

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	ゴルフ場（従業員） 音楽教室	・入場者の予約状況は9～11月と前年を上回る予約が入っているため、やや良い傾向にある。 ・ガソリンの価格が下がるようなので、相乗効果が期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・いくらか気候も良くなり購買力が増してくるが、最近では物価の値上げが激しく、客は少しでも安い商品を買うために毎日ちらしとらめっこで選択している。これでは小売業はどうにもならない。
		百貨店（営業担当）	・食品の値上げ等で客に生活防衛感があり、不要不急の物は買わないという傾向が続く。例年であれば、秋のファッションが出てくる9～10月は盛り上がる場所であるが、今年は難しい。
		百貨店（企画）	・売上は前年を下回っているが、売上点数は前年実績を維持しており、商品単価が下がっている。また、来客数の減少傾向は続いているが、買上率は前年を上回っていることから、客の購買行動は、単価の安い商品の目的買いが多くなっている。数字を見る限り、この傾向はまだ続く。
		百貨店（業務担当）	・このまま物価上昇が続くことが予想され、生活者の消費に対する慎重さは増す。買回り品が中心の百貨店としては、更に厳しい商戦が予想される。
		スーパー（店長）	・消費は変わらない。客は、所得が上がらないとどうしても消費を我慢し、必要最低限の物だけの購入になるため、売上が厳しい。ただ、原油価格が下がる兆しがあるため、期待している。
		スーパー（店長）	・原油価格の高騰を始め、物価の上昇が今後も続くなかで、状況は今より良くなる見込みはない。
		スーパー（総務担当）	・特に衣料品は前年から2けたの落ち込みが続いており、必要最低限の食品等のみの購買傾向が続く。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・諸々の価格高騰はすぐには解決するものではなく、また日本だけの問題ではないため長引く可能性が高い。恐らく、よりシビアな購入状況となる。
		衣料品専門店	・これから秋にかけて洋品関係は良くなるのが通常であるが、今までの悪い流れは急には変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・車も価格が上がって、他の物の価格も上がっていき、客は購入を控える。
		乗用車販売店（販売担当）	・燃料価格の高騰により軽自動車業界は追い風を感じていたが、今月の動きでは、いろいろな物価が上がるなかで、自動車に関しても購買にかなり慎重になっている。向こう2、3か月はこういった購買姿勢が続く。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・前年に比べ一般家庭でのコーヒーの消費が若干減少している。来客数もわずかながら減少する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・9月の燃料油の小売価格が下がるとみられており、8月に使用を辛抱した客が一時的に購入する。一方、燃料油価格高騰で漁船が漁に出ない等、燃料油の販売は減少する。
		高級レストラン（経営者）	・明るい兆しが見えない。大分では国体が開かれるが、その間、会社関係の動きが全く読めず、今のところ先々の予約も大変苦しい状況は変わらない。
		スナック（経営者）	・客の様子からも、まだまだ節約志向は続きそうである。
		都市型ホテル（副支配人）	・予約状況の出方が随分弱くなっている。金曜、土曜、日曜についても、単価を下げてでもなかなか予約が増えない。
		旅行代理店（従業員）	・9月は例年学生の動く時期であるが、今年はあまり活発でない。8月の自粛ムードが続いているようだ。
		タクシー運転手	・とにかく客の動きがなく、買い控え、出控えがだんだんひどくなっている。また、会社の売上も1～2割落ち込んだほか、大手建築会社が倒産する等、あまり明るい話題がない。
		通信会社（企画担当）	・新規客の開拓を行っているが、支出許容度合いが厳しくなっている。
		競馬場（職員）	・明確な上向き施策は取っていないが、やや下げ止まった感がある。
美容室（店長）	・主婦は料金に対して敏感なので、近くの低料金の店に流れている。この傾向が今後も続く。		
やや悪くなる	商店街（代表者）	・原油、燃料価格の高騰で諸物価が上昇し、客は生活防衛の意識が強い。なかなか景気が良くなる見込みはない。	

商店街（代表者）	・材料価格の高騰、一般日用品、買回り品の値上がり報道され、客の気持ちも暗くなっている。高額品の購買にはなかなかつながらない。
商店街（代表者）	・商店街の中で、8月いっぱい閉店する老舗の店が3件ほど出てきた。ここにきて持ちこたえられなくなっており、廃業や倒産が続く。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・今以上に悪くならないよう努力していないといけないが、周りの物価上昇で悪循環に陥っているため、どう切り抜けていけば良いのかわからない。
