

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	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ 来客数は減少していないので、販売促進と品ぞろえをしっかりとやれば売上増を見込める。
		商店街（代表者）	・ 消費税増税前の駆け込み需要の反動減がまだ続いているが、今後は若干解消されて今より良くなると期待している。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・ 消費税増税の影響もほとんどなく、このままの調子を維持する。
		百貨店（営業担当）	・ レジ客数が横ばいとなり、来月以降、回復の兆しが出てきた。また、消費税増税前の駆け込み需要が大きかったお得意様部門に比べ、一般カードの売上の落ち込みが減少している。また、紳士・婦人衣料の商品単価が回復、食品も前年維持となった。お中元需要とクリアランスでの需要回復が見込まれる。
		百貨店（販売促進担当）	・ 消費税増税の影響も日々弱まりつつある。
		百貨店（営業統括）	・ 消費税増税の反動減の影響がほぼなくなると考えられる。夏のボーナス商戦での顧客購買がどこまで伸長するかがポイントである。
		百貨店（企画）	・ 消費税増税の影響はあるものの売上、来店客数ともに正常に近づいている。
		百貨店（売場担当）	・ 売上は前年比97%だが、入店客数は105%なので客数自体は落ちていない。2～3か月先はクリアランスの時期になるので、かなり需要がでて、今よりは確実に回復する。おおむね98～100%の前年並みには戻り、やや良くなる。
		百貨店（店舗事業計画部）	・ 消費税増税前の駆け込み需要とその反動減がほぼ終わっており、地元銀行が夏のボーナス増加を見込むコメントを出すなど、夏のセールに向けた外部環境や顧客の心理的なイメージが良くなってくると期待できる。
		スーパー（店長）	・ 生鮮食品を中心に、価格一辺倒から質に見合った支出という傾向が出始めている。3か月前と違った前向きな景況感が顧客の購入状況に出てきている。
		スーパー（店長）	・ 回復は遅いものの4～5月は回復基調になってきている。また、保存が可能な商材の動きが良くなってくる時期である。
		スーパー（店長）	・ 消費税増税後の買い控えに対する反動もあるので、売上も上がる。
		スーパー（店長）	・ 消費税増税後の落ち込みは、4～5月が底になるとみているので、今後は少しずつ売上も回復するとみている。
		スーパー（総務担当）	・ 買上点数、来客数に消費税増税の影響はあまりなく、顧客の購買意欲に対する影響も少ない。
		コンビニ（店長）	・ 心配していたほど、売上が下がっていない。
		コンビニ（販売促進担当）	・ 大型量販店、ローカルスーパーも、パンコーナーは税抜き価格で販売しているため、客は安く感じるようだ。これから先も伸びていく。
		家電量販店（店員）	・ 消費税増税前の駆け込み需要の反動減が6～7月上旬ぐらいまで続くと思われる。ボーナスが出るため、8月以降、やや良くなると判断している。
		家電量販店（総務担当）	・ 業界予想では、ボーナス商戦をきっかけに需要が浮上してくる可能性があるため、期待している。
		家電量販店（従業員）	・ 季節柄、除湿器やエアコン、扇風機が売れ出す。
		家電量販店（広報・IR担当）	・ 5月は4月と比べると、テレビ、洗濯機、冷蔵庫等で回復傾向がみられた。気候にも影響されるが、ボーナス商戦頃からやや良くなるのではないかと。
		乗用車販売店（従業員）	・ 国は6～7月あたりから回復すると言っているが不安もある。
		乗用車販売店（総務担当）	・ 消費税増税の影響が薄れ新車販売台数が上向き、新車売上増加が収益アップに寄与する。
	その他専門店〔書籍〕（代表）	・ 東京の大企業の好況が、少しずつ地方にも波及してくると考えられる。	
	その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・ 今後、消費税増税の影響は徐々に薄らいでいく。既に耐久消費財を購入した方は、夏のボーナスが出たあたりから贈答品の購入へ目を向けるようになる。	
	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）	・ 消費税増税の反動も4月だけで、5月はほぼ前年並みまで回復している。賞与も前年を超える予測が出ており、来月以降についても前年を上回ることが可能である。	
