

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	乗用車販売店（総務担当）	・年末にメーカーがエコ性能の大変良い新型車を投入している。さらに国のエコカー減税の延長とエコカー補助金の再導入の見通しにより、新車の買換え需要が高まる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・震災復興関連の需要が増加し、景気はやや良化する。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・年明けは寒気が続き、鍋物需要が好調を維持しそうである。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・1、2月は売上が落ちるが、3月は卒入学式等で花の需要が高まる。ただし客の様子をみる限り、仕入れは慎重に行わなければならない。
		百貨店（営業担当）	・客の動向をみる限り、来客数、買上数量が前年を上回る。
		百貨店（売場担当）	・7月の競合店閉店以降の前年比は最低でも103%、平均でも107%前後となっており、一巡するまでやや良い状況が続く。前年は競合店の閉店セールや東日本大震災による買い控えが若干あったため、今後は上向く。ただし、来客数については天候次第ではあるが、現状維持が難しい状況であり、物流の確保が今後を大きく左右する。
		スーパー（店長）	・競合店のスーパーが閉店するため、その影響で売上が前年比12%程度増加している。特に生鮮食品の売上が前年比2けた増と好調に推移しており、1、2月もこのまま推移する。
		家電量販店（総務担当）	・一時的に遠のいていた客足が、年末商戦や初商でかなり回復しており、今後も良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税に加えてエコカー補助金も再開の見通しで、客の来店が増え、ショールームもにぎわう。
		乗用車販売店（販売担当）	・前年を上回る月があったり、前年を下回る月があったり、好不調の波が続いている。景気が完全に上向いているわけではないが、この1～3月は自動車業界においては1年を通して最大需要期であり、例年通りやや良くなる。
		高級レストラン（専務）	・九州新幹線の全線開業効果が今年いっぱいには続き、九州の景気は良くなる。
	タクシー運転手	・イベント等が開催され人の動きが良くなり、景気は良くなる。	
	ゴルフ場（従業員）	・年明けの来客数は顕著に良い状況となる。ただし単価が若干落ちており、余計な物は買わないような姿勢が目立っている。イベント等で購買意欲を高めるような販売促進を行っている。またこの1年、海外客がここ4、5年で最低の年であったことが不安材料である。	
	変わらない	商店街（代表者）	・2～3か月先は良くなることが見込めない。卒業、入学等の社会行事があり、普段の買物については、買い控え傾向となる。一般消費者の財布のひもは固くなる。
		商店街（代表者）	・先行きが不透明でなんとも判断しかねる。消費税増税の問題も景気に影響する。
		商店街（代表者）	・景気の悪い状態が続いており、これ以上悪くはならない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・現状を維持したいが、気候により左右される。冬場に多く販売したいが、客の節約ムードがあり、あまり期待できない。
		百貨店（売場主任）	・先月と同様、客の購買意欲を刺激するような何かが起こらない限り、売上が劇的に向上することはない。12月の客の様子をみると、気温が下がればクリアランスの売上は前年を上回ることができる。
		百貨店（営業担当）	・お歳暮、年賀の持帰り需要は好調である。ギフト受注ではギフトセンターでの受注に比べ通信販売、ゆうパック等の店頭外での受注が好調であったが、1人当たりの平均購入単価、1品単価はやや減少しており、積極的な買物姿勢はみられない。
百貨店（営業政策担当）		・引き続き海外では欧州の信用不安等不安要素はあるが、現在、足元の消費は底堅く、今後も堅調に推移する。	
百貨店（業務担当）		・消費税増税の話について、客は不安に感じている。景気の不安定さを客は持ち続けており、短期間で景気が回復することは期待できない。	
百貨店（企画）		・大きな流れとしては変わらないが、消費税率引上げに関する法案の動向次第で、消費マインドに影響が出る。万一、引上げが決定した場合は、消費マインドの冷え込みが起こり、売上は低下する。	
スーパー（経営者）		・国の施策も先行きが不安定で、景気の先行きは不透明である。	
スーパー（店長）	・社会行事や地元催事関連商品については販売促進をしかけると、伸びる要素が依然ある。ただし、通常商品は単価の下落が更に進み、全体的には現状とあまり変わらない。		

