

<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）	販売量の動き	・客の購買意欲が非常に高くなっている。購入の決断も早く、動きが非常に活発になってきている。この状態はしばらくの間続く。	
		商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税後の売上の減少を危惧していたが、さほど影響はなく、昨年並みの売上で推移している。天候の良し悪しが来客数に影響する。	
		一般小売店〔精肉〕（店員）	来客数の動き	・来客数、販売量ともに増加している。	
		百貨店（店舗事業計画部）	販売量の動き	・春休みから5月の連休までにかけては堅調な入店客数に支えられた。入店客数の伸びがなくなった5月中旬以降は、従来からの顧客による買上が健闘しており、消費税増税による駆け込み需要以前の状況に戻りつつある。	
		スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税後の落ち込みは思ったより小さく、回復までに時間はそうかからない。	
		スーパー（総務担当）	それ以外	・消費税増税前の駆け込み需要の影響はややあるものの、増税による買い控えはあまりない。	
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月末の実績は、量販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパーともに前年比3%増である。今月は特に食パンが売れた。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	来客数の動き	・前月と比べると客の入りが若干増えたように見受けられる。昨年の来客数と比較してもわずかであるが増えている。客1人当たりの購入単価も若干上昇している。	
		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	・消費税増税の反動減も4月だけで、5月については、ほぼ前年並みまで回復している。賞与も前年を超える予測が出ており、来月以降の売上についても前年を上回ることが可能である。	
		高級レストラン（支配人）	単価の動き	・ランチの注文金額がワンランク上になっている。	
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊・レストラン・宴会とも順調に予約が入ってきている。宿泊は外国人客の予約が多くなっている。	
		観光型ホテル（専務）	お客様の様子	・売上は前年を上回っている。	
		都市型ホテル（副支配人）	単価の動き	・5月は学会等で客数が多かったこともあるが、消費税が上がった分以上に客単価があがっており、売上は前年より相当伸びている。	
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・発注の見込み客数が増えてきており、それが売上にもつながってきている。	
		通信会社（販売部）	来客数の動き	・新料金プランの提供により客数が増えた。	
		ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・ゴルフのプレー代に消費税増税分を上乗せしたにもかかわらず、来店客数は増えている。特にレストランやショップの売上も好調で、客単価も伸びている。	
	変わらない		商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数は減少していないが、客単価が低下している。
			商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税の影響も少しはあるが、必要としないものは買わない様子がみられる。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・5月に入ると消費税増税の影響はさほどない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・我々商店街の近くにはスーパーが多く、各々毎日イベントをしている。また時間帯でタイムサービス等をしており、それを目当てに客が買物に行くため、商店街への来客が少ない。	
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・今年は、5月の母の日に向けフェイスブックで宣伝していたので期待していたが、年々縮小傾向にある。母の日に花を贈る人は少なくなっている。	
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・買上単価は4月に比べ上昇してきたが、5月前半は低下傾向が継続した。消費税増税の反動はまだ残っているものの、3か月平均では回復の兆しが表れてきた。当店得意の物産催事、地方拠点催事は食品に比べ工芸部門が好調である。	

百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客の動きとして、非常に吟味して必要な物以外は買わないという傾向が強くなっている。1人当たりの買上金額が前年より厳しくなっている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・消費税増税や今後の先行き不安により、必要な物以外は買わない傾向にある。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税後、生鮮食品はすぐ回復したが、増税前に買いだめた商品の動きは依然として厳しい状況である。
スーパー（業務担当）	販売量の動き	・衣替えや梅雨などに対する、季節性のある商品の販売数量は、例年と比較してほとんど変化がない。新商品や話題性のある商品も売上に大きな貢献がなく、全体的に変化が乏しい。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けから客数は伸び悩み、客単価も若干減少している。それに伴って売上が大きく前年を割り込み厳しい状況である。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・5月になってから客の動きが鈍くなってきた。春のお出かけが1服したようだ。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・連休明けに地域振興券が発売されたが、客数は相変わらず少ない。
