

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)		*	*	*
		商店街（代表者）	来客数の動き	・今年の冬は1日も雪の日がなく、天候が安定しており、来店客数は例年より多い。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・春物新製品の動きが良くなっている。また、まとめ買いが少々増加している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	単価の動き	・こちょうらんの売行きが良く、現在景気が上向いている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・大催事場でのバレンタインコレクションや物産催事、各フロアでの改装前の売り尽くしセール等により来場促進を図っている。客単価は維持しているが、商品単価は減少している。し好性の高い舶来ブランド、貴金属、美術工芸及び家具家電催事は依然好調である。家庭での生活を充実する意欲と慎重な購買姿勢は依然継続している。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・全店舗平均での今月の売上は前年比103%で、3か月前を3%程度上回っている。当市のイベントが10日程前倒しされた影響があるが、当店の売上は入店客数の増加に反して減少傾向にあり、各店舗の業態格差が出ていると考えられる。
		衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・上旬は暖冬の影響で冬物セールが売れず苦戦したが、中旬以降春物を探す客が増え、定価品の売上は前年比150%まで伸びている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・ルームサービスのオーダー件数が伸びており、また、高単価のメニュー利用も多く売上が好調に推移している。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・3月の予約を通り越し、10連休のゴールデンウィークに集中している。現在のところは、どの方面もほぼ満席となっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・年度末に向けて販売数が少しずつ上がっている。
		通信会社（業務担当）	販売量の動き	・繁忙期に入り販売量が上がったが、例年に比べると減少している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・低迷していたマンションの販売について、値下げをすると客の反応があり、来客数や成約も増加している。高額だと手が出ないようだが、値頃感を出すと売れるため景気は悪くない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・春先になったが、人の動きは悪く、購入に至る客は少ない。購入意欲がなく来店数も減少し、購買額が上がらない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・この時期は例年寒さで客足も少ないが、今年は暖冬により来店客数も平年並みである。しかし、まとめて購入する客は少なく、低い単価の商品を必要なものだけ購入する傾向は変わらない。
		百貨店（総務担当）	それ以外	・当社は、核店舗の閉店に伴うセール期間中であり、売上高、入店客数とも大幅に前年を超過している。一方、周辺商業施設の情報は、暖冬の影響によりアパレル不振等が伝えられ、消費はまだまだ厳しい環境が続いている。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・客は、必要な物以外を購入しようとしなない。購入に関してかなり慎重になっている。
		百貨店（経営企画担当）	お客様の様子	・一部店舗の営業終了に伴う閉店セール効果により、全体としては好調に推移しているが、その他店舗の客の動向は、既存客の高齢化等の影響もあり、単価等は減少している状況が継続している。
	百貨店（プロモーション担当）	販売量の動き	・ぜいたく品消費の伸びが若干減衰傾向にある。	
	スーパー（店長）	販売量の動き	・気温が平年より高めである影響で、防寒着や寝具類、食品鍋材料の動きが鈍い。	

スーパー（店長）	お客様の様子	・会社の販売促進が弱くなっているため、来客は落ち込んでいるが、客単価や販売点数等は前年並みに推移している。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・暖冬の影響もあり、鍋物商材が売れていない。特に単価が高めの精肉に影響が出ており、青果相場の下落と重なり、客単価が前年比マイナスとなっている。
スーパー（統括者）	お客様の様子	・年末は高額商材が売れる傾向があったが、年が明けてからは客の値段に対する姿勢が厳しくなっている。チラシを比較して買い回りする客が多くなり、仕入れ単価が上がっても売価にそのまま転嫁できる状態ではない。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来店する客には変化がなく、伸び悩んでいる。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来店客がほとんどいない状況である。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・店内への来客数が回復しない。ここ数か月同様の状況にあり、上向き気配がない。
家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・暖冬の影響が大きく、また4K・8Kテレビも年明けから盛り上がり欠け、全体的に不調である。
家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・テレビや冷蔵庫、洗濯機等の主力商品は順調に推移しているが、暖冬の影響により、エアコンディショナーを含む暖房器具が苦戦しており、全体の売上を下げている。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・人気車種に受注が集中し、メーカーからの配車が間に合わない状況である。受注残が多くなり、登録ができず販売しづらい状態が続いている。
