

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	－	－
		一般小売店〔生花〕 （経営者）	・小売業は薬屋や飲食店のチェーン店等が進出しており、ディスカウント化が進んでいる。そのような状況下ではあるが、生花店は個人での経営が割と成り立ちやすい業種であり、他業種ほどは大手チェーン店の影響を受けていない。
		スーパー（店長）	・競合店が年内に閉店するため、その分売上が増加する。今月も前年比108%で推移しており、今後も良くなる。
		コンビニ（店長）	・ボーナス時期なので、例年通り良くなる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・気候によって左右されるが、このまま暖かい気候が続けば、来客数は伸びる。
		衣料品専門店（経営者）	・創業100年祭で色んな行事を開催するため、少しは良くなる。
		家電量販店（総務担当）	・客の様子をみると、年明けから消費回復が見込まれる期待をしたい。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税適用期間が終了するため、客の動きは活発になり、来客数が増える。
		乗用車販売店（総務担当）	・年末に新型車が発表され、年初からの販売となる。事前の評判も大変良いので、販売台数は底上げされる。エコカー減税終了に伴う駆け込み需要も重なり、業績は伸びる。
		その他専門店〔コーヒード豆〕（経営者）	・12月のお歳暮シーズンになると進物や割引のセールを同時に開催するので、販売量と客単価は同時に上がり、1年を通して売上が一番上がる月となる。それに伴い、客の増加と景気動向も上向き加減になる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・売上及び人の動きが前年より改善されている。そのため少しずつ売上も増え、景気が良くなる。
		高級レストラン（専務）	・県民が消費を控えており、財布のひもが固いが、九州新幹線全線開業効果が1年ほど続く。
		スナック（経営者）	・以前に比べると週末の営業に活気がみられ、これ以上の底はないとの期待を込めて、やや良くなる。
		変わらない	
通信会社（業務担当）	・12月はスマートフォンの新商品が増え、ボーナス商戦と話題性で販売数は更に増える。		
美容室（店長）	・成人式の予約が前年より多くなっているため、少しは良くなる。		
商店街（代表者）	・不安材料も多いが、年末に向けて消費は盛り上がる。東日本大震災の復興需要も活発化する。		
商店街（代表者）	・卒業、入学、就職等の社会行事が控えており、今以上に景気が悪くなることはない。		
商店街（代表者）	・本格的な歳末商戦が期待できず、1、2月に寒くなると客足が遠くなる。		
商店街（代表者）	・歳末商戦のにぎわいも12月中旬位までで、あとは正月に向けて買い控えが始まるので、例年並みとなる。		
一般小売店〔精肉〕（店員）	・景気変動の兆候がみられない。		
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・年末に向けての売出次第で今後の販売量が決まる。早くに消費者の購買意欲が活気付くことに期待したい。		
百貨店（売場主任）	・客の気持ちが盛り上がるような何かがない限り、必要最低限の物しか購買しない傾向は変わらない。客もそろそろ節約には飽きて、何かを消費したいと思っているように感じられるが、きっかけがない。		
百貨店（営業担当）	・恒例の北海道物産展が好調で、来店促進の日替目玉商品や定番品の購入で、催事初日も平日も来店が好調である。金曜日と土曜日の来客数が少なく、必要な品のみの購入にとどまっている。欲しい物を友の会積立やクレジット分割で購入する目的買いの傾向も継続しており、今後もこのような状況が続く。		
百貨店（売場担当）	・衣料品については重衣料のコートや紳士服のスーツの動きがかなり悪い。前年比で約20～30%である。全体的には前年比102%となっており、北海道物産展の食品催事が全体を押し上げている。衣料品の単価が上がらないことが懸念材料である。2、3か月先はどうなるか注視する必要があるが、流れはさほど変わらない。		
