

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)	良くなる	ゴルフ場（従業員）	・ここ2～3か月先の予約状況をみても前年を上回る勢いである。これまで人件費をカットしてきたが、人手が足りない状態が発生している。求人を出したり、従業員のペーシングアップを検討するなど、以前と比べると会社が雇用重視の方向に向かっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響もかなり薄くなって、景気は徐々に回復すると考えられる。
		百貨店（総務担当）	・書籍等業界自体が低落傾向にあるテナント以外、この夏のセールを反転攻勢の機会とする様子がみられる。特にアパレル関係テナントの商品供給に勢いがある。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要を機に、日用品やギフトに対する客の視線が変化し、食品等デイリー商材、雑貨が回復に向かっている。ギフトは天候の影響で来店が少なかったが、店外受注は好調である。贈答及び「プチ贅沢」の自家需要商品、自宅届受注の動きが良い。また、店外催事のリビング商品催事も家具・家電が好調で来場者数も多かった。
		百貨店（営業統括）	・夏の中元商戦を迎え、ボーナス支給も増えるなか、購買の増加が期待できる。
		百貨店（営業政策担当）	・現状の入店・売上内容をみると堅実な動きがみえる個所がある。
		百貨店（企画）	・消費税増税後の買い控えの反動が、クリアランスを期に好転することを期待している。
		スーパー（経営者）	・6～8月のボーナス支給の状況によって変化がある。
		スーパー（総務担当）	・ここ数か月の状況をみると、衣料品や住居関連商品については気温にかなり影響されるが、食品については、安定して前年を上回っているため、この状況が続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・消費税増税の段階ではやや落ち込んだが、月を追うごとに、元に戻ってきたというよりも上昇気流に乗っているようで、これからもその状態が続く。
		家電量販店（店員）	・消費税増税が4～5月とかなり響いていたが、6月に入って若干影響がなくなってきた。今後3か月を考えると一旦は通常の状況に戻ると予想している。
		家電量販店（総務担当）	・梅雨明けは例年通りの暑さが予想されるので、季節商材の動きに期待している。
		家電量販店（従業員）	・暑くなったため冷房器具が売れる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・賃金やボーナスの上昇等明るい話題もあり、消費税増税の反動も和らいでくる。
		乗用車販売店（従業員）	・軽自動車の受注を伸ばせばなんとか回復してくる。
		乗用車販売店（総務担当）	・2～3か月先になれば消費税増税の影響が少なくなり、新車販売台数が上向き、売上と利益の確保ができるようになる。
		住関連専門店（店長）	・消費者が消費税増税にも慣れ、購買意欲も増加傾向にあるように見える。また、ボーナス時期も重なるため、これから2～3か月は大きな商戦になる。
		その他専門店【コーヒード】（経営者）	・7～8月はお盆の時期になり、お中元等進物関係が出るようになる。それに伴い売上の増加も見込める。
		その他専門店【書籍】（代表）	・消費税増税の反動がみられるが、夏頃には落ち着く。
		その他小売の動向を把握できる者【土産卸売】（従業員）	・今後、夏に向けて休みも多くなるので人の動きも活発になる。来客数が多くなるように、商品の陳列を変えたりポップを作るなど、売上増加に努めたい。
居酒屋（経営者）	・消費税増税にも慣れてきているので、購買意欲も増してくる。		
都市型ホテル（販売担当）	・客の動きや予約などが早く、夏場の売上向上が見込める。		
都市型ホテル（スタッフ）	・九州地区の様々な大会が夏から秋にかけて集中していることもあり、予約状況は好調に推移している。市内各ホテルの宿泊稼働率も徐々に上昇しており、昨年までは減少傾向だったレストランでの企業接待も増加に転じている。緩やかではあるが景気の底を脱した感はある。		
都市型ホテル（副支配人）	・夏から秋にかけて、あるいは来年にかけて団体・グループの問い合わせが活発である。		
通信会社（総務局）	・4～6月は前年同月比で新規獲得が伸びており、売上に反映される。		
変わらない	商店街（代表者）	・商店街全体としては景気が良くなっているとは、誰も言わない。婦人服の店はあまり良くないようだが、その分食事に回っているようだ。レストランは、にぎわっているところも多い。	

商店街（代表者）	・前年から比べると物の動きは多少良くなっている。
商店街（代表者）	・今後2～3か月の景気は悪い状況が続く。
商店街（代表者）	・衣料関係はここ2～3か月厳しい。客の様子をみると無駄買いしないという習慣が自然と身についているようだ。
商店街（代表者）	・周辺の店も景気が良くないという声をよく聞くので、キャンペーンや販促品などのチラシを打っている。そのため、当社では売上が若干伸びているが大して変わらない。
