

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)		商店街（代表者）	・インターネットでの購入は上昇傾向にあるが、店舗での購入は天候が大きく関与している。これから涼しくなっていくので、来客数も増える。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・全くの希望的観測であるが、今よりは日中の暑さも和らぎ、食欲も出てきてやや良くなる。魚もいろいろ入荷してくる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・7～8月の猛暑のため、露店の花屋では商品を店頭で並べることもできなかったが、これから2～3か月後は野外の営業や、店舗でも外で鉢植えや花の販売ができるようになり、来客数、売上共に見込めるので今よりは良くなる。
		百貨店（営業統括）	・円相場や株価の安定などから全体感が悪くなく、富裕層の購買意欲は引き続き高い。また九州北部豪雨の影響も薄れつつあり、天候も前年に比べると良い。
		スーパー（総務担当）	・来客数が前年割れしているが、以前と比べるとやや戻ってきている。また、生鮮部門の売上が前年比でやや改善の兆しを見せており客単価も上昇している。
		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）	・10月から当県初のテナントの出店が続くため、販売量は拡大していく。新規開店の景気もあるので、この秋冬は景気がやや回復する。
		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）	・前年は大規模工事を実施していた時期である。その反動もあり来客数は前年を超える。
		都市型ホテル（販売担当）	・現在の予約件数からみて、前年度よりは良い。
		旅行代理店（従業員）	・下期10月以降の動きは前年超えで推移しており、早期セールが功を奏している。
		タクシー運転手	・月を追うごとに観光客が増えている。
		通信会社（業務担当）	・毎年、秋口から春にかけて徐々に契約数が伸びる傾向にあるが、今年は集合住宅のインターネット無料化工事の受注が前年よりも多くなる。
		通信会社（企画担当）	・販売促進施策を強化する。感覚的に、まだまだ需要の掘り起こしが可能である。
		通信会社（営業担当）	・観光事業開始となる来年を頂点に、徐々に景気の良い動きが波及効果で各業界に広がってきている。
		ゴルフ場（従業員）	・9月からのゴルフシーズンに向けて、前年比1割増の予約数である。10～11月も前年を上回る予約が入っており、景気は少しずつ回復している。その中でも県外からの客が多く、お金を落として地元が潤うという連鎖が続いていけば景気は回復する。
		競馬場（職員）	・現時点で変化の兆しが見当たらない。
		美容室（経営者）	・業界は少し活気付いてきて冬に向けてのファッションシーズンになり、景気は回復してくる。春、秋、年末が忙しくなるので、景気対策でより潤う。
		美容室（店長）	・旅行、結婚式に行く客が増え、来客数も増える。
		商店街（代表者）	・零細企業の小売業は低迷したまま、売上の上昇は見られない。
		商店街（代表者）	・季節変わりで商品の回転は若干期待できるが、客の購買力は弱いままである。
		商店街（代表者）	・現状が好転するきっかけが見当たらない。現状が続いていく。
	商店街（代表者）	・行楽シーズンに向けて季節商材の販売量は増えるが、根本的に購買意欲が低下しているため、あまり変わらない。	
	商店街（代表者）	・まだまだ暑い日が続き、商品管理が大変である。タイムセールを行っているスーパーマーケットやコンビニエンスストアなどに客を取られ、商店街は良くない。	
	一般小売店〔青果〕（店長）	・長期予報では9～11月は暑さも続き、大型台風が来る可能性が高く、当地に台風が来なくても、それぞれの産地に被害が出れば前年と同じ状況になる。小売も厳しい状況が続く。	
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・これという好材料もなく現状維持に努めていく。涼しくなれば来客数も増え売上は伸びる。	
	百貨店（総務担当）	・実質所得が上がらないなか、客の生活防衛意識が高まっているため、財布のひもはしっかり締まっている。	

百貨店（営業担当）	・紳士・婦人衣料及び雑貨が回復し、リビングでも普段使いの自家需要商品が好調を続けている。輸入雑貨・貴金属・美術などの嗜好性の高い商品は依然好調に推移しているが、慎重な購買姿勢は続いている。
百貨店（営業担当）	・好転させる仕掛けの準備が不十分である。
百貨店（販売促進担当）	・世の中の景気回復傾向に反して、ここ数か月の傾向からみて来客数の減少は免れられない。
