

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	・客の購買意欲が非常に高くなっている。購入の決断も早く、動きが非常に活発になってきている。この状態はしばらくの間続く。	
		商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税後の売上の減少を危惧していたが、さほど影響はなく、昨年並みの売上で推移している。天候の良し悪しが来客数に影響する。	
		一般小売店〔精肉〕（店員）	来客数の動き	・来客数、販売量ともに増加している。	
		百貨店（店舗事業計画部）	販売量の動き	・春休みから5月の連休までにかけては堅調な入店客数に支えられた。入店客数の伸びがなくなった5月中旬以降は、従来からの顧客による買上が健闘しており、消費税増税による駆け込み需要以前の状況に戻りつつある。	
		スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税後の落ち込みは思ったより小さく、回復までに時間はそうかからない。	
		スーパー（総務担当）	それ以外	・消費税増税前の駆け込み需要の影響はややあるものの、増税による買い控えはあまりない。	
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月末の実績は、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比3%増である。今月は特に食パンが売れた。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	来客数の動き	・前月と比べると客の入りが若干増えたように見受けられる。昨年の来客数と比較してもわずかであるが増えている。客1人当たりの購入単価も若干上昇している。	
		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	・消費税増税の反動減も4月だけで、5月については、ほぼ前年並みまで回復している。賞与も前年を超える予測が出ており、来月以降の売上についても前年を上回ることが可能である。	
		高級レストラン（支配人）	単価の動き	・ランチの注文金額がワンランク上になっている。	
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊・レストラン・宴会とも順調に予約が入ってきている。宿泊は外国人客の予約が多くなっている。	
		観光型ホテル（専務）	お客様の様子	・売上は前年を上回っている。	
		都市型ホテル（副支配人）	単価の動き	・5月は学会等で客数が多かったこともあるが、消費税が上がった分以上に客単価があがっており、売上は前年より相当伸びている。	
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・発注の見込み客数が増えてきており、それが売上にもつながってきている。	
		通信会社（販売部）	来客数の動き	・新料金プランの提供により客数が増えた。	
		ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・ゴルフのプレー代に消費税増税分を上乗せしたにもかかわらず、来店客数は増えている。特にレストランやショップの売上も好調で、客単価も伸びている。	
	変わらない		商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数は減少していないが、客単価が低下している。
			商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税の影響も少しはあるが、必要としないものは買わない様子がみられる。
			商店街（代表者）	来客数の動き	・5月に入ると消費税増税の影響はさほどない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・我々商店街の近くにはスーパーが多く、各々毎日イベントをしている。また時間帯でタイムサービス等をしており、それを目当てに客が買物に行くため、商店街への来客が少ない。	
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・今年は、5月の母の日に向けフェイスブックで宣伝していたので期待していたが、年々縮小傾向にある。母の日に花を贈る人は少なくなっている。	
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・買上単価は4月に比べ上昇してきたが、5月前半は低下傾向が継続した。消費税増税の反動はまだ残っているものの、3か月平均では回復の兆しが表れてきた。当店得意の物産催事、地方拠点催事は食品に比べ工芸部門が好調である。	

百貨店（営業担当）	お客様の様子	・客の動きとして、非常に吟味して必要な物以外は買わないという傾向が強くなっている。1人当たりの買上金額が前年より厳しくなっている。
スーパー（経営者）	単価の動き	・消費税増税や今後の先行き不安により、必要な物以外は買わない傾向にある。
スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税増税後、生鮮食品はすぐ回復したが、増税前に買いだめた商品の動きは依然として厳しい状況である。
スーパー（業務担当）	販売量の動き	・衣替えや梅雨などに対する、季節性のある商品の販売数量は、例年と比較してほとんど変化がない。新商品や話題性のある商品も売上に大きな貢献がなく、全体的に変化が乏しい。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク明けから客数は伸び悩み、客単価も若干減少している。それに伴って売上が大きく前年を割り込み厳しい状況である。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・5月になってから客の動きが鈍くなってきた。春のお出かけが一服したようだ。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・連休明けに地域振興券が発売されたが、客数は相変わらず少ない。
衣料品専門店（店員）	単価の動き	・既にセール前の買い控えが始まっているのか、値段にシビアになっている。欲しくても予算に合わなければあきらめてしまう。消費税増税の話はあまり出ない。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・4月は消費税増税に対して様々な対策を講じた結果、前年を若干下回る程度であったが、5月は4月よりも増税の反動減が感じられた。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・会社全体では売上目標をクリアするも、新車の販売が消費税増税の反動減で低調である。サービス部門はリコールがあったが、売上は堅調に推移している。
乗用車販売店（代表）	競争相手の様子	・周りの同業者と話しても、景気が上向いている話は出てこない。
