

〈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	商店街（代表者）	来客数の動き	・駅ビルのオープン後、商店街に通じる道に美術館が でき、また7月からプレミアム付商品券の販売が始 まった。それらの効果で来街客数がかなり増え、売上 も上がっている。
		スーパー（業務 担当）	来客数の動き	・8月末での閉館が近づくにつれ、客数・売上点数共 に増えており、今月の売上は前年比で約2倍まで伸長 する。
		スナック（経営 者）	来客数の動き	・6月の売上が良くなかった分を、今月で取り戻し た。前年比で客数、売上ともに増えている。
		都市型ホテル （副支配人）	単価の動き	・ここ数か月と同じように、インバウンドやイベント 時の宿泊客による単価のアップが続いている。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	販売量の動き	・プレミアム付商品券の分の売上増があった。
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・今月に入り来客数が微増しており、購買客数と売上 が増え、景気はやや良くなっている。
		一般小売店〔精 肉〕（店員）	販売量の動き	・全商品で販売量が増えている。
		百貨店（店舗事 業計画部）	お客様の様子	・長梅雨・台風の影響が大きく客足は鈍い。その一方 で、紳士スーツ・ブランドバッグ・アクセサリなど で品質がよいものは、セール品でなくても順調に売れ ている。
		スーパー（店 長）	販売量の動き	・生鮮品の単価上昇の影響もあり、売上は順調であ る。天候にもよるが、このままの推移を予測してい る。
		スーパー（店 長）	来客数の動き	・夏物衣料は前年比80%と苦戦している。雨が多かつ たため野菜が相場高で、前年比115%で推移してい る。生鮮食料品も相場高で前年比103%となってい る。この状況は、今後1～2か月は続く。
		スーパー（店 長）	販売量の動き	・プレミアム付商品券の効果があり、食料品を中心に 売上は前年比プラスである。
		スーパー（統括 者）	販売量の動き	・売上が3か月前と比べて増えており、また前年比で も良くなっている。
		コンビニ（店 長）	販売量の動き	・前年と比較すると良いが、前年が悪過ぎたのかもしれ ない。
		家電量販店（店 員）	販売量の動き	・前月からずっと雨だったため少し出足が悪かった が、前月悪かった分の反動もあり、ここにきて売上が 前年比プラスになり、若干良くなっている。
		家電量販店（広 報・IR担当）	販売量の動き	・4月以降、前年を超えて推移しており、やや良く なってきた。
		その他専門店 〔コーヒー豆〕 （経営者）	お客様の様子	・7月に入り、売上は前年同月比で105%と増加して いる状態である。客単価は微増である。また、新規の 客も増えている。
		観光型ホテル （スタッフ）	販売量の動き	・近隣施設の世界遺産登録で、宿泊予約はかなり伸び ている。ビヤホールや宴会件数、レストラン利用客も 増えている。唯一減少しているのは、ウェディング件 数である。
		都市型ホテル （販売担当）	販売量の動き	・宴会利用、宿泊利用が今月は多く、レストランもプ ラスの売上になる予定である。婚礼は件数が下回り、 売上もマイナスであるが、全体的には良い月であつ た。
		タクシー運転手	来客数の動き	・県内の施設が世界遺産登録をしたことで、観光客が 今月半ばから増えており、その影響が当地にも及んで いる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・日中の客の乗車率が高く、売上も伸びている。夜の 客も、若干増えたようだ。
サービスの動向 を把握できる者	それ以外	・関係取引先の工事量・受注量が増加している。		
住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）支援 事業の四次公募があり、受注棟数が前月比1割増と なっている。		
変わらない	商店街（代表 者）	来客数の動き	・例年、梅雨の季節は来客数が見込めないが、今年は 7月末になっても九州北部は梅雨明けしておらず、来 客数はかなり厳しい状況である。	
	一般小売店〔鮮 魚〕（店員）	お客様の様子	・土用のうしの日があったが、売れている店と売れて いない店がある。これから、淘汰される店と生き残る 店が分かれてくるだろう。	

一般小売店 〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・梅雨の時期は、来店客は少ない。どうしても、天候に左右されてしまう。夏場の売れ筋は麦茶類なので、単価が低く売上も少ない。
百貨店（総務担当）	販売量の動き	・近隣競合施設の改装による飲食街の閉鎖に伴い、当該施設の飲食テナントの売上が急増しており、全体の数字は前年を大きく上回っている。だが天候が安定しないせいか、アパレルや服飾雑貨の夏物クリアランスや、水着等の季節商品の動きが鈍い。
百貨店（営業担当）	来客数の動き	・月初からの天候不順による来店者数の減少を、クレジットポイントセールや催事、食堂街のリニューアルオープンでばん回した。店頭で賑わいが戻り、紳士衣料や紳士雑貨、婦人雑貨は回復の兆しが見えたが、主力の婦人衣料は苦戦している。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・わずかながら前年比プラスの見込みである。内容は、前年とあまり変わっていない。
百貨店（企画）	販売量の動き	・月初のプレミアム付商品券の販売により来客数は増えたが、実際に券の利用による売上増には至っていない。相変わらず婦人服は苦戦している。
百貨店（業務担当）	お客様の様子	・夏物衣料品のセール時期だが、前年にも増して、客が買い物に慎重になっている。いくら価格面でメリットがあっても、本当に自分に必要なのかどうかを考えて買う客が多い。
百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・当店の今月の見通しが103%、競合店はいずれも約106%で前年実績をクリアしている。プレミアム付商品券が発売されて、食料品を中心にかなり効果が出ている。特に生鮮食品やグロスリー等では顕著だ。入店客数も、前年を上回っている。インバウンドによる売上が前年比155%と増えており、その中で化粧品の上上が占めるシェアが30%となっている。
百貨店（営業統括）	お客様の様子	・婦人高齢客の購買が極端に落ちている。婦人衣料のクリアランスとお中元ギフトで顕著だ。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・官公庁や一般企業でボーナスが出たからか、動向は良い。
