

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	スーパー（店長）	・競合店や店舗の周辺環境が昨年と変わるような状況はない。昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったが、食品スーパーではその反動減の影響はあまりないようで、来月の売上高は前年比107～108%と予想する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・春先から中国客船の寄港の予定があり、中国人客でにぎわうと期待している。
		商店街（代表者）	・国の政策により、地方公共団体によるプレミアム商品券の売出しが行われると聞いている。それにより一時的に売上増加が期待できる。しかし、5～6か月後には売上は落ち込む。
		商店街（代表者）	・弊社は、企業の経費に関わる業態なので、年度末や異動時期の売上は上がる。
		商店街（代表者）	・これから商店街の人通りが多くなるので、購買に少しずつつながっていく。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・大口の得意先飲食店が新規店舗を出店する予定があり、それに伴い販売量が増える。
		百貨店（経営企画担当）	・円安・株高、外国人観光客の増加により都市部は好調のようだが、地方は大企業のような企業の賃金ベースアップも無く、消費者の購買力は低迷している。しかし、政府の地方創生に向けた政策や消費税増税の延期等、景気判断の好材料はあると考えられる。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税から1年が過ぎて、少しずつ購買力が戻ってくる。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響も弱まり、現在より改善する。
		スーパー（総務担当）	・食料品の売上は安定して前年を上回っている。前年割れの傾向があった衣料品や住居用品も回復傾向にある。
		スーパー（業務担当）	・テナントの入替えによる集客力の向上にはまだ時間がかかるが、生鮮・加工食品・日用品は徐々に売上が回復しており、今後の好転が見込まれる。
		家電量販店（店員）	・昨年4月は消費税増税による落ち込みが激しかったので、売上は前年比を上回る。昨年9月くらいからの流れを考えると良くなる判断している。
		家電量販店（総務担当）	・少しずつ買換え需要が起きてくる。
		家電量販店（従業員）	・新学期に向け新生活の準備が始まるので、やや良くなる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税の影響が徐々になくなりつつある。
		住関連専門店（店長）	・小売業は3月の決算で減収減益になる企業が多くなる。しかし、4月からの回復を見据えて努力を続けている企業も多く、それが報われることを期待したい。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・3月までの異動シーズンに伴い、進物、職場へのお礼の品等でのコーヒー需要が今後見込める。おそらく、3～4月までコーヒーの売上は良くなる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・今年は春の訪れも例年より早くなりそうなので、人の動きが前倒しになりそうだ。石油価格の低下により、行楽で車や飛行機等を使う人が増えるため、土産品の販売数量も増える。
		高級レストラン（支配人）	・翌月の予約が多い。
		観光型ホテル（スタッフ）	・順調に予約が伸びている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月の選挙で第1四半期は苦戦を予想していたが、大型商業施設や県立美術館のオープン、東九州自動車道の開通もあり、2月時点で4月以降の予約が活発に動いている。
		旅行代理店（従業員）	・政情不安や円安の影響で長らく前年割れが続いていた海外旅行が、ゴールデンウィークの日並びの良さや、韓国の回復もあり、前年を上回ってきた。
		通信会社（業務担当）	・3月は年間での最需要期を迎える。先月同様、月初から商戦が盛り上がることで予想され、販売数が増加する。
		通信会社（営業）	・異動時期や新生活の時期であり、販売消費量に期待ができる。
		ゴルフ場（従業員）	・4月以降、新年度を迎え、賃金のベースアップやゴールデンウィークなどで、ゴルフなど娯楽に対して興味を持つ人が増える。そのような客が少しずつ予約を入れる状態なので、上向いていく。

	美容室（経営者）	・3～5月とだんだん景気は良くなる。季節柄、人が明るくなり周りがウキウキしてくる。客の気持ちと同様に、おしゃれ産業も上昇する傾向にある。
	理容室（経営者）	・3～4月になると、卒業、入学、就職などに本人や家族が出席するので、客が増える。今年よりは良くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅関連の景気対策効果に期待している。
変わらない	商店街（代表者）	・当商店街組合員が一丸となって企画して集客に努めているが、郊外大型店に太刀打ちできない。このままでは地方の商店街が崩壊していく。
