

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	一般小売店〔生花〕 （経営者）	・中学校の卒業式の注文をいただいた。卒業式シーズンで利益は上がるが、それから後、母の日以降どうやって売上を上げるかが毎年の課題である。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・株価の緩やかな上昇に伴い、高額品を中心に消費は戻りつつある。ただし、ボリュームゾーンの商品の動きが鈍いことから、高額品と低価格品が売れ、消費が二極化する。
		百貨店（営業企画担当）	・12、1月とセールや気候の変化、オケージョンなど購買機会があれば堅実ながらも客は買うようになってきている。2月は厳しい予測だが、オケージョンや季節の変わり目にあたる3、4月は購買機会も多く、購買意欲が高まる。また宝飾品や時計などの高額品は依然厳しいものの、海外ブランドプティックは回復の兆しがみえており、一部の層では必要でないぜいたく品の購入も出てきている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・前年はタスポ導入の反動によって非常に数字が悪かったが、今年の4月はその悪かった影響から抜き出てくる最初の月になるため、回復してくる。
		乗用車販売店（従業員）	・2、3月は販売競争が激しくなり、客の動きも活発になるため、売上も伸びてくる。
		乗用車販売店（管理担当）	・新車販売の補助金制度が9月まで延長され、その需要が発生する。ただ、その他の要素は期待できない。
		乗用車販売店（総務担当）	・自動車販売店にとって2～3月は年間最大の繁忙期である。新車販売は好調を維持するだろうし、中古車の売上や整備等のサービスの売上も今月より増収を見込む。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・1月の閑散期を過ぎると2、3月は入学シーズンになるので、そういった方向で商戦が組める。また、例年12月が年間を通じて一番売上が上がる月であるが、今年は1、2、3月と毎月売上が増加する傾向にあるため、良くなる。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・季節が良くなっていくことに加え、子ども手当、高校無償化など、家計にダイレクトに反映される政策の実施が始まるため、景気は良くなる。
		旅行代理店（業務担当）	・一部の先行数値に良い兆しが見られる。これまでが悪すぎたこともあり、今後は上向く。
		通信会社（業務担当）	・2月は、全体の需要低迷や他店との競合もあるものの、春のキャンペーン待ちの客の来店増が期待でき、新規・取替需要への対策もなされることから、前年より売上は上がる。
		ゴルフ場（支配人）	・来場者の会話などから不景気の悲壮感は見られず、また来場者も徐々に増えつつあり、デフレの底打ちを予感させられる。
		美容室（店長）	・町の合併に伴い町全体に活気が出てきて、景気も少し良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・新政権になったことにより、従業員の処遇の助成金制度継続が期待される。また、障害者自立支援法の改正が見込まれ、応益負担から応能負担へと変更されることが予想され、顧客としては負担減につながることで、より多くのサービスを利用いただける可能性がある。
変わらない	商店街（代表者）	・売上そのものは季節商材が多くなり人が動き出すので上がるが、景気が良くなったとは判断できない。客は将来に対する不安が大きく、買おうという気持ちはあるが、買うという決定ができない。	
	商店街（代表者）	・春闘のベースアップも期待できず、これから極端に上向きになるとは考えられない。	
	商店街（代表者）	・客は卒業、入学、就職と結構高額の出費をし、食費が減らされるため、今後景気の回復は見込めない。	
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・売上増加につながる政策も無く期待はできない。今後も消費者の節約は当分続きそうである。	
	百貨店（営業担当）	・フォーマルバーゲンや駅弁大会及び割引商品の全店催事等は好調である。また、粗品付DMの催事は、来客数、店頭売上とも伸びず、バーゲンも前年実績割れとなる一方、定価品は好調で、プロパー比率も改善している。商品を選別し大事に使う姿勢が続いている。	
