

10.九州（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)	良くなる	商店街（代表者）	・年末に近づくにつれて、当店の売上は良くなる。11月に広告を打ったため反響は少なからずある。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・来春のペースアップの話やアベノミクス効果で景気が良くなるのではないかと期待感から、多少の購買意欲が増すので、やや良くなっていくと判断する。
		商店街（代表者）	・来年4月からの消費税増税により、客の早めの購入が予想される。また、来客の様子から商況は確実に上向きになっていることを実感している。
		商店街（代表者）	・年末の歳末商戦や消費税増税前の駆け込み需要等に期待している。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・今年の冬は寒さが厳しくなるとの予測で、鍋物商品の販売が増加しそうだ。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・今後年末にかけてはクリスマスの花や正月の花等の需要の予約があるので少し良くなる。年明けの卒業式シーズンまでの1、2月は売れないので心配している。
		百貨店（営業担当）	・好調のイタリア展に続き、10月下旬のクレジットポイント催事からんだ大催事場の皮革市・化粧品・高額商品が好調である。一方、友の会の満会金券交換の回収は鈍化している。お得なポイント催事を活用した友の会金券や現金確保の姿勢が感じられる。客の話から、次月の北海道物産展、お歳暮ギフト早期受注への期待と消費税増税を考慮した購買が感じられる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増えることを期待している。
		百貨店（売場担当）	・現在、衣料品の動きが少し鈍いが、このままの水準で動くとは考えられない。おそらく11月に入って一気に動く可能性がある。食品は完全に入店客数に比例している。他の大型店舗全て前年割れとなっているので、注視していかないといけない。
		百貨店（営業統括）	・本格的な歳末商戦に入るなかで、消費税増税前の駆け込み販売が各業種・業態で出てくる可能性が大きい。
		百貨店（営業政策担当）	・オリンピックを始め経済を刺激する事象が重なっており、好景気循環への期待値は高いと考える。消費税増税が踊り場にはなるが、中長期的には景気回復に向かう。
		百貨店（店舗事業計画部）	・景気回復により、通常の年末商戦に加え高額商品も多少動く見込みである。高額品の多い他店で先にその傾向が出ており、ボーナス支給頃から本格化する。合わせて消費税増税前の駆け込み要素も若干プラスとなる見込みである。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税を前に消費が一時的に増える期待感が強いが、消費税増税に伴うシステム変更や表示変更に伴う経費がかさみ、トータルとしては大きな変化は期待できない。むしろ、増税後の消費減少の懸念が強い。
		スーパー（統括者）	・過去から今の状況を見て、若干でも上向くのではないかと考える。
		家電量販店（店員）	・消費税増税により、この12月のボーナス商戦については前倒しの需要がくると考えるので、景気はやや良くなる。
		家電量販店（店員）	・1997年の消費税増税時にはかなり駆け込み需要があったと聞いている。そのため、年末から来年の春に向けて、今回の消費税増税の駆け込み需要に期待している。
		家電量販店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		家電量販店（従業員）	・寒くなってきたので暖房器具が売れ出す。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税の駆け込み需要の影響が徐々に現れてくると想定する。
		乗用車販売店（従業員）	・来年1月になれば消費税増税前の駆け込み需要が出てきて、多くの客の購入が増える。
乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要と年末に発表される待望の新型車の効果で、新車販売は活気付く。		
自動車備品販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込める。		
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・2、3か月先になると年末のお歳暮シーズンということで、進物物のコーヒーの需要が出てくる。比較的12月は購入量が増える月になるので、これから11～12月にかけては売上が増加していく傾向にある。		

その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・秋の行楽シーズンを迎え売上が増える手ごたえがある。また年末年始の商品の購買力も向上していく。	
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）	・気候による落ち込みは一時的なもので、消費トレンドも持ち直すと考ええる。	
