

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)		一般小売店〔生花〕（経営者）	・母の日を迎え、来店客数が増加する。
		スーパー（店長）	・一時的ではあるが、消費税引上げ前のまとめ買いによる影響はあ ると考えられる。
		観光名所（従業員）	・大型連休を迎えるに当たり、問合せなどが非常に多く、天候に恵 まれれば各地で大混雑が予想され、売上は伸びていく。
		商店街（代表者）	・改元による消費喚起に期待している。
		商店街（代表者）	・改元により歓迎ムードがあり、若干消費が上向くのではないかと 期待している。
		一般小売店〔鮮魚〕（店 員）	・これからウナギが商材として動いてくる。多少値上がり傾向では あるが、期待している。
		一般小売店〔精肉〕（店 員）	・高額単価の商材を購入する固定客が、徐々に付き始めている。
		百貨店（営業担当）	・気温の上昇に伴って、販売量の動きが上向いている。大型連休以 降の消費疲れが懸念される一方で、前年の天候不順やサッカーワ ールドカップ等の影響で前年比は横ばいで、堅調に推移することが予 想される。
		百貨店（売場担当）	・10連休や改元、消費税引上げ前の買換え、ラグビーワールドカ ップによる観光客の増加等により、売上が上昇していく。
		百貨店（経営企画担当）	・現在も店舗改装を行っており、また、消費税引上げ前の駆け込み 需要も期待され、引き続き好調に推移する。
		百貨店（プロモーション 担当）	・ゴールデンウィークと改元に伴い一時的に景気は上向くが、その 反動で財布のひもが締まる可能性がある。
		スーパー（総務担当）	・ここにきて改元や大型連休によるお祝い、消費拡大のムードは感 じられるようになってきている。今後、消費税軽減税率施行前の駆け 込み需要や政府が進めるポイント還元等を駆使したキャッシュレス社 会の確立の機運が更に高まれば、消費拡大のチャンスはあると予想 している。
		家電量販店（店長）	・消費税引上げがあることで、瞬間的には確実に上向く。ただ、そ の後の反動もあり、一時的な効果にしかならない。
		家電量販店（店員）	・改元もあり、新しいものを求める機運がある。自分への御褒美と して、少し値が張る商品を購入する客が多い。
		家電量販店（広報・IR担 当）	・消費税引上げ前の需要で、ある程度の伸びは期待できる。
		乗用車販売店（総務担 当）	・10月には消費税引上げが実施されるが、それまでは駆け込み需要 が発生すると予想される。
		その他専門店〔コーヒー 豆〕（経営者）	・これから夏場に掛けて、飲料水の需要が多くなり、コーヒー需要 も増加する。通常の豆の販売より液体物が良く購入される。お中元 シーズンも控えており、売上は例年どおり、若しくは、若干増加す ると予想している。
		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）	・ゴールデンウィークが10連休ということから商機が大きく、ま た、このタイミングで施設のクレジットカードがスタートすること や映画も充実していることから、全体的に売上動向が拡大すると予 想している。今年度、好調のヘルス・ビューティ関連のサービステ ナントも継続して2けた伸長しており、今後2～3か月は景気がやや 良くなっていく。
		その他小売の動向を把握 できる者〔土産卸売〕 （従業員）	・大型連休での売上を期待している。それ以降は、改元のイベント が開催されるために景気は持ち直し、売上の落ち込みも少ないと予 想される。
		観光型ホテル（総務）	・宴会や店舗の予約状況は、やや改善の傾向がみえる。改元によ り、新しい時代が始まるという高揚感が流れており、新元号にちな んだ企画商品等が景気を後押しすると期待している。
	都市型ホテル（販売担 当）	・韓国経済の不景気により、今後宿泊客は減少する傾向ではある が、中国、台湾、タイ等の客は増加している。特にタイ等は、今後 上向いていく。	
	タクシー運転手	・改元があり、大型連休の客の動向が読みづらいものの、ホテル、 民泊等の宿泊施設も大幅に増加し、元号ゆかりの地でもあるため、 観光客が増加する。	
	通信会社（企画担当）	・競争は厳しくなっており、引き合いは増加している。	

競艇場（職員）	・業界全体が上向きのまま推移している。
商店街（代表者）	・必要な物だけを購入する状況は変わらず、この状況は今後も継続する。
商店街（代表者）	・変わらず、苦戦が続くと予想される。
