

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）	お客様の様子	・気温も徐々に下がり始め、秋物商品の売上も順調に推移し始めている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・当店では印刷物が増え、商店街自体の活気も少しずつ出てきた。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・当店と関連店の売上は前年比96.7～104.0%の見通しで、3か月前と比べると良くなっている。各店の報告では、今年は国体が開催されたのである程度期待していたが、さほど売れていないということだ。今月の台風の影響は徐々に回復している。部門別の売上は前年比で、紳士服98.9%、婦人服94.6%、身の回り品94.3%、雑貨94.1%、宝飾・時計67%と悪く、食品が102.8%と良い。客単価は食品、非食品ともに前年を上回っている。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月は台風の影響で前年比の6%増となり、食パン、菓子パン、おにぎりの販売量が増えた。
		衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・プロ野球優勝セールの影響で来客数が増えた。セール分が前年比増となった。
		衣料品専門店（チーフ）	それ以外	・10月初めからインバウンドが増えた影響で、海外客の売上が全体の約5～6%まで増えている。その分売上は少しずつ伸びている。
		都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・消費意欲は引き続きおう盛である。
		都市型ホテル（副支配人）	単価の動き	・福岡市内は東南アジアからのインバウンドが増えており、その分ホテルの予約が取りづらくなって単価が上がっている。
		通信会社（営業）	販売量の動き	・販売数が3か月前よりも伸びており、秋から冬商戦へ移行しつつあると考えられる。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・ゴルフシーズンを迎えたことで入場者数も多くなり、特にショップの売上や客単価が1割程度増えている。台風の影響で2～3日休業したが、さほど影響もなく、休業がなければ売上は相当良かった。客数、客単価が増えて良い傾向にある。
		ゴルフ場（支配人）	それ以外	・受注量が増加している。
		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）	来客数の動き	・消費税増税から半年が経過し、負担増への懸念が少し薄らいできた感があり、客単価も前年度より増加傾向にある。
	変わらない		商店街（代表者）	来客数の動き
		商店街（代表者）	お客様の様子	・来店する客にあまり変化はない。購買の決定要因がはっきりせず、なかなか購買に結びつかない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・天候不順や消費税増税により売上が低下している。富裕層は百貨店などでお金を落としているが、商店街へはあまり還元されていない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・高温と台風の影響もあり野菜が高騰し続けていたが入荷量が通常に戻った。しかし、単価が安すぎて利益が出ない。全体的に商品が動いていない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・今の時季、一番売りの商品はサバだが、全くと言っていいほど入荷しない。客も困っている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・最近Facebookに当店の花の写真を掲載したところ、反響があり、少しずつ認知度が上がってきている。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	単価の動き	・例年より早く寒さを感じる気候になり、そのことが徐々に売上に反映されてきている。しかし、単価は低く、量も必要な分だけの購入である。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・秋物商戦に入り、例年に比べ気温の下がりも早く、秋物の動きが活発化してもよさそうな状況にあるが、週末の台風の影響を除いても、客の購買に対する姿勢は非常に慎重だ。いずれ必要となる一部商品の動きは良いが、先買いが発生しているだけでトータルでは弱い。

百貨店（店舗事業計画部）	来客数の動き	・商圏内の顧客の動きは以前とあまり変化がないが、10月に入り国慶節と免税商品拡大による外国人観光客の売上が堅調である。普段は店内に顧客が少ない時間帯である午前中や閉店前に観光客の買物が増えにぎわっている。
百貨店（営業統括）	来客数の動き	・メインターゲットである、50～60歳代の婦人客の来店及び購買単価が減少している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・購買内容は3か月前と大差ないが、いわゆる二極化の傾向が出ている。価格へのこだわりと質へのこだわりが両極端になっている。このままいくと、今後、全体的に販売量は厳しくなると予測される。
スーパー（店長）	販売量の動き	・生鮮食料品の売上が大変厳しい状況である。特に精肉が昨年より8%落ちている。全体的には前年と同様に推移している。来客数は前年比96%であるが、買上点数が増えており昨年並みとなっている。
スーパー（総務担当）	それ以外	・食料品は継続的に前年を上回って推移しているが、衣料品・住居用品は気温の影響もあり、前年割れの状況となっている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・消費税増税後一時持ち直したかにみえたが、夏場の長雨や台風の影響で10月になっても前年割れが続いている。生鮮はある程度安定しているが青果や米など一部の落ち込みが激しい。
スーパー（業務担当）	販売量の動き	・ここ数か月続いている生鮮食料品の価格上昇が解消されず、販売量が増えてこない。加工食品のメーカー価格値上げ対策として、値下げ対象品の拡充を行なっているが、全体的な底上げにはつながらっていない。
