

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)		百貨店（売場担当）	・4月の新元号発表から5月の改元、10連休、10月の消費税引上げ前の駆け込み需要等により新しいチャレンジや買換え等、購買意識の変化を大きくする出来事が続くため景気は上向く。
		観光名所（従業員）	・現在、10連休の予約について、町内宿泊施設全て満室となっている。問合せも3月から多くなり、観光客の来町が期待される。
		商店街（代表者）	・4月になると気候も良くなり、商店街も客でにぎわうと予想される。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・改元の影響で景気が良くなれば売上に期待できるが、現状のままであれば今後も減少していく。
		百貨店（販売促進担当）	・リニューアルに伴い、新しい客が来店すると予測される。
		スーパー（店長）	・消費税引上げと長いゴールデンウィークを控え、消費は上昇すると考えられる。
		家電量販店（店員）	・平成最後というキャッチフレーズが飛び回っており、その効果が出ている。また、改元されてからも需要が回復すると期待している。
		家電量販店（店員）	・この冬は、暖冬で売れにくかった。例年の状況から判断すると3か月後は、若干良くなっていく。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税引上げの影響が出てくる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・通年では、まだ今の気候は寒いが、本年度は気候が1か月早い暖かさである。新規の客も増加し、新年度には移動シーズンも重なるため、ギフト物の需要が多くなり売上の増加が見込める。
		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）	・今後2～3か月先の景気は、映画業界が過去最高の作品を予想しており、全館集客が増加し好影響が波及することから景気動向はやや良くなると考えられる。また、不振が続いているファッション業界も暖冬の影響がなくなることから、若干上向いてくる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・例年に比べ気温も高く、桜の開花も早くなっていることで、行楽地への人出も多くなることが予想される。また、4月末から大型連休があるため、売上が一時的に伸びる。
		観光型ホテル（専務）	・暖かくなり、旅行の機会が増えているため売上は伸びてくる。
		美容室（経営者）	・春から初夏に掛けて、美容業界ではおしゃれのシーズンになり期待をしている。今後の景気回復には改善等が必要になるが、若者のファッションに対する情熱が業界を盛り上げ期待ができる。
		住宅販売会社（従業員）	・景気対策については実効性がないようだが、時代の背景として、東京オリンピックの一大イベントを控え、実体が伴わない景気の良さがある。消費税引上げは問題になっていないようだが、給料の見直し等があるので、景気は若干上向いてくる。
		商店街（代表者）	・動いている商品の流通は増加しているが、景気の状態は変わっていない。なぜならば、客の所得が増えず、必要経費が増加していることが大きな要因である。
		商店街（代表者）	・この3か月は、景気が悪い状態のまま横ばいが継続する。長期的に見れば、もっと悪くなると予想している。
		商店街（代表者）	・年度末キャンペーンや改元、選挙関係等の影響で、景気上昇は4月まで続く。
	商店街（代表者）	・4月に新元号の発表や5月には皇太子殿下の御即位もあるが、商店街の消費景気が上がる要因が見当たらないため、悪い状態が続く。	
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・需要が余りに少ないため、対策の手段がない。今後は、ウナギの時期になり期待はしているものの、若干値上がり傾向で、予想している動きになるのか判断しづらい状態である。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・卒業式シーズンは落ち着き、春の準備に忙しく、来客数はまだ読めていないが、期待している。	

百貨店（営業担当）	・世界経済が減速しているという報道が出ているため、先行き不透明感が消費に影響すると予測している。しかしながら、店頭の様子は予測と違い、改元等が景気の弾みなり、上向いていく。ファンダメンタルズが落ちているのは間違いないが、全体的に状況は変わらない。
百貨店（営業担当）	・天候に左右される状況に変わりはなく、当面は浮上要素も見当たらない。ただし、10連休中に観光目的の来街者が増加するとプラス要素になり期待できる。
