

# < 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	スーパー（経営者）	販売量の動き	・ガソリンをはじめ、日常品の単価が下がってきたので、購買意欲は高まってくる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・生鮮食料品の青果の相場が上がってきたので、生鮮を中心に売上が前年比を上回っている。日用品、耐久品は、昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減で厳しい状況だが、生鮮食料品の上昇分で前年比をクリアする。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・食料品の価格はこの2か月、前年並みになっており、安定してきている。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・関連店の売上げは、量販店が前年比102.7%、コンビニエンスストアが同比100%、リジョーナルスーパーが同比110.9%であった。食パンに関しては、量販店が111.0%、ローカルスーパーが126.2%、コンビニエンスストアが横ばいであるが、食パンの販売数量が徐々に伸びてきている。
		衣料品専門店（チーフ）	競争相手の様子	・インバウンドの影響が非常に大きい。外国人客の買上額は前年に比べると5%程度増えた。
		乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・初売りから好調で、軽自動車の売行きが良い。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・売上は前年比でわずか数%だが伸びている。最近、既存客より新規客が来店して購入する回数が増えている。客の新しい流れが見受けられる。
		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に入っており、毎週、小売価格が下がっている。レギュラーガソリンについては、地域内で120円台の看板も出始めた。個人顧客は、定量購入から満タン購入にシフトしているようだ。
		通信会社（業務担当）	販売量の動き	・1月は特に大々的なプロモーションは行わなかったが、昨年と比べても特に年初から12日までの販売数が増えた。中旬は伸び悩んだものの、月末に販売数がまた伸びた。
		美容室（店長）	来客数の動き	・来客数が多少増加している。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・特別に良い材料も悪い材料もないので変わらない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・12月の年末商戦、1月の初売も大苦戦した。来客数、購入単価とも減少が続いている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	競争相手の様子	・競合するスーパーのバイヤーの話では、どうにか前年比を上回るか90%台後半とのことだ。当店も同様の傾向である。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・販売量に大きな変動はない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・景気が良いところと悪いところの差が広がり、二極化が進んでいる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・例年1月は来客も少ないため売上が低い。贈答品は売れず客単価が低い、家庭用は通常通り売れている。他の商品の価格高騰が続いているため、お茶は値上げせずに販売しているが、売上は増加しておらず、例年並みである。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・アパレルテナントのセールは、まずまずの動きだが、入店客と客単価の減少に歯止めがかからず、サービス、飲食等のテナントは前年実績を割り込む店舗が多い。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・来店効果の高い物産催事が苦戦している。駅弁は、近隣のビジネス客の昼食需要、客の旅行やふるさとし好により好調となった。しかし、各地の物産催事は開催地域により集客効果にむらがあった。親子孫三世代の来店を期待したキャラクター催事の流行の見極めの必要を痛感した。全店、DM粗品催事初日の来店は多いが、土日は、お目当ての商品購入後の引きが早く、全館への回遊効果が弱かった。
	百貨店（営業統括）	お客様の様子	・客単価をみると購買の二極化が進んでいる。宝飾・呉服・美術などの高額品関連の購買単価は変わらないが、衣料品・雑貨系の客単価は落ちている。	
	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・必需品の落ち込みはさほどではないが、衣料品を中心に売上が前年を下回る状況が続いている。客の節約傾向が強い。	

百貨店（業務担当）	お客様の様子	・冬物衣料を中心にしたクリアランス期間に入っているが、重衣料を中心にかき高な商品の動きがみられない。消費税増税前の駆け込み需要の反動で、必要ないものは購入しないという傾向が顕著になっている。
スーパー（店長）	単価の動き	・生鮮食品を中心に食料品の売上は安定しているが、衣料品の売上が厳しく、客単価が落ちている。
スーパー（総務担当）	それ以外	・食品の売上は継続して前年を上回っているが、非食品は前年の売上を確保できない状況が続いている。
スーパー（統括者）	販売量の動き	・売上の前年比での伸びが厳しい。
スーパー（業務担当）	販売量の動き	・経営体制の見直しを行なう複数のテナントが、年度末に向けて退店の準備で、閉店セールを実施しているが、駆け込み需要といえるほどには販売点数が伸びていない。新規出店テナントが出そうまではこの状況が続く。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・景気浮揚の兆しは全くない。中央とは違い地方では収入の増加がないため、客は必要な物だけ購入するような状況で、客単価が下がっている。
衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・冬のクリアランスセールが盛り上がりなかった。客の買い方がとてもシビアで、単品買いが多く単価が低かった。売上は前年割れになった。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・例年の初売りよりも客は少し落ち着いた購買行動であった。セールであってもピンポイントで必要な物を求める傾向にある。