	居酒屋（経営者）	・ 消費税増税にも慣れて、購買意欲が増してくる。	
	観光型ホテル（スタッフ）	・ 向こう3か月の予約も順調に入ってきている。	

	都市型ホテル（副支配人）	・年間を通して4～6月が一番弱い四半期であるが、消費税増税に関わらず売上単価と予約も伸びている。
	旅行代理店（企画）	・各分野でボーナスの増額と言われているため、レジャー費が増加すると見込んでいる。先行の受注額は、7月が前年同期比133%、8月が前年同期比106%となっている。
	タクシー運転手	・今年の夏のボーナスが増えれば、消費に回ってくる可能性は非常に高くなる。また、景気は秋頃にかけては良くなると予測が出ているので、非常に期待したい。
	通信会社（総務局）	・消費税増税も定着化して、さらに夏季賞与のアップも期待されることから、身の周りの景気もやや良くなる。
	通信会社（業務担当）	・6月は5月に引き続き、新商品発売とプラン変更で来店増が見込まれるので、前月及び昨年の販売台数は上回る。
	通信会社（販売部）	・新商品、新サービスの提供により客の購買意欲が高まると考えられる。
	ゴルフ場（従業員）	・夏はプレーされない時期になるが、6～7月の予約をみると前年比を簡単にクリアする数値である。プレー代以外の物の売上も伸びるだろうと商品の仕入れをしている状況で、良い動きになっている。また、企業関係のコンペや大きな団体のコンペもあり、良い状況がみえる。
	理容室（経営者）	・梅雨から夏に向かって暑くなるので、来店サイクルが何日か短くなる。今月よりは来客数が増えて、若干良くなる。
	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）	・例年、10月ごろまでは顧客増が見込まれるため、個人負担増の影響も次第と薄れていくことが期待される。
変わらない	商店街（代表者）	・商店街全体をみて、物品販売店の売上が相変わらず厳しい状況は変わらない。
	商店街（代表者）	・季節的に、暑くなってあまり人が動かず、物を買わない時期となる。しかし、客の消費行動に活発な部分があるので、今とあまり変わらない状況が続くと判断している。
	商店街（代表者）	・全体的な売上にあまり変化はない。これからの高齢化社会に対応できる店づくりをしつつ、客が離れないような環境を作っていく。
	商店街（代表者）	・過ごしやすい天候が続き、商店街の通行量も多いようだ。梅雨入りまでは売上も順調に推移する。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・消費税増税の影響が落ち着いたとしても、増税前の状態に戻るだけなので変わらない。購買心をあおるような政府の施策があっても、当店では高齢者が多く、医療負担や年金等がどうなるのか分からない状況であるので、このまま厳しい状況が続く。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・売れそうな気配がない。どうしたら売れるのか分からない。
	百貨店（総務担当）	・アパレル各社は、夏のクリアランス頃からの回復を予測しているようであるが、エステ等客単価の高いテナントは依然として厳しい予測をしている。
	百貨店（営業担当）	・地元企業には、夏のボーナス前年増の動きはみられない。首都圏と違い、夏のボーナスによる消費マインドの向上はない。
	百貨店（営業政策担当）	・消費税増税後、初の中元、夏商戦を前に、世間では賞与の増加などと言われているが、内実は生活防衛の意識が強いと考えている。ただし、高額所得者に関しては当てはまらず相変わらず景気の回復傾向は続いている。
	百貨店（業務担当）	・これから夏物の本格需要に入っていくものの、消費税増税後の家計負担増を実感するようになれば消費を少し押さえたいと言う客も多い。少し買物には慎重になる。
	スーパー（店長）	・販売表示の面で消費税抜きと消費税込みの値札をつける場合、税込価格の8%表示に違和感があり、価格が安いのかどうか客が判断するのが難しい状況である。税込と税抜の表示価格問題が来月以降も懸念される。
	スーパー（統括者）	・上場企業は良くなっていると新聞報道等で感じることはできるが、中小、零細企業は今でも厳しい環境が続いている。
