

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 | コンビニ（エリア担当・店長） | ・10月は来客数が前年比で減少しているが、1月頃には徐々に上向き。今年の1月は客数が低調だったため、その反動もあり、景気判断としては良くなっていく。 |
| | | スナック（経営者） | ・少ない来客数のなかでも新規の客がちらほら見られ、少し希望が持てる。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・県外客が前年より増えており、全体での来客数は増えていく。しかし地元の所得の低いところでは、都市部に比べまだまだ景気の上向きが遅い。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | ・最近の来場者の話題と来場者層の傾向から、若手・女性プロゴルファーの活躍により若者、女性を中心とした客層がゴルフへの関心を高めている。 |
| 変わらない | | 商店街（代表者） | ・客はマスコミに非常に影響されるところがある。公務員の給料が下がると聞くと自分たち自体の収入が下がると思われ、自然と買物を自粛する傾向がある。 |
| | | 商店街（代表者） | ・メーカー全体として商品開発が遅れている。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | ・これから寒くなり年間を通し一番の売上にならないといけないのだが、今年は今までとは違う空気を感じる。年末の歳暮もやりとりを無くす傾向にあり、ますます厳しくなりそうである。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・所得の増加が期待できず、現金を確保する傾向が強い。一方でクレジットカードの新規入会は増加し、ポイントの金券への交換、友の会入会も順調である。反面、金券の回収は鈍いためまだ買物へ使用されず、年末の購買に備える傾向がみられる。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・米国の大手金融機関の破たんから1年が経つが、催事では結構客が入るものの、売上は前年水準にも回復していない。客単価が下がっており、若干デフレ傾向にある。今後はこれまでより消費者の購買力に格差が生じるとみられる。 |
| | | スーパー（店長） | ・いよいよ歳暮、クリスマス、年末年始の対応が始まるが、商品単価が前年よりさらに低くなっており、売上状況は生活必需品以外はさらに厳しくなる。 |
| | | スーパー（店長） | ・前年、食料品は11、12月が価格のピークを迎え上昇したが、1月から下落し始めた。今年もトレンドは同じであるため、目に見えて変動はない。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・引き続き低価格の商品で必要最低限の物を揃えるような状況はまだ今後しばらく続き、競合他社を含め低価格路線がさらに加速する。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・前年の米国の大手金融機関の破たんから一巡し、一部の製造業では景気回復の兆しは若干あるものの、冬のボーナスは減額される傾向が強い。実質的には消費者までの景気回復には至らず、厳しい状況が続く。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・前年はタスポ効果があったが、それからの回復が依然として見込まれないので、悪い状況がこのまま続く。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・実収入が減り所得が増える可能性が低いことから、売上も伸びる可能性が低く、厳しい状況が続く。 |
| | | コンビニ（エリア担当・店長） | ・おにぎり100円セール、おでんの70円セール等があるが、もう珍しさもなく客にも定着しすぎて、それが目的で来店する客も少なくなっている。 |
| | | 衣料品専門店（店員） | ・売上が厳しいため商業施設全体でハウスカードでの買物の値引きを乱発しているが、だんだん客も慣れてきて効果が薄れてきている。まだ厳しい状態は続く。 |
| | | 衣料品専門店（店員） | ・業界的には店が多すぎるし、何もいい条件はない。ただ、新政権となり、子育て支援などの金が少し出れば、もう少し世の中にゆとりが出る。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・エコポイントでテレビが非常に伸びている。また、地上デジタル放送導入のため、間違いなく12月になると大きな売上が上がる。ただ、そのテレビに購買が向かう分、他の家電商品がどうしても落ちてしまう。新型OS発売効果も期待できるが、足元ではまだ販売が安定していない。客は、今まではあらかじめ決めた予算をオーバーして買物していたが、今後はその金額のなかできっちり納め、それ以上は買わないといった傾向が続いていく。 |
