

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	一般小売店〔生花〕 （経営者）	・9月以降の花のギフト需要は増えるが、景気が悪化すると、かなり落ち込む。おそらく7、8月は赤字になり、9月もかなり厳しい。
		スーパー（総務担当）	・7月は長引く梅雨の影響で衣料品、飲料、果物などの売上に影響が出ており、例年の季節感が出てくれれば若干回復する。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・梅雨明けが非常に遅れている影響で7月は来客数が大きく落ち込んだが、8、9月は4～6月の改善トレンドを引き継ぎ、来客数は改善する。
		家電量販店（店員）	・家電販売においては、エコポイントの影響でエアコンや冷蔵庫、薄型テレビ等がかなり売れている。予想以上にエコポイント政策は良い傾向を示しており、この傾向はもうしばらく続く。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・来店客の増加もあるが、定年退職を迎えた人のコーヒーの分野での独立開業の動きが若干あり、卸先が増加している。既存の喫茶店及びレストラン関係も新たに流れてきており、今後売上も多少増加する。
		高級レストラン（支配人）	・近隣の低料金の居酒屋に客が多く入店しているのを見かけ、客が戻ってきている様子である。これから、当業種にも客の流れは向いてくる。
		高級レストラン（専務）	・総選挙が終わり政治が安定してくると人が動き出して、いくらか現在よりも良くなると思われる。
		観光型ホテル（営業担当）	・国の緊急経済対策に伴い、特別交付金を活用し、地域の行政機関が宿泊倍増対策のキャンペーンを企画することになっており、良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・9月以降は大型団体の宿泊利用もあり、スポーツイベントも控えているため、宿泊やレストラン利用者の増加が見込める。
	変わらない	商店街（代表者）	・マスコミの報道による地場の中小企業等のボーナスの支給額をみると、今後も一段と厳しくなり、悪い商況が続く。
		商店街（代表者）	・商店街の規模が小さく、弱肉強食という環境にあり、一層厳しくなる。
		商店街（代表者）	・客はボーナスが減り、飲食店は夏場の宴会が少なくなっている。いつもより早くセールを打ってもなかなか売上が伸びない状況が続いており、今後も厳しい。
		一般小売店〔青果〕 （店長）	・購買力に火をつけるような材料が全く見当たらない。総選挙が落ち着いた後も今の状況と変わらない。
		一般小売店〔鮮魚〕 （店員）	・丑の日も前年並みを確保できず、その後も豪雨により非常に厳しい状況であった。今後も良くなる様子は見受けられない。
変わらない	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・大量の贈答品が出ない限り売上増加にはつながらない。消費者を引き寄せるには値下げをするほかはないが、これ以上の値下げも出来ないため、厳しい状況が続く。	
	百貨店（売場主任）	・総選挙があるので、消費者の興味が購買に向かない。消費者の購買意欲を喚起するような要因が見当たらない。	
	百貨店（営業担当）	・ギフトの受注件数は前年割れであるが、単価は前年並みとなっており、ギフトの絞り込み傾向が強まっている。プレミアム付き商品券やエコポイント関連商品の購入意欲はあるが、慎重な購入姿勢は変わらない。	
	百貨店（売場担当）	・消費マインドの低迷が継続している。実質的な可処分所得が大きく下がっており、景気が上向いている様子はうかがえない。現状維持もしくは若干上向く程度で推移する。	
	百貨店（営業企画担当）	・現在の状況では、大きな好転の兆しなどの変化は感じられない。総選挙による購買のダウンなどの景気の悪化を懸念している。	
	百貨店（営業企画担当）	・大きな好転の兆しがみられない。総選挙による購買の減少などで景気が悪化する。	
	百貨店（業務担当）	・総選挙の影響もあり、秋口までは売上が伸びることは期待できない。秋以降も冬季賞与が夏期賞与と同水準になるとい話が客から聞こえており、高額品を中心に購買意欲は更に減退する。	

百貨店（企画）	・雇用環境が引き続き厳しいことや収入の減少等が続いていることを勘案し、個人消費は低水準のまま推移する。また、百貨店は他産業の景気が回復した後、回復するのが通例であり、現状、顕著な景気回復がどの産業にもないことを考えれば、回復には相当な時間を要する。
スーパー（店長）	・客の動向としてスポーツボトル及び調理器具の壊れた備品、あるいはパーツ等の修理に関するメーカー取り寄せが多くなっている。使える物は長く使用する傾向が強まっており、消費者の節約志向が高まるばかりであり、景気上昇は期待できない。
