

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)		-	-
		商店街（代表者）	・2月は1年の中で最も客の出足が鈍る時期なので、その分は既に確保している。
		商店街（代表者）	・年度末にかけて繁忙期になる。その後、統一地方選挙が4月にあるため、それに伴ってやや忙しくなるのではないかと推測される。
		商店街（代表者）	・平成が終わる記念品として購入するという購買意欲が出ることに期待したい。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・春の卒業シーズンに向けて、部活動で別れの花束を渡すための注文が増えたお陰で、2か月前と比較すると売上が増えている。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・ここ数年は大きな景気向上につながる要因もないため、売上は低迷が続いている。春に向かい若干売上が伸びることに期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・売場のリニューアルに伴い、来店客数が増えると見込まれる。
		百貨店（売場担当）	・改元もあり、ライフスタイルにも変化を求め、新しいことにチャレンジする気運が高まる。
		家電量販店（店員）	・この冬は暖冬傾向が続いており、現在谷の状態になっている。この2～3か月先は、3～4月ということで、シングルの需要もあることを考えると現状より良くなる。
		家電量販店（従業員）	・寒くなり暖房の需要が増える。
		乗用車販売店（総務担当）	・年度末商戦に入っていく。今回は、新型車効果が期待できるので、例年以上の売上、利益を確保していく。
		高級レストラン（支配人）	・3か月先の予約も既にあり、先の問合せ等も受けている。
		一般レストラン（経営者）	・キャンプシーズンに加えて、中国の春節で来店数がかかり増える見込みである。
		観光型ホテル（専務）	・連休に向けて予約が増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先予約も順調に入っており、しばらくは好調に推移する。
		旅行代理店（従業員）	・3月はアジアを中心とした学生旅行の予約が入り、4月は10連休前半の動きが活発である。国内は春休みの動きが徐々に始まっている。
		旅行代理店（企画）	・ゴールデンウィークが大型連休になるため、例年に比べると申込動向は前年比で大きく上回っている。
		通信会社（企画担当）	・ラグビーワールドカップ等の国際大会に向けて訪日外国人対応の動きが活発で、見込み、受注ベース共に引き合いが多い。
		通信会社（企画担当）	・光回線の販売エリア拡大が予定されており、新規受注の底上げが期待できる。
		通信会社（営業担当）	・転居シーズンに突入し、自社商材の販売が活気付く時期である。
		観光名所（従業員）	・春休み等を利用し、思い出作りの一環として来園する学生等が多くなる。また、春季大祭等のイベントが増えるので、それを目的とした来訪が増加する。
		競艇場（職員）	・業界全体の売上が底上げされている。
		美容室（経営者）	・3～4月は、美容業界は上向きになる。春になると客のファッションが軽やかになり、ヘアスタイルも変わってくる。忙しくなる時期は、四季の移り変わりに影響され、おしゃれ産業は春を待っている状態である。今後、若干動きが良くなっていく。
		美容室（店長）	・卒業、入学、結婚式等着物を着る機会が増えるため、着付けの予約も入り売上も若干良くなる。
		商店街（代表者）	・例年3～4月は売上増が見込めるが、商環境は厳しいことから、変わらず商況は低迷する。
		商店街（代表者）	・良くなる要因が全くない。気候が暖かくなると人の動きもあるが、購買意欲の向上はなく、必需品のみの購入が続いている。
		商店街（代表者）	・個人消費が回復する要素がない。

一般小売店〔鮮魚〕(店員)	・仲卸が1軒廃業した影響で、残された客が他の仲卸に移っている。そのため、客の奪い合いになるが、少しでも活力を取り戻し今後の経営につなげていく。
一般小売店〔精肉〕(店員)	・変動の要因が見当たらない。
百貨店(営業担当)	・セールでは商品単価が減少し、数量の伸びで売上を補えなかったが、正規価格商材は商品単価が上がっている。自家需要商材のゴルフ、スポーツ用品や紳士衣料品、紳士婦人肌着、バッグ、化粧品は好調を維持しており、また、リビング用品寝具、バス、インテリア、食器等自分のための商材や、嗜好性の高い舶来ブランド、毛皮、貴金属、美術工芸は依然好調である。家庭での生活を充実する意欲と慎重な購買姿勢は変わらず、正規価格の回復で今後も期待できる。
