

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	設計事務所（所長）	・延岡市の市庁舎、並びに駅前を中心市街地活性化事業など公共工事が目白押しである。それにつれて民間の方の住宅や店舗の相談が増えているので、景気としては良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・株価も上がり、円安が進み、アベノミクスが進んでいるという話から景気が良くなるのではないかという期待感が、客の行動に現れている。客同士の会話の中にもそういうことが聞かれる。今良くなっているという事はあまりないが、少しは良くなるだろうという期待感から、購買行動に移っていく。
		百貨店（売場主任）	・円安、株高が安定しているので4月のような落ち込みはない。店頭の様子を見ても、衣替え等に前向きな購買意欲があるようだ。またクールビズに欠かせないワイシャツの買換え需要の拡大も、昨年と比較すると見込める。
		百貨店（営業担当）	・やはり賃金に反映されるまではもう少し時間が掛かる。ボーナスが支給された後に期待するが、今までの逆資産効果と言われている部分はかなり改善されてきているので、その辺りが少し緩和されてくるとみる。現在、高額品が非常に良いが、高額品の好調さにボリュームが付いてきていないので、売上が厳しい。中間層の心理的などが改善されると少し良くなっていく。
		百貨店（営業統括）	・この1年に関しては、アベノミクス効果と消費税増税前の駆け込み需要が出るものと考えられる。
		百貨店（営業政策担当）	・3～4月にかけ、高額輸入品の価格改定前駆け込み需要の効果が大きかったが、その反動減を加味してもプラスに推移している。特に4月からは経済状況の好転に対する消費者の期待が実勢を上回っている。今後、消費税増税前までとしても、緩やかに景気が良くなっていく。
		スーパー（業務担当）	・現在、不調が続いている初夏の商材は、人気商品に関係ないため、天候不順による買い控え感が強く影響しているような印象を受ける。気候の安定化とともに利幅の大きい衣料品の動向が良くなれば、営業効率の上昇も見込まれる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・青果の品ぞろえにもよるが、暖かくなるにつれ客数が増えていく。昨年よりも少しは良くて、10%は伸びている。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・円安で国内旅行が増加するため、土産品の動きも良くなる。また賃金等の増加により、購入単価の増加、及び購入点数の増加が期待されるので、今後結果が出ることを期待する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・客数は増加傾向にあることと、景気が上向きになっている状況で良くなる傾向にある。
		高級レストラン（従業員）	・2、3か月先になったら客数の動きが慌ただしくなる。
		高級レストラン（支配人）	・来客数は変わらないが、数か月前より単価が上がっている。
		都市型ホテル（副支配人）	・福岡は5～9月位までMICE関連の団体予約がベースに入っているため、今後も十分稼働率が上がると考えられる。
		旅行代理店（企画）	・引き続き韓国・中国との領土問題により、該当方面への海外旅行者数は伸び悩むと考えるが、これからシーズンを迎えるヨーロッパ方面への旅行と、ハネムーンについては、さしたる問題も見当たらないことから堅調に推移するものとする。懸念点は、原油価格の高騰による海外旅行控えである。
		タクシー運転手	・株高と円安によっていくらか景気が持ち直しているという動きである。それが長崎にくるのを期待している。観光客の動きがかなり良くなったのでそれが継続していき、今度は夜の歓楽街の方もいくらか良くなる。
		通信会社（販売部）	・新商品を発表する可能性が高く、それに伴う購買意欲の向上が見込める。
		設計事務所（代表）	・消費税増税前の駆け込みがある。
住宅販売会社（従業員）	・アベノミクスによる官製バブルが末端まで届いていないのと、輸出産業は良いが、国内は原油や輸入物が高くなるデフレ抑制のためのインフレ的な物価上昇に、生活水準が追い付いていないという現実があり、その辺を慎重に見極めていかなければいけないので、景気は変わらない。		
住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場や各種イベントへの来客数の増加から住宅購入潜在客の足が動き出した感があるので、2、3か月後には受注数の増加につながってくる。		
