

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	スーパー（総務担当）	・ここ数か月と同様、売上は食料品が前年を上回り、非食品が前年を下回る傾向がしばらく続く。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の買物の様子から、今後2～3か月先の景気はやや良くなる。	
		商店街（代表者）	・一番の需要期でもあるため、気温の低下とともに購買欲が高まり、冬物商品の販売単価も上がる。	
		商店街（代表者）	・消費税の再増税が見送られ、客が少し落ち着いて、年末に買物することを期待している。	
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・こここのところ、堅調に売上が増えている。	
		スーパー（業務担当）	・年末用商材の確保は予定通りできており、客数が例年並みであれば、売り逃しに対応できる環境が整いつつある。	
		コンビニ（販売促進担当）	・12月のメインとなるクリスマスケーキは、量販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパーともに前年よりも客の予約注文が多くなっており、前年よりも販売数量が伸びる。パンは、このまま良くも悪くもなく推移するとみている。	
		家電量販店（店員）	・我々販売業は消費税増税の影響で若干落ち込みがみられたが、原油価格の低下などで製造業等が良くなると、景気が底上げされる。年末の慌ただしいときに総選挙があるが、消費の落ち込みをみてアベノミクスが間違いだったと判断するのは早計である。	
		家電量販店（従業員）	・今から暖房器具が売れ出す。	
		家電量販店（広報・IR担当）	・商戦期となり、消費税の再増税も延期され市場がある程度落ち着くとみられる。	
		乗用車販売店（従業員）	・来年4月から軽自動車税は値上げされるが、軽自動車は伸びていく。	
		乗用車販売店（総務担当）	・1月は久しぶりの新型車が発売される。来客数が増え、新車販売台数の増加が期待できる。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・店頭の客は増加傾向にある。お歳暮ギフトなど、年末はコーヒーの需要が高くなるので、売上が昨年の横ばいか、若干増える見込みである。	
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・温暖な気候が続いているため人の動きが活発になり、売行きが良くなりそうだ。	
		都市型ホテル（副支配人）	・12～1月を含めて、インバウンドの予約が非常に堅調で良い。それに加え、日本人客の単価も上昇している。	
		通信会社（営業）	・12月の年末需要及び来年2～3月にかけての移動時期の需要に期待している。	
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の再増税先送りにより、増税前の駆け込み需要は見込めなくなる。しかし、秋口から受注棟数が若干ではあるが増加傾向にあるため、大きなマイナス材料がない限り継続して増える。	
		変わらない	商店街（代表者）	・時期的な要因で、販売数量の落ち込みが予測される。また、先行きの不安から、購買客が少なくなっている。
			商店街（代表者）	・12月に総選挙が実施され、かき入れ時にも関わらず大変厳しい状況が続く。2～3か月先に、その状況が好転する材料が見つからない。
			商店街（代表者）	・12月は年末商戦で期待できる。しかし、年末から正月にかけて客の財布のひもが緩んだ反動減が1～2月に現れるので、売上はあまり期待できない。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・同業者の忘年会では、景気の悪い話ばかりが聞かれた。年明けには廃業者が多く出ると予想される。			
一般小売店〔生花〕（経営者）	・クリスマス、正月にかけて花の需要はある。年が明けるとさっぱり売れないと聞くので楽観はできないが、少しは良くなる。			
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・冬場に向かったの予想がつかない。商店街の閉店が目立つようになり、人の動きが少ないのが売上減少の要因の1つである。消費税の再増税が実施されたらお手上げである。			