百貨店（業務担当）	・改元や消費増上げのニュースが多い。これから先、選挙等もあり買物する状況ではないため、落ち着いてから購入を予定している客が多い。
百貨店（プロモーション担当）	・ゴールデンウィークに向けては消費は伸長すると考えられるが、その後は、反動も予測される。また、消費税引上げを控え秋口には消費が前倒しになると考えられる。
スーパー（店長）	・コンビニエンスストアが3店舗閉店しているため、売上が上昇しており、全体的には影響はないが、10連休には大型ショッピングセンターや行楽地への外出が予想されるため、厳しい状況になる。大型連休をどう乗り越えるか懸念される。
スーパー（総務担当）	・中国を始め世界経済の先行き不透明感が広まるなか、米国を中心に日本も密接に連携しており、景気が浮揚する要素が余り考えられない。ただし、新元号発表や10連休等の祝いムードにより一過性のプラス材料はあるが、その後の反動も大きいと考えられる。
スーパー（経理担当）	・徐々に例年並みに戻りつつあるが、4月からは多くの商品で値上げが予定されており、消費動向については予断を許さない。
スーパー（統括者）	・今後様々な商材で値上げが予定されているが、販売現場でその値上げを実施するのは困難である。固定費や仕入価格アップ分は、経費削減努力によるカバーを余儀なくされている。
コンビニ（経営者）	・客数は減少し、客単価増加がこのところ続いている。周りに同業者が増え過ぎる独特な業界状況であり、世の中の景気とは違う部分もあるが、今後状況が変わる要素が見受けられない。
コンビニ（経営者）	・近くにコンビニエンスストアが多いため、特に売上が増加する気配はない。
コンビニ（エリア担当・店長）	・ギフトの予約活動も行っているが、例年より予約が少ない。今後、気候にもよるが客の買い控えもまだ続いていき、売上が前年を上回することは望めない。
衣料品専門店（店長）	・来街者がなく、来店客もない。
衣料品専門店（店長）	・商品や客の動向に変化がなく、これからの景気が上向く気配がない。
衣料品専門店（総務担当）	・当商店街に置かれた環境を考えると、景気が良くなるとは考えられない。
衣料品専門店（取締役）	・改元があり、その影響が出てくるが、ファッション業界に関しては、特に好材料はなく企業努力をしなければいけない。
家電量販店（店長）	・春の移動マーケットが落ち着き、消費税引上げ前の駆け込み需要もなく、市場が活気付くまでにもう少し時間が掛かると予測される。
家電量販店（従業員）	・夏に向けて、冷房器具の需要が増える。
乗用車販売店（代表）	・景気が停滞している。
乗用車販売店（総務担当）	・5月には新型車が投入されるが、新車販売は大きく伸びない。これからは、既存客の点検整備を確実に実施して売上、利益を確保する必要がある。
住関連専門店（経営者）	・家具専門店の廃業の話は今月も聞いている。消費税引上げ前の駆け込み需要には、まだ時期が早いので、景気は停滞している。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（統括）	・燃料油の販売価格の見通しは不透明であるが、行楽シーズンに入るため、観光及び物流における需要に期待したい。ガソリンスタンド業界は、新卒採用や中途採用等雇用に関する状況が非常に厳しい。
高級レストラン（支配人）	・先の予約状況では、景気は横ばいである。

都市型ホテル（販売担当）	・ホテル改装により宴会場を減らしたことで、予約件数がマイナスになり状況は変わらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・政治情勢や震災がなければ、引き続きこの状況が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・前年度と比較すると売上は悪いとはいえないが、注視する必要がある。
タクシー運転手	・次年度はいつもと違う年になると予想される。景気は悪くなる。
通信会社（企画担当）	・年度替わり以外の変化は、特に見受けられない。
通信会社（営業担当）	・影響の大きい動きがなくなるため、状況は変わらない。
ゴルフ場（従業員）	・予約状況も前年を僅かに上回っているが、今後は天候に左右される季節になり、例年並みで推移する。
美容室（店長）	・客からも景気が回復したという話題はなく、変動もない。
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）	・消費税引上げ前の駆け込み需要や季節要因により、来年度上期は変化なく推移すると考えられるが、サービス業の担い手確保がより深刻となっており、その状況によっては損益に大きく影響を与える可能性がある。
設計事務所（所長）	・ここ半年の仕事状態は、若干悪い状況が続いており、今後もこの状態が続くと予想される。
設計事務所（代表）	・消費税引上げの影響が不透明である。
