

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	-	-
		百貨店（営業担当）	・同業種・異業種の競合店の進出により、来客数は減少しているが、客単価は上昇基調にあり、景気の回復感がある。また、宝飾品など高額品の売行きも良く、商品単価は上昇基調にあり、今後良くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・宝飾や時計、美術が堅実に推移している。主力となるヤング、キャリアの婦人服が回復しており、見通しは明るい。ただ、ミセス婦人服は苦戦しており、一般家庭の家計はまだまだ厳しい。しかし企画内容によっては大きく伸びる商品があり、客のニーズと企画が合っていれば伸長する。7月はセール中心となるが、価格と価値が見合った商品を提供すれば、節約疲れの客が購買に至ると見込まれる。
		スーパー（店長）	・衣料や住居用品、食品を含め、今話題の商品、テレビ宣伝商品、あるいは機能性のある肌着、ちょっと美味しい有名デザート等の商品が上向き傾向にある。それに付随して単価も上昇しているため、今後は良くなる。
		コンビニ（販売促進担当）	・買物客の様子をみると、まず品物、消費期限、価格を確認し、その他カロリーをチェックする客が増えている。メタボリックシンドロームを気にする客が多く、包材から価格表示を抜き、カロリー表示するようすることで、購買につながるケースがある。今後も表示の工夫などにより、客の購買意欲は向上する。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・コンビニについては10月のたばこの値上げにより、駆け込み需要が見込める。9月の後半は瞬間的にはあるが、たばこの売上が増え、来客数も増えるため、売上増となる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金制度が9月に終了予定であるため、駆け込み需要があり、やや良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売において9月までは駆け込み需要があり、販売台数が当初計画より伸びる。
		住関連専門店（店長）	・来客数が増えており、客の購買意欲は増している。これまでしっかりと閉められた財布のひもが、少しずつ緩くなっている。しかし客単価は上がっておらず、良い物より安い物を買うという考え方は変わってない。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・夏場の嗜好飲料の需要が出てくることで、特にコーヒー業界ではアイスコーヒーの売上が伸びる。7月をピークに6～8月の中元シーズンに合わせ、ギフト物も多数動くため、売上も上がる。
		観光旅館組合（職員）	・夏休みや盆など客が動く時期になり、景気は若干回復する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・7～9月の期間は大型イベントや全国規模の大会などが入っており、人の動きが活発である。
		ゴルフ場（従業員）	・6月は自然災害や口蹄疫の影響で景気は悪かったが、7、8月は来客数の予約状況も良くなっており、先行きは明るい。また、参議院選挙が終了し、賞与の支給月となるので、入場者数の増加が見込まれる。
		音楽教室	・受注商品があり、売上が伸びる見込みがあり、今後は良くなる。
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・客は物を買うことを非常に警戒している。もっと良い物が出て安くなるかもしれないという期待感と、質素節約を旨とする方向に動いている。無駄遣いはしないという行動に、変わりはない。
		商店街（代表者）	・良くなる要因がないため、今後も変わらない。
		商店街（代表者）	・特別の好転材料、悪くなる材料が見当たらないので、現在のまま景気は推移する。
		商店街（代表者）	・衣料部門や雑貨の1品単価が大変低い。商店街の飲食店においても来客数が減っているとの声が多数聞かれる。悪い状況がこのまま続く。
		商店街（代表者）	・客に職業を尋ねれば、フリーターと返事が返ってくるものが多く、職探しの人が多い。この状況下で景気は良くならない。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・2、3か月先の景気が良くなるような要素が特ない。
