

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)		競艇場（職員）	・販売量に消費税引上げの影響は感じられず、このまま推移していくと予想している。
		商店街（代表者）	・年末に向けて商戦が始まっている。年賀状や喪中はがきも始まるため、上向き傾向になると考えている。
		商店街（代表者）	・10月は、大雨による洪水の影響で、各地災害が起こっている。1つの救いとして、ラグビーワールドカップやプロ野球日本シリーズ、バスケット等の活躍があった。当店も義援金の協力ができるように、年末に向かい売上を伸ばしていくことを考えている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・花屋としては最後のイベントを行う予定であり、売上が上がるように、多くの商品を出すつもりである。
		百貨店（営業担当）	・今月を底に、多少緩やかに上向くと予想している。現在進行しているキャッシュレスポイント還元も浸透しており、そこまで大きな落ち込みはないと考えている。加えて、今から、お歳暮商戦になるため期待をしており、今以上には悪くならない。
		百貨店（営業担当）	・消費税引上げ後の影響は予想以上に大きく、さらに天候要因により、秋物ファッションの稼働が非常に厳しい状況に陥っている。ただし、来街者は、確実に増えており、今後気温の低下とともに購買意欲は、上向くと期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・リニューアルしたことで、新しい客の来店に期待しており、さらに、お歳暮やクリアランスセール等のイベントにより、多くの来店を予測している。
		百貨店（プロモーション担当）	・2020年に東京オリンピックがあり、年始から消費が上向くことが期待されるが、東京から離れた地方都市に、どれほどプラスの影響があるのかは見通せない。
		百貨店（売場担当）	・消費税引上げ前の駆け込み需要と引上げ後の全店合計は、97.8%となり、従来の流れとさほど変わっておらず、今後の先行きは、天候にも影響されるが、余り落ち込むことはなく、若干良くなると予想される。
		百貨店（経営企画担当）	・今月は、消費税引上げ前の駆け込み需要の反動により、客単価が減少しているが、年末に向け気温も下がっており、重衣料を中心に現状よりは回復すると見込んでいる。
		スーパー（店長）	・消費税引上げ対策として、各企業様々な買上率上昇対策を施していることから、消費は回復すると考えられる。
		衣料品専門店（店員）	・冬物実需期になり、消費税引上げ率に慣れてくれば、多少は回復する。
		家電量販店（店員）	・駆け込み需要の反動により売上が減少しているため、今後は悪いながらも若干改善することが考えられる。
		家電量販店（従業員）	・寒くなり、暖房器具の需要が増加することに期待している。
		乗用車販売店（総務担当）	・年が変われば、消費税引上げの影響がなくなり、新車や中古車の販売台数が伸びてくる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・これから年末にかけて、寒さも強まるため、温かいコーヒーを求めコーヒーの需要が増加する。特に12月は、お歳暮時期であり、贈答品として売上も加味され、今後の売上は上昇傾向である。
		その他専門店〔書籍〕（副店長）	・消費税引上げで落ち込んでいた分、年末年始の繁忙期で少し上昇する。
		高級レストラン（経営者）	・現状と比較して、12月は1年の中でも繁忙期に入る。もし、その繁忙時が暇な状態になるようなことがあれば死活問題であるため、しっかり対応強化していく。
		高級レストラン（従業員）	・忘年会シーズンになるため、若干景気が上向くと予想される。
		観光型ホテル（総務）	・ラグビーワールドカップに続き、女子ハンドボール世界選手権が当県内各地で開催されることもあり、外国人客の増加が期待され、宴会場やレストランでの忘年会や新年会利用も見込まれている。
	都市型ホテル（販売担当）	・11月までは売上好調を見込む。12～1月は閑散期に入るが、現時点でも前年計画とほぼ変わらない。良い傾向であるので、これ以上の増加が期待できる。	
	タクシー運転手	・今月は、ゴルフのトーナメントがあり、前年よりタクシー利用が増加する可能性がある。	
