

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)		乗用車販売店（販売担当）	・このまま購入までの検討時間の短縮が続けば、販売量は増え、景気は良くなる。
		百貨店（営業担当）	・店舗の売上伸長率が上昇している。衣料品は苦戦が続くが、紳士婦人雑貨や化粧品等は堅調である。新規ブランドや欲しい商品等、必需品、生活を豊かにする商品は高額でも購入する。客の自家需要への購買意欲は続いている。
		百貨店（販売促進担当）	・新生活スタートにより、来店客数は増えるため、景気が少し良くなると予測される。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・熊本地震の影響で例年よりも年賀はがきや印刷の客が減っている。おせちの予約は例年より若干増えているので景気が回復していく。気候にもよるが期待できそうである。
		家電量販店（店員）	・家電は生活必需品であるが、店舗に足を向かわせる何かがあれば景気は良くなる。冬らしくない天候で客足が鈍いが、この先のどこかでプラスになることもあり得る。
		家電量販店（店員）	・前年同時期よりも人員が2人少ないが、実績は前年を上回っていることから、すごく良くなっている。米国次期大統領の就任に根拠のない期待感がある。今後悪くなることはなく良くなっていく。
		家電量販店（従業員）	・年末年始で家電の買換えが増える。
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	・3月は新学期前で販売量が上がるため、若干好転する。
		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）	・インバウンドの影響が一回りするため、来年5月くらいから前年比は良くなる。
		通信会社（企画担当）	・年度末の駆け込みと、新年度の受注見込みの相談件数は例年より多く、今月よりさらに忙しくなる。
		通信会社（営業担当）	・当社サービス販売の起爆剤になる事業が1月にスタートすることもあり、年度末までは景気の良い話が多くなりそうである。
		美容室（経営者）	・2～3月の春先になると美容業界が活気付いてくる。米国の大統領も代わるので、それに合わせた、抜本的な景気刺激策をお願いしたい。
		商店街（代表者）	・商店街全体を見ても、景気が良いという声は聞こえてこないが、空き店舗も増えてはいない。良くもなく、これ以上悪くもならないという状況である。
		商店街（代表者）	・年明けの冬物処分バーゲンに入っても消費が勢いづく背景は何もなく、厳しい情勢は変わらない。
		商店街（代表者）	・衣料品の買物客にも格差がみられる。飲食店はほぼ横ばいである。
		商店街（代表者）	・入ってくるお金がないと使わないが、入ってきても貯金するというのが今の考え方になっている。なるべく節約し、我慢できるものは我慢するという流れである。1番の要因は収入が増えないということである。
		商店街（代表者）	・先行きは全く不透明である。
		商店街（代表者）	・年末商戦が悪いので1～2月のセールに向かって売上が増加する要因が見つからない。こういった状況が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・何か良い材料がないか探すが、なかなか難しい。恐らく年末で商売をやめる人が、結構な数出ると予想される。小売自体が、スーパーなどを含めても、厳しい状況になっている。魚が少ないことと、その割に魚価が上がらないことが要因である。
		百貨店（営業担当）	・1月の米国の次期大統領就任を受けて、日本のマーケットがどう反応し、それが個人消費にどう反映されるのか不透明感が強い。現状、不透明感が消費が伸び悩む原因となっている。
	百貨店（店舗事業計画部）	・春先まではバレンタイン・ホワイトデーや新生活準備等、百貨店を利用する機会はそこそこあるのでにぎわいは保たれる。	
	百貨店（営業統括）	・株価は高騰しているものの、地方都市での消費者の購買意欲は、先行きの生活不安もあり厳しい。	
	百貨店（業務担当）	・ギフト期が過ぎて、衣料品を中心とした冬物処分の時期になってくると状況はわからない。衣料品についての客の購買欲はやはり弱いままである。	
	百貨店（マネージャー）	・高額品消費の戻りが明るい兆しではあるが、依然として来店客数が前年を下回ることが多く、この先も大きな不安材料がある。	

百貨店（経営企画担当）	・価格志向の強まりと気候の影響により、衣料品の販売低迷傾向が続いている。
