

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	コンビニ（販売促進担当）	・1月からのパン・弁当の販売数量は、前年比若干増を確保しつつ、ほぼ横ばいで推移していく。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税から1年が経過するため消費が回復すると期待している。2～3月には何とか売上が上がるとみている。
		百貨店（経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減や天候不順による売上減の回復には至っていない。しかし、消費税増税の影響はほぼ解消し、再増税の延期も決定したため、個人消費の持ち直しに期待できる。
		スーパー（店長）	・消費税の再増税が先送りされたので、身の回り品が持ち直したようだ。今後2～3か月も良くなる。
		スーパー（業務担当）	・ランドセルや新入学関連の先取り購入が進んでおり、値上げ感が強くなっても全体的に定価での販売数量が増加傾向にある。これで食料品も堅調ならば不安要因は解消されてくる。
		衣料品専門店（チーフ）	・海外客の増加もあるが、消費税増税の負担感が和らぎ、売上も自ずと回復傾向にある。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要により、昨年1～3月の数字は若干上がった。今年は消費税の再増税が先送りになり消費がじわじわと上がっているの、悪くない状況になると考えている。
		家電量販店（従業員）	・新年を迎えるにあたっての買換えや、寒くなったの暖房器具の需要が増えた。
		乗用車販売店（従業員）	・決算に向け年明け1～3月は軽自動車を中心に受注が伸びていく。
		乗用車販売店（総務担当）	・年が明けると消費税増税の影響がなくなる。新型車投入効果もあり新車販売の台数増加が見込める。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・地方において、景気回復は肌では感じられない。しかし、最近のガソリン価格の下落により、車で遠出をする人が増えるため、土産品の動きに期待している。
		高級レストラン（専務）	・総選挙も終わり経済が安定しつつある。来年こそは、地方にお金が回るような政策の実行を期待しているので、景気が少しでも良くなるという希望を持っている。
		一般レストラン（経営者）	・現在は予約状況も良く、単価の高いメニューの要望が多い。しかし、正月以降の動向がまだ不透明なため安心はしていない。
		ゴルフ場（従業員）	・2月中旬～月末にかけては良い数字である。ただ、昨年と比べて3月以降の動きが鈍いところが少し不安ではあるが、今月よりは少しずつ良くなっていく。海外客や県外客が昨年より上回っているのは良い材料である。観光地である当地は特にその傾向が大きい。
	変わらない	商店街（代表者）	・12月に少し後退したので、1～2月も現状のままいく。
		商店街（代表者）	・商店街全体をみても景気回復と言った声は聞こえない。やっとの思いで営業しているところが多いようだ。これ以上は悪くならないだろうし、今すぐ良くもならない。来年も厳しい年となりそうだ。
		商店街（代表者）	・現状から大して期待はできない。
		商店街（代表者）	・冬物バーゲンのシーズンに入るが、これといった景気の浮揚感もなく横ばいが続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・少しでも景気が良くなるよう期待したい。
一般小売店〔精肉〕（店員）		・景気変動の要素が特に見当たらない。	
一般小売店〔生花〕（経営者）		・例年、花屋は卒業式シーズンまであまり良くない。	
一般小売店〔茶〕（販売・事務）		・景気回復の大きな要因がないため、売上は上がらない。消費税は増税されたが、消費者の収入が上がらないので、売上を期待できない。	
百貨店（営業担当）		・ゴルフウェア、絵画、貴金属、高額雑貨が好調である。またクレジット催事の反応も良く、クレジット扱い高も増加している。消費の二極化と慎重な買上傾向、お得感への敏感な反応は維持している。年が明けてもこれらの購買傾向は継続する。	
百貨店（営業統括）		・総選挙も終わり、消費税の再増税は見送られたものの、心理的なものを含めて、高齢顧客の生活環境は厳しい状況である。	
百貨店（売場担当）		・1品単価は徐々に上がっている。食品はバターやコーヒー等輸入品の更なる値上げが予想されるので、売上は伸びる。来客数は90%台後半を維持しているが、今のところマイナス要因がないので、今の状況が続くかやや良くなる。	

百貨店（店舗事業計画部）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減により、前年比で高額品を中心に苦戦が見込まれる。向こう3か月は曜日まわりの条件も悪く、年始休みの短さ、バレンタインデーの曜日等が来客数や売上にも影響し、大型商戦のヤマ場を押し下げてしまう見込みである。
百貨店（業務担当）	・客の立場からみると弱くはないが、百貨店としては、昨年同時期は、消費税増税前の駆け込み需要で高額品に動きが出ていたため、反動減で前年比では厳しい商況になる。消費税の再増税が先送りになったが、不安な気分で過ごす時期が長くなるだけで、客は安心感が得られない。
スーパー（店長）	・部門や店舗で実績数値がばらつく傾向は今後も続くが、全体としては現状と変わらない結果となりそうだ。
スーパー（店長）	・年末にかけ、全体的に買上点数、買上単価の増加により売上が上がったが、一時的なもので今後はほぼ変わらない状況になる。
