

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	○	○	○
	良くなる	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が増加している。取扱品目のなかで昨年までは苦戦していた旅行鞆等の品目が売上増加に寄与した。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・運動会やキャンペーン、祭などイベント関連が増えてきたため、印刷業務が増えた。
		百貨店（企画）	販売量の動き	・身の回り品を中心に、秋物商品が順調に売れている。入店客数も月中盤から増えている。
		百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・来店客数は、店舗によっては前年を超える実績で推移しているが、客単価は低下傾向である。そのため、来店客数の伸びに売上が追いついていない。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・食料品を中心に、身の回り品は今月も順調に回復している。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税後の落ち込みと比較すると、今月は、決算月で受注量がアップしている。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・昨年同期比で、来店客数がわずかに増えている。それに伴って購買量も若干増えている。
		居酒屋（経営者）	来客数の動き	・夜の早い時間は少し人通りも多くなってきた。しかし、2次会、3次会の時間になるとかなり人が少ない。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・長崎は国体の開催で宿泊予約が伸びている。レストラン・宴会も順調に推移している。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・観光地である当地では、海外客が徐々に増えている。新幹線開通から3年目を迎え、県外客、特に会社関連のコンペ等が増えている。地元客よりも、都市部、海外からの来客で少しずつ戻っている。
	ゴルフ場（支配人）	それ以外	・当社関連会社において、一時的ではあるが、受注工事量が増加している。	
	美容室（店長）	単価の動き	・着物を着る機会が増えて客単価が良くなっている。	
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・天候の影響か、人通りが極端に少ない日が目立った。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・例年であれば、9月の敬老月間は年配者の来店が多いが、今年はかなり少なく、その分売上も減少している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街ではなく、コンビニエンスストアやスーパー等で客が買物を楽しむ姿を目にした。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・とにかく来客が少ない。朝晩少し涼しくなったのでいくらか良くなる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・少し涼しくなってギフト用の花が増えてきた。月末は退職者向けの花束注文が結構多かった。これからギフト関係の花束の消費が伸びる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・涼しくなり来店数は少し増加しているが単価は低い。消費税増税前の方が上回っていた。消費税増税はかなりこたえとの客の声も聞く。近隣では、増税後の廃業が多く、テナント募集の看板をよく見る。
百貨店（総務担当）		販売量の動き	・アパレルを中心に秋物の動きが回復すべき時期ではあるが、全体的に動きが鈍く前年売上を確保できていないテナントが少ない。また、高額商品を取り扱うテナントでは、消費税増税の影響はなくなったが、購買意欲を高めるヒット商品も見当たらず、全体的に活気がない。	
百貨店（業務担当）		お客様の様子	・今年は少し涼しくなるのが早かったため、秋物商材の動きに期待を持っていたが、客は購入を先延ばすことが多い。必要なものを必要なタイミングで買うという慎重さは変わっていない。	
百貨店（売場担当）		競争相手の様子	・関連店と当店の売上の見通しは、前年同月比で93～110%となっている。当店の客単価だけを見ると、非食品が同106%、食品が同101%となっている。購買客数がかかなり落ち込んでおり、衣料関係が同95%、家庭用品が同80%、食料品が同94%となっている。	
百貨店（店舗事業計画部）		お客様の様子	・8月が涼しく秋物が例年になく早目に動き出したので、衣料品は徐々に復調するかと期待した。しかし、9月は平年並みの気候で動きが鈍り、結果的に8月に前倒して売れただけだった。客が気温変化に対して敏感に反応している傾向が顕著に見られる。	

百貨店（営業統括）	お客様の様子	・消費税増税から半年が経つが、高額所得者以外の購買が戻っていない。特に婦人高齢層において戻っていない。来客数、来店回数、購買額、単価のすべてにマイナス基調となっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・天候の影響もあるが、生鮮食品では価格上昇に見合った売上の増加がない。価格に対する客の慎重さが散見される。商品全般に値上げの傾向が強く、今後、状況は厳しくなると予想している。
スーパー（店長）	単価の動き	・売上は既存店ベースで若干前年割れしている。ただし、生鮮の鶏肉は相変わらず相場高で、売上が好調に推移している。生鮮食品の強化により、客単価は上昇しているが客数は減少している。
スーパー（店長）	お客様の様子	・客数、客単価はあまり変わらないが、買上点数は増えている。安い商品の購入が非常に多くなっている。一方、高額商品は売れていない。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・長雨、日照不足で夏が終わり、秋への移行が早過ぎて、夏、秋の商材とも売行きが中途半端である。長雨による野菜高騰も消費に水を差している。
