

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)		乗用車販売店（従業員）	・消費税引上げにより、商品の価格は上がるが、ニュース等の報道により、客は自動車に対して安全性を心配する傾向が強くなっているため、今後、来店客数は増加すると予想している。
		観光名所（従業員）	・今月に入り、前年度実績数より訪日外国人の客が非常に多くなっており、来月以降もその現象が続く可能性がある。
		商店街（代表者）	・8月は景気が良くなるというより、消費税引上げの駆け込み需要であり、景気が良くなるわけではない。10月以降は落ち込む可能性がある。
		商店街（代表者）	・10月には、消費税引上げが予定されているため、駆け込み需要に期待している。
		百貨店（営業担当）	・紳士・婦人服に比べ、自家需要商材のゴルフ関連の紳士雑貨やアクセサリーやバック、化粧品、シーズン商材等の婦人雑貨は依然好調である。仏壇仏具も好調で、し好性の高い舶来ブランド衣料や雑貨、美術工芸も堅調に継続している。お中元ギフトセンターの来場も回復し、夏休み子供催事や帰省での3世代来場効果が期待できるが、慎重な購買姿勢はまだ続いている。
		百貨店（営業担当）	・長い梅雨の影響で、前年より夏物処分セール動きが鈍かったが、天候が安定してくれば徐々に客も増加すると見込んでいる。また、9月の物件開業に伴う来街者増加も、街全体の景気底上げになると考えている。
		百貨店（プロモーション担当）	・国内消費に関しては、10月の消費税引上げ前に高額品等の駆け込み需要が期待される。一方、その後に揺り戻しも想定されるため、楽観は一切できない。
		スーパー（経理担当）	・今月は、特殊な要因が多く、消費動向に活気がないが、消費税引上げまでは、多少回復基調になる。
		衣料品専門店（店員）	・消費税引上げ前の冬物商材の駆け込み需要に期待したい。
		家電量販店（店員）	・梅雨明けと同時にエアコンディショナーの販売量が増えている。また、消費税引上げ前ということもあり4Kのテレビの動きが良くなり、8月の駆け込み需要に期待をしている。10月に入ると、需要は落ち込むのではないかと危惧している。
		家電量販店（店員）	・梅雨明けしてから持ち直している。消費税引上げ前の駆け込み需要で、購買意欲が若干増してくると考えている。消費税引上げが大きな好材料にはならないため、やや良くなる程度である。
		家電量販店（総務担当）	・需要を掘り起こす消費税引上げやラグビーワールドカップ等のイベントに期待している。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税引上げの駆け込み需要が、多少影響すると予測している。
		家電量販店（従業員）	・暑くなり、冷房器具の需要が増加する。
		観光型ホテル（総務）	・9月には、中心市街地に宴会場やホテル、マンション等を備えた大型施設が開業することで、人の動向が活発になり、購買意欲も高まると考えられる。街全体の高揚感で、景気を底上げすると期待している。
		都市型ホテル（販売担当）	・8月は、花火大会や祭りが多いため、売上は良くなるが、9月には、消費税が10%になる前のシステム変更等により、ビジネス客の伸びが悪く、売上も低迷する。
		旅行代理店（従業員）	・秋以降の商品の予約に動きが見られ、燃油の値下がりに期待感がある。
		通信会社（企画担当）	・不確定であった見込みが、今後3か月先までに確実に動き出している。自治体の選挙後の動きも寄与している。
	商店街（代表者）	・年金生活者は、収入は増えず、控除される金額が多いため、収入の減少になっている。さらに、消費税引上げもあり、景気上昇になる状況ではない。	
	商店街（代表者）	・10月には消費税10%の引上げが予定されている。2～3か月先の気候が良くなる頃は、食欲が増し始め、消費税引上げ前の駆け込み需要があると考えられることにより、売上に期待したい。	
	商店街（代表者）	・消費税引上げ前であるが、消費マインドは低い。特に高齢者には、年金不安や物価上昇、医療費負担の増加等で、購買意欲を刺激する要素はない。	

一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・好材料が見当たらず、本来ならばサバの時期であるが、海水温上昇の影響により、漁獲量がここ数年減少している。魚の分布にも大きな影響を与えており、今後これを回避できる状況になることに期待している。
