

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）	・実需期である観光シーズンに入るので、人の動きが良くなってきて購買につながる。
		商店街（代表者）	・消費税増税後の影響も少なくなるので、2～3か月後にはきっと良くなる。
		商店街（代表者）	・通年通り、お盆を過ぎると売上が上昇する。季節的なものもあり、キャンペーンを打ち出す企業が増えるため、製造業の増加が見込める。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の影響が緩和される。
		百貨店（販売促進担当）	・大々的なリニューアルを計画しており、来店客増を見込んでいる。
		百貨店（企画）	・今月が悪かった反動で良くなることを期待したい。
		スーパー（店長）	・このまま暑さが続けば季節商材の動きが良くなる。ただし、生鮮品の高騰が買い控えにつながるか、単価増に傾くかは読みづらいところである。
		スーパー（店長）	・消費税増税後、毎月確実に右肩上がりで上昇しているので下期も上昇する。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・競合店ができてちょうど1年になるので、前年と比較すると大分回復する。天候もこのまま暑い日が続くと、冷たい飲み物や氷菓、アイスクリーム等が売れ続けるので、全体的に言えば前年よりも少しは回復してくる。
		コンビニ（販売促進担当）	・例年の夏と比べてボーナスが若干上がった状況のなかで、購買意欲も若干上向きそうだ。
		家電量販店（店員）	・7月ボーナス商戦の状況を見ると、消費税増税前の買込めの影響がなくなったと考える。8～10月に関しては若干プラスで推移する。
		家電量販店（総務担当）	・地域がら賞与の支給が遅いため、8月後半までは需要が期待できる。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税の影響も和らぎ、徐々に回復へと向かう。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリンの単価が上がり、燃費の良い車にしようという客の声をよく聞く。
		乗用車販売店（総務担当）	・9～10月の秋の増販期に入る。消費税増税の反動減もなくなり新車販売台数が上向く。
		住関連専門店（店長）	・今年の夏は猛暑が続いており、明確な購買動機がないと外出を控えるようで、来客数に影響が出ている。2～3か月後は気候が良くなるので、来店客数も増えてくる。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・暑さが尋常ではないので、例年以上に外出を控える人が増える。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・エルニーニョの影響も今のところなく、梅雨明けも平年並みとなり、盛夏物を中心に動き出している。昨年より梅雨明けが遅れた分、これから取り返しができる。
		都市型ホテル（販売担当）	・予約の段階で8月はやや良い傾向にある。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門では個人商品の販売が好調に推移しており、若干ではあるが単価も上昇傾向にある。		
ゴルフ場（従業員）	・人手不足であったが採用できるような状態になり、客の増加に対応できるような体制も徐々に整えられる。売上も見込めるので明るい材料になっている。		
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）	・診療報酬改定から半年が経過するため、負担増感も緩やかになる。秋口に向かい、退院等により利用者増や利用回数増が期待できる。		
変わらない	商店街（代表者）	・例年8月は年間で一番売上が非常に低迷する月である。	
	商店街（代表者）	・3か月先は秋物の需要を期待しているが、消費税率の問題が再燃するであろうことから、消費者の動向は非常に読みづらくなっている。町を挙げてのイベントを開催しても来客数の増加は一過性であり、地方の中心商店街は苦境が続く。	
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・魚の状態が良い時期に入るので、売れることに期待を込めている。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・7月よりは涼しくなるので、ギフト用の生花需要は少し見込めるが安定しない。安定的な納品先、顧客を頑張って見つけないとかなり厳しくなる。	

