

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	商店街（代表者）	・例年人が動く時期であるが、今年も販売量は増えており、今よりも良くなる。
		商店街（代表者）	・景気は底打ち感があり、これからは秋口に向けて少しずつ回復傾向に向かう。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・暑い時期を過ぎるとギフトとしての花の需要も増え、売上は今年も例年通り増える。
		百貨店（営業担当）	・米国の大手金融機関の破たんの影響が一巡しており、今後の消費拡大に期待できる。
		百貨店（営業企画担当）	・一部の企業や特化された分野は好調に推移していると報じられており、一般の消費者への影響も少しずつ好転する。
		乗用車販売店（従業員）	・決算時期を迎えるため、エコカー減税や補助金効果を最大限客にアピールすれば、販売台数の伸長に期待できる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・これから秋冬の商戦で需要が増えるため、売上が若干上がる。購入量、客単価も平均で1.5倍程度増える時期となる。
		高級レストラン（専務）	・今が最悪の時期であり、今よりは少し良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・2、3か月後は盆時期の来客数の減少や総選挙等の足かせ要因がないため、売上は上がる。飲食業、旅行業は来客数が増えるトップシーズンの前後の時期となるため、これから上向く。
都市型ホテル（スタッフ）	・総選挙が終わり、停滞していた人の動きが出てくるので良くなる。		
ゴルフ場（支配人）	・総選挙後の景気対策に刺激を受け、短期的かもしれないが消費は活発になる。		
変わらない	商店街（代表者）	・総選挙後の状況は不透明で景気の回復は感じられない。	
	商店街（代表者）	・商店街では定額給付金の効果はそれほどみられない。飲食店関係は大変悪く、客単価も低い。高額商品がなかなか売れない。	
	商店街（代表者）	・変わらず悪い商況が続く。冷夏による夏物の売行き不振や総選挙による来街者の減少、客単価の落ち込みで厳しい状態が続いている。	
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・涼しい季節になり例年少しずつ売上は上がる時期であるが、消費者にとって、景気回復の材料はなく、小売店にとっても厳しい状況が続く。	
	百貨店（営業担当）	・将来への不安から、必要な商品、お得な商品、エコ関連以外の商品に対する購買意欲が減退している。一方、プレミアム付き商品券やエコポイント商品、省エネライト等への関心が高い。秋物紳士、婦人衣料への購買意欲は今一歩である。	
	百貨店（売場担当）	・来客数は今月の水準を継続する。前年は9月の中旬に米国の大手金融機関の破たんがあり、それ以降前年比8～9ポイントほど減少している状況が続いている。1年経過し、これまでのような減少はなくなる。消費マインドが更に悪化する要因はない。	
	百貨店（業務担当）	・景気の各指標の下げ止まり感が報じられているが、客の様子は変わっていない。どちらかというと、先行き不安により、ガードが固くなっており、消費の回復にはまだまだ時間がかかる。	
	スーパー（経営者）	・総選挙により先行きがみえず、全体的な相場高が影響してくる。	
	スーパー（店長）	・2、3か月は現状と同様に衣料品を中心に節約型消費となる。食料品に関しても野菜を中心に高騰が続いており、期待できない。今後は牛肉と青果の相場が心配である。	
	スーパー（店長）	・ボーナスの支給から中元時期までギフトは横ばいで推移したが、通常の商品の買上量の減少がずっと続いている。	
	スーパー（店長）	・売上が前年を上回るのには容易でない状況である。現在の店頭状況を見ると、今後もこの状況が継続する可能性が高い。	
	スーパー（店長）	・米国の大手金融機関の破たんの影響が一巡するのは12月ごろと推測されるが、賞与を含めた所得の減少があり、売上の増加は見込めない。競合店との価格競争の激化により、利益も出にくくなっている。いずれにしても小売では加工食品、衣料品などの単価が下がり、売上の回復には時間が掛かる。	
	スーパー（店長）	・企業努力で経費削減を実施するも商品の価格帯が低下しており、利益の圧迫が予想される。所得が減少する可能性が高く、個人消費はあまり伸びない。	

スーパー（総務担当）	・同業他社を含め、今後しばらくは価格競争が続く。売上、利益共に飛躍的な改善は見込めない。
スーパー（企画担当）	・製造業を中心に景気回復の兆しはあるものの、末端消費者の景気は依然回復しないことから、低価格購買や買い控えの傾向は継続する。7、8月の天候不良による秋の作物の不良も懸念されるため、依然として厳しい状況が続く。
スーパー（経理担当）	・大きなプラス要因もなく、6月後半から売上の下降傾向が続いており、今後容易に回復はしない。
コンビニ（エリア担当）	・家計が良くならない限り、コンビニ業界は厳しい状況が続く。
