

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	コンビニ（販売 促進担当）	販売量の動き	・ここ2か月、量販店の販売数が若干低迷していたが、今月は量販店が前年比106.8%、コンビニエンスストアが同131.9%、ローカルスーパーが同102.3%とともに前年比はクリアしている。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・3か月前に比べて入場者数、売上とも改善している。また、土日よりも平日のほうが入場者数が増えている。ゴルフショップの売上も10～15%伸びている。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	お客様の様子	・季節的に物が動く時期であるが、前年や今までの流れからみていると高額品の動きが少し良くなっている。安い物を買う客はそのままだが、余裕のある客は高額品でも買う判断が早くなっている。販売量も増えている。
		商店街（代表 者）	販売量の動き	・年末に向けたキャンペーン用チラシの印刷依頼が増えている。年賀状・喪中の印刷も始まり印刷業務は上昇している。ただし、物品販売は減少している。
		一般小売店〔精 肉〕（店員）	単価の動き	・客単価が上昇傾向にある。
		百貨店（売場担 当）	競争相手の様子	・今月の売上高の見通しは、関連施設で前年同月比101～103%となっており軒並み前年を上回っている。当施設だけをみると10月だけ宝飾関係が前年を割ったが、1月以降2けたの伸びが続いている。今月は食料品がけん引しており、北海道物産展が伸びている。
		百貨店（営業統 括）	来客数の動き	・11月中旬以降に急激に冷え込みがきて、徐々に客足は増えている。防寒物の動きがある。
		百貨店（営業政 策担当）	販売量の動き	・引き続き好調の時計・宝飾は、固定顧客層の堅実な動きがみられる。また、消費税増税や円安による価格改定前の駆け込み需要の影響もあって、新規顧客シェアが増加しており、高額商品の需要は多層化している。一方、食料品売場の改装後、売上が好調に推移するなど、ボリューム層の反応にも手ごたえがある。
		スーパー（店 長）	来客数の動き	・単価は変わらないが、客数が増えている。客の来店頻度が高まっているようだ。
		スーパー（店 長）	競争相手の様子	・競合のドラッグストアが店舗改装のため1週間ほど休みだったため、食料品を中心に、売上高が前年比111%と伸びている。個別にみると食料品が同115%、住居関連が同105%、衣料品が同93%となっている。衣料品はアウターウェア、紳士服、婦人服の売上が少し激しく、肌着が好調である。全体的に売上は順調に推移している。
		スーパー（統括 者）	販売量の動き	・6か月前からすると、売上高など若干増加傾向になってきた。
		家電量販店（店 員）	販売量の動き	・家電製品品の核となる製品が大きく売れているわけではないが、消費税増税前の駆け込み需要が若干出ている。
		乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・少しずつであるが受注は伸びつつある。
		乗用車販売店 （総務担当）	販売量の動き	・週末イベントでの来場客が多くなっている。今月は新車の販売台数が計画、前年実績を上回る。消費税増税前の駆け込み需要によるものである。
		その他専門店 〔コーヒー豆〕 （経営者）	販売量の動き	・年末になり、例年通り気候が寒くなるにつれて暖かいコーヒーが非常に売れる。11、12月はお歳暮の関係もぼちぼち出だしたので、販売量も昨年と比べると若干増えているような状態である。
		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〕 （支配人）	販売量の動き	・7つの大型テナント出店により売上増となった。
		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	・秋の行楽シーズンは、平日でも昨年より多くの観光客がみられる。そのため、幅広い分野に観光客がお金を落としている。
		都市型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・おせち料理や宿泊プランで、高単価商品の販売が好調に推移している。レストランにおいても単価の高いメニューが好調に販売数を伸ばしている。徐々にではあるが景気が上向いていると感じる。
都市型ホテル （副支配人）	単価の動き	・団体客がなくても、インターネット及び個人の単価が300～400円アップしている。		

	タクシー運転手	来客数の動き	・年末に向けて人の動きも活気を増して、乗客数の動きは堅調である。
	住宅販売会社 (代表)	それ以外	・かなり市場は動いている。建築業界は業者がかなり不足している。住宅に関しては、基礎工事者や大工がなかなか確保できない。公共工事についてもクレーンなどの重機が確保できない状況だ。
変わらない	商店街 (代表者)	来客数の動き	・景気回復との報道があるが、地方の商店街にとってはまだまだ厳しい状況である。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・年配客が多い当社では、年金受給額による購買力が二極化されているようだ。地方では景気回復にはほど遠く、年金生活で精一杯と話す年配の方が多い。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・商店街の来客は高齢者が多く、入院や老人ホームへの入居などでだんだんと顧客が減り、厳しい状況である。
	一般小売店 [青果] (店長)	お客様の様子	・夏場に比べて近辺の野菜入荷量が増えてきた。しかし、単価が下がっても客の購入量は変わらない。嗜好品である果物関係の販売量、客単価は以前と全く変わらない。
	百貨店 (総務担当)	販売量の動き	・10月中旬まで気温が高かったことが影響し、アパレルはメンズ・レディースともアウターが動かず厳しい状況である。昨年はこの時期に気温が低く、スノーボードや冬山用品なども非常によく売っていたが、今期は雪がないことが大幅減の要因となっている。
	百貨店 (営業担当)	販売量の動き	・時計・宝飾等高額品の動きが好調で、時計は自分用がプレゼント用の購入単価を上回り、高所得顧客や中間層が消費税増税を意識した購入をしている。一方、一般の客は、友の会満会のお買物券、北海道物産展と報道をタイアップした物産展記念イベントで購買意欲が増進し、年末商材の購入を目的とした客が増え、店頭がにぎわった。
	百貨店 (営業担当)	お客様の様子	・北海道物産展等の物産催事で顧客動員を図ったため、催事の売上は伸びているが店頭売場売上は非常に苦戦している。物産展だけ見て帰るといった客の動向は変わらず、なんとか全店の売上は前年実績を確保している状態である。
