

10.九州（地域別調査機関：（財）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)	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	商店街（代表者）	それ以外	・9月に入ると大会やイベントが増えてくる。そのため の広告や経費が発生する。当社のような印刷業や物 品販売業は景気が上昇傾向になる。
		百貨店（営業担 当）	来客数の動き	・来客数が戻ってきた。台風前後の蒸し暑さや雨の来 店抑制はあったが、客の秋のファッションに期待をし た来店が増加し、店頭での販売員との会話が增してい る。物産催事では、自分で楽しむ食品が好調であり、 ややぜいたく感のある工芸はまだ、今一つの動きであ る。当月期待のクレジット催事は自動抽選で目の前で のお得感、臨場感が薄く、婦人服を除き、盛り上がり に欠けた。
		スーパー（店 長）	販売量の動き	・来客数の伸びはないものの、3か月前からすると、 買上単価、買上点数が増えており、前年比約3%程の 買上単価、買上点数のアップになっている。
		その他専門店 〔コーヒー豆〕 （経営者）	お客様の様子	・例年であれば、夏のイベント終了後で9月の売上は 落ちるが、若干寒さも手伝って、客の動きは少しずつ 増えている。
		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	・例年より、気候のせい秋冬物の動きが良い。
		高級レストラン （支配人）	単価の動き	・少数ではあるが、単価の高いコースがよく出るよう になった。
		観光型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・この秋は、大きな大会等があり、それに関する予約 が順調に動いている。
		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）	来客数の動き	・季節的に残暑が落ち着いており、入院や体調不良等 によるサービスのキャンセルが減少している。
	変わらない	商店街（代表 者）	お客様の様子	・暑さが続いている時はほとんど商品が動いておら ず、客も買う様子がなかったが、急に涼しくなって少 し購買意欲が出てきている。必要に迫られてやっと動 き出しているの、3か月前とあまり変わらない。
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・景気は変わらず低迷した状態が続いている。猛暑の 後の残暑で、秋物商戦は厳しい。
		商店街（代表 者）	お客様の様子	・景気の上向きな様子は何一つ見当たらず、消費者に は増税ばかりが気になり、消費をかき立てる要素はな い。特に、年金暮らしの高齢者は必要な物だけが買 えないのが現状である。
		商店街（代表 者）	販売量の動き	・特に具体的に先月と変わったところはない。
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・商店街の来街者が残暑のせいもあり、かなり少なく なっている。
		百貨店（売場主 任）	お客様の様子	・レザージャケットやバッグ等の高額品の動きは良い が、ボリュームゾーンのカジュアル品や洋品の動きが 悪い。気温は中旬以降は低くなったが、台風の影響で 来客数が伸び悩んだ。
	百貨店（営業統 括）	来客数の動き	・9月は残暑の厳しさと台風の接近等もあり、特に高 齢婦人の客の来店が少ない。	
	百貨店（営業政 策担当）	販売量の動き	・来客数は微増傾向ながら、1人当たりの購買点数が 減少し、節約消費の意識は依然高い。	
	百貨店（業務担 当）	お客様の様子	・季節の変わり目となる9月は以前より端境期と言わ れており、売れる商材を特定していくのが難しい時期 である。今年はいつもの残暑が例年より長く続いた反 面、途端に秋がやってきており、提案してきた商品と 客が欲する商品のギャップが出た年となり、厳しい状 況であった。中旬の台風報道も出足を鈍らせた。	
	スーパー（店 長）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、若干ではあるが売上は回復 基調となった。しかし、それは曜日回りであったり、 店休日に関係しており、景気回復とは言えない。た だ、アクセサリ等の宝飾品や旅行カバンといった一 部の商品の動きは良く、景気回復の兆しは感じられ る。	

スーパー（店長）	来客数の動き	・ 8月は梅雨明けが遅れたこともあり、夏物が非常に好調で全体をけん引していたが、9月に入ってから逆に非常に厳しい日が続いている。8月は来客数が増加したものの、9月は減少に転じている。増加トレンドは続かない。
スーパー（店長）	来客数の動き	・ 競合店の出店等もあり、価格競争が激化している。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・ 消費減退に加え競合他社のみならず、異業種であるドラッグストアやコンビニエンスストア、ディスカウントストア等の成長が著しく、競争が激化している。
スーパー（業務担当）	お客様の様子	・ 残暑の影響が夏物衣料の処分と飲料の販売傾向が好調であり、一定の売上を保っているが、生鮮食料品の供給におけるばらつきが大きく、全体的に数値の伸びが小さい。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・ スーパー等との価格競争により、商品単価が下落している。商品単価自体が下落しているということも背景にあるが、買上点数も下降傾向を続けており、客単価が落ちている。
コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・ 今月は度重なる台風の到来で離島便が止まった分、かなり販売量が落ち込んでいる。3か月前からすると販売量はほぼ横ばいであった。特に際物の敬老の日や十五夜、彼岸関係の売上が前年実績を下回っている。
コンビニ（エリア担当・店長）	それ以外	・ 政権問題等があり、期待したいが今の状況では変わらない。
衣料品専門店（店員）	単価の動き	・ セール売上の比率が上がっている。秋物の立ち上がりの時期なのに、先物の定価品の売上が伸び悩んでいる。しかし、百貨店でのセールイベントの方が集客があるので、それで定価品のマイナスを補っている状況である。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・ 特に良い材料はないが、9月の催事はまずまずの成績だった。景気が良くなっているということではなく、日ごろの客とのつながり、弊社の商品の見分け方に対する執着等企業努力の結果である。景気とは全く関係ない。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・ 昨年のアナログ放送停波に伴い、デジタルテレビが出ていたが、その動きは7月に終わり、8月は前年に比べてかなり落ち込んだ。9月は前年並みになると考えていたが、全然回復しないままの状況となり、景気は非常に悪い。
家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・ 家電業界全体が冷え切っている。打開策が見当たらない。
家電量販店（企画・IR担当）	単価の動き	・ 依然として全体的に単価が大きく上がらない。3か月前と同じような状況が続いている。
その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（統括）	販売量の動き	・ 燃料油小売価格は上昇傾向であるが、昨年と比較しても販売量に変わりがない。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	販売量の動き	・ 台風の影響による飛行機の欠航を考慮すると、昨年と同様の販売量は達成できたが、伸びがない。購買力の力強さに欠けている。
その他小売 〔ショッピングセンター〕（広報担当）	来客数の動き	・ 消費者は価格やポイント還元等、通常の買物に付加価値を求めている。客の来店はセールや曜日市、買物ポイント付与日等に集中している。
高級レストラン（従業員）	お客様の様子	・ 女性客よりも男性客が多くなった。
高級レストラン（専務）	来客数の動き	・ 我々の業界は2月と9月が非常に悪く、今年も8月の半ばから悪くなっており、全体的に変わらない。
旅行代理店（企画）	販売量の動き	・ 海外旅行を中心に前年比で大幅に良化しているものの、領土問題に端を発する中国、韓国行き旅行の落ち込みが大きく、印象はプラスマイナスゼロである。
タクシー運転手	来客数の動き	・ 今月の景気は良くも悪くもなく、横ばいの状況である。
通信会社（管理担当）	それ以外	・ 相変わらず資金繰りが厳しい状態が続いている。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・ ここ数か月、法人ユーザーの携帯電話の売行きが徐々に悪くなっており、ほとんど売れない状況になっている。
通信会社（総務局）	販売量の動き	・ 新規契約状況は依然低調である。

	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・近年の9月は厳しい残暑と大型台風の影響を受けて来客数は伸びないが、今年は残暑が9月半ばで終わり、天候が客足に及ぼす影響は少なくて済んだ。台風も九州上陸はなく、接近に伴う雨だけで済んだ。しかし夏料金にもかかわらず、来客数は大きく伸びず、客足は停滞したままである。
	音楽教室（管理担当）	来客数の動き	・今の時期に動く生徒はいないため、景気は変わらない。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・土地の分譲やマンションの分譲は、順調に成約にいたっており、景気はあまり変わらない。ただ、競合物件が増えており、将来的には良い物件しか残っていない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・客の購買意欲が低下している。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・今年は何年よりも暑い日が続く、商店街では暑さ対策が十分でないため来街者数が少ない。また、午前中から午後2時頃まではどうにか客が来るが、スーパー等のタイムサービスがあるため、夕方のピーク時間に客が全くいない。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・一般の販売量はかなり減少しているが、今月は敬老の日の注文があった。ただ連日の残暑により、来客数は少なく、来店頻度が落ちている。
	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・残暑が厳しかったため、アパレルテナントは秋物の動きが鈍く、苦戦している。また、週末の台風等で天候にも恵まれず、厳しい状況が続いている。
	百貨店（企画）	単価の動き	・海外ブランドの買上単価が下がっている。低年齢層の客離れ等の影響がある。富裕層の購買動向は維持されているものの、一般客の買物動向に変化がみられる。