その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がこれからみられる。また、天気の長期予報では寒い冬の予想が出ており、防寒商品への需要増が期待できる。	
一般レストラン（スタッフ）	・年末にかけて一時的に消費が増える。	
観光型ホテル（スタッフ）	・今のところ宿泊予約は順調に伸びてきている。	
都市型ホテル（スタッフ）	・昨年同時期と比較しても年末のおせち料理の販売が好調に推移しており、なかでも高単価な物から売れている状況である。その他部門でも販売単価が上昇傾向にある。	
都市型ホテル（総支配人）	・予約の状況も含め、年末にかけて、過去よりは非常に数字が上がると予測できる。	
旅行代理店（従業員）	・年末年始は海外好調で、国内は前年並みである。特にハワイ・アジアリゾートが好調である。	
旅行代理店（企画）	・10～12月の国内・海外の申込みは、販売額でどちらも前年同期比110%超で推移している。	
通信会社（総務局）	・契約数の伸びは期待できないものの、1契約当たりの単価は増加する傾向もみられる。	
通信会社（業務担当）	・11月は秋・冬新商品発売の勢いがある程度継続し、CMでの話題性と口コミ効果で販売台数が伸びる傾向にあると予想される。	
ゴルフ場（従業員）	・入場者数に占める海外客がここ数年停滞していたが、今年の暮れに向かって台湾、韓国、上海からの予約が入っており、明るい兆しがみえている。また地元や県外客も若干増えており、少しずつ良くなっていく。	
美容室（店長）	・結婚式等や年末年始の行事があるので、1年で一番来客数が増える。	
設計事務所（代表）	・消費税増税前まではやや良くなる。	
住宅販売会社（従業員）	・新築住宅の受注は9月末をもって一段落した感がある。しかし、建売住宅やリフォーム工事に対する需要はまだ冷めてないようだ。冬の賞与で景気の持ち直し感が出てくれば、2月ごろまでは持ちこたえてくれる。	
変わらない	商店街（代表者）	・商店街全体として、物販業は相変わらず厳しい状況であるようだ。
	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要はあるだろうが、将来に向けての節約志向が客にあるので、地方までは景気回復の実感がない。
	商店街（代表者）	・来客数販売量とも若干ではあるが前月又は前年同期を上回ると期待する。
	百貨店（営業担当）	・10月は天候の要因が強かったが、11月の冬物衣料の動きも多少厳しいようだ。経済が好循環になっていないので、一般的な商品については非常に厳しいとみている。歳末のお歳暮等は高額品が売れそうだとされているが、若干疑問である。
	百貨店（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要で売上は若干上向きになることが予測される。しかし、一過性のもので、増税後の反動を加味すると景気回復としてはとらえるべきではないと判断する。
	スーパー（経営者）	・アベノミクスの効果による景気回復の実感是一般庶民にはあまりない。
	スーパー（店長）	・特売日の客数は上昇しているが、全体の売上は減少している。
	スーパー（店長）	・販売現場では価格を上げると途端に販売量に跳ね返ってくる。数が月先の景況感も楽観視できない。
	スーパー（店長）	・買上点数等の増加は、景気とは関係なく、購入量の多いものの組み合わせ販売や、人気商品と不人気商品を組み合わせるバンドル販売の影響である。
	スーパー（店長）	・11月も流れは変わらない。衣料品は天候に左右されているので、秋物が売れていない状況である。冬物商品や暖房用品の売れ行きも天候次第だ。競合店が11月末にできるので、その影響が懸念される。

スーパー（総務担当）	・年末年始にかけ、ボーナス需要と消費税増税前の駆け込み需要で耐久消費財の購入が期待できるが、衣料品の低迷が続く。	
スーパー（業務担当）	・現状では、ほぼ平年並みの売上で推移しているが、例年の季節感に戻ったことが上向きの要因で、特別な売上のプラス与件は見当たらない。	
コンビニ（店長）	・売上客数とも減少傾向にある。	
衣料品専門店（店長）	・年末になっても景気は悪いままで変わらない。	
衣料品専門店（店長）	・見るだけでなかなか購入しようとしにくい客が増えている。財布のひもはまだ固く締まっているようだ。	
衣料品専門店（店員）	・これから冬シーズンの始まりだが、客の反応は盛り上がり欠ける。	
衣料品専門店（チーフ）	・消費税増税前の駆け込み需要で客足と単価は伸びていくが、増税後は落ち着いていく。	
乗用車販売店（代表）	・変わるような要因が見当たらない。	
住関連専門店（経営者）	・諸々の物価の値上がりが始まり、先行き不透明で厳しいが、地方では所得が上がる気配がある。	
住関連専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要はあるが、景気の回復によるものとは違う。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・冬場の灯油の小売価格は、昨年並みかやや高い価格が予想されており、昨年並みの販売量を予想している。灯油の小売価格が高騰すると他の暖房用品へのシフトが危惧される。	