商店街（代表者）	・初夏物商材に動きがみられるが、秋の消費税引上げを前に消費は鈍い。特に高額商材の動きは悪く、安価な商材の購入が多く、売上が上がらない状態である。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・消費税引上げ前にまとめ買いをする客も多少はいるが、少額であるため、売上は余り変わらない。
百貨店（企画担当）	・消費税引上げの影響を除き、景気を左右する要素が見当たらない。
百貨店（営業担当）	・消費税引上げの影響に関心はあるが、改元のお祝いムードに期待している。また第1四半期は統一地方選挙の影響もあったが、これから少し回復する。
百貨店（営業担当）	・婦人フォーマルでは、クルーズ船対応のカラーフォーマルが好調になっており、紳士衣料雑貨催事や舶来ブランドや貴金属、美術工芸に関しても好調である。一方、自家需要商品は依然堅調である。大型物産催事、自社クレジット催事での来店促進をしているが、し好品と自家需要中心の慎重な購買姿勢が依然継続している。
百貨店（業務担当）	・10連休もあり旅行や外出での出費が多くなるため、しばらくは買物を控える客が多いことで、消費は停滞すると考えられる。
百貨店（売場担当）	・業態間による売上格差の拡大が続いている。また、観光客の減少傾向が気掛かりである。
スーパー（店長）	・晴れの日行事、イベント、ギフトなどの展開は年々早まっているが、今後も夏の催事などの告知を早めに始めることで、客数の増加につなげたいと考えている。青果の相場も比較的落ち着いている。
スーパー（経理担当）	・4月は30度近くになる日もあり、今後、猛暑が到来すると食品の消費にも悪影響を及ぼすことが懸念される。
スーパー（統括者）	・商品の値上げも小売現場で吸収せざるを得ない状況になりつつあり、消費税引上げを控え財布のひもは、更に固くなる。
コンビニ（経営者）	・変化する材料が見当たらないが、大型連休で遊興費が掛かった影響で、連休明けに売上が低迷するのではと危惧している。
コンビニ（エリア担当・店長）	・大型連休の後に買い控えがあるが、消費税引上げ前の購入により客が若干増加し、前年並みの売上になると予想している。
衣料品専門店（店長）	・当地では、まだ災害復興の途にあり、来街者の動きがほとんどない。
衣料品専門店（店長）	・改元があるが、売上にその影響が出ない。2～3か月後も変化はないと予想している。
衣料品専門店（取締役）	・消費税引上げの是非に関する議論があるが、引上げをしなくとも景気が上向きになるとは思わない。所得が向上するような施策も乏しく、民間が企業努力しなければならない。
衣料品専門店（総務担当）	・現在の状況は底であり、これ以上悪くはならないと予想している。
家電量販店（店員）	・この業界は天候に左右されるため、3か月後の景気は見当がつかない。ただ、この冬は暖冬であったため、ボーナス支給により若干上向く傾向はあるものの、景気は停滞する。
家電量販店（総務担当）	・改元セールを始めたが、まだ消費の掘り起こしにはつながらない。消費税引上げ前の特需までは、しばらくこの状況が続く。
乗用車販売店（代表）	・好材料がなく、景気は伸び悩む。
住関連専門店（経営者）	・客は購買意欲はあるものの、ネットでの下調べ、他店との比較など、決定に時間が掛かる。ガソリン等の値上げが始まり、消費は低迷する。
その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	・競争は続くと予想している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・4～6月は、燃料油等の販売量について、特に特殊要因を考慮せず、前年並みを予想している。10連休については、当地を訪れる観光客増加に期待したい。

	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）	・10連休、商品値上げ等変動要因はあるが、大きく振れることはない。
	観光型ホテル（専務）	・良くなる要因が見当たらない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・予約が順調に入り、景気の先行きに不安な点がない。
	ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先の予約は、前年比より若干増加が続いている。天候による影響を考慮すると誤差の範囲の増加であるため、現状と変わらない。