	百貨店（売場担当）	販売量の動き	・今月の売上は前年比2%減となった。文化催事が1週間入り、台風の到来や分割10回払いの手数料無料キャンペーン等のマイナス要因を勘案すると、前年比2%増程度となる。同業者は前年比3%増と若干伸び率が小さい。来客数は前年比2%減となった。最近は大規模催事の集客が良くない傾向が続いている。
	スーパー（経営者）	販売量の動き	・政治や経済、天候も不安定なため、先が予想できず、消費者は買い控えをしている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・単価、来客数共に前年比1%前後低下している。生鮮食品の相場が高まる傾向があるが、それが単価の増加につながる確信が持てない。価格競争は激化しており、売上への影響が懸念される。
	スーパー（店長）	競争相手の様子	・食料品とディスカウントの住関連やテレビ等の商品を扱う形態を変えた競合店ができ、夜間の売上がかなり落ちている。夜7時までは前年とほぼ同額の売上となるが、夜7時以降、悪くなり、前年比8%減となっている。
	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・8月は酷暑が続く、夏物衣料を中心に動きがあったが、消費税増税法案可決を機に、買い控えや節約志向に拍車がかかり、9月は来客数が減少し、低価格販売が収益を圧迫している。
	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・昨年8月から1年間は、競合百貨店の閉鎖によりその恩恵を受けたが、一巡した今は、百貨店の撤退により商店街そのものの吸引力が減退し、来客数が落ちている。
	家電量販店（従業員）	お客様の様子	・来客数が少なく、商品自体の入荷も少ない。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー補助金の効果は大きく、終了した今、受注は落ち込んでいる。
	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・エコカー補助金が終了した影響で新車の受注台数が減少している。自動車販売店は新車部門の売上に占める割合が大きく、かなり厳しい状況となっている。
住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・毎月のキャンペーンが春先より低調で、今月も不調である。店売でも台風の影響で土、日曜日の客足が悪い。客は希望する商品を買って回り、中途半端な妥協で買物をしない。	
その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	お客様の様子	・来客数の減少に歯止めが掛からない。商業ビルとしては共同販売促進が効果的でなく、各小売店が独自に、悪い意味ではバラバラに行っている感がある。通過客のあるフロアは良いが、少しでも人の流れからはずれると極端に出入りが悪くなる。客が入ってこないと商売にならない。	

	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・予約状況はさほど悪くないものの、通りを歩く人が少ない。売上をみても前年割れをしている店舗がほとんどである。	
	都市型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・連日の対中国、対韓国の問題でインバウンド客が極端に減っており、単価が非常に落ちている。	
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・領土問題の影響で韓国への旅行は前年比で半減、中国行きは団体を中心にほぼ中止、延期、行先の変更となっている。海外出張も両国に関しては大幅な減少となっている。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・朝はタクシー利用があるが、昼から夕方までは利用が少なく、夜は週末だけ利用が増えている。総体的にあまり良くない。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・稼働率が大変悪く、思うような売上にいかない状態である。また、市内中心部に人がほとんど出ず、閑散としており、買物客が極端に少なくなっている。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・気候が良いので、タクシーの利用は少なくなっている。売上も少なくなった。	
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・他社のセット販売等の販売促進策に影響され、通信契約の解約が徐々に増えている。	
	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・9月も8月同様、スマートフォンを中心に携帯販売は新規契約、取替台数共に増加しており、スマートフォン関連のアクセサリ商品やスマートフォンソフト売上も好調であった。ただ、他社新商品発売後は、少し販売数が減少傾向となっている。	
	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・昨年、九州新幹線全線開業で鹿児島に他県客や観光客が次々に来ていた。それに伴い入場者数も大分増えていたが、現在は少し県外客が減少している状態である。	
	競馬場（職員）	来客数の動き	・前年度と比べ、来客数が減少している。	
	美容室（経営者）	販売量の動き	・化粧品業界では9、10月がだんだんと忙しくなる時期であるが、政府の政策が遅れている。やはり改革を含めて、景気対策が全く出でおらず、消費者の購買力がどんどん下がっている。	
