

<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	一般小売店〔精肉〕（店員）	来客数の動き	・テレビに出演したこともあり、来客数が大幅に増えた。	
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・土日祝共に来客数が伸びている。自家需要の化粧品が好調である。また、アクセサリー、美術、貴金属の高額品の売上が伸び、消費税増税の反動も薄れ回復が期待できる。また、レジ客数、売上増加率も横ばいからやや上昇してきた。	
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・今月の売上の見通しが前年比103.5%、3か月前比97.7%、先月比93.3%と衣料品を中心に売上が増えている。分野別にみると紳士服が前年比101%、婦人服104%、トータル衣料品106%、食品103%、家庭用品は別注や記念品が売れ117%であった。非食品の客単価は前年比105.2%、購買客数100%である。食品は物産展の客単価が前年比103%、バレンタイン用チョコレートが117%と伸びている。金額的には大したことはことないが、一般消費者の動きが若干変わってきている。また、インバウンドの中国人客が多く、前年売上の4倍であった。	
		百貨店（企画）	販売量の動き	・衣料品などのファッション関連は厳しい状況ではあるが、前年比での減少幅が縮小傾向にある。また、食料品や日用品は好調に推移してきている。	
		スーパー（経営者）	単価の動き	・全体的に景気が底上げされているので、先行きに明るい兆しが出ているようだ。	
		スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響で数値的には厳しい。	
		スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は前年比8%ほど増加している。青果、精肉、生鮮食料品を中心に伸びている。競合店の出店もなく上向きの状況である。	
		スーパー（総務担当）	それ以外	・ここ数か月前年を下回っていた衣料品・住居用品の売上も回復傾向にあり、前年を上回って推移している。	
		コンビニ（店長）	それ以外	・株価やGDPなどが良くなっている。	
		衣料品専門店（店員）	単価の動き	・客数は減ったが、単価の高い商品が売れた。まとめ買いの客が数名あり、売上は前年比120%であった。	
		衣料品専門店（チーフ）	それ以外	・春節のツアー客で、福岡市内はクルーズ船の来航とともにかなりにぎわった。その効果が売上に現れている。	
		乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・価格の安い軽自動車の購入が多く、利益が出ない。	
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・1月に販売が開始された新型車が順調に売れている。週末は来客数も多く店舗全体がにぎわった。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	来客数の動き	・例年2～3月は異動シーズンとなるので、職場への進物でコーヒーを使うケースが増える。それに伴って、来店客数が増え、客単価も上がっている。	
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・先月より来客数が増えた。	
		観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊はランタンフェスティバル開催により好調で、それに伴ってレストラン予約も順調である。宴会も昨年を上回る予約が入っている。	
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・数か月前と比べても、中国・アジア圏からの観光客が格段に増えている。	
	変わらない		商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街全体として景気は上向いていない。
			商店街（代表者）	販売量の動き	・毎年2月は景気が低迷する時期であるので、3か月前と比べると少し悪くなる。
			商店街（代表者）	お客様の様子	・国のインフレ政策にも関わらず、客の消費行動はデフレ方向に動いている。今月は年金が出ているので少し購買が増えたが、客は物を買わない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・例年2月は寒いので商店街の来街客数は少ない。今年はそれに加えて客の買上率が下がっている。消費がかなり停滞している状況である。	
		一般小売店〔青果〕（店長）	それ以外	・中央市場の相場は、寒さにより県外からの引き合いが増え高騰している。気温が安定して入荷量が増えると、県外の需要が低迷し相場が下落する。	

	美容室（経営者）	・3～5月とだんだん景気は良くなる。季節柄、人が明るくなり周りがウキウキしてくる。客の気持ちと同様に、おしゃれ産業も上昇する傾向にある。
	理容室（経営者）	・3～4月になると、卒業、入学、就職などに本人や家族が出席するので、客が増える。今月よりは良くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅関連の景気対策効果に期待している。
変わらない	商店街（代表者）	・当商店街組合員が一丸となって企画して集客に努めているが、郊外大型店に太刀打ちできない。このままでは地方の商店街が崩壊していく。
	商店街（代表者）	・収入が増えていないため変わらない。一方、経費は増えている。年金から税金を納めるのは非常に厳しい状況である。皆苦慮している。
	商店街（代表者）	・4月以降、消費税増税の影響も弱まり昨年よりも少しずつ消費や景気が回復していく。
	商店街（代表者）	・特にシニア層は物価上昇に対して年金収入は減る一方で、消費行動を後押しする材料は何一つない。