家電量販店（総務担当）	来客数の動き	・年末までの暖冬で暖房商品の動きが鈍く、来店客数へも影響している。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・点検、車検のサービス売上は堅調に推移しているが、肝心の新車販売が低調である。財布のひもは固いままである。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったが、今年は初売りから来客数も少なく、キャンペーンも今一つである。
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	・昨年末に売場のリニューアルをしたが、その成果もなく売上は前年を下回っている。
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	・天候不順による減少がみられたが、概ね売上はインバウンドを中心に好調である。
高級レストラン（支配人）	単価の動き	・注文単価が低いいため、客の利用金額が少ない。
観光型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・宿泊・レストランの売上状況に関しては順調に推移しているが、宴会は前年並みか若干下回るペースである。
都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・12月からの状況を見ると1月はやや売上が下がっている。初売などもあまり良くなく、1月の売上は前年比マイナスになる予定である。結婚式も予算を落としているようだ。
都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・各部門においては、低単価商品よりも高単価で付加価値がある商品が順調に販売できている。以前に比べ、お金をかけたい部分にはかけるが、無駄と判断した物には一切お金をかけない傾向が露骨に出ている。景気の判断は難しいが、安ければ売れるという状況ではない。
都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・最近の傾向として、外国からの観光客の消費パワーが全体を押し上げている。
都市型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・昨年の12月までの勢いはなくなったが、前年同月比でみれば上向いている。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・企業の出張需要は、海外・国内ともに引き続き好調である。一方、レジャーでの海外旅行は、円安の影響もあり低調である。
タクシー運転手	来客数の動き	・1月にしては昼間の予約状況が大変良く、車の稼働は良かった。ただし、日中の買物客や夜の繁華街の客が若干減って売上は変わらなかった。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は天候にも恵まれ人出もまずまずで、景気の変化もなく昨年並みであった。

	美容室（経営者）	来客数の動き	・3か月前の10月は、行事やイベントがなく客が少なかったため、年明けで雰囲気は良くなることを期待したが、1月に入っても静まり返っているようで活気が全くない。
	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）	それ以外	・4月からの介護報酬のマイナス改定方針が決定したことにより、介護事業全体の売上減が想定される。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・不動産部門のマンションや戸建の分譲における来客の動きはあまり変わらないが、成約が鈍化している。
	住宅販売会社（代表）	販売量の動き	・消費税増税以降、来客数は減っている。それとともに売上も伸び悩んでいる。補助金や助成金制度があるときは、それを目当てにリフォームや新築をしたいという客もいる。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・年始商戦の客足は郊外の大店に流れ、市街地中心部の商店街の客は少なかった。客単価は上向きであるが、来客数が減少している。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・当店が対象とする比較的高い年齢層は、流行に関係なく今持っているもので間に合わせて新調しない。また、子供が親に買うということもなくなった。また、以前は親に良い物を勧めていたが、今はなるべく安い物しか買わせない傾向が強い。非常に厳しい状況である。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・通常1月になると消費は減るが、昨年と比べると良い。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・今年は冬の訪れが早かったため、年末商戦が好調だった。その反動からか年明けでバーゲンシーズンに入ったものの客の購買欲は鈍い。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・3キロ圏内にできた大型スーパーのオープンもあり人通りが少なかった。
	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・当店と関連店舗の売上げの見通しは、前年比で92.5～102.5%となっている。当店に関しては今までにない悪さで、入店客数が91%となった。業態では、百貨店がかなり苦戦している。食品と雑貨以外は全て苦戦している。雑貨では化粧品等が良いが、宝飾貴金属が71%と足を引っ張っている。
	百貨店（店舗事業計画部）	販売量の動き	・初売りから3連休あたりまでは順調に推移していたが、気候の差が影響し、昨年と比べると下旬は伸び悩んでいる。冬物のバーゲンも初めの堅調さに比べ、少し冷え込みが緩むと一気に動きが止まるなど不安定である。年末までと比べ一段と買い方が慎重になっている。
	百貨店（企画）	販売量の動き	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減に増税の悪影響が重なり、厳しい状況となっている。
	スーパー（店長）	単価の動き	・商品の単価自体が上がっているため客の買上単価は増えているが、販売量に減少がみられる。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客の出足が鈍く、周りの店も客数が伸びない。
	衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・先月と同様、ミセスの中間層における客の動きが非常に悪い。安い物を買うにあたって非常に慎重な購買態度が見受けられる。
	家電量販店（店員）	販売量の動き	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要が1月から始まったため、前年比でみると良くない。しかし、大物商品が出ていないと言うだけで、感覚からするとそこまで悪くない。
	家電量販店（広報・IR担当）	来客数の動き	・前年は消費税増税前の駆け込み需要が始まる時期であった。回復基調ではあるが、現在もその反動減の影響を引きずっている。
	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	・消費税増税後の売上の伸びがみられない。昨年のこの時期は増税前の駆け込み需要があり、その分を超えることができていない。
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は、飲食店にとって一番の繁盛期である12月を過ぎてかなり閑な月であった。1月末から、10年続いているイベントで2500円均一のランチを提供した際は客が増えたが、夜の子約はあまり入ってこなかった。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・昨年と比べ来客数が減っている。激減ではないが、客単価からみても決して景気が良くなっていない。	
スナック（経営者）	来客数の動き	・昨年に比べ年始の集客が良くなかった。	

	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・出入りする業者に聞いてもどこも良くないと言う。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・病院に通う年配者がかなり減っており、タクシー利用も少なくなっている。また、歓楽街のサラリーマンの動きが非常に悪い。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・今年に入って特に1月上～中旬のタクシーの動きは悪く、月末にかけて夜は少し盛り返したがあまりパツとしなかった。	
	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・当ゴルフ場は観光地にあり、県外や海外から客が来る。正月明けまでは非常に良い状態であったが、中旬以降さっぱり客の足が止まっている。これから先の問い合わせもかなり鈍っており、少し停滞気味となっている。	
	美容室（経営者）	販売量の動き	・景気はだんだん良くなりそうな気配であったが、足踏みしているようだ。円安の関係もあり、値上げする仕入商品が結構多くなってきている。	
	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	来客数の動き	・新規契約の申込が減少している。	
悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・暴力団問題で取り締まりがかなり厳しく、歓楽街には客がいない。その影響で我々商店街も悪くなっている。	
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数、販売量、購入単価いずれも落ちている。富裕層の消費は引き続き活発でかなり持ち直してきているが、それ以外は特に衣料品が厳しい。将来に対する不安が影響している。	
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新年になり、商店街の売出しや毎週金曜日の金曜市をやっているが、来客が全く増えない。	
	自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったが、今年は駆け込み需要がない。	
	高級レストラン（専務）	来客数の動き	・気候と正月が終わった影響で、市内の人の出足が非常に悪くなってきている。観光客はある程度いるが、県内の景気はかなり悪くなっている。	
企業動向関連（九州）	良くなっている	○	○	○
やや良くなっている	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えている。円安の影響で生産が戻りつつある。しかし、資材のほうは間に合わない。また後継ぎ不在による廃業の増加に伴い、仕事量が増えている。	
	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度末が間近になり官公庁や民間企業の備品や事務用家具などの需要見込みが、前年度より5～10%近く増えている。2～3月の需要期用在庫増しのため、生産量を増やす下請メーカーが例年以上に多くなっている。	
	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・取引先の業況や人繰り状況等をヒアリングしたところでは、やや良くなっているようだ。	
	輸送業（総務）	受注価格や販売価格の動き	・直接の荷動きはあまり変わらないが、燃料価格が下がっているので物流部門の収支は徐々に改善されている。	
	通信業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・公共システムの受注が好調であり、IT基盤整備への投資が積極的に実施されている。	
	金融業（従業員）	取引先の様子	・企業、家庭においても大きな変化はみられない。ただし、ガソリン価格の低下によって、消費税増税による消費マインドの低下はやや和らいている。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・自社の受注件数・金額が伸びており、企業の投資意欲が上向いている実感がある。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・年が明けてあまり大きな経済的な変動がなく、比較的順調に動いている。特にガソリン価格等燃料関係が落ち着いてきたことは、地方としてメリットが大きい。	
変わらない	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年1月は正月疲れもあり、スーパー、居酒屋は弱含みだが、今年は落ち込みが少なかった。加工メーカーも全体的な鶏肉不足で相変わらず引き合いが強い。我々の業界は相次ぐ鳥インフルエンザの影響で仕入活動が制限され、原料となる鶏の不足から工場の稼働が悪くなっている。	
	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変動をあまり受けず、販売量等があまり変動しない。	

