

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<br>動向<br>関連 | 良くなる     | -   | -  |
|                | やや良くなる   | ゴルフ場(従業員)   | ・夏の厳しい日差しもあり、現在ゴルフプレー客は少ない。しかし、9、10月の予約は前年より増えており、地元より県外客が増えているので、若干見通しは明るい。                               |
|                | 変わらない    | 一般小売店[鮮魚](店員)   | ・特にイベントもなく、良くなる気がしない。魚を取り巻く環境が本当に悪い。   |
|                |          | 百貨店(企画)   | ・物価の値上がり傾向が続いているため、今以上に消費に対する防衛意識が働く。  |
|                |          | 百貨店(業務担当)   | ・客から、現在生活に困っているわけではないが、これだけ先行きに不安材料があると金は使えない、という話をよく聞く。客の貯蓄性向が高まっている。                                     |
|                |          | スーパー(店長)  | ・8月に向けて原油価格が上がるため、余暇の過ごし方が安近短となり、レジャー産業が厳しい。消費も郊外店より近場の店となるため、スーパーマーケットへの需要増にも期待しているが、景気の流れは変わらず、厳しい状況が続く。 |
|                |          | スーパー(店長)  | ・経営環境は厳しいが、省エネ、エコ関連商材は新規需要として伸びる。身の回り品については、気温に左右されるが、商品を適量、適価に見直しているため、あまり変化はなさそうである。                     |
|                |          | スーパー(総務担当)  | ・食料品を中心に商品の値上がり感が全体的に浸透し、必要最低限の物だけを買うという傾向が続く。   |
|                |          | コンビニ(エリア担当・店長)  | ・全体的に商品の単価が少しずつ上がっているのを、客は肌で感じている。プラス1品の買上が以前にも増して少なくなった。この傾向はしばらく続く。                                      |
|                |          | 住関連専門店(経営者)   | ・諸物価の高騰で、消費者は家具の買い換えを控えているようである。先の見通しは相変わらず厳しい。  |
|                |          | スナック(経営者)   | ・今後もいろいろな物の値上がりが続くため、当店はし好的なものと捉えられ、利用が控えられる。  |
|                |          | 都市型ホテル(副支配人)  | ・これから秋にかけて、需要をもたらす大きな団体や大会はない。個人の動きは非常に弱く、この傾向が今後も続く。  |
|                |          | 旅行代理店(従業員)  | ・夏休みの旅行はマイカー利用の旅行が弱く、国内の公共交通機関を利用した旅行が多くなっている。また、暑さのせいか海辺の施設が良い。この傾向が今後も続く。                                |
|                |          | タクシー運転手   | ・今から夏のイベントがいろいろあるが、例年なら大手企業が参加する催物等があったものの、今年はなかなかそのような企業がない。また、夜の祭りに出かける人が少なく、露天商が今年は売れないと話している。          |
|                |          | ゴルフ場(支配人)   | ・ゴルフ場への来客数から判断すると、特に大きな減少傾向はない。現在の傾向が続く。   |
|                |          | 理容室(経営者)  | ・ガソリン高騰等の影響で、おしゃれに関する財布のひもは固くなる。   |
|                | やや悪くなる   | 商店街(代表者)  | ・ガソリンのほか、乳製品等の食材も値上がりし、ますます消費者は生活を切りつめて生活防衛に入る。  |
|                |          | 商店街(代表者)  | ・物価上昇に関する新聞等の報道が客の購買に非常に影響し、客が守りに入っている。  |
|                |          | 一般小売店[茶](販売・事務)   | ・当店の商品はどちらかと言えば冬場商品のため、早く涼しくなることを期待しているが、物価上昇に伴い客の買い控えがあり、今後の売上に大きな期待は出来ない。                                |
|                |          | 百貨店(販売促進担当)   | ・セール等での客の反応が悪く、今後更に原油高等のニュースが出てくると、客の購買はますます減少する。非常にムードに弱い国民性を小売の現場では感じる。                                  |