	一般小売店〔背果〕（店長）	・服飾品等は需要が高まっていると聞けが、食料品に関しては横ばいの状態が続いていく。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・ふぐの季節も終わり、新たな商材がないと厳しくなる。今までと捕れる時期がずれ、魚の旬が少しずつ変わってきているようだ。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・春に向けて新茶の時期でもあるので売上は増加するが、消費税増税後初の新茶であるため、購入単価は減少する。
	百貨店（営業担当）	・店外ホテル催事、クレジット催事は集客、売上共に好調である。高額品受注とクレジットシェアが上昇しているが、購買の二極化による顧客の慎重な消費傾向は継続している。
	百貨店（売場担当）	・大型店の売上をみると前月実績をかなりクリアしている。昨年5月は消費税増税の影響で下がったが、流的には悪い方向にはいっていない。売出しなどを仕掛けると客がかなり来る。
	百貨店（店舗事業計画部）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減を除けば、大きな流れは変わらない。株高や円安は、売上の押し上げに影響しておらず、時々、ごく一部の高額品が売れたり、外国人観光客の売上が伸びる程度である。圧倒的多数である足元商圏の消費を喚起できておらず大幅な伸びは見込みにくい。
	スーパー（経営者）	・政治の混乱の終息や、春闘の結果、統一選挙の結果次第である。
	スーパー（店長）	・1年経過し、消費税増税の影響は落ち着くが、各種食品の値上げが予定されているので変わらない。
	スーパー（店長）	・今後客数の増加は見込めず、商品の値上げがこれから発生するのでほとんど変わらない。
	スーパー（経理担当）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要とその反動減で、前年比でみると3～4月は大きく上下するが、その後落ち着く。
	スーパー（統括者）	・業況推移からも他社競合状況からみても、景気が良くなるとは思えない。
	コンビニ（店長）	・変わる要因がしばらくは見当たらない。
	衣料品専門店（店員）	・一部の富裕層が景気を押し上げているが、一般の消費はまだ抑え気味である。先行きはまだ変化がない。
	衣料品専門店（取締役）	・季節的には出歩きたくなり、新しく身に着ける物を求めたくなるはずだが、地域的に顧客が財布のひもを緩める要因がない。
	衣料品専門店（総務担当）	・物価は上昇しているが、地方都市においては収入の増加はみられず、今後景気が良くなる要素は全くない。
	衣料品専門店（チーフ）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、売上はおのずと低迷してくる。ただ、外国人の来店数が多いため、売上は横ばいを保つことができる。
家電量販店（店員）	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要と、パソコンのOSのサポート終了に伴う需要で商品が不足する程だった。今年は、その反動減で非常に物が売れなくなっている。4Kテレビが好調と言われているが、そこまで好調ではない。昨年の数字を維持するのに必死という状態である。	
乗用車販売店（代表）	・良くなるような気がしない。	
乗用車販売店（総務担当）	・1月に投入された新型車の効果が半年間程度は続く。今月と同様に来店客数の増加が見込まれ、売上と利益の確保に寄与する。	
住関連専門店（経営者）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要時期に比べると、売上は大幅に落ち込んでいるが、2月の後半の来客数、売上をみると消費者の購買意欲が出てきているようだ。一方、今年に入り家具関連企業の倒産が数件出しており、円安による原材料の値上がりや商品の仕入れの値上がりを考えると先行きは不透明である。	

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現在のレベルにて推移することを予想しており、昨年の春頃と比較すると1リットルで約20円下落している。春の行楽シーズンに自動車を利用して移動する観光・旅行が増加すると予想している。顧客の地元消費増加に期待したい。	
その他専門店〔書籍〕(代表)	・大企業は別として、給料の上昇が顕著でない。	
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)	・インバウンドに支えられる現状のトレンドは継続する。インバウンド獲得に注力していく。	
一般レストラン(経営者)	・集客数は減っていないものの、平日と金・土・日曜日の客数差が激しくなっている。気軽に外食をする層が減ってきている分、高級志向により、アッパー層の単価が上がっている。	
スナック(経営者)	・前年とほぼ同じ売上を見込む。	
観光ホテル(総務)	・3か月収入予測より、変わらない。	
観光型ホテル(専務)	・北陸新幹線開業の影響が懸念される。	
旅行代理店(企画)	・先行数値からみると特段の変化はない。	
タクシー運転手	・春闘でベースアップが多数実施されるような報道がされているので、期待したい。	
タクシー運転手	・卒業、入学、選挙でお金を使うので、県外、県内どちらもタクシー利用の期待ができない。	
タクシー運転手	・物価の高騰が予想されるなか、収入アップがどれほど追い付けるのか、不安材料が多い。	
タクシー運転手	・3月に入ると生活必需品、特に身の回りの食生活の物価が値上がりするというので、贅沢をせず買い控えるという話が多い。	
通信会社(企画担当)	・少額の受注が増えた状況ではあるが、現在、大規模な案件はない。提案しても様子見であることが多い。2〜3か月先も同様の状況が続く。	
通信会社(企画担当)	・季節要因で転居や独立による契約の増加は見込めるが、その影響を除くと横ばい基調と予想される。	
通信会社(営業担当)	・現状を良くしてくれるほどインパクトのある材料が見当たらない。	
美容室(店長)	・卒業、入学で多少客数は増えるが、景気が良くなったのではない。	
設計事務所(所長)	・良くもなく悪くもない状態で案件がきている。2〜3か月先にその結果が出るので、現状と変わらない。	
設計事務所(代表)	・好転する要素がない。	
住宅販売会社(代表)	・2〜3か月先に変わる要素はあまりない。フラット35の金利優遇など、新築に対する措置は色々あるが、それらへの反応が薄い。	