百貨店（売場担当）	・消費が上向き要素がない。
百貨店（店舗事業計画部）	・身の回り品は手頃なものを購入し、一方で特別な行事に向けてはぜいたく品を購入する二極化の傾向はしばらく続く。
百貨店（業務担当）	・必要なものを買いそろえた時期を越え、今は身の回りの整理をしている客が多い。前年の秋冬も商品が例年以上に売れているため、その反動で今年は少し購買は落ち着く。
百貨店（売場担当）	・市況的には今のところどちらとも言えない。
スーパー（店長）	・これから出回る野菜類が、大雨だった地域が産地のものが多いため、野菜が高騰し、若干青果部門が足を引っ張る。野菜が高値になってくると他の商品も売れなくなる。
スーパー（店長）	・青果の相場が高値になっているが前年比で92%くらいで推移している。また総菜、刺身が風評被害で苦戦しており、今後3か月は影響する。熊本地震で営業中止していた競合店が開店してきたので前年比85%くらいになる。
スーパー（経理担当）	・全国的な冷夏や日照不足により野菜価格が高騰し、消費は回復しない。
スーパー（統括者）	・将来的な社会福祉問題の不安が払拭されず、手元の可処分所得も大きな増加が見込めないことから、国内個人消費の改善が見込みにくい状況にある。値下げした特売品は売れるが、ついで買いがなくなり、財布のひもは段々と固くなっている。
コンビニ（経営者）	・特段、良くなるということも悪くなるということもない。当分は今のままの状況が続く。
コンビニ（エリア担当）	・本部の販売促進活動が好調に続けば、今までの売上は十分確保できる。店舗独自の販売促進活動も実施しており、売上も続いて前年を上回る。
コンビニ（エリア担当・店長）	・9月になるとおでんなどのセールが多くなるが、残暑が厳しい中、清涼飲料水の売上が良ければ今月よりも伸びる。その分、冷たい麺が売れなくなり、差し引くと売上の来客数も含め変わらない。
衣料品専門店（店長）	・九州北部豪雨の仮設住宅が完成し、入居が始まった。災害復興がこれから始まるのでその状況を見守る。
衣料品専門店（店員）	・例年より暑い秋になるようなので、秋物が売れなくなる。
衣料品専門店（総務担当）	・色んな要素を考えた場合に良くなるとは全く考えられず、むしろ悪くなる。
家電量販店（総務担当）	・家電の販売が端境期に入るので好転は望めない。
家電量販店（従業員）	・季節的にも過ごしやすくなり、冷暖房器具の需要も減り、連休に向けて買い渋る人が増える。
家電量販店（広報・IR担当）	・現時点で特に消費者心理が向上する要因が見当たらない。
乗用車販売店（販売担当）	・客の様子からするとしばらく買い控えが続く。
乗用車販売店（代表）	・変わる気がしない。
乗用車販売店（総務担当）	・今期の新車販売台数は前期を上回る実績で推移している。自動車販売店にとって繁忙期である9～10月を迎えるが、好調な業績が見込まれる。
住関連専門店（経営者）	・景気の回復感は地方では感じられない。北朝鮮情勢も消費者心理に影響する。
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・7～8月にアイスコーヒーがよく出る。お中元もよく出るが、その需要も落ち着いた。来月、再来月は天候に左右されやすいこともあるが、暑さが続くようであれば液体物が出る。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・政府の経済対策の効果が検証されていない。
ドラッグストア（部長）	・季節要因も加味すると、ここ数か月は安定した状況が続いており、不確定要素はあるもののそれがしばらく続く。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・9～11月の3連休での観光客の消費に期待したい。9月のレジャー施設の催しのチケット販売状況、10月の地方祭の観客席の販売状況が好調であるので、自動車での観光客の購入に期待したい。

その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・9～11月にかけては毎月3連休があるため、気候次第では旅行客の増加が見込めるので、季節感を感じ取れる商品を提供し、販売増に努力する。ただ、9月は残暑が厳しいので客足に影響が出るかもしれない。
高級レストラン（経営者）	・予約状況は芳しくないが、熊本地震から1年が過ぎ、景況も変わってきているので前年に比べると良くなる。8月はお盆休みもあり、1年の中でも来客数は少ないが、9～10月は増える。
高級レストラン（支配人）	・この半年の来客数からみて変わらない。
観光ホテル（総務）	・当地の日銀が景気は力強い復興需要を背景に、しっかりとした回復基調が続いているとしているが、その大きな流れが販売量の動きにも見られる。
