

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)		観光名所（従業員）	・ゴールデンウィークの実績をみると過去最高数値を記録しているため、7～9月まで台風等で大きな災害が起きない限り期待できる。
		商店街（代表者）	・7月の大型客船の入港予定はめじろ押しで、商店街に訪日外国人客が流れてくることを期待している。
		百貨店（営業担当）	・入館客数や購入客数が上昇傾向にあるので、しばらくこの流れは続く。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・梅雨も明けて、盛夏に向けて客が増えていく。冷麺やソフトドリンク、アイスクリーム等に売上に期待している。
		家電量販店（店員）	・当地区に限ったことではあるが、前年の10月から冬に掛けて売上が悪かった。そのため、家電の数字に反動が出てきたが、前年がマイナスだったので、今年の夏の数字は良くなっていく。
		家電量販店（店員）	・単価の高い液晶テレビの金額が下がってきたため、売行きが良くなった。今年の夏は、酷暑と予想されているため、エアコンディショナーや冷蔵庫の動きも大きくなるので、やや良くなっていく。
		家電量販店（総務担当）	・白物家電の底堅い動きから、梅雨明け後の夏商戦・ボーナス商戦の盛り上がり期待している。
		家電量販店（従業員）	・暑くなり冷房器具の需要が増えるため良くなる。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	・夏になるとコーヒーの需要が増加する。7～8月のお盆を迎えるに当たり、家庭用や進物のギフトが増加傾向になるため売上が上がっていく。
		ドラッグストア（部長）	・気温が上昇しており、この時期に売れる季節商材の動きが少しずつ活発になってきている。
		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）	・前年と比較して、夏休みは集客拡大を見込んでおり、景気動向はやや良くなる。併せて最大の苦戦要因だった映画動向も夏休み作品のラインナップから前年実績を上回る見込みとなっている。
		その他小売の動向を把握できる者【土産卸売】（従業員）	・夏場を迎え、明治維新150年や大河ドラマ効果が発揮され、売上増加が見込まれる。
		高級レストラン（経営者）	・今のところ台風や大雨の影響が余りなく、来客数が徐々に増加している。夏休みになると人の動きも増えるため良くなっていく。
		旅行代理店（従業員）	・人員ベースでは韓国向け旅行の復活で増加を予測しており、夏場の予約は今から期待している。懸念材料として、燃油サーチャージの値上がりが旅行機運に水を差している。
		通信会社（企画担当）	・今年度予算の相談と引き合いが増えており、およそ3か月後に実現をする状況である。
		通信会社（企画担当）	・販売促進を更に強化するので、販売量の一層の増加が見込める。
		美容室（経営者）	・梅雨時期は、売上低迷時期であるが、メーカーの新製品も増えるので、少しずつ景気回復していく。
		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）	・業界大手の損益も好転しており、人材確保難のリスクはあるが、当面大きなマイナス要素はない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の引上げまでは、現在の状況が継続する。特に今後は、建て売り分譲住宅の需要も増加していく。
		商店街（代表者）	・商店街全体をみると、景気が良くなっているのは飲食店である。小売業は苦戦しているが、新店舗に客が入りにぎわっている。これらの店が今後も景気が良ければ商店街全体も良くなる。
	商店街（代表者）	・収入が増えていないことや、年金から差し引かれているものが多いことにより可処分所得が少ないため、先行き不安に感じている。経済的に余裕がある客以外は、厳しい状態である。	
	商店街（代表者）	・当商店街の来客者は、年金生活者が多い。夏場の気温が暑いいため、客は涼しいスーパーマーケットへの利用が多くなり、商店街への客足が遠のいている。	
	商店街（代表者）	・梅雨に入り客が減少しており、8～9月に景気が戻って消費が戻ってくるプラス要因が全く見つからない。このまま現状が続いていく。	
	商店街（代表者）	・まちづくり事業がまだ実行中であるため、他の小売店の営業活動に期待したい。しばらくはこの状態が続いていく。	