やや悪くなる	百貨店(販売促進担当)	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の影響があるのか、高額品、インポート物の動きが悪い。消費者は、本当に必要なものしか買わない傾向にある。
百貨店(業務担当)	・日用品の値上げを懸念する客が多い。株価は上がっているが、家計の負担が増えると言う客が多い。	
百貨店(企画)	・競合のショッピングセンター開業の影響が懸念される。	
スーパー(店長)	・消費税増税の影響や競合店の出店計画もあり、価格競争は厳しくなる。	
コンビニ(エリア担当・店長)	・客単価の上昇に貢献しているたばこの値上げから1年が経過する。昨年は消費税増税前の駆け込み需要で客単価が高かったが、その反動減で3月の売上は前年比マイナスとなる。他の商品で客単価を上げる要因が見つからないので、前年割れは仕方ない。	
衣料品専門店(店長)	・景気が良くなる要素が見当たらない。春先、少しは動きがあることを望む。	
乗用車販売店(従業員)	・決算も終わり、客の購買意欲もなくなっている。	
その他小売〔ショッピングセンター〕(広報担当)	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、今年の3月は厳しいと想定している。4月は昨年を上回ると想定するが、3〜4月で昨年を上回ることはない。	
高級レストラン(専務)	・先月からなかなか売上、来客数が伸びない。鹿児島市内では、あまり良くないとする人が多い。一方、外国人が少し増えてきているのは期待が持てる。	
都市型ホテル(販売担当)	・通常、3〜4月は売上があまり良くない月であり、予約量も少ない。	
都市型ホテル(副支配人)	・例年に比べて事前の団体予約が少ない。その分、インバウンドの問い合わせが増えてきているが、成約には至っていない。	
競馬場(職員)	・来客数は、前年と比較するとあまり良くない。	

		<p>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）</p> <p>住宅販売会社（従業員）</p>	<p>・4月からの介護報酬マイナス改定に伴い、大幅な減収・減益が見込まれる。経営環境の厳しさが増すことが想定される。</p> <p>・売上が過去最高という企業もあるが、今のところ一般企業においては余裕がない。儲かっている大手企業ではベースアップを実施するが、その影響をまだ受けられないので、物価上昇によって景気は悪くなる。</p>
	悪くなる	<p>商店街（代表者）</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>衣料品専門店（店長）</p> <p>高級レストラン（経営者）</p>	<p>・2～3か月先はいろいろな行事がある。卒業、入学、就職、結婚、また最近では老人ホームへの入居が多く、出費も多くなるので、景気は良くならない。</p> <p>・昨年の3月の消費税増税前の駆け込み需要、4月の増税直後の影響を考慮しても、今後の景気は、今の状況から大幅に改善しない。春闘で良い結果が出れば、賃金の上昇分が消費に回る。また、中国を中心とした外国人の消費動向が極めて活発である。</p> <p>・商店街から客の姿が消えている。たまたま客が来ても冷やかしのみである。客の購買意欲はない。</p> <p>・4月に大きな選挙が2つ控え、3月は選挙活動で企業の会食がない。通常、3月は送別会等でもう少し見込めるところだが、現状の予約状況を見ると選挙の影響が多少なりとも出そうだ。</p>
企業動向関連	良くなる	<p>電気機械器具製造業（取締役）</p> <p>不動産業（従業員）</p>	<p>・以前にないタイミングで、4月以降の仕事がちよくちよく出てきている状況である。</p> <p>・商業施設の売上が好調で高い水準で推移している。主な要因は外国人旅行者の増加で、今後も継続する。</p>
(九州)	やや良くなる	<p>農林水産業（経営者）</p> <p>繊維工業（営業担当）</p> <p>家具製造業（従業員）</p> <p>出版・印刷・同関連産業（営業担当）</p> <p>窯業・土石製品製造業（経営者）</p> <p>金属製品製造業（事業統括）</p> <p>一般機械器具製造業（経営者）</p> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <p>輸送用機械器具製造業（営業担当）</p> <p>通信業（経理担当）</p> <p>金融業（従業員）</p> <p>金融業（調査担当）</p> <p>金融業（営業）</p> <p>経営コンサルタント（代表取締役）</p> <p>経営コンサルタント（代表取締役）</p> <p>その他サービス業〔物品リース〕（支社長）</p>	<p>・例年、3～4月は行楽シーズンや異動時期で大きな歓送迎会もあり、プラス要因が多い。心配していた鳥インフルエンザの新たな発生もなく、このまま暖かくなれば問題はない。一方、資材や飼料価格の高騰で、商品の一部を値上げせざるを得ず、消費動向への影響が少し心配である。</p> <p>・中国での生産が明らかに難しくなっている。中国工場での生産の何割かが国内回帰するだけでも、数が多いので大変な量となる。</p> <p>・今後、商業施設、ホテル、オフィスビルなどの大型物件が東京で集中しており、地方の家具メーカーにも入札や見積依頼がきている。半年から1年先の具体的な物件に対する家具需要が見込め、大型商業施設の開発計画もあるため、東京オリンピックまでは確実に上向く。</p> <p>・企業や自治体における予算の年度末消化が考えられる。</p> <p>・従来の焼き物業界における商品ではなく、全く新しい商品の大きな注文が取れたので、以前よりは良くなる。</p> <p>・受注残が増加する。</p> <p>・引き合い量がかかなり多くなっており、今後、自社のみでの対応が厳しくなっている。外注を考慮する必要がある。</p> <p>・当社では、受注量に関わりなく、年間計画に対する人件費、生産額、付加価値、純利益などの伸び率で経営状況を判断している。収益性を高め、自己資本率を高めていく体制を全社一丸となって進めている。</p> <p>・昨年の販売車種の売行きが好調である。年間を通して増産計画になっている。