	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注的には前年よりもいくらか良くなっているが、秋口と比べるとあまり変わっていない状態である。消費者は、残業分の給与が増加しているため、そこは良い判断材料となっている。
	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・現在、建築業界は受注拡大の動きがあるが、土木業界は発注が止まり、入札不調が続いている。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ユーザーの動きが不透明である。円安による外国生産量の調整がなかなかつかないが、その分の受注が国内工場に戻ってくるとも言えない。ユーザーの様子見である。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・機械設備及びその部品のコスト対応が厳しく受注が伸びない。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・発注先から仕事量が公表されても、直後に変更になることも多く、確実な数字が得られない。そのため、材料や人材の対応で大変混乱をきたしている。変更のない計画を立てて欲しい。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・客の様子をみると流れは現在変わっていない。
	輸送業（総務担当）	競争相手の様子	・預かっている荷物の荷動きが悪くなっている。食品関係、アパレル、日用雑貨とすべて荷動きが良くない。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・消費税増税の反動減の影響が和らいでいるとはいえ、住宅や自動車の売上は前年を下回っている。一方、百貨店、スーパー等の売上は回復してきている。また、労働需給は改善してきており、雇用者所得も増加傾向をたどっている。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・不動産業及び建設業の業績は引き続き堅調であるが、物販、卸売、飲食業は苦戦が続いている。
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・資金需要の変化がない。
	金融業（営業）	取引先の様子	・製造業を始め、生産の水準は比較的高いが、横ばいと考える。建設業も公共工事の増加と単価の上昇により、受注は十分な状況である。ただし、良くなっているとは言えない。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・いろいろと営業活動を行っているが効果が出ない。全体的に活気がなく新規の事業に取り組む意欲が少ない。
	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・おせちの販売価格は、1万2千円、1万5千円、2万円、3万円だが、注文の80%が1万2千円である。回復感はない。
	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	・市町村の業務委託の入札で安い金額で入札する業者がでてきた。これまで、入札金額は高止まり傾向にあったが、発注量が少ないため、最近、ダンピングする業者が出てきた。
	その他サービス業【物品リース】（支社長）	取引先の様子	・多くの取引先で設備投資案件が増加していない。ガソリン価格が低下しているものの、エネルギーコストの削減提案など、経費削減や合理化提案が望まれている。一部業績好調な企業は、新規の設備投資に前向きである。年度末に近づき、償却目的の商談も増加している。
やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お歳暮製品を取り扱っているが、消費税増税後初めての年末で、税額表示により消費者は出費に敏感になっている。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的要因と、実際に消費の伸び悩みにより悪くなっている。
	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・現在は、手持ち工事は確保してあるので良いが、年度末に向けて完成工事の物件が多くなり、その分の受注工事は増えていない。官公庁の発注物件が極端に少なくなっている。
悪くなっている	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	・今月に入り、原油価格が続落した影響を受け、販売価格相場も暴落し仕入れ値を割っている。現状では販売できないため、在庫として抱えるしかない。これほど暴落したのはここ最近では珍しい。
	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・今年度で一番の落ち込みである。
雇用関連	良く なっている	-	-

(九州)	やや良くなっている	職業安定所（職員）	採用者数の動き	・有効求人倍率の上昇とともに、就職率、充足率など数値的には上昇傾向にある。しかし、企業訪問時に業況等について聴取したところ、景況感が好調であるとする企業は少なく、あまり変わらないとする企業が多い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は9～11月の3か月の総数でみると、昨年度の総数9010件に対し、今年度は総数10488件となっており、求人数は1400件以上増加している。
変わらない		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・以前と同じように求人数は多いが、3か月前と比較すると変わらない。
		人材派遣会社（営業）	雇用形態の様子	・派遣法の改正は一旦流れたものの、今年中に動く見込みもあり、派遣から紹介予定及び直接雇用への変更は増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・例年1月は求人数が増えるため、採用率が悪くなる。今年も人材の採用は厳しく、人手がないために仕事の受注ができないという建築関連の会社の声もよく聞く。
		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る。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・地場の中小企業を回ると、まだ今春の新卒採用を行っている企業もある。内定辞退も多かったようで、地元での人材確保は厳しい。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業において、仕事量は確保できているが、単価が依然として上がらず、業績は厳しいとの声が聞かれる。
