

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 (九州)	良くなる	住宅販売会社（代表）	・2、3か月先の景気は良くなる。消費税増税が大きな要因となっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・これから歳末にかけて年末商戦が盛んになるため、購買動向もやや上向きの傾向となる。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・今年の冬は寒くなるとのことで、店頭販売、通信販売共に好調を維持する。
		百貨店（販売促進担当）	・本年も元旦より営業し、クリアランスも同時開催のため、多くの来店が見込まれる。
		スーパー（売場担当）	・年末商材が好調に売れており、昨年より商品の在庫も確保できている。
		コンビニ（店長）	・年末年始でお金が動く時期のピークは過ぎるが、今よりは良くなっている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・年末年始の予約から、少しは景気が回復しているようだ。1、2か月先は前年より販売数、客単価共に伸びる。
		衣料品専門店（経営者）	・先月、今月がどん底なので、それよりは良くなる。
		家電量販店（従業員）	・ボーナス時期と年末年始に買換えが増える。
		乗用車販売店（総務担当）	・毎年1月から2月にかけて新車、中古車販売の繁忙期となる。新年を迎え、気分も新たになることから車両販売の復調が期待される。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・例年、年末に入りお歳暮等の進物ギフト関係が出るが、今年は若干その動きが早い。既存の客には前もって注文をいただき、売上はある程度確保している。
		通信会社（販売部）	・12月までに新商品が出そろうため、景気はやや良くなる。
		通信会社（総務局）	・販売施策の効果に期待ができ、今後景気は良くなる。
		美容室（経営者）	・年末年始は非常に商売が動く時期であり、人の購買意欲が増す時であるので、景気は少し上向きになる。ただ、今の状態が続くと、その購買意欲もやや良くなる程度であり、総選挙という懸念材料は残る。
	設計事務所（代表）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。	
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街全体の閉店率が、今年1年をみて変わらない。この2、3か月先も変わらない。これらの閉店している店が稼働してくれば、少しは良くなる。
		商店街（代表者）	・景気が良くなるかと思えば突然悪くなったり、安定していない。今から先はもっと寒い季節になり、需要が増える時期であるが、景気はあまり変わらない。
		商店街（代表者）	・総決算時期であるが、あまり期待はできず、仕入れをかなり控えている。また12月でかなりお金を使い、その後、客の財布のひもは固くなる。
		商店街（代表者）	・年末までは、現状通り売上が上がるが、1月に入ると間違いなく減少する。客からの声を聞いても、郊外のスーパー等にわざわざ買物に行っているという声を聞く。やはり、現在の消費者は質より金額を重要視している。
		商店街（代表者）	・総選挙後、的確な経済対策を打たないといけない。打ったとしても景気はすぐには上向かない。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）		・正月明けはいつも売れないが、年末にどれだけ売れるのか大変不安である。今の状況は大変悪い。少しは好転してくれると良い。	
一般小売店〔生花〕（経営者）		・夏から秋、晩秋の11月でこの状態であり、新しい販売、販路をみつけないことには、良くならない。3月になれば少しは良くなるかもしれないが、その分、仕入れも高くなるので、不安である。	
一般小売店〔茶〕（販売・事務）		・景気がすぐに好転するわけではなく、現状維持をしていくことがやっとなのである。事務所用の販売も会社自体の経費削減で、かなりの影響を受けているため、期待できない。	
百貨店（売場主任）		・久しぶりに総選挙があり、ウォームビズもあまり盛り上がりせず、消費を浮揚させるものが見当たらない。ただ気温は順調に下がっており、防寒衣料、雑貨の動きは堅調なので現状維持はできる。	
百貨店（総務担当）		・総選挙が12月に行われるため、先行きが見通せないで判断しにくい。	
百貨店（営業担当）		・総選挙の公示を控えて、30～40万人の商圏では、特にお歳暮ギフトの苦戦が予想される。また今月の客の動きをみると、来客数の減少が顕著で、この状況が今後も続く。	

