

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   | 競輪場（職員）                                 | ・競輪場の安全性と認知度の向上が評価され、販売増のみならず、利用者が多様化している。  |
|                | やや良くなる   | 百貨店（販売促進担当）                             | ・地震による心理的な不安や不景気感からくる消費の停滞は変わっていない。しかし抑圧の期間が過ぎると若干ではあるが消費は回復する。大幅な動きはないが、多少消費は上がる。  |
|                |  | スーパー（店長）                                | ・ここ数か月、売上が上昇傾向であり、このまま続くような気がする。一方、店舗年齢が古い店舗や小型店舗では数字が厳しく、全体的に見れば少し上向きである。  |
|                |  | スーパー（店長）                                | ・ひとりの単価ダウンの傾向からかなり上向いてきている。好天が続き、アウトウェア、高額品の動きが出たためである。従来は食品が前年比100%であったが、それに加え衣料品、住関連関係、家庭用品等といったものがかなり久しぶりにいい動きをしている。         |
|                |  | スーパー（総務担当）                              | ・これまで前年を割り込んでいた衣料品、住居用品が4、5月と前年をクリアする数字を取り始めた。消費者の傾向が住居、衣料品への購買にもだんだん結びついてきている。   |
|                |  | 乗用車販売店（従業員）                             | ・大型トラックの受注台数が伸びている。   |
|                |  | 旅行代理店（従業員）                              | ・10月からのハワイ直行便の運休で駆け込み需要が見込める。あれほど人気だった韓国が激減し、代わりにバリ、ヨーロッパ、アメリカ等、単価の高い地区が増え始めた。沖縄は今年も好調である。                                      |
|                |  | テーマパーク（職員）                              | ・夏休みに向けてステイプランやイベントを仕込み、準備を進めている。今月九州最大級の大型商業施設がグランドオープンし、連日賑わっているため、夏休み期間などは連動させたい。  |
|                |  | 競馬場（職員）                                 | ・客単価が下げ止まらないので、大幅な回復はまだまだ厳しそうだが、多少でもレジャーに対する消費が出てきている。  |
|                |  | 設計事務所（所長）                               | ・官公庁からの仕事が出てきていることに加え、以前ほど多くはないが、民間の企画等が非常に多くなっている。   |
|                | 変わらない  | 百貨店（営業担当）                               | ・これまで売上推進を担ってきた「物産催事、全店特商、生鮮食品の売上」がいずれも伸び悩んでおり、購買意欲の減退が感じられる。   |
|                |  | 百貨店（営業担当）                               | ・セールや夏休み時期は、冬のセール状況からみても動員が戻ると思われる。秋までは現状維持が見込まれる。  |
|                |  | 百貨店（営業担当）                               | ・昨年のようなオリンピック等の効果もなく、上昇する要因に欠ける。引き続き消費は一進一退を繰り返す。   |
|                |  | 百貨店（売場担当）                               | ・先月、今月の流れをみると、悪いという実感がさほどない。販売シェアが高い衣料品や食品の売上はある程度落ちなければ前年実績をキープできる。ただし、悪天候が心配である。  |
|                |  | スーパー（店長）                                | ・食料品の伸びがないこと自体が、いい方向に向かっていないような気がする。客数、客単価は昨年と同じくらいに回復してきたが、購買量は今後もなかなか伸びない。  |
|                |  | コンビニ（エリア担当）                             | ・依然として自分にとって必要なもの・興味のあるものに対してのみ購買に結びついており、その傾向が今後も続く。   |
|                |  | コンビニ（販売促進担当）                            | ・毎月パンと弁当で40品目くらいの新商品を出す、フェアや新製品がなかなか数字として上乘せになっていない。量販店を見ていると安物買いで結構まとめ買いをするという傾向が多々見られることに加え、安物とついで買いというチラシ効果が今はない。この傾向が今後も続く。 |
|                |  | 衣料品専門店（店員）                              | ・福岡の婦人衣料店はオーバーストアであり、その中で単価を落として利益を少なくするという競争が大変目についている。  |
|                |  | 衣料品専門店（総務担当）                            | ・高級品や特殊な商品の売行は好調だが、従来の商品は減少が続いている。まだ普通品の減少は続く。  |
| 乗用車販売店（従業員）    |  | ・自動車が傷ついているのに、修理せずそのまま乗っている客が多く、辛抱している。 |   |
| 乗用車販売店（管理担当）   | ・ボーナスが出るが、それによって車を購入したいという客はそう増えない。モデルチェンジ等の新車需要もあるが、なかなか数多くは売れない。 |   |   |

