

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）	・入学、卒業シーズンになり、今まで以上に客の動きがあり売上が上がる。
		百貨店（売場担当）	・良好な所得や収益の環境を背景に、個人消費は堅調に推移する。消費税の引上げ前の需要に期待したい。
		百貨店（プロモーション担当）	・年末の消費が強まらなかった反面、新年初売りへの期待は感じられる。
		スーパー（店長）	・年が明ければ、東京オリンピックカウントダウンが活発になり、準備に備え景気が上昇する。
		家電量販店（店員）	・4K・8K効果で大型テレビは、良く推移している。キャッシュレス決済のキャンペーンも当たり、非常にキャッシュレスが多くなっている。決済方法が増えるということで、購買意欲も上がり、やや良い方向へ向かう。
		家電量販店（店員）	・12月は非常に悪く、その大きな要因は暖冬にある。ここ数日は気温も下がっており、1～3月にこのまま平年並みの気温が続けば、やや良くなっていく。
		家電量販店（総務担当）	・4K・8K放送開始によりテレビに注目が集まりつつある。年明け以降もこれを足掛かりとして売上が回復させる。
		乗用車販売店（販売担当）	・販売量等もここ数か月に比べると増加しており、業績に多少期待しているが、前年と比較すると販売量は減少している。
		乗用車販売店（総務担当）	・1月に待望の新型車が投入される。当面は新型車効果で、新車販売台数の増加が期待できる。
		通信会社（企画担当）	・光インターネットサービスエリアの更なる拡大があり、販売量の伸びが期待できる。
		通信会社（業務担当）	・受注件数は伸び悩んでいるが、春にかけて繁忙期に入るため若干良くなる。
		設計事務所（代表）	・消費税の引上げ後、一時的に良くなる。
		商店街（代表者）	・国の予算は大幅に増えているが、市民にはその恩恵が感じられない。
		商店街（代表者）	・景気は変わらず良くない。商店街での店頭販売はかなり厳しい状況である。大型店の売出し合戦と客の購買状況が著しく変化している。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・年明けも寒さは続くが、年末商戦も売上は変わらず、通常の生活に戻っても野菜の需要は、上がっていない。逆に客の野菜離れがあるのではないかと感じている。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・今後、良くなる好材料を探さなくてはいけない。当市の水産関係は非常に落ち込んでおり、危惧している。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・仕入価格が上がっているため、売上は少し増えても利益は前年度と変わらない。景気が低迷している状態では、今後は期待できない。
		百貨店（営業担当）	・寒波の襲来で来客数が減少したが防寒衣料雑貨は好調である。紳士雑貨、スポーツ関連商品、年末に向けリビング商品の買換え需要、タオル、ヘルスビューティ、バス、インテリア、食器等自分のための商材購入やし好性の高い舶来ブランド、美術工芸も依然好調で商品単価は上がっている。慎重な購買姿勢と、自宅での生活充実のための購買意欲は継続していくと予想される。
		百貨店（営業担当）	・曜日まわりも良く期待感があった12月に、気温不順によるアパレルの苦戦を強いられたため、今後のセールでどれだけぶん回すかがポイントになる。一方で例年セールも長期化、平準化していることにより、早い段階で梅春物の提案をする必要があり、気温不順傾向が続くようであれば見通しは厳しいと考えられる。
		百貨店（経営企画担当）	・例年よりも平均気温が高い等、外部与件はあるものの、来店客数の減少傾向が加速している。実体経済での個人所得が増加しない限り、個人消費の更なる低迷が続くのではないかと懸念している。
	百貨店（売場担当）	・今月若干暖かかった影響で、衣料品の苦戦が見られ、ギフト、宝飾・貴金属も落ち込んでいるが、化粧品は全店舗好調である。今後は、衣料品の動向次第で数字が変わっていくが、流れは現状が続いていくと予想する。	

百貨店（マネージャー）	・売上を高額品がけん引しているため、株価為替等で大きく落ち込むと影響が出ることにより、今後の景気は不明である。訪日外国人の需要も落ち着きをみせている。
百貨店（業務担当）	・消費税の引上げに備える客や震災からの復興が一段落している客が増加している。今後の強い購買意欲は期待できない。
スーパー（経理担当）	・暖冬の影響で、売上が伸び悩んでいる。
スーパー（統括者）	・米中間題等から株価も大きく下げ、景気後退懸念も出ている。消費税の引上げも財政赤字縮小には結び付かず、将来への希望も持てない状況で、個人消費が盛り上がるような雰囲気にはなっていない。
コンビニ（経営者）	・消費税の引上げの年で、客の動きに変化がみられると予想される。一時期の駆け込み需要にまだ見当がつかないが、10月以降に不安材料があり、落ち込むと考えられる。
コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税の引上げの年であるにもかかわらず、客の買い控えがこの先も続く予想される。プラス1品の商品は、引き続き需要がない状況である。
衣料品専門店（店長）	・当地方には、災害復旧工事やダム建設工事の関係者が多数入り、ばく大な金額が動いているが、地方経済に全く影響していない。今後もこの傾向は変わらない。
衣料品専門店（店長）	・年明けの景気は、ほとんど変化はない。
衣料品専門店（総務担当）	・当地における商業施設の力関係において、当社が位置する商店街が他の施設と比較し、優位性を回復することは考えられないため、今後もこの状態が継続することを危惧している。
家電量販店（店長）	・期待していた4K・8K放送開始に合わせたテレビ関連の需要喚起も、蓋を開ければまだ検討中の客が多い。消費税の引上げ前及び東京オリンピックまでには購入を考えていることから、需要は少し先になると予測される。
家電量販店（広報・IR担当）	・テレビは好調に推移するが、家電市場は全体的に縮小傾向にある。家電以外で売上を支える事業を進める必要がある。
乗用車販売店（代表）	・変わるような要因がない。
住関連専門店（経営者）	・仕入先数社から来年春季からの値上げ要請があった。材料や配送コストの値上がり等経営を圧迫する材料がある。今月地元メーカーの廃業がある状況で、地方の景気回復感はない。
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・12月のコーヒー豆販売量や金額、単価は、前年の動きと変わらない。寒くなると客の来店も鈍くなり、景気は変わらない、若しくは悪くなる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は下げの傾向であるが、見込みは不透明である。燃料油の小売価格は変動しているが、販売数量を前年と比較しても変わらない状況が続いており、継続するものと予想している。1～2月の3連休及び3～4月の異動シーズンの需要に期待したい。
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〕（支配人）	・中長期的には、当県の平均所得は低く、また最低賃金も低いいため、良くなる材料が少ない。ショッピングセンター業界でも、物販系テナントの厳しい状況が続いており、楽観視できない。
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）	・競合の影響は、しばらく変わらない。
一般レストラン（経営者）	・今後の予約状況に関しては、前年並みで景気は変わらない。
観光型ホテル（専務）	・景気が上向き要因が見当たらない。
都市型ホテル（販売担当）	・2～3月の見通しはまだ分からない。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約も順調に入り需要もまだまだ増えてくると予想されるため、当面は堅調に推移する。
旅行代理店（従業員）	・海外は2月から燃油サーチャージが最高レベルまでアップし、収益に影響が出てくる。集客に関しては、学生旅行の動きに期待をしているが、低単価のため、売上増加にはつながらない。
タクシー運転手	・改元や消費税の引上げで不安要素もあるが、新しい商業施設やホテル数の増加等で当地における堅調さは変わらない。
タクシー運転手	・客の動きは、寒くなると朝は悪く、それに伴い夜も外出が減っていく。

通信会社（企画担当）	・ 今月は年末多忙の時期であるため、特段景気の変化は感じられない。
ゴルフ場（従業員）	・ 例年と同じ推移をしており、今後につながる特別な売上増加要因も今のところ見当たらない。
競艇場（職員）	・ 年末年始の景気も下がってくると考えられる。
美容室（経営者）	・ 1～3月までの景気の流れは、12月と比較して例年悪くなる傾向にあるが、今年は12月の売上が上がらなかったため、先行きは変わらないと予測している。今後の流れとしては、2～3か月先も年末年始の数字の推移が保てるのではないかと期待している。
美容室（店長）	・ 新年を迎えるに当たり、髪に気を付け始めた。しかし、2～3か月後の景気は変わらないと予想する。
設計事務所（所長）	・ 今月の分の結果が出るのため、2～3か月後の景気も変わらない。
設計事務所（所長）	・ 世界情勢や世界経済の先行き不透明であり、日本経済に与える影響が分からない。また、地方での好景気感は、この先も感じられない。
住宅販売会社（従業員）	・ 消費税の引上げ前の駆け込みを検討している客で売上は良くなると予想していたが、対策が具体化するまで、購入を見極める時期がしばらく続く。
商店街（代表者）	・ 年末年始で出費が重なる時期であるが、当市では来年の百貨店・商業施設の閉店、また天皇陛下の御退位や消費税の引上げにより先行き不透明で危惧している。
商店街（代表者）	・ 例年1～2月は寒くなるために、客の出足が鈍く販売高も頭打ちになる時期である。
