

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	-	-
		スーパー（店長）	・中国産商品の食の安全性の問題が浮上するなか、大分では、その土地で取れた物はその土地で消費するという地産地消運動を進めているので、2～3か月先は明るくなる。
		乗用車販売店（管理担当）	・10月に新車が出るため、秋口にかけて買替え需要の動きが活発になる。以前みたいな爆発的な売行きは期待できないが、車は必需品であるため、店頭は賑わってくる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・行楽シーズンの消費が期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・9～10月になると、宴会等が若干増え、単価等も上がってくる。
		旅行代理店（従業員）	・安・近・短傾向ではあるが、9～10月の旅行申込件数が前年に比べると多い。
		旅行代理店（業務担当）	・9月の連休を中心に申込みは増えている。ただ、それ以外は去年並かそれ以下の状態である。
	通信会社（企画担当）	・9月以降は新機種が大量に出てくるので市場が変わってくる。	
	通信会社（総務担当）	・今年度に入り、契約件数が大体右回りになっており、今後もこの傾向が続く。	
	変わらない	商店街（組合職員）	・イベントを行っても盛り上がりには欠け、また消費者の消費に対するシビアな姿勢は変わらない。
		百貨店（総務担当）	・取引先やメーカーに、この秋冬に積極的な姿勢が見えない。
		百貨店（売場担当）	・来客数の落ち込みが大きい。商品単価、客単価ともに下げ止まり感があったが、今月になってまた若干下がってきている。近隣の複合商業施設は、ここ3か月は前年比約10%増で推移しているが、当店のある商店街は来街者数が確実に減っており、予断を許さない。
		スーパー（店長）	・民間のボーナスがあまり伸びておらず、ギフト商品の販売量も増えていない。
		スーパー（店長）	・店で何か変化を起こさないと今の客はついてこない。
スーパー（総務担当）		・食品は回復の兆しが見えてきたが、衣料品、住居用品については相変わらず客単価が低い。今後も売れ筋は、バーゲン商品、食品といったものだけで、定番商品の売上がなかなか伸びない。	
スーパー（経理担当）		・沈静化していた中小含む同業他社の出店が本格化しつつある。再びパイの奪い合いになる。	
コンビニ（販売促進担当）	・客単価の高い、土木や建築業の来客数が減少しており、購買数量も少なく、前年並みの売上を維持するのが難しくなっている。今後もこの傾向は続く。		
衣料品専門店（店長）	・中元商戦がこれほど悪いと、後は夏物バーゲンに突入するだけになるので利益が出ない。このまま悪いままで推移する。		
衣料品専門店（店員）	・低価格の物を上手に利用するという風潮が消費者に定着している。当店は、質の良い商品がある程度の値段で売っている小売業なので、今後はもう少し内容を吟味するか、別の形態で利益率をあげる方法を模索していかなければならない。3か月先は秋冬物になると単価が上がるため期待出来ない。		
衣料品専門店（商品担当）	・客単価が下がっている。		
家電量販店（店員）	・パソコン販売では、材料、部品の値段が上がったために本体の販売額が上がっているが、秋口には販売価格が下がるという憶測や噂が流れているため、客は買い控えに走っている。		
乗用車販売店（経営者）	・消費者間で、お金はあるが使わないというムードが広がっている。中古車だと8割が現金購入である。		
乗用車販売店（従業員）	・「まだ動くから辛抱して乗るよ」という声が多い。		
乗用車販売店（従業員）	・新車販売台数が大幅に減ってきている。今後もこの傾向は続く。		
一般レストラン（スタッフ）	・夏休みに入ったが売上は平日と変わらない。特に、夜のお客さんや県外者が少ない。車の通りも少ない。		

