

11.九州（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）	・今月の土日だけの売上や推移等をみると例年より多い。先行きはゴールデンウィークもあるため、過去最高の数字が期待できる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・景気回復までには程遠く、売上上昇の期待が余りない。現状を維持していく秘策が必要である。新茶の時期だけは、販売量が増加する。
		百貨店（営業担当）	・自家需要向けの寝具売場が依然として堅調であるほか、家具家電、学生服等の新入学需要も増加している。紳士衣料・雑貨や婦人靴・バッグは売場の改装による変更が多くあり、目的商品を求める客は、真剣に新鮮な目で新しいフロアをみている。クレジットカードのポイント催事や10回無金利払い催事でのまとめ買いがみられるほか、友の会の満会による来店や友の会の新規入会、制服購入等を動機とする家族での来店機会が増加しており、購入促進が期待できる。
		百貨店（営業担当）	・競合施設の開業効果が一巡するため、今後は前年を上回る。また、サッカーワールドカップ特需や今後の催事等で売上が伸びていく。
		百貨店（売場担当）	・近隣施設では3月に大規模な改装を実施している。当店でメインフロアを改装しており、2～3か月先には効果が出てくるため、状況は良くなっていく。また、外国人旅行客の影響により売上が伸びており、悪い状況はない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・天候に左右されるため、天候が良ければこのまま回復していく。ファーストフードと一緒にもう1品購入する客が増えてくると単価も上がり、徐々に売上も増えてくる。
		家電量販店（従業員）	・新学期に向けて家電の需要が増える。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・客の異動に伴い、若干売上も上がっている。時期的に3～4月は異動の時期でもあり、進物の売上も伸びている。今後気温の上昇に伴い客の来店も多くなり、売上増加も見込める。
		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）	・緩やかではあるが、来客数、販売数増の傾向は続いており、大きな悪材料がない限りこの流れは続いていく。他に好材料として、本市にとって大きな娯楽である映画の復調に期待している。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・大河ドラマの影響が少しずつ出ており、観光客数増加に伴う売上も見込める。
		高級レストラン（経営者）	・これから5月までは入学祝いや歓送迎会等の催しがあり、かつ気候も良くなるので、旅行者も増え、状況も良くなっていく。
		旅行代理店（従業員）	・北朝鮮情勢は首脳会談の結果では、雪解けの情勢となり、韓国方面の回復を期待している。国内は関東の大型レジャー施設の記念行事と、関西の大型レジャー施設の好調継続に期待している。
		通信会社（企画担当）	・4月以降の予算に大きな動きがある。開示は未定だが、早い段階で動き始める。
		通信会社（企画担当）	・明確な根拠が分からない不透明さはあるが、まだ良い状態が続く。
		通信会社（営業担当）	・例年、4月までは転居需要が多くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・平成30年度の住宅省エネルギー化関連事業が具体化すると、来客数や販売数も良くなる。
		住宅販売会社（代表）	・戸建て住宅に関して、ここ2～3か月先は少し良くなっていく。来客数の動きもあり、先の消費税の引上げも客の動きに影響している。
		商店街（代表者）	・景気は良くもならないし、これ以上悪くもならない。
		商店街（代表者）	・商店街への店舗入居予定もあり、購買ははずみが付きそうだ。
		商店街（代表者）	・地方の景気は良くなる気配は余りなく、客の購買意欲は低いままである。
	商店街（代表者）	・消費者の収入が増えておらず、増える見通しもないことが影響している。今から行楽時期に入るが、例年は購買意欲が立っていたが、現実の生活に追われ、購買に至らない。非常に厳しい状況が続く。	
	商店街（代表者）	・地方では、催しや家庭の行事は毎年同じように行っているため、商店街での買物が特別上昇することはない。	
	商店街（代表者）	・4月後半から5月にかけて連休があるので、行楽行事で多額の出費が予想される。市場は厳しい状況が続く。	

商店街（代表者）	・行楽時期に向かい、初夏物商材に動きがあるため、多少の売上は見込めるが、単価が下がり大幅な売上増加は見込めない。