百貨店（売場担当）	・弊社と関連4店舗は、11月ごろから若干回復の兆しが見えており、12月は小康状態である。関連の4店舗は、前年の大雪の反動で1月は良くなる。入店客数の減少が懸念材料である。
百貨店（企画）	・外的要因も一部に見受けられるが、これまでボリュームで扱っていた衣料品が売れなくなってきている。客の求める物と提供する物のギャップが縮まらない。
スーパー（店長）	・経済の先行きが不透明な中、客の購買意欲は上向かない。競合店の出店、改装等で競争環境も厳しくなり、価格を含めて厳しい戦いが続く。
スーパー（店長）	・熊本地震後、閉店していたスーパーマーケットが全店回復して前年と変わらない状況になっており、この先も状況は変わらない。ギフトは熊本地震後もまだまだ需要があり前年比157%で推移している。
スーパー（店長）	・冬物商材の動きが今一つだった。冬物商材の動きが良くなってほしいが年明けは厳しい。
スーパー（経理担当）	・競合店が出店していない店舗は売上についてもそこそこ維持できている。今後もこの傾向が続く。
スーパー（統括者）	・給与や賞与が若干増えているが消費に回すことが少ない。
衣料品専門店（店長）	・日中の来街者数が相変わらず少ない。販売促進イベントを行っているにもかかわらず客の出足が悪い。
衣料品専門店（総務担当）	・若干好転の兆しが見られるが、肌感覚で今後さらに好転することはない。
衣料品専門店（取締役）	・政治や経済的には何も変わらず影響はない。ただ3月は新しい季節の始まりであり、ファッション業界としてはワクワク感を盛り上げるような仕掛けをするといった企業努力をする。
家電量販店（総務担当）	・家電業界は天候や気温に大きく左右されるため、他の商品で補うのが難しい。
乗用車販売店（総務担当）	・当分は新型車効果が続く。来店客数、受注件数が伸び、計画通りの売上が確保できる。年度末までは好調を維持できる。
乗用車販売店（代表）	・変わる様な気がしない。熊本地震後、建築、土木関係の方たちは良いようだ。
住関連専門店（経営者）	・毎月の販売促進には波があるが最近は良好である。初売り後、2～3月はセールの予定がなく、米国次期大統領の考え方やTPPの問題により客も買物に慎重になっており、景気の先行きが不透明である。
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・コーヒー業界では12月は繁忙期であるが、12月に買いそろえるため、その後の売上は減少する。年間を通して恒常的に起こることである。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・アベノミクスの失敗、年金の不安、消費税増税など、生活の先行きが不安になることばかりでは購買意欲がかき立てられないため、変わらない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・客からボーナスが支給されたとの話を聞くものの、支給額は前年並みとの声が多い。当店に対する消費も前年並みである。1月下旬～2月上旬にかけて、当地にてフェスティバルの開催が予定されているので、観光客が増加する。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・仕事始めが1月4日のため、年末年始休暇が短くなった。そのため、売上に期待できない。1～3月は天気によって左右されやすく、景気判断ができない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費環境が良くなる要因がない。
一般レストラン（経営者）	・1月の予約状況が芳しくない。これからの様子をうかがう。
観光型ホテル（専務）	・景気は地震などの不可抗力で左右されることを痛感しており、3か月先は全く読めない。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約も順調に入っており、前年よりも売上実績が増える。
都市型ホテル（副支配人）	・2～3月は例年どおり受験の団体、試験関係及びコンサート等が入っている。
旅行代理店（従業員）	・第4四半期の予約のピークを過ぎても、集客が思うように伸びていない。Web予約への移行が急激に加速している。
旅行代理店（企画）	・旅行自体の購買意欲は下がっていないが、店舗に足を運ぶ客が減少してきている。
タクシー運転手	・会社関係の人の話では、会社の動きが良く、県外からの出張が増加し、ホテルの稼働率が上がっているとのことである。

	タクシー運転手	・人の動きが変わってきているので、1月に期待したい。