		百貨店（売場主任）	・ここ何か月間が同じ状況であるが、消費者のマインドを喚起するような事象が起きないため、今後も変わらない。

百貨店（営業担当）	・口蹄疫問題が終息しない限りは、現状の非常に厳しい状態がこれからも続く。
百貨店（営業担当）	・いつも堅調な食品であるが、精肉が伸びず、物産催事の人の動きが鈍い。客の慎重な購買姿勢が継続しており、急激な回復は望めない。関心の高い文化催事や新規催事などの情報発信による来店促進の継続が必須である。
百貨店（売場担当）	・来客数の動向が安定しており、今後も梅雨時期に天候が良くなると、7月は売上が上向き可能性がある。
百貨店（営業企画担当）	・客の経済環境や購買意欲に大きな変化はみられない。客への密着戦略をこれまで以上に徹底するが、収益が減少するなか、見える変化を構築することが難しく、現状の推移に大きな変化はない。
百貨店（業務担当）	・企業業績の回復が報道されているが、客の様子を見る限り、所得環境の改善にまでは至っていない。客はボーナス一括などでの高額品の買物を極力控えている。最近ではクレジットでの支払い等、支払を先延ばしする収入の見込み買いかも減っており、厳しい状況が続く。
百貨店（企画）	・前年の新型インフルエンザの影響がない分、来客数の減少はないが、売上が上がるころまでは景気は回復していない。客は可処分所得減少の影響を小さくするため、有効配分を重視し、より慎重に必需品又は欲しい商品を比較購買する傾向がますます高まる。景気浮揚には、もう少し時間が掛かる。
スーパー（経営者）	・南九州の口蹄疫等が少しずつ影響し始めており、全体的に商品が高値で推移している。今後も厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・客の動向をみると、低価格の店を選んでいる傾向にある。低価格商品のニーズが高まり、利益幅が小さくなっている。買上点数を増やす戦略をとるか、客のニーズに応じて信頼できる店づくりをするかの二極化となっており、今後も厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・雇用情勢や先行き不安感が改善される兆しが全くみられず、それに伴う消費者の財布のひもは相変わらず固く、今後の景気回復は見込めない。
スーパー（店長）	・夏季賞与の額の増減に左右される。現状より低迷する大きな要因も少ないが、政治の動向が景気にリアルに伝わる昨今、選挙結果に景気の動向は左右される。
スーパー（総務担当）	・生活必需品以外への買い控え状況が今後も続く。
スーパー（総務担当）	・今のデフレ基調は今年いっぱい続く。消費者の購買力も横ばい、もしくは若干下降気味に推移する。
スーパー（企画担当）	・消費者物価指数は前年割れが続いており、消費動向も目立った回復は難しく、現状維持程度になる。
スーパー（経理担当）	・今のレベルでの横ばい傾向が続く。
コンビニ（エリア担当・店長）	・ここ2、3か月は前年を下回っており、その幅も1割前後で推移し、2、3か月先もこの状況が続く。
衣料品専門店（店員）	・客からは買物をしたい気持ちは大いにあるが、気楽に買物できる状況ではないという話を良く聞く。
衣料品専門店（店員）	・8、9月の立ち上がり時期に前の季節の商品が残っていると、非常に厳しくなる。良い条件が何もない中、どの商品を売っていくかということを考えなくてはいけないので非常に難しい販売状況である。
家電量販店（店員）	・通常の店舗からアウトレット商品を扱う店舗に変更となり、売上は伸びたが、低価格商品ばかりが売れる状態が続いている。サッカーワールドカップも終わり、薄型テレビを中心とする高額商品の動きが鈍くなる。良い事象と悪い事象で相殺され、上がりもしないし下がりもしない状態が続く。
家電量販店（店員）	・7月のボーナス商戦で地上デジタル放送対応テレビの需要はある。しかし消費者は予算が決まっており、その予算がテレビに回るのか、エアコンに回るのか、冷蔵庫に回るのかという状態になり、現状と変わらない。
家電量販店（総務担当）	・ボーナス商戦はあまり期待できず、参議院選挙の結果にも左右される。
乗用車販売店（販売担当）	・現在のエコカー補助金制度が9月で終了予定である。客の購買意欲は回復しているとは言えないため、3か月先の景気が良くなるとは言えない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は下落傾向なので、需要は減少しない。しかし、地区にディスカウントのガソリンスタンドがオープンし、地区全体が低価格戦略を実施している。小規模店などの今後の運営体力が危惧される。