商店街（代表者）	・ 来店客数や消費が上昇する要因が全く考えられない。10月には、消費税の引上げもあり、駆け込み消費が出てくるとは考えられるが、厳しい状況が続いていく。
商店街（代表者）	・ 年末の必要時期に売れないことから判断すると、1～3月に落ち込む傾向にある過去の経験から今後悪くなる。株価の下落等により、先行きは良くない。
商店街（代表者）	・ 個人消費が落ち込み、地方の商店街の低迷は続いている。先行きは不透明で、期待が持てない。
百貨店（販売促進担当）	・ 衣料品の苦戦が続いており、今後もこの状況が続くと予測される。
スーパー（店長）	・ 来店客数が10～12月は前年より3%落ち込んでいるために、売上も3%落ちている。来店客数の対策として、イベントや正月需要に期待をしている。特に大型店に客を取られており、小規模スーパーマーケットは今後もこの状態が続くのではないかと懸念している。
スーパー（店長）	・ 景気が回復し、売上増加につながる要因は、現在見当たらない。それにも増して競合店の新規出店や価格競争で、現状より厳しくなることが予想される。
スーパー（総務担当）	・ 当社のように既存店のみで生鮮中心の業態だと、設備投資等について行けない部分がある。また、大手ディスカウントストアや家電、雑貨等幅広く品ぞろえのある業態の店舗との競合が厳しく、前年比を超えることができないことが多くなっている。
コンビニ（経営者）	・ 米国を中心とした貿易戦争が消費者の日常生活まで心理的に影響を与えており、先行き不透明である。
コンビニ（店長）	・ 今後、株価下落、米中摩擦等が心配である。
家電量販店（従業員）	・ 正月を過ぎると閑散期になり、買い控えする客が増える。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・ 当市は、大河ドラマの影響で景気が良かったが、来年は売上が減少するのではないかと懸念している。販売促進の強化が必要である。
高級レストラン（経営者）	・ 当県に関係する大河ドラマも終わり、また、株価も下降気味のため、来年は好材料がない。低迷するのではないかと危惧している。
高級レストラン（経営者）	・ 飲食店で新年会ということも減り、今後の動きも悪く厳しい状況が続く。
高級レストラン（支配人）	・ 12月を起点にその後3か月は、売上や来店客数が減少傾向となるため楽観はできない。
スナック（経営者）	・ 年末の繁忙期に入り、前月よりは若干来店客数が増えたものの前年比約10%減少している。さらに、1～2月は集客が見込めないこともあり、外食産業は低迷している。
観光ホテル（総務）	・ 地震の復興需要の強さが薄れている。

	都市型ホテル（スタッフ）	・韓国、台湾からの人数減少がこの先どう影響するか危惧している。	
	旅行代理店（企画）	・インターネットでの申込みが増加傾向にあり、先行き不透明である。	
	タクシー運転手	・来年は、改元もあり、消費税の引上げもある。景気が徐々に冷え込んでくる。	
	通信会社（営業）	・外的要因として米国大統領の不安定な政治政局の影響を受ける日本経済は、大企業中心に今後利益が減少する。それに携わる従業員の給料等が減少した場合、各自治体の給料も減らされることになり、その影響がその他の企業にも直撃すると考えられる。	
	観光名所（従業員）	・今年は例年に比べ冷え込みが激しくないが、凍結やチェーン規制が掛かり始める時期で、来園を断念する客が出るため影響が心配である。	
	美容室（経営者）	・景気は、12月が一番良いので、今後はやや下降気味になる。景気がなかなか回復しない。	
	音楽教室（管理担当）	・春に向け、習い事を辞める客が出てくる。	
	住宅販売会社（従業員）	・現在株価が2万円を上下しており、庶民感覚では景気が良いという感覚はない。実際、賃金が上がらないために消費する金額が少なく、また、消費税の引上げがはっきりしないことで、消費につながっていない。株価に影響されるような景気では、抜本的対策にはなっていないと考える。	
	×	商店街（代表者）	・2～3か月先は、例年どおり景気が一気に冷え込むと予想される。
	×	百貨店（営業担当）	・経済指標という意味では、米国の経済を含め、日本の数字も悪くはないが、心理的なことで、株価が大きく下落している。株価は景気に対する先行指標ではあるが、そのことが消費との関連においては、持ち越す。今まで業績を支えてきた富裕層や訪日外国人の売上等には、株価下落が世界的要素のため、消費に大きく影響を与える。今後2～3か月景気は厳しくなる。
	×	理容室（経営者）	・1～2月は催しがないが、3月には上向いてくる。当市の場合、単身赴任や企業の合併等で影響を受け、客数が減少しており、サイクルが非常に悪く、景気が良くなる状況ではない。
企業 動向 関連  (九州)	-	-	