	スーパー（業務担当）	・消費税増税の影響として、耐久消費財の落ち込みが徐々に大きくなっている。現在の売上結果をみる限り、前年実績と大差ない数字に落ち着くまでは数か月を要する。
	コンビニ（エリア担当・店長）	・これから先の天候にもよるが、暑ければ暑いほど客数及び客単価、買上点数も増えていく。逆に、梅雨が長引けば客数の伸びが若干前年を割る。
	衣料品専門店（経営者）	・今までが変わらなかつたように、この先も変わらない。
	衣料品専門店（店長）	・あまり動きがない時期で、景気そのものの動きもあまり変化がない。

衣料品専門店（店長）	・地域振興券は例年なら発売とほとんど同時に売り切れるが、今年は2週間半を経過した今もまだ残っていると聞く。客の財布のひもはまだ固く締まったままであり、この先も変わらない。	
衣料品専門店（店員）	・消費税増税後の買い控えはないが、今年はセール前の下見がとてもし早い。景気は良くならない。	
衣料品専門店（取締役）	・8月はファッション界にとって非常に厳しい時期になる。気候が大きく左右するので、全く読めない。消費税増税の影響は落ち着くが、消費者の財布のひもは固いままである。	
衣料品専門店（チーフ）	・客数の減少は止めることはできないが、キャンペーンやセールを前倒しにすることによって、購買意欲をかき立てることを考えている。	
衣料品専門店（総務担当）	・6月後半から7月にかけてのセールにおいて回復することを期待したいが、現時点でそれを織り込むことは不可能である。	
家電量販店（店員）	・消費税増税後、売上は前年の約85%程度に落ち込み、大変厳しい営業内容になっている。サッカーワールドカップの需要も期待しているが、まだ効果が出てきていない。パソコンのOSソフトのサポート終了に伴ってパソコンの新機種が出ているが、値段が高くて売れない。3か月先良くなる要素はなく、良くて現状維持である。	
乗用車販売店（代表）	・変わりそうな気配がない。	
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・梅雨は来客数が若干減る傾向にある。梅雨が明けると同時に夏のお中元のギフトシーズンとなるので、数字的には横ばいではないかと予想される。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・これから気温が上昇する季節となり、自動車のエアコン等を使用する機会が増加してくる。燃料油の販売が増加すると予想するので、洗車等のカーケア商品の販売チャンスに期待する。	
その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税増税による消費マインドの更なる低迷が懸念される一方で、夏季賞与の増加や企業業績の回復基調が下支えとなった景気の回復を想定している。企業間では価格競争の激化が想定される。	
高級レストラン（経営者）	・6月の予約状況は5月より良くなっている。来月も同様に良くなる。	
高級レストラン（支配人）	・流動的で良い兆しがまだみえない。	
高級レストラン（専務）	・夏から9月頃まで、ビールやかき氷等はあるかもしれないが、食欲を出すものがあまりない。そのため飲食店では、来客数や売上が増加することはない。少し寒くなってからではないと良くならない。	
高級レストラン（社長）	・消費税増税でこの先も不透明である。	
一般レストラン（経営者）	・特に客足が増えることもなく、フェアやイベントを開催するも昨年よりも反応が悪い。消費税増税の影響が今になって少しずつ表れている。	
観光型ホテル（専務）	・8月の予約状況が良くない。	
都市型ホテル（販売担当）	・今後もあまり変わらない。これといった起爆剤もなく、消費税が10%に上がる前の駆け込み需要ということもないようである。	
都市型ホテル（スタッフ）	・業界自体は低価格競争状態にあるが、高単価の宿泊商品等も順調に販売できているため大幅な変動は考えられない。	
旅行代理店（従業員）	・夏場の予約は前年を超えており、ゴールデンウィーク明けから同じような状態が続いている。	
タクシー運転手	・会社関係は若干良くなっているようだが、個人の客の動きがないので変わらない。	
タクシー運転手	・大きく景気を左右する要素がないので、しばらくは現状維持が続く。	
通信会社（企画担当）	・現状上向き傾向であるが、それ以上に良くなる材料はない。	
美容室（店長）	・日によって客数が極端に違い予測しにくい、2～3か月先も変わらない。	