	百貨店（営業担当）	・2、3月は少し厳しくなる。いずれにしても今年が景気のターニングポイントになると見ているので、悪いニュースを払しょくしていかないとなかなか上向きにならない。	
	百貨店（業務担当）	・客の消費に対する慎重さは強くなってきている。客の来店の様子から短期的に売上、消費環境は改善しない。	

スーパー（経営者）	・春闘におけるベースアップ定期昇給等が据置きなので、皆警戒しているようだ。
スーパー（店長）	・今のデフレ傾向がまだしばらくは続く予測され、当然のことながら消費者の節約志向も依然として厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・景気はずっとこの悪いままの状況が続く。バレンタイン需要、節分需要もさほど期待できない。予約でしか注文がままならず、景気は最低のところまで来ている。
スーパー（店長）	・春を向え例年動きが活発になるが、身の回り品の需要は底を打ってる感があり、大きな変化はない。企業の転勤者の対処ひとつ取ってみても小売に影響するため、購買年代層、人口の変動を常に加味して判断しなければならない。
スーパー（店長）	・まだまだ節約志向には変わらないが、付加価値の高い商品がより安い方向に向かっている感じがする。客の使い分け頻度はさらに二極化傾向にあり、価値と安さの訴求格差がますます出てくる。必需の安い商品についてはもっと売上が上がってくる。
スーパー（総務担当）	・デフレ傾向はまだ続き、顧客はより安い商品を求め、店側は集客のため、さらなる価格引下げを継続せざるを得ない状況が続く。
スーパー（企画担当）	・景気の二番底感が強く、また具体的な消費拡大政策もなく、現状の不景気が当面継続する。体力のない企業はディスカウントストアやドラッグストアとの価格対抗が難しく、コスト削減による体質改善が急務となる。
衣料品専門店（店員）	・身近でリストラの話題が多く出ている。危機感を感じているので、景気が良くなるらない。
衣料品専門店（店員）	・正価販売時期真っ盛りの春物商戦は何も良い条件がなく、1品単価当たりの値段も下がるので、枚数を売らなければならない。新規客の衝動買いがなければ全体的として大きな売上が取れないと懸念する。
家電量販店（店員）	・景気が底を打ったと言われるが、現場では実感が無い。実際、薄型テレビは良く売れているが単価は下がっているし、パソコンも新しいOSは出たが、思うように売れていない。客は、エコポイント制度がいつまで続くのか懸念しており、購入を先延ばしする客が多い。
家電量販店（店員）	・今までけん引していた薄型テレビの販売が、年が明けてからうまくいかない。エコポイント制度の効果が息切れし、さらに2台目需要が始まったためである。大型テレビがある程度売れてしまい、小型テレビに集中し始めている。小型テレビは単価が低く、売上がけん引する商品が見当たらない。
乗用車販売店（販売担当）	・本格的に景気が回復し、生活の景気の先行きが見えない限り、今の慎重な購買姿勢は変わらず、販売量はさほど伸びない。
住関連専門店（経営者）	・年4回の業者向け展示会で、引き続きメーカー、直販にますます力を入れていきたい。不況の中、メーカー、卸、小売のすみ分けが崩れ、限られた客の奪い合いで生き残りが厳しい。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・2月の商戦は例年並みを予想しているが、3、4月の連休商戦で消費マインドが回復する。
高級レストラン（専務）	・繁盛しているところは安い商品である程度品がいいところが売れているが、それは一部であり、ほとんどは売上が落ち、人通りがなくなっている。借入金の元金返済を猶予する制度は良いが、まだ回っていない。
高級レストラン（従業員）	・客の動きが全くないので、景気は変わらない。
スナック（経営者）	・とにかく人が動いておらず、いろいろ手を打ってみても反応がない。
観光ホテル（総務担当）	・上向く部門と厳しさが続く部門があり、全体では変わらない。
都市型ホテル（スタッフ）	・来客数の減少は変わらず、単価も下落している。
都市型ホテル（副支配人）	・2、3月は毎年ある団体、グループの予約が入っているが、4月以降は不透明である。
旅行代理店（従業員）	・個人旅行がやや回復傾向にある。しかし、家族旅行、ビジネス旅行はまだまだで、団体旅行も停滞気味である。
タクシー運転手	・客より、残業手当が今年から全く出なくなり、サービス残業であるという話を聞いた。景気は今後も変わらず悪い。
