

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	コンビニ（エリア担当・店長）	・近くの競合店が閉店した影響もあり、良い状況となっている。また、このまま良い天気が続けば、売上は少しずつ回復する。
		住宅販売会社（代表）	・東日本大震災から1年経ち、客に動きが出てきている。また、消費税増税に伴う駆け込み需要が始まっている。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・周辺地域で映画館併設の商業施設が開業した。ただ、祭り等地域ぐるみの集客策により、楽しく、わくわく感と期待感のある街づくりの取組が進んでおり、地域全体のにぎわいが増している。
		百貨店（売場担当）	・前年は競合店閉店セールに対抗するため、バーゲンをしている。その反動で今年の売上は前年比2けたの増加となる。他店状況も悪い状況ではなく、良い状況がずっと続いているので、先行きもそれほど悪くない。確実に今月よりも前年を上回る。傾向としては、客単価、購買率の上昇、買上客数が増加している。ただ、入店客数があまり伸びないことが懸念材料であるが、総じてやや良くなる。
		スーパー（店長）	・競合店が出店して1年が経過した。売上は前年をクリアできている。今後、悪くなる要素がないので、景気はやや良くなる。
		スーパー（売場担当）	・先月くらいから、来客数が増加している。今年のゴールデンウィークは外出や旅行に行く人が多いとの報道もあり、売上及び来客数は増える見込みである。
		コンビニ（店長）	・ガソリン価格は安定し、ボーナス時期ということもあり、景気は良くなる。
		衣料品専門店（チーフ）	・地域全体に活気があり、テナントビル自体にも来客数が増えており、当店の来客数にもつながる。今後も良い状況が続く。
		衣料品専門店（総務担当）	・客の様子をみると、前向きな姿勢になっており、先行きは明るい。
		家電量販店（総務担当）	・省エネや省電力、ロンドンオリンピック等がキーワードとなり消費回復に繋がる可能性がある。
		乗用車販売店（総務担当）	・3か月先にはエコカー補助金の期限切れが迫り、駆け込み需要が発生し、新車販売は現状より盛り上がる。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	・ゴールデンウィークの動きは良くなる。ただ6月に入ると梅雨の時期になるので、客の外出頻度が減り、来客数は減少する。前年と同様の水準は維持するが、売上は横ばいとなる。
		その他小売の動向を把握できる者【土産卸売】（従業員）	・新しい格安航空会社の路線参入で空港利用客が増えるため、販売の増加に期待が持てる。
		高級レストラン（従業員）	・ゴールデンウィークに入り、来客数は増える。
		その他飲食【居酒屋】（店長）	・観光業界においては前年からの成績が良く、それぞれが張り切っている様子であり、先行きもやや良くなる。
		都市型ホテル（総支配人）	・東日本大震災の影響が薄まっている。これから少しずつ景気は良くなる。
		都市型ホテル（副支配人）	・九州域内の客やインバウンド客が非常に活発に動き始めており、団体及び個人のインターネット予約客も活発になっている。予約状況から今後も景気は良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・国内は東日本大震災の影響が大きかった東京方面を中心に、旅行需要は高まる。海外は近場の韓国が根強い人気で、直行便就航のハワイも順調である。今後もこの状況が続く。
		旅行代理店（企画）	・夏の旅行シーズンに入り、更なる拡大が予測されるため、景気の先行きはやや良くなる。
		通信会社（営業担当）	・客の携帯電話需要が増えており、震災の復興需要により、各企業ともうまく回ると予想される。景気はやや良くなっていく。
美容室（経営者）	・2、3か月先の景気は良くなる。3か月先から化粧品業界は忙しくなり、おしゃれへの関心が高まる時期である。客の購買意欲も出てくる。夏に向けてのボーナスも期待できると思っていたが、政治の動きが悪く、消費税増税問題等もあり、景気はどんどん悪化する。		
音楽教室（管理担当）	・資格取得の需要増により、大人の生徒が増えている。		
設計事務所（代表）	・消費税増税の前の駆け込み需要がある。		
住宅販売会社（従業員）	・住宅政策効果と消費税増税に対する駆け込み需要から、住宅販売は今後も微増を継続する。		
変わらない	商店街（代表者）	・現状は少し良くなるが、客の消費行動は積極的でないため、売上が大きく伸びるとは考えられない。	

商店街（代表者）	・国内では東日本大震災の復興需要があるが、被災地から遠く離れた当地では、そのような気配は見受けられない。景気の上向きからは程遠く、デフレ傾向が相変わらず続いており、厳しい状況となっている。
商店街（代表者）	・天候は回復したものの、取り巻く環境は厳しく、先行きは不透明である。
商店街（代表者）	・5月はゴールデンウィークがあり、家計は旅行や行楽等かなり出費がある。またボーナス前で家庭の財布のひもがかなり固く、先行きは厳しい。
