

## (11) 九州



九州地域では、景気は新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、持ち直しの動きがみられる。

- ・ 鉱工業生産は持ち直している。
- ・ 個人消費は持ち直している。
- ・ 雇用情勢は感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる。

(注) 下線を付した箇所は、前回からの変更のあった箇所を表す（  は上方に変更、  は下方に変更）。

### 前回からの主要変更点

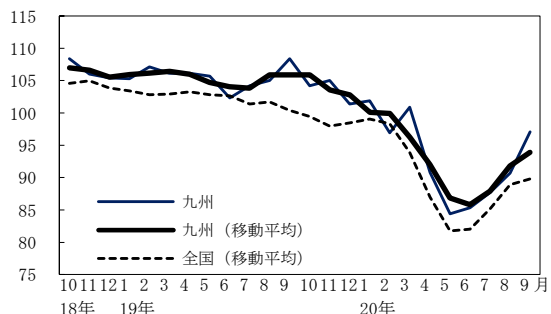
	前回（令和2年9月）	今回（令和2年12月）	
景況判断	新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、このところ持ち直しの動きがみられる	新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、持ち直しの動きがみられる	→
鉱工業生産	一部に持ち直しの動きがみられる	持ち直している	↑
個人消費	このところ持ち直している	持ち直している	→
雇用情勢	感染症の影響により、弱い動きとなっている	感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる	↑

### 1. 鉱工業生産の動向

鉱工業生産は持ち直している。

7－9月期の鉱工業生産は、輸送機械は普通乗用車等が増加したこと、電子部品・デバイスや半導体集積回路（CCD・その他）が増加したこと等により、前期比5.8%増となった。

鉱工業生産指数



域内主要業種の動向(季節調整値、前期(月)比)(%)

	付加価値 ウェイト	生産				
		4－6 月期	7－9 月期	7月	8月	9月
電子部品・デバイス	13.6	▲13.1	8.0	2.9	0.4	27.6
輸送機械	13.5	▲37.4	50.6	22.8	13.2	10.9
食料品	12.2	▲0.9	▲0.3	1.9	▲1.1	0.2
服用・生産用・業務用機械	12.2	▲9.3	▲9.4	▲19.4	▲0.5	▲4.7
化学・石油石炭製品	10.0	▲5.1	▲8.4	▲2.8	1.7	▲2.7
鉱工業	100.0	▲13.1	5.8	2.8	3.4	7.1

(備考) 1. 地域における付加価値ウェイトの高い5業種。

2. 7－9月期、9月は速報値。

(備考) 1. 2015年=100、季節調整値。九州の最新月は速報値。

2. 全国及び九州の太線は中心3か月移動平均。

直近月は2か月平均。

## 2. 個人消費の動向

個人消費は持ち直している。

(1) 地域別消費総合指数 (RDEI (消費))

7-9月期は前期比6.5%増となった。

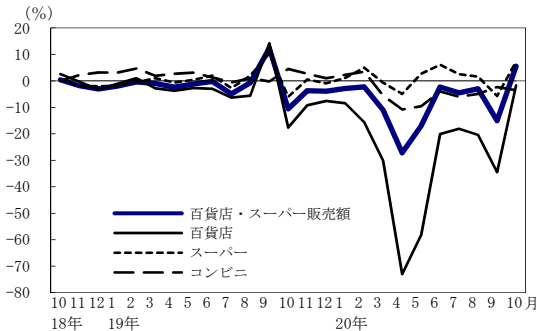
(2) 百貨店・スーパー販売額

百貨店・スーパーは、4-6月期は前年同期比15.3%減、7-9月期は同7.5%減となり、減少幅が縮小している。

百貨店は、4-6月期は同50.1%減、7-9月期は同24.4%減となった。

スーパーは、4-6月期は同1.4%増、7-9月期は同0.5%減となった。

百貨店・スーパー販売額等  
(店舗調整前、前年同月比)



	2020年7-9月	2020年7月	8月	9月	10月
RDEI (消費*1)	6.5	▲1.7	1.5	1.0	—
百貨店・スーパー(*2)	▲7.5	▲4.5	▲3.0	▲15.0	5.5
百貨店(*3)	▲24.4	▲18.1	▲20.4	▲34.5	▲1.7
スーパー(*3)	▲0.5	2.5	1.6	▲5.7	7.3
コンビニ(*3)	▲4.5	▲6.0	▲4.9	▲2.3	▲3.5
乗用車(*4)	▲13.4	▲10.7	▲12.4	▲16.2	31.7
(季節調整値)(*4)	32.4	18.1	2.7	▲3.0	15.7

(備考) 1. 季節調整済前期(月)比 (%)

2. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)

百貨店・スーパーは内閣府にて算出。  
2020年10月は速報値。

3. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)

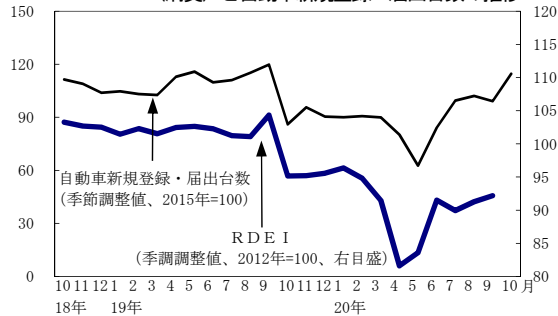
百貨店・スーパーは沖縄を含む経済産業省の九州の値。

コンビニは、経済産業省の九州・沖縄の値。

2020年10月は速報値。

4. 乗用車は、新規登録・届出台数(上段は前年同期(月)比(%))

