

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	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・当店はギフト中心の花屋である。景気が悪いなかでも、毎年、卒業式、入学式、母の日までは売上が上がる時期なので良くなる。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・選挙も終わり与党が新しい経済政策等を出してくれば、少し景気回復の動機付けになる。
		商店街(代表者)	・2月は冷え込むが、3～4月は年度の入替え時期のための準備で売上が上がる。
		商店街(代表者)	・これから小中高生の様々な行事が増えるので、今月よりも活気が出る。
		スーパー(経営者)	・消費税の再増税が延期になったので、企業の計画見直しが進むと考える。
		衣料品専門店(チーフ)	・一番影響が大きいのは外国客のインパウンドの取り込みである。他店舗も前年に比べ2倍の来客数を見込んでインパウンド対策を実施している。
		家電量販店(従業員)	・新学期に向けて引っ越しや1人暮らしなどが増えるため、2月下旬～4月初旬にかけて生活家電の需要が増える。
		乗用車販売店(総務担当)	・新車販売において、待望の新型車が1月末に販売開始となる。新型車効果で来客数と受注台数が増加する。販売現場が徐々に活気付く。
		その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	・隣接する近所の大型工業団地、及び企業の従業員等の出入りもあることから、新たな客の増加が見込める。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕(統括)	・ガソリン小売価格は、高止まりから一気に下げ基調に入り、多くの顧客から歓迎する声が多く聞かれる。また、燃料代の安くなった分を他の商品購入に充てるといった話を聞く。このまま、春の連休まで小売価格が上昇しなければ、行楽時期の自動車旅行での消費が期待できる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕(従業員)	・石油価格の下落により航空機の運賃が下がってくれば、人の動きも活発になり売上の増加につながる。
		タクシー運転手	・海外や国内の観光客も増えており、催し物も多いのである程度期待できる。
		通信会社(業務担当)	・毎年2月は中旬以降販売数が上昇するが、今年は月初から商戦が盛り上がるのが予想され、販売数が増加する。
		通信会社(営業)	・転出・転入の時期のため、人や物、金が大きく動く時期である。
	美容室(経営者)	・2～3か月先は春らん漫の時期になるので、我々の美容業界は景気が良くなる傾向にある。	
	理容室(経営者)	・今月は正月明けで良くなかったが、2～3月に入ると、卒業、入学等で人の動きが良くなる可能性は十分あるので、期待したい。	
	美容室(経営者)	・景気は上向き。新年明けて皆で活気のある日本を作っていくという気持ちを持つことが大事である。	
	住宅販売会社(従業員)	・フラット35の金利低減や住宅エコポイント等の政策が決定したのと、再生可能エネルギーの買取制度について経済産業省の方針が発表されたため、やや良くなる。	
	変わらない	商店街(代表者)	・町内の空き店舗の状況が少し改善したかと思うと、別のところが空き店舗になっている。物販店も飲食店も青色吐息といったところである。街中にマッサージ店が増えた。家賃100万円できよく経営が成り立つものだ。
		商店街(代表者)	・厳しい商況であると覚悟している。
商店街(代表者)		・販売量は春先に増えるが、絶対必要な物以外は買わない傾向は続く。断捨離ブームにより、年配の人は買わないため新しい需要がない。その子供世代も、断捨離に対して不自由しないため、小売業にとって厳しい時代に入っている。	
商店街(代表者)		・2月は寒くなるので商店街に来る客が少なくなる。さらに3月は昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったことから、昨年と比べるとかなり厳しい状況を迎える。	
一般小売店〔青果〕(店長)		・客の購買心が高まるようなプラスになる材料がない。ガソリンがかなり安くなってきているが、青果物の購買力に直接つながらない。横ばいかもしくは少し減る。客は、消費税の再増税を見越した購買行動になってくる。	
一般小売店〔茶〕(販売・事務)		・2月は寒さで外出が控えられ売上減少する。物価は高騰しているが、消費者の所得が変わらないため売上増加につながらない。期待が持てる景気回復案がほしい。	
百貨店(総務担当)		・当ビルも含め周辺の商業施設のリニューアルも終わり、この地区周辺で消費を大きく刺激する材料が見当たらない。	

百貨店（営業担当）	・自分の欲しい商品への関心は高いが、客の慎重な購買姿勢は変わらない。クレジット催事や特典付きのクレジット新規募集は堅調でクレジットシェアが高まっている。春の友の会募集、新入学、新社会人需要を喚起する施策により、客の購買意欲の高まりが期待できる。
百貨店（営業担当）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減により今月も一段と厳しかったが、3月までこの状況が続く。