	タクシー運転手	・年末にかけ、催物が多く、ある程度の堅調さは、維持できると考えられる。	

美容室（経営者）	・11～12月は、客の来店も増えることで消費も上がり、年末になるため、景気が必然的に回復してくる。
商店街（代表者）	・当店は、年金生活対象の客が多く、手にする年金が目減りしているため、良くなる要因がない。
商店街（代表者）	・災害の影響で、景気は低迷する。
商店街（代表者）	・9月の駆け込み需要の反動が、12月まで続くと考えられる。政府の景気対策でキャッシュレスポイント還元等は、余り反映していない。非常に厳しい状況が続いているなかでの消費税引上げとなっているため、今の状況が継続していく。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・好材料が全く見つからないが、年末は、少しでも好転することに期待している。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・プラスとなる要因がなく、現状を維持するだけで精一杯である。ポイント還元があるキャッシュレス決済に馴染んでもらい、来店客数の増加で、売上が上がることに期待している。
百貨店（企画担当）	・消費税引上げの心理的影響が年内までは残る。この影響が解消されるのは、年明けからと考えている。
百貨店（営業担当）	・消費税引上げの影響で、食品、リビング用品、ワイン、舶来時計等一部品目や催事を除き、購入が減少し、購買意欲の減退が感じられる。婦人服リニューアルや毎年恒例の物産催事と友の会金券での購入やお歳暮ギフト・クリスマス等目的買いの来店、購買も期待できるが、慎重な購買姿勢と消費税引上げ実施後の購買意欲減退継続の気配がある。
百貨店（売場担当）	・消費税引上げに対する雰囲気、消費を喚起するよう感じられない。高額品や必需品の駆け込み需要が起きているため、その反動の影響が2～3か月続くと考えられる。クリスマスや年末年始の消費増加に期待している。
スーパー（総務担当）	・キャッシュレス消費者還元事業は、中小事業者を支援する事業になっているが、それが逆に大手企業の値下げやポイント付与等の強力な販売促進活動を誘発しており、購入時2%値引きのコンビニや低価格の大手量販店に客を奪われる結果となっている。この傾向は、すぐには止まらない。
スーパー（統括者）	・消費税引上げが実施されたが、食料品は、儉約される傾向があり、今後、競合店間での値下げ競争の可能性も高く、売上や利益増加は難しい状況である。
コンビニ（経営者）	・キャッシュレスポイント還元制度が来年6月まで継続するため、その間の消費動向に大きな変化は考えにくい。
コンビニ（経営者）	・景気に変化する要因が、余り見受けられず、この状態が続く。
コンビニ（経営者）	・キャッシュレスポイント還元の効果で、キャッシュレス利用客数の比率は12%上昇し、今後3か月後には、20%増加も見込まれる。それにより、客数マイナス分を客単価で売上カバーできると想定しており、消費税引上げによる年末年始のクリスマスや正月等イベントへのマイナス要素は、限定的と考えられる。
コンビニ（エリア担当）	・キャッシュレス推進による効果はまだ見られない。
コンビニ（エリア担当）	・当店は、ホテル立地にあり、韓国旅行者減少が大きな原因で、売上が落ちている。今後の情勢により、客の動向に変化が出てくる。
コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税引上げ後、客の動向や購入点数、購入金額が若干変わると考えていたが、10月は、前月と変わらないため、11～12月も消費税引上げに影響されず推移する。
衣料品専門店（店長）	・来街者減少は変わらないが、客の言動から消費税率アップの影響は余りない。
衣料品専門店（取締役）	・消費税引上げ後、初めての年末となり、必要最低限の購入はあると予想するが、その他については、流通全体として厳しい状況になる。
家電量販店（店長）	・現状を鑑みると、消費税引上げ後の需要冷え込みが回復するには、かなり時間を要しそうで、年末商戦が非常に不安である。
家電量販店（総務担当）	・今年の冬は、暖冬の予報のため、冬物に余り期待できず、売上をけん引する商材が少ない。