コンビニ（エリア担当・店長）	・来客数は変わらないが、客単価は低下傾向にある。客単価が上昇すれば景気は回復していると考えられるが、まだまだその傾向はみえない。2、3か月の間に回復はしない。
コンビニ（エリア担当・店長）	・9月は大型連休があり、10、11月も好調に推移すると期待されるが、前年の10、11月が年間のなかでも売上が大きく伸びた月であったので、その反動を考えると前年比ではあまり変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・例年9月の動きは悪いが、秋物が動き出すと少しは良くなる。政権交代で消費者の気持ちが前向きになり、来客数はわずかながら増える。
家電量販店（総務担当）	・好転する要因が見つからない。
乗用車販売店（販売担当）	・3か月先どういう状況になるのか不透明であり、販売量、来客数をみながら、販売量を調整する必要がある。
乗用車販売店（管理担当）	・新政権による不透明感はあるが、エコカー減税、補助金制度がある間は受注販売は良いまま推移する。ただ下取り車が少なくなっており、中古車の販売は厳しい状況である。
その他専門店〔書籍〕（店長）	・政権が代わり、景気が良くなることに期待したいが、先行きは不透明である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・失業率が上昇しており、雇用不安が拭かれず客の消費マインドは上がらない。一方、9月の大型連休、10月の3連休は消費者の買物行動、レジャー行動に期待できる。
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）	・政治的不安定と生活関連以外のカテゴリー商品の買い控えが継続するため変わらない。
スナック（経営者）	・客の様子をみると、先行きに不安を感じながら生活する状況が続いており、見通しは厳しい。
その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・どんなことをやっても客に足を運んでもらえない。開店して31年になる居酒屋であるが、こんな時代が来るとは思いもなかった。従業員を抱えており、閉店するわけにもいかず、厳しい状況が続く。
都市型ホテル	・予約状況を見ると、月により変動がある。9月は鈍化傾向であるが、10、11月は前年並みで推移する。総じて横ばいで推移する。
都市型ホテル（総支配人）	・新型インフルエンザの影響により、来客数は変わらないか、減少傾向になる。
旅行代理店（業務担当）	・景気は今以上には悪くならないが、新型インフルエンザの感染拡大に伴う旅行自粛ムードの広がりが懸念される。
タクシー運転手	・大手企業の動きはいいが、市内の中小企業の動きが大変悪く、タクシーの予約率、稼働率は共に大変悪い。最近になってリストラの話も多く聞かれるようになっており、今後も厳しい状況が続く。
通信会社（管理担当）	・良くも悪くも急速に変化する要素が見当たらない。
通信会社（営業担当）	・ここ1年、携帯電話の購入数が減ってきており、今後も変わらない。
通信会社（総務担当）	・総選挙も終わり、一部で良くなるという報道もあるが、依然として先行きは不透明である。当社事業も一部景気の影響を受けるものの、サービス内容を良くし、1人でも多く加入者を増やすことが重要となっている。
通信会社（業務担当）	・9月は敬老の日のシルバー特需はあるものの、今後は需要の頭打ちと買換えサイクルの長期化のため来客数は少なく、販売数も伸びない。
通信会社（企画担当）	・販売インセンティブ競争の構造は、このまま大きくは変わらない。
テーマパーク（職員）	・10月以降についてはゴルフやスポーツキャンプなどの予約が入るが、現時点では例年以上の伸びは期待できない。9月の大型連休については前年より予約数が伸びている。

	ゴルフ場（従業員）	・予約状況は9～11月までは横ばいで推移している。それも単価を下げたイベント等によるものである。客が辛抱しながらプレイ代が安いゴルフ場を利用している状況で、景況感是不変変わらない。
	理容室（経営者）	・暑さが続かないと来店サイクルが長くなり、どうしても売上が落ち込む。これから涼しくなると来店サイクルが今以上に長くなるため、悪い状況は変わらない。
	美容室（店長）	・総選挙が近づいているが、現実には景気がすぐ良くなることはない。今は現状維持ができればいい方である。
	音楽教室	・不安定な企業が多く、今後も今と変わらない。
	設計事務所（所長）	・新規の仕事がほとんどない。
	設計事務所（所長）	・相変わらず学校の耐震診断ばかりで、他に新しい企画や設計依頼がないので、現状維持が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・不況感の押しよこ材料に乏しい。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・政権交代でこの1年は一段と混乱する。
	商店街（代表者）	・政局がかなり変化するので、しばらくは様子見である。
	商店街（代表者）	・政権交代により政治、外交、経済等が改革されるが、それには多くの時間がかかるため、悪い状況が続く。
