

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)		観光名所（従業員）	・ゴールデンウィークも客が増えていたので、夏期休暇も来客数が期待できる。長雨や台風の影響がなければ良い。
		商店街（代表者）	・梅雨に入り動きがやや停滞する。夏物商戦が始まるので期待している。
		百貨店（営業担当）	・記念催事・物産催事の来客数が初日から伸びている。自社カード入会も好調でカード利用が増加する。また、お中元が始まり来客数の増加と客単価の上昇が見込める。
		百貨店（営業統括）	・全体的には不透明感が残るが、企業好業績の影響で夏のボーナス増が見込まれ、個人消費については前年に比べて悲観的要素が少ない。
		百貨店（経営企画担当）	・ゴールデンウィークは来客数も順調に推移していたものの、その後低迷した。7月からのセールを控え客に買い控え傾向が出始めている。
		コンビニ（エリア担当）	・今夏は猛暑ということで季節商材の販売量が増加する。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・休日が多いと、立地の関係で客数や売上が伸び悩む。5月は連休も多かったが、6月は祝祭日がないので若干伸びる。ただ梅雨に入り雨が降り続くと、予想外のことが起きたりするので雨があまり降らない方が良い。
		家電量販店（店員）	・インターネット販売での運送会社の問題で、この1～2か月の間インターネットの客が増えているのかもしれないが、判断に苦しむ。現在悪い状態の分、家電はその反動が起これるのでやや良くなる。
		家電量販店（総務担当）	・梅雨や猛暑などの天候要因に期待ができる。
		家電量販店（従業員）	・暑くなってきたので冷房器具の需要が増える。
		家電量販店（広報・IR担当）	・天候にも左右されるが、夏物商戦でのエアコン、冷蔵庫等の高付加価値商品の伸びに期待している。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・これから夏を迎える時期になり、液体のコーヒーがよく出るようになる。お中元時期と併せて贈答品も出てくるので、今後の展開としては、若干売上は伸びていく。
		ドラッグストア（部長）	・自社の努力による部分もあると思うが、売上は堅調であり、上向いてくる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・気候の良い日が続く、人の動きも良くなり、商品の販売量も増える。
		観光型ホテル（スタッフ）	・順調に予約が入っている。
		都市型ホテル（副支配人）	・熊本地震以降、関東からの客が減っていたが増えてきた。例年のMICEの団体も予定通り入っている。
		旅行代理店（企画）	・申込の動向からやや上昇傾向にある。
		通信会社（企画担当）	・客の発注や公募など、まだ出ていないものが多い。これから出てくると期待している。
		通信会社（営業）	・春に続いて一層の新商品の投入及びそれに伴う販売促進活動を予定している。
		理容室（経営者）	・暑くなるので来店までの間隔が短くなり回転率が良くなる。業種によって景気に差がある。
	商店街（代表者）	・景気判断によると持ち直しているが、商店街においてはそのようなことは全く感じない。	
	商店街（代表者）	・熊本地震から1年が経過した。商店街の店によってはこの1年売上が伸びた店が数店あったが、全体的には低迷を維持している。	
	商店街（代表者）	・年金以外の収入がある客は景気にかかわらず購買意欲がある。年金だけに頼っている人の生活は良くなっておらず、減るばかりだと嘆いている人が多い。	
	商店街（代表者）	・客単価がかなり低く、必要なもの以外は買わないので、なかなか売上にはつながらない。近隣のスーパーマーケットやコンビニエンスストアに押されて、商店街は厳しい状況が続いている。	
	商店街（代表者）	・好調でも不調でもなく売上は変わらない。売れ筋商品の価格が低いので大幅な売上の増加は期待できない。	
	商店街（代表者）	・夏に向けて景気が良くなる要因が全くない。この状況が続く。	
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・そろそろウナギが動き出した。季節商材は動きが良くなるが、逆に言えば時季物しか売れないということである。土用の丑の日まではウナギが好調だろう。	

百貨店（営業担当）	・現在の見込みでは前年を上回る。地政学的リスクもあるので楽観はできない。こういった状況に市場は大きく影響される。
百貨店（販売促進担当）	・セール、お中元商戦が始まっているが、消費者の節約志向は変わらず、購入金額が上がらない。