スーパー（店長）	・個人消費が上向くような明るい材料がなかなか見当たらない。さらに競合店の出店計画があり、今後厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・年が明けると例年節約志向が強まるが、来年は一段と節約志向が強まる。寒波を期待してそれに合わせた販売促進を強化することしか対策がない。また、年明けの消費税増税や年金問題等、消費マインドが上がらない材料が多い。
スーパー（店長）	・競合店が1店舗閉店し、来客数の伸びに2%ほど影響している。単価が上昇し、売上が増加しており、今後も同じような状況で進む。
スーパー（総務担当）	・今月に限っては、全体的に前年の売上を上回ったものの、気温の低下や販売促進策の要因も多大であるため、今後も継続するとは考えづらい。
スーパー（経理担当）	・東日本大震災後1年間の景気の動向は予想がつかない。また、政策について消費税の増税や年金等不安要素があり、消費動向は見通し難い。
スーパー（売場担当）	・良くなる要素はないが、なんとか売上を維持している。今後もこの状況が続く。
コンビニ（エリア担当）	・いろいろ販売促進等行っているが、動きは非常に鈍い状態である。今の状況を見る限り、これが好転するとは全く思えない。
衣料品専門店（店長）	・来年3月までは商店街の工事が継続されるため、来客数の増加は期待できない。
衣料品専門店（店員）	・元旦に初売りをする百貨店が近郊にあり、売上の見通しは厳しい。しかし、1月は寒いという予報が出ているため、衣料品の売上は前年並みとなる。
衣料品専門店（チーフ）	・年末年始のセールで客単価が伸びている。ただし3か月先、大きく変わるような様子はみられない。
衣料品専門店（取締役）	・消費税の増税問題等、先行き不安がある。現在もボーナスカット等景気の悪い話があるため、厳しい状況となっている。今の状態が当たり前になることを認識して、そこから企業存続のための努力、ヒット商品を出す等をする必要がある。また、徹底した経費削減等で補っていくしかない。
家電量販店（店員）	・売上は来年の7月くらいまで、アナログ放送停波前の駆け込み需要による反動減が続く。
住関連専門店（店長）	・景気は不透明であり、消費税の増税やT P P等の問題が末端消費者の不安を駆り立てている。政府の方向性がはっきりしない限り、良くも悪くも大きく動かない。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・政治への不信感や消費税増税への懸念等から消費者の生活防衛意識は高まる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・賞与支給において、地場企業は厳しかったという客の声をよく耳にする。必要品を購入した後は、貯蓄に回す傾向が強まっている。灯油等の冬季商材の販売に期待したいが、節約指向のため、先行きは不透明である。ただ、エコカー補助金の復活等による消費マインドの向上に期待したい。
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）	・欧州の信用不安による株安や消費税問題等が毎日のように報道され、景気が良くなる環境にない。
観光ホテル（総務担当）	・3月は、歓送迎会等で例年売上が伸びる月だが、12月の好調さが持続されることが期待される。
都市型ホテル（総支配人）	・インバウンドの予約が現時点で全く見込めていない。
都市型ホテル（副支配人）	・1、2月は例年以上の予約が入っているが、3月は見通しがつかない。特にインバウンドの見通しが立たない。
旅行代理店（従業員）	・予約ベースで前年を下回っており、勢いが感じられない。ハワイ直行便の復活もまだ浸透していない。
旅行代理店（企画）	・年末年始の客は前年と比較して大きく動く想定される。しかし、2、3月は東日本大震災から1年ということもあり、自粛ムードが起こる可能性がある。
タクシー運転手	・今月は動きが良かったが、客の話では年が明けたらなかなか思うように仕事が入っていないという声も聞かれるので、来年は厳しくなる。
通信会社（業務担当）	・スマートフォン人気で1月前半の販売はある程度期待できるが、後半は下降し、月間トータルでは前年並みとなる。
通信会社（総務局）	・景気が上向く材料に乏しく、現状で推移する。
テーマパーク（職員）	・スポーツ合宿、2月のプロスポーツキャンプに期待するものの、個人旅行の伸びに追い風となる話題がない。当面の状況は変わらない。
競馬場（職員）	・東日本大震災からの自粛ムードがなくなりつつあるが、すぐには景気は良くならない。

	美容室（店長）	・ボーナス等を貯蓄に回し、客は金を出したがない。景気が良くなるとは思えない。
	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）	・2012年4月に介護報酬改定を控え、利用者の負担増が懸念される。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の報道が盛んに行われている。増税という話が出てくるようになると、客は財布のひもを閉じる。客の先行き不安により購買力は落ち、非常に厳しい状況となる。
