

10.九州（地域別調査機関：（公財）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）	・5月8日は母の日があるため、3～4月よりも売上が上がる。
		住宅販売会社（従業員）	・2016年度の国のネット・ゼロ・エネルギー・ハウス支援事業の概要が公表された。4月以降の販売量が引き続き良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・気候が良くなり異動時期とも重なるので、消費は動くものと期待している。
		商店街（代表者）	・人が動く時期になるので消費活動が少しは活発になる。しかし、景気自体の底流はあまり良くない。
		百貨店（営業担当）	・集客が好調に推移しており、今の基調が維持される。
		百貨店（企画）	・競合出店から1年が経過し、徐々に客足が回復することが見込まれる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・暖かくなるにつれて客数も伸び、客単価も少しずつ上がっていく。また、季節に応じた品ぞろえをすることによって客の購買意欲が高まり、プラス1品のついで買いが増える。
		家電量販店（店員）	・店がリニューアルオープンするので、一時閉店セールを始めたところ客の反応が良く、今月は非常に良かった。消費税の再増税の先送りについて議論されており、駆け込み需要があるのかないのか不透明である。ただ、景気はやや上向いてきているようだ。
		家電量販店（店員）	・今年度は暖冬で寒くなかったため、季節商材を中心とした売上があまり伸びていない。現在が底であるため更に悪くはならず、そろそろ上向くと考えている。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・3～4月は卒業や入学、異動シーズンになるので、進物のコーヒーギフトが出るようになり、売上もやや伸びる。春になって気候も暖かくなると若干客の入りも増えてくるので、売上も上がると予想される。
		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〕（支配人）	・日本独自の経済政策に加え、各国の経済政策により回復すると考える。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・春の行楽シーズン、春休み、またゴールデンウィークに向け人の動きが今まで以上に良くなるため、売上の増加が見込める。
		高級レストラン（従業員）	・ゴールデンウィークに入るのでやや良くなる。
		観光ホテル（総務）	・3か月収入予測よりやや良くなる。
	旅行代理店（企画）	・IS問題が多大な影響を及ぼす。観光産業に従事しているため、世界情勢がこのまま落ち着けばやや上向く。	
	通信会社（企画担当）	・顧客の様子から、5～6月ごろは地方創生関係の予算はまだ続く見込みである。	
	通信会社（営業担当）	・国体開催に向けての動きが見え始めている。	
	美容室（経営者）	・春先から少しずつ暖かくなるにつれて、おしゃれに関心が向くため、美容業界はだんだん良くなっていく。	
	変わらない	商店街（代表者）	・小売業は、変わらず売上が伸びない。これ以上悪くなったら営業できない店も出てくる。町内の空き店舗もなかなか埋まらないのが現状である。
		商店街（代表者）	・地方では賃金の上昇はほんの一部の会社である。一般には、消費税の再増税が先送りになっても、年金問題等先行き不安の要素が多く、景気が上向く気配はみられない。
商店街（代表者）		・暖かくなり、商店街でイベントが続くため来街者の増加は見込める。しかし、個店で販促をしなければ売上増は見込めず、その分経費増になる。	
一般小売店〔青果〕（店長）		・野菜の相場もさることながら、購買心につながる高揚感が大事である。消費税の再増税を客は常に想定して買い控えている状況だ。特にし好品である果物の動きが鈍いので厳しい状況が続く。	
一般小売店〔鮮魚〕（店員）		・イベントがないため、ゴールデンウィークは売れない。帰省客が増えても家で料理をしないので、魚の売上にはなかなかつながらない。	
一般小売店〔茶〕（販売・事務）		・売上が毎年減少している。消費者の収入は減少しているため無駄な買物をしない。これ以上の減少は厳しいので現状維持していきたい。	

百貨店（営業担当）	・友の会との相互募集強化で、自社クレジットカード募集も14か月連続で目標達成している。向会員の増加で友の会、クレジット関連催事の底上げで話題の百貨店友の会の新規入会と新年度継続率は好調である。ただし、学生服の謎えお渡し会場での関心が高く、そこでの新規会員が増加しているため、直近の売上には繋がらない。「チビッツ大バーゲン」ではお子様会員のみを対象としたクローズプレセールを開催したところ、予想を上回る家族連れの出場で混雑した。客の厳しい購買意識は継続している。
百貨店（業務担当）	・例年、春物の動きが3月後半より高まってくるが、今年は春物の動きが良くない。スタートの動向からみても、4月後半の夏物に切替わるまで好転することは期待できない。