商店街（代表者）	・3か月後、今の状況より良くなる要因が全く考えられないので、今の状況が続く。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・よくなりそうな材料が見つからない。ウナギも高値が続く、フグの時期も終わる。こまめな節約をしていかななくてはならない。
百貨店（販売促進担当）	・外国人旅行者により高額品や化粧品に動きはあるものの、衣料品の需要減少は続いており、今後も良くなる傾向にない。
百貨店（営業統括）	・安定した状態が続くが、購買意欲を呼び起こす強い要素は見当たらない。
百貨店（業務担当）	・衣料品は寒暖差が激しいのも影響しているが、春の到来が早い割には動きが悪い。加えてリビング商材も含めた買換え需要等の減少を考えると、この先の伸びは期待できない。
百貨店（経営企画担当）	・衣料品の不振と食品等の消耗品の好調が明確になっている。今後は、気候等外部与件の影響を受けにくい商品の強化を進めていく。
百貨店（店舗事業計画部）	・政治問題の影響もあるのか中間所得層の購買意欲は停滞している。富裕層の高級品購買と外国人旅行者の消費はもう少しは続くが、安定した売上の伸長には中間層の消費回復が必須であり、まだ楽観視はできない。
百貨店（マネージャー）	・株価乱調、外国人観光客の大きな伸びも最近では堅調になり、落ち着いた。
スーパー（店長）	・生鮮食料品の動きがもっと活発化したら、それ以外の商品も売上が伸びるが、まだ生鮮食料品の動きが良くない。特に青果部門の野菜や果物類の動きが良くない。
スーパー（店長）	・ここ半年、来店客数が前年比87%前後で推移しており、3か月先もこの状況が続く。7月で熊本地震から2年になるが、来店客数は横ばいで、来店客数が約73%と非常に厳しい状況である。生鮮食料品の相場がかなり下がり、青果を中心に横ばいである。全体的には食料品は厳しい状況だが、大型店は安定している。スーパーマーケットは厳しい状況が4月までは続く。
スーパー（店長）	・周辺の市場環境に期待できる変化がみられない。
スーパー（統括者）	・賃上げ機運で景気も期待できる状況だったが、米国の保護主義政策、政治空転で株価下落と先行きが見通せない。
コンビニ（経営者）	・客の傾向に変化がみられない。
衣料品専門店（店長）	・天候が良くなれば、少しは客の動きも良くなるが、余り期待できない。
衣料品専門店（店長）	・商店街で復興券回収行事を行ったが、残念ながら客を呼ぶほどの魅力はなかった。まだ消費者心理は冷えたままである。
衣料品専門店（総務担当）	・現在の商店街が置かれた状況の中で、全体の景気が良くなることは考えられない。状況は今までと変わらない。
衣料品専門店（取締役）	・多少、物が動いている事実はある。閉塞感に飽きた消費行動が多少あるが、消費を促すような企業努力が必要である。
家電量販店（店員）	・前年に比べると販売量が増加している。当市でも有効求人倍率が過去最高を更新している。消費に回っているようだが、これ以上は期待できないので、今の状況は保ってほしい。
家電量販店（店員）	・テレビや冷蔵庫等の核となる商品の売上は3～6月まで厳しい状況が続く。
家電量販店（総務担当）	・サッカーワールドカップに期待したいが、平昌オリンピックも盛り上がり欠けたので、余り期待できない。
家電量販店（広報・IR担当）	・季節要因以外に好転する材料がない。
乗用車販売店（代表）	・変わらない。
乗用車販売店（総務担当）	・様々な施策を試すが、客数が伸びない。今まで以上に地域密着営業を実行し、売上と収益を確保していく。
乗用車販売店（販売担当）	・来客数減少はない。今後しばらく現在の好況が続く。
住関連専門店（経営者）	・商品の値上げをする企業がある。運賃の値上げも始まり、商品への価格転嫁ができるかが問題である。地方の景気回復感はない。
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低下傾向であるが、見通しは不透明である。また、例年に比べ早く温暖な天候になりつつあり、観光等の人出も順調である。さらに、4～5月の行楽時期の人の動きに期待する。

高級レストラン（支配人）	・ 歓送迎会等の季節的な予約が前年より少ない。
一般レストラン（経営者）	・ 予約もさほど多くなく、当日予約やフリーの客が多いため、何ともいえない状況である。
スナック（経営者）	・ この時期は毎年送別会等の団体利用が週末を中心に入ってくるが、今年はこの利用が少ない。個人利用の売上は前年と同じ水準で推移しているが、低値安定の様相を呈している。景気の上向き感はない。
観光型ホテル（専務）	・ 宿泊業は天候や流行等の外的要因に大きく左右される。周りの施設は耐震工事や倒産で休業や廃業となっている。それらの影響から、将来の見通しが立たない。
