

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）	・7月から本格的な長期休暇となりゴールデンウィークのような入込数が期待できる。台風や長雨が来なければ良い。
		百貨店（営業担当）	・父の日ギフト需要により紳士服が好調で、婦人服も回復傾向にある。自家需要中心の購入継続からの変化がみられる。お中元ギフトでも、当月は金額・客数・数量・単価共に向上し、前年からの縮小緩和傾向にある。
		百貨店（営業統括）	・7月は企業好業績によるボーナス増、8月はお盆の曜日の影響で、消費喚起につながる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・7月に入り梅雨も明け、繁忙期に入る。若干来客数、売上が伸びる。競合店の数は変わらないが、来客数は天候に左右される。
		家電量販店（店員）	・ここ3か月はやや景気が悪い状態であったが、この6月は更に悪くなった。だが悪くなった反動は必ずあるので、今の悪い状況を脱してやや良い状況へ進む。
		家電量販店（総務担当）	・猛暑が予想されているので、エアコンなどの季節商材に期待している。
		家電量販店（従業員）	・暑くなり季節商材の需要が増える。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・夏場は7月のお中元があるので店頭売上が良くなる。通常の客がギフトを購入するので客単価も上がる。やや良い方向へシフトしていく。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・関西方面からの旅行者数の増加、修学旅行件数の増加に改善の兆しが見えているため、土産品の販売増加が見込める。
		観光型ホテル（スタッフ）	・予約も順調に入っている。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行はテロの影響で低迷が懸念されるが、国内旅行は京阪神や九州の集客が伸びてきている。ただ、長期予報での猛暑、残暑の影響は出るかもしれない。
		タクシー運転手	・相変わらず町自体が活性化しており堅調さを保てる。
		通信会社（企画担当）	・客の動きをみると、今年度はまだ発注が出そろっておらず遅れている。
		通信会社（営業担当）	・ドラマの影響で良い傾向が続く。
		美容室（経営者）	・現在は客を迎えられる状況ではないので、今が最低だとすると3か月後は店ができてはいるはずである。
		商店街（代表者）	・天候、気候に左右されるが、先も今とあまり変化はない。景気に左右されない年齢層が主な客なのであまり変化はない。
		商店街（代表者）	・客は、おいしい物を食べたり、旅行に行ったりと、必要なもの以外の物品購入より、自分の楽しみのためにお金を使うことが多い。
		商店街（代表者）	・暑さに伴い商品管理が難しくなり、ショーケースがないため、店頭の商品を並べられなくなる。商店街に来る客に商品を見せないと売上に繋がらない。
		商店街（代表者）	・ボーナス商戦になるがそういった感じが全くない。この状況が続く。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・現状より売上が増加する好材料はない。初盆返礼品の予約注文があれば伸びる。
	百貨店（営業担当）	・基本的に良くなっており回復基調にある。この先、今月より良くなるかは分からないが、お中元も好調な滑り出しであり、今月末から始まるセールも盛り上がる。何とか良くなると良い。	
	百貨店（マネージャー）	・前年7月は夏のセール時期より伸ばしたため、本年も変わらない。	
	百貨店（企画）	・直近3か月の売上が、前年を下回っている上に、今夏は酷暑になる。	
	百貨店（売場担当）	・暑い夏が予想され、季節通りが良いが、酷暑となると外出を控えるなどで販売量にも影響する。	
	百貨店（店舗事業計画部）	・衣料品は長い夏で鈍るが、夏休み、お盆と人の動く時期で活発になる。	
	百貨店（業務担当）	・衣料品や衣料品雑貨に、飛ぶように売れる商品がない。リビング関連の商材、食料品などの日用品が堅調で、売上が大きく増加させるものがない。	
	百貨店（売場担当）	・3か月連続で売上は前年実績を超えた。特に悪化する要因はない。現状維持で進んでいく。	
	スーパー（経営者）	・政権、行政が安定しているときには比較的安定した環境だが、不安定になってくると全体的に景気に揺さぶられるような傾向になる。	