住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・都市部での合同販売に参加したが、キャッチフレーズで売上が大きく違う。客に購買意欲はあるが、慎重に商品を見極める買い方が増加している。
その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（統括）	販売量の動き	・燃料油の小売価格は、2018年11月初旬をピークとして低下している。今後の価格を予想することは困難であるが、動きとしてはなだらかな変化が予想される。2月にはイベントが開催され、近隣より多数の観光客が訪れたが、燃料油の販売量は前年並みである。
その他専門店 〔ドラッグストア〕（企画担当）	販売量の動き	・暖冬により、季節商材の販売量が減少している。
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）	販売量の動き	・来館客数は前年実績を上回り、映画館が前年の2倍近い伸びをしていることもあり、全館の数字としては上向いている。しかし、暖冬の影響もあり、物販系の苦戦が継続している。来館した客の購買意欲は低く、決して景気動向が良いとはいえない状況である。また年度末から年始に掛けて、物販テナントの倒産も相次いでおり、楽観視はできない。
その他小売の動向を把握できる者 〔土産卸売〕（従業員）	来客数の動き	・来客数が前年比85%で推移している。今月は、晴天が少ないため客数の伸びがない。
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）	販売量の動き	・今年は、暖冬で前年と比べ来場増加につながったが、売上増加にはなっていない。
スナック（経営者）	来客数の動き	・天候が良く2月にしては穏やかな気温の日が続いたにもかかわらず、客足が伸びなかった。
観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・例年この時期はシーズンオフのため、景気は余り良くないが、この先の予約は順調に入っている。
都市型ホテル（販売担当）	単価の動き	・施設会場を改装し減らしたことにより、収入が減少している。
都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・販売数は微減だが、単価の上昇により売上は変わらない。

タクシー運転手	来客数の動き	・大型クルーズ船の停泊が1割程度減少したにもかかわらず、航空機を利用したツアー客以外の家族連れやグループの訪日外国人観光客のリピーターが確実に増加しており、それに伴いタクシー利用も増えている。
タクシー運転手	お客様の様子	・今年は、県外からの客が多いが、晴天が少ないことで、売上に反映されていない。
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・年度末の補正予算等で、引き合いが多い時期であるが、件数が例年より少ない。
ゴルフ場（従業員）	競争相手の様子	・近隣ゴルフ場のネット情報や客の話では、価格上昇や来場者の増加という話を聞くことがないことから景気は変わらない。
美容室（店長）	お客様の様子	・インフルエンザの流行や寒さが続き、外出を控える客が多い。
設計事務所（所長）	単価の動き	・計画時の材料費や人件費が上昇傾向であるが、予算あるいは支払は下降傾向である。
設計事務所（代表）	来客数の動き	・消費税引上げの影響が不透明である。
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比較するとやや好転しているが、長期的にみると消費税引上げまで横ばいの状況が続く。
商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街では、寒くなると来街客数が減少する傾向があるが、今年は暖冬傾向だが、来街客数は増加していない。景気は非常に悪い。
商店街（代表者）	お客様の様子	・日常生活でも買物に節約する傾向がある。
商店街（代表者）	販売量の動き	・冬物衣料最終処分時期だが、暖冬の影響で全く売れない。春物商材も動きがなく、前年同期より売上が大きく落ち込んでいる。
商店街（代表者）	販売量の動き	・年末に比べ販売量は減少している。年度末や統一地方選挙に向けての動きが若干あり、大幅な減益は免れている。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・廃業する店が出ている。接客しても購入に結び付かず、全く売上が伸びない。低迷している状態である。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・中間層の消費の冷え込みが大きい。1月のクリアランスセールで正規金額の商品を割引しても売上に繋がらず、その影響が2月も続く予想していたが、若干回復している。暖冬傾向が続いており、春物の動きがやや良くなり、全体の底上げを図っている状況である。
百貨店（マネージャー）	お客様の様子	・日本人では、一部の富裕層や中間層の売上が、前年よりも悪くなっている。訪日外国人については、中国経済動向等により、年明け後から伸びが堅調になっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・今月に入っても、客数の減少に歯止めが掛からず、多少の単価アップも売上増加につながらない厳しい状況が続いている。特に野菜、生肉、生鮮食品においては、売上が苦戦している。また、衣料品においても、暖冬の影響で冬物がほとんど売れず、今後が懸念される。
スーパー（店長）	来客数の動き	・来店客数は前年比97%、売上も前年比95%で推移している。客単価は前年より低くなり、買上点数にも影響が出ている。全体的に客数の減少が、2月の売上減少の原因となり、この状態が2～3か月続いている。特に衣料品の落ち込みが大きく、前年比87%で推移している。天候に大きく影響され、店舗全体が苦戦している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・かなりの暖冬の影響で、鍋物やおでん等の季節商材、野菜の廉価で青果物の動きが極端に悪い。全般的に売上不振である。
コンビニ（経営者）	販売量の動き	・景気回復の兆しがあるといわれているが、身近な店での客の動向は鈍く、高単価な商品は売れない。今月は節分やバレンタインデーと行事があったにもかかわらず、該当する商品の売行きは極端に低く、かなり売れ残りがあり厳しい状況である。

