

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (九州)	良く なっている	コンビニ（販売 促進担当）	販売量の動き	・今月は、量販店の売上が前年比101.8%、コンビニ エンスストアが同132.6%、ローカルスーパーが同 75.4%と、コンビニエンスストアが販売量を押し上げ る一方、ローカルスーパーが苦戦している。
		通信会社（販売 部）	来客数の動き	・新商品の販売開始に伴い、販売数、来店数、電話問 い合わせが激増した。
	やや良く なっている	一般小売店〔精 肉〕（店員）	販売量の動き	・全商品の販売量が増えている。
		百貨店（店舗事 業計画部）	来客数の動き	・大多数の客は連休や優待など買物の時期を絞り込ん でおり、天候や曜日配列に大きく左右される傾向は変 わらない。一方、従来季節商材の端境期は苦戦してい たが、店の固定客づくりが少しずつ進み状況が改善さ れつつある。反応が良くなりつつある。
		スーパー（店 長）	お客様の様子	・広告の形態を変えて、テレビのスポットCM等を入 れるようになって、売上が前年比107%で推移してい る。食料品は青果を中心に好調で同112～113%で推移 している。衣料品は前年並みで住居関連が同105% と、前年より好調に推移している。
		スーパー（経理 担当）	販売量の動き	・暑さが続くなか、飲料を始めとして依然として売上 が好調である。また、米など単価が下落しているもの もあるが、猛暑と水害で野菜の価格が上がっている。
		スーパー（統括 者）	販売量の動き	・消費者の動きは良くなったが、それ以上に他社との 競争が激化し、増益確保は容易ではない。
		衣料品専門店 （チーフ）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要でまとめたの購入が増 えている。
		乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・中間決算期で客の来店も多く受注が伸びた。
		乗用車販売店 （総務担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要からか、新車販売台数 が前年と今期計画を共に上回った。
		住関連専門店 （店長）	お客様の様子	・客の価格に対する考え方が変化し、今まで単に値段 のみで判断されていたものが、商品の品質に対して、 設定された価格が安いかわいさを判断する方が増えて きた。一般的に高額な商品でも、品質が客の価値観に 合えば、購入される機会が増えてきた。
		その他専門店 〔コーヒー豆〕 （経営者）	販売量の動き	・年間で売上が伸びない時期だが、前年同月比ではわ ずかながら増加が見受けられる。
		その他小売の動 向を把握できる 者〔土産卸売〕 （従業員）	販売量の動き	・7、8月に続き、9月の売上也前年比を上回った。 販売単価に変化はないが、購入数量が多くなってい る。
		その他小売 〔ショッピング センター〕（広 報担当）	来客数の動き	・夏物から秋物への移行時期に気温の高い日が続き、 衣料品が苦戦している。住関連は、寝具を中心に昨年 を上回っている。食品については、秋の食材を中心に 好調である。天候不順による価格高騰により野菜の伸 びは大きい。食品がけん引し客数を押し上げている。
		観光型ホテル （専務）	お客様の様子	・旅行者が昨年より多くなった。
		都市型ホテル （スタッフ）	単価の動き	・宿泊部門、レストラン部門では8月あたりから客単 価がゆっくりと上昇傾向にある。今月以降も売上が前 年比102%程度で推移しており、客の消費志向が上昇 してきていると推測する。
		都市型ホテル （副支配人）	単価の動き	・7～10月の宿泊単価が400円程度上がっている。
		旅行代理店（従 業員）	販売量の動き	・9月に2度の3連休があり、宿泊を伴う国内遠方の 旅行需要が高まった。また最近、国内クルーズの人気 が高まり、中高年を中心に好調である。
		ゴルフ場（従業 員）	来客数の動き	・猛暑で客数がなかなか伸びなかったが、9月に入り 回復してきた。特に9月下旬になると土日埋まっ て、それなりの実績を上げている。
		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）	来客数の動き	・酷暑にて入院やサービスキャンセルの多かった顧客 が、9月に入りサービスを再利用しており、これに 伴って売上が期待できる。
変わらない	商店街（代表 者）	来客数の動き	・来客数が9月前半まで極端に減少していたが、中旬 以降から来客数が増加している。9月全体としては変 わらない。	

商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の来街客数が増えず、客の購入単価が上がらないので、地方の景気が良くなったという実感はない。
商店街（代表者）	来客数の動き	・近隣のスーパーやコンビニエンスストアでは売出しを頻繁に行っている影響で、いくらか涼しくなりつつあり食欲が増してくる時期だが商店街にはあまり来客がない。
一般小売店〔青果〕（店長）	それ以外	・この夏の猛暑で県外野菜が高騰している。彼岸過ぎると落ち着くかと思われたが、長野では霜の影響でレタスが高くなったり、県外の野菜が高いために引き合いが強くて県内のピーマンやキュウリまで高騰し、思うような販売価格の設定ができない。
一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・当店はギフト中心の花屋で夏場は売上が落ちるが、3か月前と比べて暑さも残っており、全体的に良くない状況が続いている。
百貨店（総務担当）	販売量の動き	・飲食関連の売上は前年を上回っているものの、アパレルやその他物販の盛り上がりには欠け、全体では回復感を感じられない。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・買物への慎重な姿勢は変わらないが、珍しい商材や楽しい商材が集積する物産催事への関心が高く、長崎物産展が好調で、併催のアーケードでの蛇踊りも好評であった。また、店外のホテル催事も来店率が高かった。グループ各店舗でのカード利用のポイント付与への関心が高まり、カードの新規入会も好調である。やや購買心が高まりつつある。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・一部富裕層の外商による高額商品の買い求めの動きは出ているが、肝心の店頭での売上実績は前年を割っている。
百貨店（業務担当）	お客様の様子	・高額品・質の良いものを求めている方が増えているが、一般客はより購入に慎重になっている感があるため、全体の数字はやや減少している。
百貨店（営業統括）	お客様の様子	・9月に入り残暑が厳しく、衣料品・身の回り雑貨等の季節商材の動きが悪い。