百貨店（経営企画担当）	・天候不順等もない状況にもかかわらず、売上高、来客数ともに微減傾向にある。消費税増税後、個人消費の回復にはいまだ至っておらず、先行き不透明である。
百貨店（営業統括）	・春闘でのベースアップは期待できず、夏の参議院選挙前に不安定な政局運営も予想されるなど、購買喚起につながる要素が少ない。
百貨店（売場担当）	・同業他店は、改装や新規店舗オープンが重なり良い状況になる。当店については、DM催事をチラシに替えて全体的に5ポイント落ちるなど、上昇要因がない。
百貨店（店舗事業計画部）	・自分用のファッション消費は鈍い反面、友人、知人へプチギフトなどは堅調で、この傾向が当面続く見通しである。
スーパー（経営者）	・中国経済の低迷やアメリカの大統領選挙、日本の参議院選挙などによる政治的な不安定要素がある。
スーパー（店長）	・競合店の出店が多いことに加え、リニューアルをした店舗もあり、厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・1月に半径1キロ圏内に競合店ができたので、酒や一般食品に影響が出る。生鮮は、青果を中心に相場高がまだ続くため、前年比105～106%で推移する。衣料品は変わらず85%、春物衣料も売れない状況となっており、かなり苦戦する。
スーパー（総務担当）	・客は特売品や価格強化の商品などへの反応が良く、価格にシビアな反応を示している。
スーパー（経理担当）	・大きな変動はなさそうだ。
コンビニ（経営者）	・大手企業は、前年よりも少ないながら賃金が上昇したと聞くが、多くの企業は厳しい状況が続いている。これ以上良くなる材料が見当たらない。
コンビニ（販売促進担当）	・販売量が前年比で伸びている。人を募集しても集まりにくく、定員割れの状態が続いている。
衣料品専門店（店長）	・景気の変動はない。
衣料品専門店（店長）	・商店街への来客がほとんどない。
衣料品専門店（総務担当）	・まだ悪くなるのではないかと危惧している。なんとか現状を死守したい。
衣料品専門店（取締役）	・消費税の再増税の先送りについての報道があるが、2～3か月先の景気が良くなる材料がない。
家電量販店（総務担当）	・主要商品の動きが鈍く、4月以降の需要が不透明である。
家電量販店（従業員）	・新生活シーズンで家電購入が増える。
家電量販店（広報・IR担当）	・経済環境の不透明感はあるが、大きく景気が後退するような気配はない。爆発的に消費をけん引するような商品もなく、必要な物を必要なだけ購入する状況が続いている。
ドラッグストア（部長）	・外国人の旅行客数が、特にクルーズ船を中心に堅調に伸びることが期待できる。一方、賃上げが前年度ほどの勢いがいないため、国内の消費動向に不安がある。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・地場中堅企業の顧客からは、4月昇給において定期昇給は前年並みに実施されるが、ベースアップは大手のように期待できないと聞く。一方、ゴールデンウィークに行楽を予定している個人客が多く、同期間中の需要に期待している。
その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費者の購買について二極化がみられる。価格においては安さを競う一方で、堅実な商品の品ぞろえも強化しなければならない。ネット通販、ネットスーパーへの対応も意識した取組が必要である。
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）	・前年は韓国のMERS問題で日本へのクルーズ船が大幅に伸びた。今年はその反動が心配だが、個人旅行客の伸びでカバーできると考えている。
高級レストラン（支配人）	・これから3か月は状況が変わらない。
一般レストラン（経営者）	・客から景気の良い話しも聞かれないし、予約状況も芳しくない。

観光型ホテル（スタッフ）	・売上全体ではほとんど変わらないが、婚礼件数が伸び悩んでいる。
都市型ホテル（販売担当）	・前年と比べると予約状況にあまり変動はない。宿泊部門は4月から好調であるが、婚礼は前年から減少傾向が続いている。
都市型ホテル（副支配人）	・インバウンド需要の圧倒的な増加により、当市全体のホテル需要が増え続けている。3か月先の入込状況は、前年比10～15%以上高くなっている。
旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークの航空座席供給不足もあり、海外旅行は前年を下回る。国内旅行は、テーマパークのイベントも開始され一部好調だが、前年をやや上回る程度である。
タクシー運転手	・外国人を含む観光客のタクシー利用が増加している反面、地元の高齢者や買物客の利用がやや減少している。
タクシー運転手	・今年は気温が朝寒く、昼暖かい状況で例年と異なる。
タクシー運転手	・政府予算の内容によって状況は変わってくる。期待はしているが、横ばいと予想する。