スーパー（店長）	販売量の動き	・生鮮食品を中心に食料品の売上は好調に推移している。客単価もそれなりに落ち着いて好調であるが、長雨の影響で衣料品の売上は苦戦している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・例年に比べ気温が低く、梅雨もなかなか明けない。メリハリのない天候のせいか、飲料などの季節商材の動きが良くない。また、食料品全般で原価が値上がりし、消費が伸びていない。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・コンビニエンスストアという店の性格もあり、客は必要な物しか買わない。キャンペーンや値下げを行っても、あまり購買に結びつかない状況である。
コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・自治体のプレミアム付商品券を利用した購買者が多く、よりお得感がある商品を買う傾向にある。発行数を増やしてもっと利用しやすくすれば、景気回復につながる。
コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・客数自体は前年より少しは伸びているが、客の買上点数が減っている。プライベート商品の粗利率は改善し、コーヒーやスイーツの売上は、新商品の発売で前年以上に増えている。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・プレミアム付商品券が月初めに発売された。発売に合わせて開催した商店街のイベントには少し反応があったが、その時期だけで終わっている。景気が良くない傾向は変わらない。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・この2～3か月、客数の変化はない。景気そのものもあまり変化はないようだ。
衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・前年に引き続き夏セールの盛り上がりが少ない。雨が多くて天気にも恵まれず、客足が伸びなかった。セール売上は前年割れの結果になった。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・セール期間中だが、客は必要な服以外は買わなくなった。以前は、セールで安くなった分、余計に買う人も多かったが、今年の販売数は例年よりも厳しい。3か月前に比べると、もっと販売数が増えてもよいのだが、客がシビアになっている。
衣料品専門店（総務担当）	競争相手の様子	・競合店の責任者の話では、消費税増税が実施された前年4月以降、前年比がプラスにならないとのことで、当店も同じ状況だ。これは百貨店の衣料品関連の売上をみても同様で、改善の動きはみられない。
乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・サービス目当ての客の来店ばかりで、新車目的の客の来店が少なくなっている。

	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・新型車が発売になったが客の反応は鈍い。既存客の買換えがほとんどであり、フリー客の姿はあまり見かけない。
	乗用車販売店 (代表)	競争相手の様子	・良い話を聞かない。
	住閑連専門店 (経営者)	来客数の動き	・プレミアム付商品券の発売やイベント参加が売上につながり、今月は消費税増税前の水準に戻ってきた。
	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高止まりからやや下がる傾向にあり、販売量は前年並みである。顧客の様子をうかがうと6月下旬から7月にかけて賞与が支給された。前年並みか、やや増えたとの声が聞かれる。
	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	・来客数は多くなってきたが、例年と比較して梅雨時期の晴れの日が極端に少なかったため、客の気分的な問題で商品の購入が少なかった。
	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	・プレミアム付商品券の発売で若干効果がみられた。特に食品は前年を超えている。特別な購買のために商品券を購入するというよりは、日常の買物に使われた感がある。事実、衣料品については目立った動きがみられず、前年割れとなっている。
	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	・インバウンドによる売上が伸びており、前年を上回ることができた。ただ、地元の顧客による売上は伸びているとは言い難い。
	高級レストラン (支配人)	単価の動き	・通常よりワンランク上の料理を選択する客が多かった。
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・来客数も含めて現在の景気は、海外からの観光客の消費に支えられている。
	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・都市部の宿泊需要が好調で、予約が取りづらいう状況が続いている。9月の大型連休もあり、夏休みは近場の旅行で済ませる傾向がある。
	タクシー運転手	来客数の動き	・天候不順で梅雨明けも遅れたが、観光客の増加や大規模なイベントがあったおかげで週末は活気があった。
	タクシー運転手	お客様の様子	・豪華客船が着港し観光客が増えたが、キャパシティの問題もあり、一度に来ても対応できない。景気が良くなっているように見えるが、少しは人の動きを考えたほうがよい。
	ゴルフ場 (従業員)	来客数の動き	・前月から天候不順が続き、予約のキャンセルが増え、来客数が伸びない状態である。
	競馬場 (職員)	販売量の動き	・今年は前年の売上をずっと上回っている状況である。今後もこの傾向は変わらないだろう。
	理容室 (経営者)	単価の動き	・最近は単価が安いコースを利用する客が増えており、売上アップにつながらない。
	美容室 (店長)	お客様の様子	・プレミアム付商品券の影響で景気が良くなると期待したが、あまり変わった様子はない。
	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	・消費税増税による負担増のせい、利用を控える客が多い。