都市型ホテル（販売担当）	・ 前年度が3か月先の売上が大変良かったので、今年度は前年並みか少し下がる傾向である。
都市型ホテル（スタッフ）	・ この流れはしばらく持続していく。
都市型ホテル（副支配人）	・ 4～6月の先行予約をみても、例年より予約から宿泊までの期間が非常に早い。予約、単価も含めて好調である。
タクシー運転手	・ 国内外の観光客や3～4月の異動が多く、タクシー需要は良い状況が続くが、先行きに関しては楽観できない。
タクシー運転手	・ 少しずつ暖かくなり、ゴルフ等の客が増え、昼、夜とも需要が変わらなくなると予想しているので、期待している。
タクシー運転手	・ 公共料金の値上げなど不安要素も多少あるものの、一定の堅調さは保たれるが、横ばい状態で大きな伸びは期待できない。
通信会社（営業）	・ 3月の繁忙期になるが、閑散期対策をしているなかで、例年同様の結果は出せると考えている。
競輪場（職員）	・ 現在の商品構成では、売上に大きな変化が見込まれない。
美容室（店長）	・ 競争相手が多くなり、今までのような売上が難しくなった。客数より客単価に力を入れる。
音楽教室（管理担当）	・ 5月に入らなければ教室の状態が分からない。
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）	・ 報酬改定に伴う売上減は回避できそうである。人材確保難は続いており、厳しい状況である。
設計事務所（所長）	・ 世界の動きが良くなるか、悪くなるか、不透明である。
設計事務所（所長）	・ 今月の打合せや資料の結果が2～3か月先に出る。今月は変わらない状況であるため、2～3か月先も変わらない。
設計事務所（代表）	・ 良くなる要素が特にない。
住宅販売会社（従業員）	・ 景気は株価の乱高下があったものの持ち直したほか、為替も円安になり、輸出は好調である。国内景気は今一つだが、海外に市場がある業態は賃金も上がり、消費に回している。賃金が上がっても消費に回らない、賃金が上がらないのが大多数で、景気としては今後も変わらない。
一般小売店〔青果〕（店長）	・ これから夏に向けて地物野菜が調達しにくくなり、近隣野菜になる。輸送コストで価格が高くなり、暑くなると客の野菜の需要が減少する。横ばいか、あるいは厳しくなる。
スーパー（店長）	・ 商圏地域において競合他社の出店計画があるほか、人口減少もあり、今後の売上増加は期待できない。
スーパー（総務担当）	・ スーパーマーケットはドラッグストア等のディスカウント店との価格競争を続けることはできない。数字で確認されている景気の浮揚感とは別に、客の価格選別志向は相変わらず根強いものがある。大手資本の同業他業の新規出店攻勢が強化されてきており、既存店のみでの競争は厳しい。
コンビニ（経営者）	・ 公共料金値上げや人手不足による人件費の値上げのため経費が拡大し、店舗の経営は厳しい状態が続く。
ドラッグストア（部長）	・ 安定政権の雲行きが怪しくなるなか、少しずつ進んでいた景気回復への意識に水が差されるのではないかと懸念がある。
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）	・ 円高が進むと外国人観光客への影響が懸念される。
高級レストラン（経営者）	・ 今のところ来月、再来月の予約は余りなく、ゴールデンウィークの間合せが少しある状況である。4、5月は家族連れが来店しそうだが、今のところ伸びる気配がない。
美容室（経営者）	・ 3か月後は6月下旬になり、雨も多くなる。1年の中では、外出したくない時期になるので、状況は余り良くない。
理容室（経営者）	・ 3月は卒業、就職、転職等で通常より良好ではあるが、4～5月はその分来客数が落ちてしまい、毎年売上が良くない。客によると、電気工事関係や家電関係では設備投資が多くなり、状況が良くなっている。

	x	百貨店（営業担当）	・先行き不透明感や消費の2極化が全て解決されたとして、横ばいになる。最悪の状況では、一気に景気が減退し、厳しい状況となる。百貨店としても苦しい状況である。一部は海外旅行者の好調に支えられているが、将来まで続くとは考えられないため、構造変革に期待したい。
企業 動向 関連  (九州)		輸送業（従業員）	・健康食品の納入価格が上昇している。輸出中心に3か月先の受注も好調である。
		農林水産業（経営者）	・4～5月は、各社商品の入替えもあり、素材肉の引き合いも強い。スーパーマーケットでは行楽時期で需要が期待でき、居酒屋等でもメニュー入替えや人事異動で酒の席が多くなる。ただ、卵、鶏肉も前年に比べると生産がかなり増えているので、相場的には不安である。輸出に関しては引き合いが強いが、為替が円高傾向のため、従来に比べると厳しくなる。
