

# 第 86 回九州の経営動向調査

1. 調査要領
2. 要約
3. 景況動向
4. 設備投資動向
5. 雇用動向(採用状況)
6. 経営上の問題点
7. 経営に関する調査結果

付表：当行調査と他機関との比較推移表

当調査は情報提供を目的として作成されたものであり、その正確性・确实性を保証するものではありません。

平成 25 年 4 月 23 日

**西日本シティ銀行**  
**N C B リサーチ & コンサルティング**

# 九州の経営動向調査

## 1. 調査要領

(1) 調査対象 当行の主要取引先 737 社（今回の回答社数 341 社 回答率 46.3%）

地域別回答企業（単位：社）

福岡県	274	80.4%
福岡市及び近郊	151	44.3%
北九州市及び近郊	76	22.3%
筑後地区	33	9.7%
筑豊地区	14	4.1%
福岡県外九州各県	67	19.6%
熊本県	9	2.6%
大分県	16	4.7%
宮崎県	21	6.2%
佐賀県	9	2.6%
長崎県	7	2.0%
鹿児島県	5	1.5%
合計	341	100.0%

業種別回答企業（単位：社）

製造業	89	26.2%
食料品	20	5.9%
家具	5	1.5%
窯業・土石	12	3.5%
金属・機械器具	35	10.3%
その他製造	17	5.0%
非製造業	252	73.8%
建設	55	16.1%
卸小売	112	32.7%
食料飲料	26	7.6%
機械器具	9	2.6%
建材	24	7.0%
総合スーパー	8	2.3%
その他	45	13.2%
不動産	18	5.3%
運輸通信	16	4.7%
サービス	51	15.0%
全産業	341	100.0%

規模別（資本金別）回答企業（単位：社）

大企業（10億円以上）	11	3.2%
中堅企業（1億円以上10億円未満）	51	15.0%
中小企業（1億円未満）	279	81.8%
合計	341	100.0%

(2) 調査方法 アンケート方式

(3) 調査時期 平成 25 年 3 月 1 日

(4) 調査事項 景況動向  
 企業の景況感（業績総合判断） 売上高 収益（経常利益ベース）  
 資金繰り 商品在庫  
 設備投資動向 雇用動向（採用状況） 経営上の問題点  
 経営に関する調査結果  
 個人消費 業況に影響を与える要因 業況変化への対応策  
 円安の影響

景況動向は、BSI方式で表示

BSIとは、「好転・増加・上昇」（前年同期比）の企業割合から「悪化・減少・下落」の企業割合を差し引いた指標。

## 2 . 要約

### (1) 景況動向

景況感の25年1~3月期実績は、全産業で3.0%と、前回調査に比べ0.4ポイントの悪化となっている。製造業では1.2%と、前回調査に比べ4.8ポイント改善し、非製造業では3.6%と、前回調査に比べ2.2ポイントの悪化となっている。

売上高の25年1~3月期実績は、全産業で1.2%と、前回調査に比べ5.2ポイントの悪化となっている。製造業では2.2%と、前回調査に比べ1.0ポイント悪化し、非製造業では2.3%と、前回調査に比べ6.7ポイントの悪化となっている。

収益の25年1~3月期実績は、全産業で5.3%と、前回調査に比べ1.9ポイントの悪化となっている。製造業では6.8%と、前回調査に比べ0.9ポイント悪化し、非製造業では4.8%と、前回調査に比べ2.3ポイントの悪化となっている。

資金繰りの25年1~3月期実績は、全産業で2.6%と、前回調査に比べ2.0ポイントの改善となっている。製造業では8.0%と、前回調査に比べ11.5ポイント改善し、非製造業では0.8%と、前回調査に比べ1.3ポイントの悪化となっている。

商品在庫の25年1~3月期実績は、全産業で3.8%と、前回調査に比べ「過大」超幅が0.4ポイント拡大している。製造業では3.4%と、前回調査に比べ「過大」超幅が2.6ポイント縮小し、非製造業では4.0%と、前回調査に比べ「過大」超幅が1.6ポイントの拡大となっている。

### (2) 設備投資動向

平成24年度の設備投資見通しは、全産業で前年度比2.0%の減少となっている。業種別にみると、製造業では、前年度比24.8%の減少となり、非製造業では、前年度比+9.9%の増加となっている。

