

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)		家電量販店（店員）	・消費税引上げで若干落ち込むと想定していたが、現状は悪いなりに回復基調にある。2～3か月後は現在より良くなる。
		その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・消費税引上げへの対策のキャッシュレスポイント還元や、東京オリンピックへ向けて外国人観光客の増加が見込まれるため、景気は良くなっていく。九州でも商業施設開業やホテル建設、簡易宿所・民泊施設等の建設、再開発等前向きな設備投資が多いことも先行き明るい。1つの懸念点は、韓国との関係悪化である。韓国人観光客が多くを占める九州において、日韓関係が改善し、韓国人観光客が増加すれば、更に景況は良くなる。
		競艇場（職員）	・年末に向かって、販売量が伸びる傾向になっている。
		商店街（代表者）	・身の回りの景気は、今の経済状況から微増していくと予想している。
		商店街（代表者）	・12月の歳末商戦も厳しいと予想されるが、消費税駆け込み需要の反動も緩くなり、年明けからは少しずつ回復することを期待している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・気温も下がり、花の保ちも良くなることで、夏と比較すると自宅用に飾る客が戻ってきており、正月用の花材も購入してもらえよう営業を考えている。
		百貨店（営業担当）	・購入時の慎重な購買姿勢は継続しているが、お歳暮の早期受注傾向や各社クレジット利用、友の会買物券、自社クレジットポイント催事の開催により、購買意欲が上昇している。紳士・婦人雑貨や一部インポートブランド・貴金属・美術画廊等し好性の高い商材や季節要因の高い家電等目的買いの商品は依然好調であるが、消費税引上げやふるさと納税の影響により、購買意欲減退が継続する気配がある。お歳暮ギフト開始で、ギフトセンターでの贈答目的の来店や年末年始、新学期の買物での友の会満開買物券や各社クレジット利用購買は期待できる。
		百貨店（営業担当）	・消費税引上げ以降、天候不順の影響もあり、アパレルを中心に苦戦継続傾向には変化なく、セール待ち状態となっている。しかし、セールによる景気回復は、ある程度の期待感ももてる。
		百貨店（プロモーション担当）	・2020年東京オリンピックを控え、消費意欲の上昇が見込まれる。
		百貨店（経営企画担当）	・消費税引上げ後の反動減により、高額品等を中心に売上が低迷しているが、クリスマスや年末等消費喚起により、回復すると見込んでいる。
		スーパー（総務担当）	・キャッシュレス・消費者還元事業、決済事業者の販売促進キャンペーン等により、キャッシュレス決済が普及している。キャッシュレス決済は客単価が高くなる傾向があり、マスコミ等でも決済事業者による販売促進キャンペーンの配信も更に増加していき、自然に消費増加の効果をもたらすのではないかと考える。
		コンビニ（経営者）	・今後、2か所のビル建設工事では、人手が必要な工事になるため、作業員の来店客増加が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・東京オリンピックイヤー突入により、マインド的に上昇基調になることを期待している。
		家電量販店（店長）	・消費税引上げの影響も薄まり、現状より若干回復する。
		家電量販店（従業員）	・暖房器具の需要増加と年末年始に向けて家電の買換えが増えるため、景気はやや良くなる。
	家電量販店（広報・IR担当）	・消費税引上げ後、反動減少しているものの、テレビやパソコン等のような売上好調な商品もあり、底堅い買換え需要や、来年の東京オリンピックに向けての需要増加が期待される。	
	乗用車販売店（総務担当）	・新年になれば消費税引上げの影響が薄らぎ、客の気持ちにも変化が現れ、販売台数が増える。	
	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・コーヒー業界では、気候に大きく左右され、し好飲料が熱い液体となる。年末も近くなり、気温も下がることで、自然発生的にコーヒー需要が高くなっている。また、12月に入るとお歳暮時期になり、進物が増加する。2～3か月先の売上予想は、良くなっていく。	

高級レストラン（支配人）	・来年の予約が入っており、若干良くなる。
タクシー運転手	・忘年会シーズンでもあり、夜の繁華街は週末を中心に活気にあふれ、昼間の商業施設も人出が増えている。
通信会社（企画担当）	・現在増えている見積依頼の受注が、本格化する見込みである。
通信会社（業務担当）	・引っ越しシーズンに入り、繁忙期であるため、売上増加が見込めるが、年々販売量が減少傾向で不安である。
通信会社（営業担当）	・取扱商材の販売地域が拡大する予定があり、そのタイミングで販売が増加する。
通信会社（企画担当）	・F T T Hのサービスエリア拡大効果が、今期中は続くと予想される。
