

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)		一般小売店〔生花〕（経営者）	・今月に比べ来月はやや落ちるが、歓送迎会等の催しに期待している。
		観光名所（従業員）	・熊本地震から4月で1年経過するが、徐々に交通も元どおりになり客も多くなった。ゴールデンウィークに入るがどの位戻るのが不安でもあり、同時に楽しみでもある。
		百貨店（総務担当）	・前年は熊本地震による買い控えがあったので、その反動が期待できる。
		百貨店（営業統括）	・4月に入り気温上昇と共に、衣料品の動きが活発になる。特に季節商材に動きが出る。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・今月の下旬から来月上旬にかけて花見時季で来店客や売上が増える。例年よりも桜の開花が遅れており、売上の増加も遅れている。4月中旬以降は熊本地震の影響もあり前年割れは仕方がない。
		衣料品専門店（店員）	・夏物実売期に入り、シークレットセールスタート等で来客数も今よりは増える。
		家電量販店（店員）	・家電製品の売上には波があり、特に天候に同調するところがある。冬場は暖冬で客足が鈍かったが、必要なものは必要ということで波がきている。天候についてはよほどのことがない限り若干良くなる。
		家電量販店（店員）	・熊本地震の後、ぜいたくをしない雰囲気由来客数はかなり減った。今年はそういったこともなく前年よりは良くなる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・季節商材が動き出している。
		家電量販店（従業員）	・新生活に向けて家電製品の需要が増える。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・3～4月は異動時期であり、それに伴い新規客と既存客の出入りがあるが前年比で新規客が増加している。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・熊本地震の影響で前年は売上が落ち込んだが、今年は新幹線も通常運行に戻るため期待できる。桜島の噴火も沈静化し観光客も増え、売上増になる。
		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）	・熊本地震の反動が今年はプラスで見込まれ、外国人観光客の客単価は下がっているが、客数は増加している。
		高級レストラン（専務）	・当地では今後いろいろなイベントが重なっており、2～3年先まで行事が多くあるのでそれに期待している。
		通信会社（企画担当）	・把握しているだけでも既に受注増である。
		通信会社（営業）	・催事でアンケートを実施しているが、購買意欲は高い。
		通信会社（営業担当）	・ドラマの撮影効果で、建設や観光に若干ながら波及効果がある。
		商店街（代表者）	・熊本地震以降、商店街全体の通行量が増加したが、顕著な売上の増加は耳にしない。しばらくは、落ち込むことも無いようだが、良くなる要因も見当たらない。低い現状を維持するので精一杯である。
		商店街（代表者）	・人気アニメーションの聖地巡礼の効果で経済が動いた分、活力が湧き、潤いが全体に行き渡る。
		商店街（代表者）	・繁忙期は4月下旬まで続く。5月に入ると企業自体が落ち着き、またゴールデンウィークも入ってくるため、小売り販売業は減少する。
	商店街（代表者）	・大手企業、公務員以外の人たちの生活は非常に厳しい。収入が増えるという報道と実際の感覚との差があり、非常に警戒心が強い。消費に回すお金は毎日食べることで精一杯である。	
	商店街（代表者）	・先行き不透明で予測ができない。	
	商店街（代表者）	・卒業、入学、就職、転職でかなりの出費があり、今月もあまり変わらない状態が続く。	
	商店街（代表者）	・商店街の生鮮市場閉鎖により来客数が減少し、商店街への影響はしばらく続く。	
	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因が全く見当たらず、この状況が続く。	
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・これからの時季、主に売れる魚が少ない。何が売れるのかわからないが、商売を続けたいといけない。	
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・売上が大きく伸びる材料もなく前月と変動なく維持する。大手企業では贈答品も伸びているが、小売業者は期待も薄い。	