	ゴルフ場（従業員）	・正月明けはゴルフシーズンに入っているが2～3か月先の予約が前年比を割っており厳しい状態である。そういった中で、特に香港・台湾をはじめとするインバウンドが少しずつ増えており前年比で2～3割良くなっている。このまま半年くらいは続く。客単価を上げるためにいろいろな工夫をし、客を増やすことを考えている。
	競馬場（職員）	・今年は1年を通じて好調な売行きであったが、今後しばらく変化の兆しが見当たらない。
	理容室（経営者）	・今月は業界的には良いが、1～2月は極端に落ちるので決して良くなっているとは言えない。3～4月になると、卒業・入学で少しは良くなる。
	美容室（店長）	・今月のように売上が良くなれば良いがこの先良くならない。
	設計事務所（所長）	・年度内は今のままで推移しそうだが、世界情勢によって左右されそうである。
	住宅販売会社（従業員）	・客の消費欲が減退している。全般的に景気が良いと言われているが、住宅に波及しているかは疑問がある。条件の良い物件は売れているが、一部の人のみが儲かっているという状況である。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン金利が若干上昇傾向にあるが、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス支援事業公募もあり景気状況は変わらず維持する。
	商店街（代表者）	・大型店の販売促進の影響は今後も続く。
	商店街（代表者）	・年末年始で客はかなり出費している。さらに3月末から4月にかけて成人式、卒業式、入学式、就職等、大きな出費があるので、それまで売上は伸び悩む。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・1～2月は花を買う人が減るので売上は減るが、春からは回復する。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・冬の時期ならば売上が向上するところだが、これから先は現状維持できればいいほうである。景気回復と同時に個人消費が伸びていくことを期待したい。
	スーパー（店長）	・クリスマス等の行事商品は客数が戻っているが、1～2月には冷え込みが予想される。
	コンビニ（経営者）	・消費マインドが急速に冷え込んできた。
	コンビニ（エリア担当）	・公共料金の値上げ等で、食料品への購入配分に影響している。人手不足が運営に大きく響いており厳しい状況が続く。
	衣料品専門店（店員）	・年末セールが落ち着いたので、消費は落ち込む。
	高級レストラン（経営者）	・1～2月の予約状況は芳しくない。景気が良くなっているとは感じない。特に2月は閑散期になり、こういった月に大きな宴会を入れてもらえるように努力したいが、景気自体の先行きは不安である。
	高級レストラン（支配人）	・2～3か月先の予約状況があまり芳しくない。
	観光ホテル（総務）	・九州ふっこう割が12月で終了する。熊本地震の影響でインバウンドは大きく落ち込んでおり、春節も前年と比べると期待は薄い。
	都市型ホテル（販売担当）	・現在は前年比をクリアしているが、2～3月は閑散期の為、今後の伸び率はあまり期待できそうにない。
	タクシー運転手	・県内大手造船企業が今後どのようになっていくかで、かなり悪い状況になっていく。
	タクシー運転手	・今月のような活気を維持することはとても難しい。季節変動にもよるがやや悪くなる。
	観光名所（従業員）	・閑散期に入り来客数が減る。どうやって県内外の客を来町させるか検討している。
	競輪場（職員）	・業界全体の前年度比がマイナスになる。
	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）	・平成30年4月の介護報酬改定に向けた議論の中で、減収となる要素しか想定できず、中長期的には厳しい経営環境が継続する。
×	商店街（代表者）	・年末商戦が終わり、しばらく減少傾向になる。
×	衣料品専門店（店長）	・政治の混乱もあり、先が読めない時代になっている。したがって、景気もなかなか先が読めない。
×	高級レストラン（専務）	・九州ふっこう割などで12月までは客数が増えていたが来月からは目立った施策もなく、このまま景気が良くなる環境ではない。
×	スナック（経営者）	・飲食店にとって秋から年末にかけては繁忙期だが今年は全く振るわない。先月も今月も前年度を割り込み、年明け以降不安である。
×	音楽教室（管理担当）	・3学期になると受験期になり勉強に力を入れるので、稽古ごとを控える。

企業 動向 関連 (九州)		
	繊維工業（営業担当）	・ 仕事を選べる環境になってきたので、景気的には良くなっている。
