

# 〈現状〉

## 10. 九州（地域別調査機関：（財）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）	来客数の動き	・来客数が増加している。取扱品目のなかで昨年までは苦戦していた旅行鞆等の品目が売上増加に寄与した。	
		商店街（代表者）	来客数の動き	・運動会やキャンペーン、祭などイベント関連が増えたため、印刷業務が増えた。	
		百貨店（企画）	販売量の動き	・身の回り品を中心に、秋物商品が順調に売れている。入店客数も月中盤から増えている。	
		百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・来店客数は、店舗によっては前年を超える実績で推移しているが、客単価は低下傾向である。そのため、来店客数の伸びに売上が追いついていない。	
		スーパー（店長）	来客数の動き	・食料品を中心に、身の回り品は今月も順調に回復している。	
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税後の落ち込みと比較すると、今月は、決算月で受注量がアップしている。	
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	お客様の様子	・昨年同期比で、来店客数が増えている。それに伴って購買量も若干増えている。	
		居酒屋（経営者）	来客数の動き	・夜の早い時間は少し人通りも多くなってきた。しかし、2次会、3次会の時間になるとかなり人が少ない。	
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・長崎は国体の開催で宿泊予約が伸びている。レストラン・宴会も順調に推移している。	
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・観光地である当地では、海外客が徐々に増えている。新幹線開通から3年目を迎え、県外客、特に会社関連のコンペ等が増えている。地元客よりも、都市部、海外からの来客で少しずつ戻っている。	
		ゴルフ場（支配人）	それ以外	・当社関連会社において、一時的ではあるが、受注工事が増加している。	
		美容室（店長）	単価の動き	・着物を着る機会が増えて客単価が良くなっている。	
		変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・天候の影響か、人通りが極端に少ない日が目立った。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・例年であれば、9月の敬老月間は年配者の来店が多いが、今年はかなり少なく、その分売上也減少している。
			商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街ではなく、コンビニエンスストアやスーパー等で客が買物を楽しむ姿が目にした。
			一般小売店【鮮魚】（店員）	来客数の動き	・とにかく来客が少ない。朝晩少し涼しくなったのでいくらか良くなる。
			一般小売店【生花】（経営者）	販売量の動き	・少し涼しくなってギフト用の花が増えてきた。月末は退職者向けの花束注文が結構多かった。これからギフト関係の花束の消費が伸びる。
			一般小売店【茶】（販売・事務）	来客数の動き	・涼しくなり来店数は少し増加しているが単価は低い。消費税増税前の方が上回っていた。消費税増税はかなりこたえとの客の声も聞く。近隣では、増税後の廃業が多く、テナント募集の看板をよく見る。
百貨店（総務担当）	販売量の動き		・アパレルを中心に秋物の動きが回復すべき時期ではあるが、全体的に動きが鈍く前年売上を確保できているテナントが少ない。また、高額商品を取り扱うテナントでは、消費税増税の影響はなくなったが、購買意欲を高めるヒット商品も見当たらず、全体的に活気がない。		
百貨店（業務担当）	お客様の様子		・今年は少し涼しくなるのが早かったので、秋物商材の動きに期待を持っていたが、客は購入を先延ばすことが多い。必要なものを必要なタイミングで買うという慎重さは変わっていない。		
百貨店（売場担当）	競争相手の様子		・関連店と当店の売上の見通しは、前年同月比で93～110%となっている。当店の客単価だけをみると、非食品が同106%、食品が同101%となっている。購買客数がかなり落ち込んでおり、衣料関係が同95%、家庭用品が同80%、食料品が同94%となっている。		
百貨店（店舗事業計画部）	お客様の様子		・8月が涼しく秋物が例年になく早目に動き出したので、衣料品は徐々に復調するかと期待した。しかし、9月は平年並みの気候で動きが鈍り、結果的に8月に前倒して売れただけだった。客が気温変化に対して敏感に反応している傾向が顕著に見られる。		

百貨店（営業統括）	お客様の様子	・消費税増税から半年が経つが、高額所得者以外の購買が戻っていない。特に婦人高齢層において戻っていない。来客数、来店回数、購買額、単価のすべてにマイナス基調となっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・天候の影響もあるが、生鮮食品では価格上昇に見合った売上の増加がない。価格に対する客の慎重さが散見される。商品全般に値上げの傾向が強く、今後、状況は厳しくなると予想している。
スーパー（店長）	単価の動き	・売上は既存店ベースで若干前年割れしている。ただし、生鮮の鶏肉は相変わらず相場高で、売上が好調に推移している。生鮮食品の強化により、客単価は上昇しているが客数は減少している。
スーパー（店長）	お客様の様子	・客数、客単価はあまり変わらないが、買上点数は増えている。安い商品の購入が非常に多くなっている。一方、高額商品は売れていない。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・長雨、日照不足で夏が終わり、秋への移行が早過ぎて、夏、秋の商材とも売行きが中途半端である。長雨による野菜高騰も消費に水を差している。
スーパー（業務担当）	販売量の動き	・婦人服等の秋物衣料の動向は若干上向いているが、青果の価格高騰と品薄はずっと続いており、食料品全般の販売点数が伸びない。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・当社では消費税を内税で価格表示しているが、他社は外税で表示しているため、見かけは当社よりも価格が安くなっている。それに対して、敏感に反応する程、客の消費マインドが厳しくなっている。
コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月の売上は、量販店が前年比で102.9%、ローカルスーパーが同106.8%、コンビニエンスストアが同96.3%となっている。コンビニエンスストアの販売数量が落ちた分を量販店、ローカルスーパーが何とかカバーし、ほぼ横ばいだが前年を達成した。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・相変わらず客の出足が悪い。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・今月は、高額品をまとめて買う客と、単価が高くないものを吟味する客の二極化が見られた。
衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・当社の主力部門であるミセスの比較的高額な商品において、消費税増税後、価格に対する客の反応が非常にシビアになっている。今まで2点のまとめ買いをしていた客が、1点で終わるケースも増えている。
家電量販店（店員）	販売量の動き	家電は、消費税増税の影響がほぼなくなってきた。ただし、今月は天候が極端に悪く、台風の影響もあり、景気の良さ悪しの判断がつけられない。
家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・天候不順による夏物の不振の影響を引きずっている。来客数が減少したままである。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・9月の新車販売台数は前年比、前々年比共に90%弱と低迷している。消費税増税後の反動減の影響は解消しているが、景気回復の足取りは重い。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・今月前半は消費税増税の影響なのか売上が低迷したが、後半は各イベントへの参加やキャンペーンが順調で、前年同月の売上を達成できた。
その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（統括）	販売量の動き	・燃料油のうちガソリンの小売価格は、高止まりから下げ基調に推移してきている。燃料油の販売数量は前年と比較すると、定額・定量購入等やや節約傾向がみられたが、大幅な変化はない。
その他小売 〔ショッピングセンター〕（広報担当）	販売量の動き	・秋物衣料は堅調に推移しているが、食品や日用品の動きが悪い。購入頻度や購入先を吟味する客の動きがみられる。特に、セールやポイント付与のタイミングなどにあわせた購入が顕著である。
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〕（統括者）	販売量の動き	・消費税増税による駆け込み需要の反動は回復しつつある。既存店ベースで前年売上をギリギリ確保できている。さらにインバウンドが増加しており、好調な施設は前年売上を上回ることができている。
高級レストラン（専務）	来客数の動き	・暑さや台風などの影響で、売上が思ったより伸びない。
都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・昨年同月比で客数や販売量に変化はない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前と比べて、景気回復の勢いはあるものの良くなっているという実感はまだない。
都市型ホテル（副支配人）	単価の動き	・販売量は3か月前から非常に良い。最近2～3か月間、博多駅周辺すべてのホテルで単価が上がっている状況である。



	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・夏休み以降、旅行客は前年をやや下回った状況が続いている。出張利用は活発であるが、レジャー利用が弱い。
	旅行代理店（企画）	販売量の動き	・国内旅行は前年並みで推移しているが、海外旅行が不振となっている。円安と海外の情勢不安が影響していると考える。
	タクシー運転手	お客様の様子	・月初めからタクシーの動きが悪く、月末で少しは盛り返したが、大したことはなかった。
	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は国体が開催されたのでいくらか良かったが、夜の動きが悪い。
	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は県外からの客の予約が多く、間近になって予約が入るなど稼働が大変良かった。ただし、夜の繁華街の客は今一つだった。
	通信会社（営業）	販売量の動き	・3か月前は契約獲得キャンペーンを実施しており、今月は契約通常販売月であった。そのため、比較の困難などではあるが、獲得キャンペーン時も今月も目標を達成しており、達成率においても大きな差異がない。
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・売上の増減がほとんどない。
	通信会社（営業担当）	それ以外	・景気が上向く要素が何も見当たらない。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・以前は、9～10月に秋の運動会等イベントがあったが、最近では春に移行してしまった。景気の良い話しは聞かないし、客も激減してる。
	美容室（経営者）	販売量の動き	・末端では景気回復を実感できない。消費税増税後、客はなかなか動いてないようだ。大手企業の業績は良くなっているが、円安やメーカーの値上げなどで販売が悪くなっている。
	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	・医療報酬改定及び消費税増税による負担増の影響が出た。顧客減及び利用回数抑制がまだ続いている。