設計事務所（所長）	・昨年からコンスタントに仕事量があり、今年いっぱい変わらないと考えている。	
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響で、住宅取得意欲の減退が秋頃までは継続する。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・気象予報では今年は冷夏ということだが、暑い方が商品は売れる。
	商店街（代表者）	・当店は、季節的な影響が大きい、梅雨に入り、夏になると人の動きは悪くなる。当店の小売部門は著しく減少するが、納品業務は平行線を予想する。

		商店街（代表者）	・今年の夏は暑くなるとのことだが、商店街は空調設備がないため客は喜んで来ない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・当店は、切花がメインでお祝いの花が多いため、お盆の需要は少ない。これから先暑くなると、お祝い用の切花需要が減るので、毎年ながら夏が乗り切れるか心配している。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・これから先売上増加につながる要素はないため、現状を維持していきたい。
		コンビニ（エリア担当）	・今年の夏は雨が例年より多いとの予報で、夏の商品のアイスクリーム、飲料の売行きが思うように伸びないと厳しい状況が続く。競合他社も多く、厳しさはどんどん増している状況である。
		住関連専門店（経営者）	・同業者の廃業や関連業者の倒産の話が耳に入ってきている。これから夏を超すまでしばらくは我慢のしどころである。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・業界は長期低迷を続けており、なかなか浮上のきっかけを見出せない。爆発力のある商材は一部あるが、全体への波及効果はない。来月はサッカーW杯が開催されるため、世界的規模の大きなイベントに消費の関心が引き寄せられる。
		観光ホテル（総務）	・ここ3か月の収入予測からやや悪くなる。
		タクシー運転手	・暑くなると夜のタクシー利用はそこそこあるが、昼間は用事がないと出かけないのでためである。
		競馬場（職員）	・来場者数が前年を下回っている。
		設計事務所（代表）	・消費税が10%に増税後、どうなるか心配している。
		住宅販売会社（従業員）	・円安により輸出は好調であるが、原油価格の高騰で電気、ガス、原料が上がればコストアップにつながる。ボーナスが上がったとしても、一般の生活に貢献がなく、消費税増税の影響もあり景気はだんだん悪くなっていく。
	悪くなる	スーパー（総務担当）	・来客数を促進するような販促施策強化が必要であるが、消費税増税等により消費マインドが低下している。生活必需品以外の耐久消費財については、増税前に比べ販売量の増加が見込めず、更なる低下を懸念している。
企業 動向 関連  (九州)	良くなる		
	やや良くなる	家具製造業（従業員）	・東京オリンピック需要が確実にあるため、大量に作る特注家具のコントラクト家具業界は比較的楽観視している。事実、家具需要は物件の情報量が少しずつ増えてきており、売上金額も前年比で10%程度の伸びを見込んでいる。4～6月の四半期の予測は前年比109%が確実で、7～9月の予測も同程度を見込んでいる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・展示会シーズンとなり、顧客との折衝機会が増えると予測される。
		金属製品製造業（事業統括）	・取引先の様子として、受注拡大の方向にあるが、人手不足による工期延期の情報が多く、先行きの不透明感はぬぐえない。
		電気機械器具製造業（取締役）	・自社の各事業部で人員の増員要請が出てきた。電気料金の動向は気になるが、前向きな設備の投資意欲もあり、頑張ろうというムードが出てきた。
		精密機械器具製造業（従業員）	・新たな製品の受注がきている。徐々に増産体制に入る計画である。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先が増産体制に入るとの情報があり、少しずつ上向きになる。
		建設業（従業員）	・県庁移転や市役所庁舎の移転があり、まず、県庁庁舎の入札が控えているため景気は少し上向き。
