

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）	・自然災害により客の出足が悪かったが、夏本番に入り、旅行シーズンとなったので、主要道路渋滞の緩和対策も行っていく。
		商店街（代表者）	・個人消費や景気は最低の状況になっているので、2～3か月先は現状より好転をする。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・建設中の店舗が10月中に完成するが、仮店舗の方に視線を向けてもらえることができたため、初盆用や敬老の日の花の注文も若干ながら増加傾向にあり、景気も良くなる。
		百貨店（売場担当）	・今月の台風は全店に影響を与えた。流れをみると衣料品関係が全体的に良くない状況が続いている。入店客数を前年と比較しても減少している。2～3か月先は今年より良くなっていくと期待している。訪日外国人の買い支えは全店に出ている。
		百貨店（経営企画担当）	・6～7月は、大雨や台風等の悪天候の影響により客足が伸びず苦戦した。今後同様の影響が予測できるが、夏物処分及び夏休みの催し等で集客増加が期待できる。
		スーパー（店長）	・来店客数も前年に近づいている。購入点数は0.2点上がり、客単価も若干上がっている。3か月先は期待している数字が出る。
		コンビニ（経営者）	・今後も天候により大きく変動していくが、客単価が伸びており期待ができる。
		衣料品専門店（店員）	・夏が長くなりそうなので秋物は厳しいが、10月末ごろになればその反動で購買意欲が上がることへ期待したい。
		家電量販店（総務担当）	・この猛暑は8月下旬まで続くので、必然的にエアコンディショナー等の需要が高まってくる。
		乗用車販売店（販売担当）	・来客数が多くなっており、検討している客が増加しているので、しばらく売行きは好調を維持する。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・客のコーヒーの消費に関しては、需要はあるが、日中の暑さで店頭で足が向かない状況である。しかし、お盆にかけてお中元の需要があり、気温が若干下れば、客の出足も良くなるため、今後の売上は増加していくと期待している。
		高級レストラン（経営者）	・当県は大河ドラマや明治維新150周年のイベントも重なり、国体や東京オリンピック開催もあるため、この先4年はこのまま良くなっていく。
		タクシー運転手	・大型クルーズ船等の団体客以外でも訪日外国人の個人旅行が増加しており、空港国際線、ホテル移動、観光のためにタクシー利用も増加しており、堅調さは続いていく。
		通信会社（企画担当）	・通信関係やホームページリニューアルの引き合いや公募が多い。今後も続く見通しである。
		通信会社（営業）	・日本銀行総裁の発言や現在のドルや円の動きから、景気が悪くなる要因は少ないと考えられる。しかしながら、米国の貿易戦争による影響が、日本企業にとって、どの程度のリスクになるかが不透明である。
		ゴルフ場（従業員）	・人口減少が叫ばれているなか、地元で主軸を置く営業施策を展開しながら、海外への営業も継続的に続けることにより、秋に向けての来場者を僅かながらでも増加していく。
		美容室（経営者）	・2～3か月先の景気になるので、秋口には営業面で上昇が望める。秋のファッションシーズンに入るので客の動きも活発になってくる。毎年夏から秋に向かって、景気回復傾向である。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・国内外からの観光客の増加により若干良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・猛暑で来場者数は若干減少しているが、販売に影響するような落ち込みもなく、今後も受注は良くなっていく。
		商店街（代表者）	・良くなる要素が全くない。景気の良い業種と悪い業種の格差が大きい。年金受給者が増加し、財布のひもが固まっている。生活が非常に厳しい状況のため、品質の良い商品の購入は非常に厳しくなっている。
	商店街（代表者）	・天候予報では今年の暑さが長期化するらしく、客の出足は悪く、売上に期待できないため、2～3か月先の景気は変わらない。	
	商店街（代表者）	・夏物バーゲンセールが始まり単価も下がっており、売上点数も伸びていない。最低限必要な食料品も高値が続く、消費者は生活防衛の意識が高くなっている。	
	商店街（代表者）	・今後2～3か月先の景気は低迷する。	

一般小売店〔青果〕 (店長)	・天候不順になると野菜高騰になる。海水温度の高さによって、まだまだ台風も発生しやすくなり、予測できない台風も発生している。そのため、全国的な野菜の産地が影響を受けるため、野菜生産の難しさが続いていく。
