

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	商店街（代表者）	・定額給付金の給付の影響で、客の動きが少し良くなり、消費拡大のきっかけになる。
		商店街（代表者）	・市が発行するプレミアム付き商品券の販売が5、6月と続き、景気は少し好転する。
		商店街（代表者）	・定額給付金の給付、高速道路料金引下げ等、明るい話題があり、加えてプレミアム付き商品券の販売で活況を呈する。地元百貨店も催事を計画しており、来街者数の増加が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・前年、高騰していた商品の原材料価格も下がっており、利益率が例年並みに戻っている。少しずつではあるが景気は改善する。
		家電量販店（店員）	・定額給付金の給付や商工会議所よりプレミアム付き商品券が発売され、上限も1人10万円までと大きく、非常に期待できる。
		家電量販店（総務担当）	・消費を刺激する景気対策が徐々に消費マインドを上げる。
		乗用車販売店（管理担当）	・環境対応車への優遇税制や景気対策等、補正予算が成立したら今よりも明るくなる。高速道路料金引下げによるETC車載器の需要が追い風となり、自動車の買換えが増える。
		一般レストラン（経営者）	・安い費用で近くの観光地に短い日程で出かける傾向が強まっているため、若干良くなる。ただ、企画、内容により、客が減少することもあるため、しっかりとした企画、内容で売上を確保しなければならない。
		観光型ホテル（営業担当）	・前年に比べ、修学旅行を中心に宿泊が増加しており、婚礼の利用者も増加しているため、やや良くなる。予約状況をみると、ゴールデンウィークは例年と変わらない状況にある。
変わらない	商店街（代表者）	・景気対策により大きな好転はないが、悪くはならない。	
	商店街（代表者）	・政府の景気対策等でも簡単に景気は良くなる。今の悪い状況が続く。	
	商店街（代表者）	・商店街の周りにはスーパーやコンビニエンスストア、デパート等が多くあり、競争が激化している。周辺の競合店には商店街にはない駐車場があり、営業時間を延長する店舗もあり、商店街はますます厳しくなる。	
	商店街（代表者）	・高速道路料金引下げ等により県外客が増え、来客数は増えるが、売上の増加にはつながらない。	
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・2～3か月後はうなぎの季節であるが、今年は丑の日が日曜日ということもあり、期待はできない。今は魚価も安く、売れさえすれば利益も出るが、とにかく売れないため、非常に厳しい。	
	百貨店（売場主任）	・新型インフルエンザの世界的な流行等が伝えられ、明るいニュースがなく、このまま悪い状況が続く。	
	百貨店（総務担当）	・定額給付金等の景気対策に期待感はあるものの、一過性のものにすぎない。近隣大企業の一時帰休も継続しており、消費マインドの回復は期待できない。	
	百貨店（営業担当）	・来店客の購入率が縮小しており、バーゲン商品のシェアが上がり、厳しい状況が続く。食品の動きは例年通りとなっており、物産催事、全店催事への来場者数は確保しているが、客の慎重な購買姿勢は継続している。	
	百貨店（営業担当）	・定額給付金等の消費押し上げ要因も、夏の賞与の減額や新型インフルエンザ等のマイナス要因に打ち消され、専門品、買回り品を中心に不振が続く。	
	百貨店（販売促進担当）	・現状でかなり底に近い状態であり、今後、特に悪くも良くもならない。	
	百貨店（売場担当）	・定額給付金の給付は一過性のもので、3か月後に購買力が高まることは考えにくい。客の低額志向が続いており、売上の押し下げや来客数の減少につながっている。客は生活防衛型消費傾向にあり、百貨店での衝動買いはほとんどみられない。慎重に購入する消費動向がみられ、売上が急に伸びることは考えにくい。	
	百貨店（業務担当）	・客が消費を抑える傾向が続いている。夏の賞与が出ないため、購入を断念する客も増えており、厳しい状況が続く。	
	百貨店（営業企画担当）	・エコや省エネ商品等への政府支援策はあるものの、現実的な景気回復の兆しはなく、当面は、現在の状況が続く。	
	スーパー（店長）	・客の先行きへの不安感はこの数か月では改善できず、今後厳しい状況はしばらく続く。	

スーパー（店長）	・約3年前から高齢化や若年者人口の減少等により絶対消費量が落ちており、消費拡大が望めない環境であるが、当社は価格より、購買価値という観点で商品化を行っており、急激な実績悪化はない。