百貨店（営業担当）	・外国人旅行客の増加効果は一時的で、地元客の買物の二極化と、自家需要重視の慎重な買物傾向は続いている。また、婦人衣料品の苦戦は続いているが、紳士・婦人雑貨や美術品などの好調は続いている。ホワイトデーでは従来の代理購入に加え夕方の男性来店、宝飾品の単価アップがあった。
百貨店（営業担当）	・将来に対する不安要素が、まだまだ払拭されておらず、可処分所得が増えても貯蓄に回っていく状況が続いていく。
百貨店（販売促進担当）	・高額品や食料品などは堅調だが、主力である衣料品全体が不振である。
百貨店（経営企画担当）	・食料品や化粧品等の日用品の販売は好調な一方、消費者の購買力低下及び、低価格志向の強まりは依然として続いている。
百貨店（業務担当）	・熊本地震から1年が経ち、前年営業できなかった反動増はあるが、客の心理としては、1年前の状況を思い出し、買物に慎重になっている。住居を含めた復旧が中心の客も多く、通常の消費はまだまだ弱い。
百貨店（売場担当）	・衣料品は気温の影響をかなり受けている。来客数が売上に直結している。今月だけで言うと非食品と食品については客単価が前年を上回っているが、購買客数は減っている。市内全店ほぼ前年並み、若しくは若干割れといった状態で推移しており、今後大きく変わる要因はない。
百貨店（マネージャー）	・来客が相変わらず伸び悩んでおり、景気が上向いているという実感がない。インバウンドについても客数は上向いているが、客単価の低下傾向は続いている。
百貨店（店舗事業計画部）	・3月中旬から下旬にかけて気温が上がらなかった分が4月にかけ回復する可能性がある。総合的に傾向は変わらない。
スーパー（店長）	・米国の動向や近隣諸国の動向不安定で、景気回復が見込めない。
スーパー（店長）	・スーパーマーケットもそうだがコンビニエンスストアの出店攻勢が多いため、全体的に売上自体が食われてきている。全体でみると良いのかもしれないが個店でみると厳しい。
スーパー（総務担当）	・来店客数は前年を上回っているが、購入点数、客単価がここ数か月前年を下回っている。
スーパー（総務担当）	・消費者の低価格志向が強くなってきており、ディスカウントストアの出店により客数が減少している。
コンビニ（経営者）	・客の購買の様子を見ていると低迷した状態が続く。
コンビニ（エリア担当）	・インターネット販売が好調で、店舗での販売は減少している。何らかの販売促進で客数増を狙っていかなければ厳しい状況が続く。
衣料品専門店（店長）	・商店街の改装工事終了までは客はほとんど来ない。
衣料品専門店（総務担当）	・景気が良くなる様子が全くない。
家電量販店（総務担当）	・家電製品の需要が落ち込む時期なので、買換え需要しか望めない。
乗用車販売店（総務担当）	・年度末商戦が終了し仕事量は落ち着くが、当面は新型車効果で売上が堅調に推移する。
乗用車販売店（代表）	・変わる気がしない。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・年金不信、アベノミクス失敗、政治の混乱で変わらない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・3月の連休の近郊からの観光客は、前年並みであった。燃料油の小売価格の見通しは不透明であり、ゴールデンウィークに期待したいが、3月の状況からすると前年並みになる。
ドラッグストア（部長）	・特段大きく崩れるような要素もないが、一方で良くなるきっかけになりそうな事柄もない。
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）	・景気回復に向けた材料が少ない。プレミアムフライデーは一定の効果があり売上拡大につながったものの、一時的な効果であるため、景気の起爆剤になるような材料が欲しい。
高級レストラン（経営者）	・予約がいくらか入っている状況を見ると良くなる。
高級レストラン（支配人）	・数か月先の予約状況に大きな変化がない。
一般レストラン（経営者）	・来月の予約も入っており、ゴールデンウィークまではこの調子でいく。
都市型ホテル（販売担当）	・4月の宴席利用は毎年あまり良くない。
都市型ホテル（スタッフ）	・景気浮揚のために策を打つ姿勢が見られない。
旅行代理店（従業員）	・アウトバウンドよりインバウンドが良く、座席確保が厳しい状況が続く、大幅な集客増はやや厳しい。国内旅行は京阪神や、国内の2大テーマパーク方面も伸び悩んでいる。