商店街（代表者）	・盛夏物の売上上昇に期待したいところだが、良い材料が見当たらない。夏物バーゲン開催の前倒しも検討したい。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・素材を売ることに関心を感じている。行事の際の鉢盛りも最近ほとんどない。そのため、お盆の注文も最近少ない。
一般小売店〔精肉〕（店員）	・特段の事情がないので変わらない。
百貨店（営業担当）	・当県の場合、アベノミクス効果により夏のボーナスが増加する企業は非常に限られている。ここ数か月では、生活者の消費マインドの上昇が首都圏ほどみられないのではないかと予測する。
百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の影響は減速しているものの、顧客の購買状況を見るとまだまだ良くなるとは言えない。
百貨店（店舗事業計画部）	・春夏シーズンをもちこたえたため、秋冬シーズンの始まりも大きなマイナスは起こりにくいと考え。しかし、気候が平年と比べ大きく変わる場合は影響が出そう。
スーパー（店長）	・顧客の様子から、このままの状態がしばらくは続きそうである。
スーパー（店長）	・ここ2か月ぐらいは客数の増加がなく、前年比92～93%で推移している。
スーパー（経理担当）	・競合店の出店も多く淘汰されている店舗も多少あり、競合状況が更に厳しくなる。品質やサービスでの差別化で特色を出していく。特に生鮮食品においては消費税増税の影響は大きくなかった。
スーパー（統括者）	・現状では、景気が良くなるのか悪くなるのか、不透明である。
スーパー（業務担当）	・夏場の特徴として、盛夏商材がバーゲン時期に入る7月以降、新たな仕掛けのできる商品のトレンドは限られており、大幅な売上増加は見込めない。
コンビニ（経営者）	・今のところ特段良くなる要因が見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・今まであらゆる工夫をしても変わらなかったため、数か月先も変化はない。
衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響も少し落ち着き、客の雰囲気も何となく落ち着いた。
衣料品専門店（店長）	・期待の地域振興券はまだ売り切れておらず、消化のため商店街でイベントを打ったが効果はなかった。景気は横ばい状態である。
衣料品専門店（店員）	・今年もセールが7月中旬からのスタート予定で、完全に他店から出遅れる予想である。当店のセールスタートの時期には他店で再値下げが始まっているので売上高は上げにくい。見通しは厳しい。
衣料品専門店（取締役）	・ファッション業界は気候に非常に左右されるので、9月の気候が変動の大きな要因となる。消費税増税に少し慣れるものの、考えながらお金を使う傾向は変わらない。
衣料品専門店（チーフ）	・今の客数の動きからみると、2～3か月後もかなり厳しい状況が予測される。
衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税の負担増と若干のインフレ傾向にもかかわらず、客の収入は増えていないため、全く良くなる要素はない。ただし、希望を込めて変わらないとした。
住関連専門店（経営者）	・関連業者の話聞いても一般消費者の財布のひもは固い。置き家具業界は秋口までは厳しい。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の販売量については、昨年並みの状況が続いている。今後、暑さが更に増しエアコンの使用が増加したり、夏場の行楽シーズンに車での旅行が増加するなど燃料油の増販に期待したい。顧客からは、夏季賞与の使い道がはっきりしないとの声を聞くので、消費に回することを期待する。
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）	・物価も上昇基調にあるので、消費がどれだけ増えるか微妙である。ただし、インバウンドはまだ伸びる。
高級レストラン（支配人）	・翌月、翌々月の現在の予約状況があまり良くない。
観光型ホテル（専務）	・消費税の再増税により、景気が悪くなるかもしれない。

	旅行代理店（従業員）	・夏休みの予約は、現在前年並みで推移しているが、急激な増加はない。7月より減便予定のハワイは供給数が足りず、前年比ややマイナスである。
	タクシー運転手	・今後、夏のボーナスが支給されるのでその分多少期待はできるが、年金生活者の年金支給額が消費税増税分増えるわけでもないのその分マイナスとなり、どうしても横ばいになりそうだ。
	タクシー運転手	・夜の繁華街が悪く、あまり期待できないので売上も伸びない。
	タクシー運転手	・ガソリンなどの高騰で消費が抑えられ、横ばい状態が続く。
	通信会社（企画担当）	・現状以上に良くなるという材料が今のところない。
	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）	・来年の消費税増税や医療介護総合推進法に基づく負担増等により、しばらくは利用控えが懸念される。
	音楽教室（管理担当）	・教室の入会は新学期の4月あたりなので、この時期はあまりない。
	設計事務所（所長）	・今年に入ってそこそこ仕事はあるので、この状態が今年いっぱい続く。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響が夏頃までは続く。
