

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<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている   | 家電量販店(店員)                        | 販売量の動き   | ・家電エコポイント制度の見直しによる駆け込み需要により、目まぐるしく景気は良くなり、販売量が増えている。3か月前から比べるととんでもない数字になっているというのが現状である。  |
|                |               | 家電量販店(総務担当)                      | 来客数の動き   | ・エコポイント特需の先食いであるが、売上が前年比200%以上伸びている。   |
|                | やや良く<br>なっている | 商店街(代表者)                         | お客様の様子   | ・11月前半はあまり気温が下がらなかったが、後半は気温が下がり、消費者の食生活が変わってきている。うどんや湯豆腐、すき焼き等の暖かい物が売れ始めており、商店街の商品も売上が上がりつつある。   |
|                |               | 百貨店(営業担当)                        | 来客数の動き   | ・10月に引き続き来客数は前年比プラスで推移し、3か月前に比べると確実に増加している。買上客数のマイナス傾向は変わらないが、客単価は前年プラスで推移し、売上は前年並みまで回復している。   |
|                |               | 百貨店(売場担当)                        | 競争相手の様子  | ・売上は前年実績を若干超えて推移している。同業他社の3社は前年比99%、前年比109%、前年比108%と、軒並み前年を超えている。部門別にみると、婦人衣料品が3か月前と比べてかなり良く、全て前年を上回っている。北海道物産展もほぼ前年並みで特段悪い状況ではない。リビング関係も家族団らんで作る物と台所用品関係がかなり良い。ただ、高額品宝飾、時計の動きが良くない。 |
|                |               | スーパー(店長)                         | 来客数の動き   | ・来客数が増えて客単価も上がっており、売上が上がっている。また、野菜は高値のせいで少し動きが悪いが、その他の食料品は寒くないにもかかわらず動きが良い。  |
|                |               | スーパー(売場担当)                       | 単価の動き  | ・最近、単価の高い商品でも商品の質、効能などによっては売れている商品があり、販売点数を伸ばしている。そのため微増だが客単価が上がっている。また、単価と同様に来客数も微増している。  |
|                |               | 住関連専門店(店長)                       | お客様の様子   | ・家族連れの客が増えている。以前は主婦が1人で必要な物だけを買ってくる買物だったが、最近は家族でショッピングを楽しむ雰囲気が出てきている。節約慣れか、収入のアップによるものかはわからないが、生活を楽しむ余裕が少し出てきた。  |
|                |               | その他専門店[コーヒー豆](経営者)               | 販売量の動き   | ・前年に比べるとコーヒーの消費量が急激に伸びている。極端な冷え込みにより、温かいし好飲料を飲む傾向が強まっている。また自宅で飲むコーヒーの量が増え、販売量が増えている。したがってやや良い方向にある。  |
|                |               | 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](支配人) | お客様の様子   | ・核店舗が撤退したにもかかわらず、前年売上は落ちていない。客の様子に明るさを感じられる。   |
|                |               | 高級レストラン(社長)                      | 来客数の動き   | ・NHK大河ドラマの影響により来客数が増えている。  |
|                |               | 観光旅館組合(職員)                       | 来客数の動き   | ・紅葉のシーズンで個人客の他、ツアー客も多かった。  |
|                |               | 観光ホテル(総務担当)                      | 販売量の動き   | ・シティホテルという業種の特性から、7、8月が底で、11、12月は最も売上が上がる。例年通り今月も良くなっている。ただ、前年同期と比べれば、ほぼ横ばいである。  |
|                |               | ゴルフ場(支配人)                        | 来客数の動き   | ・今月に入り来場者数が前年並みに回復している。ゴルフのベストシーズンであり、職場や同好会のコンペがほど良く入っている。気温が平年よりやや高く、雨も少ないことで来客数が増えた。  |
|                |               | 音楽教室                             | お客様の様子   | ・年末が近くなると財布のひもが緩くなるのか、ボーナス時期だからか、物が売れ始める。  |