	タクシー運転手	・人口が減少しているなかで仕事をしているが、こういう状況では売上が増えず所得が増えることもない。
	タクシー運転手	・催物の充実、観光客の増加は続いており、景気の上向き傾向が続く。
	タクシー運転手	・今年はタクシー需要も桜の咲き具合も例年と違う。
	ゴルフ場（従業員）	・ゴールデンウィークの予約が前年ほどではなく、毎年減少傾向である。ゴールデンウィーク明けの平日の予約状況が悪く、プレー代金を下げた企画をしないと客が入らない。工夫をして客を取り込むのも課題である。客の動向として、直前予約の客が多く、団体での先の予約が減ってきている。
	競輪場（職員）	・業界全体の売上の伸びはほぼないが、顕著な下げ傾向もない。
	競馬場（職員）	・現時点で変わる要素が見当たらない。
	理容室（経営者）	・業界的に卒業、入学があり、いくらかは良いが、4月以降は就職や進学で抜けた分が埋まらず、結局良くならない。社会全体が年度替わりの3月は良くて4～5月は落ちるといった状態で厳しい。
	美容室（経営者）	・3月が少しずつ良くなっており、今と変わらない状況が続く。
	美容室（店長）	・景気は変わらないし、2～3か月先も大きな変化はない。
	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）	・4月以降、客数は増えているが、新年度からのさまざまな値上げによる利用控えや、介護保険制度の改正による単価ダウンにより、売上が伸び悩む。
	音楽教室（管理担当）	・今後体験レッスンなどを行うが、どれだけ集まるかはわからない。
	設計事務所（所長）	・米国の政策、英国のEU離脱問題、北朝鮮の問題等の海外の影響がじわじわと出てくるが、地方への影響はもう少し先になる。
	設計事務所（代表）	・良くなる要因がない。
	住宅販売会社（従業員）	・直近の契約や来客数から、現在の状況は続いていく。
	住宅販売会社（従業員）	・年度が替わることや、消費税増税が近づいていることで、一般的に景気はあまり悪くないが、業種によって良い悪いがある。良くなる理由も悪くなる理由もわからないが今後あまり変わらない。
	住宅販売会社（代表）	・消費税増税による駆け込みについて、前回の5%から8%へ消費税増税の時のような勢いはない。このまま駆け込みは起きずに増税を迎え、新築住宅事業に関しては落ちていく。
	商店街（代表者）	・客の動向を見ていると目的買いが終わると他の商品を見ることなく退店する。また、店に来て買わずに帰る客が目立つ。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・3～4か月後には雨季を迎えるが、客の買物回数も減少し、県産野菜も減少し、県外からの野菜が高騰する。横ばい若しくは厳しくなる。
	一般小売店〔精肉〕（店員）	・通常は原材料の相場が下がる時期だが、今年は下らず高止まりしており利益を圧迫する。
	百貨店（営業担当）	・新規競合店の参入が同一地域内で予定されている。
	スーパー（店長）	・先行きの不透明感による客の購買心理は相変わらず冷えた状況が続く。そういった中で競合店の出店計画があり価格を含めた競争が厳しくなる。
	スーパー（店長）	・野菜の相場が下がってきており、前年比104%くらいで推移している。特需により競合店も解禁してきたので現状より悪くなる。
	コンビニ（店長）	・米国の新大統領の影響による景気も、つい最近の株価下落で終わった。
	衣料品専門店（店長）	・はっきりした理由はないがやや悪くなる。
	その他専門店〔書籍〕（副店長）	・近隣に新規で競合店が出店するため、売上が減少する。
	都市型ホテル（副支配人）	・前年は熊本地震の復興支援による需要が非常に高まり単価も上がったが、今年の4～7月はその反動で、減少している。
	通信会社（業務担当）	・繁忙期が過ぎると同時に単価が下がるので、今後の景気はやや下火である。
	設計事務所（所長）	・まとめるべき資料が少なく、現状が続けば3か月先もやや悪い。
×	乗用車販売店（販売担当）	・自動車税制改正によって買い控えがある。
×	スナック（経営者）	・飲食店にとって稼ぎ時である週末の来客数が減少している。特に法人利用の減少が大きい。前年からずっと景気向上の兆しが無い。

企業 動向 関連 (九州)		
	農林水産業（経営者）	・新年度に入り、冷凍食品メーカーの動きが活発化し、原料肉の引き合いも強くなっていく。スーパーマーケットや居酒屋はブラジルの食肉不正で一時的に国産志向が強くなる。遅れている桜の開花も4月には咲き、行楽需要にとって追い風となる。
