

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	その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・春の行楽シーズン、転勤、就職、5月の連休等にあたり、人の動きが今後良くなる。そのため、空港での商品の動きは今までより随分良くなる。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・状況は大きくは変わらないが、全体の売上高の前年比は若干上昇傾向にある。
		百貨店（営業担当）	・店として仕掛けをしたものに対する客の反応は数か月前より良くなっている。これから景気はやや持ち直す。
		百貨店（営業担当）	・前年は定額給付金があり潤っていたが、今年は子ども手当等が引き金となり消費は活発になる。
		スーパー（経営者）	・年度替わりもあり需要が増えている。また客の様子をみると、若干のゆとりが出ている。
		コンビニ（経営者）	・客単価を始めとして来客数もここ1、2か月ようやく底打ちをしてきており、良くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	・子ども手当や高校の授業料無償化等の実施によって、客の所得が増えるため、客単価等の上昇が少しは見込まれる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・現状で来客数が回復傾向にある。前年が非常に悪かったため、このトレンドが続くと景気は回復する。
		衣料品専門店（店員）	・百貨店の合併で、新カードの発行や新たな特典が増え、新規客が見込める。
		乗用車販売店（管理担当）	・エコカー補助金が9月まで延長された影響が一番大きい。終わるとなれば駆け込み需要が6月くらいまで続く。車種によっては早期でなければ受注できないという物もある。しかし需要の先食いという不安面も大きい。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・個人で同業や新規事業に新規オープンする店がいくつかある。そういった店の卸業務が新規で増えるので売上は上がる。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・6月の子ども手当の支給により、心理的効果からやや良くなる。
		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）	・売上は底を打った感がするので、横ばいもしくは少し期待できる。
		高級レストラン（従業員）	・歓送迎会があるので客の動きがあり、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・高速道路料金割引で週末の動きが非常に活発化しているが、逆に平日が落ちている。イベント会場や週末に人が集まる場所は売上がかなり伸びるが、平日の動きが非常に悪いので単に喜んではいけない。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークの予約状況は海外、国内共に前年を上回っている。しかも日並びの影響もあるが、近場から遠出する客が増加傾向にあり、購買単価も上がっている。
		旅行代理店（業務担当）	・当業界においては上海万博等による需要喚起が期待できる。
		通信会社（管理担当）	・新年度になりそろそろ景気対策の効果が表れるのではないかと期待している。
		テーマパーク（職員）	・これから暖かくなり行楽シーズンを迎え、ゴールデンウィークに期待を込めてやや良くなる。プラス材料としては今回初めてとなるが4月にラグビーのキャンプの予定がある。
		ゴルフ場（支配人）	・客の様子をみると不景気というより悪天候に抑えられており、天候が回復するにつれ、来場者はこれまで以上に増える。
設計事務所（所長）	・5、6月に公共工事の設計が出る予定であり、民間も含めてやや良くなる。		
変わらない	商店街（代表者）	・良くなる要素がない。特に年配の方が金を使わなくなっている。要らない物は絶対に買わないという姿勢が定着している。	
	商店街（代表者）	・現況の悪い状況が好転する要素は全くない。今月はフレッシュアーズ繁忙時期であるはずだが、来客数も売上も上がらない日々が続いているので、この先も上がらない。	