	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・毎年客数が減少しており、その状況を客単価で僅かながら補っている。過当競争により、景気とは違う結果が出ている。
	コンビニ（店長）	単価の動き	・来店客数は変わらないが、客の財布のひもが固くなっており、客単価が大きく下がっている。
	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・セールが1月に2回行われるようになり、2月において売る商材が見えていないことから、販売量が激減しているのが顕著である。
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・2月は少人数の予約がほとんどで、団体の予約は、数えるほどしかない。来客数は伸びず、売上が上がらない状況である。
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・大河ドラマが終わったことで売上に対する影響もなくなり、それに加え毎日夜には雨が降っているため、以前より客足が少なくなっている。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・訪日外国人の来店で数字は保っているが、地元客の来店は確実に減っている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・年末から年明けに掛けて、客の消費動向は落ちている。
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・例年繁忙期に当たるが、予定していた販売量の伸びがない。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・接客中の会話でも景気の良い話を聞かない。
	美容室（経営者）	販売量の動き	・12～1月と比較すると売上が下がっており、景気回復が遅れている。この業界では、例年2月は景気が悪くなるが、それがそのまま反映されている。3～4月に暖かくなると業界も動いてくる。
	× 乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・2月は、年末より客の来店が少ない状態である。
企業 動向 関連 (九州)	-	-	-
	電気機械器具製造業（取締役）	受注量や販売量の動き	・3月より新工場が稼働し、取引先からの引き合いは強い。また、板金精密加工の子会社においても工場の増設に着手しており、スペースや人、営業の力があれば仕事は間違いなく増加する。
	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・訪日外国人の購入で酒類が売れているが、国内消費は停滞している。
	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2月はかなり厳しく、計画も前年比85%の状況である。理由は供給過剰に加え、消費も伸びていない点にもある。特に冷凍食品加工メーカー向けの納品量は出ていない。スーパーマーケット、居酒屋を中心とした外食関係はそこそこの動きをしているが、全体的には厳しい2月となっている。
	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・きゅうり、ピーマン等は例年とほぼ同じ単価で、トマト、レタス、だいこん等は2割程度単価が安い傾向にあるが、さつまいもは1割高くなっている。今年の東北地方は暖冬により、出荷量が増加することが見込まれている。キャベツ等については、前年の緊急輸入で輸入条件が低くなったことで、加工会社は輸入で調整する動きがみられる。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・繁忙期から端境期に向かう時期であるが、製造、販売共に比較的順調に推移している。
	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・2019年に入り米中貿易問題や日韓の関係悪化、消費税引上げ等の不安要因が家具業界にも重い空気感を出している。住宅の着工件数等は前年度を減少しており、消費税引上げ前であるが、着工は減っている。住宅メーカーの家具販売会も伸び悩んでいる。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・通常の営業では、受注関係が難しいが、イベント等特殊な状況の方が売上がある。2月始めの東京ドーム展覧会場では、前年と変わらずよく売れていた。年末は、ふるさと納税の影響もあり内容的には良いが、受注的にはいまひとつである。
	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・例年の動きと大きな差がない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この2か月の受注量は、横ばいである。ユーザーの輸出量や相手国の問題が影響していると考えられる。

	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置のユーザーの落ち込みが影響し、前月から約2割減少している。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・輸出車両が高い生産数量で維持している。
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注数は、横ばい傾向である。
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・2月は営業日数が短いこともあり、例年荷動きは活発ではないが、今年は特に荷動きが落ち着いている。
	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・暖冬の影響で、荷動きが極端に鈍っている。季節要因のため、景気への影響は測れないが、荷主の動きから若干停滞感がある。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・住宅販売では、分譲マンションを中心にやや陰りが出ている。一方、乗用車や家電の販売が増加しているほか、食品、化粧品等を中心に百貨店やスーパーマーケットで売上が増加傾向にある。