| 乗用車販売店（従業員） | ・ボーナスを当てにして何かを買おうとする人が少ない。 | | |

| | |
|----------------------------|--|
| 乗用車販売店（販売担当） | ・政府の景気対策に加え、お買得な車を出して販売量の回復に努めているが、お買得車が出てその人気も長続きしない。この傾向はしばらく続く。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・中国産を始めとする低価格商品と国産品との価格差が大きく、家具の品質、安全性、信頼性での価格差を埋めることは厳しい。置き家具の買換え需要も、景気の先行き不透明感から低迷が続く。 |
| その他専門店〔書籍〕（代表） | ・インフルエンザの蔓延などで出歩く人が減っているのに加え、年末の企業の悪い決算などで消費意欲が減退している。この傾向が今後も続く。 |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括） | ・秋のレジャーシーズンというのに客の財布のひもは固そうである。11月の3連休及び12月の賞与支給後の購入時期に消費マインドが高まることに期待したい。客の燃料油における購入意識は、自宅の最寄店での購入ではなく、地域最安値店で購入する客が多い。 |
| その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員） | ・空港の搭乗客の増加が見込めず、現状のままである。生活必需品には金を出す、土産に金を出すほどゆとりがなくなっている。 |
| 都市型ホテル（総支配人） | ・政権交代による政治動向はまだ不透明で、株価や為替の動きが不安定であり、訪日旅行者の低迷は続くため、景気は今のまま推移する。 |
| 都市型ホテル（副支配人） | ・年末年始に向かって大きな団体、イベント等もなく、動きは鈍いままである。 |
| 旅行代理店（従業員） | ・一部年末年始の海外旅行等で早期の予約が入っているが、全体的に弱い。安い価格の商品ばかりが売れている。 |
| 旅行代理店（業務担当） | ・良くなる要素は見当たらないが、今より悪化することはない。 |
| タクシー運転手 | ・地元の大手企業で希望退職者を募るところがある。また、客から、大手の企業が個人企業の仕事までとっていくため大変厳しく、年末まで会社がもつかどうかかわからないという話を聞いた。 |
| タクシー運転手 | ・景気が良くなるというが、いろいろなところで経費がカットされてばかりで、そのしわ寄せがタクシーにきている。 |
| 通信会社（営業担当） | ・携帯電話の利用台数がやや減か横ばいの状況である。この状況は今後も続く。 |
| 通信会社（企画担当） | ・特殊要因だが、サービス提供エリアの拡大があるため、確実に販売量は伸びる。しかし、1～2か月程度の短期間で収束する。 |
| 通信会社（業務担当） | ・11月は、年末商戦を控え携帯電話の新商品発売とキャンペーン開始により消費者の関心が高まり、来客数の増加が予想される。しかし、そのまま販売増に直結するかは疑問であり、売上は思ったほど伸びない。 |
| テーマパーク（職員） | ・クリスマスと年末年始の動きが例年と比べてかなり鈍い。これからゴルフのトップシーズンとなるが、予約全体の傾向が前年より悪い。この傾向が今後も続く。 |
| 理容室（経営者） | ・私たちサービス業は最悪である。通常であれば、客が2～3か月の周期で来店するため12月くらいは良くなるが、今年は期待できない。 |
| やや悪くなる | |
| 百貨店（企画） | ・長期にわたる雇用不安や労働条件の悪化の影響で消費者の生活環境がますます厳しくなっており、今後も低価格商品へのシフトが更に続く。また、新型インフルエンザの影響もいつまで続くか予測がつかないなかで、来客数もますます減少する。 |
| 百貨店（業務担当） | ・客は自分自身の生活にどう変化が現れるのか、戦々恐々としている。これまでの流れから、年末の賞与等をあてにした高額品の買物を自粛する客が多く、今後短期間で購買意欲が回復するとは思えない。 |
| スーパー（店長） | ・販売不振が価格競争の激化につながっている。今後もこの傾向は続く予測しているが、頼りの価格引き下げも販売量の増加につながっていない。先行きの景況感明るくない。 |
| スーパー（店長） | ・客の買上点数はやや横ばいになってきたものの、1人当たりの買上単価が約50円ほど減少する状況がずっと続いている。なかなか買上単価の伸びがみられないため、景気は悪くなる。 |
| スーパー（店長） | ・年末は前年以上に厳しい状況が懸念される。特に衣料品が厳しく、食料品に関しても客が店を選択し、使い分けするような状況が続く。 |

| | | | |
|----------------|--------|------------------|--|
