

＜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	・12月に入って商店街の来客数が増えてきた。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・今年は、歳末謝恩セールを実施した影響で来客数が大幅に増えた。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・12月後半は、年末の商店街の雰囲気や新しい食材を求めて、他の地区や市外からの客で混み合う。しかし、29～31日になると近くのスーパーの商品がタイムサービスで半額まで下がるため、商店街への客足が消えてしまう。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	来客数の動き	・来客数も増えているが、高額商品ほどよく売れている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・景気は全体的にみると良くなっているようだが、収入格差が広がっている。当店も、顧客の収入を考慮した価格帯での商売が必要となる。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・関連店舗の売上は、前年比で98～105%と3か月前と比較してやや良い状況にある。12月前半は気温等の関係で落ち込んでいたが、中旬以降衣料品が回復している。1品単価は非食品が104.1%、食品が103.2%、購買客単価は非食品が103.2%、食品が102.2%と若干購買数量が減っているものの、ここ2～3か月では一番良い。
		スーパー（店長）	単価の動き	・ギフトの売行きが悪く、客数もそれほど増えていない。しかし、買上量の増加により客単価が非常に上がっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・食品を中心とした身の回り品の売上が、昨年を上回るようになってきている。特にギフトや加工品が好調に動いている。
		衣料品専門店（チーフ）	お客様の様子	・インバウンドの客が頻りに流れてきているため、売上が前年よりも大幅に伸びている。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	販売量の動き	・売上は前年同月比で約105%と伸びている。個人用のコーヒーの販売量も若干増えている。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・来客数が多い。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・総選挙も終わり年末にかけ来客数が増えている。客単価もわずかではあるが高くなっている。客から景気が悪い話は聞かない。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・レストラン、忘年会、宿泊ともに前年の売上を上回っている。
		都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・今月は宴席、婚礼、宿泊ともに売上増になる予定である。おせちやケーキなどの販売も締切予定日より早く完売したこともあり、少し景気が良いようだ。
		都市型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・特に東南アジアを中心にインバウンドの客が非常に増えている。単価も非常に高くなっている。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・販売量はお歳暮シーズンで底上げされており、想定をやや上回った。
		通信会社（営業）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減により、昨年と同水準かやや冷え込むと考えていたが、問い合わせ、販売量共に前年を大きく上回った。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・不動産は総選挙の影響もなく、来客数も前月とほぼ変わらない。しかし、住宅分野の需給関係は供給過多となっている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数の増減が天候に左右されている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・購買する人が多くなく、安い商品を試着しても購買まで至らないという状況は変わっていない。購買力のある人、ない人が分かれおり、格差が非常にはっきりしてきた。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・例年に比べ寒波の訪れが早く、冬物商品の動きが活発になっている。客は消費税増税の負担感にも慣れ、再増税が先延ばしになったこともあつてか、売上も順調に推移している。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・年末の書き入れ時というのに客が来ない。

一般小売店 〔茶〕（販売・ 事務）	単価の動き	・年末だが売上は例年と変わりはなく横ばいである。単価は毎年減少し贈答も減っている。消費税増税の影響が、年末にまとめ買いする客の購入量も少なめである。
百貨店（総務担 当）	販売量の動き	・ボーナス支給月で例年活気が見える月であるが、前半は、総選挙の影響で宴会予約のキャンセルなどがあり、来店客数が減少した。中盤以降、盛り返す力が全くみえない。