	住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・分譲マンションと土地の分譲への問い合わせはあるが、成約に結びつくものが少ないので、あまり良くない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の中心を占める高齢者は年金生活のため、新たに物を買おうという動きがない。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・夏場から不安定な天候が続いており、消費行動に影響が出ている。秋らしい日が数日続いても売上に結びつかない。
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・客の買上単価は、今月が特に低下しており、来客数とともに3か月連続で前年割れとなっている。商品別の売上は、紳士服用品が持ち直し、婦人用品では前年を確保しているが、主力の婦人服が前年に届かない。一方、デイリー食品は持ち直し、特選食品、精肉、生鮮ギフトは勢いが戻ってきた。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・8月は天候の影響が多少あったが、9月は別の要素で買い控えが起きている。超富裕層の消費動向は変わっていないが、一般層は、安くてもなかなか買わない、必要な物しか買わないという傾向が顕著にみえるようになった。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・気候変動による野菜の高騰や、消費税増税による高額商品の販売量の低下など、マイナス要因が多い。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・競合店の進出もあるが、青果、生肉、生鮮食料品の動きが昨年と比べて苦戦している。特に青果は、相場高で比較的売上が良いと思われがちだが、現状は厳しい。青果と食料雑貨の特売商品が売れない。
	スーパー（統括者）	販売量の動き	・既存店の売上が、前年比及び3か月前よりも悪くなっている。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客単価は前年と同水準であるが、天候不順で客足が鈍く、来客数は前年を大幅に下回った。競合店がひしめいているため客離れが大きな原因である。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・今月は客足が鈍い。雨が多く、出かける気分ではないようだ。
	衣料品専門店（チーフ）	お客様の様子	・前年比で来客数が減少している。消費税増税により客単価は上がったが、客数は減少しているため、売上は前年と変わらない。

	その他小売の動向を把握できる者【土産卸売】(従業員)	来客数の動き	・飛び石連休があったのにもかかわらず、天候不順で雨が多かったため、来客数が伸びない。	
	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・9月は来客の波が激しく、トータルすると実績の悪い月となった。	
	高級レストラン(支配人)	来客数の動き	・今月は予約数、来店数共に減少傾向にある。特に夜が減少している。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・9月は比較的さわやかな天気にも恵まれたが、タクシー利用は減少傾向だった。客の財布のひもは固く、人の流れも悪くなっている。	
	悪くなっている	一般小売店【青果】(店長)	それ以外	・野菜が例年の3~4割高と高騰しており、需要が落ち込む厳しい状況になった。
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(営業)	受注価格や販売価格の動き	・業界全体の動きが良くなりつつある。
		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・主原料の収穫期となっているため、受注量、生産量ともに増加している。梅雨から夏にかけての天候不順の影響で、原料の質・量ともに良いとは言えないが、販売量は比較的順調であった。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・定番商品である量販店や百貨店向けの商品はあまり良くないが、企画商品や商社とのタイアップ商品、ブランド商品の販売の動きは良く、受注量も多くなっている。売上も前年、前月よりも良くなっている。
		金属製品製造業(事業統括)	受注価格や販売価格の動き	・上期受注分の生産に追われている状態である。受注先の建設工事は進んでいるが、職人確保が厳しい分、当社への納期要求も厳しい。
		輸送業(総務)	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響もなくなってきたのか、荷動きは良くなってきている。
		金融業(営業)	取引先の様子	・製造業を中心に設備投資が好調である。関連してIT投資も増加し、雇用も順調となっている。太陽光発電関連の投資は限界に近い高水準である。
		不動産業	受注量や販売量の動き	・銀行は貸したいが良い物件がない状態である。良い物件があった場合、広告が出たらすぐに購入申込が入っている様子である。
	変わらない	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今月は原料不足で計画売上を少し下回るが、一過性の現象である。来月以降は原料不足も解消し、工場生産も元に戻る見込みである。原料不足で生産量が落ちて取引先に迷惑をかけているが、商品の引き合いは相変わらず強く、特にスーパーや居酒屋関係はお盆過ぎでも変わらない。
		繊維工業(営業担当)	取引先の様子	・円安の影響もあり、中国向けの製品で東南アジアに発注できないものを日本で生産しているようで、国内工場は忙しい。しかし、物流単価の高騰が著しい。
	家具製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み受注も少なかったが、4~9月の反動減は徐々に収束している。今月の受注件数は、前年比7%増となったが、受注額は横ばいとなった。一度は緩みかけた財布のひもを再び締め直している。	
	化学工業(総務担当)	それ以外	・製品の生産量や出荷量は、引き続き堅調に推移するものと予想される。	