| | | スーパー（総務担当） | ・雇用不安、先々の将来への不安があり、なかなか消費購買力が向上せず、むしろ悪化している。貯金のウェイトが高まり、年末のボーナス時期の消費も期待できない。 |
| | | コンビニ（販売促進担当） | ・新聞に入る量販店の折込チラシの回数が多くなっている。しかし、実際売場をみると、パンに限らず動いてはいるが、完売はしていない。クリスマスケーキの予約状況も前年実績までは伸びていない。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・家電販売では、薄型テレビ等の販売は伸びているが、パソコンが伸び悩んでいる。新型OS搭載パソコンの売上がなかなか伸びないためである。新政権となり、財源の問題でたばこ税を上げる等という話が出てきており、増税がちらつくとうしても客の消費が鈍ってしまうと非常に危惧している。 |
| | | 観光型旅館 | ・収入全体が減っている現状では、余暇の需要に依存する温泉地の売上増は期待できない状況にある。さらに、宿泊費や土産代をねん出するために交通費を節約する傾向が顕著であることから、交通費が上がればそのあおりを受ける形で当地の収入も減少する。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・客は先行き不安を感じ、できるだけ不要なものへの出費を控える傾向にあり、当社商品の新規加入等への対応が鈍ってきている。 |
| | | 美容室（店長） | ・来客数が減少しており、これから先の見通しが立たない。景気は悪くなる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・遊休地等の売上の問い合わせが現在ないということは、年末に向けてますます厳しくなっていく。貸し渋り等、銀行関係の審査が非常に厳しくなっていることからどこも資金繰りがうまくいかないようで、土地取得に二の足を踏む企業が多い。 |
| | 悪くなる | 百貨店（営業担当） | ・景気そのものは良くなる兆しと新聞等でみるが、全く実感が無い。現場の消費者のマインドは非常に落ち込んでいる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・民間企業のボーナスの状況が発表になったが、過去最低の水準になるであろう。また、公務員の水準も引き下げられ、今後の消費マインドは非常に悪くなる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・新政権となり、景気浮揚の具体策が見えず、更に公共事業削減のニュースに地元の建設業者は動揺している。仕事が無くなると言う不安が、客の購買意欲を削いでいる。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・忘年会等の予約は、一部の週末を除き余裕がある。前年は忘年会が多く売上も良かったが、今年は不透明で、必死に営業活動している。ずっと底の状態が続いているので、先行き不安である。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 農林水産業（従業者） | ・3か月後は鶏肉関係は一番消費を迎える時期なので、ある程度は回復していく。ただその先は需要が下がることから、今の飼料価格の状況や取引価格の情勢からみると予断を許さない。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・具体的な受注は来ていないが、先行して仕事の予約が入り、1～3か月先の具体的な仕事が見え始めた。年末頃には少しは期待できる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・今後、太陽光発電システム関連の受注が拡大する。産学官の連携をとっており、産業用と民生用合わせて確実に営業を進めていくことで、現状よりは良くなっていく。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | ・現時点では、12月までの生産量は当初予測より多い計画が組まれている。 |
| | | 金融業（調査担当） | ・当社が実施した調査において、2010年1～3月期の予想は全産業において前年に比べ改善するとの結果が出ていることから判断すると、景気は良くなる。 |
| | | 金融業（得意先担当） | ・建設業界の今の状況から考えると、建設業のみならず、他産業に対しても今相乗効果で良くなっている状況にある。今後しばらくはこういった状況が考えられるが、公共工事がひと段落したところで若干景気が悪くなるという懸念はある。 |