ゴルフ場（従業員）	・減便していた韓国航空便が一時的ではあるが増加し、加えて主要アクセス道路が早期に回復旧しているため、忘年コンペ予約も順調に推移しており、やや上向いていく。
理容室（経営者）	・今月は、年末年始が控え、我慢の時期である。以前のように12月に入って売上が良くなるには非常に難しい状態である。消費税引上げもあり、100円の値上げをしたが、厳しい客の声も若干聞かれる。
美容室（経営者）	・2～3か月先は年末年始となり、業界では景気が良くなる傾向にある。一時的なことであるが、年末年始の動きは、ボーナスシーズンになり、イベント等の影響もあり、景気が少しずつ上昇傾向にある。
商店街（代表者）	・景気は下降傾向のため、良くなるとは考えにくい。
商店街（代表者）	・収入がある人は、景気に影響されないが、年金等で収入に限られた人は、購買意欲が増えない。将来支払が多くなっていくため、景気は悪くなる可能性が高い。
商店街（代表者）	・今年は、全く先の見通しが立たない。好条件もないため、今後景気が落ちていくのではないかと不安に感じている。
商店街（代表者）	・歳末商戦に入り、消費が動く時期であるため、前年並みを期待している。
商店街（代表者）	・消費税引上げの下支えとなるはずのキャッシュレス決済消費者還元政策も、ごく一部の消費者のみ還元効果があるだけで、8割強の消費者には効果がない。
商店街（代表者）	・キャッシュレスポイント還元の影響で、カードで買物をする人が増えたが、商店街では、それによって売上が伸びたという話は聞かない。現状が悪い状態であるため、これ以上に悪化しないと考えている。
一般小売店〔青果〕（店長）	・今以上の購買力を押し進めるような好材料はなく、消費税引上げ分の影響を生産物では感じられないため、景気は横ばいである。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・天候に左右され変動するが、これから数か月は寒くなり来店数も増えていく。客は、必要最低限のみの購入で、大型商品購入時に消費税引上げが痛手だと節約をしている状況である。
百貨店（総務担当）	・インターネット通販との競合が更に厳しくなり、リアル店舗が深刻な状態になる。
百貨店（企画担当）	・消費税引上げ後の回復遅れや訪日外国人の落ち込みが続いていることから、今後も変わらない。
百貨店（販売促進担当）	・今年も気温が下がらず、重衣料の動きが鈍くなっており、客単価アップが見込めない。
百貨店（売場担当）	・7～9月期は全店合計で前年を上回っていたが、消費税引上げ後は状況が全く異なるため、注視する必要がある。今後、気温が下がっても衣料品の動きがない場合は、前年を上回ることとはなく、現状の推移が継続する可能性がある。当店では、化粧品の戻りがまだなく88%であるが、北海道物産展は、95%でまずまずである。このまま、96～98%で推移すれば、ほぼ横ばい状態である。
百貨店（売場担当）	・プラス要素がない現状では、景気が良くなる実感をもてず、客の消費に対する心理的な抑制が、一定期間継続すると考えられる。
スーパー（店長）	・しばらくは防衛消費で、現況を見極める生活を送るものと予想される。
スーパー（経理担当）	・このまま消費減退傾向が続くと予想される。
コンビニ（経営者）	・キャッシュレスポイント還元の効果は徐々に出ており、キャッシュレス比率は9月対比で14%上昇している。
衣料品専門店（店長）	・2～3か月先も景気は悪いと予想している。

衣料品専門店（店長）	・相変わらず来街者がほとんどなく、来店客があっても財布のひもが固い。
衣料品専門店（総務担当）	・当社の現状に対する認識は、最悪と考えており、希望的観測を含めて変わらない。
衣料品専門店（取締役）	・東京オリンピックまでに景気の良い情報が流れる可能性はあるが、実際には、景気回復するような状況にはならない。企業も内部保留しており、大企業だけが昇給し、消費方法を考える状況になり、やや悪くなった状態が変わらない。
家電量販店（店員）	・消費税引上げ後、プライス表示を税別金額と税込み金額を表示しているが、10%になったことは大きいと実感している。ただ、客は徐々に慣れてきており、中でもパソコン関係の売上は、向上している。来年1月にWindows 7のサポートが終了するため、買換え需要が非常に大きく、パソコンの売上が伸びている。消費税引上げの影響は、思ったほどでなくこのまま横ばいが継続する。
家電量販店（総務担当）	・暖冬の影響により、冬物の動きが鈍く、ボーナス商戦も余り期待できない。
乗用車販売店（従業員）	・集客が見込める明るい話題がない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・今後の小売価格の見通しは不透明であるが、灯油の販売量は、増加が見込める。また、年末年始を迎えカーケア商品の需要が見込める時期になり、客のボーナスが前年並みに支給される情報もあり、購入に期待している。
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〕（統括者）	・日韓問題は継続すると予想される。