	商店街（代表者）	・サラリーマンの収入が減って節約ムードになっており、必要な物以外は購入しない。景気はあまり変わらない。	
	商店街（代表者）	・客の様子や商店街の様子をみても、いまだ景気回復の要因が見いだせない。	

一般小売店〔青果〕 (店長)	・消費動向に関わるプラスの材料が政治を含めて全くないので、景気は変わらないかやや悪くなる。
一般小売店〔鮮魚〕 (店員)	・客の様子をみても売れる気配がない。うなぎ等の季節先取りで販促をする必要がある。
一般小売店〔茶〕(販売・事務)	・景気安定の声も聞こえず、このまま現状維持していく努力が必要である。
百貨店(総務担当)	・消費者の購買意欲を刺激する材料が見当たらない。
百貨店(営業担当)	・地区を挙げて取組んだ中国人観光客の来店でにぎわっている。学生服の採寸と来店増加に取組んだが、粗品交換やバーゲン比率の増加等、買物への慎重な姿勢は続いており、購買意欲の回復は今一歩である。来店促進を目指した食品や物産催事での招客や情報発信による来店促進を怠ると来店数に影響が出る。
百貨店(営業担当)	・良くなる要因が見当たらない。
百貨店(営業担当)	・10月以降前年比で商品単価は多少上向いているが、12月以降は前年比100%に達せず、ほぼ横ばい状態である。このトレンドが数か月続く。
百貨店(売場担当)	・前年はプレミアム付き商品券が1億円と売上で約2%ほど押し上げたという実績があるが、今年はそれが無い。今年の大河ドラマの影響で県外客が多いので来客数の増加は望める。衣料品は天候要因があるが、トレンドの変化により重衣料関係があまり動かず、シャツ系やカットソー等の単価が安い物が単品で動いているので、数字が上がらない。また、まとめ買いがなく、持っている物の着合わせで買う客がかなり見受けられる。物産催事が好評で前年を上回っており、非日用性を求める客が増えている。
百貨店(営業企画担当)	・客の堅実な購買姿勢は継続している。また給与が上がる見込みはなく景気が良くなる要素がない。しかしながら必要な物は買うので今より悪くなる要素もない。
百貨店(業務担当)	・支払を先延ばしするクレジットカードでの購入が減っているのと同じで、先行きに対する不安は強くなっている。収入面で底打ち感がないことには、景気は回復しない。
スーパー(店長)	・景気対策が何も打ち出されていないので今のまま推移する。特徴のない店はどんどん閉まっている。業界の再編成も懸念される。
スーパー(店長)	・これから先就職難と言われており、会社自体も人員を増やす方向にない。なかなか厳しい状況で当社も労働時間の縮小等の対策を打っているのが現状である。景気が上向かない限り労働時間も増えず、消費者の購買意欲も低下する一方である。
スーパー(店長)	・人が動く変化のある月だが、雇用問題や将来に対する不安により、動きに活性化はみられない。衣料品ではベビー服以外の動きが低単価になっていることもあり、底をついている。また、前年の経済支援効果の反動減が懸念される。
スーパー(店長)	・過去3か月も含めてこの先3か月先行き不安感等を払しょくできるような好材料は見つけにくい。また消費者の節約志向やデフレ傾向は今後も続く。
スーパー(店長)	・来客数と販売点数は少しずつ前年並みに近づいているが、客単価が前年比約5%前後の低下である。商品も現状より安い方向に向かっているため、今の売上状況は今後もあまり変わらない。
スーパー(総務担当)	・価格引き下げ傾向が続き、各企業は体力勝負の傾向が止まりそうもなく、悪循環はまだ続く。今後はより一層価格引き下げの為に他のコスト削減が加速する。
スーパー(総務担当)	・現在のデフレ基調と雇用情勢の悪化はこのまま数か月は続く。政治も非常に不安定であり、消費購買力そのものもなかなか伸びがなく低迷する。
スーパー(企画担当)	・販促内容や売場改善等についての自社取り組みは強化継続していくが、社会的な景気の底上げが不透明であるため、消費者の購買動向に大きな改善は見込めない。
スーパー(経理担当)	・客の様子や社会情勢をみると、夏までは現在の状況が続く。
コンビニ(販売促進担当)	・客は余計な物を買わず、節約している状況である。今後もこの状況が続く。
衣料品専門店(店員)	・景気が良くなる状況にはないが、節約疲れという言葉が最近聞かれるようになり、節約傾向に歯止めがかかる。
衣料品専門店(総務担当)	・消費動向が良くなるという全く要素がない。デフレ傾向はますます続く。

