

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）	・夏季休暇時期に入ると、全国各地で異常気象発生の影響により、当地方面へ癒やしや涼しさを求め、来客数が多くなると予想される。
		商店街（代表者）	・ラグビーワールドカップの開催や10月から消費税引上げが実行されれば、駆け込み需要があると予想されるため、現在の状況より良くなる。しかし、その反動で以後は非常に厳しくなる。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・高単価の商品が、これからも売れ続ける。
		百貨店（営業担当）	・前年は気候が不安定で、厳しい夏だったこともあり、今年はある程度持ち直すと期待している。また、秋の再開発施設の開業による来街者の増加にも期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税引上げに伴い、駆け込み需要が期待されるため、高額品が好調になることが見込まれる。
		百貨店（売場担当）	・消費税引上げ前までは、高額品や家具、家電等の買換え需要が見込めるため、入店客数等も伸びる。ただし、猛暑が続くことで影響が出る可能性がある。
		スーパー（総務担当）	・夏のボーナスにも影響される面はあるが、基本的には消費税引上げ前の駆け込み需要や、ポイント還元等キャッシュレス推進政策により、客単価が上昇する可能性がある。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税引上げの駆け込み需要があると予測している。
		家電量販店（従業員）	・暑くなり、冷房器具の需要が増えると考えられる。
		乗用車販売店（総務担当）	・10月に迫った消費税引上げにより、駆け込み需要が発生すると予想される。新車販売は7～9月にかけて好調に推移する。
		スナック（経営者）	・10連休から受けた影響で数字が落ち込んでいたが、5月末から来客数に回復が見られ、若干売上が良くなっている。
		都市型ホテル（販売担当）	・宿泊に関しては、このまま好調を維持できる。
		旅行代理店（企画）	・夏の受注ピーク期を迎えるため、若干良くなる。
		通信会社（企画担当）	・例年官公庁の引き合いや公募が増え、取引が多くなる時期ではあるが、今年度は民間からの引き合いも多く、受注見込みが増加している。Web等の制作についても、制作前段階からの相談が多く、需要が高くなっていることを期待している。
		通信会社（営業担当）	・新施策や新制度が7月から始まるため、その効果に期待をしたい。
		通信会社（業務担当）	・同業の撤退がここ数年で多く見受けられ、業界全体で考えると縮小傾向にある。しかし、競争が少なくなったことで、逆に他社が気づかないような隙間業界に変化していくと推測している。
		商店街（代表者）	・好材料も不安材料もないため、現状維持となる。
		商店街（代表者）	・当店は、高齢のなじみ客が多いため、年金は上がりず控除金額が多くなり、必要最低限の物のみの購入になっている。また、物価上昇が最近顕著になっていることも影響される。
		商店街（代表者）	・景気が良くなる要因がない。10月からの5%還元により、富裕層ほど買い控える原因になり、消費税引上げ前に消費上昇は難しい。
		商店街（代表者）	・横ばいが続くと予想している。
	商店街（代表者）	・高額商品を購入する客が減少しており、厳しい商況が継続する。	
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・これからの商材といえばウナギであるが、今年は値上がりが見込まれ危惧している。天候が暑くなるとスタミナを付けるために、ウナギの需要が増えることに期待したい。	
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・花屋としては、梅雨から夏に掛けてのイベントがないが、個人的なイベントをすることで、売上を上げていく。	
	百貨店（総務担当）	・消費税引上げに備え、消費意識の落ち込みが考えられる。	
	百貨店（企画担当）	・節約志向傾向にあり、衣料品やリビング用品等の売上が伸び悩んでいる状態で、今後の景気に上向き気配がない。	
	百貨店（売場担当）	・4月以外は全店舗合計100%を超えている状況であるが、若干注視する必要がある。来月物産展が催されるが、大型物産催事で、特に食品中心の催事の売上が悪く、最近の特徴になっている。衣料品や食料品は店舗によって、かなり差が出ている。今後は、天候が気になるところである。	

百貨店（プロモーション担当）	・大型連休明けで、財布のひもは締まりがちと予想される。
百貨店（業務担当）	・消費税引上げを前に、身近な支出を抑える客が多い。これまでは、新商品を見に来店する客が多かったが、今年は特に少なくなっている。
