

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	商店街（代表者）	・9月ごろになるとキャンペーンの広告を打ち出すため、自ずと売上が増える。
		乗用車販売店（販売担当）	・質を重視する流れがこのまま進む気配を感じるため、周囲の景気は良くなる。
		通信会社（企画担当）	・官公庁の予算の動きが大きい。公募も取れており、付随する業務も受注が増える。
		観光名所	・福岡で誘致活動を行った成果、客が当地域へ戻りつつある。また新たにパンフレットを改善したことや、HPに随時最新の情報を掲載し続けることも客にとって安心材料になる。
		住宅販売会社（従業員）	・長期固定金利ローンが過去最低金利を更新するなど住宅ローンの金利が低下傾向で、今後も住宅受注は良くなっていく。
やや良くなる		商店街（代表者）	・夏のセールが入るので消費が動くことを期待している。
		商店街（代表者）	・熊本地震により観光業を中心に、来客数が減っている。九州ふっこう割、その他のいろいろな施策で来客数は増える。それに伴い全体の景気も少しは良くなる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・熊本地震後、この状況が1～2年は続くと思われる。生花販売にとって、夏になるが新規オープン店のお祝いの需要も多く、これからも建て替えなど新しくなっていくので、悪くはない。
		百貨店（企画）	・夏休みまで熊本地震特需によるプラス効果が期待できそうであるが、9月以降は風評被害も沈静化され、ある程度現状維持が見込めそうである。しかし、世界経済の悪化による影響については想定できない。
		スーパー（店長）	・熊本地震により競合店が3店舗閉店しているため、新規の客、購買点数も増えており、今後半年間は前年比150%位の売上が見込まれる。
		スーパー（統括者）	・政府が景気対策を打ち出したので少しは良くなる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・近くのスーパーマーケットが熊本地震の影響でまだオープンに至っていないが、そこがオープンするまでは現状が続く。2～3か月後になるがオープンしてからの動きに注目する。現状、前年比でソフトドリンク、弁当及び日用雑貨も増えていく。
		家電量販店（総務担当）	・話題になる家電製品も増えてきて、来客数の増加が見込まれる。
		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）	・今年度、特にゴールデンウィークあたりから、客の来館、購買意欲が緩やかではあるものの、継続して上昇傾向である。
		観光ホテル（総務）	・少しずつだが、熊本地震からの復興が進んでおり、熊本地震前の普通の経済活動に戻ることを期待している。
		旅行代理店（従業員）	・9月までは九州ふっこう割の販売期間となっており、宿泊施設に空きがあれば、今後の伸びも期待でき、旅行需要の機運が高まる。
		旅行代理店（企画）	・熊本地震の影響も落ち着き、旅行需要が増える秋口からの申込増を期待する。
		タクシー運転手	・円高株安等不安材料が大きいにもかかわらず、夜の繁華街もかなり活気を取り戻しており、当地における景気はしばらく安定する。
		タクシー運転手	・国の大型補正予算が成立したのでその効果に期待したい。
		通信会社（営業担当）	・業種の関係で電力自由化の動きが周辺に影響を与えている。
通信会社（営業）	・8月の閑散期は市場の動きが鈍く、9月より異動の時期を迎え、モノ、カネが動き出す。		
変わらない		商店街（代表者）	・高温で残暑が続く予報が出ているが、これといったヒット商品もなく手探り状態が続く。
		商店街（代表者）	・熊本地震による影響は、これからである。生活必需品の需要はあるが、それ以外の文化面的な物へは、購買意欲が少ない。
		商店街（代表者）	・商店街で商売をしていく難しさを痛感しているが、店頭売上高減をインターネット通販で確保し、むしろ通販での売上高増を達成している。