その他専門店〔書籍〕 (代表)	・子ども手当の効果はあまりなく、客のデフレ意識は依然として強い。今後も厳しい状況が続く。	
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)	・景気は少し持ち直しの傾向にあったが、ギリシャ財政危機の影響等により市況は混沌としており、今後も厳しい。	
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕(従業員)	・中元商品の販売時期になったが、前年までは3,000円以上の商品をパンフレットに掲載していたが、今年は1,000円台からの商品を掲載している。売上はどうなるのか、先がみえない。	
高級レストラン(支配人)	・消費者は低価格の物に敏感に反応している。高額商品が売れず、厳しい状況が続く。	
スナック(経営者)	・客の様子から景気が上向き要素はなく、打開策も見当たらない。店を維持するのが大変難しい状況となっている。	
その他飲食〔居酒屋〕(店長)	・従業員や経費等の出費で店を辞めるわけにもいかない状況下、どうすればいいのか先がとても不安である。	
観光型ホテル(スタッフ)	・いつもの選挙前同様、宴席予約が少なく、厳しい状況が続く。	
都市型ホテル(副支配人)	・団体の予約は増えているが、7、8月のビジネスマンの動きは見通しが立たない。	
旅行代理店(従業員)	・夏休みの旅行については様子見の感があり、まだまだ勢いはない。その中で、海外リゾートの予約は順調である。	
旅行代理店(業務担当)	・6月までの3か月間は、低水準ながら予約数は計画に近い状態で推移している。最大の需要期である夏場の状況が良くないので、今後も景気は上向いていかない。	
タクシー運転手	・全体的に売上が悪い月がずっと続いている。客からも景気が良いという話が聞かれないことから、これからもあまり変わらない。	
タクシー運転手	・夏のボーナスはいくらか良いような報道がなされているが、欧州における財政危機の影響も心配され、良くも悪くもならない。	
タクシー運転手	・客の様子から、今の状態は2、3か月では変わらない。	
通信会社(管理担当)	・2、3か月で景気が良くなる要素が見当たらない。	
通信会社(総務担当)	・県内景気は、個人消費の弱さがやや和らいているというものの、一番大事な雇用状況は、有効求人倍率が1.0には程遠く休職者が多い状況である。このため、所得は増加せず、消費動向に活気はみられない。今後も企業収益の改善に向けた政策を打ち出さない限り、身の回りの景気は良くならない。	
通信会社(業務担当)	・7月は夏季キャンペーンが本格化し、ある程度市場の盛り上がり期待されるが、一部人気商品の買換え需要が中心であり、新規の販売動向は相変わらず厳しい。	
競輪場(職員)	・利用者の購買力が高まるような好況感がない。	
美容室(店長)	・ようやく町が市になり活気が出てきたと思われたが、口蹄疫の影響で夏祭り等が中止になり、景気も変化がない様子である。	
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)	・客である高齢者にとって、4月の診療報酬改定が負担増となっており、介護サービスの利用手控えにつながる懸念される。	
設計事務所(所長)	・現時点で受注が少なく、3か月後も景気は良くない。	
住宅販売会社(従業員)	・不況感を押しよくする材料がない。	
やや悪くなる	商店街(代表者)	・例年、夏から秋にかけて食欲不振になる客が多く、簡単な食材で食事をする。そのため客単価が落ち、あまり売上が上がらない。今年も例年通りの傾向となり、低水準のまま推移し、悪くなる。
一般小売店〔鮮魚〕(店員)	・例年であれば売れない月に入る。天候や客の様子から今年は売れるかもしれないが、依然厳しい状況が続く。	
一般小売店〔茶〕(販売・事務)	・夏場をどう乗切るのが毎年の課題ではあるが、現状の景気回復も期待できず、今年は例年以上に厳しくなる。	
スーパー(店長)	・いつものように参議院選挙の影響で来客数は減少するため、今後も厳しい状況が続く。	