	商店街（代表者）	・収入が増えていないため変わらない。一方、経費は増えている。年金から税金を納めるのは非常に厳しい状況である。皆苦慮している。
	商店街（代表者）	・4月以降、消費税増税の影響も弱まり昨年よりも少しずつ消費や景気が回復していく。
	商店街（代表者）	・特にシニア層は物価上昇に対して年金収入は減る一方で、消費行動を後押しする材料は何一つない。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・服飾品等は需要が高まっていると聞かすが、食料品に関しては横ばいの状態が続いていく。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・ふぐの季節も終わり、新たな商材がないと厳しくなる。今までと捕れる時期がずれ、魚の旬が少しずつ変わってきているようだ。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・春に向けて新茶の時期でもあるので売上は増加するが、消費税増税後初の新茶であるため、購入単価は減少する。
	百貨店（営業担当）	・店外ホテル催事、クレジット催事は集客、売上共に好調である。高額品受注とクレジットシェアが上昇しているが、購買の二極化による顧客の慎重な消費傾向は継続している。
	百貨店（売場担当）	・大型店の売上をみると前月実績をかなりクリアしている。昨年5月は消費税増税の影響で下がったが、流れ的には悪い方向にはっていない。売出しなどを仕掛けると客がかなり来る。
	百貨店（店舗事業計画部）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減を除けば、大きな流れは変わらない。株高や円安は、売上の押し上げに影響しておらず、時々、ごく一部の高額品が売れたり、外国人観光客の売上が伸びる程度である。圧倒的多数である足元商圏の消費を喚起できておらず大幅な伸びは見込みにくい。
	スーパー（経営者）	・政治の混乱の終息や、春闘の結果、統一選挙の結果次第である。
	スーパー（店長）	・1年経過し、消費税増税の影響は落ち着くが、各種食品の値上げが予定されているので変わらない。
	スーパー（店長）	・今後客数の増加は見込めず、商品の値上げがこれから発生するのでほとんど変わらない。
	スーパー（経理担当）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要とその反動減で、前年比でみると3～4月は大きく上下するが、その後落ち着く。
	スーパー（統括者）	・業況推移からも他社競合状況からみても、景気が良くなるとは思えない。
	コンビニ（店長）	・変わる要因がしばらくは見当たらない。
	衣料品専門店（店員）	・一部の富裕層が景気を押し上げているが、一般の消費はまだ抑え気味である。先行きはまだ変化がない。
	衣料品専門店（取締役）	・季節的には出歩きたくなり、新しく身に着ける物を求めたくなるはずだが、地域的に顧客が財布のひもを緩める要因がない。
	衣料品専門店（総務担当）	・物価は上昇しているが、地方都市においては収入の増加はみられず、今後景気が良くなる要素は全くない。
	衣料品専門店（チーフ）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、売上はおのずと低迷してくる。ただ、外国人の来店数が多いため、売上は横ばいを保つことができる。
家電量販店（店員）	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要と、パソコンのOSのサポート終了に伴う需要で商品が不足する程だった。今年は、その反動減で非常に物が売れなくなっている。4Kテレビが好調と言われているが、そこまで好調ではない。昨年の数字を維持するのに必死という状態である。	
乗用車販売店（代表）	・良くなるような気がしない。	
乗用車販売店（総務担当）	・1月に投入された新型車の効果が半年間程度は続く。今月と同様に来店客数の増加が見込まれ、売上と利益の確保に寄与する。	
住関連専門店（経営者）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要時期に比べると、売上は大幅に落ち込んでいるが、2月の後半の来客数、売上をみると消費者の購買意欲が出てきているようだ。一方、今年に入り家具関連企業の倒産が数件出ており、円安による原材料の値上がりや商品の仕入れの値上がりを考えると先行きは不透明である。	

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現在のレベルにて推移することを予想しており、昨年春頃と比較すると1リットルで約20円下落している。春の行楽シーズンに自動車を利用して移動する観光・旅行が増加すると予想している。顧客の地元消費増加に期待したい。
その他専門店 [書籍] (代表)	・大企業は別として、給料の上昇が顕著でない。
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] (統括者)	・インバウンドに支えられる現状のトレンドは継続する。インバウンド獲得に注力していく。