	電気機械器具製造業(取締役)	取引先の様子	・先月まではやや上向きであったが、電力会社の再生可能エネルギー買取保留に関する報道で、今後の動向が懸念される。	
	金融業(従業員)	競争相手の様子	・取引先の客からは、良くも悪くもなく変わらないとの声が聞かれる。	
	金融業(従業員)	取引先の様子	・原材料費の値上げや人手不足などにより、経営環境の厳しさを訴える先が少なくない。一方、消費税増税前の駆け込み需要の反動減や天候不順の影響が次第に薄れてきており、公共工事も高水準で推移している。	
	金融業(営業担当)	取引先の様子	・建設業関連は受注増で好調であるが、小売業等の業種は売上高が低迷している。総合的にみれば、良くも悪くもない状況が続いている。	
	金融業(調査担当)	取引先の様子	・設備投資への融資は継続中で、大きな変化はない。	
	新聞社(広告担当者)	受注量や販売量の動き	・飲料や化粧品通販の広告出稿が前年比10%以上増加したが、旅行広告の落ち込みがあり、全体の売上は前年比横ばいになる見込みである。	



	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・顧問先に新しい提案をしてもなかなか受け入れられない。新規事業より経費節減を重視しており、今後、売行きが伸びない限り新事業は難しいようだ。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注量は、消費税増税の影響が一段落した6月から、横ばいで推移している。8月の天候が悪く、非常に落ち込んでいたので、8月に比べると若干上昇している。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注量や問い合わせの件数に大きな変化がない。	
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・仕事が途切れず、全体的に高止まりの顧客が多い。本業の生産設備など、これまで先延ばししてきた設備改修の話が多い。M&Aも含めた出資をしたいという話が出てきている。	
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	・受注量がなかなか伸びない。予定よりも大幅に落ち込んでいる。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・設備の引き合いが少なく、部品加工受注も悪くなってきた。	
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・発注元の計画がすべて崩れており、なかなか生産に結びつかず大変困っている。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	競争相手の様子	・全体的に品不足となっており、仕入れ価格が高騰している。	
	建設業（社員）	競争相手の様子	・第2四半期になっても公共工事を受注していない同業者が多い。同業者からの下請で何とかついでいる。当社も今月になってやっと受注できた。補正予算などで対応してほしい。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・荷主から預かっている貨物の動きが鈍くなっている。荷動きが少ないので在庫は少し増えてきている。	
	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・高額商品の売行きが悪い。消費者は価格で選ぶようになった。	
	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	・市町村からのコンサルタントの発注は、前倒しで公共事業を発注したことで、建設関係が現在はかなり少なくなっている。福祉関係は、高齢者、障がい者、子育てなどの調査計画の業務の発注が重なり、発注量が多い。ただし、これまで福祉に関係なかったコンサルタントが業務を請けるようになり、安く受注するところも出てきた。	
悪くなっている	○	○	○	
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）	求職者数の動き	・大型店舗の新規オープンがあったが、合同面接会には多くの求職者が集まり、早い段階で人材はそろったようだ。また、一部の製造業でも増産になり、人手が欲しいとの注文もきた。
		人材派遣会社（営業）	求職者数の動き	・相変わらず求職者の動きは活発であり、派遣、紹介を問わず人材が不足している。
		職業安定所（職員）	それ以外	・新規求人数が増となり、併せて有効求人倍率も上昇傾向にある。また、4月の消費税増税の影響が薄れつつあり、業況は上向いているとの情報提供を、企業から受けている。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	採用者数の動き	・ここ数か月の統計で、学生の内定者、決定者の割合が昨年より好調で、就職活動継続中の学生は少なくなっている。
変わらない		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・前年比約170%の求人依頼が、ここ2～3か月続いている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・有効求人倍率が飛躍的には上がっていない。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は、今年6～8月の累計が7054件で、昨年の485件減となっている。建設、医療、介護等はもちろん、製造業、飲食業、各種産業において人手不足となっている状況である。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・消費税増税による影響が依然として残っており、管内企業から、業況が良くなったとの話はあまり聞かれない。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・求人数、就職者数をみても変動はない。