スーパー（店長）	・東京オリンピック特需はあるものの、消費税引上げはそれに歯止めを掛ける可能性がある。
スーパー（経理担当）	・5月は、今後の猛暑を予想させるような暑い日が続く、食品に対する消費意欲が減退しないか不安である。
スーパー（統括者）	・米中貿易摩擦の余波で、景気後退の雰囲気がかかり出ている。政府が考えている最低賃金の大幅アップ、正社員のボーナス、昇給にも影響が避けられなくなりつつある。消費税引上げも控えており、景気が良くなる兆しはみられない。
コンビニ（経営者）	・競合店の出店が大きく響いており、数年にわたり来客数が減少している。その分を補っているのが、客単価を上げる販売の工夫で、結果的にはほぼ前年同様の売上が続いている。
コンビニ（エリア担当・店長）	・近隣の競合店が、7月にオープンするまでは、来客数は伸び、売上も高くなるが、その分を差し引くと前年並みの客数と売上である。早めに梅雨を迎えると客足が鈍ることもあるため、晴れ間に客数を逃さないように、品ぞろえをして売上を伸ばしていく。
衣料品専門店（店長）	・災害復旧の半ばにあるため、来街者がほとんどなく伸び悩んでいる。
衣料品専門店（店長）	・景気そのものは変わらない。
衣料品専門店（総務担当）	・当店を取り巻く景気は底打ち状態で、今後横ばいが続くと予想している。
家電量販店（店長）	・消費税引上げの影響で一時的には上がるものの、その後は継続する要素がない。
家電量販店（総務担当）	・消費税引上げ前の特需に期待しているが、再々延期やダブル選挙等の噂で、需要の掘り起こしに結び付かない。
乗用車販売店（代表）	・景気回復のための好材料がないため、変わる状態ではない。
住関連専門店（経営者）	・参議院選挙が近づいており、衆議院解散の報道もあるが、選挙がある時期は景気が良くない。また、置き家具業界は、新築住宅用家具でも作り付けが多くなり、げた箱等を家具屋で購入する客は減っている。年々取り扱う商品は減少している。
その他専門店 [コーヒー豆]（経営者）	・7～8月は、お中元シーズンということもあり、店舗でのコーヒー豆の販売量や進物の需要もあり、比較的例年どおりの動きになり、若干良くなると推測している。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（統括）	・今後の燃料油の仕入価格の動向は予想がつかないが、今年は早く暑くなっていることで、エアコンディショナー等の使用頻度が高くなっている。暑さが継続しながら梅雨になると燃料油の使用が多くなるため、販売量の増加に期待している。
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）	・ゴールデンウィークほどのプラスと件はないものの、今後2～3か月は映画業界の作品内容が良く、シネマコンプレックスが入店しているショッピングセンターでは、まずまずの売上になると予想している。一方で、物販業種が苦戦し、サービス業種が好調という構図に変わりはなく、その点は大きな課題である。また、客は、消費税引上げに関心があり、その対策が今後の景気に直結すると考えている。
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]（統括者）	・10月の消費税引上げによる影響はあるが、米中貿易摩擦以外の影響は、まだ先と考えられる。
高級レストラン（支配人）	・暑くなることにより、来店客数が減少するのではないかと心配している。
一般レストラン（経営者）	・急激な落ち込みはないが、客から景気の良い話を聞くことはない。訪日外国人の利用も客単価が下がっている状況であるため、上向きになることは考えにくい。
観光型ホテル（専務）	・先の景気が全く見通せない。
都市型ホテル（スタッフ）	・多数のイベント予定があり、週末は込み合うと予想されるが、平日の動きは読めない。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約の取り込みは順調であるが、伸びに期待できない。

タクシー運転手	・当地においては、国内外観光客の増加が続いており、催物も堅調で、タクシー利用も増加している。一方では、地元市民のタクシー利用が低調気味で、多少不安要素も抱えている。
タクシー運転手	・県外の客が例年より減少している。
通信会社（企画担当）	・現状が数か月続く見込みである。
ゴルフ場（従業員）	・予約状況が、前年と同水準で推移している。
美容室（経営者）	・消費税引上げ前は、現状と変わらないと予想されるが、引上げ後は、もっと悪い状態になる。
美容室（店長）	・暑くなるとカットの客が多くなるが、大きい変化はみられない。
音楽教室（管理担当）	・これからの時期は、習い事を始める人が少ないが、秋口には期待できる。
設計事務所（所長）	・今月の景気状況から、2～3か月先も変わらない。