百貨店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・月末、お歳暮商戦がスタートし、店外受注のゆうパックが受注を開始し、システム変更をしたにもかかわらず、受注件数、配達件数は好調に推移している。また、通販ギフトも順調な出足をみせている。店頭ギフトセンターは天候や降灰の影響もあり、客の引きが早い。お歳暮ギフトやクリスマス、年始商材と好条件が続くが、詳細な検討と慎重な購買姿勢は依然続く。
百貨店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・総選挙後、現状よりも少しは良くなるのではないかとこの期待から、現状維持もしくは少し改善する。グローバルな視点からみると為替の問題もあり、楽観視はできない。
百貨店（売場担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・昨年当店では12月は前年比11.6%増、1月が前年比8.6%増、2月が6.4%増となり、競合店の閉鎖でかなり伸びた。そういったものを鑑みて、今年は数字的には厳しくなる。天候要因がかなり影響し、衣料品関係は気温が下がるとかなり動くため、そこが鍵となる。他店、市況については、先行きが悪いということは、あまり聞かない。
百貨店（企画）	<ul style="list-style-type: none"> ・夏のクリアランス商戦同様にスタート期日にバラツキが予測され、イベント感が希薄になり、購買動機が低下することが予測される。
百貨店（営業統括）	<ul style="list-style-type: none"> ・12月はイベントや催事を増やす計画だが、総選挙によるギフト売上の減少が予想される。
百貨店（営業政策担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者の最大の関心事である12月総選挙の結果によるところが大きい。新興勢力の台頭に対する期待感もうかがえるものの、政党の乱立や勢力図の不透明感に対する不安もあり、現時点では景気にどのように作用するか分らない。
百貨店（業務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・年末商戦を控えている大事な時期に、総選挙となった。選挙関連で贈答品、ギフトは厳しくなることが予想される。
百貨店（店舗事業計画部）	<ul style="list-style-type: none"> ・大手製造業の業績悪化に加え、政治動向や経済政策の動向が不安定なため、消費には慎重になる傾向が続く。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・競合店の出店により、この1年間ずっと厳しい状況が続いている。年末も、競合店の動き次第ではあるが、厳しいと予想される。総選挙があるので、選挙需要を見込んでいるが、全体的には厳しい状況で推移する。
スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・現状のままではおそらく悪くなるが、政権が変わって景気対策をもし打つことができれば、変化も期待できる。
スーパー（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・競合他社は色々な手法で商品価格の引下げに取り組んでおり、低価格による客の獲得に努めている。今後も消費者の価格に対する意識は敏感になり、薄利な価格競争が続く。
スーパー（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・前年の年末は東日本大震災の影響で家食、家族の絆という意識が働き、売上が良かったため、不安材料は残る。
スーパー（業務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・客の個人消費に対する姿勢は以前よりも余裕が感じられるが、年末年始の勝負商品の動向を見極めないと結論が出しにくい状況である。季節商材のバーゲンも低調なスタートになっているので、現状では具体的な好調与件が見当たらない。
コンビニ（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・我々の業界は良くなる材料が全く見当たらず、このままの悪い状況が続く。
衣料品専門店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の工事期間に離れた客足を呼び戻すのにはしばらく時間がかかる。しかも12月商戦期に行われる総選挙の影響も受け、年末商戦が盛り上がらない。
衣料品専門店（店員）	<ul style="list-style-type: none"> ・客の来店頻度がどんどん下がっている。今後も厳しい状況が続く。
衣料品専門店（取締役）	<ul style="list-style-type: none"> ・政局が非常に不安定で、消費税や社会保障問題等何をとっても良い材料がない。こういう状況で3か月後、景気が良くなるということはまずない。非常に危機的状況だが、気候に助けられながら、冬物を1点でも売っていきたいという心情である。