一般小売店〔鮮魚〕 (店員)	・猛暑により客の来店がない。幾分暑さが緩むと状況が良くなる。
百貨店(総務担当)	・物販の不調が続く、サービス系のテナントも会員数の減少が続く等、好転の材料が見当たらない。
百貨店(営業担当)	・紳士雑貨とリビング用品の寝具、タオル、バス、インテリア、食器等自家需要商品や化粧品が好調である。し好性の高い海外ブランド衣料品、雑貨、美術工芸の堅調さは継続しており、購入客数や商品単価の回復の兆しを感じられる。文化催事での3世代来店効果が期待できるが、慎重な購買姿勢はまだ続いている。
百貨店(営業担当)	・台風や大雨等天候予見によって消費動向が左右されており、今後の予測が立てづらい一方で、入館客数は堅調である。商品提案の工夫によっては、売上向上につながる期待がある。
百貨店(業務担当)	・夏物処分期の前半は、天候要因等で低調な動きとなってしまい、後半で好調になるとは考えられない。これから秋物等に切り替わっていくが、客の反応は弱い。震災復興も落ち着いており、この先も期待できない。
百貨店(店舗事業計画部)	・年末まで大きなギフト商戦がないため、足元商圏の客に向けていかに訴求し購買を喚起できるかが小売の課題である。
百貨店(マネージャー)	・けん引している商品群が、高額品と化粧品であるが、今後株価・為替変動や訪日外国人減少等が起こる可能性もある。
スーパー(店長)	・ガソリンの高騰によりコスト面が高くなっており、流通が上向きにならない状態である。
スーパー(店長)	・景気が良くなる材料が見つからない。
スーパー(総務担当)	・災害の影響で生鮮産地に大きなダメージが出ており、品ぞろえ、品質の確保、お買得価格での提供といった基本的なことが非常に難しくなる。また、競合先の新規出店情報もあり、ますます厳しい環境になっている。
スーパー(経理担当)	・猛暑が続くため、しばらくは食欲減退や外出を控える場合が多くなるが、2～3か月先は秋の味覚が始め、安さだけでなく旬の物の購買意欲が出るようにする。
スーパー(統括者)	・大雨と酷暑の影響で、青果、精肉等の生鮮品の値上がり数が数か月単位で見込まれ、食料品販売的には財布のひもが緩むことは期待しづらい状況にある。
コンビニ(経営者)	・売上が非常に悪い状態が続いている。購買意欲が冷え込んでいる。原因はつかめていないが、この状態がしばらく続く。
衣料品専門店(店長)	・8月も猛暑が続くため、来店客数に期待できない。
衣料品専門店(取締役)	・今年の9月は、まだまだ厳しい暑さが残るため、ファッション業界では、季節が変わった新鮮さが求められるので、立ち上がりが心配である。天候要因は大きい。商品が売れなければ、景気は活性化しない。
家電量販店(店員)	・最近では、少々高額でも高品質で比較的安価な一部メーカーの掃除機の需要が多い。単価は下がっているが、台数は売れているので、全体的には現状維持である。
乗用車販売店(総務担当)	・新型車の発売が予定されていない。既存車種を売るために客の注目を集める魅力的な催しを展開し実績を確保していく。
乗用車販売店(代表)	・現状の景気から変わる気がしない。
住関連専門店(経営者)	・置き家具の需要は年々減少している。地方では、景気回復感は感じられない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕(統括)	・今後の燃料油小売価格は、予測が困難で見通せない。8月のお盆休み、9～10月の連休等で移動による自動車関連の消費に期待したい。
その他専門店〔ドラッグストア〕(企画担当)	・猛暑の影響で熱中症対策等の季節商材の動きは活発になる一方、週末は外出を控える客足が鈍くなる。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕(従業員)	・この猛暑で人の動きが悪くなっており、秋の行楽シーズンも天候に左右されると景気も悪くなる。
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)	・酷暑とガソリン高騰が来店客数に影響する。
観光型ホテル(専務)	・予約が直近化しているので、先が読めない。

旅行代理店（従業員）	・海外では8月から燃油サーチャージの高騰があり、10月以降も一層値上げが懸念される。国内は京阪神方面の伸びに期待している。
旅行代理店（企画）	・受注は現状より上向くが、前年との比較では厳しい状況が続く。
タクシー運転手	・今年は、日中暑すぎるので、昼間には動きがなく、早朝や夕方から夜にかけてタクシー利用を始める状態である。
通信会社（営業担当）	・好転する要素が見当たらない。
