあって景気回復が遅れている。
美容室(店長)	来客数の動き	・3か月前と比べて客数も変わらず、景気が良くなったとは言えない。

	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)	単価の動き	・顧客数は消費税増税以降、若干戻りつつあるが、売上についてはサービス利用回数減により、前年より減少傾向にある。
	設計事務所(代表表)	来客数の動き	・資料請求数など変わらない。
	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・宅建業の住宅分譲は、チラシ等で客の来場は見られる。しかし、問い合わせがあっても成約まで時間がかかるうえに、値引き交渉が非常に厳しく、売れたとしても利益率は低い状況が続いている。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・突然の豪雨や晴れ間がない日中など、異常気象に頭を悩ませている。顧客の購買欲の有無の前に来店がなく、天候に打撃を受けている。
	一般小売店〔茶〕(販売・事務)	お客様の様子	・夏は、暑さで来店数は少なくなるが、さらに大雨が続く売上は減少している。雨が降れば大型ショッピングセンターに客が流れ、人通りがない。来客数・販売量共に大幅減である。天候の影響が強すぎるので、消費税増税の影響があるかどうかかわからない。
	百貨店(営業担当)	単価の動き	・夏休み子供催事や食品催事と文化催事で来店客数は増えた。しかし、レジ客数と買上単価が低下し売上も横ばいとなっている。紳士服・雑貨とリビング用品は好調な反面、婦人服・雑貨は苦戦した。お中元贈答は減少したが、ギフトセンター終了した後も、帰省客による持ち帰りでの通常の売場が混雑した。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・百貨店を取り巻く雰囲気は良くない。景気の状況は足踏み、もしくは悪くなっている。
	百貨店(経営企画担当)	単価の動き	・入店客数は消費税増税後伸びているが、駆け込み需要の反動による買い控えから客単価は落ち込み、増税後厳しい状況が続いている。
	百貨店(売場担当)	競争相手の様子	・関連店舗の売上は前年同月比94~103%であった。天候不良のため特別対策の売出しを増やした店舗もある。衣料品関係が悪いのが全店共通している。
	百貨店(企画)	販売量の動き	・今月より婦人服売上が回復傾向にあるが、ファッション関連の売上が依然低迷している。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・消費税増税後の回復が遅い。特に価格によって販売量が変化する加工食品や日配品の動きが悪い。
	スーパー(経理担当)	販売量の動き	・消費税増税の影響は6月ごろ収まったと思われたが、長雨、冷夏の影響で販売額が伸びない。今後は、天候不順による青果物等の高騰が懸念される。
	スーパー(統括者)	競争相手の様子	・当社の既存店の売上高は厳しく、競合他社も同様の状況である。消費税増税以降の業績は伸びない。
	コンビニ(エリア担当)	単価の動き	・天候が悪く、夏物商品の売行きが鈍化し、前年を大きく下回っている。客単価も10円ほど低く、買上点数も大きく不足している。無駄な買物をしない客が多く、厳しい状況が続いている。
	コンビニ(店長)	販売量の動き	・雨が続き夏とは呼べないような天気、通常、夏の売上が一番高いが、前年比1割減で販売量が推移している。
	衣料品専門店(総務担当)	競争相手の様子	・20日締めの上場企業の売上前年比、及び現在進行中の当社の売上推移等をみると非常に悪い。消費税増税による買い控えに天候不順が重なり、最近では例をみない程悪い状況が続いている。
	乗用車販売店(従業員)	単価の動き	・軽自動車の受注が多く、利益が出ない。
	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	・8月上旬に、週末に台風が接近した影響で、飛行機の運航中止や天候悪化により客足が伸びず、売上が1割5分ほど減少した。
	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・建設業、不動産関係者の利用により、例年よりも忙しく、良かった。
高級レストラン(専務)	来客数の動き	・例年、飲食店は夏場が振るわないのに加え災害が多かった。	
一般レストラン(経営者)	単価の動き	・今まで高価なコースを注文していた客が、1~2ランク下のコースを注文するようになった。また、割引コースや格安フェアの注文がかなり多くなってきている。客の志向が変わってきているようだ。	
都市型ホテル(販売担当)	販売量の動き	・前年より宿泊婚礼は増加しているが、宴会件数は減少している。会社全体的としては前年比プラスであるが悪くなっている。	

		旅行代理店（企画）	販売量の動き	・前年同期比に比べ取扱額が下回っている。また、個人消費においては海外旅行の申込が伸び悩んでいる。