| 百貨店(販売促進担当)    |          | ・石油が値上がりし、様々な物の価格に影響が出てきているので、購買数が減少する。   |  |
| 百貨店(売場担当)      |          | ・8月は猛暑日が続くとみられ、さらに、オリンピックが始まることで客は外に出ずテレビを見る。オリンピックのある月はいつも購買を期待できないため、悪くなる。10月については、近隣に大型商業施設が開業するため、その影響が懸念される。よって今後2、3か月は今の状況を下回る。 |  |
| 百貨店(売場担当)      |          | ・今月は婦人服のセールが好調であったが、これは景気が良くなったというよりも客の価格に対する反応が一段と強くなったことの現れである。これからの秋物、冬物については、客は価格に対して非常に厳しくなるので、販売量も減少する。                         |  |

|                |                      |  |   |
|----------------|----------------------|--|---|
|                | スーパー（店長）             | ・競合店が1店舗閉鎖し、来客数は増えているが、客単価、買上点数が伸びない状況が続いている。さらに、ガソリンの高騰により買い控えする客が増える。  |   |
|                | スーパー（店長）             | ・今後も商品価格の引上げが続く。客の収入が増えない分、ますます節約志向が高まり、必要以外の買物を自粛する動きが出てくる。秋の行楽レジャーについても、安近短の傾向になる。   |   |
|                | スーパー（企画担当）           | ・原価条件が良い共同購入商品やPB商品でさえも、連日のように夏以降の値上げや減量(実質値上げ)の要請がきている。従来の店内販促強化やチラシ商品の見直し等の対応では、値上げ分を吸収することが難しく、更に価格転嫁への対応が必至となることから、石油関連製品のみならず食品にも大きな影響が出る。        |   |
|                | コンビニ（エリア担当・店長）       | ・物価の高騰が続くと予測があり、客は更に商品を選別し購入することを考えると、客は必要最低限の物しか買物しなくなる。  |   |
|                | 衣料品専門店（店員）           | ・ガソリンが高くなると、家族でショッピングセンターに遊びには来るが、あまり買物はしないので、売上は厳しくなる。  |   |
|                | 家電量販店（店員）            | ・オリンピックが間近に迫り、大型テレビや地上デジタル放送対応のパソコンがもっと売れなくてはならない時期であるが、伸び悩んでいる。原油高等の影響から消費者の購買行動がシビアになっており、耐久消費財の購入は非常に厳しい。ただし、猛暑なのでエアコンは売れている。                       |   |
|                | 乗用車販売店（従業員）          | ・燃費の良い車が出てこない、客は車に関心を持たない。   |   |
|                | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括） | ・燃料油の仕入価格及び小売価格は先行きが不透明であり、現在の価格が高止まりかどうかも予想できない。客の様子では、マイカー及びレンタカーの使用を中心とするレジャーは敬遠気味である。梅雨が例年に比べ早く明け、暑い夏が到来したので、例年なら燃料油の販売量が伸長するが、現在の推移をみるとあまり期待できない。 |   |
|                | 高級レストラン（経営者）         | ・8月は帰省客も少なく、秋口にかけてもあまり予約が入っていない。   |   |
|                | 通信会社（業務担当）           | ・8月は夏のキャンペーンに期待したいが、ガソリンを始めとする物価高で携帯電話の買い控えが起こる。価格面の上昇もあり、販売数は伸びない。  |   |
|                | 競輪場（職員）              | ・前年に比べ来客数、販売額が減少傾向にあり、回復の兆しが見えない。  |   |
|                | 競馬場（職員）              | ・来場者数が増えているにもかかわらず、客単価が落ち続けている。この傾向が今後も続く。   |   |
|                | 住宅販売会社（従業員）          | ・今月は土地仲介関係の問い合わせがなく、営業の材料がない。今後、全体的に収支のバランスが取れず、景気は悪くなる。   |   |
| 悪くなる           | 商店街（代表者）             | ・中元商戦が盛り上がり欠け、これから先も来客数、売上共に上がる様子が見えないので、悪い状態が続く。  |   |
