

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	都市型ホテル (副支配人)	単価の動き	・9月以降、インバウンドの動きが非常に活発になっている。特に10～12月はインバウンドが単価を押し上げている。
	やや良く なっている	一般小売店〔精肉〕(店員)	販売量の動き	・来客数も増えているが、それ以上に販売量が増えている。
		一般小売店〔生花〕(経営者)	販売量の動き	・11月は、2～3か月前の夏の暑い時期よりもギフトとしての生花の売行きは良くなっている。
		百貨店(経営企画担当)	販売量の動き	・従来は9月ごろから秋冬商材が売上をけん引していたが、消費税増税や天候不順の影響からか、客の動きが遅く購買が後倒しの傾向にある。
		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104.5%、コンビニエンスストアが同96.8%、ローカルスーパーが同111.0%であった。食パンは、量販店が123.9%、コンビニエンスストア101.0%、ローカルスーパーが142.0%と販売量が多くなっている。また、和菓子より洋菓子が伸びている。
		衣料品専門店(チーフ)	お客様の様子	・10月から開始されているインバウンド強化により、かなり外国人客が増えた。売上全体の7～10%ほどがタックスフリーによる計上と見込まれる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	来客数の動き	・例年の来客数と比較してみると若干増えている。冬場になって寒くなったのでコーヒーの消費が増えたと予想される。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕(従業員)	販売量の動き	・売上の前年比は7～10月に落ち込んでいたが、今月は改善してきた。
		高級レストラン(専務)	来客数の動き	・飲食業は、忘年会等でこれからクリスマスにかけて客が少し増える。また、おせちや新年会なども期待できる。他店では、繁盛している店と客が少ない店ではらつきがみられる。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・季節要因により、夏期に比べると今月の売上はやや上向きの結果となった。
		観光型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・依然として宿泊予約数が過去最高のペースで推移している。
		タクシー運転手	来客数の動き	・10月に続いて規模の大きな催しものが多く、連休の観光客と重なってどこのホテルも満室状態で、売上も堅調に推移した。
		通信会社(業務担当)	販売量の動き	・11月は人気商品の入荷数が前月より改善されたこともあり、販売数が伸び、前年及び前月を上回っている。
		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	・消費税増税から半年が経過し、増税の負担感が薄らいだことにより、顧客の利用増につながっている。
変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・10月下旬から来客数が減少し、売上高も減少している。しかし、客単価は微増している。	
	商店街(代表者)	お客様の様子	・一時的に良くなりそうな状況にあったが、実際に実需期に入ると家計に余裕がある人となない人の差がはっきりと購買態度に表れている。	
	商店街(代表者)	来客数の動き	・新規の来客数が少ない。年賀状等の印刷が増えると想定していたが、今月は予想していたほど伸びなかった。	
	商店街(代表者)	お客様の様子	・徐々に冬物商品が動き始め、前年度並みの売上で推移している。高額品の動きは横ばいだが、店頭特価品の販売枚数が若干減少している。収入格差の拡大による減少のようだ。	
	商店街(代表者)	来客数の動き	・客が、消費税増税による負担を実感しているようで、無駄な買物はないという様子がうかがえる。まだまだ高額商品には手を出さないような気配である。	
	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街では台湾、韓国からの観光客がよく来るが、ほとんど売上にはつながらない。また、一般の来客数は変わりがないが、消費税増税の影響で、商店街では値引き品や売出し商品が主に売れ、定価商品は売れない。	
	一般小売店〔鮮魚〕(店員)	来客数の動き	・ようやくサバが入荷しだした。これから年末にかけて少しでも売上が上向くことを期待する。	

百貨店（営業担当）	お客様の様子	・売上は減少傾向にあるが、前年比は横ばいである。物産催事とお歳暮ギフト先行により、レジ客数は生鮮食品部門で上昇してきた。また、自家需要の紳士服と紳士用品、リビング用品が好調だ。美術、毛皮等の高額商品も売上・客単価共に好調で、消費の2極化が強まった。
百貨店（営業統括）	単価の動き	・来客数は回復傾向にあるものの、購買率、購買単価が伸び悩んでいる。
百貨店（店舗事業計画部）	来客数の動き	・昨年に比べ連休が増え、福岡市内では大型コンサート等イベントが多く、入店客数の増加に結びついた。気温の冷え込みは一進一退だが、気候変動の影響を受けにくい化粧品・バッグ等の販売は好調である。
スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前と比較して、全体的な数値は変化していない。特に生鮮を除く一般加工食品は厳しいままである。
スーパー（店長）	来客数の動き	・今月は生鮮食料品の精肉は相場高もあり、売上は維持しているが、それ以外の食品や衣料品の売上が厳しい。客単価は維持しているものの、客数は減っているため、売上は前年を下回っている。
スーパー（総務担当）	それ以外	・食料品の売上は順調に推移しているが、衣料品・住居用品は気温の影響で、前年を大きく下回っている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・夏以降、傾向が変わらない。売上の大きな減少はないが、買い回りにより客数が減少している。11月としては暖かかったため、衣料品の動きが悪い。
スーパー（業務担当）	販売量の動き	・売上の中核を占める生鮮関連は、鮮魚・精肉は堅調だが、夏場から続く青果の不調が一向に改善されない。気温の低下が進まず、冬物衣料も動きが鈍いため、非食品売場の動向も良くない。
コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・月末につれて客数は増えている。特に、公共料金の支払い客の増加が影響しているようだ。しかし、プラス1品の買物は増えておらず、客単価が減っている。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・商店街全体や当店のイベントを打つも客の出足が悪い。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・11月は冬物の冬物衣料のシーズン真っただ中で、羽織物のコートなどの1品単価が3か月前よりも上がっている。しかし、客は寒さが厳しくならないと買わない傾向にあり、今月はそこまで冷え込まなかったため期待したほどではなかった。
衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・超高額所得者が利用する売場は比較的堅調であるが、一般的な売場は、客の動きが全く改善していない状況である。
家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・相変わらず客数、売上ともに低迷している。給与所得に左右されない高齢者だけが、買物をしている。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・中間層の客は、なかなか車の購入まで手が回らないと言っている。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・大規模なイベントを実施しても新車販売台数が思うように伸びない。全社収益では赤字を確保しているものの、新車が売れないと盛り上がり欠ける。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・今月は産業祭など大きなイベントもなく、売上が低迷している。毎月のキャンペーンも低調である。
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となってきたが、販売量はさほど変わりがない。客をみると、11月は節約し、12月に支給される賞与に期待をしている様子がかがえる。
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）	競争相手の様子	・インバウンドの客を取り込めている施設は売上が上がっているが、取り込めていない施設は前年割の状況にある。消費税増税や物価高等の影響がある。
高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・夜の客数が伸びない。
都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・業種的に総選挙があるので慌ただしくなる。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・円安や総選挙などマイナス要素が重なり、レジャー需要は弱い。一方、ビジネス利用は企業の出張が活発で好調に推移している。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は修学旅行のシーズンであるが、昨年と比べて落ち込み、さえない結果となった。2～3か月前と比べると横ばいである。
通信会社（営業）	販売量の動き	・11月の売上は前年比で横ばいであった。毎年11月は、10月や12月と比較すると売上が落ち込む。年末需要に期待したい。

	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・今月は、会社の慰安旅行や会社のコンベンなど大型コンベンが多かった。台湾、韓国等の外国人客もいつもより多く、入場者数も昨年より1割程度増えている。
	美容室（店長）	お客様の様子	・景気は変化していないが、当店の着付け客は例年より多かったので、売上が良かった。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・不動産部門の住宅マンション分譲は、さほど来客数は変わらない。契約に至る件数も変化がない。
	住宅販売会社（代表）	競争相手の様子	・住宅に関して、消費税の再増税が先送りになったので、駆け込み需要がなく購入が少し間延びしている感がある。当社は、来客数は減少しているが、受注は予定通りのペースで推移している。しかし、同業者では、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が見受けられる。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・求人数も落ち着き、新規の求人があまりない。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・11月は10月に比べて天候に恵まれたのにもかかわらず、商店街の来客数がかかり減っている。販売単価も下がっており、大変厳しい状況である。
	一般小売店【茶】（販売・事務）	販売量の動き	・例年であれば寒さと比例して売上が増加するが、今年は消費税増税の影響か予想に反し悪かった。来店者が少なく、事務所用も家庭用も販売が減少している。
	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・来客数は前年比増であるが、客単価が大幅に落ち込んでいる。消費税増税後の落ち込みから回復できていない。
	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・今月の関連店舗の売上は、前年比98～105%となっており、リニューアル効果で上がっている店舗があるが、3か月と前と比べてやや悪くなっている。特に紳士服、婦人服ともに同94%と悪い。家庭用品は同99%、食料品は同101%となっている。北海道物産展は前年並みとなった。前年同月23万円であった外国人客の購買は、今月約10倍の280万円となった。
	百貨店（企画）	販売量の動き	・来客数は順調に推移しているものの、販売単価が下がっている。特に衣料品が苦戦している。
	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・気候的には秋本番で、例年この時期になると冬物衣料のコート等が本格的に動くが今年は弱い。市長選があり来客数が減った。昨年、消費税増税前に購入したために、今年は購入しないという客の声が聞かれる。