通信会社（営業担当）	・今の法人客の話を見ると、良い話が全くない。

	テーマパーク（職員）	・予約については、個人旅行は横ばい、団体はやや減少したまま推移しており、なかなか回復するプラス材料が見当たらない。自社商品は春休み、ゴールデンウィークともに例年並のプランを仕掛けるので、プラスが期待できる。
	美容室（経営者）	・先行きが見通せず働き口がなくなっている。便利になっていくのは良いが、どんどん人がいない世の中になっている。皆が仕事に就ける時代に早く戻してほしい。
	美容室（店長）	・公共事業の削減が影響しており、景気は良くならない。
	音楽教室	・新入会生は確実に増えるが、その分辞める生徒もいるため変わらない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・いまだに良くなる要因がない。物価はデフレ傾向にあることと、各々の所得も下がりはずれど、上がらないのが現状である。私ども古書の世界は、売上が2～3年前の半分から3分の1はあたりまえとなった。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・入学シーズンになり、以前は家庭でお祝いをしたりしたもののだが、最近はあまりないようだ。家ですると鉢盛などの需要もあるのだが、最近はめったにない。鯛の尾頭付きなどはほとんど見かけない。
	一般小売店〔精肉〕（店員）	・これからも単価抑制の流れは変わらないと思われ、そうなると価格競争で対抗し難い中小・零細卸小売業の景気はまだまだ後退する。
	百貨店（売場担当）	・前年はインフルエンザのマイナス要因があった一方、定額給付金に伴うプレミアム付き商品券が発行され若干の売上の底上げを図ったが、今年はそれがないため、若干の懸念がある。一方、大河ドラマの影響で来客数が若干増える。今、売上は悪くなっているが、衣料品の動向次第で動きが出てくると、回復する。ただし、デフレ傾向は今後も続き、単価上昇による売上向上は望めない。
	百貨店（売場担当）	・景気がまだ厳しく客の入店が減っている中、商品もデフレで単価が下がっており、思ったより数字が上がってこない。この傾向が今後も続く。
	百貨店（企画）	・米国の大手金融機関の破たんから1年半が経過するが、雇用状況や景気回復策の改善が一向に見えないなかで、ますます生活防衛に向かう顧客の比率が高まり、悪化のトレンドから脱却できない。商品単価の下落が進み、販売数量は変わらなくても総売上の減少傾向は続く。
	スーパー（店長）	・鍋物商材、冬物衣料がなかなか売れない状況である。寒くなってもなかなか伸びてこないため、客の支出の絞り込みが続く。
	スーパー（店長）	・ここ数か月の傾向を見ていると、価格を始めとする商品選択に時間をかけている姿が数多く見受けられる。この状況がこの先一気に変化する気配はない。
	スーパー（総務担当）	・大企業でも今年の春闘で賃金が上がらず、定期昇給も凍結との話が出ている。消費者の収入そのものが上昇せず、今後消費購買力がますます減少するため、小売は非常に厳しい局面となる。
	観光型ホテル（スタッフ）	・春先の宴会予約状況が前年に比べ低迷している。
	タクシー運転手	・客の節約志向がひしひしと感じられ、タクシーに乗る余裕がない。
	ゴルフ場（従業員）	・2、3月の予約状況は前年並みで推移している。しかし4月以降は県外客の予約がほとんど入っておらず、厳しい状態になる。
	住宅販売会社（従業員）	・土地の動きが非常に鈍い。良い物件でも価格、借入等の問題があり、動きが鈍い。土地が動かないことには不動産業の活性化にならないので、景気は悪くなる。
悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・マスコミの報道で購買力にプラスとなるような報道が一切ないので、精神的ダメージが大きい。県産野菜の生産量がかなりだがついており、落ち着くまでかなり厳しい状況が続く。
	コンビニ（エリア担当）	・景気悪化による収入減から1品単価が低下しているほか、不必要な物は購入しない傾向がさらに強まり、前年の売上を達成することは到底できない。
	コンビニ（販売促進担当）	・まだまだデフレ傾向である。パン業界において当地区では6社が競合しているが、特売の要望があった際、当社が断っても、他社が原価割れしてでも応じてしまうという手に負えない状況であり、利益面が非常に厳しい。
企業	良くなる	-

