

10.九州（地域別調査機関：（財）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	良くなる	-	-
	やや良くなる	スーパー（店長）	・客の買い控え傾向は強いが、買い得品等集客商材コーナーを設けると良くなる。 ・契約保留となっていた有力な販売代理店が復活する予定であり、良くなる。
	変わらない	通信会社（企画担当）	・ 3月は卒入学式、入社式等があるが、消費者の財布のひもはかなり固く、厳しい。
		商店街（代表者）	・ 2次補正予算が通過して定額給付金が出回ってくると少し景気は良くなってくる。
		商店街（代表者）	・ 景気に左右されない商品を取り扱っているが、商品の動きは良くない。季節的に少しは良くなる時期であるが、景気後退に相殺され、今と変わらない。
		商店街（代表者）	・ 例年よりも商店街の衣料品店や小売店は値下げ等をしているが、動きは鈍い。値段が下がっても前のように時間をかけて検討する客が少なくなった。
		商店街（代表者）	・ 景気が良くなる見込みがないため、このまま悪い状況が続く。定額給付金等の経済対策が実行されると、客の動きは良くなる。
		百貨店（営業担当）	・ 正価販売品の売上は減少しており、パーゲン比率も悪くなっている。これまで前年実績を維持してきた買上単価も前年割れとなっている。景気後退報道等の影響も大きく、客の購買意欲は低下している。クレジット扱い高も前年割れが続いており、今後も厳しい。
		スーパー（店長）	・ 食品は消費者の内食傾向が続き、中国産冷凍ギョウザ問題やカップ麺値上げ等のマイナス要因をカバーしている。衣服住は高額品や実需品以外の買い控え傾向は変わらない。
		スーパー（店長）	・ 現在の景気後退は短期間に解決するものではないという意識が消費者にも深く浸透しており、今後も変わらないか更に悪くなる。
		スーパー（総務担当）	・ 今後も価格競争がより激しくなる。また、価格が安くなったからと言って客の購買意欲は上昇しない。
		スーパー（経理担当）	・ 原価高騰や派遣社員の解雇等、社会的な不安要素が多く、消費者は危機感を持っており、消費はますます縮小する。
		コンビニ（エリア担当）	・ 例年であれば売上指数の高い時期に差し掛かるが、景気の先行きは不透明であり、現状を打破するような状況にはならない。
		コンビニ（販売促進担当）	・ 販売量はずっと横ばいで推移している。ここ2～3か月、ガソリン価格が下がり、物流コストは削減できた。しかし総じて良い状況ではなく、今後もこの状況が続く。
		衣料品専門店（店員）	・ 衣料は春物になり、1点当たりの単価が冬物に比べて下がるため、売上は上がらず、このまま期待できない状況が続く。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・ 売上及び来客数は前年と変わらず、今後もこの状況は変わらない。
		スナック（経営者）	・ 特定の常連客に支えられ、何とか営業しているが、先行きに明るい材料が見当たらない。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・ 手紙で客に呼び掛けても反応がない。これからどのような形で臨めばいいのかミーティングや研究会に参加し、アドバイザーを依頼する等で対処する。開店して30年になる店であるが、厳しい状況である。
		都市型ホテル（副支配人）	・ 個人客の動きが鈍く、特にビジネスマンの動きが鈍くなっている。
		旅行代理店（従業員）	・ 予約状況を見ると、今年の2月は前年のような3連休や29日がなく、単月では前年比2割減となっている。3月はやや持ち直すが、ビジネス出張の減少が目立つ。
タクシー運転手	・ 売上が大変悪く、仕事を辞める運転手が多くなっている。また、客の様子では買物客が極端に減っている。		
タクシー運転手	・ 例年プロ野球等のキャンプで多くの人が動くが、今年は分らない。		
通信会社（業務担当）	・ 2月は中学生、高校生の卒業前で需要が増加し、3月の本格的卒業シーズンで来客数は増えるが、既に保有している学生が多く、高機能携帯の目新しさも感じない客も多く、販売数は前年を下回る。		
理容室（経営者）	・ 各企業の人員削減の影響で来客数が徐々に減っており、今後も厳しい。		

	美容室（経営者）	・3月は卒入学や就職等があり、美容室の需要期であるが、派遣の解雇やリスト等で消費が冷え込んでおり、厳しい。
	美容室（店長）	・客は必要と思えば他のことを差し置いてでも、気分転換に来店するため、今後も変わらない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・天候が悪い時は、年配の方が外に出ないため、商店街は閑散としている。単価の安い物ばかり売れ、高いものが全く売れない。
