

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	-	-
		百貨店（営業担当）	・来客数や買上率は前年を下回っており、全体的に景況感は低迷している。しかし商品単価の上昇基調等、回復の兆しがみえる。
		百貨店（営業企画担当）	・高額品に少しずつ回復の兆しがみられる。天候不順な1か月であったが、衣料品の落ち込みがそこまでひどくなく、欲しい物は必要な分にとどまらず購入する客が増えている。
		スーパー（店長）	・食品は精肉のウエイトが高いため、口蹄疫の影響が懸念されるが、装飾品やバッグ等、高額品が若干売れ始めてきた。買物に集中する客が多く見受けられるようになり、景気は持ち直している。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー購入補助金制度が9月までとなっており、同制度が終わる前の駆け込み需要が見込まれるため、現状よりは販売台数が若干増える。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・新規出店に伴い、通常の売上加算されて売上が上がる。朝晩多少冷え込むことがあるとコーヒーの需要があり、店頭で購入する客も若干見受けられる。
		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）	・不安材料はあるものの、リーマンショック後のような不安感はない。冷静に、やや良くなると判断できる要素もでており、今後は良くなる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・客単価の増額は今の時点では見込めないが、現在の状況を勘案すると7、8月の夏休み、お盆では人が動き、商品の販売量は増える。
		都市型ホテル（副支配人）	・今年の7、8月は例年以上に団体客の予約があり、毎年の団体客を含めると50%以上の増加である。
		旅行代理店（業務担当）	・予約状況を見ると、夏商戦はピークとなり、景気はやや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・今年のボーナス商戦は期待できる。
美容室（店長）	・大幅には良くならないが、客の来店が少しずつ多くなり、売上も少しずつ増加している。		
音楽教室	・入会後しばらくすると楽器を購入する人が増える傾向にあり、今後はやや良くなる。		
変わらない		商店街（代表者）	・宮崎の口蹄疫等の社会情勢をみると、客はそういう情報に非常に敏感になっており、景気が良くなる要素はない。景気対策はほとんど庶民には効果を表していないと判断する。
		商店街（代表者）	・政治がこのように混迷している状態で、政策も良くないなら経済もよくなることはない。子ども手当は、政治の人気とりでしかない。
		商店街（代表者）	・景気対策をしている様子も政府にないことと、個人消費、所得も上がってきてないので、将来的に上向くという要因が全くなく、今の状況がつづくか少し悪くなる。
		商店街（代表者）	・魅力がない当商店街ではこれ以上悪くなる材料が見当たらないので、景気はこのまま低調に推移する。
		商店街（代表者）	・商店街への来街者は少なく、天候不順も影響し、春物衣料等の動きが悪く、店頭販売額は前年を20%以上下回っている。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・今年ほうなぎが品薄で高いが、丑の日には仕入れないわけにはいかず、あまり価格に反映できない。ただ取扱量が増えるため利益は出るが、これまでのようにはいかない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・お茶は暖かい時期に弱い商品であり、夏場の売上には期待できない。法事返礼品の注文をどれだけ受けるかで売上が決まる。1個当たりの単価が低下傾向にあるため、例年以上の売上はない。
		百貨店（売場主任）	・以前と比較すると景気は回復しつつあるが、天候不順等のマイナス要素もあり、決定的に景気を引き上げる要素が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・宮崎の場合は口蹄疫問題に収束がない限り、今の消費の低迷やその他商業を含む景気の低迷はこのまま続く。
		百貨店（営業担当）	・婦人ヤングや子ども関連の購買は好転してきたが、紳士服は依然厳しさが続いている。また客の必要な商品、デイリー商品以外は買わないという姿勢が続いている。一方でイベント開催で地域への集客を図り、日曜・祭日のにぎわいはあるが、平日、夕方の来客数が減少している。