百貨店（営業担 当）	お客様の様子	・年末商戦、お歳暮ギフト、クリスマスの影響でレジ客数、1品単価が上昇し、3か月前と比較すると売上は微増となった。お歳暮ギフトの単価は維持したが、1人当たりの買上点数は減少した。しかし店外での受注は増えた。店頭では、化粧品、婦人雑貨、スカーフ手袋の自家需要及び快眠商品、ナイトウェア、寝具が好調であった。
百貨店（営業統 括）	来客数の動き	・お歳暮ギフトの売上は、新規顧客数増でどうにか前年を上回った。一方、衣料品関連はミセスを中心に不振である。メインターゲットの50～60代顧客の来店・購買が例年に比べて厳しい。
百貨店（店舗事 業計画部）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要が始まった前年に比べ、高額品の動きが鈍い。毎年買うわけではない商品を中心に、昨年の反動が出ている。一方、防寒商品は健闘、11月に一旦冷え込みが緩んだが12月は月初めより寒波となり活発に動いた。
百貨店（業務担 当）	お客様の様子	・12月中旬までは総選挙の影響により、売上、来客数ともに厳しい状況にあったが、中旬から後半にかけて買いが戻ってきている。ただ、必要なものを吟味して買う姿勢に変化はなく、高額の商品については、割引を待って買いたいと言う客が多い。
スーパー（経営 者）	お客様の様子	・年末になり、高額商品になるほど消費税を計算し、客の購買に時間が掛かっている。
スーパー（店 長）	販売量の動き	・大きな流れとしては3か月前と変わっていない。
スーパー（店 長）	単価の動き	・全体的な野菜の相場安で単価が落ちている。精肉は相変わらず単価高で売上は好調に推移している。
スーパー（総務 担当）	それ以外	・食料品の売上は前年を大幅に上回っているが、衣料品の前年割れが続いている。
スーパー（経理 担当）	販売量の動き	・12月半ば以降寒さも本格的になり、冬物商材の動きが良くなってきている。衣料品やおでん・鍋商材などは特に好調だが、青果物・米は単価が安く、販売点数は前年を超えているが販売額は大きく下回っている。
スーパー（業務 担当）	来客数の動き	・お歳暮ギフトは売上・客数ともに例年並みの結果で終息し、安定した売上を確保できている。ただし、青果の品薄や防寒衣料の低迷は真冬が近づいても好転せず、やや低調が続いている。
コンビニ（経営 者）	お客様の様子	・コンビニの客は目的買いが中心であるが、景気が良いときはついて買いもある。しかし、最近、不要、不急の物は絶対買わない状況にある。クリスマスケーキの予約数は、前年に比べて非常に低調であった。客は景気が良いと実感しておらず、財布のひもが更に固くなっている。
コンビニ（エリ ア担当）	単価の動き	・年末に入っても客の財布のひもは固く、必要な物以外は買わない状況である。客単価のアップはほとんどない状況である。
コンビニ（販売 促進担当）	販売量の動き	・今月の最販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパーの販売量の平均値は前年比103.7%と、ほぼ横ばいであった。店頭予約・販売量が少なく、クリスマスケーキが前年比1割減となった。
衣料品専門店 （店長）	お客様の様子	・客の様子から消費税の影響は余り感じられない。落ち込みもなく売上は以前と変わらない。景気に変化がない。
衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・12月の前半と後半に商店街で売出し企画を催すも客足が悪い。選挙期間中は毎回運動員の動きがあるが、今回の総選挙は人の動きが全くみられなかった。
衣料品専門店 （店員）	来客数の動き	・目的買いの客が目立ち、フリーの買い回り客が少なかった。固定客の売上は前年並みだったが、フリーの客数が伸び悩み前年割れの売上だった。ここ数か月その状態が続いている。

衣料品専門店 (取締役)	それ以外	・12月後半から一部セールに入っているが、まとめ買いというよりも必要な物だけ買う状況である。1点当たりの利益率が低く、薄利多売の状況である。景気が良くなっているとは言えない。	
衣料品専門店 (総務担当)	お客様の様子	・当店の主力である高齢層の価格帯上位の衣料において、客は非常に慎重な購買態度で、気に入ってもなかなか買ってもらえないという状況が続いている。	
家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・小物商品の動きは年末らしくなってきたが、大物商品の動きが鈍い。消費税増税の影響が依然として続いている。	
家電量販店(広報・IR担当)	販売量の動き	・当月は繁忙期であるため、来客数や販売量は増えているが、前年の売上を確保するのは厳しい見込みである。	
乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・消費税増税以降、新車の販売が伸びない。いつまで続くのか不安になる。	
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がはっきりとし、ガソリン価格は130円台の看板が出始めている。顧客との会話から、総選挙が実施された12月前半は、飲食等の消費を控えていた様子がうかがえる。後半は、燃料油を満タンで購入する顧客がやや増加した。	
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	・インバウンド効果の高い施設では、売上が増加しているが、インバウンドを取り込めていない施設では、ほぼ前年並みで推移している。	
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	・寒波による客数及び売上の伸びがみられない。一部は動くが、防寒衣料の動きが鈍い。クリスマスも客数、売上ともに動きが鈍い。	
高級レストラン (専務)	来客数の動き	・年末にかけて忙しくなると予想したが売上は伸びなかった。まだ景気が悪く、飲食にお金が回っていない。	