百貨店（営業担当）	・友の会満会による買物券の交換・利用は、低調あるいは温存傾向が続いている。また、クレジット金利負担催事では、高額商品の分割購入が今一步少ない。お歳暮ギフトは、先行受注が好調で商品単価が上昇している。プチぜいたくの自家需要ギフトを提案し、需要の喚起を図っている。			
百貨店（営業担当）	・想定以上に消費者心理は厳しいようだ。消費税増税の影響は和らぐが、12月の総選挙が不安材料となる。総合的にみて、2～3か月はこのままの状態が続く。			
百貨店（営業統括）	・12月は繁忙期に入るものの、総選挙が歳暮ギフトの売上にマイナスに影響する可能性が大きい。			

百貨店（売場担当）	・百貨店は高齢者が多いので、気温等に左右される。近隣の競合施設にできたブランド店の売上げが好調で、当店の衣料品がかなり苦戦している。当店は、非食品の1品単価が前月比105%、客単価が同101%、食品の1品単価が同102%、客単価が同106%と上昇しているため、売上が良くなっている。ここ2～3か月は酷い状況であったが、前年に近づいている状況である。今後は、特殊要因がなければ現状を維持する。
百貨店（店舗事業計画部）	・前年度は、消費税増税前の駆け込み需要が本格化し顧客の購買意欲も高かった。今年は、高額品を含めて本当に今必要なもの以外は、客のシビアな反応が続いているので、大幅な伸びは期待しづらい。
百貨店（経営企画担当）	・直近売上は、消費税増税前の駆け込み需要の反動減や悪天候等の影響がないにもかかわらず、前年を下回っている。消費税増税は、既存顧客の購買力の低下に大きく影響しており、外国人観光客増の効果が小さい地方小売業は、厳しい状況が続く。
スーパー（経営者）	・消費税の再増税が先送りになっても、物価上昇に対する賃金上昇が見込めないため、先行き不安感から客の買い渋りがある。
スーパー（店長）	・消費税の再増税は先送りされるが、雇用問題や実質賃金の目減り等で、消費者の財布のひもは固いままだ。競合店の出店等もあり、競争はますます厳しくなると予想される。
スーパー（店長）	・現状の数値が厳しいだけに、これ以上の落ち込みはないと予想している。ただ、高齢者の増加と人口減、年金受給者の増加などを考えると、市場の絶対規模が減少していることは明らかで、従来の景気という考え方は現状に馴染まない。
スーパー（経理担当）	・消費税増税の影響から抜け出せず、次の大きな変化が読めない。
衣料品専門店（店長）	・12月には歳末大売出しイベントを開催する予定であるが、総選挙と重なるので、客の出足が悪いのではないかと危惧している。
衣料品専門店（店員）	・今年は暖冬という予報が出ているので、冬物衣料の売上が伸び悩みそうである。
衣料品専門店（取締役）	・冬物のセールも終わり、2月は商品の動きが最も鈍い時期である。ほとんどの客が、今必要な物しか買わない傾向が定着しているので、景気の上昇には期待できない。
衣料品専門店（総務担当）	・好転している経済指標もあるが、所得は増えておらず、物価は上昇している。この状況が改善されるとは思えない。
衣料品専門店（チーフ）	・2～3か月後は、冬物セール開始となり単価が下がるため、売上が増加する傾向にない。しかし、春節時期に来日する海外客を取り込めば、売上は伸びる。
家電量販店（総務担当）	・閑散期であり、人気のスマートフォン以外に来店を促進する商品が見つからない。
住関連専門店（経営者）	・一部、公共事業関連業種は大変忙しく活気があるが、置き家具業界は、消費税増税の影響が残っている。総選挙が実施され、年末にかけて景気が低迷する。また、選挙結果によっては、景気回復が遅くなる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・現在、燃料油の小売価格は高止まりから、一定の値幅内で上げ下げを繰り返している様子だ。12月の賞与支給に期待している客の様子がうかがえるため、新年に備えての高額洗車等、カーケア商品の販売に期待したい。
高級レストラン（支配人）	・半年前から来客数、客単価など変化がないため、今後もこのままである。
高級レストラン（専務）	・総選挙が実施されるので、先のことは分からない。地方はさほど良くないが、2～3年前より良くなっている。
一般レストラン（経営者）	・年末を控え、需要は増えると考え。我々飲食業は、総選挙の影響がどこまで響くか、ボーナスがどの程度見込めるかに左右される。
スナック（経営者）	・今月は、市長選挙の影響等で対前年比マイナスであったが、2～3か月先の景気への影響はない。