	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕 (営業)	来客数の動き	・来客数をみると、景気は変わらない状況である。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・マンションと土地の分譲は、悪天候のせいで来客数が非常に少なく、契約にも至っていない状況である。他業務でカバーしており、現時点の売上はそんなに変わらない。
やや悪くなっている	商店街 (代表者)	販売量の動き	・商店街全体として、売上が芳しくないと聞いている。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・天候不順であったため、客の購買意欲は低くなっている。少し転機が良くなっても購買意欲は回復せず、値下げをしても購買には至らない。景気が良いとは決していえない状況である。
	商店街 (代表者)	来客数の動き	・弊社は天候に左右される物品販売業のため、梅雨時期は来客数が減少する。

		商店街（代表者）	来客数の動き	・天候の影響で、来店客数が極端に減った。
		一般小売店〔青果〕（店長）	それ以外	・この暑さで県産の野菜が少なく、ほとんどが県外産である。雨や急激な暑さの影響で、野菜が高騰している。ただでさえ需要が少ない時期に単価が上がったせいで、売上、利益がかなり悪化した状態が続いている。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・消費の二極化が更に鮮明になってきている。富裕層の消費はとても活発だが、一般層については厳しい状況である。これから期待できるのはインバウンドである。当社のインバウンドの売上は前年の3.5倍になった。中国情勢など不安材料はあるものの、今後、間違いなく消費の好循環を生む原動力になるだろう。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・天候不順の影響もあって来店客数が減っており、特に食料品、家庭用品、衣料品、非食品の買上が非常に減っている。
		衣料品専門店（チーフ）	お客様の様子	・夏のセールが始まったが、客の低価格志向により、前年に比べ買上単価が低く、数量も減少している。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・長雨と台風の影響で季節商材の動きが鈍い。
		ドラッグストア（部長）	販売量の動き	・平年より降水量が多く、気温が低いことなどから、客の動きが想定していたよりやや少ない。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・株主総会など、企業の会食の予約が少しずつ入ってきたので、2～3か月前に比べるとまだましになり、若干良くなった。
		競輪場（職員）	販売量の動き	・販売量が、前年比で若干マイナスで推移している。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・数字が上がらない現実があり、得意先と話してもネガティブな話題になることが多い。
		音楽教室（管理担当）	来客数の動き	・これから塾などにお金がかかってくるので、稽古事にはだんだんお金をかけないようになる。
	悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・今月は天候が不順だった。商店街では年配の客が多いので、雨が続くと来店頻度が下がり、なかなか売上に繋がらない。
		高級レストラン（専務）	来客数の動き	・来客数も売上も減ってきている。台風が来る回数が平年より多く、景気が悪くなるような情報を聞くことが多い。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・客の数がめっきり減っている。
企業動向関連 (九州)	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・ホテルやレストランといった商業施設からの家具受注が伸びている。高額商品の動きが良く、平均受注額も前年比で約10%アップしている。
		金属製品製造業（事業統括）	取引先の様子	・顧客である建築業界は受注残が増加しているものの、人手不足で工事が進まない状態が続いている。粗利が大きいものだけを選んで受注しているようにも見受けられる。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体分野の顧客からの受注量が少し減ってきた。しかし、それ以外のこれから設計する設備では受注量が増えている。
		電気機械器具製造業（取締役）	受注量や販売量の動き	・車載関連半導体での引き合いが増加している。
		建設業（社員）	競争相手の様子	・受注の偏りはあるが、官公庁からの発注が増加し、入札物件を選ぶ余裕も出てきた。これから発注のピークなので、もっと食欲に受注していきたい。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・公共工事はやや減少してきている。一方、雇用や所得が改善してきたため、百貨店やスーパーでは飲食料品や宝飾品の売上が好調である。
		広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・前年並みであるが、5～6月と比較すると良い。
		経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・客数が前期比10%増となっている。良い商品を選んで買う傾向にある。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・実感としてそれほど良くなったわけではないが、一時期の厳しい状況から考えると若干好転しつつあるようだ。建設や飲食等が夏場に向けて良くなっている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先から、「積極的に人材採用をしている」と聞くことが多くなってきた。

	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・決算が終わり、好調な業績の取引先が多い。不動産販売、賃貸業の顧客は年商が1.5倍になり、従業員の給与も大幅アップとなった。倉庫業の顧客は計画外の大規模設備投資を実行する予定である。	
変わらない	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・梅雨明けの遅れや大雨で、期待ほど伸びていない。特にスーパー、居酒屋関連が顕著である。ただ原料事情が好転したため、工場の生産量は増えている。全体としては計画通りか、やや下回る程度だ。	
	農林水産業（営業）	受注価格や販売価格の動き	・国内在庫の状況が好転していないので、変化はない。	