</p> <p>・IT企業に限らず、税制改正等に伴うさまざまな仕組みの見直し等でビジネスチャンスは増えると考える。</p> <p>・原油価格の低下など、地元中小企業を取り巻く環境が好転している。公共事業の工事現場等では、人手不足もあり繁忙度合いが高い。設備投資では、最新鋭の機器の導入に踏み切る動きがみられる。</p> <p>・取引先の不動産購入が活発である。金融緩和によりレバレッジを仕掛けやすい環境が背景にある。</p> <p>・円安による製造業の国内回帰は続く。円安や株高等の心理的な好印象もあり、景気は上向きと考える。</p> <p>・2～3か月後の春先になると、季節的に良くなる。前年と比べると、4月からは消費税増税後の影響もかなり好転する。</p> <p>・当社ホームページのアクセス数や問い合わせ件数が増えてきており、企業の投資意欲が高まっていると判断できる。</p> <p>・毎年2月の受注量は少ないが、新年度になれば主に官公庁の仕事をする企業などの発注量が増加する。発注量見合いの設備増加が見込まれる。</p> <p>・商品市況は変わっていない。</p>
	変わらない	<p>農林水産業（営業）</p>	

化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気動向にあまり左右されない。	
鉄鋼業（経営者）	・相変わらず販売量は伸びず、販売価格も下がっている。新規の建築物が少なく、今後も受注が急速に回復しないので、同じような状況が続くであろう。	
一般機械器具製造業（経営者）	・円安により輸出量が伸びるとの期待感と、3月に向かって各ユーザーが在庫調整に入るとのリスクを考慮すると、今の状態で推移する。	
輸送業（従業員）	・特に良くなる要因はない。今の状況と変わらない。	
輸送業（総務）	・若干の景気回復基調にはあるが現状維持と考える。	
通信業（職員）	・年明け以降、受注量が若干持ち直し、年度目標に到達する見込みだ。新年度もしばらくは変わらない状況が続く。	
金融業（従業員）	・取引先の様子から、しばらく大きな変化はないようだ。景気が良くなるのはまだ先という見方が大半のようである。	
金融業（営業担当）	・中小企業全業種にかけて人手不足の状況が続いている。仕事を受けたくても受けることができないことも要因の1つとなり、当面足踏み状態が続く見通しである。	
新聞社（広告）（担当者）	・4月の統一地方選を控え、地方自治体を中心に新年度以降の動きは鈍い。前年度の第1四半期は、消費税増税による出稿控えが続き苦戦したが、前々年度の実績を超えるトピックスは見当たらない。	
広告代理店（従業員）	・2月の新聞折込受注金額は、前年同月比87%と今年度で最悪の落ち込み幅となった。折込の柱である流通・通販・不動産・娯楽のどの業種も過去最悪の出稿状況である。広告を取り巻く環境は悪化している。上昇の気配はない。	
経営コンサルタント	・特に顕著な動きはみられそうにない。業務拡大もしくは業務整理という流れがないとコンサルティング業務は活発にはならない。	
その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・国のまち・ひと・しごと創生総合戦略が、今年度末から実施されることになっており、市町村がさまざまな事業を検討することとなっている。福岡市もその予定にあるが、民間委託事業へどのような業務が発生するのか不明である。	
やや悪くなる	<p>食料品製造業（経営者）</p> <p>精密機械器具製造業（従業員）</p> <p>その他製造業（産業廃物処理業）</p> <p>輸送業（総務担当）</p>	<p>・昨夏の天候不良により原料が不足する見込みである。製造量が減少し、原料価格が上昇する。</p> <p>・受注先から産業用機械の大幅な生産数量減の依頼があり、非常に厳しい状況だ。受注先や中国の状況により、3月以降は不明確だがかなり厳しい。</p> <p>・取引先の製造削減により受注が減ってきている。今のところ回復の兆しがみえない。</p> <p>・良くなるような材料があまり見つからない。全体が縮小しているようである。客の話では、売上が伸びないので経費を抑えているということである。</p>
悪くなる	建設業（社員）	・来年度第1四半期の発注が全くみえない。労務単価の微増はありがたいが、発注がないと新しい労務単価も有効に使えない。官公庁の「ゼロ債」の早期発注を望む。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-
(九州)	人材派遣会社（社員）	・新年度に向けての注文が増えている。また、年度末限定の注文も例年通りきており、企業からの注文は毎月微増ではあるが、増え続けている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地域創生の動きが出始めており、地域の中小企業に女性や若年層を取り込む新聞での求人広告が増えることを期待している。
	職業安定所（職員）	・一部の業種において人手不足感がある。人手不足を解消するために、事業主が求人条件を良くし応募者を増やそうとする動きがみられる。今後、求人・求職のマッチング率のアップを期待したい。
	職業安定所（職員）	・新規求人の増加傾向は、まだ続くとみられる。12月に月間求人有効倍率は1倍を超えたが、この傾向は続くとみられる。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人意欲については、期末までは高そうである。しかし、その反動減も含めて先行きが不透明である。
	人材派遣会社（営業）	・地方への景気の波及効果は未定である。ただし、企業の業況は、東京と九州で上昇との見解もある。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・人材の採用が困難になり、同業間の競争に加え、インターネットによる求人サイトの新規参入も出てきている。各種キャンペーンなどで、低価格販売や無料で求人情報を集めるという動きが活発になっている。企業は求人コストを抑えるために、廉価な企画から利用するので、市場全体で付加価値が低下する傾向にある。
	職業安定所（職員）	・地方の中小零細企業においては、政府の経済対策の効果があまり表れておらず、賃金も上がっていない。また、消費税増税の影響で実質賃金は低下しており、消費の拡大は期待できない。