衣料品専門店（チーフ）	<ul style="list-style-type: none"> ・11月の後半から12月の中旬にかけて、セール前の買い控えにより、売上は厳しい状況である。バーゲンが始まると軒並み売上は回復する。
家電量販店（企画・IR担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・年末に向け、調理家電を中心とした白物家電やスマートフォン、タブレット型パソコンの売上が伸びると予想されるが、年明けは落ち着いてくる。
乗用車販売店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・客にとってメリットとなる新車が出る予定がない。
住関連専門店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・衆議院の解散、総選挙がいよいよスタートし、どの政党も景気対策を打ち出すが、今の冷え込んだ景気を回復させるのは簡単ではない。

その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	・燃料油の小売価格の変動は不透明な部分があり、現在、下げの基調である。2～3か月後の燃料油の小売価格は予想がつかない。給油所に来店する客の様子をうかがうと、賞与支給予定金額が芳しくないとの声を聞く。消費マインドが少し冷えており、厳しい状況が続く。
その他専門店 [書籍] (代表)	・総選挙の結果次第だが、その変化は不透明である。
その他専門店 [書籍] (地区支配人)	・消費者の購買傾向が増加に転じておらず、前年並みを維持できれば良いという程度である。増収に向けた大きな転機があれば別であるが、そのような気配がない。
その他小売の動向を把握できる者 [土産卸売] (従業員)	・他の販売店の方に話を聞いても当社同様、今年是非常に客の動きが悪い。
観光型ホテル (スタッフ)	・総選挙があるため、飲食に関する集まりが少なくなる。
観光型ホテル (専務)	・今後、景気が良くなる要因が何も見当たらない。
旅行代理店 (従業員)	・年末年始は長期の休みが取りやすい日並びでもあり、海外リゾートを中心に予約は好調である。反面国内旅行は、昨年と比べて、やや低調である。
タクシー運転手	・忘年会のシーズンで、予約が少しずつ入っている。また、泊まりの忘年会予約も少しずつ入っている。若干動きが出てきており、来月は良くなる。
通信会社 (管理担当)	・債権回収がうまくいっておらず、厳しい状況が続く。
通信会社 (企画担当)	・販売促進施策をより手厚くしたことによる効果が見込めるが、その効果以上の販売量の増加は期待できない。
通信会社 (営業担当)	・中国の尖閣問題や総選挙が始まる前の各党の経済政策等をみても、景気がなかなか一気に回復する見込みはない。
通信会社 (業務担当)	・12月は新商品の発売もあり、スマートフォンの話題性が高まり、販売も伸びを期待したい。しかし、他社製品との競争で販売数は今月同様、例年を下回ると予想される。
理容室 (経営者)	・来月は正月前であり、唯一、1年のなかで期待できる月である。ただ年明け1、2月は年間でも11月に次ぐ暇な時期になってしまうので、現状のままでは景気は悪くなる。
美容室 (店長)	・客は自分の生活で一杯で余裕がない様子である。先行きも不透明である。
設計事務所 (所長)	・受注案件数がほとんど変わらないので、将来的にも変わらない。
住宅販売会社 (従業員)	・次期政権の経済対策はまだ分からないため、先行きは不透明である。
やや悪くなる	
商店街 (代表者)	・無駄遣いをしないという傾向が客の会話から感じられる。消費意欲をどう掻き立てるか、客に対しての対策を商店街も早急に取る必要がある。
一般小売店 [青果] (店長)	・世の中の景気や中国に対する輸出、政治的不安定等、購買心に繋がるプラス材料が少なく、かなり厳しい状況が続く。
スーパー (経営者)	・国全体の不安定さと大型企業のリストラ、また消費税増税、海外との摩擦等、不安定要素が多い。
スーパー (店長)	・年末年始を迎えるが、ギフトの市場自体が非常に縮小していることに加え、景気はまだまだ本調子ではない。また例年、年明けには非常に節約、儉約意識が高まるが、来年はそれが更に強まることが予測される。昨年は閏年だったということもあり、数字的にも年明けは厳しいものがある。
スーパー (店長)	・今の状態から近い将来を予測すると楽観できない状況にある。
コンビニ (エリア担当)	・電気料金の値上げが決まり、一般消費者の可処分所得が下がり、需要は下がる。また、店の電気料金等の公共料金が大きくアップすることで、固定経費が上がり、厳しい経営をせざるを得ない。今後も厳しい状況がずっと続く。