変わらない	商店街（代表者）	・商店街の主人達での話でも、売上が伸びてきたという話は聞かない。今後一年間で、少しでも景気の回復を期待するだけである。	

商店街（代表者）	・アベノミクスの効用で景気が回復していると言われるが、地方ではなかなかその実感がつかめない。
商店街（代表者）	・中央都市、大都会の状況が良くなりつつ地方も若者の雇用が安定するようになればよいが、まだ唐津ではこの安定感を感じるものが少ない。しかし、唐津は生活居住区として食の部分では少し活気が出てきている。
商店街（代表者）	・今月と同様に、変わらずに前年比を上回る。
商店街（代表者）	・景気回復が言われている企業も一部だけで、個人所得が上がってこないで、消費までまだまだ時間が掛かる。
商店街（代表者）	・一部では景気の回復が顕著に現れているみたいだが、高齢者の多い商店街では、これからの円安による公共料金等の値上げが購買意欲にブレーキを掛けている。アベノミクスの恩恵も一部の現役サラリーマン世代にはあるようだが、年金生活世代に効果はなく、現時点ではむしろ生活を圧迫している。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・夏はウナギで利益を出していたのが、去年から高く利益が出ない。今年も同じような状況なので望み薄である。
一般小売店〔精肉〕（店員）	・株価等は上昇しているが、それが生鮮食品等に直ぐに影響はでない。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・これから気温上昇とともに売上は減少する。円安で仕入れも上がり、消費税も上がるのでは景気は上向きになってきているも期待はできない。
百貨店（営業担当）	・新規顧客の獲得と固定化を目指し、プライダルクラブリニューアル同時開催のプラダルフェアも消費増税意識があり、早めの入会、内覧が多く、客の関心が高く入会も好調である。自家需要商品の好調維持と消費税を見据えた購入検討、次回クレジット催事開催予定の問い合わせ等で好調が持続する。
百貨店（販売促進担当）	・世間では景気が良くなってきていると言われるが、まだまだ自店では高額品等の動きが鈍い。衣料品も苦戦状態が続いているが今後、季節の変わり目でもあるので、衣料品雑貨が動くことを期待している。
百貨店（店舗事業計画部）	・比較的堅調だった高級ブランドも、価格改定前の駆け込み要素や外国人観光客買上が多く、富裕層の資産効果とは異なる。当店の主要客層は、電気料金値上げ・節電・消費増税を間近に控えており、ますます低価格志向と節約が進むと想定しているなか、状況の好転はまだ期待できる段階にない。
百貨店（売場担当）	・3か月以内の動向は、天候的要因にかなり左右されるといふ懸念材料がある。他に要因的なものは見つからない。ただ当店だけで言うと、5月に沖縄展催事のプラスがあるので、5月についてはおそらく前年をクリアする。6月は雨次第、7月についても同様である。マイナス要因が少ないので変わらないとした。
百貨店（業務担当）	・今の客は、本当に必要なタイミングでしかものを買わない。前もっての購入は少ない。客の購買意欲が高まっているのは、都心の一部という感がある。地方都市では、まだアベノミクスの効果を実感する客は少ない。
スーパー（店長）	・今、言われている全体的な景況感が販売量に関して、実感できるところまではきていない。今後の実需に期待する。
スーパー（店長）	・食品や実用品の客数は前年をクリアしたが、衣料品は前年比95%前後で推移している。
スーパー（店長）	・競合店が昨年のオープンから、来月でちょうど1年となるため、6月からは前年並みの数字で推移する。競合店のコンビニエンスストアの出店で、多少なりとも売上が落ちているのが現状で、特に夜間の売上がディスカウント化や夜間に強い店ができて、夜間の構成比が8掛けでここ1年続いている。こういう状態があと1か月は続くと懸念する。生鮮は特に青果の相場安で苦戦中で、今後もそれが見込まれる。
スーパー（店長）	・首都圏や大手百貨店にあるような景気回復の兆しが、小売にも好影響を与えているような報道もあるが、地方の量販店においては、逆にオーバーストアによるデフレ基調の図式はまだまだ変わっていない状況にある。
スーパー（総務担当）	・夏場に向けてのヒット商品も見当たらず、顧客の価格への意識もシビアで競合との低価格競争も継続する。
スーパー（総務担当）	・生活必需品の動きはあまり変化がないが、価格に重点を置いた商品には安定感がある。一方、低単価でない品質に重点を置いた商品の動きも出始めており、客数確保には品質、機能が充実した商品のラインナップが今後の鍵となる。
