

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）	・1～2月は小売業にとって我慢の月となるが、1月後半が比較的好調であるところをみると、例年よりも期待が持てそうである。
		家電量販店（企画担当）	・今年はオリンピックがあり、家電関係では映像ものが売れる。
		通信会社（業務担当）	・2月は卒業シーズンに入り、年間でも新規契約の最需要期となるが、競合他社の新商品・新サービス攻勢により、これまでと同様に苦戦する。
		ゴルフ場（従業員）	・入場者数については2、3月と前年並みの予約数が入っているため、今月に比べると回復に向かっていく。また営業面でも、ゴルフ料金は安くなっているが、徐々に持ち直してきている。この傾向が今後も続く。
		競輪場（職員）	・前年に比べ入場者は減少傾向にあるものの、発売額は増加傾向にあり、1人当たりの購入額が増えている。この傾向が今後も続く。
	変わらない	商店街（代表者）	・客の会話を聞いていると、良くなるという話は全く聞えてこない。客は、先の収入が増えることが見えないので、衣料品については出費をあきらめる。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・最近家で入学や卒業のお祝いをするところが少なくなった。みんなで食卓を囲むという風景が少なくなったようで、魚などの素材を売るのはなかなか厳しい。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・物価の上昇からお茶は節約商品となってしまった。客単価の下落につながり、売上は伸び悩む。
		百貨店（売場主任）	・婦人ファッションでは新しいトレンドがなく、先行きが不安である。ジャケットとスカートが復調しないと厳しい。
		百貨店（営業担当）	・客は景気の先行き不安から、現金支出を抑えている。また、買い方に関しても現金購入が主で、後払いのクレジット購入に抵抗を持つ客が多く、手持ち現金の範囲内で購入する傾向が強まっている。
		百貨店（営業担当）	・物価高が当分続き、消費に対して開放的にはならず、どちらかといえば「節約法」などが注目される。ただし、必要なものに対しては「良いモノ」を買おうとする意識は高まっている。
		スーパー（店長）	・節約意識の高い中であっても、薄型テレビやテレビゲーム関連商品、美や健康に関する商品等で、少しだけ値段を下げると非常に良く売れる。要は金がないのではなく、ヒット商品、欲しいものが欲しい価格であればまだまだ売れるということである。
		スーパー（総務担当）	・食料品、住居用品とも前年並み、もしくは少し下回る。衣料品は前年をかなり下回った状況が数か月続いたため、今後も回復は見込めない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・相変わらず店舗の周辺で事業所の撤退が続いている。空き事務所が増えている状態で、来客数が伸びる要素がない。
		衣料品専門店（店員）	・衣料品に対する1人当たりの買上比率が年々減っており、景気は良くなる見込みはない。安価なカジュアルものが売れる傾向があるが、そういった店は山ほどあるため、何か工夫をしていかないとい今後厳しい。
		乗用車販売店（販売担当）	・自動車販売業にとって年間で最大の需要期であるが、景気が良くなる感じはなく、依然として高額商品の購入については慎重な態度が続いている。今後も改善しない。
		住関連専門店（店長）	・これから先も商品単価が上がっていくので、買上点数などが控えられ、今と同じ悪い状況が続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・2月の燃料油仕入価格は上昇が予想され、客は必要な時に必要な量だけを購入する。ただ、客の様子から、燃料油については節約ムードが浸透してきたようだ。また、ガソリンや灯油を購入する場合、それぞれを価格が安い店から買い分ける客が増加している。
		高級レストラン（専務）	・県外客は訪れるが、市内の客はガソリンの高騰で動かなくなる。諸物価の値上がりもあるため、客の動きはますます鈍くなる。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・客の流れが新年からなく、客からの電話もめっきり減った。通りも人が通っていない。
