

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	高級レストラン（専務）	・鹿児島中央駅のオープンに合わせて色々なイベントがあるので、今年いっぱい景気が良くなる。	
		一般レストラン（スタッフ）	・中津市に自動車工場ができ、多くの社員が流入してくる。その人たちにしっかりとアピールしていける会社はチャンスである。	
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・3月から新幹線の流れて人が入ってくるようになり、焼酎ブームなのでこれから楽しみである。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・来店客数が増えている。	
		商店街（代表者）	・地元消費者の動向に変化はないが、常時割引販売を行う店舗や、品ぞろえの豊富な店の売行きが上昇傾向にある。	
		一般小売店〔青果〕（店長）	・売出がある程度落ち着き、客自身が商品の評価をしっかりとしてくれるようになった。	
		百貨店（営業担当）	・紳士服の動きに下げ止まり傾向が現れている。	
		スーパー（企画担当）	・製造業を中心とした景気回復により、中元賞与アップが想定される。特に製造業従事者中心の商圏であることから、現状よりも多少景気は回復する。	
		衣料品専門店（総務担当）	・ヤングの婦人服とカジュアルの宝石商品が売上好調である。この傾向が今後も続く。	
		家電量販店（経営者）	・アテネオリンピックに向けて、デジタル商品への関心が高まっている。	
		家電量販店（総務担当）	・九州新幹線の開通やオリンピック等、明るい話題が消費にも影響する。	
		家電量販店（企画担当）	・気候が暑くなりそうであることに加え、アテネオリンピックを控えているため、需要が期待できる。	
		乗用車販売店（経理担当）	・来月に新型車が出るため、それに伴い若干ではあるが販売台数の増加が見込まれる。	
		乗用車販売店（管理担当）	・地元企業破たんの影響が大分落ち着き、消費マインドが少しは上向く。	
		一般レストラン（スタッフ）	・先月、今月と客も増えているので、今後夏場にかけて売上も若干増える。県外客も若干増えているようである。	
		都市型ホテル（副支配人）	・個人の予約の動きが活発化してきた。	
		通信会社（業務担当）	・メーカー施策での低価格商品の出現と拡販キャンペーンにより、今まで高価格のため他社携帯を購入していた客の新規乗換え需要と、買換えを見送っていた既存ユーザー層の機種取替え需要が大きく高まる。	
		通信会社（総務担当）	・ケーブルテレビ関連の販売をしているが、デジタル化等が追い風になっており、2～3か月後も伸びていく。	
		通信会社（営業担当）	・来月からキャンペーンが始まり、機種の価格が大幅に値下がりするため。	
		美容室（店長）	・客がこちらが薦める商品を買ってくれたり、金額が少し上がったも何も言わずに買ってくれるので、少し余裕が出てきた。	
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン減税によるメリットを受けるため、今から年内完成の客が動き出す。	
		変わらない	商店街（代表者）	・購買力、キャッシングとも前年より落ちており、こういう状態が長く続く。
			商店街（代表者）	・街全体を見ても、繁栄している店はあまり耳にせず、逆に倒産する店が数軒出た。営業不振から店舗を貸す店も出ている。また、CDが売れなくなったことから、逆に古いレコードの販売に転換したり、1枚数百円の洋服類を販売したり、ランチも500円が主流になる等の動きがみられる。総額表示導入による影響も、今後ポディーブローのように効いてくる。
	百貨店（営業担当）		・入店客数が若干増えつつある。買上量はやや底離れしているが、今後この傾向が続くかは疑問である。	
	百貨店（営業担当）		・消費者の購買意欲はそれほど高くなく、バーゲンセールやお得意様特招会等、催事以外の通常商品の売上回復はいまだに見込めない。	
	百貨店（営業担当）		・現状であれば、6月に近郊にファッションモールもオープンするため、落ち着くまでは苦戦を強いられる。	
	百貨店（売場担当）		・前年同時期と比べて売上高は非常に良かった。しかしゴールデンウィーク効果による売上増であり、単純に平月を見た場合は今までと変わらない。この傾向が今後も続く。	

	百貨店（営業担当）	・主要催事での購買客数の減少や、平日の入店客数の減少が目立ち、先行き不透明である。	
	百貨店（売場担当）	・若干購買率が下がっている。入店はしているが、買うのに慎重になっている。特に衣料品について、単価の高いものの動きが悪い。今年についてはオリンピックや選挙等が控えており、売上の伸びが良くない。	