衣料品専門店（店員）	単価の動き	・既にセール前の買い控えが始まっているのか、値段にシビアになっている。欲しくても予算に合わなければあきらめてしまう。消費税増税の話はあまり出ない。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・4月は消費税増税に対して様々な対策を講じた結果、前年を若干下回る程度であったが、5月は4月よりも増税の反動減が感じられた。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・会社全体では売上目標をクリアするも、新車の販売が消費税増税の反動減で低調である。サービス部門はリコールがあったが、売上は堅調に推移している。
乗用車販売店（代表）	競争相手の様子	・周りの同業者と話しても、景気が上向いている話が出てこない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	お客様の様子	・燃料油の小売価格は若干ではあるが値上げが継続し、高止まりの感がある。一般ユーザーの需要は、若干減少しているが、顧客の様子をうかがうと販売価格についてはある程度仕方ないという印象を受ける。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	単価の動き	・客の1品当たり購入単価が下がっている。数量はさほど変わらないが、客数の割合に対して商品の売上が少ない。消費税増税の影響が続いている。4月の売上は2割減だったが、今月は前年と変わらない。
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	・想定通り、消費税増税による反動減が継続している。特に、消費税増税前の駆け込み需要で購入された家電や消耗品、化粧品などの売上が上向かない。食品についてはほぼ回復している。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・5月のゴールデンウィーク期間はそこまで予約が入らなかった。ゴールデンウィーク明けも企業の動きがなかなか鈍く、下旬に少し忙しくなったという状態であった。
居酒屋（経営者）	来客数の動き	・店に入入りする業者の声を聞いても、値上げなどで良い方向に向かっているとは言えない。
都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・4月はかなり悪い状態だったが、5月は何とか持ち直した感がある。去年より少し良いくらいの動きである。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ビジネス出張関係の需要は堅調に推移しているが、レジャーに関してはやや弱い。特に国内情勢に不安のあるタイや自粛ムードの韓国は、大幅減である。
旅行代理店（企画）	販売量の動き	・5月は25日時点で、国内旅行の取扱額が前年に比べ微増、海外旅行については、前年比92%と低迷している。
タクシー運転手	来客数の動き	・夜の動きが悪い。昼間の動きはいくらか回復する傾向にある。ショッピングセンターの客が消費税増税前のような状況に戻っている。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は思った以上に稼働が良かった。個人の客よりも会社関係の客の稼働が良かった。また、プライダル関係の車利用が大変多かった。
タクシー運転手	来客数の動き	・夜の出入りが鈍っているものの、先月から横ばい状態が続いている。
通信会社（総務局）	販売量の動き	・サービスエリアの拡大等により売上は増加している。しかし、景気の影響ではないため厳しさは続いている。

	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・新商品が発売され、5月中旬から料金プラン見直しの来客数が急激に増えた。しかし、来客数ほど販売数は増えていない。
	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）	来客数の動き	・消費税増税や診療報酬・介護報酬改定に伴う個人負担増により、利用控えの状況が続いている。
	設計事務所（代表表）	販売量の動き	・消費税増税後、客の様子見が続いている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、4月と同様、来客数、客単価、販売量とも下がっている様子である。このままこの状態が続くと3月の駆け込み需要も相殺してしまうような状況である。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークで出費したため、今月末は買い控えがみられる。消費税増税前の駆け込み需要の反動減で来店客数も減少した。
	一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・まだ消費税増税の影響は大きく、いくら安く販売しても客は要らない物には全く手を出さない。消費税増税前と違ってかなり厳しい。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・新茶時期はある程度期待できるはずだが、昨年を下回るの売上である。来客数が大幅に減少しており、消費税増税がかなり影響している。
	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が続き、大型店舗の売上が回復しない。
	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・消費税増税直後の4月より、5月のほうが来客や売上が少ない。客の話しでは、消費税増税前にある程度買物したという意識が強く、ここに来て買物への一服感が出ている。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・今月の関連店舗の売上見通しは、97～107%である。店舗の1つは、2月の改装が功を奏し、先月から引き続き100%を超えている。百貨店については、やや悪い。婦人衣料が89%、紳士衣料が96%である一方、宝飾、貴金属が58%とかなり低い。雑貨部門はトータルで84%となっている。食料品は北海道物産展の催事効果で上がっているが、その分を差し引くと減少している。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・5月も保存が可能な商材で消費税増税の反動減が顕著であり、回復が遅い状況である。生鮮食品等は回復してきている。
	スーパー（店長）	それ以外	・食料品では、米や日持ちする商品など一般商品の動きは悪いが、生鮮食品は前年並み以上となっている。トイレットペーパー等住居関連商品は、消費税増税前の買いだめの影響で動きがまだ鈍く、売上は前年比97%で推移している。
	スーパー（統括者）	販売量の動き	・既存店の売上高は3か月前よりも減少している。また、前年と比較しても減少している。