一般レストラン (経営者)	・集客数は減っていないものの、平日と金・土・日曜日の客数差が激しくなっている。気軽に外食をする層が減ってきている分、高級志向により、アッパー層の単価が上がっている。
スナック (経営者)	・前年とほぼ同じ売上を見込む。
観光ホテル (総務)	・3か月収入予測より、変わらない。
観光型ホテル (専務)	・北陸新幹線開業の影響が懸念される。
旅行代理店 (企画)	・先行数値からみると特段の変化はない。
タクシー運転手	・春闘でベースアップが多数実施されるような報道がされているので、期待したい。
タクシー運転手	・卒業、入学、選挙でお金を使うので、県外、県内どちらもタクシー利用の期待ができない。
タクシー運転手	・物価の高騰が予想されるなか、収入アップがどれほど追い付けるのか、不安材料が多い。
タクシー運転手	・3月に入ると生活必需品、特に身の回りの食生活の物価が値上がりするという事で、贅沢をせず買い控えるという話が多い。
通信会社 (企画担当)	・少額の受注が増えた状況ではあるが、現在、大規模な案件はない。提案しても様子見であることが多い。2~3か月先も同様の状況が続く。
通信会社 (企画担当)	・季節要因で転居や独立による契約の増加は見込めるが、その影響を除くと横ばい基調と予想される。
通信会社 (営業担当)	・現状を良くしてくれるほどインパクトのある材料が見当たらない。
美容室 (店長)	・卒業、入学で多少客数は増えるが、景気が良くなったのではない。
設計事務所 (所長)	・良くもなく悪くもない状態で案件がきている。2~3か月先にその結果が出るので、現状と変わらない。
設計事務所 (代表)	・好転する要素がない。
住宅販売会社 (代表)	・2~3か月先に変わる要素はあまりない。フラット35の金利優遇など、新築に対する措置は色々あるが、それらへの反応が薄い。
やや悪くなる	
百貨店 (販売促進担当)	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の影響があるのか、高額品、インポート物の動きが悪い。消費者は、本当に必要なものしか買わない傾向にある。
百貨店 (業務担当)	・日用品の値上げを懸念する客が多い。株価は上がっているが、家計の負担が増えると言う客が多い。
百貨店 (企画)	・競合のショッピングセンター開業の影響が懸念される。
スーパー (店長)	・消費税増税の影響や競合店の出店計画もあり、価格競争は厳しくなる。
コンビニ (エリア担当・店長)	・客単価の上昇に貢献しているたばこの値上げから1年が経過する。昨年は消費税増税前の駆け込み需要で客単価が高かったが、その反動減で3月の売上は前年比マイナスとなる。他の商品で客単価を上げる要因が見つからないので、前年割れは仕方ない。
衣料品専門店 (店長)	・景気が良くなる要素が見当たらない。春先、少しは動きがあることを望む。
乗用車販売店 (従業員)	・決算も終わり、客の購買意欲もなくなっている。
その他小売 [ショッピングセンター] (広報担当)	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、今年の3月は厳しいと想定している。4月は昨年を上回ると想定するが、3~4月で昨年を上回ることはない。
高級レストラン (専務)	・先月からなかなか売上、来客数が伸びない。鹿児島市内では、あまり良くないとする人が多い。一方、外国人が少し増えてきているのは期待が持てる。
都市型ホテル (販売担当)	・通常、3~4月は売上があまり良くない月であり、予約量も少ない。
都市型ホテル (副支配人)	・例年に比べて事前の団体予約が少ない。その分、インバウンドの問い合わせが増えているが、成約には至っていない。
競馬場 (職員)	・来客数は、前年と比較するとあまり良くない。

		<p>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）</p> <p>住宅販売会社（従業員）</p>	<p>・4月からの介護報酬マイナス改定に伴い、大幅な減収・減益が見込まれる。経営環境の厳しさが増すことが想定される。</p> <p>・売上が過去最高という企業もあるが、今のところ一般企業においては余裕がない。儲かっている大手企業ではベースアップを実施するが、その影響をまだ受けられないので、物価上昇によって景気は悪くなる。</p>
	悪くなる	<p>商店街（代表者）</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>衣料品専門店（店長）</p> <p>高級レストラン（経営者）</p>	<p>・2～3か月先はいろいろな行事がある。卒業、入学、就職、結婚、また最近では老人ホームへの入居が多く、出費も多くなるので、景気は良くならない。</p> <p>・昨年の3月の消費税増税前の駆け込み需要、4月の増税直後の影響を考慮しても、今後の景気は、今の状況から大幅に改善しない。春闘で良い結果が出れば、賃金の上昇分が消費に回る。また、中国を中心とした外国人の消費動向が極めて活発である。</p> <p>・商店街から客の姿が消えている。たまに客が来ても冷やかしのみである。客の購買意欲はない。</p> <p>・4月に大きな選挙が2つ控え、3月は選挙活動で企業の会食がない。通常、3月は送別会等でもう少し見込めるところだが、現状の予約状況をみると選挙の影響が多少なりとも出そうだ。</p>