	美容室（店長）	来客数の動き	・3か月前の来客数が悪かったので、今月はそれほどでもないが、思ったように来客数は伸びていない。	
	住宅販売会社（代表）	それ以外	・来客数、売上共に増加しているが、やはり取引業者や周りの業者の話を見ると景気はやや悪くなっている。	
	悪くなっている	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・来客数が本当に伸びず、売上も伸びない。
		コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・大手コンビニエンスストア等の競合店出店が相次ぎ、売上利益に大きな影響が出ている。新店への流れだけではなく、安売りに走る客が多い。厳しい状況が今後も続く。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・前々月比、前年比共に売上は下がっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・当店の100周年イベントの反動から、客単価がかなり落ちている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・相変わらず商店街の工事中につき、来街者が少ない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客数が日によって変わる。来客数が多い日と少ない日の差がとても大きい。売上もそれによって、良い日と悪い日、良い月と悪い月の差が大きい。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・先月に引き続き、9月の予約数が例年に比べて激減している。私がこの店に入って10数年経つが、一番暇な9月だった。
企業動向関連 (九州)	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原料の収穫期に入り、生産量が増える時期である。受注も比較的順調に推移している。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・官公庁の発注は例年に比べて少し少ない。ただ民間の下請工事を受注でき、作業員が不足気味である。
	変わらない	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月はお盆需要等で若干売上は伸びたが、9月は思ったほど伸びていない。理由は円高による輸入品の増加や国内生産の増加等で供給過剰となり、価格が低迷しているためである。加工メーカーも一頃の勢いがなく、スーパーや居酒屋も夏バテの影響があるのか、消費が思ったほど伸びていない。

	農林水産業（従業者）	取引先の様子	・牛乳関係の販売や生産を行っているが、今、非常に厳しい状況になっている。特に飼料の価格の値上がりがある。ただ現状ではある程度、補てんが出きたので、そんなに厳しい状況ではない。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は2、3か月前とほとんど変わっておらず、売上も大変落ち込んでいる。昨年よりも1割以上落ち込んでいる。経済、政治が混迷したなかで、円高等もあり、景気回復しないのではないかと危惧する。	
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・やや良くなる傾向で計画していたが、尖閣問題の影響で下方修正した。先月並みの生産量を維持している。	
	輸送業（総務）	受注量や販売量	・物量はあまり変わらない。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・客から預かっている荷物の荷動きが悪い状態である。食品やアパレル、日用雑貨、化学工業品いずれの動きもあまり良くない。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・年商1億円前後の中小企業の資金需要は赤字補てん的な要素が多く、元金返済据置き延長の要請も多い。現状改善の様子は見当たらない。	
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・7月から始まった再生可能エネルギーの固定価格買取制度に関する相談が多く、資金需要は特段変わっていない。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・営業をしているが、契約の受注がほとんど増えず、以前と変わらない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先の販売員複数名に受注状況を聞いても変化はないという回答がほとんどである。	
やや悪くなっている	繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・中国との貿易問題は、税関等で影響が出ている。取引先の動きが慌ただしく、国内も海外も一点集中型の生産を回避しようとしている。	
	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・全般的に中弛みといった状況である。一般向け家具のダイニングセットやソファといった高額商品は軒並み動きがない。売上のほとんどが雑貨の衝動買いという状況だ。商業施設の開店も低調で、唯一マンション等のリフォームが若干動いているだけである。	