		商店街（代表者）	・ほとんどの客が年金受給者で特別な収入がなく、年金が増えないと苦慮している。しかも引かれるものが増えていき、そのため蓄えがあっても消費しない。
		商店街（代表者）	・今の状態が続く。町内を含め商店街も地域活性化のために、売上向上できるように一生懸命頑張っている。

一般小売店〔青果〕 (店長)	・ 昨年の資料をみると、なかなか気温も下がらず、購買意欲も上がらず、野菜の高騰も続き、マイナス材料が多かったのが今年もそうなる。
一般小売店〔鮮魚〕 (店員)	・ 少し涼しくなると、客の動きもよくなるが、早く秋になって魚もたくさん捕れると良い。
一般小売店〔精肉〕 (店員)	・ 景気変動の要因が見当たらない。
百貨店(営業担当)	・ お中元ギフトは、6月は好スタートしたが、7月に入り店頭で購入顧客数と数量が減少している。一方、店舗外でのお中元ギフト購買客数、商品数が増加している。また商品単価がややアップしているが数量が減少し、お届けの絞込みが進んでいる。また、クレジット催事への反応も鈍く部門でばらつきはあるが新規会員獲得数が鈍っている。
百貨店(営業担当)	・ 動員増は継続しており、今後も年内は続く。
百貨店(業務担当)	・ まだまだ生活に必要な物しか動きが見えない。今後、復旧が進めば、客の生活が落ち着き動きが出てくるかもしれないが、大きく改善する動きにはならない。
百貨店(マネージャー)	・ 円高株安基調はまだまだ抜け切れておらず、宝飾や時計等高額品の売上やインパウンド需要については、今後持ち直していく予測が立てにくい。
百貨店(売場担当)	・ ここにきて客単価が下がってきた。今月の入店客数は増えており、どちらかというとも購買数量が上がってきているが客単価が落ちている。市況等を考えると3か月後も変わらない。昨年のプレミアム付商品券の反動の落ち込みは少ない。中元需要がある。
スーパー(経営者)	・ 将来への不透明感がある。
スーパー(店長)	・ これから夏本番になり季節商材の売行きが前年と変わらない。中元需要もこれからだが売上の伸びは考えられない。
スーパー(店長)	・ 今後も競合店の出店があり競争は避けられない。これからは生鮮を強化し、価格以外の差別化をはかりながら売上、客数の増加に努める。
スーパー(店長)	・ 食料品は依然として堅調だが、衣料品・暮らしの品が天候により左右されている。
スーパー(総務担当)	・ 客の買物頻度、客単価等にあまり変化はなく売れ筋の価格帯などにも変化がみられない。
コンビニ(経営者)	・ インパウンドの客も少なくなり、そういった特殊な事情も今後は発生しない。変わる理由、良くなる理由が見当たらない。
コンビニ(エリア担当)	・ 3か月後も厳しい状況が続く。
コンビニ(販売促進担当)	・ 販売量は大きく変わらない。石油や原材料も現在の為替の状況であるなら、前年よりも低い状態が続く。
衣料品専門店(店長)	・ 先月末～今月にかけての客の消費意欲向上が本格的なのか、それとも一時的なのかはまだわからない。景気の状態は8月のお盆商戦の動向を見てみたい。
衣料品専門店(店員)	・ 固定客の来店に支えられているが、フリー客の客離れが止まらない。客は価格にとてもシビアになっている。
衣料品専門店(総務担当)	・ 商業施設間における競争関係の劣位は回復する見込みがない。
衣料品専門店(取締役)	・ 東京都知事選挙をみて女性が総活躍できるような環境を整えていけるのであれば希望はあると感じた。しかし、依然として組織体制のなかで国民に対する思いのある政治がなされていない。そのなかで景気が良くなる様子はうかがえない。
家電量販店(店員)	・ オリンピックまで1週間を切ったが、だからといって大型テレビが売れるということはない。思ったより売れていない。家電量販店に来るメーカーの営業の元気がない。組織の再編成で退職する人が多く、家電業界全体の元気がない。
家電量販店(店員)	・ 暖冬、それに伴う反動買いが終わり、これからオリンピックに向けてAV機器の購入があると思っていたが、買いたい人はすでに買っていた。今の状況は変わらない。
乗用車販売店(総務担当)	・ 新型車の発売は年末までない。新車売上の伸びは期待できないので、それ以外の中古車販売と車検点検の売上を伸ばしていく必要がある。