動向 関連	やや良くなる	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・今が最低の状況である。春先には焼き物業界もある程度商品が動き、東京でも販売会を行うため、いくらか動きが出る。今後は商品開発力が最も求められる。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・引き合い件数が以前に比べて多くなってきた。しかし、客はみな、今は良いが先が不透明であると口にしてている。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・コストは厳しくなってくるが、3か月前の大変厳しい状況から受注量は回復しており、底をついてこれから先は若干良くなってくる。
変わらない		農林水産業(経営者)	・1月の状況から考えると、2月はもっと厳しくなりそうである。例年3、4月は異動や花見などの行楽シーズンとなることもあり、売上はかなり期待できるが、今年は見通しが暗い。
		農林水産業(従業者)	・円高はある程度止まったものの、やはり末端での消費行動は非常に鈍いので、しばらくは低価格で推移し、厳しい状況が続く。
		家具製造業(従業者)	・2、3月は官公庁が年度末を迎え、オフィス家具業界は需要期になるが、今年は政権交代の影響が年度末の見込みがほとんどない。この時期を過ぎた4月以降の民間企業の設備投資もあまりなく、二番底になりつつある。
		鉄鋼業(経営者)	・国内市況の低迷で、民間設備投資はもとより土木関連の需要も予算カットにより減少することが間違いなく、需要の回復は全く見えない。これ以上の落ち込みがないように期待するしかないが、それ以上に再生可能な価格帯の構築が急務である。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・現在の受注残、来月の受注予定からすると、今月が上がっている分、今後はそう変化はない。3月末にかけて更新の仕事も増えてきている。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・現状からすると、半導体関連の先行きは明るく、二番底はない。
		建設業(従業者)	・公共工事の減少、マンション等の住宅着工の減少等、業界を取巻く環境は依然厳しい状況が続く。また、個人消費の落ち込みも厳しく、景気は悪い状態のまま推移する。
		輸送業(総務担当)	・預かっている荷物の変化があまりない。しばらくはこのままの荷動きで推移する。
		金融業	・製造業は輸出品を中心に緩やかに回復すると考えるが、大きな変化はない。また、最長2年間失業保険が給付される制度から、労働者が集まりにくい状況になっていると聞く。
		金融業(調査担当)	・中国などの新興国や米国など外需回復の恩恵は、一部の企業にしか行き渡っていない。また、雇用情勢や所得水準などは依然厳しく、デフレ状況が当面続くことから、景気が上向くまでには至らない。
		金融業(営業担当)	・中小企業の経営者には、新たな設備投資に対するマインドがほとんどない状況であり、前向きな資金需要や計画に関する情報は出てきていない。
		新聞社(広告)	・冬季オリンピックや地元流通施設の開業等、話題はあるが、どこまで新聞広告に結び付くかは不透明で、景気の動向は変わらない。
		経営コンサルタント (代表取締役)	・受注状況はやや良くなってきているが、この状態が継続すると判断できる客観的事実は乏しい。
やや悪くなる		通信業(職員)	・情報通信工事は継続して受注の見込みがあるが、電気工事の受注は落ち込む。
		金融業(得意先担当)	・後ろ向きの借入申し入れについては、企業のみならず住宅ローンを抱える個人でも見受けられる。給与の減少に伴い住宅ローンの返済が厳しくなった個人からの条件変更の申し入れが今後も予想され、今以上に厳しくなる。
		広告代理店(従業者)	・今月の新聞折込広告枚数は前年比87%と減少した。元旦だけは前年並みの枚数の受注を確保できたが、だんだんと尻すぼみとなり、今後も受注が増える引き合いはない。相変わらず求人関係のチラシが減少したままで、増える見込みがない。まだまだ状況は悪い方向に向かっている。
		経営コンサルタント	・客や金融機関等の話では、売上が非常に低迷し、デフレで価格も厳しい状況が続いているということである。金融機関に対する借り入れも非常に厳しい状況が続いており、このまま続けば破たんの方角に進んでしまう企業も多いと聞く。2、3か月前先も厳しい状況になる。