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若干ではあるが値上げが継続し、高止まりの感がある。一般ユーザーの需要は、若干減少しているが、顧客の様子をうかがうと販売価格についてはある程度仕方ないという印象を受ける。
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	・客の1品当たり購入単価が下がっている。数量はそれほど変わらないが、客数の割合に対して商品の売上が少ない。消費税増税の影響が続いている。4月の売上は2割減だったが、今月は前年と変わらない。
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	・想定通り、消費税増税による反動減が継続している。特に、消費税増税前の駆け込み需要で購入された家電や消耗品、化粧品などの売上が上向かない。食品についてはほぼ回復している。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・5月のゴールデンウィーク期間はそこまで予約が入らなかった。ゴールデンウィーク明けも企業の動きがなかなか鈍く、下旬に少し忙しくなったという状態であった。
居酒屋（経営者）	来客数の動き	・店に出入りする業者の声を聞いても、値上げなどで良い方向に向かっているとは言えない。
都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・4月はかなり悪い状態だったが、5月は何とか持ち直した感がある。去年より少し良いくらいの動きである。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ビジネス出張関係の需要は堅調に推移しているが、レジャーに関してはやや弱い。特に国内情勢に不安のあるタイや自粛ムードの韓国は、大幅減である。
旅行代理店（企画）	販売量の動き	・5月は25日時点で、国内旅行の取扱額が前年に比べ微増、海外旅行については、前年比92%と低迷している。
タクシー運転手	来客数の動き	・夜の動きが悪い。昼間の動きはいくらか回復する傾向にある。ショッピングセンターの客が消費税増税前のような状況に戻っている。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は思った以上に稼働が良かった。個人の客よりも会社関係の客の稼働が良かった。また、プライダル関係の車利用が大変多かった。
タクシー運転手	来客数の動き	・夜の人出が鈍っているものの、先月から横ばい状態が続いている。
通信会社（総務局）	販売量の動き	・サービスエリアの拡大等により売上は増加している。しかし、景気の影響ではないため厳しさは続いている。

	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・新商品が発売され、5月中旬から料金プラン見直しの来客数が急激に増えた。しかし、来客数ほど販売数は増えていない。
	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）	来客数の動き	・消費税増税や診療報酬・介護報酬改定に伴う個人負担増により、利用控えの状況が続いている。
	設計事務所（代表表）	販売量の動き	・消費税増税後、客の様子見が続いている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、4月と同様、来客数、客単価、販売量とも下がっている様子である。このままこの状態が続くと3月の駆け込み需要も相殺してしまうような状況である。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークで出費したため、今月末は買い控えがみられる。消費税増税前の駆け込み需要の反動減で来店客数も減少した。
	一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・まだ消費税増税の影響は大きく、いくら安く販売しても客は要らない物には全く手を出さない。消費税増税前と違ってかなり厳しい。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・新茶時期はある程度期待できるはずだが、昨年を下回るの売上である。来客数が大幅に減少しており、消費税増税がかなり影響している。
	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響が続き、大型店舗の売上が回復しない。
	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・消費税増税直後の4月より、5月のほうが来客や売上が少ない。客の話では、消費税増税前のある程度買物したという意識が強く、ここに来て買物への一服感が出ている。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・今月の関連店舗の売上見通しは、97～107%である。店舗の1つは、2月の改装が功を奏し、先月から引き続き100%を超えている。百貨店については、やや悪い。婦人衣料が89%、紳士衣料が96%である一方、宝飾、貴金属が58%とかなり低い。雑貨部門はトータルで84%となっている。食料品は北海道物産展の催事効果で上がっているが、その分を差し引くと減少している。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・5月も保存が可能な商材で消費税増税の反動減が顕著であり、回復が遅い状況である。生鮮食品等は回復してきている。
	スーパー（店長）	それ以外	・食料品では、米や日持ちする商品など一般食品の動きは悪いが、生鮮食品は前年並み以上となっている。トイレットペーパー等住居関連商品は、消費税増税前の買いだめの影響で動きがまだ鈍く、売上は前年比97%で推移している。
	スーパー（統括者）	販売量の動き	・既存店の売上高は3か月前よりも減少している。また、前年と比較しても減少している。
	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・まだ消費税増税による買い控えがまだ続いている。客単価、客数ともに前年よりも少ない。本部主体のいろいろなフェアを開催しているが、なかなか客単価及び客数が回復しないのが現状である。
	衣料品専門店（チーフ）	来客数の動き	・消費税増税後から今まで客数が非常に減少し、売上も悪くなっている。キャンペーン等の前倒しで、客の呼び込みを図っている。
	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税前の反動の影響が大きく、販売量・来客数ともに目標を大きく下回っている。
	家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・回復傾向は見受けられるが、消費税増税の駆け込み需要による反動減の影響がまだ続いている。
