

10.九州（地域別調査機関：（公財）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	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・熊本地震とともに止まっていた消費が、日に日に戻ってきている。中心市街地は営業再開が早かったため、通常より広域から来街がある。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・中国船の入港による外国人観光客で商店街の入出が増えている。幾分か購入もある。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・天候不順により春物商材を買い控える客が多かったが、今月に入り、母の日セールあたりから気温の上昇とともに夏物商材の動きが活発になってきている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・改装が終わってから熊本地震と同時に母の日を迎えた時点で花屋という認識をもらったので売上と来客数が増えた。
		衣料品専門店（店員）	単価の動き	・月のはじめはまだ熊本地震の影響で入出が少なかったが、後半からは急に増えた。旅行用などの需要でまとめ買い等があり単価が高かった。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・今月は大型テレビやエアコン等高額の商材が売上が引張っており、景気は今月に関しては良い。冬が暖冬で、ものが売れなかった反動が表れている。来店客数は多くはなく、昨年と比べてもあまり変わらない。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・熊本地震の影響を心配したが、思ったほどではなく前年をクリアしている。
		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〕（支配人）	来客数の動き	・全館的な集客、売上が3か月前と比較して回復傾向にある。具体的な良いニュースがあるわけではないが、数字が前年実績を超過するようになってきた。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・熊本地震により客が来ることができず、ほとんど延期、キャンセルになった。この傾向はゴールデンウィーク中は変わらなかったが、熊本地震から1か月経過したあたりから少しずつ客が入ってきた。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は特に車の台数が不足、予約で出ている車が半分以上と稼働率が大変良い。また、一般客の日中の乗り込みが大変良い。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・熊本地震をきっかけに、住宅展示場の来客数が増えて受注も伸びている。
		変わらない	一般小売店〔青果〕（店長）	それ以外
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）		お客様の様子	・ゴールデンウィーク後のためか、動きが非常に悪い。客の話を聞いても、売れないという話ばかりである。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）		単価の動き	・新茶の繁忙期に入り1日の来客は増加しているが、昨年に比べると単価が低く売上は昨年度とあまり変わらない。熊本地震の影響も少しある。
	百貨店（営業担当）		お客様の様子	・熊本地震と天候の影響で、ゴールデンウィークを含め来店客数の減少が継続している。毎年好評の春の催事を開催し、来店を促進したが、来店客数について平日は前年を上回るが、土日祝日の入店が20%程度ダウンしている。購買は定価品が好調で、客単価及び商品単価ともに上昇し、やや回復の兆しが見える。
	百貨店（店舗事業計画部）		お客様の様子	・熊本地震直後に比べ大分持ち直してきたものの、ファッション衣料に対する反応は鈍い一方、雑貨・食品は堅調という流れは変わらない。ファッションを楽しみたいという客よりも、手軽な雑貨やおいしいものを食べる等で楽しむスタイルが定着している。
	百貨店（売場担当）		競争相手の様子	・最近の流れだが客単価が前年実績を上回っている。他方、購買客数が減少している。
	スーパー（店長）		単価の動き	・全体的に客数はほぼ前年を維持しているが客単価が落ちているため、既存店ベースで見ると売上は減少している。新規出店分があるので、売上は維持できている。
	スーパー（店長）		来客数の動き	・依然として食料品と日用雑貨は好調に推移している。衣料品はなかなか上がってこない。
スーパー（経理担当）	販売量の動き		・熊本地震で一部品薄になった商品もほぼ戻り、依然として消費は好調を維持している。季節の変わり目ではあるが暑い日が多く、例年に比べ夏物商材の動きが良い。	
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・必要なもの以外は買わないという客の姿勢が受け取れる。		

	コンビニ（店長）	販売量の動き	・熊本地震の影響か、ゴールデンウィークの遠出が少なく、例年より今月の売上が良い。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・来客少なく閑散としている。
	家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・季節商材であるエアコンが動いてきたが、その他主力商材の動きが今一つ盛り上がらない。テレビの動きも単価は上がっているものの台数ベースで上がってこない。