通信会社（企画担当）	・変化の要因が見当たらない。
競馬場（職員）	・状況が変化する要素があまり見当たらない。
美容室（店長）	・2～3か月先は結婚式などの行事が少なくなるため、景気は良くならない。
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）	・在宅介護サービスのベースとなる介護職の確保が年々困難になっており、顧客需要に対応できない。報酬のマイナス改定の影響もあり、業績を回復できない。
設計事務所（所長）	・新しい案件の獲得が低迷しており、何か月も変わらない状態である。
設計事務所（代表）	・景気の先行きが見えない。
住宅販売会社（従業員）	・景気の動向は二極化が進み、中間層がなくなる状況が続く。今年の春闘では、一部の大企業は賃金のベースアップが実施されるが、中小、零細企業は四苦八苦している状況である。
やや悪くなる	
商店街（代表者）	・今の時代、客の必要とするものが家や車、携帯電話等に絞られてきている様子である。今後、衣料品や日用雑貨、家具等は少し厳しくなる。
商店街（代表者）	・人や物が最も動く3～4月の繁忙期にも関わらず、厳しい状況が続く。
商店街（代表者）	・卒業や入学、就職、結婚、ゴールデンウィークなど1年で最もお金が必要な時期なので、商店街にとっては厳しい。
商店街（代表者）	・現在は年度初めて名刺や名札、ゴム印など製作業務が多い。その状況はゴールデンウィーク前まで続くが、その後低迷する。
百貨店（営業担当）	・実体経済の悪化が一般消費者に影響するまでやや時間が掛かる。1月からの株価の下落等が3月ごろに表れてきたのではないかという見方をしている、今後、原油や為替の変動等、不確定な要素が多い。このままの価格を維持すれば、現状維持できるが、テロ問題が噴出してくると今後の消費に大きな影響を与える。
百貨店（販売促進担当）	・景気回復傾向はみられず、消費者は節約傾向にある。
スーパー（店長）	・客の慎重な購買態度により、依然として衣料品、日用品の売行きが悪い。
スーパー（店長）	・4月から年金の保険料値上げなど、増税がある。また、日本タバコの値上げがあり、その影響で買上点数が少なくなる。生活防衛の傾向が強くなるので、少し悪くなる。
スーパー（店長）	・経済の情勢は先行きの不透明感が依然としてぬぐえず、消費者の購買心理は好調に推移していない。当店に関しては、競合店の出店計画があり、ますます厳しくなると予想される。
スーパー（統括者）	・現在、後退傾向にあるので、若干悪くなるのではないかと考える。
コンビニ（エリア担当）	・客数の減少が非常に心配である。景気が大きく上向くとは考えられない。
乗用車販売店（総務担当）	・5月は年度末商戦も終わり新型車投入予定もないので、販売台数は伸びない。
住関連専門店（経営者）	・同業者や金融機関との話でも地方では景気回復感がなく、特に今年に入ってからの先行き不透明感が強い。
その他専門店〔書籍〕（副店長）	・業界全体の縮小が止まらず、書籍の売上が好転するような要因はない。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・株価の下落やマイナス金利発表以降、急激に景気が冷え込んでいる。消費税増税や年金の不信感など、根本的な不安を解消しない限り景気回復は望めない。

	高級レストラン（経営者）	・4月以降の予約状況を見る限り、今のところ動きが鈍い。5月のゴールデンウィークになると企業関連が全く動かなくなるので、当店にとっては厳しい状況となる。	
	高級レストラン（専務）	・飲食店は、選挙の影響を受けやすい。当地では今後、市議会議員選挙、県議会議員選挙、市長選挙、県知事選挙、国政選挙があるので来客数が減少する。非常に不安である。	
	スナック（経営者）	・年明けから3か月連続で売上が前年を下回る状況が続いている。今までにない傾向で、4～5月は繁忙期でないため夏までの売上に不安を持っている。	
	観光型ホテル（専務）	・北海道新幹線の開通で九州への来客が減るのではと懸念している。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・消費の大半が訪日観光客に支えられている現状を考えると、今以上の販売量の伸びは考えにくく、単価も下落気味である。	
	ゴルフ場（従業員）	・5月のゴールデンウィークから6月にかけて、予約状況は前年比2割減となっている。団体職員、公務員等の予約は入っているが、建設業関係からの予約がなく、とても厳しい状態である。県外からの客が前年よりかなり落ちている。	
	競輪場（職員）	・売上、来客数などを見る限り、プラス要因が見当たらない。	
	理容室（経営者）	・今月は卒業、入学、就職、転勤などによって客が多くなるが、4～5月は転出した分客が減る。毎年の数値から見ると、夏頃までは良くなる。	
	悪くなる	音楽教室（管理担当）	・当音楽教室は通勤族の多いところに立地しているので、異動で多くの人動く。
企業 動向 関連  (九州)	良くなる	-	-