商店街（代表者）	・客の財布のひもが依然として固いため、現状と変わらずやや悪い状態が続く。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・魚屋の話では、今は魚一尾そのものでは売れず、刺身や総菜状態で販売している。本来の仕事ではなく、厳しい状態が続いている。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・特別に売上増加につながる要因もなく、売上は前年と変わらない。ボーナス商戦も大型店に限られているため、個人店では、売上の期待はできない。
百貨店（総務担当）	・売上が厳しい状況が続くと、テナントの営業継続も厳しい状態である。施設側が投資を行っても、その回収も期待できないと判断している。
百貨店（売場担当）	・衣料品関係は3か月続いて良くない状況である。食品関係は前年並みに推移している。他店の状況も平均するとほぼ変わらない。観光は、世界遺産登録が決まれば観光客の増加が予想されるので、審査を注視していく。化粧品関係は訪日外国人の影響で、大きく伸びている。
百貨店（業務担当）	・客の買物に対する姿勢はしばらく変わらない。必要最低限の物を購入する状況である。価格等が問題ではなく、心理的に消費を抑えている。
百貨店（店舗事業計画部）	・こだわりの物、時間、空間趣向に対しての訴求方法が引き続き小売の課題である。
百貨店（売場担当）	・天候や気温が上がれば、徐々に夏物も動き出すが、猛暑になると9月の売上が低調になる可能性がある。
百貨店（マネージャー）	・売上好調な商品が高額品であるため、株価、為替の影響が強い。変動がなければ、このまま好調は維持していくが、変動等があると影響を受けるため、現状は不透明である。
スーパー（店長）	・8月に向けて、お中元商戦、お盆の時期になるが、乾物、缶詰等の値上げした商品の動きが悪く伸びない状況が続いていく。
スーパー（店長）	・土用丑の日セールを前倒して展開しており、順調に推移している。丑の日のウナギが少なく単価が上がっており、売上は前年並みである。来店客数はここ3か月変わらない状況である。競合各社は熊本地震後も厳しい状況になっている。
スーパー（総務担当）	・ハレの日など催し企画的要素と絡めた販売促進には一部明るい状況である。来客数が前年割れで推移している間は売上の増加を期待できない。売上増加だけを求めて必要以上に価格競争で対抗すれば客単価の減少を招いたり、本来の主力な客の信頼も損ねてしまうことが懸念される。
スーパー（経理担当）	・ウナギの高値による需要減少や、買物頻度の低下による客数減少等からみても財布のひもは一層固くなっている。
スーパー（統括者）	・将来に期待がもてない中で一部商品だけ物価上昇している状況にあり、一般消費者は給与の範囲内で対応している。そのなかで小売店が売上、利益共増やすことは容易でなく、個人消費については横ばいで推移していくのが精一杯である。
コンビニ（経営者）	・前年末から低調な状況が続いており、それに加えここ1～2か月の気温の低さが飲料水等に影響を及ぼしている。気候が戻っても、このマイナスの現況を取り戻せないため悲観的な見方をしており、良くも悪くもならない。
衣料品専門店（店長）	・7月から新たに地域振興券が発売されるが、先に発行された地域復興券は期待外れであったので今回も期待が持てない。
衣料品専門店（店長）	・2～3か月先も変化はない。
衣料品専門店（店員）	・予報どおり夏が長いと秋物が売れない。
乗用車販売店（総務担当）	・新型車投入計画がないので、現状の厳しい状況が続く。
乗用車販売店（販売担当）	・売上が横ばいで、しばらく低調が続く。
乗用車販売店（代表）	・変わらない。
住関連専門店（経営者）	・春からの経費に掛かる値上げに続き、材料や仕入れ商品の値上げがあり、地方の景気はまだまだ良くならない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の仕入価格は不透明であり、今後の小売価格の傾向もはっきりとしない。来店される客の近況では、6月中旬から7月下旬にかけてボーナスの支給もあり、7～8月にはカーケア商品の販売に期待したい。
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）	・天候による部分は改善できるが、ガソリン価格の高騰等の影響は今後も続く。
一般レストラン（経営者）	・予約状況も前年並みであり、特に良くはならない。

スナック（経営者）	・6月に入り客数が若干戻っている。今月に入って複数回来店した業種の客がいるが、一部の業界に限って景気が良くなっているのかはまだ判断できない。7月のボーナス支給後の動きを観察したい。
観光型ホテル（スタッフ）	・7月も披露宴受注が悪い状況である。
タクシー運転手	・大型クルーズ船の来港が2割程度減少するなど、不安材料が多少あるにもかかわらず、これまで当地でのタクシー需要は堅調に推移しており、この状況は変わらない。