スーパー（店長）	・ディスカウントストアやドラッグストアが多数できており、その影響が大きい。
スーパー（総務担当）	・生鮮品の売上が前年割れの状況が続いている。特に、鮮魚と青果部門の売上が前年比で厳しい状況が続いており、来客数の増加を図るために価格訴求やポイント率アップなどの施策をとっている。今夏、猛暑が予測される中、競合店の新規出店の影響もあり、既存店では価格訴求以外での来客数の増加が見込みにくい。
スーパー（統括者）	・財布のひもは、将来的な見通しが明るくならないと緩まない。売上確保のために値下げを余儀なくされつつあり、増収減益、悪くすると減収減益となる可能性が高くなっている。
コンビニ（経営者）	・無駄なものは買わないという購買意欲が続いており、変化する兆候はない。
コンビニ（店長）	・穏やかな経済状態である。
コンビニ（販売促進担当）	・一部原材料費の上昇や人手不足は当面続きそうである。
衣料品専門店（店長）	・7月に地域振興券が発行されるが、今年から商店街から離れた市の施設で発行されることになり、期待できない。
衣料品専門店（総務担当）	・良くなる要素が全くない。
家電量販店（店員）	・東京オリンピックが近づいてきたため、4Kテレビがよく売れている。有機ELという液晶を使ったテレビが出てきたがまだ50万円するので、4Kテレビの割安感が浮き彫りになっている。
家電量販店（広報・IR担当）	・生活家電は安定しているが、テレビなどAV関連商品の伸びが鈍い。
乗用車販売店（販売担当）	・ここ数か月の流れからすると、しばらくは買い渋りが多くなる。
乗用車販売店（総務担当）	・フルモデルチェンジ、マイナーチェンジの新車発表が控えている。販売機会を逃さないよう積極的に宣伝、誘致活動を行い新車販売台数を確保していく。
住関連専門店（経営者）	・大臣の発言や秘書官の口利き問題など政治的混迷が続き、これが総選挙などにつながれば景気は落ち込み、先行きは不透明である。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・経済政策の失敗を多くの人々が認識するようになってきている。政治家に近い会社だけが得をする仕組みに多くの国民は失望している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は落ち着いており、現在の価格を維持しながら推移する。来月は多くの会社でボーナスが支給され、夏に向けて自動車での家族旅行等が多くなる。カーケア商品の販売に期待したい。
ドラッグストア（部長）	・先行き不透明な状況だが、現在の状況だけを見れば、特段変調する要素がない。
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）	・景気回復につながるような明るい材料が少ないことから、将来の景気は微増、あるいは変わらない。また国内の景気が上向いてきたとしても、当地で実感できるようになるまで時間が掛かる。
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）	・熊本地震の影響は夏休みまではある。それ以降は例年並みになる。
高級レストラン（経営者）	・8月は企業の宴会が少なくなるが、6月も初めは予約が入っていなかったが、次第に予約が埋まって結果的に良かったので今と変わらない状況になる。
高級レストラン（支配人）	・ほぼ予約客で運営しているが、予約が少ない。
高級レストラン（専務）	・アジアの外国人観光客が行き来するが、県内、市内の人が食べる機会が少なくなっている。まだまだ盛り上がりには欠ける。
一般レストラン（経営者）	・予約状況も芳しくなく、来客数が増えない。
観光ホテル（総務）	・熊本地震から1年2か月がたち、日銀熊本支店は県内景気について、しっかりとした回復基調が続いており、個人消費は熊本地震からの根強い生活再建需要があり堅調、としている。
都市型ホテル（副支配人）	・大きなMICEがなく、ドームでのコンサートだけは好調である。ただ、客の絶対数は減っているので客単価の引上げで売上を維持している。
タクシー運転手	・太陽が出ると暑すぎて昼のタクシー利用が少なく、夜になるにつれて人出がある。

	通信会社（営業）	・ 8月は毎年売上が低下する時期であるが今年は販売促進策を設けており、前年より上向きになると予想する。