タクシー運転手	・暑過ぎてこれまでどおりの昼間の動きがまだまだ悪い。ゴルフに行く客も暑い暑いと言っている。
タクシー運転手	・2～3か月先には、当地で有名な秋祭りがあるのでいくらかは良くなるが、夜の動きはかなり期待できない。
タクシー運転手	・季節変動で需要が減少する時期だが、今までの勢いからみて一定の堅調さは維持できる。
通信会社（企画担当）	・見込み客数は堅調だが、複合的な要望が多く、外注や協業が必要で利幅はそう大きくならない。
通信会社（営業）	・増税や制度の改正もなく、景気が上下する要因が見つからない。夏に比べて年末需要で若干消費が上向きになるが、例年どおりの上がり方となる。
競輪場（職員）	・売上に伸びが見られない状況が1年以上続いており、これに変化をもたらす要因も当面は見当たらない。
美容室（経営者）	・3か月後には新店舗ができて客も戻ってくると思うが、半年間休業していたので変わらないとした。もっと早く店舗を再開して客に迷惑を掛けないようにするのが良かったのだが、仕方がないことである。
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）	・社員の確保は今後も更に厳しさを増し、一時的な業績好転があっても中期的には、人材不足が大きく響いてくる。
設計事務所（所長）	・仕事量は多くなく、景気は変わらない。
設計事務所（代表）	・良くなる要因が見当たらない。
商店街（代表者）	・先行き不透明で将来の展望について好材料が出てこない。
商店街（代表者）	・身の回りの景気は悪くはないが、老若男女を問わず健康志向で、購買から身体への投資へと金の使い方が変わってきている。郊外大型店の影響で、商店街での物品販売は苦戦している。
百貨店（営業担当）	・デフレ傾向が当分続く。今後は外的要因も長く続かず、厳しくなっていく。さらに地政学的危険性もやや現実味を帯びてきている。百貨店というのはそういった点に敏感であり、今後高額品も厳しい状況になる。
スーパー（店長）	・好転する要素より悪化する要素の方が強い。
スーパー（店長）	・客の購買意欲は依然として上昇してこない。一方、競合他社の出店により価格競争が激しくなり、売上の確保がますます厳しくなる。
コンビニ（店長）	・災害、北朝鮮情勢、米国の政権などの動向によって、急激に悪くなる可能性もある。
家電量販店（店員）	・エアコンが売れなくなり業績が下がった。
高級レストラン（専務）	・これから先も良くなる材料が見当たらない。大雨や地震などで人の動きがかなり減り、旅行を取りやめたり、客数も減ってきている。
一般レストラン（経営者）	・予約数も少なく、客からも景気がいい話が聞こえてこない。
スナック（経営者）	・週末の集客が悪い。大人数の法人利用が減少している。
都市型ホテル（副支配人）	・7～8月は団体を中心に多かったが、11～12月については週末のみ予約が入っており、現在よりは少し悪くなる。
旅行代理店（企画）	・7月より売上高が計画を下回っている。
観光名所（従業員）	・旅行時期に入り、来客数は現在とほぼ変わらないが、景気は夏に売れた物が売れなくなってくるのでそういう面で減少する。
理容室（経営者）	・前月後半から暑くなり、来店頻度が上がっている。若干良くなっているが、来月から少しずつ涼しくなるため、極端には変わらない。売上は伸びて欲しいが厳しい状況である。
設計事務所（所長）	・国際情勢の不透明さ、自然災害の激甚化、東京オリンピックに代表される東京一極化の影響が徐々に出てくる。

		住宅販売会社（従業員）	・猛暑の影響で光熱費も上がり、業務効率は下がっている。気候は今後どう変化するのか、どの業種が伸びてくるのか分からないが、景気は若干落ち込むがその後回復してくる。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場来場者数については、他社競合検討で厳しい状況は続く。
	x	百貨店（経営企画担当）	・9月は季節商材の紹介期にあたるのだが、ここ数年残暑が続く、重衣料を中心に厳しい見込みである。夏物セールなども数か月が経過し、商品確保も難しく、業界の商慣習を見直す過渡期にきている。
	x	衣料品専門店（店長）	・特に理由はないが、あまり良くなる要素がない。
企業 動向 関連  (九州)		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・下期の生産計画数が上期実績予測に対し、25%増産計画である。下期は確実に多忙である。
		農林水産業（営業）	・年末に向けて需要が伸びる。
		農林水産業（従業者）	・市況は回復する。従来はこれから数か月は市況の高い時期に入り、東北・北海道地区が曇天だったことを考えると、供給量が追いつかない可能性が高い。ただし、九州も雨不足の状況だったため、市況に対して出荷量がどのくらい伸びるかが課題になる。