	やや良くなる	繊維工業（営業担当）	・受注は増加するが、人員募集しても応募がない。工場への就職者数を増やす環境が作れない。
		家具製造業（従業員）	・家具業界では、ホテル家具需要が突出して伸びている。東京オリンピック決定と訪日観光客の増加によるホテル需要で、今後4年間は飛躍的に伸びると予測している。
		金属製品製造業（事業統括）	・東京地区での受注拡大を期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・中国経済が動かない状態がもう半年以上続いている。その影響で、ユーザーは今まで切り詰めてきたが、新年度の動きが出てくるのではないかと期待している。
		建設業（従業員）	・今年に入ってから受注はコンスタントにあり、見積案件も増えてきている。今後、設備投資も増えてくるため、景気は少し良くなる。
		建設業（社員）	・自治体の新年度の発注は、5月のゴールデンウィークが終わらないと本格的に始まらないと聞く。4月の異動で設計が進まないとのことである。少しでも早く発注してほしい。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・新年度が始まり、官公庁の発注工事も増加するとの話を聞く。3月決算で高収益を上げた企業も多いはずで、社員への収益還元も増加する。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・当社の年度計画は、前年を上回る売上を計画している。原料の状況からするとある程度達成できる。3～4か月先までは問題ないが、夏以降は円高傾向により輸入品が増加するのに加え、国内生産も増加傾向にあるため供給量が上回り、価格が下落すると予想される。
		農林水産業（営業）	・景気を左右する要因があまりない。
食料品製造業（経営者）		・販売は比較的順調に推移するが、原料確保が難しい状況である。	
食料品製造業（経営者）		・インバウンド需要が少し発生するが、全体的に変わらない。	
化学工業（総務担当）		・当工場の製品は景気等の影響をあまり受けない。	
窯業・土石製品製造業（経営者）		・商品の荷動きは、夏場にかけて少し落ちる。特注もなくなるので、その分売上が落ちるのではないかと心配している。	
鉄鋼業（経営者）		・販売価格は相変わらず低迷しており、本格的な回復とは言えないが、3月に入り受注量が増加し、販売量も少し増加している。今後、中小の建築物件が数多く出てきており、販売数量は伸びるかもしれない。	
一般機械器具製造業（経営者）		・客である大手企業は、年度初めに事業をスタートするので、そこから受注に至るまでの2～3か月は低調である。	
電気機械器具製造業（経営者）		・受注量の安定もさることながら、当社は社内教育に現在力を入れており、教育の効果が今後の経営に良い影響を及ぼすので、大変楽しみにしている。	
精密機械器具製造業（従業員）		・この数か月受注量に変化がなく、今後の見込みは分からない状況にある。下期は、受注量の変動で赤字の見込みである。	

	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新年度の生産予定をみると、月々の稼働日によるバラツキはあるが、全体の生産台数に大きな変動はない。	
	建設業（経営者）	・客の様子は今のまま変わらない。	
	輸送業（従業員）	・従来であれば倉庫の空きスペースの問い合わせが多いが、荷動きが良くなるような情報もなく、最近ではかなり少なくなっている。取引先のメーカーが生産を停止するため、倉庫に在庫を持つので一時的に良くなるが、生産開始後は在庫がなくなり、通常通りの在庫量になる。	
	輸送業（総務担当）	・消費税の再増税やマイナス金利など経済政策など不安定要素が多い。今後の身の回りの景気にどう影響するかについて判断しかねる。	
	輸送業（総務）	・荷動きを好転させる材料は少なく、景気は横ばいと考える。	
	通信業（職員）	・当社全体では、メガソーラー事業が好調な状態が続いているが、自部門の省エネ関連は伸び悩んでいる。	
	金融業（従業員）	・パートタイマーの求人が増加し続けているなど、雇用環境は改善傾向にある。一方、自動車関連の生産が伸び悩んでいるほか、新興国経済の減速などから先行き慎重な見方が広がってきている。	
	金融業（営業）	・今のところ、回復の見通しは立っていない。中国など海外の需要頼みの傾向にある。	
	金融業（調査担当）	・不動産需要が強い状況は、当面続くと考える。	
	金融業（営業担当）	・年度末の決算セール以降、消費の動きが見通せない。中小企業全般で、資金をプールしている動きが目立ち、設備等の前向きな投資には慎重な姿勢がつかえる。	
	不動産業（従業員）	・商業施設の売上が横ばいで推移している。	
	新聞社（広告）（担当者）	・4月からスタートする新電力や、駅周辺の新しい商業施設の開店などがあるが、どこまで新聞広告に出稿があるかは不明である。	