スーパー（経理担当）	・好況感の報道が多いが、実際の食品関連の需要が増えるとは思えず、円安による原材料の値上げなど不安材料もある。
コンビニ（経営者）	・客の購買行動をみると今のところ変化はない。その状況に変化が出る可能性も見受けられない。

コンビニ（エリア担当）	・一般庶民の給与がアップし、景気が少しでもアップする傾向がみられたらよいが、今年中はやはり厳しい状況が続くと考える。
コンビニ（販売促進担当）	・3月は極端に良かった。4月はある程度購買力があるにしても、4月以降はほぼ市場としては横ばいになるのではないかという見方である。量販店が数量的にかなり落ち込み、逆にその分コンビニエンスストアが個数的にも売上は上昇気流である。量販店は食パンの伸びはあるものの、全体的にいえばやはり厳しいものがある。
衣料品専門店（店長）	・アベノミクス効果で株は上昇しているが、今一つ客の購買意欲向上へはつながっていない。
衣料品専門店（店員）	・消費税増税や光熱費などの値上げの話題が多く聞かれる。景気が良くなっているとの話は聞くが、フリー客が増えていないので、景気が良くなりそうな気配を実感しない。
衣料品専門店（総務担当）	・アベノミクスの影響で資産効果もあり、希望的観測としては良くなると答えたい。確かに資産効果により企業収益は向上すると思うが、現実に店頭での動き、その他をみると、それが働く人たちに実際どれ位還元されるのか、まだその見極めがつかない。
衣料品専門店（チーフ）	・テナントでリニューアルをした分、6か月間売上は好調に伸びてきている。今後、1年を経過するとともに売上は徐々に落ちついてくる。
衣料品専門店（取締役）	・アベノミクスの良い面の報道が目立っているので、株価が上がったことで儲かった方、もしくは大企業に勤める方、内部留保金がある方で収入が増えた方がいるが、3か月先の7月ごろボーナス等の実態も明らかになり、経済が上向きかどうかという現実がみえてくる。個人としては全く分からない状況である。
家電量販店（店員）	・アベノミクス効果で株価が上がっているようだが、ここ地方大分ではまだ実感できない。具体的な売上等の数字が思ったように上がってないのが現状である。この先も上がってほしいが、何かきっかけが見つからない。
家電量販店（店員）	・家電では、まずは核になる商品の成績が全く悪いというのが一番のポイントである。テレビ、冷蔵庫、エアコンにしても今までずっと悪いなか、ぐっと持ち上がるような景気はしばらくこないと判断せざるを得ない。
家電量販店（総務担当）	・従来の販促ではほとんど効果がなく、大きさに言うと「八方塞がり」状態である。
家電量販店（広報・IR担当）	・直近で景気が良くなる材料が見当たらない。徐々に回復していくと思われるが、現状不確実である。
乗用車販売店（従業員）	・円安で海外輸出は良いが、国内はガソリン代が上がり良くなっているという話は聞かない。
乗用車販売店（総務担当）	・販売台数は燃費の良いエコカーがけん引し、計画通り推移する。
住関連専門店（店長）	・輸入品の価格高騰が更に進む。実際に紙製品は6月あたりから値上げ予定になっており、家計に及ぼす影響が心配される。アベノミクス効果で景気の回復が期待されているが、景気の回復を感じるにはまだ時間が掛かる。
その他専門店〔コーヒード豆〕（経営者）	・5月に入るとゴールデンウィークの効果もあり、客の来店頻度も若干増える。また帰省客も一元ではあるが、客が増える傾向にある。これは毎年のものである。売上の的には昨年と同じ、もしくは若干良い方向に向かうと予測される。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・顧客の様子を聞くと、定期昇給はあったがこれまでよりも増加したとの話も聞かないし、夏季賞与についても期待できそうだと話も出てこない。これからの消費について、昨年より出費するような気配があまりない。
その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・景気は良くなる方向にあると言われるが、当業界の実績で伸びているところは限られている。長期売上下落の傾向は変わらない。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・女性雑誌の売上が少し上向いているものの、本格回復にはまだ程遠い。
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〕（支配人）	・景気回復の実感が現場にない。ゴールデンウィークの動向をみれば、ある程度の予測は可能かもしれない。