		職業安定所（職業相談）	求職者数の動き	・有効求職者数の減少傾向は続いているが、前年比での減少率は小さくなってきている。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・人の動きに伴う季節的なものが要因で、派遣依頼件数は微増である。派遣からアウトソース案件への動きもでてきている。
		民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・繁忙期需要、時季需要といったものが、ほとんどみられなくなってきている。
		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、2016年度卒業生対象の採用にシフトしている。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数の推移に変化はない。特にサービス関係・福祉関係では今年度新卒の就職活動が終盤になっても、求人への引き合いが強いままである。
やや悪くなっている		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数について、ここ2～3か月前年割れとなっており、景気は停滞している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・生命保険コールセンターの新規立ち上げにより求人数は増えているものの、一部の業種に限られており、求人全体としては伸びていない。
	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	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・当店はギフト中心の花屋である。景気が悪いなかでも、毎年、卒業式、入学式、母の日までは売上が上がる時期なので良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・選挙も終わり与党が新しい経済政策等を出してくれば、少し景気回復の動機付けになる。
		商店街（代表者）	・2月は冷え込むが、3～4月は年度の人替え時期のための準備で売上が上がる。
		商店街（代表者）	・これから小中高生の様々な行事が増えるので、今よりも活気が出る。
		スーパー（経営者）	・消費税の増税が延期になったので、企業の計画見直しが進むと考える。
		衣料品専門店（チーフ）	・一番影響が大きいのは外国客のインバウンドの取り込みである。他店舗も前年に比べ2倍の来客数を見込んでインバウンド対策を実施している。
		家電量販店（従業員）	・新学期に向けて引っ越しや1人暮らしなどが増えるため、2月下旬～4月初旬にかけて生活家電の需要が増える。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売において、待望の新型車が1月末に販売開始となる。新型車効果で来客数と受注台数が増加する。販売現場が久々に活気付く。
		その他専門店〔コーヒード豆〕（経営者）	・隣接する近所の大型工業団地、及び企業の従業員等の出入りもあることから、新たな客の増加が見込める。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・ガソリン小売価格は、高止まりから一気に下げ基調に入り、多くの顧客から歓迎する声が多く聞かれる。また、燃料代の安くなった分を他の商品購入に充てるといった話を聞く。このまま、春の連休まで小売価格が上昇しなければ、行楽時期の自動車旅行での消費が期待できる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・石油価格の下落により航空機の運賃が下がってくれば、人の動きも活発になり売上の増加につながる。
		タクシー運転手	・海外や国内の観光客も増えており、催し物も多いのである程度期待できる。
		通信会社（業務担当）	・毎年2月は中旬以降販売数が上昇するが、今年は月初から商戦が盛り上がるのが予想され、販売数が増加する。
		通信会社（営業）	・転出・転入の時期のため、人や物、金が大きく動く時期である。
		美容室（経営者）	・2～3か月先は春らん漫の時期になるので、我々の美容業界は景気が良くなる傾向にある。
		理容室（経営者）	・今月は正月明けで良くなかったが、2～3月に入ると、卒業、入学等で人の動きが良くなる可能性は十分あるので、期待したい。
		美容室（経営者）	・景気は上向く。新年明けで皆で活気のある日本を作っていくという気持ちを持つことが大事である。
		住宅販売会社（従業員）	・フラット35の金利低減や住宅エコポイント等の政策が決定したのと、再生可能エネルギーの買取制度について経済産業省の方針が発表されたため、やや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・町内の空き店舗の状況が少し改善したかと思うと、別のところが空き店舗になっている。物販店も飲食店も青色吐息といったところである。街中にマッサージ店が増えた。家賃100万円でよく経営が成り立つものだ。
		商店街（代表者）	・厳しい商況であると覚悟している。
		商店街（代表者）	・販売量は春先に増えるが、絶対必要な物以外は買わない傾向は続く。断捨離ブームにより、年配の人は買わないため新しい需要がない。その子供世代も、断捨離に対して不自由しないため、小売業にとって厳しい時代に入っている。
		商店街（代表者）	・2月は寒くなるので商店街に来る客が少なくなる。さらに3月は昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったことから、昨年と比べるとかなり厳しい状況を迎える。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・客の購買心が高まるようなプラスになる材料がない。ガソリンがかなり安くなってきているが、青果物の購買力に直接つながらない。横ばいかもしくは少し減る。客は、消費税の増税を見越した購買行動になってくる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・2月は寒さで外出が控えられ売上減少する。物価は高騰しているが、消費者の所得が変わらないため売上増加につながらない。期待が持てる景気回復案がほしい。
		百貨店（総務担当）	・当ビルも含め周辺の商業施設のリニューアルも終わり、この地区周辺で消費を大きく刺激する材料が見当たらない。

百貨店（営業担当）	・自分の欲しい商品への関心は高いが、客の慎重な購買姿勢は変わらない。クレジット催事や特典付きのクレジット新規募集は堅調でクレジットシェアが高まっている。春の友の会募集、新入学、新社会人需要を喚起する施策により、客の購買意欲の高まりが期待できる。