	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・消費税が上がったばかりで、客も慌てて買わなくてもよいという気持ちがある。
	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・今月の売上は消費税増税前までの水準に回復していない。来客数も少なく、毎月のキャンペーンの結果も良くない。
その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	販売量の動き	・消費税増税から2か月経過するも、客の購買力に変化がみられない。売上が伸びてこない。	
高級レストラン（専務）	来客数の動き	・外食する客の数が少なくなっており、地方の景気は上向いているとはいえない。	
高級レストラン（社長）	来客数の動き	・消費税増税の影響で客の動きが悪い。	

		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年同時期よりも確実に客数が減ってきている。加えて客単価も若干減っている。昨年と比べてドリンクを注文する方が少なく、セーブされている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月、人は動いていたようだが、タクシー利用は少なかった。
		美容室（店長）	来客数の動き	・来客数が減少している。子供のカットなどは料金の安い店に流れている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・マンションと土地分譲注文住宅は、消費税増税後の反応が非常に鈍い。来客数も落ちてきており、成約率も下がってきている。今後の動きに期待したい。
悪くなっている		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・来客数のあまりの少なさに限界を感じている。廃業を視野に検討している。
		百貨店（営業統括）	単価の動き	・5月前半については、4月の消費税増税による反動減の持ち直しが見られた。しかし、ゴールデンウィーク以降は、天候の影響もあり衣料品の売上が伸び悩んでいる。
		百貨店（企画）	来客数の動き	・4月より上向いているが、依然として来客数及び売上が厳しい状況である。ショッピングセンターの店舗の来客数は前年を上回ってきた。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客数の減少もさることながら、客の買上単価と買上点数がかなり落ち込んでいる。
		スーパー（総務担当）	販売量の動き	・来店客数に大きな減少はないが、消費税増税前の駆け込み需要の反動減で販売量が落ちている。生鮮品及び生活必需品については若干の減少だが、衣料品・サービス品が大きく減少している。高額品や耐久消費財は、慎重に選択のつえに購入されており、販売数の落ち込みが懸念される。
		衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・消費税増税の影響は正直想像以上に大きく、一部の高額品の客に関してはそれほどではないが、中核ゾーンの客の動きが極端に鈍くなっている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・消費税増税後、家電では大物商品が止まっている。消費税増税前の駆け込み需要の反動で、4月、5月はかなり下がっている。
企業動向関連 (九州)	良くなっている			
	やや良くなっている	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税による消費の落ち込みを懸念していたが、一般的にその影響はほとんどなく、売上は計画通り上がっている。豚流行性下痢（PED）の影響で、豚の素材原料の品不足及び値段の高騰により、加工メーカー筋が鶏に大幅にシフトしている。スーパー、居酒屋も新年度に入り順調な流れで、特に自社加工品については引き合いが強い。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税は、駆け込み需要など我々メーカーには刺激になった。現場では、景気が少しは良くなるのではといった期待感や願いが感じられる。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・一般的に上向いているといった印象である。大量に作る特注家具のコントラクト家具市場では、平均受注単価が前年同月と比べて19万円から20万5千円と10%以上上がった。これは、ほとんど受注がなくなっていた高額商品が多少動き出したことが要因である。安いアジア製の家具ばかりが出回っていたが、円安で価格が上がったにもかかわらず、イタリアやドイツなどの高額商品の受注が増えた。
		金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・前月にはみえなかった今後の受注量の確保の動きがみえてきた。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・取引先の受注状況ヒアリングでは、物も人も動いているようだ。
		経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響はなく、清酒の売上が伸びている。
		その他サービス業〔物リース〕（支社長）	取引先の様子	・運送業顧客の様子をみると、事業所は拡大しているがドライバーの人手不足となっており、頻繁に採用面接している。また、不動産業の顧客からは、土地建物の買取希望があり、情報提供を求められている。銀行からの借入も積極的で、ここ1年以上不良債権が発生していない。
変わらない		農林水産業（営業）	取引先の様子	・畜産業界の市況は景気に左右されていない。価格が高騰するも販売は順調に推移している。
		農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注価格がなかなか上がらないので、厳しい状況である。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・発注数量が比較的多く、工場の稼働率が高い状態で安定している。

	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月は消費税増税でいくらか落ち込むのではないかと心配していたが、売上は前年よりも良くなっている。また陶器市の期間中、人出は若干少なくなっていたが、売上自体は昨年以上で、多いところは列を作るほどの盛況ぶりであった。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月の受注量は5月のゴールデンウィークを控えた駆け込みがあったが、ゴールデンウィーク明けの動きが悪くなっている。月々の平均からすると3か月前とそう変わらないが、月々の変動が激しい。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動を懸念したがさほど影響はなく、受注量に大きな落ち込みもなかった。今月は前年同期以上の売上になった。	