	農林水産業（営業）	・生産製造状況と輸出入の状況が変化しない限り、しばらくは続く。
	農林水産業（従業者）	・果菜類を中心に、出荷が前倒ししている。果菜類は1年の作付けあたりで出荷できる量が決まっているので、今後5～6月にかけて、需要と供給のバランスが逆転し、高値になる。
	繊維工業（営業担当）	・全体としての景気は微妙なところだが、仕事はあるので上手に受注していく。
	家具製造業（従業者）	・ホテル家具の確定物件が本格化しコントラクト家具(特注家具)は2けたの伸びが予想されるが、一般家具の小売は3月需要期に前年比10%減となった。この伸びと落ち込みを差引きするとやや良くなる。
	鉄鋼業（経営者）	・計画されている多くの建築物件がなかなか具体化せず、販売量や受注量が伸びない。そのため販売価格も伸び悩んでおり、ひたすらに我慢の時期である。今後案件は増えそうだが具体化する時期が不透明である。
	金属製品製造業（事業統括）	・東京オリンピック関連案件である宿泊施設の建設増加による影響がある。
	一般機械器具製造業（経営者）	・今後の受注状況はかなりのスパンで仕事量が入る。このような状況がこれからもしばらくは続いてほしい。
	電気機械器具製造業（取締役）	・素材価格が上昇しているが、それ以上に受注が増加する。
	通信業（職員）	・受注予算の見込みが前年度よりも多く、緩やかではあるが上昇傾向である。
	経営コンサルタント（社員）	・4月になり新しい会計年度を迎え、新しい動きが期待できる。
	化学工業（総務担当）	・世界経済の先行きが不透明である。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・3～4月は例年受注が多いが伸び悩んでいる。前年度は陶器イベントもかなり良かったが、今年度はそこまでいかどうか危惧している。3月の売上も1割近く落ち込んでおり、現在の受注も思ったほどではない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・来月は新年度なので、新年度の予算をもって動き始める。異動があるためしばらくは様子見である。
	電気機械器具製造業（経営者）	・受注量の変化はあまりない。しばらくはこの状態が続く。
	精密機械器具製造業（従業者）	・この数か月、受注量や生産数は変わらないが、毎月利益は上がっている。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・現時点もやや良い生産台数で今後も安定した計画で展開されているため、やや良い数量で変わらない。
	建設業（経営者）	・受注状況も大きく変わらない。急激に景気が冷え込むこともない。
	建設業（従業者）	・見積案件は少ないが、年度初めに公共工事の案件が増える。まだまだ先行きが不透明で設備投資も停滞する。
	輸送業（従業者）	・良くなる材料が見当たらない。
	輸送業（従業者）	・良くなる要因が見当たらない。
	通信業（経理担当）	・目新しい政策が乏しい中で、IT関連への需要はしばらく見込めない。
	金融業（従業者）	・自動車関連企業が海外向けを中心に、生産水準を上げてきているほか、公共工事も増加している。雇用者所得も持ち直してきているが、設備投資がやや伸び悩んでいる。
	金融業（調査担当）	・原油価格や為替も安定しており、懸念材料は顕在化していない。
	金融業（営業）	・政治的な要因に左右されやすく、足元の景気は今後様子見を含めた対応が続く。
金融業（営業担当）	・年度末となり売上も増加しているが慢性的に人手が不足しているため、思うような利益の確保ができず景気が上向かない。	
不動産業（従業者）	・商業施設の売上が横ばいに推移しており、継続する。	
広告代理店（従業者）	・平成28年度最終月で、新聞折込業界では受注枚数が年間を通して最も多い月の一つである。例年卒業・入学などのイベント商戦が活発になる時期で大いに期待できる月だが、受注枚数は前年同月比93%と毎年度前年割れが続いている。今年度もベースアップは微増にとどまり実質賃金は上がらなかった。やはり賃金の上昇なくして消費の活性化はない。	

	経営コンサルタント（社員）	・サラリーマン家庭の景気が悪い。
	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に大きな変化がない。