スーパー（店長）	・地域で開催される祭り等の催事により、若干来客はあるかもしれないが、景気的には現在の状況が続く。
スーパー（店長）	・消費者の先行き不安感は根強く、財布のひもは固く閉ざされたままであり、売上が伸びる要素は見当たらない。
スーパー（総務担当）	・総選挙も行われ、非常に不安な状況である。今の客の消費マインドの冷え込みが継続し、厳しい状況が続く。
スーパー（企画担当）	・製造業を中心に景気回復の方向に進むが、個人消費マインドの冷え込みは今後も続く。またデフレ傾向も続き、景気回復は難しい。
コンビニ（エリア担当・店長）	・客の購入状況を見ると、最小限の消費で抑えようとする様子が見受けられる。この状況が2、3か月の間に良くはならない。
衣料品専門店（経営者）	・7月は過去最低を記録している。例年ならば8、9月に最も落ち込むため、今後も厳しい状況が続く。
衣料品専門店（店員）	・雇用や経済等、将来に対する不安が大きく、消費意欲はすぐは回復しない。
衣料品専門店（店員）	・セール価格に消費者が慣れており、秋物の正価販売品については、よほど欲しい物しか購入しないと予想される。セール品と同じ価格の目線で対処されるのではないかと非常に危惧している。
家電量販店（総務担当）	・エコポイントや地上デジタル放送開始等のプラス要因が雇用の悪化等のマイナス要因で相殺される。
乗用車販売店（従業員）	・現在支給されている補助金がなくなったら、売行きがどうなるか先行きは不透明である。
乗用車販売店（販売担当）	・最近の経済環境では、消費者の購買意欲は高まらず、この状況は当分続く。
乗用車販売店（管理担当）	・自動車の補助金、減税の効果が需要を喚起しており、これから2、3か月は今の状態が続く。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・7月に賞与が支給され、消費マインドは8月にかけて少し回復する。しかし消費者の中には企業等に在職しているとはいえ、将来が不安なため、賞与金額のうち貯蓄に回す金額を例年よりも多くしたいという声が聞かれる。
一般レストラン（経営者）	・ボーナスの支給がなかったり、減額されたりで客足は悪くなっており、この先も景気は良くはならない。
スナック（経営者）	・ここ2、3か月、売上は底を打った感はあるものの、上昇に転じそうな気配は感じられない。
その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・先々が不安だらけで、飲み会が減っており、厳しくなる。
都市型ホテル（総支配人）	・サービス業界の好転はまだまだ先になる。
都市型ホテル（副支配人）	・これから先も個人客の予約に改善がみられず、単価競争が続く。
旅行代理店（従業員）	・9月は新型インフルエンザにより延期した団体が動いたり、5連休の個人予約が大幅に増えたりし、予約は前年を上回っているが、近場に集中している。
旅行代理店（業務担当）	・先行数値をみても、日並び以外に良化要因がみられない。
タクシー運転手	・夏休みになり、父親の小遣いがレジャー費に回り、飲みに行ったり、食べに行ったりすることができないという客の話を多く聞く。明るい材料として、会社等のタクシーチケットを利用する客が今までになく多くなっており、今後、ビジネス需要が回復すると期待される。
タクシー運転手	・経済対策でいくらか持ち直しの兆しがあり、それによりタクシー利用も横ばいの状況になる。
通信会社（管理担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
通信会社（業務担当）	・需要の頭打ちと買換えサイクルの長期化のため客は少なくなり、販売数も伸びず、厳しい販売状況になる。

	通信会社（総務担当）	・個人消費は所得の落ち込みや景気の先行き不透明感から、更に弱まる。当社ケーブルテレビへの加入も以前のように目標を達成するというのではなく、目標未達成で推移している。
	ゴルフ場（従業員）	・予約状況は営業企画努力で前年を上回る状況にある。しかし単価を下げているため、全体的な売上は落ちている。
	ゴルフ場（支配人）	・近隣企業の景気や雇用の動きも大きな変化はないので、ゴルフの消費もしばらくやや低迷の状況が続く。
	美容室（店長）	・消費者の財布のひもは固く、厳しい状況が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・原油価格が高騰傾向にあるなど、不況感の払しょく材料に乏しい。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・政局が非常に不安定で将来において不安につながる。総選挙が中心になり客の関心が消費に向かない。
	商店街（代表者）	・総選挙で客の買上が少なくなる。