| 変わらない          | 商店街(代表者)      | 販売量の動き                           | ・月初めの消費動向は良かったが、中旬になるとそれがぱたっと止まり、下旬になって下降気味となっている。平均するとあまり変わっていない。夏が悪かった分期待したが、期待外れになった。 |  |

|                 |         |   |
|-----------------|---------|---|
| 商店街（代表者）        | 来客数の動き  | ・相変わらず悪い状況である。寒くなり来街者と来客数が多少増えたと思われたが、波があり、おしなれば変わらない。  |
| 一般小売店〔青果〕（店長）   | お客様の様子  | ・気候が落ち着き、野菜は程よく入荷して価格も安定している。少し入荷が多い物は価格がすぐに下がるが、安くなったからといって客が飛びついて買う様な状況ではなく、景気は良いとも悪いとも言えない状況が続いている。  |
| 一般小売店〔精肉〕（店員）   | 販売量の動き  | ・小売は増えているが、飲食店向けの卸売に好調の兆しがみえない。   |
| 一般小売店〔生花〕（経営者）  | 販売量の動き  | ・数か月前と比べると今月は涼しくなり、通常であればギフトとしての花の需要が増えるが、やはり買い控え傾向がある。購入してもワンランク下の価格帯の商品を選ぶ傾向があり、売上はなかなか伸びない。  |
| 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | 販売量の動き  | ・今月に入り徐々にお茶の受注量が増えているが、買上げ金額が相変わらず低く、売上増加にはつながらない。  |
| 百貨店（売場主任）       | お客様の様子  | ・冬物衣料も、気温が下がらないと動きが悪い。衣料品は、ファッションというより生活必需品としてしか売れていない。   |
| 百貨店（営業担当）       | お客様の様子  | ・買上単価が前年を上回る状況が続いている。特に特別招待会での店頭売上は好調であり、入店及び買上単価が前年を上回っている。催事では大型物産催事が依然として好調である。また実用品やリビング関連、皮革、趣味に関する催事も好調で衣料催事の伸びを上回っている。                     |
| 百貨店（営業担当）       | 競争相手の様子 | ・宮崎の場合は口蹄疫が終息し、平常に戻ろうとしている。なんとか前年実績を確保できる状況にまでなってきたが、商店街の同業他社は前年実績を大きく下回っている状況で、市場としては非常に厳しい。   |
| 百貨店（営業企画担当）     | 販売量の動き  | ・気候要因もあるが衣料品の動きが悪い。必要になったものやタンス在庫にないものは購入するが、持っているアイテムやトレンド物は購入せず、必要な物だけ買う傾向は変わらない。紳士服のチェーン店が地域に増えたため、ビジネス衣料は安いだけでは売れなくなっている。                     |
| 百貨店（営業企画担当）     | 販売量の動き  | ・今月は歳暮ギフト施策の変更で50%以上の伸び率を達成した。中旬のセール施策でも動員があり、前年実績を大きくクリアして推移したものの、施策を差し引くと前年実績に届かない状況が続いている。   |
| 百貨店（業務担当）       | お客様の様子  | ・客の購買は、必ずしも節約、縮小だけではない。必要な物は値段に関係なく購入するが、必要な物以外は売出しをしても購入に至らない。   |
| スーパー（経営者）       | 単価の動き   | ・販売点数は良いが客単価が下がっている。1品単価の下落による客単価の下落が心配である。   |
| スーパー（店長）        | 来客数の動き  | ・1か月間、円高に対応し食品生鮮品を通常より更に20～30%値下げしたが、全体での来客数は3か月前とほぼ変わらない状況にとどまった。客の買い方も安い野菜、果物、酒、肉等の円高商品のまとめ買いが目立っている。   |
| スーパー（店長）        | 競争相手の様子 | ・食料品は、売場をディスカウント形態に変えた5月からずっと前年比112%位で推移している。衣料品は、今月初旬は前年比105、106%だったが、後半に入って天候のためか売上は前年比97、98%と厳しい状況となっている。肌着は売れているが、普通の小物衣料が厳しい。この流れは全体的に変わらない。 |
| スーパー（店長）        | 販売量の動き  | ・販売数量の動きがほぼ前年並みで推移しており、単価も青果物が前年比110%である。しかし、他の商品群が若干低めになっており、トータルとして変わらない。またブランド品については若干円高差益もあり、安くなり、販売量が増えている。イベント関係も好調に推移している。                 |
| スーパー（総務担当）      | お客様の様子  | ・今月は液晶テレビを中心に家電商品の動きが好調だが、あくまでエコポイント半減の駆け込み需要で景気の上向き傾向はみれない。  |
| スーパー（経理担当）      | 販売量の動き  | ・大きく落ち込んだ前年に対し、9月は猛暑やたばこ値上げで一時的持ち直したが、それ以降は前年に届かない程度で推移している。  |

|           |                                 |        |  |
|-----------|---------------------------------|--------|--|