		設計事務所（所長）	販売量の動き	・民間住宅の設計がかなり落ち込んでおり、なかなか回復しない。
		住宅販売会社（代表）	来客数の動き	・4月以降、住宅の完成見学会の来客数が減っており、3分の1～4分の1となってきた。それに伴い受注の数もかなり厳しい。同業他社の動きを確認しても同じような意見だ。消費税増税後の動きが少し鈍くなってきた。
悪くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・天候不順により非常に客足が落ち込んだ。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・客は1円でも安い方を購入するようになっている。当店は新品を扱っているが、他の古着屋は非常に客が増えている。経済状態は決して良くなっていない。特に年金生活者の生活は非常に厳しい方向に向かっている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・周辺の同業者が安売りをしているにもかかわらず、当店は通常通りの営業をしている。当店の製作部門は安定しているため、何とか経営が成り立っている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・最近、商店街付近に24時間営業のコンビニエンスストアが増加し、商店街に来る客が少なくなった。
		一般小売店〔青果〕（店長）	それ以外	・梅雨前線、台風の影響による高温多湿、長雨で、全国的に野菜不足となっている。宮崎では信州産レタスが600円を超えた。熊本産キョウリも1本100～150円となっている。ただでさえ販売量が減るこの時期に、単価が高いのでかなり厳しい状況である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・8月は通常のお祝いギフトは控えられ、お供えの花が売れる。しかし、今年は台風がきたり、雨が降ったりしてお墓参りが減ったため売上は良くなかった。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・昨年の7～8月の記録では、35度以上の日が41日あったが、今年は全く夏らしい日がない。そのため飲料が売れず、前年比7割と非常に低迷している。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・客足が鈍く、接客よりも待機の時間が長い。客は買物をする気持ちにならないようだ。
企業動向関連 (九州)	良くなっている	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度後半に予定していた自治体向け案件のうち、複数件が前半に前倒しになった。
	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	・鶏肉相場の高騰による品不足の傾向が強い。特に冷食、ハム・ソーセージメーカーの原料不足が著しく、取引先からの注文に対応できない状況である。スーパー、居酒屋等からの注文も多い。夏のお中元ギフトの注文数も昨年に比べると、若干であるが上回っている状況である。
		家具製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・8月の月別売上指数は、前年と同程度の指数であったが、1件当たりの受注額が増えた。低価格商品より、やや高額に価格設定しているミドルクラスの家具が多く売れたため、売上は前年比で110%だった。ローコストな中国製の家具よりも、国産品かヨーロッパ家具などの売上が伸びている。
		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が足りない、断るしかないなどの声を聞くことがある。
		その他製造業（産業廃物処理業）	受注量や販売量の動き	・取引先の新機種生産量が増加傾向にあるため、受注が徐々に増えている。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・設備投資への融資が堅調に推移している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・弊社への発注件数・金額共に上向きつつある。
	変わらない		農林水産業（営業）	取引先の様子
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・端境期であるが、比較的受注数も多かった。
		繊維工業（営業担当）	それ以外	・ここ2～3か月間は変化がない。しかし、運送代の値上がり激しい。運送会社と交渉中であるが、通常ではありえない値上げが提示されている。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・工場の稼働状況は3か月前と特に変わらない。