百貨店（営業担当）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減により今月も一段と厳しかったが、3月までこの状況が続く。
百貨店（売場担当）	・売上は、3月は昨年が前年比114～115%伸びているので、今年は前年比84%程度を予想、4月は昨年は前年比88%に落ちているので、今年は前年比110～111%程度を予想している。百貨店業態をみると前年比95～96%前後でありあまり良くない状況である。他の業態については、前年を下回らない水準で続いていくとみている。最近、衣料品が良くない。百貨店では、時計を含めて宝飾、貴金属関係の回復が弱い。
百貨店（店舗事業計画部）	・春物が本格的に動き出す3月後半までは、目立った需要もなく低調に推移する見込みである。実績は、前年比で消費税増税前の駆け込み需要分が減少する予想である。一方、春節が前年よりも2週遅く、インパウンドの影響で春物が動くため、全体を下支えすると予想する。
百貨店（経営企画担当）	・外部環境の大幅な改善がない限り、引き続き非常に厳しい状況が続くと考えられるが、地方では、短期間で外国人観光客が急激に伸びることは見込めない。
百貨店（業務担当）	・客は、先行きに対する自己防衛意識が非常に強い。年配の方は医療費の値上げや年金の削減の話題が多い。客は今後に備えて消費を慎むという気持ちが非常に強い。
スーパー（店長）	・昨年の3月は消費税増税前の駆け込み需要で、売上が前年比112～113%と上がった。そのため、今年は前年比93%ぐらいで推移すると見込んでいる。
スーパー（店長）	・競合店出店が多く、ドラッグストア、コンビニエンスストア等かなりできてきている。今後もその状況が続くので、ほとんど変わらないか悪い状況になっていく。
スーパー（店長）	・食料品以外の商品は、昨年の消費税増税前の好調を維持できず、回復が遅くなる。
スーパー（総務担当）	・食品は好調に売上を伸ばしているが、非食品は昨年を上回れない状況が続いている。今後もしばらくは変化がない。
スーパー（統括者）	・九州の競合他社の状況からみても今後の状況は容易でない。
スーパー（業務担当）	・テナントゾーンの入替えが完了するまでは半年近くかかると予想されているため、閉店セールとリニューアルオープンを合わせても、ここ数か月は現状維持が精一杯である。
コンビニ（エリア担当）	・現状の厳しい状況がすぐに好転するわけではなく、厳しい状況は今後も続く。
コンビニ（販売促進担当）	・前年比でみると売上は若干の伸びはあるが、ほぼ横ばいで推移するとみている。
衣料品専門店（店員）	・インパウンドは増加しているが、日本の客に勢いが無い。全体の売上増にはならない。
衣料品専門店（取締役）	・4月は新年度需要の買物が一時的にあるが、地に足を着いたような購買行動が予想される。
家電量販店（店員）	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要で伸びたが、今年は望めそうにない。しかし、今月の下旬になって、大分景気が回復している実感も出てきた。
家電量販店（総務担当）	・売上をけん引する商品がほとんどなく、閑散期に入るので集客に苦労しそうだ。
乗用車販売店（従業員）	・決算時期を迎え、1～3月までは今の売行きが続く。
住関連専門店（経営者）	・円安等で原材料が高騰しており、取引先が2～3月にかけて商品を値上げする。地方の消費者の所得は上がっておらず、置き家具の買換え等の見通しは良くない。
住関連専門店（店長）	・今は小売業にとって閑散期と言われる時期ではあるが、例年にも増して販売量が落ち込んでいる。客からも購入意欲があまり感じられない。2～3月も伸びる要素は見当たらない。4月から新しい年度になった後も予想がつかない。
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）	・外国人が多く来店している施設はプラスとなり、前年の売上を上回る傾向は続く。ただし、食料品を中心に値上げが相次いでいるため、消費者に影響が出始めるのではないかと懸念している。
その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・求人倍率の回復や製造業の活発化は良い材料だが、個人所得の大幅な改善がなければ消費まで回ってこない。依然厳しい環境は継続する。
高級レストラン（支配人）	・外食の機会が減っているか、もしくは低価格の店に客が偏っているようだ。
スナック（経営者）	・年末の数字が良かった分、1月の売上が下がった。



	居酒屋（経営者）	・周りで閉店する店舗が多く、短期間で好転するような景気ではない。
	観光型ホテル（スタッフ）	・順調に予約は入ってきているが、昨年が良かったのでそれを上回るのには厳しい。
	観光型ホテル（専務）	・景気が良くなる要因がみえない。
	都市型ホテル（販売担当）	・2～3月の売上予想をみると、2月は例年のごとくあまり良くない。3月は去年並みであるがまだ分からない。今後、ホテル部門の変動が予想される。
	都市型ホテル（副支配人）	・インバウンドの動きが全体を引上げて、単価をアップさせている。前年より多少上向いている。
	旅行代理店（従業員）	・4月以降の海外商品は燃油サーチャージが下がるものの、円安による現地費用が上がり、販売価格をやや値上げる。販売への影響が懸念される。
	旅行代理店（企画）	・円安が続く様子である。
	タクシー運転手	・消費税増税後、何か人の動きがおかしい。それに加えて天候もおかしいので、この先あまり期待できない。
	タクシー運転手	・商店街では客が少なく売上が良くないという話を聞いた。新しくオープンする駅ビルのオープン予定日が延びたため、これから先を考えると不安になる。
	ゴルフ場（従業員）	・昨年と比べても、芳しくない予約状態が続いている。地元客をいかに獲得するかという営業方針に切替えなくてはいけない状況である。ここは踏ん張り時であるため、県外客が見込めないようであれば、地元客を少し単価の安い料金で補うという方向転換もあり得る。
	美容室（店長）	・今月は少し良くなったが、2～3か月先は大きく変化しない。
	設計事務所（所長）	・今月やや悪いので3か月後もやや悪い。先方の提示資料は3か月後に実を結ぶことが多く、今月は資料が少ないので3か月後の成約は少ない。
	住宅販売会社（従業員）	・円安による輸出産業の売上増の恩恵が、一般家庭に分配されていないような状況だ。全般的に景気が上がるのは先の話で、その頃には原油価格も上がるので悪循環となる。
	住宅販売会社（代表）	・基本的には変わらない。金利優遇策の情報が入っているので販売促進には繋がる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・地方では所得の増加はみられず、食料品を中心に生活必需品の値上げにより客の財布のひもは固い。
