

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<br>動向<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる   | -              | -  |
|                |  | 百貨店（売場主任）      | ・業界情報によると、この春・夏のファッションのトレンドが変わりそうなので、今、客のたんすにない商品が売れる。   |
|                |  | 百貨店（営業担当）      | ・電化製品に対する購買の波も一段落し、秋の旅行や衣料品に対する購買欲が高まる。  |
|                |  | 乗用車販売店（従業員）    | ・RVの新型やスポーツカーの新型が出てくるので、受注はそう望めないが利益は少し改善する。   |
|                |  | スナック（経営者）      | ・週末営業に活気が出てきており、少し期待できる。   |
|                |  | 観光型ホテル（営業担当）   | ・地元高校生の勉強合宿、スポーツ大会や一般の大会等に伴う連泊が予定されているため、良くなる。   |
|                |  | 都市型ホテル（スタッフ）   | ・プレ国体の本格化による宿泊需要に加え、一般宴会の受注が若干伸びているため、良くなる。  |
|                | 変わらない  | テーマパーク（職員）     | ・夏休み以降の予約については、団体はますます、個人はまだこれからである。ゴルフ関係の伸びが期待できる。  |
|                |  | 商店街（代表者）       | ・今年の夏は例年より非常に暑いので客足が鈍る恐れがある。   |
|                |  | 百貨店（営業担当）      | ・可処分所得の減少、税制改革による消費意欲の減退が大きく影響しており、催事で来店しても目的の商品のみ購入し、買い回りが見られない。客の購買意欲をそその商品の発掘が困難である。  |
|                |  | 百貨店（売場担当）      | ・住民税の増額、ガソリン価格の高騰が個人消費に影響する。また製造業での原材料価格の高騰が商品価格に転嫁されるのではないかと心配している。他店の状況をみても、今まで良かった店舗が伸び悩んでおり、突出して良い店舗がなくなっているため、先行きについてはプラス要因があまり考えられない。天候要因等でかなり左右されるが、現状の様子からみると一進一退で動いていく。 |
|                |  | 百貨店（売場担当）      | ・これと言ったプラス要因がない。客の買物の仕方が非常にシビアになっている。  |
|                |  | 百貨店（業務担当）      | ・8月末までは、秋物商材が本格的に動かないため、残暑がどれだけ続くかが景気を大きく左右する。これからは秋物商材が店頭によく並ぶため、早い秋の訪れに期待するほかない。   |
|                |  | スーパー（経営者）      | ・天候に左右される。今後の気候や台風等の影響による相場の変動で変わってくる。   |
|                |  | スーパー（店長）       | ・日常の買物における消費マインドは、ガソリン価格や年金問題等が落ち着くまでは絞られそうである。消費量は少なく、高品質のものがよく売れる傾向は変わらない。   |
|                |  | スーパー（総務担当）     | ・衣料品関係の売上の落ち込みが相当続いており、今後急に伸びる要素が見受けられない。必要最低限の身の回り品の買いそろえという買物が今後も続く。   |
|                |  | スーパー（企画担当）     | ・年間でも旬の食材が豊富な時期になり、食品への購買意欲に期待したいところではある。しかし、中元、賞与、お盆商戦による個人消費が一段落し、中国産食品への安全性の懸念材料等もあり、その際に最も買い控え傾向となる食品を主要に取扱うスーパーマーケットでは、景気拡大の見通しはあまり期待できない。                                  |
|                |  | コンビニ（エリア担当・店長） | ・昨年のたばこの値上げによる売上減の反動で、今年はたばこの売上が増えている。しかしデイリー品が少し減退しているため相殺され、来客数も客単価も伸びていない。  |
|                |  | 衣料品専門店（総務担当）   | ・梅雨が明け、猛暑が続く来客数も増加している。特にヤング層の来客数が良くなっている。   |
|                |  | 家電量販店（店員）      | ・猛暑のおかげでエアコンや冷蔵庫の買換えがおきている。その分売上が上がっているが、OA商品の需要が減っており、差し引きであまり変わらない。  |
| 家電量販店（店員）      | ・税負担増で実質上の収入減となり、ますます家計に響いてきている。猛暑によるエアコン購入も一時的なものにとどまる。 |                |  |