家電量販店（広報・IR担当）	・駆け込み需要の反動による消費冷え込みは、2014年の消費税引上げ時ほど長引かないと考えている。
乗用車販売店（代表）	・好材料がなく変わらない。
住関連専門店（経営者）	・前回の消費税引上げ時と比較すると、消費税引上げ前との変化は余りなく、この先の景気も変わらない。

その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・季節も若干寒くなっており、11月からは灯油の小売売上が期待できるシーズンに入ってくる。11月には、当地へローマ法王来日があり、近隣からの客の来訪で、自動車関連の消費に期待している。
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）	・消費税引上げ後の反動がなく、安心しているが、今後、プラスに転じる材料がないため、状況は変わらない。今年度の好調要因である映画は、冬休み作品も充実しており、確実に増加するが、景気判断が良くなるまでは、インパクトがないと考えている。
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）	・インバウンド減少は、改善の見通しが無い。
高級レストラン（支配人）	・予約状況は、昼夜でかなり差があり、伸び悩んでいる。
一般レストラン（経営者）	・年末に向けて上向きを期待しているが、接客時にも景気の良い話を聞くこともなく、予約状況も良くない。
一般レストラン（スタッフ）	・ラグビー等一過性のイベントばかりに行政は金を掛けており、長期的な目線での景気上昇になる政策は全くない。
通信会社（企画担当）	・直近の営業見込みや販売見込みの数に、特に変化は見られない。
通信会社（業務担当）	・業界では、ネット回線等の通信インフラ以外の商材販売に注力しつつある。新電力等の全く違う分野で売上を伸ばしている同業は多数あり、通信インフラ販売に拘らなければ、今後の成長は期待できる。
通信会社（営業担当）	・客の生活環境等の変化が起きにくい時期であるため、変わらない。
通信会社（企画担当）	・販売量の増減に影響のあるイベントの予定がない。
美容室（店長）	・現在の状況では、客数は変わらず、売上は多少良くなる。
設計事務所（代表）	・良くなる要因が、特に見つからない。
住宅販売会社（従業員）	・客の動きは減少傾向ではあるが、条件付き宅地販売等が順調な面もあり、景気状況は変わらず推移する。
商店街（代表者）	・生活費全般に負担が掛かる消費税だけに、消費行動が落ち込む可能性はある。高齢層では、キャッシュレス化のカード決済等を新たにしている行動は見受けられない。
商店街（代表者）	・全体として、消費動向が鈍っている。老舗では、常連の客を抱えているため安定しているが、貧富の差が一段と出ており、安いメニューの飲食店が多くなっている。
百貨店（総務担当）	・消費税引上げの影響が、徐々に出てくる。
百貨店（業務担当）	・消費税引上げの影響により、前年との比較では、明らかに低下する。客との会話では、必需品のみを目的とする購入が多くなり、購買意欲の慎重さが見られ、提案もできない状況にある。
スーパー（店長）	・チェーンストアの売上は、前年の97%で推移すると予想される。当店では、競合店の閉鎖に伴い、売上、来店客数共に前年比115%の推移が見込まれており、ここ半年は好調な数字が推測される。会社全体では、消費税引上げに伴い、買い控えがやっと終わっている状況で、11月からの年末商材に向けてのイベントやお歳暮ギフトの早めの仕掛けを行い、売上が好調に推移をするよう対策を考えている。
スーパー（経理担当）	・食料品以外の税負担がはっきりし、可処分所得が減るのが実感されると消費抑制が起きると考えられる。マスコミでも再三取り上げられている賢い買物の仕方等により、店舗の厳しい選択が顕著になる可能性がある。
コンビニ（経営者）	・消費税引上げの影響を受け、じわじわと売上は下がる。プレミアム付商品券の購入は多いが、利用度は全くなく、安いディスカウントスーパーやドラッグストアで買物をしている。子供がいる世帯は、より安い店舗で購入している。
コンビニ（エリア担当）	・キャッシュレス決済の広がりや、10月利用分の請求がいつもより多いことを実感し、今後、財布のひもが固くなることが想定できる。
コンビニ（店長）	・米中貿易摩擦等、世界経済の先行きが不安である。