衣料品専門店 (総務担当)	・やや持ち直したとはいえ、現在の円高、株安のなかで、景気に対する悲観論が出ており、中間層の購買意欲が極端に低下している。今後もしばらくは厳しい状況が続く。
家電量販店 (店員)	・家電の中に売上増をけん引する商品がなく、テレビの需要回復には時間がかかる。客の買い控えもあり、景気はやや悪くなる。
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)	・総選挙時期及び結果に、景気は左右される。
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] (支配人)	・政治が不透明であり、電気料金値上げ等家計がひっ迫する案件に近い将来ある。厳しい状況が続く。

高級レストラン（支配人）	・例年の繁忙期とは少し消費者の動向が違う。今後、景気は悪くなる。
高級レストラン（専務）	・消費税増税等経済的、政治的にもいろいろな問題が出てくるため、来年の景気はすごく悪くなるのではと不安である。
居酒屋（経営者）	・周りの同業種の店舗や取引先の話聞いてみても、先行きの不安が大きい。
観光ホテル（総務）	・売上予測が好ましくなく、厳しい状況が続く。
都市型ホテル（販売担当）	・先行きが見通せず、景気は低迷している。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は前年比13%減で推移しており、昨年あった大型案件もなく、予約の動きも鈍い。
都市型ホテル（副支配人）	・インバウンドが非常に減っており、経済の不安定や総選挙の影響があり、見通しがつかない。
タクシー運転手	・歓楽街に動きがない。皆の財布のひもが固まっているので、今後もあまり期待できない。ボーナスも前年と比べてかなり減っている。
タクシー運転手	・総選挙のため、昼も夜も動きが悪くなり、忘年会も減る。その後に期待したいが、寒いので用事がない限り外出しない傾向は続き、先行きはあまり期待できない。
タクシー運転手	・新年は人の動きは良くなり、全体的に景気は今より少し落ちる。
ゴルフ場（従業員）	・例年明けの予約は、伸びが良い時期であるが、今年は年明け後の予約が非常に厳しく、現時点で前年割れするのではないかとこのくらい酷い状態である。また景況感、先行きが不透明な部分もあり、ゴルフ等に関して厳しい状況を迎えている。消費者のゴルフ控えが顕著となっており、厳しい状況が続く。
ゴルフ場（支配人）	・気象庁の3か月予報では12～2月の気温は平年より低い見込みと予報している。12月半ばまでの忘年コンペシーズンが過ぎると冬のゴルフシーズンとなり、客足は落ちるが、寒ければ更に客足が遠のく。
競輪場（職員）	・電力料金の値上げが景気低迷に影響する。
競馬場（職員）	・来客数が伸び悩んでおり、今後も厳しい状況が続く。
美容室（経営者）	・国内も国外に向けても良いニュースはなく、皆その報道を信じ、守りの購買姿勢となっている。今後も厳しい状況が続く。
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）	・季節的要因で、これから冬季にかけて入院等による客数減が顕著になるため、売上減少となる。
悪くなる	
スーパー（店長）	・競合店の出店とそれに対する価格競争がますます厳しくなる。また消費税の問題もあり、消費者の購買意欲が上がる要素がみえない。
スーパー（店長）	・12月は選挙があるが、ちょうど繁忙時期と重なる。総選挙がある日は購買が少ないので、売上は落ちる。
スーパー（総務担当）	・大型施設の新規参入により、一段と競争が激化しているため、来客数の維持が困難な状況となっている。顧客獲得には低単価路線が避けられず、収益確保は事実上困難である。また、年末に総選挙が控えており、購買の動きは一段と先細りになっていくことが懸念される。
コンビニ（販売促進担当）	・12月はクリスマスケーキ、生餅と売上を稼ぐ時期になるが、現状今月末の状況をみても前年実績に届くかどうか非常に不透明である。
衣料品専門店（店長）	・最近、大型店が近隣にでき、にぎわいをみせているように見えるが、景気そのものや売上の増加は望めず、パイの取り合いである。今後も厳しい状況が続く。
家電量販店（店員）	・家電業界は非常に冷え込んでいる。明るい材料が見当たらず、過当競争もある。生き残るのが非常に厳しい状況である。
家電量販店（総務担当）	・消費者の購買意欲が上がる商品がなく、景気は悪くなる。
高級レストラン（経営者）	・来月総選挙もあり、選挙で選ばれた与党の動きによって、当店のような割烹料亭はすごく影響され、客の入りも変動する。12月は1年のうちで一番の繁盛期になるが、やはり選挙前の土曜は予約が少ない。新しい与党に関してもこの先期待してよいのか、かなり不安であり、景気は悪くなる。
旅行代理店（企画）	・円高基調により、海外旅行への意欲は一定程度維持されるが、外需比率が高い九州の企業は業績回復が難しくなり、昇給や賞与の抑制が想定される。結果として個人旅行意欲が減退し、景気の悪化に繋がる。