タクシー運転手	・これから昼が暑くなっていくため、昼のタクシー利用が増加していく。夜の利用は、相変わらず徐々に増加している。
通信会社（営業担当）	・県全体に絡んだ案件が動き出すのにもう少し時間が必要である。
通信会社（営業）	・稼働日が少なく商品が動かない時期ではあるが、それに対する販売店への施策、客に対する宣伝活動等を予定しているため、景気、売上が大きく上下することはない。
ゴルフ場（従業員）	・基本となる地元客は前年並みで推移しているの、県外客動向で変化はあるものの、横ばいで推移している。
理容室（経営者）	・暑くはなってきたが、この2～3か月変化がなかったの、今後も変わらない。
美容室（経営者）	・9月まで行事がないので悪い状況が続く。
美容室（店長）	・年々客が高齢化して、施設に入ったり、体調が悪く来店できない客が増えているのが現状である。客単価も減少している。
設計事務所（所長）	・世界情勢の不透明さや貿易戦争の危惧があり、自然災害も多発し、少子高齢化等で問題山積みのなか、3か月先は先行き不透明である。
設計事務所（所長）	・業種的に2～3か月先に結果が出るため、今月の状況が変わらないので、3か月先も変わらない。
設計事務所（代表）	・金利が変わらない。
住宅販売会社（従業員）	・ボーナス時期が近づいているが、消費者の購買意欲を促す材料がない。ボーナス商戦も出足が鈍っている。3か月後の景気は良くなっている状況ではない。
商店街（代表者）	・商店街の通行量も減少傾向にあり、同業他社の売上も前年対比が3割減少しており、景気回復につながるような好材料はない状況である。
一般小売店〔青果〕（店長）	・本格的に暑くなると、当地特産品のピーマン、トマト、きゅうりの栽培が高冷地に移っていくので、原価が割れ需要が減っていく。マンゴー、ハウスみかん関係も厳しく、このまま厳しい状況が続いていく。
百貨店（営業担当）	・友の会及び自社クレジット募集共に好調で、紳士衣料品、婦人衣料品、雑貨及びリビング用品の自家需要商品は依然堅調である。一部商品群に商品単価減少傾向だが、お中元ギフト商品は好調で、早期受注中の商品の品切れの心配があり油断できない。
百貨店（営業担当）	・国内景気が停滞しているが、そこに向けての有効な手だてが打てていない。株が上がらず、下がってきている状況である。グローバルの中で日本経済は、取り残されている。個人消費が影を落としており、極めて先行き不安な状況である。
スーパー（店長）	・原油相場が不安である。
スーパー（店長）	・消費者の節約志向は相変わらず根強く売上に繋がらない。その状況の中で、競合店も含め価格競争が一段と厳しくなっていく。
コンビニ（経営者）	・消費税の引上げも含めてガソリンの高騰や公共料金の値上げ等が家計を直撃している。厳しい状況は今後も続く。
コンビニ（店長）	・日本の国内総生産の動きや米国による貿易摩擦等、先行き不安な動きが出ている。
衣料品専門店（総務担当）	・客の高齢化による客数減少に対し、これを補う若年層の客獲得が非常に難しくなっている。それに加えて県庁移転による訪日外国人客の減少により、更に状況は悪化していく。
都市型ホテル（販売担当）	・宴会が減少する夏の閑散期に入る。8～9月は特に売上が低くなる。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊施設が増加するにつれて競争も激しくなっている。
都市型ホテル（副支配人）	・夏休みの予約状況は例年より遅れており、8月の空室が目立っている。
旅行代理店（企画）	・具体的な施策を打たなければ厳しい状況が続く。
通信会社（業務担当）	・7月からの販売手数料の減額が確定しているため、今後は事業転換も視野に入れて経営をしていかなくてはならない。
音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入るので、生徒の数は減少をする。

	x	商店街（代表者）	・現状では宣伝できる商材がない。来客数も季節的に減少傾向であるため、景気が良くなる見込みがない。
	x	一般小売店〔生花〕（経営者）	・この先2～3か月はかなり厳しい状況になる。5月までは、震災で被災したために広い仮店舗で営業していたが、今後は改装に入り、営業しづらい状況になる。需要も減り秋までは厳しい状態が続く。
	x	高級レストラン（経営者）	・7～8月の予約状況を見る限り、忙しい週末があるが、全体的にゆっくり動いている。8月はお盆もあり、企業は休みに入るため、今年は例年以上に厳しい状況である。
企業 動向 関連 (九州)		輸送業（従業員）	・健康食品の受注が6か月先まで詰まっている。増産依頼も多く納品価格も上昇している。当面この傾向が続き景気は上昇していく。