	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・まだ消費税増税による買い控えがまだ続いている。客単価、客数ともに前年よりも少ない。本部主体のいろいろなフェアを開催しているが、なかなか客単価及び客数が回復しないのが現状である。
	衣料品専門店（チーフ）	来客数の動き	・消費税増税後から今まで客数が非常に減少し、売上も悪くなっている。キャンペーン等の前倒しで、客の呼び込みを図っている。
	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税前の反動の影響が大きく、販売量・来客数ともに目標を大きく下回っている。
	家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・回復傾向は見受けられるが、消費税増税の駆け込み需要による反動減の影響がまだ続いている。
	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・消費税が上がったばかりで、客も慌てて買わなくてもよいという気持ちがある。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・今月の売上は消費税増税前までの水準に回復していない。来客数も少なく、毎月のキャンペーンの結果も良くない。	
その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	販売量の動き	・消費税増税から2か月経過するも、客の購買力に変化がみられない。売上が伸びてこない。	
高級レストラン（専務）	来客数の動き	・外食する客の数が少なくなっており、地方の景気は上向いているとはいえない。	
高級レストラン（社長）	来客数の動き	・消費税増税の影響で客の動きが悪い。	

	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ 前年同時期よりも確実に客数が減ってきている。加えて客単価も若干減っている。昨年と比べてドリンクを注文する方が少なく、セーブされている。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・ 今月、人は動いていたようだが、タクシー利用は少なかった。	
	美容室 (店長)	来客数の動き	・ 来客数が減少している。子供のカットなどは料金の安い店に流れている。	
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・ マンションと土地分譲注文住宅は、消費税増税後の反応が非常に鈍い。来客数も落ちてきており、成約率も下がってきている。今後の動きに期待したい。	
悪く なっている	一般小売店 [鮮魚] (店員)	来客数の動き	・ 来客数のあまりの少なさに限界を感じている。廃業を視野に検討している。	
	百貨店 (営業統括)	単価の動き	・ 5月前半については、4月の消費税増税による反動減の持ち直しがみられた。しかし、ゴールデンウィーク以降は、天候の影響もあり衣料品の売上が伸び悩んでいる。	
	百貨店 (企画)	来客数の動き	・ 4月より上向いているが、依然として来客数及び売上が厳しい状況である。ショッピングセンターの店舗の来客数は前年を上回ってきた。	
	スーパー (店長)	販売量の動き	・ 客数の減少もさることながら、客の買上単価と買上点数がかなり落ち込んでいる。	
	スーパー (総務担当)	販売量の動き	・ 来店客数に大きな減少はないが、消費税増税前の駆け込み需要の反動減で販売量が落ちている。生鮮品及び生活必需品については若干の減少だが、衣料品・サービス品が大きく減少している。高額品や耐久消費財は、慎重に選択のうえに購入されており、販売数の落ち込みが懸念される。	
	衣料品専門店 (総務担当)	お客様の様子	・ 消費税増税の影響は正直想像以上に大きく、一部の高額品の客に関してはそれほどではないが、中核ゾーンの客の動きが極端に鈍くなっている。	
	家電量販店 (店員)	販売量の動き	・ 消費税増税後、家電では大物商品が止まっている。消費税増税前の駆け込み需要の反動で、4月、5月はかなり下がっている。	
	企業 動向 関連 (九州)	良く なっている やや良く なっている	○	○
	農林水産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ 消費税増税による消費の落ち込みを懸念していたが、全般的にその影響はほとんどなく、売上は計画通り上がっている。豚流行性下痢 (PED) の影響で、豚の素材原料の品不足及び値段の高騰により、加工メーカー筋が鶏に大幅にシフトしている。スーパー、居酒屋も新年度に入り順調な流れで、特に自社加工品については引き合いが強い。	
	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ 消費税増税は、駆け込み需要など我々メーカーには刺激になった。現場では、景気が少しは良くなるのではといった期待感や願いが感じられる。	
	家具製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・ 全般的に上向いているといった印象である。大量に作る特注家具のコントラクト家具市場では、平均受注単価が前年同月と比べて19万円から20万5千円と10%以上上がった。これは、ほとんど受注がなくなっていた高額商品が多少動き出したことが要因である。安いアジア製の家具ばかりが出回っていたが、円安で価格が上がったにもかかわらず、イタリアやドイツなどの高額商品の受注が増えた。	
	金属製品製造業 (事業統括)	受注量や販売量の動き	・ 前月には見えなかった今後の受注量の確保の動きがみえてきた。	
	電気機械器具製造業 (取締役)	取引先の様子	・ 取引先の受注状況ヒアリングでは、物も人も動いているようだ。	
	経営コンサルタント (社員)	受注量や販売量の動き	・ 消費税増税の影響はなく、清酒の売上が伸びている。	
	その他サービス業 [物品リース] (支社長)	取引先の様子	・ 運送業顧客の様子をみると、事業所は拡大しているがドライバーの人手不足となっており、頻繁に採用面接している。また、不動産業の顧客からは、土地建物の買取希望があり、情報提供を求められている。銀行からの借入も積極的で、ここ1年以上不良債権が発生していない。	
変わらない	農林水産業 (営業)	取引先の様子	・ 畜産業界の市況は景気に左右されていない。価格が高騰するも販売は順調に推移している。	
	農林水産業 (従業員)	受注価格や販売価格の動き	・ 受注価格がなかなか上がらないので、厳しい状況である。	