	商店街（代表者）	・消費者の給与が上がらず、消費支出は以前と変わらないか落ちている。それにもかかわらず、大型ショッピングセンター等の乱立により、商店街の各店の売上は落ちていく。地元商店はつぶれていく可能性が大きくなり、地元商店街の壊滅にもつながる。実際、小さな地方商店街は壊滅状態である。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・以前は何か祭事等があれば鉢盛は付き物であったが、最近祭事でも外食するなど、家で食事を用意することが少なくなっており、魚の売行きが悪い。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・取引先の会社からの注文も期待できず、今まで以上に景気の悪い状態が続く。
	百貨店（営業担当）	・景気後退が実体経済に深刻な影響を与えるのはこれからで、消費者の購買意欲は更に低くなり、当面悪い状況が続く。
	百貨店（企画）	・消費者の生活不安がまん延しており、防衛型消費の傾向に一層拍車がかかっている。客の様子をみると、必要な物も買い控える傾向があり、今後も厳しい状態が続く。
	百貨店（業務担当）	・買い得なことは理解しても、購入につながらないことが多い。これまでのように価格や値ごろ感ではなく、必要が生じない限り、購入しない客が増える。
	スーパー（店長）	・高質品や高額品の売上にやや停滞感が出ており、今後、その傾向は強まる。
	スーパー（店長）	・3月以降は電気料金の値上げ等も予定されており、より一層、客の購買意欲は薄まる。買上単価も前年比97～98%と低迷しており、厳しい状態が続く。
	コンビニ（経営者）	・タスポ効果がどんどん薄れており、かなり厳しい状況となる。
	コンビニ（エリア担当・店長）	・客は必要最低限の購入のみとなっており、単価上昇も期待できない。更に来客数が減少すれば、売上はますます減少する。今の最悪な状況から脱するのは短期間では困難であるため、今後も厳しい。
	コンビニ（エリア担当・店長）	・来客数が伸び悩んでいるにもかかわらず、チェーン店が同じ商圏内に2店舗オープンする。これにより客が分散するため、来客数、売上は減少傾向になる。
	家電量販店（店員）	・売上等の落ち込みは製造業よりはひどくないが、今後は徐々に悪くなる。
	乗用車販売店（販売担当）	・この2か月で販売量、売上単価ともに低下傾向であり、この流れは今後も変わらず、厳しい。
	乗用車販売店（管理担当）	・現状維持が精いっぱい、今後はますます悪くなる。来年度、環境基準適合車の重量税等の減免が予定されているが、買い控え等もあり、大きくプラスには働かない。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の価格はある程度落ち着いているため、大きな変化はない。しかし客から先行き不安の声が聞かれ、今後、消費マインドに影響しないか心配である。
	観光型ホテル（営業担当）	・予約状況をみると、3月ごろまで宿泊客の動きはかなり鈍い。円高が続くと料金設定を下げる必要も出てくるため、厳しい。
	テーマパーク（職員）	・プロ野球やJリーグキャンプがある2月は例年並みで推移するが、それ以外の時期については予想がつかない。旅行マインドがプラスに転じる材料がなく、今後は厳しい状況となる。
	ゴルフ場（支配人）	・来場者数の減少は、競合他社も同様の傾向にあり、価格競争が一層激しくなる。
	ゴルフ場（従業員）	・3、4月以降の予約状況が非常に悪く、情勢的にツアーや旅行の予約取消しも増えている。地元客より県外客が減少しつつある。
競馬場（職員）	・減少する来場者数に対する具体的な方策が無い。	
設計事務所（所長）	・消費者が買い控え傾向にあり、個人住宅や店舗の企画、設計の仕事が全くなく、景気は悪くなる。	
住宅販売会社（従業員）	・経済は非常に低迷しており、それをけん引するような事業が見当たらない。売上も下がっており、景気は全体的に下向きになる。	

	悪くなる	商店街（代表者）	・将来への不安材料が多く、消費者は自己防衛傾向にあり、景気は変わらず非常に悪い。
		百貨店（営業担当）	・小売の落ち込みはまだ序の口であり、雇用の問題等により賃金や可処分所得が落ちることで、消費者の消費マインドは大きく低迷する。企業存続の問題まで浮上してくる。
		百貨店（営業担当）	・消費者は購買について慎重になる傾向がより強くなる。裕福でもなかなか消費しない傾向にある。
		百貨店（販売促進担当）	・3月の決算時期になると、ますます不景気感が増し、厳しくなる。来客数や客の様子は日に日に悪くなっており、どんどん不景気感が増している。このトレンドは変わらない。
		百貨店（売場担当）	・来客数は今と同様な動きである。婦人衣料は3か月連続で売上が悪く、今後も厳しい。百貨店の食品は1品単価が高いため、安い商品へシフトするか購入しないかのどちらかになる。一番懸念されるのはマスコミの報道による消費マインドの低下であり、今よりも厳しくなる。
		スーパー（店長）	・企業の経費削減や雇用の圧縮等、マスコミによる景気悪化報道により、今後、都市部より地方への景気悪化の波及が進む。ますます消費マインドは冷え込み、厳しい状況となる。
		衣料品専門店（店長）	・先月に続いて客の懐は凍り付いており、購買意欲が感じられない。今後もこの状況が続く。
		家電量販店（店員）	・家電については、卒業シーズンに学生のシングル需要があるが、少子化によりこの需要が低迷している。また、景気悪化や雇用情勢の悪化等により、客単価も落ち込み、これまで以上に厳しくなる。