高級レストラン（専務）	・十数年景気が良くならなかったので、今回のように急に良くなっているような気がしても、今後続くのかどうかが分からない。今は少し良いがゴールデンウィークが明けてからまた落ちそうな気もして、6～8月はかなり心配である。
居酒屋（経営者）	・周りの同業者の声を聞いても厳しい状況が続いているようだ。簡単には良い方向に向かわない。
観光ホテル（総務）	・予約状況や収入予測の結果から変わらない。

観光型ホテル（スタッフ）	・宴会・披露宴等は順調に予約が入ってきているが、宿泊は昨年を下回っている。春の学会・大会が昨年より少ない。またF I T（個人旅行）も東京・東北への流れが大きくなっている。
都市型ホテル（販売担当）	・中央政治の取組が、地方政治には全く反映されていない。靖国神社問題を海外と問題にしている場合ではなく、地方が良くならなければ何を言っても変わらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約等は例年と同様で推移している状況である。全国高等学校総合体育大会等のイベントも開催されるがスポット要因であり、景気全体を上げるまでには至らないと判断する。
旅行代理店（従業員）	・海外需要が円安や情勢不安もあり悪い。また、株高や景気回復ムードよりマイナス部分の方が、大きく捕らえられているようだ。
タクシー運転手	・会社関係はだんだん良くなっているようであるが、なかなか一般まで行き着いておらず、一般の動きが大変悪くなる。
通信会社（管理担当）	・相変わらず債権回収が上手くいっていない。
通信会社（業務担当）	・5月は新商品の発売と値引きの最終時期で、ある程度の販売が期待できるが、品薄感が全体にあり、商品の訴求力で他社との優位性がなく、シェアを減らす状況が続くと予想される。
通信会社（営業担当）	・アベノミクス効果で景気が良くなりつつある企業もあるが、製造業等は、全てが円安効果を受けるわけではないので、その辺りがうまく良くなってくれば本当の景気回復につながる。
通信会社（総務局）	・好材料は特に見当たらず、営業体制の見直しにより前年並みの新規契約数は確保したい。
ゴルフ場（従業員）	・予約の動きは、4月からゴールデンウィークにかけて、また6月と低迷しており、集客も乏しい状態だ。プレー料金を下げたり、いろいろなイベントを開催したりするなど、集客しないといけない状態で苦戦している。
ゴルフ場（支配人）	・5～6月のゴルフベストシーズンに見合った件数の大型、中型コンペが入っているが、予約にまだ余裕があり、ここ数年並みの来場見込みである。近年の6月は早めに梅雨入りし、雨量も増加傾向にあるため、その動向が気掛かりである。特に熱帯雨林並みの梅雨はゴルフ場にとって痛手になる。
競輪場（職員）	・売上状況の推移からみて、大きな変動要素は見当たらない。
理容室（経営者）	・3月いっぱい、かなりの客が就職、進学、転勤等で異動している。一度に新規の客が多く来店することはなく徐々にしか増えていかないので、良くなる見通しはまだ何か月か時間が掛かるということで、変わらないと回答した。
美容室（店長）	・今月はいくらか客数が増えたが、2、3か月先は変わらず、電気料金の値上げも影響する。
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）	・介護報酬自体は3年間変化がないため、大幅な売上及び利益増加は見込めず、介護人材の確保も困難で現状を維持していくことでいっぱいである。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・2、3か月先の景気が良くなるという材料は、現在の景気、財政では見当たらない。また4、5月のゴールデンウィークでかなりお金を使っているが、景気の良い人ばかりではない。生活費、子どもの塾、ローン等に追われて、マスコミに言われているようなことは、零細企業、一般市民では全くそういうことがうかがわれない。
一般小売店〔青果〕（店長）	・宮崎に限って、生産地の気温が上がり、かなり地元の商材が減ってきた。これからは高冷地、県外の商品になってくるので、単価も上がり、利益率も悪くなって、横ばいどころか厳しい状態が続く。今のところ、相場自体がアベノミクスの影響を受けてはいない。
百貨店（総務担当）	・競合他店のリニューアルの影響で、来店客数の減少が予測される。
百貨店（企画）	・これからゴールデンウィークに向けての行楽シーズン商材の動向に期待しているが、想定を下回っている。