百貨店（企画）	・天候による影響も大きく、例年並みの暑さであれば盛夏用の商品で対応できるが、酷暑が長く続くと悪い影響が出る。今年は暑さが続くとの予報だが、その暑さの加減次第である。
百貨店（マネージャー）	・前年熊本地震で4～6月が厳しく、7月のセール時期より徐々に回復したこともあり、本年の動向がわからない。
百貨店（業務担当）	・熊本地震で必要なものの購入がまだ優先されている。し好性が高い商品が売れないとなかなか売上が取れない。
百貨店（売場担当）	・2か月連続で前年実績を上回っている。特に衣料品が4月以降回復してきているのが大きな特徴である。軒並み衣料品と雑貨が良い。インパウンドも回復しており前年比150%以上で推移している。そういった点から衣料品は天候の変動がなくこのままであれば、前年実績を上回る。
百貨店（店舗事業計画部）	・5月後半～6月は引き続き来店動機に乏しい時期が続くが、長い夏を控えた夏のセールは購買意欲も高まる。
スーパー（店長）	・客の購買意欲が低迷しているなか、新たな競合店の出店や店舗の改装等があり、競合状況は今よりも厳しくなる。
スーパー（店長）	・値上がりする商品がかなりある。販売量がなおさら悪くなる。
スーパー（店長）	・現状、大きく環境が変わる要素が見つからない。
スーパー（統括者）	・給料の手取り金額が増えない中で、安く必要な商品しか買わない傾向が顕著に出てきている。
コンビニ（経営者）	・客との会話の中で明るい話題が全くない。好転材料を見いだせない。
コンビニ（店長）	・いろいろな経済指標からみても安定している。
衣料品専門店（店長）	・たまに来る客も冷やかしのみで買う気がない。
衣料品専門店（店員）	・良くなる要素が見当たらない。
衣料品専門店（総務担当）	・景気が良くなる要素は見いだせない。当地では新たに郊外にショッピングセンターが開店し市内の商店街は更に苦戦する。
乗用車販売店（総務担当）	・新車販売についてはこれ以上の新型車投入の予定がなく、販売増加につながる要素がない。
乗用車販売店（代表）	・変わらない。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・デフレが相変わらず進行している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・梅雨入りは例年並みの予想だが、夏は厳しい暑さが予想されている。これから自動車のエアコンの使用頻度も多くなり、夏の行楽に自動車を使用することによる自動車関連商品の販売に期待したい。
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）	・世間の夏のボーナス情報等をみても明るいニュースはまだまだ少なく、そこまで大きな消費拡大はしない。期待していたプレミアムフライデーも話題になることが少なくなっており、今後一層の取組拡大に期待したい。
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〕（統括者）	・前年は、8月位まで熊本地震の影響があったが、その反動や韓国LCC増便などで現状の傾向は、夏までは継続する。
高級レストラン（経営者）	・来月の予約状況が今一つ少ないのでもう少し予約が入れば良い。6月は株主総会後の総会が毎年あるので少しずつ予約が入っているが、まだ空いている日が多少ある。そこが詰まってくると来月も4～5月と同じ位の売上になる。
高級レストラン（支配人）	・先の予約状況が著しく少ない。
高級レストラン（専務）	・景気が良くなり来客数が増えるということではなく、インパウンドや週末の宴会がある。それも今月までで梅雨に入るとまた悪くなる。
一般レストラン（経営者）	・今月までは大変好調に推移している。6月の予約状況が芳しくないがこれからである。
都市型ホテル（スタッフ）	・このまま好調を継続していく。
タクシー運転手	・梅雨に入り天候に左右されるため分りづらいが、催しも多く観光客も増加しているので堅調に推移する。
タクシー運転手	・今年は昼間が暑いせいもあって、タクシー利用は昼間はあまり伸びない。夜はピヤガーデン等で利用が多くなる。

	ゴルフ場（従業員）	・プレー代金を下げたり催しをしたりして、なんとか来客数は前年度並みだが、客単価が下がっている。催しの開催日を決定し、従業員を圧縮した中でまわしていかなければならず、休場日を入れるなど工夫しながら運営しなくてはならないという厳しい状況にある。景気が回復しないと遊びに使う地元客が減っていくのが今後の課題である。
	競輪場（職員）	・業界における発売額に変化の兆しが見られない。