設備投資の内容については、製造業では機械装置の占める割合が高く、非製造業では建物の占める割合が高くなっている。

設備投資の目的については、製造業では機械更新の占める割合が高く、非製造業では能力拡大の占める割合が高くなっている。

### (3) 雇用動向(採用状況)

平成24年度の採用実績は、全産業で前年度比5.7%の減少となっている。業種別にみると、製造業では、前年度比+1.5%の増加となり、非製造業では、前年度比6.9%の減少となっている。

平成24年度の採用の内訳を見ると、新卒者、中途採用が前年度比増加、パートが前年度比減少、全体では、前年度比減少となっている。

### (4) 経営上の問題点

「他企業との競争激化」を挙げる企業が最も多く、次いで「売上不振」となっている。

## (5) 個人消費の動向

『現在の個人消費』について、今回調査では、全産業で「良い」と回答した企業が13%であるのに対し、「悪い」と回答した企業は37%となっている。これを前回調査との比較でみると、「良い」が4%から9ポイント増加し、「悪い」が60%から23ポイント減少しており、『現在の個人消費』は前回調査時点より改善している。

『先行き3か月後の個人消費』について、今回調査では、全産業で「好転」と回答した企業が47%であるのに対し、「悪化」と回答した企業は9%となっている。これを前回調査との比較でみると、「好転」するが12%から35ポイント増加し、「悪化」するが32%から23ポイント減少しており、『先行き3か月後の個人消費』は前回調査時点より改善している。

## (6) 業況に影響を与える要因

業況に好影響を与える要因については、全産業、非製造業では、「個人消費の回復」を挙げる企業が最も多く、次いで「販売価格の上昇」となっている。製造業では、「販売価格の上昇」「原材料・燃料価格の低下」を挙げる企業が最も多く、次いで「個人消費の回復」となっている。

業況に悪影響を与える要因については、全産業、製造業では、「原材料・燃料価格の上昇」を挙げる企業が最も多く、次いで全産業では「個人消費の悪化・低迷」、製造業では、「販売価格の低下」となっている。非製造業では、「個人消費の悪化・低迷」を挙げる企業が最も多く、次いで「原材料・燃料価格の上昇」となっている。

## (7) 業況変化への対応策

外部環境の変化等への対応策については、全産業、製造業、非製造業ともに、「新規先開拓・営業力の強化」を挙げる企業が最も多くなっている。次いで全産業、非製造業では、「人件費等の固定費削減」、製造業では、「原材料費・外注費の削減」となっている。

関心がある新規事業分野については、全産業、製造業、非製造業ともに、「環境関連事業」を挙げる企業が最も多く、次いで全産業、製造業、非製造業ともに、「健康関連事業」となっている。

新規事業の取得方法や拡大策については、全産業、非製造業では、「自社での事業部門の立上げ」を挙げる企業が最も多く、次いで「他社との業務提携・共同開発」となっている。製造業では、「他社との業務提携・共同開発」を挙げる企業が最も多く、次いで「自社での事業部門の立上げ」となっている。

## (8) 円安の影響

円安による業績への影響に対し、円安により、「好影響がある」と回答した企業は、全産業では16%、製造業では24%、非製造業では13%となっている。「悪影響がある」と回答した企業は、全産業では37%、製造業では41%、非製造業では35%となっている。

円安による業績への好影響は、全産業、製造業では、「取引先からの受注増加」を挙げる企業が最も多く、次いで「売上高の増加」となっている。非製造業では、「売上高の増加」を挙げる企業が最も多く、次いで「取引先からの受注増加」となっている。

円安による業績への悪影響は、全産業、製造業、非製造業ともに、「原材料や仕入価格の上昇」を挙げる企業が最も多く、次いで「取引先の業績悪化」となっている。

円安への対応策については、全産業、製造業は、「経営努力によるコストダウン」を挙げる企業が最も多く、非製造業は、「製品価格への転嫁」を挙げる企業が最も多くなっている。