|                |                  |  |
|----------------|------------------|--|
|                | 高級レストラン（専務）      | ・今年に入り、毎月3～5%位落ち込んでいる。店がたくさんできたことに加え、新幹線開業効果が薄れ競争が激しくなっている。この傾向が今後続く。  |
|                | 都市型ホテル（副支配人）     | ・福岡はアジアの動向に大きく左右されるので、中国、韓国問題がよい方向に向かない限りなかなか上向いてこない。  |
|                | 旅行代理店（従業員）       | ・国内旅行については、2泊3日や3泊4日がかかなり少なく、ほとんど1泊2日もしくは日帰りという傾向にある。客数が増えても単価はそう高くないので、昨年と変わらない。海外については、中国がこれ以上何もなければ、またアジアのほうが伸びる。                             |
|                | 通信会社（業務担当）       | ・携帯電話新規契約者は頭打ちで、既存ユーザーの買換えに期待したいが、低価格商品で魅力ある商品が少ない一方で新商品への反応も厳しく、今後も販売の伸びはあまり期待できない。   |
|                | 通信会社（営業担当）       | ・いろいろユーザーを訪問して話をするが、経費節減という言葉が数か月続いており、今後もあまり変わらない。  |
|                | ゴルフ場（従業員）        | ・ゴルフの予約状況は、6月、7月と向こう3か月間は前年並みの動きをしている。しかしながら客単価、プレーの単価が落ちており、先行きには若干の不安が残る。プレー代が安くなる分、入場者数を2割で増やしたが、2割増やすためにはそれなりに客単価を落とさなくてはならない、という悪循環が起こっている。 |
|                | 設計事務所（代表取締役）     | ・建設関係の受注は、改善する好条件が見当たらない。特に福岡都市圏は地震の影響があって、新規の建築が手控えられるおそれがある。   |
|                | 住宅販売会社（従業員）      | ・今年度のローン減税に間に合わせるには、夏頃までに契約にもっていきたいが、動きは悪い。  |
| やや悪くなる         | 家電量販店（店員）        | ・これから夏場にかけてエアコン等を販売する最盛期に入るが、長期予報では昨年のような猛暑にはならないようであり、売上の主力であるエアコンが伸びずやや悪くなる。   |
|                | 通信会社（管理担当）       | ・顧客の要求は、単価、品質ともに厳しくなっていており、利益を確保するのは困難を増している。この状況が今後続く。  |
| 悪くなる           | 商店街（代表者）         | ・大型ショッピングセンターのオープンに伴い、宮崎市内の商圏は分散され、非常に厳しくなる。   |
|                | 商店街（代表者）         | ・これからの暑さの中で、大型店の利用など車の移動が多くなる。来街者数が急激に減ることが懸念される。  |
|                | 百貨店（営業担当）        | ・郊外大型ショッピングセンターの影響はこれからまだまだ強くなる。   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる             | -  |
|                | やや良くなる           | -  |
|                | 家具製造業（従業員）       | ・東京、名古屋、大阪と民間の商業施設やマンションの物件が増加している。福岡においても半年先までの受注見込みがあり、全体の動きとしてはおう盛である。  |
|                | 一般機械器具製造業（経営者）   | ・引き合い案件などから見て、2～3か月先もこのままのよい調子を維持する。   |
|                | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | ・新規の受注は非常に多いが、価格面では非常に厳しさが増している。単価が手ごろな中国に基準を合わせているということである。   |
|                | 建設業（総務担当）        | ・建物の改装、小規模なりリニューアル、増築工事が受注計画を含め多くなってきた。この傾向はしばらく続く。特に高齢者住宅の改造依頼が多くなってきている。   |
|                | 輸送業（従業員）         | ・前年に比べ運賃率は3%ほど下がっているが、取扱量が10%近く伸びており、新規案件の受注も好調である。この状況を当面持続する。  |
|                | 金融業（営業担当）        | ・取引先の企業が企業努力等によりコスト削減ができ、利益をあげている。その分が設備等に資金が回っているという傾向が見られるため、良い傾向が続く。  |
|                | 広告代理店（従業員）       | ・今月も新聞販売店の取扱枚数が前年比109%と依然順調に伸びている。折込チラシ枚数の増加は、消費の拡大が順調に進んでる証左である。今までの経過を見ると今後も大きな伸び率は期待できないが、やや良くなっていく。  |
|                | 変わらない            | 電気機械器具製造業（経営者）   |
|                |                  | ・半導体関連並びに機械精密加工などにおいて、全般的には良かったり悪かったりという状態がここ2～3か月続く。大手も先行きの状況についての不透明感がまだまだ残っており、これから先も良かったり悪かったりを繰り返す。   |

|          |        |                |   |
|----------|--------|----------------|---|
|          |        | 広告代理店（従業員）     | ・通信及び金融関連の広告は好調であるが、総じて広告投入に慎重な姿勢のところが多い。売出やイベントのときに集中させる傾向が強く、広告出稿は抑制気味である。この傾向が今後も続く。                           |
|          | やや悪くなる | 鉄鋼業（経営者）       | ・3～4月の受注量増から一転して新規契約は停滞気味となっており、価格も軟化してきている。当分の間、この傾向は続く。   |
|          |        | 金融業（調査担当）      | ・給与所得者の収入が増加していない。新たに所得控除の金額を削減する動きもあり、景気には大きくマイナスである。  |
|          | 悪くなる   |                |   |
| 雇用<br>関連 | 良くなる   |                |   |
|          | やや良くなる |                |   |
|          | 変わらない  | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・首都圏より大手求人情報出版社が参入し、また既存の大手がそれに伴って版数を増やす等、業界での競争は一段と激しさを増す。求人市場は活性化され、求人が顕在化することで求人件数は増加するが、地場企業はそのような求人を吸収しきれない。 |
|          |        | 職業安定所（職員）      | ・求人の面において、非正社員化の促進が依然として見られる。   |
|          |        | 職業安定所（職員）      | ・従業員の非正規化傾向は今後しばらく継続する。一方、大多数の求職者は安定雇用を希望されることから、データ上の改善ほど実態の雇用環境は改善していない。  |
|          | やや悪くなる | -              | -   |
|          | 悪くなる   | -              | -   |