	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・熊本地震の影響なのか、来客はあるがなかなか売上に結びつかない。毎月のキャンペーンも前年同月より悪い。
	その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	お客様の様子	・前年同月比でほぼ横ばいである。ただ客の動きを観察すると、既存の客も来ているが従来の固定客が半数、残り半数が新規の客である。地震の影響からか、他店が閉店に追い込まれている状況もあり、客がこちらへ流れてきている。
	その他専門店【ガソリンスタンド】（統括）	販売量の動き	・燃料油の小売価格はやや上昇する傾向にある。ゴールデンウィークの燃料油の販売量は、やや昨年を下回っている。当地は九州地区の観光地であるので、熊本地震の影響がややあった。
	観光型ホテル（専務）	お客様の様子	・熊本地震の風評被害がとて大きく、新規の予約が極端に少ない状況である。
	都市型ホテル（副支配人）	単価の動き	・熊本地震の後、ゴールデンウィークはキャンセル等で急速に落ち込んだが、復興支援等により一気に元に戻った。
	タクシー運転手	お客様の様子	・熊本地震の影響で外国人のバスでの移動が少なかったが、タクシーはあまり変わらなかった。
	タクシー運転手	来客数の動き	・熊本地震の影響が懸念されたが、当地では思ったほどの落ち込みも少なく堅調さを保つことができた。
	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・年度が明けて動き出す物が多いものの、決算や総会時期まで動きを控える客も多い。新規の相談もあるが、昨年度からの継続案件が多い。
	競馬場（職員）	販売量の動き	・これまでと変わらず比較的好調である。
	美容室（経営者）	販売量の動き	・今一つ動いていない。ごく普通の流れで良くも悪くもなっていないが、サミットがあったので上向きになることを期待したが、関係なかったようだ。新たに手を打ってほしい。
	美容室（店長）	お客様の様子	・ゴールデンウィークも終わったが、例年遠出をするが今年は近場で済ませた、という話を何人からか聞いた。景気もあまり良くない。
	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	・客数は前年度比プラスで推移しているが、昨年4月の介護報酬マイナス改定の影響が吸収しきれず、売上高としては減少傾向にある。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・不動産業だが、分譲の客が少ない。仲介や注文やリフォームの話をしている。景気の方はあまり変わっていない。
	住宅販売会社（代表）	お客様の様子	・来客数が減っており、予算総額も抑えている。客単価が大幅にダウンしている。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・熊本地震により、町全体に活気がない。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・販売数が伸びる時季だがほとんど増えておらず、むしろ減少している。来客はあるが購買には至っていない。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・大手のスーパーマーケットやコンビニエンスストア等が次々オープンしている。また、スーパーマーケットや百貨店が物産展等のイベントを盛んに行い、客はそちらへ足が向いており、商店街へ足が向かなくなっている。
	一般小売店【精肉】（店員）	販売量の動き	・飲食店向けの販売量が悪くなっている。
	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・熊本地震発生後の消費抑制の心理からか、中高年層の客の来店が減少し、飲食テナントや書籍、婦人服等の動きが鈍い。ポイントアップやクーポン券配布等の販促強化で刺激するが回復傾向は見られない。
	百貨店（営業統括）	単価の動き	・景気の減速と熊本地震後買い控えが続いている。

百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・主力の衣料品の販売が変わらず不振。時計や宝飾等の高額品の消費も低下傾向。加えて、インバウンド客の売上も前年比約7割止まりと低迷している。中国の関税強化や熊本地震の影響と想定される。
百貨店（企画）	来客数の動き	・熊本地震以降、観光客の減少等もあり、入店客数減少が続いている。
百貨店（業務担当）	お客様の様子	・熊本地震から1か月が経ったものの、身の回りの整理や片付け、住宅の見直し等で精いっぱい買い物する余裕がない方が多い。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・熊本地震の影響で後始末等に費用が掛かるため、色々な出費を抑えている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・生鮮食料品の販売量の動きがあまり良くない。野菜は相場で動くのでそうでもないが、鮮魚、精肉が厳しい状況である。
スーパー（店長）	競争相手の様子	・熊本地震により店舗の売場で上手く営業できない状況で、営業時間を短縮しており、生鮮食料品を中心に前年比90%で推移している。日用雑貨品等は熊本地震の後片付けで前年比105%と順調に推移している。トータルの売上は前年比90%位で推移している状況である。熊本地震の影響をもちに受けている状況である。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・客数、客単価とも先月よりかなり下がっている。熊本地震の影響もあるのかもしれないが、所得の改善も全く見られず、厳しい状況が続いている。
衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・熊本地震の影響により、消費者の購買マインドは極端に落ち込んでいる。また、観光のキャンセルも相次いでおり、今後更に心理的な冷え込みに繋がる。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車販売台数が低迷している。考えられる施策は実施しているが実績が伴わない。かなり厳しい状況である。
ドラッグストア（部長）	販売量の動き	・熊本地震発生直後は、救援物資等の購入があったのが、全体としての売上にはほぼ影響がない状況であったが、徐々に影響が出始めている。
その他専門店【書籍】（副店長）	販売量の動き	・他地区で新商業施設の開店もあり、客の流出が止まらない。当地区の集客力が落ちている。
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	・ゴールデンウィークを境に店舗に来る客が少なくなり売上が伸びない。
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）	来客数の動き	・熊本地震の影響で訪日外国人が減少し、インバウンド売上が減少した。
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	・熊本地震の影響によって一部商品の欠落があった。また全体の消費マインドが低下している。地震に伴いインバウンド需要が減少している。
高級レストラン（社長）	来客数の動き	・まだ熊本地震の影響がある。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・昨年及び前月に比べ確実に来客、客単価が落ちている。さらに、客からも景気の悪い話が全く聞こえて来ない。
観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・熊本地震以降、宿泊予約は夏以降の予約が入ってくる時期であるが例年より悪い。宴会関係は通常の取り込み状態に戻ってきている。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・熊本地震の影響による九州観光客の減少が続いている。訪日外国人観光客は少しずつ戻ってきている。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・熊本地震の影響で九州域内の旅行が自粛傾向にあり、大幅なマイナスとなっている。自粛の傾向は本州方面（東京、関西）へも広がっている。
旅行代理店（企画）	お客様の様子	・熊本地震の影響がやや残っているのか、客足が伸び悩んでいる店舗が多い。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月先月とも、熊本地震の影響で観光客がかなり減少し経済に影響が出ている。売上もかつてないほどの落ち込みを記録している。
観光名所	来客数の動き	・熊本地震の影響がどのように回復していくかが課題である。

		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕(営業)	来客数の動き	・熊本地震により観光施設部門の来客数・売上が減少している。スポーツ施設の大会キャンセルや総合スポーツクラブの入会が減少している。
		設計事務所(代表)	来客数の動き	・熊本地震の影響で職人が不足している。
悪くなっている		商店街(代表者)	来客数の動き	・大手企業の受注数に変化はないが、中小、及び個人商店からは格段に減少している。
		商店街(代表者)	販売量の動き	・個人消費が著しく停滞し、来街者も激減の状況である。
		商店街(代表者)	お客様の様子	・熊本地震の影響で商店街への来客数が減り、消費マインドも大変悪くなっている。観光業等の風評被害もあり、全体的に消費活動・経済活動が停滞している。
		百貨店(営業担当)	それ以外	・九州独自の影響かもしれないが、熊本地震の影響がかなり出ている。今まで引っ張ってきた富裕層の購買がかなり落ち込んでいる。インバウンドも売上が厳しい状況である。少し心理的な部分もあるがまだしばらくは続く。
		衣料品専門店(店長)	お客様の様子	・熊本地震の影響がある。客の動きが悪いようだ。旅行等に出かけるのを控える人が多い。交通の乱れも影響している。
		高級レストラン(支配人)	来客数の動き	・昼夜ともに来店数が激減している。
		高級レストラン(専務)	来客数の動き	・熊本地震で県外観光客、アジアの観光客がすべてなくなった。観光でもっている当県には大打撃であり、いつまで続くのかわからない。
		観光ホテル(総務)	販売量の動き	・熊本地震の影響を受けている。
		都市型ホテル(販売担当)	お客様の様子	・熊本地震の影響もあり当月、前月の宿泊がかなりのキャンセルを受けた。宴席はそこまで影響はないがやはり当月、前月で相当額の延期キャンセルがあった。
		ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・観光地である当地にとって熊本地震の影響が非常に大きく、ゴールデンウィーク以降キャンセルが続出し、前年比60%と今までにない落ち込みを見せており、先行きを危惧している。
	美容室(経営者)	来客数の動き	・熊本地震の被害が大きく客も来ない。現状はとてもひどく店舗もかなり被害を受け、客もかなり被害を受けている。	
企業動向関連 (九州)	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	繊維工業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・中国生産分が国内に戻ってきている。生産量が多いので困っている。工賃はさほど上がらない。仕事量の心配がないだけ良い。