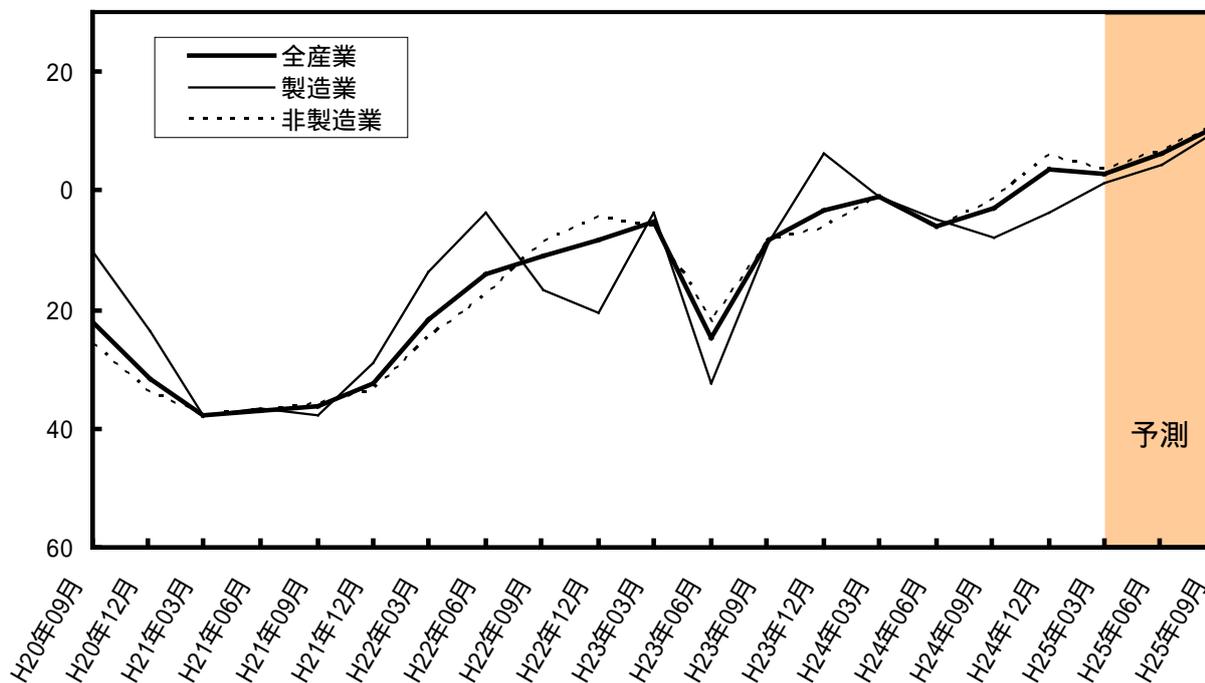
### 3 . 景況動向

#### (1) 企業の景況感(業績総合判断) B S I (「好転」 - 「悪化」)

(単位：%)

業種	24/10～12	25/1～3		25/4～6		25/7～9
	実績	実績	前回予測	見通し	前回予測	見通し
製造業	3.6	1.2	4.8	4.5	5.9	10.2
非製造業	5.8	3.6	0.4	6.8	0.8	11.2
全産業	3.4	3.0	1.5	6.2	2.1	10.9