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・7月は、年間で最も原材料の収穫が少ない月である。通常であれば工場稼働率が低下するのだが、今月は比較的受注が多く、工場も稼働している。	
	繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・受注が減った取引先もあるが、同じぐらいに新規顧客も増えている。競合企業の数が減りつつある。取引先のビジネスが縮小し、また、競合企業の数が減りつつある。	
	化学工業（総務担当）	それ以外	・生産量、販売量ともに安定している。	
	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・客の動き、販売量ともに変わっていない。	
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・全体的には低迷気味で、取扱高は少ない。	
	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・荷物量は、例年と比べて多いとも少ないとも言えない。一部の顧客の影響で、荷物量が極端に減ったが、これは先方の個別事情によるところが大きい。	
	輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・荷物の動きでは大きな変化は見受けられない。	
	通信業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピック開催が近づくにつれ、景気マインドも実際の景気も上昇する。それまでしばらくは停滞が続く。	
	金融業（営業）	取引先の様子	・製造業や建設業、サービス業などの分野で景気は悪くない水準にあるが、景気の前向き性がプラスであるとは言えない。	
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・マンション業者は、在庫不足による需要の強さを指摘しているが、建設費高騰や土地仕入れの難しさがボトルネックとなり、思うような営業（土地仕入れ→建設→販売）ができない様子である。そのため、マンション販売といった経済活動に制約ができ、景気回復にブレーキがかかっている。	
	やや悪くなっている	新聞社〔広告〕（担当者）	受注価格や販売価格の動き	・韓国で発生したMERS（中東呼吸器症候群）の影響による海外旅行関連の出稿落ち込みや、前年大量出稿があった太陽光発電関連の出稿がないなどマイナス要因が多く、全体では前年で90%ようやく届く見込みである。
経営コンサルタント		それ以外	・年に数回、有料セミナーを開催しているが、その参加数で判断する限り、参加数は低迷気味で景気は上向いていない。	
窯業・土石製品製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・レギュラー品、特に量販店や百貨店で売れている商品の動きが悪い。売上も前年比15%マイナスになっている。	
一般機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・顧客企業によると、ヨーロッパへの輸出品の動きが悪いとのことである。	
電気機械器具製造業（経営者）		取引先の様子	・2～3か月前の受注が落ち着いたので、これから先の1か月はこれに対応していく。8月下旬からは、受注が多少増えてくると期待している。	
悪くなっている	金融業（従業員）	取引先の様子	・1か月以上続いた天候不良によって、農作物の収穫に悪影響が出てきた。消費も低迷している。	
	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・当地の主要産業である土木建設工事業の状況を見ると非常に厳しい。公共工事を始め、民間工事の発注件数も例年に比べ少ない。材料の単価等も上がっている。	
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	・今までの時間単価では、直接雇用のパートやアルバイトが集まらない。売り手市場になっている。

	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・福岡のホテルや流通関係者に聞くと、東アジアからの観光客の増加と共に、宿泊、買物の客足が伸びている。いわゆる「爆買い」のように、大量に土産物を購入する観光客も多い。
	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0.6%の微増となっている。産業別にみると、建設業、製造業、運輸業、郵便業、宿泊業、飲食サービス業で増加し、卸売・小売業、医療福祉、サービス業で減少した。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数はここ数か月横ばいだが、前年同月と比較すると上回っている。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・工場や洗い場・清掃等の求人が増えたが賃金は変わらず、安価なままである。紹介予定派遣の依頼も増えてはいるが、賃金が安いままでは人が集まらない。
	人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・大企業だけでなく、地場中小企業でも採用気運が高まっている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・正規雇用は増えているように見受けられない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新聞への求人広告掲載をみても、求人数は堅調に推移している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数全数に占める正社員求人の割合が5月以降前年同月比で増加していることから、事業所がこれまで有期雇用としていた求人を正社員に転換しているとも見られる。しかし、人手不足に伴う対応であるとも考えられるため、好景気を背景にして正社員割合が伸びているとまでは言えない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年同期比で微減で落ち着いてきている。
	職業安定所（職業紹介）	求人数の動き	・新規求人数及び有効求人数が横ばいか、わずかに減少している。
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・事務派遣の依頼は落ち着いて、春先よりも依頼件数は若干落ちている。