スーパー（店長）	・競合店の出店もあり、販売点数が伸び悩んでおり、今後も変わらない。
スーパー（店長）	・新型インフルエンザの影響で精肉の売上は厳しいが、青果は相場の関係で堅調な動きである。定額給付金の給付の影響は今のところみられないが、衣料品等の販売促進がポイントとなる。
スーパー（店長）	・IT関連企業や自動車関連企業、製鉄業は在庫調整が終わりつつあるにもかかわらず、製鉄業の稼働率が悪く、関連企業に元気が無いため、消費拡大は依然望めない。
スーパー（総務担当）	・今後も食料品を中心とした低価格商品の打ち出しは変わらず、定額給付金の給付も始まったが、大型商品、大型家電等の動きも思わしくない。
スーパー（企画担当）	・急な景気回復が望めないことやドラッグストア的な販売強化策も難しいことから、今後の売上動向はほぼ平行線を辿る。
スーパー（経理担当）	・政府の景気政策の効果もあまりなく、雇用不安等先行き不透明感がまん延しており、売上や来客数は低水準での横ばいで推移する。
コンビニ（エリア担当・店長）	・客や周囲に様子をみると、依然収入がない人が多く、2、3か月では大きな改善は期待できない。
衣料品専門店（経営者）	・悪くなる一方であったが、ここきてようやく良くなる兆しがみられる。しかし前年に比べると内容は悪く、依然先は見えない。
衣料品専門店（店員）	・定額給付金の給付やエコポイント等の景気対策はあるが、婦人服には影響しにくく、今後も婦人服の売上は上がらない。
衣料品専門店（店員）	・百貨店等でも従来では考えられない価格帯で販売しており、安価な物に客が流れている。通常価格では売れないため、厳しい状況である。
家電量販店（店員）	・向かいにあった大型店が撤退し、それに伴い商店街の通行量や来客数が減っており、非常に厳しい状況である。省エネ商品に付与されるエコポイント制度開始前でテレビ等の買い控えがある。
乗用車販売店（従業員）	・車の景気対策が実施されるが、高い買い物であり、客の反応は薄い。
乗用車販売店（販売担当）	・景気の浮揚策として自動車の減税等が行われるが、客の購買に対する慎重な姿勢は変わらない。
住関連専門店（経営者）	・定額給付金の給付が始まり、当地でも6月からプレミアム付き商品券の発売が決まったが、家具の購入にはつながりにくい。連休明けから夏場に向けては家具の購入に期待はできない。
その他専門店〔コーヒード豆〕（経営者）	・来店する客の動き、客単価、来客数は前年より少し良くなっているものの、今後の見通しとしては購買量は差し控えられ、客単価は若干減少する。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・夏に向けて客の行動が活発になるが、企業決算があまり良くないため、期待できない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・定額給付金の給付や高速道路料金引下げ等により、次の休みには家族と旅行計画を立てているという客の話が聞かれる。消費マインドが回復しつつあるが、依然客の購買に対する慎重な姿勢がみられるため、本格的な消費拡大には時間がかかる。
高級レストラン（支配人）	・予約数が前年より少し減っている。景気対策も行われるため、これから少しずつ予約も増えてくるが、良くも悪くもならない。
スナック（経営者）	・客の財布のひもが固い状況が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・一部景気が上向くという話を聞くが、地方都市への波及は遅れる。
都市型ホテル（副支配人）	・例年通り団体の予約は入っているが、出張客が減っている。
旅行代理店（従業員）	・ビジネス出張も法人団体も依然、低迷が続く。個人旅行も単価を抑える傾向にあり、日帰り旅行が増えている。海外旅行では新型インフルエンザの影響もあり、今後は予断を許さない状況である。
旅行代理店（業務担当）	・法人需要がすぐに回復はせず、厳しい状況が続く。それ以外も回復要因が見当たらない。

	通信会社（業務担当）	・5月は母の日セール等で需要の喚起を図ることが出来るが、来客数は大幅に伸びないと予想され、法人大口も見込みが少ない。新機種等が5月末に発表されても、市場は活性化せず、厳しい販売状況になる。
	テーマパーク（職員）	・経済状況は悪いが、高速道路料金引下げや定額給付金の給付もあり、総じて変わらないと回答した。夏に向けて新プランを準備しており、上記の景気対策が追い風になれば良くなる。