百貨店（売場担当）	・売上は、3月は昨年が前年比114～115%伸びているので、今年は前年比84%程度を予想、4月は昨年は前年比88%に落ちているので、今年は前年比110～111%程度を予想している。百貨店業態をみると前年比95～96%前後でありあまり良くない状況である。他の業態については、前年を下回らない水準で続いていくとみている。最近、衣料品が良くない。百貨店では、時計を含めて宝飾、貴金属関係の回復が弱い。
百貨店（店舗事業計画部）	・春物が本格的に動き出す3月後半までは、目立った需要もなく低調に推移する見込みである。実績は、前年比で消費税増税前の駆け込み需要分が減少する予想である。一方、春節が前年よりも2週遅く、インパウンドの影響で春物が動くため、全体を下支えすると予想する。
百貨店（経営企画担当）	・外部環境の大幅な改善がない限り、引き続き非常に厳しい状況が続くと考えられるが、地方では、短期間で外国人観光客が急激に伸びることは見込めない。
百貨店（業務担当）	・客は、先行きに対する自己防衛意識が非常に強い。年配の方は医療費の値上げや年金の削減の話題が多い。客は今後に備えて消費を慎むという気持ちが非常に強い。
スーパー（店長）	・昨年の3月は消費税増税前の駆け込み需要で、売上が前年比112～113%と上がった。そのため、今年は前年比93%ぐらいで推移すると見込んでいる。
スーパー（店長）	・競合店出店が多く、ドラッグストア、コンビニエンスストア等かなりできています。今後もその状況が続くので、ほとんど変わらないか悪い状況になっていく。
スーパー（店長）	・食料品以外の商品は、昨年の消費税増税前の好調を維持できず、回復が遅くなる。
スーパー（総務担当）	・食品は好調に売上を伸ばしているが、非食品は昨年を上回れない状況が続いている。今後もしばらくは変化がない。
スーパー（統括者）	・九州の競合他社の状況からみても今後の状況は容易でない。
スーパー（業務担当）	・テナントゾーンの入替えが完了するまでは半年近くかかると予想されているため、閉店セールとリニューアルオープンを合わせても、ここ数か月は現状維持が精一杯である。
コンビニ（エリア担当）	・現状の厳しい状況がすぐに好転するわけではなく、厳しい状況は今後も続く。
コンビニ（販売促進担当）	・前年比でみると売上は若干の伸びはあるが、ほぼ横ばいで推移するとみている。
衣料品専門店（店員）	・インパウンドは増加しているが、日本の客に勢いが無い。全体の売上増にはならない。
衣料品専門店（取締役）	・4月は新年度需要の買物が一時的にあるが、地に足を着いたような購買行動が予想される。
家電量販店（店員）	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要で伸びたが、今年は望めそうにない。しかし、今月の下旬になって、大分景気が回復している実感も出てきた。
家電量販店（総務担当）	・売上をけん引する商品がほとんどなく、閑散期に入るので集客に苦労しそうである。
乗用車販売店（従業員）	・決算時期を迎え、1～3月までは今の売行きが続く。
住関連専門店（経営者）	・円安等で原材料が高騰しており、取引先が2～3月にかけて商品を値上げする。地方の消費者の所得は上がっておらず、置き家具の買換え等の見通しは良くない。
住関連専門店（店長）	・今は小売業にとって閑散期と言われる時期ではあるが、例年にも増して販売量が落ち込んでいる。客からも、購入意欲があまり感じられない。2～3月も伸びる要素は見当たらない。4月から新しい年度になった後も予想がつかない。
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）	・外国人が多く来店している施設はプラスとなり、前年の売上を上回る傾向は続く。ただし、食料品を中心に値上げが相次いでいるため、消費者に影響が出始めるのではないかと懸念している。
その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・求人倍率の回復や製造業の活発化は良い材料だが、個人所得の大幅な改善がなければ消費まで回ってこない。依然厳しい環境は継続する。
高級レストラン（支配人）	・外食の機会が減っているか、もしくは低価格の店に客が偏っているようだ。
スナック（経営者）	・年末の数字が良かった分、1月の売上が下がった。

	居酒屋（経営者）	・周りで閉店する店舗が多く、短期間で好転するような景気ではない。
	観光型ホテル（スタッフ）	・順調に予約は入ってきているが、昨年が良かったのでそれを上回るのには厳しい。
	観光型ホテル（専務）	・景気が良くなる要因がみえない。
	都市型ホテル（販売担当）	・2～3月の売上予想をみると、2月は例年のごとくあまり良くない。3月は去年並みであるがまだ分からない。今後、ホテル部門の変動が予想される。
	都市型ホテル（副支配人）	・インパウンドの動きが全体を上げて、単価をアップさせている。前年より多少上向いている。
	旅行代理店（従業員）	・4月以降の海外商品は燃油サーチャージが下がるものの、円安による現地費用が上がり、販売価格をやや値上げする。販売への影響が懸念される。
	旅行代理店（企画）	・円安が続く様子である。
	タクシー運転手	・消費税増税後、何か人の動きがおかしい。それに加えて天候もおかしいので、この先あまり期待できない。
	タクシー運転手	・商店街では客が少なく売上が良くないという話を聞いた。新しくオープンする駅ビルのオープン予定日が延びたため、これから先を考えると不安になる。
	ゴルフ場（従業員）	・昨年と比べても、芳しくない予約状態が続いている。地元客をいかに獲得するかという営業方針に切替えなくてはいいない状況である。ここは踏ん張り時であるため、県外客が見込めないようであれば、地元客を少し単価の安い料金で補うという方向転換もあり得る。