		農林水産業（経営者）	・7月に入ると梅雨明けも間近になり、夏の食材、加工品の売行きに期待がもてる。スーパーマーケット向けも夏場は、加工品中心に売行きが良くなる。精肉では一部の国からの輸入が減少し国内在庫も大きな量にはなっておらず、価格は厳しいながら落ち着いている。国内生産の荷余りが解消され適正価格に戻ることに期待する。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注量の予定推移よりやや良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今月の状態をみると、来月は例年のペースに戻ってくるのがユーザーからの答えとして出ており、それに期待している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・以前に比べると一服感があり、今までの好況感が維持できる可能性が望めるか先行き不透明である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の動向によれば8月以降受注量も回復傾向にある。
		電気機械器具製造業（取締役）	・取引先の受注の要請に応えるため工場増設をしている。スペースと人員がいれば仕事量は確保できる状態である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車販売でのピーク生産が2～3か月後に計画されていて、当初予算計画に対して増産になる。
		その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・売上は少しずつ上昇しているが、中国輸入規制案件をクリアしなければ先が見込めない状態である。
		建設業（社員）	・第2四半期、第3四半期が、年間通して一番多く発注される時期になるため、多くの受注ができるよう努力をする。
		通信業（職員）	・営業案件の情報量から、受注が若干増えると期待できる。
		農林水産業（従業員）	・現在の状況は、中間流通会社の赤字取引によるもので、消費者の手に届くまでの行程としては、決して健全とは言えない。今後、反動が起こる恐れがある。
		繊維工業（営業担当）	・現在、新規物件の提案が少ないため、3か月先は期待できない。今後の新規受注に期待したい。
		化学工業（総務担当）	・上期は需要期でないためである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏場を迎え現在の受注は、商店に活気がなく、この状態が続いていく。
		鉄鋼業（経営者）	・荷動きは悪くないが新規の受注量が回復しない。建築物件を中心に地場、中堅ゼネコンは多くを抱えているが、なかなか買い付けに動かず、物件の着工がずれ込んでいる。
		金属製品製造業（事業統括）	・本年度は目玉案件がない状況からのスタートであったが、現在に至っても好材料が見えず先行き不透明である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・取引先からの発注が前月同様で、前期に比べて受注が落ちている。大阪北部地震による影響はないが、まだ受注増産には見通しがつかない状況にある。
		建設業（従業員）	・業界ランクにより発注量が変わるので、当社の今後の工事発注量は、現状と変わらず景気も変わらない。
		輸送業（従業員）	・物流業では、人手不足の影響で各メーカーが九州に拠点を設けようと考えているが、倉庫スペースが少なく、作業員も不足のため新規案件にはなかなかつながらない。また、拠点増加をしても、景気の上昇ではなくサービス低下を防止するため、景気回復とは言えない。
	通信業（経理担当）	・現在のところ、IT関連の需要につながるような社会制度の変更等がなく、受注残を計上している状況である。	
	金融業（従業員）	・自動車関連企業の生産は高水準を維持している。また、製造業を中心に企業の設備投資が増加している。企業の求人意欲は旺盛だが、幅広い業種で人手不足が供給面の障害となっている。	
	金融業（営業）	・半導体等、今後の需要は高水準である。対照的に設備投資には踏み切れない企業も多く、受注増加には結び付いていない。	

	金融業（営業担当）	・一般消費に関わる小売業では、3か月前に比べ売上は変わっていない。北朝鮮不安に関しては、目先のリスクは緩和されたが、そのことが一般消費の増加に至っていない。天候に関しては、2～3か月の天候がはっきりしていないため状況は変わらない。	
	金融業（調査担当）	・取引先の融資の資金需要は、この1年変わらぬ方向を示しており、地元他銀行も同様である。大きな話題もないことから、3か月後も大きな変化は見込んでいない。	