		家電量販店（総務担当）	・マスコミ報道による消費マインドの冷え込みがひどく、今後ますます厳しくなる。
		乗用車販売店（従業員）	・来客数が少なくなり、購入を辛抱している客の様子が見受けられる。
		乗用車販売店（従業員）	・部品の売上が伸びず、今後も厳しくなる。
		住関連専門店（経営者）	・消費者は家具の買い換え等を控えている傾向にあり、先行きの経済が安定しない限り厳しい。
		高級レストラン（経営者）	・例年、2月は年間で一番悪い月であるが、今年は予約状況をみても例年以上に悪い。店としては、新しい試みでイベントを企画しており、そこで集客できれば少しは良くなる。しかし、それ以外ではかなり苦戦する。
		その他飲食の動向を把握できる者	・今年になって倒産する会社が増えており、来客数は期待できず、今後も厳しい。
		都市型ホテル（総支配人）	・安価な競合他社の新規出店が予定されており、更に厳しくなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況をみても、当面、最悪の状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・海外からの客が円高の影響で低調に推移しており、国内からの客も大手企業の経費削減が強まっているため、ぜいたく産業であるホテル業界はますます厳しくなる。特に当ホテルの所在する地域ではビジネス客の流れが大きく影響するため、悪くなる。
		通信会社（総務担当）	・景気が悪いというマスコミによる報道の影響で、家計の消費は縮小するばかりである。現状では、事業計画の達成も見込めないため、例年より早くキャンペーン等を実施し、計画達成に向けての対策を講じる必要がある。
	競輪場（職員）	・発売額もさることながら、入場者数の減少が発売額を更に上回って落ち込んでおり、今後の回復は期待できない。	
	美容室（店長）	・客であるサラリーマンの給料が上がらないため、今よりも更に悪くなる。	
	設計事務所（所長）	・新規の仕事が全くないので悪くなる。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・2月は依然厳しい状態であるが、3、4月は異動や行楽シーズンとなり、スーパーや居酒屋向けで大きな需要が期待される。加工向けも新しいメニューの入替え等の時期であるため、原料の要求は増えてくる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車のハイブリッド化に伴う設備投資の引き合いが少し出ている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・3、4月は繁忙期であるが、今の消費者の動き、受注状況を見ると、現状とあまり変わらないのではないかと危惧している。

	鉄鋼業（経営者）	・民間設備投資の縮小の影響が、今後ますます建築需要の減少として現実化してくる。製造業関連の建設需要後退は、物流センターや倉庫、アパート、商業施設などのインフラ関連の建築需要の後退へと波及することは必至であり、需要の後退は継続する。
	電気機械器具製造業（経営者）	・設計、開発の部門は仕事があるため、これが2、3月の受注に結び付けば現状を何とか維持できる。今の仕事量は何とか維持しなければならないが、2、3月の受注が遅れると、非常に厳しい状況となる。
	建設業（総務担当）	・今の仕事量をみると、2、3か月先は年度替わりで今よりも更に悪くなると懸念している。
	通信業（職員）	・年度末までの受注量は今のペースのまま予想されるが、来年度に関しては不透明である。
	不動産業（従業員）	・商業施設での売上が前年を割り込む状況が当面続くため、厳しい。
やや悪くなる	農林水産業（営業）	・所得が上がらないなか、食品業界もかなり厳しい状況である。
	農林水産業（従業員）	・景気が非常に悪く、プロイラー関係も需要が減退している。また、輸入品が入ってきており、今後数か月は厳しい状況が続く。
	輸送業（総務担当）	・出荷量が悪くなっている商品はあるが、伸びている商品はない。このままの状態がしばらく続く。
	通信業	・来年度の事業計画を練っているが、今までと違い、予測が出来ない状況である。
	金融業	・雇用調整により経済全体は悪化するが、企業の資金繰りは緊急経済対策資金により一服しており、倒産企業の増加など大幅な悪化にはつながらない。
	新聞社（広告）	・下期の不況のなか、次年度の予算編成が行われており、広報予算を縮小する企業が多い。好転の兆しが見えても、すぐには回復しない。
悪くなる	家具製造業（従業員）	・オフィス家具の需要期は2～4月がピークとなり、売上指数は平均150%と高いのが通常であるが、今年の需要期指数は90から110%程度に落ち込む。このような環境下で2～3か月先に景気が好転する材料は全くみられない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・自動車関連並びに電機産業など全般的に景気が大幅に減速しており、それに伴い電子部品は大幅に落ち込んでいる。先行きが不透明であり、金型業界もワークシェアリングを行っているというのが現状である。景気はますます悪くなる。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・受注が全くなく、閉鎖に近い状態に追い込まれる。