商店街（代表者）	・景気が良くなるとか、悪くなるといった判断材料がない。毎月先行きが不透明な状況下での商売となっている。
商店街（代表者）	・ガソリン価格の高騰や消費税増税の議論及び原発の問題等、消費者の不安材料は増すばかりである。消費者の節約ムードは高まり、商店街での購買は変わらず低迷した状況が続く。
商店街（代表者）	・客の所得は増えず、消費が上向き理由がない。今現在の非常に悪い状況が続く。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・先行きは全く分からない。魚が売れる気配はない。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・景気が良くなる材料があれば売上の増加に繋がるが、現状のままであれば今後も期待できず、売上の減少傾向は続く。
百貨店（売場主任）	・メンズ業界は5月に入るとクールビズ対応の商材の動きが活発になり、半袖ワイシャツやステテコを中心に売上を大きく伸ばす。今年も多くの需要があることが予測されるが、前年ほど売れるかどうかは不透明である。
百貨店（営業担当）	・来客数の減少が続くなか、前年を大きく上回る材料がない。新聞広告やテレビ広告等で販売促進を強化しているが、客は動かないのが現状だ。
百貨店（営業政策担当）	・消費税増税に対して徐々に客の生活防衛意識が高まっている。また九州では夏場の電力供給が前年を大きく下回るとの発表がなされ、いわゆるエコ商材に対する新規需要は促進される。ただそれ以上に節約志向が強まるのが懸念される。
百貨店（企画）	・前年は東日本大震災の影響で売上の低迷が8月ごろまで続いたことを勘案し、今後は前年を上回って推移する。ただし、相変わらず先行き不透明感が拭えない状況は続いている。特に、原子力発電所の再稼働問題に端を発した電力供給問題で、仮に夏場の節電要請があった場合は、営業面で大きな支障が生じる。
百貨店（営業統括）	・客単価が上がる気配がない。特に買い回りをする客が増えない。
百貨店（業務担当）	・夏の電力不足を始め、生活の先行きに不安を抱く客が多い。買物に対してのボーナス払いも極力押さえられている。大きな買物を控える機運が強く、好転することは難しい。
スーパー（店長）	・これから3、4か月後は電力問題が大きく景気を左右する。消費に対して好条件になるのか、あるいは消費にブレーキをかけるようなものになるのか、今のところ不透明である。
スーパー（総務担当）	・競合他社との価格競争、客の低価格指向は引き続き強く、節電関連の暑さ対策商品以外、これといった売込み商品が見当たらない。
スーパー（業務担当）	・原油価格の上昇や電力供給問題、放射能による環境汚染といったマスコミによる風評被害は、小売業に直接的な影響を与える。震災復興対策が徐々に進んではいるが、それでも消費動向を支えるだけの回復力はみられない。消費生活への安心感が高まる話題がなければ、先行きは現状より上向きにはならない。
コンビニ（経営者）	・景気が良くなるような具体的な材料がない。
コンビニ（販売促進担当）	・売上は上がるが、利益は減少している状況が続いている。今後もある程度の販売量は見込めるが、売上はほぼ横ばいとなる。
衣料品専門店（店長）	・商店街アーケード撤去工事につき、相変わらず来店客が少ない。今後も厳しい状況が続く。
衣料品専門店（店員）	・夏は節電の影響等が考えられ、衣料の販売は厳しい。今後もこの状況が続く。
衣料品専門店（取締役）	・3か月先はセール中の月になる。ただセールになったからと言って、1点を2点、3点とまとめ買いする客はほとんどいなくなっている。売上が上がるかどうかは分からない。政治が停滞しており、消費税増税問題等の先行き不安感により、財布のひもは今後も固く締められる。景気が良くなる要素が一つもない。前年は東日本大震災による自粛もあり、前年より売上は良くなるが、景気とは全く関係ない。

家電量販店（店員）	・太陽光発電システムが注目されているが、簡単に売れる物ではない。前年のアナログ放送停波に伴う需要増の反動で、テレビの売上は前年比80%減と非常に厳しい状況である。ロンドンオリンピックが近づいてきたが、新たな需要を喚起するまでには至っていない。
乗用車販売店（従業員）	・客はガソリン代を気にしており、燃費の良い車を選んでいる。当社にはハイブリッド車がなく、厳しい状況である。
乗用車販売店（代表）	・良くなる要因が見当たらない。余程画期的なテコ入れがない限り、景気は良くはならない。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税の増税問題が懸念され、客の買い控えがすっかり定着している。デフレ傾向も強まっている。
その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・九州新幹線全線開業効果が一巡し、新しい施策がないと売上は伸長しない。特に本屋は同一商品、同価格の商品を扱っているため、商品の確保やアピール力がないと差がつけられない。前年の東日本大震災程のマイナスはないとしても、景気が上昇に転じるには厳しいものがある。今後もこの状況が続く。