	住宅販売会社（代表）	・来客数や打ち合わせの内容から、住宅の新築に関しては下がっていくと予測する。リフォームや中古住宅の購入に関しては、リフォーム補助金等を利用すると話が進む。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・サラリーマンは夏のボーナスがあるが、電気料金の値上げや消費税増税で、あまり良くならない。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・夏場の売上は低迷する。お盆前の返礼品があるが、近年はお返しもせず略式になってきているため更に売上は減る。早めの景気回復に期待したいところである。
	百貨店（業務担当）	・客のなかには、消費税増税前に大きな買物をしたので、ボーナスは支払に回すだけとの声もある。日常の消費は緊縮状況にある。
	百貨店（売場担当）	・9月に系列店舗の隣に、ホテルと商業施設が一体となった複合ビルがオープンするので、その影響がある。百貨店業態はやや悪くなる。客単価は落ちてないの懸念材料はないが、入店客数と天候にかかってくる。
	スーパー（店長）	・景気が上向くだけの新しい材料はまだ見えてこない。その一方で、競合店の出店計画等もあり、価格競争を含めた競合がますます厳しくなると予想される。
	スーパー（店長）	・昨年度は競合相手に売上対策をして、前年比110%で推移した。今年は、売上対策のチラシは出さず、その分利益率を高めていくつもりである。全体的な流れは、耐久商品を中心に消費税増税後の影響が見受けられる。しかし、耐久商品はもう少し動きが良くなりそうだ。生鮮食料品は順調に売上が回復している。ギフト関係は早期特典もあるが今回は少し動きが鈍い。
	スーパー（総務担当）	・競合他社と顧客争奪が激化しており、販売促進費が上昇するなど、コストと収益のバランスが悪い。顧客の動きは、セールや他のイベント等多数の仕掛けにより来店が促進されているため、しばらくは厳しい状況が続く。
	コンビニ（エリア担当）	・現在、消費税増税が大きく影響しており、客数が大幅に減少している。近郊の店でも同じような状況で、地方での消費税増税の影響は大きい。
	コンビニ（店長）	・首都圏を重視したアベノミクスの政策により、地方や中小企業の景気は悪くなる。
	家電量販店（店員）	・サッカーワールドカップの日本代表は残念な結果になったが、このような勝敗が消費動向を結構左右する。購買意欲が損なわれているのが現状である。良くなる要素が見当たらない。
	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）	・映画の作品が売上を左右するが、今後は期待できない。
		高級レストラン（経営者）

	高級レストラン（専務）	・首都圏からのツアー観光客や研修などの旅行者は、価格や内容的に良い客がきているようで、アベノミクス効果が出ているかもしれない。しかし、地方は回復していない。10月以降どうなるか期待している。	
	タクシー運転手	・今年はホテルの宿泊客もタクシー利用が少なく、例年よりレンタカー利用が多いようだ。	
	通信会社（業務担当）	・7月は引き続きプラン変更での来店増が見込まれ、昨年の販売台数を上回る。しかし、関心が高いユーザーは6月にある程度来店したので、先月ほどの来店客数及び販売台数にはならない。	
	通信会社（販売部）	新商品・新サービスが出そろい、時期が経過したため、客の興味関心が落ち着いてくるものと考えられる。	
	競馬場（職員）	・前年と比較すると良くない。	
	美容室（経営者）	・通常、2～3か月先の夏場は閑散期であるが、現在既に閑散期になっているので、少しは期待ができる。アベノミクスは底辺まで浸透しないというのが実感である。	
	設計事務所（代表）	・消費税増税の影響がある。	
	住宅販売会社（従業員）	・次の消費税増税を見越した消費の冷え込みや電気料金値上げの問題もあり、消費にお金が回らないので景気は悪くなる。賃金改正はごく一部であり、広く世の中に貢献するものではない。	
	悪くなる	一般小売店〔生花〕（経営者）	・これから2～3か月は切花が避けられる時期になるので、毎年ながらかなり厳しい。同業者に気兼ねするが、新規開拓の営業に出ようと考えている。
		観光ホテル（総務）	・今後3か月の収入予測より悪くなると判断する。
企業 動向 関連  (九州)	良くなる	-	-
	やや良くなる	繊維工業（営業担当）	・中国での生産維持が難しいため、国内の生産が悪くなることはない。
		家具製造業（従業員）	・9月までの物件情報と提出済みの見積件数・金額は、前年比で10%程度多い状況である。また高額商品の見積も増加傾向にあるため、景気は緩やかに上向いている実感がある。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・取引先のうち、9月が決算月である会社からの受注数が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・デザイナーズブランドや企画商品の動きが活発であるので、秋口にはいくらか良くなるのではと期待している。