百貨店（営業政策担当）	販売量の動き	・8月末の台風通過後、気温が一気に低下したことを受け、9月は初旬から秋物衣料品が好調に推移している。その後、残暑の吹き返しの影響がありながらも、売上は全体的に堅調に推移した。
百貨店（企画）	販売量の動き	・気候が秋らしくなるにつれ、ファッション関連商品が通常並みに上がってきている。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・原材料等の値上げによる商品単価の値上げもあり、買い控えで客は必要以上の物を買わなくなっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・単価的には景気好転の傾向も若干みられるが、コンビニエンスストアやドラッグストア等、業態の違う相手との競合が厳しくなっている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・客数は伸び悩んでいるが、化粧品、食料品は買上点数が増加している。昨年より気温が高いため秋物が動かず、衣料品は苦戦している。
スーパー（店長）	単価の動き	・販売促進の強化により客数は戻りつつあるものの、客単価は落ちている。食品は回復傾向にあるが、非食品は特に衣料品が厳しい。
スーパー（総務担当）	来客数の動き	・記録的猛暑の影響もあり、夏物季節商材の動きは良かったが、来店客数が若干減少したため、業績に大きな変化はなかった。競合他者も同様で、夏物商品の動きが良い一方、酷暑の影響で客足の減少を防ぐため、販売促進策を増やしている。競争激化によりコスト面が厳しくなっている。
スーパー（業務担当）	お客様の様子	・食料品の売上は安定しているが、衣料品は高気温が影響して秋物の動向が鈍く、客単価も上昇してこない。
コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・出店競争が激しく、大手コンビニエンスストアは強いが、中小のコンビニエンスストアは厳しい状況にある。きめ細やかなサービスやキャンペーンを実施し、売上増を図っていきたい。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・鹿児島は好天が続く昼間の暑さは真夏並みで、来店客数は変化がないが、売上に影響が出ている。
衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・9月は秋物の立ち上がりの月だが、あまりに暑すぎて秋物を見に来る客が少なかった。

衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・残暑を引きずらずに急に涼しくなったので、思ったより秋物の動きがスムーズで売上が伸びている。ただし、富裕層の購買意欲はあるが、一般客は非常に慎重で秋物も単品買いで客単価はそこまで上がっていない。
衣料品専門店 (総務担当)	お客様の様子	・9月に入っても残暑が厳しいこともあるのかもしれないが、一旦購入を決めても考え直すなど非常に慎重な態度が目につく。
家電量販店(店員)	販売量の動き	・家電では、テレビや冷蔵庫、洗濯機など核となる商品がまだ伸びてこない。悪い状況ではあるが、前年と同程度の売上を維持しはじめたきらいはある。
その他専門店 [ガンリンスランド] (統括)	お客様の様子	・9月は2回3連休日があったが、当地を訪れる観光客は例年並みのようだ。ただ、観光客及び常連顧客のなかには、燃料油の小売価格が上昇しているため、満タン給油から数量指定に変更する人が若干増加したようだ。
その他専門店 [書籍] (地区支配人)	販売量の動き	・企画商品や話題になっているものを扱った内容であれば、よく売れている。しかし、それ以外の商品が厳しいので、店全体として伸びない。
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] (統括者)	販売量の動き	・天候不良の影響もあったが、総じて前年より販売高は伸びている。
高級レストラン (専務)	来客数の動き	・皆財布のひもは堅く、買物や食事などの客が増えない。安い方のメニューを注文する傾向にある。
高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・客数が平年、前月と比較すると少ない。
一般レストラン (経営者)	単価の動き	・夏休みが終わり県内の客が主流となったが、一番安価なコースに偏っており追加オーダーもほとんど出ない。加えてアルコール等の飲料も伸びが悪い。客自体は減っていないので、景気が悪いとは言えないが、オーダー内容から察すると伸びているとも言えない。
居酒屋(経営者)	来客数の動き	・平日の客入りはまあまあだが、週末特に金曜日が以前ほど忙しくなくなった。
都市型ホテル (販売担当)	単価の動き	・東京大阪など主要都市はアベノミクス効果があるかもしれないが、地方特に北九州の中小企業中心の都市では果たしてどうなのか分からない。
旅行代理店(企画)	販売量の動き	・9月の国内旅行は、人員、販売額ともに前年並みだが、海外旅行が人員、販売額共に約8%減となっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・地元稲佐山への県外観光客が多く、比較的暇な日曜日の稼働率が高かった。
タクシー運転手	来客数の動き	・例年9月は季節変動などにより客数が減少するが、今年は安定的に維持できた。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は思った以上に客の動きが良く、売上も前年同月と比べて2割ほど増して、予約状況も後半大変良くなった。期待できそうだ。
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・キャンペーンを行っても十分な手ごたえがなく、販売量が伸びない。
通信会社(総務局)	販売量の動き	・新規契約数は前年並みで推移しているが、1件当たりの単価は若干上昇傾向にある。
通信会社(業務担当)	販売量の動き	・9月は、前半が人気シリーズの新商品発売に伴い客の買い控えて販売数は激減、後半の新商品発売後は行列ができるほど販売数が伸びたものの、他の商品の売上減もあり、月間を通して厳しい状況であった。
ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・8月末から9月初めにかけて台風の影響もあり連日雨続きで客足を止める結果となった。その後、秋らしい天候になったが残暑が続き、客足は大きく回復しなかった。例年の残暑、猛暑を想定した極安料金が多々出回っており集客に苦戦した。
美容室(店長)	来客数の動き	・景気が良くなっているという話はよく聞くが、実際に景気が良くなっている実感はない。
設計事務所(所長)	来客数の動き	・引き合いが3か月前と変わらない。
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・宅建業の分譲関係はマンション、戸建とも消費税増税前の駆け込み需要の動きはあまりなかった。建築着工数はあまり変わりなく、値付け等を間違わない限りは確実に売れており、買い控えもない。通常通りの動きがみえている。

やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・来店客数の減少に加え、購入意欲はあるものの購入に至らない客が多く、購入客数が減少している。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・郊外のディスカウントショップによって来客数が前年比より大幅に減少している。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・猛暑の続く夏を過ぎて9月に入っても、なかなか客足が戻ってこなかった。	
	商店街（代表者）	お客様の様子	・残暑の影響で秋物衣料品の動きが遅い。例年同様の傾向ではあるが、特に今年の状況は厳しい。	
	一般小売店 〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・例年、敬老の日には贈答品としての進物がでていたが、今年は異常な暑さで注文が減少した。まだ残暑もあり、売上に相当響いている。	
	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・3か月前の6月は、クリアランスの前倒しで、売上が前年比112.8%と非常に良かったが、その反動で今月は同102.4%と下がったため、やや悪いと選択した。今のところ、消費についてはさほど落ち込むような要因がないが、10月発表の消費税増税が懸念材料である。	
	スーパー（店長）	販売量の動き	・野菜等は相場の上昇で売上は良いが、販売量が少なくなっている。それ以外の商品についても、運動会の時期であるがお弁当の材料も非常に動きが悪くなっている。	
	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前年比で売上が落ちている。	
	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・コンビニエンスストアオリジナルのコーヒーを提供しているが、100円と単価が安い。客数が若干前年割れしているのに加え、客単価が下がり売上も下がっている。たばこの販売数も前年より出でおらず、プラス1品買いの客が減っている。	
	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・夏物季節商材も一段落し、売上の柱になる商品が見当たらない。	
	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・9月は台風等の雨の影響で週末の客足が良くなかった。毎月のキャンペーンは前半不調だったが、後半は大物が動き売上は前年同期の水準となった。	
	都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・宿泊の稼働率が思いのほか伸びておらず、宴会等も非常に厳しい状況であった。	
	美容室（経営者）	来客数の動き	・アベノミクスに期待している。東京の景気は良いだろうが地方の熊本はとても悪い。	
悪くなっている	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・来店客数が少なく商売と言えない。	
	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・来客はぼちぼちあるが、ほとんどが見るだけの客で購買意欲がない。	
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月は会社関係の接待が非常に少なかった。	
	タクシー運転手	お客様の様子	・例年ゴルフ客が多い時期だが、連休や運動会の行事でタクシー利用が少なかった。	
	美容室（経営者）	販売量の動き	・消費税増税が現実味を帯び、買い控えが非常に多くなってきている。サービス産業は特に敏感に影響が現れるため、客の動きが非常に悪い。	
企業動向関連 (九州)	良くなっている	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・土木建設業関連では、水害に伴う災害復旧関連工事の本格発注に伴い、各企業ともに受注量が増加している。完工高、利益共に前年比を大幅に上回る状況が続いており、業況は良いと判断している。
		新聞社（広告担当者）	受注価格や販売価格の動き	・太陽光発電のPRで住宅設備関連企業の出稿が約2倍に伸びているほか、通販関連も前年並みの出稿となり売上は全体で約110%の伸びとなった。
やや良くなっている	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月に入り秋らしい気候になってきたが、残暑が続いており、ビール消費関連商品の炭火焼、たたき等の居酒屋向けやスーパー向け商品を中心に需要が多い。加工向け原料肉の引き合いも強いが、原料不足で機会ロスが生じている。	
	農林水産業（営業）	受注量や販売量の動き	・業界内の状況は需要供給バランスが好転したので、荷動きが順調になってきている。	
	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月は、コントラクト家具を製造している小規模木工所の多くが受注過多で、当社の短納期に対応できず困っている。	
	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・景気の回復が、受注量に直接的な影響を与えるようになった。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全般的に受注量が増えて安定してきた。受注量の拡大で気分は良いが、生産量の増加に伴いコストが増加しているのが気がかりだ。	

	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・取引先では、努力をしているところ、時流に乗っているところは調子が良い。太陽光発電関連については現状突出している感じである。
	その他製造業（産業廃物処理業）	取引先の様子	・取引先電機メーカーの生産が若干上向きである。ただし、大幅な動きではないので注意が必要である。
	輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・荷物の量が少しずつ増えてきている。
	通信業（経理担当）	それ以外	・設備投資が活発で特に情報設備投資においても積極的な動きがみえつつある。10月より後半に向けての受注が好調である。
	金融業（従業員）	取引先の様子	・資材の値上がりや人件費アップを懸念する先がみられるが、自動車関連企業のほか、食料品の生産も増加している。また、コンビニ・スーパーなどの小売業や外食産業の売上が増加するなど、個人消費も持ち直してきている。
	不動産業	取引先の様子	・売買物件の動きが多少ある。