	美容室（店長）	・今月は少し良くなったが、2～3か月先は大きく変化しない。
	設計事務所（所長）	・今月やや悪いので3か月後もやや悪い。先方の提示資料は3か月後に実を結ぶことが多く、今月は資料が少ないので3か月後の成約は少ない。
	住宅販売会社（従業員）	・円安による輸出産業の売上増の恩恵が、一般家庭に分配されていないような状況だ。全般的に景気が上がるのは先の話で、その頃には原油価格も上がるので悪循環となる。
	住宅販売会社（代表）	・基本的には変わらない。金利優遇策の情報が入っているので販売促進には繋がる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・地方では所得の増加はみられず、食料品を中心に生活必需品の値上げにより客の財布のひもは固い。
	商店街（代表者）	・毎年のことであるが卒業、入学、就職、結婚など、この時期に多額のお金が出ていくので悪くなる。
	一般小売店〔精肉〕（店員）	・仕入原価が高止まりしており、粗利の減少が予想される。
	百貨店（営業担当）	・今、期待できるのは富裕層とインパウンドの増加で、訪日観光客の消費がかなり活発化している。しかし、一般の人にも理解できる明確な景気刺激策は必要である。一方、原油価格は下落しているが、生活必需品等の価格が上昇しているので、消費者の生活防衛思考は今後も続く。
	百貨店（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響が3月まで高まると予想される。
	スーパー（店長）	・消費税増税の影響で、消費者の買い控え志向は更に厳しくなると予想される。
	コンビニ（店長）	・欧州や中国などの景気の動きが心配である。安倍政権が選挙で大勝したために、思い切った政策が打てなくなったのではないかと心配している。これまでの「3本の矢」では経済が上向かない。
	衣料品専門店（店長）	・春先は少し景気が良くなって欲しいが、なかなか良い材料が見つからない。
	衣料品専門店（総務担当）	・昨年の2～3月は、消費税増税前の駆け込み需要があったので、その反動減で、今年は状況が厳しくなる。しかし、4月になると反動減の影響が若干好転すると考えている。
	家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で前年の売上を確保するのは難しい状況である。
	その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税の影響が徐々に出てきている。まとめ買いが減ってきている。
	高級レストラン（経営者）	・4月に県知事選と市長選を控え、企業は選挙関連の動きがあるため、飲食や接待に出られなくなる。選挙が終わるまでかなりの痛手になる。
	一般レストラン（経営者）	・予約状況も悪く、これから来客が増えそうな雰囲気がない。周りも活気がない。
	観光ホテル（総務）	・今後3か月間の収入見込みより、悪くなる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・昨年は消費税増税前の駆け込み需要があったが、今年は大きな動きがみられない。4月は統一地方選挙や新施設の開業などがあるため苦戦が予想される。

		タクシー運転手	・2～3か月先はベースアップで給料が上がることも考えられるが、かなり難しいのではないが、給与の状況にタクシー利用が左右されるので、あまり期待できない。
		競馬場（職員）	・売上の前年比が伸び悩んでいる。
		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）	・介護報酬のマイナス改定に伴う売上減により、業界全体で収益悪化が見込まれる。
		設計事務所（代表）	・良くなる理由がない。
	悪くなる	百貨店（営業統括）	・前年の消費税増税前の駆け込み需要の反動減が出てくる。
		衣料品専門店（店長）	・商店街から客の姿が消えて久しい。いろいろイベントを打つも全く効果がない。消費者のマインドは冷え切っている。
		高級レストラン（専務）	・市内の客の宴会が劇的に少なく、単価も下がってきている。これから歓送迎会の時期に入っていくが、どうなることか心配している。
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）	・2月はもともと原料不足であるため工場の稼働に若干の影響が出る。しかし、商品の引き合いは相変わらず強い。3月は年度末で異動や行楽シーズンに入り、スーパー、居酒屋の引き合いが強くなる。3月の計画では原料となる鶏もある程度多いため、売上も上がると予想している。
		繊維工業（営業担当）	・中国からの生産回帰が期待できる。ちょうど2～3か月先ごろから影響が出てくる。
		家具製造業（従業員）	・海外からの観光客が地方でも増えているため、ホテルや旅館の改装や新装が少しずつ増えてきた。東京オリンピックもあり、ホテルや商業施設への投資案件が伸びており、家具の見積依頼も確実に増えてきた。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3月は年度末もしくは期末の予算消化により取引増加が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年今後2～3か月先は結婚シーズンなど贈物関係で商品の動きも良くなっている。特に今年は受注関係もいくらか良くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・昨年10月以降、受注量・販売量ともに回復せず、状況は月を追うごとに悪くなっている。足元で土木関係の受注が増えてきているが、工期が長く数量が小さいため業績の改善につながらない。受注見合の生産を継続するしかない。