	スーパー（店長）	・今後も夏物衣料を中心に売れる可能性が非常に少ない。全体的に衣料品自体が落ち込み、盆用品も動きが鈍い。ギフト商品のみが売れている状況で通常の商品が売れていない。
	スーパー（店長）	・天候不順や過去に選挙時期の売上が減少したことを考えると、数か月先の販売状況は明るくない。
	スーパー（店長）	・消費者が所得の減少を肌で感じ、生活に危機感を持っている。今後、買わないから安くなるというデフレスパイラルに陥りそうな状況である。レジャーを兼ねた買物が減る。
	スーパー（経理担当）	・集中豪雨で野菜や果物等の高騰が予想されるなか、消費者の低価格志向に対応するための企業間の激しい価格競争も考えられ、厳しくなる。
	コンビニ（エリア担当）	・値頃感のあるパンや弁当を提供するが、予想以下の売上で推移している。家計の中でコンビニでの購入費用を抑えていると考えられ、今後も続くことが懸念される。
	コンビニ（エリア担当・店長）	・長期予報によると晴れの日も少なく、気温もあまり上がらないため来客数は減少し、あわせて売上の増加も見込めない。
	コンビニ（販売促進担当）	・今期は前年予算を下回り、夏のボーナスの支給額も大きく減少し、従業員の士気が低下しているなか、販売割当が多くなっているのが現状である。量販店をみても、夏休みに入ったにもかかわらず、菓子パンの売上は伸びておらず、先行きの見通しは不透明である。
	家電量販店（店員）	・現在、エコポイントによる薄型テレビを購入する客が増えているが、2、3か月後はその反動で減少する。
	住関連専門店（経営者）	・総選挙が始まると消費は低迷する。総選挙後も地方経済の先行きは暗い。
	高級レストラン（経営者）	・長期休み等もあり、企業があまり動かない時期に入るため、来客数も売上もかなり厳しくなる。ただ、新聞等により電機会社などの動きが予想よりも少し良いという報道もあり、少しずつ企業等の接待も増える。
	観光型旅館	・来訪者はできるだけ金を使わないような消費行動をとっている。なるべくお金を使わずに楽しめる方法を考えており、このことは旅館業の売上に大きく影響している。さらに高速道路料金引下げの影響で客は土日、休日に集中する傾向が強まっており、反動で平日の落ち込みが激しく、トータルでは減少する。
	観光型ホテル（スタッフ）	・婚礼部門で近隣に新施設が7月にオープンし、予約状況を見る限り、7月から11月にかけて披露宴件数が減少している。披露宴は1件あたりの金額が大きく、とても他部門ではカバーできない。
	タクシー運転手	・夏休みに入っても自家用車やレンタカーでの外出が多く、前年に比べても節約傾向が強まっている。
	タクシー運転手	・総選挙の結果が左右する。総選挙後はしばらくは動きが少なくなるので景気は悪くなる。
	通信会社（企画担当）	・現在、夏休みの好影響はあるが、あくまで季節要因であり、景気悪化に伴い今後は悪くなる。
	テーマパーク（職員）	・9月は連休には期待できるものの、例年個人客が伸び悩む時期であり、10月は団体客やゴルフ客を見込んでいるが、現在の予約状況を見ると、厳しい状況はしばらく続き、やや悪くなる。
	美容室（経営者）	・今の状況を簡単に抜け出すことはできない。価格低下とダンピング、サービス合戦で利益率がどんどん下がっている。競争相手がどんどん値段を下げ、厳しい現状がしばらく続く。
	美容室（店長）	・正社員の雇用が改善されないため、やや悪くなる。

		音楽教室	・ボーナス商戦で振るわなかったため、今後は経営がよき つくなくなる。
		設計事務所（所長） 住宅販売会社（従業員）	・現在手持ちの資料案件が少ないので3か月先は悪くなる。 ・現在、問い合わせ数が少なくなっており、2～3か月後に 成約に結び付く物件が少なくなる。したがって景気は悪くなる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・失業者問題や給料、ボーナスの減額等マイナス要因が多 く、決していい方向には向かっていかない。
		百貨店（営業担当）	・中元商戦の状況をみても、買上単価が落ちており、買物に 対する金額のシビアさがますます強くなっていく。
		百貨店（営業担当）	・季節感がおかしくなっており、今が盛りの盛夏物が売れな い。天候の要因でサイクルが悪く、夏が少しずれ込み、9、 10月になると残暑により秋物が売れない。
		衣料品専門店（経営者）	・打つ手はあると思われるが、銀行の締め付けもきつく、経 営は圧迫され、厳しい状況になる。
		衣料品専門店（店長）	・長引く梅雨と総選挙に影響され売上が期待出来ない。
		衣料品専門店（店長）	・ショッピングセンターは大勢の入出でにぎわっており、百 円ショップや激安店で買物をする客が多い。衣料品専門店は 厳しい状況が続く。