	百貨店 (業務担当)	お客様の様子	・冬物衣料については、今月は実売期にあたる。しかし、気温が下がらなかった要因もあるが、店頭での客の様子をみると、必要か不必要かを慎重に吟味した結果、購入につながらないということが多かった。
	百貨店 (店舗事業計画部)	お客様の様子	・ようやく冷え込み、防寒商材が急に動き出した。気温、気候がはっきり変化してから売上がピークを迎える傾向は変わっていない。
	スーパー (経営者)	単価の動き	・食品表示問題など商品に対する不信感が出ているようだ。
	スーパー (店長)	単価の動き	・競合店対策も含め、様々な対策を打ち出したため客数はほぼ回復傾向にあるが、客の買上単価が上がらないため、売上がなかなか確保できない状況である。
	スーパー (店長)	販売量の動き	・客単価は上がっているが客数の増加はない。高額商品の動きがあまり良くない状況が続いている。
	スーパー (総務担当)	販売量の動き	・例年より気温が高い日が続き、秋物・冬物が鈍かったが、身の回り及び買い回り品は大きく変動がなく、全体として大きな変化はなかった。衣料は全体的に低調であり、青果物や輸入品の価格が高かったため、購買数は控えめであったが、他の食料品がカバーした。
	スーパー (経理担当)	販売量の動き	・秋を感じないくらいの暑さから急に寒くなり、冬物商材が動いている。夏以降、客単価が上昇し販売量も増えており、消費の底上げが感じられる。
コンビニ (経営者)	お客様の様子	・ unnecessary物は決して買わない客の傾向がいまだに続いている。	
コンビニ (エリア担当・店長)	単価の動き	・以前はたばことコーヒーを同時に購入していたが、今はどちらかみの購入になり、プラス1品買いが減った。店頭販売で100円のホットコーヒーの購入数が伸びた分、既存の缶コーヒーが若干減った。それによって客単価が20円位落ちている。	
衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・秋物衣料はさっぱり出なかった。このところの冷え込みで冬物に期待したいが、客の財布のひもは相変わらず固く、なかなか購入につながらない。	
衣料品専門店 (店員)	販売量の動き	・冬らしい寒さになり、重衣料が動き始めて単価が高くなってきた。消費税増税前の駆け込み需要でコートの買換えが増えるかと期待していたが、平年並みの売上である。	

衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・寒くなり始めたのは11月後半からだったが、値ごろ感のある商品は動きの良い高類品に比べて、アイテムを絞り込むなど必要以上は買わないため、セット売りが厳しい状況であった。所得に余裕のある客は好きな物を好きなだけ買うが、一般客は非常に先行きを懸念した買い方になっている。
衣料品専門店 (総務担当)	お客様の様子	・当店は中級品を主に扱っているが、動きに全く上昇の兆しがみられない。低価格商品主体に扱う企業でも前年比をかなり割り込んでいるケースが多いので、全く良くなっていないと判断する。
家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・季節商材の動きが鈍く、年末商戦序盤の盛り上がりにも欠ける。
住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・毎月のキャンペーンは前年並みであった。店売りの前半は順調であったが、後半来客数が減少し失速した。消費税増税前の駆け込み需要は置き家具業界ではあまり影響がない。
その他専門店 [書籍] (地区支配人)	販売量の動き	・景気回復と言われるが、販売量はむしろ減少しており、好況感は得られない。前月と変わらず、鈍いという意味で変わらない。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	お客様の様子	・燃料油の販売は、季節柄灯油の販売が増えている。小売価格はやや下げ基調ではあるが、灯油の小売価格は昨年並みであり、ユーザーからは他の暖房器具を考えたいとの声が聞かれる。
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	・この3か月間は、気温などの天候以外に大きな変化はない。
その他小売 [ショッピングセンター] (広報担当)	お客様の様子	・寒波による衣料品の動きが思ったほどではない。長期予報で寒い冬という予報にもかかわらず衣料品や暖房関連の動きも今一歩である。食品や消耗雑貨関連は堅調に推移しているが、消費者の不要不急の購買については相変わらずの厳しさである。景気上向きによる収入増加分は、「モノ」でなくレジャーや旅行などの「コト」に消費されている。
高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・来客数が減っている。予約数も減少気味である。
一般レストラン (経営者)	単価の動き	・来客数が減っていないので景気は悪くなっていないが、客単価が上がっていかない。
観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊・宴会・レストランとも計画・前年を上回る。観光客の動きも順調に推移している。
都市型ホテル (販売担当)	販売量の動き	・宿泊者は増えているが宴会利用はやや少なくなっており、全体的には変わらない。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・10月までの残暑から一気に寒くなり、紅葉の見頃の期間が短く国内の紅葉商品は低調であった。一方、ビジネス出張が活発になり、都内ホテルは取れにくい状態になっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・11月は修学旅行シーズンであるが、今年は前年に比べ、長崎への修学旅行が減っている。買物する客が増えたので、昼間の動きがいくらか良くなっているが、タクシー利用客は少なくなっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は例年に比べて行楽地に出かける客が大変多く、11月は客の予約状況が良く大変稼働率が高かった。
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・F T T H回線の販売が一巡し、新たな営業開拓・売上拡大が困難になっている。
通信会社(総務局)	販売量の動き	・新規契約数は前年とほぼ同数で1契約当たりの単価は微上昇だが、解約数も依然多く、純増件数は微増で推移している。
ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・変わらないと回答したが、来客数は減少傾向にある。
