

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	コンビニ（販売 促進担当）	販売量の動き	・先月と同様、量販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパー共に、パン、弁当の予算を超えている。コンビニエンスストアが結構元気であり、全体を押し上げている。
		乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要による購入が多くなってきた。売上も前年比160%くらいになっている。
		乗用車販売店 （総務担当）	販売量の動き	・今月は新車受注台数が計画と前年比を大幅に上回っている。1月に発売された新型車の効果と消費税増税前の駆け込み需要が寄与している。
		ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・県外客や会社旅行のコンペ等が増え、飲食をしたりお土産を買ったりと単価が非常に良い動きになっている。地元客はそうでもないが、県外客の単価が非常に良い傾向にある。
やや良く なっている		商店街（代表者）	単価の動き	・商店街の来街客数はそこまで増えてないが、若干客単価が上がっているという話を聞く。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・年末、近くに商業施設ができたこともあり、当商店街との回遊性が生まれて人通りが多くなった。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・販売量の伸びが大きい、来客数も増えている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で耐久消費財の家具、家電が好調である。また、高級雑貨、美術、時計、貴金属も好調に推移している。物産催事を今月に変更して来店数も増加した。食や工芸に対する客の購買意欲も向上している。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・当社の関連する3店舗の売上は、前年比108.8～102.1%であった。12月も当社に限ると前年比101.1%であるので、ほぼ同水準で推移している。客単価は、非食品が102.5%、食品が102%と前年実績を上回っている。衣料品は99%であるが、家庭用品が109%とけん引している。
		百貨店（営業統括）	来客数の動き	・1月の初商いを終えた翌週から、週末を中心に来店客数が伸びてきている。
		百貨店（営業政策担当）	販売量の動き	・福岡エリアでは百貨店の売上高合計は前年比100%を超えとなる見込みだ。3か月前は各専門店で同100%を超える施設が過半数を割っていたが、直近では過半数を超えてきた。ただし九州エリアをみると、百貨店では一進一退の状況が続いているようで予断を許さない。
		百貨店（店舗事業計画部）	来客数の動き	・クリスマスから初売にかけて来店客数が多く堅調に推移した。モチベーション商戦の有無で来店客数は増減するため、秋口に比べるとかなり増えた印象である。一部は消費税増税前の駆け込みで必要な品物を見るための来店増である。
		スーパー（店長）	単価の動き	・生鮮品の価格上昇基調の影響もあるが、全体的に単価アップの傾向にある。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・平日は必要な物を必要な量しか購入しない傾向が続いているが、お正月はハレ型商品が好調に動き、単価が上がっている。またエアコン、冷蔵庫など耐久消費財の売上が上がってきている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、まとめ買い等も増えてきた。
		スーパー（統括者）	単価の動き	・客数はほぼ前年並みであるが、客単価が前年よりも上がっており、結果、経常利益が前年を上回っている。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・昨年の来客数と比較すると若干増加傾向にある。周辺に新築の住宅、マンション等が建設されることによって人口が増加していることが、おそらく原因である。
		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	・年末年始の最長9連休のおかげで帰省客が多く、お土産をまとめ買いする方も多かったため売上が伸びた。
		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）	来客数の動き	・商業施設の来店客数が年末年始に増加した。それに比例して売上も上がった。

	高級レストラン (専務)	単価の動き	・今まで手頃な金額の料理が多かったが、東京や大阪、福岡等県外から来る観光客のなかで少し高い料理を注文する人が増えてきた。
	高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・来客数、予約数が若干増えている。
	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宴会、宿泊、レストランとも順調に売上を確保しており、前年比・計画ともにクリアしている。
	都市型ホテル (販売担当)	販売量の動き	・秋からなんとなく売上が上がっている。宿泊者数も徐々に増えてきているようだ。
	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・販売売上が微増ながら増加傾向にあり、来客数も増えている。また、宿泊数も同様に持ち直している。
	都市型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・予約は団体等があるわけではないが、インターネット中心の個人予約が伸びている。
	旅行代理店(企画)	販売量の動き	・2、3月における国内旅行と海外旅行の受注額がともに前年比10%を超えている。
	住宅販売会社 (代表)	来客数の動き	・資料請求等、客からの問い合わせが前年に比べて20%程度増えている。
変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・寒い日が続き、思ったように来客数は伸びなかった。しかし昨年と比較して客単価が上昇して、何とか売上を確保している。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・本年度冬は寒くなるとの予報に反し、冬物防寒衣料の動きがさほど良くない。低単価の商品も販売個数にさほど変化がない。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・年始年末の買い物や、お正月の家族旅行などでかなり多くの出費が生まれる。そのため1月は家計が苦しいということで、節約せざるを得ない。