スーパー（店長）	・電気料金の値上げも来月から始まり、今後、燃料や資材、石油製品の高騰により商品の値上がりも考えられるので、今後、景気の状態は良くならない。
スーパー（店長）	・依然、先行きの不透明感は消費者のなかで払しょくされず、消費の活発な回復に結び付く心配がない。来年に向けての消費税等の問題もあり、消費者の買い控え傾向は今後も更に続くと言われている。
家電量販店（従業員）	・ゴールデンウィークで旅行などにお金をかける方が多くなる。

		<p>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] (支配人)</p> <p>高級レストラン (経営者)</p> <p>タクシー運転手</p> <p>通信会社 (企画担当)</p> <p>競馬場 (職員)</p> <p>美容室 (経営者)</p> <p>音楽教室 (管理担当)</p> <p>設計事務所 (所長)</p>	<p>・近隣店舗のリニューアルでの悪影響が継続する。</p> <p>・5月の客の動きの状況としては、今のところゴールデンウィーク明けの予約が入ってきている。その状況は今年のこの時期に比べ少しは良くなっているので、悪い方向に向かっているのではなく、やや良くなっている。</p> <p>・これからも良いようで悪いの繰り返しである。</p> <p>・季節的にも販売量が落ち込む時期であり、今月の様子からすると例年以上の落ち込みが危惧される。</p> <p>・販売量や来客数の伸び悩みが顕著である。</p> <p>・2、3か月先の景気は希望的には良くなると思っている。初夏に向けた客の購買意欲は非常に上がると考えているが、まだアベノミクスの動きが末端までいっていない。希望的観測ではあるが、景気回復しているようにも思えるし、少しずつ上がっている。最終消費者である客に何か刺激策がほしい。</p> <p>・これから先のことは分からないが、音楽教室等は塾の次になってきているので少し落ちてくる。</p> <p>・新しい仕事が少なく、2、3か月先に結果が出るような状態であるので、今の状態より悪くなると判断する。</p>
	悪くなる	<p>商店街 (代表者)</p> <p>衣料品専門店 (店長)</p>	<p>・良くなる兆し、ネタがない。時期季節柄も踏まえて、当店に関しては良くなる兆しが無い。他店とは違うサービスを現在検討中のため、それが定まらない限り売上増加は見込めない。</p> <p>・客の様子がよくみえない。顧客の年齢層が上がり、年配の客が増えてきたので、価格面でちゅうちょする方がいるようだ。「年金生活だから」という声を聞くようになった。</p>
企業動向関連 (九州)	良くなる やや良くなる	<p>○</p> <p>家具製造業 (従業員)</p> <p>鉄鋼業 (経営者)</p> <p>一般機械器具製造業 (経営者)</p> <p>一般機械器具製造業 (経営者)</p> <p>輸送用機械器具製造業 (営業担当)</p> <p>建設業 (従業員)</p> <p>建設業 (社員)</p> <p>輸送業 (総務)</p> <p>通信業 (職員)</p> <p>通信業 (経理担当)</p> <p>金融業 (営業職渉外係)</p> <p>新聞社 (広告) (担当者)</p> <p>経営コンサルタント (代表取締役)</p>	<p>○</p> <p>・2、3か月先の受注もおう盛で前年の10%増加で推移している。家具の販売単価はまだまだ低いものの、量が総体的に増えて売上も準じて伸びている。</p> <p>・販売価格が少し改善してきたが、販売数量は伸び悩んでいる。人手不足から建築現場の工事が遅れているせいで出荷に影響が出ている。人手不足が解消に向かえば、販売量も回復する。</p> <p>・新年度の計画がおそらく2、3か月後には実施に向かうので、期待している。</p> <p>・客先の引き合いの量が多くなってきた。さらに、今まで取引のなかった客先が将来の受注拡大を見据えて訪問する企業もある。</p> <p>・生産量は15%増の見込みである。</p> <p>・受注状況も上向きで景気は良くなっている。消費税増税で駆け込み需要も増えてくる。しかし反動でこの先どうなるか先行き不透明である。</p> <p>・良くなってほしいという願望である。平成25年度は労務単価の増額もあり期待しているが、官公庁の発注が遅いので、現政権への不満が参議院選挙に出てくるのは必至である。大手企業は景気が良いようだが、末端の地方業者が景気が良いと判断をして初めて景気が良くなったと判断できる。早期の発注を地方の官公庁に催促してほしい。