美容室(経営者)	販売量の動き	・2、3か月前に比べると良くなっている傾向にあるようだが、大手IT企業や証券関係の企業、あるいは輸出型企業は円安効果で景気が回復している一方、一般消費者は景気回復の実感がない。中小企業の景気回復させることが先決である。
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	・消費税増税を前に、若干の利用控えがみられる。

	設計事務所（代表）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が一段落した。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・不動産業のマンション販売は、一時期問い合わせが増え売上に動きがあった。しかし、前月、前々月頃から販売が伸びず、今月は問い合わせ自体少なくなってきた。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・11月に入り、多少来客数が増加するかなと思っていたが、減少している。商店街は毎週末に趣向を凝らしたイベントを開催しているが、商店街のにぎわい創出になり得ていない状況である。	
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・ここ数日で一気に寒くなりでしたが、外を歩く人が減り、売上には繋がらない。数年前まで、まとめ買いする客も見受けられたが近年はみられない。景気の回復は、大型店ではすぐに反映されるが小売店まで到達していないのが現状である。	
	百貨店（企画）	販売量の動き	・気温の低下に伴い衣料品売上の押し上げに期待するが、依然苦戦している。日用品などは安定しているが、必要以上の消費にはブレーキがかかっている。	
	スーパー（店長）	販売量の動き	・今月前半は、平年より気温が高く、ジャケットやコート等単価の高い商品が苦戦し客単価が落ち込んだ。後半は、気温の低下とセールが重なり売上は2けたの伸びとなった。しかし、月を通しては昨年を割る結果となった。	
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・3か月前よりは、販売量が減っているが、昨年と比べると上がっている。	
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客の来店頻度が少し落ちている。落ち着いているようにも見えるが、徐々に減っているようだ。	
	高級レストラン（専務）	来客数の動き	・客数が減少し、昼、夜とも客単価が下がっている。単価が高い客もいるが、売上は昨年より悪い。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・今年は忘年会がなかなか始まらず、夜の人出があまり良くない。	
	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・11月は、人気商品の入荷が前月より多かったものの、販売数は前月からの伸びは少なく、他の商品は更に売上減となり厳しい状況であった。	
	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・10月以降の住宅受注は、9月までの特需の反動が顕著に現れている。	
悪くなっている	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・とにかく来店客数が少ない。今年は早くから正月用の数の子を仕入れたが、とても強気にはなれないため、仕入れ量は半分くらいである。	
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は、今までにないくらい暇だった。また、当店の女将の話では、この何十年来のなかで一番暇な年だったとのことである。	
企業動向関連 (九州)	良く なっている	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・急激に景気が良くなり、この状態が2、3年続くというような傾向を感じる。有り難い反面、人が足りずに苦慮している。
	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	・夏以降、商品の引き合いは非常に強い。特に量販店、コンビニエンスストア、居酒屋向けの惣菜や焼鳥、たたき等である。しかし、人出不足もあり、思うように供給できていない。また冷凍食品、ハム・ソーセージ向けの原料肉も不足し思うように供給できない。チャンスロスが発生している。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節性商品の繁忙期で製造、販売共に順調である。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・家具は、低価格商品中心からやや高額商品の販売が増えてきた。特に飲食などに使用する椅子やテーブルは、昨年までは張替やリペアして再使用するケースが多く、なるべくコストを削減して長く使う傾向だったが、今年は新規に買換えるケースが確実に増えている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末にかけて大分荷動きが良い。商社も残業が増えているようで、土曜日にも働いているところが多々見受けられる。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ユーザーが若干動き始めている。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・太陽光発電関連は依然バブル状況である。当社も手がけているが、年度末の工事業者の確保が困難な状態である。
		精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・まだ不安定であるが、受注量が増えつつある。

	その他製造業 (産業廃物処理業)	取引先の様子	・取引先メーカーの様子では、来年に向けての受注量が4～5倍になるとの話があり、徐々に回復の兆しがみえてきた。
	建設業(社員)	受注量や販売量の動き	・現在発注される工事は、年度末が工期のものが多く、工事内容をよく精査して応札している。土木工事はあまりないが、建築工事や設備工事では不発が発生しているようだ。離島関係の入札に関しては入札辞退が多い。
	輸送業(総務)	受注量や販売量の動き	・消費税増税を控え、荷物の量が増え始めている。
	通信業(経理担当)	それ以外	・株価の上昇に連動して、高額商品の売行きが好調である。
