

10.九州（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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連  (九州)	良く なっている	コンビニ（販売 促進担当）	販売量の動き	・ここ2か月、量販店の販売数が若干低迷していたが、今月は量販店が前年比106.8%、コンビニエンスストアが同131.9%、ローカルスーパーが同102.3%とともに前年比はクリアしている。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・3か月前に比べて入場者数、売上とも改善している。また、土日よりも平日のほうが入場者数が増えている。ゴルフショップの売上も10～15%伸びている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・季節的に物が動く時期であるが、前年や今までの流れからみていると高額品の動きが少し良くなっている。安い物を買う客はそのままだが、余裕のある客は高額品でも買う判断が早くなっている。販売量も増えている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・年末に向けたキャンペーン用チラシの印刷依頼が増えている。年賀状・喪中の印刷も始まり印刷業務は上昇している。ただし、物品販売は減少している。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	単価の動き	・客単価が上昇傾向にある。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・今月の売上高の見通しは、関連施設で前年同月比101～103%となっており軒並み前年を上回っている。当施設だけをみると10月だけ宝飾関係が前年を割ったが、1月以降2けたの伸びが続いている。今月は食料品がけん引しており、北海道物産展が伸びている。
		百貨店（営業統括）	来客数の動き	・11月中旬以降に急激に冷え込みがきて、徐々に客足は増えている。防寒物の動きがある。
		百貨店（営業政策担当）	販売量の動き	・引き続き好調の時計・宝飾は、固定顧客層の堅実な動きがみられる。また、消費税増税や円安による価格改定前の駆け込み需要の影響もあって、新規顧客シェアが増加しており、高額商品の需要は多層化している。一方、食料品売場の改装後、売上が好調に推移するなど、ボリューム層の反応にも手ごたえがある。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・単価は変わらないが、客数が増えている。客の来店頻度が高まっているようだ。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合のドラッグストアが店舗改装のため1週間ほど休みだったため、食料品を中心に、売上高が前年比111%と伸びている。個別にみると食料品が同115%、住居関連が同105%、衣料品が同93%となっている。衣料品はアウターウェア、紳士服、婦人服の売上が少し厳しく、肌着が好調である。全体的に売上は順調に推移している。
		スーパー（統括者）	販売量の動き	・6か月前からすると、売上高など若干増加傾向になってきた。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電製品品の核となる製品が大きく売れているわけではないが、消費税増税前の駆け込み需要が若干出てきている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・少しずつであるが受注は伸びつつある。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・週末イベントでの来場客が多くなっている。今月は新車の販売台数が計画、前年実績を上回る。消費税増税前の駆け込み需要によるものである。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	販売量の動き	・年末になり、例年通り気候が寒くなるにつれて暖かいコーヒーが非常に売れる。11、12月はお歳暮の関係もぼちぼち出だしたので、販売量も昨年と比べると若干増えているような状態である。
		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）	販売量の動き	・7つの大型テナント出店により売上増となった。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンは、平日でも昨年より多くの観光客がみられる。そのため、幅広い分野に観光客がお金を落としている。
		都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・おせち料理や宿泊プランで、高単価商品の販売が好調に推移している。レストランにおいても単価の高いメニューが好調に販売数を伸ばしている。徐々にではあるが景気が上向いていると感じる。
都市型ホテル（副支配人）	単価の動き	・団体客がなくても、インターネット及び個人の単価が300～400円アップしている。		

	タクシー運転手	来客数の動き	・年末に向けて人の動きも活気を増して、乗客数の動きは堅調である。
	住宅販売会社 (代表)	それ以外	・かなり市場は動いている。建築業界は業者がかなり不足している。住宅に関しては、基礎工事者や大工がなかなか確保できない。公共工事に関してもクレーンなどの重機が確保できない状況だ。