旅行代理店（従業員）	・1月中旬以降、前年を超える予約数になった。ただし、売れているのは低価格商品である。この傾向が今後も続く。		

	タクシー運転手	・今後先行きがどうなるか分からないし、物の値段が上がるので辛抱するという客が多い。
	理容室（経営者）	・明るい材料がない。支店の売上をすべて合わせても、前年比、前月比とも減少している。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・生活必需品が微妙に値上がりしているほか、所得税も前年より上がったが、給与は上がっていない。
	商店街（代表者）	・原油高から生活必需品の価格がじわじわと高くなっており、客は必要なもの以外は買わなくなっている。来客数、買上金額、一品単価とも減少している。
	商店街（代表者）	・食料関係がなかなか伸びない。入学・卒業の時期になると幾らか景気が上向くかもしれないが、原油の高騰で卸値がどんどん上がってきているので、まだまだ伸びる要素は見られない。
	百貨店（営業担当）	・生活必需品の価格高騰、景気対策の遅れから、今後も消費の回復はあまり望めない。
	百貨店（売場担当）	・原油高と株安、円高で、基礎的支出については若干価格が上がってもさほど変わらないが、衣料品を含めた選択的支出は回復力がかなり乏しい。来客数は前年実績を維持しているが、諸物価の高騰等の心理的要因から、客単価は今後も低下する。今後も良くならない。
	百貨店（業務担当）	・株安を含め、世の中の閉塞感はより強まっている。消費を喚起する話題もなく、しばらくはこの状態が続く。地方においては、今後の生活に非常に危機感を持っている客が多い。
	スーパー（店長）	・値上げに関わる売価への転嫁の影響が色濃く出ている。販売量の弾力性は今後も強くなる。今後、電気料金などの公共系の値上がり観測などが加われれば、販売量への影響は更に大きくなる。
	スーパー（店長）	・価格の値上がりとともに今後も客の買上点数が減ってくるため、景気はますます悪くなる。
	スーパー（店長）	・ガソリン等の値上げが懸念されるなか、消費者の財布のひもはますます固くなる。
	スーパー（店長）	・ラーメンを始めとする食品が値上がりするなか、客が日常生活品のバロメーターになるインスタントラーメンなどの上昇を売場で見ると、買物は次第に慎重になる。
	スーパー（経理担当）	・まちづくり3法の改正で大型出店は規制されつつあるが、反動としてスーパーマーケットや小商圏型ショッピングセンターの出店が増えつつあり、競争が激化する。
	コンビニ（販売促進担当）	・原材料が上がるなか、量販店から当社の製造部門に向けて、売価100円、卸値78円の食パンを、売価88円にしたいので卸値を下げてくれとの要望があった。低価格で集客を高めたいという要望であるが、原材料価格高騰のなかで逆行している動きであり、厳しい状況である。また、当社のコンビニが月3件ほどのペースで閉店に追い込まれている。
	衣料品専門店（店員）	・セール品1点1,400円ほどの買物でクレジット払いを利用する客が、これまで経験したなかで一番多かった。衝動買いなどはあまりしていない状況なので、景気は良くならない。
	家電量販店（店員）	・原油高に伴い食料品等は値上げがあるが、家電製品については単価が下がってきている。オリンピック等大きなイベントはあるが、消費は冷え込んできている。
	住関連専門店（経営者）	・石油等の原材料の高騰がもるもの値上がりにつながっており、消費意欲をそいでいるほか、年初からの株価の下落も消費者の不安をあおっている。加えて、家具メーカーの直販が既存の家具小売店の売上を圧迫している。
	高級レストラン（経営者）	・以前の客が最近来店しないという状況が目立ち始めている。
	観光型ホテル（営業担当）	・例年の団体客需要はあるものの、団体ツアーの集客が鈍い。また、新規の来客数や予約数の発生が間近になっていることで、見通しが難しくなっている。
観光名所（職員）	・観光施設については、NHK大河ドラマの効果が多少あるが、全体的には、それが上乘せされても前年と変わらない。石油価格の高騰等、マイナス要因ばかりで消費者心理は冷え込んでくる。	
美容室（経営者）	・消費者は消費に対してかなり敏感になっているので、美容室などのぜいたく消費に当たる部分は控える傾向が続く。	
設計事務所（所長）	・原油の値上がりに準じて建築コストも上がっている。客も建物を建てるのを待とうと考えるため、需要が減る。	