</p> <p>・株価の上昇に伴い経済活動が活発になれば、荷動きも良くなると思っている。</p> <p>・新年度となったが、4月時点では大きな受注量の動きはない。夏に入る前に省エネ関連の受注が増えると予想している。</p> <p>・ベースアップは社会全体の景気動向を見据えて当面様子見ではあるが、平成25年度の夏冬の賞与は標準額が支給される見通しである。</p> <p>・株価や為替相場の動向にもよるが、経済が徐々に元気を取り戻している。全体的に企業の業績や受注動向は上向き傾向が続く。</p> <p>・好調な通販、化粧品広告に加えて、夏に予定されている参議院選挙もあり、新聞広告にとっては明るい材料といえる。</p> <p>・自社に対する問い合わせ件数や受注状況から判断して、しばらく良い状況が続く。</p>

変わらない	農林水産業（経営者）	・今の流れからすると、5月まではある程度期待できる。ただし、6月から7月前半は梅雨の影響で厳しい。7月後半から8月に向けては夏のビアホール等に付随する特需で期待ができる。懸念材料は、中国の鳥インフルエンザの風評被害だ。早く終息してほしい。	
	農林水産業（従業者）	・今販売についてはある程度確保できているので、3か月の見通しについても今位の受注は対応できる。	
	食料品製造業（経営者）	・業績はやや上昇したものの、景気が上向きになったとの実感を得るほどではない。身近に売上が増加する要因は見当たらず、当分現状のままである。	
	食料品製造業（経営者）	・季節的には端境期を迎えるが、例年より多くの受注が見込まれる。	
	繊維工業（営業担当）	・糸や燃料費の値上げができてきている。それよりひどいのが運送料金の値上げである。利益はかなりなくなってしまい、従業員の賃金にはまだ回す余裕が出ない。	
	化学工業（総務担当）	・今後2、3か月で、当社の賃金や賞与が上がる見込みがない。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・焼物業界は夏場に向かって一般商品の受注が難しくなる。自社開発商品がいくらか寄与することで、今までとあまり変わらない。世の中の流れと業界の流れが思うようにいかないの心配している。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・受注量のキャバは変わらない状況であるので、内部の生産体制を改善、改革をし、変わらない分は無理、無駄、ムラをなくすことで利益の方に回していきたい。しばらくは調整していかないといけない。新規製品を出していくという業種転換を少し入れていきたい。	
	精密機械器具製造業（従業員）	・先期は何とか黒字であったが、まだ先の見通しがつかない状態で、今のところはそのままの状態が続く。	
	金融業（従業員）	・製造業では、このところの円安効果により輸出関連企業を中心に商談が活発化してきている。また、分譲マンションや戸建て住宅の販売も持ち直し傾向にある。一方、原材料費、電気料金等コストアップ要因を抱え、先行き慎重な見方をする地元中小企業も少なくない。	
	金融業（営業担当）	・このまま円安が続くと中小企業、特に製造業以外の業種は、収益悪化が懸念され景気自体は低迷のままと予想される。	
	金融業（調査担当）	・製造業など円安による原料価格高騰の心配もある。株価上昇等によるマインドの改善の一方で原料価格の高騰による不安とが交錯している。	
	不動産業（従業員）	・市内の賃貸オフィスの空室率等市況は、概ね横ばいで推移する。	
	広告代理店（従業員）	・4月の新聞折込チラシの受注枚数・金額は前年同月比97%と依然前年を上回ることができない。特に娯楽産業のパチンコの受注が悪い上に、消費活動が活性化しないため小売業に販促意欲がみられない。来年の消費税増税を見越してマンション販売にいくらか動きがみられるが、まだ本格化していない。	
	広告代理店（従業員）	・4月の状況をみる限り、変わらないと言わざるを得ない。上昇要因はない。	
	経営コンサルタント	・まだ経済の動きが活発ではなく、新しい動きがみられないので、現状の状態が当分続く。	
	経営コンサルタント（社員）	・現在行動を起こしている段階なので、実績に効果がでるまでには至っていない。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・福岡県内の市町村の3月議会で決まった当初予算をみると、道路工事、建築工事が例年と比較して多く計上されている。こうした工事は、地元で営業所のある工務店などの建設業者が優先して指名され発注されるため、福岡市にある業者に恩恵は少ない。福岡市の事業は、すでに3月から発注されているため、受注する見込みが低い。	