百貨店（企画）	・高額品の需要は外商の客を中心に盛り返しの兆しが出つつあるのが唯一の好要因であるが、正価商品の動きは引き続き低迷が続く。理由は、中心客層となる年収枠に該当する世帯数が相変わらず好転せず、雇用状況の影響でますます減少しているからである。可処分所得の増加が具現化しない限り、良くなる要素はない。
百貨店（売場担当）	・売上は6月は例年通りやや減少の傾向になる。7月は天候次第ではあるが、前年実績をクリアする可能性が高い。8月は若干前年を下回る。やはり一番大きな要因は天候要因になる。選挙前は買い控えなどで売上が減少する傾向にある。今月の来客数は前年比95%と悪いが、売上は同98%弱である。売上は今後も前年比97～98%で推移していく可能性が高い。したがって現状の流れから極端に悪くなることもないが、良くなることない。
百貨店（営業企画担当）	・都心部や一部の業界で景気回復の話を聞くが、全国的に所得の減少傾向が強くなり、消費構造も大きく変化しており、百貨店離れの状況を呈している。特選品や呉服、貴金属など的高額品は不振が続く。一部の限定品や話題性のある商品については好調であるが、全体を押し上げるには至っていない。
百貨店（業務担当）	・客との話から勘案すると、将来に対する不安が大きく、この何か月という間に解決する問題ではない。
スーパー（店長）	・客の買上金額が若干増えつつあるが、買上点数の伸びはなく、依然として消費は低迷している。特に雑貨、衣料品は動かない状況にある。
スーパー（店長）	・競合店に対抗するため、ディスカウントのスタイルをとっており、このままの調子でいけば、前年比130%で推移する。今後は安心している。
スーパー（店長）	・参議院選挙が控えており、中元ギフト関連の単価が落ち込む。早めの展開や特典をつける販売計画をしているが、お盆商戦を含め新しい変化は見込めない状況である。
スーパー（店長）	・企業の業績が低迷し、収入がなかなか上がらないなか、将来への先行き不安感が払拭されない。個人消費は上向き状況にはない。
スーパー（総務担当）	・話題の商品等への反応は比較的良いが、相変わらず買い控えの傾向が続いている。加えて、天候不順も予想され、季節商品への影響が心配される。
スーパー（企画担当）	・来客数、売上は共に冬場より若干の回復をみせてはいるが、給与、賞与の上昇は期待できず、依然として必要な物を必要な分だけ購入する傾向は継続する。また一部のディスカウントストアの強烈的な低価格攻勢もあり、現状より更なる景気回復は難しい。
スーパー（経理担当）	・急激な落ち込みの開始から来月で1年になるが、その状態での現状維持になる。
コンビニ（エリア担当）	・前年から改善の兆しは全く見つからず、随時、販売促進等を実施しているが効果が出ていない。3か月後は全く見通せない状況である。
コンビニ（販売促進担当）	・毎日パンコーナーを見て回るが、客は特売商品に慣れており、3～5割引にしても飛ぶようには売れない。今買わなくても近々またあるだろうという客が増えている。安いから買うという状況から、今必要だから買うに変わっている。
コンビニ（エリア担当・店長）	・気温があまり上がらないせいか、来客数が前年より落ち込んでいる。今後の気温の上昇、天候の回復に期待するが、このままの状況であれば客単価、来客数共に伸び悩む。
コンビニ（エリア担当・店長）	・宮崎の口蹄疫の今後の動向が非常に気になる。今後、拡大するようであれば九州経済は非常に大きな打撃を受ける。特に現状、宮崎の店舗ではこれまで販売が好調であった牛肉、豚肉商品が急激に売れなくなり、鶏肉が反動として非常に売れている。口蹄疫の動向次第で、今後の経済状況は変わる。
衣料品専門店（店長）	・低温の日が続く、衣料に動きがみえない。今後も厳しい状況が続く。
衣料品専門店（店員）	・現在、客の半分以上が常連客であり、急に多くなったり少なくなったりしない。売上は前年並みという状況が続く。
衣料品専門店（店員）	・子ども手当の支給は景気回復には全く関係ないようで、消費者の財布のひもは依然として固い。セールはマンネリ化しており、春・夏物商戦、秋の立ち上がりは非常に厳しい状況が予想される。

家電量販店（店員）	・天候が回復するにしたがって、エアコンなど季節商品は動くが、テレビの動向がどうなるか分からない状況である。7月のボーナス商戦で盛り上がるのが予想されるが、普及率も高まっており、2台目需要が多く、単価が大きく落ちる状況にある。前年並みの金額を稼げるか不透明なところである。
家電量販店（店員）	・家電の売上の中心はやはり今も薄型テレビであるが、6月のサッカーワールドカップ関連消費の動きが今一つ盛り上がり欠けている。エコポイントの関係で消費が伸びる要素はあるが、メーカーの供給が追いついていない状況となっており、現状からするとあまり変わらない。