		食料品製造業（経営者）	・季節商材を扱っているが、秋から冬にかけて生産、受注共に最盛期をむかえる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・現在の受注状況が最悪である。例年秋口には受注が上向くのていくらかは良くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・スクラップ価格が高騰しているが、それに伴い販売価格も改善してきており、今後も価格は上昇する見込みである。建築物件のみならず土木物件も動き出し受注量も回復してきた。
		金属製品製造業（事業統括）	・特に関東圏での出件量が多い。
		一般機械器具製造業（経営者）	・夏休みが明け、客もそれなりの動きになっている。我々もそれをいち早くつかむ立場にいるので、秋口にかけて受注量も増えてくる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先からの受注が好調である。
		電気機械器具製造業（取締役）	・買収した精密機械板金会社も引き続き好調である。「関東地区ではいくらかでも仕事がある。」と、ある取引先トップの発言があった。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先工場の工事関係で、受注量が増え生産量が増加している。
		その他製造業 [産業廃物処理業]	・客の生産量が徐々に増えている。新たな取引も増えつつあるので今後は期待できる。
		建設業（社員）	・年度末に向けて景気も良くなってもらいたい。第4四半期の発注はほとんど期待できないので、第3四半期で受注を増やしていきたい業者は多い。今後週休2日体制になれば工期は長くなるので、発注の平準化を官公庁はもっと考えてほしい。
		輸送業（総務担当）	・加工業務の分野で受注量が増えている。今後も続いて受注量が増える。
		金融業（従業員）	・自動車の国内販売が増加傾向にあるほか、輸出も好調である。また、企業の求人意欲は根強く、雇用者所得が持ち直してきており、旅行業取扱高やファーストフード店等の外食産業の売上も増加してきている。
		金融業（営業）	・建設需要、復興需要などが活発である。人手不足感は大きく、景気の足を引っ張りかねないが、賃金も上昇しており、緩やかに回復している。
		不動産業（従業員）	・ホテルの稼働率が高水準で推移しており、今後も継続する。
	農林水産業（経営者）	・8月は生産過剰や学校が夏休みということもあり、少し動きが悪かった。この傾向は9月にも影響がある。しかし秋口である9～11月は加工製造会社からの年末年始用の原料肉の要求量が増える。輸入もフィリピン産が鳥インフルエンザの発生でここ数か月間は止まってしまうので国産志向は一段と高まってくる。後は9月の残暑が鶏の育成や卵の生産にどれだけ影響を与えるかで供給量が違ってくる。	
	繊維工業（営業担当）	・協力工場の閉鎖で、2～3か月は売上の予定が立つまで必死である。後継ぎがならず、閉鎖する工場がまだまだある。	

	家具製造業（従業員）	・小売以外の家具市場で突出して伸びているのはホテル向け家具需要だが、この需要増は2020年までの特需と考えられる。その他の家具小売店は大手チェーン店に需要をほぼ取られ、零細企業ばかりが何とか続けている状況である。コントラクト向け家具メーカーもホテル家具を供給できる数社だけが忙しくしており一般のコントラクトメーカーは横ばいかやや減となっている。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新規受注の見込みが少ない。	
	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。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・客の声は、3か月先も受注量はこのままの勢いが続くとのことで、この先大きな変化はない。	
	建設業（従業員）	・見積案件も、以前に比べると少なくなってきた。官民共に入札が減っている。まだまだ、先行きが不透明で景気がどうなるか予測しづらい。	
	輸送業（従業員）	・同業者に聞いても貨物が倉庫内に溜まっており、場所がない状況が続いている。また、九州での販売拡大のために九州に在庫をおく荷主が増加している。	
	通信業（職員）	・10月ごろまでは上期の好調な受注状況が続く。	
	通信業（経理担当）	・公共関連の新規受注案件が伸び悩んでいる。	
	金融業（調査担当）	・不動産価格の上昇が気になる。	
	金融業（得意先担当）	・積極的に設備投資を行っていきこうとする客先もあれば、当面の状況をみながら判断するという客先もあるので、全体的には大きな変動はない。	