商店街（代表者）	・行楽シーズンに入り、観光客がかなり増えているが、商店街では観光客は売上につながらない。また、自家用車や自転車での来街のために車が多く、駐車禁止や駐輪禁止も厳しくなり、一般の客が近寄り難い商店街になっている。
商店街（代表者）	・報道でも本格的に消費税引上げの話ばかりで、購買意欲は減少している。特に高齢者の多い地方の商店街では、現金決済がほとんどで、カード決済によるポイント還元策も購買力にはつながらない。現時点から消費に慎重な姿勢は変わらない。
商店街（代表者）	・来店客の購買動向では、購入目的はあるが購買点数を減らしたり、断念するケースが多い。
一般小売店〔青果〕（店長）	・梅雨に向かうため、当地の特産物が取りにくくなり、相場が高くなる。消費税引上げで、果物等は厳しくなっていく。
百貨店（営業担当）	・家具家電需要、学生服購入等での新入学需要の増加や消費税引上げ前のまとめ買い、催事での来店が期待できる。しかし、友の会の春コース満会買物券の利用をみると、慎重な購買姿勢は依然継続している。
百貨店（売場担当）	・前年割れをした店舗では、食品催事を多く開催しているが、相変わらず厳しい状態である。衣料品の売上については、各店舗違い、化粧品については全店舗前年をクリアしている。
スーパー（店長）	・消費税引上げもあり、消費者の節約志向は変わらず先行きは不透明である。競合店の競争もこれから激化することが予想され、売上確保が難しい。
コンビニ（経営者）	・消費税引上げ前ではあるが、食品を中心とした値上げが相次ぎ物価が上がっていることから、今後の売上が伸びないことが懸念される。
コンビニ（店長）	・経済ニュースに、明るい情報が見当たらない。
家電量販店（総務担当）	・大型連休中の消費が旅行等に回ると、夏商戦まで厳しい状況が続くおそれがある。
その他専門店〔書籍〕（副店長）	・近隣の複合ビルの解体・再開発により、3月は一時的に売上が増加したが、長期的に見れば来客数が減り、売上も落ちると予想される。
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）	・消費税引上げもあり、訪日外国人の売上が回復しなければ景気は悪化する。
高級レストラン（経営者）	・消費税引上げや物価の値上がり等で人の動向が少なくなった。客足が減り、3か月先が不安である。
スナック（経営者）	・3月は歓送迎会シーズンで、例年週末を中心に集客が望めるのだが、今年にはにぎわいがなく前年割れとなっている。天候も良く、街に外出しやすい状況であるにもかかわらず、売上は振るわない。4月末から10連休が始まるが、会社員がターゲットの飲食店は売上が下がる可能性がある。
観光ホテル（総務）	・熊本地震から間もなく3年になり、復興景気の力強さが弱まっている。

	旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークの反動で、5～6月の集客が伸び悩んでいる。
	旅行代理店（企画）	・海外旅行シェアを大幅に占める方面の直行便が運休するために、今後の景気は下向きになる。
	タクシー運転手	・接客からの情報では、人手不足が改善する見込みがないまま経済が動いているので、今後、かなり深刻な状態になる。
	タクシー運転手	・改元があり、予測が難しいが、街全体の活気が若干低迷している気配がある。
	通信会社（企画担当）	・季節的にも繁忙期であるはずが、見込んだほどの販売件数の増加がない。
	理容室（経営者）	・3月は卒業、就職等があるが、一部の企業の影響で非常に当県は厳しい状況である。業種によっては、電気関係、水道工事は仕事があるようだが、当業種の場合は、男女の偏りがあり、経営者の年齢が上がることで客層が縮小していき厳しい状況になる。
	美容室（経営者）	・梅雨になるとキャンセルが多くなる。全体的に好材料がない。
	設計事務所（所長）	・国際情勢や経済が不安定であり、国内においても不透明さが増している。実質の材料費や人件費は、今後も上昇する。
	× 乗用車販売店（販売担当）	・新車を購入する際にかかる税金が多く、客が新車購入よりもカーシェアリングを選ぶケースや車自体を所有しないケースが増加している。
	× 高級レストラン（経営者）	・統一地方選挙が4月21日まで続くため、会社関係の動きは鈍くなり、今年の歓送迎会の動きも鈍い。
企業 動向 関連 (九州)	-	-
	金属製品製造業（事業統括）	・この業界では、製品納期が間に合わない状況が前年度から続いており、その状態が続くと予想している。
	電気機械器具製造業（経営者）	・6月以降受注増加の兆しがみられる。
	不動産業（従業員）	・ホテル部門の売上が好調に推移している。
	経営コンサルタント（社員）	・例年3月までは低調で、4月から新しい動きがみられる。
	農林水産業（経営者）	・4～5月は移動、行楽等で期待したいが、特に今年の大規模連休の影響が不安である。従来では、5月は計画以上に大きく伸びていたが、6月は梅雨に入り消費全体が消極的になる。その先以降は、前年の夏のような消費になることに期待しているが、10月の消費税引上げもあり先行き不透明である。