乗用車販売店（従業員）	・客の動きが鈍く、来客数が少ない。今後もこの厳しい状況が続く。
乗用車販売店（総務担当）	・今期9月までは、エコカー補助金が購買意欲を喚起し、新車販売台数は好調を維持する。
住関連専門店（経営者）	・毎月行っているキャンペーンの動きは少しずつ回復しているが、依然として来客数、客単価は共に厳しい。これから夏場にかけて置き家具業界は相変わらず厳しい状況となる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は安定しているが、やや高値で推移している。客の節約志向を感じることはないが、これ以上の燃料油価格の上昇は需要の減退をまねかないか危惧する。夏場の旅行シーズンの総合的な需要には期待する。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・客の様子からデフレや節約ムードが完全に定着しており、インターネットの普及がそれを後押ししている。書籍の販売も厳しい状況が続く。
一般レストラン（経営者）	・口蹄疫の影響で6、7月の予約状況は閑散たるものである。今のところホテルの予約は入っているが、口蹄疫が落ち着かない限り、売上は落ちると見込んでいる。予定されていたイベントもなくなったり、延期になったりしている。
一般レストラン（スタッフ）	・店に盛り上がりがない。客も静かな感じで、来客数も少ない。今後もこの状況が続く。
スナック（経営者）	・常連客の来店頻度が落ちており、それが戻らない限り売上の回復は難しい。
その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・来年3月の新幹線開業を目処に店の進退を考えている。努力はするが客あつての店なので苦境の最中である。
観光ホテル（総務担当）	・6、7月の予約状況をみても、好材料はみられない。6月は宮崎の口蹄疫の影響で婚礼が1件延期になっている。
旅行代理店（従業員）	・サッカーのワールドカップは現地観戦よりお茶の間観戦になりそうである。一方、上海万博や平城遷都1300年祭は、メディアの露出も多くなり徐々に予約が増えている。総合すると、景気は変わらない。
タクシー運転手	・売上が大変悪く、全体的に2割程度落ちている。運転手は毎日大変過酷な競争をしている。依然としてあまり明るい材料がない。
タクシー運転手	・参議院選挙の前後は人の動きが制限されるので、このままの状態が続く。
通信会社（営業担当）	・当地域は現在の口蹄疫が収束しない限り、しばらくは悪い状況が続く。
テーマパーク（職員）	・口蹄疫問題が解決し、延期になっていたイベントや会合が再開され、一般観光客への影響がなくなるまでまだ時間がかかる。しかし例年通り、夏の集客プランについては仕掛け、集客を図るので変わらない。
ゴルフ場（従業員）	・6～8月は回復の兆しはあるが、ゴルフ場の入場者数の動向には直接の結びつきは望めない。調子が良い企業のコンペに期待する。
ゴルフ場（支配人）	・料金の安値傾向は変わらず、種々の集客施策を実施し、現状維持が限度である。
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）	・売上の主となる介護報酬の改定は2年後であるため大幅な売上増は見込めない。また医療報酬改定によりサービス提供の対象となる客の個人負担が増加するなかで、今より好転する材料がない。ただし悪化する材料もない。
設計事務所（所長）	・今手持ちの仕事がないということは、3か月先の成約はあり得ない。厳しい状況が続く。
住宅販売会社（従業員）	・土地取引の需要がない。また、現政権の景気対策が今後どうなるか分からず、混迷した状態では、土地投資が少なくなるので、景気はあまり変わらない。
やや悪くなる	商店街（代表者） ・宮崎では口蹄疫の非常事態宣言が出され、全てのイベントや旅行関係でキャンセルが相次いでいる。経済状況はますます厳しくなる。

		一般小売店〔青果〕 (店長)	・口蹄疫の影響を少しではあるが受けている。購買心をそそるような政策もなく、口蹄疫が落ち着くまで消費の低迷が続く。今後かなり厳しい状況にある。
		スーパー(総務担当)	・ギリシャに端を発した金融不安と民主党政権の混乱で客は将来に対する不安を抱いており、今後、消費者の購買力そのものが鈍化する。
		衣料品専門店(総務担当)	・当地においては、観光関連以外で、状況が好転する材料は見当たらない。また客の中には、株価の低迷により富裕層において含み損等を抱えた客が多く、高額品の販売動向が懸念される。