	金融業（営業担当）	・人手不足が解消できない状況が続いている。	
	新聞社〔広告〕（担当者）	・現段階で好材料が見当たらない。	
	広告代理店（従業員）	・8月の新聞折込枚数は前年同月比90%と振るわない。今期はほぼ毎月10%減が続いている。通信販売・健康食品関連の折込チラシは増加したが、小売販売・家電・衣料品など生活用品は軒並み減少している。一般消費者に活力がないため販売促進活動費が増加しない。	
	経営コンサルタント（社員）	・セミナー開催の案内をしても参加者が少ない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に業況や投資計画について聞くと、ほとんど変化がないという回答が多い。	
	経営コンサルタント（社員）	・夏の需要商品の売行きは横ばいである。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・前年の熊本地震以降、当地は他県からの工業者が増えていたが、九州北部豪雨以降かなりそちらへ流れていると聞く。そういった影響で宿泊関係など工業者の需要が落ちてくる。	
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・年末前の落ち着いた時期で、あまり大きな動きはない。	
	建設業（経営者）	・土地、客の動きが少し鈍ってきている。	
	金融業（従業員）	・夏の観光時期も終わり、その反動で景気は減少する。大きな設備投資もなく景気が上向く材料が見当たらない。	
	x	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・調査・計画・設計に関する業務量が少ないことから、建設コンサルタントや調査会社は、今後も入札は低価格競争になり、景気は悪くなる。
雇用 関連  (九州)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・毎月の受注数が伸びている。またお歳暮の時期になるのでお中元の依頼があった企業からは、既に口頭注文がきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・10～11月あたりは求人ピークになるので、早い段階からお歳暮時期に向けての人員態勢のための手を打たないといけない。
		人材派遣会社（社員）	・生命保険、損害保険会社のコールセンターでは相変わらず人手不足感があるが、他の業種からの求人依頼は多くない。
		人材派遣会社（社員）	・求人件数は増加しているが、条件に見合う求職者が少ない。また派遣社員の流動化が強まっているため、派遣後の定着率が落ちている。マッチングやフォローに掛ける労力は増加し、契約数自体を伸ばすことの難易度が上がっている。
		新聞社〔求人広告〕（社員）	・求人募集の状況がまだ見えないものの、大きく期待できるような要因もないため、変化はない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・爆買いは見られないが、街中で外国人観光客は相変わらず目立っている。また、企業の人手不足が解消しないうちは、求職者には良い状況が続く。
	職業安定所（所長）	・求人・求職の状況がこのまま継続する。しかし、今後、労働契約法の5年ルールに対する動きがある。	

	職業安定所（職員）	・熊本地震復興に伴う建設需要はまだ続く見込みだが、技能者不足から受注を取りやめたり、介護分野でも人員がそろわないため、施設の開所を延期するなどの影響が出ている。また、現在いる従業員の負担を少しでも減らすため、補助業務を切り離して新たに募集するなどの動きも出ている。
	職業安定所（職員）	・警備会社の情報によると、3年前から新幹線関係の工事が増えてきて当県の公共事業が一番多く、それに伴い警備員が圧倒的に不足している。人材の供給が追いつかず業績は横ばいの状況である。
	職業安定所（職業紹介）	・今後も求人数の増加と求職者の減少で、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）	・派遣案件は減少する様子はないが、登録者の確保に苦労している。
	学校 [ 大学 ]（就職支援業務）	・採用予定数を充足できていない企業においては、継続的に求人活動を行っている。
	学校 [ 専門学校 ]（就職担当）	・求人動向をみても変わらない。
	人材派遣会社（社員）	・労働契約法改正の影響がいよいよ出始め、契約が終わるところが出始める。
	人材派遣会社（社員）	・企業はスキルの高い人材を求めるが、なかなか求める人材が見つからない状況が続いている。労働者派遣法や労働契約法の絡みでどんな動きが出てくるのが見えにくい状況にある。
	x	-