	家具製造業（従業員）	・ ホテル用家具需要、商業施設向け家具需要が増えている。2020年までに完成する予定の商業施設は関東を中心に増えている。家具メーカーも関東の売上で地方のマイナスを補い、全体ではややプラスである。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ 年度末への需要が増加している。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ 12月の受注は厳しかったが、例年の春先から比べると良くなる。円安で輸出商品が若干伸びている。計画的な生産ができることを期待している。
	鉄鋼業（経営者）	・ 現時点の受注量には一服感があるが、春先から着工となる建築物件の商談が控えており、原料価格の上昇が止まらない中で商談となるので販売価格の改善に最善を尽くしている。その結果、少しずつ市況が改善してきている。
	金属製品製造業（事業統括）	・ 円安による株価の高騰で、投資の拡大が見込める。耐震補強及び老朽施設の建て替えもある。
	一般機械器具製造業（経営者）	・ 世界経済の悪い面が相当出し尽くされ、客もそれを見極めて対策を練っている。懸念していた米国の状況は、初めに比べるとやや持ち直している。客もそれなりの動きがあり、数字がそろそろ上がってくる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・ 備設計製作部門で動きが出だした。引き合いが多く、忙しくなる。
	電気機械器具製造業（取締役）	・ 工場の増設等の投資意欲が出てきた。
	金融業（従業員）	・ 2月になるとプロ野球及びサッカーのキャンプシーズンに向かうので、宿泊業者、それに伴う観光業、小売業も若干良くなるのではないかと見ている。
	金融業（従業員）	・ コンビニエンスストアやファーストフード店の売上が好調なほか、公共工事が大型案件の増加で持ち直してきている。また、雇用面では有効求人倍率が過去最高水準に達しているなど、労働需給が順調に改善してきている。
	金融業（営業担当）	・ 中小企業において小売業を除き、売上は前年比増加している企業が大半である。米国も経済面において不安要素が見受けられないこともあり、やや良くなる。
	金融業（調査担当）	・ インバウンド等、個人消費は順調である。輸出が伸びれば企業の業績アップに期待が持てる。
	その他サービス業〔物 品リース〕（支社長）	・ 今のところ情報量は少ないが、年度末なので多少投資情報は入手できる。
	農林水産業（経営者）	・ 1～2月は例年1年の中で最も厳しい月である。今まで好調であったため、鳥が供給過剰になっており、さらに需要期と重なり相場がかなり下落する。3月は行楽シーズンや異動時期のため、かなり落ち着いてくるが、全体的に供給過剰で価格は大きく下落する。
	農林水産業（従業員）	・ 市況の傾向をみると、10年ほど前の市況と似ており、その時は、稼ぎ時の3月に市況が上向かなかったこともあり、この高値安定がシーズン後半の3～6月に影響するの不安な部分がある。1月は全体的に出荷量が減るため、単価が高くならなければ農業者への影響は大きい。
	食料品製造業（経営者）	・ 市場調査をしっかりとっているメーカーは売上増も期待できる。
	化学工業（総務担当）	・ 世界経済の先行きが不透明であり、予測がつかない。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・ 下期生産計画に対し現時点で大きな変化もなく推移していく。
その他製造業（産業廃物処理業）	・ 今のところ、これといって伸びる要素もなく今すぐ変化はない。なんとか円安効果で市場価格も落ち着いているが、円高になれば極端に暴落する可能性がある。	
建設業（経営者）	・ 米国の次期大統領の動きがはっきりと見えないので良くなるのか悪くなるのか見当がつかない。	
建設業（従業員）	・ 大型物件の見積案件も受注にも結び付いた。これから米国大統領の交代や中国経済など景気はどうなるのかわからないが、あまり変化がない。	
輸送業（従業員）	・ 年度末に客を回ったところ、前年比で1～2月は厳しい状況が続くとのことだった。4月以降は回復したい。	
輸送業（総務担当）	・ 原油価格が上昇してきている。ただでさえ人手不足の運送会社にとって大きな打撃となる。また運賃の値上げを要求されるのではないかと懸念している。人件費や原油価格、ひいては金融機関の利率も上昇しているにもかかわらず、物価は上がっていないため、中小企業の経営は困難なものになってくる。	

	通信業（職員）	・年度末まで受注量の動きに大きな変化はなく、ほぼ目標値になる。