美容室（店長）	・気候が良くなると外出の機会が多くなり、多少は客数も良くなるが、売上には大きな変化はない。
設計事務所（所長）	・今月は若干悪い状態である。仕事の結果は2～3か月先に出てくるため、現状と変わらない。
設計事務所（代表）	・良くなる状況が特にならない。
商店街（代表者）	・好転するような材料が見つからないため、景気は悪くなっていく。
商店街（代表者）	・地方においては、景気が良いとはいえない。毎日の食料品を購入することが精一杯である。
一般小売店〔精肉〕（店員）	・今年のような暑さが続くと畜産の飼育成績が悪化し、仕入れが困難になる恐れがある。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・今年は特に暑く、まだまだこの暑さは続きそうである。この先の売上も期待できない。例年より減少していく。
百貨店（営業担当）	・7月に大雨、台風の影響が出たため、2～3か月先も景気は厳しい。新しい材料もなく、小売としては、好調部分をいかに伸ばしていくかが課題である。コスト部分でもできる限りIT化、IoT、AI等の活用による効率化を図っていかねばいけない。
百貨店（販売促進担当）	・訪日外国人が減少傾向にあり、高額品の動きが鈍くなってきている。
スーパー（店長）	・売上が低迷するなかで、競合店も様々な販売促進の強化をしている。今後も競争は激化される。
スーパー（店長）	・最低賃金の上昇などで収入が多少上昇しても消費の増加につながっていない。また最低賃金の上昇は一部のパートタイムにとっては短時間労働になり、中小企業を苦しめる政策になっている。
コンビニ（店長）	・メディア情報から貿易戦争、GDP下落等により、今後不安な状況である。
衣料品専門店（店長）	・今年は、この猛暑が景気に影響している。
衣料品専門店（総務担当）	・今後衣料品消費が上向くことが考えられない。県庁移転の影響が続いており、この悪影響は更に加速していく。
家電量販店（店員）	・季節物の家電商材の販売量が多いとその反動があり、3か月後は景気は落ちていく。
家電量販店（従業員）	・冷房器具の需要が減る。
高級レストラン（経営者）	・当県では国民文化祭、ラグビーワールドカップ等のイベントに向けての準備が進んでいる。それに伴い、県民の意識も高くなり、全体の景気が良くなることを期待している。しかし、先行きはまだ不透明である。
一般レストラン（経営者）	・予約も少なく、来客が増える兆しがない。
都市型ホテル（販売担当）	・ホテル業では宿泊は良くなっているが、宴席は閑散期に入るので若干売上が悪くなる傾向である。
都市型ホテル（スタッフ）	・平成30年7月豪雨の影響もあり、また今後予定される復興支援等で更に下降する。
都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約が伸びていない。訪日外国人頼みの構図になっている。
都市型ホテル（副支配人）	・個人の単価は上がっているが、団体の単価は下がっている。2か月先の予約状況は前年より悪くなっている。
タクシー運転手	・今回の猛暑は、近年になく厳しい夏なので、消費動向にかなり影響を与えている。
通信会社（企画担当）	・光回線サービスのエリア拡大等が予定されていない。
理容室（経営者）	・暑さのため、今月は前月より客の回転率も良くなっていた。9～10月になると涼しくなり、来店間隔が伸びることから若干悪くなっていく。
美容室（経営者）	・美容室を30年しているが、正月、お盆、入学式、卒業式シーズンが稼ぎ時になっている。今年の夏は天候に悩まされ、人の動きは余りない。地震の影響で移転をしたが、営業は非常に厳しい。個人経営は大変である。
音楽教室（管理担当）	・これから受験期に向かい保育園に通わせるため、教室を辞めるパターンもあるので余り良くない。

	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）	・介護保険サービスの自己負担割合の増加により、利用控えや総合事業による単価減少が予想され、また人材確保問題等、経営リスクが山積している。
	設計事務所（所長）	・自然災害の多発や世界経済の不透明さから先行き不明のため、地方にとって良い条件が見当たらない。
	住宅販売会社（従業員）	・猛暑と豪雨、台風の影響で客の購買意欲は落ちており、全体的に売上は減少し、景気は若干悪くなっている。
x	商店街（代表者）	・キャンペーンチラシやWeb広告活動をしており、また特定のオーダーメイドの注文はあるが、来客数が増加しないと先が見えない。
x	スナック（経営者）	・今年は連日40度近い酷暑が続く予報が出ている。テレビ等での外出を抑えるようにというアナウンスは外食産業にとっては致命的である。これから農産物の値上がりも予想されるので、いよいよ外食費を削られる可能性が高い。