百貨店(営業担当)	・近年の傾向であるセールの平準化が進行し、今月は若干前年比基調を落としているものの、入館客数はさほど落ち込んではいない。今後の気温の変化次第では復調してくる可能性はある。ただし、客足の郊外分散化傾向は感じている。
百貨店(経営企画担当)	・依然として個人消費に伸びはないが、今年10月に予定されている消費税の引上げの影響により、短期的には駆け込み需要による売上増加が見込まれる。
百貨店(売場担当)	・百貨店の苦戦が続いているが、若い層を狙った店舗は好調である。全体でファミリーをターゲットにした店舗の苦戦が、ここ3~4か月続いている。ただし、合計すると売上は順調で、この状況が継続すると予測される。百貨店では、雑貨や化粧品はけん引しており2けた増だが、宝飾貴金属は悪くなっている。天候には注視しなければいけない。
百貨店(業務担当)	・これからしばらくは、商品の処分期が続き、季節の移り変わりによる端境期となる。例年以上に客の購買意欲を引き出すような要素がないため、春先まで状況は変わらない。
スーパー(総務担当)	・ディスカウントストアやドラッグストアが競合する店舗の売上項目が、マイナスに転じている。その他の店舗では、催事や企画に伴うハレの日等の売上は前年超えもあるが、平時は引き続き厳しい状況が続いている。この状況を大きく打開するには、思い切った対策が必要ではあるが、様々な面でコストが掛かり、慎重にならざるを得ない現実がある。
スーパー(経理担当)	・暖冬の影響だけが原因ではないと思われるので、今後も厳しい状況が続く。
スーパー(統括者)	・中国や米国の成長鈍化の恐れが出てきており、国内経済もその影響は避けられず、ベースアップやボーナス額アップも期待できない。
コンビニ(経営者)	・富裕層は、コンビニエンスストアの利用が少ないため景気的话题をすることはないが、その他の客からは景気が良い話題は出てこない。先行きに不安を持つ客が多い。
コンビニ(エリア担当・店長)	・2月には近隣でマラソンのイベントがあり、以前はそれによる集客が期待できたが、現在はマラソンの応援等で人はいるものの、来店して購入する客が減少しており、今後も買い控えは続いていく。花見シーズンも天候によるが、期待できない。
衣料品専門店(店長)	・来街者がほとんどない状態が続いており、危惧している。
衣料品専門店(店長)	・客の様子からも、景気そのものにも変化はない。
衣料品専門店(総務担当)	・現状を見ている限り、今後この状況が改善されるとは考えられない。
衣料品専門店(取締役)	・随分前から財布のひもが固く、購入に対して金の使い道に変化が起きている。景気が良くなる状態は、金が回ることだが、物販としては今後も厳しい中で、企業努力をすることになる。
家電量販店(店長)	・プラスになる要因として、東京オリンピックによる4Kテレビ需要及び消費税の引上げの需要が見込めるが、まだ先になるため状況としては変わらない。
家電量販店(店員)	・テレビや冷蔵庫、洗濯機は好調であるが、パソコン、携帯が伸び悩んでいる。以前は特に中国人がスマートフォンを購入していたが、不買運動の影響なのか外国人が購入するケースが減少している。
家電量販店(総務担当)	・春の移動マーケットに期待しているが、需要動向変化の影響が読めない。

家電量販店（広報・IR担当）	・テレビ等好調に推移している商材もあるが、市場が縮小している状況にあり、爆発的に伸びる商材は見あたらず、大きな伸びは期待できない。
乗用車販売店（販売担当）	・客の決断に時間が掛かる状況がしばらく続くと予想され、厳しい状況が続く。
乗用車販売店（代表）	・先行き不透明で、変わらない。
住関連専門店（経営者）	・今月も地元資材業者の倒産や廃業のニュースがあった。春からの仕入価格の値上げもあり、地方での景気回復感はない。
その他専門店 [ コーヒー豆 ]（経営者）	・来店客数及び客単価は、前年とほぼ変わらない状態である。来月になり寒さも増してくると若干減少傾向にあると予測している。
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値下げの傾向が継続しており、仕入価格の値上げがないことに期待したい。2月の3連休及び3～4月の異動シーズンの燃料油需要やカーケア商品の販売も上向いていくと予想している。
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）	・サービス業種が好調なので、物販業種のマイナスがなければ景気動向も良くなっていくと考えている。気温やEC問題で物販業種の苦戦は継続していくと予想している。またショッピングセンター業界的にも2月からは閑散期になるため、景気が良くなっていくような材料は少ない。3月末からの連休需要、春物需要拡大に期待したい。