一般小売店〔精肉〕（店員）	・特に好材料がないため、変わらない。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・お盆等のイベントを終え、9月は、10月の消費税引上げ前で、他店のオープンが増えると考えられるが、景気は横ばいと予想している。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・お中元とお盆の贈答品の売上は、若干伸びるが、消費税引上げ前の駆け込み需要は少なく、売上は変わらないと予想している。
百貨店（企画担当）	・消費税引上げ前の需要が見込まれるが、前回の引上げは、3%であったこともあり、前回ほどの需要はない。
百貨店（売場担当）	・消費税引上げ前は、若干駆け込み要素も考えられるが、その後は、心理的要素もあり厳しくなると予想される。
百貨店（経営企画担当）	・7月は、天候不順により客足が伸びず、現在回復傾向である。天候の影響を大きく受ける業種であることに加え、消費税引上げによる影響も想定され、先行きの見通しが判断し難い状況になっている。
百貨店（業務担当）	・客の買物意識が低下しており、消費は更に減速する。消費税引上げが迫っており、駆け込み需要はあるものの、通期での売上減少が懸念される。
スーパー（店長）	・天候不順に影響され、今年は冷夏により厳しい状況になると懸念している。特に青果や野菜の相場が高くなっている。ギフトは、前年より売れており、夏場のギフト需要が多くなれば、数字も上昇してくる。
スーパー（統括者）	・食料品は、消費税引上げ前の影響がほとんどなく、消費税引上げにより、個人消費全体での買い控えが発生するのは避けられない。
コンビニ（経営者）	・状況が変わらないため、伸び悩んでいる。
コンビニ（経営者）	・消費に対する慎重さは継続するものの、皇室やラグビーワールドカップ等のイベントによる盛り上がりもあり、トータルで横ばいの見込みである。
コンビニ（エリア担当・店長）	・チェーン店の電子マネーが、上手く軌道に乗ることが景気を上げる条件であるが、今後の客数増加は期待できない。
衣料品専門店（店長）	・一昨年の災害の影響が抜けず、来街者がほとんどない。したがって、来客もないため、足踏み状態である。
衣料品専門店（店長）	・特に変化はなく、この状態が継続する。
衣料品専門店（取締役）	・3か月後に景気回復の好材料はなく、むしろ消費税引上げが実施される予定のため、先行き不透明で危惧している。
乗用車販売店（代表）	・変わる気配がない。
乗用車販売店（総務担当）	・10月の消費税引上げ前の駆け込み需要で、8～9月にかけて中古車販売が伸びることに期待している。
住関連専門店（経営者）	・雨不足や台風等による天候不順で、各地で災害が発生している。夏から秋に掛けて、台風の影響が景気を左右していく。
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・夏のコーヒー業界では、ホットコーヒーより冷たい液体物の消費が増加する。それに伴い、お中元の1人当たりの購入単価も上がる傾向であるが、6～7月の動向をみると2～3か月先も同じ動きが続くと予想している。
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、やや変動する傾向で推移するが、購入動向には変化はない。これから、お盆休みや9月の大型連休が控えており、人の移動による需要に期待したい。
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）	・施設単独の好調状況から、やや良くなってくると予想したいが、消費税引上げの影響があるため変わらない。以前の消費税引上げ時の状況を考えると、消費税引上げ前の駆け込み需要で、高単価商品を中心に売上拡大するが、その後に買い控えが発生し、景気は変わらないと予想している。軽減税率に期待する声も多いが、分かり難く、当社としても判断に迷っている。
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）	・韓国問題は、長期化する可能性がある。
高級レストラン（支配人）	・猛暑の影響と夏休みにより、来店客数が伸びない。

タクシー運転手	・今年、例年になく暑すぎるため、週末の夜の利用が増加すると考えられる。
通信会社（業務担当）	・業界では、通信サービスだけの売上が見込めなくなっているため、新電力や水等の他商材販売を増やしていく流れになりつつあり、時代に合わせた経営を模索している。
通信会社（営業担当）	・改善策を考えているが、その効果は不透明である。
競艇場（職員）	・上昇要因が見当たらない。
美容室（経営者）	・景気回復が行われておらず、社会情勢がマイナスに向かっている。秋口になり、景気が上昇していくことに期待したい。
美容室（店長）	・美容室が軒並み増加している影響で、客が他店へ移動しており、売上が減少している。
設計事務所（代表）	・消費税引上げの影響が、まだ見通せない。