変わらない	商店街(代表者)	来客数の動き	・景気回復との報道があるが、地方の商店街にとってはまだまだ厳しい状況である。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・年配客が多い当社では、年金受給額による購買力が二極化されているようだ。地方では景気回復にはほど遠く、年金生活で精一杯と話す年配の方が多い。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・商店街の来客は高齢者が多く、入院や老人ホームへの入居などでだんだんと顧客が減り、厳しい状況である。
	一般小売店[青果](店長)	お客様の様子	・夏場に比べて近辺の野菜入荷量が増えてきた。しかし、単価が下がっても客の購入量は変わらない。し好品である果物関係の販売量、客単価は以前と全く変わらない。
	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・10月中旬まで気温が高かったことが影響し、アパレルはメンズ・レディスともアウトターが動かず厳しい状況である。昨年はこの時期に気温が低く、スノーボードや冬山用品なども非常によく売れていたが、今期は雪がないことが大幅減の要因となっている。
	百貨店(営業担当)	販売量の動き	・時計・宝飾等高額品の動きが好調で、時計は自分用がプレゼント用の購入単価を上回り、高所得顧客や中間層が消費税増税を意識した購入をしている。一方、一般の客は、友の会満会のお買物券、北海道物産展と報道をタイアップした物産展記念イベントで購買意欲が増進し、年末商材の購入を目的とした客が増え、店頭がにぎわった。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・北海道物産展等の物産催事で顧客動員を図ったため、催事の売上は伸びているが店頭売場売上は非常に苦戦している。物産展だけ見て帰るといった客の動向は変わらず、なんとか全店の売上は前年実績を確保している状態である。
	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・冬物衣料については、今月は実売期にあたる。しかし、気温が下がらなかった要因もあるが、店頭での客の様子をみると、必要か不必要かを慎重に吟味した結果、購入につながらないということが多かった。
	百貨店(店舗事業計画部)	お客様の様子	・ようやく冷え込み、防寒商材が急に動き出した。気温、気候がはっきり変化してから売上がピークを迎える傾向は変わっていない。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・食品表示問題など商品に対する不信感が出ているようだ。
	スーパー(店長)	単価の動き	・競合店対策も含め、様々な対策を打ち出したため客数はほぼ回復傾向にあるが、客の買上単価が上がらないため、売上がなかなか確保できない状況である。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・客単価は上がっているが客数の増加はない。高額商品の動きがあまり良くない状況が続いている。
	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・例年より気温が高い日が続き、秋物・冬物が鈍かったが、身の回り及び買い回り品は大きく変動がなく、全体として大きな変化はなかった。衣料は全体的に低調であり、青果物や輸入品の価格が高かったため、購買数は控えめであったが、他の食料品がカバーした。
	スーパー(経理担当)	販売量の動き	・秋を感じないくらいの暑さから急に寒くなり、冬物商材が動いている。夏以降、客単価が上昇し販売量も増えており、消費の底上げが感じられる。
	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・ unnecessaryな物は決して買わない客の傾向がいまだに続いている。
コンビニ(エリア担当・店長)	単価の動き	・以前はたばことコーヒーを同時に購入していたが、今はどちらかのみ購入になり、プラス1品買いが減った。店頭販売で100円のホットコーヒーの購入数が伸びた分、既存の缶コーヒーが若干減った。それによって客単価が20円位落ちている。	
衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・秋物衣料はさっぱり出なかった。このところの冷え込みで冬物に期待したいが、客の財布のひもは相変わらず固く、なかなか購入につながらない。	
衣料品専門店(店員)	販売量の動き	・冬らしい寒さになり、重衣料が動き始めて単価が高くなってきた。消費税増税前の駆け込み需要でコートの買換えが増えるかと期待していたが、平年並みの売上である。	

衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・寒くなり始めたのは11月後半からだったが、値ごろ感のある商品は動きの良い高額品に比べて、アイテムを絞り込むなど必要以上は買わないため、セット売りが厳しい状況であった。所得に余裕のある客は好きな物を好きなだけ買うが、一般客は非常に先行きを懸念した買い方になっている。
衣料品専門店 (総務担当)	お客様の様子	・当店は中級品を主に扱っているが、動きに全く上昇の兆しがみられない。低価格商品主体に扱う企業でも前年比をかなり割り込んでいるケースが多いので、全く良くなっていないと判断する。
家電量販店(総務担当)	販売量の動き	・季節商材の動きが鈍く、年末商戦序盤の盛り上がりにも欠ける。
住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・毎月のキャンペーンは前年並みであった。店売りの前半は順調であったが、後半来客数が減少し失速した。消費税増税前の駆け込み需要は置き家具業界ではあまり影響がない。
その他専門店 [書籍](地区支配人)	販売量の動き	・景気回復と言われるが、販売量はむしろ減少しており、好況感は得られない。前月と変わらず、鈍いという意味で変わらない。