スーパー（総務担当）	・家計のなかで食料品にかかる割合は、若干上がってきている。しかし、相変わらず衣料品・住居用品は上がらない状況が続く。
スーパー（経理担当）	・消費税増税以降、延客数、販売点数の減少が販売単価の増加を上回っており、販売額の前年比減が続いている。この傾向は変わりそうにない。
コンビニ（経営者）	・今のところ、客の様子から景気が良くなるような材料が見受けられない。
コンビニ（エリア担当）	・春先で少しは景気が良くなることを期待したいが、今の状況の改善は見込めない。
衣料品専門店（店長）	・景気の動きに変化はない。ここ2～3か月はこのままいく。
衣料品専門店（店長）	・アベノミクスの早期地方波及を願う。このままでは地方都市の商業は崩壊する。
衣料品専門店（店員）	・全体的に商品が値上がりしているため、財布のひもが固くなっている。物価の上昇以上に給与が上がらないと購買意欲が向上しない。
衣料品専門店（取締役）	・セールでも昔のようなまとめ買いする客が少なくなり、薄利多売の傾向が続くので、景気が良くなるとは言えない。
衣料品専門店（総務担当）	・現時点で、我々の業界において景気が好転する要素を見いだすことができない。
家電量販店（店員）	・総選挙も終わりアベノミクスが支持され、円安も続いている。3か月先の変化はないが、1～2年のロングスパンで考えると良くなる。
家電量販店（総務担当）	・太陽光発電設置の鈍化も予想され、需要をけん引する商品が見当たらない。
家電量販店（広報・IR担当）	・景気改善の起爆剤が見当たらない。消費税増税後、あまり大きな落ち込みはなかったが、前年割れが続いている。この状況が続く。
乗用車販売店（代表）	・周りの状況をみても、良くなるような感じがしない。
住関連専門店（店長）	・消費税の再増税が先送りになったが、各家庭の財政状況が回復・安定するわけではない。さらに、昨年あった消費税増税前の駆け込み需要も期待できないことから、販売店にとっては景気が良くなる要素が見当たらない。
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・年末需要もあって売上は若干伸びているが、1月はその反動減で極端に需要が減る。2～3か月先は検討がつかない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・12月は急に寒くなったので灯油の小売販売に期待したが、価格が昨年並みかやや高い状態のため、期待したほど販売できていない。12月前半に消費を控えた分、12月後半以降に回そうとする客の様子がうかがえるので、1月以降のカーケア商品の販売に期待したい。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・東京中心、大企業中心の好景気の波が支店経済の福岡にも伝わってきているが、まち全体で実感できるほどではない。
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）	・今年の4月までは消費税増税による駆け込みがあったので、来年は前年比で反動減の影響がある。売上はインバウンド次第である。
その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税の再増税の先送りは消費行動に影響を及ぼさない。抜本的な日本経済の復活による雇用の安定、収入増がなければ、景気は良くならない。
高級レストラン（経営者）	・2～3か月先は、予約状況を見ると悪くはないが良くもない。景気が良くなってほしいが、当店の飲食店に関して、ボーナス上昇等の好景気の判断材料は全くない。
スナック（経営者）	・今月は、忘年会シーズンにより3か月前より来客数は増えたが、年明けからは例年通り客数が減少する。
居酒屋（経営者）	・年明け以降の予約状況からすると、景気が好転するようにはみえない。

	観光ホテル（総務）	・今後3か月の収入予測より、変わらない。
	観光型ホテル（スタッフ）	・レストラン、宴会、宿泊の予約が順調に推移している。
	観光型ホテル（専務）	・来月以降の予約状況が良くない。
	都市型ホテル（販売担当）	・1月までは良いかもしれないが、先がみえない状態である。
	都市型ホテル（スタッフ）	・安価な商品よりも、高単価商品の販売が好調である。ここ半年間の状況から推察しても大きく状況は変わらない。
	都市型ホテル（副支配人）	・円安が続く限り、インバウンドの個人予約が入ってくる。そのため、景気の先行きは非常に良い。
	旅行代理店（従業員）	・燃油サーチャージの値下げなどプラス要素もあるが、円安の影響が強く、海外旅行の需要は低迷している。
	タクシー運転手	・今年は昼間も寒いので、宮崎では人の動きが悪くなっている。
	タクシー運転手	・催しもの多く、円安やガソリン価格の下落で観光客も増えてはいるが、この先の景気の見通しは分かりづらい。
	通信会社（企画担当）	・変化する要因が見当たらない。
	通信会社（営業）	・入学・転居に伴い、人・モノ・カネが動く時期であるため、2～3月の景気に期待している。
	美容室（経営者）	・通常、12月よりも2～3月は下がるところであるが、今年は12月の売上が低かったので変わらない。
	理容室（経営者）	・通常、12月の美容業界は1年で一番忙しいが、人の動きが悪かった。生活習慣の変容などで業界的に上向かない。
	美容室（店長）	・年末もあまり変化がないので、2～3か月先も景気は良くならない。
	設計事務所（所長）	・新規の案件資料が目減りしているので、やや悪くなると考えている。