	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ 発注数量が比較的多く、工場の稼働率が高い状態で安定している。	

	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月は消費税増税でいくらか落ち込むのではないかと心配していたが、売上は前年よりも良くなっている。また陶器市の期間中、人出は若干少なくなっていたが、売上自体は昨年以上で、多いところは列を作るほどの盛況ぶりであった。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月の受注量は5月のゴールデンウィークを控えた駆け込みがあったが、ゴールデンウィーク明けの動きが悪くなっている。月々の平均からすると3か月前とそう変わらないが、月々の変動が激しい。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動を懸念したがさほど影響はなく、受注量に大きな落ち込みもなかった。今月は前年同期以上の売上になった。	
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先からの受注量が安定しない。変更も多く非常に不安定で、短期的な計画を立てにくい。結果的に遅れて発注されるため、コストの問題もあり平常の操業ができない。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	取引先の様子	・話しばかりが先行し、生産量が上向きになると言われながらもなかなか上がらない。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・倉庫で預かっている荷物が動かない。	
	金融業（従業員）	取引先の様子	・円安等による原料費や燃料費の値上がりで収益が悪化している先がみられる。一方、百貨店、家電販売などでは、高額の商品の販売が比較的好調で、消費税増税前の駆け込み需要の反動減は予想ほどみられない。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先であるマクロ加工の食品卸業者は、前年比で売上高が減少している。卸先であるスーパーでの売れ筋が良くない。消費税増税の影響で、し好品であるマクロに消費者の手が届かないのではと推測している。	
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・貸出金の増減はない。倒産件数は低水準を維持している。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・4～5月にセミナーを開催したので関係ある行政や企業を訪問した。しかし、時期が悪かったせいもあるが、訪問先は新しいことへの取組について消極的な態度である。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注金額・件数及び問い合わせ件数に大きな変化がみられない。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村から高齢者や障害者の福祉に関する調査や計画策定支援の業務が多く発注されている。その多くがプロポーザル形式となっており、企画提案書が優れているものに発注されるようになってきている。受注できれば売上が多くなるが、受注できなければ売上増は見込めない。受注できるかどうかは企業次第となっているが、できない企業の方が多い。	
やや悪くなっている	繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・取引先が経費削減に必死に動いている。こちらとしては運賃の値上がりなど経費が増えているので、このような取引先の動きは負担になる。	
	輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で荷物の量が落ちている。	
	新聞社（広告）（担当者）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税の影響のためか広告主の出稿マインドが全体的に鈍く、前年の90%に届かない状況である。化粧品関連が170%と好調だが、それ以外は軒並み前年割れとなっている。地元への出稿が伸び悩んでいるが、東京、大阪への出稿量は前年の約2倍に伸びている。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で非常に悪い。4月と比べると良くなった感があるため、深刻さは感じていない。	
悪くなっている	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・社員、作業員は暇なく働いているが、公共工事の積算や民間見積の指名や依頼が減少している。官公庁の発注が早ければよいが、県の前倒しの発注を期待している。	
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	・タレント派遣を行っているが、新規CMや新番組のキャスティング依頼が増えた。広告予算を取れる企業が増えてきたようだ。また一般派遣においても、時給単価を従来よりも高く設定できる企業が増えた。

	人材派遣会社 (営業)	雇用形態の様子	・有期雇用での派遣活用も求人数も伸びているが、紹介予定派遣を含めた契約社員以上の直接雇用の伸びが大きい。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数が、前年度比で増加傾向にあり、増員や新規事業立ち上げ等の求人がみられる。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・5月の新規求職者数は増加しているが、これは3月以降退職する者が多いため例年の傾向である。新規求職者数は前年比で減少傾向にある。
	民間職業紹介機関(社員)	求人数の動き	・派遣終了者が減少し、継続して雇用する傾向が出てきている。人材紹介分野も依頼が増加している。
	学校[専門学校] (就職担当)	求人数の動き	・企業からの中途採用求人数は、前年比で1.2倍程度増加している。ハローワーク等に求人を出しても応募者がいないとの理由で学校を頼ってくるケースが多い。
変わらない	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・4月以降、求人数は前年実績を下回っている。
	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・注文数や求人誌等の件数も減ってきていて、大分落ち着いた。
	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・弊社が独自で行っている求人取扱い件数が前年を下回った。消費税増税による先行き不安で、雇用の弁が一時的に塞がった。