スーパー(店長)	・ボーナスの時期となり、ギフトの動きに注目されるが、ボーナスの支給額が前年より低くなれば、ギフト需要は見込めず、今後も厳しくなる。	
コンビニ(エリア担当)	・客の財布のひもは更に固く閉まっており、今後も大幅な売上の回復は見込めない。	
衣料品専門店(総務担当)	・秋冬物の受注状況が前年に比べて非常に悪く、厳しい状況が続く。	

		住関連専門店（経営者）	・大型店、輸入チェーン店の低価格商品に対し、安全・安心の国産家具を中心に取り扱いしているが、景気が良ならず、この先の経営が厳しい状況にまでなっている。
		高級レストラン（経営者）	・7月は月初めに企業による株主総会後の食事の予約が少しずつ入っているが、それ以降は動きがなくなっている。団塊世代の退職や高齢化社会等を考えて、仏事に力を入れて集客を考え、ホームページで告示をしているが、反応が鈍い。
		観光ホテル（総務担当）	・夏季はホテルにとって最も売上が落ちる時期だが、現時点での2、3か月先の予約状況は、ここ数年のなかでも悪い。
		タクシー運転手	・だんだん暑くなると昼の人の動きが悪く、夜だけ少しタクシーが動く状態となる。夏休みも県外の人が増えないため、厳しい。
		通信会社（営業担当）	・口蹄疫の影響で県内全体が暗い雰囲気、景気は良くならない。
		テーマパーク（職員）	・年間を通して稼働率の高い夏休みを迎えるが、当社及び県内全体への観光客の動きが鈍くなるのが懸念される。国内全体の動きが期待薄のため、韓国などへのPR等仕掛けを行っているが、全体として下方予想である。
		ゴルフ場（支配人）	・これからの季節は早朝や薄暮の涼しい時間帯にプレーが流れ、食事を伴った正規プレーの数が減っていく。
		理容室（経営者）	・転勤等の動きがあり、来客数の減少が予想され、良くなる見通しが無い。
		住宅販売会社（従業員）	・不動産業の土地仲介は、土地の需要と供給も少ないが、売る方は高く売りたい、買う方は安く買いたいという不均衡な状況になっており、将来的にも土地の売買で景気が上がることは見込めない。
		その他サービスの動向を把握できる者 〔フィットネスクラブ〕（営業）	・公共事業に依存した当地域では、県や市の財政が厳しく各方面の仕事が減り、景気回復を見込める要素が少ない。
	悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・参議院選挙の消費税増税の話題から、消費の閉塞感につながっており、消費動向は厳しい状況となる。
		百貨店（営業担当）	・選挙前は物が動かない傾向にあることに加えて、将来、政局がどう変わっていくのか、生活者は非常に不安に思っており、厳しさが増している。参議院選挙の結果で将来のビジョンがはっきりしないと、消費そのものは活性化しない。
		衣料品専門店（店長）	・来客数、販売量に変化がみられないが、売上の前年比をみると今後も厳しい状況が続く。
		高級レストラン（専務）	・相変わらず政治が不安定で、有効な景気対策がない。消費者の動きが鈍く、お金も出ない状況が続いている。
		競馬場（職員）	・一般市民は景気回復へ兆しを感じる事が出来ず、今後も景気回復は難しい。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	農林水産業（経営者）	・5、6月は口蹄疫問題でかなり苦戦したが、来月7月には解消されそうだというニュース等が報道されており、梅雨明けの来月は大いに期待される。居酒屋、スーパー関連も夏の需要期に入り、各方面のメーカーからも原料、鶏のむね肉の引き合いが少しずつ出始めている。また口蹄疫問題により豚肉が不足しており、価格の高騰もあり得ることから、大いに期待される。
		食料品製造業（経営者）	・商品が動き出す見込みがあり、今後はやや良くなる。
		家具製造業（従業員）	・今後、民間の商業施設投資が増えており、具体的な情報も前年より2割程度増えている。
		鉄鋼業（経営者）	・新規建築物件がほとんど見受けられず、新規引き合い、成約がほとんどない状態が続いている。現在の状態はこれまでに経験がなほどに深刻であり、需要の減退が危惧される。スクラップ価格も下落しており、製品市況が弱含みに転じている。需要家が買い控えていることも一因だが、需要そのものの落ち込みが懸念される。建材関連業界では与信問題が改めて浮上りそうである。しかし今が底であるため、これから少しずつではあるが良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連並びにLED関連製品の状況が非常に安定しており、今後もこの安定した状況が続く。全般的な動きとして非常に活発な動きとなっており、安定した状態が継続する。