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先からの受注量が安定しない。変更も多く非常に不安定で、短期的な計画を立てにくい。結果的に遅れて発注されるため、コストの問題もあり平常の操業ができない。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	取引先の様子	・話しばかりが先行し、生産量が上向きになると言われながらもなかなか上がらない。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・倉庫で預かっている荷物が動かない。	
	金融業（従業員）	取引先の様子	・円安等による原料費や燃料費の値上がりで収益が悪化している先がみられる。一方、百貨店、家電販売などでは、高額の商品の販売が比較的好調で、消費税増税前の駆け込み需要の反動減は予想ほどみられない。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先であるマグロ加工の食品卸業者は、前年比で売上高が減少している。卸先であるスーパーでの売れ筋が良くない。消費税増税の影響で、嗜好品であるマグロに消費者の手が届かないのではと推測している。	
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・貸出金の増減はない。倒産件数は低水準を維持している。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・4～5月にセミナーを開催したので関係ある行政や企業を訪問した。しかし、時期が悪かったせいもあるが、訪問先は新しいことへの取組について消極的な態度である。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注金額・件数及び問い合わせ件数に大きな変化がみられない。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村から高齢者や障害者の福祉に関する調査や計画策定支援の業務が多く発注されている。その多くがプロポーザル形式となっており、企画提案書が優れているものに発注されるようになっている。受注できれば売上が多くなるが、受注できなければ売上増は見込めない。受注できるかどうかは企業次第となっているが、できない企業の方が多い。	
やや悪くなっている	繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・取引先が経費削減に必死に動いている。こちらとしては運賃の値上がりなど経費が増えているので、このような取引先の動きは負担になる。	
	輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響で荷物の量が落ちている。	
	新聞社（広告）（担当者）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税の影響のためか広告主の出稿マインドが全体的に鈍く、前年の90%に届かない状況である。化粧品関連が170%と好調だが、それ以外は軒並み前年割れとなっている。地元への出稿が伸び悩んでいるが、東京、大阪への出稿量は前年の約2倍に伸びている。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で非常に悪い。4月と比べると良くなった感があるため、深刻さは感じていない。	
悪くなっている	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・社員、作業員は暇なく働いているが、公共工事の積算や民間見積の指名や依頼が減少している。官公庁の発注が早ければよいが、県の前倒しの発注を期待している。	
雇用関連	良く なっている	-	-	
(九州)	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・タレント派遣を行っているが、新規CMや新番組のキャスティング依頼が増えた。広告予算を取れる企業が増えてきたようだ。また一般派遣においても、時給単価を従来よりも高く設定できる企業が増えた。

	人材派遣会社 (営業)	雇用形態の様子	・有期雇用での派遣活用も求人数も伸びているが、紹介予定派遣を含めた契約社員以上の直接雇用の伸びが大きい。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数が、前年度比で増加傾向にあり、増員や新規事業立ち上げ等の求人がみられる。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・5月の新規求職者数は増加しているが、これは3月以降退職する者が多いため例年の傾向である。新規求職者数は前年比で減少傾向にある。
	民間職業紹介機関(社員)	求人数の動き	・派遣終了者が減少し、継続して雇用する傾向が出てきている。人材紹介分野も依頼が増加している。
	学校[専門学校] (就職担当)	求人数の動き	・企業からの中途採用求人数は、前年比で1.2倍程度増加している。ハローワーク等に求人を出しても応募者がいないとの理由で学校を頼ってくるケースが多い。
変わらない	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・4月以降、求人数は前年実績を下回っている。
	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・注文数や求人誌等の件数も減ってきていて、大分落ち着いた。
	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・弊社が独自で行っている求人を取扱件数が前年を下回った。消費税増税による先行き不安で、雇用の弁が一時的に塞がった。
	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・消費税増税後、消費の低迷がみられる。
	新聞社[求人広 告](担当者)	雇用形態の様子	・少しずつではあるが、流通、飲食関連の求人募集で正社員雇用が増えてきている。ただ、景気を押し上げる大きな流れまでなっていない。
	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・製造、建設関係は消費税増税の影響か求人を控える傾向があったが、ようやく一部に動きがある。ただし、地元中小企業の動きはまだ鈍い。
	民間職業紹介機 関(支店長)	求人数の動き	・求人数の伸びが鈍く、景気の上向きを示す指標と、派遣労働者の新規、追加・増員の需要が一致していない。
	学校[大学] (就職支援業 務)	求人数の動き	・求人数は1月ごろまで前年を上回っていたが、2月以降は微増にとどまっている。
やや悪く なっている	職業安定所(職員)	それ以外	・順調に伸びていた新規求人倍率が低下しており、就職率についても低下してきている。しかし、人手不足に関する相談が増えており、企業活動への影響を懸念する声が多い。
悪く なっている	-	-	-