百貨店（営業企画担当）	・株価の下降や円高の定着、年金や消費税の話題など明るい材料がなく、現在の厳しい状況が続く。		

百貨店（業務担当）	・一部旅行関連の商品は、東日本大震災の反動により販売が増えているが、ギフトやこれまで好調だった食に関する商品の動きが弱い。この動きはますます弱くなり、客の購買力の強さが戻らない。
百貨店（企画）	・冬のボーナス支給額で大きく左右される年末商戦が間近となったが、ボーナスはそれぞれの業種で金額差が大きいため、全体的には前年と変わらない状況である。また、年明け商戦も特に消費を高める材料が見当たらない状況下で、大きくは変わらない。
スーパー（経営者）	・T P P問題など、先行きが不透明である。また価格競争も激しくなり、先行きは分からない。
スーパー（店長）	・売上を前年並みに戻すため、来客数を伸ばす必要がある。しかし商圏人口に変化はなく、競合店が3店舗でき、食品等の単価が下落している。
スーパー（総務担当）	・買い控え傾向は、継続しそうであり、特に話題の商品やヒットしそうな商品が見当たらない。
スーパー（経理担当）	・東日本大震災復興財源や消費税増税、年金、電力などマイナスイメージの話題が先行し、消費回復まで至らない。
スーパー（売場担当）	・年末は他社に比べて、シーズン品の展開を早くして価格を相場より安くしている。当社は例年と変わらないが、市場的には売上が下がる。
スーパー（業務担当）	・年末へ向けて、重点販売商品の客の反応が鈍い。クリスマスやおせち、帰省需要など、どのトレンドも目新しさがなく、メーカーも今後の景気動向を見越して大きなアクションを起こせなくなっている。従って、12～2月までの本格的な冬商戦では例年と変わらないアイテムが出回るだけで、大きな盛り上がりは見当たらない。
コンビニ（経営者）	・好転する材料が何もない。
コンビニ（エリア担当）	・今の厳しい状況が続き、3か月後も全く変わらない状況である。
衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要素が見当たらないため、悪いままで変わらない。消費税増税の話もあり、景気が良くなる気がしない。
衣料品専門店（店員）	・固定客の売上の比率が高く、買い回り客が減少している。景気が良くなる気がしない。
衣料品専門店（総務担当）	・百貨店の閉店、競合店の閉店によって受けた恩恵がほぼ落ち着き、これからは今の状況が続く。気候による変動が考えられるが、基本的な基調としてはほとんど変わらない。
衣料品専門店（チーフ）	・全体的な様子を見ると、来客数が減少し、客単価が上がっている。2、3か月後も、客の様子からあまり変わらない。地方は市場動向の流れがやや遅れている様子である。
衣料品専門店（取締役）	・客の様子を見ると、省エネの気分が消費動向にも現れている。政策についても増税や年金の問題も出ており、何も良い状況はない。当地においては新しい店舗がまた加わり、パイの奪い合いとなっている。非常に厳しい状況が続いていく。
乗用車販売店（販売担当）	・現在は新商品が急速な立ち上がりを示しており、多くでている。現在は来客数が増加しているが、この新車効果が持続するかは不透明である。
住関連専門店（店長）	・2～3か月先は年間でも一番の閑散期に入る。歳末商戦を終え、客の買物意識も薄くなる時期なので、よっぽどの特需がない限り、売上が跳ね上がることはなかなかない。今のところは例年通りとなる。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・欧州の信用不安、円高などから客は買い回り品の購入を控えている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・冬の賞与支給月が迫っており、客の様子をうかがうと賞与の支給額見込みが厳しいという声を耳にする。地上デジタル放送への移行に対し、一通り準備も済みであり、今回の冬の賞与については、貯蓄に多く回したいといった声が聞かれる。
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〕（総支配人）	・企業業績は持ち直しつつあるが、一般消費者に還元された様子はみえない。購入単価は前年と比較して下がっており、客の生活防衛意識はまだまだ強く、消費に回ってこない。