百貨店（営業担当）	・クレジット催事効果もあり、家電、特選食器が好調である。また、自家需要の快眠ショップ、精肉・鮮魚など食品は堅調である。お中元ギフトは、猛暑等で店頭ギフトセンターが苦戦しているが、通販ギフト・ゆうパックギフト・インターネットの店外受注が伸びている。単価は維持しているものの、お届け件数の絞り込みでの受注減がある。堅調な自家需要から、秋の紳士・婦人衣料定価品への需要喚起が見込める。また、クレジット新規会員の募集も好調で波及効果が期待できる。
百貨店（店舗事業計画部）	・秋物も冬物も短いピークに商戦が集中しており、端境期となる10月は厳しい見込みである。
百貨店（営業統括）	・消費税増税前の購買量に戻っていない。特に、化粧品等で回復の兆しがみえてこない。
百貨店（業務担当）	・必要なものについては決して動きが悪いわけではないが、消費購買欲が高まっているという客もいない。必要なものだけ、必要な時に買うという動きはしばらく変わらない。
スーパー（経営者）	・賞与等が思うように伸びていない。
スーパー（店長）	・雇用等の問題を含め、将来に向けての不安が払しょくされない限り、景気は好転しない。競合店の出店などにより、競争がますます厳しくなると予想される。
スーパー（店長）	・今後、販売量が増えることはない。8月はお盆の時期になるが、販売量が伸びきっていない状況なのであまり変わらない。
スーパー（総務担当）	・消費税増税後も、食料品を中心に昨年を若干上回っている状況が続いている。一方、衣料品・住居用品はかなり流動的な状況にある。
スーパー（総務担当）	・来年、さらに消費税が増税されれば、消費マインドは更に悪化すると懸念される。小売企業にとって客数確保は生命線であるが、イベントやセール等の集客コストと客数がマッチせず、収益が悪化している。
スーパー（経理担当）	・消費税増税の影響がほぼ収束し、この傾向が続く。
スーパー（業務担当）	・衣食住すべての部門において、例年と大差なく販売動向トレンドは推移しているが、原価の高騰により値上がりした商品群は、加工食品や紙類をはじめとして動きが鈍い。
スーパー（統括者）	・消費税増税の影響なのかは分からないが、業界的にあまり良くない状況にある。
衣料品専門店（店長）	・先月と今月、商店街イベントやスタンプシールのイベントを開催しているが、来店客数が少ない。
衣料品専門店（店長）	・良くもなく悪くもなく、落ち着いた。
衣料品専門店（店員）	・売上は前年並みが続いているが、客の話題には旅行や観劇の予定などが増えてきている。
衣料品専門店（取締役）	・10月は実需期に入る。春、夏物よりも単価の高い秋物に対して、消費税増税の影響で顧客がどのような購買行動をとるか判断つかない。
衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税の影響は相当強く出ている。大企業においては7月のボーナス、ベースアップ等かなり実施されているが、地方の中小企業においてはほとんど増加していない。消費税増税の悪影響のみが出ている。今後も改善される見通しはほとんどない。
衣料品専門店（チーフ）	・2～3か月後は秋冬物の新作が入ってくる。秋冬のほうが単価が高く買い控えが増えるなか、客数も減少しつつあるため、かなり厳しい状況を迎える。
家電量販店（店員）	・ようやく暑くなりエアコンが非常に売れており、前年の売上もクリアしている。ただ、黒物家電であるテレビやOA機器、パソコンが伸び悩んでいる。エアコンのピークが過ぎると、今以上の売上は期待できない。
住関連専門店（経営者）	・置き家具の売上は、消費税増税前の水準に戻っていない。夏場を過ぎて、秋からの需要に期待したい。
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・販売量自体は若干の増加が見受けられたが、従来からの固定客が目立つ。新たな客と離れる客は同じくらいの割合なので、2～3か月先の売上は、横ばいの状態と推測する。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・夏休みなどで当地を訪問した自動車利用のファミリー顧客、なじみの地元顧客の話から、安近短ではあるが、自動車旅行を楽しむ様子がうかがえる。また、秋の行楽シーズンの連休に旅行を計画している人もおり、今後の燃料油需要に期待したい。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・お中元購入の件数は昨年と変わらないが、単価が下がってきている。

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] (統括者)	・電気料金やガソリン、食品関連の値上げなどで、衣料品の消費が落ちている。ただし、外国人観光客の集客が望める施設では来場者増、売上増であり、インバウンド効果が出ている。
高級レストラン (専務)	・自然災害や暑さの影響で人が出歩かず、客数が減っている。
高級レストラン (支配人)	・数か月先の予約数をみる限り、変わらない様子である。