	金融業(従業員)	取引先の様子	・天候不良から外食産業などでは売上が伸び悩んだが、乗用車の販売が比較的好調なほか、コンクリート製品等の建設資材の生産が増えている。また、時間外手当が増加している企業もあり、所得環境も改善してきている。
	金融業(得意先担当)	取引先の様子	・当地は建設業関連の企業が多く、災害復旧関連工事の発注に伴って、各社とも大幅な受注を抱えている状況である。ただし、建設業関連業種だけが好調で、その他の業種には影響が出ていないと考えている。
	金融業(営業)	取引先の様子	・企業の資金繰りにひっ迫感はなく、前期よりも業績が向上する取引先が多い。公共工事の増加、設備投資の増加、生産増加などが感じられる。
	経営コンサルタント(社員)	受注価格や販売価格の動き	・高級焼酎、清酒が売れ始めた。
	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	・道路、公園などの土木設計コンサルタントの今年度業務は、この時期になって発注が増え、請け負う業者は手一杯になっている。民間の建築も設計、工事の発注が多くなっている。特に住宅関連は消費税増税前の駆け込み需要から、設計や施工の業務の発注が増えており、事務所や工務店では断っているところもある。
	その他サービス業[物品リース](支社長)	取引先の様子	・土木、建築業では仕事量は増加しているが、材料費や人件費が増加しており、収益的には厳しい様子である。新車のトラック販売が好調であり、ここに来て消費税増税前の駆け込み需要は多い。倒産する会社の数も減少している。
変わらない	農林水産業(従業者)	受注価格や販売価格の動き	・畜産物の販売は厳しい状況である。
	農林水産業(営業)	取引先の様子	・数か月前と比較すると、年末に向けて販売量は増加傾向にある。しかし、取引先の販売量については例年に比べ低い水準である。
	金属製品製造業(事業統括)	受注価格や販売価格の動き	・当社は建築設備機器の製造業であるが、納入先の建築設備施工業者の工程遅れにより納期延期が多発している。結果、売上の計上延期が続いている。建築業界全体で職人不足が影響している。
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は先月並みであり、単価も変わらなかった。
	金融業(営業担当)	取引先の様子	・消費税増税を見据え、建設関係、車の販売業者は売上好調だが、衣・食関連の小売・サービス業はまだ低迷している。
	新聞社(広告担当者)	受注価格や販売価格の動き	・東京発の広告は前年を超える勢いで申込があるが、地元には波及していない。これまで売上をけん引していた通販、化粧品、旅行などが前年並みの出稿にとどまっており、全体では90%台半ばとなっている。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・新規の契約がなかなか増えない。
	経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・システム開発会社など一部業種で人手不足の取引先が多いが、その他の業種では大きな変化を聞かない。
やや悪くなっている	繊維工業(営業担当)	競争相手の様子	・他社では受注がなく休止の工場や縮小しているところがある。資材の供給が遅く、国内生産が回復しても対応できずにいる。
	輸送業(総務担当)	取引先の様子	・預かっている貨物の荷動きが良くない。取扱量が昨年より大幅に減少している。
	不動産業	受注量や販売量の動き	・売買の動きが鈍くなっている。
	経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・春先からアベノミクスによる景気回復と、消費税増税前の駆け込み需要もあって取引件数の動きは堅調であったが、ここに来て実体経済があまり良くなってないことから節約型に戻りつつある。

	悪く なっている	-	-	-
雇用 関連  (九州)	良く なっている	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・直接雇用の求人数も増えている。また、小売業では新規オープンも増えており、それに伴い流通関係でも人手が欲しい様子である。自社だけでなく、派遣会社への注文が増えている。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	求人数の動き	・これまでパートや派遣など非正規雇用が多かったが、最近では、建築、土木、住宅を中心に正社員募集が増加している。正社員でないといと集まらないという声も聞く。
	やや良く なっている	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・建設、インフラを含め各社が雇用確保に動いている。入札関連では現場の価格が高騰し、応札できないことも多い。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・10月以降、派遣の新規依頼数が増加している。
		人材派遣会社 (営業)	求人数の動き	・人材ニーズとしての求人数は確実に増加傾向にある。ただし、求職者側からは派遣を含めた働き方について正規雇用のニーズが高まっており、人材確保が困難になりつつある。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・求人情報の取扱件数が前年比10%を超えて推移している。最近、建設業の現場作業員の求人が増えているが、なかなか集めることができない。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	周辺企業の様子	・製造業の多い北部九州では、冬の一時金などの賞与も増えるところが多く、うまく消費へ回れば、景気も上向く。
		職業安定所(職 員)	周辺企業の様子	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、マンション等の建設増に伴う建設業の求人の増加や、自動車関連製造業の増産に伴う求人が増加した。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・10月の新規求職申込件数は前年同月比で約300人の減少、それに引き替え求人数は伸びている。
		職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・新規求職者は前年同月比で3か月連続減少しており、有効求人倍率も0.15ポイントの改善がみられた。
変わらない		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	求人数の動き	・九州、福岡の有効求人倍率は依然低い。
		職業安定所(職 業相談)	求人数の動き	・求職者数の減少に伴い、有効求人倍率の改善傾向は続いているが、求人数の伸びには一服感がみられる。