企業の景況感 実績と見通し



#### 景況感の全産業の実績と見通し

景況感の25年1～3月期実績は、全産業で3.0%と、前回調査に比べ0.4ポイントの悪化となっている。

先行き25年4～6月期については、「好転」超幅が拡大し、25年7～9月期については、さらに「好転」超幅が拡大する見通しとなっている。

前回予測と比較すると、全産業の25年1～3月期実績は、4.5ポイントの改善となり、先行き25年4～6月期については、8.3ポイントの改善となっている。

#### 25年1～3月期の業種別実績

製造業では、「窯業・土石」、「その他製造」で改善、「食料品」、「金属・機械器具」で悪化し、全体では1.2%と、前回調査に比べ4.8ポイントの改善となっている。

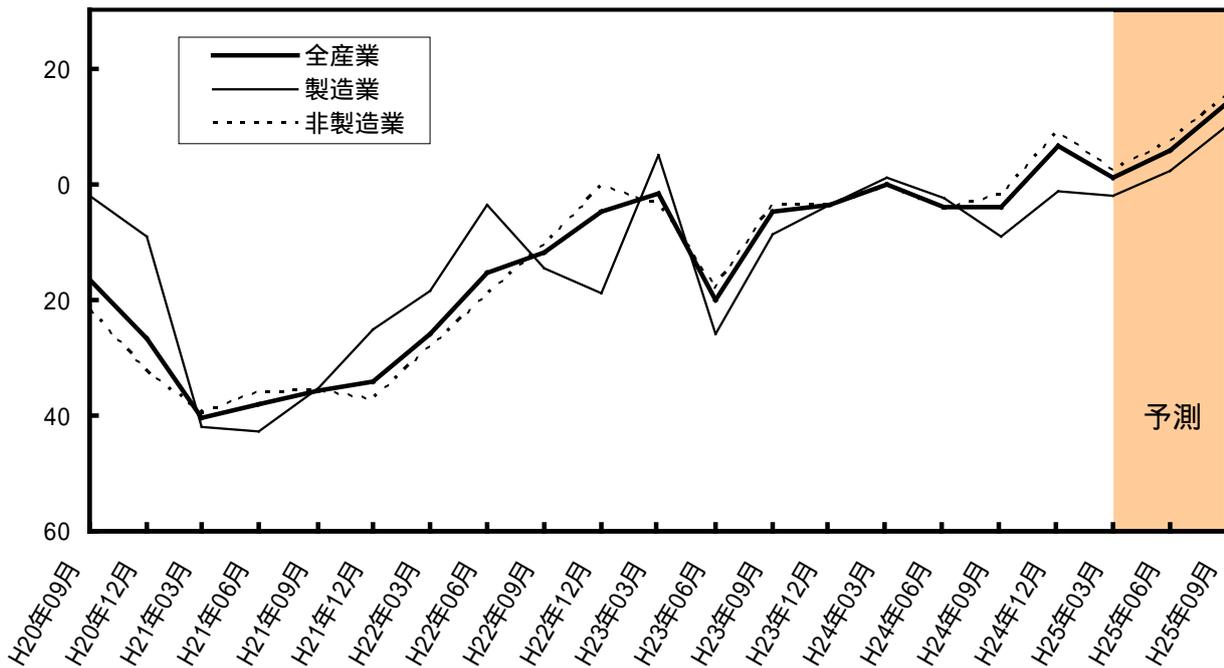
非製造業では、「卸小売」、「不動産」、「運輸通信」で改善、「建設」、「サービス」で悪化し、全体では3.6%と、前回調査に比べ2.2ポイントの悪化となっている。

(2) 売上高BSI(「増加」-「減少」)

(単位：%)

業種	24/10~12	25/1~3		25/4~6		25/7~9
	実績	実績	前回予測	見通し	前回予測	見通し
製造業	1.2	2.2	8.4	2.3	10.7	10.2
非製造業	9.0	2.3	5.8	7.2	0.9	15.1
全産業	6.4	1.2	2.2	5.9	2.1	13.9

売上高 実績と見通し



売上高の全産業の実績と見通し

売上高の25年1~3月期実績は、全産業で1.2%と、前回調査に比べ5.2ポイントの悪化となっている。

先行き25年4~6月期については、「増加」超幅が拡大し、25年7~9月期については、さらに「増加」超幅が拡大する見通しとなっている。

前回予測と比較すると、全産業の25年1~3月期実績は、1.0ポイントの悪化となり、先行き25年4~6月期については、8.0ポイントの改善となっている。

25年1~3月期の業種別実績

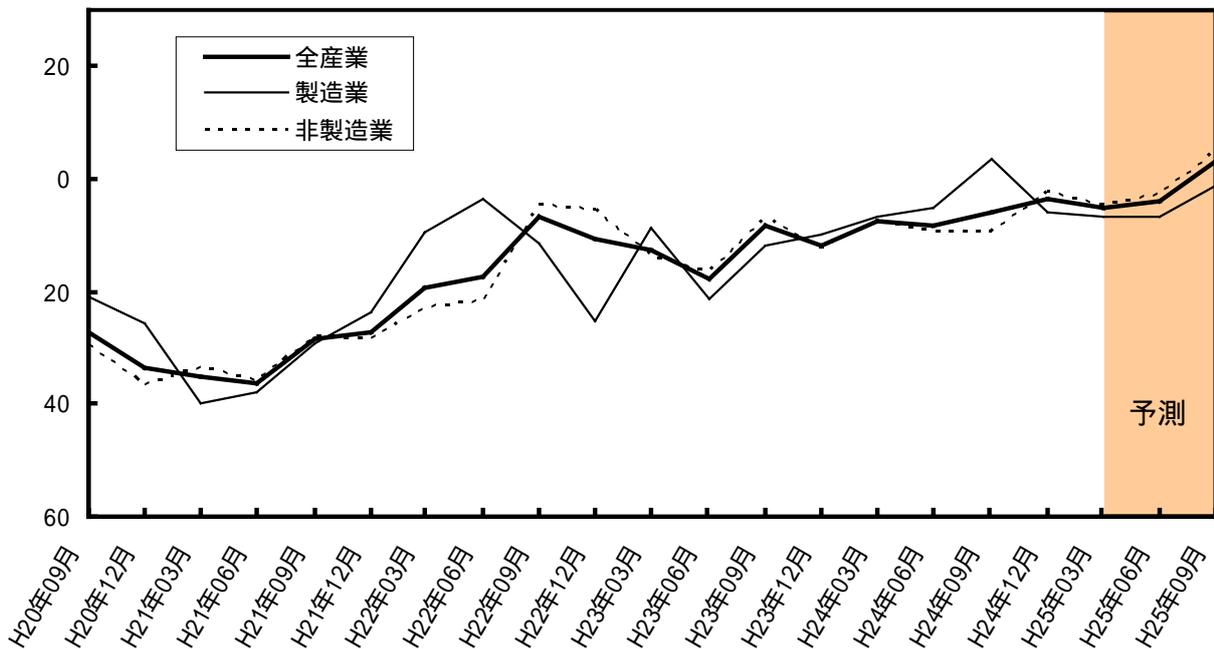
製造業では、「窯業・土石」、「その他製造」で改善、「金属・機械器具」で横這い、「食品」で悪化し、全体では2.2%と、前回調査に比べ1.0ポイントの悪化となっている。非製造業では、「運輸通信」、「サービス」で改善、「建設」、「卸小売」、「不動産」で悪化し、全体では2.3%と、前回調査に比べ6.7ポイントの悪化となっている。