|           | スーパー（業務担当）                      | お客様の様子 | ・気温の低下に伴い防寒用の衣料品等季節商材の動きが上昇している。さらにエコポイント半減前の駆け込み需要で家電製品の動向も若干プラス要因になっている。しかしその反面、価格競争は相変わらず歯止めがかからず、単価の低下、不要品と判断した物の買い控えも続いており、前述の好調要因は前年と比べても売上自体には大きな影響を与えるに至っていない。 |
|           | コンビニ（エリア担当）                     | 販売量の動き | ・先月はたばこ増税の反動減により、売上が大きく前年を下回っていたが、今月に入って売上が回復し、たばこだけをみたら前年を上回っている。トータルでは前年を下回り、厳しい状況が続いている。  |
|           | コンビニ（エリア担当・店長）                  | 単価の動き  | ・来客数は前年より若干伸びてはいるが、客単価が前年を下回っているため、全体的に売上が伸びていない。  |
|           | 衣料品専門店（店長）                      | 販売量の動き | ・店は閑散としており、来客者に購買意欲がみられない。地域振興券は完売したと聞かすが、衣料品では使用されない。   |
|           | 衣料品専門店（総務担当）                    | それ以外   | ・衣料品に対する消費意欲は若干高まっているが、商店街そのものが衰退しており、勢いが相殺され、結果としては変わらない。   |
|           | 衣料品専門店（取締役）                     | お客様の様子 | ・高額品はますます売れたが、逆に単価の低い商品の購入には慎重である。高額所得者の買上は良かったが、一般の客はセール待ちの状況である。   |
|           | その他専門店【書籍】（店長）                  | 来客数の動き | ・3か月前から少し景気が上向いてきた感があり、幸いにもそのままの状態が続いている。  |
|           | その他専門店【ガソリンスタンド】（統括）            | お客様の様子 | ・燃料油の小売価格は安定しており、前年と比べ販売量はそれほど大差がない。灯油の需要もスタートし、小売価格も前年並みなので、販売量も前年並みとみる。ただ、客の様子からすると家電エコポイントの見直しに伴う駆け込み購入の話をよく耳にする。暖房器具をエアコンに変更する客もいるようだ。                             |
|           | 高級レストラン（従業員）                    | お客様の様子 | ・サラリーマンがコーヒーを飲みに来るのではなく、年配の客がここ1、2か月で多くなっている。  |
|           | 高級レストラン（支配人）                    | 来客数の動き | ・先月の来客数と比較すると少し減少気味となっている。   |
|           | 一般レストラン（スタッフ）                   | 来客数の動き | ・特に中年層の来客数が減っている。  |
|           | 都市型ホテル（副支配人）                    | 販売量の動き | ・今月は第1週と第4週に飛び石連休が入ったため、客の流れが非常に悪い。  |
|           | 旅行代理店（業務担当）                     | 販売量の動き | ・先行販売の商品が本来であれば動く時期にきているが、動きがない。肌感覚でもデータ感覚でも景気の上昇は感じられない。  |
|           | タクシー運転手                         | お客様の様子 | ・週末の夜のタクシー利用は少しずつ増えているが、昼間は週を通してあまり振るわない。  |
|           | 通信会社（管理担当）                      | それ以外   | ・資金繰りが厳しい状態に変わりはない。  |
|           | 通信会社（営業担当）                      | お客様の様子 | ・業種によるが、特に建設業関係を訪問すると、なかなか景気が良い話はない。   |
|           | テーマパーク（職員）                      | 来客数の動き | ・スポーツの日本代表合宿やその他プロスポーツの合宿等により団体客が増えている。ただ個人客は相変わらず少なく、伸び悩んでいる。   |
|           | ゴルフ場（従業員）                       | 単価の動き  | ・入場者数は伸びてはいるが、客単価が落ちており、売上は大きく落ち込んでいる。客単価を落として収入を前年並みに上げたかったが、それでも前年比5～7%減となり、非常に苦戦している。   |
|           | 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） | お客様の様子 | ・来客数は若干増加傾向にあるが、2012年度に実施される介護報酬改定による利用者負担増の方向性案が新聞報道等で示されており、利用者の不安感を増加させている。   |
|           | 設計事務所（所長）                       | 来客数の動き | ・耐震診断業務が出ているが、それ以外は皆無に等しい状況である。  |
|           | 住宅販売会社（従業員）                     | お客様の様子 | ・問い合わせと成約件数共に、非常に少なくなっている。手放す方は高く売りたい、買いたい人は安く買いたいと、かい離が激しく、実績が伴わない。   |