コンビニ（店長）	お客様の様子	・週によって、売上が良かったり悪かったりとはっきりしない。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・毎週金曜日に商店街で金曜日とシール会を開催しているが、客の出足は悪い。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・客の様子でも景気が良いのか悪いのかよく分からない。ただ、客の表情は少し明るくなったようだ。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・9月は順調に涼しくなり秋へと移行したので、残暑に悩まされることなく立ち上がりの商品が動いた。ただ、客の二極化は完全に定着している。高い物を買う客は悩まずに買うが、一般の客は消費税増税の影響だけでなく、吟味する傾向にある。
衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・消費税増税以降、当店の中心顧客であるシニア層の比較的ボリュームゾーンの客が、購買について非常に慎重な態度になっている。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・10月前半の台風の影響で、最終的に月間を通して見るとやや悪かった。ただ、消費税増税の影響はある程度解消されてきている。
家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・冷夏や台風により、季節ものの売上が大きく前年を割り込む結果となった。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・依然として新車販売が低調である。目先を変えただけのマイナーチェンジでは新型車効果は限定的であり長続きしない。
乗用車販売店（代表）	競争相手の様子	・同業者で、売行きが良いとの話を聞かない。
住関連専門店（経営者）	それ以外	・今月は地元のイベント、売出しの影響があつて、来客数が大きく落ち込んだ。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	販売量の動き	・燃料油の小売価格は下げ基調となつてきている。10月の3連休に顧客の消費を期待したが、台風の影響で期待がはずれた。燃料油の販売数量は前年並みであり、得意客の使用数量もさほど変わらない。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	それ以外	・秋の行楽シーズンの大切な稼ぎ時、唯一の3連休に台風に見舞われて、今月の売上は昨年を大きく下回った。
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	・全般的に購買意欲に変化がみられない。販売量や客単価が前年並みである。購買行動は、必要最小限度の購入で不要な買物はしない。さらにポイントや割引セールタイミングで購入している。この傾向は消費税増税後、更に顕著になっている。
高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・夜の客が減少気味である。企業などの団体予約が少ない。
居酒屋（経営者）	来客数の動き	・周りの店からも厳しいという声しか聞かない。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・長崎では国体を実施されたため、人の動きが活発で宿泊・レストランの来店が大変多かった。

	都市型ホテル (販売担当)	販売量の動き	・10月は、若干だが売上が上昇している。11～12月は昨年度とさほど変わらない。
	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・人の動きが活発になり、都市部のホテルで予約が取れにくい状態が続いている。一方、海外旅行は各地での情勢不安もあり前年割れである。
	タクシー運転手	来客数の動き	・規模の大きい催し物があり観光客は安定しているが、地元の人の流れは良くない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・月の後半は、国体などが続きタクシー利用が増えた。しかし、前半が悪かったのを月を通してみるとあまり良いとは言えない。
	タクシー運転手	来客数の動き	・国体の期間中は、昼間の動きは良くなり売上は増加したが、夜の動きが冴えなかったため、1日通すと横ばいの状況であった。国体が終わるとさっぱり冴えない状況になった。
	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・売上が伸びない。
	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・固定費のコストダウンを求める客が最近多くなった。
	美容室(経営者)	来客数の動き	・良くない状況が続いている。形状記憶のみを扱うなど、専門的な美容室が増えてきた。当店のような全般的なメニューを扱う店に対しては、できるだけ安くという客の要望が増えて大変である。
	美容室(店長)	お客様の様子	・景気は変わらないが、客の節約しようという気持ちが日常の買物にも、美容にも影響している。
	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・不動産部門の分譲マンションと土地分譲は、来客数の動きが前月とあまり変わらない。契約になかなか至らないので、景気もあまり良くないと考えている。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・今月は、第1～2週の週末に台風が接近したということもあり、週末の客の出が全くなく、売上が大変低減した。その状況が後半の週末にも解消されず、大変厳しい。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・ローカルの中小企業の月収は増えないため、顧客の来店頻度が減っている。消費税増税が購買に影響している。