その他専門店〔書籍〕（代表）	・小売の現場でははっきりした景気回復の動きは現れていない。全体の給料が上がらないと本格的な景気回復はない。	
高級レストラン（経営者）	・11月の予約状況は10月よりまだ入っている。12月は忘年会で週末から埋まってきている。週末だけでなく平日も入ってくれないと大変苦しくなる。	
高級レストラン（専務）	・消費税増税により、不安な状況が続いていく。	
高級レストラン（支配人）	・現在の予約状況は芳しくない。	
居酒屋（経営者）	・今現在の11、12月の予約状況、忘年会シーズンの予約状況をみても、昨年に引き続き厳しいようだ。	
観光ホテル（総務）	・今後3か月の収入予測より、変わらない。	
都市型ホテル（副支配人）	・1年間ずっと右肩上がり個人動きが活発になっている。単価も売上も上がっている。	
タクシー運転手	・今後の景気対策に期待したいが、どのような内容かわからないので、横ばいとなる。	
タクシー運転手	・夜は週末だけ少し増えてきているが、昼が悪過ぎる。	
タクシー運転手	・企業関係の客から、動きが少しずつ出てきて良くなっているという話も聞くようになった。	
タクシー運転手	・消費税増税の決定が客の動きにどのように影響するのかかわからない。	
通信会社（企画担当）	・販売拡大の引き金が見つからない。	
理容室（経営者）	・台風の影響が非常に大きく、天気が悪いと出足が悪くなる。3連休は観光地や行楽地への外出が増え、土日の来店客数が増えない。	
美容室（経営者）	・年末年始の動きに非常に期待しているが、消費税増税により、サービスへの消費が抑制される懸念がある。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の話がよく出るが、大きい金額の商品は買換えで動くかもしれない。その反面、日用品、飲食店、食料品などはあまり期待できない。
一般小売店〔青果〕（店長）	・消費税増税後の生活に対して、買物においてもある程度準備をしているようだ。かなり買い控えが増えてくるので、なかなか厳しい状況になる。	
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・売上が上がっていく月ではあるが消費者は支出を控えている。消費税増税の影響が落ち着くまで不安である。	
百貨店（営業担当）	・大型物産展の時はやや入店客数が増えるが、通常の週は入店客数が非常に厳しい。また、物産展で入店客数が増えても各階での買物につながない。	
百貨店（業務担当）	・消費税増税に対する客の反応は、先に買っておかなければという感覚より、防衛のほう強い。貯蓄に向かう気運が強く、購買に対する慎重さが強まれば、今後しばらくは明るい動きは期待できない。	
スーパー（店長）	・消費税増税の問題や、競合店の出店など環境はますます厳しくなると予想される。	
コンビニ（エリア担当）	・アベノミクス効果は地方では全く関係ない。庶民の給与は上がらず、可処分所得は低い。当店の売上が変わることはない。	

	コンビニ（販売促進担当）	・年金は下がり税金は上がる。携帯料金も結構かかる。様々なもの金額が上がる中で、消費者はお金を残すほうに動くため財布のひもは固くなる。
	その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・ネット販売の伸張により来店客数が伸びない。話題性のある商材は一時的に売上が伸び下支えになるが、定価本の伸びは極めて悪く外商販売に頼っているのが現状である。
	一般レストラン（経営者）	・集客数自体は変わっていないのでそれほど心配はしていないが、客単価が確実に下がってきているのと追加オーダーやアルコールの消費も減ってきている。今後、消費税増税を前に大きな買物が増えると、一番に削られる外食事業としては不安だ。景気に関しては、我々の業態に特化していればやや悪くなる。
	観光型ホテル（専務）	・消費税増税の影響が心配である。
	都市型ホテル（販売担当）	・収入は変わらず、消費税増税の対策費負担が多くなり悪くなる。
	通信会社（販売部）	・現在新商品発売による影響で良くなっているが、今後は新商品の話題性が落ち着くに伴って需要も徐々に落ちていくと予想される。
	競馬場（職員）	・来客数の前年同期比が良くない。
	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）	・4月からの医療報酬改定に伴う高齢者負担増の方針が出ており、若干の利用控えが想定される。
	音楽教室（管理担当）	・学年が上がると稽古事をやめる方が多いので、それに向けて人数が減る恐れがある。
	設計事務所（所長）	・2、3か月前に比べて今の手持ちの仕事量はやや減っている。2、3か月先にしか仕事が発注されないのので3か月先は悪くなると判断する。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税による駆け込み需要は見込めるかもしれないが、景気を支える賃金の上昇が見られないので、消費が冷え込む。
	悪くなる	
	良くなる	
	やや良くなる	