居酒屋(経営者)	来客数の動き	・総選挙の影響もあり、忘年会のシーズンのわりに静かな年末であった。	
都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・稼働率も高い水準で維持できており、今後も失速する気配はない。	
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・年末年始の旅行は、海外を見送り国内にするケースが多く、取扱人員に比べ売上減少が目立つ。	
タクシー運転手	来客数の動き	・12月前半は総選挙のため忘年会が少なかった。後半にいくらか盛り返したが、それでも前年並みにはいかなかった。	
タクシー運転手 タクシー運転手	お客様の様子 来客数の動き	・夜のタクシー利用が多くても、昼が極端に悪い。 ・今月前半は総選挙の影響で、景気や人出が停滞していたものの、後半は、ガソリン価格の下落もあり、忘年会、年末の買物等、盛況を取り戻した。	
通信会社(業務担当)	販売量の動き	・12月は商戦期で商品入荷数は問題ないが、今ひとつ客へのインパクトが弱く、販売数があまり伸びていない。	
ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・年末にかけて県外客の予約が結構入っており客単価も高い。地域柄、ボーナス支給後の地方公務員、団体職員等の利用も少し増えたが、他の客は昨年と比べると少ない。総体的には微増しているが、思うように伸びなかった。	
美容室(経営者)	販売量の動き	・12月の繁忙期にも関わらず横ばいが続いている。総選挙の影響か景気は低迷している。	
美容室(店長)	来客数の動き	・例年と変わらない年末である。景気はあまり変わらない。	
設計事務所(所長)	販売量の動き	・年末を迎えるので官公庁発注の工事が非常に少なくなっている。また、民間も住宅の着工件数が落ち込んでいる。	
やや悪くなっている	百貨店(企画)	単価の動き	・来客数は順調に前年を上回っているが、単価が上がらず、売上が伸び悩んでいる。
	スーパー(店長)	競争相手の様子	・青果は相場安のため、前年比87~88%で推移している。競合店が2店舗できた影響で、酒が同93%、一般食品のドライグロッサリーが同94%、その他同97%で推移している。
	コンビニ(店長)	販売量の動き	・売上は前年比でマイナスである。
	家電量販店(店員)	販売量の動き	・消費税増税後、9~11月の売上は前年を割っていたが、12月になって少し良くなってきた。

		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・4月以降、受注が伸びず赤字に転落した。
		住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・総選挙や消費税の増税見送りなどによる消費の 一服感で、来客数が減っている。
		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	・お歳暮商戦も終わり、前年比92~93%の売上となっ た。総体的に商品単価の下落が見受けられた。
		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・12月前半は会社関係の忘年会はあったが、総選挙の 影響で全体的に動きが鈍く悪かった。後半は結構忙し くなったが、前半の出遅れを取り戻すのは難しく、例 年に比べると悪かった。
		音楽教室(管理 担当)	来客数の動き	・受験期に備えてピアノのレッスンをやめる子どもが 出てきている。
	悪く なっている	商店街(代表 者)	来客数の動き	・総選挙後ボーナス商戦に入るはずが、来客数、販売 数ともに激減している。
		高級レストラン (社長)	来客数の動き	・総選挙の影響で客が非常に減った。
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(経 営者)	受注量や販売量 の動き	・12月前半は原料不足であったが、後半は原料の手当 てもつき、取引先からの要望に8割方対応できた。し かし、宮崎の鳥インフルエンザの影響で、一部原料出 荷ができなくなり、終盤取引先に迷惑をかけた。販売 の引き合いは居酒屋、スーパー、加工メーカー等順調 な動きである。
		農林水産業(営 業)	取引先の様子	・小売店で少しづつ良いものが売れていると聞く。
		金属製品製造業 (事業統括)	取引先の様子	・取引先の受注残や引き合いが増加している。工事延 期の影響は大きいですが、今後は良くなる。
		電気機械器具製 造業(経営者)	それ以外	・社内における理念の追求、ものづくりに対する教育 などが功を奏し、経営がやや良くなっている。
		電気機械器具製 造業(取締役)	競争相手の様子	・当社も繁忙であるが、同業他社も上向きである。
		金融業(従業 員)	取引先の様子	・企業活動では資金繰りにやや余裕が出てきた。個人 においてはボーナス急騰により家計に余裕が出てき た。
		経営コンサルタ ント(社員)	取引先の様子	・企業の新商品開発が進み始めた。
	変わらない	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・比較的好調に販売できた。
		繊維工業(営業 担当)	競争相手の様子	・下請工場では給料が安く人気がないため、従業員は 募集しているが集まらない。従業員は少しずつ減少し ているが、仕事の受注が増えてはならないため、営業上問 題はない。
		窯業・土石製品 製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・今年の後半は受注量が増えて、今月も年を越した受 注がある程度来ている。今まであまりなかったような 状況で、販売量も前年比で若干増加している。