スーパー（業務担当）	販売量の動き	・婦人服等の秋物衣料の動向は若干上向いているが、青果の価格高騰と品薄はずっと続いており、食料品全般の販売点数が伸びない。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・当社では消費税を内税で価格表示しているが、他社は外税で表示しているため、見かけは当社よりも価格が安くなっている。それに対して、敏感に反応する程、客の消費マインドが厳しくなっている。
コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月の売上は、量販店が前年比で102.9%、ローカルスーパーが同106.8%、コンビニエンスストアの販売数量が落ちた分を量販店、ローカルスーパーが何とかカバーし、ほぼ横ばいだが前年を達成した。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・相変わらず客の出足が悪い。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・今月は、高額品をまとめて買う客と、単価が高くないものを吟味する客の二極化が見られた。
衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・当社の主力部門であるミセスの比較的高額な商品において、消費税増税後、価格に対する客の反応が非常にシビアになっている。今まで2点のまとめ買いをしていた客が、1点で終わるケースも増えている。
家電量販店（店員）	販売量の動き	家電は、消費税増税の影響がほぼなくなってきた。ただし、今月は天候が極端に悪く、台風の影響もあり、景気のよし悪しの判断がつけられない。
家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・天候不順による夏物の不振の影響を引きずっている。来客数が減少したままである。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・9月の新車販売台数は前年比、前々年比共に90%弱と低迷している。消費税増税後の反動減の影響は解消しているが、景気回復の足取りは重い。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・今前半は消費税増税の影響なのか売上が低迷したが、後半は各イベントへの参加やキャンペーンが順調で、前年同月の売上を達成できた。
その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（統括）	販売量の動き	・燃料油のうちガソリンの小売価格は、高止まりから下げ基調に推移してきている。燃料油の販売数量は前年と比較すると、定額・定量購入等やや節約傾向がみられたが、大幅な変化はない。
その他小売 〔ショッピングセンター〕（広報担当）	販売量の動き	・秋物衣料は堅調に推移しているが、食品や日用品の動きが悪い。購入頻度や購入先を吟味する客の動きがみられる。特に、セールやポイント付与のタイミングなどにあわせた購入が顕著である。
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）	販売量の動き	・消費税増税による駆け込み需要の反動は回復しつつある。既存店ベースで前年売上をギリギリ確保できている。さらにインバウンドが増加しており、好調な施設は前年売上を上回ることができている。
高級レストラン（専務）	来客数の動き	・暑さや台風などの影響で、売上が思ったより伸びない。
都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・昨年同月比で客数や販売量に変化はない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前と比べて、景気回復の勢いはあるものの良くなっているという実感はまだまだない。
都市型ホテル（副支配人）	単価の動き	・販売量は3か月前から非常に良い。最近2～3か月間、博多駅周辺すべてのホテルで単価が上がっている状況である。

旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・夏休み以降、旅行客は前年をやや下回った状況が続いている。出張利用は活発であるが、レジャー利用が弱い。	
旅行代理店（企画）	販売量の動き	・国内旅行は前年並みで推移しているが、海外旅行が不振となっている。円安と海外の情勢不安が影響していると考える。	
タクシー運転手	お客様の様子	・月初めからタクシーの動きが悪く、月末で少しは盛り返したが、大したことはなかった。	
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は国体が開催されたのでいくらか良かったが、夜の動きが悪い。	
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は県外からの客の予約が多く、間近になって予約が入るなど稼働が大変良かった。ただし、夜の繁華街の客は今一つだった。	
通信会社（営業）	販売量の動き	・3か月前は契約獲得キャンペーンを実施しており、今月は契約通常販売月であった。そのため、比較の困難などではあるが、獲得キャンペーン時も今月も目標を達成しており、達成率においても大きな差異がない。	
通信会社（企画担当）	販売量の動き	・売上の増減がほとんどない。	
通信会社（営業担当）	それ以外	・景気が上向く要素が何も見当たらない。	
美容室（経営者）	来客数の動き	・以前は、9～10月に秋の運動会等イベントがあったが、最近では春に移行してしまった。景気の良い話しは聞かないし、客も激減してる。	
美容室（経営者）	販売量の動き	・末端では景気回復を実感できない。消費税増税後、客はなかなか動いてないようだ。大手企業の業績は良く上がっているが、円安やメーカーの値上げなどで販売が悪くなっている。	
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）	来客数の動き	・医療報酬改定及び消費税増税による負担増の影響が出た。顧客減及び利用回数抑制がまだ続いている。	
住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・分譲マンションと土地の分譲への問い合わせはあるが、成約に結びつくものが少ないので、あまり良くない。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の中心を占める高齢者は年金生活のため、新たに物を買おうという動きがない。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・夏場から不安定な天候が続いており、消費行動に影響が出ている。秋らしい日が数日続いても売上に結びつかない。