		住宅販売会社（従業員）	・政治の低迷、迷走によって、厳しい状況が続いている。また、電気料金の値上げによる産業界への影響が懸念され、景気は厳しい状況となる。
企業 動向 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	—	—
		農林水産業（経営者）	・年明け1、2月は例年通りの厳しさが予想されるが、12月は年末特需でかなり期待できる。年末は厳しいなりにも在庫を軽減できたので、あとは寒い冬で鍋物の期待や忘年会等の居酒屋等の外食に期待したい。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・自治体、民間共に年度末予算消化に向け動きが活発になると想定される。
		金属製品製造業（企画担当）	・例年、年度後半にかけて受注が増加するが、3か月受注予測によると、今年度は例年以上に受注が増加傾向である。
		通信業（経理担当）	・年末の需要で若干の景気は上昇する。しかし、それは総選挙の結果次第である。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・12月は総選挙があるので、商売自体は厳しい局面である。選挙が終わった後については、多少安定して好調に向かい、景気は少し良くなる。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・納入先、特に観光分野は相変わらず厳しく、またこの分野での景気が現状より良くなる兆候は見出せない。その反面、先行きに対する不安材料はあるものの、現時点の売上の推移から、急速に景気が減速するという気配はない。
		食料品製造業（経営者）	・11月に比べると原料事情が悪くなっていくため、生産量が若干低下する見込みである。しかし、引き続き安定した受注が見込める。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・早く政治が安定しないと、景気はなかなか上向きにならない。このままいくと地場産業、特に製造業は厳しい状態になるのではと危惧している。
		鉄鋼業（経営者）	・マンションの新規建築物が好調で、11月に入りゼネコンからの鉄筋の買い付け量が増加している。新規の中小店舗建設も多い。消費税増税前の駆け込み需要を狙った着工物件かもしれないが、足元での製品販売数量は増加しそうである。
		精密機械器具製造業（従業員）	・今月は突発的な要求元からの受注で増産となっているが、まだ先がみえない状態である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月先の生産台数の見通し計画が現状と変わらない。
		輸送業（従業員）	・メーカーの話では、予想以上に景気は悪く、物を作っても売れないため、生産自体を少しセーブしているとも聞いている。これから年末にかけて、それなりに物は動くものの、その反動は1、2月にくる。
		通信業（職員）	・受注量が数か月間落ち込んだままであり、急激に増える見込みはない。
		金融業（営業担当）	・金融円滑化法の終了を目前にし、資金繰りが厳しい中小企業の倒産増加が予想される。総選挙もあるが、現状の低迷した状況には変わらない。
		金融業（調査担当）	・消費税増税関連の資金需要や太陽光発電関連の資金需要、また、介護関連の資金需要は引き続きおう盛である。
		不動産業（従業員）	・商業施設での売上が横ばいで、今後も継続する。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込枚数は前年比7%減と数か月マイナスが続いている。ただ、これ以上悪くならないので、底での踊り場状態である。通信販売や娯楽、流通産業いずれも折込チラシの主要業種で受注量が増える話がない。悪い状況が変わらず続く。
		広告代理店（従業員）	・特定の業種のみが悪いのではなく、全体的にみて広告市場は冷え込んでおり、上昇の気配はない。相変わらず低迷状態であり、今後もこの状況が続く。
		経営コンサルタント	・DMを出して販売促進をしたが、全然反応がなく、景気は今後もあまり変わらない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・自社の問い合わせ件数や取引先から聞く業況見通しから判断して、景気が変わる兆候は見当たらない。
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・生乳関係の販売は、もとの酪農関係の飼料価格が高い状態が続いているので、厳しい状況になる。
