

11.九州（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)		一般小売店〔生花〕 （経営者）	・卒業式や母の日といった花の需要がある良い時期になってくる。
		観光名所（従業員）	・閑散期が終わり、ようやく客が多くなる時期に入る。ゴールデンウィークの間合せも多くなっており、過去最高の水準が更新できる。
		商店街（代表者）	・暖かくなってくると客の出足が回復する。卒業、進学等の移動時期でもあり動きがある。
		商店街（代表者）	・年度切替えのため、経費関係、合い鍵等の製造関係は増加する。
		商店街（代表者）	・4月以降、新入学等新しいことが始まる。4月のセールも検討しており、現況よりは良くなる。
		百貨店（営業担当）	・春物の定価商材の動きが悪くない。
		スーパー（店長）	・これから気候も良くなり、寒さも一段落して暖かくなっていく。今後は行楽時期の商品が売れてくる。野菜の高値も落ち着き、やや良くなっていく。
		スーパー（統括者）	・株価の下落が悪材料ではあるが、客の購買意欲がやっと上向きになりつつあり、春先にかけて売上の上昇が期待できる。
		衣料品専門店（店員）	・盛夏物の実売期になれば、今よりは良くなる。
		家電量販店（従業員）	・新学期を迎え、家電製品の需要が増える。
		乗用車販売店（販売担当）	・年末から販売量が増加しており、前年比でも微増が続いている。良い流れが続く。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・店頭の様子から新規客も増えている。春先にかけて気温も上がり、来客数も増加するため、3か月先もそれに伴い景気もやや良くなる。
		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）	・前年末から1～2月と緩やかに景気は回復傾向にあり、春先までは悪材料がなく、この状況が継続する。また、唯一悪材料だった映画館の状況も3月から伸長する。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・今後暖かくなり気候も良くなるため、人の動きが出る。来客数も増え、売上も伸びる。
		高級レストラン（経営者）	・3～5月は歓迎宴会、入学祝い、卒業祝いと行事が多くなる。また、大河ドラマの影響も出るため、景気は良くなる。
		タクシー運転手	・春先は学校や企業で行事が続く、タクシーの利用が増える。
		通信会社（企画担当）	・季節的な要因もあり、販売量の増加傾向が続く。
		通信会社（営業）	・期末の大規模な販売促進活動及び使用可能地域の拡大を予定している。
		通信会社（営業担当）	・転居・転勤時期に入り、需要が大きく動く。
		美容室（店長）	・暖かくなって出掛ける機会も多くなり、2月に来店しなかった客が来店する。着物の着付けの予約も多数入っている。
	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）	・4月からの介護報酬改定が0.54%増の改定となったことにより、当面の大幅な減収が回避できる。	
	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）	・国内外からの観光客の増加の影響が見込まれる。	
	設計事務所（代表）	・季節的に客の動きが良くなる。	
	住宅販売会社（従業員）	・新年度のゼロエネルギーハウスの購入募集に向けて、これから少し動きが出てくる。	
	商店街（代表者）	・商況は変わらず、良くも悪くもないが、店内の魅力づくりを工夫すれば、売上増加が見込める手応えがある。	
	商店街（代表者）	・物は動くが、今の状況からはほとんど良くならない。良くなる要素が全くない。	
	商店街（代表者）	・特に地方では都市部と違って低所得世帯が多く、生活必需品や鮮食食品の買物でも安いものを購入している。	
	商店街（代表者）	・毎年のことだが、卒業、卒園、入学等の行事の出費を補うため、ある程度食費を削るので、景気が良くなることはない。	
	商店街（代表者）	・景気が好転する要因が見当たらない。低調のまま推移する。	

一般小売店 [青果] (店長)	・寒さはまだ続き、急に暖かくなっても、すぐに商品の供給が増えるわけでもなく、高値が続くことで客の野菜離れも影響してくる。利益率の良い果物の品質も余り良くない。果物、野菜は厳しい状況が続く。