	経営コンサルタント	・当社が開催するセミナーにおいて、参加企業の反応が良くない。今後も急速な好転は見込まれないと予想される。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・当社ホームページのアクセス数や問い合わせ件数から判断すると、大きな変化はみられない。	
	経営コンサルタント（社員）	・高価格帯のワインの売行きが伸びない限りは、景気が回復したと判断できない。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・新年度は、地方創生の先行型交付金により、市町村の業務が増えると言われている。しかし、平成28年度予算に関連の事業を盛り込んでいる自治体は少なく、このままでは市町村から発注される調査や計画、設計等の業務は少ない。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・当社製品については、年度末の導入を終え、新年度の切替え時期のため買い控えが予測される。	
	電気機械器具製造業（取締役）	・第2四半期以降の取引先からの引き合い情報が延期されるとのことで、やや悪くなる。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	・原油価格は少し落ち着いているので、そこまで悪くならないとみている。円安に期待している。	
	通信業（経理担当）	・IT関連の受注の動きが鈍くなってきている。	
	金融業（従業員）	・企業活動は、良くなる材料が今のところ見当たらない。個人消費は、消費税増税の影響もあり、収入増も見込まれないことからやや悪くなる。	
	広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込枚数は前年同月比95%と、相変わらず前年比マイナス5%が続いている。消費者の購買力が回復しないので、費用対効果を鑑みて広告費に回す予算が増加していない。来年度予算が確定している時期であるが、取引先からは広告予算を増やしたという話を聞かない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・良くなる要素がほとんどなく、厳しい状況である。特に医療、介護関連に非常に危機感を持っている。診療、介護報酬改定によって厳しくなるとの話聞く。	
悪くなる	-	-	
雇用関連	良くなる	-	
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地区は女性の人口比率が高く、勤労にも意欲的で、4月の女性活躍推進法で管理職も増やす企業も多い。女性が活躍すると業績もアップすると答える経営者も多く、期待が持てる。
(九州)	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求職者については、求人を出すのが反応がない。2週間掲載したが、全く反応がないことがあった。登録者数も前年比2割減になっている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・これから都心部の再開発がスタートするが、人材力、資金力に劣る地元中小企業は競争にさらされ厳しくなりそうだ。駅にオープンする商業施設の影響がどのように波及するか注目したい。人材や客が吸収されそうだ。

	職業安定所（職員）	・例年、最も有効求人倍率が低下する時期であるが、今のところ、人手不足業種を中心に目立った求人数の低下はみられない。
	職業安定所（職員）	・今後も新規求人の増加が見込まれる。月間求人有効倍率が昨年8月～今年1月の6か月連続で1倍を超えている。
	職業安定所（職員）	・世界情勢や政府の経済政策に対して、企業からは特段心配するような声はあまり聞かれない。今後の景気動向を注視している状況にある。
	職業安定所（職業紹介）	・例年4～5月は新規求職者の増加により、一時的に有効求人倍率が低下する。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業採用意欲は活発であるものの、全業界とも長期展望は見通せていない。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・採用活動時期の変更により、企業の採用意欲は活発になると予想される。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法改正などの影響で派遣離れが起きる可能性がある。
	人材派遣会社（社員）	・周辺企業の動向や求人数は、今月に入り動きが緩やかになった。さらに、4月から休みの多い5月にかけて求人、求職者数ともに落ち着く。
	人材派遣会社（社員）	・派遣先であるクライアントより「業績が伸び悩んでいるため、人員を増加できない」という話を良く聞く。景気が低迷していることがうかがえる。
悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・需要の低迷、料金値上げ交渉の不調、改正労働者派遣法の使いにくさによる顧客マインドの冷え込み、同一労働同一賃金への抵抗感等々、マイナス要因が多い。