高級レストラン（支配人）	・国内景気が悪い中、世界的にもあまり良い情勢ではなく、その影響も受けそうである。
一般レストラン（スタッフ）	・予約状況をもても、一般利用者や日曜日の利用者の動向がほとんど変わらない。伸びる可能性はあまりない。
その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・当地は東日本に比べると九州新幹線の全線開業からにぎわっている。ただ駅から離れた商店街は夜がとても寂しくなっている。外食産業はいくらか激安で儲かっているようだが、激安だから私達はついていけない。

	観光ホテル（総務担当）	・宿泊や宴会の予約状況を見て、今の状態は来年3月までは持続できる。
	都市型ホテル（総支配人）	・東日本大震災以降、需要がなくなっているインバウンドの動きが、依然として見受けられない。
	旅行代理店（従業員）	・年末年始の予約は前年を上回るものの、近場人気が高い。
	旅行代理店（企画）	・気候に左右される部分もあるが、ほとんど変わらないと考えられる。
	タクシー運転手	・3か月後は一番寒い時期にあたるので、外出が減る。ただ、寒ければタクシー利用は若干増えるので、今と変わらない状態になる。
	通信会社（管理担当）	・景気が良くなる材料がない。
	通信会社（企画担当）	・市場の飽和感があり、販売量の大幅な増加は見込めない。ただし販売量が減少するような要因も見受けられない。
	通信会社（総務局）	・景気が好転する材料に乏しい。
	テーマパーク（職員）	・年末年始や2月のキャンプなど集客が見込めるものの、一般客が伸びる要素である旅行マインドを向上させる材料が少ない。
	ゴルフ場（従業員）	・年明けに向かって、県外、会社関係のコンペの予約が入っている。また、イベント等も開催され、地域は非常に盛り上がりを見せている。このチャンスをしっかり掴みリピーターを増やすべく施策を講じているが、先行きは大きくは変わらない。
	理容室（経営者）	・今月は特に最悪で来月に期待したいが、予約状況を見る限り1月も前年と比べると暇なので、総じて期待できない。少しも良くなる傾向がなく、どうにもならない。
	住宅販売会社（従業員）	・不況感を払しょくする要素がないため変わらない。
	住宅販売会社（代表）	・消費税増税の駆け込み需要はまだなく、年明け2、3か月後も現状と変わらない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・日本の景気も悪いが、世界経済が不安定過ぎる。客の様子をみても、一段と厳しくなるものと予想される。
	商店街（代表者）	・寒くなり、年が明けると客の購買力が大きく落ちる。欲しい物があってもなかなか買わない。
	商店街（代表者）	・当地における経済状況、特に雇用関係が悪化しているので、景気は悪化する。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・年明けはいつものことであるが魚が売れない。何とか年末で稼がないといけませんが、今年はすべての商品に対し、仕入れを控えめにしている。
	百貨店（営業担当）	・最も懸念されるのは経済環境であり、株価はかなり低迷している。一部高額品の動きはみられるようになったが、まだまだその量は少ない。そういった意味で非常に厳しい。今後、クリスマス商戦、あるいは1月のクリアランス等はかなり販売量が減る。
	スーパー（店長）	・景気全体の低迷、先行き不安感は今後も続くとみられる。そういった状況下でも、競合店の出店計画が次々とあり、状況は更に厳しくなる。
	スーパー（店長）	・欧州の信用不安の影響や日本の年金問題、あるいは増税等のニュースが消費マインドを非常に下げている。これから年末にかけてそういったニュースが多いなか、消費に対するプラス要因があまり見当たらない。この年末から年明けにかけて、より一層の消費は冷え込む。
	スーパー（店長）	・これからクリスマスや年末等イベントが入るが、東日本大震災の影響で自粛ムードがあり、それほど需要がない。バターなどの品薄感もあり、ケーキの原料も少なくなっているため、伸びる気配がない。