	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・求人数が前年同期比で微増程度である。増加傾向を示さない。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・8月の採用選考開始を前に、企業からの説明会案内などは増えているが、景気の動向との直接的な関係は薄い。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・長期派遣求人数が落ち込んでいる。
	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・登録者数もほぼ横ばいで、増えていない。また、新聞や求人誌に掲載しても、問い合わせが減ってきている。
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	・当社調べの求人広告掲載件数がここにきて前年比を下回ってきた。当社も前年比で10%下回っている。また、ネット求人など新規参入の媒体にも求人情報が流れているため、業界での競争が一段と激化してきている。

＜ 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）	・9月にプレミアム付商品券が発行され、商店街全体で販促をするので、各店舗に影響があることを期待している。
		商店街（代表者）	・客単価が上がっているので、景気は少しずつ上向きになると予測する。
		百貨店（営業担当）	・お中元ギフトは購買客数とお届け件数は減少しているが、商品単価がアップし、客単価は維持している。贈り先の絞込みが進んでいると言えるだろう。ギフト売上金額に占めるプレミアム付商品券のシェアは1割強。まだ券を使いきっていないようで、今後の利用が期待できる。
		百貨店（販売促進担当）	・クリアランスも終わり、秋冬物の重衣料の動きに期待している。
		百貨店（企画）	・競合出店の影響が、徐々に和らいでいくことを想定している。
		百貨店（店舗事業計画部）	・9月の大型連休で九州への旅行者が増え、買上が増えるのを期待している。また、9月末に韓国の連休の中秋節があり、続いて10月初旬に中国の連休の国慶節があるので、インバウンド消費も増えると見込んでいる。
		百貨店（売場担当）	・入店客数の前年割れが続いていたが、7月は103%台となり、ようやく水面から顔を出した。プレミアム付商品券の使用期限はまだ先で、今後、食料品の売上の底上げを期待している。衣料品の売上は、紳士服が前年比99%、婦人服が99%である。雑貨はインバウンドによる化粧品売上が高く、化粧品全体で見ると前年比123%、宝飾等を入れた雑貨トータルでは118%になった。客単価は非食品が101.4%、食品が100%で、落ちていない。
		スーパー（経営者）	・ギリシャの経済問題が一応落ち着き、株価も安定しているので、やや良くなる。
		スーパー（店長）	・中高年層の客単価が上昇しており、今後、さらに期待できる。
		スーパー（総務担当）	・来店客数も前年を大幅に上回って推移しており、客単価も上向きの傾向である。
		スーパー（業務担当）	・当店の店舗閉鎖後、近隣の競合店に売上が分散して、一時的には各店の客数が上昇する。季節商品の動向も、暑さの影響で衣食住すべての部門で前年を上回っている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・プライベート商品を5個買うと、さらに1個もらえるという施策を行っているので、プライベート商品が売れていくだろう。本格的な夏に向かって気温が上がっていくと、売上も少しずつ伸びていく。
		コンビニ（販売促進担当）	・消費税に対する慣れが消費の拡大につながり、販売数量を底上げしている。今後、このまま状況で推移していく。
		家電量販店（従業員）	・暑さから冷房器具の購入が増える。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・夏は、豆ではなくアイスコーヒーなどの飲料がよく動く。また、客がふだんの買い物にプラスしてギフトを購入するので、売上が上がる。
		ドラッグストア（部長）	・梅雨が長びいて暑くなる時期は遅くなったが、8月以降の気温・降水量は平年並みと予想されていることから、売上も持ち直すのではないかと考えている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・プレミアム付商品券の発売による消費の活性化を期待している。梅雨明けも遅れ衣料品の季節商材の動きも悪いが、これからのお盆商戦、9月の大型連休に尽力する。
		一般レストラン（経営者）	・プレミアム付商品券の利用効果が出ている。特に、商品券を利用して、今までとは違う客層がランチタイムに来店している。一過性のもので終わらないよう、期待している。
		観光型ホテル（専務）	・秋の予約状況が好調である。
	旅行代理店（従業員）	・海外からのクルーズ船の入港が増え、バス手配が非常に増えてくる。秋口は国内旅行もシーズンに入り、バスの確保ができにくくなる。	
	旅行代理店（企画）	・韓国のMERS（中東呼吸器症候群）やヨーロッパ情勢が落ち着くのを期待している。やや良くなる。	
	サービスの動向を把握できる者	・関係取引先の受注量が増加している。	
	住宅販売会社（従業員）	・ZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）支援事業の5次公募が8月に予定されており、引続き客数、販売量がやや良くなる。	

変わらない

商店街（代表者）	・身の回りの年金受給者は購買意欲はあるが、購買力が低い。年金から差し引かれる金額が増え、実際の収入が減っている。世間では景気が良くなったと言っているが、決して良い状況ではなく、将来に対する不安感も大きい。
商店街（代表者）	・全体的に良くなっている今の状況は続くが、それが更に上向いてはいかない。
商店街（代表者）	・8月に入ると単価が少し低くなるので、売上の増加はなかなか厳しい。
商店街（代表者）	・8月はお盆で帰省する客が多く、また、9月の大型連休を控えて節約をする家庭も多いので、食費のウエイトがかなり少なくなる。
一般小売店〔精肉〕（店員）	・景気変動の要因が見当たらない。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・現状は厳しい部分もあるが、今後、涼しくなって漁獲量が上がればチャンスはある。売れない店が努力をしていかないと、小売業はますます縮小していく。