		精密機械器具製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・景気がやや良くなると回答したが、熊本地震の影響で熊本の受注先から生産要求がきている。
		経営コンサルタント(代表取締役)	受注価格や販売価格の動き	・以前と比べ、1件当たりの受注価格が大きくなってきている。
	変わらない	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・5月は例年行楽シーズンで売上も伸びていたが今年は梅雨前の長雨や熊本地震の影響でスーパー関連の伸びは今一つである。それでも居酒屋等の引き合いは順調である。加工メーカー筋もひとつの引き合いはないものの、相変わらず要求に対応しきれない程の需要がある。ただ、工場の生産が人手不足で思うようにいかないのが悩みの種である。
	家具製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・家具業界はホテル需要やオリンピックに向けての商業施設向け家具の需要が拡大しており供給が追いつかないほどの状況である。昨年からの需要が急激に増えていたが、現在は増えたまま落ち着いている。	
	窯業・土石製品製造業(経営者)	取引先の様子	・5月は特に陶器市もあり受注も減るが、例年と比べて今年はさほど落ち込みはなかった。5月の売上は前年よりも良かった。産地としてはあまり変わっていないが、当社は前年が悪かったので売上が前年よりも良く、受注量の確保もできている。	
	金属製品製造業(事業統括)	取引先の様子	・熊本地震の影響で、当社扱い商品の引き合い等は今後増加すると考えられるが、新規案件より現在進行中の案件の見込みの立たない状況の影響のほうが大きい。	
	電気機械器具製造業(取締役)	取引先の様子	・熊本地震の影響で当社関連で一部物流が停滞したが、夏以降は戻る見通しである。	

	輸送用機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・熊本地震後、拠点を替え早い段階で生産はスタートしたが本来の姿に戻るまでは上向きか下向きかの判断も難しい状況である。生産数等はばん回計画に伴い単月では増量の傾向である。
	建設業（経営者）	競争相手の様子	・客と直接話をしても、需要は落ち込んでいない。あまり様子は変わっていない。
	輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・熊本地震の影響が大きく、定型的な業務が出来なかった影響が大きい。
	通信業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・公共団体向けIT関連事業の受注量に変化が見られない。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・個人の動きについては特段変わりはない。企業についても熊本地震の影響があったが、既に落ち着き、3か月前と比べてそう変わりはない。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・熊本地震により取引先の飲食業は自粛ムードによる利用客の減少が続き低迷している。しかしながら建設業は復興需要が続き受注は増加している。業種格差があり景気は変わらない。
	金融業（営業）	取引先の様子	・相変わらず停滞感が続く。中国を始めとする世界経済の停滞による需要不足に加え、株価の低迷等、心理的な要素も影響し、景気が上向きと兆しは今のところない。
	新聞社（広告）（担当者）	受注価格や販売価格の動き	・通販広告について前年を超える出稿量があり、旅行広告のマイナスをカバーしている。全体でも前年並みの売上だが、熊本地震の影響で出稿を見合わせている広告主も多く、上向きとは言えない。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・特に目立つようなことがない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	それ以外	・熊本地震の影響で異常な事態になっており、前半はとてもし事にならないところがほとんどであった。若干落ち着いてくると、メーカー等は厳しいかもしれないが、サービス業、飲食、宿泊等は復興関係の需要が増えている。
	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	・市町村から建設コンサルタントや社会調査関係の会社に発注される調査や計画策定、設計等の業務が昨年度より更に少なくなっていることから、指名競争入札の際に、これまであまり安く入札してこなかった業者が、予定価格の50%～60%で応札するようになっており、受注が厳しくなってきた。
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	・この時期、機械設備製造業の景気は悪くなっている。
	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・熊本地震発生から1か月が経ち、取引先や住宅・地域の状況が次第に明らかになってきた。当社工場も震源地近くにあり、大きな被害を受けている。起こった内容を十分把握できていなかったが、もっと色々な問題が出てくるだろう。
	その他製造業（産業廃物処理業）	取引先の様子	・相場の下落により品薄状態が続いている。特に目立った生産増加もなく熊本地震の影響もあり全体的な製造の減少が見られる。
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年5月は荷動きが悪いが、今年は例年以上に動きが悪い。