		民間職業紹介機 関(支店長)	求職者数の動き	・人材派遣需要(求人)はやや増加傾向にあるが、求職者が予想以上に少なく、成約件数が伸びない。
		学校〔大学〕 (就職支援業 務)	採用者数の動き	・昨年の同時点と比較し、2014年卒学生の内定率は若干の増を示しているが、ここ数か月の景気動向を判断する根拠としてはやや弱い。
	やや悪く なっている	-	-	-
	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	コンビニ（販売促進担当）	・来月のクリスマスケーキ、おせち関係の予約状況は前年よりも若干伸びがある。消費税増税前までは、ある程度買いためするため、販売数量が伸びる。
		ゴルフ場（従業員）	・正月から2月まで問い合わせが多く、昨年と比較し非常に良い状態で予約が入ってきている。県外客や海外客からの問い合わせも多く、如実に良くなっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・歳末商戦に少しは期待できる。消費税増税前の駆け込み需要が3月までであるが、4月以降は落ち込む。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・これから年末商戦に向けて、通常よりも高額な商品がよく売れる。
		百貨店（売場担当）	・先月は台風で全体的に悪かったが、これから2、3か月、前年割れはおそらくないと判断している。3月まで消費税増税前の駆け込み需要がある。マイナス要因はほとんど考えられないので順調に推移する。客単価は若干前年割れしているが、衣料品が伸びると予想されるので懸念材料ではない。食料品の客単価は前年を上回っている。入店客数は、前年比ほぼ100%で推移している。
		百貨店（営業統括）	・増税前の歳末繁忙期になり、購買増加が期待できる。特に、昨年は衆議院選挙等でギフトを含めた購買額減少が見受けられたが、本年はその反動も期待できる。
		百貨店（営業政策担当）	・季節的な行事に対する顧客の関心や消費マインドは確実に高まっている。ただし、当月も九州エリア百貨店の平均では、昨年実績を上回れるかギリギリの状況である。商業施設ごとに差はあるが、全体として徐々に良くなる程度の景況となる。
		百貨店（店舗事業計画部）	・年度末までは消費税増税前の駆け込み需要が期待できるため、普段は目立たない商品まで売上が伸びる可能性がある。
		スーパー（店長）	・価格競争による厳しさは相変わらずだが、幾分財布のひもが緩んでいる感がある。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の需要で、耐久消費財及び実需商品が一時的に売れて上向きになると考える。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、耐久消費財を中心に購買が増える。
		スーパー（統括者）	・株価が上昇していることから、ムードは良くなっている。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税を控え、もしかすると2、3月になると駆け込み需要が出て、一時的に景気が好転すると考える。
		家電量販店（店員）	・消費税増税を前に客の購入決定率が上がり、駆け込み需要に期待できる。ただし、テレビや冷蔵庫、エアコン等の核となる商品についてはそこまで大きく変わることはない。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要が始まったようである。大型商品を買おうという動きが出てきたので、今後も少しずつ良くなる。
		家電量販店（総務担当）	・全国的にはテレビ需要が少しずつ回復しているので、消費税増税を前に、年末の駆け込み需要を期待している。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が多少なりとも発生する。
		家電量販店（従業員）	・寒くなり暖房器具が売れ出す。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税を控え客の動きも活発になる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要と年末に発表される新型車の効果で新車販売は活気付く。
		自動車備品販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・年末にかけてお歳暮時期になるので売上は若干増えつつある。特に12月は1年で一番コーヒーが出る季節になる。また、正月の年賀あたりの進物がよく出るので売上増加になる。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・消費税増税前の駆け込み需要は必ずあり、少なからず恩恵を受ける。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、家電製品、家具、自転車、高額衣料品など耐久消費財の販売が伸びる。その後、年明けから増税直前にかけては消耗品などのまとめ買いなど駆け込み購入が期待できる。
		都市型ホテル（副支配人）	・国内のインターネット予約の伸びが随分悪い。一方、東南アジアからのインバウンド予約が増え、中国の客も戻ってきた。

	旅行代理店（従業員）	・年末年始の旅行が好調なせい、前後の12、1月の出発が不調である。年始の休みが長いこともあり、海外は例年になく1月出発が多い。
	タクシー運転手	・消費税増税前までは好調を維持できそうな雰囲気である。
	タクシー運転手	・冬のボーナスが良くなるようなので、それが消費に回ってくるとタクシー業界もいくらか良くなる。
	通信会社（販売部）	・例年の状況から、年末年始の帰省に合わせて携帯電話購入の需要が高まると考えられる。
	通信会社（総務局）	・3月の入退去時期は需要増加が見込まれる。また冬のボーナス支給額アップがポイントになる。
	美容室（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は増えそう。顧客からは、地方の景気は悪くなるとの声をよく聞く。チラシを配布しているが効果はあまりない。
	美容室（経営者）	・年末年始は景気が回復する要素はたくさんある。しかし、政治は政治家だけの社会になっており、国民不在のような景気対策になっている。もう少し最終消費者を動かすような努力をしてほしい。
	住宅販売会社（代表）	・消費税増税の影響もあるが、9月末までの契約でまだストックがあり2、3か月先は読めている状況である。それ以降、先が見えない会社もある中で、弊社は半年先まで仕事が詰まっている状況である。
変わらない	商店街（代表者）	・季節商材を扱うため、販売量は今の時期に比べれば減る。余裕のある客とそうでない客との差ははっきりしてきたようだ。