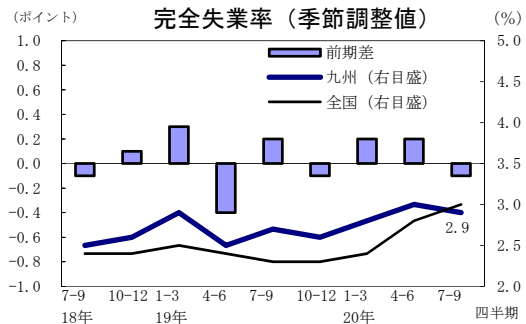
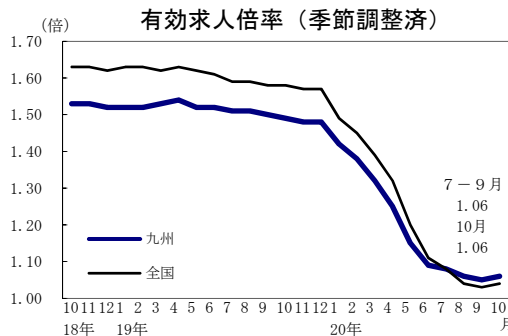
RDEI (消費) と自動車新規登録・届出台数の推移



## 3. 雇用情勢

雇用情勢は感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる。

有効求人倍率は低下している。完全失業率は前期を下回っている。



(備考) 内閣府にて季節調整。

(13) 景気ウォッチャー調査（令和2年10月調査）景気判断理由の概要

11. 九州

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由
	現状	家計 動向 関連	□
○			・3か月前には開催できなかった物産催事や外商催事も開催できるようになり、好調に推移している。地域共通クーポンも土産物を中心に売上を下支えしている。大ヒット映画による集客増もあり、売上は3か月前よりも回復している（百貨店）。
▲			・政府による旅行観光業界や飲食業界への後押し政策により、単籠り需要も落ち着きつつある。家電業界は端境期に当たることから、すっかり景気が落ち着いてきている（家電量販店）。
企業 動向 関連		○	・4～6月が底になり、7～9月はやや持ち直したが、上期は雇用調整助成金で何とかしのいだ。10～12月はまだ前年よりは減少しているが、自動車関連の持ち直し機運により、やや良くなってくると見込んでいる（電気機械器具製造業）。
		□	・近隣の工場では、まだ本来の製品ではなく、防護服を生産しており、現況は助かっていると考えられるが、先々の心配は拭えない（繊維工業）。
		▲	・投資は継続して延期になり、客の売上も前年に比べ軒並み悪い状態である（その他サービス業 [物品リース]）。
雇用 関連		□	・10月の新規求人数が、前年比を下回っていることには変わらないが、下げ幅が徐々に小さくなっている（職業安定所）。
		○	・Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーン等の消費促進策もあり、観光業や飲食業等では客足が戻りつつある。ソーシャルディスタンスの確保で間引いていることもあるかもしれないが、週末に郊外では、満席の飲食店もある（新聞社 [求人広告]）。
その他の特徴 コメント			◎：Go To Travelキャンペーンの効果もあり、宿泊客は格段に増えている。しかし、このキャンペーン終了後の先行きが心配である（観光旅館組合）。 ▲：新型コロナウイルスに起因する通信サービスの需要が、減少している（通信会社）。
先行き		分野	判断
	家計 動向 関連	□	・新型コロナウイルスの影響に売上が左右される状況であるが、Go Toキャンペーンが延長になるかもしれない。延長になれば忙しい状態が続くが、新型コロナウイルス禍が収束しないままGo Toキャンペーンが終了すれば、売上は激減するため、全く先がみえず危惧している（観光型ホテル）。
		○	・Go Toキャンペーンの効果で人の動きが出ており、景気回復を期待している（商店街）。
	企業 動向 関連	□	・12～1月は、忘年会や新年会で大いに期待したいところであるが、今回の年末年始は例年と違い期待できない。外食に変わる売上を検討すべく、インターネット販売やダイレクトメール販売で積極的に進めているところである。1日も早く新型コロナウイルスが終息して、従来の生活に戻ることを望んでいる（農林水産業）。
		○	・新型コロナウイルスの問題がかなり大きく、先行き不透明で見通しが立たない。しかし、この調子で回復基調になれば、Go Toキャンペーン等の効果もあり、様々な業種でプラスに動いていくのではないかと希望を持っている（経営コンサルタント）。
	雇用 関連	□	・年末年始の休みがあり、求職者の動きも停滞するため、余り変わりがない。企業側の動きとして、派遣採用する企業も増えつつあるものの、トータルでは、業界全体でしばらくこの状況が継続する（人材派遣会社）。
その他の特徴 コメント		○：上期での新型コロナウイルスや災害等による稼働停止のばん回生産が、当初計画に対して直近内示数に上乘せ反映されている（輸送用機械器具製造業）。 ×：冬になるため、感染拡大を不安に感じている人が多い（衣料品専門店）。	

(D I) 現状・先行き判断D I（九州）の推移（季節調整値）