	民間職業紹介機関（支店長）	雇用形態の様子	・顧客は、派遣労働者の採用よりも直接雇用を前提とした人材紹介に積極的である。労働者派遣需要は横ばいで推移しているが、パート・アルバイトの人事紹介を希望する商談が増加している。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・学校全体の求人数は、前年比約115%である。医療福祉分野や建築分野では同130%弱の求人数となっている。しかし、全体的な求人数の動きは、ここ数か月変化はなく、企業等からの聞き取りでも極端に求人を増やす状況はない。
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	・4月から継続して求人の取扱件数が前年を割っている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・製造業、流通・小売など多くの業種で求人が少なく、新聞求人広告数は前年を下回っている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・資材高騰、人手不足により、地元で建設予定のITビルの工事が大幅に延期、あるいは建設中止という話もある。人手が首都圏に集中しているため、地方は求人を出しても人手が不足している。景気の悪化に地域差が出ている。
悪くなっている	—	—	—



# 〈先行き〉

## 10. 九州（地域別調査機関：（財）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）	・消費税増税の影響が落ち着いたので、年末にかけての消費を期待している。
		商店街（代表者）	・来店客の表情が明るくなっている。
		商店街（代表者）	・これから年末商戦が始まるので、印刷物、プレゼント関連で商品や加工品が増えてくると予想される。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・涼しくなると花の消費は伸びてくるはずであるが、あまり楽観はできない。
		百貨店（営業担当）	・9月の状況を見ると秋物の動きが良く、これから徐々に良くなっていく。
		百貨店（販売促進担当）	・婦人服売場のリニューアルも完成し、今まで来店したことがない客に来てもらえると期待している。
		百貨店（企画）	・現在、リニューアル工事中だが、売上が上向いてきている。10月オープン後の期待が高まる。
		百貨店（経営企画担当）	・9月中旬から天候も回復し、消費税増税の反動減も緩和してきたのか、売上は前年並みもしくは前年を上回るペースで推移し始めている。
		スーパー（店長）	・毎月、各数値は改善傾向にあるので、やや良くなっていく。
		コンビニ（店長）	・9月半ばから販売額が上向いてきている。
		家電量販店（店員）	・9月は全体的に前年より多く販売した。今後もこの傾向は続く。景気が底上げされたことを実感できる月であった。今後もやや良くなっていく。
		家電量販店（店員）	・消費税増税の影響も少なくなり、天候も例年通りに寒くなれば悪くなることはない。
		家電量販店（従業員）	・暖房器具が売れるようになる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・冬商戦に入り、消費税増税の影響も薄れる時期に入ると考える。
		乗用車販売店（総務担当）	・12月に待望の新型車が発売される。来場者数が増え、新車販売台数が増加し、徐々に会社全体が活気づく。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・来客数の増加に伴い、年末にかけてコーヒーの需要増は見込める。また、寒くなるとコーヒー系飲料が出やすい時期になり、売上は上がっていくと予想される。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・秋の行楽シーズンを迎えるので観光客も増え、土産品の販売量も増えていく。しかし、単価が下がっているため、売上は若干増えるだけである。
		高級レストラン（専務）	・10月に入ると気候も落ち着き涼しくなるため、来客数は少し多くなる。鹿児島は様々な大会が入っているため期待している。年末までは良い。
		居酒屋（経営者）	・首都圏の景気は回復傾向にあるので、地方も3か月先は少し好転する。
		観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊予約が、過去最高を更新するようだ。
		観光型ホテル（専務）	・10～11月の予約が好調である。
		旅行代理店（従業員）	・円安傾向で海外旅行への影響が懸念されるが、今のところ変化はない。年末年始の予約も、昨年より出足が良い。
		通信会社（営業）	・冬商戦に入り、人・モノ・金が動く時期である。獲得キャンペーンを実施するにあたり、弊社販売店に契約獲得見込みをヒアリングしたところ、夏・秋と比較しても感触が良くなっている。
		通信会社（営業担当）	・年末に向けて消費が多くなることで、景気が上向くことを期待したい。
		ゴルフ場（従業員）	・これからゴルフシーズンを迎えるなかで、県外客、海外客の予約が非常に良い状況である。旅行、ゴルフ等の娯楽にお金を使う余裕が少しずつできてきているようで、良い傾向にある。
		美容室（経営者）	・12月は、美容室にとって一番の稼ぎ時になる。1年の締めくくりとして、皆でお金を回していかないと日本経済はだめになる。
	美容室（店長）	・季節が変わり髪型を変えたいと来店する客が増える。	
	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）	・季節要因である暑さの弱まり、退院患者の増加等により、顧客増が想定される。	
	住宅販売会社（従業員）	・上期の営業案件が、10月から徐々に成約や支払の時期になるので、売上の伸びてくる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税の反動が収まると思っていたが、まだまだ厳しい状況が続いている。この状況がしばらく続き、消費は上向かない。

商店街（代表者）	・気温も下がり客の行動にも変化が出てくる。百貨店、スーパー、コンビニエンスストアでは年末商戦に向かって、早いところでは9月におせちの内覧会等で客を取り込んでいる。
一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜高騰は落ち着くが、需要が伸びるような大きな要素はない。消費税の増税を控え厳しい状況は続く。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・年末に向けて売上を期待したいが、これといったプラス要素がない。天候には恵まれたい。