居酒屋 (経営者)	・長期間景気低迷が続いているので、簡単には回復しない。
観光ホテル (総務)	・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)	・今月同様、11月ごろまではイベント、学会等の動きが活発で、週末は宿泊が一切取れない状況である。
旅行代理店 (従業員)	・夏休みの国内旅行は近場の宿泊やU S J 人気に関西などが好調で、前年をやや上回っている。海外はハワイの減便が大きく影響し、前年を下回っている。
タクシー運転手	・景気上昇と下降それぞれの要因があるため、当面は変化が少ない。
タクシー運転手	・今年は自家用車、レンタカーの利用が特に多い。
タクシー運転手	・会社関係の予約状況は大変良いが、一般客の稼働がどうか分からない。
通信会社 (営業担当)	・行政が広域W i - F i の整備などを通じて観光客誘致を進めているが、それ以外の部分でマイナス要素が多い。
通信会社 (総務局)	・当社の販売形式は直販ではなく代理店制を取っており、夏休み・お盆等により動きが鈍くなるため良くなることは考えにくい。
美容室 (経営者)	・秋口のおしゃれシーズンになるので、顧客の気持ちが少し変わって商品が動く。消費税増税後、客の購買意欲は上がっていない。次の消費税増税が控えているため、さらに購買意欲が低下する。
住宅販売会社 (従業員)	・不動産業の宅地分譲と注文住宅請負は、客の出足があまり良くない。次の消費税増税を控えているが住宅取得の緩和策が出るため、駆け込み需要はない。高額商品の買い控えが出ているようだ。
住宅販売会社 (従業員)	・4～6月の月平均契約棟数と7月が同数のため、この傾向が秋口まで続く。
住宅販売会社 (代表)	・次の消費税増税が消費者の頭にあるので、住宅の新築、リフォーム等はこれから1年間、駆け込み需要で受注が増える。
やや悪くなる	<p>商店街 (代表者)</p> <p>・消費税増税が購買欲に影を落としている。都心部や現役世代の消費は若干持ち直していると報道されているが、年金生活者については所得が減る一方で、物価の値上がりで購買力が落ちるのは当然の成り行きである。</p> <p>一般小売店 [青果] (店長)</p> <p>・例年、暑くなると地元の野菜が少なくなるため、県外の商品を中心に販売していくことになる。物量も少ないということで、ここ3か月位はかなり厳しい状況が続く。</p> <p>一般小売店 [精肉] (店員)</p> <p>・得意先が閉店するので、やや悪くなる。</p> <p>一般小売店 [茶] (販売・事務)</p> <p>・客は消費税増税にも慣れてきているようだが、高価な商品はしっかり検討してからでないと購入しない。</p> <p>百貨店 (売場担当)</p> <p>・付近に新たな商業施設が9月中旬にオープンする。当百貨店と競争するような品ぞろえをしてくるので、売上は前年をキープするか、もしくは前年割れが続く可能性がある。他の店舗では、近くにスーパーより少し大きい商業施設ができ、食品関係は若干影響を受けている。9月以降についても単価はそこまで落ちないが、購買客数及び入店客数の減少が懸念される。</p> <p>スーパー (店長)</p> <p>・衣料品はかなり苦戦しており、この状況が8月も続く。食料品は、野菜の相場が安いために青果の売上が厳しい。ギフトは昨年よりかなり売上が落ちており、前年比80%位で推移している。消費税増税後、耐久商材の動きはかなり良くなっており、住まい関連用品は前年比110%位で推移している。</p> <p>コンビニ (店長)</p> <p>・今年の夏は例年に比べて気温が低くなりそうなので、売上が下がると予測する。</p> <p>一般レストラン (経営者)</p> <p>・若干ではあるが客数や客単価が下降気味であるため、決して良くなっていない。</p> <p>観光型ホテル (スタッフ)</p> <p>・売上のベースとなる披露宴の問い合わせが、少し減少している。</p> <p>タクシー運転手</p> <p>・平日夜の歓楽街は、サラリーマンが少なくなっている。客が少なくなっているため、消費税増税が影響し落ち込みが顕著になっている。</p> <p>通信会社 (企画担当)</p> <p>・市場が飽和気味で顧客獲得競争が激しく、企業間競争における打開策が見いだせていない。</p>

		競馬場（職員）	・前年比でみると来客数が芳しくない状況が続いている。
		美容室（経営者）	・客からあまり良い話を聞かない。
		理容室（経営者）	・気温の上昇による来店間隔の短縮で来客数が増え、少し良くなっている。10～11月になると少し落ち着き、お正月前にならないと来客数は増えない。
		音楽教室（管理担当）	・受験期にはいるので、やめる生徒が出てくる。