(3) 収益(経常利益ベース) B S I (「増加」 - 「減少」)

(単位：%)

業種	24/10~12	25/1~3		25/4~6		25/7~9
	実績	実績	前回予測	見通し	前回予測	見通し
製造業	5.9	6.8	11.9	6.8	7.1	1.1
非製造業	2.5	4.8	2.9	2.8	5.3	4.8
全産業	3.4	5.3	5.1	3.9	5.8	3.3

収益 実績と見通し



収益の全産業の実績と見通し

収益の25年1~3月期実績は、全産業で5.3%と、前回調査に比べ1.9ポイントの悪化となっている。

先行き25年4~6月期については、「減少」超幅が縮小し、25年7~9月期については、「増加」超に転じる見通しとなっている。

前回予測と比較すると、全産業の25年1~3月期実績は、0.2ポイントの悪化となり、先行き25年4~6月期については、1.9ポイントの改善となっている。

25年1~3月期の業種別実績

製造業では、「窯業・土石」、「その他製造」が改善、「食料品」、「金属・機械器具」が悪化し、全体では6.8%と、前回調査に比べ0.9ポイントの悪化となっている。

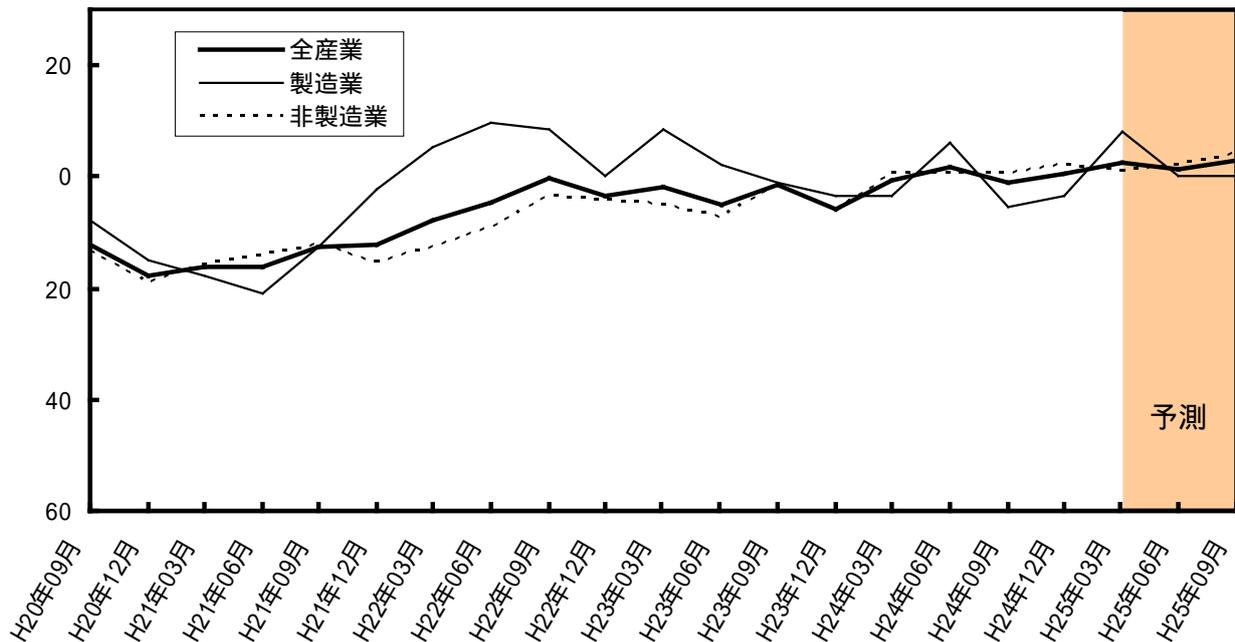
非製造業では、「運輸通信」が改善、「建設」、「卸小売」、「不動産」、「サービス」が悪化し、全体では4.8%と、前回調査に比べ2.3ポイントの悪化となっている。