		住宅販売会社（従業員）	・宅地・建物の取引についてローンの審査が厳しくなっている。さらに、原材料費の高騰等から住宅の値段が上がっている。景気先行き不安のなか、着工件数が減ることが懸念される。
悪くなる		百貨店（営業担当）	・特に今はバーゲンでなんとか量売ることで前年実績を確保しようとしているが、今後春物の動きはかなり鈍くなる。景気拡大策を明確に示さない限り、心理的不安がかなり出る。
		百貨店（営業担当）	・春以降も生活に密着した必需品の値上げが予測され、客の買い控えは続く。
		百貨店（販売促進担当）	・原油価格高騰を商品価格に転嫁する動きが年明けより更に進んできているのを実感している。消費者の購買は落ち込む。
		衣料品専門店	・いつも毎年2月は苦戦するので、1月の売上の様子では、2～3月の売上はもっと冷え込む。
		衣料品専門店（総務担当）	・客の財布のひもが固く、現金・カード払いとも減少している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・相次ぐ石油製品や付随する食材などの値上げが、家計のみならず企業の収支に悪影響を及ぼし、景気はかなり悪くなる。
		タクシー運転手	・月給で生活している人はともかく、時給、日給、出来高制の人は非常に収入が減っているため、購買力が落ち、景気は悪くなる。
		設計事務所（代表取締役）	・建築確認申請の事務の遅れからマンションの着工が遅れているほか、戸建住宅も低価格競争が激しくなっており、今後も厳しい。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	通信業	・今後、当地域では、ここ半年位の間に新幹線関連工事が発生するため、景気は良くなる。
		金融業（得意先担当）	・かなりばらつきはあるが、自動車関連産業を中心に設備投資が行われるなど活発な動きが見受けられるため、今後は良くなる。
変わらない		農林水産業（経営者）	・食肉加工メーカーは慢性的に原料不足であり、需要期と重なる春先はかなりの引き合いが期待される。利益については経費増が大きく負担になっているが、一部値上げでカバーしているので、プラスマイナスゼロである。
		農林水産業（従業者）	・販売価格はある程度今の状況で維持できるが、飼料価格が今後も上がってくる状況なので、あまり変わらない。
		食料品製造業（経営者）	・NHK大河ドラマの放映開始に伴い、観光客の増加が見込まれるが、物価上昇に伴う購買意欲の減退も懸念され、全体としては景気は変わらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・3か月後は焼き物業界も需要期になり数量的に出るようになるが、原材料の高騰がそれ以上に圧迫し、なかなか上向きにならない。
		鉄鋼業（経営者）	・改正建築基準法施行による建築需要の落ち込みの影響は、月を追って厳しくなっている。現状でも1～3号物件の回復は鈍く、着工床面積・着工戸数をみても前年同月のマイナスは当分続く。新規申請・許可の件数も回復傾向にはあるが、昨今の経済の停滞感も加わって需要の縮小が懸念される。今回の建築需要の落ち込みは官製不況そのものと言わざるを得ない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客先からの設備の引き合い内容にも明るさは見られない。
		建設業（総務担当）	・住宅ローンの金利は低い水準にあるものの、消費者物価の上昇により生活にゆとりがなくなるため、住宅の取得にためらいが出てきている。住宅確認申請の提出も少なくなってきた。
		輸送業（従業員）	・原油価格が上がっているため、フィルム等石油商品の値上がり懸念されている。荷主は、価格を上げることができないため、内容量を減量させるなどして販売を持続させようとしているが、それもなかなか厳しい状況である。
		通信業（職員）	・来年度の折衝案件をみても、件数、金額共に景気回復を感じさせるものはない。
		新聞社（広告）	・年度末という駆け込み需要も数件あるものの、前年を超えるまでは至っておらず、現時点では厳しい。
	やや悪くなる		家具製造業（従業員）

		窯業・土石製品製造業（取締役）	・ 資材、燃料の高騰により、業種全体としてだんだん悪くなっていく。