	新聞社[求人広告] (担当者)	求人数の動き	・消費税増税後、消費の低迷がみられる。
	新聞社[求人広告] (担当者)	雇用形態の様子	・少しずつではあるが、流通、飲食関連の求人募集で正社員雇用が増えてきている。ただ、景気を押し上げる大きな流れまでなっていない。
	新聞社[求人広告] (担当者)	求人数の動き	・製造、建設関係は消費税増税の影響か求人を控える傾向があったが、ようやく一部に動きがある。ただし、地元中小企業の動きはまだ鈍い。
	民間職業紹介機関 (支店長)	求人数の動き	・求人数の伸びが鈍く、景気の上向きを示す指標と、派遣労働者の新規、追加・増員の需要が一致していない。
	学校[大学] (就職支援業務)	求人数の動き	・求人数は1月ごろまで前年を上回っていたが、2月以降は微増にとどまっている。
やや悪くなっている	職業安定所(職員)	それ以外	・順調に伸びていた新規求人倍率が低下しており、就職率についても低下してきている。しかし、人手不足に関する相談が増えており、企業活動への影響を懸念する声が多い。
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）	・来客数は減少していないので、販売促進と品ぞろえをしつかりやれば売上増を見込める。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減がまだ続いているが、今後は若干解消されて今より良くなると期待している。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・消費税増税の影響もほとんどなく、このままの調子を維持する。
		百貨店（営業担当）	・レジ客数が横ばいとなり、来月以降、回復の兆しが出てきた。また、消費税増税前の駆け込み需要が大きかったお得意様部門に比べ、一般カードの売上の落ち込みが減少している。また、紳士・婦人衣料の商品単価が回復、食品も前年維持となった。お中元需要とクリアランスでの需要回復が見込まれる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響も日々弱まりつつある。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税の反動減の影響がほぼなくなると考えられる。夏のボーナス商戦での顧客購買がどこまで伸長するかがポイントである。
		百貨店（企画）	・消費税増税の影響はあるものの売上、来店客数ともに正常に近づいている。
		百貨店（売場担当）	・売上は前年比97%だが、入店客数は105%なので客数自体は落ちていない。2～3か月先はクリアランスの時期になるので、かなり需要がでて、今よりは確実に回復する。おおむね98～100%の前年並みには戻り、やや良くなる。
		百貨店（店舗事業計画部）	・消費税増税前の駆け込み需要とその反動減がほぼ終わっており、地元銀行が夏のボーナス増加を見込むコメントを出すなど、夏のセールに向けた外部環境や顧客の心理的なイメージが良くなってくると期待できる。
		スーパー（店長）	・生鮮食品を中心に、価格一辺倒から質に見合った支出という傾向が始まっている。3か月前と違った前向きな景況感が顧客の購入状況に出てきている。
		スーパー（店長）	・回復は遅いものの4～5月は回復基調になってきている。また、保存が可能な商材の動きが良くなってくる時期である。
		スーパー（店長）	・消費税増税後の買い控えに対する反動もあるので、売上も上がる。
		スーパー（店長）	・消費税増税後の落ち込みは、4～5月が底になるとみているので、今後は少しずつ売上も回復するとみている。
		スーパー（総務担当）	・買上点数、来客数に消費税増税の影響はあまりなく、顧客の購買意欲に対する影響も少ない。
		コンビニ（店長）	・心配していたほど、売上が下がっていない。
		コンビニ（販売促進担当）	・大型量販店、ローカルスーパーも、パンコーナーは税抜き価格で販売しているため、客は安く感じるようだ。これから先も伸びていく。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が6～7月上旬ぐらいまで続くとみられる。ボーナスが出るため、8月以降、やや良くなると判断している。
		家電量販店（総務担当）	・業界予想では、ボーナス商戦をきっかけに需要が浮上してくる可能性があるため、期待している。
		家電量販店（従業員）	・季節柄、除湿器やエアコン、扇風機が売れ出す。
	家電量販店（広報・IR担当）	・5月は4月と比べると、テレビ、洗濯機、冷蔵庫等で回復傾向がみられた。気候にも影響されるが、ボーナス商戦頃からやや良くなるのではないかと。	
	乗用車販売店（従業員）	・国は6～7月あたりから回復すると言っているが不安もある。	
	乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税の影響が薄れ新車販売台数が上向き、新車売上増加が収益アップに寄与する。	
	その他専門店〔書籍〕（代表）	・東京の大企業の好況が、少しずつ地方にも波及してくると考えられる。	
	その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・今後、消費税増税の影響は徐々に薄らいでいく。既に耐久消費財を購入した方は、夏のボーナスが出たあたりから贈答品の購入へ目を向けるようになる。	
	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）	・消費税増税の反動も4月だけで、5月はほぼ前年並みまで回復している。賞与も前年を超える予測が出ており、来月以降についても前年を上回ることが可能である。	
	居酒屋（経営者）	・消費税増税にも慣れて、購買意欲が増してくる。	
	観光型ホテル（スタッフ）	・向こう3か月の予約も順調に入ってきている。	

都市型ホテル（副支配人）	・年間を通して4～6月が一番弱い四半期であるが、消費税増税に関わらず売上単価と予約も伸びている。	
旅行代理店（企画）	・各分野でボーナスの増額と言われているため、レジャー費が増加すると見込んでいる。先行の受注額は、7月が前年同期比133%、8月が前年同期比106%となっている。	
タクシー運転手	・今年の夏のボーナスが増えれば、消費に回ってくる可能性は非常に高くなる。また、景気は秋頃にかけては良くなると予測が出ているので、非常に期待したい。	
通信会社（総務局）	・消費税増税も定着化して、さらに夏季賞与のアップも期待されることから、身の周りの景気もやや良くなる。	
通信会社（業務担当）	・6月は5月に引き続き、新商品発売とプラン変更で来店増が見込まれるので、前月及び昨年の販売台数は上回る。	