	ゴルフ場（従業員）	・ シニア層の固定客はいるが、若年層のゴルフに対する取組について、なお一層プレーしやすい環境を作らなければならない。また、外国人観光客に対して、プレー料金以外の客単価を伸ばすために、その国にあったものを開発したり真似たりして努力していかないと厳しい。
	競輪場（職員）	・ 当地の営業拠点での売上額に変化の兆しがない。
	美容室（経営者）	・ この業界では夏枯れで景気が低調となる傾向にある。繁忙期がないが閑散期もあまりなく季節感がなくなっている。景気対策をしてもらえると動きがでる。
	理容室（経営者）	・ 梅雨でうっとしくなり、来客数が増えたが先は変わらない。
	美容室（店長）	・ 近辺に同業者が増え、売上も良くならない。2～3か月先も同じ状況になる。
	設計事務所（所長）	・ 国内、海外状況共に不透明さがあり、良くなるのか悪くなるのか分からない。
	住宅販売会社（従業員）	・ 客の動きも一定数あり、現在の状況は継続する。
	住宅販売会社（代表）	・ 基本的に良くなる要素が全くない。変わらない、若しくは悪くなることも想定している。
	商店街（代表者）	・ 客の購買行動に、消費できる世帯と消費を極力控えている世帯との差がますます広がっている。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・ ウナギの時季もそろそろ終わり、暑い季節は生ものが売れず大変である。総菜を作って売ることが多くなりそうである。
	一般小売店〔精肉〕（店員）	・ 従業員を募集しているが、いまだ応募がなく、このままでは事業縮小も検討しなければならない。
	百貨店（総務担当）	・ 好転する要因がない。
	百貨店（販売促進担当）	・ 今年は、猛暑で残暑が長引くと予想され、次季節商材の動きが鈍くなる。
	百貨店（経営企画担当）	・ 6月は天候にも恵まれ、前年を上回る売上であった。夏のセールまでは堅調に推移するが、8月以降は引き続き消費低迷が続く。
	スーパー（店長）	・ 贈答品の売上は前年は震災需要で150%で推移していたが、今は前年比100%強くらいであり、健闘している。鮮魚が刺身の風評被害でお盆まで苦戦する。青果の相場も前年比で94%と低くなっており厳しい状況になる。
	スーパー（経理担当）	・ 現在のところ空梅雨に近く、消費が安定している。
	コンビニ（エリア担当）	・ 高齢の年金生活者の声として、手取りが税金により減額され、通常よりも購入点数が減ってしまう可能性があり、今後厳しい状況が考えられる。
	タクシー運転手	・ 今後景気が良くなる見込みがない。景気が良くなる要因が見当たらない。
	通信会社（業務担当）	・ インセンティブの下落が続いており、今後1年以内に大幅に下がる見通しとなっている。
	音楽教室（管理担当）	・ インターネットを使って宣伝をしているが、あまり集まりが良くなく困っている。
	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月の医療・介護報酬同時改定において、軽度者に対する報酬見直しの議論があるなど、売上減に直結するような環境が見込まれる。
	設計事務所（所長）	・ 新規の資料が非常に少なく、結論は2～3か月先に出るので3か月先の景気はやや悪くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・ 株価や景気が良い企業だけが好調だが、その利益が回っていない。どこかで留まっている。
x	一般小売店〔青果〕（店長）	・ 夏に向けて客の利用も減り、また野菜も県外物となり単価が上昇する。期待している完熟マンゴーが農協の動きがあっても相場が上がりきらない。全体的に物の動きが鈍く、厳しい状況が続く。
x	一般小売店〔生花〕（経営者）	・ 店舗がないので来客数も売上も減少する。今後屋根のない状態でのように売るか、または外回り営業を確立しないと、猛暑のため夏の売上はかなり厳しくなる。
x	スーパー（店長）	・ 世界の情勢や経済状況から消費動向が高まる材料が見当たらない。そういったなかで競合店の出店があり、ますます厳しくなる。
x	衣料品専門店（店長）	・ 季節商材の動きが鈍い。
x	スナック（経営者）	・ 6月は過去最低を記録した。飲食店で元気が良いのは低単価の業態ばかりである。前年から連続して前年割れが続いている。
企業	-	-

動向 関連  (九州)	農林水産業（従業者）	・販売単価が現状と変わらなければ、農業者への経営打撃が大きい。そのため、市況改善が行われ、景気は多少回復する。
	家具製造業（従業者）	・ホテル向けコンラクト市場用家具の需要が確実に増えている。今年に入り若干頭打ちとなっていたが4月以降徐々に増えている。新規物件も旺盛だが、改装やりノベーションが2割増となっている。