百貨店（総務担当）	・消費税の増税の予測もあり、先行きが不透明なため、必要不可欠な商品以外の購買動機が見当たらない。
百貨店（営業担当）	・好調を維持してきた大催事場の雑貨、物産催事が中旬以降伸び悩んだ。客の嗜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。近隣施設の増床効果もあり来店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。厳しい傾向は続く。
百貨店（業務担当）	・客は消費について積極的ではない。客は、何が起ころか分からない世相なので、無駄遣いはしないと声をそろえて言う。自然災害等も多く、生活防衛意識が高まっている。
百貨店（売場担当）	・施設リニューアルの影響がかなり出ている。全体平均でみると前年並みの売上は達成できそう。他施設もオープンしたので街は良くなる。
百貨店（売場担当）	・消費税増税の影響もあり、客の消費マインドが停滞している。
百貨店（店舗事業計画部）	・冬物の動きが活発になるため、今より売行きは良くなるはずだ。しかし、昨年末の消費増税前の駆け込み需要を超える景況感ではない。
百貨店（営業統括）	・消費税増税後、購買に対する節約感や実質的な生活費高騰を払しょくできない可能性が大きい。
スーパー（経営者）	・ボーナス、賞与等の増加は見込めないで、景気の先行きが読みにくい。
スーパー（店長）	・競合店の出店も多いうえ、客の購買意欲も回復しない。価格高騰が続いているので、厳しい状況である。
スーパー（店長）	・来店客数が前年比94%で推移しているため、イベントやギフトの早期特典などで集客を図り、売上を確保しなければ厳しい状況である。
スーパー（総務担当）	・購入点数は増加しているものの、来店頻度が少なくなっているような状況が続いている。
スーパー（経理担当）	・天候要因もあるが、消費税増税後一時回復したかにみえた消費は、現在縮小均衡している状態である。
コンビニ（経営者）	・消費税増税や夏の天候不順で消費マインドが落ち込んでいる。具体的にいうと飲料が前年の7割程度である。9月は一部台風もあったが非常に天気が良くなった。しかしそれでも飲料等を含めて消費の回復がない。良くなる材料がないので、依然として今の状況が続くと考えている。
コンビニ（販売促進担当）	・パンは多少の揺れはあるものの、やや横ばいで推移していく。最近、菓子パン、食パンの伸びが徐々にではあるが増加傾向にある。
衣料品専門店（店長）	・毎週金曜日に商店街イベントを開催しているが、さっぱりお客が出てこない。
衣料品専門店（店長）	・女性相手の商売は、天気やその時の気分によって左右されがちである。あまり景気は良くない。
衣料品専門店（チーフ）	・紳士服の業界はさほど変わりはない。客数の減少はやむを得ないが、海外客の来店がかなり多くなっている。その辺りを狙っていけば、前年の売上を上回ることができる。
衣料品専門店（総務担当）	・店頭での設定価格は上昇気味であるが、地方の消費者の所得は全く上昇していない。消費者は不況下の物価高というニュアンスを感じはじめているので、これから景気が良くなるとは到底考えられない。
家電量販店（総務担当）	・年末まで、売上の核になる商品がない。
乗用車販売店（代表）	・地方の零細企業まで、アベノミクスの効果は及んでいない。
住関連専門店（経営者）	・今月は、思ったより台風の影響がなく、イベントやキャンペーンへの客の出足は回復している。しかし、消費者の財布のひもは固い。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・顧客の様子から、10～11月の行楽シーズンの連休に、自動車を使用した旅行を計画している様子うかがえる。また、毎月の家計出費予算のなかでやり繰りし、遠方や近場など目的を調整している様子うかがえる。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・アベノミクス効果は、地方の小売の現場でほとんど感じられない。消費税の増税が控えていることが、景気回復の最大の障害になっている。



その他小売 [ショッピングセンター] (広報担当)	・現状の動きが継続すると想定する。冬物衣料、暖房は、昨年の消費税増税前の駆け込み需要を上回るのは難しい。クリスマスや年末年始の動きに期待する。
高級レストラン (支配人)	・先の予約をみる限り、劇的変化はない様子である。
一般レストラン (経営者)	・一般客の来店は少しずつ伸びているが、社用の利用が随分減っている。これから年末に向けて、接待や忘年会の利用に期待をしているが、例年からすると問い合わせは少ない。
スナック (経営者)	・前年同月とほぼ同じ数字である。
都市型ホテル (販売担当)	・先があまりみえない。
都市型ホテル (スタッフ)	・まだまだ個人の消費意欲は活発であり、企業の貸金や採用意欲もおお盛である。
都市型ホテル (スタッフ)	・宿泊部門は、販売室数を伸ばしており好調に推移している。一方、レストラン部門の利用客数が大きく減少したのと、宴席利用の減少により、全体的にはマイナスとなる。クリスマスや年末の予約状況は順調だが、大きな変化は期待できない。
都市型ホテル (副支配人)	・年内の動きは個人を含めて非常に良い状況である。当社だけでなく、周辺のホテルも同じ状況である。
タクシー運転手	・今年は景気が良くなっているというが、末端で実感するのはまだ先である。
タクシー運転手	・ボーナスシーズンに入るのでいくらか持ち直すかもしれないが、消費税増税となった分、家計にマイナスが出るので、差し引きゼロになる。
タクシー運転手	・市内の中心地で買物する客より、郊外の大型ショッピングセンターで買物する客が大変多い。
通信会社 (企画担当)	・2～3か月後はお歳暮商戦に入るが、上下どちらに振れるかまだ見通せない。
ゴルフ場 (支配人)	当社関連会社において、受注工事が減少する。
理容室 (経営者)	・今月は天候の影響があったのかわからないが、非常に悪い。涼しくなると来店サイクルが伸びるので、客数が減って売上が伸びない。また、低料金の店を利用する客が非常に多くなっている。
やや悪くなる	