	職業安定所（職業相談）	・求人の増加傾向、求職の減少傾向は続くが、このままの増減率が続くかは疑問である。
	民間職業紹介機関（社員）	・新年度になるため、派遣依頼の伸びは一段落する。
	民間職業紹介機関（支店長）	・景気上昇や賃金上昇、求人数の増加は報じられてはいるが、人材派遣の主力であるOA事務、情報処理などの受入は横ばい状態が続いている。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・次年度向け求人の動きをみても、今年度向け求人数と極端な変化はない。大きな社会環境の変化がない限り、状況は変わらない。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・企業の採用活動の対象が現3年生に移行しているが、制度変更の初年度で企業の動きが不透明のため、景気判断は難しい。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求人の増加が見込めず、良くなる予兆はない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税から1年たち、全般的に消費が伸び悩んでいる。福岡市で大手IT企業の新築ビルの着工が大幅に延期された背景には、東京への過度な集中がある。地方では、景気好転の恩恵が今後も受けられない。
悪くなる	—	—

〈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	スーパー（店長）	・競合店や店舗の周辺環境が昨年と変わるような状況はない。昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったが、食品スーパーではその反動減の影響はあまりないようで、来月の売上高は前年比107～108%と予想する。
(九州)	やや良くなる	商店街（代表者）	・春先から中国客船の寄港の予定があり、中国人客でにぎわうと期待している。
		商店街（代表者）	・国の政策により、地方公共団体によるプレミアム商品券の売出しが行われると聞いている。それにより一時的に売上増加が期待できる。しかし、5～6か月後には売上は落ち込む。
		商店街（代表者）	・弊社は、企業の経費に関わる業態なので、年度末や異動時期の売上は上がる。
		商店街（代表者）	・これから商店街の人通りが多くなるので、購買に少しずつつながっていく。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・大口の得意先飲食店が新規店舗を出店する予定があり、それに伴い販売量が増える。
		百貨店（経営企画担当）	・円安・株高、外国人観光客の増加により都市部は好調のようだが、地方は大企業のような企業の賃金ベースアップも無く、消費者の購買力は低迷している。しかし、政府の地方創生に向けた政策や消費税増税の延期等、景気判断の好材料はあると考えられる。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税から1年が過ぎて、少しずつ購買力が戻ってくる。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響も弱まり、現在より改善する。
		スーパー（総務担当）	・食料品の売上は安定して前年を上回っている。前年割れの傾向があった衣料品や住居用品も回復傾向にある。
		スーパー（業務担当）	・テナントの入替えによる集客力の向上にはまだ時間がかかるが、生鮮・加工食品・日用品は徐々に売上が回復しており、今後の好転が見込まれる。
		家電量販店（店員）	・昨年4月は消費税増税による落ち込みが激しかったので、売上は前年比を上回る。昨年9月くらいからの流れを考えると良くなる判断している。
		家電量販店（総務担当）	・少しずつ買換え需要が起きてくる。
		家電量販店（従業員）	・新学期に向け新生活の準備が始まるので、やや良くなる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税の影響が徐々になくなりつつある。
		住関連専門店（店長）	・小売業は3月の決算で減収減益になる企業が多くなる。しかし、4月からの回復を見据えて努力を続けている企業も多く、それが報われることを期待したい。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・3月までの異動シーズンに伴い、進物、職場へのお礼の品等でのコーヒー需要が今後見込める。おそらく、3～4月までコーヒーの売上は良くなる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・今年は春の訪れも例年より早くなりそうなので、人の動きが前倒しになりそう。石油価格の低下により、行楽で車や飛行機等を使う人が増えるため、土産品の販売数量も増える。
		高級レストラン（支配人）	・翌月の予約が多い。
		観光型ホテル（スタッフ）	・順調に予約が伸びている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月の選挙で第1四半期は苦戦を予想していたが、大型商業施設や県立美術館のオープン、東九州自動車道の開通もあり、2月時点で4月以降の予約が活発に動いている。
		旅行代理店（従業員）	・政情不安や円安の影響で長らく前年割れが続いていた海外旅行が、ゴールデンウィークの日並びの良さや、韓国の回復もあり、前年を上回ってきた。
		通信会社（業務担当）	・3月は年間での最需期を迎える。先月同様、月初から商戦が盛り上がるのが予想され、販売数が増加する。
		通信会社（営業）	・異動時期や新生活の時期であり、販売消費量に期待ができる。
		ゴルフ場（従業員）	・4月以降、新年度を迎え、賃金のベースアップやゴールデンウィークなどで、ゴルフなど娯楽に対して興味を持つ人が増える。そのような客が少しずつ予約を入れる状態なので、上向いていく。

一般小売店〔鮮魚〕(店員)	それ以外	・年明けてから魚が少ない状態だ。入荷が多かったのは3～4日くらいで、本当に少ない。しかし、売れていないため魚価はさほど上がっていない。
一般小売店〔茶〕(販売・事務)	来客数の動き	・天候の影響もあるが客足は例年通り少ない。高齢客層が多いため、寒さで外出を控えている。一方、外出した際は、まとめ買いする傾向も見受けられる。