	スーパー（経営者）	お客様の様子	・客は消費税の再増税の動きを注視している。政治不安定による先行き不透明感に対する不安がある。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・生鮮食品の青果価格相場が前年比82%で推移し、米の相場も下がっている。一般食品の売上は、調味料関係の動きが鈍いようで同93%となっており、大変苦戦している。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・食料品や日用品などの必需品は回復傾向にあるが、衣料品などは大きく落ち込んでいる。
	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・競合の激化による客数の減少や必要な物しか購入しない客の増加により、客単価が大きく下がっている。客の収入が減少し、家計の支出が減少しているものと考えられる。
	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・客の動きが今一つ悪いようである。景気の悪い話は聞かれない。
	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・気温が高かったせいでコートの売上が伸びなかった。単品購入が多く、客単価が低かった。昨年割れの売上だった。
	家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・販売量、来客数ともにやや悪化している。主要商品の販売単価は上昇しており、付加価値の高い商品は好調であるが、消費マインドは冷え込んでいる。
	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	・消費者の購買行動は相変わらず慎重かつ価格に敏感で、買物をする日や場所を決め込んでいる。衝動買い的な行動は見られず必要な分を必要なだけ購入している。
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は、今年一番暇な月であった。12月は忘年会を控えると見え、少な過ぎた。
一般レストラン（経営者）	単価の動き	・消費税増税後、客はじわじわと負担の大きさを実感しているため、これまでより1ランク下の価格帯に変更したり、一番安価な商品を頼む客が増えた。	
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・景気が悪いほど、開業者や店舗が増える。客人口に対する店舗数が多過ぎ、売上や客数が減少している。	
居酒屋（経営者）	来客数の動き	・周りの飲食店や取引先からも景気が良くなったという声は聞かれない。	
都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・仕事の受注が思うように伸びない等のコメントが多く聞かれる。	

		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は、特に昼間の客の動きが大変悪く、思うような売上がなかった。行楽地への客の足が鈍く、また夜の繁華街の売上が悪かった。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・お歳暮シーズンにもかかわらず、販売量が伸びない。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・本来なら8～10月と比べ販売量が増加するはずだが、消費税増税の影響が今ひとつ伸びない。得意先も売上が伸びておらず、客が商品を買わないという悩みが出ている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数が減っており、市販の商品利用が多くみられる。
		設計事務所（代表）	販売量の動き	・消費マインドが伸びていない。
	悪くなっている	スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価は増えているが買上数が減っているため、販売量の動きが悪い。
		高級レストラン（社長）	それ以外	・総選挙が始まったので悪くなっている。
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	・今月の売上は、季節指数を考慮しても前年比5～8%程度伸びている。全般的に、建築や内装工事での人手不足はあるものの、物件は増えているので家具の需要も増えている。また、平均受注単価もリーマンショック後から比べると10%以上は伸びている。ただし、輸入家具については、円安により40%程度高騰しているが、全額を価格転換できるわけではないので利益が大きく減っている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・百貨店や量販店の定番商品はいくらか良くなった。企画商品がある程度動いているので、昨年同時期や夏場より良くなってきている。
		金属製品製造業（事業統括）	受注価格や販売価格の動き	・3か月前より生産は上がっているが、季節的なもので、一概に良くなっているとは言えない。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・依頼した仕事が、人練りがうまくいかないと断られることが良くある。
		金融業（営業）	取引先の様子	・製造業、建設業などは、高水準の稼働率を維持している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・自社の受注金額・件数が伸びている。また、取引先の発言からは、投資意欲が上向きつつあると感じられる。
	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、取引先の引き合いが依然強い。また、特に前半は、原料不足で得意先の要求に対応できなかった。それでも売上は、年度計画に対して96%を達成しそうだ。
		農林水産業（営業）	受注価格や販売価格の動き	・年末に向けた特需期に入るが、全体的な動きとしては変わらない。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品の需要期と原料の収穫時期にあるため、順調に生産・販売が進んでいる。
		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、景気の影響をあまり受けない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・機械設備の受注量は、今までとさほど変化がなく滞っているようだ。