企業 動向 関連 (九州)	農林水産業（経営者）	・10、11月は年末年始用の生産仕込みや需要で引き合いがかなり強くなる。今年の12月は例年になく取引先の動きも期待感があり、需要が伸びそうである。暖冬と我々業界が一番恐れる鳥インフルエンザの発生、風評被害による消費の落ち込みは常に懸念される。
	繊維工業（営業担当）	・営業活動をしなくても、受注が安定している。
	家具製造業（従業員）	・今年中の納期で見積を提出している件数や販売金額ともに前年比10%で程度伸びている。商業施設に入れる家具などの需要確実に増えている。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向けて、余った予算消化が予測される。
	金属製品製造業（事業統括）	・同業他社や取引先の状況を見ると受注量が増加している。
	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体製造関係では良い条件が増えてきた。これを機に社内では品質・コスト・生産量等の維持に対する意識が高くなっている。ただし、コストが低いので、あまりにも仕事が増えるとマイナスになるのではという不安もある。
	電気機械器具製造業（取締役）	・公共事業などの影響で全体の仕事量が増加している。
	その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先は増産体制であると聞く。一部の企業だけで動きのない企業もあるが、現在より少しは良くなるのではないかと考える。
	建設業（従業員）	・見積案件が増えてきている。消費税増税前の駆け込み物件が徐々に増えているので、3か月先までは景気が良くなる。
	輸送業（総務）	・消費税増税前の駆け込み需要があると考え。特に、建設関係は既に増加の傾向である。
	通信業（経理担当）	・年末に向けて、N I S Aや消費税増税前の駆け込み需要などの動きに連動して、景気が引っ張られていく。
	金融業（従業員）	・輸出関連企業のなかには、中国経済の先行きを懸念する先がみられるが、地元ではマンション等の住宅建設が大幅に増加してきている。また、災害復旧工事を含め公共工事も本格化してきている。
	金融業（営業担当）	・建設業を中心に約半年先までの受注が確定しているため、2、3か月先も景気の改善は見込める。
	金融業（営業）	・アベノミクスによる設備投資の喚起に企業が注目している。特別減税や特別償却を利用した設備投資は、相応に増加すると考える。

	経営コンサルタント（社員）	・消費者の財布のひもが緩み始めている。見栄えより美味しさを求めている。	
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・業績堅調な企業が多く、冬季賞与が12月に支給されれば実感がわく。周りで正月に海外旅行や温泉に行くような話を聞くことが増えた。アベノミクスでベースアップされれば、さらに好景気を実感することができる。	
変わらない	農林水産業（従業者）	・畜産物の販売は、消費者がなかなか高い物を買わない状況が続いている。今後も恐らくそういう状況になる。	
	農林水産業（営業）	・年末にかけて物量は増えるものの仕入高は続く。一般顧客に資材等の価格上昇を反映させづらい。	
	食料品製造業（経営者）	・納入先は主に南九州への観光客であるが、個人は増加しているものの、団体の観光が大幅に減少している。団体への依存度が高いために、業績の悪化は避けられない。	
	化学工業（総務担当）	・当社の賃金や賞与に変動はない。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注状態は以前と変わらない。10月が前年度より良かったので今の状態からいくと順調に受注がきそうだ。新商品の動向次第では良くなりそう。	
	鉄鋼業（経営者）	・建築物を中心に鉄筋の受注は増加傾向にあり、今後、土木物件も出そうなので受注は期待できる。しかし、鉄筋加工・型枠工・現場責任者などすべてにおいて人手不足が顕著なため、計画された物件が延期・取り止めになることが心配である。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーとの打ち合わせによると明確に良くなるという回答はないが、日々の状況からは若干期待している。	
	精密機械器具製造業（従業員）	・突発的な受注増産はあるが、計画そのものはあまり変わらない状況である。	
	建設業（社員）	・今のままで推移していく。材料費の不足はないが、単価が上がりつつあるのが現状である。官公庁の入札で不落が発生しているのも心配である。	
	金融業（得意先担当）	・災害復旧関連工事に関する発注は今後もしばらく続く見通しであり、当面の間は建設業関連の様子は問題ないとみている。	
	不動産業（従業員）	・賃貸オフィス物件の入居率が横ばいに推移している。	
	新聞社（広告）（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要を狙って広告出稿が増える要因はあるが、どこまで地方の広告主に波及するかはみえず、前年並みを見込む。	