		金属製品製造業（企画担当）	・ ガソリンの高騰に伴う運送会社からの値上げ要求や、原材料価格の高止まり等、値上げ材料がめじる押しである。また、業界内での価格競争のなか、製品価格に値上げ分を転嫁できず、損益好転の兆しが見えない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ 電子部品関連、液晶等の精密機械部品全般として、大手、中堅企業を問わず先行き不透明感がますます強くなってきている。
		輸送業（従業員）	・ 原油価格の高騰が、軽油価格の高止まりとなって直接経営に悪影響を与えている上に、購入資材もじわりじわりと上がり始めている。
		輸送業（総務担当）	・ 原料や製品の値上げにより、段々荷動きが悪くなっている。この状態が今後もしばらく続く。
		金融業	・ 原価の上昇が落ち着く気配がないため、何とか持ちこたえている企業の今後の資金繰りが懸念される。
		金融業（営業担当）	・ 金属関係の建設資材の価格変動や、ガソリン価格の上昇等から利益を圧迫している状況が続き、資金繰りがタイトになってきている企業が増えてきている。
	悪くなる	建設業（従業員）	・ 確認申請の許可が下りるまで時間が掛かるため、まず概算見積が増えていたが、本見積はあまりなく、着工まで時間を費やす傾向がある。原油の高騰が資材価格にも転嫁されており、景気は悪くなっていく。
		広告代理店（従業員）	・ 1月の新聞折込広告枚数は前年比98%となり、先月に引き続き悪い数字となった。地元百貨店の撤退等、年始から暗いニュースがあり小売業界全体が落ち込んでおり、折込枚数にも回復の兆しが見えてこない。引き続き原油の高騰が続けば、更に広告予算が削減され、折込広告業界にとっては打撃となる。
		広告代理店（従業員） 経営コンサルタント	・ IT広告の伸びが他の広告を減らす傾向が更に進む。 ・ 原料の麦の高騰により、ビール・焼酎の値上げが3月より実施される。リベート圧縮となり、駆け込み需要はあるもののその後の不安が大きい。
		その他サービス業〔物 品リース〕（従業員）	・ 原油高、金利の上昇による高止まり、株価の大幅下落等の要因から取引先で設備投資意欲を再検討する動きが顕著にみられており、この状態が続けば景気は悪化する。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・ 東京の企業ほどではないが、九州の企業も業績は悪くないような話を聞くことが増えている。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・ 求人件数は前年をやや下回り、同業間の競争も一段と厳しくなっている。前年は業界大手が実質倒産したが、今月は地元中堅企業が事業を他社に売却した。4月からの改正パート労働法の施行が、我々の業界にどのように影響してくるか見守っている。
		学校〔大学〕（就職担当者）	・ 今後2～3か月も現状の高い求人意欲に変化はない。ただし、株価下落や円高、石油価格の高騰から景気の先行きを不安視する声も聞かれ、企業側の求人意欲の低下（採用枠の縮小）などの悪影響も懸念される。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 来年度は北京オリンピックなど明るい話題もあるが、実需を期待できる業界は限られており、景気の先行き不透明感は強くなっている。実際に製造業の求人広告も増減が激しくなっており、数字が安定しない。
		職業安定所（職員）	・ 原油高や公共工事の入札制度の改革の影響を受けて倒産企業が増え、一般雇用も採用差し控えの状況になる。
		職業安定所（職員）	・ 信販会社から希望退職者の大量求職があったほか、今後大手半導体、製造会社の希望退職者募集が予定されているため、景気は悪くなる。
		職業安定所（職員）	・ 地方においては景気の回復が乏しいことに加え、原油高騰の影響がほぼすべての業種に影響している。原油高に歯止めが掛からない限りこの状況は継続し、今後企業はパートよりコスト高となる正社員の募集を手控える。
		民間職業紹介機関（職員）	・ 今年に入り求人数が大きく落ち込んでおり、また人材の提案をするも、選考基準が高く面接に至らないケースが増えていた。昨年に続き、登録人材数も減少傾向にある。この傾向が今後も続く。
	悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・ 顧客を取り巻く環境・条件にプラス材料が見当たらず、原油高・株安・円高等のマイナス要素ばかりが全面に出ている。営業販売職の人材で新年度商戦の需要増が多少期待できる程度で、マイナス分を補完するまでには至らない。