	スーパー（店長）	・総額表示の影響が軽微に済んで、食品関係はあまり変わらない。しかし、インポート関係の商品や付加価値のある衣料品等、やや単価の高いものが一時売れていたが、今月は極めて厳しくなっている。近隣にインポート商品を扱うアウトレットモールができたことによる影響も考えられる。初夏の衣料品の動きも悪く、この状況が今後も続く。	
	スーパー（総務担当）	・来店客数は前年並みだが、買上点数が少なく、金額が上がらない。購買は食品中心であり、衣料品、住居用品への広がりはない。	
	コンビニ（経営者）	・競合他社も店舗を展開しており、売上減が続いている。厳しい状態が続く。	
	コンビニ（エリア担当）	・天候も良く、オリンピックも開催され、ボーナスも出る等、2～3か月先に好転する材料がそろってはいるが、ここ数年好材料がそろっていても売上は好調に推移していない。売上が上がる確信が持てない。	
	コンビニ（エリア担当）	・コンビニにとってこれから1年間の中で最も稼がなければならぬ時期だが、競合店の出店も含め、状況は厳しい。	
	衣料品専門店（店員）	・物の動きは少し良くなっているが、単価は特に上がっていない。また1人当たりの販売量も増えているわけではない。3か月後はセール時期なので利益率が一段と低くなるが、販売量の動きは良くなっており、期待できる。利益率は下がるが、販売量は増えるため変わらない。	
	自動車備品販売店（従業員）	・客数は戻りつつあるが、客単価が下がっている。	
	旅行代理店（従業員）	・夏休み等の先の予約があまり入っておらず、ビジネス客や家族旅行の需要が停滞している。	
	タクシー運転手	・周りの状況からは、以前はかなり財布のひもが固かったが、それがいくらか緩んでいるようだ。観光客の入込もいくらか増えている。	
	タクシー運転手	・夜の繁華街に若干客が増え、活気が出てきた。	
	通信会社（企画担当）	・既存サービスの価格低下を補えるだけの、新サービス購入による顧客単価上昇は困難である。	
	競輪場（職員）	・販売量よりも入場者の数の上昇が大きく、先行きはプラス要因が多いと見受けられるが、時期的に夏を迎えて落ちる場合があるのではないかと懸念される。	
	理容室（経営者）	・最近の客の動きを見ていると、来店回数が非常に伸びている。それに対して新規客の動きがあまりなく、全体的な顧客数が増えない。	
	住宅販売会社（従業員）	・先行き不安を口にする客が減ったように思われるが、大手企業、公務員の人とその他では温度差がある。	
やや悪くなる	スーパー（店長）	・大型商業施設がオープンし、半径40キロ以内の競合店になるため、特に土日は集客が懸念される。	
	衣料品専門店（店員）	・6月に郊外に大型商業施設がオープンするので、客数が減少する。特に、20代、30代のニューファミリー世代は新しい商業施設に行きがちなので、当店がターゲットとする層の来客数が減る。	
	その他専門店〔書籍〕（店長）	・近隣に大型商業施設がオープンするため、影響が出ることは必至である。	
	美容室（経営者）	・昔はお盆のような年に一度の行事には必ずお洒落をしたり用事をしたりであったが、なかなかそういう方向に向いていない。	
	住宅販売会社（従業員）	・都心部のマンションの需要が大きいので、周辺部の宅地、戸建の分譲の価格を下げざるを得ない。景気は良くならない。	
	悪くなる	百貨店（営業企画担当）	・近くに大型商業施設やアウトレットモールがオープンしたほか、福岡一極集中も拡大傾向にあること等から、客数の減少が8月までは続く。
企業動向関連	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・今まで経費節減等で努力してきたため、受注量が増えれば完全に利益につながる。
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・焼き鳥、バーベキュー等の最需要期に入ることに加え、鳥インフルエンザの影響も収まりつつあるため、今後はかなり期待できる。

	家具製造業（従業員）	・受注情報が前期と比較しておう盛である。また、首都圏の活発な動きが多少地方にも波及している。	
	金属製品製造業（企画担当）	・価格低下が依然として続くと思われるが、受注量が漸増傾向にあるため、景気は良くなる。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・カスタマー、同業者の情報から、今よりも良くなる。	
	輸送業（従業員）	・多くの荷主の出荷量が、ここ数か月で確実に増えてきた。	