家電量販店（店員）	・エコポイントの対象機種が4月1日から変わるということで、旧型品の需要が非常に高まった。エアコンや冷蔵庫、特にテレビは相当数売れている。過剰に作って在庫を余らせるということが一番恐れ、今は物が足りないという状態が続いているので、景気が上向き加減にある。しかし円高の影響もあり、それを支える力がメーカーや企業にない。伸びる力があるのに伸びきれない歯がゆさがある。
乗用車販売店（販売担当）	・販売量、単価の動き共にかなり良くなっているが、エコカー補助金の実施が今のところ良い影響を与えている。補助金効果を除けば、基本的には消費動向はまだ低い。
乗用車販売店（総務担当）	・エコカー補助金の延長が決まり今後の2、3か月先はこのまま好調を維持する。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・子ども手当の支給や新入学シーズン、ゴールデンウィーク等における客の支出に期待したいが、支出を促す要因が乏しい。客の様子もまだ少し節約ムードが漂っている。
スナック（経営者）	・客の様子を見てもまだまだ財布のひもが固い状況が続く。
その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・他の業界はいいところもあるが、私たちは一向に良くならず不安である。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況はまずまずではあるが、客単価は依然として低い状態である。今後大きく上昇する気配も感じない。
都市型ホテル（副支配人）	・5、6月の定年の団体は予定通り入っているが、インターネット中心の予約である。なかなか先は読みづらいが、少しずつ動き始めている。
タクシー運転手	・全体的な売上が減っており、今月から会社が給料を一律下げるといった話があった。皆これから生活ができないと言っている。
タクシー運転手	・所得が増えないなか、そう多くは期待できない。
通信会社（営業担当）	・ここ数か月購入意欲が少なく景気が良かったとは考えられない。今後しばらくは変わらない。
通信会社（業務担当）	・新サービスや新商品により需要の喚起がなされるが、割高感があり、購買意欲はあまり高まらない。
ゴルフ場（従業員）	・近辺に量販店、大型店ができていくが、それに追随して近くのショッピングセンターも価格を安くしている。ましてやゴルフ料金も下げざるを得ないなか、コストを抑えるという厳しい状況にある。ここしばらくは厳しい状況が続く。
美容室（店長）	・売上、来客数も減少しているが、客の様子をみると良くなっていく。
音楽教室	・先の入会予約が例年と同じくらいしか入ってないため、変わらない。
住宅販売会社（従業員）	・今月に限ってみると契約件数は伸びていたものの、景気浮揚感とまでは行かず、先行き不透明感は依然払しょくできない。
住宅販売会社（従業員）	・国の景気対策、民間の再投資の意欲があまりみられないので今のまま推移する。
やや悪くなる	・景気、生活の先行き不安により消費の低迷が続いている。
商店街（代表者）	・景気が回復する好材料が見つからず消費者の購買意欲も低下したまま推移する。
商店街（代表者）	・中心街への来街者数は減少し、今の経済状況で客単価も下がる一方である。当社の店頭販売額は年々減少している。しかし減少分以上のネット販売額が順調に伸びており、何とか頑張っているが、空店舗の多い商店街での経営は一段と厳しい状況に追い込まれている。
一般小売店〔精肉〕（店員）	・夏場は売上が低下するのでやや悪くなる。今年は例年以上に厳しい。
一般小売店〔生花〕（経営者）	・4月はまだまだ開店祝い等があり、5月は母の日があるので花の需要が見込めるが、それ以降は何もイベントがなく落ちる。
百貨店（営業企画担当）	・中国人富裕層の来店やテレビ放映のある地域、政府の環境関連施策の中心的商品群は好転している。子ども手当等の施策に期待は寄せるものの、全体を押し上げるパワーは今後も大きくはない。また7月の参院選に向け、政府の施策が後手にまわる事が予想されるため、現状の推移に大きな変化はない。
百貨店（企画）	・政府の抜本的な景気高揚策がみえない状況下であり、小売を支える可処分所得も長期にわたり減少が続くなか、消費者の生活に対する疲弊度は更に進み、節約志向がますます強まる。また、客の購買動向も買得感の高い商品に更に集中していく。