百貨店（営業担当）	・原材料の値上げで客はこの先どうなるか不安になっており、解消するまでは購買の動きがない。
百貨店（営業企画担当）	・景気の不透明感と、政治の課題解決なども進展の様子はなく、ガソリン価格の上昇から派生した物価の高騰が続く。消費者の購買マインドの改善は見込まれず、小売業は、特に大手企業の少ない地方で厳しい状況が続く。
スーパー（経営者）	・先行き不透明感による買い控えから、今後も悪くなる。
スーパー（店長）	・8月後半より、気温や景況の影響からか、消費に弾みを感じない。オリンピック開催も加わって、客は自宅で節約する傾向があり、特に身の回り品（バッグ、靴、服飾雑貨）等の上向き傾向がない。この傾向が今後も続く。
スーパー（店長）	・商品の供給先である農水産業界、加工食品業界共に経営環境が極端に厳しくなってきた。この傾向が今後も継続する限り、先行きの景況感は悪い。
スーパー（店長）	・まだまだ食料品の値上がりが予想されているため、客はこれからも買物にはシビアになる。
スーパー（店長）	・これから秋の行楽レジャー、旅行などの商材が通常売れる時期であるが、今の状況では、客はますます生活防衛意識が高まり、節約する傾向にある。そのため、余暇に関しては客の行動範囲、動向は安近短となる。
スーパー（企画担当）	・9月から調味料、乳製品等の食品を始め、石油製品の包装資材等が本格的に値上げされるとみられ、従来の店頭販促強化やチラシ商品の見直し等の対応では値上げ分を吸収することが難しくなる。さらに、価格転嫁への対応が必至となることから、日常のメイン支出となる食料品の買い控え動向に拍車がかかることは間違いない。
コンビニ（エリア担当）	・水道光熱費等の公共料金も値上げがあり、家計は更に厳しい状況が続くことから、客の購買意欲は損なわれ、売上アップは望めない。
コンビニ（エリア担当・店長）	・タスポの影響も頭打ちになり、デイリー品等の生鮮品の売上も落ちてくる。売上を上げる取組が必要になるが、来客数自体が伸びないのであまり変わらない。
コンビニ（販売促進担当）	・取引しているなかで、売上が前年を割っている量販店チェーンが多くみられる。ローカルスーパーも半数以上が前年割れである。安売りしている量販店はそこそ元気であるが、他の店舗はかなり販売量が落ち込んでいる。
衣料品専門店（総務担当）	・客は、高いガソリン代や交通費まで出して商店に来店する必要があるのかという考えがあるようである。
家電量販店（店長）	・現在の周りの物価高の状況のなかでは、これから先、来客数は増えない。
家電量販店（店員）	・メーカー全般が値上げを発表し、既に市場に出始めている。これにより購買意欲が低下するため、景気回復傾向はみられない。
家電量販店（店員）	・生活必需品の値上げがずっと続いており、このスタンスが変わらないなかでは、耐久消費財である家電品は修理すれば使えるということで、どうしても新しい物が売れない。
住関連専門店（経営者）	・9月から石油価格が下がると報道されているが、まだまだ安心して車に乗れるような単価ではない。食品等の生活必需品の値上げがめじろ押しで、消費者の財布のひもは固く、景気の回復はほど遠い。
住関連専門店（店長）	・これから先物の値段が上がり続けるため、買い控えは続く。
高級レストラン（経営者）	・秋の旅行シーズンの代理店からの団体予約が前年に比べて減っているため、今後は悪くなる。
観光型ホテル（スタッフ）	・向こう3か月の予測をみても、今期減少分をカバー出来る要素がない。
観光型ホテル（営業担当）	・前年に比べ、婚礼部門が苦戦している。背景に経済的な理由が目立ち、会費制パーティー形式の相談も出てきている。また、婚礼適齢期が無くなってきている。

		通信会社（総務担当）	・ガソリンや食品の価格高騰から、一般消費者の生活防衛色がみられ、ケーブルテレビの視聴については、新規加入率が低下傾向にある。また、いったん加入しても解約したり、視聴料が未回収となる件数が増加傾向にある。
		通信会社（業務担当）	・9月は夏のキャンペーンが終了し秋商戦に入るが、新商品もなく価格も上げ止まりで、携帯電話の買い控えは続くため、販売数は伸びない。
		美容室（店長）	・金融機関の貸し渋りが目立ってきている。
		設計事務所（所長）	・今の手持ちの設計を終えると後がない。今年は計画すらかなが情報が入ってこないで、景気は悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・問い合わせ数が少なく、今月の営業活動ができていない。翌月、翌々月に成約になって仲介手数料が入るといったことはないので、景気は上昇しない。
悪くなる		商店街（代表者）	・洋服等は持っている物で間に合わせ、買わないという客の声がかかる。
		商店街（代表者）	・原油高、原材料高のなかでも、価格転嫁ができない。先行き不安で個人消費が伸び悩む。
		商店街（代表者）	・大型店舗の閉店や、来客数、販売量の減少等、すべて悪い原因ばかりそろってきている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・まだまだ商品価格が上がる予定なので、購買力は上がらない。