通信会社（販売部）	・新商品、新サービスの提供により客の購買意欲が高まると考えられる。	
ゴルフ場（従業員）	・夏はプレーされない時期になるが、6～7月の予約をみると前年比を簡単にクリアする数値である。プレー代以外の物の売上も伸びるだろうと商品の仕入れをしている状況で、良い動きになっている。また、企業関係のコンペや大きな団体のコンペもあり、良い状況がみえる。	
理容室（経営者）	・梅雨から夏に向かって暑くなるので、来店サイクルが何日か短くなる。今月よりは来客数が増えて、若干良くなる。	
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）	・例年、10月ごろまでは顧客増が見込まれるため、個人負担増の影響も次第と薄れていくことが期待される。	
変わらない	商店街（代表者）	・商店街全体をみて、物品販売店の売上が相変わらず厳しい状況は変わらない。
	商店街（代表者）	・季節的に、暑くなってあまり人が動かず、物を買わない時期となる。しかし、客の消費行動に活発な部分があるので、今とあまり変わらない状況が続くと判断している。
	商店街（代表者）	・全体的な売上にあまり変化はない。これからの高齢化社会に対応できる店づくりをしつつ、客が離れないような環境を作っていく。
	商店街（代表者）	・過ごしやすい天候が続く、商店街の通行量も多いようだ。梅雨入りまでは売上も順調に推移する。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・消費税増税の影響が落ち着いたとしても、増税前の状態に戻るだけなので変わらない。購買心をあおるような政府の施策があっても、当店では高齢者が多く、医療負担や年金等がどうなるのか分からない状況であるので、このまま厳しい状況が続く。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・売れそうな気配がない。どうしたら売れるのか分からない。
	百貨店（総務担当）	・アパレル各社は、夏のクリアランス頃からの回復を予測しているようであるが、エステ等客単価の高いテナントは依然として厳しい予測をしている。
	百貨店（営業担当）	・地元企業には、夏のボーナス前年増の動きはみられない。首都圏と違い、夏のボーナスによる消費マインドの向上はない。
	百貨店（営業政策担当）	・消費税増税後、初の中元、夏商戦を前に、世間では賞与の増加などと言われているが、内実は生活防衛の意識が強いと考えている。ただし、高額所得者に関しては当てはまらず相変わらず景気の回復傾向は続いている。
	百貨店（業務担当）	・これから夏物の本格需要に入っていくものの、消費税増税後の家計負担増を実感するようになれば消費を少し押さえたいと言う客も多い。少し買物には慎重になる。
	スーパー（店長）	・販売表示の面で消費税抜きと消費税込みの値札をつける場合、税込価格の8%表示に違和感があり、価格が安いのかどうか客が判断するのが難しい状況である。税込と税抜の表示価格問題が来月以降も懸念される。
	スーパー（統括者）	・上場企業は良くなっていると新聞報道等で感じることはできるが、中小、零細企業は今でも厳しい環境が続いている。
	スーパー（業務担当）	・消費税増税の影響として、耐久消費財の落ち込みが徐々に大きくなっている。現在の売上結果をみる限り、前年実績と大差ない数字に落ち着くまでは数か月を要する。
	コンビニ（エリア担当・店長）	・これから先の天候にもよるが、暑ければ暑いほど客数及び客単価、買上点数も増えていく。逆に、梅雨が長引けば客数の伸びが若干前年を割る。
衣料品専門店（経営者）	・今までが変わらなかったように、この先も変わらない。	
衣料品専門店（店長）	・あまり動きがない時期で、景気そのものの動きもあまり変化がない。	

衣料品専門店 (店長)	・地域振興券は例年なら発売とほとんど同時に売り切れるが、今年は2週間半を経過した今もまだ残っていると聞く。客の財布のひもはまだ固く締まったままであり、この先も変わらない。	
衣料品専門店 (店員)	・消費税増税後の買い控えはないが、今年はセール前の下見がとて早い。景気は良くならない。	
衣料品専門店 (取締役)	・8月はファッション界にとって非常に厳しい時期になる。気候が大きく左右するので、全く読めない。消費税増税の影響は落ち着くが、消費者の財布のひもは固いままである。	
衣料品専門店 (チーフ)	・客数の減少は止めることはできないが、キャンペーンやセールを前倒しにすることによって、購買意欲をかき立てることを考えている。	
衣料品専門店 (総務担当)	・6月後半から7月にかけてのセールにおいて回復することを期待したいが、現時点でそれを織り込むことは不可能である。	
家電量販店 (店員)	・消費税増税後、売上は前年の約85%程度に落ち込み、大変厳しい営業内容になっている。サッカーワールドカップの需要も期待しているが、まだ効果が出てきていない。パソコンのOSソフトのサポート終了に伴ってパソコンの新機種が出ているが、値段が高くて売れない。3か月先良くなる要素はなく、良くて現状維持である。	
乗用車販売店 (代表)	・変わりそうな気配がない。	
その他専門店 [コーヒード] (経営者)	・梅雨は来客数が若干減る傾向にある。梅雨が明けると同時に夏のお中元のギフトシーズンとなるので、数字的には横ばいではないかと予想される。	
その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	・これから気温が上昇する季節となり、自動車のエアコン等を使用する機会が増加してくる。燃料油の販売が増加すると予想するので、洗車等のカーケア商品の販売チャンスに期待する。	
その他小売 [ショッピングセンター] (広報担当)	・消費税増税による消費マインドの更なる低迷が懸念される一方で、夏季賞与の増加や企業業績の回復基調が下支えとなった景気の回復を想定している。企業間では価格競争の激化が想定される。	
高級レストラン (経営者)	・6月の予約状況は5月より良くなっている。来月も同様に良くなる。	
高級レストラン (支配人)	・流動的で良い兆しがまだみえない。	
高級レストラン (専務)	・夏から9月頃まで、ビールやかき氷等はあるかもしれないが、食欲を出すものがあまりない。そのため飲食店では、来客数や売上が増加することはない。少し寒くなってからではないと良くならない。	
高級レストラン (社長)	・消費税増税でこの先も不透明である。	
一般レストラン (経営者)	・特に客足が増えることもなく、フェアやイベントを開催するも昨年よりも反応が悪い。消費税増税の影響が今になって少しずつ表れている。	
観光型ホテル (専務)	・8月の予約状況が良くない。	