百貨店（業務担当）	・消費税増税前と比べると、買物について慎重な客が増えている。新しい商品だったり値段が下がったりしても、積極的に買おうとする客が少ない。この傾向が変わらない限り、景気は好転しない。
百貨店（経営企画担当）	・消費税増税以降、地方では個人消費の低迷が続いている。特に中間層の客数や客単価の減少傾向が強い。
百貨店（営業統括）	・メインターゲットの婦人顧客による衣料品の売上が、今後も引き続き厳しい状況で推移すると予測している。
スーパー（店長）	・梅雨明けが遅く雨が多いので、野菜相場が前年比115%となっている。8月も野菜の相場高が続き、前年比はクリアできそうだ。競合の出店もあまりないので、ここ2～3か月はこのまま推移していく。景気は今までの流れと変わらない。
スーパー（店長）	・依然として消費者の購買意欲は上がっているという実感はない。競合店の出店もあり、競争は今以上に激化する。
スーパー（店長）	・食料品の値上げの影響で、プレミアム付商品券の効果も薄れてくる。
コンビニ（経営者）	・夏の賞与が良いという話をニュースで見るが、コンビニの客である末端の庶民までは、大企業の好景気の影響は及んでいない。したがって良くなる材料、悪くなる材料のどちらも見当たらない。
コンビニ（エリア担当）	・プレミアム付商品券は、今後も継続して利用できるようになると、景気に影響してくると考える。
衣料品専門店（店長）	・引き続きプレミアム付商品券関係のイベントを開催しているが、来客数もいまいちで、今後の景気の基調は変わらない。
衣料品専門店（店長）	・景気の変動があまりない。ここ2～3か月はそんなに変動はないようだ。
衣料品専門店（店員）	・フリー客の来店数が増えず、常連客の買上に頼っているとこがあるが、常連客の客単価が下がってきている。
衣料品専門店（取締役）	・3か月後の10月は秋真っ盛りの実需期となる。この時期の客は、必要な物を必要な分だけ買う傾向にある。購買に慎重で、この傾向は変わらない。景気が良くなる要素は何一つ浮かばない。
衣料品専門店（総務担当）	・なんとか、いまと変わらないレベルで維持したい。
衣料品専門店（チーフ）	・夏のセールも落ち着き、新作の案内等が増えてくるため、需要は徐々に高まっていく。
家電量販店（店員）	・落ち込んだ月の翌月は、反動で上向きになり、さらにその翌日はまた落ち込むという状況がずっと続いている。3か月後もこのトレンドは変わらないと考えている。
家電量販店（店員）	・当店は売場面積の関係上、プレミアム付商品券の500円券が使えるため、商品券利用の来客が多かった。これは想定外のことだった。ただし、大方が使い終わっているようなので、来月以降、今月のような伸びは期待できない。
家電量販店（総務担当）	・天気次第なので、予想が難しい。
家電量販店（広報・IR担当）	・上昇傾向にはあるが、良くなるとはっきり断言できる材料はない。
乗用車販売店（従業員）	・目玉商品もなく、ボーナスが出てもなかなか車に使おうとしない。
乗用車販売店（総務担当）	・年末に発売される新型車に期待する。それまでは売上、収益ともに厳しい状況が続く。
乗用車販売店（代表）	・変わるような気配すらない。
住関連専門店（経営者）	・来客数が少し戻ってきているが、景気が回復しているという話や良くなったという話は、地方ではまだ聞かない。

その他専門店〔書籍〕 (副店長)	・予想以上に7月の売上が伸び悩んでいるが、7月下旬から多子世帯応援券、8月からプレミアム付商品券の店頭利用が開始するので、現状維持くらいになってくれるのではと期待する。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕(統括)	・夏季賞与が支給された。顧客は、必要な商品を計画的に購入して、思いつきでは買わない様子がうかがえる。行楽の予定等をうかがうと、9月の大型連休は飛行機による遠距離旅行か、自動車による「安近短」の旅行のどちらかが中心である。燃料油やカーケア商品の購買に期待したい。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕(従業員)	・梅雨明け後の極端な猛暑のため人の動きが悪い。客の出足が悪いので、販売の増加は見込めない。ただし、プレミアム付商品券の使用が増えれば希望が持てる。
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)	・物価高、衣料品不振などによる地元顧客からの売上低迷は継続する。インバウンドでそれを補うという構図はしばらく続く。
高級レストラン(支配人)	・夏季賞与などの影響も減る。
一般レストラン(スタッフ)	・変わるような理由がない。
都市型ホテル(販売担当)	・先はあまり見えてないが、9月までは売上は好調である。
都市型ホテル(スタッフ)	・エリア内に新規開業したホテルの影響で、個人の宿泊客数は前年比80%で推移している。市内の稼働率は上昇しているが、単価面で大きな変化がないため、今後も苦戦が予想される。宴会・レストラン部門が堅調に売上確保しているため、全体では前年並みと予測する。
都市型ホテル(スタッフ)	・海外の景気が悪くならない限り、現在の好景気は続く。
都市型ホテル(副支配人)	・9～12月ぐらいまでは大きなイベントがあり、団体の予約も十分入っている。
タクシー運転手	・さほどの飛躍は期待できないものの、一定の堅調さは維持する。
タクシー運転手	・近隣施設の世界遺産登録により、2～3か月先には団体客が来る。その影響がタクシーにも及び、いくらか持ち直す。
タクシー運転手	・今月は予約状況も大変良く、来月もすでに予約が入っている。気候のせい、足代わりに車を使う客が増えており、今後も良くなる。
タクシー運転手	・今年は雨ばかりで大変であった。今後は暑さで人の動きが悪くなるので、早く秋がきてほしい。
通信会社(営業)	・業界的に販売量が飽和状態に近づいてきている。抜本的に改善しなければ今より良くなることは困難である。
ゴルフ場(従業員)	・お盆や9月の大型連休でなかなか客足が伸びない状態であり、対策が必要だ。また、プレミアム付商品券に期待していたが、時期はまだ早いのか、実際にはなかなか使われていない。
競馬場(職員)	・今後、景況が変わる理由が思い当たらない。
理容室(経営者)	・7月はあまり暑くなく来店客数が少なかったため、その分、来月以降にずれ込んでいく。ただ、前年比で落ち込んでいる傾向は変わらず、期待できない。
美容室(店長)	・長雨が続いた後の猛暑の影響で、外出を控えている人が多い。そのせいか来店客数が減少している。
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)	・4月からの介護報酬改訂に伴い、売上高が大幅に減少傾向にある。