		建設業（社員）	・官公庁の発注は上半期80%を目標にしており、3か月後までは週に5～6件発注される状況が続く。どの業者も年度末までの仕事量の確保に必死となっている。

	金融業（調査担当）	・福岡市周辺のオフィス等不動産の動きが出ており、良くなる。
変わらない	農林水産業（営業）	・現在が不需用期ということもあり、2、3か月後の需用期はある程度回復する見込みがあるが、相場や生産、小売との需給状況の乖離もあり、一概に良いということは難しい。横ばいまたは現在と変わらない。
	食料品製造業（経営者）	・口蹄疫の影響はかなり大きく、人の動きが著しく減少している。まだ終息したわけではないので、今後も売上の減少傾向は継続する。
	繊維工業（営業担当）	・良くなる要素が何もなく、今後も厳しい状況が続く。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・今の焼き物業界では売れ筋がなかなか出来ず、ギフトも価格の面で苦労している。単品単価においては安い物が、高い物かの二極化となっており、中間層の動きが悪い。消費者の動向は製造業に即、響いてくるため、消費動向が鈍い現状が続くと倒産することも懸念される。
	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いや客の話から2、3か月先、特に景気が良くなるとは感じられない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・受注量は大きな変動がない。受注量は過去に比べて確かに良くなっているが、コスト面、発注期間の短縮、発注契約の延期等により、現場は大変難しい舵取りが必要になる。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月先の受注状況は当初予算台数とほぼ同じであり、変わらない。
	建設業（従業員）	・見積案件は多数あるが、全体的に小規模な物件が多くを占めている。銀行の融資も審査が厳しく、設備投資する企業や個人も少ない。
	輸送業（従業員）	・良くなる要素がなく、悪のまま推移する。
	輸送業（総務担当）	・荷動きの状態があまり良くない。すぐに変化があるとは思えないので、今の状態がしばらく続く。
	通信業（職員）	・情報通信部門は受注量を確保しており、堅調に推移しているが、当社のメインとなる建設業は厳しい状況が続いており、全社的には苦戦している。
	金融業（営業）	・新興国の需要は長期間継続すると考えるが、国内需要については、家電製品等のエコポイント期限後の消費動向は不透明である。製造業は、設備投資に踏み切っていない。この状況で、下請企業の選別は必至であり、技術力に乏しい企業は厳しい。需要の回復を前提とすれば、勝ち組、負け組の差が顕著となる。土木や建設業は公共工事の減少から長期不況の状況である。東九州自動車道の着工により、少し活気はあるが、収益面では厳しい。
	金融業（得意先担当）	・取引先の中小零細企業の経営者は、景気回復の実感はまだないという厳しい状況にある。3か月先も上向いていく状況ではない。
	金融業（営業担当）	・参議院選挙の結果によるが、中小企業に漂う閉塞感は選挙の結果でも好転する雰囲気はない。先を見据えた投資の話が出てこない。
不動産業（従業員）	・集合住宅の売行きの不調が今後も続く。	
広告代理店（従業員）	・6月の受注枚数は前年比99.0%と少しの減少となった。折込枚数はほぼ横ばい状態が続いており、子ども手当の支給により、消費意欲が増すと思われたが、今のところ目立った反応はない。しばらく横ばい状態が続く。	
経営コンサルタント	・不安定な情勢が続いており、新しい動きが起こりにくい。当分は今の混迷した状態が続く。	
経営コンサルタント	・選挙があると売上にかなり響き、状況が厳しくなるという話をよく聞くが、今回の参議院選挙はそこまで影響が出てない。7月は若干落ちる可能性があるが、春先からの流れをみると、それでもなんとか乗り切って選挙後は少し良くなる。	
経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の多くは投資に対して慎重姿勢を崩しておらず、本格的な景気回復はまだ先である。	