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・複数の取引先から、受注が増え人手が足りないという話を聞くようになってきた。
変わらない	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・畜産物販売は現状なかなか厳しく、価格は伸びていない。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社や、同業他社の話を聞いても売上の伸びはない。
	繊維工業（営業担当）	それ以外	・原油の値上げにより、関係商品が全て1割以上も値上がった。最低賃金も11円上がるので、通常の営業で年間200万円以上の負担が出る。営業自体は順調に動いても、業績の足を引っ張る要素が多過ぎる。長崎県はレギュラーガソリンが170円、山口県だと150円と20円も差がある。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月は8月と比べてあまり変わらない状態である。例年は秋口に向かって商品が動き出すが、今年は台風や大雨でなかなか焼物業界に消費が向いていない。消費税増税前の駆け込み需要で高額商品である住宅や自動車は結構動いているようだが、末端の我々の業界に動きはない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量がなかなか上がってこないのが気になる。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先月同時期の受注状況とほぼ変わりなく、やや高止まりしているものの、若干半導体の受注量が目減り傾向にある。客先の声として、年末商戦の設備投資が一段落とのことである。
	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・手持ち工事の増額で技術者、作業員が不足気味の状態が続いているが、最盛期ではないようだ。官公庁の発注がこのまま続いてほしい。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・建設業を中心に受注数量は増えている。ただし、資材や人件費など建設コストの上昇により利益転嫁できていない。むしろ利益面は低下傾向にあり、現状は変わらない。
	金融業（調査担当）	取引先の様子	・小売業等、消費拡大の話がよく耳に入ってくる。東京オリンピックを含め、消費財を中心に売上が好調のようだ。
	金融業（営業）	競争相手の様子	・景気が上向くと期待感は大きく決して下向きではないが、製造業、小売業、サービス業とも需要が増加している様子はなく、横ばいとなっている。
	経営コンサルタント	受注価格や販売価格の動き	・コンサルタント契約が1つ成立したが、非常に価格が低く苦勞している。
	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・焼酎業界の売上が低迷している。新商品での売上アップをねらっているが貢献していない。消費者の嗜好の変化がウイスキーに変わっている。
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・9月は、熊本の場合、最初の3連休にお祭りがあったので、人出も非常に多く販売量に結びついたが、後半の3連休は人出が少なかった。おおむね平均的な状況であった。
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村の9月補正予算において、予算化された建設関係や調査委託業務が少ない。業務によっては、相変わらず入札時にダンピングがみられる。発注量が少ないため受注する機会が少なくなっている。

	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・小売店舗の新規出店を計画している顧客がおり、ロードサイドの空き地情報などを求めている。小売・運送・燃料卸など数社業況のヒアリングを行ったが、損益は前年並みの推移が多い。運送業は燃料代が高止まりを脱し、若干低下してきているとのことである。調達金利についても銀行から条件悪化の兆しはない様子である。東京オリンピックが決定し、受付ロボットや電動バイク、期間限定のレンタル商材など次年度以降ビジネスチャンスが見いだせるとの意見もあった。	
	やや悪くなっている	精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・上期は黒字が決定したが、今月は受注量が減少している。受注量が増えたり減ったりで落ち着かない状態にある。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・預かっている荷物の荷動きが非常に悪くなっている。先週、荷主の倒産も発生した。
	悪くなっている	—	—	—
雇用関連	良くなっている	—	—	—
(九州)	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・長期派遣の案件が増えてきたようだ。
		人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・再就職支援事業については、オリンピックへの期待感からか企業の大型人員整理が停滞している。
		人材派遣会社（社員）	それ以外	・パーティコンパニオンの派遣を行っているが、秋の発注は新規企業が多く景気は回復する。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・当社への注文も増えており、企業の求人欄や求人誌への掲載も多くなってきている。大型店舗のテナント入替えなどもあり、新規求人も多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・公共事業の発注増、住宅着工件数増により建設業を中心に人手不足が続いており、求人数全体を押し上げている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・8月の新規求職者数は、前年同月比で9.2%減少しており、有効求人倍率も0.12ポイント改善した。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・大学4年生を対象に調査した8月上旬までの内定者数は前年度より増加しているが、月別の報告者数では顕著な伸びは認められない。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・9月に入っても依然、求人数の動きに衰えがなく、堅調に推移している。