		繊維工業（営業担当）	・在庫がなくなる様子ではない。今は、1～2週間先の受注が大変で、取引先が正月休みに入るとますます状況が悪くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・輸出を主体にしているユーザーからの受注量が減っているため、日本からの輸出量が大幅落ちている。今後も景気はこの状態がしばらく続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今後の引き合いにおいて、主要取引先より値引き要求がある。二次電池のエンドユーザーからの値引き要求によるもので、対中国メーカーのコスト競争に打ち勝つための製品値下げで設備も値下げ対象となった。

	電気機械器具製造業（経営者）	・市場環境からみても良くなる兆しがみえにくい。グローバル社会のなか、我々中小、零細企業はなかなか突破口を見いだすことができない。最近企業の閉鎖情報をよく聞くが、その気持ちがよく分かる。
	建設業（従業員）	・見積案件は堅調に推移しているが、公共工事では耐震補強工事が落ち着いてきている。民間工事では、採算度外視での受注が多く見受けられる。また、施工面では下請業者の業者不足問題が発生している。個人消費の伸び悩みや景気の先行き不透明感等による設備投資への低迷により、今後、景気はやや悪くなる。
	建設業（社員）	・今の段階で元請、下請工事をいかに受注できるかによりそうだ。繰越工事の確保ができれば、3か月後も心配ないが、今年度は県が予定通りに発注できていないのではないかと思われ、非常に少ない。市は総選挙の関連なのか発注が多かったようだ。今後の繰越工事発注に期待したい。
	輸送業（総務）	・本来ならば12月は繁忙期であるはずだが、総選挙があるので、経済活動にマイナスの動きがあり、荷物はあまり動かない。
	輸送業（総務担当）	・電気料金の値上げ等により、節電モードは相変わらずである。電力会社あるいは下請業者の賃金問題ほか、あまり良い話がないので今後、景気は悪くなる。
	金融業（従業員）	・テレビ等の家電や自動車の販売が落ち込んでいる。また、年末商戦を控え、早くも大幅値引きの商品が出回り始める等、景気悪化の兆しが表面化してきている。
悪くなる	経営コンサルタント（社員）	・客足が戻らず、景気は今後もっと悪化する。
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・年度末に向けて残り4か月となっていることから、新たな公共事業の発注は少なくなる。このため、受注額は前年比15%減で推移する見込みである。景気対策を打たれないと市町村の予算がなく、建設コンサルタントへの発注は見込めない状況にある。
雇用 関連 (九州)	良くなる	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（社員）
変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・例年、2、3月は求人動向が活発になるが、最近の求人数の動きをみると期待ができない。前年並みで推移できればいいほうである。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・有効求人倍率が低下しており、厳しい状況は変わらない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・政権交代により景気が回復し、雇用の増加につながることを期待したいが、各党の政策からは今の閉そく感を打破するだけのものはみえてこない。
	職業安定所（所長）	・全体では変わらないと判断するが、受注が追い付かない反面、宿泊業では厳しい状況である。
	民間職業紹介機関（職員）	・年末商戦に向けての需要は予想より低下傾向にある。また、企業のリスク管理体制の一環として都市圏だけの集中的業務を地方へ分散化させており、求人数が伸びている。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・求人数は増加しているものの、厳選採用という厳しい就職環境はしばらく継続する。また、採用予定数に満たなくても選考活動を終了している企業が見受けられる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（営業） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 民間職業紹介機関（社員） 学校〔専門学校〕（就職担当）
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・企業のグローバル化は加速し、ますます国内の雇用は空洞化している。それに対しての未就労者の危機感が全くない。

	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・今後も東アジアとの関係悪化により、観光客数は減少し、九州の産業の柱である観光への打撃が大きい。また、北部九州の自動車産業を始めとした輸出も影響を受けている。雇用面でも今後さらに厳しい状況が続く。
	民間職業紹介機関 (支店長)	・都市圏の人材需要が前年比マイナスである。これは年末年始から年度末の繁忙期需要も全く期待できないことを意味する。