その他小売の動向を把握できる者 [ 土産卸売 ]（従業員）	・客の節約志向が高まっているため、売上増加に期待できない。
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）	・暖冬の影響はなくなるが、訪日外国人の客単価は減少傾向で、今後も変化がないと予想される。
高級レストラン（経営者）	・1月は大河ドラマが終わり、来客数も減少し、売上の数字は減少傾向で推移している。上昇する気配はなく、予約も余りない。今後の景気が不安である。
スナック（経営者）	・1月に入り天候は穏やかで、夜の外出がしやすい状況ではあるが、平日の集客は良くない。前年比では、やや売上が減少している。好況感は感じられない。
都市型ホテル（販売担当）	・ホテル宴会場のリニューアル工事が行われるため、売上が上がらない状況になると予想される。
都市型ホテル（スタッフ）	・週末やイベント時は好調だが、何も無い週末と平日休日は今後の動きを注視する必要がある。
タクシー運転手	・訪日外国人の増加に伴う、急激なホテルや民泊の増加等で受入体制が整いつつあり、堅調さは維持される。
タクシー運転手	・今年は、天候が良くインフルエンザが流行したことで、人の動きが悪くタクシー利用が減っている。
タクシー運転手	・慢性的な人手不足が年々深刻になっている。マスコミで流れる景気情報より、かなり悪化をしている。
通信会社（業務担当）	・繁忙期により販売量は増えるが、代理店手数料が下がる傾向にあるため、景気が上向くとは考えられない。
ゴルフ場（従業員）	・県外、国外客を含め予約は堅調に推移すると予想されるが、国際情勢の不安定な状況もあり、慎重な予約確認が必要である。
美容室（経営者）	・熊本地震以降倒産件数が増え、良い話を聞くことがない。景気回復に期待をしたい。
理容室（経営者）	・当県では、企業の合併や統合で、他市に単身赴任している人が多く、その影響が12月に出ている。1～2月は営業日数も短くサービス業が全体的に良くならない状況である。
設計事務所（所長）	・結果は2～3か月先になるため、景気は変わらない。
住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの低金利が続いており、消費税の引上げ時期を前後して一定の住宅ニーズは続いていく。
住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークや消費税の引上げが控えており、人の動きがあれば景気も上がるが、消費税の引上げに対する減税補助等が決まっていないため、買い控えによる景気の低迷が予見される。
住宅販売会社（代表）	・接客の感触では、収入が上がらない中で、住宅を建築する際にコストを抑える傾向にある。主婦が働いている家庭では若干の余裕があるが、主人1人の収入の場合は、2～3か月先も状況は変わらない。

	商店街（代表者）	・政府の見解では、景気が回復し賃金も上がっていると報道されているが、小売業や小規模小売業は依然苦しい状況であり、消費者の購買意欲は上がっていないのが現状である。
	商店街（代表者）	・毎年のことだが、2～3か月先は卒園、入学、就職等様々な行事が重なり出費が多いので、先行きは厳しい。
	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因が全く見つからない。現在の悪い景気が継続するか、更に悪くなると予想される。
	百貨店（マネージャー）	・株価が不安定になり、インバウンド鈍化等で、国内富裕層と訪日外国人客の動きに勢いがなくなっている。
	スーパー（店長）	・消費税の引上げで一時的に活況を呈すが、その後の反動が心配である。
	スーパー（店長）	・競合店も近辺にできており、ここ2か月は競合店対策で厳しい状況が懸念される。消費動向も厳しく晴れの日の行事対策で売上を重ねていくことになるが、今後は期待できない。来店客数は減少するため、日頃の品ぞろえで購入点数に着眼し、客単価を上げる対策を考えている。
	コンビニ（経営者）	・消費税の引上げを前にして、客の景気動向は、低単価商品の購入により下降すると考えられ、今後も厳しい状況が続くことが懸念される。
	コンビニ（店長）	・各種経済予想が悪化している。
	その他専門店 [ドラッグストア]（企画担当）	・競合他社も含め、既存店の売上高前年比が芳しくない。
	高級レストラン（経営者）	・2月の予約状況は鈍く不安である。売上が上昇するような手段を考えなければいけない。
	観光ホテル（総務）	・熊本地震は、4月で3年が経過しており、復興景気の力強さが感じられなくなっている。
	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）	・人材確保がかなり厳しい状況で、今後も、一層人材確保が困難となるのが想定される。