	美容室（経営者）	・春のおしゃれシーズンが過ぎ、景気の回復も見込めず、ネット販売の普及に歯止めが掛からないため、良くない状態がだらだらと続く。
	理容室（経営者）	・市内にある工場の配置転換により、人口流出が進み、サービスを利用する客が減少している。
	美容室（店長）	・これから先は暑くなるため、カットの客は多くなるが、景気は余り左右されない。
	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）	・業界において、10月まではサービス需要量が増加するとともに、消費税引上げの影響も大きな変化はないと考えられる。人材確保は厳しさを増しており、確保状況によっては悪化していく。
	設計事務所（所長）	・今月は変わらないため、2～3か月先も状況に変化はない。
	住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークや改元、G20などの行事が相次ぐため、営業を行いつらい状況が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税引上げに伴う住宅取得対応により、今の状況は継続していく。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・当地の気温が高くなり、県外産の入荷増により、青果物の価格が高くなる。また、消費者の食欲も抑えられる。
	コンビニ（経営者）	・コンビニエンスストアが多く、懸念している。
	コンビニ（経営者）	・商品の値上げが相次ぎ、客はより安いスーパーマーケットやドラッグストアを利用しており、今後売上が伸びる要素が見当たらない。
	コンビニ（エリア担当）	・データ管理システム業界は、フランチャイズ加盟者の働き方改革の問題により、少なからず客数へ影響すると予測している。
	コンビニ（店長）	・世界経済の動きが良くない。
	高級レストラン（経営者）	・当地を題材とした大河ドラマの放映が終わり、売上が減少している。これから各種イベントを開催する予定もあるが、まだ先の話である。県民所得は上がっていないが、インバウンド客の増加に支えられている側面もある。
	旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークに集中した予約の反動と6月からの燃油の値上げが影響し、夏の需要に水を差すことが、大いに懸念される。
	タクシー運転手	・ゴールデンウィークで金を使いすぎ、連休明けは金の利用が減ると思われる。
	タクシー運転手	・各業種での人材不足が改善する状況でなく、仕事があっても受注できず、売上が伸びない企業がこの先増加すると考えられる。解決する選択肢が全くない状態で、今後の景気は減速する。
	通信会社（企画担当）	・季節要因に加え、光回線のエリア拡大もないため、景気は上向かない。
	音楽教室（管理担当）	・保護者の考え次第であるため、先行き不安である。
	設計事務所（所長）	・世界情勢や世界経済の先行きが不透明なことや、日本国内の各種問題の解決策が曖昧なことが要因で、先行き不透明となり、景気を押し下げていく。
	設計事務所（代表）	・消費税引上げの影響が、どの程度あるか不透明である。
×	商店街（代表者）	・10連休や改元等で、各家庭でイベントが続き、商店街への来店も減少し、売上が伸びないのではないかと心配している。
×	商店街（代表者）	・例年ゴールデンウィーク後は、売上が減少する。
×	スーパー（店長）	・消費税引上げを控え、客の節約志向が続いている。また他店との値引き競争が激化すると思われる。
×	スーパー（店長）	・消費税引上げでは、軽減税率が適用されるとはいえ買い控えの傾向がしばらく続く。

	x	乗用車販売店（販売担当）	・来客数が低下しているため、この先の売上も落ち込むと予想している。
	x	高級レストラン（経営者）	・5月の10連休明けからの株主総会の予約状況も鈍く、厳しい状態である。年々食事の人数や規模が小さくなっているが、今年は改元もあるということで、動きが読めない。景気が悪くなるのではないかと危惧している。
	x	スナック（経営者）	・歓迎会シーズンにもかかわらず、客数が伸びない。連休も企業が休みとなるため、飲食店は悪影響を受け、連休中の旅行やレジャー等により出費がかさみ、休み明けも外食を控えることが予想される。個人経営の飲食店にとって10連休は深刻である。
企業 動向 関連 (九州)	-	-	-