| | 変わらない | 農林水産業（経営者） | ・12月は、忘年会等に関連する需要で、少しは良い方向に向かうと思われるが、現状の動向からするとあまり期待できない。やはり全体的な景気回復がないと、個人消費も期待できそうにない。このままだと個人の節約志向がますます強くなり、年末は本当に厳しくなりそうである。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・売上は前年を下回っているが、インフルエンザ感染の急激な拡大や災害等がない限り、これ以上急激なマイナス要因は今のところ見受けられない。しかしながら、客単価の低迷は依然として続いており、これといった出荷の増加に結び付く要素もないため、当分現状維持で推移する。 |

| | | |
|--------|--------------------------|---|
| | 家具製造業（従業員） | ・6、7月くらいの景気底入れ感がなくなり、再び景気が悪化しているようである。家具メーカーの半期業績も軒並み前年比30%減少が平均的な状況であり、深刻である。物件が少なく、予算がなく、競合も激しいという状況がますますひどくなっている。この傾向が今後も続く。 |
| | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・年末に向け最需要期であるが、今の状態からするとなかなか難しい。取扱小売店の閉鎖が多くなり、売場面積も少なくなっているため、今後の商品開発にどう対応していったらいいのか苦慮している。 |
| | 通信業（職員） | ・所属する情報通信部門は公共工事の発注が継続する見込みだが、全社規模では景気低迷の影響が続いているため、景気は変わらない。 |
| | 金融業 | ・業種によって状況が違う。製造業は底を脱し、景気は良くなる。一方小売業、建設業等は倒産が増加し、淘汰が進む。雇用関連業種はトータルで横ばい状態であり、現状維持である。 |
| | 金融業（営業担当） | ・中小企業の経営者には、資金を金融機関から調達してまで事業を拡大しようというマインドが見受けられない。当面様子見の状況が続く。 |
| | 新聞社（広告） | ・冬の賞与も過去最大の下落との報道もあり、年末商戦が盛んになるとは考えにくい。年内の広告需要は冷え込んだままである。 |
| | 広告代理店（従業員） | ・新聞折込広告枚数の9月実績は前年比85%である。依然として消費者の購買意欲が鈍化したままで、チラシの広告効果が以前よりも悪化しており、この傾向が今後も続くと思われる。 |
| | 経営コンサルタント | ・地方を支えている建設業等、国の予算で動いているところは、金が落ちてこないで厳しい状況であると聞く。個人消費は少しは良くなると思われるが、大幅に良くなるとは考えにくいので、現状維持である。 |
| | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・取引先のなかで、底を抜けたと明言する会社は1社もなく、まだまだどうなるか分からない状態が続くという企業が大半である。 |
| | その他サービス業〔物 品リース〕（従業員） | ・当社取引先の主体である中小企業の収益悪化、市場経済の回復遅れ、新政権による予算見直し、削減等、景気回復への好材料が見当たらず、現状維持が精一杯である。 |
| やや悪くなる | 鉄鋼業（経営者） | ・新設住宅着工戸数の大幅な減少、なかでも新規マンションの激減、製造業の設備投資の低迷・消費衰退などによる非居住建築着工床面積の大幅な減少等、建築需要は更に低迷すると推測され、建設資材にかかわっている業界は更なる景気の悪化を覚悟しなければならない。補正予算の削減がもたらす需要減も懸念される。 |
| | 金属製品製造業（企画担当） | ・弊社は公共事業の依存度が高く、下半期、特に1～3月に売上が集中する傾向であったが、今年度はそういった動きが見えないため、悪くなる。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | ・半導体関連の大手、中堅企業は今後の見通しが非常に厳しく、需要減少の二番底が来るのではないかと情報も入ってきている。また、企業によって発注量が大きくばらついているため、先行きの見通しは不安定である。この状況が今後も続く。 |
| | 建設業（従業員） | ・公共工事の前倒しで景気が回復しているようだが、一時しのぎの感があり、前倒し後の政策がどのように行われるのかわからない。また、景気判断の上方修正とのニュースが流れているが、地元では繁華街、商店街等を見ても活気が見られない。設備投資する企業もなく、あと数年厳しい状態が続く。 |
| | 金融業（営業職涉外係） | ・政権交代後の政策に即効性のあるものがなく、これからの景気情勢が不安である。年末、年度末に向け、売上不振により資金繰りに行きづまる企業も出てくる。 |
| | 不動産業（従業員） | ・オフィスの空室率の水準が、需給バランスの悪化から当面下がる見込みがない。 |
| 悪くなる | 食料品製造業（経営者） | ・小売業の価格競争が続くことは、景気にあまり良い影響とは思わない。適正価格が求められる。 |