	商店街（代表者）	・収入の増加なしに税負担の増加では、景気が上向きになる要因は見当たらない。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・通常は連休前に相場が上がるが、県内だけでなく県外需要もかなり厳しく上がらない。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・例年のごとく正月明けは売れない。年明けに同業者がまた廃業する。
	百貨店（営業担当）	・店外ホテル催事や物産催事、クレジット無金利催事等の消費税増税前の駆け込み需要を狙った商材や、お得感のある催事での集客、購買は増加する。反面、主力の紳士・婦人衣料は寒波が到来しても苦戦している。クレジットで購入し現金や友のおお買物券保持の傾向が続いている。
	百貨店（業務担当）	・年末にかけて買い控えの回復は期待できない。機を逸した商機をばん回することは難しい。
	百貨店（企画）	・ファッション関連商品は上向きにならず不振が続く。
	スーパー（経営者）	・消費税増税など税金が上がり実質手取りが減るため、客の買い控えがあるようだ。
	スーパー（店長）	・食品中心のスーパー業界では、消費税増税前の駆け込み需要はあまり期待できない。増税後の景気が悪化することが心配される。
	スーパー（店長）	・年末に向けて買上量の増加はない。客単価も上がらず、商品単価も年々下がっている。
	スーパー（店長）	・だんだん寒くなってきたので、衣料品の売上が伸びてくる。しかし、食品表示問題が相次いだ影響で、年末におせち商品が売れるか心配だ。全体的には前年並みと予測しているが、今年は少し景気が良くなっているのボーナスサンデーにギフトが売れる。
	スーパー（業務担当）	・客単価、客数ともに大きな変化がなく、月が替わっても売上増減にかかわるような商品動向の与件も見当たらない。客の消費トレンドは季節商材でのみ若干の上昇がみられるが、年間定番品は全体的に横ばいである。
	コンビニ（経営者）	・客の購買行動からは、景気の回復は実感できない。売上高全体についてもそのような傾向はみられない。
	衣料品専門店（店長）	・客の財布のひもは固く、消費税増税前の駆け込み需要のかけらもない。
	衣料品専門店（店員）	・ボーナス増額で購入客が増えるのを期待しているが、現在のところ、客との会話で給料に関して期待できそうな話題は出てきていない。
	衣料品専門店（取締役）	・1月は消費税増税前の冬物セールになるので、売上増加に期待しているが、必要なもの以外への出費はしない傾向にあるので、例年に比べ特別に大きな売上となるとは思わない。
	乗用車販売店（代表）	・私たちの業界では、景気が良くなる様な要因は見当たらない。
	住関連専門店（経営者）	・ボーナスの話題があがるが、地方では増加する話は聞かない。円安の影響で輸入関係資材の価格が高騰して厳しい状況である。消費税増税前の駆け込み需要に期待はしているが、増税後は心配である。



その他専門店〔ガソリンスタンド〕(統括)	・顧客の様子では、冬の賞与支給の見込みは昨年並みか昨年よりやや厳しいとの見込みである。12月から1月にかけての連休では、燃料油及び高額洗車等の消費に期待したい。	
その他専門店〔書籍〕(代表)	・書籍販売において、消費税増税前の駆け込み需要の影響はあまりない。	
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〕(支配人)	・消費税増税に対する意識が一段と高まる。	
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕(従業員)	・7月以降、前年比5%程度の売上げが続いているが、あくまでも7月以前の売上げが低かったためであり、現在景気が良くなったという実感は弱い。	
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)	・年末の賞与支給の増額で消費が伸びることも考えられるが、消費税増税を鑑み、消費より貯蓄にまわるケースが多い。	
高級レストラン(支配人)	・先の予約が埋らない。	
都市型ホテル(販売担当)	・消費税増税を控えた価格競争が始まりそうなので、1~3月の間はどうか分からない。	
都市型ホテル(総支配人)	・繰り越し分の売上予測が大きく変動しないため、景気は良くなる。	
タクシー運転手	・様々な会合があるようだが、思ったよりタクシー利用は少ない。	
タクシー運転手	・客の予約状況は大変良いが、今年は忘年会の話題をあまり聞かない。忘年会をしないと言う客もなかにはいる。	
通信会社(業務担当)	・12月は年末商戦で前月よりは盛り上がるが、新商品もインパクトに欠け販売台数は期待通り伸びないと予想される。	
ゴルフ場(支配人)	・広く末端まで、景気が良くなったと実感できるようになってほしいが、消費税増税等不安材料が多い。	
競輪場(職員)	・景気は持ち直しているが、顧客の購買意欲につながるまでにはまだ時間を要する。	
理容室(経営者)	・12月は少しは良いが、1、2月は休みが長く暇になると予測されるため、変わらないか少し悪くなる。	
美容室(店長)	・客は、旅行前や結婚式に利用する程度で、利用回数はそんなに多くなっていない。	
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)	・消費税増税に加え、診療報酬改定に伴う負担増が想定され、今後も利用増加があまり見込めない状況である。	
設計事務所(所長)	・今月、申し込みと折衝状況があまり変わらなかったため、結果が出る3か月後もあまり変わらない。	
住宅販売会社(従業員)	・マンション関係の問い合わせは、前月、前々月から横ばいである。消費税増税前の駆け込み需要があるかと思われたが、増税後の優遇措置もあるため様子見の客もあり、思ったより売れ行きが伸びなかった。	
住宅販売会社(従業員)	・住宅の建築需要層は、9月までの契約である程度刈り取った感がある。	
やや悪くなる	商店街(代表者)	・大手企業のボーナスと賃上げについての報道がみられるが、地方都市は無縁である。街中商店街への来街者は高齢化が進み、客単価も低下の一途である。消費額の大きい若者や家族連れは郊外の大型店に集中する。
商店街(代表者)	・年末に比べて、1、2月は商品や印刷などのサービス業は動かない。3月から消費税増税対策が増える。	
一般小売店〔茶〕(販売・事務)	・お歳暮時期に入るが年々減少しているため期待できない。相変わらず必要な量だけ購入する傾向は続いている。消費税増税による駆け込み需要もない商品であり、反対に仕入値が上がるためますますきつくなる。	
百貨店(総務担当)	・消費税増税前の駆け込み需要は見込めるものの、増税後は冷え込むため、トータルで考えると厳しい予測とならざるを得ない。	