	食料品製造業（経営者）	・繁忙期から閑散期へ進むなか、比較的安定した受注が見込めている。
	家具製造業（従業員）	・家具需要で、唯一拡大傾向のマーケットは、ホテル向け家具である。大手家具メーカーの特殊なノウハウが必要なため、進出しづらいマーケットとなっている。小売家具の減少をこれら特殊な需要で何とか帳尻を合わせているのが、中小家具メーカーの現状である。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・小売店、百貨店等にしても需要が減ってきているため、販売計画がしにくい状況である。今後はネット販売やふるさと納税に力をいれたい。
	鉄鋼業（経営者）	・受注数量に回復の兆しがみえるのと同時に、販売価格も若干改善している。ただ、この状況が継続するかは不透明である。建築・土木共案件はあるが、スケジュールどおりに工事が進んでいない。したがって、受注量もばらつきが多く安定しない状況である。
	一般機械器具製造業（経営者）	・新年度から計画を持って動いていく体制作りをしているところである。現在のところは、それを模索しており、貿易も相手国の動きを重要視されている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体ユーザーの不安定な状況が当面続く。反面、自動車部門については、大きく変わりはなく引き合いは良好である。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・内示数からみても高い生産量を維持しているが、大きな変化はなく安定している。
	建設業（従業員）	・見積案件は、そこそこの引き合いであるが、なかなか受注に結び付かない。また、年度更新もあり、官庁の発注も当分見込めず、民間の設備投資も不透明により、景気は横ばいである。
	輸送業（従業員）	・10連休の影響は不透明であり、景気が良くなる話はない。

	金融業（従業員）	・土木関連では災害復旧工事等もあり、高水準で推移している。一方、建築業では人手不足から新規受注を手控える動きがみられ、飲食店では手間の掛かる料理をメニューから外す先も出てきている。
	金融業（調査担当）	・当面は横ばい状況が続く。大型連休や改元を背景とした景気浮揚への期待がみられる一方で、世界経済の減速等から国内景気の先行きに対する懸念も強まっている。
	金融業（営業担当）	・中小企業全般において、消費税引上げ前にもかかわらず、企業の設備投資の需要が多くないため、景気は変わらない。
	金融業（調査担当）	・取引先の資金需要や取り巻く環境は、大きな変化はない。改元やG20サミット日本開催、消費税10%へ引上げ、といったトピックが続く年になる。海外では、米国利上げ停止が見込まれ、欧州は英国のEU離脱期日が迫り、けん引役のフランスやドイツの首長在位の行方も不透明で米中貿易摩擦等世界景気を揺るがす大きな要因が顕在化しつつあり、注視している。
	新聞社〔広告〕（担当者）	・改元関連で広告増加を期待するが、現段階ではその予兆が見当たらない。
	広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込チラシの受注枚数は、前年比95%とほぼ毎月の減少と変わらない。百貨店、スーパーマーケット、小売販売等の不調が続いているが、季節柄家電や通信販売の健康食品等が好調である。身近な商品に回復が見られなければ、景気回復の実感が湧かない。
	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、問合せ件数に変化がない。
	経営コンサルタント（社員）	・平成最後のキャンペーンを行っているが、売上の伸びはなく、改元があっても大きくは期待できない。
	その他サービス業〔物リース〕（支社長）	・取引先に大きな不安要素がない。新年度は休暇が多いため、仕事のオンオフの切替えを大事にし、限られた時間で効率良く仕事を行えば、システム投資等の案件も増加の可能性がある。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・新年度予算執行準備が整わず、発注スタートが遅れると予測されるため、やや悪くなる。
	化学工業（総務担当）	・米中貿易摩擦が、実体経済にどの程度の影響を及ぼすか不透明である。
	電気機械器具製造業（取締役）	・今後の景気に不安があり、危惧している。
	精密機械器具製造業（従業員）	・受注先からの受注量が激減している。自社製品もあるが受注生産が多いため、痛手を負っている。まだ見通しがつかず不安な状態である。