	設計事務所（所長）	・都会の設計事務所は潤っているが、地方の設計事務所は仕事がなく、段々悪くなる傾向にある。4月以降が勝負となる。
	設計事務所（代表）	・消費税の再増税前の様子見の状態である。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税の再増税が先送りになったことで4月以降に賃上げが実現され、景気の回復感が一般家庭まで拡大して初めて、住宅需要の高揚につながる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・円安による物価上昇と消費税増税により、年配者の購買力が確実に落ちている。将来不安から、預貯金があっても消費行動に移らない。買える人はすぐ買うが、非常に格差が激しくなっている。
	商店街（代表者）	・例年、12月は忘年会やお正月の食材・旅行等出費が多いので、2～3か月先は客の財布のひもが固くなる。
	百貨店（販売促進担当）	・景気は回復傾向にあると言われているが、現実には消費者の財布のひもは固く、本当に必要なものしか購入しない。前年度は消費税増税前の駆け込み需要が大きかったため、今年度それを上回れることは厳しいと予測される。
	スーパー（店長）	・半径3km以内に競合店が2店舗できて、売上上昇の余地が少なくなるので前年比94～95%で推移すると予測を立てている。来店客数は94%で推移しているため、2～3か月は厳しい数字となる。
	スーパー（統括者）	・売上高は前年に比べて悪く、消費も低下傾向である。客数、客単価も前年に比べ良くない。
	コンビニ（店長）	・一層の円安により、必要以上に物価が上がる。
	住関連専門店（経営者）	・円安による原材料の値上げが仕入れに響いている。地方の景気回復感他業種でもあまり感じられない。
	高級レストラン（支配人）	・12月の繁忙期の反動で閑散とする。
	タクシー運転手	・年金の手取り額は増えていないが、物価は2%程度上がっているためかなり厳しい状況である。
	通信会社（業務担当）	・毎年1月は、中旬以降販売数が減少するが、今年は特に目新しさに欠け、昨年以上に厳しい商戦になる。
	競馬場（職員）	・来客数の前年比が良くない。
	悪くなる	商店街（代表者）
百貨店（営業担当）		・2～3か月先は更に悪化する。値上げ品目等が年明けから増えるので、中間層の生活防衛意識はますます強くなる。
スーパー（店長）		・雇用状況は依然として厳しく、賃金上昇の影響を感じることはあまりない。消費税の再増税や年金等の問題もあり、今後景気が悪化することが予想される。
自動車備品販売店（従業員）		・今年は消費税増税前の駆け込み需要により3月まで売上が伸びたが、来年は反動減により売上に大きく影響する。
音楽教室（管理担当）		・進学や学年が上がるによりお稽古ごとがだんだん減っていくので、生徒数も減少する。

		住宅販売会社（従業員）	・円安へのシフトにより、輸出産業は非常に良いが、国内は相変わらずデフレ傾向で、物が安くないと売れない状況にある。景気回復や株価上昇等が頭打ちになり、景気は悪くなる。	
企業 動向 関連	良くなる	電気機械器具製造業（取締役）	・総選挙の結果により、更に経済対策のテコ入れが予想される。	
	やや良くなる	農林水産業（営業）	・食品だけでなく衣料品も、高くても品質の良い商品の動きが良い。	
(九州)		繊維工業（営業担当）	・円安で海外の生産が減るので、国内の工賃が良くなる。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	年度内の駆け込み需要が見込まれる。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の引き合いや見積案件が増えており、今後の受注量に期待が持てる。	
		その他製造業（産業廃物処理業）	・現状よりももう少し円安になり、相場と市中価格のバランスが取れば良い方向に向かう。	
		建設業（経営者）	・これから賃金の上昇が見込める。	
		輸送業（総務）	・総選挙後の経済対策や燃料価格の下落などにより、景気の回復が期待される。	
		通信業（経理担当）	・安倍政権が安定し、経済優先の政策が計画通りに進めば、景気は徐々に上向くと考える。	
		金融業（従業員）	・消費税の再増税の延期や原油価格の下落など、企業を取り巻く環境が好転してきている。外食産業も客足が回復してきているほか、公共工事は高水準で推移している。	
		金融業（営業担当）	・ガソリン価格の下落が続いており、利益面の改善を期待する事業者は多い。	
		経営コンサルタント（社員）	・新商品が売れ始めた。販売個数が増えた。	
		変わらない	農林水産業（経営者）	・例年、1～2月の消費動向は厳しくなるが、年度末の3月は期待できる。計画通りの原料調達と鳥インフルエンザの発生がないことを祈りたい。円安で輸入品は品薄になっており、国内生産も飼料の餌などの値上がりで生産が増えない。この状況から、2015年前半は品薄で、販売が期待できる。
			食料品製造業（経営者）	・年末の売上は、今のところ例年並みである。他企業もそれなりに頑張っているように見える。
		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）	・今後は新製品の動向が鍵を握るが、その商品自体がつかめない状態である。	
		鉄鋼業（経営者）	・新規契約、販売量ともに減少している。とにかく分譲マンションなど鉄筋造の新規着工物件が激減している。取引先の鉄筋加工業者を訪問しても、一時期の繁忙さはない。当分の間、販売量の増加は期待できない。	