		金属製品製造業（事業統括）	・受注量の増加は、直接的に売上拡大に結びつく。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今まで、滞っていた引き合いが徐々に増えつつあるので、今後受注量も増えるのではと推測する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・製造業では、受注量の確保が大変である。どうしたら利益が上がるのかなど、研修を強化することで社員のレベルアップを図り、受注価格の減少を防いだり、受注量を増やす努力を行う。
		電気機械器具製造業（取締役）	・当社は、引き続き太陽光関連に投資意欲がある。
		精密機械器具製造業（従業員）	・車載用・家電製品の部品生産受注が増産している。また、今年の夏が長期化すればエアコン等のIC部品の受注が増す。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新モデル車両の事前注文数が、当初予測よりも大幅に増加している。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・価格相場が停滞しており多少不安はあるが、取引先の生産が更に増える予定である。
		建設業（従業員）	・最近は見積案件も少なかったが、官庁の大型工事の見積が控えている。また、新幹線や駅周辺の開発があり、何かしらの影響でやや良くなる。
		建設業（社員）	・第1四半期の発注が少なかったため、第2四半期に期待するしかない。発注予定では、第1四半期もある程度の発注があるように公表されていたが少なかったようだ。第2四半期に期待する。
		輸送業（従業員）	・これから米の収穫時期に入っていくので、青果物関連が動き出す。青果物関連が動き出すということは、それを入れる段ボール原紙の需要が見込まれる。貨物が動けばそれだけあらゆる業界の景気も良くなる。
		通信業（経理担当）	・当社では、第2四半期も強気の経営方針を打ち出している。
		金融業（従業員）	・海外の景気の先行きに不安を抱く先もあるが、外国人観光客が増加しているほか、軽自動車を中心に自動車販売が回復してきている。また、マンションなどの住宅建設が本格化してきており、給与支給額も増加傾向にある。
		金融業（調査担当）	・消費税増税のマイナスの影響は限定的である。持ち直しのスピードも速い。

	不動産業（従業員）	・商業施設の売上が予測より上向きで推移しており、今後も継続する。	
	新聞社（広告）（担当者）	・消費税増税による買い控えが一段落し、旅行広告を中心として広告出稿量が復調する見込みである。	
	広告代理店（従業員）	・消費税増税後の影響がなくなる頃である。	
	経営コンサルタント（社員）	・高級な物の在庫が少ない傾向にある。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に業況を聞くと、多くの会社が上向きつつあるとの回答である。	
変わらない	農林水産業（経営者）	・現状を見る限り、7～9月も順調にいく。居酒屋、スーパー関連も新しい商品の引き合いが強く、取引先の工場見学や商品プレゼンテーションにも多くの取引先が積極的に来社している。加工メーカー筋も豚流行性下痢と輸入鶏肉の円安で手配し難いところがあり、鶏肉に対する引き合いは強い。ただ、冷夏に伴う消費減退と飼料価格の高騰等が心配される。	
	農林水産業（営業）	・畜産業界内の値上がり感はあるものの荷動きは変わらない。	
	農林水産業（従業員）	・畜産販売はなかなか厳しく、現状のままで推移する。	
	食料品製造業（経営者）	・若干ではあるが昨年同月の売上を上回り、納入先の店舗も活気が戻りつつあるかに見受けられる。客単価も一時の低迷を脱し、今のところ好調とのことで景気の先行きに期待が持てる。ただし、ここ2～3年、繁閑に変化が生じており、必ずしも安心できる状況にはない。	
	化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気の影響をあまり受けず、出荷も引き続き順調である。	
	鉄鋼業（経営者）	・5月ごろから受注量が減少し販売量も減少している。新規物件の引き合いも少なくなっており、明らかに消費税増税の影響で新規の建築物件が少なくなっているようだ。いつ頃回復するのか不透明で、この状況はしばらく続くともて減産を継続せざるを得ない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・具体的な動向は今の時点でははっきりしないため変わらない。	
	輸送業（総務）	・消費税増税の反動や燃料高騰の影響で、明るい材料はない。	
	輸送業（総務担当）	・ガソリン等の燃料費が高止まりしている。預かっている荷物の荷動きからするとあまり消費は伸びていない。今後もこの状態が続く。	
	通信業（職員）	・省エネ関連の案件の引き合いが若干出ているが、件数は伸びず、規模も小さいため受注額の増加になかなか繋がらない。	
	金融業（営業担当）	・中小企業全般で、売上高の増加に伴う利益の改善はまだ見えず、資金繰りの面で不足金額にかかる借入金依存が解消される見込みがない。	
	金融業（営業）	・政府の成長戦略が寄与することを期待するが、現状分らない。太陽光発電の需要が高かったが、電力会社との連系費が高騰し、今後の伸びが期待できない。景気はあまり変わらない水準で推移する。	