		理容室（経営者）	・1年で12月に次いで7月の売上が良いというデータがある が、今年は前年を下回っており、先行きが好転する明るい材 料がない。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・季節的に売れる時期であり、新規客に期待する。
		繊維工業（営業担当）	・今より悪くなることはなく、少しは回復する。競争相手の 倒産や廃業により、仕事が当社に回っているということもあ るので複雑である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・絶対量は前年の半数以下であるが、見積案件が少しずつ増 えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体が少しずつ動き始めた。新規参入部分の動きが良く なるとの見通しである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先の生産が年間計画に対し増えており、やや良くなる。
		金融業（得意先担当）	・取引先等を訪問するなかで、今後工事の発注がかなり見込 めるとの情報がある。経済環境がかなり厳しいなか、県で は公共工事の前倒し発注が予定されている。また、豪雨に伴 う災害の復旧作業の工事の発注も見込まれることから現状よ りは工事量の発注が多くなる。
		金融業（調査担当）	・大手企業に回復の兆候がみられており、地元企業へも受注 拡大等、前向きな動きが出てくる。
変わらない		農林水産業（経営者）	・本来の夏の気候になれば、水の消費に伴う商品が若干期待 でき、加えて9、10月はメーカーの年末年始に向けての仕込 みの時期であり、本来は忙しくなるが、今年是不安である。
		農林水産業（営業）	・畜産業界において、夏場の落ち込みはあるものの、これか ら2、3か月の状況において消費は上向きにはならず、今の 悪い状況が今後も続く。
		家具製造業（従業員）	・良くなる要因が全くない。ある程度需要が拡大しないと今 の状況は変わりようがない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・定番品が動いておらず、量販店等から価格や販売期間が設 定された企画品のみが動いている状況。秋口に向かってもこ のまま推移する。
		鉄鋼業（経営者）	・一部の業種には景気底入れの状況が現れているようだが、 建設業界はマンションの新規着工戸数の激減のみならず、新 規設備投資が当分見込まれない状況も重なり、建築需要の急 速な回復は期待できない。建材関連企業においては、今後ま すます統廃合が起きることが予測される。
		金属製品製造業（企画担当）	・受注量回復の兆しは見受けられず、当分この傾向は続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先行きの電子部品関連のものづくりは、新しい製品作りが なかなか成約できない状況となっており、全体的な動きとし ては現状維持が精いっぱいである。ただ単なるリピート品だ けではなかなか上昇気流に乗れない。先行きは全く不透明で ある。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・9月までの発注量は確保できており、現状と変わらない。
	建設業（総務担当）	・収益を優先させれば受注に結びつかず、受注を優先させれ ば赤字になる。工場の片づけや置場の草刈りをするよりは、 社員の士気を高めるための赤字受注が続く。	

	輸送業（総務担当）	・現在、悪い状態で推移している。良くなる要素が見当たらないので現状維持が続く。
	金融業（営業担当）	・中小企業の売上が改善する兆候が見受けられない。また、設備投資に伴う資金需要は全く見受けられない。
	不動産業（従業員）	・賃貸部門の入居率の低迷が続いており、回復する見込みがない。
	広告代理店（従業員）	・底入れ感はあるが、これから上向きはしない。
	広告代理店（従業員）	・7月の折込枚数は前年比90%と相変わらず低水準となっており、3か月間底値で推移している。今後も悪い材料はなく、しばらくは低水準のまま経過する。
	経営コンサルタント	・経営者達と話をしたが、ここ数年選挙期間中は販売量が非常に厳しくなっている業種が多く、特に今年は長期間の総選挙を控えており、8月については諦めている人が多い。総選挙後は少しは回復するであろうが、劇的な改善は見られないと思われるので現状維持である。
	経営コンサルタント	・全体的に景気が回復しないとコンサル関係の仕事は回復しない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・2～3か月で状況が好転すると言っている取引先はほとんどない。
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・販売価格がなかなか上がらず、しばらくは厳しい状況が続く。