	百貨店(営業担当)	単価の動き	・友の会満会と秋物衣料の展開があったが、2週連続で週末に台風の影響を受けたこともあり、買上単価がダウンした。レジ客数は維持しているが売上金額、売上増加率の減少傾向が続いている。し好性の強い紳士・婦人オーダーや高級既製服等、日常利用のリビングの食器・寝具は好調である。
	百貨店(経営企画担当)	販売量の動き	・来店客数は前年並みで推移しているが、客単価は低下傾向が継続しており売上高の微減が続いている。消費税増税後の買い控え傾向は、季節商材である身の回り品の切替え後は改善している。しかし、台風、気温低下など天候不順の影響もあり、衣料品を中心にいまだ前年を下回る状況である。
	スーパー(経営者)	お客様の様子	・不景気感が漂っている。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・生鮮食品は全体的にまずまずの状況だが、グロッサリーなど価格を前面に出す商品に関しては売上が厳しい。精肉は相場高もあって好調に推移しているが、果物は厳しい状況が続いている。客単価はなんとか維持しているが、買上点数は前年を割っている。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・食品の売上は3か月ほど回復傾向であったが、今月に入って横ばいか低下している状況である。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・近くに競合店が多くなったこともあり、客数の減少が非常に目立つ。コンビニエンスストアの出店が多くなっているため、特に夕方から夜間にかけて客が少なくなっている。
	スーパー(統括者)	販売量の動き	・既存店の前年比売上高から判断して、やや悪い。
	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・修理の客が増えると代替の客が少なくなり、受注が伸びない。
	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)	販売量の動き	・秋物の動きは早かったが、全体的には消費が冷え込んだ。ただし、インバウンドの客が取り込める施設のみ、外国人観光客の影響で大幅に売上を伸ばすことができている。
	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・今月は忙しさの差が激しい月であった。また、台風の影響で客のお祝い事などが中止になったりしたので、良い月ではなかった。

	高級レストラン (専務)	来客数の動き	・御嶽山の噴火災害などが景気に影響を及ぼしているようだ。	
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前年同期と比較し、確実に客数が減り、客単価も低くなってきている。今後、売上が伸びる要素がなかなか見つからない。	
	旅行代理店 (企画)	販売量の動き	・円安、燃油の高騰、情勢不安等、旅行意欲を減退させる要素が多く、海外旅行の取扱額は前年を割っている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・今月はキャンセルが相次いだ。また稼働が悪く、特に日中と夜、繁華街や買物客が大変少なく売上が落ちた。	
	通信会社 (業務担当)	販売量の動き	・10月はメーカーの都合で新商品の入荷が少ないこともあり、話題性の割には販売数が伸びず、前年は上回ったものの前月より大きく販売高減となっている。	
	美容室 (経営者)	販売量の動き	・秋のファッションシーズンで忙しくなる時期であるが、売上は横ばいか、少し低下気味である。	
	音楽教室 (管理担当)	来客数の動き	・受験期に入るので、これから生徒数の減少が予想される。	
	住宅販売会社 (代表)	来客数の動き	・今年の4月以降、来客数の減少がかなり進んでおり、前年の半分以下の来客数となっている。	
	悪くなっている	○	○	
企業動向関連 (九州)	良く なっている	電気機械器具製造業 (取締役)	取引先の様子	・引き続き取引先のモノと金と人の動きが活況である。
	やや良くなっている	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・メインの加工商品に使用している原料が収穫期にあり、製造・販売ともに最盛期である。
		家具製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・家具を必要とする商業施設や飲食店、ホテルなどの物件は増えているものの、作業員や職人不足により建設工期が伸びたり、精度の悪い現場が増えている。投資意欲はおう盛だが、施工自体が低迷している現状である。ある自動車メーカーの会議に参加したが、職人不足のため全国ショールーム展開の工期を伸ばすとの見解であった。人手不足が景気上昇の妨げになっている。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量、売上高は前年よりも大分良くなってきている。季節要因もいくらかあるが、荷動きは先月より徐々に良くなっている。
		経営コンサルタント (代表取締役)	競争相手の様子	・今月は特に大きな動きがなかった。この2〜3か月は天候不順や消費税増税の影響などもありマイナスが多かったが、若干天候も回復し、増税も半年たって少し落ち着いたという印象を持っている。
	変わらない	農林水産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・前月は、原料不足で取引先の要望に応えられなかった。今月の前半は厳しかったが、後半は原料の鶏も増え、売上もほぼ計画通りになりそうだ。特に冷食、加工メーカー筋は年末需要の生産に入り、引き合いも強い。スーパー、居酒屋等は運動会、行楽シーズンで売上も順調である。
		農林水産業 (営業)	受注価格や販売価格の動き	・価格は上昇基調であるが、業界の荷不足により一般消費者の需要が伸びていない。
		繊維工業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・中国に出ていった仕事に戻ってきており、短期的な影響は少ないが将来的には良い傾向にある。ただし、少子化の傾向のため学生子供服の需要が大きく減りつつある。弊社の工場では、中国人研修生の制度も活用を中止したため、人材不足の問題が出てきた。