		その他製造業（産業廃物処理業）	受注価格や販売価格の動き	・中国の買手が足踏みしており、相場通りには値が上がらない。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注状況はあまり変わっていない。
		輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・荷物の動きは横ばいで良くはない。
		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荷動きが非常に悪い。昨年と比較しても1割近く落ちている。
		通信業（経理担当）	それ以外	・消費税増税以降、消費マインドが落ち込んでいる。改善の兆しがみられない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・消費税増税の影響が残っている自動車や住宅の売上は前年を下回っている。一方、雇用や所得環境の改善などから、個人消費は百貨店、スーパー等の売上が徐々に回復、各種イベント会場への来客数も比較的堅調に推移している。
		新聞社（広告担当者）	受注価格や販売価格の動き	・地元広告主の出稿の動きは鈍い。売上をけん引してきた通信販売や旅行広告出稿数が前年比80%前半と低調である。全体でぎりぎり90%に届く見込みである。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・売上が減少傾向にあり、新規の取組よりも現状維持に集中している。

	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・比較的堅調に推移している取引先が多い。建設業では、人件費や材料の上昇に起因して、次年度以降の受注に苦慮している。アメリカの飼料高騰により豚の原材料費が増加したため、食肉加工会社は価格転嫁を検討している。	
やや悪くなっている	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・国内工場の閉鎖をちらほらと耳にする。外国人労働者とのトラブルが絶えないようだ。円安により国内に仕事が戻りつつあるが、安い工賃での要望が多い。断れずに仕事を受け、儲けが全くないか赤字になるところもあるようだ。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が思ったほど伸びない。ユーザーの担当者は、自社の需給状況をあまり把握していないようだ。	
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・2～3か月、発注先から計画通りに仕事が入ってこない状況が続いている。今後、状況が変化するとは考えられず、大変心配している。	
	建設業（社員）	競争相手の様子	・一般入札は、総合評価方式で評価点の高い、地場でも大手の会社が受注している。指名競争入札は同札入札が多く、くじ抽選が多くなり受注に至らない業者が多く、受注する会社は偏っている。今期受注できていない同業者もいる。下半期に多くの発注は期待できないのではないかと気がかりである。	
	金融業（従業員）	取引先の様子	・企業及び個人事業主は変化がみられないが、個人消費者は収入が増えず支出が増えている。	
	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・当地の主要産業である建設、土木関係の業種をみると、災害復旧関連工事の受注量が大幅に減少している。一方、材料単価の上昇がみられ、収益状況は厳しいとの声が聞かれる。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の様子からは、個人消費に直接関わる物販の低迷は続いている。売上高は軒並み低迷しており、業績の改善傾向が見受けられない。	
	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・仕入価格が下げられる傾向にあるが、それでも商品が売れない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・11月は夏場と比べても少し厳しかった。市長選など、選挙期間であった地域は厳しい状況である。今後、総選挙もあるので、12月初旬にかけて厳しい状況が予想される。	
	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	・8～10月にかけては、市町村からの調査や計画等の委託事業は発注が多く、入札の辞退や高めの落札金額が見られた。しかし、今月に入り、発注物件の減少や業者の抱えている業務が少なくなったことで、入札の落札金額が低くなる傾向にある。ただし、ダンピング価格まではなっていない。	
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）	求人数の動き	・求人に対し求職者が減少している。3月ごろより労働市場が売手市場に潮目が変わって、求職者で有望な人材はすべて決まってしまった。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人誌、新聞などの求人は相変わらず多い。派遣登録に来る人も多くなっているが、直接の求人が多いので、すぐ仕事が決まる人が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・地方の中小企業、小規模事業者の人材確保は厳しい状況が続いている。恒常的に求人募集が行われるため、求人広告が伸びている。
	変わらない	人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・相変わらず求人件数が多く、各部門での人材不足は深刻であるが、全体の景況感は横ばいである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・当社が発行する求人情報誌の広告取扱件数は、前年を下回って推移している。人手がなかなか集まらず、営業面でも苦戦を強いられているようだ。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・正規雇用が増えていない。