		高級レストラン(経営者)	・1~3月は大分の特産ぶぐの問い合わせが多く、良い期間であった。しかし5月は城下かれい、関あじ等の時期になるが、現在のところホームページを見ての予約が少なく、1~3月に比べると動きが鈍くなっている。ホームページを見て、個人客が少しずつ来ていたが、最近ほとんど社用関係である。
		観光型ホテル(スタッフ)	・7月に選挙があるため宴会が減る。例年選挙時は宴会が減少する。
		タクシー運転手	・ホテルやゴルフ場のキャンセルが多くなっている。県外の人が動かない。
		通信会社(業務担当)	・6月は夏季に向けての新商品発売やキャンペーンで市場の盛り上がり期待したが、一部ユーザーのみの買換えにとどまり、需要は変わらず落ち込み、販売数はかなり減少する。
	悪くなる	衣料品専門店(店長)	・生活様式が変わり、今までと同じ商品ではなかなか売れない。安い商品が主流になっている。大型店は大型店同士で競争が激しいようで、小型店では太刀打ちできない。今後も厳しい状況が続く。
		高級レストラン(専務)	・チェーン店のように単価をどんどん安くして客にたくさん利用してもらおう店とは形態が少し異なるため、厳しい。会社の利用が多く、価格、質、食材を削るわけにはいかない。参議院選挙が終わって景気が上向かないと良くならない。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	家具製造業(従業員)	・止まっていた商業施設での取引が動き出した。全体的にはまだ少ないが、出店するオーナーが増えている。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・6月は四半期締めめの企業もあり、例年予測より受注量が増える可能性がある。
		建設業(社員)	・官公庁の発注見通しも発表され期待は膨らむ一方だ。ただ依然として競争は激化している。受注に向けての積算力の強化に努力を怠らないよう準備をする必要がある。
		金融業	・取引先の製造業は下半期の状況がみえてきたが、当面は現状より受注が落ち込むとは考えられない。中国向けを中心に順調な生産状況である。世界的な金融不安や為替相場は、中小企業において、現在のところ影響はない。小売業、サービス業も安定した業況を保っていく。
		金融業(調査担当)	・取引先の鉄鋼や自動車産業の基幹産業は稼働率が上昇し、需給ギャップはあるものの、マインドの改善は進んでいる。
	変わらない	農林水産業(経営者)	・口蹄疫の影響は長くは続かない。梅雨明けの7、8月は居酒屋等を中心にかなり期待できる。ただ冷夏になると、消費は低迷する。
		農林水産業(従業者)	・特に和牛を中心にデフレの影響が続いており、高級肉については厳しい状況である。価格も下がっており、口蹄疫の影響もあり、しばらくは厳しい状況が続く。
		食料品製造業(経営者)	・口蹄疫の影響で観光客が減少するなど、良い材料がない。しかしながら前年同時期と比較すると売上の減少率は若干縮小しており、景気回復への期待感はある。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・陶磁器業界は夏場という厳しい時期を迎えるが、今年は価格を抑えて出したことで受注数量は例年より良い。価格の面で犠牲を払っているのが全体的にはあまり変わらない。この夏場を乗り切るのは厳しいという同業者もいる。
		一般機械器具製造業(経営者)	・客の声として、将来見通しが不透明であり、慎重さがうかがえる。
		一般機械器具製造業(経営者)	・自動車以外の取引先の受注状況が低迷しており、現在の受注状況が改善することは考えられない。
		電気機械器具製造業(経営者)	・半導体関連は非常に安定した状況で推移しており、ここに来て変動はない。先行きは安定した状況が堅持できる。特にリードフレーム関連、精密機械関連は堅調である。
		電気機械器具製造業(経営者)	・次世代のエネルギーとしての太陽光発電に新しい風が期待でき、良くなる。短期的にはまだ予測できない。

		輸送業	・国内に明るい材料が見受けられない。燃料も高騰しており、厳しい状況は依然変わらない。
		輸送業（総務担当）	・貨物全体の荷動きが悪くなっている。荷動きの良い新種があればよいが、今の状態がしばらく続く。
		通信業（職員）	・情報通信工事に限っては、今年度中の受注量は近年になく好調であるが、建設業や設備業は非常に厳しい状況が続いている。
		金融業（営業職渉外係）	・取引先の様子をみると、大企業を中心として企業業績は底固いものがあるが、政局も不安定で、かつ欧州に端を発した金融不安もすぐには払しょくできないため、当面景気は横ばいの動きとなる。
		金融業（得意先担当）	・前向きな借入は現状ではない。金融機関側から既存借入金の元減している分について、折り返しの提案を行う等金融機関側からの提案に応じて借入を検討するといった企業が大半である。そういった状況はしばらく続き、当面は現状維持となる。