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・客の買上単価は、今月が特に低下しており、来客数ともに3か月連続で前年割れとなっている。商品別の売上は、紳士服用品が持ち直し、婦人用品では前年を確保しているが、主力の婦人服が前年に届かない。一方、デイリー食品は持ち直し、特選食品、精肉、生鮮ギフトは勢いが戻ってきた。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・8月は天候の影響が多少あったが、9月は別の要素で買い控えが起きている。超富裕層の消費動向は変わっていないが、一般層は、安くてもなかなか買わない、必要な物しか買わないという傾向が顕著にみえるようになった。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・気候変動による野菜の高騰や、消費税増税による高額商品の販売量の低下など、マイナス要因が多い。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・競合店の進出もあるが、青果、生肉、生鮮食料品の動きが昨年と比べて苦戦している。特に青果は、相場高で比較的売上が良いと思われがちだが、現状は厳しい。青果と食料雑貨の特売商品が売れない。
	スーパー（統括者）	販売量の動き	・既存店の売上が、前年比及び3か月前よりも悪くなっている。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客単価は前年と同水準であるが、天候不順で客足が鈍く、来客数は前年を大幅に下回った。競合店がひしめいているため客離れが大きな原因である。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・今月は客足が鈍い。雨が長く、出かける気分ではないようだ。
	衣料品専門店（チーフ）	お客様の様子	・前年比で来客数が減少している。消費税増税により客単価は上がったが、客数は減少しているので、売上は前年と変わらない。

	その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕(従業員)	来客数の動き	・飛び石連休があったのにもかかわらず、天候不順で雨が多かったため、来客数が伸びない。
	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・9月は来客の波が激しく、トータルすると実績の悪い月となった。
	高級レストラン(支配人)	来客数の動き	・今月は予約数、来店数共に減少傾向にある。特に夜が減少している。
	タクシー運転手	来客数の動き	・9月は比較的さわやかな天気恵まれたが、タクシー利用は減少傾向だった。客の財布のひもは固く、人の流れも悪くなっている。
	悪くなっている	一般小売店〔青果〕(店長)	それ以外 ・野菜が例年の3～4割高と高騰しており、需要が落ち込む厳しい状況になった。
企業動向関連	良くなっている	—	—
(九州)	やや良くなっている	農林水産業(営業)	受注価格や販売価格の動き ・業界全体の動きが良くなりつつある。
		食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き ・主原料の収穫期となっているため、受注量、生産量ともに増加している。梅雨から夏にかけての天候不順の影響で、原料の質・量ともに良いとは言えないが、販売量は比較的順調であった。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き ・定番商品である量販店や百貨店向けの商品はあまり良くないが、企画商品や商社とのタイアップ商品、ブランド商品の販売の動きは良く、受注量も多くなっている。売上も前年、前月よりも良くなっている。
		金属製品製造業(事業統括)	受注価格や販売価格の動き ・上期受注分の生産に追われている状態である。受注先の建設工事は進んでいるが、職人確保が厳しい分、当社への納期要求も厳しい。
		輸送業(総務)	受注量や販売量の動き ・消費税増税の影響もなくなってきたのか、荷動きは良くなってきている。
		金融業(営業)	取引先の様子 ・製造業を中心に設備投資が好調である。関連してIT投資も増加し、雇用も順調となっている。太陽光発電関連の投資は限界に近い高水準である。
		不動産業	受注量や販売量の動き ・銀行は貸したいが良い物件がない状態である。良い物件があった場合、広告が出たらすぐに購入申込が入っている様子である。
	変わらない	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き ・今月は原料不足で計画売上を少し下回るが、一過性の現象である。来月以降は原料不足も解消し、工場生産も元に戻る見込みである。原料不足で生産量が落ちて取引先に迷惑をかけているが、商品の引き合いは相変わらず強く、特にスーパーや居酒屋関係はお盆過ぎても変わらない。
		繊維工業(営業担当)	取引先の様子 ・円安の影響もあり、中国向けの製品で東南アジアに発注できないものを日本で生産しているようで、国内工場は忙しい。しかし、物流単価の高騰が著しい。
		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受注も少なかったが、4～9月の反動減は徐々に収束している。今月の受注件数は、前年比7%増となったが、受注額は横ばいとなった。一度は緩みかけた財布のひもを再び締め直している。
		化学工業(総務担当)	それ以外 ・製品の生産量や出荷量は、引き続き堅調に推移するものと予想される。
		電気機械器具製造業(取締役)	取引先の様子 ・先月まではやや上向きであったが、電力会社の再生可能エネルギー買取保留に関する報道で、今後の動向が懸念される。
		金融業(従業員)	競争相手の様子 ・取引先の客からは、良くも悪くもなく変わらないとの声が開かれる。
		金融業(従業員)	取引先の様子 ・原材料費の値上げや人手不足などにより、経営環境の厳しさを訴える先が少なくない。一方、消費税増税前の駆け込み需要の反動減や天候不順の影響が次第に薄れてきており、公共工事も高水準で推移している。
		金融業(営業担当)	取引先の様子 ・建設業関連は受注増で好調であるが、小売業等の業種は売上が低迷している。総合的にみれば、良くも悪くもない状況が続いている。