		金属製品製造業（事業統括）	・円安の影響で生産の国内回帰が拡大し、設備投資まで発展する可能性がある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの外国生産が少し鈍くなって、国内に若干戻ってくると予想される。単価が外国生産並ではできないが、生産量は若干上向き加減になる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・教育や生産方法を徹底的に解明・研究し、改善していくことで経営が良くなる。生産工場の社員教育は本当に必要である。
		電気機械器具製造業（取締役）	・当社及び関連業種のヒアリング状況からやや良くなる。
		輸送業（従業員）	・3月は決算時期でもあり、今月よりは良くなる。ただし、昨年は消費税増税前の駆け込み需要で1月下旬からかなり荷動きが良かったが、今年はその需要がないので例年並みの荷動きになる。
		通信業（経理担当）	・今後の受注に向けて、当分の間は公共分野でのIT投資が積極的に推移する方向である。
		金融業（従業員）	・消費税増税の延期や原油価格の下落など、中小企業を取り巻く当面の環境が好転してきている。公共工事の請負金額は、このところ前年を下回っているが、工事現場は繁忙度合いが強い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・問い合わせ件数や取引先から聞く投資計画から判断すると、引き続き景気は良くなっていく。
	変わらない	農林水産業（営業）	・関連市況の見通しが上向きでない。
		化学工業（総務担当）	・当工場の製品は景気の変動をあまり受けず、販売量等があまり変動しない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客からの引き合いから景気は良くなっている気配があるが、グローバル化に伴うコスト対応は厳しい。
		精密機械器具製造業（従業員）	・生産計画の変動が激しく、週ごとに変わる。車載用の部品製造としては上向きにあるが、家電用の受注量の変動が激しい。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・今のところ原油が下げ止まりさえすれば、相場が安定方向に向く。12月時点での市中相場以上に戻らなければ良くない。
		建設業（経営者）	・営業先の様子から、客の計画数はあまり変わっていない。
		輸送業（総務担当）	・今のところ荷動きが良くなるような材料は見当たらない。

		<p>通信業（職員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当社全体での受注量は増えているものの、所属部門の受注量に関しては厳しい状況が継続している。年度末まで大きな状況の変化はないと推測される。 <p>金融業（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今のところ良くなる要因も悪くなる要因も見つからない。ただし、ガソリン価格が高騰すると悪くなるかもしれない。 <p>金融業（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取引先経営者のマインドは、全業種で設備投資について消極的である。設備に関し借入をしてまでの投資計画は考えていない様子が見える。 <p>金融業（調査担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取引先の設備投資意欲に変化が見えない。 <p>不動産業（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・賃貸オフィスの稼働率が横ばいで、今後もこの傾向で推移する。 <p>経営コンサルタント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・少しずつ変化するのだろうが、その兆しが見えない。 <p>経営コンサルタント（代表取締役）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特に大きな経済的な変動がなければ、しばらくこの状態が続く。 <p>経営コンサルタント（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・客数・売上単価、共に変化はない。 <p>その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地方創世に関して国が市町村に補助を行うため、人口ビジョンや総合戦略関係の調査や計画づくりがこれから始まる。そのため、多少景気が良くなる可能性があるが、それほど影響は大きくない。 <p>その他サービス業〔物品リース〕（支社長）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公共工事の割合が高い。春先はいつも投資案件が少ない。 	