| | 繊維工業（営業担当） | ・今後、メーカーはさらに厳しくなり、かなりの数の工場が閉鎖、縮小する。資金の借り入れや返済の据置きではなく、輸入の制限をするだけで国内の失業率はかなり下がるであろう。 |

| | | | |
|----------|----------------|--|--|
| | | 建設業（社員） | ・今の手持ち工事が完了に近づく頃である。来年度への繰越工事の発注が見えない現状や、来年度の予算で大幅な公共工事の減額が予想されるため、悪くなる方向に向いている。また、前年に比べ見積り依頼も極端に減少している。 |
| | | その他サービス業 | ・緊急雇用対策事業も今年度限りで予想される。新政権となり建設関係の予算が凍結され、停止される事業も出てくるとのことである。このため、他の建設関係の公共事業の見直しに波及し、発注が減少する。 |
| 雇用 関連 | 良くなる やや良くなる | - | - |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・例年は年末年始の需要があるが、企業は人件費削減を考えている。しかし、担当者も今の人員での対応は難しいと思っているため、企業内で調整し、注文がきそうな企業が結構ある。 |
| | 変わらない | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・海外の経済状況、生産調整の動向、派遣社員の雇用再開等から判断すると、景気はやや良くなる。 |
| | | 人材派遣会社（管理担当） | ・新聞等の報道では業界によっては業績予測で赤字幅の縮小や黒字予測も見られるが、地方の派遣業界にはまだその影響はない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・回復の兆しが見えない。中心駅の商業施設が一部リニューアルオープンしたが、当社には好材料にはならなかった。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・失業率が最悪の状況で推移しているほか、求職者数が高い水準にあり、常用労働者数が前年を下回っている。所得が減少し個人消費を低下させており、節約志向の高まり、物価下落及び世界経済も中国を除いて不況下にある。景気が良くなる材料が見当たらない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・景気持ち直しとの報道もあるが、企業の求人意欲はまだまだ上昇してこない。また、年末を迎え事業所の倒産による離職者の増加も懸念され、景気は今の状況から変わらない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・各種の経済対策等の効果により一部に生産面の明るさがみられるが、政権交代により先行きが全く見えない。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当者） | ・平成23年3月卒業予定者に対する求人が増加してくることが期待される。ただ、現段階における人事担当者との情報交換では、採用者数の増加は見込めず、良くて今年並み、経営環境によっては今年よりも縮小した採用計画になる可能性があることを示唆するコメントが多い。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・どの業界をターゲットに営業展開をすればよいのか分からない。公共事業の減少や入札の低価格化等、景気が向上する要素がない。 |
| 悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・引き続き企業からの長期案件の依頼は少ない。退職者・休職者の補充的な依頼が多く、業務多忙による人手不足感はない。年末にかけて、事務所閉鎖の企業が増えてくる。この状況はまだ続く。 | |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・冬のボーナス支給の大幅な減少が予想され、消費の落ち込みが予想される。景気対策などの効果も期待できない。年末に向け地場の百貨店や流通関係者がさまざまなイベントなどで活性化を図るが、景気はさらに下降し、広告の需要も見込めない。 | |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・雇用関連についてはいまだ回復の兆しはみえず、特に紹介事業については、来年度以降もこの状況が続く。 | |
| | 民間職業紹介機関（社員） | ・年末に向けて求人は増加していない。補正予算で組まれていた官庁の仕事も急きょ取りやめになり、先行きの計画が立てにくい。 | |
| | 民間職業紹介機関（支店長） | ・労働者派遣法改正によるマイナス効果が派遣先需要を更に激減させる。九州域内で同規模の同業者が事実上倒産した。事業再編、リストラの実施段階に移行せざるを得ない。 | |