	商店街（代表者）	・毎年のごとくであるが卒業、入学、就職、結婚など、この時期に多額のお金が出ていくので悪くなる。
	一般小売店〔精肉〕（店員）	・仕入原価が高止まりしており、粗利の減少が予想される。
	百貨店（営業担当）	・今、期待できるのは富裕層とインバウンドの増加で、訪日観光客の消費がかなり活発化している。しかし、一般の人にも理解できる明確な景気刺激策は必要である。一方、原油価格は下落しているが、生活必需品等の価格が上昇しているので、消費者の生活防衛思考は今後も続く。
	百貨店（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響が3月まで高まると予想される。
	スーパー（店長）	・消費税増税の影響で、消費者の買い控え志向は更に厳しくなると予想される。
	コンビニ（店長）	・欧州や中国などの景気の動きが心配である。安倍政権が選挙で大勝したために、思い切った政策が打てなくなったのではないかと心配している。これまでの「3本の矢」では経済が上向かない。
	衣料品専門店（店長）	・春先は少し景気が良くなって欲しいが、なかなか良い材料が見つからない。
	衣料品専門店（総務担当）	・昨年の2～3月は、消費税増税前の駆け込み需要があったので、その反動減で、今年は状況が厳しくなる。しかし、4月になると反動減の影響が若干好転すると考えている。
	家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で前年の売上を確保するのは難しい状況である。
	その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税の影響が徐々に出てきている。まとめ買いが減ってきている。
	高級レストラン（経営者）	・4月に県知事選と市長選を控え、企業は選挙関連の動きがあるため、飲食や接待に出られなくなる。選挙が終わるまでかなりの痛手になる。
	一般レストラン（経営者）	・予約状況も悪く、これから来客が増えそうな雰囲気がない。周りも活気がない。
	観光ホテル（総務）	・今後3か月間の収入見込みより、悪くなる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったが、今年は大きな動きがみられない。4月は統一地方選挙や新施設の開業などがあるため苦戦が予想される。

		タクシー運転手	・2～3か月先はベースアップで給料が上がることも考えられるが、かなり難しいのではないかと。給与の状況にタクシー利用が左右されるので、あまり期待できない。
		競馬場（職員）	・売上の前年比が伸び悩んでいる。
		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）	・介護報酬のマイナス改定に伴う売上減により、業界全体で収益悪化が見込まれる。
		設計事務所（代表）	・良くなる理由がない。
	悪くなる	百貨店（営業統括）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減が出てくる。
		衣料品専門店（店長）	・商店街から客の姿が消えて久しい。いろいろイベントを打つも全く効果がない。消費者のマインドは冷え切っている。
		高級レストラン（専務）	・市内の客の宴会が劇的に少なく、単価も下がってきている。これから歓送迎会の時期に入っていくが、どうなることか心配している。
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）	・2月はもともと原料不足であるため工場の稼働に若干の影響が出る。しかし、商品の引き合いは相変わらず強い。3月は年度末で異動や行楽シーズンに入り、スーパー、居酒屋の引き合いが強くなる。3月の計画では原料となる鶏もも程度多いため、売上も上がると予想している。
		繊維工業（営業担当）	・中国からの生産回帰が期待できる。ちょうど2～3か月先ごろから影響が出てくる。
		家具製造業（従業員）	・海外からの観光客が地方でも増えているため、ホテルや旅館の改装や新装が少しずつ増えてきた。東京オリンピックもあり、ホテルや商業施設への投資案件が伸びており、家具の見積依頼も確実に増えてきた。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3月は年度末もしくは期末の予算消化により取引増加が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年今後2～3月先は結婚シーズンなど贈物関係で商品の動きも良くなっている。特に今年は受注関係もいくらか良くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・昨年10月以降、受注量・販売量ともに回復せず、状況は月を追うごとに悪くなっている。足元で土木関係の受注が増えてきているが、工期が長く数量が小さいため業績の改善につながらない。受注見合の生産を継続するしかない。
		金属製品製造業（事業統括）	・円安の影響で生産の国内回帰が拡大し、設備投資まで発展する可能性がある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの外国生産が少し鈍くなって、国内に若干戻ってくると予想される。単価が外国生産並ではできないが、生産量は若干上向き加減になる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・教育や生産方法を徹底的に解明・研究し、改善していくことで経営が良くなる。生産工場の社員教育は本当に必要である。
		電気機械器具製造業（取締役）	・当社及び関連業種のヒアリング状況からやや良くなる。
		輸送業（従業員）	・3月は決算時期でもあり、今月よりは良くなる。ただし、昨年は消費税増税前の駆け込み需要で1月下旬からかなり荷動きが良かったが、今年はその需要がないので例年並みの荷動きになる。
		通信業（経理担当）	・今後の受注に向けて、当分の間は公共分野でのIT投資が積極的に推移する方向である。
		金融業（従業員）	・消費税増税の延期や原油価格の下落など、中小企業を取り巻く当面の環境が好転してきている。公共工事の請負金額は、このところ前年を下回っているが、工事現場は繁忙度合いが強い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・問い合わせ件数や取引先から聞く投資計画から判断すると、引き続き景気は良くなっていく。
	変わらない	農林水産業（営業）	・関連市況の見通しが上向きでない。