		農林水産業（経営者）	・原料の大量生産は夏には落ち着き、生産部門では安定してくる。販売では、冷凍食品メーカー向けについては、供給過剰から確保は厳しい状況であるが、鶏肉の原料価格の値下げで対応を図りたい。居酒屋、スーパーマーケット関連は、6月は梅雨で期待できない分、5月の行楽シーズンに期待したい。7月以降は、暑い夏が予想され、ビールの消費に合わせた焼き鳥等の需要に期待している。
		家具製造業（従業員）	・訪日外国人の確実な増加により、ホテル建設は増え続けている。2020年以降オープンのホテル案件も増えており、ホテル向けコンラクト家具はしばらく順調に増加する見込みである。
		鉄鋼業（経営者）	・ゴールデンウィーク10連休の影響もあり市場は閑散としており、新規の見積依頼や契約は非常に少ない状態である。完全に休暇モードで、連休明けのマーケット復活に期待している。選挙前の悪影響を懸念している。
		金属製品製造業（事業統括）	・建築工事の遅れは業界全体に及んでおり、一部には東京オリンピック・パラリンピック以降も続く予想され、今後の見通しは見えない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・6月以降も上方修正の傾向にある。
		電気機械器具製造業（取締役）	・不安視された中国の経済状況も持ち直し、製造原価見直しの実施により、新ビジネスの獲得も視野に入れている。
		建設業（従業員）	・見積案件の中でも、受注に結び付きそうな物件も見受けられる。受注に向けて、一層企業努力をすれば、若干景気は良くなる。
		建設業（社員）	・官公庁の発注方法が平準化されれば、多くの発注があると予想されるが、民間工事の小さな工事でも受注を検討している。状況次第ではあるが、今後を期待をしている。
		通信業（経理担当）	・改元に関連する業務がある間は、一時的とはいえ特需が見込める。
		不動産業（従業員）	・オフィスビルの入居率が高水準で安定している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・ホームページからの問合せ件数が増加している。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・当面は、自治体内での企画検討時期に当たり、受注の動きは見込めない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの対米国や中国に対する貿易摩擦問題が解決しなければ、株は上昇しない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・5月連休の影響が懸念されるが、現在のところ半導体業界及び他の業界において、これ以上受注の落ち込みはないように見受けられる。連休明けの受注状況に不安がある。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・内示数から見て、更に増産されることはないが、高い生産台数を維持しており、横ばい傾向が続く。
		輸送業（従業員）	・健康食品の輸出は、規制もあり先行き不透明である。内需も競合が多く単価が低下しており、低価格の製品の受注が増加している。
		輸送業（従業員）	・特に好転する要因はない。
		金融業（従業員）	・大型連休に伴う旅行取扱額の増加が見込まれるほか、土木関連では、災害復旧関連工事等もあり、高水準で推移している。一方、人手不足から経営面での障害が生じている。
		金融業（調査担当）	・大型連休や改元に伴う景気押し上げが期待されているが、その効果の持続性を不安視する声を聞く。設備投資については、計画や構想段階のものが少なく、当面は様子をつかがう状況が続く。

	金融業（営業担当）	・10連休に入り、小売業など個人消費に関連する業種は好調であるが、今後はその反動も見受けられ、警戒感を示す企業も多い。	
	新聞社〔広告〕（担当者）	・大きなトピックがないため、変わらない。	
	広告代理店（従業員）	・現在新年度商戦最中である。年間でも受注量が多い月であるにもかかわらず、今月の受注枚数は前年比95%とさえない実績となっており、今後に向けた好材料もない。今月の好調業種は家電販売や理容エステ、求人チラシ等であるが、メインの客のスーパーマーケット、家具、ドラッグストア等チラシが依然不調傾向にあり、厳しい状況が続いている。	
	経営コンサルタント（社員）	・日常業務に追われ、新しい活動は生まれそうにないが、営業活動を活発にしなければ景気回復に期待できない。	