| やや悪くなっている | 商店街（代表者）                        | お客様の様子 | ・販売が好調なのは家電の販売だけであり、商店街はかなり人通りが少なく、客が買物する様子が見えない。  |

|                            |        |  |
|----------------------------|--------|--|
| 商店街（代表者）                   | 来客数の動き | ・商店街の地元銀行の支店が商店街から移転して以来、空き店舗が目立つようになり、来客数は減少傾向にある。  |
| 一般小売店〔鮮魚〕（店員）              | 単価の動き  | ・魚価が安く、販売価格も下がっているのだが、それでも売れない。今は最悪の状況で、安くても売れない。劇的に安くないと売れない厳しい状況である。   |
| 百貨店（営業担当）                  | 単価の動き  | ・全体として厳しい中で、先月中旬過ぎから冬物衣料の動きが良くなっている。以前と比べて質を求める客の声が少し多くなっている。今までは価格志向が強かったが、それに加えて質を求める客が増えている。今月も衣料品の単価が上がっている。           |
| スーパー（店長）                   | 単価の動き  | ・買上点数は変わらないが、1品当たりの価格が低下している。定価品の動きが良くない。  |
| 衣料品専門店（店員）                 | 販売量の動き | ・百貨店の合併に伴い、先月は合同のカードフェアがあり来客数が増えていたが、今月は若干減った。来店しても、気に入った物がなければ買わない傾向がみられ、前年売上をクリアできなかった。                                  |
| 乗用車販売店（販売担当）               | 販売量の動き | ・エコカー購入補助金制度が終了し、3か月前と比べたら販売量は激減している。補助金そのものが潜在需要を感知した形だったので異常ともいえるが、それを差し引いても現在の販売環境はかなり厳しい。単価も以前に比べると若干下がり気味である。         |
| 乗用車販売店（管理担当）               | 販売量の動き | ・新車販売の受注はリーマンショック時とほぼ変わらない水準である。エコカー購入補助金制度が終了後どんどん悪くなり、厳しい状況である。  |
| 自動車備品販売店（従業員）              | 販売量の動き | ・エコポイント対象家電に付与されるポイントが来月から半減するため、今月は家電商品に集中する。   |
| 住関連専門店（経営者）                | 単価の動き  | ・毎月のキャンペーンは順調に推移しているが、店舗への来客数が相変わらず少なく、客の希望する品物は多様化して対応に苦慮している。全体の売上は今年中旬より減少している。   |
| 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 | ・例年秋の行楽シーズンは商品の販売量が増える月である。しかし今年は、前年比で2割ほど販売量が減っている。   |
| 高級レストラン（経営者）               | 来客数の動き | ・今月は少し忙しくなっている。前年の同じ月に比べ暇な日もあったが、忙しい日が続いた。今年1年間は悪いほうに向かっていたが、久しぶりに良くなっている。   |
| 旅行代理店（従業員）                 | 来客数の動き | ・円高の影響もあり、旅行は海外志向が強い。その中でも、中国漁船衝突問題の影響からか、韓国や台湾が人気である。   |
| タクシー運転手                    | 来客数の動き | ・秋の行楽時期だが観光など昼間の客の動きが大変悪い。例年に比べ、忘年会も極めて少ない。夜の繁華街、特に飲屋街の客が少なく、売上は激減している。  |
| タクシー運転手                    | 来客数の動き | ・食料品やスーパーでは、特別な売出しをやっても客があまり集まらなくなっており、タクシーの利用もいづらく減っている。  |
| 通信会社（業務担当）                 | 来客数の動き | ・来客数は減少し、話題のスマートフォンの展示やクリスマス飾り付け等で来店を促進するが、以前のような混雑もなく、店員が時間を持て余している状況が続いている。  |
| 通信会社（総務担当）                 | お客様の様子 | ・個人消費は天候要因をはじめ、エコカー購入補助金制度の終了等政策効果の反動で低調に推移している。設備投資や住宅投資も低水準に推移し、円高の進行もあって景気は減速するばかりである。身の回りの景気は3か月前に比べて不安材料が増加し、悪くなっている。 |
| 美容室（経営者）                   | 販売量の動き | ・販売量の動きが一段と悪くなってきている。部分的には良いところもあるが、やはり中小企業が何かしら活性化しない限り景気は上向きになりにくい。まして九州のような地方都市の場合はより顕著に表れている。                          |
| 美容室（経営者）                   | 来客数の動き | ・客が来ない状況が続いている。  |
| 美容室（店長）                    | お客様の様子 | ・客からも景気が悪くなったという話は聞いても、良くなったという話は聞かない。来客数も減少している。  |

|         |                  |                                  |  |  |