	ゴルフ場（支配人）	・近隣企業の動きは相変わらず冷え込んでいるが、客の動きや会話の様子からは大きな変化はみられない。
	ゴルフ場（従業員）	・ゴールデンウィークに入るが、単価を下げての営業を続けており、厳しい状況が続く。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・マスコミ等による不景気報道の影響で客は買い控え傾向を強めている。値下げをしないと売れず、物販業は利益はとれない状況が続く。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・新茶を入荷し販売しているが、例年のような積極的に購入する客は少ない。定額給付金の給付等の期待も一時はあったが、別の物に流れるか貯蓄に回るため、今後も厳しい状況が続く。
	百貨店（営業担当）	・政府の経済対策等はあるが、景気を押し上げることにはならない。マインド面での下支えにはなるものの、消費者は不景気に慣れ、生活防衛型消費の傾向が強まり、売上は更に厳しさが増す。
	百貨店（企画）	・年1回開催の人気物産催事までも通常の購買行動と同じ様な動きになっている。新型インフルエンザ等、気持ちが前向きになる報道は皆無であり、購買意欲を喚起するきっかけがない。
	スーパー（店長）	・定額給付金の給付が始まったが、消費性向が少しずつ上がっている。しかし今後の夏商戦、ボーナス商戦をみると、商品単価が更に低く抑えられ厳しい状況に変わりない。
	スーパー（総務担当）	・定額給付金の給付も全部は消費に回らず、今後消費マインドはむしろ低下するため、厳しい。
	コンビニ（販売促進担当）	・小麦粉の価格が下がっており、食パン等の利益率を若干上げることが出来る。しかし、黒字になるにはまだ時間を要する。
	その他専門店〔書籍〕（店長）	・目先だけの景気対策では国民の不安は解消しない。環境対応車の減税や省エネ家電のエコポイント制度も一部の消費者への効果しか期待はできず、今後も厳しい消費行動が続く。
	高級レストラン（専務）	・5月まではこのまま少し悪いくらいで推移するが、6月以降は人の流れが激減する。タクシーや百貨店の状況も悪いと聞く。
	観光型ホテル（スタッフ）	・新しい施設が7月にオープンし、婚礼の予約が前年と比べ減少している。
	都市型ホテル（スタッフ）	・円高による外国人観光客の減少、製造業各社の業績低迷による出張の減少等良い要素が見当たらない。高速道路料金引下げによる日帰り客の増加が懸念される。
	タクシー運転手	・暑くなると人の動きが悪い上に、高速道路料金引下げの影響で自家用が多くなるため、タクシー利用が少なくなる。
	タクシー運転手	・客の乗車率が大変悪く、売上が伸びないので会社自体が前を向いて進まない状況になっている。
	競輪場（職員）	・発売額、入場者ともに前年を大幅に下回っており、この傾向は今後も続く。
美容室（店長）	・今後も低価格のサービスが主流になっていくため、厳しい。	
悪くなる	百貨店（営業担当）	・定額給付金の給付及びプレミアム付き商品券の販売は始まったが、売上増加、単価上昇にはつなげていない。今後も悪くなる。
	百貨店（営業担当）	・中心街は空き店舗が急増しており、百貨店1店舗だけでは耐えきれない状況である。
	コンビニ（エリア担当・店長）	・タスポ効果が一巡し、たばこの売上にあまり期待ができなくなっている。このままでは客単価も下がる一方である。集客する要素もなく、このまましばらく低迷する。
	コンビニ（エリア担当・店長）	・九州では鹿児島、宮崎を除く全エリアでタスポ導入後、1年が経過する。先行エリアの状況をかんがみると、5～7月にかけて販売数量、単価ともに非常に落ち込むため、これからコンビニエンスストアは悪い方向に向かう。
	衣料品専門店（店長）	・定額給付金の給付がプレミアム付き商品券の購入につながるか、購買意欲の上昇につながるか不明である。

		衣料品専門店（店長）	・低価格消費の動きが好調である。大型店にはかなわないので、1点物の商品をそろえているが、今後も厳しい状況となる。
		乗用車販売店（従業員）	・部品の販売量が伸び悩んでおり、厳しい状況が続く。
		高級レストラン（経営者）	・予約がほとんどなく、厳しい状況である。5月は株主総会が多いが、その後の食事も昼食のみになり、単価が低くなっている。当店のような社用の高級割烹店は大打撃を受けている。
		タクシー運転手	・新型インフルエンザの影響により、外出客が減少し、タクシーへの乗客もかなり減少する。