	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・消費が鈍っているためか、物量が前年比で落ちている。逆に人件費は上昇しているため利益が出ない。下請業者からも値上げの話題が絶えず、対応に苦慮している。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・求人数が増加し続けている等、雇用環境は着実に好転してきている。一方、熊本地震の影響で、自動車等の生産が落ち込んでいるほか、住宅建築工事に遅れが出てきている。また、観光客の予約キャンセルが相次ぎ、百貨店等の売上も減少してきている。
	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・熊本地震による直接的な被害はないものの、売上減少等の二次被害の影響が出始めている。特に卸売業とサービス業でその影響が顕著に出ている状況である。卸売業では販売量及び販売額の減少、サービス業では熊本地震によるイベント等の中止、自粛等がある。
	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・高速道路のサービスエリアの土産売店の売上が前年比80%で推移している。
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・熊本地震の影響を福岡の企業も受けており、今後の突発的な事態に備えて工場等の大型設備投資計画が一旦ストップしている。
悪くなっている	農林水産業（営業）	受注量や販売量の動き	・時期的な停滞もあるが、熊本地震の影響もある。自粛ムードもいまだに残る。

		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・熊本地震の影響で店の閉店等がまだある。売上はもろろん見込めない。
		一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・ユーザーの動きが非常に悪い。今までの傾向からすると5月～6月には新年度のスタートをしてそれなりの動きがあるはずだが、今年は色々な問題が影響している。
		建設業（社員）	競争相手の様子	・上向きになって欲しいと願うばかりだ。現状は非常に悪く、施工する工事が無いと言う同業者が大変多い。官公庁、民間とも発注が非常に少なく、見積の依頼が少ないとグチをこぼす業者が多い。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
(九州)	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業からの依頼内容が新規部署の立ち上げに伴う依頼であったり、純粋な増員枠が多い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年同月比23.8%増で7か月連続で2けたの増加となった。1事業所当たりの求人数が増加する傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は大幅に増えても減ってもいない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・4月の需要時期を過ぎたためか事務員求人が減少している。新規採用の動きをする企業も少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・熊本地震が消費のマインドに影響している。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・宮崎県の平成28年3月の有効求人倍率は1.13倍と前月を0.04ポイント上回った。有効求人倍率は12か月連続で1倍台を維持している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人受理件数が、熊本地震後から4月末の前年同期比で6割弱の減少となっていたが、5月に入り、2割から3割の増加となっている。建設関係が35%増加している。
		職業安定所（職業紹介）	求人数の動き	・新規求人数では前年比マイナスの月も見られるが有効求人数は増加傾向が続いており、有効求人倍率も高い水準で推移している。
		民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・熊本地震の影響はあるが、求人数が増えていない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・求人数は前年度と同水準である。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新規注文が昨年と比べて3割ほど減っている。また登録者も4割ほど減っている。直接の求人が増えているが、それでも人材確保に苦労していると企業担当者は話している。	
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣求人数が減少。景況が厳しくコストを抑える動きが各業種に共通して見られる。	
	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・当社取扱の求人件数が前年を下回って推移している。売上も前年比で大きく割り込んでいます。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・福岡でも熊本地震の影響があり、ホテル等の宿泊、イベントのキャンセルが続いたが、熊本地震も落ち着き、一時的な傾向で少しずつ回復の傾向にある。	
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・年度末、年初の案件が一段落中である。	
悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・熊本地震の影響で地元の景気は非常に厳しい。中心市街地では飲食、小売店等が厳しく、郊外の大型ショッピングセンターも休業中で消費活動は鈍い。	