	金属製品製造業 (事業統括)	受注量や販売量 の動き	・引き合いや受注は前年比で増加しているものの、深刻な人手不足により受注先の工事が進まない。建築設備機器を生産している当社では、計画通りに売上が立たない。受注残ばかりが増加傾向にある。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・全体の注分量は前月と変わらないが、半導体分野の注分量が少ない。
	電気機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・顧客から案件の話はあるが、話し通りに契約ができないことに悩んでいる。9月になったら少し落ち着くのではないかと楽観もあるが、現在、生産が増えていないのが実態である。
	通信業(経理担当)	受注量や販売量 の動き	・IT関連の受注量が増えてきている。好況に支えられて、全般に設備投資が積極的に展開されているようだ。
	金融業(従業員)	取引先の様子	・製造業では、一時的に消費税増税前の駆け込み需要の反動減がみられたが、生産は概ね横ばいで推移している。一方、個人消費は夏場の天候不順などのマイナス要因はあるものの、所得環境の好転により、やや持ち直している。
	金融業(営業担当)	取引先の様子	・売上は増加傾向にあるものの、建設業、運送業、システム開発を始め、中小・零細企業は全業種的に人手不足が顕著である。そのため、売上は上がってもコスト高である。
	金融業(営業)	取引先の様子	・景気は高水準を維持している。特に設備投資については、アベノミクス効果もあって高水準となっている。製造業も小売業も積極的な投資がみられる。
	広告代理店(従業員)	受注量や販売量 の動き	・売上は、4月から前年割れの状態が続いている。
	経営コンサルタント	受注量や販売量 の動き	・営業の反応が悪く、成果に結びついていない。新規契約はなかなか困難である。
	経営コンサルタント(社員)	取引先の様子	・売れているメーカーと売れていないメーカーの差が開いている。
	その他サービス [物販] (支社長)	取引先の様子	・現況は落ち着いている感がある。資金ニーズも数か月前と比較し同レベルである。不良債権もなく、取引先の環境は比較的好調である。
やや悪く なっている	窯業・土石製品 製造業(経営者)	競争相手の様子	・消費税増税直後はそうでもなかったが、8月は台風と異常気象のために、特に定番商品の動きが悪かった。メーカー各社でも忙しいところと暇なところが出ており、総じて商品の荷動きが悪い。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・ユーザーの動きがはっきりしない。なかなか受注量が上がらないので、原因をいろいろ模索する必要がある。
	建設業(社員)	受注量や販売量 の動き	・前年度同期の発注と比べて、明らかに少なくなっている。積算量の少なさに驚いている。下半期の発注に期待をしたい。
	輸送業(総務)	受注量や販売量 の動き	・消費税増税後の荷動きが悪い。
	輸送業(総務担当)	競争相手の様子	・客から預かっている貨物の荷動きが非常に悪くなっている。
	金融業(得意先 担当)	取引先の様子	・当地は建設業関連業者が多い地域で、前期からの繰り越し工事もあり、各社とも資金繰りは落ち着いている。ただし、昨年度、災害復旧関連工事が多く発注された反動減で、今年度の発注件数は大幅に減少している。そのため、景況感については一つ後退している。
	経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・8月の景気は、悪いと言われた7月より更に悪化した。天候不順が大きな原因であるが、消費税増税の影響が大きかった7月よりも8月が落ち込んだことは心配である。
悪く なっている	-	-	-
雇用 関連	良く なっている	-	-
(九州)	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・大手保険会社の地方への本社機能移転より、直接雇用である契約社員の求人が増えている。
	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・求人数が増えてきている。新規オープンの小売店が多くあり、活気が出てきている。さらに、派遣だけでなく直接雇用を前提とした紹介予定派遣が増えてきた。また、登録スタッフに仕事の案内をしても、現在別の面接を受けていると答える方が多い。派遣スタッフ登録の予約を入れたが、仕事が決まり登録をキャンセルする方も多い。

	人材派遣会社 (営業)	雇用形態の様子	・派遣から直接雇用を前提とした紹介予定派遣や、直接雇用での人材紹介の案件が確実に増加している。ただし、派遣法改正を見越しての動きの部分もある。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・5～7月の新規求職者数は、昨年比で594件の減となっている。建設、医療、介護等をはじめ、製造、飲食、各種産業において人手不足となっている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は、前年同月比で5か月連続増加している。