		通信会社（総務担当）	・視聴者の加入実績は前年比マイナスとなっており、今後の経済情勢の悪化が続けば、期初より事業計画の未達成となる。しかし、未達成は許されず、何らかの努力と工夫が必要である。
		設計事務所（所長）	・仕事は3か月から半年後に結果が出るため、今、手持ちの資料がほとんどなく、先々かなり悪くなる。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		一般機械器具製造業（経営者）	・エネルギー関連の引き合いが多く、5月には受注の見込みである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の様子から半導体関連やコネクタ関連、液晶装置部品関連は現在、底をついている状況である。在庫調整はある程度終わり、先行きは明るい兆しである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注量が増えるため、やや良くなる。
		建設業（総務担当）	・公共工事の発注が出る時期となり、どん底からは脱出する。
		通信業（経理担当）	・定額給付金の給付や高速道路料金引下げ等、これから迎える大型連休への波及効果が期待できる。今後発表される各社の決算状況に影響されないよう、企業は従業員への待遇を改善し、消費を拡大させる必要がある。
		経営コンサルタント	・為替の落ち着き等により、今後数か月は少しずつ上向いてくる。
変わらない		農林水産業（経営者）	・原料不足から一転し、原料調達も順調に進んでいる。梅雨時期は少し厳しいが、夏場は大いに期待できる。ただ、今回発生した新型インフルエンザの影響が鶏肉にどのような影響を及ぼすか心配である。
		農林水産業（従業員）	・国内の在庫が結構残っており、価格的にスーパー等で低価格路線が定着しているため厳しい状況である。
		家具製造業（従業員）	・住宅ローン減税や高速道路料金引下げ、定額給付金の給付等景気対策の効果は限定的となり、景気全体を好転させるほどの効果は今のところなく、受注状況も良くはならない。
		鉄鋼業（経営者）	・販売価格に底値感が出たことにより、受注量に回復の兆しがあるものの、建設需要回復のけん引役である新規設備投資の需要はほとんどない。これらの設備投資物件に付随する周辺インフラの建設需要も減少しており、景気対策の効果が出るまで、需要の低迷は続く。
		金属製品製造業（企画担当）	・定額給付金の給付や高速道路料金引下げ等により、ゴールデンウィークの個人消費が上向くという錯覚に陥りがちであるが、依然、上場企業による人員整理が行われており、決して楽観はできない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・資金の確保、雇用を守るために、相当の赤字が出ているおり、厳しい状況が続く。
		金融業	・取引先の受注状況を見ると、製造業は下期からの回復となる。それまで体力の無い中小企業はセーフティネットを利用して乗り切るしかない。
		金融業（調査担当）	・経済環境は大きな変化はない。しかし、5月以降発表される企業決算やボーナス支給水準が悪いことが予想されるため、消費マインドが落ち込むことが懸念され、企業の受注環境が悪化する。
		金融業（営業担当）	・設備投資を抑え、固定費を削減する傾向は中小企業に依然続いており、景気は低迷した状況が続く。
		金融業（得意先担当）	・建設業者が多い地区であり、受注状況が厳しく、取引先の経営状況は予断を許さない状況である。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上が低調に推移しており、厳しい状況が続く。
		経営コンサルタント	・利益率の低下、客の買い控えにより、取引先の売上の減少が進んでいる。

	経営コンサルタント (代表取締役)	・取引先の経営環境が良くなっていく気配がなく、自社への発注も変化がない。
やや悪くなる	食料品製造業(経営者)	・納入先の客単価が10%近く低下しており、この傾向は当分変わらない。一方、来客数が増加する要因はなく、昨年と比較して相当程度減少することが見込まれているおり、受注状況は悪くなる。
	食料品製造業(経営者)	・販売量が大幅に増える見込みが少なく、製造量が少なくなる。
	建設業(従業員)	・公共工事の前倒しにより、見積件数が増えている。しかし競合相手が多数あり、落札には至らない。また、民間は経済不況により設備投資に前向きなオーナーは少なく、経済状況はこのままかやや悪くなる。