都市型ホテル (販売担当)	・今後もあまり変わらない。これといった起爆剤もなく、消費税が10%に上がる前の駆け込み需要ということもないようである。	
都市型ホテル (スタッフ)	・業界自体は低価格競争状態にあるが、高単価の宿泊商品等も順調に販売できているため大幅な変動は考えられない。	
旅行代理店 (従業員)	・夏場の予約は前年を超えており、ゴールデンウィーク明けから同じような状態が続いている。	
タクシー運転手	・会社関係は若干良くなっているようだが、個人の客の動きがないので変わらない。	
タクシー運転手	・大きく景気を左右する要素がないので、しばらくは現状維持が続く。	
通信会社 (企画担当)	・現状上向き傾向であるが、それ以上に良くなる材料はない。	
美容室 (店長)	・日によって客数が極端に違い予測しにくい、2~3か月先も変わらない。	
設計事務所 (所長)	・昨年からコンスタントに仕事量があり、今年いっぱいには変わらないと考えている。	
住宅販売会社 (従業員)	・消費税増税の影響で、住宅取得意欲の減退が秋頃までは継続する。	
やや悪くなる	商店街 (代表者)	・気象予報では今年は冷夏ということだが、暑い方が商品は売れる。
	商店街 (代表者)	・当店は、季節的な影響が大きい、梅雨に入り、夏になると人の動きは悪くなる。当店の小売部門は著しく減少するが、納品業務は平行線を予想する。

	商店街（代表者）	・今年の夏は暑くなるとのことだが、商店街は空調設備がないため客は喜んで来ない。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・当店は、切花がメインでお祝いの花が多いため、お盆の需要は少ない。これから先暑くなると、お祝い用の切花需要が減るので、毎年ながら夏が乗り切れるか心配している。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・これから先売上増加につながる要素はないため、現状を維持していきたい。
	コンビニ（エリア担当）	・今年の夏は雨が例年より多いとの予報で、夏の商品のアイスクリーム、飲料の売行きが思うように伸びないと厳しい状況が続く。競合他社も多く、厳しさはどんどん増している状況である。
	住関連専門店（経営者）	・同業者の廃業や関連業者の倒産の話が耳に入ってきている。これから夏を超すまでしばらくは我慢のしどころである。
	その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・業界は長期低迷を続けており、なかなか浮上のきっかけを見出せない。爆発力のある商材は一部あるが、全体への波及効果はない。来月はサッカーW杯が開催されるため、世界的規模の大きなイベントに消費の関心が引き寄せられる。
	観光ホテル（総務）	・ここ3か月の収入予測からやや悪くなる。
	タクシー運転手	・暑くなると夜のタクシー利用はそこそこあるが、昼間は用事がないと出かけないのでだめである。
	競馬場（職員）	・来場者数が前年を下回っている。
	設計事務所（代表）	・消費税が10%に増税後、どうなるか心配している。
	住宅販売会社（従業員）	・円安により輸出は好調であるが、原油価格の高騰で電気、ガス、原料が上がればコストアップにつながる。ボーナスが上がったとしても、一般の生活に貢献がなく、消費税増税の影響もあり景気はだんだん悪くなっていく。
	悪くなる	スーパー（総務担当）
	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）	・東京オリンピック需要が確実にあるため、大量に作る特注家具のコントラクト家具業界は比較的楽観視している。事実、家具需要は物件の情報量が少しずつ増えてきており、売上金額も前年比で10%程度の伸びを見込んでいる。4～6月の四半期の予測は前年比109%が確実で、7～9月の予測も同程度を見込んでいる。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・展示会シーズンとなり、顧客との折衝機会が増えると予測される。
	金属製品製造業（事業統括）	・取引先の様子として、受注拡大の方向にあるが、人手不足による工期延期の情報が多く、先行きの不透明感はぬぐえない。
	電気機械器具製造業（取締役）	・自社の各事業部で人員の増員要請が出てきた。電気料金の動向は気になるが、前向きな設備の投資意欲もあり、頑張ろうというムードが出てきた。
	精密機械器具製造業（従業員）	・新たな製品の受注がきている。徐々に増産体制に入る計画である。
	その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先が増産体制に入るとの情報があり、少しずつ上向きになる。
	建設業（従業員）	・県庁移転や市役所庁舎の移転があり、まず、県庁庁舎の入札が控えているため景気は少し上向く。
	建設業（社員）	・梅雨の終わりは、本格稼働になっていなければいけない時期である。官公庁の発注に期待している。民間工事の発注はなかなか期待できないが、解体工事が多いようで、小さい工事でも今の時期は受注に向けて動いている。
	通信業（職員）	・省エネ関連の商品・サービスに対する問い合わせが若干増えており、2～3か月後には受注に至る可能性も出てきた。
	通信業（経理担当）	・国際情勢で不安材料はあるものの現状で推移すれば、予算に沿って受注量は更に増加すると見込む。
	金融業（調査担当）	・取引先から景気に対する否定的なコメントは聞かない。消費税増税後の落ち込みは限定的であり、増税のマイナス影響は乗り越えているとする割合が高い。
	新聞社（広告）（担当者）	・7月には消費税増税の影響も取まるとの見方や、夏のボーナス水準が高いとの報道もあり、ボーナス商戦での出稿増を見込んでいる。
	広告代理店（従業員）	・消費税増税による売上の落ち込みが改善されると言われている。それ以外の改善要因はない。
	経営コンサルタント（社員）	・高価格なものが徐々に売れてきており、回復に向かっている。

	経営コンサルタント (代表取締役)	・5月のゴールデンウィークを境にして非常に良い状況になってきている。6月以降ボーナス等も出て、個人消費はもう少し盛り上がるのではないかと期待している。	
変わらない	農林水産業(経営者)	・6月のスーパー、居酒屋関係は梅雨に入り消費は伸びないが、今の流れからすると梅雨明けは従来どおり期待できる。加工メーカー筋も豚流行性下痢(PED)で鶏の引き合いが強い。ただ、今年は冷夏予想のため、ビール消費関連に比例した加工商品の売行きが心配である。	
	農林水産業(営業)	・畜産業界は、景気と関係ない市況におかれているため変わらない。	
	食料品製造業(経営者)	・先月より良くなったものの、業績は昨年並みで、全体としては厳しい売上状況にあることに変わりはない。景気回復への期待はあるが、納入先の集客見通しはいまだに悲観的で、業績を押し上げる程のものではない。	