		家具製造業（従業員）	・家具業界では東京オリンピック向けホテル需要が今年も大幅に増えている。現在着工中で完工予定が2019年、2020年前半の物件情報が前年に比べ30%程度増えており、全体ではそれ以上増えている。家具の一般小売、ホテル家具を除く特別注文家具の需要は横ばいである。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・開発案件等が控えている。
		化学工業（総務担当）	・現在行っている生産調整が終了する見込みである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・全てのユーザーからはそれなりに受注量があるが、人手不足の問題もあり、生産が上がらない状況が続いている。ただし、状況からいうと上向きになっており、それにどう対応していくかが問題である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の声や引き合い状況では、今後3か月先も受注量は今月の状況が維持できそうである。
		電気機械器具製造業（取締役）	・独自の取引先のルートを確認できた。将来の見通しの下、工場の拡張計画が実現化した。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・スポーツ用多目的車両が好調のため、当初の来期生産計画数に対して最新内示数で増産傾向になっている。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・今後も自動車向けや家電、半導体等の増産体制は変わらず続き、全体的に好調が続く。
		通信業（経理担当）	・地方自治体における、災害対策及びITの運用費用の効率化を図るためのクラウドコンピューティング関連の受注が増加してくる。
		金融業（営業担当）	・気候が暖かくなるに従い、消費者の購入が活発になっている。今後、人事異動等で人の動きも増え、全業種的に2～3か月は良い状況が続く。
		その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・決算特別ボーナスを支給する企業や、連続して年次休暇を取得すれば特別手当を出すなど、社員に手厚い制度を行う会社もある。以前とは変わってきたことがうかがえる。
		農林水産業（営業）	・今年の天候等の季節要因を注視している状況である。
		食料品製造業（経営者）	・比較的安定した受注が見込める。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・量販店の受注関係が現在でも余り思わしくない。販売の形態の変化が激しく、こういった方向で動くか判断に苦労している。
		鉄鋼業（経営者）	・販売数量や受注量に波があり、増加傾向が続かない。ただし、共同住宅等の建築物件は今後かなり出てくるとの情報があり、心配はしていない。最も頭が痛いのは市場環境より事業環境で、4月からの製造原価の急上昇を市場に転嫁しないことには生産が継続できない状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・3か月先もほぼ同じ受注量と推測される。
		建設業（従業員）	・見積案件はあるが、なかなか受注に結び付かない。先行きが見えず、設備投資にも慎重である。今月はしゅん工物件が多く、早急に受注できるように営業体制を強化していく。
		建設業（社員）	・官公庁の30年度の発注がまだ分からないが、悪い状態は変わらず続いている。各官公庁の発注予定が出ないと受注計画が立てにくい。
	輸送業（従業員）	・マンション等の工事物件に関連して建設機械会社やレンタル会社は好調であるが、生活雑貨を中心とした一般貨物は特に荷動きが良くなる要因が見当たらない。	
	輸送業（総務担当）	・新卒採用に関し、早期採用が厳しい状況である。それだけ経済が好調であることを表しているが、大企業が人材を確保するため、中小企業はますます厳しい状況に追い込まれている。生産性を上げるための機械導入等に対し、もっと積極的な補助が必要である。	

	通信業（職員）	・来年度の受注目標額は今年度よりも大幅増となっているが、営業件名情報は大幅に増えていない。
	金融業（従業員）	・2月の景気はかなり良かった。3月はその反動で減少し、この先厳しい見方もあるが、特に良くなる要因、悪くなる要因がないため、ほぼ変わらない。
	金融業（従業員）	・バスやタクシー、貨物運送業等では、恒常的な人手不足や燃料費の値上がりが経営面の障害となっている。一方、企業の求人意欲は旺盛で雇用者所得は次第に持ち直している。
	金融業（調査担当）	・倒産等、取引先の業績に変化なし。
	金融業（営業）	・外国人労働者採用の動きが顕著になりつつある。外国人労働者が戦力になるまでは人材不足が続き、景気の足かせとなる。