		金属製品製造業 (事業統括)	受注量や販売量の動き	・建築、土木関係の人手不足は深刻で、引き合いはあるものの具体的な受注に結びつかない。結びついても工期延期が続いている状態である。
		一般機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・再生可能エネルギー関連産業の顧客は、消費税増税前の年度前期に設備投資が集中していた。今期は、その運用に手いっぱい新たな設備投資を行っていない。
その他製造業 (産業廃物処理業)		受注価格や販売価格の動き	・顧客の生産が当初の予定より少なく、仕入れが減っている。また、全体の商品が少ないため、仕入れ価格が高騰している。	
建設業 (社員)		受注量や販売量の動き	・9〜10月によく官公庁の受注額が増えた一方で、下請の受注額が少なくなった。発注機関によって発注量の偏りが大きいと感じる。	
	輸送業 (総務)	受注量や販売量の動き	・消費税増税の反動は徐々に取り戻しつつあるが、荷動きが良くない。	
	輸送業 (総務担当)	取引先の様子	・荷主から食料品、衣料品、日用雑貨、カー用品等を預かっているが、全体に荷動きが悪くなっている。	

	通信業（経理担当）	競争相手の様子	・同規模の同業他社において、特に業績向上している様子が見られない。特に悪くもない状況で雇用の面でも足踏み状態が続いており、労働力確保においては外注の活用が広がっている。	
	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の影響が残っている自動車や住宅の売上は、前年をやや下回っている。一方、個人消費は雇用・所得環境の改善や秋物衣料品が早めに売れ出したことなどから百貨店等の売上が前年を若干上回っている。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・運送業では燃料費高騰が続いており、収益面で悪影響が続いている。受注は好調であるが、ドライバーの不足が慢性化しており、受注量に対し収益が十分に確保できていない状況である。	
	金融業（営業）	取引先の様子	・設備投資は高水準を維持しており、製造業は好調である。小売業も比較的順調となっている。しかし、ここ2～3か月は横ばいで推移している。	
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・消費税増税による消費マインド低下の声が良く耳に入る。	
	経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・契約額の切下げがあり、価格面では厳しい状況である。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先に業況を聞いても、良くなった、あるいは悪くなったという話をほとんど聞かず、大きな変化はない。	
	その他サービス業【物品リース】（支社長）	取引先の様子	・建設業以外の顧客に設備投資の話が少ない。顧客からはアベノミクス効果を得られていない旨の話を聞く。	
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	・受注量が不安定である。こちらの計画通りに上がらないのが現状である。ユーザーが買い控えしているか、様子見をしている状態であると考える。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・仕事が10～11月に発生するという話を聞いていたが、実際10月に入っても具体的な仕事がなかなか決定せず、現在、11月はゼロの状態である。これまでになかったことが起こり、先の受注量を大変心配している。	
	金融業（従業員）	競争相手の様子	・建設業など一部では良いという声もあったが、2度の台風の影響で、農業等をはじめ悪いという声が多かった。	
	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・当地区は建設業関連の企業が多い地域であるが、昨年の災害復旧工事の関連工事が一段落して、受注は非常に減少してきている。原材料価格の高騰と人材不足といった悩みが聞かれており、動向については注視する必要がある。	
	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	・この2か月間、市町村の発注する調査・計画の入札辞退や高額応札などが続いていた。しかし、10月は、それまで辞退していた他社も入札に参加し、低めで入札しているため、景気が悪くなっている。	
悪くなっている	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・消費税増税が消費動向を大きく左右している。消費者は安い物に目がいつている。	
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）	採用者数の動き	・問い合わせ案件について、自社で決まったという事例が多く出ている。派遣を利用するのではなく、自社雇用でも構わないという企業が多くなっている。
		新聞社【求人広告】（担当者）	採用者数の動き	・大学生のインターンシップ生を受け入れている。地域の中小規模の企業の採用は意欲的で頻繁にセミナーなどがあり、少しでも人材が欲しいと言う声を聞く。決して景気は悪い方向ではないが、学生側と企業のミスマッチが多く、人材の枯渇が気になる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が伸びており、それと連動する形で県内有効求人倍率も1倍を超えた。バブル時代と同様の数値にまで回復してきている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は昨年度と比較して堅調に推移している。
		人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・求人は相変わらず増えているが、景況は停滞感がある。
		新聞社【求人広告】（担当者）	求人数の動き	・営業職や介護職などの業種では、求人広告を出しても人が集まらず、広告を抑える企業も多いようだ。
		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る。