		金融業（営業担当）	・目の前の固定費支払のため日々営業をする事業主が大半であり、前向きな投資の話がほとんど出てこない。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上状況は前年並みではあるものの、回復基調となっている。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込枚数が前年比99%とやや減少幅は少なくなっている。今後、短期的には前年並みで推移する。いずれにしても下げ幅は縮小しているが、増加するにはまだ時間がかかる。
		広告代理店（従業員） 経営コンサルタント	・5月が前年割れをしており、この状況は8月までは続く。
		経営コンサルタント （代表取締役）	・取引先の企業は業績が悪く、新しいことへの取組みが減少している。守りの姿勢に入っており、仕事は増えない。当分はこの状況が続く。
		経営コンサルタント （代表取締役）	・問い合わせや見積り提出件数が大きく変化していない。
	やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・4月以降新規の引合いや契約数が大幅に減少し、5月に入ってから引き合い、成約共に閑散としている。問題は建設需要そのものが落ち込んだままで、回復していないことである。
		金属製品製造業（企画担当）	・鉄鋼をはじめとする材料の値上がりりが収益を圧迫しかねない状況である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月先の生産計画をみる限り、今後はやや悪くなる。
		その他サービス業〔物品リース〕（従業員）	・若干の景気回復、設備投資の下げ止まりがやっとみられ始めたが、ギリシャなど欧州景気の下振れやそれに端を発した国内株価の大幅な低迷など、内外環境の悪化が顕著になっている。地方景気は更に厳しさを増すと見込む。
	悪くなる	建設業（従業員）	・住宅着工率が伸び悩んでおり、個人も含め投資に消極的である。また、マンション建設の低迷など景気回復の兆しがみられない。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村の住民向けの様々な分野のアンケート調査や計画策定は、前年度から失業者の緊急雇用の補助金を活用して作成しているケースが多くみられるが、これも今年度で終了する見通しである。コンサルタントに委託して業務を発注することが更に減少する。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・中元時期となり、平常時では対応できない業務が出てくるため、少しは求人が出る。
		民間職業紹介機関（支店長）	・夏からの年度後半の見通しはまだ立たないが、オーダー数や新規登録者数等は少しずつであるが上昇しつつある。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・例年であれば中元シーズンとなり、食品メーカーや物流関係、流通関係の求人が活発になる。消費の低迷により例年通り期待ができるかは不明である。
		新聞社〔求人広告〕	・前年比でみれば回復はしているが、総量として増えていく傾向はみられない。
		職業安定所（所長）	・雇用情勢は依然として厳しい状況が続いている。有効求人倍率は平成21年度右肩上がりに緩やかに上昇し、一旦回復の兆しがみえつつあったが、平成22年4月で0.39倍台と前年同月比を0.03ポイント下回るなど、依然として先行き不透明感がある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比47.9%の増加となった。明るい材料ではあるが、新規求職者数も大幅な増加を示し、月間有効求職者数も高止まりしているため、本格的な景気回復か否かは分からない。
	職業安定所（職員）	・政府の緊急雇用対策の効果がはっきり表われていない。	

	職業安定所（職員）	・求人数の推移、窓口及び職員による企業訪問等の状況を見ると、依然厳しい経営状況にある企業も多く、景気の状況は不透明である。
	学校〔大学〕（就職担当者）	・求人拡大につながるような材料はない。平成23年3月卒対象の求人活動はピークを過ぎており、秋採用の期待は難しい。
やや悪くなる		
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・緊急雇用対策も意味の無いばらまきになっている感があり、本来の企業競争力の持ち直しにはなっていない。体力が続かない企業から閉塞感が出ており、今後も厳しい状況が続く。