	職業安定所(職員)	それ以外	・4月以降の有効求人倍率は、各月すべてで前年同期比プラスとなっている。新規求人倍率は4月以降上昇傾向にある。
	民間職業紹介機関(社員)	求人数の動き	・求人はばらつきがあるが、平均すると若干増加している程度である。
	学校[大学] (就職支援業務)	採用者数の動き	・学生の内定者、決定者の割合がここ数か月、昨年より好調で、先月も前年比5ポイント程度上昇している。
変わらない	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数の動きとしては堅調に推移しており、変わらない。
	新聞社[求人広告] (担当者)	求人数の動き	・8月は雨量が多く、小売、サービスを始め多くの業種で影響が出ており、求人数も伸びがない。
	新聞社[求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・有効求人倍率は増加傾向にあると言われているが、求人広告全体としては横ばいとなっている。
	新聞社[求人広告] (担当者)	求人数の動き	・有効求人倍率が劇的には改善していない。
	民間職業紹介機関 (支店長)	求人数の動き	・製造業、小売業、介護関連等の求人は非常に多いが、労働者派遣の主力サービスである専門業務の求人はほとんど増加していない。
	学校[専門学校] (就職担当)	求人数の動き	・本校の求人数は前年比115%前後という状況が続いており、状況に大きな変化がない。また、内定状況も昨年同時期比プラス10%弱で推移している。
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	・取引先のビルメンテナンス会社の話では、新規案件を取りたくても人員の確保ができないので入札を控えるとのことだ。また、最低賃金も大幅にアップするので経営戦略の見直しを余儀なくされている。
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	－	－
	やや良くなる	商店街（代表者）	・地域の祭りがあるので食品や衣料品関係は良くなる。
		商店街（代表者）	・想像を超えた悪い状況は続いているが、消費税増税の影響も徐々に少なくなっていく。
		商店街（代表者）	・7～8月の来客数の伸びと合わせて、客単価が3か月前より上昇しているのでやや良くなる。
		商店街（代表者）	・これから企業がキャンペーンを打ち出し始めるため売上が見込める。
		商店街（代表者）	・秋の早まりも感じられ天候の回復とともに来客数、売上共に持ち直すと期待している。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・現在、売上が悪いのは景気ではなく天候の影響である。客が財布のひもを緩めるようなプラス要因がないので、あまり期待できない。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・涼しい天候が続けば鍋物需要が早まる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・新規の固定客、納品先を開拓しないと厳しいが、涼しくなるとギフト需要が増えるはずなので2～3か月先は良くなる。
		百貨店（営業担当）	・年末に向けて消費全体が増えていくなか、消費マインドにおける消費税増税の影響も弱まっている。
		百貨店（営業担当）	・現在のほぼ横ばいとなる。
		百貨店（販売促進担当）	・グランドリニューアルオープンのため、多くの顧客来店、新規客の来店が期待できる。
		百貨店（経営企画担当）	・シーズンが変わり秋口から商品の切替えが始まるので、消費税増税前の駆け込み需要の反動減は収まると予想している。
		百貨店（企画）	・リモデルにより売上が上がる事が想定される。
		スーパー（店長）	・3か月連続で、売上は前年比で増加している。消費税増税の影響が薄れてきているので、今後3か月も回復していく。
		コンビニ（販売促進担当）	・毎月の販売量の推移をみると、食パンと菓子パン共に伸びが続いている。今後、横ばいかやや増加傾向で販売量が推移するとみている。
		家電量販店（広報・IR担当）	・主要商品の平均単価は上昇傾向にあり、高付加価値の商品が売れている。歳末商戦に向け徐々に良くなる。
		家電量販店（従業員）	・気温が下がることで暖房器具が売れる。
		乗用車販売店（総務担当）	・9～10月の秋の増販期に入る。消費税増税の影響もなくなり車両販売台数が上向く。
		観光型ホテル（スタッフ）	・秋に向けて、国体など大型イベントがあるため動きが活発になる。
		旅行代理店（従業員）	・10月以降の海外旅行は、燃油サーチャージの下落、夏休みの不振の反動の影響が非常に好調である。
		通信会社（業務担当）	・9月は新商品発売により来店客数増が見込まれ、8月に続き販売台数は昨年を上回る。
		ゴルフ場（従業員）	・入場者数については、9～11月まで予約が確実に入っている。ショップでは提案された様々な商品を導入しており、それが売れている。景気が少しずつ上向いているのを実感できる。