	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・採用者数は7～9月の3か月の総数で見ると、平成25年度は2711人に対し、平成26年度は2506人となっており、求人数の伸びに比べて減っている。この要因は新規求職者数が減っていることが考えられる。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人数は、前年同月比で20.1%増加したが、円安に伴う原材料の高騰等の影響もあり、管内企業からは、業況が良くなったとの声はあまり聞かれない。
	民間職業紹介機関（支店長）	採用者数の動き	・人材の需要は微増だが、紹介した人材の採用に関して企業は慎重な姿勢である。紹介する人数は増えているが、実際に採用が決まる人数は横ばい状態である。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	採用者数の動き	・学生の内定者、決定者の動きが小さくなり、就職活動を継続する学生が減少している。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・学校への求人数は7月末時点で前年比110%に対し、10月25日現在で前年比110%となっており、大きな変化はない。
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	・当社調べの求人取扱件数が前年を下回って推移している。また、売上、利益も前年を下回り、苦戦をしている。同業大手同士の競争激化も要因になっている。
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	良くなる	商店街（代表者）	・年末商戦に向けて購買量が増え、さらに年賀状を含めた印刷物も増える。
		理容室（経営者）	・年末年始を控え来客数が少し増える。11月までは良くないが、12月は動きがある。
(九州)	やや良くなる	商店街（代表者）	・11～12月の冬物商戦に期待している。消費税増税の影響も幾分か和らいでいるようだ。
		商店街（代表者）	・冬物需要が増し商品単価も若干上がり始めるため、年末に向け売上の増加が見込まれる。
		商店街（代表者）	・2～3か月先は年末を控えており、商店街は1年間の総決算の月である。一生懸命頑張って1年を締めくりたい。
		一般小売店【精肉】（店員）	・来客数の増加がこのまま見込める。
		一般小売店【生花】（経営者）	・年末、正月にかけて花の消費は一般的に増える傾向にあるので、2～3か月先は売上が上がる。
		百貨店（企画）	・営業施策の効果が現れると想定している。
		スーパー（業務担当）	・館内テナントのリニューアルや新規誘致が進み始めれば、年末に向けて客数と販売数量の増加が見込める。ボーナス商戦に合わせたタイミングで成功すればプラス要件となり得る。
		コンビニ（販売促進担当）	・量販店やリージョナル店は税抜き価格で表示しているために、客の消費税増税に対する意識は薄らいだようだ。菓子パンの売れ筋は100～120円であるが、最近では菓子パンよりも安い70円程度の食パンが、非常に販売量を増やしている。
		家電量販店（総務担当）	・高機能テレビや白物家電の価格が落ち着いてきたので、年末商戦に期待が持てる。
		家電量販店（従業員）	・寒くなるにつれて暖房器具が売れ出す。
		乗用車販売店（従業員）	・来年4月から軽自動車税が上がるので、これから軽自動車伸びていく。
		乗用車販売店（総務担当）	・12月にはフルモデルチェンジの新型車が発売される。来場者数増加と販売台数増加が期待できる。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	・12月はお歳暮の進物が良く出る月になり、コーヒーの需要が伸びる。そのため売上也増加すると予想される。
		高級レストラン（専務）	・飲食店は、10月から宴会、懇親会、忘年会、新年会、会社の異動などが続くので少しは良くなる。
		スナック（経営者）	・年末から年始にかけて客数の増加が見込まれる。
		通信会社（営業）	・冬商戦に入り、人・物・金の動きが活発になると考えられる。
		通信会社（業務担当）	・11月は品薄だった商品供給も改善され、予約分の商品が入荷してくることから販売台数は徐々に増える。
		ゴルフ場（従業員）	・会社、地域ともにコンペが増えている。会社では、従業員のコンペや表彰コンペなどが多くなっている。またインバウンドでは、台湾人の利用が今年の2倍と、良い傾向になっている。
		美容室（経営者）	・年末は景気が回復していると予想するが、現段階では今一つ消費が伸びていない。
		変わらない	変わらない
商店街（代表者）	・商店街でいろんなイベントをして来客数を増やす努力をしているが、なかなか消費に結びつかない状況である。11～12月の歳末商戦も期待できない。		
一般小売店【鮮魚】（店員）	・客が来ないので将来の展望が全くみえない。同業者に聞いても同じようである。		
一般小売店【茶】（販売・事務）	・消費者の購買意欲に変化がないため、これから数か月の売上は変わらない。年末に向けて贈答品で多少増加する。		
百貨店（総務担当）	・年末へ向けた地場企業の活力がなく、明るい兆しがみえてこない。		
百貨店（営業担当）	・台風の影響で、友の会満期の来店客が下旬にずれた。満期となっても金券が使用されず、次月開催の北海道物産展、年末年始へ向けて利用が抑制されている。一方、カード催事期間のカード売上、カードシェア及びカード新規加入が増加した。客のし好に合った商材と高級衣料・雑貨の動きは良く、消費の二極化が更に進んでいる。来客数は増えているが天候要因もあり、買物に結びつかない。		
百貨店（業務担当）	・消費税の再増税を気にする客が非常に多い。買い時について客は神経を遣っている。買うタイミングがずれているだけで、消費欲そのものは全体的に非常に低下している。		

百貨店 (売場担当)	・客単価は食品、非食品ともに消費税増税以後、前年実績を下回っていない。売上減少の主な要因として購買客数が少し減っていることがあげられる。他施設のリニューアル効果により、当店の客が若干流れている感がある。
百貨店 (店舗事業計画部)	・今のペースは続き、天候により順調に推移する秋物の動きや、増加する外国人観光客による買上げけん引すると想定する。一方、昨年は11月くらいから増税前の駆け込みが始まっており、前年比での売上の大幅な伸びは期待しづらい。