高級レストラン（経営者）	・予約状況では、12月には忘年会が入ってきているが、1月も若干予約があり、2～3か月先は、悪い状況ではないが、今までの分を取り戻せるほど良い状況にもならない。ただ、今年の忘年会は、11～12月に分散しており、12月の売上は、若干落ちる可能性がある。
高級レストラン（経営者）	・消費税引上げがあり、給料も上がらないために、消費をしなくなっている。12月に客が増加する好材料もないため、足踏み状態である。
一般レストラン（経営者）	・現在予約状況や問合せも前年に比べ減少しており、注文単価も若干ではあるが、下がっている。年末年始に向け、売上及び集客増加に期待している。
観光型ホテル（総務）	・中心市街地に大型商業施設がオープンして初めての年明けになり、人出や購買意欲の向上が期待される。一方、ラグビーワールドカップや女子ハンドボール世界選手権という大型イベントが閉幕したことによる反動が不安視される。
観光型ホテル（専務）	・来年休館して工事に入る旅館があるため、客が多くなることに期待している。地域全体の魅力が今一つのため、繁忙期が紅葉やつつじ等の魅力がある時期に偏っている。
タクシー運転手	・今年は少し暖かい予報のため、客が動いて売上が上がると期待している。
美容室（店長）	・今月より良くなる要因がないため、2～3か月先の景気は変わらない。
設計事務所（代表）	・良くなる要素が特にならない。
住宅販売会社（従業員）	・輸出は順調で景気は良いが、一般的な景気浮揚のための工事が進まない状況である。景気浮揚策での回復を期待したい。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・年末が近づいているが、例年の売上が確保できるか非常に不安である。年明けは、売上が落ちるため、早い段階の回復に期待したい。
百貨店（営業担当）	・消費税引上げ対策のキャッシュレスについても、現金がキャッシュレスになっただけで、対策にはなっていない。米国は景気が良さそうであるが、何かしら景気を刺激する効果的な対策が必要ではないかと考えている。お歳暮は非常に厳しく、単価や件数の減少でマイナスになっている。クリスマス商戦に期待をしたい。
百貨店（業務担当）	・消費税引上げはもとより、客がかなり心配していることは、老後資金2000万円問題の話題である。貯金をするために、買物ができないという非常に慎重な客もいる。

	スーパー（店長）	・軽減税率の影響がしばらく続く状況で、購買意欲の減退が懸念される。12月もこの流れが継続され、客数増加対策を考えている。ギフト関係の早期特典で、ギフトの動向は良いが、この後が毎年伸び悩むため、12月も厳しくなる。	
	スーパー（統括者）	・個人消費に陰りがみられ、外国人観光客の減少や最低賃金アップという収益悪化要因は継続している。年末年始には、企業収益が悪化やボーナスや給与へも影響が出る可能性があることから、今後個人消費が冷え込む可能性が高い。	
	コンビニ（経営者）	・追加の財政措置が行われる見込みであるが、どれほどの効果があるか疑問である。我々のビジネスは、生活必需品を販売しており、引き上げられた2%の影響は、比較的少ない方であるが、消費マインドに影響を与え、景気が落ち込むことに危惧している。	
	コンビニ（経営者）	・消費税引上げの影響が、更に出ると懸念している。軽減税率効果もあるが、客の収入等があがるわけではなく、財布のひもは固くなっている。令和2年も厳しい幕開けになる。	
	コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税引上げも落ち着き、客数が元に戻ると予想していたが、客数並びに買上点数、単価が前年を上回ることができず、売上が伸び悩んでいる。今後、年末にかけての商戦でも、予約は順調ではなく、買い控えがしばらく継続する。	
	乗用車販売店（代表）	・良くなる好材料がない。	
	住関連専門店（経営者）	・置き家具の需要は、年々減少しており、年末年始の商戦も期待できない。夏の災害で、近郊の米の収穫高が著しく悪く、このことが景気の回復に影響を及ぼしている。	
	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）	・冬に寒くならないと物販テナントの商品化計画に誤差が生じ、消費者の購買意欲も低下し、今年の冬は苦戦すると予想している。特にアパレルテナントは、電子商取引の台頭と暖冬による不振の二重苦になるため、倒産事案増加に危惧している。	
	一般レストラン（スタッフ）	・一時的なラグビー効果はあったが、一過性のため全体が良くなる見込みはない。キャッシュレス推進の影響でキャッシュフローが悪く、景気回復を懸念している。	
	都市型ホテル（販売担当）	・12～1月の稼働が落ちるために悪くなる。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルの供給過多状況はこれからも厳しくなるため、販売量は減少していくと予想する。	