新聞社〔求人広告〕（担当者）		周辺企業の様子	・各メディアの求人募集は堅調で、大卒向け求人状況も悪くない。業種によっては依然人手不足の状況がある。ただ、企業を回ると、全体として良くなっているという感じは受けない。求人はネットでの募集が増えている。	
	職業安定所（職員）	それ以外	・着実に上昇傾向にある有効求人倍率に比べ、新規求人数と新規求職者数は月ごとに増減の波がある。そのため、景気判断は苦慮する。	

	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・中小零細企業が大部分を占める地方では、原材料等の高騰や工賃単価の据置き等により、業績が好転しているとは言い難いとの声が多く聞かれる。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数を8～10月の3か月の総数でみると、前年度の10,569件に対し、今年度は10,583件と微増である。
	学校〔大学〕 （就職支援業務）	採用者数の動き	・今年度卒業予定者の就職活動がほぼ終了した印象が強い。
	学校〔専門学校〕 （就職担当）	求人数の動き	・求人数は、前年比110%を越えている状況が続いている。特に、福祉分野や建設分野に関する引き合いが強く、同130%以上となっている。
やや悪くなっている	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・求人の依頼数は前年を下回った。
	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・求人は生命保険会社の事務などに偏っており、一般の企業からの依頼が少ない。
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	スーパー（総務担当）	・ここ数か月と同様、売上は食料品が前年を上回り、非食品が前年を下回る傾向がしばらく続く。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の買物の様子から、今後2～3か月先の景気はやや良くなる。	
		商店街（代表者）	・一番の需要期でもあるため、気温の低下とともに購買欲が高まり、冬物商品の販売単価も上がる。	
		商店街（代表者）	・消費税の再増税が見送られ、客が少し落ち着いて、年末に買物することを期待している。	
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・こここのところ、堅調に売上が増えている。	
		スーパー（業務担当）	・年末用商材の確保は予定通りできており、客数が例年並みであれば、売り逃しに対応できる環境が整いつつある。	
		コンビニ（販売促進担当）	・12月のメインとなるクリスマスケーキは、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よりも客の予約注文が多くなっており、前年よりも販売数量が伸びる。パンは、このまま良くも悪くもなく推移するとみている。	
		家電量販店（店員）	・我々販売業は消費税増税の影響で若干落ち込みがみられたが、原油価格の低下などで製造業等が良くなると、景気が底上げされる。年末の慌ただしいときに総選挙があるが、消費の落ち込みをみてアベノミクスが間違いだったと判断するのは早計である。	
		家電量販店（従業員）	・今から暖房器具が売れ出す。	
		家電量販店（広報・IR担当）	・商戦期となり、消費税の再増税も延期され市場がある程度落ち着くとみられる。	
		乗用車販売店（従業員）	・来年4月から軽自動車税は値上げされるが、軽自動車は伸びていく。	
		乗用車販売店（総務担当）	・1月は久しぶりの新型車が発売される。乗客数が増え、新車販売台数の増加が期待できる。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・店頭の客は増加傾向にある。お歳暮ギフトなど、年末はコーヒーの需要が高くなるので、売上が昨年の横ばいか、若干増える見込みである。	
		その他小売の動向を把握できる者〔土産即売〕（従業員）	・温暖な気候が続いているため人の動きが活発になり、売行きが良くなりそうだ。	
		都市型ホテル（副支配人）	・12～1月を含めて、インバウンドの予約が非常に堅調で良い。それに加え、日本人客の単価も上昇している。	
		通信会社（営業）	・12月の年末需要及び来年2～3月にかけての移動時期の需要に期待している。	
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の再増税先送りにより、増税前の駆け込み需要は見込めなくなる。しかし、秋口から受注棟数が若干ではあるが増加傾向にあるため、大きなマイナス材料がない限り継続して増える。	
		変わらない	商店街（代表者）	・時期的な要因で、販売数量の落ち込みが予測される。また、先行きの不安から、購買客が少なくなっている。
			商店街（代表者）	・12月に総選挙が実施され、かき入れ時にも関わらず大変厳しい状況が続く。2～3か月先に、その状況が好転する材料が見つからない。
	商店街（代表者）		・12月は年末商戦で期待できる。しかし、年末から正月にかけて客の財布のひもが緩んだ反動減が1～2月に現れるので、売上はあまり期待できない。	
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・同業者の忘年会では、景気の悪い話ばかりが聞かれた。年明けには廃業者が多く出ると予想される。			
一般小売店〔生花〕（経営者）	・クリスマス、正月にかけて花の需要はある。年が明けるとさっぱり売れないと聞くので楽観はできないが、少しは良くなる。			
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・冬場に向かったの予想がつかない。商店街の閉店が目立つようになり、人の動きが少ないのが売上減少の要因の1つである。消費税の再増税が実施されたらお手上げである。			
百貨店（営業担当）	・女の会満会による買物券の交換・利用は、低調あるいは温存傾向が続いている。また、クレジット金利負担催事では、高額商品の分割購入が今一步少ない。お歳暮ギフトは、先行受注が好調で商品単価が上昇している。プチゼいたくの自家需要ギフトを提案し、需要の喚起を図っている。			
百貨店（営業担当）	・想定以上に消費者心理は厳しいようだ。消費税増税の影響は和らぐが、12月の総選挙が不安材料となる。総合的にみて、2～3か月はこのままの状態が続く。			