|                | 百貨店（営業担当）            | ・来客数は増えているが、買上率は低下している。客の必要な物以外は購入しないという傾向がますます強くなる。   |   |
|                | コンビニ（エリア担当）          | ・8、9月は気温次第で売上が伸びる可能性もある。しかし、3月以降のtaspoカード導入による効果が減少傾向にあり、ガソリン、原材料高騰による客の動向も懸念される。売上が伸びる要素はほとんどない。  |   |
|                | コンビニ（販売促進担当）         | ・給料、ボーナスが上がらないなかで売場の回転も悪く、厳しい状況が続く。  |   |
|                | 衣料品専門店（店長）           | ・客は相変わらず必要最小限の物、量しか買わない。この傾向が今後も続く。  |   |
|                | 家電量販店（店員）            | ・7月は、気温の上昇とオリンピック需要でテレビやエアコンの売上が伸びた。しかし他の商品の売上が悪く、必ず反動が出てくるため、今後は悪くなる。   |   |
|                | 設計事務所（所長）            | ・ガソリンもさることながら、生活必需品や食料品等の価格も高くなっているため、個人住宅の着工件数は落ちてくる。   |   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる                 | -  |   |
|                | やや良くなる               | 窯業・土石製品製造業（経営者）  | ・今の夏場の景気は焼き物業界には一番底である。秋口には荷動きもいくらか出てくるが、ガス料金や、石こうの価格が3～4割上がるため、苦しい状態である。 |
|                |                      | 精密機械器具製造業（経営者）   | ・客の様子や仲間の情報によると、そろそろ良くなっていく。  |

|            |  |   |
|------------|--|---|
| 変わらない      | 農林水産業（経営者）   | ・暑い夏の到来で、ビール商品に準じた焼鳥の需要が期待されるため、居酒屋関連は順調である。冷食メーカー向けも素材納品の国産志向の高まりと、秋口にかけて12月需要の生産が始まるので多めに期待できる。ただし値上がり感から、主婦層の危機意識が強く、スーパー関連は一段と厳しくなりそうである。 |
|            | 食料品製造業（経営者）  | ・ここ2、3か月は、結果として売上が上昇傾向で推移してきた。しかし、業界の情報からはこれ以上の好転材料は特にないので、季節変動を考慮すれば今月と変わらない。  |
|            | 鉄鋼業（経営者）   | ・建築物件の減少による建材需要の減少、建築コストの高騰による資金繰り難などのため、建設関連業界では信用不安が増し、業務活動も低迷する。   |
|            | 一般機械器具製造業（経営者）   | ・ハイブリッドカーに関する引き合いが若干出てきている。他の業種からの参入が考えられるので、コスト競争が激しくなる恐れもあり予断を許さない状況である。  |
|            | 電気機械器具製造業（経営者）   | ・金型業界は3か月先の状況も悪い。特に半導体、リードフレーム、コネクタ関連、樹脂成型金型等で、現状と同じように低調に推移する。精密部品加工、半導体製造装置も低調であり、なかなか先行きは厳しい。  |
|            | 輸送用機械器具製造業（営業担当）   | ・受注の変動はほとんどなく今のところ期待できない。   |
|            | 不動産業（従業員）  | ・福岡市内の賃貸オフィス物件が供給過多で、空室率が上昇気味である。今後も賃貸部門は厳しい状況となる。  |
|            | 広告代理店（従業員）   | ・7月の新聞折込枚数は前年比98%と前年には届かなかったが、最近の傾向ではまずまずの受注量である。中元商戦も一山越えたが、大きく落ち込むことはなかった。8月は年間通して最も受注量が少ない月のひとつであるが、ここを前年並みの枚数が維持できれば、下期に期待が持てる。           |
| やや悪くなる     | 農林水産業（従業員）   | ・飼料価格は今以上に上がる見込みであり、販売価格はある程度上がっても厳しい状況になる。   |
|            | 窯業・土石製品製造業（取締役）  | ・鋼材の高騰が相当厳しく、海外との取引もだんだん厳しくなっていく。特にメーカーとしては原材料の高騰を価格に転嫁できないので、相当厳しくなっていく。   |
|            | 金属製品製造業（企画担当）  | ・売上が伸び悩むなか、原材料を始めとするコストは増加する。価格転嫁したいが競争が厳しく、売上に悪影響を及ぼしかねない。業績悪化要因ばかりで、好転する材料は見当たらない。  |