	競馬場（職員）	・現時点で変わる要因が見当たらない。
	美容室（経営者）	・良い状態での変わらないが良いが、熊本地震の影響を受けており活性化するかと思ったが経済的には苦しい。国も大変だろうがこちらは大変な思いをしている。
	美容室（経営者）	・今から夏場にかけて、やや減少する。景気回復が望めないのであれば何か対策を立てて景気回復が遅れている部分を自分たちの販売促進で補いたい。
	美容室（店長）	・客の様子から景気の良さが見えない。来客数も客単価も悪い。
	設計事務所（代表）	・消費税や東京オリンピック等、様子を見ている。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅販売に関しては、来店、問い合わせをしてもらうしかないのだが、その数が伸び悩んでいるため3か月後の販売数も見込めず苦慮している。
	住宅販売会社（代表）	・客の動向や来客数からみてあまり変わらない。
	一般小売店〔精肉〕（店員）	・人手不足の影響で商品がこちらの要望通りに入荷せず、大きな販売損失が生じる。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・季節的に売上は低迷する。お盆前の贈答品によって売上は左右される。
	百貨店（営業担当）	・前年の高実績からの反動で実績は落ちる。
	スーパー（店長）	・前年度は熊本地震特需に加え、競合店も2店舗閉店していたため、前年比110%で推移していたが、それもなくなり一昨年比97%で推移している。青果の相場を中心にかなり価格が下落している。前年は贈答品も150%位伸びていたが、競合店が再開店したのでそれも前年並みが精一杯である。
	スーパー（総務担当）	・日用品等を中心に大手小売店が値下げを行っていることや、人員不足による業務効率の劣化等の影響もあり、来客数の増加につながる動きが取りづらい。
	衣料品専門店（店長）	・2～3か月先も景気が良くなる要素がない。特に理由はない。
	家電量販店（店員）	・あまり動きがない。政治では現政権をなんとか転ばせたいといった動きばかり焦点になっており、経済の論議がされていない。良くなる要素がなく悪くなる。
	住関連専門店（経営者）	・今日も北朝鮮のミサイルが日本の排他的水域に着弾したとのニュースがあった。米国第一主義や北朝鮮情勢は景気の先行きを不安にする。この先も消費を控える傾向になる。
	スナック（経営者）	・年初から続いた売上の減少は5月に入り少し落ち着いたが、前年比でわずかに下回った。相変わらず法人客は増加せず、景気は上昇していない。
	観光型ホテル（専務）	・前年は熊本地震の九州ふっこう割で少し良かったため、6～7月の売上は前年よりも減る。
	都市型ホテル（販売担当）	・ホテル業界では閑散期で宴会・婚礼は悪くなる。宿泊は常に好調を維持している。
	旅行代理店（従業員）	・北朝鮮情勢の不透明感、欧州での相次ぐテロ事件で、海外旅行の需要の低迷が懸念される。
	タクシー運転手	・日本の政治の不安定な状況が皆の心理に影響を与える。このところ経済成長が伸びてきているので、そろそろ息切れしてくる。
	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）	・総合事業への移行が進んでくることにより、一層の単価の下落が懸念される。
	設計事務所（所長）	・海外情勢の先が見えず、東京への物・人の集中が進み、地方は減少気味になる。
	設計事務所（所長）	・今、手持ちの資料が少ないので3か月先の景気は悪くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・現状の来客状況が続けば販売への影響も出てくる。
x	商店街（代表者）	・8月までは今月より更に来客数が減少する。
x	一般小売店〔青果〕（店長）	・これから暑くなるにつれ、葉物、根物は県外産になるので、運搬経費が掛かり単価が上昇する。その分、客も手出しにくくなり需要が下がり売上は厳しくなる。これから贈答の時期になるが県産の完熟マンゴーは、地場の農家が中央市場に出さずに独自でインターネット販売をするため中央市場に商品が少なくなる。好材料は少なく厳しい状況になる。

	x	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・とうとう解体の順番が回ってきた。全壊の判定が出ていた花屋の建物が6月1日から解体される。季節的に悪くなるが、1か月位は工事車両が出入りするので営業できず、その奥で飯店舗営業をしようとしているがこれから厳しくなる。
	x	乗用車販売店(販売担当)	・現在の来客数減少の流れが止まる様子がない。今後も厳しい状況が続く。