百貨店（営業統括）	・12月は繁忙期に入るものの、総選挙が歳暮ギフトの売上にマイナスに影響する可能性が大きい。			

百貨店（売場担当）	・百貨店は高齢者が多いので、気温等に左右される。近隣の競合施設にできたブランド店の売上げが好調で、当店の衣料品がかなり苦戦している。当店は、非食品の1品単価が前年比105%、客単価が同101%、食品の1品単価が同102%、客単価が同106%と上昇しているのので、売上が良くなっている。ここ2～3か月は酷い状況であったが、前年に近づいている状況である。今後は、特殊要因がなければ現状を維持する。
百貨店（店舗事業計画部）	・前年度は、消費税増税前の駆け込み需要が本格化し顧客の購買意欲も高かった。今年は、高額品を含めて本当に今必要なもの以外は、客のシビアな反応が続いているので、大幅な伸びは期待しづらい。
百貨店（経営企画担当）	・直近売上は、消費税増税前の駆け込み需要の反動減や悪天候等の影響がないにもかかわらず、前年を下回っている。消費税増税は、既存顧客の購買力の低下に大きく影響しており、外国人観光客増の効果が小さい地方小売業は、厳しい状況が続く。
スーパー（経営者）	・消費税の再増税が先送りになっても、物価上昇に対する賃金上昇が見込めないため、先行き不安感から客の買い渋りがある。
スーパー（店長）	・消費税の再増税は先送りされるが、雇用問題や実質賃金の目減り等で、消費者の財布のひもは固いままだ。競合店の出店等もあり、競争はますます厳しくなると予想される。
スーパー（店長）	・現状の数値が厳しいだけに、これ以上の落ち込みはないと予想している。ただ、高齢者の増加と人口減、年金受給者の増加などを考えると、市場の絶対規模が減少していることは明らかで、従来の景気という考え方は現状に馴染まない。
スーパー（経理担当）	・消費税増税の影響から抜け出せず、次の大きな変化が読めない。
衣料品専門店（店長）	・12月には歳末大売出しイベントを開催する予定であるが、総選挙と重なるので、客の出足が悪いのではないかと危惧している。
衣料品専門店（店員）	・今年は暖冬という予報が出ているので、冬物衣料の売上が伸び悩みそうである。
衣料品専門店（取締役）	・冬物のセールも終わり、2月は商品の動きが最も鈍い時期である。ほとんどの客が、今必要な物しか買わない傾向が定着しているのので、景気の上昇には期待できない。
衣料品専門店（総務担当）	・好転している経済指標もあるが、所得は増えておらず、物価は上昇している。この状況が改善されるとは思えない。
衣料品専門店（チーフ）	・2～3か月後は、冬物セール開始となり単価が下がるため、売上が増加する傾向にない。しかし、春節時期に来日する海外客を取り込めば、売上は伸びる。
家電量販店（総務担当）	・閑散期であり、人気のスマートフォン以外に来店を促進する商品が見つからない。
任関連専門店（経営者）	・一部、公共事業関連業種は大変忙しく活気があるが、置き家具業界は、消費税増税の影響が残っている。総選挙が実施され、年末にかけて景気が低迷する。また、選挙結果によっては、景気回復が遅くなる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・現在、燃料油の小売価格は高止まりから、一定の値幅内で上げ下げを繰り返している様子だ。12月の賞与支給に期待している客の様子がうかがえるため、新年に備えての高額洗車等、カーケア商品の販売に期待したい。
高級レストラン（支配人）	・半年前から来客数、客単価など変化がないため、今後もこのままである。
高級レストラン（専務）	・総選挙が実施されるので、先のことは分からない。地方はさほど良くないが、2～3年前より良くなっている。
一般レストラン（経営者）	・年末を控え、需要は増えると考え。我々飲食業は、総選挙の影響がどこまで響くか、ボーナスがどの程度見込めるかに左右される。
スナック（経営者）	・今月は、市長選挙の影響等で対前年比マイナスであったが、2～3か月先の景気への影響はない。
居酒屋（経営者）	・以前、12月に選挙が実施された際に、外食産業の売上が減ったので、今回も同様の動きになる。今後2～3か月は良くなるらない。
都市型ホテル（販売担当）	・12～1月と選挙が続くが、あまり影響はなさそうだ。
都市型ホテル（スタッフ）	・原材料費高騰等のマイナス要因はあるものの、市内中心部再開発事業による人員の流入があるため、宿泊部門は好調に推移している。今後も上昇傾向にある。レストラン部門は夏以降、今一つ伸びきれない状況が続いている。今後の計画においても前年並みかやや下回る予測となっている。

	タクシー運転手	・年末年始は忘年会・新年会の時期だが、今年はなかなか予約が入らないという声を聞く。
	タクシー運転手	・消費税の増税の先送り、ある程度、景気は保たれる。
	通信会社（企画担当）	・客観的な理由はないが、販促の手を打ってもレスポンスが弱いので、変わらないと判断した。
	美容室（経営者）	・12～2月は、当業界において少し活気が出てくる時期である。しかし、客の買い控え等で11～12月は今一つ活性化せず、そのまま年末年始に入る。
	理容室（経営者）	・12月は繁忙期であるが、客の来店周期は2～3か月なので、12月に客が集中すると1～2月は来客が減るため、良い結果は出ない。
	美容室（店長）	・景気は良くならないが、年末年始に旅行しようという客の声を聞く。
	住宅販売会社（代表）	・工務店や住宅業界は、通常12～3月は減少する傾向にある。当社はイベントやモデルルームのオープンを予定し、その時期の落ち込みを回避するようにしている。そのような対策や補助金、助成金を活用できないところは厳しくなってくる。
やや悪くなる	百貨店（総務担当）	・実質所得の減少感が強く、顧客の購買意欲を高める要素が見当たらない。
	百貨店（販売促進担当）	・婦人衣料売場のリモデルを終了したが、売上は若干厳しい状況にある。
	百貨店（業務担当）	・昨年は、年末から消費税増税前の駆け込み需要による動きが始まったが、今年の動きは弱い。前年比でみると、年が明けて3月までは動きが弱いと考えられる。
	スーパー（店長）	・消費税増税の影響で、本当に必要な物だけ買う傾向が強まっている。また、青果や米の相場がかなり下がっているため、買上点数を増やして売上を上げていく。競合各社も、売上回復に努力しているが、消費税増税が一番影響しているようだ。
	スーパー（店長）	・円安等による値上げと天候不順で、今後も衣料品やし好品の動きが鈍くなる。
	スーパー（統括者）	・売上が前年に比べて悪くなっており、今後も良くなるような兆しがみられない。
	コンビニ（エリア担当）	・景気の回復がほぼなく、厳しい状況は今後も続いていく。