居酒屋（経営者）	・以前、12月に選挙が実施された際に、外食産業の売上が減ったので、今回も同様の動きになる。今後2～3か月は良くない。
都市型ホテル（販売担当）	・12～1月と選挙が続くが、あまり影響はなさそうだ。
都市型ホテル（スタッフ）	・原材料費高騰等のマイナス要因はあるものの、市内中心部再開発事業による人員の流入があるため、宿泊部門は好調に推移している。今後も上昇傾向にある。レストラン部門は夏以降、今一つ伸びきれない状況が続いている。今後の計画においても前年並みかやや下回る予測となっている。

	タクシー運転手	・年末年始は忘年会・新年会の時期だが、今年はなかなか予約が入らないという声を聞く。
	タクシー運転手	・消費税の再増税の先送りで、ある程度、景気は保たれる。
	通信会社（企画担当）	・客観的な理由はないが、販促の手を打ってもレスポンスが弱いので、変わらないと判断した。
	美容室（経営者）	・12～2月は、当業界において少し活気が出てくる時期である。しかし、客の買い控え等で11～12月は今一つ活性化せず、そのまま年末年始に入る。
	理容室（経営者）	・12月は繁忙期であるが、客の来店周期は2～3か月なので、12月に客が集中すると1～2月は来客が減るため、良い結果は出ない。
	美容室（店長）	・景気は良くならないが、年末年始に旅行しようという客の声を聞く。
	住宅販売会社（代表）	・工務店や住宅業界は、通常12～3月は減少する傾向にある。当社はイベントやモデルルームのオープンを予定し、その時期の落ち込みを回避するようにしている。そのような対策や補助金、助成金を活用できないところは厳しくなってくる。
やや悪くなる	百貨店（総務担当）	・実質所得の減少感が強く、顧客の購買意欲を高める要素が見当たらない。
	百貨店（販売促進担当）	・婦人衣料売場のリモデルを終了したが、売上は若干厳しい状況にある。
	百貨店（業務担当）	・昨年は、年末から消費税増税前の駆け込み需要による動きが始まったが、今年の動きは弱い。前年比でみると、年が明けて3月までは動きが弱いと考えられる。
	スーパー（店長）	・消費税増税の影響で、本当に必要な物だけ買う傾向が強まっている。また、青果や米の相場がかなり下がっているため、買上点数を増やして売上を上げていく。競合各社も、売上回復に努力しているが、消費税増税が一番影響しているようだ。
	スーパー（店長）	・円安等による値上げと天候不順で、今後も衣料品やし好品の動きが鈍くなる。
	スーパー（統括者）	・売上が前年に比べて悪くなっており、今後も良くなるような兆しがみられない。
	コンビニ（エリア担当）	・景気の回復がほぼなく、厳しい状況は今後も続いていく。
	コンビニ（店長）	・アベノミクスが行き詰まっている。総選挙で政治体制が不安定化する。
	コンビニ（エリア担当・店長）	・年末商戦に向けて売上は少し期待しているが、人件費が若干上昇した影響で経費が前年よりもかさんでいる。その結果、今後、利益が出ないようになっていく。
	住関連専門店（店長）	・昨年の消費税増税前の駆け込み需要の影響で、今年は、売上の前年比が大きく落ちている。力のない企業はここで競争から脱落してしまうことも考えられるほど、小売業への影響は甚大である。年度末に向けて不安が大きい。
	その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税後、アベノミクスの効果が限定的であったことが明確になりはじめている。
	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）	・賃料はこれ以上、上がる様子もないし、マイナス要素の方が多い。
	その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費者の購買行動については変わらないとみる。お歳暮ギフト、クリスマスギフトについても店舗を吟味し、よりメリットのある店舗で購入するようになる。12月14日の総選挙についても小売には逆風とみる。特にお歳暮ギフトへの影響が大きい。
	高級レストラン（経営者）	・12月の予約状況は、例年の年末よりも少ない。12月の総選挙の影響で社用の客が飲食に来なくなるので、先行き不安である。
	一般レストラン（スタッフ）	・店舗数の増加により、しばらくは全体的に減少する。
	観光型ホテル（専務）	・選挙があると、来客数が激減する。