企業 動向 関連  (九州)		その他製造業〔産業廃物処理業〕	・自動車向けのサーバーやモジュールの生産についてかなりの設備投資が増えてくる。今までの10~20倍との話もあるので今後に期待している。
		食料品製造業(経営者)	・食育や健康ブームは、継続する。
		鉄鋼業(経営者)	・足元の受注量は大幅に減少しており、その状態が3月末から現在まで全く変わらない。まれに出てくる指値も売出し価格を大幅に下回っており市況は低迷している。製造業者としての供給責任を続けていくためにも市況の立て直しに臨んでいく。
		一般機械器具製造業(経営者)	・少しではあるが新規客の引き合いが出てきた。価格は厳しいものの今後の景気の良さを肌で感じることができる。
		一般機械器具製造業(経営者)	・ゴールデンウィークが長かったため、工場の稼働日が非常に少なくなり生産も落ちるという予測はしていた。今後正常な状態に戻り、やや良くなる。
		電気機械器具製造業(取締役)	・投資が必要となるが、投資ができれば取引先からの引き合いは確実に増える。
		建設業(社員)	・官公庁の単年度予算額は少し減少しているが、上半期に多くの工事が発注されれば、景気は良くなる。民間工事の建築工事は少しはあるようだが土木工事はなかなかない。官公庁の発注に大いに期待したい。
		通信業(職員)	・今年度実施が見込める設備更新工事が増えてきており、受注量も増加する。
		金融業(従業員)	・購買意欲においてはボーナスへの期待感から若干景気は良くなる。観光業については夏の観光時期に向けての期待感がある。そういった点から、今後良くなるという声も聞こえている。
		金融業(従業員)	・輸出が好調な自動車関連を中心に生産水準が高まってきているほか、公共工事の発注も増加してきている。また、企業の求人意欲は根強く、雇用者所得も増加傾向にある。
		金融業(調査担当)	・地政学的リスクはあるものの、悪い業種が見当たらない。
		金融業(営業)	・熊本地震の影響による外国人観光客の減少が底を打ち、回復傾向にある。外国人観光客が活発化すれば景気に大きな影響を及ぼす。
		金融業(営業担当)	・各企業の夏のボーナスが出て全体的に売上が増え、良い状況になる。やや良くなることが期待できる。
		農林水産業(経営者)	・6月は梅雨で消費は鈍るが、7~8月はビールの消費に合わせた鶏肉商品に期待できる。輸入物も少しずつ回復してきているが、国内生産が元に戻るのには秋口になり、もう少しこの状況が続く。夏の状況から、相場が下がる要因が見当たらない。
		農林水産業(営業)	・国産需要が高まっているが、例年、需要が落ちてくる時期なので注意が必要である。
		食料品製造業(経営者)	・比較的順調な受注が見込める。
		繊維工業(営業担当)	・仕事を空けることなく続けていくことで精一杯である。
		家具製造業(従業員)	・一般家庭用家具の売上動向は前年比で90~96%とやや減である。コントラクト向け家具の需要があるホテル出店計画は2020年以前の納期であるため増えていない。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・現在の受注状況等からみて変わらない。
		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。
	金属製品製造業(事業統括)	・ホテルの建設増とはなるが、当社の受注割合の中では小さいので、受ける影響は小さい。したがって、2~3か月後も景気は変わらない。	
	精密機械器具製造業(従業員)	・受注先からの要求がほぼ変わらない状態が続いているが、利益は上がっている。これから先の景気が良くなるかは分からない。	
	輸送用機械器具製造業(営業担当)	・今月の内示数からみても上期中は計画数量通りで安定しており、台数の増減変化はない。	
	建設業(従業員)	・見積案件も、低調に推移して受注もあまりうまくいわず苦戦している。先行きの見通しもなく設備投資する方もなかなかできないようである。新年度で公共工事がどれだけ出るかに期待したい。	

	輸送業（従業員）	・取扱が良くなる情報が荷主からもなく景気が良くなる状況が耳に入っていない。
	輸送業（従業員）	・今年度年初から前年比で供給量、供給金額とも105%程度で推移している。これ以上の上昇材料はないが、逆に低下する要素もなく現状維持である。
	輸送業（総務担当）	・運送会社からの値上げ要請が具体的に次々ときている。これによる利益率減少は避けられない状況となってきた。
	不動産業（従業員）	・宿泊施設の稼働率が前年並みで推移しており今後も継続する。