		農林水産業（従業者）	・例年、厳寒期は市況が上がるため、景気は良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向けた予算消化に合わせた受注が見込める。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の引き合い内容では、今後2～3か月先の景気は良くなると予想する。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先から増産の依頼があり、現在3月まで増産計画がある。
		輸送業（総務担当）	・10連休の影響や高額商品の消費税の引上げ前の駆け込み需要、東京オリンピック効果等が徐々に消費を後押ししている。反して株価低迷が景気の足を引っ張り、短期的なことと楽観視している雰囲気がある。相次ぐ自然災害の影響から、ある荷主は在庫を多めにする傾向がある。
		金融業（営業担当）	・米国景気の後退感や年明け1～2月の消費の落ち込みは、一時的と予想されるが、年度末にかけ消費税の引上げを控え、住宅や自動車販売等を始めた業種は消費者の動向を見据えキャンペーンを仕掛ける計画である。一層の売上増加が期待できる。
		その他サービス業〔物リース〕（支社長）	・業績が良い企業は、期末手当を支給する可能性もあり、景気が若干上向いている。
		農林水産業（経営者）	・例年1～2月は、年末年始の大型消費の反動から売れない時期である。また、計画もそのことを見込んでいる。3月は、異動や入学シーズンがあるため伸びると予想している。年明けは、とり肉、鶏卵に関しては、生産過剰から値崩れを心配している。ここ4～5年来景気が良かった反動が来年出るのは危惧している。冬は、鳥インフルエンザの影響が心配される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・産地全体の商社の動向関係もなかなかつかめず、全体として1割落ちている。来年は、新商品の開発も現状としては進まない状態である。

	鉄鋼業（経営者）	・受注量が低迷している。新規の建築計画はあるが、計画どおりに進んでいないため材料の発注が増えない。足元の販売量はまずまずの状況だが、鉄筋造の建築物が減少し、受注量が急速に回復する状況ではない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・中国、韓国の貿易問題が日本の米国に対する輸出と若干関係がある。円高が、2～3か月先にどのように影響するのか不透明感がある。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・仕事量の高負荷状態が続いており、3か月先も同様の計画になっている。
	輸送業（従業員）	・ボーナスの額は増加しているが貯蓄に回す人が多く、消費を必要最小限に抑える傾向があり、年明け以降は厳しい状況が続くと予想している。
	輸送業（従業員）	・健康食品、化粧品共に受注量は安定しており、納品価格も高値が継続している。現状の景気が継続する見込みである。
	通信業（職員）	・受注量に大きな動きはなく、年度末まで変化はない。
	金融業（従業員）	・観光面で外国人客が持ち直し傾向にあるほか、企業の求人意欲が旺盛で、雇用者所得は増加傾向にある。ただ、人手不足が経営面での障害となっているほか、米中貿易摩擦により先行き不透明感が強まっている。
	金融業（調査担当）	・取引先の資金需要や取り巻く環境は、ここ1年大きな変化はない。2019年は皇太子殿下の御即位、G20サミット日本開催、消費税の引上げ、参議院選挙といったトピックスが続いている。海外では、米国の利上げ停止が見込まれており、欧州もけん引役のフランス共和国、ドイツ連邦共和国の首長在任の行方や英国のEU離脱問題、米中貿易摩擦等景気を揺るがすトピックスが散見され、上下変動がある局面とみており見通しはまだ分からない。
	金融業（営業）	・米中対立緩和に景気回復を期待するが、2～3か月で大きな変化はなく、現状と同じ推移を予想している。
	不動産業（従業員）	・賃貸物件の入居状況が安定しており、今後も継続する。
	広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込チラシは前年比は100%でほぼ同枚数だった。年末年始商戦は、例年と変わりなく、今後の景気動向は変わらない。好調な業種は、理容エステサロン、医療関係等で家電、マンション、通信販売は年末商戦で伸びている。不調業種はスーパーマーケット、百貨店、自動車等で、生活に身近な業種が不調に終わっている。
	経営コンサルタント（社員）	・企画力に乏しいため、新規開拓して景気を上向きにさせることができない。発想の転換が必要である。
	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や問合せ件数に大きな変化がない。
	食料品製造業（経営者）	・季節要因により売上が減少する。
	繊維工業（営業担当）	・好条件が全くないため、活力を取り戻すことに期待したい。