百貨店(営業担当)	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要があるが、4月以降は最低20%以上の売れ行きの落ち込みを予想している。	
百貨店(販売促進担当)	・初売商戦も年々厳しくなっており、クリアランス等が12月に前倒しされさらに厳しくなっている。	
スーパー(総務担当)	・円安の影響で、輸入品の価格が下がらず、販売価格を押さえることが厳しい。客の購買選択決定は良品販売基軸に大きく依拠しており、価格維持ができない場合は、販売量に影響する懸念がある。他方、高級品の動きは以前と変わらず、消費税増税前の価格維持がポイントと考える。	

		コンビニ (店長)	・今がピークで、これから年度末に向けて世界経済も、日本経済も沈滞していく。いくつかの経済指標も予測を下回り始めている。
		コンビニ (エリア担当・店長)	・消費税増税間際になると若干売上が伸びるが、今のところまだ客数ともに伸びていない。
		高級レストラン (専務)	・消費税増税後は、食事などは支出抑制対象になっているようで不安要素である。
		一般レストラン (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要で大きい物の購買が加速してくると、外食が真っ先に控える対象となり不利である。
		観光ホテル (総務)	・3か月収入予測より、やや悪くなる。
		観光型ホテル (専務)	・消費税増税により消費者の動向に影響がある。
		都市型ホテル (スタッフ)	・現在の好調な状況は年内までと考える。1月以降のホテル全体の予約状況は、対前年85%程度の推移のなかで大きな変化はみられない。
		通信会社 (企画担当)	・モバイルブロードバンドとのパイの奪い合いが更に激しくなり、売上の低下が懸念される。
		競馬場 (職員)	・前年と比較し来客数が奮わない。
		設計事務所 (代表)	・消費税増税後は消費が落ち込む。
	悪くなる	高級レストラン (経営者)	・1、2月は暇な時期となる。12月は忘年会等の予約が入ってきているが週末金曜日に集中するため断る件数が多々ある。1月は、忘年会をやったので新年会はやらないというところが多いため、厳しい。4月には消費税増税もあり、飲食業界は本当に厳しい。
企業 動向 関連  (九州)	良くなる	家具製造業 (従業員)	・オフィス家具メーカーは、今期の1～3月の需要期に昨年の2割増しで在庫の積み増しをOEMメーカーに要求している。長いデフレ状態からやっと抜け出しつつあり、設備投資や商業施設の計画も確実に増えている。しかし、需要増に対して作業員や職人が集まらず人件費の高騰といったマイナス面も増えている。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・半導体の製造関係が急激に増えており、大変驚いている。この状態が3年は続くという話も出ており、今後の景気の方は良くなるかと確信を持っている。
	やや良くなる	農林水産業 (営業)	・年末の特需期に入るので良くなるが、外的要因でどうなるかは分からない。
		出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・消費税増税の駆け込み需要が見込まれる。
		化学工業 (総務担当)	・当社の賞与は若干アップすることが予想される。
		金属製品製造業 (事業統括)	・同業各社とも受注は増加傾向だが、各社納期延期が続いている状況である。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要が若干考えられる。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・客先との会話や商談会で、取引業者を探す話が多い。
		電気機械器具製造業 (取締役)	・現在の人手不足は来年3月の年度末まで続く。
		精密機械器具製造業 (従業員)	・生産計画では、3か月先まで増産になっているが、まだ変動があるかもしれない状態である。
		その他製造業 (産業廃物処理業)	・受注量の増加が見込まれており、景気が良くなる傾向があると判断する。しかし現状は、依然動きがなく今後に期待している。
		輸送業 (従業員)	・消費税増税に向けて各メーカーとも生産を増加する傾向がある。各問屋はそれを分かっているため、早く仕入れようと在庫の積み増しに動いている。客に聞く限り、消費税増税前の駆け込み需要があると見込んでおり、増産体制をとっている。
		輸送業 (総務)	・来年の消費税増税に向け、更に荷物が増えると予測される。
		通信業 (経理担当)	・年末商戦とあわせて消費税増税前の駆け込み需要が活発になってくる。
		金融業 (従業員)	・海外の景気先行きを不安視する先がみられる一方、円安により輸出関連企業では生産拡大を見込む先が増えている。また、マンション等住宅建設が活発化してきているほか、公共工事の発注が大幅に増加している。新規求人が増えるなど、雇用面も改善傾向にある。
		金融業 (営業担当)	・消費税増税間近であり、全業種総じて駆け込み需要は期待できる。
		金融業 (営業)	・アベノミクスによる設備投資増加や公共工事の増加に加え、消費税増税前の駆け込み需要など、当面需要増は続くと思込む。

	新聞社（広告）（担当者）	・広告を引き続き、通販、化粧品、旅行が中心になることが予想される。年度内はテレビCMも好調との情報があり、新聞広告への予算シフトも見込めるのではないかと期待している。
	経営コンサルタント（社員）	・酒類の動きが活発となり、メーカーは設備投資を始めとする投資が増加しつつある。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・3月までの間にやはり消費税増税前の駆け込み需要が発生する。今よりは若干好転するが、おそらく一時的なもので、4月以降は厳しくなる。
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・今年度末までは土木建築の仕事が出されることから、土木、建築の設計事務所、工務店、ゼネコンでの好調が続くと予想される。一方で、民間の住宅は消費税増税の経過措置が9月で終了し、駆け込み需要はピークを過ぎたと予想される。しかし、今年度内の完成物件はまだ発注が続いている状況にある。
	その他サービス業〔物リース〕（支社長）	・自動車関連や建設業は好調で、請負企業の収益にも多少は好影響がある。一方、円安でパン工場などは小麦や卵の値段が上がり、価格改定を検討しているところもある。運送業者や重油を多く利用している工場は燃料価格が下がらず、コストをカバーできずに苦戦しているなど、切実な話を聞く機会が多い。エネルギーの効率利用が鍵になる。