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・地域でチェーンドラッグストアの出店が控え、価格競争の可能性はある。消費者も安価に引きずられ、デフレ感是否定できない様子である。
		輸送業（総務担当）	・生活必需品は円安の影響を受ける物が多い。しばらくは買い控え等であまり良くない。
悪くなる	—	—	
雇用関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・十数年変わらなかったパーティコンパニオンの値上げが行われる予定である。

(九州)	人材派遣会社（社員）	・全体的に、株価の上昇から会社資産評価が上がり、その分設備投資及び人的投資を行うべきか、円安による輸入コスト増にその分見込むかで、企業側もいまだ判断しかねる状況にある。ただ、メルティングポイントとなるべき時期が来れば、一気に人材の確保に乗り出す可能性を秘めている。
	人材派遣会社（社員）	・引き続き注文も増えている。中元時期になるが、昨年実績のあった企業からの依頼も多い。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、住宅・不動産に動きがみられることから、雇用への波及が期待される。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・日本銀行の超金融緩和政策の効果が継続する。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞媒体の求人広告は減っているが、情報誌、求人誌は堅調のようだ。教育（塾講師）や医療サービスが主体だが、景気に敏感な製造業や流通・サービス業の求人は徐々に増えてきている。
	職業安定所（職員）	・就職件数は前年同月比14.0%増加している。その背景として、求職申込件数はやや減少し、新規求人数は増加の流れになっているからである。
	職業安定所（職員）	・新規求人は主要産業を中心に増加傾向にあり、特に建設業44%増、情報通信業61%増となっている。また、求人の停滞が続いていた製造業からの求人も2けたの増加となっており、今後も求人増が見込める。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・現状でも好調なため、これ以上の上がり幅は少ないと考える。
	人材派遣会社（営業）	・以前より求人数は増えてきているが、前年と比較すると大きな伸びではない。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税前の駆け込み需要のせいか、現場作業の建設関係の求人が増えているが採用がなかなか決まらない。
	職業安定所（職員）	・政府の経済政策により、一部においては景況感があるようではあるが、地方において、期待感はあるもののほとんど実感が沸かない状況である。また、賃上げについても、一部大企業のみであり、中小零細においては非常に厳しい状況との声が多く聞かれる。
	職業安定所（職業相談）	・円安を受けて、輸出型製造業の業況回復が期待されるが、電気料金の値上げ、円安による原材料の値上げ等の懸念材料もあり、先行きは不透明である。
	民間職業紹介機関（社員）	・派遣の自由化業務の最初の終了年を迎え、派遣労働者から将来の不安による仕事の状況確認が増加している。派遣業務に対する需要がまだ盛り上がり欠けており、これといって景気が良い業界やプロジェクト話もきていないので、紹介にも苦慮している。
	民間職業紹介機関（支店長）	・求人数、採用数をみる限り、前3か月と比較してマイナス幅が小さくなり、悪くなる傾向が和らいだ。しかし、これといって良くなる材料はないので、現状はあまり変らない。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・参議院選挙が終わってみないと、動向についてはなかなかみえてこない。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・現4年生を対象とした4月までの求人件数は、前年比110%超えとなる見込みで、ここ数年の増加傾向を反映しているが、景気回復を実感させる好材料とみるにはもう少しばかり動向を注視する必要がある。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・半導体工場の閉鎖の影響もあり、採用を手控える風潮がある。
悪くなる	—	—