設計事務所(所長)	・ここ半年ぐらい、仕事量は変わらない。
やや悪くなる 商店街(代表者)	・プレミアム付商品券の発行により何とか前年並みの売上を維持している。しかし、商品券の発売も終了した。この先バーゲン時期に入るが、売上アップは期待できない。
商店街(代表者)	・8月は特にお盆や夏休みがあるので小売業は売上が減少する。
一般小売店〔青果〕(店長)	・9～10月までは暑さが続き、それに伴って野菜の高騰が続くので、厳しい状況になる。
一般小売店〔茶〕(販売・事務)	・数か月で景気が改善する要素がないし、売上が上がる材料もない。なんとか、現状維持していきたい。
百貨店(総務担当)	・近隣商業施設がリニューアルした影響で、来店客減が予想される。
百貨店(営業担当)	・常連客の来店状況があまり良くない。新規客頼みになると苦く、どれだけ状況を改善できるか不透明である。

	百貨店（営業担当）	・海外からの客の増加は、無視できない数字になりつつある。今後、アジア各国を中心に所得が増え、中産階級の層が厚くなると見込まれる。インバウンド消費の伸張に、大いに期待したい。
	スーパー（店長）	・野菜の価格がかなり高騰しており、お盆頃までは下がらない状況が続くだろう。食料品の値上げにより、売行きが非常に悪くなっている。
	コンビニ（店長）	・ギリシャや中国など、世界経済で不安材料がある。TPPの進展も、地域経済にとっては心配な動きである。
	その他専門店〔書籍〕（代表）	・政権への不信感が募るとともに、アベノミクスが一部富裕層にしか恩恵をもたらさない政策であったことが一般層に認識され始めている。
	高級レストラン（経営者）	・8月は例年通り企業もお盆休みを取るもので、7月と比べると悪いだろう。ただ、例年よりも予約が入っているため、多少は良くなってきている。
	高級レストラン（専務）	・プレミアム付商品券だけでなく、東南アジアからの観光客向けに、県内で利用できるクーポンを配布している。11月以降は地域でいろんなイベントがあるので、このサービスが続けばかなり良くなる。
	スナック（経営者）	・これから夏休み時期に入るため、都心型飲食業は客数が減少する。また、夏休み明けはいつも支出を引き締めるので確実に売上は減少する。10月からやや回復してくる。
	競輪場（職員）	・客数や客単価等をみると、昨年度がピークであった兆候がみられる。
	美容室（経営者）	・2～3か月先の景気は必ずしも良いとは言えず、いわゆる「夏枯れ」の状態、現状維持かやや悪くなるだろう。業界全体で見ても今ひとつ客の動きが悪い。
	美容室（経営者）	・10～11月は結婚シーズンで忙しくなる予定だが、今の状況だと何んな意味で自粛ムードが高まる。
	音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入ってくるので、塾などにお金をかけるようになる。
	設計事務所（代表）	・消費税、株価の様子見となる。
	住宅販売会社（従業員）	・7月の集客状況からみると、1～2か月後に成約に至るといふ見込みが立ちづらい。集客が少なければ成約も少なくなるので、3か月後は非常に厳しくなる。全体的に景気が良いのか悪いのかが不透明であるため、購買意欲も下がってきているという状況である。
	悪くなる	—
	良くなる	—
	やや良くなる	—
企業 動向 関連 (九州)	農林水産業（経営者）	・8月は原料の供給が落ちついてくる。スーパーからはお盆商戦やギフト関連での引き合いが期待できる。円安による輸入抑制や、国内生産の固定化があり、8～10月は鶏肉相場が高値安定で動く。鶏肉業界は概ね順調で、当社もマイナス要素はない。
	食料品製造業（経営者）	・原材料の収穫が始まり、それに伴い販売も増える。
	繊維工業（営業担当）	・競争相手が減っている。
	家具製造業（従業員）	・ホテルや商業施設の2020年に向けての設備投資動向が見えてきた。特にホテル物件は、見積金額ベースで前年比200%以上となっている。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・業務用に地図を購入する自治体が増えている。該当事業の終了時期が迫ってきているので、まだ購入していない自治体の駆け込み需要が期待される。
	化学工業（総務担当）	・ベースアップや賞与増額が実施された。
	金属製品製造業（事業統括）	・引き合いが増加傾向にある。
	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体分野の受注量の減少が気になりではあるものの、相対的には景気は上向きである。
	電気機械器具製造業（経営者）	・生産性などを改善・改良し、従来の受注状況でも利益が出る体制にした。受注量さえあれば必ず利益は出るが、今後の課題としては、現状の仕事でいかに実を上げ、新規事業に取り組むかということだ。少しずつ新規受注先を開拓して、その仕事を完全に仕上げるという戦略に切替えていく。
	電気機械器具製造業（取締役）	・車載関連で、量産前の試作段階での引き合いが増えてきている。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車投入効果による生産量の増加が見込める。
	建設業（従業員）	・最近引き合いが多くなり、見積案件も増え、順調に受注できている。しかし大型物件が少なく小ぶりである。

	建設業（社員）	・公共事業の発注がもっと増えてほしいが、今年度の予算をみたらさほど期待はできないようだ。現在の状態が長く続くと心配である。
	輸送業（従業員）	・客の情報では、9月にかけて今から在庫を積み増ししていく予定で、取扱金額の増が見込める。
	輸送業（総務担当）	・既存得意先からの受注量が、例年比べて増えている。また新規の貨物情報も増えており、今後の物量増に期待している。
	金融業（従業員）	・住宅投資はやや盛り上がり欠けているが、製造業では設備増強や更新の動きが出てきている。また、人手不足感が強まってきており、賃金を上げる動きが次第に広がってきている。
	金融業（営業）	・円安による製造業の国内回帰の動きは続いており、景気はやや上向きで推移すると考える。
	金融業（得意先担当）	・非常に厳しい景況感なのは変わらない。ただし、「プレミアム付商品券が地域活性化につながるのでは」という期待を経営者からよく聞く。年末まで取扱が続くが、少しでも景気浮揚の一助になればよい。
	不動産業（従業員）	・不動産等投資の増加や、価格上昇が当面継続する。
変わらない	農林水産業（営業）	・国内在庫の状況が好転していないので変化はない。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・秋口に向かって良くなるだろうが、原料である陶石の価格が大幅にアップする。今後の動向が危惧される。