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・融資残高は中小企業向けを中心に、増加傾向で推移している。ただし、大手企業は横ばい状態から若干減少と下方遷移になりつつある。融資利回りは、漸減傾向である。総じて、地方企業の資金需要は、引き続き一定の水準を堅持しており、3か月前と比較して大きな変化はないと捉えている。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の中小企業において、人手不足による人件費の上昇が重みになっている。収益を圧迫しており、現状には伸びがない。
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・一部の業種では活況がみられるものの、取引先の全体的な動向に目立った変化はない。人材確保に苦戦する事業者が多いことも変わらない。
	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・旅行業種の新聞広告の申込みが多い。
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注件数、金額、単価に大きな変化がない。
	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・新しい動きが見られない。
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・老朽化更新の前倒しで、3月期決算の期末投資が増加しており、償却、税制優遇を活用している。訪問先の運送業者では、労務管理が深刻化しており、運行管理システムを導入して適正な労務管理を行うべく、投資意欲を持っている。また、助成金活用を提案しており、九州では少数派であるが、正確な実労働時間を管理することで、社員の離職を防ぐ効果も出てくる。
	繊維工業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・賃金上昇分の工賃は上がらないため、運送代の値上げを検討している。
	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・米中貿易問題等、先行き不安材料があるため生産を抑えている。生産拠点を中国や韓国から移すことも考えられている。
	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・手持工事が完成間近だが、工事の依頼が少ない。ゼロ市債やゼロ県債が少しずつ発注されているが、もっと増えることを期待している。
	金融業（営業）	取引先の様子	・中国向け輸出の縮小により、全体的な需要が減少している。また、人手不足や物流コストの増大等が企業収益を圧迫している。
	経営コンサルタント（代表取締役）	競争相手の様子	・毎年2月は月が短いこともあり、特に悪いわけではないが、2～3か月前と比較すると良くない。
x	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・主要取引先からの受注が激減している。他社からの受注が何とか確保できているが、3月以降は極めて不透明である。

	x	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村からの調査や計画策定の委託業務を受注しているコンサルタントは、シンクタンク系等の従来からある企業以外に、中小規模の事業所が入札等で競い合っている。九州以外に本社がある企業が当県に支店を開設し、入札時に低価格で落札するようになってきた。このため、ダンピング競争が激しくなり落札しにくくなっている。
雇用 関連 (九州)		-	-	-
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・宿泊、飲食サービス業の企業では、歓送迎会シーズンを迎えることから、利用客の増加を見込み、営業員の増員求人を行っている。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・注文数が減っている。契約が3月末で終了になり、後任は不要という企業が目立った。社内調整で対応する企業が増え、人員は減少している。また、新規注文も例年に比べて少ない状態である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・都市部への部門集約等もあり、求人数は減っている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・高齢化がすすみ、更に人手不足が深刻である。流通やコンビニエンスストア等で海外からの労働にどこまで頼ることができるのか問題である。景気は横ばいであるが、そうした労働環境には不安を感じる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・中心市街地への人も相変わらず多く、週末は飲食店の予約が取りにくいことから、景気の良い状態が続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数については、前年度を下回る月もあり、半導体を中心とした製造業の動向を注目しているところだが、1月は新規求人全体で前年比で10%以上増加した。医療や福祉、警備、清掃等の業種の大幅な増加が原因であり、製造業も派遣、請負の求人ではあるが、底堅いものがある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内求人数は、長期にわたり前年比の増加を続けていたが、ここ数か月間連続して減少している。求人増加の不服感がある程度鮮明化しており、引き続き注視している。
		職業安定所（職業紹介）	求人数の動き	・引き続き求人数の増加がみられ、管内の有効求人倍率も高い水準で推移している。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2019年卒業の学生で、未内定の学生の就職活動は減速している。また、求人受理件数も大幅に減少している。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・企業からの派遣依頼は市外案件が多く、人選に時間を要することが多い。市内案件に関しては、求職者とのマッチングに苦戦し、定着しない状況が続いている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・取扱求人件数が、前年と比較して減少傾向にある。
		x	-	-