衣料品専門店（総務担当）	・消費税引上げにより、今月は悪化しているが、消費者心理はますます進行し、しばらく景気は悪化していく。
家電量販店（店員）	・消費税引上げにより、販売量が大きく落ちる影響が出ている。東京オリンピックにも不穏な動きがあり、余り期待ができないのではないかと懸念している。

	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・消費税引上げに伴う期間限定の対策が終了後、消費税増税2%は、消費者の支出増加につながり、低価格志向も強くなる。消費税引上げ後も、料金据置きをする企業もあるため、企業としての収益力や財務力のある企業とそうでない企業の差が更に開いている。そのようななかで、給与所得を2%以上上げることができなければ、消費は増加しないと予想するため、景気は若干悪くなる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・これから更に施設数が増える。中国からの訪日が増えてはいえ、韓国人の訪日が戻らなければ、前年の売上を確保するのは難しいと考える。
	旅行代理店（従業員）	・来店者数、販売量が低迷しており、例年に比べ出足が鈍い傾向である。年末年始の9連休に期待している。
	タクシー運転手	・どの業界も慢性的な人手不足が深刻になっており、その影響がじわじわと企業に蓄積されると、全体的な景況感は、かなり薄くなっている。
	通信会社（企画担当）	・消費税引上げの影響で、若干悪くなる。
	観光名所（従業員）	・紅葉シーズンに入り、写真撮影目的、また、伝統芸能が中旬より始まるため、客が増加していく。気温差が激しくなるため、日中のみ楽しむ客が多くなる。
	ゴルフ場（従業員）	・日韓問題で航空路線の運休が決まったため、例年11月から増加する韓国からの来場者が、減少すると予想される。
	美容室（経営者）	・自然災害が多くなり、出費を抑えていると予測される。
	理容室（経営者）	・今月までは、消費税を初めて預かる月になる。次回来店からは、消費税引上げ分が多く出費になるため、その影響で良くなることはない。当市では、単身赴任が多いため、影響を受けており、厳しい状況である。
	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）	・消費税引上げに伴う介護報酬の増額改定が、10月に実施されたことにより、今後の利用控えが懸念され、厳しい人材確保の影響も不安材料となっている。
	設計事務所（所長）	・今は若干忙しいが、資料請求は多くないため、2～3か月先はやや悪くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・取引先は、単価が抑えられて、利益の確保は難しい状況である。客の所得も伸びず、景気が良い情報を聞くことがない。景気の良い企業も一部あるが、それが全体に影響していないため、景気は悪くなる。
	スーパー（店長）	・消費税引上げ後、客の購入単価が下がっており、特に非食品は、消費者の買い控えが随所に出ている。今後は、ディスカウントショップ等に客が集中することが予想されるため、より一層厳しくなる。
×		
×	衣料品専門店（店長）	・この冬の客の動きは、悪くなると予想している。
×	高級レストラン（経営者）	・客数減少に加え、客単価が大きく下落しており、天候の異変やキャッシュレス対応など、今後を心配している。
×	スナック（経営者）	・前年は10月が前月を上回ったが、今年は、2か月連続で客数が減少している。例年、年末にかけて来客数が伸びるが、現状では、回復の兆しが無い。なじみ客の来店頻度も下がり、不安な状態である。
×	設計事務所（所長）	・世界の政治経済の不透明さ、不確実さが消えるまでは、良くならない。
企業動向関連 (九州)	-	-
	農林水産業（経営者）	・11月の外食や量販店、スーパーマーケットは、さほど期待できないが、冷凍食品メーカー向けの原料肉は、年末年始に向けた対応で、かなり期待できる。12月に入れば、気温にもよるが、冬物商材、鍋物等の需要が多くなり、年末年始の外食やスーパーマーケット、量販店は期待できる。ただし、10月の消費税引上げがどこまで影響するか不透明であり、前年並みは難しい状況である。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・防災に関する需要が高くなっており、年度末までの納入予定が増えている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・客の担当者とは常に話し合いをしているが、秋口から12月にかけての動きあり、在庫調整も終了している。今後の動きに期待している。