乗用車販売店(代表)	・ 変わらない。
その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	・ お中元時季でもあり、前年比横ばいで推移している。今後は天候に左右される面もあるが、固定客は変わらず前年と同じ動きになる。
ドラッグストア(部長)	・ 7月の後半になるにつれて売上は回復基調にあるが、これ以上の伸びを期待できる要素が見当たらない。

その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	・今年の夏は猛暑が予想されており、燃料油の販売量は前年並みが十分見込める。9月の大型連休においては長期連休が取りにくく、近隣から当地を訪問する観光客が増加し、当地での消費増に期待したい。	
その他専門店 [書籍] (代表)	・アベノミクスの失敗による生活防衛のため、買い控えが広がっている。	
その他小売の動向を把握できる者 [土産卸売] (従業員)	・夏休みに入り人の動きも活発になってきたが、地震の影響なのか商品の動きが悪く、一部の商品しか売れていない。商品の販売に手ごたえを感じない。	
その他小売 [ショッピングセンター] (広報担当)	・猛暑による消費の活気も次第に薄れ、通常の消費行動に戻る。インバウンドの動きも一服感があり、お盆の帰省に期待している。	
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)	・海外個人旅行者は少しずつ回復基調にあるが、秋までは掛かる。海外客の客単価減の傾向は変わらない。	
高級レストラン (経営者)	・予約状況がまだ鈍く、先行きが読めない。7月は参議院選挙があり会社関係が動かなくなり影響を受けた。それに比べると2～3か月先は少しは良くなっていると期待している。	
高級レストラン (専務)	・選挙があるとうちでも飲食店は宴会が少なくなるので、県知事選挙、参議院選挙、東京都知事選挙が終わって、これからを期待している。ただ8～9月はまだまだわからない。	
高級レストラン (支配人)	・予約状況等見る限り変わらない。	
一般レストラン (経営者)	・予約数も前年より少なく、来店者も多くない上に景気の良い話が聞こえてこない。	
一般レストラン (スタッフ)	・熊本地震の影響はまだまだ続いている。	
居酒屋 (経営者)	・良くなってほしいが、周りの店舗や業者に聞いても良い話がない。	
観光型ホテル (スタッフ)	・夏休みに入り宿泊の予約増を期待している。	
都市型ホテル (販売担当)	・婚礼宴会利用について8～9月は閑散期に入るため、あまり期待できない。	
都市型ホテル (スタッフ)	・繁忙期に入ったにもかかわらず、宿泊稼働が上がってこない。	
都市型ホテル (副支配人)	・全体的には良くないが駅周辺については2～3か月後も予約が入っており、以前より客が増えている。	
タクシー運転手	・昼間の予約状況は大変良い。夜の繁華街の動きが少しずつ良くなっている。	
タクシー運転手	・夏休みに入ってもタクシーの利用が少なく、これから先も人やタクシーの動きが読めない。	
ゴルフ場 (従業員)	・9月末～10月にかけて行楽シーズンの到来に期待しているが、なかなか前年並みの予約数が入らない。地方でプレミアム付商品券を発行しており、昨年はその利用が多かったが、今年は地方でプレミアム付商品券自体の購買の低下もあり、なかなか所得増が見込めない。娯楽費を削るということでは厳しい業界である。良い材料が見当たらない。	
競輪場 (職員)	・販売総額に伸びがみられず、今後も伸びを見込めない。	
競馬場 (職員)	・現状で変わる要素が見当たらない。	
理容室 (経営者)	・暑くなってきたので客が来店するが、2～3か月先は涼しくなり来店サイクルが少し伸びるケースが多くなる。	
美容室 (店長)	・家の周辺も店の客層も年金生活者が多くなっているため景気は変わらない。	
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)	・介護人材確保については、この1～2年、急激に厳しくなっており、その傾向は今後も継続し、顧客需要に対して供給側が対応できない状況となっている。	