		一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・不安定な要素が多いため、受注量が確定しないのが 一番の悩みである。採算ベースはそれなりであるが、 受注量が不足しているため、景気が良いという感覚に なれない。
		一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・例年の年末駆け込み受注があまりみられなかった。
		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	・販売価格は相場通り上がっておらず、仕入れ価格だ けが高騰している。販売先が今の経済状況を信用して いないため、相場通りの価格を支払うのに不安を抱え ているのが原因だ。
		建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・仕事の案件数がほとんど変わっていない。
		輸送業(総務)	受注量や販売量 の動き	・総選挙もあり荷動きは良くない。本来12月は繁忙期 であるが、年々通常月と変わらなくなっている。
		通信業(経理担 当)	それ以外	・消費税増税後の買い控えムードが続いている。
		金融業(従業 員)	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が残っている住 宅や自動車の売上は、前年を下回っている。一方、一 部業種では人手不足感が強まっているなど、労働需給 は改善傾向にある。百貨店、スーパー等の売上も回復 してきている。

	金融業（営業担当）	取引先の様子	・小売、飲食、卸売等の中小企業は、円安及び消費税増税の影響により、売上・利益ともに低迷が続き、資金繰りもタイトである。	
	金融業（営業）	取引先の様子	・製造業の受注状況は、昨年より高い水準にあるが、ここ数か月大きな変化はない。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・チラシ配布などの営業活動を実施しているが、反応が少ない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先から最近の状況を聞くと、ほとんど変化がないという回答が多い。	
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・当社では補助金を活用した省エネファイナンスの提案を行っているが、設備投資には前向きな企業が見受けられる。これからアベノミクスに便乗できる企業とそうでない企業との差が広がる。	
やや悪くなっている	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・3か月前に受注できた工事があるので、仕事量としては悪くはないが、収益については未定である。10月に工事の積算方法が変更になり、不明な部分も多く苦慮している。また、発注量は激減している。	
	新聞社（広告担当者）	受注量や販売量の動き	・総選挙に伴う政党広告など、一過性の広告出稿により売上は前年比116%とプラスだが、選挙関連を除くと前年比80%と大幅減となっている。主力の通販、旅行が前年比80%台と低調で、その他の業種も広告出稿には消極的である。	
	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	・市町村の12月の補正予算は、建設関係の予算が少なく、委託や工事発注が減少している。いくつかの入札で、低価格で応札する業者が出てきている。建設需要が落ち着いたため、手持ちの業務が少なくなり、仕事を取りに行っている。	
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）	採用者数の動き	・企業の採用意欲は増している。従業員だけでなく経営に関わる役員クラスを求める声も多いが、専門人材が足りていない。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・短時間勤務の派遣依頼が若干増加している。フルタイムまでの仕事はないが、少し忙しいという状況である。
	変わらない	人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・特にサービス関連を中心に幅広い業種での人材不足は変わらない。しかし、景況感的に変化がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数は人手不足を背景に増えている。特にインターネットのサイト作成業務などの伸びが著しい。
		職業安定所（職員）	それ以外	・新規求人倍率は上昇傾向にあるものの、有効求人倍率はあまり変わらない。また、求人を出しているものの、人手不足により店舗を閉鎖せざるを得ない企業がある。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・事業所訪問の際の聞き取りにおいて、前月と変わらず、円安に伴う原材料費の高騰等を懸念する声が多く聞かれる。また、有効求人倍率は上昇したが、有効求職者の大幅な減少が主な要因であり、求人数は微増の状況にある。
		職業安定所（職員）	採用者数の動き	・景気が良いため、新規求人数増加と比較し就職件数は伸びていない。
		民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・12月の求人数は前年同月比3%減であった。1月以降の求人数も芳しくない。派遣労働者の採用よりも、直接雇用のアルバイト、パート社員の需要が堅調である。
		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	・求人数は先月同様前年比110%で推移しており、変化はない。	