一般小売店 [鮮魚] (店員)	・良い材料が見つからない。仲卸業者も諦めていると聞く。何とかしなければならぬが、何もできない状態である。
一般小売店 [茶] (販売・事務)	・今後暖かくなってくれば売上は伸びるが、客の購買意欲は低い。
百貨店 (営業担当)	・前年に引き続き、富裕層と外国人観光客の購買意欲が堅調である。この大きな流れは今後も余り変わらない。ただ、2月の米国の株価急落の影響を考えると、不透明な部分が多い。実際に2月は高額品の購入に株価下落の影響が出ている。
百貨店 (営業担当)	・バレンタインデーを含め自家需要商品は依然堅調である。家具、家電の買換えや、学生服等の新入学需要は増加し、婦人雑貨の新商品効果も続いている。また会員積み立ての満会、新年度入会で来店機会が増加することにより、購入促進が期待できる。
百貨店 (販売促進担当)	・景気が良くなる与件等は見当たらない。
百貨店 (営業統括)	・気候や景気等の外的要因は比較的安定してくるが、消費を刺激するまでには至らず、横ばいの状況が続く。
百貨店 (業務担当)	・季節の変わり目で、人が動く。3月となるが春物への反応は余り良くない。手に取ってみるが購買に結び付く客は前年より少ない。
百貨店 (経営企画担当)	・1～2月は降雪等の悪天候の影響を受け客足が伸びず、翌日の反動も余りない。不要不急の買物はしない傾向は依然として強い。
百貨店 (売場担当)	・急に好転する要素が余りなく、今の状態が続く。
百貨店 (売場担当)	・前年の4月以降、当社を含む地域の商業施設はほぼ前年実績を上回り、景気は上向いていたが、最近はその動きが弱くなっている。客は必要なものは購入するが、必要ないものは購入しないと慎重な姿勢がみられる。化粧品と食料品が全体をけん引しており、衣料品は気温によって変わってくる。
百貨店 (店舗事業計画部)	・富裕層の消費増加を受けて小売の売上は伸長しているものの、肝心の中間層の消費は、特別な日のための購買を除き慎重である。それぞれの需要にいかに対応・提案できるかが、中間層の消費を伸ばす鍵と考えている。
スーパー (店長)	・ここ3か月、野菜の高騰で客の動きが悪い。天候が良くなると野菜の出荷も増え、売上の増加が期待できる。鮮魚は相変わらず刺身を中心に魚離れが影響しており、即席食や総菜が期待できる。熊本地震から1年以上がたち、競合店も軒並み営業を再開しており、今年は競争が厳しい。
スーパー (店長)	・同一商圏内に競合店が出店し、環境は厳しくなっている。価格に対する客の姿勢も依然として厳しく、今後景気が良くなる状況にない。
スーパー (総務担当)	・催事・企画絡みの特売時のみ来客数や売上が増加するという、客の厳しい価格選別志向が続いているなかで、4月以降に日配品の値上げが予定されており、当面、購買意欲が向上する要因がない。
衣料品専門店 (店長)	・景気の変化はみられない。
衣料品専門店 (店長)	・前月末より消費者向けに新しい地域復興振興券が発売されているが、残念ながら来客増につながっていない。
衣料品専門店 (総務担当)	・当商店街の現況や人口減を考えると、今後この商売の景気が良くなることはない。
家電量販店 (店員)	・引き続き大型家電の販売は厳しい。持ち帰りの小物商材についてもインターネットでの購入が非常に多くなっており、先行きも良くない。
家電量販店 (総務担当)	・競合他社が従来行っていなかったダイレクトメールやポスティングを始め、需要の掘り起こしに必死である。
家電量販店 (広報・IR担当)	・2月の売上は前年を超えているが、景気が上向きであると感ずることは余りない。
乗用車販売店 (代表)	・変わらない。
住関連専門店 (経営者)	・地方では景気の回復が感じられない。人手不足や石油の高騰により運賃の値上がりが続く、通信販売部門の先行きも厳しい。
ドラッグストア (部長)	・特段の変動要素がない。

	その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	・ 燃料油の小売価格の見込みは不透明である。大きな変化はないと見込むが、行楽時期に入ることや、人や物の流れにより、消費が高まることに期待する。
	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)	・ 新装開店の好要因はあるが、それに伴う閉店もあるので、大きな変化はない。
	高級レストラン (経営者)	・ 現在の予約状況からみて3月は良い。今後はこのまま増えていけば良い方向に転がるが、現在の傾向のままであれば悪くなる。