	通信業（経理担当）	・公共投資を含めた国の景気対策に期待するところではあるが、現在、受注に結び付くような大型の計画が見当たらない。
	不動産業（従業員）	・商業施設の売上が横ばいに推移している。
	新聞社〔広告〕（担当者）	・旅行商品の広告は減少傾向が続くため、今後も全体で前年比90%台前半の厳しい状況が続く。
	広告代理店（従業員）	・12月の新聞折込枚数は前年同月比91%と先月の好調さに比べて悪化した。消費マインドは改善傾向にあるが、今月のクリスマス商戦や年末商戦は共に低調だった。市場は円安などを背景に好調だが、新聞折込を支える小売、サービス・通販等流通業には追い風とはなっていない。
	経営コンサルタント（社員）	・急速な変化は見込みめない。コンサルタント業の性格である。
	経営コンサルタント（社員）	・小型店の生き残りのため、業態変更が急ピッチで進んでいるが、間に合っていない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・ホームページのアクセス数や問い合わせ件数、受注件数、どれも大きな変化がない。
	精密機械器具製造業（従業員）	・2～3月の受注計画ではやや落ちるが、予測でしかなく、まだまだわからない。
	建設業（社員）	・大型民間造成工事を受注しているが、技術者が空いていないため、官公庁の入札も辞退している。同業者はそれほど忙しいとは聞かない。繰越工事はまだ発注されておらず、次年度の予算も今年度とあまり変わらない。来年の発注は5月以降になると諦めている業者も多い。
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村における12月の補正予算でも委託業務は少ない。また、国が地方創生で予算化している地域再生計画の交付金についても、1億円を超える事業が想定されているが、準備が間に合わないことなどで利用されるケースも少なく、委託としてコンサルタントに発注されるケースが限られている。発注数や額が少ないので景気は厳しくなると予想される。
	x	-
雇用関連	職業安定所（職員）	・人手不足状態に変化は見られず、新規求職者数は減少の一途である。一方で雇用保険被保険者数は過去最高となっており、今後も大きく変動する要素が見当たらない。
(九州)	人材派遣会社（社員）	・異動や社員不補充の依頼が発生するのではないかと予想されるので、求職者、受注数共に動きがあるような心配がする。
	人材派遣会社（社員）	・時期的に年度末の需要がある。また、大型ショッピングセンターが来春開店するので、接客・販売等の求人が増えてくる。
	人材派遣会社（社員）	・年度末、年度初めを迎える企業の求人数がさらに上昇する。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年も明け、熊本地震からの本格復興へ向けた「復興元年」と位置づけている企業も多く、広告活動もより活発化してきている。購買意欲も活発化する。
	民間職業紹介機関（社員）	・年度末に向け求人依頼が増える。
	民間職業紹介機関（支店長）	・年度下半期に入って、求人数の増加傾向が続いている。また客の採用数も好調に推移する。
	人材派遣会社（社員）	・人手不足感はなく、1～2月に需要が盛り上がることはないと考えられる。
	新聞社〔求人広告〕（社員）	・年末年始に流通が活性化され消費も上がるため、関係業種を中心に新聞出稿は多くあった。1～2月は新聞出稿もやや控え目となることから、例年と特に変わらない状況だと考えられる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末の忘年会などに多数参加し、様々な企業経営者と話したが、悲観材料はなく、明るい姿が目についた。年明けからになりそうだ。
	職業安定所（所長）	・当面、有効求人倍率の高い傾向は変わらない。
	職業安定所（職員）	・新規求人数の前月比が、卸・小売業においてマイナスに転じており、全体でも伸びが鈍化している。
	職業安定所（職業紹介）	・今後も求人数の増加傾向及び求職者の減少傾向は続き、有効求人倍率は高い水準で推移する。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・次年度の企業採用動向に影響される。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・一部の企業においては人材確保に苦慮しているが、景気そのものと現在の求人数の動きが直接関係があるとは明言できない。

	求人情報誌製作会社 (編集者)	・人材の採用が困難になっている。人手不足が企業の業績に影響する。特に地元の中企業が心配である。
x	-	-