		家電量販店（店員）	・この3か月ほどエコポイントのテレビによる需要が非常に盛り上がったので、その分の反動が4～6月と必ず出る。大きな流れとしてはやや良くなるという状況であるが、この4～6月は反動減となるため家電需要は冷え込む。
		乗用車販売店（従業員）	・決算が過ぎ、来客数が減少する。補助金の延長が何よりの救いである。
		住関連専門店（経営者）	・相変わらず来客数は減少傾向にあり、客単価も低く、前年末からの新規企画がまだ軌道に乗っていない。置き家具業界の先行きは厳しい状況である。
		高級レストラン（経営者）	・予約状況をみるとまだまだ動きが鈍い。
		高級レストラン（専務）	・外食がどんどん少なくなっている状況であり、今後も厳しい状況が続く。
		観光ホテル（総務担当）	・3月は好調に推移したが、例年宴会部門が4月以降落ち込む傾向にあり、厳しい。
		観光型ホテル（スタッフ）	・客室やレストランが4月から1年かけて改装に入り、その間営業が出来ないため売上は落ちる。
		タクシー運転手	・3か月後はゴールデンウィーク明けの月で忙しくなく、景気も悪いので期待できない。
		タクシー運転手	・選挙等でタクシーの動きが悪く、県外客も少なくなる。
		通信会社（総務担当）	・新卒者の雇用は依然として良くなく、こうした県内企業の雇用情勢が鈍いため、活気がなかなか出てこない。全体に足踏み感で、今後の景気は更に悪くなっていく。
		理容室（経営者）	・卒入学転勤等で人が動く時期であり、一度に減って徐々にしか増えない傾向にあるので、数か月は人の動きが悪くなり数字が見込めない。
		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）	・医療報酬のプラス改定により高齢者の医療費負担の増大が予想され、後期高齢者医療保険料についても若干のアップとなるなかで、高齢者世帯の家計圧迫から、介護サービスの利用減につながる。
		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）	・新年度の国の予算で公共事業費は前年比18%減となる。当地は公共工事等に携わる民間業者が多く、4月以降は更に悪くなる。
	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・世の中の景気に合わせて、着物業界も同じく良くない。
		衣料品専門店（店長）	・売上が落ちる一方で厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・店内での展示会を5月に計画している。なんとか売上を上げるために何かしなければならぬ。今月から来月にかけて黒礼服の引き合いがある。
企業 動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	家具製造業（従業員）	・一部の大型商業施設開発に引っ張られ、物件情報が増えている。しかし、全体としては厳しい環境下に変わりは無い。ただ景気全体としては底を打った感があるので緩やかに回復基調にある。
		鉄鋼業（経営者）	・原材料の高騰から鋼材価格に先高観が強くなったことが原因であるが、中小物件を中心に新規着工の建築物件が増加している。販売価格も徐々に上昇しており、レベルは低いものの契約残も増加している。しかし価格の先高観から投入された先物の物件も多々あるようで、出荷量が改善するところまでは到達していない。緩やかながら今後も需要の回復が続くのか、一時的なものか慎重に見極めて生産量を決定したい。
		金属製品製造業（企画担当）	・受注動向に明るい兆しが見えてきた。
		一般機械器具製造業（経営者）	・仕事量が多少増えてきたので、海外調達などでコストダウンを図り採算ベースに乗せていけば、多少明るい兆しが見えてくる。
		通信業（経理担当）	・企業努力の結晶である決算がやや好調な方向に転じる。
		経営コンサルタント	・一昨年頃からかなり厳しい状況が続いているが、3月で下げ止まる兆候が見えており、4、5月にかけては若干持ち直す。ただこれがそのまま続くのではなく、若干持ち直した後また下がる可能性もある。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・例年であれば4、5月は売上増を期待する時期であるが、今年は期待できない。依然として加工メーカー筋の動きも悪く、あまり注文がない。スーパー、居酒屋等も前年のような動きではない。いずれにしても早く景気回復を期待したい。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・現状の状態はいくらか良くなっているが、今後4、5月の閑散期もあり、厳しい面も出てくる。焼き物業界もガスの高騰や売場面積の縮小で、今後の商品開発にかなり頭を使う。