	通信業(職員)	・交渉できる案件が減少傾向にあり、受注量も減少する見込みである。
	その他サービス業[物リース](従業員)	・取引先の実態を見ても、倒産や延滞、条件変更等が増加している。その結果貸倒引当金の積み増し等、収益圧迫要因が拡大しているおり、先行きも厳しい。
悪くなる	繊維工業(営業担当)	・メーカー付属の大きい工場は助成金等でしのいでいるが、個人経営の小さい工場はそういうわけにもいかず、大変苦勞している。固定された支払い等があるため、非常に悪くなっていく。
	窯業・土石製品製造業(経営者)	・現在受注が減少し低迷しているため、夏にむけて更に厳しくなる。
	一般機械器具製造業(経営者)	・受注の具体的な話も全くなく、底打ち感が一向に感じられない。
	広告代理店(従業員)	・毎月の新聞折込広告枚数に改善の兆しが見えない。顧客からの受注状況も減少の一途であり、政府の景気対策が実効性を持つまでにはまだしばらく時間がかかる。
	その他サービス業	・市町村の発注する委託業務について、低価格での請負が進行すると、次回はそれを下回る価格でないと受注できないようになり、低価格競争が更に激しくなる。会社によっては、撤退せざるを得なくなる恐れがある。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	人材派遣会社(社員)
変わらない	人材派遣会社(社員)	・今期4月以降の予算作成でどの企業も人員をぎりぎりまで縮小はしたが、実際に現場が回らない現状を踏まえ、増員に踏み切っている企業が出ている。
	新聞社[求人広告]	・景気が回復基調にあっても、すぐに求人数が増えるわけではないので、現状では変わらないか、やや悪くなる方向である。
	新聞社[求人広告](担当者)	・企業の決算発表期に入り、厳しい状況がさらに続くが、国の経済対策のほか、企業も新しい取組にチャレンジしてくる。ここしばらくは、プラス要素とマイナス要素があり、景気は良くはならないが、そう悪くもならない。
	職業安定所(職員)	・小売業の苦戦状況をみていると、個人消費の伸びが鈍化していると考えられ、雇用状況も良くはならない。
	職業安定所(職員)	・一部受注が増加傾向の事業所もあるが、一時的なもので、夏場以降の受注状況については予測が難しいという回答があった。また、今が景気低迷の底との見方も多く、この状態がしばらく続く。
やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・年度決算を終えて、4月から減給実施などの影響が今後に出てくる。また、新型インフルエンザによるイベント中止や外出控えなども考えられ、売上に影響する。
	民間職業紹介機関(社員)	・年度決算を終えて、4月からの減給実施など、赤字が現実生活に影響を与えてくる。官公庁案件は人材各社が応札しており、安値の一途を辿っている。
	学校[大学](就職担当者)	・採用側の求人意欲の落ち込みが大きく、学生からの内定情報も例年より少ない。大手企業の採用動向をみても、これからの内定者数の増大は期待できない。地場中小企業の今後の採用動向を見守っている状況であるが、経営環境の悪化により、どの程度計画どおり採用が実現されるか、不透明な状況である。
悪くなる	人材派遣会社(社員)	・景気回復の見込みがなく、次回更新時期に終了者が出てくる。

求人情報誌製作会社 (編集者)	・前年度の第4四半期の求人数が大幅に減少したため、先行きの見通しが全く立たない状況である。5月もゴールデンウィークを挟み、稼働日が少なく、6、7月の中元セールも現状では期待できない状況である。
職業安定所(職員)	・新規求職申込の状況をみると、20年12月以降前年を大幅に上回っている状況にある。また、新規求人の状況は19年10月以降前年割れが継続している状況にある。
職業安定所(職員)	・需要減による生産の減少や厳しい雇用情勢が個人の消費意欲を冷え込ませ、更に景気後退が続くという悪循環になっている。製造業を始め、全体的な経済環境の悪化に伴い、一時休業や配置転換等の雇用調整を図る事業所が増えている。
民間職業紹介機関(職員)	・景気が好転する要素が見当たらず、今後も企業が投資を差し控える可能性が高い。ただしメディカル、IT業界についてはさほど落ち込みもなく、前年同様の雇用となっている。
民間職業紹介機関(支店長)	・年度末の契約終了者が前年比の2倍以上であった。4月以降も人材需要が上昇する気配は全くなく、第1四半期はほぼこのままの状態推移する。