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は昨年より上回っているものの、ここ数か月のトレンドをみると、昨年並みに落ち着いてきているようだ。	
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・生命保険会社などのコールセンター進出が相次いでいるので人手不足感はあるものの、その他の業界での人材採用は低調である。	

	求人情報誌製作 会社（編集者）	求人数の動き	・当社の求人取扱件数が前年比10%近く落ちている。 当社の主な取引先は地元のサービス業であるため、民 需が停滞しているか大手に売上を吸収されているかが 考えられる。
	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	求人数の動き	・総選挙の影響か12月の求人広告は激減した。地域中 小企業の景気は回復しておらず、年明けの動きも弱 い。U・I・Jターンを希望する既卒者向けの求人広 告の動きがあった。
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	コンビニ（販売促進担当）	・1月からのパン・弁当の販売数量は、前年比若干増を確保しつつ、ほぼ横ばいで推移していく。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税から1年が経過するため消費が回復すると期待している。2～3月には何とか売上が上がるとみている。
		百貨店（経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減や天候不順による売上減の回復には至っていない。しかし、消費税増税の影響はほぼ解消し、再増税の延期も決定したため、個人消費の持ち直しに期待できる。
		スーパー（店長）	・消費税の再増税が先送りされたので、身の回り品が持ち直したようだ。今後2～3か月も良くなる。
		スーパー（業務担当）	・ランドセルや新入学関連の先取り購入が進んでおり、値上げ感が強くなっても全体的に定価での販売数量が増加傾向にある。これで食料品も堅調ならば不安要因は解消されてくる。
		衣料品専門店（チーフ）	・海外客の増加もあるが、消費税増税の負担感が和らぎ、売上も自ずと回復傾向にある。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要により、昨年1～3月の数字は若干上がった。今年は消費税の再増税が先送りになり消費がじわじわと上がっているため、悪くない状況になると考えている。
		家電量販店（従業員）	・新年を迎えるにあたっての買換えや、寒くなったの暖房器具の需要が増えた。
		乗用車販売店（従業員）	・決算に向け年明け1～3月は軽自動車を中心に受注が伸びていく。
		乗用車販売店（総務担当）	・年が明けると消費税増税の影響がなくなる。新型車投入効果もあり新車販売の台数増加が見込める。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・地方において、景気回復は肌では感じられない。しかし、最近のガソリン価格の下落により、車で遠出をする人が増えるため、土産品の動きに期待している。
		高級レストラン（専務）	・総選挙も終わり経済が安定しつつある。来年こそは、地方にお金が回るような政策の実行を期待しているため、景気が少しでも良くなるという希望を持っている。
		一般レストラン（経営者）	・現在は予約状況も良く、単価の高いメニューの要望が多い。しかし、正月以降の動向がまだ不透明なため安心はしていない。
		ゴルフ場（従業員）	・2月中旬～月末にかけては良い数字である。ただ、昨年と比べて3月以降の動きが鈍いところが少し不安ではあるが、今月よりは少しずつ良くなっていく。海外客や県外客が昨年より上回っているのは良い材料である。観光地である当地は特にその傾向が大きい。
変わらない	商店街（代表者）	・12月に少し後退したので、1～2月も現状のままいく。	
	商店街（代表者）	・商店街全体をみても景気回復と言った声は聞こえない。やっとの思いで営業しているところが多いようだ。これ以上は悪くならないだろうし、今すぐ良くもならない。来年も厳しい年となりそうだ。	
	商店街（代表者）	・現状から大して期待はできない。	
	商店街（代表者）	・冬物バーゲンのシーズンに入るが、これといった景気の浮揚感もなく横ばいが続く。	
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・少しでも景気が良くなるよう期待したい。	
	一般小売店〔精肉〕（店員）	・景気変動の要素が特に見当たらない。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、花屋は卒業式シーズンまであまり良くない。	
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・景気回復の大きな要因がないため、売上は上がらない。消費税は増税されたが、消費者の収入が上がらないので、売上を期待できない。	
	百貨店（営業担当）	・ゴルフウェア、絵画、貴金属、高額雑貨が好調である。またクレジット催事の反応も良く、クレジット扱い高も増加している。消費の二極化と慎重な買上傾向、お得感への敏感な反応は維持している。年が明けてもこれらの購買傾向は継続する。	
	百貨店（営業統括）	・総選挙も終わり、消費税の再増税は見送られたものの、心理的なものを含めて、高齢顧客の生活環境は厳しい状況である。	
	百貨店（売場担当）	・1品単価は徐々に上がっている。食品はバターやコーヒー等輸入品の更なる値上げが予想されるので、売上は伸びる。来客数は90%台後半を維持しているが、今のところマイナス要因がないので、今の状況が続くかやや良くなる。	