百貨店(営業担当)	お客様の様子	・来客数も減少しており、単価も落ちている。先行きの不安定感、物価上昇による買い控えが要因である。60歳以上の層にその傾向が顕著にみられる。
百貨店(経営企画担当)	販売量の動き	・一部高額品については好調に推移しているものの、衣料品、雑貨関係は依然として売上が低迷している。
百貨店(店舗事業計画部)	販売量の動き	・春節を中心とした外国人観光客による売上の伸びが大きく下支えとなった。しかし、商圏内の顧客の売上は伸びが小さく、購買傾向も大きく変わっていない。季節行事に関連したバレンタインデーや入学卒業用品の動きは堅調なものの、不要不急のファッションの動きは鈍い。
百貨店(業務担当)	お客様の様子	・春の新作入荷を客に案内しても、まだ必要ないのでしばらくして購入すると答える客が多い。必要なときに必要な物しか買えないと言う客が多い。
スーパー(店長)	単価の動き	・生鮮は好調に推移しているが、それ以外の食品の客単価は若干上がっているものの、総売上が苦戦している。
スーパー(店長)	来客数の動き	・食料品を中心とする必需品の売上は前年並みだが、衣料品や布団等は買い控えが続いている状況である。
スーパー(経理担当)	販売量の動き	・福岡地区は比較的堅調だが、北九州地区は全体的に販売量が落ちている。工場跡地への新規出店等が続いたため、過当競争となり販売量が落ちたところもある。
スーパー(業務担当)	お客様の様子	・食料品の価格強化策は一定の効果があると思われる。ただ、高単価商品を販売している専門店の不調が長引いており、トータルでは横ばい状態が続いている。
衣料品専門店(取締役)	お客様の様子	・セール品の残りを求める客が多い。季節を先取りした商品を買う客もいるが、所得の二極化をあらためて感じる。
衣料品専門店(総務担当)	お客様の様子	・比較的高齢のミセス層が主力の当店において、依然として客は購買に非常に慎重である。商品を気に入ってもなかなかその場で決定しない状況である。
家電量販店(店員)	販売量の動き	・昨年の2～3月は、消費税増税前の駆け込み需要があったため、前年比で見ると数字は良くない。一方、消費税増税直後からみると9～2月の流れはあまり変わらない。
住関連専門店(経営者)	来客数の動き	・今月半ばまでは来客数は少なかったが、後半増えてきた。キャンペーンの効果は2月の後半にでてきた。
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下げ基調から下げ止まりとなり、やや上げ基調となりつつある。燃料油の定量・定額購入の顧客が、満タン購入に変化しつつある。販売量は、前年比をやや上回っている。今後、仕入価格が上昇すると小売価格も上げざるを得ない。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕(従業員)	販売量の動き	・当社は空港のテナントに土産品を卸しているが、店舗により売上にばらつきが見られる。総体的に前年割れが続いている。
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	・インバウンドが好調に推移しており、売上は大きく前年を上回る状況になっている。しかし、インバウンドが獲得できていない施設は、前年売上を確保できていない。
一般レストラン(経営者)	単価の動き	・平均客単価は変わっていないが、注文の価格帯が、安価なメニューと高価なメニューの両極端になっている。
都市型ホテル(販売担当)	単価の動き	・売上は、前年に比べると下がっているが、例年と比べ、悪くはないようだ。
都市型ホテル(副支配人)	単価の動き	・団体客は少ないが、インバウンド客の貢献により、全体的に単価が上がっている。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・春節に合わせた中国からのインバウンドの手配数が増え、昨年と比べて大きく伸びた。
タクシー運転手	お客様の様子	・プロ野球のキャンプなどで観光客は増えているが、自家用車、レンタカー、バス利用が多く、思ったほどタクシー利用は伸びていない。

	タクシー運転手	来客数の動き	・月の前半は思ったほど人出がなく売上も伸びず低調であったが、後半はやや持ち直した。
	タクシー運転手	来客数の動き	・全体的に出控え、買い控えが多く、夜は客の動きがない。
	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・少額ではあるが追加の発注が増えた。1～2年前ではあまりなかったことで、経済が活性化してきているのではないかと。
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・転居シーズンに入り契約者の出入りは増えたが、売上の純増減数に大きな変化がない。
	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・2月は新サービスの話題などもあり、来客数は増えた。ただし、昨年と比べて週末の販売数が増えたものの、経費増を賄うまでは伸びていない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響で、入札案件の件数自体が減っている。
	ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・ゴルフの予約状況は団体旅行、会社の奨励旅行、接待ゴルフが徐々に増えつつある。客数はさほどでもないが、レストラン、ショップの利用が増え、客単価が前年比を1割以上上回っている。お金を使える業績の良い会社がここ数か月増えており、少しずつ良い方向に向かっている。
	住宅販売会社（代表）	販売量の動き	・依然として客数が増加しない。ここ最近では下がったままの横ばいである。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税に消費者も慣れてきた時期だが、食品に続き、靴やバッグ衣料品などの仕入原価が上昇している。消費者の買物は慎重な態度が目立つ。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・天候に左右された部分もあるが、衣料品、日用品関係の店舗で特に来客数が少なかった。