百貨店 (営業統括)	・消費税の再増税に対する不安や政治に対する不信感、また景気動向の厳しき等、マイナス要因が多い。
百貨店 (経営企画担当)	・これまでの天候不順等の不確定要因による影響も大きく、正確な判断は難しいが、高額品の回復基調と食料品の底堅きから、これ以上上がることはないかと判断している。
スーパー (店長)	・主力の食料品など、生活必需品の回復が遅くなっているため、今後も変わらず厳しいとみている。
スーパー (店長)	・ディスカウントスーパーが近辺にできるので、11～12月にかけては厳しい。
スーパー (総務担当)	・年末年始のモチベーション需要が大きく影響するが、例年を上回るような好材料は今のところ見当たらない。
衣料品専門店 (店長)	・商店街でイベントを開催しているが、客の反応が全くない。
衣料品専門店 (店長)	・秋冬物の婦人服の動きが少し良いようだ。景気も少し良くなる。
衣料品専門店 (店員)	・カシミアや上質ウールなど原料高による単価アップが続いている。昨年と同じような商品でも1～2割値上がりしている。これからの重衣料の動きに影響する。
衣料品専門店 (取締役)	・12月はセールのシーズンになるが、ここ数年の傾向として、割引でもついで買いをしないという顧客の動向がみられる。慎重に選ぶ客が多く、普段よりも利益が減る。
衣料品専門店 (チーフ)	・紳士服業界では就活の時期がずれているため、年内の売上の計上にはつながらない。一方、インバウンドの構成比を高めていけば、売上を伸ばすことができると考える。
衣料品専門店 (総務担当)	・食料品を中心に諸物価はやや上がっているが、所得は全く上昇していないので、景気が良くなる要素は全く考えられない。希望的観測を込めて変わらないとした。
家電量販店 (店員)	・消費税増税の影響も薄れ、徐々に良くなると考えている。しかし、景気悪化というニュース等で心理的にマイナスの影響がでるため、現状のままであると判断する。
家電量販店 (広報・IR担当)	・消費税の再増税の話題もあり、今後の展開が注目されている。消費者心理は冷めているので、早急に良くなるとは考えづらい。
乗用車販売店 (代表)	・地方では、景気回復の兆しはみられない。
住関連専門店 (経営者)	・毎月のキャンペーンは、先月回復の兆しがあったが、今月はあまり良くない。景気の先行き不透明感から、消費者は家具の購入も慎重で、年末に向けても厳しい。
住関連専門店 (店長)	・消費税増税後、縮小傾向にあった消費も徐々に回復し、最近では売上も落ち着いてきた印象を受ける。しかし、売上や来客数を上げるような起爆剤も見当たらないので、このままの状態が続く。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	・冬に向けて、灯油等の暖房用燃料油の販売に期待したいが、現状、価格は昨年並みである。顧客から、ここ数年、暖房用の灯油等の価格が高止まりしているため、他の暖房用品を使用しているとの声を聞く。
その他小売の動向を把握できる者 [土産卸売] (従業員)	・7月を境に8～10月の売上は前年を下回っている。今後3か月、昨年並みの売上を維持できるのか判断することができない。
その他小売 [ショッピングセンター] (広報担当)	・クリスマスや年末年始の商戦はもとより、お歳暮ギフトも購入先を吟味した購買行動が予想され、価格が大きなポイントになる。物から事への消費者行動が更に強まり、外食や旅行などへ消費が流れるのではないかと想定する。
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)	・個人消費の回復は厳しいと考えている。現状では、いかにインバウンドを確保できるかが売上を伸ばす施策と考えている。
高級レストラン (経営者)	・11～12月は忘年会時期に入るので、今より景気は良くなる。しかし、予約がまだ入っていないので、景気が良いのか悪いのか分からない。
高級レストラン (支配人)	・周りの飲食店も自店と同じく、横ばい状態が続いている。
観光型ホテル (スタッフ)	・宿泊・レストラン・宴会等の予約が順調に入ってきている。
観光型ホテル (専務)	・12月の売上予想が良くない。

	都市型ホテル（販売担当）	・爆発的に何かがあるというわけでもないで、あまり変わらない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・経済対策で特に有効的なものがない。
	都市型ホテル（副支配人）	・2～3か月先のインターネットによるインバウンドの予約が堅調に伸びている。
	旅行代理店（従業員）	・年末年始の予約は国内旅行が前年を上回る状況に対し、海外旅行は航空会社の運休や減便の影響もあり、昨年を下回っている。
	タクシー運転手	・年末にかけてある程度の期待感はあるものの、現状維持が精一杯である。
	タクシー運転手	・タクシーの利用時間帯が皆一緒なので、あまり伸びない。
	タクシー運転手	・思ったほど客の予約が入らず、日中の客も出控えがあつて、なかなか思うように売上が伸びない。
	通信会社（営業担当）	・景気向上の起爆剤となるような話がない。
	美容室（経営者）	・地方は良い話が全然聞かれず、とても悪い。働き手がどんどん少なくなつて、高齢者ばかりになっている。高齢になると購買意欲があまりなく行動力もないので、活気が出ない。
	美容室（店長）	・仕事は多少忙しくなるが、給料、ボーナスが変わらないので景気は良くならない。
	住宅販売会社（従業員）	・3か月後の景気が良くなるような要因があまりみられない。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税後の受注減退感が回復するような気配がない。再生可能エネルギー買取制度受付停止もマイナス材料となっている。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・地方の中小企業の月収は増えることはなく、顧客の来店頻度が減っている。消費税増税が全ての購買に影響している。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・円安の影響で、様々な輸入食材が値上がりしているのに加え、消費税の再増税を懸念した客の買い控えが如実に出ている。年末から年明けに向けてかなり厳しい状況が続く。
	スーパー（店長）	・ここ1年ほど、夕方から夜間にかけての客が非常に減少している状況は変わらない。今後、スーパー業界は夜間の営業が厳しくなる。