	高級レストラン (支配人)	・ 現在の予約状況を見る限り、景気は変わらない。
	都市型ホテル (販売担当)	・ 4月までの営業をしているが、前年に比べて大きな変化はない。
	都市型ホテル (スタッフ)	・ 先の予約も勢いがあり、しばらくは好調に推移する。
	都市型ホテル (副支配人)	・ 4～6月もMICEを中心に団体客が入っており、インターネットでの予約も堅調である。
	旅行代理店 (従業員)	・ 平昌オリンピック後の朝鮮半島の動向が予測できない。国内は引き続き関西の大型レジャー施設の人気が続くが、関東の大型レジャー施設は不透明である。
	タクシー運転手	・ 現在の状況では外国人観光客や歓送迎会によりかなりにぎわってくる。ただ、外国の不安要素が予測不能である。
	タクシー運転手	・ 今年はゴルフをする人の動きが多く、良くなっていく。
	ゴルフ場 (従業員)	・ 人手不足のなか、生産性を上げるための方法が取り立ててなく、今の景気状態が夏まで続く。
	競輪場 (職員)	・ 同業者の売上高に下げ止まり感はあるが、好材料もない。
	競馬場 (職員)	・ 変わる兆候が何も見当たらない。
	美容室 (経営者)	・ ここ何年も良くなるという報告ができない。変わらないというのは相変わらず悪いということである。熊本地震により店舗の移転を余儀なくされ、客の新規開拓が難しい。
	設計事務所 (所長)	・ ここ1年、仕事の受注量は変わらない。この先も変わらない。
	住宅販売会社 (従業員)	・ 年度末を控えた売上確保のため、各社赤字覚悟で営業する。売上が伸びても赤字になり、景気は余り変わらない。
	一般小売店 [精肉] (店員)	・ 利益率の高い商品が生産終了することに伴い、それを使用していた客との取引がなくなる。
	百貨店 (総務担当)	・ 新規大型商業施設の建設が発表され、主要商業施設の競合が強くなる。
	スーパー (店長)	・ 購買意欲を上昇させる要素が見つからない。
	コンビニ (経営者)	・ 公共料金の値上げで、収入に占める生活費の構成比が下がっていく。客の購入点数も今後は更に厳しくなる。
	乗用車販売店 (総務担当)	・ 4月は期末商戦が終わり一息つく時期となる。特に今年は新型車がなく、来客数が少なくなり、車両販売が低迷する。
	一般レストラン (経営者)	・ 歓送迎会の予約が前年より少なく、今後は好転しない。
	スナック (経営者)	・ 1月に続き2月も来客数が伸びない。なじみ客の来店頻度が落ちてきている。0時以降の来客数も減ってきており、客切れも早い。この1年同様な傾向が続いており、景気が上向き気配はない。
	観光ホテル (総務)	・ 熊本地震の復興需要の力強さが薄れてきている。
	都市型ホテル (スタッフ)	・ 増え続ける新規ホテルの影響は、特に平日に顕著に出てくる。
	通信会社 (業務担当)	・ 春以降、事業者向けのインターネット回線の取次ぎでは、販売手数料が減額されることがほぼ決定しており、新しい商材を取扱う動きが活発になってきている。通信業界の今後の流れが予測できず、どの代理店も先行きが不安ななか、それぞれ新しい動きをしている。
	理容室 (経営者)	・ 先週頃から卒業や入社を控えた学生が来店しているため、来月くらいまでは良い。その後は卒業や入学で客が減るので悪くなる。
	設計事務所 (所長)	・ 物価や税金は上がるが、収入は現状維持である。
	× その他専門店 [書籍] (副店長)	・ 書店業界が収縮し続けている。そもそも書店存続の問題があり、景気が改善する予測は立てられない。
企業動向関連	輸送業 (従業員)	・ 健康食品の受注が増加している。4月以降の受注もダイエット商品関連を中心に増加している。また、高額品の受注も伸びており、好調である。
(九州)	通信業 (経理担当)	・ 3月までの第4四半期において受注物件の売上計上が増加し、利益も増加する。

農林水産業（経営者）	・3～4月は行楽時期や人の移動でスーパーマーケット向け、居酒屋向けがかなり期待できる。加工メーカーも新商品の売出し等で原料肉の問合せが多くなる。2月後半から鶏肉相場も上がり、鶏卵も高相場になってきているので、当業界との相乗効果が期待できる。
農林水産業（従業者）	・春を迎え、野菜を食べる機会が増え、出荷量も伸びてくる。危険なのは、野菜の流通量を動かしたい小売側と、冬場の収益源を改善したい生産側との思惑が合致するかどうかである。合致しなかった場合、物は出てくるが、出せば出すだけ単価が安くなるという危険性を秘めている。