企業動向関連 (九州)	-	-
	農林水産業（経営者）	・この異常な暑さが卵、とり肉の生産に大きなダメージを与えており、予定していた生産量を大きく下回っている。秋口には暑さも和らぎ、価格、需要に期待感もてる。8月は学校の夏休みや猛暑により消費は期待できない。
	食料品製造業（経営者）	・季節商材の生産、販売が繁忙期となっていく。
	家具製造業（従業員）	・2020年までのホテル向け家具とオフィス向け家具の受注の見込みは前年対比で10%以上増加している。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・現在の商品の動向は、最低である。秋口には商材の動きが出てくると期待している。
	一般機械器具製造業（経営者）	・今の状況が続くと需要者も在庫がなくなる。次のステップに向かう動きのため、連絡は受けている。
	電気機械器具製造業（経営者）	・秋以降受注が増える見込みである。
	電気機械器具製造業（取締役）	・必要な設備投資を行い、取引先の要請に応えることができれば確実にビジネスは拡大していく。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車生産も好調で当初の計画に対して増産傾向にある。
	建設業（従業員）	・これから先も工事の発注が多く見込まれることから、今後の景気に期待できる。
	建設業（社員）	・受注も多くなったが、作業員が不足気味である。ハローワークで募集しても採用までにはならず、現在の人員で達成していく。年度末に向けて多くの受注に期待したい。
	経営コンサルタント（社員）	・消費者の購買意欲が前年より上がっている。
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・自宅、貸し不動産を購入する人が増加した。
	農林水産業（従業員）	・物流価格の高騰により、関西より西側では供給が不足している。安定するのは、11月以降と見込まれる。今年は最高気温を計測しており、農作業には厳しい気候となっている。そのため、育苗・定植は後にずれの可能性があり、11月までは高値となる。東京に運んでいた荷物が物流費高騰で運べず、西日本側で循環するため、需要供給のバランスが崩れてくる可能性がある。
	化学工業（総務担当）	・上期は需要期でないため景気は変わらない。
	鉄鋼業（経営者）	・6月は受注量が回復した。4～5月と受注量が少なかったが、多数の分譲マンションや中小の共同住宅が多数建設されようとしており、需要が回復している。今後も同様の状態が続くかは不透明で、7月に入って再び受注は低迷している。
	精密機械器具製造業（従業員）	・今期は前期より受注量が下がってきている。受注生産のため厳しい状況が続いている。ここ3か月は変わらない数値ではあるが、経常利益はマイナスにはなっていない。今後もまだ見通しがつかない状態である。
	建設業（従業員）	・見積案件も少なく、受注に結び付くにも苦労しているが、良い案件もあり一時的には良くなるものの、先行き不透明なため景気は変わらない。
	輸送業（従業員）	・景気を大きく左右する要因がない。
	通信業（職員）	・受注量の推移に大きな動きはなく、堅調である。
	通信業（経理担当）	・上半期においてはIT関連の新規受注の動きが乏しく、受注残による開発業務を進めている状況にある。
	金融業（従業員）	・自動車関連企業等製造業を中心に企業の設備投資意欲が根強い。企業の求人意欲も旺盛ながら、必要な人材確保に苦労する企業が多く、人手不足が経営面の障害となっている。

	金融業（調査担当）	・賃金の上昇が見込めず、活発な消費が促される気配がない。多くの中小企業は長引くデフレーションで厳しい価格競争を余儀なくされており、収益確保に苦慮する局面が当面続く。	
	金融業（営業担当）	・業種全体的に受注量、売上は伸びているが、従業員確保や事業承継の問題があり景気は変わらない。	
	金融業（営業）	・依然として、製造業等の需要は高水準であるが、今後は米国発の金利上げや貿易規制等マイナス要因も顕在化しつつある。需要は底堅いが、今後2～3か月では大きな変動はない。	
	金融業（調査担当）	・取引先の資金需要・融資を取り巻く環境は、ここ1年変わらぬ方向を示しており、また時流を変えるほどの大きな話題も見当たらないことから、今後2～3か月は大きな変化はないと思う。金融政策決定会合で長期金利上昇容認の発言が1年10か月ぶりにあり、今後金利上げに伴う景気の動きを注視する。	
	不動産業（従業員）	・ホテル部門の稼働率は横ばいに推移している。	
	新聞社〔広告〕（担当者）	・平成30年7月豪雨による精神的な低下は徐々に回復しつつも今後の好材料が見当たらない。	