商店街（代表者）	・残暑厳しい9月末までは、高齢者が多い中心商店街の来街者は減り、売上も一段と減少することが懸念される。
商店街（代表者）	・消費動向が鈍くなり、来街者からは良い情報がない。現在の状況が続くとテナントの撤退が増加すると危惧している。
百貨店（営業担当）	・今までの傾向では、衣料品が厳しい状況であったが、食品は底堅く推移をし、催事は顕著な動きであった。しかし、最近の催事では、買い控えがあり、また、食品に関しては、前年を割り込み陰りが見えており、将来的に非常に厳しくなる兆候である。
百貨店（販売促進担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要の影響で、高額品等の動きが鈍くなると予測される。
百貨店（売場担当）	・消費税引上げにより、売上は前年比の4店合計95.3%を下回ると予想している。特に影響を受けるのは、50歳以上をターゲットにしている当店であると考えられるが、他店でもファミリー層や若年層をターゲットにしている店舗は若干下がっていく。食料品は影響がないが、衣料品や身の回り品、雑貨は、10月にはかなり落ちていくと危惧している。
スーパー（店長）	・消費税引上げ前により、一時的に物の動きは良くなるが、その後の消費動向は鈍化する。
スーパー（総務担当）	・客は、消費税引上げ前に駆け込み需要ではなく、買い控えをしている。ただし、キャッシュレス決済の普及や消費税ポイント還元等の国策がうまく回れば、景気を押し上げる可能性がある。
コンビニ（経営者）	・日韓関係の更なる悪化が懸念され、観光客の減少は現時点でも表れており、更なる減少が予測される。
コンビニ（経営者）	・消費税引上げが控えているため、一時的には、影響を受けると予想される。
コンビニ（店長）	・消費税引上げが実施される予定のため、若干悪くなる。
家電量販店（店長）	・10月以降は、確実に消費税引上げによる冷え込みが発生する。
その他専門店〔書籍〕 （副店長）	・消費税引上げ前の駆け込み需要で、若干売上増加が見込めそうであるが、その後反動で買い控えが発生し、結果的には悪くなると予想している。
一般レストラン（経営者）	・安価な客層は、特別な日以外に外食しない傾向があるため、今後の営業が不安である。
スナック（経営者）	・梅雨ではあるが、雨も少なく、外出しやすい状況にもかかわらず来客が伸びない。ボーナス後の週末でも売上が伸びず、前年を割り込んだ。8月のお盆休みは大型連休となるため、5月の連休のときのように苦戦が予想される。
都市型ホテル（スタッフ）	・日韓関係が変わらない限り、宿泊のベースとなっていた韓国マーケットの冷え込みは変わらず、しばらくは前年割れが続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況も芳しくなく、客の奪い合いが激しくなっている。
タクシー運転手	・中国、韓国からの訪日外国人の減少や消費税引上げ前等不安要素が多く、現状確保は難しいと予想される。
タクシー運転手	・今年はかなりの酷暑と7月の豪雨の影響等が重なり、良い方向に向かっていない。
通信会社（企画担当）	・販売底上げの弾みになるものがない。
ゴルフ場（従業員）	・今年も猛暑が続くと思われ、海外の情勢も不安要素が多く、消費税引上げの影響等、景気悪化の要因が多いことにより、今後は前年より厳しい状況が予想される。
住宅販売会社（従業員）	・大雨が伴った長梅雨とこの猛暑が、展示を見に来る客の購買意欲にどのように影響するか心配である。一方で、ネット関係は良くなると予想している。

	住宅販売会社（従業員）	・直近の客の動きが減少傾向で、受注共に景気状況はやや悪くなっていく。
×	商店街（代表者）	・小売業は、天候や情勢に大きく左右され、その上、消費税も10%に引き上げられる。その影響により、消費者の足が重くなるのは必至である。
×	一般小売店〔青果〕（店長）	・長雨や猛暑が続いている上に、台風があり、今年は天候にかなり影響を受けている。8～9月は厳しい状況が続くと予想される。
×	スーパー（店長）	・消費税引上げを控え、消費者の節約志向は一段と高まっている。消費税引上げ前の特需も、特に期待できず、10月以降の状況に関しては、非常に危惧している。
×	コンビニ（経営者）	・消費税引上げにより、客の財布のひもは固くなる。軽減税率対策が、どこまで消費を押し上げられるか先行き不透明で、厳しい状況が長く続く。
×	コンビニ（エリア担当）	・消費税引上げ前による影響が懸念材料である。キャッシュレス決済還元事業の影響や事業への参加についても先行き不透明である。
×	衣料品専門店（総務担当）	・9月は消費税引上げ前の駆け込み需要により、売上は回復するが、10月には、消費税引上げの影響を受け、大きく売上低下になると見込んでいる。