	音楽教室（管理担当）	・転勤や受験シーズンのため、客の動向が期待できない。
	設計事務所（所長）	・世界状況・世界経済が先行き不透明である。また、支出は増加するが収入は上がらない。
	設計事務所（代表）	・消費税の引上げ後の需要にメリットがあると考えられるため、買い控えが起きると予想している。
	スーパー（店長）	・消費税の引上げ等今後の先行き不安感は、まだ依然として根強く、消費者の購買意欲は減退している。それに加え、競合店の出店や価格競争で業績が上向く条件が見当たらない。
	x	
企業 動向 関連  (九州)	-	-
	農林水産業（従業者）	・これから稼ぎ時のため、景気が良くなることに期待したい。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末予算消化が見込まれているため、やや良くなる。
	金属製品製造業（事業統括）	・地域によって異なるが、特に東京地区、九州地区は好調になると予想される。
	金融業（営業担当）	・消費者の動きは徐々に良くなる。消費は単価が高い商品について購入する気配があり、そこにターゲットを向けている動きがあり、やや良くなる。
	金融業（営業）	・株価の低迷等景気の雰囲気が悪いことや、中国関連の需要減少はあるものの、米中貿易摩擦が緩和の方向に動けば、引き続き景気は底堅く推移すると考えられる。
	不動産業（従業員）	・商業施設の来客数が好調に推移しており、今後も継続する。
	農林水産業（経営者）	・2月は稼働日数が少ないこともあり期待できない。3～4月は行楽シーズンであり、人の移動で消費が伸びてくると予想されるが、前年と比較すると価格は厳しくなる。居酒屋やスーパーマーケット関連は、加工品が中心となるため、余り影響されないが、加えて2～3月はメニューの変更時期でもあり、ある程度期待できる。
	家具製造業（従業員）	・明るい材料が全くないなか、これから2～3か月先が良くなる要因は全く見当たらない。今後の状況を注視していく。
	化学工業（総務担当）	・為替や関税の動きが下振れ要因である。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・3～4月は祝いの受注が多い月であったが、現在はそういう状況が見受けられない。受注を確保することが難しい状態である。ネット販売は以前よりも良くなっている。

	一般機械器具製造業（経営者）	・客の発注先として引き合いはあるが、正式受注に達しておらず、状況を見送っている。景気の現状維持か下降に転じるかは、先行き不透明である。
	一般機械器具製造業（経営者）	・米中貿易摩擦がユーザーに影響を与えている。担当者によると1～2月ははっきりしないが、3月以降には、若干の動きが出てくると予想している。
	電気機械器具製造業（取締役）	・先行き動向が不透明である。
	精密機械器具製造業（従業員）	・受注先からの要求で3月までは増産要求計画を受け取ったが、その先は見通しが立っていない状態である。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・景気が良いため、現時点でも生産台数が多く、引き続き高水準で推移する。
	輸送業（従業員）	・3月は決算月なので増加するが、今年のゴールデンウィークは10連休ということもあり、物流動向が全く読めない。荷主も同業他社の動きを探っている状況である。
	輸送業（従業員）	・受注数は堅調である。しかしながら安価な製品が増加傾向にあり、今後の動向に注目している。
	輸送業（総務担当）	・米中間の貿易摩擦等が経済に悪影響を及ぼしているが、相変わらず倉庫需要は続いており、特に変化はない。
	通信業（職員）	・年度末までの受注予測ができており、現状からの大幅な変化はない。
	金融業（従業員）	・災害復旧関連工事等もあり、公共投資が高水準で推移している。また、企業の求人意欲は旺盛で、雇用者所得は増加傾向にあるが、人手不足が広範囲の業種で経営面のネックとなっている。
	金融業（調査担当）	・取引先の資金需要、取り巻く環境は、ここ1年大きな変化はない。2019年は皇太子殿下の御即位、G20サミット日本開催、消費税の引上げ、参議院選挙といったトピックが続く。米国利上げ停止が見込まれ、欧州ではけん引役のフランス、ドイツの首長在位の行方や英国のEU離脱問題、米中貿易摩擦等世界景気を揺るがす大きな要因が散見され、上下変動がある局面とみている。
	金融業（得意先担当）	・業種によって大きくばらつきがあり、明るい材料がない中で、当面現状が続いていく。
	広告代理店（従業員）	・年末、年始商戦も終わり、前年比92%と特に変化はない。相変わらず百貨店等流通小売やパチンコ等の娯楽が不調であるが、家電量販店、ホームセンター等の業種が比較的好調で今後に希望が持てる。全体的には今後大きな変化はなく、横ばい状態である。