	都市型ホテル（スタッフ）	・現在の円安水準が続くと輸入企業を中心に冷え込みが続き、消費意欲が減退していくと予想される。
	旅行代理店（従業員）	・年末年始の利用は、国内が近場の宿泊を中心に前年を上回っているが、海外が円安、近隣諸国の情勢不安の影響で前年より減少している。
	旅行代理店（企画）	・円安傾向による海外旅行の料金の高騰、ならびに海外での消費意欲の後退により、旅行の受注が低下する見込みである。燃油価格の低下の恩恵を受けるのは、3～6か月先になる見込みである。

		タクシー運転手	・物価上昇に対して給料が上がらず、年金が増えない状況であるので、財布のひもがどんどん固くなっている。
		通信会社（業務担当）	・12～1月は年末年始の商戦期となるが、今年は商品やサービスの目新しさに欠け、例年ほどの盛り上がりが見込めないことから販売台数は伸びない。
		ゴルフ場（従業員）	・ここ1年、新幹線全線開通などで地域的に景況感は上向いてきていたが、12～1月の予約が昨年より少ないことが不安材料になっている。特に地元の客が安い近隣のゴルフ場へ移行している。間近になれば予約は入ってくるだろうが、少し後退気味になっているようだ。
		競馬場（職員）	・来客数の数値が芳しくない。
		美容室（経営者）	・12月の一番の稼ぎ時に、総選挙が実施されるのは困る。
		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）	・季節要因による入院等で、利用者減が想定される。来年4月の介護報酬の動向によっては減収も推測される。
		設計事務所（所長）	・我々の仕事はおおむね3か月後に結果が出る。今、手持ちの資料がやや減少気味であるので、3か月後はやや悪くなる。建築関係は、2～3月ごろに各メーカーの値上げがあるので、より悪くなる。
		設計事務所（代表）	・消費税の再増税が先送りになり、更に様子見の状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅販売関係は、総選挙で客の動きが悪くなり、さらに消費税の再増税の先送りにより、買い控えや様子見の懸念があるので、景気は悪くなる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・年末は売上が見込めるが、来年の景気は冷え込むと予想される。現時点で売り込める企画がない。新商品もない。
		スーパー（店長）	・選挙が実施される年末は、ギフトの伸びが悪いという話を聞く。パターの品不足を考えると年末伸びる要素がない。
		衣料品専門店（店長）	・12月の総選挙で変化があるのか、あまり良い話は聞かれない。物価の上昇だけが先走っているようだ。
		高級レストラン（社長）	・総選挙の影響で悪くなる。
		観光ホテル（総務）	・3か月の収入予測より、悪くなる。
企業 動向 関連 (九州)	良くなる	-	-
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・12月は1年で一番需要の多い月である。特にクリスマス以降、年末までは通常の倍以上の需要がある。今のところ、原料調達も取引先の要望に応えられそう。ギフトも例年以上の数字が期待できる。不安要素は天候のみである。寒い12月を期待している。1～2月は例年落ち込みが予想されるが、原料からすると落ち込みがないと予測している。
		繊維工業（営業担当）	・海外生産でのメリットが少なくなると、国内に定着する物件が少しずつ増えていく。今は単発だが、期待している。
		家具製造業（従業員）	・2～3か月先の受注見込みは、昨年より10%以上増えている。特に2～3月の見込みは例年の年度末需要を大幅に上回る。オフィス家具メーカーは、需要期の在庫積み増しを昨年より増やす傾向にある。
		金属製品製造業（事業統括）	・例年、年度末の生産は多いため、景気判断が難しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客からの引き合い量が少しずつ増えてきている。自治体主催等の受発注商談会においても、発注側の引き合い量が増えている。
		電気機械器具製造業（取締役）	・今の仕事の量をこなす人練りが大変な状況である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・現時点での計画で、来年3月までの生産台数が徐々に増加傾向にある。