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、現状から多少上下しながら推移する見込みである。前年と比較しても大きく増減する要因は今のところない。
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〕（支配人）	・外的要因に大きな変化がないため景気は今後も変わらない。
高級レストラン（支配人）	・客の消費意欲が低迷している。今後も改善する見込みがない。
スナック（経営者）	・相変わらず景気が上向き要素が見当たらない。打つ手なしの状態である。今後もこの状況が続く。
観光ホテル（総務）	・まだ、先行きの見通しができない。
観光型ホテル（スタッフ）	・インバウンドが少しずつ戻っているが、先行きについては何とも言えない。
都市型ホテル（スタッフ）	・同時期に大型コンベンション等もなく、宿泊、宴会等の予約状況は一昨年と同様で推移している。
タクシー運転手	・今年は特にレンタカー利用が多く、タクシーの利用状況は横ばいである。
タクシー運転手	・ここ2、3か月で景気が良くなる要素がないので、今の状況のまま推移する。
タクシー運転手	・今のところ良くなる材料も悪くなる材料もない。
タクシー運転手	・市内の商店街の客の話であるが、価格にしても来客数にしても、郊外的大型店にはかなわないので店を閉めようかという客が何組かいた。景気の先行きは良くない。
通信会社（管理担当）	・景気が多少改善しても、末端の資金繰りはすぐに改善しない。
通信会社（業務担当）	・5月は例年ゴールデンウィーク後の販売が落ち込むが、今年はスマートフォンとタブレット端末がけん引役となり、現在の状況が維持される。
通信会社（総務局）	・競争激化により厳しい環境となるが、常に先手策を打つことにより打破していきたい。
ゴルフ場（支配人）	・ゴールデンウィークは家庭の外出や地域の行事が増える。また週間天気予報との兼ね合いでゴルフのプレーを決める人が多く、早めに予約している人は例年の半分以下である。プレー予約に空きが多いため、直前になって予約する人が多い。プレー料金も各ゴルフ場とも安くなっている。今後この状況が続く。
理容室（経営者）	・今月に入って就職、進学等で来客数が一気に減った。それが回復していくのに最低でも2、3か月はかかる。それを過ぎると少し良くなるかもしれない。
美容室（店長）	・景気はあまり変わらない。ほとんどが固定客となっており、新規の客はあまり望みのない状態である。今後もこの状況が続く。
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）	・介護報酬の加算取得体制構築により、増収対策を進めているが、まだまだ先行きが不透明である。
設計事務所（所長）	・今月の景気の状態が大体2、3か月先に結果が出る業態であり、今月が例年と変わらないので、2、3か月先も変わらない。
やや悪くなる	商店街（代表者） ・入学、卒業シーズンが終わり、だんだん暑くなるが、衣料品は単価の安い物が動く。また、客は大型店へ流れている。ただ小物や自分の趣味に関する品物はしっかり見て買う様子が見受けられる。

		一般小売店〔青果〕 (店長)	・円高は落ち着いたが、消費税増税問題が残っている。政局が不安定であり、客自身がその様子見の状況で、財布のひもをかなり固く締めている。特にし好品である果物の動きがかなり鈍く、これからも厳しい状況が続く。
		百貨店(営業担当)	・ゴールデンウィークは少し人の動きが良くなっている。今後2、3か月先は電力の問題等があるが、今の様子を見る限り、やや持ち直す。客は我慢していた分、消費をしている様子である。
		スーパー(店長)	・依然として先行きは不透明であり、消費者の財布のひもは固いままである。それにも増して競合店舗の出店計画もあり、厳しい状況が依然続く。
		スーパー(経理担当)	・個人消費は来客数も増加し、徐々に回復している。ただ、競争が激化し、今後は更にそれが強まる傾向にある。
		コンビニ(エリア担当)	・3か月後、収入が増える様子はない上に光熱費が上がることが考えられ、売上はこれ以上は伸びない。競合店も多く出店し、厳しい状況は続く。
		衣料品専門店(経営者)	・衣料品は季節変動に敏感で、今後、夏物衣料になると売上は下がる。
		住関連専門店(経営者)	・近郊に家具の大型専門店が開業した。置き家具需要は買換えが中心で総量自体は増えないため、中小零細企業の生き残りはますます厳しくなる。
		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)	・夏本番になれば、節電及び節約志向が加速し、消費低迷が想定される。
		通信会社(企画担当)	・市場を活性化する要因がなく、遞減傾向は変わらない。
		ゴルフ場(従業員)	・5月までは調子が良く、例年を上回る予約数であるが、6月以降は梅雨でもあり、予約数は前年に比べてもあまり良くない。6、7月に関しても良い状況でないため、イベント等を企画して販売する必要がある。
		競輪場(職員)	・政治の方向性が不安定なため、景気の先行きはやや悪くなる。
		住宅販売会社(従業員)	・土地の仲介は、4～6月の株主総会等で各社、非常に厳しい状況を発表している。大きな土地の売買が多くないので、土地流通が少ない。仲介料はあまり良くない。