		その他サービス業[物 品リース](従業者)	・案件の減少、小口化、支払延滞の増加等、上向き要因は全く見られず、今後はさらに厳しさを増す。

	悪くなる	繊維工業（営業担当）	・例年であれば現在の繁忙期のプラスを4月からの閑散期に取り崩していくのだが、それもできない状態である。この傾向が今後も続く。
		建設業（社員）	・新政権がどのように公共工事を発注するのが全く不明なので、全くわからない。22年度の繰越工事が発注されれば景気も少しは良くなるが、現状では期待できない。また、民間工事の発注もほとんど期待できない。
		その他サービス業	・市町村においては、調査、計画に関するコンサルタントへの発注業務を、全額補助となる国の緊急雇用対策制度で行おうとする動きがある。本来専門的技術を有する業者が行ってきた業務を、失業者を雇って行わなければならない、業者にとって利益の出ない事業となっている。今後ますます委託される業者の経営が厳しくなる。
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）	・景気回復が見える企業ばかりではなく、人材の登用を控える企業の数のほうが依然として多い。緊急雇用対策の助成金でなんとか持ちこたえている企業の景況感が良くならなければ、本格的景気は回復しない。
		人材派遣会社（社員）	・これからの時期が人材派遣会社にとって需要期となるが、さらなる組織の見直しなどから、人員削減、事業所削減の動きもある。
		新聞社〔求人広告〕	・たとえ景気が上向いたとしても、それが求人数に跳ね返ってくるのは、早くても半年ほどかかる。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数の動向はこのところ落ち着いているが、新規求人数については、当月も前年に比べ大幅な減少となっている。景気の先行き不透明感や消費意欲の低迷等を理由に多くの産業で低調な状態が継続しており、しばらくはこの状況が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で7か月連続増加しているが、新規求人数は15か月連続で減少している。この傾向がすぐに改善されるとは考えにくい。
		民間職業紹介機関（職員）	・今年に入り若年層の求人が若干改善傾向であるが、季節要因が高く、転職市場は先の見えない状況である。特に40代以降の求人は皆無に等しく、さらに厳しい状況が続く。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・店舗の出展計画、物流の動き等から、景気は多少上向きに転じる。ただし雇用に対しては、採用者数を極力減らす動きから、依然として慎重な姿勢は変わらない。
		学校〔大学〕（就職担当者）	・人事担当者からは、現在の採用規模が底であることや、今後の景気動向を心配する声が多く聞かれる。これからも一定規模の求人活動は展開されるであろうが、求人・採用数が拡大する状況ではなく、厳しい求職環境が続く。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・新年度に入り、現在契約のある企業が引き続き更新してくれるのか、今の段階での非常に判断しにくい。スタッフの自己都合で途中終了になっても、後任はいらないという企業が出てきているので、そこが一番心配するところである。
		人材派遣会社（社員）	・年度末を迎え、収支の追い込み時期に入るが、売上向上が見込めない現状では経費節減が強化されるため、人材派遣会社は厳しくなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元の百貨店、家電量販店、スポーツ用品小売店が業績不振を受け、撤退、縮小を発表した。抜本的な策はないことから、しばらくは我慢と辛抱の時期が続く。
		職業安定所（職員）	・失業率は最悪に近い状況で推移しているほか、雇用の悪化、所得の減少で個人の消費意欲は低下している。物価が下がっているのに物が売れず、企業収益が上がらない。景気が良くなる材料がいまだに見えてこない。
悪くなる		民間職業紹介機関（社員）	・年度末で一旦採用活動を終了するとの話が今のタイミングで出ており、例年になく動きが早い。一方で新しい顧客からの依頼も出てきているが、競争激化で受注に結び付かない状況である。
		民間職業紹介機関（支店長）	・顧客の労働力余剰感がますます増大しており、人材派遣需要が低下し続けている。この傾向が今後も続く。