	食料品製造業（経営者）	・皆既日食ツアーの観光客でにぎわったものの、前年の反動で県外客が大幅に減少しており、業績向上に大きく寄与するものではなかった。今後も前年より観光客数は大きく減少すると予想され、客単価、売上の減少が見込まれる。
	建設業（従業員）	・景気対策として公共工事の前倒しで入札の案件は増加しているが、受注に至るまでにはならない。民間企業の設備投資は依然低迷しており、先行きが不透明である。
	通信業（職員）	・情報通信部門の状況に大きな変化はないが、設備工事等の会社全体の状況は悪化していく。
	金融業	・中小企業の厳しい資金繰りは今後、表面化する可能性がある。現在、秋口以降の受注回復を待っているが、回復しても前年度7割程度を予想している。それ以下であれば、資金繰り破たんが増加する。需要減に対応して大企業が発注先を選別すると考えられ、企業の淘汰が進む。
	その他サービス業〔物品リース〕（従業員）	・7月は受注額が一時的に前年並みに回復したが、取引先の状況をみると景気対策の効果も一段落し、資金繰りの悪化による延滞や条件変更の申し出等が増加傾向にあり、当面は厳しい状況が継続する。
悪くなる	経営コンサルタント その他サービス業	・さらに安価な酒が出回り、厳しくなる。 ・市町村は建設コンサルタントに発注する際に、割引価格で発注する。請ける方はその金額から更に低価格で入札するため、受注額が減少する傾向にある。そのため今後も、経営的に厳しくなる。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	変わらない	-
	職業安定所（職員）	・一連の経済対策や雇用対策の効果が見込める。
	人材派遣会社（社員）	・依然として中高年の雇用は厳しいため、景気の回復には至らない。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・例年9、10月は年末商戦に備え、パート需要が伸びるが、今年の1～3月期が予想以上に悪かったため、期待含みで変わらないと判断する。
	新聞社〔求人広告〕	・景気の底打ち感を感じられない。仮に景気が底を打ったとしても、それが雇用に反映されるのはかなり後になる。
	職業安定所（職員）	・8月以降の事業所の雇用調整実施の情報もあり、雇用失業情勢の状況については改善の兆しも少ない。従って本格的な景気回復はまだ先である。
	学校〔大学〕（就職担当者）	・例年であれば、いわゆる秋採用の話題がでてくる時期であるが、人事担当者と話しても採用活動はほぼ終了し秋採用の動きを期待できる情報はほとんど出てこない。人事担当者からは、すでに次年度の採用活動を見据えた発言も見受けられるようになっている。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・下期に入り、契約を更に終了する恐れのある企業がある。以前取引のあった企業の担当者と話すると、今までと同じように派遣を利用するのではなく、まずは自社雇用を優先したいと考えている企業もある。ただ、今いる人員で対応という所も多い。

	人材派遣会社（社員）	・決算内容が過去最高益を出す大手飲料メーカーまでが統合する時代である。働く側にとって雇用維持出来るか誰もが不安な状況であり、マインドが景況感に強い影響を与えている。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・周辺の人たちの話では、7月の賞与の支給状況をみると減ったと言う人がほとんどであった。生活給であるボーナスの減少が数か月先の支払いや消費に影響することは確実で、急激ではないが少しずつ悪くなる。
	職業安定所（職員）	・雇用情勢が改善しておらず、就職できない人や雇用調整を行う企業が依然として多い。働いても賃金が減少する傾向にあり、消費は冷え込んでいる。企業は内需及び外需も改善していない。
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・夏は例年、派遣需要が落ちる時期であり、現状とあわせて考えると回復の見込みはない。
	民間職業紹介機関（職員）	・今年に入り、月を追うごとに景気の悪化が感じられる。九州では製造業が回復しなければ環境が変わらない。今後も厳しい状況は変わらないと判断している。
	民間職業紹介機関（社員）	・客から上向いた話や景気のいい話は聞こえてこない。大手企業はリストラをしたばかりで、その話が終わらないうちに求人の話は表に出にくい部分があり、求人についてはリストラから半年または1年経過してから本格的な動きが出てくる。
	民間職業紹介機関（支店長）	・派遣法規制強化が現実味を増し、需要が更に減少する。企業の派遣社員採用意欲は全く感じられない。結果として従業員が余剰となり、会社が社員リストラの検討に着手した。