	鉄鋼業（経営者）	それ以外	・新規の受注物件をみていると、これまで多くみられた病院の増改築や学校の増改築、特別養護老人ホーム等が減少している。建築需要の下支えになっていただけに、この先の需要に不安がある。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最近の取引先は、受注量の変化を明確に答えない。決まった案件もキャンセルになっていくという状況が起こっている。今までそういう予測は立てていたが、何となく受注は決定していた。いよいよ来月辺りから受注量が減少となり、大変厳しい状況下にある。	
	精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量が激減している。下期も先がみえておらず、生産計画が落ちている。	
	金融業（従業員）	受注量や販売量の動き	・取引先の百貨店やスーパー等は景気の先行き不安や夏の天候不順、洪水等の影響もあり、売上がやや減少している。住宅の売行きも今一つである。飲食店では客が減少傾向を示している先が多く、来客数の増加を図るため、一部には料金値下げの動きもみられる。	
	新聞社（広告）（担当者）	受注量や販売量の動き	・広告の売上のメインである通信販売、化粧品が前年比10～20%減と伸びず、また旅行広告も中国や韓国等アジア商品を見合わせる動きがあり、売上全体でも前年比10%近い減少となっている。	
悪くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ユーザーの大多数が輸出向けのため、輸出が停滞しているのが顕著に表れている。	
	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・消費税増税発表後、利益の減少やリストラ、在庫の減少等を行い、コスト削減の検討に入っている取引先が多い。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村への国の交付金の削減により、市町村の財源も厳しくなっており、調査計画の委託事業が減っている。一度契約した業務について、印刷代や封筒代等契約書にない業務の追加等、予算がないといった理由で契約変更もされない場合がある。今後のことがあるため、業者も断れない。市町村の予算がないことが民間の経営に波及している。	
雇用関連	良くなっている	-	-	
(九州)	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・大学生や専門学校生の内定者率が昨年度より増えた。また、人材紹介の依頼も増えている。

	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・注文数が増えている。新聞や求人誌等、求人広告を出す企業も多い。またお中元時に注文があった企業で、引き続き契約が更新になった企業も目立った。
	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・新規求職者は前年同月比で11か月連続減少しており、直近は大幅に減少している。
	職業安定所(職業相談)	求人数の動き	・求人数の増加傾向や雇用保険受給者を中心に求職者数の減少が続いており、有効求人倍率は回復基調にある。また、新規高卒求人数も前年同月を上回り、好調に推移している。
	学校[大学] (就職支援業務)	求人数の動き	・昨年度の求人件数は前年度を若干上回ったが、今年度の求人件数は、前年度を更に上回っている。
	学校[専門学校] (就職担当)	求人数の動き	・求人票の獲得件数が前年同期比4%増と好調で、特徴は観光、IT、医療、建築等多岐のジャンルに及んでいることである。秋口には、観光系ホテルや航空等で追加募集が行われている。ただし、雇用形態は一般、契約、総合職等であり、傾向としては即戦力のニーズが高い。
変わらない	人材派遣会社 (営業)	求人数の動き	・求人数は先月と比べて増加しているが、昨年と変わらない程度で推移している。
	求人情報誌製作会社(編集者)	採用者数の動き	・ビルメンテナンスの清掃員や給食センター、病院、介護施設での調理補助等、低賃金の労働集約型の仕事に人が集まらなくなっている。また、最低賃金も701円となる。時給700円の求人も多いので、時給の単価アップも厳しい要因となる。
	新聞社[求人広告](担当者)	求人数の動き	・昨年のような半導体を始めとする製造業関係の大型求人がなく、求人数は減少している。
	職業安定所(所長)	求人数の動き	・新規求人は前年同期比で10.1%伸びているが、中身はパートの21.7%の伸びであり、就職数の増加にはつながっていない。改善の要素とは言い難い。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比14.6%の増加を示しているものの、依然として基幹産業の製造業や建設業の伸びは鈍い。景気が上向いているとは言えない状況である。
やや悪くなっている	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・8、9月と求人数が下降傾向にある。
	民間職業紹介機関(社員)	求人数の動き	・イベントの受付求人が落ち着いている。大企業の派遣社員手控えの動きが、春以降少しずつ進んでいるが、派遣終了の動きまでは出ていない。
悪くなっている	人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・繁忙時期に対応する派遣需要はなく、早期退職制度での受け入れは引き合いが多い。リストラ対応のための早期退職であり、企業の大量人員調整が工場単位できている。
	民間職業紹介機関(支店長)	求人数の動き	・新規求人や増員追加の注文数が増えない。