	スーパー（統括者）	・現状から判断して、良くなる材料があまりない。
	コンビニ（店長）	・欧州、中国、アメリカなどの景気が思わしくないなので、やや悪くなる。
	その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税の悪影響がしっかり出始めている。また、地方の現場では、アベノミクスがさほど効果を上げていないことも認識され始めている。
	一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる材料が見当たらず、忘年会シーズンを迎えるにあたり盛り上がりもない。安価な居酒屋等は良いのかもしれないが、価格帯の高い業態は苦戦しそうだ。
	居酒屋（経営者）	・原材料費の値上げの話が多く、厳しい状況が続く。
	都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始の動きが昨年と比べても弱い状況である。忘年会等の予約は比較的順調ではあるが、単価がやや下落傾向にあるため、昨年以上の件数の取り込みを図っている。
	タクシー運転手	・国体が終わって以降、状況が悪くなるような傾向がみられるので、今後あまり期待できない。
	競馬場（職員）	・来場者数が前年比でマイナスとなっている。
	美容室（店長）	・消費税の再増税に対しての不安がある。
	音楽教室（管理担当）	・受験期、転勤等がこれから予想されるので、生徒数が減少する。
	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）	・入院者が増加し、顧客減となる時期である。また、消費税の再増税の動きによっては、利用控えの再発が予想される。
	設計事務所（所長）	・新しい仕事の量が減っているので2～3か月先の売上は落ちると判断している。
	設計事務所（代表）	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
	住宅販売会社（代表）	・10キロワット以上の太陽光発電の申請受付が停止されているため、消費者の住宅に対する購買意欲がさらに薄れてきている。
悪くなる	スーパー（経営者）	・政治や宗教戦争、地球環境などあまり良くない方向にあるので、悪くなる。
	スーパー（店長）	・競合店の出店が相次ぎ、周りの状況が厳しくなっている。消費税の再増税に向け、消費者の購買心理は一層冷え込むものと予想される。
	観光ホテル（総務）	・3か月後の収入予測より、悪くなる。
企業	良くなる	—

動向 関連 (九州)	やや良くなる	家具製造業（従業員）	・年末年始に向けて、家具を必要とする商業施設や飲食店の物件が確実に増えている。また東京オリンピックを控えたホテルの改装や新築が関東を中心に増えており、福岡でも徐々にその波及効果が出てきた。先行きの物件が昨年と比べるとかなり増えている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年末に向けた購入が期待できる。
		電気機械器具製造業（取締役）	・ビジネスの話が広がってきている。
		金融業（営業）	・製造業の設備投資は、今後も高水準を維持する。関連して、建設業も好調である。今後、下請企業等の中小企業にも恩恵が広がってきて、景気回復が一段階進む可能性がある。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・大幅な景気変動はないが、少し落ち着いているので若干持ち直してくるのではないかと期待している。世界経済の動向によっては大きく振れる不安感もあり、消費税の再増税が決断されれば悪影響が出る事が予想される。
変わらない	農林水産業（経営者）	・11月はギフト等の年末需要の生産も多く、冷食、加工メーカー一筋も外国産鶏肉の影響もあり国産鶏肉の引き合いが強い。居酒屋、スーパー等は、景気の中ゆるみから少し落ち込むかもしれないが、12月は年末需要及び忘年会、ギフト等大いに期待できる。	
	農林水産業（営業）	・価格は上昇基調にあるが、業界の荷不足が影響し、一般消費者の需要が伸びていない。	
	食料品製造業（経営者）	・引き続き需要が見込め、安定した製造・販売が期待できる。	
	繊維工業（営業担当）	・仕事の受注量は安定してきたが、人材不足や運送料金の高騰など問題も多い。	
	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ない。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注は、今が季節的に最盛期であるので、年末になると少し厳しくなる。しかし、新商品の結果によっては現状を維持できる。	
	鉄鋼業（経営者）	・新規の契約量が減少している。既契約の明細は入ってくるが、新規案件の契約が極端に少ない。新規建築物件の中身をみても、分譲マンションや大型RC造の建築物件が少なく、急激に需要が好転するとは予測し難い。	
	金属製品製造業（事業統括）	・在庫ばかりが増加し売上が先延ばしされている。在庫増となればキャッシュフローへの影響もさることながら、完成品在庫の倉庫保管の負担も無視できないほどである。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの担当者の意向が掴みきれないことと、その月の状態に応じてやっと動いている状態なので、2～3か月先の予測は掴みきれない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・客の引き合い案件が減少している。	
	精密機械器具製造業（従業員）	・民生用機器部品の受注が低迷している。今後の受注計画が不安定で、どちらともいえない状態にある。	
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・得意先の生産量の計画も横ばい傾向にある。	
	輸送業（総務）	・目新しい特需もなく、景気はあまり変わらないと考える。	
	輸送業（総務担当）	・貨物の荷動きが悪い状態が続いている。しばらくはこのままの状態が続く。	
	通信業（職員）	・システム関連の発注が若干伸びているものの、主事業である省エネ関連の受注が伸びず、年度内の受注状況は厳しいままと予想される。	