住宅販売会社（従業員）	・受注に関しては、横ばい状態が続いており、景気状況は変わらない。
住宅販売会社（従業員）	・住宅販売をしていると周辺の客の景気に左右されるが、今のところ堅調に推移している。全体としてのマンション価格が上がっており、それに合わせた金額にすると客の需要が減少し、価格や仕様の企画に懸念をしている状況である。
商店街（代表者）	・改元の影響は余り受けていないが、10連休により商品の売上は厳しく、最低限の物しか購入しない節制傾向で、売上が上がらないのが現状である。
商店街（代表者）	・安価な商材を求める客が多く、売上が上がらない。10月の消費税引上げを前に、一層節約志向は続く予想される。
一般小売店〔青果〕（店長）	・当県の気温が上がることで、県外野菜が中心になり、輸送コストにより野菜の値段が上昇する。それに加えて、北海道や東北などの野菜産地が雨の影響を受け、今後厳しい状況が続くと想定している。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・例年、梅雨時期に入ると人の動きも鈍くなり、梅雨明けからは暑さで売上は伸びないことから、前年のような猛暑になれば、売上の期待はできない。
百貨店（営業担当）	・売上伸長率や商品単価が回復傾向にあり、紳士雑貨及び婦人雑貨、リビング用品等の自家需要が依然堅調で、し好性の高い舶来ブランドや貴金属、美術工芸も依然好調であるが、一方、化粧品では慎重な姿勢が見える。父の日やお中元商材の早期展開やお中元ギフトセンター開設での来店機会は増加するが、選挙の影響も無視できない。
百貨店（経営企画担当）	・一部富裕層の購買力は、引き続き堅調であるが、全体的な個人消費は相変わらず低迷している。例年にない天候変動により衣料品販売が安定せず、全体としては下降傾向にある。
スーパー（店長）	・消費税引上げを控え、先行き不透明感から消費者の節約志向は今より強くなる。その中で、競合他社との競争が激化し、売上が非常に厳しくなることが予想される。
スーパー（店長）	・ここ3か月の来店客数は前年並みで推移している。前年を上回るよう販売等の工夫を考えている。
コンビニ（経営者）	・客が増えず、売上も停滞している。
コンビニ（経営者）	・牛乳を含め多くの商品の値上げの影響で、客足が鈍くなり、3か月後の景気は大きく下がる。さらに、消費税引上げも重なり、財布のひもは一層厳しくなると考えられる。
家電量販店（店員）	・長いゴールデンウィークが影響し、客は購入する店舗を決めることができずに販売が難しかった。来客数も非常に少なく、今後もしばらくこの現象が続くと予想される。
高級レストラン（経営者）	・当店は繁華街に位置するが、街中に出る人が減少し閉店する店もある。再開発で商店ができるが、まだまだ景気は悪い。
高級レストラン（経営者）	・来月の予約状況では、5月より多いため若干良くなる。6月は、株主総会後の食事会があるが、人数減少や食事会がなくなる等が原因で、以前と比較すると減少しており、厳しい状況が続いている。
観光型ホテル（総務）	・宿泊客の予約状況も伸び悩み、それに伴いホテルの宴会場予約数が減少している。
旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークに旅行した人は、夏の旅行を控える傾向があり、ここ数週間の集客が伸び悩んでいる。
競艇場（職員）	・例年この時期は悪くなる傾向にある。

	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）	・消費税引上げ後の下期に向け、利用や購入控えが想定され、かつ、採用コストや社会保険料率の増加に伴うコスト増加により、経営環境が若干厳しくなる。
	設計事務所（所長）	・世界の政治や経済情勢が不安定であり、不測の事態に備えるために消費に回さないことも考えられ、今後が不透明で危惧している。
	設計事務所（代表）	・消費税引上げ後は、買い控えになるのではないかと懸念している。
	百貨店（営業担当）	・国内やグローバルで見ても、現在、好材料が見当たらない。米中貿易摩擦の解決に不安があり、新興国を含め、日本経済に与える影響は非常に大きい。その影響は、遅効して顕在化してくると予想され、また、今まで訪日外国人の売上は良好であったが、5月に入り伸びが鈍化している。
	タクシー運転手	・個人の消費動向をみると、財布のひもをかなり締めている。日本や世界の経済状況に好材料がなく、東京オリンピック・パラリンピックが開催される東京以外の地方都市では、かなり影響が出ている。
企業 動向 関連 (九州)	-	-
	農林水産業（従業者）	・野菜に対する需要が高まることから、市況が持ち直す可能性に期待している。
	建設業（従業員）	・見積物件は少ないが、受注できそうな案件があり、若干良くなる。