	百貨店（営業担当）	・各企業で給料、ボーナスの削減が増えており、今後この傾向はますます強くなる。
	百貨店（営業担当）	・客単価の低下や商品単価の低下が今後も続く。
	百貨店（企画）	・米国の大手金融機関の破たんから1年が経過したが、客はますます低価格志向となっている。低価格に慣れると可処分所得の増加等急激な変化が起こらない限り、そこから脱却するのは難しく、今後も客の低価格志向は続く。小売業では客単価の減少により、売上総額も縮小する。
	スーパー（店長）	・消費者の消費意欲が向上せず、景気回復が見込めないなか、競合店との価格競争が消耗戦の様相を呈している。
	スーパー（総務担当）	・政権交代により政治的な混乱が発生し、緊急対策がどこまで効果を出すか不透明な状況である。
	コンビニ（エリア担当・店長）	・たばこのタスポ効果が薄れ、秋に向かい気温も下がっており、今後、来客数が増える要素はない。
	コンビニ（販売促進担当）	・夏の賞与削減や雇用環境の悪化で個人消費は盛り上がり欠ける。物価が継続して下がるデフレ傾向が鮮明となっており、価格の引き下げの動きがこのまま続けば、会社の業績が冷え込む可能性がある。
	家電量販店（店員）	・ここ数か月、景気が回復基調にあったが、今回の総選挙による政権交代で消費者の先行き不安感が強まり、悪くなる。
	家電量販店（店員）	・天候が悪く、本来夏に売れるべきエアコンが売れず、薄型テレビ等のAV機器や冷蔵庫を先行して販売してきた。その結果、秋の需要を刈り取ってしまっており、家電量販店はこれから悪くなる傾向にある。
	乗用車販売店（従業員）	・部品の販売量が増えず、今後もこの状況が続く。
	住関連専門店（経営者）	・総選挙で景気回復の期待感はあるものの、しばらくは経済の混乱があり、消費は低迷する。
	高級レストラン（支配人）	・ここ数か月は売上の伸びがみられたが、春先と同じく新型インフルエンザの影響で客は減るため、やや悪くなる。
	観光型旅館	・客の節約志向は強まっており、誘客のために価格を下げて、余った予算は消費には回らないのが現状である。今後もこの状況が続く。
	観光型ホテル（営業担当）	・新型インフルエンザの大流行の影響が、これからシーズンとなる秋の修学旅行等に出る可能性がある。
	旅行代理店（従業員）	・10月以降の燃油サーチャージ復活の影響で9月は駆け込み需要があるが、売れているのは低価格商品である。また10月以降はその反動で予約状況は悪い。新型インフルエンザの二次流行により、沖縄方面の団体旅行にキャンセルが出ている。
	タクシー運転手	・団体旅行客や自家用車は増えていおるが、タクシー利用は減っており、経費節約で会社の利用も減っている。今後もこの状況が続く。
	タクシー運転手	・消費者は収入が減っており、金を使う機会を減らしている。
悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・需要が減っており、それに打ち勝つ策が今のところ見当たらない。
	衣料品専門店（店長）	・政権交代により景気が良くなる兆しなく、失業率も高いため、消費者の購買意欲は今後上がらない。

		自動車備品販売店（従業員）	・ ETC 関連商品の好調な販売動向は9月の大型連休までの見込みであり、それ以降は落ち込む。
		高級レストラン（経営者）	・ 今後の予約状況をもても動きが悪い。企業接待が多い店であり、選挙や世の中の動向を見る限りでは、先行きが不安である。
		都市型ホテル（副支配人）	・ 新型インフルエンザの影響により学生の団体客や教育旅行関係が非常に神経質となっており、キャンセルがでる可能性が高い。
		美容室（経営者）	・ 総選挙や新型インフルエンザの発生等により、外出を控える客が多くなる。景気は悪く、倒産する個人商店や企業も多くなるため、今後も厳しい状況が続く。
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）	・ 最近、新商品を発売し、売れていない商品の見直しを進めており、その効果が出ている。今後はやや良くなる。
		金属製品製造業（企画担当）	・ 7、8月は一時帰休を実施したが、生産量が少しずつ上向いており、9月は一時帰休を行わなくてもよさそうである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ 9、10月以降にかけて、引き合い案件が増えつつある。しかし引き合い案件の業種が限られているため、競争は激しくなるばかりである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ 半導体の動きは今後、受注の見通しが立っており、やや良くなる。太陽光関係も具体的に商談が入る可能性が高く、良くなっていく。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・ 3か月先の受注量予測をみると、若干ではあるが現状より受注が増加する傾向にある。
		通信業（経理担当）	・ 今回の選挙の注目度をみると、国民の次期政権への期待は非常に高い。それだけ日本が変わろうとしており、日本の活力は前よりも高まる。