	一般機械器具製造業（経営者）	・見積案件が、若干増加傾向にある。現状の仕事のうち、着工時期を先延ばしした分が、今後の仕事に増加されることで、年末から年明け以降に、ある程度の景気上昇が期待できる。

経営コンサルタント（代表取締役）	・10月は、少し動きが出ている。11月後半から忘年会シーズンに入り、お歳暮関係の売上等を考えると、若干良くなると予想している。
家具製造業（従業員）	・来年3月までのコントラクト向け家具の予定は、前年度並みの予約が入っている。小売は、高額商品の伸びが鈍化しており、全体では、若干前年比マイナス傾向である。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注関係は、余り変わらない。消費者間との取引は、ここ数か月冷めており、量販店等の受注も悪くなっている。一方、特殊な受注関係は、どうにか維持できており、ふるさと納税やネット販売は、良くなっている。
精密機械器具製造業（従業員）	・中国市場関連の影響で、受注先からの受注量の激減が、前月から継続している。
輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月前より海外車両へのオプション部品装着が減少している。この先の内示からみても、今月の装着数量が横ばいで計画されている。
輸送業（従業員）	・受注量、価格共に伸びていない。
輸送業（従業員）	・特に良くなる要因がない。
輸送業（総務担当）	・消費税引上げ前に在庫した家電品等の在庫がだぶついている。依然として倉庫ニーズは高く順調な反面、人件費高騰や人材流出の歯止めが掛からず、中小企業としては経営に苦慮する状況は変わらない。
通信業（職員）	・折衝案件の数と規模に大きな変化はなく、受注量も現在と同水準で推移すると予想される。
通信業（経理担当）	・好転、あるいは悪化になるような要因が見当たらない。
金融業（従業員）	・公共工事が高水準で推移しており、消費税引上げの影響は、前回引上げ時に比べると大幅にとどまっている。旅行取扱額も持ち直しているが、海外経済を巡る不確実性の高まりや人手不足から経営面での制約が出ている先が少なくない。
金融業（調査担当）	・取引先の資金需要、取巻く環境はここ1年大きな変化がない。2019年12月には欧州中央銀行理事会、連邦公開市場委員会、日本銀行金融政策決定会合、そして英国ではEU離脱を争点とした総選挙等、市場の注目を集める重要な経済イベントを控えており、注視している。そのほか、中国経済の減速や米国長期金利低下に伴う長短金利逆転、その影響から米国の景気後退や円高が進む可能性も考慮しておく必要がある。
金融業（営業担当）	・消費税引上げがあったが、一般消費者は、キャッシュレスポイント還元があり、住宅では住宅減税の特典があり、現状は大きな落ち込みがない。また、2～3か月先の消費意識は、消費税引上げの影響を感じにくい状況であるため、全般的には変わらない。
金融業（営業）	・世界的に需要の回復する要素は見当たらず、停滞状態が継続する。
金融業（調査担当）	・消費税引上げの影響は、先行き不透明な部分も多いが、所得が伸び悩むなか、今後の消費マインドの冷え込みを危惧している。
不動産業（従業員）	・賃貸マンションの家賃相場が、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。
広告代理店（役員）	・客の消費税引上げへの不安感は、収束しているが、新たな事業チャレンジ等、今後の事業を活性化するような動きも余りみられない。
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や問合せ件数に変化がない。
経営コンサルタント（社員）	・今後も定例会議での意見のような状況ならば、新しい動きは見られない。
経営コンサルタント（社員）	・売上や客数が落ち込んだまま、横ばいが続く予想される。