	広告代理店（従業員）	・新聞折込受注枚数の前年同月比マイナスが半年続いている。このところの酷暑・豪雨災害等、自然環境の悪化は心理的に個人消費を圧迫している。新聞折込の好調な業種は自動車販売及び関連企業や家電販売、理容エステティック等である。自然環境の影響を受けた通信販売や関連業種が不調となっている。	
	経営コンサルタント（社員）	・暑さが厳しく、8月は余り期待できない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・新規見込み客からの問合せ件数に変化がない。	
	金属製品製造業（事業統括）	・先の豪雨で、緊急対応できる商材の企業は潤うが、そうでない企業は納期延期となり売上が滞る。	
	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・中国向け輸出許可の期限が8月までとなり、今後は国内か東南アジアへの販売となると人件費や輸送費がかさみ、更に利益が取れないようになる。	
	輸送業（従業員）	・前年比130%で推移してきたこともあり、今後は悪くなる。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・市内の歓楽街の人出が激減しており、百貨店も営業状況が厳しい。飲食店はどこも売上が2割程度減少しており、閉店する店舗も増え懸念している。	
	×	繊維工業（営業担当）	・最低昇給金額が出ていたが、当社では経営上厳しい状況である。取引先との交渉になってしまい難しいのが現実である。先行き不透明である。
	×	輸送業（総務担当）	・猛暑の影響で倉庫内生産性が極端に落ちている。加えて平成30年7月豪雨の影響でしばらく物流にも遅延や配送料高騰が見込まれる。運送会社の人手不足は深刻で、一層値上げは容認せざるを得ない。しかし荷主に対する値上げ交渉は難航が予想される。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の6月補正予算では、子供・子育て支援に関する調査や、自殺対策の計画策定の予算化がされているところもあるが、比率としては少なく、自殺対策については、市町村が自前で行っているところが多い。他の調査や計画策定の業務の予算化は少ないため、景気が悪くなっていく。
雇用 関連 (九州)		*	*
		-	-
		人材派遣会社（社員）	・受注件数が減少しているなかで、新規採用の注文も減少している。後任や産休、育休等の買換え要員での注文が割合を占めている。増員の注文が減少しているので、充足感がある。
		人材派遣会社（社員）	・時期的には派遣法に関わる雇用安定法の措置等により、求人数には動きがあるが、景気が上向くまでには至らない。
		人材派遣会社（社員）	・主要依頼人の人員計画や採用の見通しから鑑みると、現在と余り変わらない状況である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人材の採用難は深刻化している。特に零細企業では、インターネットによる求人も採用まで至らない厳しい状況である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏のボーナスが出たが、ここ数年給料が伸びているような報道もある一方で、実質は横ばいか微減傾向である。夏の猛暑の需要や2020年の東京オリンピック関連等局所的な景気の良さはあるが、貯蓄、消費は消極的である。これから先も経済全体が循環して良くなるような気配がない。

	職業安定所（職員）	・造船関係について、次年度以降は稼働率を引上げフル操業が期待できる企業があるが、年度内は現状維持が続いていく。
	職業安定所（職員）	・当所の新規求職者については、前年度を2～5%程度下回る状態が続いているが、直近の2か月は前年度を上回った。これは60歳以上の求職者が増加したことが理由であり、若年者の減少傾向は変わっていない。今年度の新規学卒求人は、前年度を20%以上上回っており、事業所は世代交代への強い意欲をもっている。
	職業安定所（職員）	・引き続き有効求人倍率は高止まりの状態が続くが、求人を構成する職種は介護職を中心としたもので、採用数が大きく好転するとは判断できない。
	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）	・景気と求人の動きの因果関係ははっきりしないが、2019年3月卒業生への採用については、前年度採用未充足求人の補充、将来的な労働人口不足への対応等のため、各企業共に意欲的に採用活動を行っている。
	人材派遣会社（社員）	・下期に入るタイミングで微増するかもしれないが、8～9月の求人は減少する。
x	-	-