家具製造業（従業員）	・引き合い件数、見積件数が増えており、2～3か月先の受注につながる情報が多くなっている。
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・期末に向けた駆け込み需要が見込める。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・3～4月は業界全体で商品が動く時期になる。落ち込んではいないが、贈答品がまだ動いてくる。特にインターネットでの販売が伸びてきており、今後はそちらに注力する。
鉄鋼業（経営者）	・需要家による材料手配の端境期だが、発注量が減少している。鉄筋加工業者からは、物件はあるが、鉄筋工不足、トラック運転手不足等が顕著になっており、工事の遅れが気になるとの声が聞こえる。鉄筋の出荷のためのトレーラー手配にも苦心している。
電気機械器具製造業（経営者）	・現時点での生産動向から、売上は前年比20%上がる。
電気機械器具製造業（取締役）	・工場の新設計画が始まっている。場所と人材確保を確実に行っていくことで、今後の仕事の拡張が展開できる。
その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・客の工場増築や増産の話が出ており、今後も少しずつ上向いていく。
通信業（職員）	・一時的に受注量が落ちているが、受注の谷間であることが原因であり、数か月で回復する。
金融業（営業担当）	・今後3か月は気温が上昇し、消費者の動きが活発になる。年度末を控え、各業種で販売活動が活発になるので、やや良くなる。
金融業（営業）	・人手不足は解消されていないが、複数の中小企業から外国人登用の話が具体化していると聞く。人手不足が解消されると、依然として高水準の需要に対応できる環境が整う。
その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・収入が極端に上昇する雰囲気はないが、働き方改革も浸透し、残業時間も大幅に短縮した。海外旅行を計画する社員もあり、時間の過ごし方によっては、景気も良くなる。
食料品製造業（経営者）	・比較的安定した受注がある。
繊維工業（営業担当）	・製造業なので、石油の値上がりは運賃や資材等全てに影響がある。
化学工業（総務担当）	・上半期は生産調整期にあたる。
一般機械器具製造業（経営者）	・客は年度末を控えて在庫の補正に入る。同時に新年度に向けての動きを確保するために早めに手を打つ。
輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産量は高い水準で横ばいである。
建設業（経営者）	・客の様子や受注計画は変わらない。
輸送業（従業員）	・人手不足や労働時間の問題で運送会社からの要求が強く、料金改定を実施しなければ貨物を配送できない状況になっている。荷主への料金の転嫁が現状では難しいが、転嫁していかなければ会社として厳しい状況になっており、いずれは荷主も受け入れる。その後は商品単価に反映されるため、購買意欲は低下する。
金融業（従業員）	・企業の求人意欲は旺盛で、雇用者所得は持ち直してきている。一方、バスやタクシー、貨物運送業等では恒常的な人手不足が経営の足かせとなっているほか、燃料費の上昇を懸念する客が増加してきている。
金融業（得意先担当）	・更新投資の需要が出始めているが、まだ一部企業に限られており、今後の動向を注視するとともに、これが全体に波及することを期待したい。現状はまだ変わらない。
金融業（調査担当）	・株価下落が心理的にどの程度影響しているのか不透明である。
不動産業（従業員）	・賃貸物件の入居率が横ばいに推移しており、今後も継続する。
新聞社〔広告〕（担当者）	・前年比で動きが鈍い。

	広告代理店（従業員）	・2月の新聞折込受注枚数は前年同月比95%であった。依然として前年を超える受注量は難しいが、健康食品・戸建て・増改築等の業種は比較的好調であった。ホームセンター・家具・求人等は不調業種の代表格である。ただしスーパーマーケット・家電量販店・パチンコ店等の娯楽・消費の中心業種はほぼ変わりなく、景気の均衡はしばらく続く。
	経営コンサルタント（社員）	・例年のことだが、3月決算の会社が多く、新規の発注を控える傾向にあり、動きが活発にならない。