	家具製造業（従業員）	・家具業界だけで判断すれば、既に着工済の物件が控えている関係から2～3か月先の売上は伸びる予定である。しかしながら貿易問題、株安、政情不安定、隣国との関係等経済のマイナス過多である。したがって、マクロな経済圏では、やや悪くなると予測される。
	金属製品製造業（事業統括）	・貿易摩擦や米国利上げにより、米国だけでなく世界的な株安は少なからず影響を受けるものと考えられる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の計画が下方修正しているため景気の先行きが懸念される。
	建設業（従業員）	・新幹線開業による工事は増えているが、地場の業者まで波及していない。今後は、それに伴い駅前の開発が活発になることに期待したい。
	金融業（調査担当）	・今後の経済情勢について、楽観的な見方をしている取引先は多いとはいえない。株安や世界経済の減速が身近な景気動向にも影響してくる。
	経営コンサルタント（社員）	・ハイボール人気は続いており、焼酎からハイボールに替えた人が多い。
×	電気機械器具製造業（取締役）	・金利上昇と株式市場の波乱の影響で、特に半導体関連が来期以降大きく下落すると予想される。
×	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	・株価も下がり原油や金属系も下がるなか、減産もあり先行きが見えない。

		建設業（社員）	・発注が極端に減少している。年度末にかけて繰越工事の早期発注を期待しているが、第4四半期の発注予定が少ないため今後を懸念している。民間工事も見積依頼が全くないのが現状である。
	×	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の12月の補正予算では、調査や設計等の委託業務の予算化が少ないことから、今後も発注が減少し、指名競争入札において低価格での入札となることが予想される。このため、景気が悪くなる。
雇用 関連  (九州)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・年度末に向けて、各業界からの求人の問合せが増える傾向がある。引き続き法律絡みの案件が動き、双方のマッチングに時間は掛かっているものの、業界の動きは活発化している。
		人材派遣会社（社員）	・年度末需要の注文や問合せが少ない。現在受注中の注文も、追加増員よりも現社員不在の間の短期間や、後任の注文が多い。
		人材派遣会社（社員）	・販売、サービス系等職種によっては、採用難が続いている。
		人材派遣会社（社員）	・当県内においては、生命保険会社のBPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）センターの開設等、人材需要は高まることが予想される。一方、県内の主要産業であった造船等重工業では組織改編等が行われることが予想され、下請会社は厳しい経営を迫られると考えられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・当エリアの場合は、商業ビルの開発が目白押しになっており、都市圏は活性化されるが、どの分野も首都圏からの進出が多く、人材獲得の競争も激烈になっている。したがって、地元中小企業の採用問題が深刻になると考えられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現状が良いため、更に上向くとは言いえないが、2019年は世界的なスポーツ大会、中心市街地大型再開ほか大イベントが目白押しである。今後の景気は好調さを保つと考えられる。
		職業安定所（職員）	・多くの企業で人手不足は顕著である。需要があっても、限られた数のスタッフで対応せざるを得ず利用者が制限されることもある。このような中小零細企業が多く、生産性向上のための設備投資も簡単にはできないため、現状維持はできても業績アップ、景気回復にはつながりにくい現状がある。
		職業安定所（職員）	・外国人在留資格の新たな創出等、外国人労働者に関する法改正が予定されていることから、当所にも、外国人労働者を雇い入れたい事業所からの問合せが開始している。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が求職者を超える状況が続いているが、求人数の上昇に一服感がある。前年比で若干の減少がみられ、今後は横ばいで推移する。
		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）	・雇用予定数の充足が思わしくない企業もあるが、来春卒業予定者の求人票の受理件数は、前年比で減少傾向にある。2020年卒業予定者の採用活動にシフトしているものと考えられる。企業からは、景気が上向きであるとのコメントは聞かれず、今後の景気に注視している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年明け、新時代への期待感はあるが、消費については、クリスマスケーキやおせち料理等を家庭内で作る節約傾向にある。
		×	-