商店街 (代表者)	・消費税増税が影響している。また、低価格競争が続いていて利益が上がらないのが現状だ。
商店街 (代表者)	・年金受給者の負担がますます増えており、実質的な年金額は減っていくばかりである。今後、良くなるとは考えられない。
商店街 (代表者)	・天候不順だけでなく、円安による食料品や生活必需品の値上げで、消費は慎重になってくる。
百貨店 (営業担当)	・円安により、様々な物品を値上げしている。過去の景気後退局面では、価格に転嫁しないような努力していたが、今は価格に転嫁している。物品の値上げに加え、社会保障費の値上げが家計を圧迫している。
スーパー (店長)	・このままの状態が続けば厳しくなる。
スーパー (店長)	・競合店が新たに店を出すエリアが多く、価格やポイント、販促等を含めた競争激化により、売上の確保は容易でない。消費税の再増税も控えているので、消費者は買物に関して慎重になっている。
スーパー (統括者)	・同業他社の売上高も悪くなっているようで、全体的な景気は良くない。
スーパー (業務担当)	・白物家電の不調に代表されるように、高単価商品の販売点数は頭打ちの状況が続いている。有効な打開策がなければ、歳暮・ボーナス需要の時期に消費税増税の影響が再燃する。
コンビニ (エリア担当)	・地方の実質賃金は下がっているため、厳しい状況が続く。今後も景気回復の兆しは全くない。
乗用車販売店 (従業員)	・良くなりそうな要素がなく、受注増は難しい。
住関連専門店 (店長)	・夏場の天候不順もあり、野菜や米などの作物不足と価格の高騰が懸念されている。さらに、消費税の再増税の不安も重なり、安心して消費できない状況が続いている。
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)	・円高やエネルギー高騰など、物価の上昇を実感しており、今後、インバウンドを除く国内消費は冷え込む。
旅行代理店 (企画)	・海外旅行は、円安の進行により旅行代金の増額は避けられない。そのため、お得感がなくなり、購買意欲の低下につながるかと推測する。
タクシー運転手	・ガソリンなどの高騰で消費が抑えられ、横ばい状態が相変わらず続き、景気が停滞している。
競馬場 (職員)	・来客数の前年比減が続いている。

	美容室（経営者）	・季節の変わり目から消費が増えるので、年末にむけ景気は回復する。しかし、為替の変動に客は敏感に反応しているの で、景気回復につながっていない。
	音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入るので生徒数が減少する。
	設計事務所（所長）	・手持ちの設計案件がやや減っている。その影響は3か月先 にでるので悪くなる。
	設計事務所（代表）	・消費税の再増税の動向次第である。
	住宅販売会社（従業員）	・電力会社が、再生エネルギー買取の保留を発表したことによる 影響が出る。
	悪くなる	○
	良くなる	—
企業 動向 関連  (九州)	やや良くなる	
	食料品製造業（経営者）	・引き続き受注が見込まれる。
	家具製造業（従業員）	・年末までに飲食店などで使用する椅子、テーブルの見積依頼 が多くなってきた。ただし、既に見積提出済みのイタリア などからの輸入家具は、円安の影響で価格維持が難しくな っているが、すぐに価格転化できない状況である。
	一般機械器具製造業（経営者）	・設備引き合いは少し増えてきているが、部品加工ではまだ 先がみえない状態である。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車投入により生産台数の増加が計画されている。
	その他製造業（産業廃物処理業）	・海外の新規顧客を獲得したため、若干の利益増が見込め る。
	輸送業（総務）	・これから年末に向けて繁忙期を迎えるため、景気はやや良 くになると考える。
	通信業（経理担当）	・夏場は天候不順で季節商材の消費が低迷したが、消費税増 税による影響も落ち着き、秋・冬に向けての需要は高まって くる。
	金融業（従業員）	・円安による原燃料費の値上がりなどにより、収益環境が厳 しくなっている取引先がみられる。一方、新規分野への投資 を検討している取引先が次第に増えてきているほか、雇用・ 所得環境も好転してきている。
	その他サービス業【物 品リース】（支社長）	・年末に近づくので、忘年会などの飲食も増加する。
変わらない	農林水産業（経営者）	・冷食、ハム・ソーセージメーカーは秋口に年末需要の生産 に入るため、素材原料は年間のなかで一番引き合いが強い時 期になる。今年は豚肉の供給不足もあり、鶏の引き合いは例 年になく強い。スーパー、居酒屋も秋の行楽シーズンや運動 会等で一段と要求度が高まっている。12月の冬場に向けて、 暖冬の予想で鍋物等に少し影響が出るかもしれないが、今年 は他に商品転換できるので問題なさそうである。
	農林水産業（営業）	・販売市況の先行きが不透明である。
	繊維工業（営業担当）	・最低賃金の上昇が、かなり経営側の重荷になる。保険料も 上がり、努力しても国の政策につぶされてしまう。
	出版・印刷・同関連産 業（営業担当）	・使用料契約の計上がほぼ決定しているが、追加案件が未定 である。
	化学工業（総務担当）	・製品の生産量や出荷量は堅調に推移すると予測される。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・企画商品やブランド商品の受注の終了後、受注量が増える わけではないので、今の商品群は秋口になってもあまり変わ らない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・今後、半導体関係の動きが非常に悪くなるという情報を得 ている。若干、自動車関係は良いが、量的なものから考えると、 電機部門が動かないと我々のような製造業は上昇しない。
	精密機械器具製造業（従業員）	・受注生産計画は3か月前に比べると良くなっているが、 毎月変動があり、計画が定まらない状態にある。
	通信業（職員）	担当する省エネ関連の商品、サービスの売上が伸びていな い。
	金融業（営業担当）	・消費税の再増税を見越し、どの業種も様子見している。再 増税が決まれば、駆け込み需要が始まり、一時的に消費は上 がると予想する。
	金融業（営業）	・これ以上良くなるかは不明だが、製造業がけん引し、高水 準の投資が続くと考える。