		美容室（店長）	・2～3か月先は、旅行や結婚式等で客が動くためやや良くなる。
		設計事務所（代表）	・消費税増税の影響がある。
	変わらない	商店街（代表者）	・購買量は秋から正月に近づくにつれ増えるが、景気はほとんど変わらない。
		商店街（代表者）	・秋口になったら多少天候も安定して、客の出足も回復すると期待している。
商店街（代表者）		・我々のような末端の零細企業に対して、アベノミクスの効果は全くない。	
一般小売店〔鮮魚〕（店員）		・年末に向け何とか良くなってほしい。	
一般小売店〔茶〕（販売・事務）		・外販での売上が低迷し、店頭販売で売上が増加しても全体的には横ばいである。	
百貨店（営業担当）		・紳士服飾・雑貨は好調であったが、婦人衣料・雑貨は天候の影響もあり低迷した。自家需要の紳士靴、メンズバッグ、キャラクターカジュアルが好調に推移した。リビングでは、寝具やインテリア、家具・敷物等の自家需要商品が好調である。今後もプチぜいたく気分の買物傾向が継続する。	
百貨店（業務担当）		・秋物は必要になってから買うと言う客が多い。季節商品の提案期になっても商品が動かない。消費に対する考えが慎重になっているのに加え、商品を見極める時間が長くなっている。	

百貨店（売場担当）	・関連店舗の付近にホテル兼商業施設がオープンする。業態が若干パッチングするので、売上は現状の98%程度となる可能性が高い。店舗全体でみると、ほぼ前年並みと予測する。
百貨店（営業統括）	・天候不順が続くと予想される。また、株価も伸び悩み、物品購買促進につながる見込みが立たない。
百貨店（店舗事業計画部）	・先行購入する顧客はまだ少ないので、引き続き天候に左右される見込みである。秋物は少し早目に反応が出ているが、年間を通して長く着られる羽織ものが中心で、買い方は慎重である。
スーパー（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響が高額商品が売れなくなった。
スーパー（店長）	・客の買上数が増えたり、買上単価が上がる可能性があまりない。
スーパー（店長）	・来店客数は今年の横ばいと見込まれる。青果の相場が上がっているため買上単価は上がっているが、買上数は減っている。買上数を多くする努力をすれば売上は昨年並みとなる。
スーパー（総務担当）	・消費税増税後、衣料品・住居用品の動きがかなり鈍化しており、その傾向は今後も継続する。
スーパー（経理担当）	・天候不順による野菜高騰等もあり、やや悪いまま推移する可能性が高い。
スーパー（業務担当）	・天候不順による影響は、生鮮だけでなく衣料品や家庭用品にも出てくる。特に秋物衣料が不調となれば、売上の前年割れが続くことは避けられない。
コンビニ（経営者）	・アベノミクスの期待感から消費マインドが上向いてきたような時期もあったが、実体経済の動きがない。顧客もその点を気づき始めているので、今後は消費マインドが低下する。
コンビニ（エリア担当）	・今後も厳しい状況が続く。客数、客単価もかなり低くなっており何も期待できない。
衣料品専門店（店長）	・雨が多く天候不順により客が商店街へ出てこない。イベントを開催しているがさっぱり効果がない。
衣料品専門店（店長）	・9～10月になっても景気の良い話はない。
衣料品専門店（チーフ）	・当店の需要は以前と比べ高まることはない。消費税増税の影響により、単価は抑え気味に推移する。ただし、ビジネス向けを対象にしている紳士服業界は購入につながるだろう。
衣料品専門店（総務担当）	・現状の客の動きをみると、この状況が改善されて良くなることはない。
家電量販店（店員）	・エアコンが売れる夏が終わり、これから涼しくなると何が売れるのか想像できない。客を待つのではなく、トイレ、洗面台、キッチン等家電のリフォーム関係を仕掛けていかないと利益は上がらない。
家電量販店（店員）	・消費税増税の影響がなくなり良くなるという予測もあるが、8月の売上があまりにも低いので、9～10月については様子見という判断である。
家電量販店（総務担当）	・端境期にあたる9～10月に話題商品が少ない。
乗用車販売店（従業員）	・今年いっぱい新型車もなく、目玉となる商品がないので苦労しそうである。
乗用車販売店（代表）	・良くなる気がしない。
住関連専門店（経営者）	・今月は消費税増税前の水準に戻ってきたが、長雨や天候不順等で秋の収穫は良くない。農産物の不良が消費にも影響を与える。