		金融業(調査担当)	取引先の様子 ・設備投資への融資は継続中で、大きな変化はない。
		新聞社(広告担当者)	受注量や販売量の動き ・飲料や化粧品通販の広告出稿が前年比10%以上増加したが、旅行広告の落ち込みがあり、全体の売上は前年比横ばいになる見込みである。

	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・顧問先に新しい提案をしてもなかなか受け入れられない。新規事業より経費節減を重視しており、今後、売行きが伸びない限り新事業は難しいようだ。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注量は、消費税増税の影響が一段落した6月から、横ばいで推移している。8月の天候が悪く、非常に落ち込んでいたので、8月に比べると若干上昇している。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注量や問い合わせの件数に大きな変化がない。	
	その他サービス業【物品リース】（支社長）	取引先の様子	・仕事が途切れず、全体的に高止まりの顧客が多い。本業の生産設備など、これまで先延ばししてきた設備改修の話が多い。M&Aも含めた出資をしたいという話が出てきている。	
やや悪くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量がなかなか伸びない。予定よりも大幅に落ち込んでいる。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・設備の引き合いが少なく、部品加工受注も悪くなってきた。	
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・発注元の計画がすべて崩れており、なかなか生産に結びつかず大変困っている。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	競争相手の様子	・全体的に品不足となっており、仕入れ価格が高騰している。	
	建設業（社員）	競争相手の様子	・第2四半期になっても公共工事を受注していない同業者が多い。同業者からの下請で何とかつないでいる。当社も今月になってやっと受注できた。補正予算などで対応してほしい。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・荷主から預かっている貨物の動きが鈍くなっている。荷動きが少ないので在庫は少し増えてきている。	
	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・高額商品の売行きが悪い。消費者は価格で選ぶようになった。	
	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	・市町村からのコンサルタントの発注は、前倒しで公共事業を発注したことで、建設関係が現在はかなり少なくなっている。福祉関係は、高齢者、障がい者、子育てなどの調査計画の業務の発注が重なり、発注量が多い。ただし、これまで福祉に関係なかったコンサルタントが業務を請けるようになり、安く受注するところも出てきた。	
悪くなっている	○	○	○	
雇用関連	—	—	—	
(九州)	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・大型店舗の新規オープンがあったが、合同面談会には多くの求職者が集まり、早い段階で人材はそろったようだ。また、一部の製造業でも増産になり、人手が欲しいとの注文もきた。
		人材派遣会社（営業）	求職者数の動き	・相変わらず求職者の動きは活発であり、派遣、紹介を問わず人材が不足している。
		職業安定所（職員）	それ以外	・新規求人数が増となり、併せて有効求人倍率も上昇傾向にある。また、4月の消費税増税の影響が薄れつつあり、業況は上向いているとの情報提供を、企業から受けている。
		学校【大学】（就職支援業務）	採用者数の動き	・ここ数か月の統計で、学生の内定者、決定者の割合が昨年より好調で、就職活動継続中の学生は少なくなっている。
変わらない		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・前年比約170%の求人依頼が、ここ2～3か月続いている。
		新聞社【求人広告】（担当者）	求人数の動き	・有効求人倍率が飛躍的には上がっていない。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は、今年6～8月の累計が7054件で、昨年の485件減となっている。建設、医療、介護等はもちろん、製造業、飲食業、各種産業において人手不足となっている状況である。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・消費税増税による影響が依然として残っており、管内企業から、業況が良くなったとの話はあまり聞かれない。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・求人数、就職者数をみても変動はない。

	民間職業紹介機関（支店長）	雇用形態の様子	・顧客は、派遣労働者の採用よりも直接雇用を前提とした人材紹介に積極的である。労働者派遣需要は横ばいで推移しているが、パート・アルバイトの人事紹介を希望する商談が増加している。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・学校全体の求人数は、前年比約115%である。医療福祉分野や建築分野では同130%弱の求人数となっている。しかし、全体的な求人数の動きは、ここ数か月変化はなく、企業等からの聞き取りでも極端に求人を増やす状況はない。
やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・4月から継続して求人の取扱件数が前年を割っている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・製造業、流通・小売など多くの業種で求人が少なく、新聞求人広告数は前年を下回っている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・資材高騰、人手不足により、地元で建設予定のITビルの工事が大幅に延期、あるいは建設中止という話もある。人手が首都圏に集中しているため、地方は求人を出しても人手が不足している。景気の悪化に地域差が出ている。
悪くなっている	—	—	—