	広告代理店（従業員）	・10月の新聞折込枚数は前年同月比100%と変わらない。マンション販売・通信販売のチラシは前年比105%と増加したが、娯楽産業・流通関連は減少し業種によるバラつきが目立つようになってきた。いずれも諸費税増税を睨んだ販促戦略によるものである。実感として景気は良くなる。	
	広告代理店（従業員）	・前年比プラスにはならない。	
経営コンサルタント	・これからもコスト志向で、コストを抑える傾向が非常に強くなる。		
経営コンサルタント（代表取締役）	・問い合わせや見込み案件数の推移からは、この先大きく変化する兆しが見えない。		
経営コンサルタント（代表取締役）	・消費税増税に備え、一旦駆け込み需要が発生するかもしれないが、その後の反動減を考えると、景気自体はマイナスの方に動いている。		
その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・国の景気対策が、建設関係で継続的に行われなため、今後景気が良くなるとは言えない。民間では消費税増税前の新築住宅建設ラッシュで景気が良いが、3月を超えると需要は減ることが予測される。		
やや悪くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・今後の引き合いに勢いがみられないが、若干、受注量が低下しているので、季節要因も含め今後の状況を思案中である。	
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・下期の生産数は、若干ではあるが減る計画になっている。	
	輸送業（総務担当）	・円安が荷主の輸入コストを押し上げる要因になっている。今、厳しい状態が続いており、円高になるまではこの状態が続く。	
	通信業（職員）	・12月ごろまで補助金を活用した省エネサービスの需要があるが、補助金期間終了後の目途が立っていない。	
	不動産業	・事務所や居住の賃貸に関する問い合わせは家賃交渉が多く、予想以上に低い家賃を探している状況である。	
悪くなる	-	-	
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・景気が給与と連動するには時間がかかるのは当然である。所得税の還付に繋がる制度や地方税の見直しが入らないと実質賃金が目に見えて改善はしない。
(九州)			

	人材派遣会社（社員）	・下期に向けて求人依頼数が増加する見込みの企業が多く、求人問い合わせの件数が増えている。
	人材派遣会社（社員）	・商業施設の改装オープンにより、かなりの求人が出ている。新規出店もあるので、既存の募集人員以上に応募がある。年末の注文も既にかけているので、人材確保が難しいかもしれない。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・年末商戦に加え、消費税増税前の駆け込み需要も見込まれるため、求人需要が高まると考えられる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業活動も活発化しており、求人でも地域への波及効果が現れつつある。この流れは消費税増税前まで続きそう。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要が冬以降始まる。求人の動向をみても不動産や自動車など価格の大きい物は売れていくので、求人数も増える。
	職業安定所（職員）	・求職者数はそう増加していないが、求人数が伸びてきているため、やや良くなる。今後も伸びていく。
	職業安定所（職員）	・9月の新規求人数は、前年同月比で12.8%の大幅増で、建設業、製造業、宿泊業・飲食サービス業、医療・福祉と管内主要産業のほとんどが大幅増加している。
	民間職業紹介機関（社員）	・半導体部品製造業は工場の稼働率がアップしている様子で、増員依頼が出てきている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・消費税増税を見越した引き締めがでてくる。
	人材派遣会社（営業）	・企業にヒアリングしても、変わらないとの意見が多い。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税もあり、一時的に良くなったとしても、また消費マインドは停滞する。
	職業安定所（職員）	・消費税増税前の駆け込み需要で一部で消費が上がるかもしれないが、賃金が上がらない現状では、全体の消費が上向くとは考えにくい。
	職業安定所（職業相談）	・求人の増加傾向にも一服感が出ており、雇用情勢は足踏みの状況にある。また求人条件をみると人手不足の建設業以外の賃金は依然として低く抑えられており、本格的回復にはなお時間を要する。
	民間職業紹介機関（支店長）	・年末年始、年度末繁忙時期の人材需要がそれほど伸びないため、下期になっても注文数が伸びないと予測する。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・求人件数は前年度より増加しているが、今後の景気を判断する材料としてはやや弱い。採用数の年度末の結果を注視したい。
やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-