|---------|------------------|----------------------------------|--|--|
|         |                  | その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕(営業) | 来客数の動き   | ・経済状況の厳しさの他、今年の夏の猛暑による農業への打撃、口蹄疫による酪農や観光への打撃が厳しかった影響で、地方のフィットネスクラブは厳しい状況が続いている。  |
| 悪くなっている |                  | スーパー(店長)                         | お客様の様子   | ・消費者の低価格志向は依然強く、店頭では値下げ競争が続いている。   |
|         |                  | スーパー(総務担当)                       | 来客数の動き   | ・雇用、所得環境の悪化から、来客数及び購買点数が下振れしており、顧客争奪合戦の激化から、業績の維持が困難な状況となっている。   |
|         |                  | 衣料品専門店(経営者)                      | 来客数の動き   | ・来客数が減っており、客単価も下がっている。   |
|         |                  | 衣料品専門店(店長)                       | お客様の様子   | ・家電品や量販店では景気が良いようだが、小さな店は景気は変わらず悪いままである。   |
|         |                  | 乗用車販売店(従業員)                      | 来客数の動き   | ・サービス以外の客の来店が全くなかった。   |
|         |                  | 乗用車販売店(総務担当)                     | 販売量の動き   | ・エコカー購入補助金制度終了に伴い、新車販売台数が大幅に減少している。ある程度の反動減は予想していたが前年比50%の実績は相当に厳しい。販売店において新車販売はメインであり、中古車、サービスで新車の落ち込みをカバーできない。           |
|         |                  | スナック(経営者)                        | 来客数の動き   | ・来客数の落ち込みに加え、今月はかつてないほどの低単価になっている。   |
|         |                  | その他飲食〔居酒屋〕(店長)                   | 来客数の動き   | ・ビジネスマンや県外の客など来客数がすっかり少なくなり、通常の3分の1程度になった。   |
| 企業動向関連  | 良くなっている          |                                  |  |  |
|         | 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   | ・例年、10、11月は年末年始用の生産で需要が伸びるが、今年は前年が悪かっただけに、好調に推移している。居酒屋、スーパー等も口蹄疫等の悪影響も一掃され、動きが良くなっている。ただ、安物志向が強く、粗利が確保できず利得的にはあまり良いと言えない。 |
|         |                  | 食料品製造業(経営者)                      | 受注量や販売量の動き   | ・農産物の天候不順による原料不足状態であるが、最盛期を向かえ、今月は順調に原料が入荷し製造、販売を行うことができた。   |
|         |                  | 精密機械器具製造業(従業員)                   | 受注量や販売量の動き   | ・3か月前に比べて受注量が増えている。これからも徐々にではあるが受注増産の計画がある。  |
|         |                  | 建設業(社員)                          | 受注量や販売量の動き   | ・どこの建設業も手持ち工事を抱えて非常に忙しく動いている。年度末まではかるうじて忙しい。   |
|         |                  | 不動産業                             | 受注量や販売量の動き   | ・売却依頼を受けている物件が立て続けに契約に至った。数か月前から買い手を探し、厳しい状態が続いていたが、成約に至っており、景気は良くなっている。   |
|         | 経営コンサルタント(代表取締役) | 受注量や販売量の動き                       | ・良い業種は家電販売店の1つだけである。特にテレビの関係でとんでもない数が売れているという話を聞く。買うのに順番待ちで説明もなかなか受けられないという状況だそう。これ以外は、通常月よりも悪い状況が続いている。   |  |
| 変わらない   | 繊維工業(営業担当)       | 競争相手の様子                          | ・中国不安のために生産は国内に戻りつつあるものの、長い不景気のため、持ちこたえられない工場がまた出てきた。  |  |