その他専門店 [ガソリンスタンド](統括)	お客様の様子	・燃料油の販売は、季節柄灯油の販売が増えている。小売価格はやや下げ基調ではあるが、灯油の小売価格は昨年並みであり、ユーザーからは他の暖房器具を考えたいとの声が聞かれる。
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)	販売量の動き	・この3か月間は、気温などの天候以外に大きな変化はない。
その他小売 [ショッピングセンター](広報担当)	お客様の様子	・寒波による衣料品の動きが思ったほどではない。長期予報で寒い冬という予報にもかかわらず衣料品や暖房関連の動きも今一步である。食品や消耗雑貨関連は堅調に推移しているが、消費者の不要不急の購買については相変わらずの厳しさである。景気上向きによる収入増加分は、「モノ」でなくレジャーや旅行などの「コト」に消費されている。
高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・来客数が減っている。予約数も減少気味である。
一般レストラン (経営者)	単価の動き	・来客数が減っていないので景気は悪くなっていないが、客単価が上がっていかない。
観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊・宴会・レストランとも計画・前年を上回る。観光客の動きも順調に推移している。
都市型ホテル (販売担当)	販売量の動き	・宿泊者は増えているが宴会利用はやや少なくなっており、全体的には変わらない。
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・10月までの残暑から一気に寒くなり、紅葉の見頃の期間が短く国内の紅葉商品は低調であった。一方、ビジネス出張が活発になり、都内ホテルは取れにくい状態になっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・11月は修学旅行シーズンであるが、今年は前年に比べ、長崎への修学旅行が減っている。買物する客が増えたので、昼間の動きがいくらか良くなっているが、タクシー利用客は少なくなっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は例年に比べて行楽地に出かける客が大変多く、11月は客の予約状況が良く大変稼働率が高かった。
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・F T T H回線の販売が一巡し、新たな営業開拓・売上拡大が困難になっている。
通信会社(総務局)	販売量の動き	・新規契約数は前年とほぼ同数で1契約当たりの単価は微上昇だが、解約数も依然多く、純増件数は微増で推移している。
ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・変わらないと回答したが、来客数は減少傾向にある。
美容室(経営者)	販売量の動き	・2、3か月前に比べると良くなっている傾向にあるようだが、大手IT企業や証券関係の企業、あるいは輸出型企業は円安効果で景気が回復している一方、一般消費者は景気回復の実感がない。中小企業の景気回復させることが先決である。
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)	来客数の動き	・消費税増税を前に、若干の利用控えがみられる。

		設計事務所（代表表）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が一段落した。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・不動産業のマンション販売は、一時期問い合わせが増え売上に動きがあった。しかし、前月、前々月頃から販売が伸びず、今月は問い合わせ自体少なくなっている。
やや悪くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・11月に入り、多少来客数が増加するかなと思っていたが、減少している。商店街は毎週末に趣向を凝らしたイベントを開催しているが、商店街のにぎわい創出になり得ていない状況である。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・ここ数日で一気に寒くなりだしたが、外を歩く人が減り、売上には繋がらない。数年前まで、まとめ買いする客も見受けられたが近年はみられない。景気の回復は、大型店ではすぐに反映されるが小売店まで到達していないのが現状である。
		百貨店（企画）	販売量の動き	・気温の低下に伴い衣料品売上の押し上げに期待するが、依然苦戦している。日用品などは安定しているが、必要以上の消費にはブレーキがかかっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・今月前半は、平年より気温が高く、ジャケットやコート等単価の高い商品が苦戦し客単価が落ち込んだ。後半は、気温の低下とセールが重なり売上は2けたの伸びとなった。しかし、月を通しては昨年を割る結果となった。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・3か月前よりは、販売量が減っているが、昨年と比べると上がっている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客の来店頻度が少し落ちている。落ち着いているようにもみえるが、徐々に減っているようだ。