	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連全般的に現状での推移であり、急激に上昇気流に乗ることは考えられないが、今の現状であればいい方向に推移する。今後ともその状況が続いてほしい。これからますます忙しくなることを期待している。
	電気機械器具製造業（経営者）	・受注量は極端に減少することはない。しかし価格の面では採算ラインぎりぎりで行っているため、何とか価格を上げたい。材料が少しずつ高騰してきているので、価格が上がらないと材料、工賃の問題で厳しい状況が続く。
	輸送業（従業員）	・今月はかなり動き出し、メーカーは抑えていた生産を増産する。しかし増産すると物が余り、逆に物が売れなくなり、受注量販売量が止まる傾向にあるので今とあまり変わらない。
	輸送業（総務担当）	・預かっている荷物はほとんど変化がなく、しばらくは今の状態が続く。
	金融業（営業職涉外係）	・子ども手当や高校授業料の無償化などにより、消費が刺激され、企業の業績も好転に転じる。ただ、建設業などは公共事業の削減等により低迷は続く。
	金融業（調査担当）	・雇用情勢や個人所得の水準は依然厳しく、内需回復の足取りは重い。また金融円滑化法の施行以降、法人、個人共に返済猶予の相談件数は増加しており、企業業績の先行きは楽観できない。
	金融業（得意先担当）	・現状の借り入れ内容が後ろ向きなものが多い。個人からの申し入れに対しても前向きなものではなく既存の借入金の条件変更という申し入れが多数を占める現状を考えると当面はこの状況が続く。
	金融業（営業担当）	・3か月、半年、1年先を見通した設備投資の計画が中小企業の経営者との話の中にはほとんど出て来ない。
	不動産業（従業員）	・賃貸物件の入居率の落ち込みが改善されない状況が続いている。
	新聞社（広告）	・景気が回復しても、企業が積極的に広告出稿に転じるとは考えにくく、新聞広告にとってしばらくは厳しい状況が続く。
	広告代理店（従業員）	・3月の折込枚数は前年比100%となったが、前年の数字が非常に悪かったため、受注量が今年になって増えたわけではない。ただ確かに前年ほど減少していないので下げ止まった感はある。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・業績が回復基調にある会社が多いが、向こう2～3か月を楽観視している会社は皆無であり、現在の環境から大きく好転する事象は見当たらない。
	その他サービス業〔物品リース〕（従業員）	・県内においても、一部には回復の兆しがみられる企業もあるが、総じて回復度合いは遅く厳しい状況の中小企業が多い。設備投資等への回復までにはかなりの時間を要するため、当面現状維持が続く。
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・来客数の減少と客単価の低迷により納入先の売上が低下している。鹿児島における観光客の入り込み数は目に見えて減少しており、旅行先も龍馬ブームのせいか指宿方面から霧島方面へ変わりつつあるようでも売上に影響を与えている。状況を好転させる要素が当面ないことから景気はやや悪くなる。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3月に駆け込みで発注した分、4～5月は年度初めということもあり、発注等が控えられる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・見積依頼が全くないような状況では、今後もかなり厳しい状態が続く。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・得意先の4月以降の発注量に見直しの連絡があり、厳しい状況である。
	建設業（従業員）	・公共工事の削減や住宅着工率の低下など建設業を取巻く環境は大変厳しい現状にある。経済の先行き不透明感もあり、個人の消費の低迷等景気回復は期待できない。