	鉄鋼業（経営者）	・徐々にではあるが受注量が回復してきた。また販売価格も底を打った。今後の物件の出方次第だが、受注量は増えてくる。
	金属製品製造業（事業統括）	・東京オリンピック関連のホテル施設への案件が増えている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・客の声から今後受注量は増える。受注活動をしている客先については、徐々に引き合いの話も増えている。また、今まで仕事量の薄かった客から仕事の依頼がくるようになった。
	一般機械器具製造業（経営者）	・今後夏に向けての商戦も動き始める。
	電気機械器具製造業（取締役）	・仕事はこなせないほどあるが、こなせないのが実情である。
	精密機械器具製造業（従業者）	・受注量が徐々にではあるが増えつつある。景気が良いかというはまだ予断は許されない状況である。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・当初の生産計画に対して3か月の内示数が増加傾向にある。
	その他製造業〔産業廃物処理業〕	・今後、自動車向けサーバーの増設など、大量に必要なようになるので仕事量はおのずと増える。
	建設業（社員）	・2か月後はピークにならないといけない時期ではあるが、官公庁の平成29年度予算が減額されるようである。発注される時に極力受注したい。
	金融業（従業者）	・夏のボーナスに期待している。ボーナスによる購買意欲が活発になる。観光業も夏の観光に向けた期待感がありやや良くなる。
	金融業（従業者）	・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、公共工事が持ち直してきている。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。
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・比較的、前向きな資金需要が多い。補助金を活用したリース取引の需要も高く、問い合わせが多数ある。
	農林水産業（経営者）	・7～8月の梅雨明け以降は大いに期待できる。国内生産は元に戻るのが秋口くらいになるので、今夏は高相場になりそうである。加えて、鶏胸肉の成分に疲労回復力があるという学説があり鶏肉は追い風状況である。ただ、秋口以降は供給過剰が予想され、相場が崩れる。
	農林水産業（営業）	・秋口までは変わらない。
	繊維工業（営業担当）	・運賃改正や最低賃金の見直しの時期に差し掛かる。何もかも上がる。もし、大幅な上がり方をすれば、様々な企業の存続に関わってくる。
	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。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・これから夏に向けて、陶器からガラスへ需要が移る。インターネットでの売上はあまり変わらない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体製造装置、特に洗浄系の装置の引き合いは引き続き好調である。
	建設業（経営者）	・周りの客の状況が変わりそうにない。
	輸送業（従業者）	・特に景気が良くなるような情報は荷主からもない。
	輸送業（総務担当）	・運送会社が一律値上げに踏み切ったことに対し、荷主側がそれに応じるかどうかで左右される。荷主側が応じれば、先行き不安はないが、応じなければ当社のような中間業者が損を被ることとなる。
	通信業（職員）	・今年度に入り省エネ関連システムの引き合いが増加してきているが、今後3か月で大きく変化する理由は見当たらない。
	金融業（営業）	・製造業や建設業など一定の需要はあるものの、人材不足と先行きの不透明感から大きな投資には踏み切れない。当面は様子見である。
	不動産業（従業者）	・賃貸物件の空室率が横ばいで推移する。
	広告代理店（従業者）	・6月の新聞折込受注枚数は、前年同月比95%とさえない数字が続いている。景気が良いのか悪いのか最近の営業実績推移では判断がつかない。業界的には熊本地震の影響も落ち着き徐々に回復しているが、景気要因で受注が上下することがなくなった。
経営コンサルタント（社員）	・これからもセミナーを企画するが、多数の参加は見込めそうにないので、対策を考える。	