	建設業（従業員）	・雇用問題の悪化、設備投資の低迷、競争の激化等で採算面の悪化が深刻な状況に陥る可能性がある。これといった政策も無く、経費削減等で対処するしかない。
	金融業（営業職涉外係）	・取引先の企業をみると、3月末の決算が近づくにつれて、倒産する企業が増えてくる。大手企業だけでなく中小企業もリストラが進行し、賃金のカットや解雇される人が増え、消費意欲が更に減退し、悪循環が強まる。
	金融業（得意先担当）	・当面の資金繰りの改善のため、取引先企業の緊急経済対策資金の利用が増えているが、改善が見受けられず、予断を許さない状況である。
	金融業（営業担当）	・取引先の中小企業経営者の景気先行きに対する不安感が高まっている。各企業は経費削減等を行い、先行投資などの設備投資は当面控える様子が見える。
	不動産業	・マンション建築は続いているが、売れていない状況である。これからも不動産業界の倒産等が増えてくるため、厳しくなる。
	広告代理店（従業員）	・求人のチラシが目に見えて減少している。さらに百貨店・流通のチラシも大幅に前年を下回り、特に好調な業種は見当たらなくなった。ただ不動産は政府の政策などもあり、幾分持ち直してきたが、継続するかは不透明であり、まだまだ底を打った感はない。
	経営コンサルタント	・受注量が減少傾向にあり、これからますます減少することが予想され、良くなる材料がない。
	その他サービス業	・公共事業等の建設需要が見込めないなか、工事は増えない。物件が少ないことから過当競争となり、最低価格を割った応札となり、全体的に予算が減少していく傾向にあり、今後も厳しい。

		その他サービス業〔物 品リース〕（従業員）	・景気低迷に加え、取引先の相次ぐ設備投資の延期、中止などにより、契約数が伸び悩んでいる。これに加え、取引先の民事再生移行や破産申請の増加など、厳しさが更に増しており、当面この状態が続く。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・地元企業が回復する見込みがなく、今後、業績が悪化する企業も増える。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・景気の回復の見込みが立たないため、倒産する企業が増える。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が12月より大幅に増加しており、今後も厳しい状況が続く。
		学校〔大学〕（就職担当 者）	・年度末の決算の結果によっては、就職環境の厳しさが更に増すことが危惧される。人事担当者との意見交換においても、積極採用という企業も一部見受けられるが、採用意欲の低下を述べる事例が相対的に多く聞かれる。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・3、4月の雇用は最も悪くなることが予想され、出口が見えない状況である。
		人材派遣会社（社員）	・回復の見通しが立たず、年度末に向けて契約の終了が増える。この時期は請求金額の交渉をする時期であるが、できる雰囲気ではない。
		求人情報誌製作会社 （編集者）	・例年、年度末に向けて求人は活発になるが、このところ明るい材料が見受けられない。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・企業の求人担当者と話をしても、正社員をどう減らすかで頭を悩ましている様子が見受けられ、新規求人募集は期待できない。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・企業の決算期以降ますます厳しい経営環境となり、景気は大きく冷え込み、雇用関連は厳しくなる。
		職業安定所（職員）	・新規求職者の増加傾向に反して、新規求人の減少傾向に歯止めが掛からない状態である。建設業の求人数は減少が続いており、自動車関連、電子部品製造等の派遣社員数の減少が顕著になる。
		職業安定所（職員）	・派遣、期間社員の雇止めの数は、年度末にピークを迎える可能性があり、雇用環境はますます悪化する。
職業安定所（職員）		・特に製造業等において受注減に伴う雇用調整の相談が数多く寄せられている。	
職業安定所（職員）		・派遣労働者や期間従業員など、非正規労働者の離職が増加するとともに、事業所の倒産などによる従業員の解雇の相談が寄せられている状況である。また、県北部の大手製造業における雇用調整の影響が今後懸念される。	
民間職業紹介機関（社 員）		・3月決算期を控え、各企業から景気が悪いという声しか聞こえてこない。社員の雇用すら危惧する声が強くなっている。また例年、年度替わりの予算消化、あるいは新入学に伴う販売促進需要の増加の時期であるが、今年は盛り上がりがない。	
民間職業紹介機関（支 店長）	・毎月100人程度の契約満了、終了者が発生するが、12月は140人、そのうち60%が派遣先の雇用調整の影響を受けた者である。3月末終了予定者は、前年の2倍以上になることが現時点で判明している。		