		人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・求人数の動きに大きな変化がない。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・一部の製造業、小売業で業績が伸びている企業もあるようだが、円安に伴う原材料や燃料費高騰の影響を価格に転嫁することが難しく、全般的に厳しい状況にあるようである。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・夏枯れの状態が続いている。法改正で単発案件が受注不足となっている。単発・短期案件は今後も多くは期待できそうもない。
		民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・求人数が前年同月、前月に比べて減少はしていないが、まだ伸びているという状況ではない。
	やや悪くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・例年9月になると求人情報の取扱件数が増えるが、9月に入り失速気味に推移している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・求人状況を各社に取材するが、パートタイム中心で、正社員の求人、賃金の上昇につながるまでには至っていない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月に比べて多くなっている。それに伴って月間有効求人倍率も高くなってきている。
	悪くなっている	—	—	—

10. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：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 (九州)	良くなる	コンビニ（販売促進担当）	・販売量は前年比を上回るものの、原材料、包材、燃料、電気料金等すべてが値上がりで経費が増加している。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・秋、冬に向けての実需品が売れていくのでやや良くなる。決して景気が良くなったという意味ではない。
		商店街（代表者）	・10月から来年1月まで、商店街全体で催事を行うので、やや来客数増加及び売上増加が見込める。
		商店街（代表者）	・気候も安定してくれば衣料品の需要も伸びて景気も向上する。
		商店街（代表者）	・ディスカウントショップで対応できない加工ものが増えるため、来客数は増えてくる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・生花を取り扱っているため、涼しい時期のほうが需要はある。同業者でも苦戦しているところが多く、いろいろ工夫をしないといけないと厳しい。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税への備えとして、カード入会や友の会継続、新規入会の関心が高い。女性スタッフが自分で欲しい商材を集めた催事も好調である。新しい商材、お得な物への関心は高まってきた。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税が決定されれば、高額品の需要が高くなると予想される。
		百貨店（営業政策担当）	・気候・天候マイナスと件からの来店客数・売上の回復が早くなっており、消費の底堅さがある。施策の出来、不出来で商業施設ごとには凸凹はあるが、消費税増税前までは消費は全体的に上向いていくと考える。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の耐久消費財や実用品の需要で、売上が伸びる。
		スーパー（統括者）	・新聞、テレビ等の情報からも景気が良くなっているとの報道もあり、弊社の月次決算の状況、推移等からみて、若干上向きつつある。
		衣料品専門店（チーフ）	・消費税増税前の駆け込み需要が増えているので、客数とともに販売量もアップしている。
		家電量販店（店員）	・消費税増税を考えると、11、12月のボーナス商戦は前倒しの需要が発生する可能性が非常に高い。景気はやや良くなるかと考える。
		家電量販店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		家電量販店（従業員）	・寒くなってきたので暖房器具が売れ出す。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で新車販売は活気付く。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・季節的に寒くなるが、コーヒー業界は特に年末ホットコーヒーがよく出るので、売上は上がると予想される。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・7～9月は3か月連続して前年比を上回った。10、11月と秋の行楽シーズンを迎えるにあたり、景気回復による商品の販売量及び単価の上昇により、売上増加が見込める。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、耐久消費財や買い置きできる調味料などが伸びる。車の生産台数、住宅着工件数増など経済全体へ与える影響もあり、消費環境を後押しする。オリンピックの東京開催決定についても2020年に向け好材料となる。
		高級レストラン（専務）	・少し安い物に飽きてきたということもあって、値段が高い商品も店頭と並ぶようになり、それが客の興味を引いているように見受けられる。
		一般レストラン（スタッフ）	・9月は連休でリズムが狂ったようだ。年末に向けて期待したい。
		観光ホテル（総務）	・今後、3か月の収入予測からやや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末を迎え、予約状況が昨年よりも順調に推移している。
		都市型ホテル（総支配人）	・2、3か月先に予約状況が非常に良くなっている。
		旅行代理店（従業員）	・円安傾向が継続し、海外旅行は様子見の感がある。一方、国内旅行は順調である。長期休暇が取れる年末年始の日並びは、海外旅行の追い風となっている。
		通信会社（販売部）	・新商品の入荷が十分にあれば良くなるが、現在滞っている。この状態が続くならば、販売機会を失う可能性もあるため「良くなる」とは言い切れない。
		通信会社（総務局）	・経済指標も好転しており、冬季ボーナス支給額も上昇が期待されることから、消費者心理も上向くことが予想され、新規契約数も好転する。
	通信会社（業務担当）	・10月は、先月の新商品発売の勢いをある程度維持し、話題性と口コミ効果で更に販売台数が伸びると予測される。	

	ゴルフ場（従業員）	・10～12月の年末にかけて、予約及び問い合わせが結構多い。大きいコンペや地元のコンペ、会社のコンペ等の予約が若干上向いており、年末にかけて少しは期待できる。ゴルフ場としてもイベントを企画したりして客を増やしていく。
	美容室（経営者）	・年末は1年のなかで一番忙しい。今までの景気の低迷を跳ね返すように年末年始はもっとにぎわってほしい。