	商店街（代表者）	・政治の混乱により、消費者は自己防衛に入り、必要な物以外の購買意欲は一段と減少する。失業率も微増し、就職内定率も前年を下回っている状況で、厳しい状況が続く。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・東日本大震災の影響はほとんどなくなっているが、客は買い控えをしており、厳しい状況が続く。特に果物の買い控えが目立つ。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・例年のことであるが、正月の一大イベントが終わると消費は伸び悩む。来客者をみていると、確実に高齢化社会になっている。特に鮮魚の個店には若い人が来ない。今後、何とか対策を考えないといけない状況となる。
	百貨店（営業担当）	・中間層の購買力がかなり落ち、クリアランス時期である1、2月は厳しくなる。消費の二極化が進んでおり、富裕層の購買力はかなり上がっているが、ボリュームの大きい中間層がかなり落ち込んでおり、総じて厳しい状況となる。
	百貨店（営業企画担当）	・年金問題や復興税、医療費、消費税の増税等のマイナス要素が多く、今後も客の購買意欲は低下していく。
	スーパー（店長）	・ここ数か月、売上は下降傾向にある。客の動きや会話から、今後もこの流れは大きく変わりそうもない。
	スーパー（業務担当）	・円高対策として、近隣の工業施設は海外シフトを始めている。これは全国的な傾向であり、近隣企業の従業員が減少し、来客数と売上が減少している。政治的な不安定要素や消費税率の問題もあり、先行きは不透明である。
	コンビニ（販売促進担当）	・量販店の激安セール頻度が増えているが、利益面には結びついていない。景気は先細り感があり、買上点数も上がらず、客単価が下がっている。今後も厳しい状況が続く。
	衣料品専門店（総務担当）	・競合店閉鎖による好影響がほとんどなくなり、今後は悪くなる。
	住関連専門店（経営者）	・年々景気が悪くなっている。同業者においても年々来客数や売上が減少している。また、大型チェーン店舗は生き残り策としてインターネット販売に力を入れている店もあるが、採算を取るのが厳しい状況となっている。
	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・12月は例年通り、コーヒー豆の販売は年間で一番売上が上がった。1月はその反動で売上が下がり、2～3月に通常の流れに戻る。
	高級レストラン（経営者）	・2、3か月先の予約状況をみたと、例年の年明けと比べると、少しは入っているが、12月の繁忙期と比べるとまだまだ物足りない。
	スナック（経営者）	・12月の営業は良いが、今後良くなるといった状況ではない。
	観光型ホテル（スタッフ）	・これといったイベントがなく、宿泊予約が少ない。海外からの旅行者が戻ってこない。円高や放射能汚染の影響がいまだに影響している。
	都市型ホテル（スタッフ）	・円相場に左右される大手製造業の大規模工場が多い地域であるため、今後も円高が続けば、地域経済が下降する。
タクシー運転手	・通常であれば、消費税が上がる前の駆け込み需要でゴルフのタクシー営業が増える。ただ、前年の東日本大震災の影響でそれはあまり望めない。	
タクシー運転手	・これから2、3か月先は入学準備等の買物客が増える。また受験シーズンでもあるが、少子化の影響でそういった利用は少しずつ減っており、あまり期待できない。	
通信会社（企画担当）	・新サービスの投入等もあるが、大きな需要喚起につながることは見込みにくく、財布のひもが緩む実感を得られない。	
ゴルフ場（支配人）	・1～3月は気温が平年よりも低いと予報されており、ゴルフ場は厳しい冬シーズンとなる。地元の景気動向も特に良くなる行事等の予定はなく、不景気のまま推移する。	
競輪場（職員）	・福島第一原子力発電所問題の影響等により、今後もやや悪くなる。	
理容室（経営者）	・12月の美容業界は忙しいので、今月だけは良いが、1、2月になると12月の反動で来客は減少するため、やや悪くなる。景気が良くなると客の金の使い方は変わるが、今の状況では見込めない。	
音楽教室（管理担当）	・これから受験期に入り、転勤も多くなるため、今よりもっと景気は悪くなる。	

		設計事務所（所長）	・3か月前に比べより一層、仕事量が減っており、今後やや悪くなる。
		設計事務所（代表）	・現在の問い合わせ数を見る限り、今後はやや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・景気の低迷や円高、株安の影響で資金が回らない状況が続いている。国が抜本的な景気対策をしないと、景気は悪くなる。
悪くなる		商店街（代表者）	・所得が上がる保証もなく、消費が活発になる状況が考えられない。さらに、政府は増税等を検討しており、将来への不安から、景気が良くなるような消費回復は望めない。
		商店街（代表者）	・催しがなくなり、寒さも増すため、来客数が激減する。今後は厳しい状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・ガソリン価格の高止まりや円高及び世界経済の不安定により、今後ますます先行き不安となり、雇用や所得環境の改善に結びつかない。消費マインドの悪化は避けられない。
		衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要素が見当たらない。大型商業施設等に客は集中する。人口の少ない地域は厳しさが増す。
		家電量販店（店員）	・家電業界はかなり冷え込んでいる。売上は前年実績の半分がやっとの店もある。
企業動向関連	良くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・予算確定後、年度末に向けて実行される案件がある。
	やや良くなる	家具製造業（従業員） 新聞社（広告）（担当者）	・来年度は復興需要が少しずつ高まるため、良くなる。 ・3月は東日本大震災により、広告活動がほとんどなく、前年実績を超えるのは比較的容易である。また、通信販売や食品関係の広告の出稿が堅調に推移しており、広告市場は活性化する。
変わらない		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新しく2、3企画の商品を開発しているが、相対的な受注量は落ち込んでおり、景気は上向きにはならない。
		鉄鋼業（経営者）	・学校、病院、特別老人ホーム等の建築関連の需要がある。また鉄筋コンクリート造が中心である共同住宅の新規着工も増加しているため、景気は回復傾向にある。ただし、公共、民間土木に関する需要が激減しているため、今後もこの傾向が続くことが懸念される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災やタイの洪水からの復旧が今後急速に回復していくため、今後の景気は悲観的にはならない。ただし、欧州の信用不安や円高、株価の低迷等マイナス要素もあり、先行きには不透明感がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状をみる限りやや悪くなる傾向が強いが、一方でやや良くなる様子も見受けられ、総じて景気は変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が良くなったり、悪くなったりの繰り返しの状況が続いており、今後も変わらない。
		精密機械器具製造業（従業員）	・今期までは生産計画の数字は変わらないが、来期の見通しが立たない状態である。派遣社員の契約更新を60～70%打切る方針も決めている。
		輸送業（総務担当）	・荷動きに大きな変化はなく、このまま推移する。
		通信業（職員）	・年度内の受注に関して、大きな伸びはない。
		金融業（営業担当）	・年度末にかけて建設業を中心に受注が増えている。ただし、単価の低迷や人材不足の問題等不安定要素もあり、業況浮揚には至らない。
		金融業（得意先担当）	・現状に明るい材料が見当たらない。平成25年3月に中小企業金融円滑化法が終了することで、業況の悪い企業の混乱が危惧される。
		金融業（調査担当）	・東北の復興需要も九州にはほとんど影響はないとみている。九州の基幹産業の販売先である外需の動向が気になる一方で、資源価格の落ち着きもみられることから、大きな変化はないとみている。
		不動産業（従業員）	・ホテル宴会部門の稼働が下降傾向にあり、今後低迷する。
		広告代理店（従業員）	・前年ペースを小刻みに上下し、平均で前年を維持している状態であり、今後もこの状態が続く。
		経営コンサルタント	・今は不景気のためか、内向きの傾向が強い。内部の整理や縮小等に目が向いており、企業が新しい仕事に取り組む意欲が感じられない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・夏以降の流れをみると、消費が通常モードに戻っており、年が明けて3月まではこの状態が続く。
経営コンサルタント（代表取締役）	・大きく上向き気配もないが、落ち込む材料も見当たらない。取引先においても急激に業績が悪化しているといった話は聞かれない。		
やや悪くなる		農林水産業（経営者）	・大手加工メーカー向けの受注が12月で終了する。国内生産が安定しており、さらに円高による輸入肉の供給過剰で大量に余剰感が出てくる。当然単価が下がり、量販店も2月は例年厳しい状況であるため、3月くらいまでは厳しい状況が続く。

	農林水産業（従業者）	・3か月先は需要期ではないため、厳しくなる。また消費動向が非常に厳しいので、景気は上向かない。
	食料品製造業（経営者）	・観光面では好調な九州新幹線の全線開業効果が続くか不透明であり、東日本への観光シフトが来年は顕著に表れる。南九州の景気はやや悪くなる。
	金属製品製造業（企画担当）	・消費税増税等、将来に対する閉塞感や不透明感から、消費者はますます消費を控える。また、中小企業金融円滑法が平成25年の3月に期限を迎えることで、中小企業の倒産が増える。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・得意先の生産量が減少するため、先行きはやや悪くなる。