		化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気の変動をあまり受けず、販売量等があまり変動しない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客からの引き合いから景気は良くなっている気配があるが、グローバル化に伴うコスト対応は厳しい。
		精密機械器具製造業（従業員）	・生産計画の変動が激しく、週ごとに変わる。車載用の部品製造としては上向きにあるが、家電用の受注量の変動が激しい。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・今のところ原油が下げ止まりさえすれば、相場が安定方向に向く。12月時点での市中相場以上に戻らなければ良くない。
		建設業（経営者）	・営業先の様子から、客の計画数はあまり変わっていない。
		輸送業（総務担当）	・今のところ荷動きが良くなるような材料は見当たらない。

	通信業（職員）	・当社全体での受注量は増えているものの、所属部門の受注量に関しては厳しい状況が継続している。年度末まで大きな状況の変化はないと推測される。	
	金融業（従業員）	・今のところ良くなる要因も悪くなる要因も見つからない。ただし、ガソリン価格が高騰すると悪くなるかもしれない。	
	金融業（営業担当）	・取引先経営者のマインドは、全業種で設備投資について消極的である。設備に関し借入をしてまでの投資計画は考えていない様子がうかがえる。	
	金融業（調査担当）	・取引先の設備投資意欲に変化がみえない。	
	不動産業（従業員）	・賃貸オフィスの稼働率が横ばいで、今後もこの傾向で推移する。	
	経営コンサルタント	・少しずつ変化するのだろうが、その兆しがみえない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・特に大きな経済的な変動がなければ、しばらくこの状態が続く。	
	経営コンサルタント（社員）	・客数・売上単価、共に変化はない。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・地方創世に関して国が市町村に補助を行うため、人口ビジョンや総合戦略関係の調査や計画づくりがこれから始まる。そのため、多少景気が良くなる可能性があるが、それほど影響は大きくない。	
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・公共工事の割合が高い。春先はいつも投資案件が少ない。	
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者） 輸送用機械器具製造業（営業担当） 建設業（従業員） 金融業（営業） 広告代理店（従業員） 広告代理店（従業員）	・季節的な要因に加え、夏の天候不順による原料の不作で生産量の減少が見込まれる。 ・下期初めの生産計画に対して最新計画は減少傾向となっている。輸出車両の減少が影響している。 ・引き合いが減少していて、積算依頼も少ない。大型工事があってもスーパーゼネコンとのジョイントベンチャーで、地元企業にとっては仕事量の確保が難しい。 ・急激な円安が懸念材料である。輸入企業は採算が取れる水準ではない。 ・1月の新聞折込受注枚数は前年同月比95%とやや悪い状態である。前年は消費税増税前の駆け込み需要があり多少受注枚数も上向いたが、増税後の消費意欲は下降したまま推移している。新聞折込もレスポンスの悪化により費用削減、さらには新聞購読者の減少と悪循環に陥っている。しばらくは下向き状態が続く。 ・この低迷が3月まで続く。
	悪くなる	建設業（社員）	・今の段階でのゼロ借工事でも発注がないと2～3か月後は極端に悪くなる。民間工事に期待が持てる状態ではない。我々の地区は公共工事に依存している業者が多い。国は、都道府県や市町村に対して早期の繰り越し工事の発注を指導してほしい。
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求人が増加する傾向はまだ続くと思われる。月間有効求人倍率は近いうちに1.0倍台に推移していく。
(九州)	変わらない	人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（営業） 求人情報誌製作会社（編集者） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員）	・3月は新年度に向けて求人数は増えるが、例年通りである。 ・求人依頼数の増加の気配がなく、このままの状況が続く。 ・求職者へ仕事の案内をするが、面接を複数受けている方が多い。求人が増える時期でもあるが、例年からすると直接雇用が決まったという方が多いので、4月雇用スタートの方も今から増えてくる。 ・悪くはなっていないものの、地方はいまだに閉塞感がある。 ・どの業界でも競争が激化し、競争力のない地場の中小企業の生き残りはますます大変になっている。私ども求人広告取扱の業者も、大手間の競争が激しくなり、価格競争に巻き込まれている。昨年からの地元スーパーやコンビニエンスも吸収合併が加速し、閉店も増えている。 ・相変わらず介護関連の求人は多いが、恒常的に人材不足のようだ。製造業の求人に動きが出始めたが、2～3月の動きは読めない。 ・新規求人が増えるとともに、特定の業界においては人手不足の状況が続いている。また、求職者の選択肢が広がることにより、求職者のマインドに余裕が生まれ、その他の業界の雇用動向にも多少影響がある。しかし、昨年の消費税増税のような景気を左右するほどの政策は見受けられないため、状況は変わらないと考える。 ・地方においては、求人賃金はほとんど上がっていない。また、消費税増税の影響で実質賃金は低下している状況にあり、消費の拡大はあまり期待できない。

	職業安定所（職業相談）	・求人数、就職数とも増減幅は小さくなってきており、有効求人倍率の大きな変化はない。
	民間職業紹介機関（社員）	・年度末の派遣契約終了は少なくなる傾向にあるが、派遣終了数を上回る新規派遣依頼数となるかは明確でない。派遣社員の直雇用化は微増ながら進んでいる。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・企業の採用活動の対象が現3年生に移行しているが、制度変更の初年度で企業の動きが不透明のため、景気判断は難しい。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人状況を考えると、景気や外部環境の極端な変動がない限り、人手不足は解消せず、これまで同様売手市場であることに変化はないと考える。
やや悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・年度末需要期としては昨年並みであり、実質的には需要が減少している。
悪くなる	—	—