その他サービス業〔物リース〕（支社長）	・消費税引上げ後の収入は変わらない。消費は減少すると予想されるが、年末年始に海外旅行をする家庭も多く、格差が広がっている。
農林水産業（従業者）	・天候が良いこともあり、農作物出荷は上昇傾向にあり、単価は落ち着いてくる。
化学工業（総務担当）	・世界的な天候不順のため、農業受注量が減少する可能性ある。
金属製品製造業（事業統括）	・2019年度は、このまま売上を持ち越す状況であるが、2020年度の受注は、前年の勢いはなく、厳しいと見込んでいる。

	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	・相場は上がっているが、生産は減少しており、問屋筋の価格は、警戒からスライドして価格が上がらないという状態である。	
	建設業 (従業員)	・見積案件はあるが、技術員の不足により、仕事が受注できない状況である。このままの状態が続くと予想され、若干悪くなる。	
	建設業 (社員)	・年度末に向けて、災害復旧工事や当初発注分の残工事もあり、繰越工事とともに多くの発注を期待している。	
	その他サービス業 [コンサルタント] (代表取締役)	・市町村の9月補正予算では、調査、計画策定の委託業務が少ないため、委託業務の発注本数が限られ、低価格競争になることが推測される。そのため、ますます売上が減少し、景気が悪くなることが予想される。	
	×	繊維工業 (営業担当)	・最低賃金を引き上げるならば、まずは下請企業の救済を検討してほしい。中小企業で従業員が多い工場は、深刻である。
	×	電気機械器具製造業 (経営者)	・ここ数か月は、上昇材料が見当たらない。
雇用 関連 (九州)	-	-	-
		人材派遣会社 (社員)	・以前契約をしていた企業や新規企業からの注文が微増しており、増員を考えている企業も多い。
		人材派遣会社 (社員)	・同一労働同一賃金の対策が固まるまでは、増員できないという声が増えている。
		人材派遣会社 (社員)	・消費税引上げの影響は大きくないが、好転する要素もない。
		職業安定所 (職員)	・求人数は減少しているが、今月の採用者数は、前年比を増加していることから、人手不足は継続しており、事業所の採用意欲は、まだ高いと判断している。
		人材派遣会社 (社員)	・来年度の改正労働者派遣法の施行に合わせて、企業側も請求形態の変化や実施を注視しており、受注増員につながる材料が余りない。
		人材派遣会社 (社員)	・派遣会社各社が、来年度の同一労働同一賃金に向けた労働者派遣法を客へ説明をしているため、派遣料金の大幅増加を懸念してか、派遣活用をやめる企業も出てくる可能性もある。
		人材派遣会社 (社員)	・来年4月の改正労働者派遣法に伴い、新規の営業勤務時間が制限されるため、若干悪くなる。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・ラグビーワールドカップも九州では終了し、韓国からの旅行者も減少が進んでいる。これから、年末商戦に入るが、消費税引上げが消費の足かせになるのではないかと懸念している。求人マーケットは、景気に敏感に反応している。
		新聞社 [求人広告] (社員)	・求人広告数が、減少傾向にある。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・中心市街地再開発オープンによる効果も徐々に薄れ、消費税引上げ等による消費の鈍化も考えられるため、現時点と比較すれば若干悪くなる。ただ、景気が悪いという状況ではないと予測している。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・消費税引上げが施行され、軽減税率制度はあるものの、余り浸透していない。今後、消費者が、買い控えや節約に走ると景気も厳しくなる。
		職業安定所 (職員)	・個人住宅等の高額商品の売行きが不調で、小規模建設業者の廃業等が目立っている。
		職業安定所 (職員)	・新規求人数の減少は、数か月後の求人倍率に影響を及ぼすことになる。順調な推移を見せている求人倍率が下落へ転ずる可能性もあり、今後の推移を注視している。
		学校 [大学] (就職支援業務)	・米中貿易摩擦による経済の状況によっては、今後の新卒求人数に影響する可能性が否定できない。
		×	*