	経営コンサルタント（社員）	・客の買い控えがかなり多くなった。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社ホームページのアクセス数や問合せ件数に変化がない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・良くなる感覚はないが、さほど落ち込むこともない。熊本地震復興のグループ補助金が3月で終わるので、少し良くなる。
	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・2月には、次年度に向けてプロポーザル形式で先行的に業務を発注する自治体があるが、今年度はそのような業務の発注がまだない。予算化されていない可能性があるが、来年度に向けた動きが少ない。
	食料品製造業（経営者）	・少子高齢化で、出荷量減の動きはまだ続く。
	金属製品製造業（事業統括）	・人手不足による建築費高騰により、受注が踊り場局面に入った。
	精密機械器具製造業（従業員）	・受注先の工場が工事等で作りだめのため増産計画に入っていたが、工事が終了となった。前月に比べ、今月からは受注量が減少する。
	建設業（従業員）	・見積案件が少なく、受注もここ数か月取れていない。配置人員も不足しがちであり、受注が難しい。
	建設業（社員）	・発注の平準化を期待している。予算も毎年減少しており、地方の建設業者は非常に苦しい。ただし、労務単価の増額は経営改善に寄与している。
	輸送業（総務担当）	・人件費の増加が経営を圧迫し始めている。昇給、パート社員の時給の賃上げが4月から行われることにより、減益が見込まれる。運送経費の荷主への価格転嫁も進んでおらず、先行きが不透明である。
	金融業（従業員）	・天候が良かったため、2月のスポーツキャンプに観光客が押し寄せた。宿泊、小売業の景気が良かったが、今後は反動減となり、3か月先は悪くなる。
	x	-
雇用 関連 (九州)	人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法や労働契約法に関連した転職や、新年度に向けての求職者の動きがある。現時点で賃金改定の検討を受け入れる企業も多くあり、派遣社員の働く環境の改善に向けての動きがある。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・熊本地震から2年が経過し、仮設住宅の居住期限が迫る等、人の移動とともに住宅やその関連品等の市場に動きが出る。
	職業安定所（職員）	・製造業では多少上向きになるが、人手不足が受注量を制限しており、景気も僅かしか上向かない。
	人材派遣会社（社員）	・新年度が始まり、ゴールデンウィークを過ぎると求人・求職共に落ち着く。
	人材派遣会社（社員）	・年度末までや、4～5月までの短期の依頼が既にきている。例年と同等の依頼件数である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・働き方が問われるようになり、改正労働者派遣法で人材派遣登録の広告は増えたが、景気が良くなる話題でなく、横ばいである。
	職業安定所（所長）	・求人・求職の動きに余り変化がない。
	職業安定所（職員）	・建設、運輸、警備といった業種で従業員の高齢化が進み、若返りが急務となっている。ただし、新卒の高校生は18歳人口の減少や一定以上の進学率で採用が難しく、また、大卒者は県外へ進学した者が県内企業に就職する割合は上がっており、若返りは進んでいない。高齢者が退職すると企業自体の存続が危うくなる中小企業も多い。
	職業安定所（職員）	・管内のある事業者の業績は、人口減少による消費の落ち込みや食文化の多様化により、業績が横ばい若しくは若干減少している。
	職業安定所（職業紹介）	・今後も求人数の増加傾向と求職者の減少傾向が続き、有効求人倍率は高い水準で推移する。

	学校 [大学] (就職支援業務)	・特に中小企業は、前年度の採用人数が予定数より下回っており、本年度も積極的に採用活動を行うようである。しかし、実際に業績好調を理由として増員を計画していると回答する企業はごくまれである。
	求人情報誌製作会社 (編集者)	・業界全体の流れでは求人件数が前年比で伸びているが、そのほとんどがインターネットによるものである。媒体がインターネット中心になっており、フリーペーパーは前年割れしている。インターネットによる求人件数は伸びているが、地元の小規模企業の採用はうまくいっておらず、採用は相当厳しくなっている。
	民間職業紹介機関 (社員)	・新年度の求人依頼数は落ち着いている。
x	人材派遣会社 (社員)	・労働契約法の満期 5 年を迎える人が出るため、離職者が増加する。