	窯業・土石製品製造業(経営者)	・焼き物業界は、夏場に数量が少なくなる傾向にある。商品が若者向けに変わってきているような傾向がある。	
	鉄鋼業(経営者)	・3月に受注量が減少し消費税増税の影響ではないかと心配したが、4月に入って受注量が回復しその後も大きな落ち込みがない。受注した建築物には共同住宅が数多くあり、鉄筋需要の支えになっている。	
	一般機械器具製造業(経営者)	・来月の予定がつかめない状態なので、2~3か月先の予測は非常に難しい状態である。我々としては、少し滑り出すのではないかと期待しているが、何とも言えない。2~3か月前の状態がしばらく続き、各ユーザーは様子見の状態となる。	
	一般機械器具製造業(経営者)	・季節変動を含め、今後も順調に売上は維持できる予定である。	
	電気機械器具製造業(経営者)	・悪くはならないかもしれないが、良くもならないということで、経営に対しては非常に厳しい状況である。新しい仕事を開発するにも厳しい状態だ。	
	輸送用機械器具製造業(営業担当)	・3か月内示を確認しても、当初の生産計画数に対して大きな変動はない。	
	輸送業(総務担当)	・荷動きの悪い状態が続いており、すぐに良くなるようなことはない。	
	金融業(従業員)	・海外景気の先行きに不安を抱く先が増加している。一方、雇用環境の好転により給与支給額が増加傾向にあり、消費税増税による駆け込み需要の反動減も比較的短期間で解消すると見込む先が多い。	
	金融業(営業担当)	・建設業関連は好調さを持続するが、消費者に直結している小売業は苦戦する。各業種、売上が増加しても人手不足を補うコストがかかるため、今後、景気が良くなるとは考え難い。	
	不動産業(従業員)	・賃貸オフィスの空室率が横ばい傾向にあり、今後もその状態が続く。	
	経営コンサルタント	・消費税増税に伴い、新しいコンサル契約を結ぶにはかなり難しい面がある。また、取引先は守りの姿勢が強い。	
経営コンサルタント (代表取締役)	・取引先と景気について情報交換した際、良くなる、あるいは悪くなるという話をほとんど聞かず、大きな変化の兆候がみられない。		
その他サービス業[物品リース](支社長)	・消費税増税後2か月経過したが、最近、増税を実感することが多い。多少収入が増加する可能性はあるが、必要最低限の物しか購入しない。		
やや悪くなる	農林水産業(従業員)	・牛や豚などの畜産物の販売はなかなか厳しい状況である。	
	食料品製造業(経営者)	・7~8月にかけては原料が完全な端境期になるので、減産は仕方ない。	
	繊維工業(営業担当)	・取引先の経費削減がどの地点で収まるのか心配である。下請に良い方向には決して動かない。	
	輸送業(総務)	・通常5~6月は良くない月だが、消費税増税の影響もあり物量が期待できない。	
悪くなる	広告代理店(従業員)	・5月の新聞折込チラシの受注金額は、4月に引き続き前年同月比88%と消費税増税の影響を受け、すべての業種が前年比を下回る異常な状態である。消費マインドは完全に低下しているが底を打った感じがしない。どれぐらい続くのか耐えるしかない状況である。日本銀行の追加措置が待たれる。	
	その他サービス業[設計事務所](代表取締役)	・現在、発注が多い福祉の業務は今年度限りで、来年度は予定されていない。今後は、発注が激減し、受注が減ることが予想される。市町村から発注される業務は他に考えられないため、景気は悪くなることが予想される。	
雇用	良くなる	-	-

関連 (九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・社会全体が単価アップの方向に動いており、前年同様の施行件数でも売上増加に繋がっている。夏の賞与アップという報道もあるので、このまま順調に消費が伸びていくと予想する。
		人材派遣会社（社員）	・中元時期に入るので、受発注関係で若干雇用が生まれる。既存の顧客からも早めに注文がきている。
		人材派遣会社（営業）	・建設、IT、医療関連を中心とした求人数の伸び、及びそれに関連した各分野の求人数の伸びに基づいて判断すると、やや良くなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・福岡はサービス産業の都市なので、人手不足が経営上一番の問題である。それを解消する動きが秋口には出始めると期待している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響が弱まる。
		職業安定所（職業相談）	・求人数は増加傾向、求職者数は減少傾向のため、有効求人倍率は引き続き上昇する。
		民間職業紹介機関（社員）	・求人数が増加傾向にある。一時的なものか不明であるが、「終了者の後任不要」の依頼が「後任希望」へシフトしている。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2015年卒業予定学生への求人件数の伸びがやや鈍化しているが、今月下旬から来月以降にかけて、中堅企業の採用活動が活発化していくことが予想される。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・首都圏はかなり求人の動きがあるようだが、福岡は落ち着いている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人手不足などで医療、教育に加え飲食、流通関連の求人が増えてきている。消費税増税の影響は思ったより少ないようだが、このような雇用形態の変化が景気につながるかは未知数である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元企業へのヒアリングの結果、2015年の新卒採用は例年に比べ採用数も増やすところが多く、採用の動きも早まっているようだ。
		職業安定所（職員）	・景況感は継続するが、消費税増税の影響もあり、しばらくはあまり変わらない。
		職業安定所（職員）	・企業が消費税増税の影響を見極めている状況が続くと考えられる。また、設備投資を積極的に行うなど、企業活動を拡充する事業所は少ない。
		職業安定所（職員）	・新規求人はやや増加傾向がみられ、人出不足の業種も出てきている。また、新規求職者数の減少傾向は変わらない。有効求人倍率も高止まりで推移していく。
		民間職業紹介機関（支店長）	・人材の需要が、前年同時期とほとんど変わらない。減少していないが増加もしていない。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業へのヒアリングから、人材ニーズに大きな変化はない。	
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—