|         | 家具製造業(従業員)       | 受注量や販売量の動き                       | ・受注量、情報量共に低迷したままの状況である。家具量販店の低価格戦略が業界のデフレ傾向を強め、一人勝ちという図式になっている。最近は低価格、高機能な商品も販売しており、このままでは日本国内の家具製造は衰退の一途となる。自動車や家電などのように最先端の技術革新の余地がない日本の家具産業が生き残る道は限られている。 |  |
|         | 一般機械器具製造業(経営者)   | 受注量や販売量の動き                       | ・受注量に目立った動きはない。  |  |
|         | 電気機械器具製造業(経営者)   | 取引先の様子                           | ・半導体関連の動向は非常に不透明で、景気自体が良くなっているのか、悪くなっているのか、判断しにくい状況が続いている。精密機械も同じ状況である。  |  |
|         | 輸送業(総務)          | 受注量や販売量の動き                       | ・業種によっては景気回復の動きがあるように聞くが、運送業への良い影響は少ない。  |  |
|         | 輸送業(総務担当)        | 取引先の様子                           | ・客から預かっている荷物の荷動きは、季節変動のあるアパレルに一部変動があるが、あまり変化はみられない。  |  |

|           |                        |              |  |
|-----------|------------------------|--------------|--|
|           | 通信業（経理担当）              | それ以外         | ・物価そのものに動きがなく、消費マインドとしては買い控え傾向が続いている。  |
|           | 金融業（営業）                | 取引先の様子       | ・製造業や小売業の売上は高水準とは言えないまでも、数か月前より良くなっており、安定している。しかし、円高の影響等による製造現場の海外移転等、先行き不安があり、雇用増加には踏み切っていない。   |
|           | 金融業（営業担当）              | 取引先の様子       | ・3か月前と比較しても中小零細企業の業況は低迷のまま変わらない。資金需要は運転資金名目の赤字補てん資金が大半であり、元金返済据え置き条件での借入を希望する企業も多い。  |
|           | 金融業（営業職渉外係）            | 取引先の様子       | ・取引先の様子をみると、新卒の採用は過去にないほど低迷している。給与水準も回復はしていない。   |
|           | 金融業（得意先担当）             | 取引先の様子       | ・今月の企業向け貸金の動向をみると、従来通り既存の折り返しが目立った。企業が前向きな資金として必要とする真の意味での資金対応がなかった。そうした中、金融機関同士での融資先に対する肩代わり攻勢が激化しているなど、真の意味での資金取組ができていない。  |
|           | 経営コンサルタント              | 受注量や販売量の動き   | ・受注量も減少しているが、受注価格も落ちている。   |
|           | 経営コンサルタント（代表取締役）       | 取引先の様子       | ・取引先に受注状況を聞くと、大きな変化がないという回答が多い。  |
| やや悪くなっている | 窯業・土石製品製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・例年10、11月は繁忙期だが、年々消費動向も変わり、売上は落ちてきている。今年は特に全体的には悪く、来月も早めに休むことになる。  |
|           | 一般機械器具製造業（経営者）         | 受注量や販売量の動き   | ・客先からの新規見積依頼が激減している。   |
|           | 電気機械器具製造業（経営者）         | 受注価格や販売価格の動き | ・生産量は横ばいで推移しているが、受注価格が前年比30～40%低い発注が出ている。今でも大変厳しい環境だが、大変な厳しい状態が来月からまた続く。今月後半からそういう傾向に入っているため、来月、再来月は非常に厳しい。  |
|           | 輸送業（従業員）               | 受注量や販売量の動き   | ・今月は、年末に向けて物の入庫がもっと多くなっていく月であるが、あまり入ってきていない。今月の売上が悪いため在庫が余るような状況になっており、在庫すると過剰在庫になってしまう。在庫をある程度抑えて来月に何とか売ろうというメーカーの考えによるものである。   |
|           | 金融業（調査担当）              | 取引先の様子       | ・円高調査を行なった取引先の企業の中で、特にマイナスの影響が大きいと思われるところへ取材を行った。今年夏頃からの円高の影響が四半期続いたため、特に輸出関連企業経営者のマインドに影を落とし始めている。大手企業の上期業績は出そろい、円高を打ち消すような海外需要が好調だったようだが、地元中小企業にはその実感がない。マインドを中心に、やや悪くなっている。 |
|           | その他サービス業〔物品リース〕（従業員）   | 受注量や販売量の動き   | ・夏場から年度末にかけて半導体関連等の大口受注で好調を維持してきたが、ここにきて勢いにブレーキがかかり、受注に苦慮している状況にある。  |