	経営コンサルタント	・経営が改善しない理由は、当社の手法が悪いのか、皆の新しいものに取り組む意欲が減退しているかのどちらかである。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・消費税増税の影響は時間が経ってきたのでさほどないようだ。ただし、景気が良くなったという実感はないし、給料が若干上がったり、ボーナスが支給されても消費行動はさほど変わらない。	
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・好況感は維持しているが、賃金や収入増加に至るか分らない。増収増益基調の会社が多いが、実感が沸くような景気回復はなさそうだ。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・季節的に一番落ち込む時期になってくる。	
	広告代理店（従業員）	・6月の新聞折込チラシの受注枚数は前年同月比の90%となった。4月以降、消費税増税の影響で、販促経費の削減や消費活動の冷え込みなど、当業界の周辺環境はますます悪くなっている。増税以来3か月を経過したが、まだまだ底がみえない状態である。今後、上向き兆しはない。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・福祉以外の業務が少ない。このため、次年度以降は極端に発注量が少なくなることが予想される。また、設計などの委託業務が少ないことから、全体として仕事量が少ない状況が続くと予想される。	
悪くなる			
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・人材供給の不足感は、オリンピックまでの数年は確実に出てくる。

(九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・首都圏の求人数と比較するとまだまだではあるが、少し時差があって九州も多くなる。
		人材派遣会社（社員）	・注文も継続的にきている。中元の受注状況によっては、更に増員するかもしれないという企業も複数あった。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当県では、大手通信アプリ企業の本社移転で多くの求人に関心が出ている。人出不足と言われる業界の正社員化や時給の引上げも聞く。こうした状況が続けば、景気は上向く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・7月以降、製造業の求人が増えそうだとの声が多い。生産調整などが落ち着き、各業界で動きが出始めている。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響が予想よりも深刻でないことから、企業が設備投資に前向きになることが期待される。また、新規求人がさらに増大するとともに、人手不足感から賃金等の労働条件を改善しようとする動きがみられる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税の影響も落ち着いてきているとみられ、新規求人の増加傾向はまだ続くとみられる。新規求職者数の若干の減少傾向は変わらない。月間有効求人倍率は0.8～0.9倍台を推移している。
		職業安定所（職業相談）	・有効求人倍率は引き続き上昇傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣依頼の企業も増えているが不人気職種が多く、求職者の希望とマッチングしない。
		人材派遣会社（営業）	・消費税の影響は今から出てくる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・同業者間の競争はますます激化する。市場の活性化に伴う求人件数の増加を期待したいところである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税のマイナスの影響が消えない。
		職業安定所（職員）	・全体的に好況感を感じられるものの、管内企業の賃上げ状況調査の結果から、中小零細企業においてベースアップを行ったところはほとんどない。また増税の影響もあり、消費が伸びる要素が少ないため、あまり変わらない。
		民間職業紹介機関（社員）	・8～9月の求人はまだ本格化していないが、契約終了の話は少ない。継続の方向で動いている。
		民間職業紹介機関（支店長）	・景気上昇による人手不足感があるが、顧客の派遣先は安易に求人、増員など求めているようだ。必要な人材は直接雇用で厳選し、さほどスキルを必要としない場合は、短期・短時間労働契約のパート、アルバイトを充当している。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・求人件数の伸びが鈍くなっている一方、内定辞退者の増加で中小企業を中心に追加採用の動きが大きくなる可能性はある。しかし、景気の上昇に影響するとはまでは言えない。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・介護、建築、機械設計、自動車整備職等は人手不足ではあるが、企業への聞き取りの結果、全体的には今後数ヶ月、年度当初の採用計画から採用数を増加するという声はほとんどない。	
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-