	理容室（経営者）	・今月の売上は今年に入って一番落ち込みが大きく、前年比でみても最悪だ。周りに聞いても同じ状況のようである。今後期待を込めて「良くなる」と判断した。
	美容室（経営者）	・年末年始はボーナスシーズンで客の動きが出てくるので景気が回復する。
	美容室（店長）	・結婚式や旅行等で髪をきれいにしようとする客が増えるので、やや良くなる。
	設計事務所（所長）	・消費税増税前の駆け込み需要により景気はやや良くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・オリンピック特需関係の工事等が出てくる。設備関係や土木建築関係の業界については仕事が増えていくと考える。ただ原子力発電所の停止で電力需給が逼迫し、電気料金が値上がり、さらに、全ての物価指数が高くなっている。それを踏まえた景気対策をとる必要がある。
変わらない	商店街（代表者）	・商店街の空き店舗が埋まらない。この1か月で2店が賃料の安い店舗に移転した。
	商店街（代表者）	・景気が良くなるムードはあるが、個人消費はそこまで伸びないと考えられるので、今の状況が年末まで続く。
	商店街（代表者）	・11、12月はいくらか忙しくなっていてほしい。最近、近隣のスーパーやコンビニエンスストアが努力して売上を伸ばしている。我々商店街ではあまり望めないが、1年の総決算として頑張っていきたい。
	商店街（代表者）	・気温の変化とともに多少状況は好転するが、消費税増税の決定により消費は冷え込む。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・経営負担を少しでも減らさなくてはならないため、サービスで発行していた割引カードを今月中止する。
	百貨店（営業担当）	・宮崎の地元銀行の顧客消費動向アンケート調査結果では、一般客はアベノミクス効果を実感しておらず、今後の賃上げも期待できないとのことだった。そのため、消費マインドは変わらないと判断する。
	百貨店（販売促進担当）	・景気回復ムードはなく、消費税増税や日用必需品の値上がりの影響が消費者の財布のひもは固い。
	百貨店（業務担当）	・顧客との会話では、消費税増税に関する話題が多くなっていく。駆け込み需要よりも防衛策を考えている方が多く、財布のひもはより固くなっている。
	百貨店（店舗事業計画部）	・昨年の冬は防寒衣料や雑貨が大きく伸びたので、今年それを上回ることができるか心配だ。ダウン・皮革の原料高騰など、冬場の主力商品の確保にも不安がある。
	百貨店（売場担当）	・10月に消費税増税が決定するので駆け込み需要の状況や、気温の変化が少し気になる。また、系列店の閉店が正式決定し、10月ごろから閉店セールを開催する。影響はさほどないだろうが様子を見ることになる。衣料品の購買客単価は前年比100%前後で推移しており、突出した下落がないので一安心している。
	スーパー（経営者）	・公共事業等の整備が終わると、雇用が冷え込むので景気が良くなるのか不安である。
	スーパー（店長）	・単価に二極化の傾向がみられ、今後もこの傾向が大きくなる。
	スーパー（店長）	・秋の味覚商品等の販売量が増えるとは思えない状況である。サンマの時期であるが価格が下がらない。今後、果物の販売量が増えてくれば価格が下がり、売上は変わらない状況となる。
	スーパー（総務担当）	・年末年始の繁忙時期に向かって準備が進むが、各社とも継続的な価格競争が予想され、小売のデフレ傾向はまだ続く。
	スーパー（総務担当）	・将来的展望としてオリンピックなどの影響で期待感は膨れる。一方、消費に若干の活発さが出てきたものの、消費税増税により消費マインドが一気に低下し、買い控えや当用買いが主流となる懸念がある。今年は、企業環境の大きな変化はない。
	衣料品専門店（店長）	・今年の年末の様子は予測ができない。希望としては良くなってほしい。
	衣料品専門店（店長）	・客の購買意欲はまだ低い。
	衣料品専門店（店員）	・今年はコートを買換えようかという声を良く聞く。当店の売上は上がりそうだが、それ以外の物を買って控えそうなので、全体的な景気は変わらない。

衣料品専門店（取締役）	・12月はセール時期になる。消費税増税による駆け込み需要があれば良いが、消費者の財布のひもは堅い。
衣料品専門店（総務担当）	・我々の業態では、景気が良くなる要素が考えられない。消費税増税前の駆け込み需要についても不透明だ。
家電量販店（店員）	・東京オリンピックが決定したが、少し先なのでこれに関する需要は見込めない。消費税増税前の駆け込み需要に期待したいが、今、消費者が欲しい家電製品としては、4Kテレビ等があるがその魅力を出し切っていない。購買意欲はあるが、ターゲット商品がないので、景気はさほど良くならない。
家電量販店（広報・IR担当）	・大型テレビや大型冷蔵庫等の動きは良くなり単価も上がっているが、起爆剤となるような商品がない。
乗用車販売店（代表）	・変わるような要素が見当たらない。
住関連専門店（店長）	・消費税増税を控え高額商品の購入機会は増える。しかし、それも一時的なもので、増税後は再度消費が低迷するのではないかと不安は拭えない。
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上昇傾向が継続している。小売価格が更に上昇したり、長期間高止まりすると、一般消費者の燃料消費の節約や、流通関係のコスト上昇が懸念される。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・景気回復は東京の大企業の話で、地方にはまだ波及していない印象である。
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〕（統括者）	・消費税増税の決定により、年明けに消費動向に変化が出る恐れがあるが、年内は大きく変わらない。
高級レストラン（支配人）	・今現在、次月の予約が入っていない。
一般レストラン（経営者）	・オリンピック誘致に成功し、一時的には盛り上がりの雰囲気を感じるがまだ先のことだ。直近では、消費税増税が迫っているため、ここ2～3か月で景気は良くなる。我々飲食業としてはメニュー価格等の変更を考えている。
居酒屋（経営者）	・昨年の年末もかなり悪かったが、忘年会する企業も減ってきたようで、やはり厳しい年末になる。
観光型ホテル（専務）	・消費税増税で良くなる要素が見当たらない。
都市型ホテル（販売担当）	・地方での景気回復が全くみえない。大手の商品単価は上がる一方で、地方は下がる一方なので、景気が良くなる要素がない。
都市型ホテル（副支配人）	・11、12月はあまり大きなイベントはないが、コンサート客を中心に単価がある程度見込める。
タクシー運転手	・今後は悪くなる要因もなければ、良くなる要因も思い当たらない。
タクシー運転手	・今年は人の流れがあまりつかめないため、景気が良くなるとは言えない。
タクシー運転手	・高揚感があっても収入に反映されてない限り変わらない。
タクシー運転手	・来月の予約状況も良く、また繁華街の人の流れが良くなった。