設計事務所 (代表)	・良くなる材料がない。	
住宅販売会社 (代表)	・基本的な変化はないが、何かきっかけがないと変わらない。補助金や施設優遇等が関係している。	
やや悪くなる	一般小売店 [茶] (販売・事務)	・消費者の財布のひもは相変わらず固く、ギフトも数少なくなってきた。節約は変わらない。今後3か月は更に厳しくなる。
	百貨店 (営業担当)	・中国における経済減速によりマーケットが大きく後退したが、影響は3か月先に顕著に現れる。現在インバウンドが非常に厳しい状況であり、英国のEU離脱問題についても為替、株価等を考えると、今から3か月先はその辺りに引張られる可能性があり、实体经济への影響は今から出てくるのではないかと非常に大きな懸念を持っている。

	百貨店（販売促進担当）	・英国のEU離脱問題等、景気が良くなる見通しが立たない。	
	百貨店（営業統括）	・商品売上の動向を見ると、主力の衣料品売上が厳しい。また、円高株安で、高額品の売上も厳しくなる。	
	百貨店（店舗事業計画部）	・競合環境の変化により当店が受けたメリットが薄れる時季に入り入店の伸びが鈍る。また9月の大型連休、10月は大きな商戦のない端境期となり、残暑が長引く長期予報も踏まえると秋ものの動きも当初は鈍そうな見込みである。	
	百貨店（経営企画担当）	・7月のセールの売上は前年並みから若干上回る状況で推移しており、客の価格志向が強い。中元需要は前年から下げ止まり傾向にあり、本年も堅調に推移しているが、婦人服を中心とした衣料品等は今後も厳しい見通しである。	
	コンビニ（店長）	・国際的政情不安が募る。	
	衣料品専門店（店長）	・なんとなく周りの雰囲気がよどんでいる。先の景気も読めない。	
	家電量販店（従業員）	・涼しくなるにつれて冷房器具の需要が減る。	
	住関連専門店（経営者）	・衆議院の補欠選挙が10月に決まり、同業者との話でも書籍の売上げは下がるという。また、景気の底打ち感はない。	
	スナック（経営者）	・オリンピックが始まり、家で過ごす時間がより増加し、外食機会は減少する。	
	観光型ホテル（専務）	・個人客は動いているが団体の予約が非常に悪い。	
	音楽教室（管理担当）	・秋になり転勤族の異動が多くなり、生徒が少しずつ他の方面へ動いていく。	
	設計事務所（所長）	・現在の来客数が少ないので2～3か月先もやや悪い。	
	住宅販売会社（従業員）	・熊本地震の影響により国内外から九州への観光客が減っている。九州ふっこう割などかなりテコ入れはされているが、中国や東南アジアからの旅行客が歴然と減っており、小売業、観光業にはかなりの痛手である。景気が良い業界も悪い業界もあるが全体的には悪くなっていく。	
	悪くなる	その他専門店〔書籍〕（副店長）	・駅内にある系列店の売上も下降気味のため、今まで懸念していた駅側への商圏の移動は落ち着いたようだ。業界自体の縮小スピードが早くなっている。
企業 動向 関連 (九州)	良くなる	-	-
	やや良くなる	農林水産業（営業）	・全体的に見ればマイナス要素が少なくなるので上向きになる。
		化学工業（総務担当）	・10月以降は需要期に入る。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・参議院選挙絡みと陶器市の後の夏場ということもあり受注も少ない。今が最低である。これから秋口に向かっていくような企画もあるので良くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・受注量、販売量は落ち込んでおり、特に受注量は2～3か月前と比べ極端に減少している。他方、今後の着工予定分等が数多くあり、今後受注量は回復する。懸念は人手不足で資材の手配が遅れたり、計画が延期されることである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・金属加工部門では今後の受注状況を見守る。設備製作部門では引き合いが増えており、今後の受注量には期待が持てる。