×	高級レストラン（経営者）	・今後の予約状況は、動きが鈍い。客には、景気が好転するような明るい話題がなく、先行き厳しいと予想される。
×	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・消費税引上げにより、飲食店の売上は下がると見込んでおり、そのまま酒の販売量減少に影響されるため、身の回りの景気悪化につながっていく。
×	理容室（経営者）	・お盆前までは忙しいが、その後は来店サイクルが伸びることから、12月になるまでは期待できない。
×	美容室（経営者）	・10月には消費税引上げがあり、経営の死活問題になる。
×	設計事務所（所長）	・世界の政治経済の状況が不透明の上に、国内では消費税引上げの影響で悪くなる。
×	設計事務所（所長）	・今月は、公共機関の受注が多くあるが、3か月後には、この手持ちの受注が減少し、状況は悪くなる。
企業 動向 関連 (九州)	建設業（社員）	・災害復旧の工事も発注され、官公庁の入札等も厳選しながら参加している状況である。年度末まで継続することに期待したい。
	食料品製造業（経営者）	・秋以降の季節商材で販売・製造共に回復の期待をしている。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・予定受注量より、若干良くなる見込みである。
	電気機械器具製造業（取締役）	・半導体不況の影響を抑えてきたため、若干良くなる。
	通信業（職員）	・見積りの引き合いがあり、数件の受注が見込める。
	農林水産業（経営者）	・南九州で梅雨明けがあり、7～8月にビール消費に合わせた商品需要に期待をしたいが、全般的に売上不振となっており、供給過剰と春先からの値上げも影響し、スーパーマーケット関係は、期待できない。一方、外食産業は、天候次第では、計画どおりの数字が上がると見込んでいる。大手加工メーカー納品は、豚肉の高騰により、とり肉への期待感があり、秋口の変化に期待したい。
	家具製造業（従業員）	・小売家具は、構造的な関係から毎年減少しているが、ホテル等の家具需要は2021年度分の予定も入っており、2020年東京オリンピック後も伸びることが予想される。小売のマイナスをホテル家具需要で補っている状況となっている。
	化学工業（総務担当）	・米中貿易問題の改善の見通しが不透明である。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・問屋、小売店、百貨店、量販店の通常のルートがほとんど動いておらず、需要がない状態である。また、10月の消費税引上げもあり、慎重になっていると危惧している。しかし、ネット販売が、前年より徐々に伸びている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・客担当者の打合せでは、この輸出問題でつかみきれないところがあり、その影響により体制が変化している。確実な情報を聞くことができない状態が続き、懸念している。
	電気機械器具製造業（経営者）	・9月以降の受注に関しては、不透明である。
	精密機械器具製造業（従業員）	・上期に入り、数量的には変わらないが、受注量の激減が続いており、回復する気配がない。
輸送用機械器具製造業（営業担当）	・オプション品の装着率がかなり低く推移しているものの、全体の車両生産量は、横ばいで安定している。	

	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	・情勢は、すぐに解決できる問題ではないため、簡単に景気が戻りそうにない。
	輸送業 (従業員)	・消費税引上げ前の影響で、一時的に取扱が増加する予想ではあるが、反動で10月以降は減少の可能性がある。通期として考えると、景気は良くなっていない。
	輸送業 (総務担当)	・物流業界は、全く何も変わっていない。景気の良い話も特に聞くことがなく、足踏み状態である。
	通信業 (経理担当)	・消費税引上げの可否判断が待たれるものの、駆け込み需要等、特別な動きの気配がない。
	金融業 (従業員)	・海外需要の減少により、輸出は弱含み傾向にあるが、公共工事は高水準で推移しており、また、旅行取扱額では、国内客・外国人客とも増加している。一方、多くの企業は、人手不足から経営面で障害が生じている。
	金融業 (営業担当)	・参議院選挙で与党が勝利した結果、消費税引上げがかなり高い確率で見込める状況であり、今後2～3か月は、状況を見据えた購入になり、景気が大きく好転するとは考えられない。
	金融業 (調査担当)	・業種によっては、大規模リニューアル等明るい話題はあるが、一般的に景気回復を力強くけん引する材料が見当たらない。日韓問題や米中貿易摩擦の長期化は、地方においても景気の先行き不透明感を助長させている。