	一般小売店[青果](店長)	それ以外	・宮崎の中央市場の相場は、3か月前と同様の需要が続いている。
	一般小売店[生花](経営者)	単価の動き	・毎年のごとくであるが、12月は花屋としてそこそこの需要がある。しかし、昨年度末は新築祝の注文があったが今年はない。また、1月は、新規開業のお祝いなど特別大きな注文は入らなかった。
	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・当施設のテナントである一部婦人服、舶来雑貨等に勢いのあるものの、専門店ゾーンでボリュームゾーン商品を取り扱うテナントに売上増の兆しはみられない。
	百貨店(企画)	販売量の動き	・現在、化粧品や身の回り雑貨などは順調であるが、収益のメインであるファッション関連商品の伸びは弱い。
	スーパー(経営者)	販売量の動き	・商品価値に対する不安感等がみられる。
	スーパー(店長)	それ以外	・売上をみると、食料品は前年比104%で推移しているが、衣料品は同比92~93%と売上不振で、冬物衣料があまり売れていない状況である。稼ぎ頭である下着関係のインナーの売上は12月に比べて少し落ちていいる。インナーの売上構成比が高い本店としては、この売上が上がらないと衣料品の全体的な押し上げにならない。店のトータルとしては101%ぐらいで推移している。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・食品の売上は順調に推移しているが、客単価が落ちている。来客数も閉店セール等の特別な販売促進をかけた店舗の売上はかなり上がっているが、それ以外は減少傾向にある。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・客数の減少もみられるが、今月はどちらかというお客の買上点数が前年比96%と低くなっているのが目立つ。
	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・客の購買単価は若干増加し、わずかながら改善基調にある。目的消費だけでなく、衝動買いも見受けられ、マインドは上向きに変化している。しかし、客数においては、顧客争奪のし烈な状況が続いており、広告宣伝費など消耗戦の割に集客効果が出ておらず、上振れには至っていない。
スーパー(経理担当)	販売量の動き	・前年夏以降、販売量において底堅い押し上げがある。米や食品不安の原因となっている冷凍食品が大幅に落ちているにもかかわらず、野菜等の高値の影響も大きい。1人当たりの購入金額が増えている。	
スーパー(業務担当)	お客様の様子	・冬物衣料の最終処分期を迎えても、相変わらず売上点数の増加はみられない。消耗品や季節食材の堅調な動きと比較すると、今冬の衣料品関係の落ち込みは非常に大きい。	

衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・景気が良くなっているのかどうか、あまりはつきりしない。客のどのような動向で景気を判断すれば良いのかわからない。ただ買物をするのに慎重になっているようだ。	
衣料品専門店 (店員)	販売量の動き	・福袋はすぐに完売したがセールでのまとめ買いが少なかったため、結果、売上は昨年割れだった。	
衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・今月は新年初売という大きな行事のある大事な月であった。初売は前年と比べどちらかと言うと控えめな始まりだったが、月末に追いつけてなんとか前年並みとなった。福袋もそこまで伸びておらず、客は、気候と自分のニーズに合わせたマイペースな買物をしているようだ。	
衣料品専門店 (総務担当)	お客様の様子	・一部、超高額品のゾーンにおいては良い傾向がみられるが、中間層の商品群においては、現状では全く改善の兆しがみられない。	
家電量販店(総務担当)	来客数の動き	・競合店も同様に来店客の少なさが顕著である。	
住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・今年の初売は順調でよかったが、後半になると客足は止まった。毎月のキャンペーンは前年並みだった。	
その他専門店 [ガソリンスタンド](統括)	来客数の動き	・燃料油の小売価格は高止まりした感があるが、灯油・ガソリン等の顧客の需要について変化はない。	
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・正月旅行が好調であった反動か、年明け1月の予約が特に国内旅行を中心に鈍い。	
タクシー運転手	お客様の様子	・今年に入り人の流れがやや鈍くなっている。無駄な出費を抑えているようだ。	
タクシー運転手	お客様の様子	・昼のタクシーの動きが悪く、夜は週末だけ動く。これでは今までと全然変わらない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・夜の客の動きが大変悪く、電話の受電回数も今月は良くなかった。	
通信会社(総務局)	販売量の動き	・新規契約数は依然として低調に推移しており、当社において変化はみられない。	
通信会社(業務担当)	販売量の動き	・1月の販売台数をみると、お正月に少し上がったが、前年比は下回っている。その後も平日、週末にかかわらず売上減となり、厳しい状況であった。	
美容室(経営者)	販売量の動き	・3か月前からあまり変動がないのでアベノミクスの動きも一段落してしまったようだ。大企業や輸出関係の企業は非常に上向いているかもしれないが、最終販売者である中小企業にはアベノミクス効果はほとんど表れていない。今は消費税増税前の駆け込み需要があっても4月からの落ち込みを非常に心配している。	
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	・季節要因で入院する利用者が増加するため、売上減となる。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・経済的に余裕のある方は、高額品の購入が多少増えた。一般の方の実需は今の時期だが、あまり買い物が増えていない。余裕のある層とそうでない層との差が大きく、全体としては良くなっていない。
	一般小売店 [茶](販売・事務)	販売量の動き	・毎年のことではあるが、年末の贈答品でいただきものが多いのか、自宅用のお茶の売上は年々減少している。
	百貨店(営業担当)	それ以外	・入店客数と婦人・紳士の衣料品、雑貨の売上ともに前年実績を割っており、消費はダウン傾向にある。