		設計事務所（所長）	・売上が伸びない。消費税が更に上がることで皆ちゅうちよし、建て控えているようだ。このままでは売上が落ちて、景気はやや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・手持ち資料が先月に比べて減っている。2～3か月後に今の結果が出るので、やや悪くなると判断する。
		設計事務所（代表）	・原材料費、施工費が上がっている。
	悪くなる	高級レストラン（経営者）	・8～10月の暑い時期、まだまだ客は動かない。当店のような企業相手の割烹料亭は、暑い時期に動きがない。フグが出だす9～10月の少し涼しくなった頃に一般客が動くようになる。2～3か月先はまだ悪いと判断する。
企業 動向 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（経営者）	・現時点では受注が比較的好調である。季節的に繁忙期に入っていくため、やや良くなる。
		家具製造業（従業員）	・東京オリンピックを控え、ホテルや飲食店の出店や着工が増えている。インフラ整備も進み、新しく建設される駅周辺の再開発などの物件情報が多く入っている。このまま伸びていくのは間違いない。
		鉄鋼業（経営者）	・4月に受注した物件の納期は7月ごろまでのものが大半である。秋口以降に着工となる建築物件の交渉は、夏場から始まる見込みである。そのため、徐々に引き合いが出てきている。
		金属製品製造業（事業統括）	・人手不足にて工程遅延が多発しているものの、案件数は増加傾向にある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・夏が過ぎて秋口になると景気の状態は若干上向きになる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いや見積等の連絡が徐々に増えてきており、今後仕事量が増える。
		電気機械器具製造業（経営者）	・他方本願では中小企業にとっては対応できない時代がきているので、自力でなんとか乗り切っていく気構えを全社で作りつつあるところである。
		電気機械器具製造業（取締役）	・仕事量が増加し、社内で人員採用の希望が出てきている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産量が増加する。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・相場の不安定さはあるが、取引先の増産体制は変わらず安定しているので期待が持てる。
		通信業（経理担当）	・消費税増税による影響が沈静化し、株価も動き出した。
		金融業（従業員）	・海外経済の先行きにやや懸念を抱く先もあるが、中国など海外からの観光客は増加してきている。また、夏季賞与が増加するなど、所得環境が好転してきており、自動車の販売も回復傾向を示している。
		経営コンサルタント（社員）	・商品の流通が活発になってきている。
変わらない		農林水産業（経営者）	・円安傾向で輸入物もあまり入ってこなくなっているのに加え、国内生産はあまり増えそうにはない。若干の上下はあるかもしれないが、秋口から年末までは今の状況が続く。特に秋口は冷食メーカーにとっては年末の需要に合わせた生産期であるので、より一層引き合いが出てくる。
		農林水産業（営業）	・供給量が増えず、需要の一部をカバーできていない。
		食料品製造業（経営者）	・先月やや持ち直したかみにみえたが、今月は昨年と比較して業績がやや振るわなかった。景気が好転する材料に欠けており、地方の景気回復の兆しは一部を除いて不透明である。当分現状維持で推移する。
		化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気の影響をあまり受けない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・秋口の新商品も徐々に決まっているが、ガス、電気、石油製品等の原材料の値上げで、内部的な収益をプラスにすることが難しい。
		精密機械器具製造業（従業員）	・これまでは夏場に向けて、エアコン等の半導体部品の受注が増産となっていたが、今後の計画が見直されている。
		建設業（社員）	・官公庁の発注が第2四半期、第3四半期に集中するが、前年度の忙しさに比べると明らかに工事量は少なくなっている。業者として早期の発注を期待する。
輸送業（総務）	・毎年お盆前の駆け込み需要はあるが、年々減ってきている。		

	通信業（職員）	・顧客の省エネ意識は高くなっているが、初期投資と回収年数を考慮して断念するケースが多く、なかなか受注に至らない。	
	金融業（営業）	・現在の比較的高い水準での設備投資意欲は、当面続くと考える。現在より良くなるが、景気はまずまず良くなると考える。	
	金融業（営業担当）	・建設業における人件費上昇や物販の不振が、中小企業経営者の不安材料となっている。今後も景気は変わらないものと考えられる。	