		高級レストラン（専務）	来客数の動き	・客数が減少し、昼、夜とも客単価が下がっている。単価が高い客もいるが、売上は昨年より悪い。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今年は忘年会がなかなか始まらず、夜の人出があまり良くない。
		通信会社（業務担当）	販売量の動き	・11月は、人気商品の入荷が前月より多かったものの、販売数は前月からの伸びは少なく、他の商品は更に売上減となり厳しい状況であった。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・10月以降の住宅受注は、9月までの特需の反動が顕著に現れている。
悪くなっている		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・とにかく来店客数が少ない。今年は早くから正月用の数の子を仕入れたが、とても強気にはなれないため、仕入れ量は半分くらいである。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は、今までにないくらい暇だった。また、当店の女将の話では、この何十年来のなかで一番暇な年だったとのことである。
企業動向関連 (九州)	良くなっている	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・急激に景気が良くなり、この状態が2、3年続くというような傾向を感じる。有り難い反面、人が足りずに苦慮している。
	やや良くなっている	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・夏以降、商品の引き合いは非常に強い。特に量販店、コンビニエンスストア、居酒屋向けの惣菜や焼鳥、たたき等である。しかし、人出不足もあり、思うように供給できていない。また冷凍食品、ハム・ソーセージ向けの原料肉も不足し思うように供給できない。チャンスロスが発生している。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節性商品の繁忙期で製造、販売共に順調である。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・家具は、低価格商品中心からやや高額商品の販売が増えてきた。特に飲食などに使用する椅子やテーブルは、昨年までは張替やりペアして再使用するケースが多く、なるべくコストを削減して長く使う傾向だったが、今年は新規に買換えるケースが確実に増えている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末にかけて大分荷動きが良い。商社も残業が増えているようで、土曜日も働いているところが多々見受けられる。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ユーザーが若干動き始めている。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・太陽光発電関連は依然バブル状況である。当社も手がけているが、年度末の工事業者の確保が困難な状態である。
		精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・まだ不安定であるが、受注量が増えつつある。

	その他製造業（産業廃物処理業）	取引先の様子	・取引先メーカーの様子では、来年に向けての受注量が4～5倍になるとの話があり、徐々に回復の兆しが見えてきた。
	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・現在発注される工事は、年度末が工期のものが多く、工事内容をよく精査して応札している。土木工事はあまりないが、建築工事や設備工事では不発が発生しているようだ。離島関係の入札に関しては入札辞退が多い。
	輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・消費税増税を控え、荷物の量が増え始めている。
	通信業（経理担当）	それ以外	・株価の上昇に連動して、高額商品の売行きが好調である。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・天候不良から外食産業などでは売上が伸び悩んだが、乗用車の販売が比較的好調なほか、コンクリート製品等の建設資材の生産が増えている。また、時間外手当が増加している企業もあり、所得環境も改善してきている。
	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・当地は建設業関連の企業が多く、災害復旧関連工事の発注に伴って、各社とも大幅な受注を抱えている状況である。ただし、建設業関連業種だけが好調で、その他の業種には影響が出ていないと考えている。
	金融業（営業）	取引先の様子	・企業の資金繰りにひっ迫感はなく、前期よりも業績が向上する取引先が多い。公共工事の増加、設備投資の増加、生産増加などが感じられる。
	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・高級焼酎、清酒が売れ始めた。
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	競争相手の様子	・道路、公園などの土木設計コンサルタントの今年度業務は、この時期になって発注が増え、請け負う業者は手一杯になっている。民間の建築も設計、工事の発注が多くなっている。特に住宅関連は消費税増税前の駆け込み需要から、設計や施工の業務の発注が増えており、事務所や工務店では断っているところもある。
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・土木、建築業では仕事量は増加しているが、材料費や人件費が増加しており、収益的には厳しい様子である。新車のトラック販売が好調であり、ここにかけて消費税増税前の駆け込み需要は多い。倒産する会社の数も減少している。