| 悪くなっている   | 輸送用機械器具製造業（営業担当）       | 受注量や販売量の動き   | ・エコカー購入補助金制度の終了やユーザーの高級車離れの影響が生産台数に響いている。  |
|           | 経営コンサルタント              | 受注量や販売量の動き   | ・酒造メーカーは市場開拓を行っているが、売上に繋がらない。売上は前年比10.4%のダウンである。   |
|           | その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役） | 競争相手の様子      | ・市町村が発注する業務は、財源不足で仕事の発注量が激減している。入札時のダンピングが大きくなっており、大手もぎりぎりに入札するようになってきている。大手の営業担当からも仕事がないという話が出ており、生き残れるかどうかの状況になっている。   |
| 雇用関連      | 良く<br>なっている            | -            | -  |
|           | やや良く<br>なっている          | 人材派遣会社（社員）   | 求人数の動き   |
|           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）         | 周辺企業の様子      | ・九州新幹線の開業を控え、駅ビルに出店予定の百貨店や既存の流通関連の動きが活発になってきた。年末のボーナスシーズンを控え、少しずつだが景気は上向きに進んでいる。   |

|           |                |         |   |
|-----------|----------------|---------|---|
|           | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・当所における新規求人数は、前年同月比15.1%増となっている。3か月連続で増加しており、企業間で業況に差があるが、若干の改善がみられる。   |
|           | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・新規求人数は7か月連続の前年比増、17.9%の増加である。医療、社会福祉業、サービス業などが特に伸びている。求人数のみをみれば、景気は回復基調にある。  |
|           | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・新規求人数は4,244人、有効求人数は9,724人、新規求人倍率は1.33倍、有効求人倍率が0.64倍となっており、このところ増加傾向が継続している。  |
| 変わらない     | 人材派遣会社（社員）     | 周辺企業の様子 | ・求人数が特に増えている訳でもなく、年末の需要も例年通りの量である。まだ、人手を増やす必要がある企業は依然として多くない。   |
|           | 求人情報誌製作会社（編集者） | それ以外    | ・ここ最近では主婦層の求職活動が鈍っているようで、求人情報誌の反響がよくない。原因として、子ども手当の支給や基金訓練でしばらく働く必要がなくなったなどが考えられる。不況なのに人材確保が思うようにいかなくなっている。   |
|           | 新聞社〔求人広告〕      | 求人数の動き  | ・突発的に求人数が増えることはあっても継続的には伸びていない。   |
|           | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き  | ・新聞広告では県外企業の求人数は引き続き伸びているが、県内企業の求人数は前月と比べ伸びが鈍くなっている。  |
|           | 職業安定所（所長）      | 求人数の動き  | ・新規求人数は平成22年3月以降から対前月比ですべて増加しており、9、10月においては特に2けた台の増加となっている。求人の業種に幅がみられ、求人倍率も本年度に入り初めて0.5倍台となったことから、景況感に改善の兆しもうかがえるが、有効求職者が一向に減少傾向を脱せず、滞留していることから、先行きには依然不透明がある。 |
|           | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・求人は微増傾向ではあるが、求職者も微増しており、有効求人倍率の上昇傾向が休止した状況にある。   |
|           | 学校〔大学〕（就職担当者）  | 求人数の動き  | ・平成23年3月卒業予定者に対する秋採用の動きがみられたが、採用枠の拡大ではなく、採用数の調整弁的な意味合いの動きであった。企業側の採用の視線は、平成24年3月卒業予定者にシフトしてきた。  |
|           | 学校〔専門学校〕（就職担当） | 周辺企業の様子 | ・求人票の件数は前年に比べ増加している。ただ、ほとんどが欠員求人で、前向きなものではない。   |
| やや悪くなっている | 民間職業紹介機関（支店長）  | 雇用形態の様子 | ・年末年始、年度末の派遣労働者の需要が昨年、一昨年に比べても全く伸びていない。   |
| 悪くなっている   | 人材派遣会社（社員）     | 採用者数の動き | ・若年者の雇用がない今、65歳以上再雇用の制度が足かせになり、企業はベテランを残し若者を育成できない。近い将来企業の核となるべき人材がいなくなることにつながるが、今は足元しかみえていない。  |
|           | 民間職業紹介機関（社員）   | 求人数の動き  | ・派遣需要は都心部で自由化業務を中心に、短期単発案件が増加しているが、地方では、派遣需要は減少している。  |