		金融業（従業員）	・企業及び個人事業主はボーナス商戦に期待しているという回答が多い。個人消費者は、大手企業のボーナスが若干増えるという期待感があり、今後上向いていく。
		金融業（営業）	・製造業、建設業は半年ほどの受注を確保している。経済指標は落ち込み、小売業は消費税増税の影響があるようだが、製造業等は好調を維持していると考えられる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・アベノミクスにより円安基調にあること、原油価格が安定しつつあることを考えると、大企業中心であるが、全体的な景気の押し上げはある。富裕層の土地や株が上昇した資産効果で、今後消費は増える。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・積極的に投資をしていこうという意欲のある企業が周りに増えてきている。
	変わらない	農林水産業（営業）	・年末に向けて特需期に入るが、全体的な動きとしては変わらない。
		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）	・昨年と比べると消費者の動きはいくらか良くなってきている。受注量も増えている。原材料価格高騰による業績への影響を少し懸念する。
	鉄鋼業（経営者）	・新規の建設物件が乏しく、受注量が伸びず受注残の消化の状態が続いている。人手不足、資材の高騰などで着工が遅れているとも言われているが、実態は物件そのものが非常に少ない。この状態が長期化しそうだ。
	一般機械器具製造業（経営者）	・動きが悪いのと同時に総選挙を控え、各メーカーとも様子見の状態が続きそうだ。政策の方向性が見えてからようやく動き出す。
	電気機械器具製造業（経営者）	・得意先以外の新規開拓によって現状を維持しなければならず、大変厳しい状況に入っていく。
	その他製造業（産業廃物処理業）	・国内又は中国の原料在庫が増えているようで、良い値段をつけてくれない。仕入れは相場通りの高値で買われるため、バランスが取れていない。今後の動向に注目している。
	建設業（経営者）	・計画数、見積数が今現在変わらないので、2～3か月後も変わらないと判断している。
	輸送業（総務）	・総選挙があるものの景気を良くするものではない。
	通信業（職員）	・年度内は受注量増加の要素は見当たらず、現在と同水準のまま推移すると予測される。
	通信業（経理担当）	・総選挙の結果次第であろうが、自民党が議席を守ってアベノミクスの推進に力を入れていけば、景気も上昇する。
	金融業（従業員）	・円安による原材料費の値上がりや、人件費の上昇で経営環境が厳しくなっている先がみられる。一方、公共投資は高水準で推移しているほか、製造業などを中心に設備投資計画は前年を上回っている。
	金融業（得意先担当）	・前年度の受注残や繰り越し工事があり、当面は資金繰りに問題はない。しかし、受注減や採算悪化等を考えると、今後注視する必要がある。
	金融業（営業担当）	・物販関連の取引先は、年末にかけ消費の盛り上がり期待していたが、総選挙の影響で停滞が予想される。円安による原料高の影響も重くなっており、売上、収益面での低迷は続く見込みである。
	不動産業（従業員）	・オフィスビルの稼働率が横ばいで推移している。
	新聞社（広告）（担当者）	・総選挙の結果次第だが、広告出稿量が上向き気配はなく、通信販売と旅行広告の動向に左右される状況が続く。
	広告代理店（従業員）	・新聞折込料を11月より値上げしたため、今月の受注金額は増加したが、受注枚数は減少した。消費税の再増税が先送りになり、個人消費マインドが改善すれば新聞折込受注枚数は増える。総選挙が終わり状況が落ち着けば、先の見通しが立つが、現時点で変化はない。
	経営コンサルタント	・新しい動きや積極的な動きがみられないので景気は変わらない。
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・3月決算の取引先が多く、今年度の投資計画は終了しているので、突発的な需要がない限り変わらない。
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・夏の天候不順の影響で、原料の収穫量が減少する。また、昨年からの電気料の値上げに始まり、大手食品メーカー各社の材料価格の値上げ、輸送運賃の値上げなどがあり、我々中小企業をとりまく環境は厳しくなる一方である。
	精密機械器具製造業（従業員）	・受注量の変動が激しく、まだどちらとも言えないが、計画では今より落ちる。