百貨店（店舗事業計画部）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減により、前年比で高額品を中心に苦戦が見込まれる。向こう3か月は曜日まわりの条件も悪く、年始休みの短さ、バレンタインデーの曜日等が来客数や売上にも影響し、大型商戦のヤマ場を押し下げてしまう見込みである。
百貨店（業務担当）	・客の立場からみると弱くはないが、百貨店としては、昨年同時期は、消費税増税前の駆け込み需要で高額品に動きが出ていたため、反動減で前年比では厳しい商況になる。消費税の再増税が先送りになったが、不安な気分で過ごす時期が長くなるだけで、客は安心感が得られない。
スーパー（店長）	・部門や店舗で実績数値がばらつく傾向は今後も続くが、全体としては現状と変わらない結果となりそうだ。
スーパー（店長）	・年末にかけ、全体的に買上点数、買上単価の増加により売上が上がったが、一時的なもので今後はほぼ変わらない状況になる。
スーパー（総務担当）	・家計のなかで食料品にかける割合は、若干上がってきている。しかし、相変わらず衣料品・住居用品は上がらない状況が続く。
スーパー（経理担当）	・消費税増税以降、延客数、販売点数の減少が販売単価の増加を上回っており、販売額の前年比減が続いている。この傾向は変わりそうにない。
コンビニ（経営者）	・今のところ、客の様子から景気が良くなるような材料が見受けられない。
コンビニ（エリア担当）	・春先で少しは景気が良くなることを期待したいが、今の状況の改善は見込めない。
衣料品専門店（店長）	・景気の動きに変化はない。ここ2～3か月はこのままいく。
衣料品専門店（店長）	・アベノミクスの早期地方波及を願う。このままでは地方都市の商業は崩壊する。
衣料品専門店（店員）	・全体的に商品が値上がりしているの、財布のひもが固くなっている。物価の上昇以上に給与が上がらないと購買意欲が向上しない。
衣料品専門店（取締役）	・セールでも昔のようなまとめ買いする客が少なくなり、薄利多売の傾向が続くので、景気が良くなるとは言えない。
衣料品専門店（総務担当）	・現時点で、我々の業界において景気が好転する要素を見いだすことができない。
家電量販店（店員）	・総選挙も終わりアベノミクスが支持され、円安も続いている。3か月先の変化はないが、1～2年のロングスパンで考えると良くなる。
家電量販店（総務担当）	・太陽光発電設置の鈍化も予想され、需要をけん引する商品が見当たらない。
家電量販店（広報・IR担当）	・景気改善の起爆剤が見当たらない。消費税増税後、あまり大きな落ち込みはなかったが、前年割れが続いている。この状況が続く。
乗用車販売店（代表）	・周りの状況をみても、良くなるような感じがしない。
住関連専門店（店長）	・消費税の再増税が先送りになったが、各家庭の財政状況が回復・安定するわけではない。さらに、昨年あった消費税増税前の駆け込み需要も期待できないことから、販売店にとっては景気が良くなる要素が見当たらない。
その他専門店【コーヒード】（経営者）	・年末需要もあって売上は若干伸びているが、1月はその反動減で極端に需要が減る。2～3か月先は検討がつかない。
その他専門店【ガソリンスタンド】（統括）	・12月は急に寒くなったので灯油の小売販売に期待したが、価格が昨年並みかやや高い状態のため、期待したほど販売できていない。12月前半に消費を控えた分、12月後半以降に回そうとする客の様子がかえるので、1月以降のカーケア商品の販売に期待したい。
その他専門店【書籍】（代表）	・東京中心、大企業中心の好景気の波が支店経済の福岡にも伝わってきているが、まち全体で実感できるほどではない。
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】（統括者）	・今年の4月までは消費税増税による駆け込みがあったので、来年は前年比で反動減の影響がある。売上はインバウンド次第である。
その他小売【ショッピングセンター】（広報担当）	・消費税の再増税の先送りは消費行動に影響を及ぼさない。按本的な日本経済の復活による雇用の安定、収入増がなければ、景気は良くならない。
高級レストラン（経営者）	・2～3か月先は、予約状況を見ると悪くはないが良くもない。景気が良くなってほしいが、当店のような飲食店に関して、ボーナス上昇等の好景気の判断材料は全くない。
スナック（経営者）	・今月は、忘年会シーズンにより3か月前より来客数は増えたが、年明けからは例年通り客数が減少する。
居酒屋（経営者）	・年明け以降の予約状況からすると、景気が好転するようにはみえない。

	観光ホテル（総務）	・今後3か月の収入予測より、変わらない。
	観光型ホテル（スタッフ）	・レストラン、宴会、宿泊の予約が順調に推移している。
	観光型ホテル（専務）	・来月以降の予約状況が良くない。
	都市型ホテル（販売担当）	・1月までは良いかもしれないが、先がみえない状態である。
	都市型ホテル（スタッフ）	・安価な商品よりも、高単価商品の販売が好調である。ここ半年間の状況から推察しても大きく状況は変わらない。
	都市型ホテル（副支配人）	・円安が続く限り、インパウンドの個人予約が入ってくる。そのため、景気の先行きは非常に良い。
	旅行代理店（従業員）	・燃油サーチャージの値下げなどプラス要素もあるが、円安の影響が強く、海外旅行の需要は低迷している。
	タクシー運転手	・今年は昼間も寒いので、宮崎では人の動きが悪くなっている。
	タクシー運転手	・催しものが多く、円安やガソリン価格の下落で観光客も増えてはいるが、この先の景気の見通しは分かりづらい。
	通信会社（企画担当）	・変化する要因が見当たらない。
	通信会社（営業）	・入学・転居に伴い、人・モノ・カネが動く時期であるため、2～3月の景気に期待している。