	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・冬物の処分期に入っているが、客の買い方が弱い。理由を尋ねると、消費税増税に備え節約しておきたい、他に大きな買物をしたので購入を我慢していると答える人が多い。消費税増税前の駆け込み需要の反動減と、買い控えが同時に起こっている。
	コンビニ(エリア担当)	それ以外	・正月明けで客の動きが鈍り、売上も大きく前年を割っている。競合店の影響もあるが1品単価も低く、必要な物だけ購入する客が多いため厳しい状況にある。
	その他専門店 [書籍](地区支配人)	販売量の動き	・他社との競合が継続しており、特に隣接する商業施設とのバッティングは相変わらずである。当店の方が立地条件が厳しく、販売量の低下傾向に歯止めが掛からない。

		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・年末忘年会の忙しい時期を終えて、新年会をする人があまり多くなく、来客数も先月と比べると雲泥の差だった。毎年のごとで覚悟しているが、それにしても動きが良くない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・年末年始を終え確実に客数は減少している。消費税増税の年に入り客はかなりシビアになってきているように感じる。今後、4月が近づくにあたってさらに客足は遠のくような気がしている。
		居酒屋（経営者）	それ以外	・前年とあまり変わらないが、周りの店からも良くなったという話を聞かない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・平日特に歓楽街の動きが非常に悪い。客の帰りが早いようで、早く店を閉めるところが結構多い。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・通信サービス契約の解約が多くなった。
		音楽教室（管理担当）	来客数の動き	・今の時期は入会の時期ではないので、これから4月以降に期待したい。
		設計事務所（代表）	来客数の動き	・消費税増税の影響で買い控えがある。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・マンションの分譲は前月より販売量が伸びている。一方、一戸建ては問い合わせ等も伸びず、売行きも鈍化している。マンションの方が値頃感があるということで、順調に推移している。
	悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・1月の中旬は、消費税増税前の駆け込みが多かったが、下旬になると急激に売上が減少した。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・年末は何とか売上が伸びたが、年明けは予想以上に落ち込んでいる。売れないので仕入れもできないという悪循環となっている。同業者でも売れていないのか、魚価が上がっていない。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・昨年末より来客数が減少していたが、1月に入っても変わらず減少している。毎週イベントを打っているが、全く効果がない。
企業動向関連 (九州)	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が増えている。売上は前年比120%程度と増えた。1件当たりの受注金額は増えていないが、受注件数が増えている。
		化学工業（総務担当）	それ以外	・一部ではあるが、社員の賃金が上がっている。
		鉄鋼業（経営者）	それ以外	・販売量は増加しているが、新規建築物件を対象にした受注は少なくなっている。
		金属製品製造業（事業統括）	取引先の様子	・自社を含め、取引先の受注残が増加傾向にある。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・自社では太陽光投資を今後3～5年かけて取り組む計画である。今期も2基手掛けているが、土木業者、電気業者を確保するのに苦労した。
		輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の動きがある。
		通信業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・国内の様々な施策に伴って情報化に対する投資が活発になってきている。また、商談のスケールも大きくなってきているため開発効率が向上し、利益に好影響を及ぼしている。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要で耐久消費財や自動車の売行きが好調である。百貨店やスーパーの売上も増加傾向にある。また、住宅建設や公共工事が本格化してきており、所定外労働時間のほか、求人数も増加するなど、雇用環境が改善してきている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・建設業を中心に受注増と利益率の上昇により資金繰りが幾分楽になっている。顧客の預金残高も増加傾向にある。
		金融業（営業）	取引先の様子	・製造、建設業とも需要は高いとの話が多い。利益率を考えて仕事を選別している。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・取引先から消費税増税前の駆け込み需要の話がよく聞かれる。また、採用も昨年と比べると、良い印象を受ける。
		経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・安売り商品から、こだわりや少し高めめの価格設定の商品に購入が移っているようだ。
		経営コンサルタント（代表取締役）	それ以外	・採用のため求人媒体で人材募集をしているが、半年前と比べ応募してくる人の数が激減している。各社、採用を増やしており求人数が増加している影響である。

	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・ビジネスホテル運営会社を訪問したが、出張などで宿泊客が増加し稼働率が向上しているとのことである。土木建築関連は相変わらず人手不足なほど好調である。	
変わらない	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年通り1月は12月の反動から需要はあまり伸びていない。加えて原料不足から販売にも影響が出て、売上はあまり伸びていない状況である。ただ、居酒屋の引き合いが例年の1月よりは強い。	
	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・畜産関係の販売は、なかなか販売単価が上がらない状況で、ある程度厳しい状況が続いている。	