| 家電量販店（総務担当）    | ・個人消費の先行きが相変わらず不透明である。                                   |                |  |
| 家電量販店（企画担当）    | ・小売関係の売上は少しずつ上がっているが、選挙の結果が不安材料である。景気はやや悪くなっていく。         |                |  |

|        |  |
|--------|--|
|        | <p>その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）</p> <p>・8月の燃料油の仕入価格も上昇が予想されており、燃料油の小売価格も上げざるをえない。ここまで燃料油の小売価格が上昇すると、個人消費者の消費マインドの冷え込みが不安視される。流通関係のコストに与える影響も心配である。</p> |
|        | <p>その他小売〔雑貨卸〕（総務担当）</p> <p>・底入れ感があり、秋口には回復する。</p>  |
|        | <p>観光型ホテル（スタッフ）</p> <p>・9～10月の取込み状況があまりおもわしくない。</p>  |
|        | <p>都市型ホテル（総支配人）</p> <p>・今後のイベント等の開催予定が、前年に比べ少ないようである。</p>  |
|        | <p>旅行代理店（従業員）</p> <p>・夏に人気なのはグアム・バリ等のアジアリゾートと北海道である。早期の予約は前年を超えていたが、ここに来てやや止まった状態であり、現在は前年並みである。</p>   |
|        | <p>タクシー運転手</p> <p>・今年は暑いせいか、法人関係の県外客の動きが悪い。</p>  |
|        | <p>タクシー運転手</p> <p>・今から夏のいろいろなイベントが夜遅くまでであるので、乗込みが良くなる。暑いせいかタクシーを利用する機会が多くなっている。</p>  |
|        | <p>通信会社（業務担当）</p> <p>・8月はキャンペーンも続く見込みであり、商品の品ぞろえはある程度期待が持てるが、価格面で集客力のインパクトがなく、来客数・販売数共に厳しくなる。</p>  |
|        | <p>観光名所（職員）</p> <p>・ゴルフ場は以前と全く同じような状態が続いている。客の奪い合いがあり、単価も低いままである。営業努力をしても単価を下げさせられるばかりで、悪い状態のままずっと推移する。</p>                                    |
|        | <p>ゴルフ場（従業員）</p> <p>・天候不順や暑さで来場者がどんどん減っている。</p>  |
|        | <p>ゴルフ場（スタッフ）</p> <p>・天候が安定していないため、先の数字が読めない。週末には満場の日が多いが、平日は近隣の低価格のゴルフ場に流れている。</p>  |
|        | <p>美容室（経営者）</p> <p>・今一つの状況が変わらず推移する。住民税が増える等、客の中に不信感が増えてきているので、不景気を増長している。一部では上向いているが、地方や末端では、景気は非常に悪くなっている。</p>                               |
|        | <p>理容室（経営者）</p> <p>・7月は年間で二番目に良い月のはずであるが、全く良くなかった。この先も良くなることは考えられず、悪いまま変わらない。</p>  |
|        | <p>住宅販売会社（従業員）</p> <p>・新潟中越沖地震や選挙、猛暑等で住宅の需要が出てくるのが不明であり、あまり変わらない。</p>  |
| やや悪くなる | <p>百貨店（営業担当）</p> <p>・前年の増床オープン後、当社の売上は順調に推移しているが、周りの商店街はショッピングセンターの影響から依然として空き店舗が増え続け、その後の再開が進んでいない。この傾向がますます続いていく。</p>                        |
|        | <p>百貨店（営業担当）</p> <p>・接客をしている中で、客の話からも年金の問題が徐々に出てくるようになった。選挙の結果を受け、今後客は不安、不信を抱く。</p>  |
|        | <p>百貨店（販売促進担当）</p> <p>・昨今の原材料価格の値上がり、来月からの石油の値上がり等の影響を受けるため、消費が伸びていく傾向ではない。消費がうまく回らないと、景気が良ならない。</p>   |
|        | <p>スーパー（店長）</p> <p>・年金問題、物価の高騰予兆など、消費意欲の減退条件が大きくなっている。今後の景気予測は楽観を許さない状況にある。</p>  |
|        | <p>スーパー（店長）</p> <p>・盆前に競合店の開店があるため、一層厳しくなる。</p>  |
|        | <p>スーパー（店長）</p> <p>・また新しく競合店がオープンする予定で、半径1.5キロの商圈に3店舗立地することになる。価格の見出しで競合店対策をする調子なので、先行きが厳しい状況である。衣料品は絶好調であるが、ギフト関係の動きが鈍い。</p>                  |
|        | <p>スーパー（店長）</p> <p>・来月以降も競合店の出店計画があり、限られた客の奪い合いによる競争激化が懸念される。</p>  |