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・次年度のベースアップがない代わりに就業時間を短縮するといった働き方改革を行っている。収入増加よりも仕事と休日のメリハリをつける方向に進んでいる。マンションの購入を検討していた知人が、価格が上昇しているためしばらくは保留としており、大きな買物は控える傾向にある。社内外の飲食機会は増加している。
	食料品製造業（経営者）	・端境期に入るため原料入荷、生産販売とも減少する。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年の受注量等の傾向からみて、やや悪くなる。
	その他製造業（産業廃物処理業）	・生産量は増えているが受注価格が下がり続けており、厳しい状況が続く。
	輸送業（総務担当）	・米國政権の迷走などに影響を受けている感がある中で、日本の金融政策も手詰まり感がある。労働人口がますます減っている世の中において、消費の冷え込みも含め今後の景気が懸念される。
	新聞社〔広告〕（担当者）	・当月の売上は一過性の要因が大きく、主力の通信販売、旅行商品の広告によるところが大きい。旅行商品は回復の兆しが見えず、前年実績を上回るのは難しい。
	× 建設業（社員）	・官公庁の発注が多くなるのは、5月のゴールデンウィーク後からである。仕事が少ないからといって作業員は切れず経費が掛かる時期なので、早期の発注を希望する。
	× その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・建設コンサルタントや調査会社への委託業務の発注数が少ない。予算も少なくなっていることから、景気がますます悪くなる。予算が少ない業務でも、3月に指名連絡があり、請負業者も先に仕事をしようとしており、競争がますます激しくなり、景気が悪くなる。
雇用 関連 (九州)	-	-
	人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークが来るので、接客や販売などの需要が増える時期である。地方で大型商業施設がオープンするので求人も多くなる。また、国内外からの観光客を目にする頻度が高く、今後ますます増えていく。
	新聞社〔求人広告〕（社員）	・4月末からのゴールデンウィークで旅行を中心に流通も活発化する。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月に熊本地震の発生から1年を迎え、復興イベントが各地で行われること、中心市街地にも新たな流通ビルが開店すること等から景気は緩やかに上昇する。
	職業安定所（職員）	・今後も求職者数減、求人数増の傾向は継続し、大規模倒産等特殊な要因がない限り、この構図に変化はない。
	人材派遣会社（社員）	・長期で稼働中である派遣社員が直接雇用の求人を探し始め、派遣社員としての働き方自体を考えるようになってきた。求人が入ってきても人選に時間が掛かり悪循環に陥ってしまう。
	求人情報誌制作会社（編集者）	・特に特徴的な動きはない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地はいまだ外国からのクルーズ船が多数来港し観光客も多いが、以前のような爆買いはない。また、熊本地震から1年たち、最近は良くも悪くもない状態が続いている。今後もこうした状況が続く。
	職業安定所（所長）	・当面、有効求人倍率は1倍台と高い傾向は変わらない。
	職業安定所（職員）	・熊本地震特需の期待はあるが人材不足が全分野に広がっており、事業拡大の足を引っ張っている。
	職業安定所（職業紹介）	・増減幅に変動はあるものの今後も求人の増加及び求職者の減少は続き、有効求人倍率は高い水準で推移する。
	民間職業紹介機関（支店長）	・全体求人数は増加しているが、料金の値上げが厳しいので、売上増にはなるが、利益面では期待できない。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・2018年度卒業生の採用活動は前年度と比べると早期に実施されている。景気そのものと求人の動きが直接関係があるとは明言できないが、将来的な労働人口不足への対策の一面がうかがえる。
	人材派遣会社（社員）	・人材需要は、3月で一段落し、欠員補充を中心としたものになる。
人材派遣会社（社員）	・年度末、年度始めの繁忙期対策のため求人数が増加しているが、数か月後には落ち着く見通しである。また3月は年度替りで求職者が最も多いが、4月以降は転職希望者の動きも鈍くなる。	

	民間職業紹介機関（社員）	・年度末、年始の求人依頼も一段落し、落ち着く。
x	人材派遣会社（社員）	・労働法、労働者派遣法の改正の影響が出る。