	スーパー（総務担当）	・東日本大震災の復興に向け、消費者行動に安堵感が定着している。ただ、増税懸念や年金問題、欧州の信用不安など、今まで以上に節約に拍車がかかる状況は避けられない。価格訴求からの脱却をどうするかアイデア創出が鍵となる。
	家電量販店（店員）	・悪い状態がこのまま続く。消費動向が経済の足を引っ張り、更にもう一段落ちるのではないかと懸念される。
	住関連専門店（経営者）	・来客数がなかなか回復しないなか、客は100%自分が希望する商品を探しており、なかなか成約につながらない。景気の先行き不透明感は相変わらずで、置き家具等の耐久消費財への買換え需要は当分厳しい。
		高級レストラン（経営者）

		都市型ホテル（スタッフ）	・円高が今後も続くと大手製造業の動きが鈍くなり、人員を削減するといった話もある。
		都市型ホテル（副支配人）	・円高の影響が全体的に出ており、特にアジア地区の影響が大きい。
		タクシー運転手	・例年、年末年始のタクシーは昼は暇であるが、夜は週末だけ忙しく盛り上がる。ただ年末年始はレンタカー利用が増えてきており、近年ではタクシー利用者が減っている。
		タクシー運転手	・病院通いのお年寄りがだんだん少なくなっている。そういう点でタクシー利用者はどんどん減っていく。
		ゴルフ場（支配人）	・12月後半からは冬シーズンとなり、客足が落ちる。特にシニア層の来場数は期待できない。この1月は前年同様に気温低下が予報されているため、マイナス要因である。
		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）	・季節的に寒くなることにより、客の入院やサービスのキャンセルが想定され、売上の減少が予測される。また、来年4月からの介護報酬改定において報酬が横ばいとなり一部客の負担の増加が議論されており、売上増につながる要素が少ない。
		設計事務所（代表）	・消費税増税の懸念により、消費は低迷する。
悪くなる		商店街（代表者）	・年が明けると例年通り、一気に売上が下がる。
		コンビニ（販売促進担当）	・12月は前年と比べて非常に受注率が悪い。ボーナスが出ないかもしれない等先行き不安があり、財布のひもが固くなっている。今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・季節が暖冬気味に推移しそうであり、冬物が動かず厳しい状況となる。
		家電量販店（店員）	・非常に悪い状態であり、特にテレビは前年の5、6分の1しか売れていない状態で、全体の売上も前年の6～7割というのが精一杯の数字である。良くなる要素が全くなく、景気の閉塞感、政治の閉塞感をなんとか変えないと、どうにも回らない状態である。伸びる要素が本当にみあたらず、歳末商戦も非常に悪くなる。
		乗用車販売店（代表）	・世界的に不安要素となるニュースが多く、良くなる要因が見当たらない。
		音楽教室（管理担当）	・趣味にかけるお金が後回しにされており、今後その傾向が強まる。
		設計事務所（所長）	・手持ちの案件が大体3か月から半年で決まるが、現在、手持ちの資料がほとんどないので3か月後はとても悪くなる。
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	家具製造業（従業員）	・年末と官庁関係の年度末を控えているので、多少は上向き。しかし一過性の浮揚感であり、根本的に景気そのものが上向き要因は何もない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・自治体向けについては、年度末に予算実行が見込まれる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・この調子でいけば年内、あるいは年明けの1月までの受注量は安定し、拡大の状態が続けられる。さらに新規の仕事の話もちらほら出てきているが、設備や人など、新たな問題が出てくる。仕事が増えるのは嬉しいが、受け皿の状態を考えると難しいところもある。このままの状態に進めば良いと考える。