(4) 資金繰り B S I (「好転」 - 「悪化」)

(単位：%)

業種	24/10~12	25/1~3		25/4~6		25/7~9
	実績	実績	前回予測	見通し	前回予測	見通し
製造業	3.5	8.0	2.4	0.0	3.6	0.0
非製造業	2.1	0.8	0.5	2.0	1.7	4.0
全産業	0.6	2.6	0.3	1.5	2.1	2.9

資金繰り 実績と見通し



資金繰りの全産業の実績と見通し

資金繰りの25年1~3月期実績は、全産業で2.6%と、前回調査に比べ2.0ポイントの改善となっている。

先行き25年4~6期については、「好転」超幅が縮小し、25年7~9月期については、「好転」超幅が拡大する見通しとなっている。

前回予測と比較すると、全産業の25年1~3月期実績は、2.9ポイントの改善となり、先行き25年4~6月期については、3.6ポイントの改善となっている。

25年1~3月期の業種別実績

製造業では、「窯業・土石」、「金属・機械器具」、「その他製造」で改善、「食料品」で悪化し、全体では8.0%と、前回調査に比べ11.5ポイントの改善となっている。

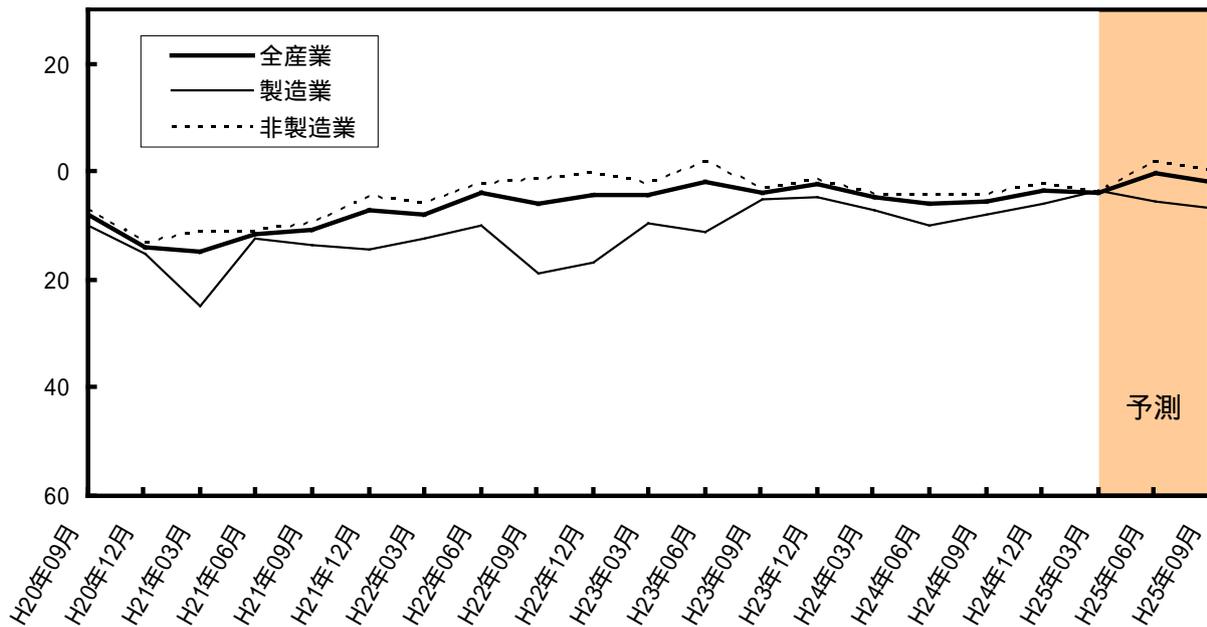
非製造業では、「卸小売」、「不動産」、「サービス」が改善、「建設」、「運輸通信」が悪化し、全体では0.8%と、前回調査に比べ1.3ポイントの悪化となっている。