	広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込チラシの受注枚数は前年同月比91%となった。前年度から単月前年比の10%減が続いている。景気の上向きは実感としてはない。踊り場状態から上昇に転じるには、何らかの国策が必要である。購買意欲はしばらく落ち込んだままである。
	経営コンサルタント（社員）	・これまでと状況に変化はない。
	経営コンサルタント（社員）	・低価格商品に対して購買意欲が大きい。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社のホームページアクセス数や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）	・取引先の業績見込みは好調である。リース契約も徐々に増加中である。社員は自宅を購入した。
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村では、3年に1度の高齢者や障がい者向けの行政計画の見直しの時期にあり、当初予算が組まれているが、入札時に低価格競争となっている。また、企画提案書の提出による業者選定では、大手調査会社等が独占している。大手企業以外が入り込めないため、調査・計画・設計業界では今後も景気が悪い状態が続く。
	農林水産業（従業者）	・今後は、夏作に移り、出荷の主体が東北・北海道へと移っていく。九州の野菜は閑散期に入り、現金収入に苦しむ農業者が増える。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・5月も前年比で悪かったが、これから夏場に向けてガラス製品が多くなり売場も狭くなり受注も減少する。
	x	-
雇用 関連 (九州)		-
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・熊本地震から1年が経過した。夏の行楽シーズンを迎え、前年の激減からは大きく回復し、観光や飲食などにおいて都市部、郊外とも盛り上がる。
	民間職業紹介機関（社員）	・派遣期間終了件数が若干減少している。
	人材派遣会社（社員）	・派遣の求人依頼数は順調に推移しているが、派遣社員が非常に少ないため、成約件数の増加がそれほど見込めない。
	人材派遣会社（社員）	・市内、市外と商業施設が開店しており、人材の取り合いになっている。雇用は増えている。お中元の時期になるので、短期での依頼も増えている。
	人材派遣会社（社員）	・派遣の2018年問題が近づいてくるので派遣先企業も登録スタッフもいろいろな面で慎重になる。直接雇用の案件のみに変更する登録スタッフも多くなっている。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・今年7月に大手ライバル誌が廃刊になる。ネットへの特化と考えられる。それによる市場自体への影響はない。
	新聞社〔求人広告〕（社員）	・求人を担当しているが、特別に大きな波はない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・引き続き外国人観光客が多い。港も大型客船が多いものの着岸には限界があり、近隣の港へ船が行く。しかし、一時の勢いほどでなく安定してきた。
	職業安定所（所長）	・当面、人手不足業種を中心に有効求人倍率が高い傾向が続く。
	職業安定所（職員）	・企業訪問の中で、パン製造の受注が少しずつ増えているとの情報を得た。建設業では公共工事も公共工事数や入札によるらしく、今のところ良くないとまでは言えない。
	職業安定所（職員）	・建設業や介護看護などの福祉分野、あるいは警備業については、熊本地震からの復興に伴い求人は提出されているが、希望者が非常に少なく、安定所でも紹介できていない。このため、仕事が受注できなかったり、介護施設の開所を遅らせるを得ない状況が生じている。
	職業安定所（職業紹介）	・今後も求人数の増加と求職者数の減少が続き、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）	・人材派遣の主力である事務職、IT関連、営業職、金融関係の人材需要は伸びていない。	

	学校 [ 大学 ] ( 就職支援業務 )	・ 来年の新卒採用については、各企業共に意欲的に採用活動を行っているが、景気そのものと求人との動きが直接関係があるとは明言できない。好況期による採用というよりも、優秀な学生を採用するため早めに採用活動を行っている。
	人材派遣会社 ( 社員 )	・ 夏場にかけて、求人数は減ってくる。
	人材派遣会社 ( 社員 )	・ 労働者派遣法と労働契約法改正の影響で契約終了が発生し始める。
x	-	-