	旅行代理店（従業員）	・消費税引上げの影響により、1月以降も販売量が増加しない。日韓関係修復の兆しで、予約数アップに期待したい。	
	タクシー運転手	・客の消費動向では、かなり景気が下がっている。時期的にも11～12月は繁忙期にならなければいけないが、前年と比較するとかなり落ちている。	
	観光名所（従業員）	・冬の時期は、交通の便が非常に悪くなり、客足が極端に減少する。	
	美容室（経営者）	・3か月後は、イベントもなく、世の中全体が落ち込んでおり、懸念している。	
	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・韓国からの旅行客が減少している。	
	設計事務所（所長）	・今後の世界政治や経済情勢が不透明なことで、不安定さを増しており、日本への影響は未知であるが、現状では良くなるとは考えられない。	
	住宅販売会社（従業員）	・全体的に住宅検討の客も減少傾向で、他社との競争も今よりも厳しくなっており、受注数の減少傾向も続く。	
	×	スーパー（店長）	・消費者の節約志向はかなり高く、価格に非常に敏感である。その中で、競合他社との競争が更に激しくなり、売上確保は非常に厳しいものと予想される。
	×	スナック（経営者）	・10～11月は、売上が前年を下回っている。同業者からも同じ声を聞くことが多い。特に書き入れ時の週末の売上不振が大きく、企業グループ利用の低下が目立っている。
企業 動向 関連 (九州)		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・補正予算消化の動きがあるため、若干良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・見積量や注文数の量が若干であるが増加しつつあり、今後に期待がもてそうである。しかし、発注が延期になっている案件については、まだ少し時間が掛かる状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主要な取引先からの受注が、増加する見込みである。

電気機械器具製造業（取締役）	・今期の受注傾向に加え、来年4月以降の引き合いも順次出ている。
輸送業（総務担当）	・物量自体は増えており、消費意欲が増していると推量される。
経営コンサルタント（代表取締役）	・12～1月は、年末年始に当たるため、11月よりかなり良くなると予想している。前年より景気が上昇することに期待している。
農林水産業（経営者）	・12月は、年末年始の特別需要があり、売上も例年と比較して上回る。ただし、1～2月は反動で厳しくなり、売上は落ちると予想している。年末も寒くならなければ、鍋需要が伸びず、現状の暖かさであれば、若干心配である。年明けから3月まで加工メーカーも生産増加に期待できないため、納品側は危惧している。
家具製造業（従業員）	・伸びる要素や具体性がなく、落ち込む状況もないため、このまま横ばいが続くと予想される。
化学工業（総務担当）	・当面は、在庫販売が継続する。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・地場産業で、現在の状況は、相対的にみると余り良くないが、特に年末のネット商品では、ふるさと納税に期待できる。
一般機械器具製造業（経営者）	・受注量減少の要因は、客の体制問題か、あるいは、輸出量減少による受注残が少なくなることが考えられるが、明確な回答がなく、ギリギリまで状況確認をしている状態が続く。本来は、繁忙期であるが、動きが悪く懸念している。
輸送用機械器具製造業（営業担当）	・輸出車両向けオプション部品装着の増減もなく、低い水準で推移しており、2～3か月先も横ばい傾向である。
建設業（従業員）	・見積案件はあるが、技術員の不足により大型物件に応札できないため、景気は以前と変わらない。
建設業（社員）	・例年年度末前には、手持ち工事が少なくなるが、景気状況が悪くならないためにも、このまま発注が継続することに期待したい。
輸送業（従業員）	・10月は消費税引上げ後の影響で、受注量が落ち込み11月もそれほど回復はしていない。今後、回復する要因が特に見当たらない。
通信業（職員）	・ここ1～2か月で案件が増加しているが、人手不足の状況である。この状況が数か月続くと予想される。
通信業（経理担当）	・景気動向では、状況が良くなる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いるほか、自動車販売が持ち直ししている。消費税引上げの影響は、前回引上げ時に比べ小幅にとどまっているが、海外経済を巡る不確実性の高まりや人手不足による経営面での制約を懸念する企業が増加している。