	美容室（経営者）	・通常、12月よりも2～3月は下がる場所であるが、今年は12月の売上が低かったため変わらない。
	理容室（経営者）	・通常、12月の美容業界は1年で一番忙しいが、人の動きが悪かった。生活習慣の変容などで業界的に上向かない。
	美容室（店長）	・年末もあまり変化がないので、2～3か月先も景気は良くならない。
	設計事務所（所長）	・新規の案件資料が目減りしているため、やや悪くなると考えている。
	設計事務所（所長）	・都会の設計事務所は潤っているが、地方の設計事務所は仕事がなく、段々悪くなる傾向にある。4月以降が勝負となる。
	設計事務所（代表）	・消費税の再増税前の様子見の状態である。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税の再増税が先送りになったことで4月以降に賃上げが実現され、景気の回復感が一般家庭まで拡大して初めて、住宅需要の高揚につながる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・円安による物価上昇と消費税増税により、年配者の購買力が確実に落ちている。将来不安から、預貯金があっても消費行動に移らない。買える人はすぐ買うが、非常に格差が激しくなっている。
	商店街（代表者）	・例年、12月は忘年会やお正月の食材・旅行等出費が多いので、2～3か月先は客の財布のひもが固くなる。
	百貨店（販売促進担当）	・景気は回復傾向にあると言われているが、現実には消費者の財布のひもは固く、本当に必要なものしか購入しない。前年度は消費税増税前の駆け込み需要が大きかったため、今年度それを上回することは厳しいと予測される。
	スーパー（店長）	・半径3km以内に競合店が2店舗できて、売上上昇の余地が少なくなるので前年比94～95%で推移すると予測を立てている。来店客数は94%で推移しているため、2～3か月は厳しい数字となる。
	スーパー（統括者）	・売上高は前年に比べて悪く、消費も低下傾向である。客数、客単価も前年に比べ良くない。
	コンビニ（店長）	・一層の円安により、必要以上に物価が上がる。
	住関連専門店（経営者）	・円安による原材料の値上げが仕入れに響いている。地方の景気回復感とは他業種でもあまり感じられない。
	高級レストラン（支配人）	・12月の繁忙期の反動で閑散とする。
	タクシー運転手	・年金の手取り額は増えていないが、物価は2%程度上がっているためかなり厳しい状況である。
	通信会社（業務担当）	・毎年1月は、中旬以降販売数が減少するが、今年は特に目新しさに欠け、昨年以上に厳しい商戦になる。
	競馬場（職員）	・来客数の前年比が良くない。
悪くなる	商店街（代表者）	・季節ものの出筋商品がなくなる。通常、正月明けは来客数が減少する。
	百貨店（営業担当）	・2～3か月先は更に悪化する。値上げ品目等が年明けから増えるので、中間層の生活防衛意識はますます強くなる。
	スーパー（店長）	・雇用状況は依然として厳しく、賃金上昇の影響を感じることはあまりない。消費税の再増税や年金等の問題もあり、今後景気が悪化することが予想される。
	自動車備品販売店（従業員）	・今年は消費税増税前の駆け込み需要により3月まで売上が伸びたが、来年は反動減により売上に大きく影響する。
	音楽教室（管理担当）	・進学や学年が上がるによりお稽古ごとがだんだん減っていくので、生徒数も減少する。

		住宅販売会社（従業員）	・円安へのシフトにより、輸出産業は非常に良いが、国内は相変わらずデフレ傾向で、物が安くないと売れない状況にある。景気回復や株価上昇等が頭打ちになり、景気は悪くなる。	
企業 動向 関連	良くなる	電気機械器具製造業（取締役）	・総選挙の結果により、更に経済対策のテコ入れが予想される。	
	やや良くなる	農林水産業（営業）	・食品だけでなく衣料品も、高くても品質の良い商品の動きが良い。	
(九州)		繊維工業（営業担当）	・円安で海外の生産が減るので、国内の工賃が良くなる。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度内の駆け込み需要が見込まれる。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の引き合いや見積案件が増えており、今後の受注量に期待が持てる。	
		その他製造業（産業廃物処理業）	・現状よりもう少し円安になり、相場と市中価格のバランスが取れば良い方向に向かう。	
		建設業（経営者）	・これから賃金の上昇が見込める。	
		輸送業（総務）	・総選挙後の経済対策や燃料価格の下落などにより、景気の回復が期待される。	
		通信業（経理担当）	・安倍政権が安定し、経済優先の政策が計画通りに進めば、景気は徐々に上向くと考える。	
		金融業（従業員）	・消費税の再増税の延期や原油価格の下落など、企業を取り巻く環境が好転してきている。外食産業も客足が回復してきているほか、公共工事は高水準で推移している。	
		金融業（営業担当）	・ガソリン価格の下落が続いており、利益面の改善を期待する事業者は多い。	
		経営コンサルタント（社員）	・新商品が売れ始めた。販売個数が増えた。	
		変わらない	農林水産業（経営者）	・例年、1～2月の消費動向は厳しくなるが、年度末の3月は期待できる。計画通りの原料調達と鳥インフルエンザの発生がないことを祈りたい。円安で輸入品は品薄になっており、国内生産も飼料の餌などの値上がりで生産が増えない。この状況から、2015年前半は品薄で、販売が期待できる。
			食料品製造業（経営者）	・年末の売上は、今のところ例年並みである。他企業もそれなりに頑張っているように見える。
			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）	・今後は新製品の動向が鍵を握るが、その商品自体がつかめない状態である。	