	やや悪くなる	<p>食品品製造業（経営者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・季節的な要因に加え、夏の天候不順による原料の不作で生産量の減少が見込まれる。 <p>輸送用機械器具製造業（営業担当）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・下期初めの生産計画に対して最新計画は減少傾向となっている。輸出車両の減少が影響している。 <p>建設業（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・引き合いが減少して、積算依頼も少ない。大型工事があってもスーパーゼネコンとのジョイントベンチャーで、地元企業にとっては仕事量の確保が難しい。 <p>金融業（営業）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・急激な円安が懸念材料である。輸入企業は採算が取れる水準ではない。 <p>広告代理店（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1月の新聞折込受注枚数は前年同月比95%とやや悪い状態である。前年は消費税増税前の駆け込み需要があり多少受注枚数も上向いたが、増税後の消費意欲は下降したまま推移している。新聞折込もレスポンスの悪化により費用削減、さらには新聞購読者の減少と悪循環に陥っている。しばらくは下向き状態が続く。 <p>広告代理店（従業員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・この低迷が3月まで続く。 	
	悪くなる	<p>建設業（社員）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今の段階でのゼロ債工事でも発注がないと2～3か月後は極端に悪くなる。民間工事に期待が持てる状態ではない。我々の地区は公共工事に依存している業者が多い。国は、都道府県や市町村に対して早期の繰り越し工事の発注を指導してほしい。 	
雇用関連	良くなる	-	
	やや良くなる	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・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近いうちに1.0倍台に推移していく。
(九州)	変わらない	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・3月は新年度に向けて求人数は増えるが、例年通りである。
		人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・求人依頼数の増加の気配がなく、このままの状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・求職者へ仕事の案内をするが、面接を複数受けている方が多い。求人が増える時期でもあるが、例年からすると直接雇用が決まったという方が多いので、4月雇用スタートの方も今から増えてくる。
		人材派遣会社（営業）	<ul style="list-style-type: none"> ・悪くはなっていないものの、地方はいまだに閉塞感がある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	<ul style="list-style-type: none"> ・どの業界でも競争が激化し、競争力のない地場の中小企業の生き残りはますます大変になっている。私ども求人広告取扱の業者も、大手間の競争が激しくなり、価格競争に巻き込まれている。昨年からの地元スーパーやコンビニエンスも吸収合併が加速し、閉店も増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	<ul style="list-style-type: none"> ・相変わらず介護関連の求人は多いが、恒常的に人材不足のようだ。製造業の求人に動きが出始めたが、2～3月の動きは読めない。
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・新規求人が増えるとともに、特定の業界においては人手不足の状況が続いている。また、求職者の選択肢が広がることにより、求職者のマインドに余裕が生まれ、その他の業界の雇用動向にも多少影響がある。しかし、昨年の消費税増税のような景気を左右するほどの政策は見受けられないため、状況は変わらないと考える。
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・地方においては、求人賃金はほとんど上がっていない。また、消費税増税の影響で実質賃金は低下している状況にあり、消費の拡大はあまり期待できない。

	職業安定所（職業相談）	・求人数、就職数とも増減幅は小さくなってきており、有効求人倍率の大きな変化はない。
	民間職業紹介機関（社員）	・年度末の派遣契約終了は少なくなる傾向にあるが、派遣終了数を上回る新規派遣依頼数となるかは明確でない。派遣社員の直雇用化は微増ながら進んでいる。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・企業の採用活動の対象が現3年生に移行しているが、制度変更の初年度で企業の動きが不透明のため、景気判断は難しい。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人状況を考えると、景気や外部環境の極端な変動がない限り、人手不足は解消せず、これまで同様売手市場であることに変化はないと考える。
やや悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・年度末需要期としては昨年並みであり、実質的には需要が減少している。
悪くなる	-	-