(5) 商品在庫 B S I (「不足」 - 「過大」)

(単位：%)

業種	24/10~12	25/1~3		25/4~6		25/7~9
	実績	実績	前回予測	見通し	前回予測	見通し
製造業	6.0	3.4	2.4	5.7	3.6	6.8
非製造業	2.4	4.0	0.8	1.6	0.9	0.0
全産業	3.4	3.8	0.0	0.3	0.3	1.8

商品在庫 実績と見通し



商品在庫の全産業の実績と見通し

商品在庫の25年1~3月期実績は、全産業で3.8と、前回調査に比べ「過大」超幅が0.4ポイントの拡大となっている。

先行き25年4~6月期については、「過大」超幅が縮小し、25年7~9月期については、「過大」超幅が拡大する見通しとなっている。

前回予測と比較すると、全産業の25年1~3月期実績は、「過大」超幅が3.8ポイントの拡大となり、先行き25年4~6月期については、「過大」超幅が横這いとなっている。

25年1~3月期の業種別実績

製造業では、「食料品」で「過大」超幅が拡大し、「窯業・土石」で「過大」超から「均衡」へ、「金属・機械器具」で「不足」超幅が拡大し、「その他製造」で「均衡」から「過大」超へ、全体では3.4%と、前回調査に比べ「過大」超幅が2.6ポイントの縮小となっている。

非製造業では、「建設」で「不足」超幅が縮小し、「不動産」で「不足」超幅が拡大し、「運輸通信」は「均衡」から「過大」超へ、「サービス」は「均衡」から「不足」超へ、「卸小売」は「過大」超幅が拡大し、全体では4.0%と、前回調査に比べ「過大」超幅が1.6ポイントの拡大となっている。

## 4. 設備投資動向

### (1) 設備投資額

【参考】

(単位：百万円)

(前年同時期)

	23年度 実績	24年度 見通し	23年度比	25年度		24年度計画 (23年度比)
				計画	24年度比	
製造業	12,194	9,171	24.8%	5,886	35.8%	47.3%
食料品	2,559	2,293	10.4%	1,508	34.2%	44.2%
(家具)	14	29	+107.1%	12	58.6%	71.4%
窯業・土石	667	802	+20.2%	578	27.9%	66.3%
金属・機械器具	7,208	3,831	46.9%	3,129	18.3%	40.6%
その他製造	1,746	2,216	+26.9%	659	70.3%	62.0%
非製造業	23,407	25,733	+9.9%	20,326	21.0%	13.8%
建設	421	1,480	+251.5%	471	68.2%	38.7%
卸小売	7,929	6,710	15.4%	3,487	48.0%	41.4%
食料飲料	250	736	+194.4%	673	8.6%	39.9%
機械器具	754	167	77.9%	124	25.7%	73.5%
建材	476	626	+31.5%	746	+19.2%	14.5%
(総合スーパー)	2,320	2,970	+28.0%	940	68.4%	4.5%
その他	4,129	2,211	46.5%	1,004	54.6%	60.8%
不動産	1,925	1,801	6.4%	4,725	+162.4%	+38.1%
運輸通信	2,391	4,624	+93.4%	2,567	44.5%	+78.6%
サービス	10,741	11,118	+3.5%	9,076	18.4%	22.1%
全産業	35,601	34,904	2.0%	26,212	24.9%	24.6%

平成24年度の設備投資見通しは、全産業で前年度比2.0%の減少となっている。業種別にみると、製造業では、前年度比24.8%の減少となり、非製造業では、前年度比+9.9%の増加となっている。

平成25年度の設備投資計画は、全産業で前年度比24.9%の減少となっている。業種別にみると、製造業では、前年度比35.8%の減少となり、非製造業では、前年度比21.0%の減少となっている。

### (2) 設備投資の内容、目的

(単位：%)