		金融業（営業担当）	・建設業関係を中心に復興関連の受注が本格化しそうである。年明け、年度末にかけた受注が増加しており、当月に比べ企業の業容は改善が見込める。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・不安要素が多々あるが、春先の東日本大震災以降、若干回復し、秋口にかけて非常に良くなってきており、今後も好調に推移する。あとは為替や福島第一原子力発電所の問題が解決されれば、外国人観光客が増え、街自体の景気が上がる。
変わらない		農林水産業（従業者）	・牛肉関係の消費は厳しいので、このままの状況でいく。ただ餌代に関しては、今程は上がらず、逆に若干下がる。
		食料品製造業（経営者）	・引き続き安定した受注が見込める。
		食料品製造業（経営者）	・前年と比較すると業績は好調に推移しているが、今のところ業績に大きな影響を与える要因はプラス、マイナス共に見当たらない。九州新幹線効果もしばらくは続く見込みであり、営業等の情報からも現在の景気状況は変わらない。
		繊維工業（営業担当）	・景気回復の兆しが出てきたとしても、すぐには良くなるらないので変わらない。
		鉄鋼業（経営者）	・原料のスクラップ価格が大幅に下落し、また建材の需要も盛り上がり欠けるため、需要家の購入指値は下落の一途をたどっている。メーカーの採算は非常に苦しくなっている。新設住宅着工戸数は前年同月を4月度より連続して上回っているが、建材需要の回復は実感があまりない。内外に景気回復の好材料が無く、しばらくこの状況が続く。

	一般機械器具製造業 (経営者)	・タイの復興需要による恩恵が続くといった受注先からの話であるが、それ以外は引き合いが減少する。
	電気機械器具製造業 (経営者)	・景気の先行きが不透明な状態が続いており、今後もこの状況が続いていく。
	輸送業 (総務)	・期待できる材料が見当たらない。
	輸送業 (総務担当)	・これと言って変化はなく現状維持となる。
	金融業 (営業職渉外係)	・欧州の信用不安問題など不安要素が多く、世界経済は様子見の展開が続く。日本においても米国や欧州などの動きに大きく左右されるため、景気上昇とまではいかない。
	金融業 (得意先担当)	・行政及び地元経済界の働きかけにより、中国船の寄港が実現したものの、効果は一時的であり、抜本的な改革につながっていない。これから年末年始にかけて一部期待が持てるものの、しばらくは大きな変化はない。
	金融業 (調査担当)	・設備投資や消費活動に大きな変化はみられない。倒産件数の変化から、今後の見通しは変わらない。
	広告代理店 (従業員)	・売上が前年並みで推移しており、このまま続く。
	経営コンサルタント	・今の停滞した状況が好転するとは思えない。新しいことに取り組む動きがみられない。
	経営コンサルタント (代表取締役)	・取引先の業況並びに自社の受注状況から判断すると、景気が大きく変化する材料が見当たらない。
	経営コンサルタント (社員)	・在庫が多くなり、処分の加速度が増している。
やや悪くなる	農林水産業 (経営者)	・12月は年末特需で前年並みとなっている。しかし、年明けの1、2月は円高や国内生産の増加が予想され、価格が崩れそうな気配である。加えて1、2月は冷凍食品メーカー等も需要期であるため、厳しい年初めになりそうだ。
	一般機械器具製造業 (経営者)	・自動車の関連会社はタイの洪水の影響がかなり大きく、生産調整が続いている。新規需要はなかなか望めない。今後の回復、円安回帰の状況次第であるが、短期的には回復は望めない。
	精密機械器具製造業 (従業員)	・受注計画が減少している。これから人材の削減等も考えなければならぬ。
	輸送用機械器具製造業 (営業担当)	・タイの洪水による11月までの減産分のばん回計画が不明確である。
	建設業 (従業員)	・株価の下落や個人消費の低迷、円高等により、経済全体的に活気がみられない。業界も設備投資が低調である。また、増税による景気後退が心配である。
	輸送業 (従業員)	・これから年末にかけては荷動きが活発になるが、年明けはいつも需要が落ち込む。その分を11、12月で補わなければならないが、補う要素がなく消費が低迷している。これからますます悪くなる。
	通信業 (職員)	・2011年度も残り4か月となり、年度内受注量の見通しがついてきたが、今までのような大きな案件はなく、小規模案件の積み重ねとなる。