	悪くなる	商店街(代表者)	・統計上、7、8月は例年景気が下降する。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・例年、3～5月の母の日までが花屋の稼ぎ時である。それ以降の生花、夏のギフト等が控えられる夏をどう乗り切れるかが問題となる。ただ現状3～5月の状況も厳しく、これから先が不安である。
		スーパー(店長)	・競合店が500メートル先にオープンする。ディスカウント店なので売上は苦戦する。来客数も現在は前年比7%増で推移しているが、競合店のオープン後は来客数が前年比10～20%減になることが懸念される。
		スーパー(店長)	・競合店の出店があり、ディスカウント店ということもあり、非常に影響を受けている。来客数は前年比8%減と非常に苦しく、今後もこの状況が続く。
		スーパー(総務担当)	・新規の大型店の参入により、企業間競争激化に拍車がかかっており、来客数の確保が喫緊の課題となっている。競争激化での低価格戦略は来客数の維持が難しく、加えて低価格志向が企業収益を圧迫し、この状況を克服する見通しは厳しい。
		衣料品専門店(店長)	・衣料品は天候にも左右されるが、だんだんと悪くなっている。客の高齢化が大きな要因の1つである。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業 (営業担当)	・得意先では生産台数が増加するため、今後は良くなる。
	やや良くなる	家具製造業(従業員)	・消費税増税の法案が可決されると今の上向きの景気に水を差す結果となる。復興需要の期待感により、民間企業の設備投資はおう盛である。消費税増税案が廃案になり、原子力発電所の再稼働が多少進めば、景気は上向きとなる。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・ユーザーの動きが良くなりつつある。
		建設業(社員)	・2、3か月後には良くなる。本格的に官公庁の発注が増える時期である。ただ、受注してもすぐ着工できない案件もある。
	変わらない	農林水産業(経営者)	・例年であれば6月の梅雨シーズンは別として、7、8月は夏の消費がスタートし、居酒屋向け等を中心に大いに期待できる。今年は輸入物の超過在庫に加えて、国内生産も安定しており、供給過多の様相である。加えて、加工輸入肉もゴールデンウィーク明けは原料の鶏がかなり出てきそうな状況で、価格の暴落が懸念される。

	農林水産業（従業者）	・現在、景気は非常に低迷しているが、牛乳の消費は同じような状況で推移をしているので、状況はあまり変わらない。	
	食料品製造業（経営者）	・仕入れ先、販売先共に現在の状況が大きく変わるような情報や動きはない。今後も現在と変わらない状況で推移する。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・地図のデータ提供にかかわる案件として、長期的な案件が多い。	
	鉄鋼業（経営者）	・統計上は前年を上回る新設住宅着工戸数が続いており、また鉄筋コンクリート構造が主力である共同住宅が増加しているため、鉄筋の受注量が以前よりは増えている。ただ、この先も同様の傾向が続くかは不透明である。また、病院、学校等の建築案件もピークアウトしており、需要の底堅さは不確定である。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・新規事業がきているので、5月はやや良いという状況である。6月の状況についてはまだ見通しが定かではない。	
	輸送業（従業者）	・メーカー各社による新製品の投入等特に目新しいこともなく、景気が回復する要因もないので、景気の上昇はない。	
	輸送業（総務）	・景気の良い話は関係各所どこからも聞こえてこない。	
	金融業（営業）	・当面は国内設備投資の水準がまずまずであり、景気は下降しない。しかし、長期的には製造業の海外移転が進むため、製造業の市場は縮小する。	
	金融業（営業担当）	・中小建設業に関し、年度末の受注工事が一服している。震災復興関連の受注動向もまだ際立ってなく、当面は低調な業況が続く。	
	金融業（調査担当）	・九州新幹線全線開業効果の継続や商業施設オープンの話もあり、にぎわいをみせているものの、資金需要までの影響はないことから、変わらない。	
	不動産業（従業者）	・賃貸オフィスの賃料水準が横ばいの状況が今後も継続する。	
	経営コンサルタント	・企業が守りの姿勢になっており、攻めの動きがほとんどみられない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・今年になってからの動きをみていると、特に大きな変化はなくこの水準で動いていく。良くなったり、悪くなったりする特殊な要因は現在のところは見つからない。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に業況を聞いても、悪い方向に向かっているということは聞かず、また自社の受注量も減る気配はない。	