		電気機械器具製造業（取締役）	・製品の取り組みなどにおいてAI、IoT等を絡めた動きが発生している。手前の動向だけでなく将来への投資を行おうという意欲が出てきている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・熊本地震後、分散生産を行っていたが8月末を目処に震災前の状況に戻る予定である。得意先の生産量も増加傾向である。
		建設業（従業員）	・見積案件も多く、受注にも結びついている。見積も多いのでこれからも受注できるようにしていけば、良くなる。
		金融業（調査担当）	・当地区を始めとした不動産開発需要に期待する。
	金融業（営業）	・ものづくり補助金を利用した設備投資や工場の新設及び増設の話やアパート投資等の話が出てきた。いずれも年末から半年先の話だが、設備投資のけん引により景気が上向いてくる。	
	変わらない	農林水産業（経営者）	・8月はお盆前需要やギフト商戦もあり、ある程度は期待できる。梅雨も明け、暑い夏で居酒屋、スーパー等期待できる。冷凍食品メーカー向けはお盆や夏休みで例年落ち込む月であるがやむを得ない。9月に入ると年末需要対応で引き合いが出てくる。現状も安定しているため8～10月は期待している。
		繊維工業（営業担当）	・すぐに結果が出る産業ではないので、とにかく人員を増やして生産量を地道に増やしていく。
		家具製造業（従業員）	・今の景気状況を上向きにするほどのインパクトのある対策は打ち出していない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・問い合わせ等の量から判断した。

	精密機械器具製造業（従業員）	・この先の生産計画が出ているが、今のところ、出荷計画等変わらない状況である。	
	建設業（社員）	・知事選挙があり新しい知事になり、公共工事の予算を削減されるのではないかと危惧している。当初の予算があるのでそこまでは心配していないが、今後が非常に心配である。官公庁は上半期80%の達成に向けてもっと発注して欲しい。	
	輸送業（総務担当）	・物量増とはいえ、短期的なことに落ち着く。金融機関が貸出先に困るほど、国内での設備投資態度が低調であることから長期的に良くはならない。	
	通信業（職員）	・全体の業績は堅調に推移しているが、省エネ関連工事は四半期の受注目標をショートした。この状況は当面続く。	
	通信業（経理担当）	・IT関連の受注量において当面は、現状で推移する。	
	金融業（従業員）	・好転する材料も見当たらず、悪化する材料も見当たらないことから、今の経済状況が現状のまま持続する。	
	金融業（従業員）	・新規求人数の増加が持続するなど、労働需給は改善傾向にある。また、熊本地震の復旧工事もあり、公共工事が増加に転じてきている。反面、訪日外国人を含め観光客が大幅に落ち込み、個人消費は伸び悩んでいる。	
	金融業（得意先担当）	・景況感に大きな変化はみられない。一方、好調な九州ふっこう割による景気浮揚を期待する声が多い。今後の動向を見守る。	
	金融業（営業担当）	・全体的に人手不足による人件費の負担が企業収益を圧迫し、当面景気は良くなる見込みはない。	
	不動産業（従業員）	・ホテル部門の稼働率が横ばいに推移しており、今後も継続する。	
	新聞社〔広告〕（担当者）	・九州ふっこう割に関連して、旅行商品や自治体の広告出稿が活発になる見込みで、若干上向きになる。	
	広告代理店（従業員）	・7月の新聞折込枚数は、前年同月比89%と11ポイントの減少となっている。熊本地震以後政府の復興支援対策で観光面はにぎわいを見せ始めたが、消費生活の活性化はまだまだである。地元企業の販促費が増加しないように閉塞感が重苦しく漂っている。	
	経営コンサルタント	・こちらから客への働きかけを工夫しない限り大きな変化は望めない。大きな課題である。	
	経営コンサルタント（社員）	・客数が1割減である。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・問い合わせ件数に変化がない。	