変わらない	農林水産業（経営者）	・12月は年末特需があるが、1、2月はその反動から一時的には消費が落ち込む。ただし、3、4月は消費がまた戻ってくる。畜産物に関しては、全体的に品薄感から供給過不足が向こう半年間ぐらい続く。輸入物についても円安で産地国がコスト的に厳しく、日本向け輸出は少なくなる。
	農林水産業（従業者）	・畜産物はなかなか消費が伸びない。
	食料品製造業（経営者）	・業績は依然として低迷しており、客単価は以前よりやや上昇したものの、客数が一向に増加する兆しがない。集客に資する好材料は見当たらず、当分回復の兆しがみえない。
	食料品製造業（経営者）	・季節的には落ち着く時期であるが、新商品の導入予定もあり安定した販売が見込める。
	繊維工業（営業担当）	・正月休みがあり、工場にとっては難しい時期である。しかしながら、1月15日を過ぎてくれば、景気の良さが実感できる。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・原材料価格が高騰しており、特にガスがここ2、3か月徐々に上がってきている。資材関係も値上げモードが漂っており、楽観視できない状態である。
	鉄鋼業（経営者）	・販売量、受注量は大幅ではないが徐々に増加し、かつ継続している。それに伴って生産量も増加している。問題は一斉に物が動き出した影響で、出荷のためのトレーラーが集まりにくく出荷したくてもできない。今後も続くようだと言われ回復の足かせとなることが懸念される。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月先の内示数をみても大きな変動もなく安定している。
	建設業（従業員）	・マンションの外壁改修工事や分譲マンション等仕事量が増えてきている。また、消費税増税前の駆け込み需要も少しずつ目立ってきている。しかし、人手不足やリース品の品薄などで工期の遅れや受注できなくなる恐れが出始めているので、景気は停滞する。
	金融業（得意先担当）	・災害復旧関連の工事の大幅な発注増に伴い、多くの工事を受注していることもあり、この状況は年度いっぱい続くとみられる。当面は、現在の受注工事分で各企業とも潤うと考えられる。しかし、建設業関連業種に限ったことであって、その他の業種の企業についてはまだまだ厳しい状況が続く。
	不動産業（従業員）	・ホテル部門の売上は横ばいで推移しており、今後もこの傾向が続く。
	広告代理店（従業員）	・円安、株高や日銀短観など指数は良くなっているようだが、販促費、広告費の増額は折込業界までは届かない。消費マインドは消費税増税前の駆け込み需要に限定され、全体の底上げにはなっていない。
	広告代理店（従業員）	・売上は前年比100%を超える気配がない。
	経営コンサルタント	・現在の契約を維持することが中心となっており新規に事業に取り組む気持ちがなかなかみえないのが現状である。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の様子、自社の問い合わせ状況にほとんど変化がなく、今後2、3か月で非常に良くなる、あるいは悪くなる材料は見当たらない。
やや悪くなる	建設業（社員）	・平成26年度公共工事予算は減額するとの情報が出ているようだ。補正予算やゼロ国債等で繰り越し工事が早期に発注されれば、景気が良いと判断するが、今の手持ち工事だけでは不安は払しょくできない。

		輸送業（総務担当）	・秋口になって徐々に荷動きが悪くなってきている。昨年に比べるとギフト製品は受注量が2割減少し、良くない。	
		通信業（職員）	・補助金が給付される省エネサービスの工事が年内に完了するため、新たな商品、サービスの開拓をしなければ受注量が大幅に下がる。	
		不動産業	・敷金、礼金、家賃等低い金額設定にしているが問い合わせがない。資金不足で移転できない、あるいは新たに開業、起業も出来ないという状況である。	
	悪くなる	—	—	
雇用 関連  (九州)	良くなる	人材派遣会社（社員）	・求人に対して労働者が不足している。求人を出しても反応が悪く、まだまだ人手が必要な状況だ。	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・雇用を確保するためには賃金を上げるのが一番である。企業の体力に余裕が出てきた分、循環及び還元ができ始めている。今後、雇用の確保が必要な業界では、より一層賃金の引き上げが進むと考えられる。	
		人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（営業）	・期末に向けて、求人数が増加傾向にある。 ・景気の回復は、今のところ東京を始めとした大都市圏のみだが、確実に地方へも波及し人材のニーズも高まりつつある。ただし、大都市圏のような伸びではない。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、不動産、建築関係などを筆頭に求人が顕在化している。また、どの業界も人手不足に悩んでいる。昨年の九州北部豪雨の復興需要もあり、仕事が増えており順調に推移している。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末までは消費税増税前の駆け込み需要も見込めるため、企業の求人数は引き続き高い伸びとなりそうだ。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車やロボット産業など製造業の多い北九州地区では、アベノミクス効果や消費税増税前の駆け込み需要で景気は良くなる。ただし、まだ業種、業界に偏りがあるようで、春先に向け求人の需要も期待できる。	
		職業安定所（職員）	・しばらくは、消費税増税前の駆け込み需要が拡大するが、現実的には賃上げまで結び付いていないので、そう多くは望めない。	
		職業安定所（職員）	・新規求職者は減少傾向にあり、新規求人は増加傾向にある。月間有効求人倍率は今後も若干なりとも上昇傾向となる。	
		職業安定所（職員）	・10月の新規求人は、前年同月比で8.2%増加、建設業、製造業は8か月連続2けた増加しており、今後も求人の増加が望める。	
		職業安定所（職業相談）	・円高により業況が回復したものの雇用の拡大までには至っていなかった輸出型製造業からの求人が回復しつつある。また、消費税増税前の駆け込み需要に対する求人増も見込まれる。	
	変わらない		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税が控えており、景気好転の材料が見当たらない。
			民間職業紹介機関（支店長）	・人材需要は横ばいから増加傾向だが、顧客が派遣労働者採用よりも直接雇用するケースが目立つ。
			学校〔大学〕（就職支援業務）	・2014年卒業生のための求人は現在も届いているが、それだけで将来の景気について判断することは困難と考える。
	やや悪くなる	—	—	
	悪くなる	—	—	