		建設業（社員）	・梅雨の終わりは、本格稼働になっていなければいけない時期である。官公庁の発注に期待している。民間工事の発注はなかなか期待できないが、解体工事が多いようで、小さい工事でも今の時期は受注に向けて動いている。
		通信業（職員）	・省エネ関連の商品・サービスに対する問い合わせが若干増えており、2～3か月後には受注に至る可能性も出てきた。
		通信業（経理担当）	・国際情勢で不安材料はあるものの現状で推移すれば、予算に沿って受注量は更に増加すると見込む。
		金融業（調査担当）	・取引先から景気に対する否定的なコメントは聞かない。消費税増税後の落ち込みは限定的であり、増税のマイナス影響は乗り越えているとする割合が高い。
		新聞社（広告）（担当者）	・7月には消費税増税の影響も収まるとの見方や、夏のボーナス水準が高いとの報道もあり、ボーナス商戦での出稿増を見込んでいる。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税による売上の落ち込みが改善すると言われている。それ以外の改善要因はない。
		経営コンサルタント（社員）	・高価格なものが徐々に売れてきており、回復に向かっていく。

	経営コンサルタント (代表取締役)	・5月のゴールデンウィークを境にして非常に良い状況になってきている。6月以降ボーナス等も出て、個人消費はもう少し盛り上がるのではないかと期待している。
変わらない	農林水産業(経営者)	・6月のスーパー、居酒屋関係は梅雨に入り消費は伸びないが、今の流れからすると梅雨明けは従来どおり期待できる。加工メーカー筋も豚流行性下痢(PED)で鶏の引き合いが強い。ただ、今年は冷夏予想のため、ビール消費関連に比例した加工商品の売行きが心配である。
	農林水産業(営業)	・畜産業界は、景気と関係ない市況におかれているため変わらない。
	食料品製造業(経営者)	・先月より良くなったものの、業績は昨年並みで、全体としては厳しい売上状況にあることに変わりはない。景気回復への期待はあるが、納入先の集客見通しはいまだに悲観的で、業績を押し上げる程のものではない。
	窯業・土石製品製造業(経営者)	・焼き物業界は、夏場に数量が少なくなる傾向にある。商品が若者向けに変わってきているような傾向がある。
	鉄鋼業(経営者)	・3月に受注量が減少し消費税増税の影響ではないかと心配したが、4月に入って受注量が回復しその後も大きな落ち込みがない。受注した建築物には共同住宅が数多くあり、鉄筋需要の支えになっている。
	一般機械器具製造業(経営者)	・来月の予定がつかめない状態なので、2~3か月先の予測は非常に難しい状態である。我々としては、少し滑り出すのではないかと期待しているが、何とも言えない。2~3か月前の状態がしばらく続き、各ユーザーは様子見の状態となる。
	一般機械器具製造業(経営者)	・季節変動を含め、今後も順調に売上は維持できる予定である。
	電気機械器具製造業(経営者)	・悪くはならないかもしれないが、良くもならないということで、経営に対しては非常に厳しい状況である。新しい仕事を開発するにも厳しい状態だ。
	輸送用機械器具製造業(営業担当)	・3か月内示を確認しても、当初の生産計画数に対して大きな変動はない。
	輸送業(総務担当)	・荷動きの悪い状態が続いており、すぐに良くなるようなことはない。
	金融業(従業員)	・海外景気の先行きに不安を抱く先が増加している。一方、雇用環境の好転により給与支給額が増加傾向にあり、消費税増税による駆け込み需要の反動減も比較的短期間で解消すると見込む先が多い。
	金融業(営業担当)	・建設業関連は好調さを持続するが、消費者に直結している小売業は苦戦する。各業種、売上高が増加しても人手不足を補うコストがかかるため、今後、景気が良くなるとは考え難い。
	不動産業(従業員)	・賃貸オフィスの空室率が横ばい傾向にあり、今後もその状態が続く。
	経営コンサルタント	・消費税増税に伴い、新しいコンサル契約を結ぶにはかなり難しい面がある。また、取引先は守りの姿勢が強い。
経営コンサルタント (代表取締役)	・取引先と景気について情報交換した際、良くなる、あるいは悪くなるという話をほとんど聞かず、大きな変化の兆候がみられない。	
その他サービス業[物 品リース](支社長)	・消費税増税後2か月経過したが、最近、増税を実感することが多い。多少収入が増加する可能性はあるが、必要最低限の物しか購入しない。	