	不動産業（従業員）	・商業施設の売上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）	・新聞広告の受注量が停滞している。	
	広告代理店（従業員）	・2018年6月の受注金額は前年同月比96%となった。前年を超えることができずマイナス5ポイントが続いている。6月の好調業種は保険関係、家電、ホームセンター等、不調業種は百貨店、スーパー、自動車販売等であり、新聞折込チラシに欠かせない主要な業種が不調状態である。	
	経営コンサルタント（社員）	・大型専門店で客が移行している。	
	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、問合せ件数に変化がない。	
	経営コンサルタント（社員）	・好転するような話題が余り聞こえない。好材料が出ることに期待したい。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・大きく状況が動いていく要因がないため、しばらくこの悪い状況が続いていく。熊本地震後の復興景気がしぼんでいくことを実感している。	
	その他サービス業〔物産リース〕（支社長）	・まだ、所得が増加し景気が上向き状況ではないが、働き方改革の影響で年休が取得しやすくなったことは大きい。結果、休日が増加し、消費も増えている。サッカーワールドカップが開催されているが、過去は数人現地で観戦していたが、今回は見受けられない。	
	建設業（従業員）	・見積案件も低迷しており、今後の需要も先行き不透明である。県内の景気の見通しも良くないので、若干悪くなっていく。	
	×	輸送業（総務担当）	・運送会社が一斉に値上げを要請してきている。ドライバーの人手不足に拍車がかかっており、原油価格の高騰も響いている。これにより物量は増加したものの赤字の路線が発生し、景気の腰を折る状況である。メーカーや商社、また運送会社も景気上昇の機会を失い景気は悪くなる。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・設計や調査・計画策定等に関する市町村の委託業務の6月補正予算が少ないため、調査や計画等を行うコンサルタントが受注できる仕事が減少し、入札しても価格不当な業者が出てくるため、売上の見込みが減っていく。このため、景気は悪化していく。
雇用 関連 (九州)	-	-	-
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当県は、夏から秋にかけて観光が盛り上がりを見せる時期である。クルーズ船の寄港数増加、熊本城の見せる復旧などもあり訪日外国人の消費にも期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・梅雨明けすると夏の消費が伸びていく。九州全域での訪日外国人も堅調で、商業地区等では特に個人観光客が多い状況である。
		職業安定所（職員）	・訪問した企業の業績についての回答は、横ばい又は上向きが多い。ただし人手不足感は否めず、今後も続く可能性があるため、改善の波も緩やかにならざるを得ない。
		人材派遣会社（社員）	・数社の取引先の採用計画が活発ではない。
		人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法の抵触日に関わる動きも少なく、企業も慎重に雇用切替えで対応しており、直接的な動きにつながらない傾向となっている。
		人材派遣会社（社員）	・今の状況は急激には変わらないが、以前と比較すると良くなり、求人数や応募者の動向をみてもこの状況は続いていく。
		人材派遣会社（社員）	・例年求人減少の時期であるので、変化はない。
		職業安定所（職員）	・熊本地震復興のための建設業からの求人は、単純作業員の募集から施工管理士等の資格所持者にシフトした。ただし、建設等の現場を支える警備業や物流を支える運輸業において、希望者が少ないため、深刻な人手不足に陥っている。
		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)	・ 2019年 3 月卒業学生への採用については、各企業共に意欲的に採用活動を行っている。その背景は、前年度採用未充分の補充、将来的な労働人口不足への対応などが考えられる。景気と求人の動きの因果関係ははっきりしないが、企業側の説明を聞く限り、国内経済にとどまらず海外への展開などにかじを切る企業が更に増加している。
	人材派遣会社 (社員)	・ 改正労働者派遣法の影響により、稼働派遣スタッフ数が落ち込む。
x	-	-