	金融業 (営業)	・円高により一部の製造業が生産を海外に移しており、今後それが加速していく兆しがある。大手企業の方針は不透明であり、下請企業は厳しさを増していく。また、資金面では、条件変更をしてきた借入金の返済も問題となってくる。
	不動産業 (従業員)	・ホテル宴会部門の予約件数が下降傾向にある。
	広告代理店 (従業員)	・11月の新聞折込枚数は前年比97%となっており、この下落基調はこの3か月変わらない。東日本大震災以後消費活動は低迷したままのようだ。12月はクリスマス商戦を迎えるが、一足先に地元球団の優勝セールが始まり、持続すれば新聞折込の受注が増えるのではと期待している。
	その他サービス業 [物リース] (役員)	・景気の緩やかな回復観測のなかではあるが、足元での設備投資等の動きは非常に鈍く、取引先の中小企業は慎重な姿勢に徹し、何とか現状を耐え忍ぶという消極的な対応が目につくので今後もやや悪くなる。
悪くなる	建設業 (社員)	・第3四半期が終わり、第4四半期に入れば官公庁の発注は激減し、期待はできない。民間工事に目を向けてもほぼ皆無の状態では期待できない。今のうちに年度末までの受注を確保できなければ、今後がとても心配である。
	その他サービス業 [設計事務所] (代表取締役)	・東日本大震災の影響で建設関係の公共事業の予算が東北に多く配分されているため、全国に支店を有する大手企業は、福岡の人員を東北に派遣して、受注を伸ばしている。ただ、福岡に営業所を構える地場企業は、東北に営業することもできず、地元での受注業務の減少に拍車が掛かる恐れがある。
雇用関連	良くなる	—
	やや良くなる	—
	求人情報誌製作会社 (編集者)	・一部の地区で新しくオープンする商業施設があり、雇用の吸収力が高まっている。周辺企業への影響は大きい。また、物流の動きも活況を呈している。

	民間職業紹介機関（職員）	・先月に続き、今月も求人件数は堅調に推移している。先月との変化はエンジニアだけでなく、営業職やアシスタント系の求人も増えており、幅広い層で雇用の需要が増えつつある。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人件数は前年比102%で微増ながら増加傾向にある。ここ数年求人を出していなかった企業からも採用情報が寄せられている。また、企業担当者との会話のなかで、前向きな話が増えている。
変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・円高による先行き不安はあるものの、今のところ直接的な影響は少なく、製造業を中心に活発な求人状況は、ある程度継続する。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車生産の国内水準の回復で求人に期待できるが、米国の大手金融機関の破たん、欧州の信用不安に加え、タイの洪水などの影響から不安もある。
	職業安定所（所長）	・11月に入り、求人の増加は一部動きが鈍化したが見え、今後しばらくは比較的安定した動きで推移する。
	職業安定所（職員）	・新規求人は15か月連続で前年同月比増加で推移しており、現在のところ改善傾向である。しかし、円高等不安要素もあり、先行きは不透明な状況である。
	民間職業紹介機関（社員）	・年末年始に向け、短期間に人材需要が例年並みに出ている。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・少しでも優秀な学生、質の高い学生を採用する厳選採用の傾向があり、現状の就職環境はしばらく継続する。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・円高や株安等、マイナス要因の方が強い。
	職業安定所（職員）	・円高やデフレ、消費の低迷等により、景気が落ち込み、今後も同じような求人の減少、低迷が続く。
	職業安定所（職員）	・有効求職者数の高止まり傾向が続いており、新規求人数の伸びが鈍化している。
悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・事務系職種でも年度末の契約終了や直接雇用化が頻発している。臨時的な派遣社員ではなく、少数の有能な人材を直接雇用する動きが増加している。さらに人材紹介手数料は完全に値崩れし、買手市場となっている。