経営コンサルタント（代表取締役）	・自社のホームページのアクセス件数や問い合わせ件数に変化がない。	

	食料品製造業（経営者）	・地方では人口減少、さらには高齢化が進み、今後も続く。経済活動に中長期的に深刻な影響を及ぼす。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注予定の前・後倒しによる受注量の変化がある。	
	建設業（従業員）	・見積案件も低調で、受注にも結びついていない。公共工事もまだ入札で出ておらず、民間工事も少ない。また、社員の退職により人手が不足し、受注が難しくなる。	
	金融業（営業担当）	・一般の消費者の給料は全般的に上がっていない。カードローンで生活資金の赤字補填をしてきたが、金融庁、監督官庁の規制が掛かることが予想され、赤字の補填ができなくなり、良くならない。	
	×	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・当県内の市町村の6月議会で上程されている補正予算は、調査や計画等の委託業務の追加の予算が例年に比べて少なくなっている。今後、受注できる業務自体が少なくなり、景気が悪くなる。
雇用 関連  (九州)		人材派遣会社（社員）	・人員不足の状況が続き、求人数の増加が続いている。採用のために平均時給も上昇し、その結果、既存の派遣社員の時給上昇にもつながっている。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・お盆の帰省時期でもあり、新聞各社もUターンやIターンを狙って求人企画を実施する。雇用状況は上向きである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地域の経済については住宅、建設など地震復興関連で底堅く、夏休みに入り観光で来客が復活すれば更に上向き。
		人材派遣会社（社員）	・労働契約法の影響がどのように出てくるのか、見えない。雇止めなどの発生が出てくる。
		人材派遣会社（社員）	・求人数もある程度落ち着き、2～3か月前を超えるほどの求人数ではない。お中元の注文も確定しているので、特にその時期と変わらずに推移している。
		人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法や労働契約法の動きが2018年に控えており、派遣業界ではプラス要因にならない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・夏休みやお中元に関連した求人は動く。したがって、短期的な求人は活発になるが、それらは大手が吸収するので地元にはチャンスはない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当地は相変わらず外国船籍の大型客船の来港で観光客も多い一方、落とすお金が減ってきている。待つだけでなく、魅力ある観光政策も同時に進めていく必要がある。
		職業安定所（所長）	・人手不足業種からの求人募集が続いており、引き続き1倍以上の有効求人倍率が維持される。
		職業安定所（職員）	・求人・求職者数はここ数か月同じ状況であり、需要が多く人員が必要という企業の話あまり聞かない。
		職業安定所（職員）	・建設、警備、運輸業の人材不足は相変わらずであるが、建設業の事業主の中には、熊本地震復興に伴い民需については、需要を先食いしており、今、正社員を採用しても、3～5年先が大変なので、無理に正社員を増やす必要はないという考えも強い。
		職業安定所（職業紹介）	・今後も求人数の増加傾向と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。
		民間職業紹介機関（社員）	・夏は例年依頼が減少するが、今年はまだその傾向はない。
		民間職業紹介機関（支店長）	・一部の業種を除いて、求人数が伸びておらず、横ばい状態である。さらに、法的規制である無期雇用化、所定外労働時間制限など、企業側の雇用意欲が減少する。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・新卒採用については、6月1日以降徐々に落ち着いてきたが、採用予定数を充足できていない企業は、継続的に求人活動を行っている。しかし、それらが景気そのもとと直接関係があるとは明言できない。
	人材派遣会社（社員）	・労働契約法の影響で稼働人員が減少し始める。	
	×	-	-