	その他サービス業〔物産リース〕（支社長）	・特別なイベントもなく、現状と変わらない。九州ふっこう割が発売され、当県の景気が良くなって欲しい。取引先からの返済猶予等の相談はない。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・九州の農作物は冬春がメインで、夏場については水稲と土作りがメインになるので、物はほとんど動かない。そのため、景気としては流通が止まるのでやや悪くなる。その分、観光で良い方向に推移するかもしれないが、熊本地震の影響もある。	
	金属製品製造業（事業統括）	・客先の受注残は大きく減少しており、第2四半期の売上見込みは厳しい。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・良くなる要因が全くない。株安、為替、英国のEU離脱問題、中国の問題、どれを取っても良くなる要素がないので米国頼みだが、米国も今は経済よりも大統領選挙優先であり、動きが非常に悪い。世界的な傾向なので日本だけが特別良くなることはない。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	・一時相場が持ち直したものの、円高につられて下落傾向である。客の生産量を見ても減少が継続している。金、原油等も下落予想が出ている。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村のプロポーザルによる業務委託の発注は、終了に近づいており、時期的に区切りがついている状況で、新たな発注は少なくなってきている。このため、これまで業務を受注できていない中小規模の会社は、新規の業務の受注が難しいことから、景気は悪くなる。	
悪くなる	-	-	
雇用 関連	良くなる	-	
(九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・最近、社員教育の依頼が増えてきている。企業が人員育成に目を向け始めたのは余力ができてきたからだと見える。
		職業安定所（職員）	・事業所訪問の結果、秋口から年末にかけて、熊本地震復興事業関連の仕事が増えてくと回答した企業が、建設業や製造業のなかでいくつかあった。
		民間職業紹介機関（社員）	・熊本は復興特需で終わるか長期的になるか不明だが、月を追うごとに少しずつ求人が増加傾向である。

変わらない	人材派遣会社（社員）	・労働契約法改正や労働者派遣法改正の影響が出始める2018年までにはまだ時期がある。
	人材派遣会社（社員）	・お中元の仕事も終わり、落ち着く時期である。下期に向けて入替えがあれば依頼があるかもしれないが、自社調整をする企業も出てきているので、見込めない。
	人材派遣会社（社員）	・派遣期間の更新確認が多い月にあたるため、求人数、求職者数ともに変動があるが、求人数が増加しても求職者との条件が合わず、契約確定までに時間を要する場合があります、景気状況としてみると変動は少ない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・引き続き、外国客船の寄港が順調で、夏休みに入りアジアからの観光客が商業施設、観光施設にあふれている。また熊本地震の復興支援もあり、悪くなる状況はない。
	職業安定所（所長）	・求職者が減り、新規求人が増える傾向は当面変わらない。
	職業安定所（職員）	・被災した事業所が復旧している段階ではあるが、全体として良くなるとまでは言えない。
	職業安定所（職業紹介）	・一部には弱さも見られるが、全体的には有効求人倍率が今後も高い水準で推移する。新規高卒求人も増加傾向にある。
やや悪くなる	学校〔大学〕（就職支援業務）	・各企業は順調に採用活動を行っており、採用活動も落ち着きを見せているが、景気そのものと関係があるとは明言できない。
	人材派遣会社（社員）	・求人数の回復基調がみえず、どちらかという採用を手控えている。
	人材派遣会社（社員）	・下期に向けて、新規の需要なく、産休代替・育児休業など限定的な活用になる。
悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・世界経済情勢に影響される。
	民間職業紹介機関（支店長）	・一般労働者派遣の求人が伸びない。