	一般機械器具製造業（経営者）	・ヨーロッパ向けの輸出が悪い。アメリカ向けが若干良いが、どうしても為替が読めず不安要素となっている。
	建設業（経営者）	・政治的な要因もあり、今よりも良くなることはなかなか難しい。
	輸送業（総務）	・しばらくは変化しないと予測している。
	通信業（職員）	・社全体では、今年度まではメガソーラー関連の受注が好調のまま推移する見込みだが、自部門の省エネシステム関連は伸び悩んでいる。
	通信業（経理担当）	・すでに受注した案件で当面の業務量を確保しているが、その後の新規案件が少ない。
	金融業（従業員）	・悪くなる材料もないが、良くなる材料もない。プレミアム付商品券もあるが、起爆剤となる大きな要因となるものが今のところ見当たらない。
	金融業（調査担当）	・資金需要が比較的旺盛な医療介護分野には、大きな変化はない。
	新聞社〔広告〕（担当者）	・世界遺産の登録で九州・山口県への旅行客が増えるなどインバウンドの需要が見込めるため、旅行、ホテル関係の出稿が増える予想だが、その他プラス案件が少なく全体では前年比90%前半を推移する。
	経営コンサルタント	・景気回復に向けての力強さが不足しているようだ。
	経営コンサルタント（社員）	・中国人観光客の買物が増えているが、安定した売上アップにはつながっていない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・今年になってから経済は順調に成長してきた感覚はあるが、ここにきて不安材料が出始めていて、若干足を引っ張りそうだ。九州の場合は中国などの影響もあるので、それを加味すると必ずしも右肩上がりで良くなることはあり得ない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に業況を聞くと、「引き続き好調に推移する見通しである」と回答する会社が多い。
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・新規業務は、地方創生の総合戦略策定等に関する案件が多く、入札やプロポーザルがあるので、受注の見通しが立ちにくい。また、外部に発注せず、内製する市町村もあるため、売上が今後も良くなるとは言えない。
その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・過去にあまり経験したことがないような好況感である。	
やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・新規建築物件の見積りや契約が6月中旬頃から大幅に減少している。契約残はあるが、夏場に入り工事の遅れもあって、荷動きが良くない。秋口から着工となる建築物件はあるものの、材料手配に入るまで時間がかかる。今後しばらくは受注減、販売減の状態が続くようである。
	精密機械器具製造業（従業員）	・8～9月は、受注数量が今月より悪くなっている。今後の見通しのつかない状況にある。
	その他製造業（産業廃物処理業）	・ギリシャの財政破たんや中国企業の株価暴落など不安材料がたくさんあるなか、今後の期待は薄いと考えている。
	広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込受注枚数は、前年同月比98%と停滞基調が続いている。取引先からも、販促費が増加する話はない。前年割れで第1四半期が終わり第2四半期となるが、政府・日銀が新たに景気刺激策をとらない限り、景気回復を実感できる状況にはならない。
	広告代理店（従業員）	・前年並みはあり得ない。

	悪くなる	—	—
雇用 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・インターンシップの学生を受け入れているが、数年前と比べ内定企業を数社持つ学生が多く、企業の景気回復がみられる。一方で内定企業は地元九州より、関東や東京の企業が多く、東京一極集中が課題である。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・今年の熊本は長雨で、農や食の分野の動きが鈍かった。これからは人の動きも活発になり、中心市街地、レジャーなども盛り上がると予想される。
		職業安定所 (職員)	・これまで、建設業や製造業の企業にヒアリングすると、業況の変化は感じられない答えが多かったが、今月は、特に輸送機械関連の製造業で、政府の経済対策の効果が業績に現れてきたという回答が増えた。
変わらない		人材派遣会社 (社員)	・好転する材料も悪化する材料も見当たらない。
		人材派遣会社 (社員)	・注文数は落ち着いてきている。直接の求人での採用が増えていて、登録に来てすぐ採用が決まったという方が多くなっている。
		人材派遣会社 (社員)	・仕事はあるが求職者の満足する仕事は少なく、雇用が安定しない。
		人材派遣会社 (営業)	・急激な上昇は望めない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・大手コールセンターが当地で積極的に求人を増やしているため、その影響で求人そのものは増えている。中小企業は欠員補充の求人だが人員確保が難しく、経営にマイナスに作用している。従来のように、雇用が増えると景気が上がるというような単純な見方はできなくなっている。
		職業安定所 (職員)	・新規求人の大幅な増加はみられない。月間有効求人倍率が1～3月は1倍を超えたが、4～5月は0.9倍台に落ちた。
		職業安定所 (職業紹介)	・求人数について前年比では増加が続いているが、前月比では横ばいが続く。
		民間職業紹介機関 (社員)	・労働者派遣法はどうなるのかという問い合わせがでてくる。新聞、雑誌の内容で回答しているが、法律成立するかしないか、またその内容次第で今後の依頼の増減に影響しそうだ。
		民間職業紹介機関 (支店長)	・改正労働者派遣法がいまだに成立せず、顧客も慎重な態度である。法律そのものが以前よりも分かりにくい。派遣元事業主に必ずしもメリットはない。
		学校〔専門学校〕 (就職担当)	・企業ヒアリングをしていると、企業の採用意欲は引き続き旺盛であることがうかがえる。
		学校〔大学〕 (就職支援業務)	・しばらく企業による新卒の選考活動が続くため、景気動向の見通しについては数か月先の状況を見る必要がある。
	やや悪くなる	職業安定所 (職員)	・中国の株価暴落等が日本経済への打撃となり、新規求人数、就職者数などの雇用情勢に悪影響を及ぼす恐れがある。また、人手不足が幅広い業種に拡大し、中小企業が経営拡大を行おうとする際の障害となり得る。
	悪くなる	人材派遣会社 (社員)	・夏場になり、より一層求人数は落ちてくる。