	経営コンサルタント（社員）	・これから3月に向けて税務関係が忙しくなるため、新しい動きは控えている。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社ホームページのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
	経営コンサルタント（社員）	・人の動きがまだ少ない。来店客数の減少もみられる。
	その他サービス業〔物リース〕（支社長）	・2021年3月までは比較的工作も多く、業績が安定する取引先が多い。取引先の課題は、人材難と働き方改革である。自動車の自動運転も一部の地域では始まっており、世の中に変化が出てくる。
	食料品製造業（経営者）	・季節的に端境期になるため、生産、受注共に減少していく。
	繊維工業（営業担当）	・消費税の引上げも影響してくるため、中小企業は板挟みの状態である。
	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・米中関係や日韓問題で韓国からの企業撤退の動きが増せば、まだまだ減産の可能性が出てくると考えられる。
	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。外壁改修等の短期工事を取れるようにしていく。
	金融業（調査担当）	・世界経済の減速懸念や米中貿易摩擦の影響が、徐々に日本の景気にも重しとなってきている。戦後最長とされる景気回復も地元では実感に乏しく、先行きを懸念している。
×	電気機械器具製造業（経営者）	・当面の受注確保は困難な状況にある。
×	建設業（社員）	・3月までの官公庁の発注量に、同業者の中でも非常に危惧している業者が多い。手持ち工事が完了して作業員が空いている業者もあるため、早期の発注を期待したい。

	x	その他サービス業 [ コンサルタント ] (代表取締役)	・市町村からの委託業務の発注は、年度末が近くなるとほとんどなくなるため、このままでは受注金額はかなり減少することになる。仮に発注があっても競争が激しく、利益が出るような金額での応札は難しい。このため、景気は悪化すると予測される。
雇用 関連		-	-
(九州)		人材派遣会社 (社員)	・新年度に向けての求人等が更に動く気配がある。景気としての感触は良いが、人選のマッチングから成約につながるまでに時間が掛かり、売上自体に直結していない。
		人材派遣会社 (社員)	・年度末の需要が増える。既に注文依頼を受けている企業もあり、年度末の注文に関して、短期間のみ限定増員はできている。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・進学シーズンを迎え、学生アルバイト、主婦パートが一番活発に動くシーズンに入る。また、春休みや受験シーズンを迎え人の動きも活発になる。
		職業安定所 (職員)	・年度末に向けて飲食関係では繁忙状態が継続する。また、新年度に向けて、例年以上に新卒者を確保した企業は、IT化により商品販売戦略を見直し、更なる業績アップを目指している。
		人材派遣会社 (社員)	・客の動きは変わらない。
		人材派遣会社 (社員)	・改正労働者派遣法の期間抵触日3年を迎える派遣社員の代替需要があると予想しているが、新規での引き合いは少ない。
		新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	・改元に伴う大型連休等の影響は分からないが、全体的には活発な消費が続くと考えるため、好調さを維持する。
		職業安定所 (職員)	・求人が底堅いことから、求人への応募者や就職者増加に期待したいが、新規求職者は減少傾向である。このところ、女性のフルタイム希望者が前年比、前月比共減少したことが理由で、全体でも減少している。ただし、新年になり、窓口相談者が増え、活気が始めている。
		職業安定所 (職員)	・求人数に若干の減少傾向がみられるも、それ以上に求職者数の減少幅が大きい。企業にとって人手不足は、今後も経営上の大きな課題として続いていく。
		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)	・人手不足で、現在も求人活動を継続している企業もある。しかし、採用予定者数の充足が思わしくないため、次年度の採用に切り替えるという企業もある。現時点での2020年卒業求人の受理件数は前年よりも少ない状態である。
		新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	・消費税の引上げが10月になるような気配である。駆け込み需要もあるが、消費自体をシビアに考える人が多くなる。
	x	-	-