	不動産業（従業員）	・ホテルの客室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）	・好材料が見当たらない。
	広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込枚数は、年間を通じて受注枚数が最も多い月である。入学、卒業、年度替わりと催しが多い月だが、受注枚数は前年比97%と前年度を超えていない。好調な業種はショッピングセンター・健康・医療関係・増改築等で、不調な業種は求人・自動車販売・通信販売等と、新聞折込を比較的に利用する業種が振るわない。しばらく今の状況が続く。
	経営コンサルタント（社員）	・これまでの成果は、働きかけた結果より、先方から持ちかけられた場合がほとんどである。営業の効果は余り期待できない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・会社のホームページの接続数や問合せ件数に大きな変化はない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・熊本震災の復興もあり、良くなりそうな気配が目に見えてきているが、全般的に今後景気が上向くかどうかは不透明である。
	農林水産業（従業者）	・今後は暖かくなり、どの産地でも出荷生産ができる時期となるため、価格は下落する。出荷が多くなれば単価が下がり、今後7月までは景気が良くなる材料は少ない。
	繊維工業（営業担当）	・減った仕事の代わりはすぐに探せるが、手慣れた仕事からの変更になるため、幾分か難しくなる。
	金属製品製造業（事業統括）	・株価の低迷により客の投資意欲がそがれてきた。
	精密機械器具製造業（従業員）	・受注先からの要求が減少している。まだはっきりしてないが、受注生産のため厳しい状況にある。
	経営コンサルタント（社員）	・大型ディスカウントストアが閉店した。客数、客単価の減少が原因である。
	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・国から市町村への調査・計画に関する補助金が減少しているほか、総合戦略等の新たな事業もない。このため、調査や計画策定の支援業務などは、予算計上が少ないことから、発注する業務量が少なくなっている。このため、今後入札時に不当な安売り競争が激しくなることが予想され、計画が悪くなる。
	x	-
雇用 関連 (九州)		-
	人材派遣会社（社員）	・労働契約法改正から5年目を超えることで各社の動きが固まり、方向性が定まるので、今までどおりの安定した業界の流れが出てくる。それにより多くの案件が動いていく。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・九州で原子力発電所が稼働した。地元電力会社は地域経済の重要な役割を果たしており、原子力発電所の停止後、経営判断で様々な地域支援を一時やめていたが、今後復活すれば一定の経済効果が期待できる。
	人材派遣会社（社員）	・4月からの新規契約については、ほぼ人材が確定している。時期限定の注文はあるが、長期で追加注文は来ない時期である。
	職業安定所（所長）	・雇用環境を含め、景気に変化するような動きがない。
	職業安定所（職員）	・建設業については、熊本地震復興に伴う家屋等の発注も山を越えたとみられ、従業員の募集も5か月連続で前年度を下回った。宿泊・飲食業や小売業も接客の求人はあるが、求人事業所の従業員全体の数は増えていないので、求人はあくまでも退職者の補充とみられ、業容拡大のための求人ではない。
	職業安定所（職員）	・事業所では、今後の状況が見えず、設備投資や人件費に予算を立てることをちゅうちょしている。

	職業安定所（職員）	・電気工事の公共事業に関する受注について、新たな観光地での工事や公共施設の建築が考えられるが、当市の交流拠点施設の事業が延期されるなど、先行きは不透明な状況である。
	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が続き、有効求人倍率は高い水準で推移する。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・労働人口の減少に向けた人材確保や、前年度採用人数を確保できなかったことから今年度の採用人数を増加させる等、景気動向と関連性のない要因もある。業績好調、又は業績拡大の計画による採用人数の増員と回答する企業はまれである。
	人材派遣会社（社員）	・採用活動が一服し、求人数は減少する。
	人材派遣会社（社員）	・期末期初が過ぎれば、いったん求人・求職依頼件数は落ち着く見込みである。
x	求人情報誌製作会社（編集者）	・業界大手が撤退をしない限り、この傾向は続く。