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12月にはECB理事会、FOMC、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、注視しておく必要がある。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）	・消費税引上げの影響や消費者に漂う停滞した雰囲気は、資金が動く年末になっても変化しない。取引先の中小企業でも、現状大きな設備投資計画はほとんど見当たらず、若干悪い状況がこのまま継続する。
金融業（営業）	・受注の減少も一服した感があり、このまま景気が悪化するとは思わない。上向く要因もなく、しばらくは現状維持と考える。
金融業（調査担当）	・消費税引上げ後、初の年末年始商戦を迎えるが、消費税引上げの影響を懸念する声を聞く。
不動産業（従業員）	・宿泊施設の稼働率は、高水準で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）	・ホームページのアクセス数や問合せ件数に変化が見られない。
経営コンサルタント（社員）	・年末年始を迎え、新しい取組は期待できないと悲観的である。
経営コンサルタント（社員）	・急に販売力がアップすることはできないため、2～3か月は景気回復は望めない。

	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・3月決算企業は、収益がおおよそ見え出した頃である。節税ニーズも高いため、設備投資を前倒しし、償却をする企業に期待している。
	農林水産業（従業者）	・需要の拡大が必要とされる。
	金属製品製造業（事業統括）	・輸出関連部門では、米中貿易摩擦、中国自体の景気の後退、韓国との関係悪化の影響は大きく、改善の兆しが見えない。
	精密機械器具製造業（従業者）	・前月同様生産が低迷し、今後も見込み計画が芳しくない。受注生産工場としては、痛手である。
	広告代理店（役員）	・年始、年度末時期での客からのプロモーション依頼が、今年はやや落ちている。
	× 繊維工業（営業担当）	・賃金上がり過ぎ、福利厚生ができず、ボーナスがある企業に転職するため、人手不足を解消できない。
	× その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・中国はGNPの事しか考えず、ゴーストタウンを大量生産し成長限界である。中国頼みの韓国もまた急速に悪化状態である。この状況では、日本国内だけの需要では、とても景気が良くなるとは考えられない。
雇用 関連 (九州)	-	-
	*	*
	人材派遣会社（社員）	・年度末に向けて、人の入替えが多くなるが、新規増員の求人の注文は減少している。
	人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の施行時期も近づいているため、その対応がメインになりがちな状況にあり、業界自体が景気に左右するようなプラスの要因が少ないことから、先行き不透明である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今年から来年に向け、大手企業の早期退職が比較的目立つ。退職金は失業給付もあり、すぐに影響はないが、心理的な不安が徐々に出た場合は、景気に悪い影響があると懸念している。
	職業安定所（職員）	・求人倍率は高止まりであるが、前年比で求人動きをみると、前年度末から減少傾向が鮮明になっている。求職者も減少し、ここ数か月は小康状態と判断している。
	人材派遣会社（社員）	・大手企業を中心に増員の求人が減少している。年末年始の求人数も例年より減少している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末、年始、異動時期、新学期等人の動きや消費が活発化する時期ではあるが、新たなトピックは余りなく、消費税上げの影響もあり、全体的な景気は下がる傾向にある。中心市街地への人出をみても、休日は多いが平日は少なくなっている。
	職業安定所（職員）	・熊本地震の復興需要も一段落し、公共事業も頭打ち状態であることから、特に中小建設業者は資金繰りに苦しんでいる。資金不足から事業を継続できない業者が増加していくと懸念される。
	職業安定所（職員）	・大量解雇が発生しているが、受入先が決まっており、大きな影響はない。一方、小規模な事業廃止や店舗閉鎖、縮小が発生しつつある。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・新卒採用枠は前年並み、又は、既卒も含め人数調整を検討する企業も出ている。新卒採用に向けたインターンシップは活況となる。
	× 人材派遣会社（社員）	・部門集約のため組織改編があり、3月の契約更新で終了が多数出ることが予想される。
	× 人材派遣会社（社員）	・2020年4月施行改正労働者派遣法に伴い、派遣契約終了が発生するため、景気は悪くなる。
	× 求人情報誌製作会社（編集者）	・韓国からの旅行者が目に見えて減少しているため、小売業や飲食業への影響は大きい。
	× 新聞社〔求人広告〕（社員）	・新聞広告の出稿量の減少に加え、消費税上げの悪影響が見込まれる。