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・雨が多いということもあり、来客数は若干減少している。ただし、1人当たりの購入単価が上がっているため、売上は横ばいの状態である。天候に左右されない限り、9～10月は昨年とほぼ同じような状態になる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は高止まりから下降傾向にあり、今後、顧客が燃料油の満タン給油に戻してくるものと予想される。秋の行楽シーズンにおける自動車旅行等の増加で、燃料油やカーケア商品の増販に期待する。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税後の消費の引き締め感は当分続く。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・秋の行楽シーズンを迎え旅行客が増えてくるが、客の購入単価が低下傾向にあるため、昨年並みの売上は期待できない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・現状は、梅雨明けが昨年より遅かったため、昨年早々に在庫切れとなった商品が遅れて売れている状況である。良くなる要素がない。



	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）	・現在、前年実績を上回る実績を上げているのは外国人観光客を取り込めている施設のみで、インバウンド以外に好材料が見当たらない。
	高級レストラン（支配人）	・先の子約が少ない。
	高級レストラン（専務）	・月末に向けて宴会が増え、少し持ち直す。
	スナック（経営者）	・ここ数年、売上、来客数の変化はない。消費税増税を機に値上げをして単価は上がったが、客数に変化はなかった。
	都市型ホテル（販売担当）	・上期の売上はこのままでいくとマイナスになりそうだ。下期の動向はあまりみえないが、9～10月がプラスになれば良くなる。
	都市型ホテル（副支配人）	・11～12月は福岡市内のイベントがたくさんあり、現在、手持ちの予約が昨年の40%以上を記録しているので稼働率が十分に上がる。
	旅行代理店（企画）	・燃油高騰、円安が続き、旅行需要への向かい風となる。
	タクシー運転手	・9月は学校行事が多く、タクシー利用があまり多くない。
	タクシー運転手	・全体的に会社関係の予約は良く入っているが、夜の繁華街の客が大変少なく、店をやめたいという話も聞く。
	タクシー運転手	・この先しばらくは変わらない。
	通信会社（企画担当）	・今のところ、現状よりも改善される明確な情報がない。
	通信会社（企画担当）	・上昇、低迷の要因が見当たらないため、当面は様子見といったところである。
	通信会社（営業担当）	・景気が良い話は一切出てこない。
	美容室（経営者）	・秋後半に向かって、美容業界はある程度需要が見込まれる。しかし、天候不順で周りに活況がないと、一番大きなターゲットである主婦層がだんだん利用を控えるようになる。
	理容室（経営者）	・暑くなると客は結構動いてくれるが、梅雨のような天候不順で客の動きが非常に悪い。
	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）	・株価上昇による資産増加で、高額な有料老人ホームの入居は戻ってきているようだ。しかし、在宅サービスはあまり景気等に影響されず、来年の介護報酬改定の増加もあまり期待できない。
	設計事務所（所長）	・民間の工事が落ち込んだ分、官公庁の工事に期待するしかない。
	設計事務所（所長）	・新規の市場が少ないので変わらない。
	住宅販売会社（従業員）	・北部九州圏は、消費税増税の反動減から徐々に回復しそうだが、南九州は来場者数の動きが鈍く、販売実績は前年比3割減のままで、回復は当分見込めそうにない。
やや悪くなる	スーパー（店長）	・生鮮品に比べて非生鮮品の販売量が落ち込んでいる。その傾向が2か月続いているので、今後も楽観できない。3か月後もこのまま厳しい状態が続く。
	スーパー（店長）	・消費税増税の影響に加え、競合店の出店計画があるため厳しくなる。
	スーパー（統括者）	・会社全体の業績は厳しくなると考えられ、今後も良くならない状況である。
	コンビニ（店長）	・ガソリンや農産物の価格高騰により、販売量がさらに減少するのではないかと予想する。
	高級レストラン（経営者）	・2～3か月先は涼しくなり忘年会シーズンに近づくが、今のところ問い合わせが芳しくない。9～10月の客がもう少し増えると良くなるが、忘年会頼みの商売は時期が限定されるので厳しくなる。
	一般レストラン（経営者）	・質よりも、お得感のある競合店へ客が移っているため、客数が減ってきており、年末まで良くならない。
	観光ホテル（総務）	・3か月先の収入予測より、景気はやや悪くなる。
	タクシー運転手	・今のところ景気対策が打ち出される様子がないので、消費者の財布のひもがかなり固くなり、回復するのは難しい。
	通信会社（営業）	・夏商戦が終了し、人・物・金が動き出す冬までの端境期は、現在と比較して若干消費等が冷え込むと考えられる。
	競馬場（職員）	・来場者数の前年度比の数値は引き続き良くない。
	住宅販売会社（従業員）	・年度内の引き渡しを考えた際、10月の契約が注文住宅のタイムリミットになる。客の買い控えや値引き交渉等が厳しく非常に利益率が低いため、見通しは良くない。また、消費税増税も控えており先行きが不透明である。
	住宅販売会社（代表）	・住宅購入の顧客は、高価格帯と低価格帯で買い控えが発生しており動きが鈍くなっている。不動産販売を合わせた中価格帯はさほど影響は出ていない。