	その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・設備投資における引合案件は徐々に増加傾向にあるが、本格的な大型案件の引き合いは少なく、リース需要の本格的な回復には程遠い状況にある。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・旅行業界が被災地支援の一環として、東北方面への様々なツアーを積極的に企画している。観光業界のパイは大きく変わらないため、相対的に西日本方面への集客数は減少し、売上もやや低下する。	
	金属製品製造業（企画担当）	・足元の景気はやや上向いてきているが、ガソリン価格の上昇や夏に向けての電力不足問題、更には欧州債務危機の再燃等不安材料がある。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・得意先分野の設備投資について、例年ではこの時期で何件かの引き合いが出ているが、今年は少ない。先行きはやや悪くなる。	
	精密機械器具製造業（従業者）	・受注量の見通しがつかない状態が続いており、派遣社員等の削減でコスト削減を行っている状況である。今後も厳しい状況が続く。	
	建設業（従業者）	・公共工事の減少や民間工事の競争の激化で、採算度外視の受注競争で収益が悪化している。消費税増税になると、企業はもとより個人消費の低迷で景気は悪くなる。	
	通信業（職員）	・2012年度の受注見込みの案件が前年度末から全く増えておらず、実績が前年を大きく下回る可能性が高くなっている。	
	広告代理店（従業者）	・前年は東日本大震災の影響で新聞折込数は激減した。1年経ったが、震災前の水準には届かない。4月は消費税増税案に怯え、電力不足に不安を覚え、落ち着いた環境で販売促進を出来ない状況が続いている。今後も厳しい状況となる。	
	広告代理店（従業者）	・4月に入って急に売上が下がった。この状態が続けば、景気は悪くなる。	
悪くなる	繊維工業（営業担当）	・消費税増税と電力問題により、景気の先行きは悪くなる。	
	経営コンサルタント（社員）	・取引先の清酒のメーカーの状況が更に厳しくなる。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村が発注する調査、計画、設計等に関する委託業務がないと、仕事がなくなる。また低価格で発注されると、入札等で金額が低くなることから、受注金額が更に低くなる。厳しい状況が続く。	
雇用	良くなる	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響が一段落して、回復基調である。

関連	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・中元商戦に向けて、接客業からの注文が見込まれる。以前の取引先からでなく、新規企業からの問い合わせが増えている。
		人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークに人が動いており、これからのイベントシーズンは案件が増える。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求職者が仕事を選ぶようになっている。時間帯や休日、時給等条件の悪い求人には、ほとんど反響がなく、ミスマッチが広がっている。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は6か月連続で前年を下回って推移しており、新規求人は増加傾向にある。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・現在求人は増加傾向にあり、早めの募集が顕著となっていることから、景気は良くなる。過去3年の大きなマイナス要因が今年はなく、サービス系を中心に好影響となっている。
変わらない		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要からか住宅販売は好調であるが、求人に結びつくまでには至っていない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税等政治の方向性次第で、地域経済も心理的に影響を受ける。これといった景気対策もない状況では、今後景気は良くならない。
		職業安定所（所長）	・現状で雇用状況が大きく改善する要素は見当たらず、改善の兆しはみせつつも、当面横ばい状態が続く。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2013年卒の求人倍率は1.27倍と、前年の1.23よりわずかに上昇する見込みである。求人総数の減少や少子化により、就職希望者数が減少しているため、前年同様に厳選採用は継続する。
やや悪くなる 悪くなる		人材派遣会社（社員）	・考える力のある企業、資金力のある企業は国外に出て行く。雇用の空洞化が進み、その結果内需の減退となる。消費税増税が追い討ちとなり、明るいニュースは何一つない。
		民間職業紹介機関（支店長）	・需要そのものが伸びないうえ、競争による価格低下により派遣労働者の給与は最低時給に限りなく近づいている。派遣労働者の確保もおぼつかない。