やや悪くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・目先の仕事が見える状況ではなく、景気の判断をしようがない。会社を動かせば赤字という状況になりつつある。取引先でも海外生産で助けられている状況にあり、国内の景気回復は程遠い状況だ。
	広告代理店（従業員） その他サービス業〔物 品リース〕（従業員）	・上半期の見込みにおいて、売上は前年割れとしている。 ・景気回復の兆しのなかではあるが、設備投資への意欲回復までには相当の時間を要する。
悪くなる	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・国の補助金がカットされ、市町村が将来の計画や調査に予算を計上しなくなっている。業務を請け負う業者の受注が更に減少することが予想される。倒産の業者も出ていることから、今後も厳しい状況が続く。

雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（管理担当） 求人情報誌製作会社（編集者） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 学校〔専門学校〕（就職担当）	・物の動きは活性化しつつあり、それに伴い、企業の採用意欲も高まる。 ・来年3月に計画されている九州新幹線全線開業に向け、駅ビル等の求人が活発に動き始める。 ・メーカーの生産水準が回復基調にあるため、やや良くなる。 ・雇用情勢は依然として厳しい状況にあるが、新規求人数が増加傾向にあることや常用求人数が伸びていることから、一部不安要素はあるものの、緩やかながらも回復する。 ・産業別の新規求人数をみると、前年比で増加する業種が増えている。また、減少した業種も減少幅が縮小している。今後、求人数が増加する感触がある。 ・今までの採用抑制の反動が少しずつ出始めている。
	変わらない	人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（社員） 新聞社〔求人広告〕 職業安定所（所長） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 民間職業紹介機関（社員） 民間職業紹介機関（支店長） 学校〔大学〕（就職担当者）	・消費者の購買意欲が高まらず、政治不信の影響もあり、お金の動きはあまり感じられない。製造業を中心に人手を増やすまでは、見込めないという企業が多い。 ・雇用マインドはこのまま推移する。ただ、来年度も就職の決まらない学生が多くなる見込みのため、大量の若年者未就職者が累積していくことは問題である。 ・製造業を始めとした基幹産業の求人が、依然として少ない。 ・月間有効求人倍率は平成19年9月から32か月連続して前年同月を下回って推移しているが、平成22年5月に低水準であるものの、前年同月を33か月ぶりに上回っている。また、新規求人数で前年を6.1%上回っているものの、リーマンショック以前の新規求人数と比較すると下げ止まって推移している状況である。 ・少しずつ回復傾向であったが、5月は後退しており、先行きは不透明である。 ・新規求人数及び企業からの聴取等から製造業に改善の兆しはあるものの、全体としては、未だ厳しい状況であり、先行きは依然、不透明である。 ・取引企業の生産は大きく増加しているわけではなく、人手そのものがすぐ必要という状況に至っていない。社内でも過剰人員を抱えているケースがある。 ・派遣需要は少しずつ回復するが、改正労働者派遣法が成立するであろう今年後半には、再びマイナス影響が出ることが懸念される。 ・夏採用や秋採用に関する話を人事担当者から聞かれない。内定辞退への対応を考えている人事担当者もいるが、辞退された採用枠を積極的に埋めにくい動きはあまりみられない。調整弁的に優秀な学生がいれば会っても良い、という程度の動きに止まっている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・選挙結果によるが、政権が不安定であればあるほど、景気も不安定にある。雇用状況も厳しい状況が続く。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・規制強化により、派遣社員の利用継続が困難になる企業が増える。正社員を雇用する体力がある企業は限られているので、行き場のない派遣社員の失業が増える。