	コンビニ（店長）	・アベノミクスが行き詰まっている。総選挙で政治体制が不安定化する。
	コンビニ（エリア担当・店長）	・年末商戦に向けて売上は少し期待しているが、人件費が若干上昇した影響で経費が前年よりもかさんでいる。その結果、今後、利益が出ないようになっていく。
	住関連専門店（店長）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の影響で、今年は、売上の前年比が大きく落ちている。力のない企業はここで競争から脱落してしまうことも考えられるほど、小売業への影響は甚大である。年度末に向けて不安が大きい。
	その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税後、アベノミクスの効果が限定的であったことが明確になりはじめている。
	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）	・賃料はこれ以上、上がる様子もないし、マイナス要素の方が多い。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費者の購買行動については変わらないとみる。お歳暮ギフト、クリスマスギフトについても店舗を吟味し、よりメリットのある店舗で購入するようになる。12月14日の総選挙についても小売には逆風とみる。特にお歳暮ギフトへの影響が大きい。
	高級レストラン（経営者）	・12月の予約状況は、例年の年末よりも少ない。12月の総選挙の影響で社用の客が飲食に来なくなるので、先行き不安である。
	一般レストラン（スタッフ）	・店舗数の増加により、しばらくは全体的に減少する。
観光型ホテル（専務）	・選挙があると、来客数が激減する。	
都市型ホテル（スタッフ）	・現在の円安水準が続くと輸入企業を中心に冷え込みが続く、消費意欲が減退していくと予想される。	
旅行代理店（従業員）	・年末年始の利用は、国内が近場の宿泊を中心に前年を上回っているが、海外が円安、近隣諸国の情勢不安の影響で前年より減少している。	
旅行代理店（企画）	・円安傾向による海外旅行の料金の高騰、ならびに海外での消費意欲の後退により、旅行の受注が低下する見込みである。燃油価格の低下の恩恵を受けるのは、3～6か月先になる見込みである。	

	タクシー運転手	・物価上昇に対して給料が上がらず、年金が増えない状況であるので、財布のひもがどんどん固くなっている。
	通信会社（業務担当）	・12～1月は年末年始の商戦期となるが、今年は商品やサービスの目新しさに欠け、例年ほどの盛り上がりが見込めないことから販売台数は伸びない。
	ゴルフ場（従業員）	・ここ1年、新幹線全線開通などで地域的に景況感は上向いてきていたが、12～1月の予約が昨年より少ないことが不安材料になっている。特に地元の客が安い近隣のゴルフ場へ移行している。間近になれば予約は入ってくるだろうが、少し後退気味になっているようだ。
	競馬場（職員）	・来客数の数値が芳しくない。
	美容室（経営者）	・12月の一番の稼ぎ時に、総選挙が実施されるのは困る。
	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）	・季節要因による入院等で、利用者減が想定される。来年4月の介護報酬の動向によっては減収も推測される。
	設計事務所（所長）	・我々の仕事はおおむね3か月後に結果が出る。今、手持ちの資料がやや減少気味であるので、3か月後はやや悪くなる。建築関係は、2～3月ごろに各メーカーの値上げがあるので、より悪くなる。
	設計事務所（代表）	・消費税の再増税が先送りになり、更に様子見の状況が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅販売関係は、総選挙で客の動きが悪くなり、さらに消費税の再増税の先送りにより、買い控えや様子見の懸念があるので、景気は悪くなる。
悪くなる	商店街（代表者）	・年末は売上が見込めるが、来年の景気は冷え込むと予想される。現時点で売り込める企画がない。新商品もない。
	スーパー（店長）	・選挙が実施される年末は、ギフトの伸びが悪いという話を聞く。バターの品不足を考えると年末伸びる要素がない。
	衣料品専門店（店長）	・12月の総選挙で変化があるのか、あまり良い話は聞かれない。物価の上昇だけが先走っているようだ。
	高級レストラン（社長）	・総選挙の影響で悪くなる。
	観光ホテル（総務）	・3か月の収入予測より、悪くなる。
企業動向関連 (九州)	良くなる やや良くなる	農林水産業（経営者）
		繊維工業（営業担当）
		家具製造業（従業員）
		金属製品製造業（事業統括）
		一般機械器具製造業（経営者）
		電気機械器具製造業（取締役）
		輸送用機械器具製造業（営業担当）
		金融業（従業員）
		金融業（営業）
		経営コンサルタント（代表取締役）
		経営コンサルタント（代表取締役）
変わらない	農林水産業（営業）	・年末に向けて特需期に入るが、全体的な動きとしては変わらない。
	化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気の影響をあまり受けない。

	窯業・土石製品製造業（経営者）	・昨年と比べると消費者の動きはいくらか良くなってきている。受注量も増えている。原材料価格高騰による業績への影響を少し懸念する。
	鉄鋼業（経営者）	・新規の建設物件が乏しく、受注量が伸びず受注残の消化の状態が続いている。人手不足、資材の高騰などで着工が遅れているとも言われているが、実態は物件そのものが非常に少ない。この状態が長期化しそうでである。
	一般機械器具製造業（経営者）	・動きが悪いのと同時に総選挙を控え、各メーカーとも様子見の状態が続きそうだ。政策の方向性が見えてからようやく動き出す。
	電気機械器具製造業（経営者）	・得意先以外の新規開拓よって現状を維持しなければならず、大変厳しい状況に入っていく。
	その他製造業（産業廃物処理業）	・国内又は中国の原料在庫が増えているようで、良い値段をつけてくれない。仕入れは相場通りの高値で買われるため、バランスが取れていない。今後の動向に注目している。
	建設業（経営者）	・計画数、見積数が今現在変わらないので、2～3か月後も変わらないと判断している。
	輸送業（総務）	・総選挙があるものの景気を良くするものではない。
	通信業（職員）	・年度内は受注量増加の要素は見当たらず、現在と同水準のまま推移すると予測される。