	建設業（社員）	・新年度の予算が決まったが、工事として発注されるまでは、早くも2、3か月後である。国、県、市町村が0債での発注が早目にされればいいが、同業者は手持ち工事も、下請する工事自体が発注されない状況では非常に苦しい。
	経営コンサルタント	・今の状況は構造的なもので早急には変わるとは思えず、当分はこの状況が続く。
	経営コンサルタント	・消費者の買い控えが進んでおり、厳しい状況である。
悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先から強引なコストダウンの要求があり、厳しい状況である。
	広告代理店（従業員）	・新年度上期の受注量は前年比8%減の見通しである。
	その他サービス業	・市町村の発注量が減少するなかで、入札時に大手の企業が低価格で入札する状況が頻繁に出ている。

雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（管理担当）	・企業の人員計画が削減傾向から、維持、微増に移りつつある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・増員傾向にある企業があるが、これは今までぎりぎりの人員計画できた結果であり、超過労働の改定等現在の社員にだけ重責となっていた部分の解消である。本来の業績向上のための増員には繋がっていないため依然として先はみえない。
		人材派遣会社（社員）	・今の段階では、人を増やすほどの安心材料がなく、しばらく様子を見て検討するという企業が多い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・3月中旬に中心部に大型商業施設が開業したことで人の動きが活発になっている。しばらくこの影響に期待したい。
		新聞社〔求人広告〕	・これ以上減ることはないが、回復基調ではない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・6月から子ども手当の支給開始など教育面への支出が増えることから、塾など教育関連の動きは出てくる。しかし、全体の底上げにはほど遠く、皮膚感覚としては変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の減少傾向及び求職者の増加傾向は歯止めがかかってきたような感触もあるが、建設業、小売業を中心にした事業所の先行き不透明感は払しょくされておらず、全体としての景気は、現状の低迷した状況がしばらく続く。
		職業安定所（職員）	・企業の採用性は極めて消極的であり、企業を刺激するような景気対策がみられない。
		職業安定所（職員）	・雇用情勢は依然として厳しく所得の減少で消費者物価が下がっているにもかかわらず、個人消費は低迷している。将来の生活に不安感があるため消費より備蓄優先の動きが感じられる。スーパー、百貨店の売上減少がその傾向を顕著に感じさせる。企業収益が減少し、体力が弱まっている。今後の景気が右肩上がりに持ち直すかどうかはまだはっきりしない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数はパート求人の増加で前年比プラスに転じたが、新規求職者数は立ち直りの傾向がみられず、9か月連続で増加している。よってここ2、3か月で景気が回復に向かうとは考えにくい。
		民間職業紹介機関（職員）	・製造業関連、特に中小企業で受注が回復傾向にあり、3月の求人数が改善傾向にある。ただし、一部の職種に限定されており、まだまだ厳しい環境は継続する。
	学校〔大学〕（就職担当者）	・採用に関する学内セミナーの実施状況は低調である。この時期、採用選考に落ちた学生もすでに報告されている。人事担当者との意見交換でも、今後採用計画を拡大するという話題は現状では聞かれない。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・取引先からの強引な営業協力要請等が増えており、自社も発注先に強引な値引きを要請している。お互いに首を絞め合っている状態である。今後それが好転するとは考えられず、体力勝負となる。	
悪くなる	民間職業紹介機関（社員）	・派遣法改正を前に客の派遣離れも危惧しており、求人形態が変化する動きが出てくる。	
	民間職業紹介機関（支店長）	・派遣法改正等の規制強化により市場が縮小し続ける。事業規模も支店の統廃合、従業員リストラ等縮小せざるを得ない。	