	百貨店（営業統括）	販売量の動き	・気温低下の影響はあるものの、婦人顧客の購買に対する関心は高まっていない。特に60歳以上の高齢顧客の購買が厳しい。
	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・本部の対策によりどうにか売上の前年割れは回避できているが、プラス1品買いの客が減っている。競合店ができたことも原因であるが、客数が伸び悩んでいる。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客の出足が少し鈍い。
	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・全般的に不調だが、携帯電話の売上だけが前年並みとなっている。
	家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減がある。前年と比較すると、冷蔵庫、洗濯機、エアコン等の白物家電が影響を受けている。
	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	・消費環境の回復の兆しがみられない。客数は横ばいであるが、客単価が昨年を割り、売上高が前年割れとなっている。不要不急の買物をしないという消費者の買物意識に加え、より価格の安いものをセールにあわせて買い回っていることが要因と推測される。
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・飲食業は2月と8月が閑散期で、大口の客の宴会等があまりなく、少人数での客の動きがほとんどであった。
	高級レストラン（専務）	来客数の動き	・思ったより良くならない。飲食関係は2月が1年で最も悪い月だが、昨年よりも悪い。選挙が控えているという不安材料がある。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・年末の繁忙期に比べると売上が減少傾向にある。
	タクシー運転手	来客数の動き	・病院通いの客がかなり減っているのに加え、夜の動きが非常に悪い。会社員が飲みに出る機会が少ないようで、歓楽街では早く閉める店が多い。
	美容室（経営者）	販売量の動き	・これから春のおしゃれシーズンに向かって景気が回復するので、今後に期待できるが、2月は非常に悪い。
	美容室（店長）	お客様の様子	・2月は1年で最も暇な時期ではあるが、今月は特に売上が悪い。来客数も減少している。
	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）	それ以外	・季節要因による入院等で、サービスのキャンセルや顧客減が発生している。また、介護報酬のマイナス改定が決まり、4月からは減収が見込まれる。
	設計事務所（代表）	来客数の動き	・地方では景気が良くなっている様子はない。

		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・マンションや戸建て住宅の分譲は、3か月前から来客はあるが成約率が下がってきている。物価上昇が先行き不安に影響している。
悪く なっている		商店街(代表者)	来客数の動き	・平日の商店街への来客数が減っている。
		商店街(代表者)	来客数の動き	・印刷関係の注文はコンスタントにきているが、来客数が少ないので売上は減少している。物品販売の客が少ない。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・年末から1月にかけて出費が重なっているため、かなり財布のひもが固くなっている。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・毎年2月は来客も少なく売上が悪いが、昨年末以来、来客数の減少傾向に歯止めが掛からない。
		自動車備品販売店(従業員)	販売量の動き	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減が影響している。
企業 動向 関連 (九州)	良く なっている やや良く なっている	電気機械器具製造業(取締役)	取引先の様子	・当社同様、他社も忙しくなっているため、生産を依頼しても引き受けてくれない状況である。
		繊維工業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・他の生産工場の跡取りがおらず閉鎖されるため、その分が回ってきただけなのかもしれないが、仕事の受注は増えている。工賃も少しずつ良くなってきた。中国生産が国内に戻りつつある。
		家具製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・今回は商業用家具の受注が前年比で10%以上増えている。高額家具の動きも良く、輸入品について為替の影響分を価格に一部転嫁したが、動きは鈍っていない。
		金属製品製造業(事業統括)	受注価格や販売価格の動き	・年度末の受注残が前年比10%増となった。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・装置設計部門、機械部品加工部門とも受注が混み合っている状態である。先月に比べ仕事量が急になった。
		輸送業(総務)	受注量や販売量の動き	・燃料価格が安くなっていることや、株価の上昇もあって荷動きは良くなっている。
		通信業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・マイナンバー制度の導入における既存ITシステムの膨大な改修作業が控えており、それに伴った受注が増加している。
		金融業(調査担当)	取引先の様子	・取引先の動向として、不動産の売買が商業・住宅地の人気地区において活発である。
		金融業(営業)	取引先の様子	・製造業は概して好調である。円安により、海外発注から国内協力企業へ回帰するメーカーの動きも目立つ。小売業も消費税増税後の調整が終わったようだ。
		経営コンサルタント(代表取締役)	受注量や販売量の動き	・当社の受注件数・金額が増えている。
変わらない		その他サービス業[物品リース](支社長)	取引先の様子	・4月以降の設備投資案件が増加している。また、補助金を活用した老朽化設備の更新についても問い合わせ多い。