	建設業（社員）	・官公庁の発注予定も発表されたが、前年度より発注件数は明らかに減少している。しかし、前年度よりは発注時期が早く、上半期で80%の発注を予定しており、しっかり受注できるように対応していく。
	通信業（職員）	・官公庁工事の受注が落ち込んでいるが、7月頃から回復する見込みである。
	不動産業（従業員）	・商業施設の売上が好調に推移している。
	農林水産業（経営者）	・6月は梅雨入りで消費に余り期待できないが、7～8月は、居酒屋中心にビールの消費に合った商材に期待ができる。スーパーマーケット関連でも夏メニューの提案や冷凍食品の中小企業メーカー向けにも徐々に引き合いが出ているため、売上上昇が見込める。一方、米中貿易摩擦のあおりで、中国輸出が従来のように流れず危惧している。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注予定量等の状況からでは、今後も景気は横ばいである。
	一般機械器具製造業（経営者）	・米中貿易摩擦が影響しており、当社も含め各ユーザーは対策の打ちようがなく、しばらくこの状況が続く。
	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先等の状況から、この先も景気が大きく変わることはない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の資材部でも需要は堅調であるが、米中貿易摩擦等外部要因で大きく影響を受けるため見当がつかない。
	電気機械器具製造業（取締役）	・一部業種において、米中貿易摩擦の影響により受注の減少傾向はあるものの、全体的には当面変わらないと予想している。
	輸送業（従業員）	・受注増加になる要因が見当たらない。
	輸送業（従業員）	・米中貿易摩擦の影響を受けている会社は、取扱量の回復が見込めず厳しい状況である。パルプや古紙の価格が上昇していることもあり、紙メーカーの値上げがあり、消費者の購買意欲は低い状況である。
	金融業（従業員）	・旅行取扱額が国内客・外国人客共増加しているほか、公共工事が土木関連中心に高水準で推移している。一方、海外需要の減少で輸出が弱含み傾向にある。また、人手不足が経営面でネックになっている。
	金融業（調査担当）	・取引先の資金需要、取巻く環境はここ1年大きな変化はない。今後、G20サミット日本開催、参議院選挙、消費税引上げとトピックが続く。海外では、中国経済の減退、米国長短金利逆転からくる米国景気の減速、欧州首長の在任懸念、円高進行等懸念材料が顕在化しつつあり、景気変動局面が近づいていることに注視している。
	金融業（営業担当）	・米中貿易摩擦の影響を悲観して、中小企業の経営者は、警戒感を増している。ここ3か月は参議院選挙があり、衆議院解散の報道もあるなか、現状のまま足踏み状態になると考えられる。
	金融業（営業）	・米中貿易摩擦の行方が重要である。現状の景気が続くと考えるが、長引くようであれば、更に悪くなる可能性もある。

	金融業（調査担当）	・当面は急激な景気の変動はないが、全国の経済指標に弱さがみられ、景気の高まりを実感できないまま、地元経済が失速するのではないかという懸念が高まっている。	
	広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込チラシの受注枚数は、前年比98%とほぼ横ばいである。大型連休の悪影響は大きく、百貨店、スーパーマーケット、ショッピングセンター等小売量販店を中心に不調が続いているが、一方、今月好調な業種は、自動車関連やマンション販売で、消費税引上げ前の動きが出ている。	
	経営コンサルタント（社員）	・新規開拓の目玉となるような特筆すべき事項がないので、余り期待できない。	
	経営コンサルタント（社員）	・5月の大型連休明けから売上が低迷し、回復は長引いている。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・ホームページのアクセス数や問合せ件数には変化がない。	
	その他サービス業〔物リース〕（支社長）	・取引先では、10月からの消費税引上げに対する反応が薄く、個人でも、大きな買物をするという状況にはなっていない。	
	食料品製造業（経営者）	・季節的に端境期になるため、販売の減少が見込まれる。	
	家具製造業（従業員）	・訪日外国人は、3か月前までは明確に伸びる予想が圧倒的であったが、ここきて緩やかな伸びは続くものの大幅な伸びは期待できない。したがって、訪日外国人の伸びを見越したホテル等の新たな投資も少し鈍くなっている。先の見通しの悪さから短期での投資回収に走り、潰しが利くホテル案件が出ている。	