ゴルフ場（支配人）	・10、11月のゴルフシーズンを前に順調に予約が入っている。しかし10月は秋の地域行事と重なるため、例年通り満杯の予約は難しい。地域内ではゴルフシーズンながら値引き競争を継続しており、シーズン料金まで回復していない。
競輪場（職員）	・景気は持ち直してきているが、それが顧客の購買意欲につながるまで、まだ時間が掛かる。
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）	・毎年、季節要因である秋から冬にかけて、入院等による顧客減は想定済みだ。消費税増税や医療負担増についても現段階では影響がみられない。
住宅販売会社（代表）	・消費税増税の経過措置が9月末までということで、かなり受注を先食いした感がある。2、3か月先は変わらない。
やや悪くなる	
一般小売店〔青果〕（店長）	・車や住宅の消費税増税前の駆け込み需要の反動で、消耗品である青果物や食料品は需要がかなり減っていく。来年4月以降もかなり厳しい状況が続くと判断する。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・消費税増税は中小企業にはマイナス材料になる。来年4月に向けての対策が必要だが、今は売上の減少を食い止めるのに必死である。
スーパー（店長）	・消費税増税に向け、消費者の節約志向は高まり、今後も厳しい状況になる。
スーパー（店長）	・10月下旬、当店の隣にドラッグストアがオープン予定である。1～2か月間は少し売上が落ちるのではないかと懸念している。
スーパー（業務担当）	・近隣の空港跡地に食品スーパーとディスカウントドラッグストアが相次いでオープンするため、生鮮食料品と日用品に若干の悪影響が出ると予測している。

	コンビニ (店長)	・販売量の下落傾向が変わらない状態である。	
	コンビニ (エリア担当・店長)	・10月初旬まで残暑が厳しければ売上も少しずつ伸びるが、このまま秋、冬に向けて気温が下がれば来店客数は減り、若干前年割れの状況も起こる。	
	乗用車販売店 (従業員)	・中間決算も終わって客の動きも鈍くなり、10～12月は少し厳しくなる。	
	住関連専門店 (経営者)	・物価上昇もじわじわと進行しているが、地方では所得が上がる気配がなく、景気は先行き不透明で厳しい。	
	その他専門店 [書籍] (地区支配人)	・消費税増税を控え、景気が良くなるという予想はない。よくて前年維持、もしくは悪くなると考える。	
	高級レストラン (経営者)	・来月以降の予約状況を見ると、少し入っている月もあるがやはり少ない月との差が激しくて、非常に苦しい月になりそうだ。ただ9月よりはましである。	
	旅行代理店 (企画)	・消費税増税となれば、レジャーより耐久消費財の購入が優先されると推測するため、旅行業界は良くなるとは考えにくい。	
	通信会社 (企画担当)	・市場の飽和感が継続し、FTTHからモバイルブロードバンドやモバイルプログと他社抱き合わせ、FTTHへの移行が加速する。	
	競馬場 (職員)	・来客数の前年比が良くない。	
	設計事務所 (所長)	・消費税増税の経過措置により9月まで忙しかったが、3か月先は新しい資料が少なくやや悪くなる。	
	住宅販売会社 (従業員)	・消費税増税の駆け込み需要の反動がある。	
	悪くなる	コンビニ (エリア担当)	・消費税増税が消費者の心理に働き、来店客数が減少し、買上点数も少なくなり厳しい状況にある。
企業 動向 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	—	—
	農林水産業 (経営者)	・9月に入り鶏肉、鶏卵の相場が上昇に転じている。畜産業界にとっては久々の朗報である。供給の調整や夏場の暑さが影響しているようだ。10、11月も同様に推移しそうだ。加えて、オリンピック招致も決まり、にわか流れが変わりつつある雰囲気である。特に、我々が取り扱うハラルフードに対する問い合わせが目立ってきている。	
	農林水産業 (営業)	・年末の販売特需期を迎えるにあたって、相場上昇などを含め業界内の状況は、需要供給バランスが良くなり荷動きが順調になってくる。	
	家具製造業 (従業員)	・飲食店などの出店がおう盛になってきており、今後2～3か月先の出店情報も増えている。相変わらず低価格商品が主流であるが、家具受注額の1件当たりも若干増えている。	
	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・例年と比較し少し悪い状態だったので、10、11月にはいづら消費が戻ってくると期待している。しかし、商社の展示会をみるとあまり内容が変わらないようで、新商品の動向が今後鍵を握る。	
	鉄鋼業 (経営者)	・足元の新規建築物や今後予定されている物件などをみると、今後も受注は堅調に推移すると予測する。ただ受注量のわりには現場の工事の遅れや、鉄筋加工業者の加工可能量不足などから出荷量が伸びていない。猛暑の影響もあるが、今後改善しないようであれば潜在需要はあっても、受注量は伸びない可能性がある。	
	金属製品製造業 (事業統括)	・受注から販売、代金回収までに平均2～3か月要する。	
	電気機械器具製造業 (経営者)	・受注増加がしばらくは続く。新人社員への教育が進めば、受注量が増加しても半年ぐらいは対応できる。この状況の継続に期待できるので非常に安心できる。	
	電気機械器具製造業 (取締役)	・良いところはどんどん良くなる傾向である。商機を見極め投資を行うことが大事だ。	
	その他製造業 (産業廃物処理業)	・取引先のバラつきがあるため何とも言えないが、生産量が少しずつ増えてきている。	
	建設業 (従業員)	・消費税増税を控え、見積案件が増え契約を急ぐ客が増えている。また、マンション等の大規模改修も増えてきている。	
	建設業 (社員)	・これから都道府県の平成25年度予算の発注があるようで、新年度に向けた発注を期待する。年度末で途切れないようにしたい。ただ、受注が偏っているようだ。	
	通信業 (経理担当)	・消費税増税次第だが、来年3月まで徐々に駆け込み需要が拡大してくると予想される。長期的には、オリンピック招致の成功で様々な経済効果が期待される。心理的にも非常にインパクトが大きいと考える。	
	金融業 (従業員)	・消費税増税前の駆け込み需要などから、マンション等の住宅建設が増加してきているほか、公共工事も本格化してきている。また、2020年のオリンピックが東京で開催されることとなり、ムード的にせよ地方でも明るさが出てきている。	

	金融業（営業）	・自民党政策への期待感は大きい。しかし、経済が自立して上向いていくような様子はない。	
	不動産業（従業員）	・市内のマンション販売の状況が好調に推移している。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の様子並びに弊社に対する仕事の問い合わせ状況から、徐々に景気が良くなってくる。	