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
		スナック（店長）	・うちの店は県外のお客さんが80%を占めるので、県外客を頼りにしているが、7月はビジネス客が少なく厳しい状況にある。このままでいいのか営業方法を考えていかななくてはならない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・サッカーワールドカップの影響が悪いほうに出て売上が落ち込んでいる。大会が終わった今も、サッカーワールドカップ以前よりも悪い状態になっている。
		都市型ホテル（副支配人）	・客単価が安くなっており、他の同業者との合い見積もり等が非常に増えている。
		タクシー運転手	・今月も「ボーナスをもらえるかどうか分からない」という客の話を良く聞く。
		タクシー運転手	・夏休みの間は家族連れで、レンタカーを使う人が増えているため、タクシーの利用がそれだけ減っている。
		通信会社（業務担当）	・カメラつきの携帯電話が複数機種で発売され、需要が高まっているが、逆にパソコンやデジカメの売上に影響を与える可能性もある。
		通信会社（営業担当）	・この時期は、ブロードバンド系の商品の動きが下降線に転じるのが常であるが、インターネットの定着もあり、今後は引き続き現状を維持する。
		観光名所（職員）	・観光施設については、営業努力により前年を下回らないようにしている。今後はテレビドラマの舞台になるため、その効果を期待しているが、入園者は増えても金額が増えるかどうかは疑問である。ゴルフ場についてはかなり大幅な減少が続いている。
		設計事務所（所長）	・先月まで計画等の持ち込みは結構増えていたが、それがなかなか契約にまで至らない。また銀行の融資もつかないということで、先行きが懸念される。
		設計事務所（職員）	・予定している新案件数が少ない。
住宅販売会社（経営者）	・住宅建築取得用地では、一部で着工延期や保留状態が発生している。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・商店街に来る客が減少しており、先行きが不安である。
		商店街（代表者）	・良くなる要素がない。良い方向に行ってるようでも、翌月は急に悪くなったりするため、予測が全然つかない。
		商店街（代表者）	・先行きが不透明で、今が底だとは思えない。来客数も減少し、単価も下がっているため、年内はこの状況が続く。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・県産地の青果物が減少しているため、県外からの移入野菜が増えており、野菜が高騰しているため売上が伸びない。
		百貨店（売場主任）	・中元もそうであったが、7月は客の買上げ数量の減少が顕著に見られた。この傾向はまだ続く。
		百貨店（営業担当）	・客の動きを見ると、必要な物以外は買わないという傾向が続いている。今後はこの傾向がもっと激しくなる。
		百貨店（営業担当）	・医療費の3割負担等の問題もあって、消費需要の先行きは楽観できない。
		百貨店（営業担当）	・来客数の減少とともに、客単価や一品単価が落ち込んでいる。すべてがマイナス要因で、プラス要因がない。
		百貨店（業務担当）	・買い控えというよりも、客の消費意欲はより悪化している。
		スーパー（店長）	・販売量の伸びが止まりつつある。ギフト、線香、ろうそくなど単価の高い商品の動きが鈍い。
		スーパー（企画担当）	・食品に対する消費者の安心度合いが非常に不安に動いている。
		コンビニ（エリア担当）	・景気の具体的な対策が行われないうちは、今後も来客数の増加は見込めない。さらに、最盛期の夏場の天候が不順であれば、厳しい状況が続く。店舗によっては必要利益が確保できない最悪の状態になる。今後は、強力なキャンペーンを行っていくしかない。
		衣料品専門店（総務担当）	・高級品や嗜好品の売上が急に伸びなくなってきた。売上が前年割れになりそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊やレストランの予約状況からすると、あまり良くなる兆しがない。特に、婚礼件数が非常に伸び悩んでいる。
競輪場（職員）	・7月に入り、公営競技場の来場者数自体が前年に比べて減少している。今後もこの状況は続く。		
悪くなる	衣料品専門店（経理担当）	・客の多くがボーナスが去年より少なかったため、出来るだけ安い物を2～3点まとめ買いしていく人が多い。	
企業動向	良くなる	建設業（総務担当）	・今後上半期の終りにかけて、今まで冷え込んでいた設備投資が活発になっていく。

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
関連	やや良くなる	家具製造業（従業員）	・相変わらず東京への一極集中といった感じだが、8、9月の民間の物件情報は今のところ多少は出てきている。
		精密機械器具製造業（経営者）	・この1～2か月の受注量は増加しているが、長期的なものではなく、短期的に増加している気がする。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車種の出現や、モデルチェンジにより忙しくなる。
		建設業（営業担当）	・情報量が官民各方面で上がっており、質、量ともに増加している。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・長期的にみて、食料品関係は消費者の購買意欲が弱い。ある程度単価の安いものは動くが、高いものは売れない。
		農林水産業（従業者）	・農産物価格の上昇する要因が今のところ見当たらない。
		食料品製造業（経営者）	・当社は観光と密接な関係があるため、その動向に左右されるが、その観光客数が減少傾向にある。ただ、観光客数の減少を客単価の上昇で補っているのが現状で、結果として売上は例年と変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・生産の中国シフトが激しくなっており、楽観視できない。中国との価格差を比較されて非常に厳しい状態である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の見積りはかなりの量に増えているが、その都度その都度の受注であるため、先行きはあまり変わらない。ただし、機械部品加工の方はかなり動いてきたため、多少は上向いている。
		建設業（従業員）	・しばらくは現状のまま、低価格での受注競争が続く。
	やや悪くなる	金属製品製造業（企画担当）	・建設が増えているため、分譲、物件の広告が増えているが、他の業種はあまり動きがない。
		輸送業（総務担当）	・当社が期待しているIT関連事業では、今後も厳しい状況が続く。
		広告代理店（従業員）	・半導体関係については盆休みを返上しての生産と聞いていたが休みになった。また、夏物衣料品も出荷が増える見込みがない。
	悪くなる	繊維工業（営業）	・広告主からの注文が、これから先については思うように上がってきていない。
経営コンサルタント		・いわゆる工場など生産現場が完全に淘汰され、落ち着いてきてはいるが、そこに関連した運送会社や設備会社、機械会社などが悪くなっていく。	
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・半導体関連業がやや回復基調にあるため、電気メーカーの需要も少し活発になってくる。
	変わらない	職業安定所（職員）	・全業種において、特に製造業の経営状況に好転の兆しがみえない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・訪問販売系の業績が最近ますます厳しくなっており、求人が消極的になっている。
		職業安定所（職員）	・新規求職者が引き続き増加傾向にある。また、企業の整理解雇が、建設関連企業を中心に増加傾向にある
		民間職業紹介機関（職員）	・人材紹介業を利用する企業は、少なからず3か月～半年負担で採用を考えている。この時期採用枠が少ないということは、今後の見通しをかなり厳しいものにする。
	悪くなる	学校[専門学校]（就職担当）	・構造改革が進むにつれ、民間企業の求人数、採用数が手控えられて少なくなり厳しくなってくる。
		学校[専門学校]（就職担当）	・リストラや業務縮小により仕事を辞める人が多くなる。