	化学工業（総務担当）	・米中貿易摩擦による影響の広がりを懸念している。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・今の受注関係は厳しいものがある。以前は、夏場になると企画商品が出ていたが、今ではその需要がほとんどない。今後はネット商品に力を入れなければ、現状のままでは衰退していく一方である。	
	金属製品製造業（事業統括）	・中国経済と米中貿易摩擦の落としどころ次第ではあるが、景気が良くなる材料が見当たらない。	
	精密機械器具製造業（従業員）	・中国市場の影響により製品の受注量が悪く、これから先の見通しもつかず、かなり打撃を受けている。	
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月内示数からでも、オプション部品の装着率が当初の計画を下回り、今後売上が減少方向に推移する見通しである。	
	輸送業（総務担当）	・これまでの物量増加や人手不足、値上げから、落ち着いた気配がある。今後、消費税引上げによる消費の減退、最低賃金上昇による採用の抑制等を見据え、流れが変わる可能性がある。	
	通信業（経理担当）	・消費税引上げの状況や参議院選挙あるいは衆議院解散の議論等、政治に振り回される期間となるため危惧している。	
	新聞社〔広告〕（担当者）	・中国の携帯電話会社関連の影響を危惧している。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・政治や消費税引上げを控え、今後が不透明であるため、弱気で考えている経営者が多く、景気は良くない。	
	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村に営業回りして6月の補正予算の動きを把握しているが、調査や計画策定の業務追加の予算措置を予定している市町村は少なく、入札にダンピングで対応できない業者は、受注が難しいため、経営的に苦しい状況になるおそれがある。	
	×	繊維工業（営業担当）	・報道から、最低賃金が20円以上も上がるため、経営を圧迫することが考えられる。
	×	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・米中貿易摩擦が、かなり大きく足を引っ張っている。生産が激減している企業が多数あり、どこもラインがストップしている状況である。
雇用 関連 (九州)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・参議院選挙等が予定されており、付随業務にて一時的に仕事の発注が増加する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・秋の世界的スポーツイベントの地元開催に向け、動きに盛り上がりが見られる。また、中心市街地の再開発に伴う求人等も本格化し、景気にプラスとなる要因は多い。
		人材派遣会社（社員）	・サービス業以外の職種では、求人数が横ばい、若しくは減少傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	・6月は求人数が若干少なくなる時期である。お中元シーズンの求人は既に受けており、稼働者は多くなる時期である。

	人材派遣会社（社員）	・中心地の受注はここ数か月伸び悩んでいる。登録者の少ない地方からは、問合せが複数件あるが、成約まで速やかに結び付かない傾向があり、市場にとっての好感触がない状況である。
	人材派遣会社（社員）	・求人需要については、一段落している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・改元や大型連休までは期待感もあったが、現実是不変。
	職業安定所（職員）	・サービス業では、雇用の流動性の高まりから賃金相場の上昇も見込まれ、景気は良くなるが、建設業や電子部品製造業等では、需要の減少から求人募集が手控えられており、地域経済全体としては、サービス業に人材がシフトするだけで、大きな景気の変動はない。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・米中貿易摩擦関係の影響による九州企業の景気減退について、企業側から示されることはない。今後の労働人口減少等をにらみ、前年度の採用者数未充足分の求人活動が継続的に行われる。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・採用問題も二極化の傾向である。待遇改善等、積極的に行っている企業には人は集まっており、改善ができない企業は人が離れる傾向にある。特に福岡はホテル等が新設されている状況で、そのような施設待遇は高くなっている。
	職業安定所（職員）	・求職者減少より求人数の減少幅が大きい。求人倍率も高止まりから減少傾向を示している。
	職業安定所（職員）	・人手不足による人件費等の上昇で、収益の悪化を耐える企業が多いことが懸念される。
x	-	-