	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・米中問題により、需要はあっても大手メーカーが不安視しており、減産方向に徐々にシフトしている。加えて英国のEU離脱問題や為替等の影響で、先行き不透明感がある。
	輸送業（従業員）	・安価な健康食品のリピーター発注が低迷している。特に量販店向けが顕著で、受注サイクルが長くなりつつある。化粧品等の高級品は変わらない。
	通信業（職員）	・公共工事の受注量が大幅に減少し、来年度の業績に大きく影響される。
	金融業（営業）	・中国景気が鈍化した場合、それに代わる需要はない。中国の国内財政政策や米中貿易摩擦緩和等があれば現状維持も考えられるが、今後良くなる材料は乏しい。
×	繊維工業（営業担当）	・工場にとって働き方改革等は大きな障害になり、中小企業の工場では、倒産が多くなってくることが予想される。
×	建設業（社員）	・官公庁の新年度の工事発注があるまで、少ない民間工事で稼働し、早期の発注を期待したい。
×	輸送業（総務担当）	・今年のゴールデンウィークは、物流業界から見れば、マイナス要因になる。長時間労働を抑制しようにも、連休前に集中し多くの物量が見込まれる。残業代と特別配送代が足かせとなり、連休中の出勤者には、特別手当を出さなければならぬ。さらに、連休後は物量が極端に減ることも想定される。
×	経営コンサルタント（代表取締役）	・2～3か月後の景気は、10日間のゴールデンウィークがあるので、商売をしている人は、非常に心配をしている。銀行が休業することによる不都合が発生し、一般的な法人は売上に跳ね返るため厳しい状況になり、対策を講じなければいけない。

	x	その他サービス業 [コンサルタント] (代表取締役)	・市町村は新年度予算で発注を行うが、今年度は調査や計画、設計の業務について、全国一斉に行う業務が少ないことから、発注される業務が少ないことが予想される。このため、低価格競争により受注金額が少なくなることから、業界として景気が悪くなる。
雇用 関連 (九州)		-	-
		人材派遣会社 (社員)	・現時点で採用数の動きはあるものの、求職者の希望条件とのマッチングがうまくいかず苦戦している。直接雇用の希望者が派遣で登録しており、景気としては悪くない状況である。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・皇太子殿下の御即位により改元があり、新時代への期待感から消費が伸びてくる。祝賀ムードもあり、秋の消費税引上げまでは、景気が良くなる。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・これから過ごしやすい季節になり、また、皇太子殿下の御即位に伴う大型連休もあり、訪日外国人で盛り上がると予想される。それに合わせた各種イベントで消費も活発化する。
		人材派遣会社 (社員)	・注文数も落ち着いている。大型連休もあり、人が動くのも連休過ぎからである。企業も4月からの採用や異動で体制が整っており、追加注文も少なくなる。
		人材派遣会社 (社員)	・好転する大きな要因がない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・例年1～3月期は、求人が活発になるが、今期は求人取扱件数が減少している。メディアの特性も要因であるが、採用ができて企業が増加している背景には、景気に陰りが見え始めたことも要因として挙げられる。
		職業安定所 (職員)	・求職者については、減少又は横ばいが続いている。しかし、職業相談の窓口は春になり増加傾向で、求職者の活発な動きがある。また、IC製造業等中国経済の影響を受ける業種によっては、生産調整に伴う一時休業の動きもあるが、製造全般の派遣、請負の求人は依然活発で、事業所の人手不足は解消されていない。
		職業安定所 (職員)	・宿泊施設では、世界文化遺産登録の影響もあり、国内外からの観光客は多いが、県内で宿泊する旅行者は減少している。また、働き方が変わってきたため、宿泊を伴うビジネスマンも減少し、業績は落ちている。
		職業安定所 (職員)	・求職者数に若干の増加傾向が認められるが、求人数の高止まりから、景気の傾向としては変化なく推移する。
		職業安定所 (職業紹介)	・求職者数は、依然として減少傾向にあるものの、雇用保険の受給資格決定件数は下げ止まりがみられる。しかしながら、求人数は、増加傾向が続いており、引き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)	・米中貿易摩擦の状況によっては、今後の採用人数に影響する可能性がある。将来的な労働人口の減少への懸念や、海外展開を視野に入れた人員確保といった積極的な姿勢や、更に2019年4月入社の人手不足等から、積極的に採用活動を行っているが、求人票の受理件数は前年よりも少ない。
		人材派遣会社 (社員)	・サービス業の求人数が落ちている。
	x	-	-