		金融業（得意先担当）	・ 現状は大きな発注量はないが、県を始めとした公共工事の前倒し発注が動き始めており、今後発注量の増加に伴う受注量の増加が見込まれる。
		新聞社（広告）	・ 総選挙の結果次第であるが、第1四半期のような落ち込みにはならない。
		経営コンサルタント	・ 農業を中心とした新しい分野での仕事を開拓する余地がどんどん出ている。
変わらない		農林水産業（経営者）	・ 秋口にかけては不足傾向であった原料加工も目途が付き、生産は安定する。販売に関しては、特に冷食加工メーカー等の年末需要に対する生産が始まり、ある程度期待できる。スーパー、居酒屋関連等も季節的に良い時期になるので、消費は伸びる。
		農林水産業（従業者）	・ 現在販売価格が非常に厳しい。一方で豊作により、飼料価格は緩んでいる。
		農林水産業（営業）	・ これから2、3か月においても各家庭の収入状況は変わらないので、生活用品、食品に関して動きが良くなるとは思えない。悪くなることはないが今の底の状態が続く。
		家具製造業（従業員）	・ 今後の設計物件が極端に減っている。マンション業者は在庫販売に力を入れており、これから先の新規物件は非常に少ない。実際に今後1年間は新規物件がない状況であり、先行きがみえない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ 秋口になっても受注関係は思わしくなく、このまま推移する。例年、焼物業界は秋口に商品が動くが、今年は消費動向がつかめず、厳しい状況が続く。
		鉄鋼業（経営者）	・ 一部の業種には、海外需要が回復したことによる底入れがみられるが、100%国内需要に頼っている建材業界では、新規設備投資の縮小や凍結、マンション需要の頭打ち、個人消費の低迷による新規商業施設建設の先延ばしや取り消しなど、需要の回復傾向が見受けられない。国内全般の景気が底入れしない限り、需要の低迷は当分続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ 今以上の落ち込みはないという意味で変わらない。ただ、3か月前と違い、回復の期待感が持てるような話も少しずつではあるが出てきており、少しは改善する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ 大手、中小企業で受注状況についての話し合いを行っているが、電子部品関連においては、全般的に不透明感が増しており、今後回復するという期待は大手も中小企業も持っていない。逆に景気の2番底がくるのではないかという話もあり、将来に対する不透明感が増している。
		建設業（総務担当）	・ 貸家や空き店舗が多くなっているが、その改築工事、改装工事の依頼は少ない。公営住宅に移っている消費者が多く、賃貸住宅の入居者がいない。

		輸送業	・総選挙の結果によっては、何らかの変化があるが、我々のトラック運送事業にどのような影響が出るのか不透明である。
		輸送業（従業員）	・今月より動きが良くなるような材料はない。
		金融業（営業職渉外係）	・景気は回復傾向と政府は言っていたが、地方の景気は全く回復しておらず、消費者は景気回復の実感がない。政府は早急に対策を練り、目に見える形で政策を実行する必要がある。
		金融業（営業担当）	・新型インフルエンザへの警戒感が高まり、消費低迷への大きな影響は否めない。
		経営コンサルタント	・車、電化製品等一部の業界で持ち直していると言われているが、地方での観光やサービス業についてはかなり厳しい状況である。政権交代により国民の考え方が変わると考えられるが、特に地方経済はかなり厳しい状態が続く。2、3か月で改善できるような状況ではない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先及び当社受注状況から2～3か月では好転しない。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・納入先の来客数が確実に減少しており、前年を大きく下回っている。秋には新型インフルエンザの流行も予想されており、来客数の減少に拍車がかかりそうな状況である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・北米の自動車購入助成制度が8月で打ち切りになったので、北米の自動車販売台数が下がる。今後はやや悪くなる。
		輸送業（総務担当）	・全体的な荷動きが悪く、悪い状態が続く。
		通信業（職員）	・部門単位では大型件名の受注もあり、現時点の受注金額は標準進捗レベルを確保できているが、下期からは若干厳しい状況になる。会社全体では更に厳しい状況となる。
		金融業	・大企業の生産が回復してきたとの情報から、中小企業の秋口以降の受注増を期待している。しかし具体的な受注はなく、全く見通しは立たない。もし現在の受注状況が続けば、いよいよ資金繰りはひっ迫し、倒産が増加する可能性もある。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上の前年割れが今後も続く傾向にある。