	農林水産業（営業）	取引先の様子	・年末年始ということで物流が上下しているだけで、予定より大幅に物が動いているとは言えない状況である。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・売上は昨年よりも良くなっているが、原材料価格の高騰、特にガスの価格高騰が激しく、3、4割も値が上がっている。原材料や資材、下請からの値上げ攻勢も強く、利益を圧迫している。今後は値上げをしたいが、踏み切ることができない。新商品で高騰分を補えることができない状態である。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量がなかなか増えない。増える気配があるかと思うとまた落ち込むという状態で、3か月前と比較すると横ばいか、やや落ち目になっている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量や客先の話も前月と変わりなく、コンスタントに推移している。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・景気は上向いているが、3か月前と少しも変わらない。仕事量が増えているが受注単価は変わらず、人手を増やさないので、残業や休日出勤で人件費コストがうなぎ上りである。受注価格をみると、景気の状態はやや悪くなっているとも捉えられる。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	それ以外	・知人からの話では、受注量は増えているがマージンを削られており、結果として忙しなくなっただけで、経費はかさみ利益は出ない状態とのことだ。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先が一番関心を持っていることは、価格の引き下げである。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・12月と比べると、年明けの1月は明らかに悪くなかった。	
その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	競争相手の様子	・建設コンサルタントへの市町村からの発注は、1月に入ってから少しではあるが行われている。指名業者のなかには、あえて高めに応札するところもあるが、仕事が少ないと赤字覚悟で入札しているところもある。		
やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・新年のあいさつ時期に営業マンの必死さを感じた。どこも成績に苦慮している。	
	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が全く増えないので、久しぶりの経験だが工場を休みにしなければならぬ。高いものは売れていると聞くと、私たちの生産するようなものとはかけ離れている。	
	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・技術者や職人不足で稼働できていないため悪くなっている。今の現場を完了しないと次の現場にいけないのが実情である。年度末となり、平成25年度予算も残り少ないため繰越工事の早期発注を希望する。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・預かっている荷物の荷動きが悪くなっている。出荷量が徐々に落ちてきている。	
悪くなっている	-	-	-	
雇用関連 (九州)	良く なっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・継続的に求人依頼数が前年比150%で推移している。
	やや良く なっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・長期の派遣案件が微増している。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・婚礼司会者の派遣を行っているが、2、3月の受注が例年より増えている。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・既存の企業と新規問い合わせの企業からの注文が共に増えている。企業担当者からも、人手が必要になるといった話をよく聞く。
		人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・建設関連を中心に雇用情勢は上向きである。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・昨年より自動車製造関連が好調で、昨年末からあるレンタルフォークリフト会社が増車し、新規求人を増やした。	

	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・業績が上がり、賃金・賞与が上がった企業や、賃上げを検討しているとの企業が見受けられるようになってきている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月と比べて、求人数が増加、求職者数が減少、就職率が上昇という状況であるため、景気判断はやや良くなっている。
	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5か月連続大幅に減少している反面、新規求人は4か月連続増加しており、有効求人倍率も改善がみられる。
変わらない	求人情報誌制作会社（編集者）	採用者数の動き	・求人件数は昨年を上回って推移しているが、採用ができないため繰り返し求人をしている企業が増えている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新聞求人広告の状況は3か月前と変わらない。製造業の求人意欲は高く、条件面で地元企業との格差が広がりにつつあるようだ。
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・求人数は変わらず動きがない状況である。
	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・求人数は景気動向の先行指標ととらえられるが、一般に公表されている景気上昇の実感がない。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	採用者数の動き	・昨年の同時点と比較した2014年卒業生の内定決定率は若干増を示しているが、ここ数か月の景気動向を判断する根拠としては、やや弱い。
やや悪くなっている	-	-	-
悪くなっている	-	-	-