		百貨店（販売促進担当）	・景気の見通しが立たないなかでは、消費は絶対に上向かない。さらに、景気後退等のマスコミ報道から、ムードに流されますますます消費は減退する。また、宝飾部門の取引先で事業撤退や倒産が徐々に発生している。ここ数年そのようなことがなかった分、非常に厳しさを増している。この流れは現状の対策等では止められない。
		百貨店（販売促進担当）	・商品の値上がりにより、客の購買意欲が低下している。
		百貨店（売場担当）	・郊外に新しい商業施設がオープンする影響から、市内の大型店舗は軒並み前年を下回ることになる。来街者が郊外に流出するため、売上増には結びつかない。
		スーパー（総務担当）	・ガソリン価格等の高騰により、客の購買力はますます減少してくる。一方で消費者の収入は増えないため、今後も個人消費は伸び悩み、景気は悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・8月終盤になり秋風が吹き始めたが、依然客足は戻っていない。直接生活につながる品々の更なる値上げのニュースがマスコミで流されるせいか、消費者の買い控えはますます進んでいる。
		ドラッグストア（部長）	・新商品の販売もなく、上向く兆しがみえない。
		高級レストラン（専務）	・来客数が少なくなり、銀行の融資も厳しくなっている。今年いっぱい材料代の値上げ等で大変になる。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・コストがあまりにも高く、売上と仕入れが合わず、どん底である。
		都市型ホテル（総支配人）	・今後も同業他社が新規進出する情報はあがるが、異業種企業の新規進出やイベント情報は聞かれない。そのため、限られたビジネス客の獲得で更に安価な価格競争が続く。
		競輪場（職員）	・前年と比較すると、来客数、発売額共に減少傾向にある。この傾向は今後も続く。
		理容室（経営者）	・客の来店周期が伸び、毎月の売上が下がるという状態が続いている。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・季節的には受注が増える。また、中国産食品問題以降、海外品を購入していた客が国産品にシフトする動きもある。多少受注量の増加が見込める。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏場はいつも売行きが悪いが、今年は特に悪い。秋口になると今よりは良くなると期待しているが、前年並みかそれ以下となる。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・2、3年前からすると繁閑の差が小さくなる傾向にあるが、売上全体はやや増加傾向が続いている。10月には、鹿児島でイベントが開催される等、減少の要素も見当たらない。台風その他災害が多発しない限り、現在の景気に大きな変化はない。
		鉄鋼業（経営者）	・当面、建設関連の企業では、特にマンション関連の建設需要の落ち込みに端を発し、倒産が相次ぐことが懸念される。建材需要の回復にはかなりの時間を要する。

	輸送業（従業員）	・商品の動きが低迷する状態がまだまだこのまま続く。今後も様々な物が値上がりし、消費が冷え込み、政府もそれなりの対策を打ち出せないような状況になり悪循環が続いていく。一部の商品が値下がりしても、全く効果がない。	
	金融業（営業担当）	・個人客の高金利商品への借り換え需要は増加傾向にあり、現在の状況が当面続く。	
	不動産業（従業員）	・賃貸オフィスの動向は、新築ビルの供給過多もあり、空室率の上昇傾向が続く。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・プロイラーの価格はある程度順調に推移していたが、やはり消費者の動向により消費が落ち、やや下がってきている。一方で飼料価格は上がっているため、やや悪くなる。	
	家具製造業（従業員）	・オリンピックも終わり、中国の需要増大による資材価格高騰は一段落する傾向だが、国内の消費の低迷は心理的問題なので上向くのはまだ先になる。相次ぐゼネコンの倒産で建築関係も淘汰が進み、景気は悪くなる。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・客などの話から、設備投資は今よりも更に悪くなりそうである。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・便乗値上げしてくる業者が出てきている。	
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・海外での生産に更に力が入り、国内の生産量が非常に少なくなってきた。	
	建設業（総務担当）	・一部上場のマンションデベロッパーの相次ぐ倒産、地場大手建設業者の倒産等から、発注者側の企業選定が慎重になり、今後発注が控えられる。	
	通信業（職員）	・原油価格、材料の高騰による影響が原価に現れてきている。	