企業動向関連	良くなる	<p>電気機械器具製造業（取締役）</p> <p>不動産業（従業員）</p>	<p>・以前にないタイミングで、4月以降の仕事がちよくちよく出てきている状況である。</p> <p>・商業施設の売上が好調で高い水準で推移している。主な要因は外国人旅行者の増加で、今後も継続する。</p>
(九州)	やや良くなる	<p>農林水産業（経営者）</p> <p>繊維工業（営業担当）</p> <p>家具製造業（従業員）</p> <p>出版・印刷・同関連産業（営業担当）</p> <p>窯業・土石製品製造業（経営者）</p> <p>金属製品製造業（事業統括）</p> <p>一般機械器具製造業（経営者）</p> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <p>輸送用機械器具製造業（営業担当）</p> <p>通信業（経理担当）</p> <p>金融業（従業員）</p> <p>金融業（調査担当）</p> <p>金融業（営業）</p> <p>経営コンサルタント（代表取締役）</p> <p>経営コンサルタント（代表取締役）</p> <p>その他サービス業〔物品リース〕（支社長）</p>	<p>・例年、3～4月は行楽シーズンや異動時期で大きな歓送迎会もあり、プラス要因が多い。心配していた鳥インフルエンザの新たな発生もなく、このまま暖かくなれば問題はない。一方、資材や飼料価格の高騰で、商品の一部を値上げせざるを得ず、消費動向への影響が少し心配である。</p> <p>・中国での生産が明らかに難しくなっている。中国工場での生産の何割かが国内回帰するだけでも、数が多いので大変な量となる。</p> <p>・今後、商業施設、ホテル、オフィスビルなどの大型物件が東京で集中しており、地方の家具メーカーにも入札や見積依頼がきている。半年から1年先の具体的な物件に対する家具需要が見込め、大型商業施設の開発計画もあるため、東京オリンピックまでは確実に上向く。</p> <p>・企業や自治体における予算の年度末消化が考えられる。</p> <p>・従来の焼き物業界における商品ではなく、全く新しい商品の大きな注文が取れたので、以前よりは良くなる。</p> <p>・受注残が増加する。</p> <p>・引き合い量がかかなり多くなっており、今後、自社のみでの対応が厳しくなっている。外注を考慮する必要がある。</p> <p>・当社では、受注量に関わりなく、年間計画に対する人件費、生産額、付加価値、純利益などの伸び率で経営状況を判断している。収益性を高め、自己資本率を高めていく体制を全社一丸となって進めている。</p> <p>・昨年の販売車種の売行きが好調である。年間を通して増産計画になっている。</p> <p>・IT企業に限らず、税制改正等に伴うさまざまな仕組みの見直し等でビジネスチャンスは増えると考える。</p> <p>・原油価格の低下など、地元中小企業を取り巻く環境が好転している。公共事業の工事現場等では、人手不足もあり繁忙度合いが高い。設備投資では、最新鋭の機器の導入に踏み切る動きがみられる。</p> <p>・取引先の不動産購入が活発である。金融緩和によりレバレッジを仕掛けやすい環境が背景にある。</p> <p>・円安による製造業の国内回帰は続く。円安や株高等の心理的な好印象もあり、景気は上向きと考える。</p> <p>・2～3か月後の春先になると、季節的に良くなる。前年と比べると、4月からは消費税増税後の影響もかなり好転する。</p> <p>・当社ホームページのアクセス数や問い合わせ件数が増えてきており、企業の投資意欲が高まっていると判断できる。</p> <p>・毎年2月の受注量は少ないが、新年度になれば主に官公庁の仕事をする企業などの発注量が増加する。発注量見合いの設備増加が見込まれる。</p>
	変わらない	<p>農林水産業（営業）</p>	<p>・商品市況は変わっていない。</p>

	化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気動向にあまり左右されない。	
	鉄鋼業（経営者）	・相変わらず販売量は伸びず、販売価格も下がっている。新規の建築物件が少なく、今後も受注が急速に回復しないので、同じような状況が続くそうである。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・円安により輸出量が伸びるという期待感と、3月に向かって各ユーザーが在庫調整に入るというリスクを考慮すると、今の状態で推移する。	
	輸送業（従業員）	・特に良くなる要因はない。今の状況と変わらない。	
	輸送業（総務）	・若干の景気回復基調にはあるが現状維持と考える。	
	通信業（職員）	・年明け以降、受注量が若干持ち直し、年度目標に到達する見込みだ。新年度もしばらくは変わらない状況が続く。	
	金融業（従業員）	・取引先の様子から、しばらく大きな変化はないようだ。景気が良くなるのはまだ先という見方が大半のようである。	
	金融業（営業担当）	・中小企業全業種にかけて人手不足の状況が続いている。仕事を受けたくても受けることができないことも要因の1つとなり、当面足踏み状態が続く見通しである。	
	新聞社（広告）（担当者）	・4月の統一地方選を控え、地方自治体を中心に新年度以降の動きは鈍い。前年度の第1四半期は、消費税増税による出稿控えが続き苦戦したが、前々年度の実績を超えるトピックスは見当たらない。	