	広告代理店（従業員）	・大型商業施設等、出店計画がいくつかあり、それに伴う広告収入が見込める。	
	経営コンサルタント	・酒類業界全体で焼酎ブームが安定化しており、その影響で業界の動きは活発である。	
	その他サービス業〔物リース〕（役員）	・経営者の中に設備投資に前向きな話が出てきた。	
変わらない	食料品製造業（経営者）	・現時点では、やや上昇傾向にある。しかし一般的に夏場は売上が低迷する時期であるため、明確な好材料もないなかでは楽観的にはなれない。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・陶磁器産業は、例年夏場は需要がガラス製品にシフトするため落ち込みがひどいが、今年度はそれが早く来ており、先々の受注関係に苦慮している。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・材料が値上がりしてきたので、あまり景気は良くならない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の話では、自動車関連が夏場過ぎまで、忙しいほどではない。ただ、他の取引先で受注の話があり、現状とそう変わらない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連全般、並びに液晶関連の精密機械部品等の動きは、現状維持で継続する。また、動き全体としてもまだまだ拡大傾向が予想される。	
	建設業（総務担当）	・個人住宅等の受注がとにかく少ない。また、見積をしてもその一部の施工依頼にとどまることも多く、大型案件が非常に少ない。	
	輸送業（従業員）	・消費者の購買意欲が低い。それを問屋、小売店も分かっており、店舗自体に商品を置かず倉庫に置いており、荷物の動きが悪い。今後これが改善する兆しは今のところない。	
	輸送業（総務担当）	・ここ2か月あまり衣料品の新店オープンで衣料品が動いていたが、あとの商品に関してはほとんど変わらない荷動きをしている。	
	通信業（職員）	・テレビ放送のデジタル化に向けた動き（アナログ周波数変更対策等）により、若干の受注増の見込みはあるが、16年度全体の予算からみればまだまだ不足している。	
	広告代理店（従業員）	・中央では景気が上向きという声もあるが、地方では実感に乏しい。レギュラー広告の落ち込みを単発広告で補えず、売上は停滞状態である。	
やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・これまで伸びてきた契約量に陰りがみられる。また、市場では価格面で下降圧力がかかってきた。国内需要が大幅に増加する兆候は見受けられず、市況は踊り場から調整局面に入る。	
	広告代理店（従業員）	・折込広告は、受注量が前年及び最近の状況に比べて80%程度の落ち込みとなった。特別な原因が考えられないため、全体的な消費の落ち込みが続いている。	
悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・九州の造船業を取り巻く環境は非常に悪い。大手造船所は特需が5年間程度続くが、中小造船所は相変わらず厳しい。	
雇用関連	良くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・長期・短期の案件を問わず、また多種多様な職種の求人が活発化しており、需要数も右肩上がりの傾向が顕著である。労働者派遣法改正による効果も出ている。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣のオーダーの傾向を見ると、今まで応援部門、広報部門の需要が多かったが、最近は営業の前線部隊に対するオーダーが出てきている。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・企業業績の好転に伴い、採用に対するマインドが改善し、求人数が増加している。
		職業安定所（職員）	・雇用吸収力の高い製造業からの求人が堅調に推移している。
		職業安定所（職員）	・2～3か月ごとに仕事が出てくるという話を複数聞く。ただし採算面で厳しい状況は続きそうである。
変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・これから夏の繁忙期を迎え、短期雇用の求人は活発になると思われるが、アウトソーシングが幅広く浸透しているので、媒体による求人が顕在化しにくい。アウトソーシングも競争が過熱気味で、時給単価が下落傾向である。	

	学校 [ 専門学校 ] ( 就 職担当 )	・雇用形態の様子がますます臨時的職員採用へと移ってい る。
やや悪くなる		
悪くなる	-	-