	金融業（調査担当）	・自動車の減産等、これまで下支えしてしてきた生産面でも下振れリスクが高まっており、厳しい環境は当面続く。	
	その他サービス業〔物リース〕（従業員）	・原油等の資源高による企業業績の悪化に伴い、取引先に対する金融機関の融資姿勢等が厳しくなりつつある。設備投資等への悪影響が更に強まる。	
	悪くなる	繊維工業（営業担当）	・原油価格が抑えられないとどうしようもない。以前と同じ物を買っているのに、物価だけが上昇している。10月ごろに最低賃金の見直しが大幅にあるかもしれないが、工場閉鎖、企業倒産が懸念される。
金属製品製造業（企画担当）		・原材料価格の値上げ分を販売価格に転嫁できず、利益率の悪化による営業キャッシュフローの悪化がボディプローのように効いてくる。	
一般機械器具製造業（経営者）		・原油高で自動車の売行きが不振である。低燃費車が軽自動車が販売を盛り返さない限り、自動車関連業種はこの先もっと厳しくなる。	
電気機械器具製造業（経営者）		・電子部品金型関係は、全般に見通しが全く立たず、大手・中堅企業共に厳しい状況である。先の見通しに関しての改定もほとんどなく、全く良くなる材料がない。すべての製造業は悪い状況で推移しており、先行きの見通しも全く立たない。	
建設業（従業員）		・資材の高騰による利益の減少や受注金額の採算性の問題等、業界を取巻く環境は厳しい状態が続いている。また、建築確認が下りるまでがまだ時間が掛かりすぎているため、景気はなかなか良くならない。	
金融業		・すべての業種に悲観的な意見が多い。製造業の減産が多業種に広がる。	
金融業（得意先担当）		・倒産件数がかなり多くなっている。業況が悪化している企業が相当数あり、当行でも今期の決算を下方修正する等、貸し倒れ引当金の積み増しによってかなり業績が厳しくなるとの見通しを立てている。今後も予断を許さず、かなり厳しい状況になる。	
金融業（営業職渉外係）		・倒産が相次ぐことで金融機関の融資がより慎重になり、更に資金繰倒産が増加する。	
広告代理店（従業員）		・8月の折込広告枚数は先月より更に悪くなった。新聞折込広告は不況に強いはずだったが、原材料の高騰など、経済環境の悪化により広告費をぎりぎりまで削減しないと利益が出ない状態になっている。特に商店や不動産などの業種が疲弊しており、広告費が出せないで売上が伸びないという悪循環に陥っている。政府が景気対策を具体的にやらないと、今後状況は更に悪化しそうである。	
雇用 関連		良くなる	-
	やや良くなる	-	-

変わらない	人材派遣会社（社員）	・企業の人事担当者とも話をするが、求人を増やすような状況ではなく、今いる人数で対応するという方針を持っている。
	人材派遣会社（社員）	・大型商業施設の開店により、販売員などの求人は一時的に増えるが、事務系の不振もあり、全体的にみれば状況は好転しない。
	職業安定所（職員）	・3月以降、新規求人数はマイナスが続いているが、マイナス幅は徐々に小さくなっており、7月にはプラスになった。経営環境が厳しい中、上向きとはいかないが、新規の企業進出など好材料もある。今後もこの傾向が続く。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・建築関連がかなり厳しくなっている。下請での求人がほとんどなくなっている。
	職業安定所（職員）	・当月も、小規模ではあるが事業所の倒産等が発生しており、新規求職者数が増加傾向にある。それに比べ新規求人数は低調傾向が続いており、就職率がなかなか上がらない。今後も原油等原材料価格の高騰の影響は続く。
	職業安定所（職員）	・7月までの新規常用求職者のうち、離職者の減少幅が大きい状態が続いている。新規求人数の減少と合わせて、今後も同様の状況が続くことが予想され、すぐに解消するとは考えられない。
	職業安定所（職員）	・引き続き新規求人数が減少傾向にあるので、今後もやや悪くなる。
	民間職業紹介機関（社員）	・自由化業務3年派遣の最後の派遣時期を迎え、一部の業界で年末年始に向け、派遣終了が発生し始める。法令通り終了した後、別部署で新たな派遣依頼があるか、新たに自社雇用が発生するかは、派遣法改正の動向によって決定する可能性が高い。
	学校〔大学〕（就職担当者）	・例年の秋採用の求人活動の相談が、例年よりも大幅に少なくなっている。今後の求人活動の見通しは厳しい。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・建設業を中心に採用意欲が減退している。また、IT企業では軒並み採用中止が発生している。
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気減速により、求人活動はより一層シビアになる。医療やSE等、特定の業種を除き、これほど転職者市場が動かない状態は見ることがない。
	民間職業紹介機関（支店長）	・長期契約先の主要産業（情報・通信・エレクトロニクス・自動車等）に加え、営業・販売職系需要家である家電量販店、衣料・食品小売、通信販売コールセンターなどの需要も減少している。原油や素材・原料、エネルギー高騰がすべての産業に急激にマイナス影響をもたらす。