	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。今後、消費税引上げや東京オリンピックとトピックが続くが、一方、海外では中国経済の減退、米国長短金利逆転やF R B利下げ、欧州の首長交代、円高進行など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状況である。
	不動産業 (従業員)	・商業施設の売上が、横ばいに推移している。
	新聞社 [広告] (担当者)	・好材料が見当たらない。
	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、問合せ件数に大きな変化がない。
	経営コンサルタント (社員)	・特に新しい営業活動の予定がなく受け身であることから、目立つような動きは期待できない。
	経営コンサルタント (社員)	・訪日外国人が、落ち着き始めている。
	その他サービス業 [物リース] (支社長)	・法人向け営業のため、消費税引上げの影響はほとんどない。2年先までの経営状況を把握している安定した企業が多い。
	その他サービス業 [コンサルタント] (代表取締役)	・6月の補正予算の発注が7月に行われ、指名競争入札やプロポーザル方式で委託業者を選定しているが、これまで受注できている業者は限定されている。今年度の市町村におけるコンサルタントへの委託業務の発注は少なく、今後受注できる業者は限定される。このため、景気が悪くなることが予想される。
	金属製品製造業 (事業統括)	・国内需要は横ばいであるが、中国向けについては、先が見えない。
	建設業 (従業員)	・見積案件も少なく、人員配置不足のために受注ができず、景気はやや悪くなる。
	輸送業 (従業員)	・主力の低価格製品の受注数が減少傾向にある。
	金融業 (営業)	・製造業は、前年比で減産傾向が続いており、今後の中国景気の一層減速や消費税問題等、マイナス要因が多くなり、景気は悪化する。
	広告代理店 (役員)	・随意契約が減少し、価格優先の競合案件が増加している。
	x 繊維工業 (営業担当)	・賃金が高くなることで、悪い状況になっており、今後を危惧している。
雇用 関連 (九州)		-
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・世界的スポーツイベントの事前盛り上げや中心部の大型再開発も秋のオープンに向け、佳境に入る。訪日外国人も含め、当市では、景気高揚の機運が生まれると考えられる。
	人材派遣会社 (社員)	・下期の契約更新で、若干の入替えはあるものの、増員まではいかない。企業は、働き方改革や改正労働者派遣法により、今後の派遣料金等について、不安を持っている。
	人材派遣会社 (社員)	・季節的に一部業界での特需的な募集が発生する可能性もある。他にも法律関係に伴う人の動きや募集等で動きがある。
	人材派遣会社 (社員)	・消費税引上げ前の飛び込み受注も余り見込めない。

	求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税引上げの影響は予想できないが、景況感は良くないため、求人の雇用調整弁は閉められると考えられる。一方、韓国からの旅行者は少なくなっているものの、ラグビーワールドカップによるインバウンド効果は期待できる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・8月は夏休みに入り、一定の消費はあることで、景気は変わらないが、消費税引上げ以降は、先行き不安もあり、景気は落ちていく。
	職業安定所（職員）	・消費税引上げの影響が、企業活動や消費行動に影響を与えるため、採用を手控える動きが出る可能性もあるが、人手不足が深刻であることから、大きな影響はないと予想している。
	職業安定所（職員）	・求人数は減少しているが、求職者数も減少しているため、景気下降局面とは考えられないが、一部の産業では、人材不足が深刻化しており、地場景気の下振要因となることが懸念される。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・日韓関係の影響を受けている企業もあるが、それが採用関係や景気減退による採用人数の抑制に直接影響を受けてはいないと考えている。
	人材派遣会社（社員）	・2020年4月改正の労働者派遣法の対応に追われ、通常の営業活動に支障が出る。
	職業安定所（職員）	・前年比で、求人が減少傾向になり、求職者が増加傾向である。
x	人材派遣会社（社員）	・人材需要が上向き要因が見当たらない。