|        | <p>スーパー（総務担当）</p> <p>・原油高による諸物価の高騰、特にガソリン価格の高騰及び増税により、今後、客の消費購買力は減退する。</p>   |
|        | <p>スーパー（経理担当）</p> <p>・他店との競合が激しさを増す一方である。それに伴う企業淘汰も続いており、業界としては厳しい状況が続く。</p>   |
|        | <p>コンビニ（エリア担当）</p> <p>・競合店の相次ぐ出店に伴い、これからも厳しい状況が続く。</p>   |
|        | <p>コンビニ（販売促進担当）</p> <p>・住民税の大幅増税、ガソリン代の値上げから、おやつ関係の購入が控えられるため、若干悪くなる。</p>  |
|        | <p>衣料品専門店（店長）</p> <p>・この夏今一つである来客数は、秋冬になっても変化がない。少しずつ減っていく。</p>  |

|        |        |                    |  |
|--------|--------|--------------------|--|
|        |        | 衣料品専門店（店長）         | ・石油関連商品の値上げによる影響か、消費マインドが冷え込んできており、先行き不安である。   |
|        |        | 乗用車販売店（従業員）        | ・新車の受注台数が伸びない。この傾向が今後も続く。  |
|        |        | 乗用車販売店（販売担当）       | ・ここ3か月、来客数は増加しているが、販売量はやや下降傾向を示している。購買に対する客の慎重感から、販売量は若干落ちる。   |
|        |        | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） | ・材料が9月以降7～10%値上がりするが、販売価格アップは客の理解が得られにくい状況である。このため利益率が悪化するか、販売数量が一時的に減少する可能性がある。   |
|        |        | 高級レストラン（経営者）       | ・予約の状況を見ると、前年よりかなり悪くなる。  |
|        |        | 高級レストラン（専務）        | ・大型ショッピングセンターができ、人口に対する店の数が増え、客が分散し、競争が激化するため、悪くなる。  |
|        |        | 都市型ホテル（副支配人）       | ・予約の話はあるが、客は最初から明らかに単価交渉に入ってくる。この傾向が今後も続く。   |
|        | 悪くなる   | 百貨店（営業担当）          | ・極めて不透明である。一つは原油高がコストに転嫁されており値上げをせざるを得ない。また、団塊世代の退職による人員不足感が人件費を高騰させ、それが製品の価格に転嫁されている。消費が厳しいなかでは、商品単価が高くなれば販売量が落ちる。                |
| 企業動向関連 | 良くなる   | -                  | -  |
|        | やや良くなる | 鉄鋼業（経営者）           | ・改正建築基準法が新規建築案件に及ぼす影響を注視する必要がある。ただ、秋口にかけて新規の建築物件が数多く着工される見込みである。鉄鋼メーカーとしては、供給責任を果たすべく増産に対応する予定だが、それでも需要が供給を上回る見込みであり、ひっ迫した需給状態が続く。 |
|        |        | 金属製品製造業（企画担当）      | ・原材料価格の高騰を製品販売価格に転嫁できず、相変わらず厳しい状況が続いているが、鑄造関係事業の受注が上向ってきており、一部に明るさが見えてきた。  |
|        |        | 不動産業（従業員）          | ・賃貸部門において大幅な賃料上昇は期待できないものの、空室率は減少傾向にある。オフィス需要が堅調である。   |
| 変わらない  |        | 農林水産業（経営者）         | ・石油製品の値上げからくる消費者の節約ムードが、食品の消費にどのような影響を及ぼすかが心配である。また、今は順調であるが今回の選挙後の動きが心配である。   |
|        |        | 食料品製造業（経営者）        | ・業界の予測としては、需要が大きく増減することは考えられない状況である。   |
|        |        | 繊維工業（営業担当）         | ・本格的に景気が良くなることは難しい。原油とバイオ燃料で、安定した資材や原料の支給が出来ていない。  |
|        |        | 電気機械器具製造業（経営者）     | ・電子部品関連は在庫調整に入っているため心配していたが、今のところ好況が続いている。夏枯れも心配されたが、むしろ相反する状況で非常に良い。半導体関連をはじめ精密電子機器関係も上々の動きである。この傾向が今後も続く。                        |
|        |        | 金融業                | ・長いトレンドをみるとわずかに良くなっているが、上昇傾向と言えるほど顕著な動きはない。材料、燃料費などの上昇が続く不安要素はあるが、景気を左右するほどではない。   |