	金融業（調査担当）	・消費税の再増税を懸念する声をよく聞く。マインドは沈み かけているが、景気減速が実体として現れているわけではない。
	不動産業	・この状況がまだ続く。
	不動産業（従業員）	・オフィスの空室率が横ばいで推移している。
	新聞社（広告）（担当者）	・飲料、化粧品等の通信販売と旅行商品が売上がけん引する 構図は変わらず、年内は広告出稿に結びつく大きなトピック スにも乏しい。



	広告代理店（従業員）	・9月の新聞折込枚数は前年同月比90%と前月から10%ダウンした。消費税増税以後、すべての業種が振るわない。折込の柱である小売流通、不動産、通信販売、家電などは軒並み前年を下回っている。消費税の再増税前に政府が景気回復策を真剣に考えないと、このまま悪化する。	
	経営コンサルタント	・業界の内容変更の影響が大きい。例えば、音楽関係のCD、DVD販売のケースは、配信形式に変わりつつあることと音楽離れで、販売量が減っている。	
	経営コンサルタント（社員）	・今後も、消費者が価格を吟味して買う傾向は続く。安いものに敏感に反応している。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に業況を聞くと、円安の影響で利益幅が縮小しており、先行きが不安であるという会社もあれば、引き続き受注が好調であるという会社もある。全体としてみれば大きな変化はなさそうである。	
やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・出荷量が回復しない。夏場の長雨で工事が遅れて販売が伸び悩んだせいもあるが、鉄筋造の建築物が少なく、足元での新規着工物件が減少していることから、この先も販売量は伸び悩む。	
	金属製品製造業（事業統括）	・顧客は、省エネに関する提案には積極的だが、新たな投資に踏み込むほどの提案かの見極めは厳しい。基本的に新たな投資は控える傾向となっている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・良くなっているという予測だったが、案件が全部崩れてきているので、この状態が続けばやや悪くなっていく。	
	電気機械器具製造業（取締役）	・再生エネルギー関連で急激に経営拡大した、ずさんな企業の資金繰り悪化が予想される。	
	建設業（社員）	・官公庁は上半期70%の契約率を目標に発注しているが、9月以降、残り30%の発注は期待できそうにない。今ある手持ち工事が完了すれば、一層悪くなる。	
	輸送業（総務担当）	・円安の影響が大きい。商品価格に転嫁できないので、各社とも経費削減に力を入れている。景気回復はまだ先になる。	
	金融業（従業員）	・ガソリン価格が高止まりしていることと、消費税増税の影響が徐々に消えてきたことによって、収入は変わらないが支出は多くなりつつあるので、景気はやや悪くなる。	
	広告代理店（従業員）	・悪くなる一方である。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・9月は特に食料品が高騰している。食料品の値上がりに押されて、他の消費を辛抱する消費者が多くなる。高騰が落ち着かない限り、消費は伸びない。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村からの建設関係の調査や設計などの業務の予定は少ないことから、福祉の業務がなくなると、全体の受注量が少なくなることが予想される。民間の建設動向も、建設会社の動向からみると、これまでのような建設需要が継続されるとは言いにくい。	
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・注文数も先月に続き増えており、年末需要を考えると人手不足はまだ続く。また、人材紹介や紹介予定派遣の注文も例年からすると増えている。
		職業安定所（職業相談）	・有効求人数は前月比で減少しているものの、有効求職者数も減少しているため、有効求人倍率は引き続き上昇している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人依頼数で見れば、昨年より良い状態が続いており、特に大きな環境変化はない。
		人材派遣会社（営業）	・消費税の再増税への懸念はあるが、人材不足の状況は変わらず持続傾向である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大手の同業者間で競争が激化している。価格戦略に巻き込まれている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・この夏から求人数が回復するとの予測もあったが、変化はなく、先行きも全くみえない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率等の数値からは景気が上向きであるとの推測ができるが、企業から人員整理や事業を廃止したという情報が増えており、数値のみでは推し量れない状況がある。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が減少し、新規求人が増加する傾向はまだ続くとみられる。月間求人倍率は所内において0.8倍後半から0.9倍台で推移していく。
		職業安定所（職員）	・製造業では、原材料費の高騰等による製造コストの上昇を価格転嫁できていない企業もあり、依然として厳しい状況が続いている。
		民間職業紹介機関（社員）	・求人の動きは落ち着いている。まだ年末年始の動きに大きい変化はない。

	民間職業紹介機関（支店長）	・派遣労働者の需要は、小売業の店頭販売員、製造業務、介護職の需要で堅調だが、派遣会社の主力である専門業務の需要は増加していない。
	学校【大学】（就職支援業務）	・中小企業などは採用活動を継続しているが、秋頃にはほぼ一段落して落ち着いた状態になる。
	学校【専門学校】（就職担当）	・企業の人材ニーズから判断すると、大きな変化はない。しかし、消費税の再増税が現実的になると、業績の落ち込みを織り込んで、求人数は減少する恐れがある。
やや悪くなる	新聞社【求人広告】（担当者）	・流行っている店にもかかわらず、人出不足で人件費が高くなっているとの話しを聞く。消費税の再増税が決まれば、諸経費の高騰は必死で、更に景気が悪くなるのではないかと懸念している。
悪くなる	—	—