	建設業（従業員）	・見積案件は堅調に推移しているが、大型物件がなく、受注できても量的に小ぶりである。耐震工事も大方終了しているため、今後はマンションの外壁改修工事などの需要が増える。設備投資が増加しなければ景気は悪くなる。
	輸送業（総務担当）	・衆議院、県知事、市長、県会議員、各地区の役員等、各種選挙が12～4月まで毎月続く。レジャー等に気分が向かない。
	広告代理店（従業員）	・回復の兆しはない。
	経営コンサルタント（社員）	・消費者が、より低価格の物を求めている。
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・今後、市町村の委託物件の発注が少なくなると、入札時に過度な価格競争が発生することが予想される。利益幅が少ないと経営上厳しい状況になる恐れがある。
悪くなる	建設業（社員）	・大型の補正予算でも成立すればよいが、官公庁の工事は第3四半期、第4四半期の発注に期待が持てない。師走の切羽詰まった時期に総選挙をやる意味はない。さらに景気は停滞する。
	輸送業（従業員）	・景気が良くなる要素がない。
雇用	良くなる	-

関連 (九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・労働市場が売手市場に変わること、企業は人材を流出させぬよう待遇面を向上させるしかない。有能な人材は、ヘッドハンティングされることで更に価値が高まるので、雇用に対して全体的な待遇改善が進む。
		人材派遣会社（社員）	・注文数が増えている。年度末までの依頼もきている。また、新規で事業所を拡大する予定の企業もある。全国規模の仕事を受けたため、地元で人を探し対応したいという企業もある。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・景気が良くなる要素が見当たらない。下半期の経営戦略を企業ヒアリングしても、積極的な姿勢が見受けられない。
		人材派遣会社（営業）	・消費税増税の影響が各方面で見受けられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新規受注が停滞している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙が求人市場に及ぼす影響は計れないが、中小企業の人材確保が好転していくとは考えにくい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙で争点の「景気のさらなる回復」「消費税増税の延期」で状況は変わるが、求人募集の状況を見る限り人手不足の業種は深刻だ。アルバイトや臨時雇用から正規雇用への移行が増加しない限りは、景気の回復を実感できない。
		職業安定所（職員）	・地方においては、賃金上昇は芳しくなく、個人、企業とも景気回復を実感できない。
		職業安定所（職員）	・新規求人は微増である。月間有効求人倍率は当分0.8後半から0.9倍台で推移していく。
		職業安定所（職業相談）	・有効求人倍率は上昇傾向であるが、景気回復を実感できないとの声が企業から聞かれる。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・中小企業からの継続採用の案内も一段落してきた感がある。次年度の採用準備にシフトしているようである。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人数をみると、人材採用難は継続しており、余程の経済環境・国際環境の変化がない限り、企業の採用意欲に変化はないと考える。既に2016年新卒採用に関しても動き出している企業がある。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・日雇い派遣が難しくなり、年末年始の単発の需要が少なく、長期派遣の依頼も少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙の結果次第である。
		職業安定所（職員）	・企業訪問で今後の状況を尋ねると、景気が良くなる材料が少なく、このままの状況で推移するのではないかという回答が多い。また、資材や燃料費の高騰などのマイナス要因が経営を圧迫している企業が多くなっている。
		民間職業紹介機関（支店長）	・年末の繁忙期を迎えるのに、求人数が少ない。
悪くなる		-	-