変わらない	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・畜産物の販売は厳しい状況である。
	農林水産業（営業）	取引先の様子	・数か月前と比較すると、年末に向けて販売量は増加傾向にある。しかし、取引先の販売量については例年に比べ低い水準である。
	金属製品製造業（事業統括）	受注価格や販売価格の動き	・当社は建築設備機器の製造業であるが、納入先の建築設備施工業者の工程遅れにより納期延期が多発している。結果、売上の計上延期が続いている。建築業界全体で職人不足が影響している。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は先月並みであり、単価も変わらなかった。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税を見据え、建設関係、車の販売業者は売上好調だが、衣・食関連の小売・サービス業はまだ低迷している。
	新聞社（広告）（担当者）	受注価格や販売価格の動き	・東京発の広告は前年を超える勢いで申込があるが、地元には波及していない。これまで売上をけん引していた通販、化粧品、旅行などが前年並みの出稿にとどまっており、全体では90%台半ばとなっている。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・新規の契約がなかなか増えない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・システム開発会社など一部業種で人手不足の取引先が多いが、その他の業種では大きな変化を聞かない。
やや悪くなっている	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・他社では受注がなく休止の工場や縮小しているところがある。資材の供給が遅く、国内生産が回復しても対応できずにいる。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・預かっている貨物の荷動きが良くない。取扱量が昨年より大幅に減少している。
	不動産業	受注量や販売量の動き	・売買の動きが鈍くなっている。
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・春先からアベノミクスによる景気回復と、消費税増税前の駆け込み需要もあって取引件数の動きは堅調であったが、ここに来て実体経済があまり良くなっていないことから節約型に戻りつつある。

	悪く なっている	-	-	-
雇用 関連  (九州)	良く なっている	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・直接雇用の求人数も増えている。また、小売業では新規オープンも増えており、それに伴い流通関係でも人手が欲しい様子である。自社だけでなく、派遣会社への注文が増えている。
		新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	求人数の動き	・これまでパートや派遣など非正規雇用が多かったが、最近では、建築、土木、住宅を中心に正社員募集が増加している。正社員でないと集まらないという声も聞く。
	やや良く なっている	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・建設、インフラを含め各社が雇用確保に動いている。入札関連では現場の価格が高騰し、応札できないことも多い。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・10月以降、派遣の新規依頼数が増加している。
		人材派遣会社 (営業)	求人数の動き	・人材ニーズとしての求人数は確実に増加傾向にある。ただし、求職者側からは派遣を含めた働き方について正規雇用のニーズが高まっており、人材確保が困難になりつつある。
		求人情報誌製作 会社 (編集者)	求人数の動き	・求人情報の取扱件数が前年比10%を超えて推移している。最近、建設業の現場作業員の求人が増えているが、なかなか集めることができない。
		新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	周辺企業の様子	・製造業の多い北部九州では、冬の一時金などの賞与も増えるところが多く、うまく消費へ回れば、景気も上向く。
		職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、マンション等の建設増に伴う建設業の求人の増加や、自動車関連製造業の増産に伴う求人が増加した。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・10月の新規求職申込件数は前年同月比で約300人の減少、それに引き替え求人数は伸びている。
変わらない		職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・新規求職者は前年同月比で3か月連続減少しており、有効求人倍率も0.15ポイントの改善がみられた。
		新聞社 [ 求人広告 ] (担当者)	求人数の動き	・九州、福岡の有効求人倍率は依然低い。
		民間職業紹介機 関 (支店長)	求職者数の動き	・求職者数の減少に伴い、有効求人倍率の改善傾向は続いているが、求人数の伸びには一服感がみられる。
		学校 [ 大学 ] (就職支援業 務)	採用者数の動き	・人材派遣需要 (求人) はやや増加傾向にあるが、求職者が予想以上に少なく、成約件数が伸びない。
やや悪く なっている	悪く なっている	-	-	-
		-	-	-