	金融業（調査担当）	・景気回復の足取りは続いている。設備投資の需資が拡大すれば、景気判断を上方修正したい。	
	不動産業（従業員）	・賃貸物件の入居状況が横ばいに推移しており、今後も継続する。	
	広告代理店（従業員）	・消費税増税以後、新聞折込チラシの累計受注枚数は、前年比95%と5ポイント下がったままである。7月の受注額・枚数も前年同月比95%で、そろそろ回復してもよい時期であるが変わらない。	
	広告代理店（従業員） 経営コンサルタント	・今期に入って広告数はずっと前年割れ状態である。	
	経営コンサルタント （代表取締役）	・新しい事業に取り組むよりも、現状維持、改善、コスト削減に力を注ぐ企業が多い。	
	経営コンサルタント （代表取締役）	・落ち込みの要因が明確にできないので、解決の方法を見つけるのが難しい。案件の落ち込みは前年比2～3%程度であるが、収益、利益に影響があるので、8月がこの調子だと非常に苦しい。	
	その他サービス業〔物 品リース〕（支社長）	・取引先の様子から、受注活動は比較的好調に推移している。身の回りでは、消費税増税前に家や車を買換えた人が多く、大きな買物はないかもしれないが、飲食する機会は増加しており、少し消費が向上している。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・お中元商戦は序盤ではあるが消費税増税等が影響し、動きが悪い。	
	繊維工業（営業担当）	・受注量は特に変わらないが、運賃の上昇への処置・対策ができない場合は悪くなる。弊社では、取引先も巻き込んで対応できそうだが、同業者は大変困っている。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・取引先の8月の稼働日からすると、余裕を持たせるために翌月へ回される可能性が高い。	
	建設業（従業員）	・見積案件が少ない。職人不足で受注したとしても、工期に間に合わせる事が難しくなっている。そのため、受注に結びつくことが厳しくなっている。	
	輸送業（総務担当）	・円安が続いており、円高になるまではあまり良くならない。	
悪くなる	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・現在、高齢者、障がい者、児童などの福祉に関する調査の指定年度が同じため、調査の発注量が多くなっているが、次年度、これらの調査はないため、極端に仕事が減ると予想される。	
雇用 関連 (九州)	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・雇用が売手市場になっても、人材を見極める企業は、単に職を探している人は雇用しない。売り手市場に踊らされて、中小企業が人員の確保に走っているが、中身の無い雇用になってしまう。
変わらない	職業安定所（職員）	・消費税増税後、企業に特段の影響は見受けられない。人手不足の業種では、雇用を促進するために、賃金等労働条件を改善しようとする動きがみられる。	
	職業安定所（職業相談）	・求人数は引き続き増加傾向にあり、求職者数も引き続き減少している。また、新規高卒求人も昨年度より出足が良い。	
	人材派遣会社（社員）	・応募者数、注文数ともに少なくなり、いつ回復するか分からない。10月ごろになれば、お歳暮対応の注文が出てくるが、現段階では客も何とも言えない様子である。	
	求人情報誌製作会社（編集者）	・アルバイト・パートの賃金も徐々に上がり、地元企業の採用は一段と厳しくなっている。労務倒産も考えられる。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・車、電機などの大手製造業の求人が増えておらず、新聞での求人も増える兆しはまだみえてこない。	
	職業安定所（職員）	・新規求職者数が減少し、新規求人が増加する傾向はまだ続くとみられる。月間有効求人倍率は当分0.8～0.9倍台を推移していく。	
	職業安定所（職員）	・消費の堅調傾向は維持されるが、製造業において、原材料の高騰、燃料費の高騰等の懸念材料が聞かれる。	
民間職業紹介機関（社員）	・夏場は依頼が減少する時期であり、現在、イベント特需も大きな案件は入ってきていない。官公庁の就職支援事業の案件に期待している。		
民間職業紹介機関（支店長）	・景気回復に人材需要が連動していない状況が続いている。第1四半期の実績は、前年同期比1～2%程度の増加にとどまっている。		

	学校 [専門学校] (就職担当)	・求人に関しては、更に良くなる要素が見当たらない。
	学校 [大学] (就職支援業務)	・現在企業は、採用活動を終了すべく活動を活発化しているため、10月ごろはある程度落ち着いた状況となっていると予想される。
やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—