		金属製品製造業（事業統括）	・例年、年度末までは生産が多い。今年だけの傾向ではないので、変わらない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの担当者から、2～3か月先の予定がつかめないというのが現状である。景気が良くなる実感がないのが残念である。	
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注量の変動が激しく、良くなるか悪くなるかどちらとも言えない状態にある。	
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・輸出車両の生産台数が安定しており、特に増産する計画もない。	
		通信業（職員）	・部門内の受注は伸びていないが、当社全体の受注は年度末予想で昨年度を上回っている。	
		金融業（従業員）	・今後、企業活動においても個人消費においても大きな変化はない。	
		金融業（営業）	・製造業は好調を維持するが、今より良くなるとまでは言えない。円安の影響で材料費の高騰が懸念されるが、輸出の増加や原油価格の下落等の影響もあり、全体としては現状維持程度と考える。	
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が横ばいで推移し、今後も継続する。	
		新聞社（広告）（担当者）	・旅行広告の出稿は減少傾向のまま回復の兆しがみえず、通販や食品、飲料業界の出稿で前年並みになる見込みである。	
		広告代理店（従業員）	・新聞折込受注枚数は相変わらず長期低落傾向にある。消費税の再増税が延期されたことにより、消費マインドが改善するのかわかれたが、今のところ変化はみられない。総選挙によりアベノミクスが信任されたが、我々業界への恩恵はない。	
		経営コンサルタント	・急速に変化はしない。皆努力しているようだが成果に結びついていない。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・問い合わせ件数、受注見通し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）	・4月以降の設備投資情報が多く、恐らく変わらない状況である。	

	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・消費が落ち込む時期なので仕方ない。
		建設業（社員）	・建築の民間工事はあるが、土木工事が皆無のようだ。公共工事の下請の発注も少ないが、得意・不得意や利益率などを考慮しなければ赤字につながるため、業者は慎重にならざるを得ず、不調不落が多くなっている。
		広告代理店（従業員）	・全体の需要が減っている。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・税収の不足から調査や計画、建設に関わる業務の発注が減少することが予測される。また、地方自治体では、国から課せられた調査や計画策定が当面なく、予算措置をしないことから発注が減少すると予測される。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・人材確保の企業間競争により、良い人材を確保できない企業は没落することになる。行政は、あまねく中小企業を守るのではなく選択と集中に移るべきだ。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人依頼に関して、数か月前までの勢いがなくなった。
		人材派遣会社（営業）	・消費税増税の影響がまだある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・特に好材料は見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・総選挙の結果が雇用にどのような影響を及ぼすかみえないが、今後、アベノミクス効果に期待する地場企業も多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の再増税が先送りされ懸念材料はなくなったが、「いずれ上がる」という不安もある。
		職業安定所（職員）	・今後、業況が良くなると予想する企業は少ない。また、資材高騰により利益率が減少した企業がある一方、円安効果により売上が上がった企業もあり、しばらくこのままの状態が続く。
		職業安定所（職員）	・月間求人有効倍率は0.9倍台の後半で推移しており、新規求人が増加する傾向はまだ続くとみられる。
		民間職業紹介機関（社員）	・年始の仕事案件は増加していないが、年度末での派遣終了者が2～3年前ほど多くないのではないかと予想している。
	民間職業紹介機関（支店長）	・製造業、介護関連、小売業での人手不足を反映した需要はあるが価格的に厳しく、事務系、IT系等専門職系の需要が鈍い。	
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・2015年3月卒業者への求人は少なくなり、各企業とも2016年卒業者を対象とした求人活動へ移行している様子である。採用活動時期変更の初年度であるため、企業の動きも慎重にみえる。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人状況はここ数か月変化はなく、企業・施設への聞き取りでも大きな変化はないとの返答が多い。外的なマイナス要因がない限り、求人数という観点からは景気状況に変化がないと考えられる。	
	やや悪くなる	○	○
悪くなる	—	—	