| やや悪くなる |        | 輸送業（従業員）           | ・また軽油価格が上昇しており、省エネだけでは対応が厳しい。  |
|        |        | 輸送業（総務担当）          | ・特に今年は衣料品の荷動きが悪くなっている。しばらくはこのまま悪い状態が続く。  |
|        |        | 金融業（営業職渉外係）        | ・日本の政局不安や原油等の高騰の影響により、家計、企業の業績に徐々に暗い影を落とす。また、夏場以降は日銀のさらなる金利上げが予想されており、中小企業の業績はますます厳しくなる。   |
|        |        | 経営コンサルタント          | ・芋焼酎の値上げの影響で消費者の買い控えが懸念され、消費の動きが鈍化する。  |
| 悪くなる   |        | 農林水産業（従業者）         | ・えさの値上がりが続いており、それに伴う実質負担も上がっている。3か月後には実質負担がもっと多くなるので、厳しくなる。  |
|        |        | 建設業（従業員）           | ・高騰する原油価格が原材料に転嫁されるため、施工段階での利益が減少傾向にある。また入札では、官公庁や民間両方で叩きあいによる受注を余儀なくされている。また、金利上昇によりマンション・住宅建設が敬遠されてきている。この傾向が今後も続く。              |

|          |                 |  |  |
|----------|-----------------|--|--|
|          |                 | 金融業（得意先担当）   | ・時期的なこともあるが、例年に比べ工事が全くないという状況にあり、かなり多くの取引先が苦しい思いをしている。今後も工事の発注の見込みがないという声を聞いているため、今後はさらに悪くなり、ますます再編淘汰が起きることが懸念される。 |
| 雇用<br>関連 | 良くなる            | 民間職業紹介機関（職員）   | ・先月から非製造業での求人が大幅に増加している。今期業績好調な企業が採用枠を大幅に拡大しており、管理者クラスの求人も目立つ。   |
|          | やや良くなる<br>変わらない | 人材派遣会社（社員）   | ・企業が人材の採用を順調に行っている。  |
|          |                 | 人材派遣会社（社員）   | ・年末へ向けての単発的な雇用は増えるかもしれないが、継続的な求人等は特に変わらない。当地区については、大型スーパーや企業等の出店があまりないので、雇用が増えるかどうかは、既存の企業の業績に掛かっている。              |
|          |                 | 人材派遣会社（社員）   | ・選挙等の影響があり、全体の雇用が悪い景況感に引っ張られている。人事の採用活動が鈍い。  |
|          |                 | 職業安定所（職員）  | ・今年度に入り有効求人数は若干増加傾向にあるが、パート求人が占める割合が大きく、正社員求人の割合に変化はみられない。   |
|          |                 | 職業安定所（職員）  | ・一般の求人、求職、パートの数が以前から減少傾向であったが、ここ数か月は一段落した。これから先、急激な変化はない。  |
|          |                 | 職業安定所（職員）  | ・求人数、求職者数共に、前年から大きな変動はなく、現在の傾向が続く。しかし、今のところはないが、原油価格の高騰がこのまま続けば、雇用に影響がでるのではないかと危惧している。                             |
|          |                 | 職業安定所（職員）  | ・各自治体が企業誘致に取り組んでいるものの、正社員の大幅な雇用増が見込まれる企業の進出がなく、大きな変化はない。   |
|          |                 | 民間職業紹介機関（支店長）  | ・全体の減少分を、金融系、営業・販売職系派遣需要で埋め合わせることができれば、前年を少し上回る需要が期待できる。さらに企業の正社員採用に繋がる紹介予定派遣需要の急増に対応できれば、その分の上乗せも期待できる。           |
|          | 学校〔大学〕（就職担当者）   | ・現在の水準をさらに上回る材料は見当たらないが、求人意欲が現状よりも悪化することはない。ただし、人手不足や新卒採用枠未達成の企業が出て、今後マイナス要因として作用することも懸念される。 |  |
|          | やや悪くなる          | 求人情報誌製作会社（経営者）   | ・九州では大雨の被害、新潟では中越沖地震と日本全体の雰囲気は低迷している。選挙もマイナス要因ばかりが目立った。この春にあった景気の上向き感を、最近あまり感じなくなってきた。選挙後の政局が重要ポイントである。            |
|          | 悪くなる            | -  | -  |