		農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・例年通り1~2月の売上は、12月の反動もありあまり伸びない。ただし、今月の商品引き合いは、例年と比べるとかなり強かった。特に、加工メーカー筋の引き合いは、円安で輸入物が高いことや、国内の鶏肉生産が伸びていないことが背景にある。大手ハンバーガーチェーンの賞味期限切れ使用肉の件が大きく影響しており、国産志向が高まっている。スーパーや居酒屋も例年に比べかなり引き合いが強く、売上は年度計画を上回る見込みである。
		農林水産業(営業)	受注価格や販売価格の動き	・商品市況は変わっていない。
		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・国産材料で食品を製造しているが、引き合いが多くなっている。円安と安心安全を求めた国産需要の増加が要因である。
		化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・当工場の製品は景気動向にあまり左右されない。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・定番商品の動きがあまり良くない。新商品のブランド商品が少し動いている状態である。業界全体としては、商品の荷動きが低下しているようだ。
		一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・先月に比べると受注量がそこそこ動いている。今の状態が続くと若干良くなる。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・計画通りの量を発注してもらえないのが大きな問題である。受注量が安定してくると景気は良いが、変動が激しく、3か月前の計画がなかなか実施できない。
		その他製造業(産業廃物処理業)	受注量や販売量の動き	・通常の取引量は減っているが、取引先の工場閉鎖等によるライン解体などで仕事が増えている。

	建設業（社員）	競争相手の様子	・公共工事の手持ち工事がなくなり、民間企業にも営業をしているが実績が上がらない。地方の建設業者は、公共工事への依存が高く官公庁の発注に期待するしかない状況である。早期の繰り越し工事の発注を望む。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・円安などによるコスト増に直面している企業がある。また、住宅建設は前年を下回っている。一方、労働需給の改善から雇用所得がやや増加している。百貨店、コンビニ等の売上もやや持ち直してきている。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・企業では、建設業が工事受注増で良いようだが、消費の落ち込みで小売業等は悪いようだ。家計でみると、ガソリン価格が今のところ落ち着いているので、悪化傾向は若干和らいでいる。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・小売業など、一般消費者に直接関わる業種の売上は低迷したままである。現状は変わらない。
	新聞社（広告担当者）	受注量や販売量の動き	・通信販売や旅行の広告は前年並みの出稿量だが、前年広告出稿の多かった太陽光関連の住設メーカーの出稿がなくなった。全体の出稿量は、前年比90%に届くかどうかの状況である。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・企業対象のセミナーを企画しているが、反応が鈍く参加申込も少ない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・例年と比較すると悪いわけではないが、昨年が消費税増税前の駆け込み需要で非常に売上が増えたため、今年は悪いという印象を持ってしまう。
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村から委託される公共の建築、道路等の設計の業務は件数が少なくなっているのに加え、受注額が少なく、入札などで低価格となっている。
	やや悪くなっている	輸送業（総務担当）	取引先の様子
		不動産業	受注量や販売量の動き
	悪くなっている	○	○
雇用関連	良くなっている	-	-
(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
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き
		職業安定所（職員）	それ以外
		職業安定所（職員）	求人数の動き
		職業安定所（職業相談）	求人数の動き
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き
	変わらない	人材派遣会社（営業）	求職者数の動き
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月と比較し、若干減少している。また、雇用形態においても正社員求人の割合はあまり伸びていない状況にある。
	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・全体的に求人数が増加していない。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	採用者数の動き	・企業は2016年度卒業生対象の採用にシフトしているが、2015年度卒の求人も若干届くことがある。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は前年比108%で推移している。情報分野・サービス分野・福祉分野・建設分野での増加率は高い。なかでも建築分野は前年比126%で推移している。次年度向け求人も、今年度同等の引き合いを受けている。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・生命保険会社の事務機能移転につき、一部の求人数は増えているものの、その他の業界での活発な採用の動きはない。
悪くなっている	—	—	—