	経営コンサルタント（社員）	・買い控えがみられる。	
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・賃金アップよりも働き方改革による休日が多く、弊社でも今年度の休日が、120日以上ある。余り景気の良い話は聞かれない。	
	農林水産業（従業者）	・今後は、全国の産地から出荷が行われるため、販売単価は減少傾向に向かう。出荷の主役となる桃・ぶどう・梨といった果実の出荷量や販売単価、北海道の夏秋野菜の動向に注目が集まっている。	
	化学工業（総務担当）	・売価が低下傾向にある。	
	精密機械器具製造業（従業員）	・受注先からの受注量や委託品の製造が激減している。受注変動が大きく、この先まだ見通しが見つからない状況である。	
	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・明らかに減量生産に修正されている。今後も回復の見通しはない。	
	輸送業（総務担当）	・連休後は、物量が落ち着くことが予測される。しかしながら、人件費は高止まりしたままなので、物流業者はかなり苦勞することが目に見えており、更に働き方改革が追い打ちを掛けている。	
	通信業（職員）	・会社全体で公共工事の受注見込みが立たず、受注量が落ち込むと予測される。	
	金融業（営業）	・改元があり気分的には盛り上がりがあるが、継続的な実需を伴っていない。今後、景気が拡大する要因がない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・大型連休があり、4月後半は盛り上がった状態である。この状態が落ち着いた2～3か月先には、厳しい局面になる。	
	×	繊維工業（営業担当）	・運賃や資材は、かなり厳しい値上げを要求しており、景気は低迷している。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・他県の市町村予算も確認したが、コンサルタントへの委託業務が前年度より少ない状況にある。入札の指名に入っても、ダンピングが横行しているため、受注業者が偏り、他の業者が受注できないことが予想される。このため、今後、景気が悪くなると予想される。
雇用 関連 (九州)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・お中元時期になるので、既に期間限定の注文を受けている。人数についても例年と変わらない人員である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・改元の影響によりお祝いムードもあり、秋の消費税引上げまでは、訪日外国人から内需の必要性も出ているため、徐々に良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・夏に向け、多少企業側にも動きが出てくるが、登録者数の伸び悩み、正規雇用へのエントリー、県外での転職等が少し目立っている。
		人材派遣会社（社員）	・夏場に向け、求人数は減少するが、状況は例年どおりとなり、好転する要素はない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・物価が徐々に上がっている。特に当地は訪日外国人対策で売値を上げている。夏以降、消費税引上げや地元中小企業の景気が心配である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当県ではスポーツの世界大会が予定されており、秋から本番となるため、しばらくはこの状態が続くと考えられる。
		職業安定所（職員）	・求人数増加の鈍化と、求職者数の若干の増加傾向が、しばらく継続すると考えられる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・各企業の採用者数は前年とそれほど変化は見られないが、中小企業の求人倍率も改善がみられている。
		人材派遣会社（社員）	・営業活動量を前年比1.4倍増加させているが、前年比において求人数の減少傾向が変わらず続いている。

	職業安定所（職員）	・ 人手不足を要因とする企業のコスト高と働き方改革に対するコスト高による事業所の利益低下を懸念している。
	職業安定所（職員）	・ 求人の申込件数に頭打ちの状態が続いているが、求人条件を変更して人材を確保しようとする企業が多くない。
x	-	-