やや悪くなる	農林水産業(従業者)	・牛や豚などの畜産物の販売はなかなか厳しい状況である。
	食料品製造業(経営者)	・7~8月にかけては原料が完全な端境期になるので、減産は仕方ない。
	繊維工業(営業担当)	・取引先の経費削減がどの地点で収まるのか心配である。下請に良い方向には決して動かない。
	輸送業(総務)	・通常5~6月は良くない月だが、消費税増税の影響もあり物量が期待できない。
悪くなる	広告代理店(従業員)	・5月の新聞折込チラシの受注金額は、4月に引き続き前年同月比88%と消費税増税の影響を受け、すべての業種が前年比を下回る異常な状態である。消費マインドは完全に低下しているが底を打った感じがしない。どれくらい続くのか耐えるしかない状況である。日本銀行の追加措置が待たれる。
	その他サービス業[設 計事務所](代表取締 役)	・現在、発注が多い福祉の業務は今年度限りで、来年度は予定されていない。今後は、発注が激減し、受注が減ることが予想される。市町村から発注される業務は他に考えられないため、景気は悪くなることが予想される。
雇用	良くなる	-

関連 (九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・社会全体が単価アップの方向に動いており、前年同様の施行件数でも売上増加に繋がっている。夏の賞与アップという報道もあるので、このまま順調に消費が伸びていくと予想する。	
		人材派遣会社（社員）	・中元時期に入るので、受発注関係で若干雇用が生まれる。既存の顧客からも早めに注文がきている。	
		人材派遣会社（営業）	・建設、IT、医療関連を中心とした求人数の伸び、及びそれに関連した各分野の求人数の伸びに基づいて判断すると、やや良くなる。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・福岡はサービス産業の都市なので、人手不足が経営上一番の問題である。それを解消する動きが秋口には出始めると期待している。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響が弱まる。	
		職業安定所（職業相談）	・求人数は増加傾向、求職者数は減少傾向のため、有効求人倍率は引き続き上昇する。	
		民間職業紹介機関（社員）	・求人数が増加傾向にある。一時的なものか不明であるが、「終了者の後任不要」の依頼が「後任希望」へシフトしている。	
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2015年卒業予定学生への求人数の伸びがやや鈍化しているが、今月下旬から来月以降にかけて、中堅企業の採用活動が活発化していくことが予想される。	
		変わらない	人材派遣会社（社員）	・首都圏はかなり求人の動きがあるようだが、福岡は落ち着いている。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人手不足などで医療、教育に加え飲食、流通関連の求人が増えてきている。消費税増税の影響は思ったより少ないようだが、このような雇用形態の変化が景気につながるかは未知数である。
新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元企業へのヒアリングの結果、2015年の新卒採用は例年に比べ採用数も増やすところが多く、採用の動きも早まっているようだ。			
職業安定所（職員）	・景況感は継続するが、消費税増税の影響もあり、しばらくはあまり変わらない。			
職業安定所（職員）	・企業が消費税増税の影響を見極めている状況が続くと考えられる。また、設備投資を積極的に行うなど、企業活動を拡充する事業所は少ない。			
職業安定所（職員）	・新規求人はやや増加傾向がみられ、人出不足の業種も出てきている。また、新規求職者数の減少傾向は変わらない。有効求人倍率も高止まりで推移していく。			
民間職業紹介機関（支店長）	・人材の需要が、前年同時期とほとんど変わらない。減少していないが増加もしていない。			
学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業へのヒアリングから、人材ニーズに大きな変化はない。			
	やや悪くなる	-	-	
	悪くなる	-	-	