		鉄鋼業（経営者）	・新規契約、販売量ともに減少している。とにかく分譲マンションなど鉄筋造の新規着工物件が激減している。取引先の鉄筋加工業者を訪問しても、一時期の繁忙さはない。当分の間、販売量の増加は期待できない。	
		金属製品製造業（事業統括）	・例年、年度末までは生産が多い。今年だけの傾向ではないので、変わらない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの担当者から、2～3か月先の予定がつかめないというのが現状である。景気が良くなる実感が残念である。	
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注量の変動が激しく、良くなるか悪くなるかどちらとも言えない状態にある。	
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・輸出車両の生産台数が安定しており、特に増産する計画もない。	
		通信業（職員）	・部門内の受注は伸びていないが、当社全体の受注は年度末予想で昨年度を上回っている。	
		金融業（従業員）	・今後、企業活動においても個人消費においても大きな変化はない。	
		金融業（営業）	・製造業は好調を維持するが、今より良くなるまでは言えない。円安の影響で材料費の高騰が懸念されるが、輸出の増加や原油価格の下落等の影響もあり、全体としては現状維持程度と考える。	
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が横ばいで推移し、今後も継続する。	
		新聞社（広告）（担当者）	・旅行広告の出稿は減少傾向のまま回復の兆しがみえず、通販や食品、飲料業界の出稿で前年並みになる見込みである。	
		広告代理店（従業員）	・新聞折込受注枚数は相変わらず長期低落傾向にある。消費税の再増税が延期されたことにより、消費マインドが改善するのかもしれないが、今のところ変化はみられない。総選挙によりアベノミクスが信任されたが、我々業界への恩恵はない。	
		経営コンサルタント	・急速に変化はしない。皆努力しているようだが成果に結びついていない。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・問い合わせ件数、受注見通し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）	・4月以降の設備投資情報が多く、恐らく変わらない状況である。	

	やや悪くなる	食料品製造業（経営者） 建設業（社員） 広告代理店（従業員） その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・消費が落ち込む時期なので仕方ない。 ・建築の民間工事はあるが、土木工事が皆無のようだ。公共工事の下請の発注も少ないが、得意・不得意や利益率などを考慮しなければ赤字につながるの、業者は慎重にならざるを得ず、不調不落が多くなっている。 ・全体の需要が減っている。 ・税収の不足から調査や計画、建設に関わる業務の発注が減少することが予測される。また、地方自治体では、国から課せられた調査や計画策定が当面なく、予算措置をしないことから発注が減少すると予測される。
	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）	・人材確保の企業間競争により、良い人材を確保できない企業は没落することになる。行政は、あまねく中小企業を守るのでなく選択と集中に移るべきだ。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人依頼に関して、数か月前までの勢いがなくなった。
		人材派遣会社（営業）	・消費税増税の影響がまだある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・特に好材料は見当たらない。
		新開社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙の結果が雇用にどのような影響を及ぼすかみえないが、今後、アベノミクス効果に期待する地場企業も多い。
		新開社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の再増税が先送りされ懸念材料はなくなったが、「いずれ上がる」という不安もある。
		職業安定所（職員）	・今後、業況が良くなると予想する企業は少ない。また、資材高騰により利益率が減少した企業がある一方、円安効果により売上が上がった企業もあり、しばらくこのままの状態が続く。
		職業安定所（職員）	・月間求人有効倍率は0.9倍台の後半で推移しており、新規求人が増加する傾向はまだ続くとみられる。
		民間職業紹介機関（社員）	・年始の仕事案件は増加していないが、年度末での派遣終了者が2～3年前ほど多くないのではないかと予想している。
民間職業紹介機関（支店長）	・製造業、介護関連、小売業での人手不足を反映した需要はあるが価格的に厳しく、事務系、IT系等専門職系の需要が鈍い。		
学校〔大学〕（就職支援業務）	・2015年3月卒業生への求人は少なくなり、各企業とも2016年卒業生を対象とした求人活動へ移行している様子である。採用活動時期変更の初年度であるため、企業の動きも慎重にみえる。		
学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人状況はここ数か月変化はなく、企業・施設への聞き取りでも大きな変化はないとの返答が多い。外的なマイナス要因がない限り、求人数という観点からは景気状況に変化がないと考えられる。		
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	—	—