悪くなる	○	○
良くなる	—	—
企業		

動向 関連  (九州)	やや良くなる	家具製造業（従業員）	・今年消費増税等のマイナス要因はあったものの、中級以上の家具の売上が伸びているため、全体の売上は前年比で毎月伸びている。受注件数は横ばいか若干減少しているが、受注単価が伸びたため、今年全体の売上は前年比で115%程度伸びている。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・大型災害などもあり、地図利活用の見直しが必要になると想定される。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・焼き物関係は夏場が閑散期であるので、秋口にかけて伸びると期待している。商品の荷動きも閑散期の反動が出てくる。企画商品も何件か決まっている。	
		鉄鋼業（経営者）	・受注量・販売量共に5月ごろから減少に転じ、同じ状況が7月も続いた。現在、建築工事の遅れも多数あり、出荷の減少になっている。盆明けから少し受注が増えてきたので、秋口から着工される建築物の材料発注が動き出したようだ。	
		電気機械器具製造業（取締役）	・自社の投資マインドが高まっている。	
		精密機械器具製造業（従業員）	・はっきりとした理由は分からないが、今月、受注先から11月までの計画でかなりの増産要求がきている。	
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車種投入による初期需要が拡大する。	
		その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先の特化した機種が増産体制という情報があり、今後、取引が少しずつ増えてくる。	
		建設業（社員）	・前年度に比べ下請の依頼が非常に少なくなっているようだ。いまだに受注できていない同業者もいる。下半期に向けて良くなると信じている。	
		通信業（経理担当）	・天候不順により、夏季商品の落ち込みで消費が低迷しているが、季節が変われば落ち込みが解消されて消費が上向くと考えられる。	
		金融業（調査担当）	・設備投資への融資が増加傾向にあるのは、取引先の将来に対する見通しが良くなっている証拠である。当面は景気回復が見込まれる。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に業況を聞くと、多くの企業が明るい見通しを持っている。	
		変わらない	農林水産業（経営者）	・注文量は各分野ともかなり多いが、9月は残念ながら原料となる鶏の入荷が極端に少なくなっており、工場稼働に大きな影響が出そうだ。原因は夏の暑さによる卵の不足で、鶏の出荷が逼迫していることにある。ただ、10～11月になればその反動で原料の発注が多くなり、売上も期待できる。年内の動きは概ね順調にいく。
			農林水産業（営業） 食料品製造業（経営者）	・現状から生産状況等が変わることは予想できない。 ・納入先の集客及び売上状況をみても景気が上向きになったという実感がわからない。客単価はやや増加したものの、客数が一方向に増加しない。周囲の情報からも当分この状態が続く。
		食料品製造業（経営者）	・繁忙期に入るため受注数量も順調である。しかし、生産数量が増えるにつれ食材・資材の値上げの影響が表面化する。また、天候悪化による農作物の価格上昇も考えられ、マイナス要因となり得る。	
		化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気にあまり左右されないため、今後も変わらないと判断した。	
		金属製品製造業（事業統括）	・人手不足が解消されない限り改善されない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーと話し合いをするが、具体的な案件は出てこない。担当者の見通しがたっていないようだが、もう少し積極的に動いて欲しい。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の引き合い、見積等から将来の景気に暗さはないが、今後、大きく良くなることもない。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・9月になれば少し良くなるという楽観的な見方をしているが、現段階ではよく分からない。	
		輸送業（従業員）	・今のところ荷動きは低調のまま推移していく。	
		通信業（職員）	・8月は気温が上がらず、このまま秋を迎えれば省エネ関連の受注が伸びない。	
		金融業（従業員）	・円安による原料・燃料費の上昇や人手不足などから経営環境が厳しくなっている先がみられる。一方、雇用・所得環境の改善などから自動車の販売が回復傾向を示しているほか、海外からの観光客も増加してきている。	
		金融業（営業担当）	・人出不足の状況は改善できる兆しがみえない。売上の増加が利益に反映されるにはハードルが高く、中小・零細企業の業況は変わらない。	