	その他サービス業〔物産リース〕（支社長）	・消費税増税前に、冬季賞与などを活用し車や必要な家財道具などを購入する動きがみられる。本気で住宅購入を検討している人がいる。台湾や上海など海外旅行に行く人が周りに増えた。一時的に個人消費は向上する。	
変わらない	農林水産業（従業者）	・畜産物の価格が伸びていない。一般的な消費者は厳しい状況のなかであまり変わらない状況である。	
	食料品製造業（経営者）	・納入先の客数及び客単価が依然として低調で、回復の兆しがみられない。納入先の主なマーケットは観光旅行部門であり、好材料を欠くことから、南九州におけるこの分野の復調は当分難しい見込みである。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・例年の受注量から判断して変わらない。	
	化学工業（総務担当）	・当社の賃金が上がる予定はない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーからの回答のなかで、上昇気流を感じさせるこれと思う答えがなかなか出てこない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の設備投資に勢いがある。生産体制を現状の倍以上に整えたいとの声がある。	
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・今月の生産台数に対し3か月内指数も大きな変化はない。	
	通信業（職員）	・現時点で補助金を活用した省エネ事業の駆け込み受注があるが、来月補助金の申請が終了するため、その後は受注量も落ち込む見込みである。	
	金融業（営業担当）	・中小企業まで利益がもたらされる経済政策が打たれないと、本格的な経済成長は望めず、当面現状のままである。	
	金融業（得意先担当）	・今後1～2年、災害復旧関連の工事が見込める。現状を考えると当面この受注状況は続くともっている。	
	金融業（調査担当）	・新興国向け輸出の先行きを心配するメーカーの話も聞こえてくる。明るい話ばかりでなく、先行きを総合的に判断して、変わらないと判断する。	
	不動産業	・売買の動きがあるが、消費税増税が決定されれば動きは止まる。賃貸の方は現在もあまり動きがないため、3か月先は変わらないか、悪くなる。	
	新聞社（広告）（担当者）	・上半期は前年を超える売上で推移した。下期は参議院選挙の関連で一過性の出稿実績があり、それを除いた全体の売上は前年並みを見込んでいる。	
	経営コンサルタント	・これからも新規に取り組む事業というよりも、守りの姿勢の経営が目立つようだ。	
	経営コンサルタント（社員）	・小売店が在庫過多となっている。メーカーの在庫処分により商品がダブっている。	
やや悪くなる	繊維工業（営業担当）	・最低賃金の上げ幅が毎年大き過ぎる。11円も上げるとは、小企業に商売をやめなさいと言っているようなものだ。これで消費税増税となると、目も当てられない。	
	精密機械器具製造業（従業員）	・2、3か月先の受注計画ではやや悪くなる傾向にあり、増えるのか減るのか分からない状態である。	
	輸送業（総務担当）	・円安で輸入品の価格が高くなっており、荷主からは値下げ要請がある。輸送業者からは料金値上げの要請が続いている。円高にならないと国内消費関連業種は非常に厳しい。	
	広告代理店（従業員）	・9月の新聞折込受注金額は、前年同月比97%と相変わらず前年を上回ることができない。いよいよ消費税増税が決まり、消費動向に負の効果をもたらさそう。景気が良くなる方に向かうとは思えない。駆け込み需要が出るかもしれないが、全体としては冷え込んでいく。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・消費税増税に伴う経過措置関連の質問を色々受けてきた。特に建築関係は、とりあえず9月まで盛り上がっていたようだが、11、12月は若干落ち込みが発生する。消費税増税の影響を受けやすい商売は若干減少する可能性がある。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・建設関係の工事は、今年度の当初予算で多く計上されたことから、今後、新たな発注の機会が少なくなると予測される。これから、建設関係の受注は難しい状況になると予測される。	
		悪くなる	—
雇用関連 (九州)	良くなる	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・半導体は別として建設、IT、インフラ等オリンピック開催の年までは景況感が良くなるかもしれない。
		人材派遣会社（社員）	・プライダルシーズン及び宴会シーズンに入り発注増が見込まれる。

	人材派遣会社（社員）	・年末に向けて注文が増える時期である。中元時期の受注も良かったようなので、お歳暮時も依頼したいという企業がほとんどだった。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・消費増税前の駆け込み需要が見込める年内は、各分野で企業活動が活発に推移することが予想されることから、求人数の増加が期待できる。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・消費増税の駆け込み需要で一時的に良くなる。
	職業安定所（職員）	・主要産業求人のほとんどが増加傾向にあり、特に建設業、製造業では、6か月連続2けたの伸びを示しており、今後も求人増が望める。
	職業安定所（職員）	・求人数が伸び求職者が減少傾向にあるなかで、就職率は上昇傾向にある。今後もやや良くなる状態が続く。
	民間職業紹介機関（支店長）	・年末需要が少しずつ発生してきた。前年よりも数パーセント増加傾向にある。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・現状、堅調であり、引き続きこのトレンドで推移する。
	人材派遣会社（営業）	・企業の求人意欲に大きな変化が見込まれない。
	求人情報誌製作会社 （編集者）	・しばらく様子をみないと何とも言えない。特徴的なことは見当たらない。
	職業安定所（職員）	・求人条件等からみても、賃金は依然として低く抑えられており、また、在職者の賃金も上がったとの話はない。今の状況では、消費全体が上向くとはいえず、景気が良くなっていくとは考えにくい。
	民間職業紹介機関（職員）	・通年9月上期決算状況にて採用枠が活性化していくが、今年は目立った動きはない。ただし、有期雇用である派遣のニーズは徐々にではあるが増加傾向にある。
	民間職業紹介機関（社員）	・年末年始向けの案件はまだ引き合いがない。情報収集している状況である。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・求人依頼で来訪する企業のうちいくつかは、前年度より求人増の意向を示しているが、景気の動向に結びつくような顕著な動きにはなっていない。
やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—