	通信業（経理担当）	・3か月決算が出そろったが、それを踏み台に景気が向上するようなレベルのものではない。	
	金融業（従業員）	・地元中小企業等では、円安による原燃料費の値上がりや人手不足による人件費の増大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、製造業などを中心に設備投資計画は前年を上回っているほか、公共工事の受注も高水準で推移している。	
	金融業（営業担当）	・中小企業では特に、一般消費と関連のある小売業が苦戦している。資金繰りもタイトな状況が続いており、現状好転の兆しが見えない。	
	金融業（得意先担当）	・原材料価格の高騰、並びに人材不足といったマイナス要因はあるが、各社とも一定の受注量は確保している。今後、消費税増税の影響を危惧している業者もあるが、当面マインドにおける大きな影響はない。	
	金融業（調査担当）	・建設、不動産、そして介護分野などの業績は堅調である。景気の落ち込みはさほど心配していない。	
	不動産業（従業員）	・商業施設の売上が横ばい傾向である。	

	広告代理店（従業員）	・当月の新聞折込枚数は前年比90%と更に悪くなっている。加えて10～11月に新聞折込料金の改定により値上がりする。来年、消費税の再増税を実施するかどうかで大きく局面が変わる。いずれにしても悪条件ばかりで、当面向下状況が続く見込みである。	
	経営コンサルタント	・福岡市は国家戦略特区に採択されたが、民間での意欲はさほど高くないようである。これまでの状況は大幅に良くならない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・弊社の問い合わせ件数に大きな変化がなく、また取引先からも業況に変化がありそうだという話を聞かない。	
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・消費税の再増税を気にしている人が多い。身の回りをみても、消費や飲食の機会も増加していない。	
やや悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・実感としては悪くなる。しかし、営業努力をしているので、新規の契約が決まれば少しは潤う。既存の仕事はなかなか増えないが、新規に取り組むことによって道を開いていくことができると希望を持っている。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	・現状の品不足が続けば仕入価格の高騰が続き、悪化していく。	
	建設業（従業員）	・見積の引き合いが少なくなってきた。身の回りでも工事着工率が落ちてきている。民間・公共工事ともに大型物件が少ない。また、下請の業者も一部の職種で職人が不足し、それに伴い工期が遅れるなど受注に消極的になっている。	
	建設業（社員）	・官公庁の発注量が極端に減ることは否定できない。手持ち工事の完成に向けて会社一丸となって努力をしないと、利益がでないのではないかと危惧している。	
	金融業（従業員）	・消費税の再増税は、家計に及ぼす影響が大きいという声が多く聞かれた。	
	広告代理店（従業員）	・徐々に悪くなっている。	
	経営コンサルタント（社員）	・消費税の再増税前の特需がなかった。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村の予算が少ないため、発注される土木・建築の設計や、調査・計画についての業務量が少ない。再度、低価格の入札やダンピングが発生すると予想される。	
	悪くなる	—	
雇用関連	良くなる	—	
(九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・前年比2割増しで注文がきている。年末や年度末に向けての注文が増えてくる時期になる。鹿児島市内は新店も増え活気が出ており、求人誌のページも増えている。
		職業安定所（職業相談）	・引き続き新規求人は増加傾向、新規求職は減少傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（営業）	・東京と地方での格差が明確になりつつある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内の中小企業の採用意欲は高いが、人材の確保はなかなか厳しいようだ。求人広告を出しても反応が弱く、悪循環に陥っている。
		職業安定所（職員）	・数値自体は上昇傾向を示しているものの資材高騰の影響もあり、景気回復を実感できないとする企業の生の声も多い。地方においては、都市圏ほど業況が活発であるとは言い難い状況にある。
		職業安定所（職員）	・新規求人が増加する傾向はまだ続くと思われる。月間有効求人倍率は10.8倍台後半から9.9倍台に推移していく。
		職業安定所（職員）	・企業においては、円安に伴う原材料の高騰による影響が懸念される。個人消費においては、県内の質上げの状況があまり芳しくなかった。そのため、あまり変化はない。
		民間職業紹介機関（支店長）	・年末需要など、時季特有の需要増加現象がみられない。年間を通じて、そのような特需が少なくなってきた。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・採用活動を継続している中小企業からの求人票は現在も届いているが、ある程度の落ち着き感がみられている。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業・施設への聞き取りでは、これから採用を控えるとの話や、再来年度の採用計画にて採用数減少などという話はほとんどない。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・飲食業、清掃業、クリーニング業、介護業など労働集約型の業界の採用が困難を極めている。また、建設業界も人手不足で仕事が受けられない状態が続いている。このままの状況が続くと労務倒産もあり得る。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・デフレ傾向が続き、飲食店などからの需要は多いが、求人難で給与が高くないと人が集まらない。今後、消費税増税への便乗も含めた仕入品の値上げが予想されるので、飲食店は厳しくなり、働き手も集まらないという最悪の循環になる。	
	悪くなる	—	