	建設業（従業者）	・増税によりますます消費が落ち込み、経済状況は悪くなる。また建設業界も受注競争が激化し、採算性が著しく低下する。
	金融業（営業職渉外係）	・与党で離党が相次ぎ、政局は混迷を深めており、景気回復への対策が出てくるまで時間がかかる。
	広告代理店（従業者）	・12月の新聞折込受注枚数は前年比95%となった。クリスマス商戦が伸び悩み、電力不足が再燃していることを考えると、今後、受注枚数は増えない。増税等の消費税問題もあり、消費者の負担が増えることばかりで、景気はますます冷え込む。
	経営コンサルタント（社員）	・東日本大震災の影響で飲食店での外食控えが続く。景気が回復する兆しが無い。
	その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・取引先である医療関係や食品等、一部業種で設備投資が積極的である。ただし、全体的には先行きを見据えた慎重な対応がほとんどである。それに加え、円高基調や政治の混迷等不安要因も山積みであり、現状より更に厳しくなる。
悪くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い見積等から景気の悪化が懸念される。売上計画の半分程度になり、厳しい状況が続く。
	建設業（社員）	・年度末を迎え、手持ち工事のない今の時期に繰越工事を受注できるよう努力している。また民間工事へも目を向け、官公庁の早期発注までの半年間を乗り切らなければならない。厳しい状況が続く。
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・国の予算は新しい建設需要を喚起しているものになっていない。建設や計画、調査に予算配分が少ないため、コンサルタントが入手できる利益はわずかになっている。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-
	職業安定所（職員）	・フルタイムの求人が増加しており、就職しやすい求人が増え、就職者数も増加傾向で推移している。この傾向は今後も継続する。
	民間職業紹介機関（社員）	・年度末需要として短期単発型の依頼がある。試験監督、イベント等の動きが出ているが、長期的な派遣利用の動きは少ない。
変わらない	学校〔専門学校〕（就職担当）	・九州は貿易や観光等アジア経済を取り込んでいる。また自動車等基幹産業の上向き傾向もあり、それらに伴う採用が新たに出ている。新設航路やLCCの新規就航によって、エアラインの求人も増えている。新たな傾向として、中国や台湾、韓国からの留学生の求人も増加している。ただし、決まる学生とそうでない学生の格差はあり、就職難は完全には払しょくされない。
	人材派遣会社（社員）	・年末需要の代わりに、年度末需要が出てくる時期である。建設関係等からの注文や引き続き飲食店関係からの注文がきている。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・相次いでオープンしている大型商業施設の雇用の吸引力が高まり、周辺の零細企業の採用難が続く。零細企業の労務倒産が心配される。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末から動きがあった求人市場も一巡し落ち着いてきたが、進出企業を始め、求人の状況は堅調である。
	職業安定所（所長）	・11月に引き続き12月も求人の動きは鈍化しており、今後しばらくはこの状況が続く。
	職業安定所（職員）	・年末までは引き続き堅調な動きを示す。欧州の信用不安や円高の継続等から、来年は下振れの傾向が払しょくできない状況となっている。また、新規求職者数は減少傾向を示しているものの、雇用保険受給者が若干増加傾向を示しており、注視している。
	職業安定所（職員）	・新規求人は16か月連続で前年比増と改善傾向で推移しており、当所の主要産業である卸売小売業や医療福祉、製造業からの求人が順調に伸びている。製造業は円高等不安要素もあり、不透明な部分も多い。
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感じられ、現状の厳しい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）	・取引先の企業業績をみても、先行きに対する不透明感が強い。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・新卒の求人状況を見ると、中小企業が中心となっており、中堅、大手企業の求人が少ない。若者の雇用が増えなければ、景気の回復も厳しい。
悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・企業のニーズは臨時的、一時的な派遣労働者を採用するよりも人数限定で意欲のある若手社員の直接採用に軸足を移している。さらに紹介手数料は、年収の20～30％が基本であるが、一律5万円等、取引のベースではなく、厳しい状況となっている。