|            | 建設業（総務担当）  | ・マンションの下請工事を受注する予定だったが、発注先のデベロッパーの資金手当てが不調に終わり、計画自体がなくなった。このような状況が今後も続く。  |
|            | 輸送業（従業員）   | ・軽油価格の高騰への自力対応には限界があり、サーチャージ導入を進めているが、荷主各社も原油高の影響を強く受けており、荷動きに悪影響が出ている。   |
|            | 輸送業（総務担当）  | ・今後も値上げが継続すると予想され、消費者の買い控えや消費に慎重な態度が今後も続く。しばらくは現状よりやや悪くなる。  |
|            | 金融業  | ・今はまだ企業体力で持ちこたえている企業や業種の業況が、更に悪化へと向かう。景気は悪くなる。  |
|            | 金融業（営業担当）  | ・物価高騰が当面続くとみる中小企業経営者、個人事業主が大半で、設備増強や売上増加に伴う資金調達（借入）を見合わせている。  |
| 悪くなる       | その他サービス業 [物リース]（従業員）   | ・主力取引先である中小企業では、原油を始めとした資源高の影響が企業業績を圧迫し始めており、これから更に影響が本格化してくる。  |
|            | 一般機械器具製造業（経営者）   | ・前年末ごろから悪化感があったが、今年に入ってから落ち込みが急激である。8月は客先は休暇に入るので、営業活動もままならず、悪化するばかりである。  |
|            | 電気機械器具製造業（経営者）   | ・燃料費、材料費は下がる見込みがない。受注量も、オリンピック特需が起こるとは考えられないので、しばらくは長期的な不況に入っていく。設備投資も銀行の貸し渋りがあり、八方ふさがりである。   |
|            | 建設業（従業員）   | ・市場の冷え込みがますます厳しくなっている。また、マンション建設の停滞や原材料の高騰等、厳しい状況はまだまだ続く。見積案件が増加傾向にあるのは少し良い傾向であるが、競争が激しく、受注獲得に向けて厳しい数字で臨まなければならない。                            |
| 金融業（得意先担当） | ・現時点において発注がない。例年であれば10月以降に新規の発注が見込まれるが、災害の復旧工事等も見込まれず、今後の見通しがまだ立たない。 |   |

|          |               |   |  |
|----------|---------------|---|--|
| 雇用<br>関連 | 良くなる          | -   | -  |
|          | やや良くなる        | -   | -  |
|          | 変わらない         |   |  |
|          | やや悪くなる        | 人材派遣会社（社員）  | ・人材派遣の規制をしても、企業は正社員で雇用しない。周辺企業のほとんどが現社員への仕事負担増になると考え、正社員を増やせば企業の利益確保が厳しいと回答している。一方で、正社員になれず派遣でしか働けない人の職を失うこともあり、失業者は増える。                 |
|          |               | 人材派遣会社（社員）  | ・物価高の影響が、今とは違う方面でも出てくる可能性があり、ますます人件費に対する予算は少なくなる。  |
|          |               | 職業安定所（職員）   | ・最近、資源価格の高騰及び消費低迷等による新規求人数の減少傾向が目立ち始めた。また、建設業等の事業所廃止等を主な原因とする新規求職者の増加が今月もみられた。新たに人員削減があるとの情報もあり、今後も景気は徐々に悪くなる。                           |
|          |               | 職業安定所（職員）   | ・大手造船所の景気が良く、大量の求人募集があった。しかし、中小企業の不景気と相殺すると、やや悪くなる。  |
|          |               | 民間職業紹介機関（社員）  | ・派遣人材に対するイメージの悪化と諸物価高騰が、企業の派遣需要を抑制している。ここ1～2年の間に企業が直接採用した契約社員、正社員が定着化すれば、当面の間、大幅な派遣需要の増大は見込めない。ただ、コールセンターなど要員をアウトソースする業務は今後も需要が見込めそうである。 |
|          |               | 学校〔大学〕（就職担当者）   | ・秋採用に向けての求人情報が例年よりも少なく、採用環境の悪化傾向が続く。   |
|          | 悪くなる          | 人材派遣会社（社員）  | ・企業の採用控え及び社内調整が続くなかでは、景気回復はあり得ない。ただ、守りに入ってるという見方であれば、1年後には回復する。  |
|          | 民間職業紹介機関（支店長） | ・長期契約案件が相当数減少し、かつ成約率も低下している。営業職・販売系人材の需要は比較的堅調だが、短期・単発案件が増加しており、業績向上にはあまり効果がない。 |  |