	通信業（経理担当）	・総選挙の結果次第であろうが、自民党が議席を守ってアベノミクスの推進に力を入れていけば、景気も上昇する。
	金融業（従業員）	・円安による原材料費の値上がりや、人件費の上昇で経営環境が厳しくなっている先がみられる。一方、公共投資は高水準で推移しているほか、製造業などを中心に設備投資計画は前年を上回っている。
	金融業（得意先担当）	・前年度の受注残や繰り越し工事があり、当面は資金繰りに問題はない。しかし、受注減や採算悪化等を考えると、今後注視する必要がある。
	金融業（営業担当）	・物販関連の取引先は、年末にかけ消費の盛り上がり期待していたが、総選挙の影響で停滞が予想される。円安による原料高の影響も重くなっており、売上、収益面での低迷は続く見込みである。
	不動産業（従業員）	・オフィスピルの稼働率が横ばいで推移している。
	新聞社（広告）（担当者）	・総選挙の結果次第だが、広告出稿量が上向く気配はなく、通信販売と旅行広告の動向に左右される状況が続く。
	広告代理店（従業員）	・新聞折込料を11月より値上げしたため、今月の受注金額は増加したが、受注枚数は減少した。消費税の増税が先送りになり、個人消費マインドが改善すれば新聞折込受注枚数は増える。総選挙が終わり状況が落ち着けば、先の見通しが立つが、現時点で変化はない。
	経営コンサルタント	・新しい動きや積極的な動きがみられないので景気は変わらない。
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・3月決算の取引先が多く、今年度の投資計画は終了しているので、突発的な需要がない限り変わらない。
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・夏の天候不順の影響で、原料の収穫量が減少する。また、昨年からの電気料の値上げに始まり、大手食品メーカー各社の材料価格の値上げ、輸送運賃の値上げなどがあり、我々中小企業をとりまく環境は厳しくなる一方である。
	精密機械器具製造業（従業員）	・受注量の変動が激しく、まだどちらとも言えないが、計画では今より落ちる。
	建設業（従業員）	・見積案件は堅調に推移しているが、大型物件がなく、受注できても量的に小ぶりである。耐震工事も大方終了しているので、今後はマンションの外壁改修工事などの需要が増える。設備投資が増加しなければ景気は悪くなる。
	輸送業（総務担当）	・衆議院、県知事、市長、県会議員、各地区の役員等、各種選挙が12～4月まで毎月続く。レジャー等に気分が向かない。
	広告代理店（従業員）	・回復の兆しはない。
	経営コンサルタント（社員）	・消費者が、より低価格の物を求めている。
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・今後、市町村の委託物件の発注が少なくなると、入札時に過度な価格競争が発生することが予想される。利益幅が少ないと経営上厳しい状況になる恐れがある。
悪くなる	建設業（社員）	・大型の補正予算でも成立すればよいが、官公庁の工事は第3四半期、第4四半期の発注に期待が持てない。師走の切羽詰まった時期に総選挙をやる意味はない。さらに景気は停滞する。
	輸送業（従業員）	・景気が良くなる要素がない。
雇用	良くなる	—

関連 (九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・労働市場が売手市場に変わることで、企業は人材を流出させよう待遇面を向上させるしかない。有能な人材は、ヘッドハンティングされることで更に価値が高まるので、雇用に対して全体的な待遇改善が進む。
		人材派遣会社（社員）	・注文数が増えている。年度末までの依頼もきている。また、新規で事業所を拡大する予定の企業もある。全国規模の仕事を受けたため、地元で人を探し対応したいという企業もある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・景気が良くなる要素が見当たらない。下半期の経営戦略を企業ヒアリングしても、積極的な姿勢が見受けられない。
		人材派遣会社（営業）	・消費税増税の影響が各方面で見受けられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新規受注が停滞している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙が求人市場に及ぼす影響は計れないが、中小企業の人材確保が好転していくとは考えにくい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙で争点の「景気のさらなる回復」「消費税増税の延期」で状況は変わるが、求人募集の状況を見る限り人手不足の業種は深刻だ。アルバイトや臨時雇用から正規雇用への移行が増加しない限りは、景気の回復を実感できない。
		職業安定所（職員）	・地方においては、賃金上昇は芳しくなく、個人、企業とも景気回復を実感できない。
		職業安定所（職員）	・新規求人は微増である。月間有効求人倍率は当分0.8後半から0.9倍台で推移していく。
		職業安定所（職業相談）	・有効求人倍率は上昇傾向であるが、景気回復を実感できないとの声が企業から聞かれる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・中小企業からの継続採用の案内も一段落してきた感がある。次年度の採用準備にシフトしているようである。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人数をみると、人材採用難は継続しており、余程の経済環境・国際環境の変化がない限り、企業の採用意欲に変化はないと考える。既に2016年新卒採用に関しても動き出している企業がある。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・日雇い派遣が難しくなり、年末年始の単発の需要が少なく、長期派遣の依頼も少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙の結果次第である。
職業安定所（職員）		・企業訪問で今後の状況を尋ねると、景気が良くなる材料が少なく、このままの状況で推移するのではないかという回答が多い。また、資材や燃料費の高騰などのマイナス要因が経営を圧迫している企業が多くなっている。	
民間職業紹介機関（支店長）		・年末の繁忙期を迎えるのに、求人数が少ない。	
悪くなる	-	-	