	広告代理店（従業員）	・2月の新聞折込受注金額は、前年同月比87%と今年度で最悪の落ち込み幅となった。折込の柱である流通・通販・不動産・娯楽のどの業種も過去最悪の出稿状況である。広告を取り巻く環境は悪化している。上昇の気配はない。	
	経営コンサルタント	・特に顕著な動きはみられそうにない。業務拡大もしくは業務整理という流れがないとコンサルティング業務は活発にはならない。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・国のまち・ひと・しごと創生総合戦略が、今年度末から実施されることになっており、市町村がさまざまな事業を検討することとなっている。福岡市もその予定にあるが、民間委託事業へどのような業務が発生するのか不明である。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・昨夏の天候不良により原料が不足する見込みである。製造量が減少し、原料価格が上昇する。	
	精密機械器具製造業（従業員）	・受注先から産業用機械の大幅な生産数量減の依頼があり、非常に厳しい状況だ。受注先や中国の状況により、3月以降は不明確だがかなり厳しい。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先の製造削減により受注が減ってきている。今のところ回復の兆しがみえない。	
	輸送業（総務担当）	・良くなるような材料があまり見つからない。全体が縮小しているようである。客の話では、売上が伸びないので経費を抑えているということである。	
悪くなる	建設業（社員）	・来年度第1四半期の発注が全くみえない。労務単価の微増はありがたいが、発注がないと新しい労務単価も有効に使えない。官公庁の「ゼロ債」の早期発注を望む。	
雇用関連	良くなる	—	
(九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・新年度に向けての注文が増えている。また、年度末限定の注文も例年通りきており、企業からの注文は毎月微増ではあるが、増え続けている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地域創生の動きがはじめており、地域の中小企業に女性や若年層を取り込む新聞での求人広告が増えることを期待している。
		職業安定所（職員）	・一部の業種において人手不足感がある。人手不足を解消するために、事業主が求人条件を良くし応募者を増やそうとする動きがみられる。今後、求人・求職のマッチング率のアップを期待したい。
		職業安定所（職員）	・新規求人の増加傾向は、まだ続くとみられる。12月に月間求人有効倍率は1倍を超えたが、この傾向は続くとみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人意欲については、期末までは高そうである。しかし、その反動減も含めて先行きが不透明である。
		人材派遣会社（営業）	・地方への景気の波及効果は未定である。ただし、企業の業況は、東京と九州で上昇との見解もある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人材の採用が困難になり、同業間の競争に加え、インターネットによる求人サイトの新規参入も出てきている。各種キャンペーンなどで、低価格販売や無料で求人情報を集めるという動きが活発になっている。企業は求人コストを抑えるために、廉価な企画から利用するので、市場全体で付加価値が低下する傾向にある。
		職業安定所（職員）	・地方の中小零細企業においては、政府の経済対策の効果があまり表れておらず、賃金も上がっていない。また、消費税増税の影響で実質賃金は低下しており、消費の拡大は期待できない。

	職業安定所（職業相談）	・求人の増加傾向、求職の減少傾向は続くが、このままの増減率が続くかは疑問である。
	民間職業紹介機関（社員）	・新年度になるため、派遣依頼の伸びは一段落する。
	民間職業紹介機関（支店長）	・景気上昇や賃金上昇、求人数の増加は報じられてはいるが、人材派遣の主力であるOA事務、情報処理などの受入は横ばい状態が続いている。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・次年度向け求人の動きをみても、今年度向け求人数と極端な変化はない。大きな社会環境の変化がない限り、状況は変わらない。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・企業の採用活動の対象が現3年生に移行しているが、制度変更の初年度で企業の動きが不透明のため、景気判断は難しい。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求人の増加が見込めず、良くなる予兆はない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税から1年たち、全般的に消費が伸び悩んでいる。福岡市で大手IT企業の新築ビルの着工が大幅に延期された背景には、東京への過度な集中がある。地方では、景気好転の恩恵が今後も受けられない。
悪くなる	—	—