		金融業（営業）	・引き続き高水準での横ばいが続く。どの業界も設備投資意欲は高い。太陽光発電設備に対する投資も高水準である。	

	金融業（得意先担当）	・昨年の災害復旧関連工事の発注の反動減もあり、発注件数が大幅に減少している。今後、業況や資金繰り面において注視する必要がある。ただし、現時点においては現状維持で推移すると判断している。
	不動産業（従業員）	・市内オフィスビルの入居率が新築既存共に横ばいで推移している。
	広告代理店（従業員）	・8月の新聞折込受注枚数は、前年同月比90%と想定を超える下落となった。消費税増税後、消費マインドの低調が続いているなか、追い打ちをかけるように、異常気象となった。冷夏は思った以上に当業界に大打撃となった。すべての業種で出稿が控えられたまま、夏が終わりそうだ。
	広告代理店（従業員） 経営コンサルタント	・この状態を打開する要素がない。
	経営コンサルタント （社員）	・福岡市は特区に指定された。その影響を期待したいが、具体的な内容についてはこれからの検討となっている。当分、効果は期待できそうにない。
	経営コンサルタント （代表取締役）	・8月の天候不順が今後、農業製品等を中心に悪影響を及ぼす懸念がある。台風等の影響がなく順調に推移すれば少しはプラスになる。
	その他サービス業〔物 品リース〕（支社長）	・原子力発電所の再開可否により動きがある。エネルギーコストは依然上昇しており、次年度は省エネ補助金が800億円規模に倍増する。次年度に向けて活発化する。
	やや悪くなる	繊維工業（営業担当）
		・運送代や原油の値上げで、段ボールや糸も値上げとなる。当社は利益を簡単にせなくなる。また、理解に苦しむが最低賃金の上昇が続いている。
		建設業（従業員）
		・見積案件の減少や、型枠工などの人材不足で仕事の確保もままならない。下請単価の増加により収益が圧迫されることが、予想される。
		輸送業（総務）
		・長雨による日照不足で農産物への影響が考えられる。
		輸送業（総務担当）
		・貨物の荷動きが非常に悪い状態である。一部商品の値上げ等もニュースで流れており、今のところ良くなる見込みがない。
	悪くなる	—
	良くなる	—
雇用 関連  (九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）
		・年末になるとお歳暮の需要が出てくる。また、ここ数か月、市内中心部で、国内外の観光客の姿を目にすることが多くなっている。接客業からの注文も増えている。
		職業安定所（職業相談）
		・有効求職者数の減少傾向、有効求人数の増加傾向は続いているため、有効求人倍率は今後も上昇する。
		民間職業紹介機関（社員）
		・量は少なく見積ベースの話であるが、年末に向けて販売・接客の動きが出てきている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）
		・特に変化の要因が見当たらない。
		人材派遣会社（営業）
		・地方の雇用情勢は上向いているとはいえ、全体的な景気上昇の実感はない。落ち込むことはないが大幅な上昇もなく、変化はない。
		求人情報誌製作会社（編集者）
		・自社で調査している求人取扱件数から、市場はわずかながら伸びているが、自社の件数は前年を割り始めている。地場企業の求人意欲が低下してきているのが原因とみられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）
		・新聞の求人広告は製造業の動きが弱く、求人数の回復の兆しはみられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）
		・消費税増税の影響がまだ続いている。
		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続くと思われる。月間有効求人倍率は当分0.8後半から0.9倍台を推移していく。
		職業安定所（職員）
		・原油価格や原材料の高騰等により先行きが不安定との声企業が聞かれており、大きな改善は望めない。
	職業安定所（職員）	
	・企業訪問時に景気動向を聞くと、消費税増税に関してはほとんど影響がないとするところが多く、今後、業況を左右するような動きは特段見受けられないとのことだ。	
	民間職業紹介機関（支店長）	
	・第1四半期と7～8月の求人数は、前年同期に比べて微増ではあるが横ばいに近い。増加傾向がみられない限り現状と変わらない。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	
	・企業の人材採用難は続いており、学校への求人引き合いは強いままである。2～3か月後に急に採用難が解消するとは考えられない。	
	学校〔大学〕（就職支援業務）	
	・企業の採用活動は現在活発化しているが、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	新聞社〔求人広告〕（担当者）
		・消費税増税に合わせた値上げも多い。また夏の天候不順の影響も今後少しずつ出てくる。
	悪くなる	—