		経営コンサルタント	・取引先の売上は前年比10%マイナスで推移する。今後も厳しい状況となる。
		その他サービス業〔物産リリース〕（従業員）	・政権交代が実現し、景気対策等への期待はあるものの、施策実現までには相当の日数がかかるものと予想され、当面は今以上に停滞する。先行きの不透明感が強まると懸念される。
	悪くなる	建設業（従業員）	・見積案件は数多くあるが、競争が激しいため、受注までには結びつかない。また企業、個人共に設備投資を控えている。さらにマンション建設にも陰りが見え始めている。
		不動産業	・マンションは建築したが売れない状況となっており、建設会社が倒産する恐れがある。売れないマンションの税金負担や管理費、修繕積立金等の支払により、所有者やマンション管理などが回らなくなる。
		広告代理店（従業員）	・8月の折込枚数は前年比80%と連続18か月前年割れが続いている。9月の受注状況をみても増加の兆しが無い。全業種で前年を下回っている。経済政策で株価は上昇しているようだが、消費者の購買意欲は元には戻っていない。
		その他サービス業	・市町村の財政事情が悪いため、なるべく発注時の予算を低くしようとしている。入札等で受注する業者も、最低の価格で応札しており、利益が出ず、採算割れに近い形で受注する傾向に拍車がかかっている。この状況はさらに深刻になる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・取引先では夏物の売行きが悪く、9月以降も新型インフルエンザの流行などを心配する声も多い。しかし政権交代により、期待と不安が入り混じるものの、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・経済対策の効果が期待できる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業の話聞く限りでは、やや良くなる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・政府でも雇用改善に対して取り組んでおり、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・大きな変動はないが、良くなる要素がない。
		人材派遣会社（社員）	・企業自体に元気がなく、求人するほどの改善はしていない状態が続いている。
		人材派遣会社（管理担当）	・景気悪化の下げ止まりは感じられるものの、発注案件数は好転せず、楽観視はできない。同業他社の廃業の話も継続して耳に入っている。

	求人情報誌製作会社 (編集者)	・2011年の博多駅のリニューアルオープンの影響で動きがあり、新規求人が発生している。業界が少し活性化する。
	職業安定所(職員)	・事業主都合による離職者は減少傾向にあるが、零細事業所においては収益悪化による解雇者が発生している。ある程度の規模の事業所閉鎖等の情報もあり、雇用失業情勢については今後も注視する必要がある。
	職業安定所(職員)	・新規求職者数は今年度に入っても増加基調は変わらず、また新規求人数は減少傾向にある。
	職業安定所(職員)	・新規求人数にいくらか明るい兆しが見えてきたものの、事業主都合の離職者は増加しており、新規の求職者数が増加している。
	民間職業紹介機関(職員)	・求人数については大幅に下落している。悪いながらも獲得できていた若手層の求人も減少しており、求職者を受け入れる企業の業績回復なしでは雇用の安定化は厳しい。
	学校[大学](就職担当者)	・平成22年3月卒業予定者に対する求人数については、改善の期待はできず、大きな変化はない。ただし平成23年3月卒業予定者に対しては、企業からの採用情報が少し動き出すことが予想される。
やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・政権交代による期待はあるが、実際に市場に効果が出るのは半年以上先と見込まれ、年内まで悪化の状況を抜け出せない。
	職業安定所(職員)	・失業率が5.7%と過去最悪を更新した。有効求人倍率は更に悪化している。失業の増加が個人消費を低下させ、それが設備投資や雇用の更なる削減を生みデフレの悪循環にある。雇用調整助成金は250万人もの雇用を支え、失業者の増加を抑えていてもこの惨状である。雇用の悪化、収入の減少、物価の下落及び世界経済も不況下にあり、景気が良くなる要素は今のところ見当たらない。
悪くなる	新聞社[求人広告](担当者)	・底を打ったものの、好転する材料に乏しい。企業は政権交代により、さまざまな事象の様子見をしているようである。
	民間職業紹介機関(社員)	・都市圏で単発案件は前月比10%程度増加しているが、地方ではそのような動きもない。企業の直接雇用化の動きもあるが、正社員のリストラを始めた企業もあり、求人が上向き気配はない。
	民間職業紹介機関(支店長)	・製造業がやや持ち直してきた感があるものの、求人の増加、派遣需要の増加に転じるには、3か月から6か月を要する。依然厳しい状況が続く。