	設備投資の内容						設備投資の目的						
	土地	建物	機械装置	車両等	その他	合計	能力拡大	省力化	機械更新	新規事業	研究開発	その他	合計
製造業	6.2	23.0	60.5	6.0	4.3	100.0	20.7	7.9	36.7	21.9	1.0	11.9	100.0
食料品	14.2	22.4	58.0	3.1	2.4	100.0	34.8	1.1	21.7	35.5	0.4	6.5	100.0
(家具)	0.0	31.0	34.5	34.5	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
窯業・土石	1.7	9.9	46.6	35.8	6.0	100.0	33.9	2.6	18.7	34.9	0.4	9.5	100.0
金属・機械器具	5.7	31.6	56.1	3.9	2.7	100.0	15.9	1.5	45.9	22.8	0.3	13.5	100.0
その他製造業	0.4	13.7	76.1	1.4	8.4	100.0	9.8	27.8	41.8	1.9	3.1	15.5	100.0
非製造業	4.3	35.8	25.6	17.3	17.1	100.0	46.0	1.2	39.4	8.4	0.9	4.2	100.0
建設業	23.1	30.8	34.4	8.0	3.7	100.0	44.6	0.9	15.9	28.3	0.1	10.3	100.0
卸小売業	5.8	43.7	24.6	5.0	20.9	100.0	36.6	3.5	31.8	16.9	0.1	11.1	100.0
食料飲料卸	28.9	33.5	25.2	11.8	0.7	100.0	17.7	14.5	21.6	44.3	1.1	0.8	100.0
機械器具卸	0.0	3.6	68.9	15.6	12.0	100.0	0.0	0.6	99.4	0.0	0.0	100.0	
建材卸	9.4	5.1	42.6	27.4	15.5	100.0	19.3	0.5	63.5	0.0	0.0	16.7	100.0
(総合スーパー)	0.0	73.8	6.0	0.0	20.2	100.0	67.3	3.6	7.3	1.6	0.0	20.2	100.0
その他	5.3	20.6	41.0	2.2	30.8	100.0	9.4	0.8	54.0	34.4	0.0	1.4	100.0
不動産業	14.3	59.8	22.2	0.4	3.3	100.0	56.0	1.5	24.7	11.1	0.0	6.7	100.0
運輸通信業	0.0	56.4	18.6	22.1	2.9	100.0	61.8	0.3	29.5	7.6	0.0	0.9	100.0
サービス業	0.9	19.1	28.5	26.7	24.7	100.0	43.8	0.1	53.6	0.5	1.9	0.2	100.0
全産業	4.8	32.4	34.8	14.3	13.7	100.0	39.4	2.9	38.7	11.9	0.9	6.2	100.0

設備投資の内容については、製造業では機械装置の占める割合が高く、非製造業では建物の占める割合が高くなっている。

設備投資の目的については、製造業では機械更新の占める割合が高く、非製造業では能力拡大の占める割合が高くなっている。

## 5 . 雇用動向 (採用状況)

### (1) 採用状況

【参考】

(単位:人)

(前年同時期)

	23年度 実績	24年度 実績	23年度比	25年度		24年度計画 (23年度比)
				計 画	24年度比	
製 造 業	546	554	+1.5%	386	30.3%	30.6%
食 料 品	184	194	+5.4%	145	25.3%	27.5%
( 家 具 )	8	38	+375.0%	31	18.4%	0.0%
窯 業 ・ 土 石	18	37	+105.6%	14	62.2%	27.3%
金 属 ・ 機 械 器 具	285	229	19.6%	147	35.8%	34.2%
そ の 他 製 造	51	56	+9.8%	49	12.5%	35.0%
非 製 造 業	3,479	3,240	6.9%	3,120	3.7%	20.1%
建 設	153	170	+11.1%	122	28.2%	32.4%
卸 小 売	1,207	1,016	15.8%	1,035	+1.9%	22.3%
食 料 ・ 飲 料	182	181	0.5%	112	38.1%	39.6%
機 械 器 具	21	34	+61.9%	26	23.5%	10.6%
建 材	55	50	9.1%	44	12.0%	37.3%
( 総 合 ス ー パ ー )	579	448	22.6%	603	+34.6%	+2.1%
そ の 他	370	303	18.1%	250	17.5%	47.6%
不 動 産	53	53	0.0%	42	20.8%	21.4%
運 輸 通 信	429	471	+9.8%	378	19.7%	38.9%
サ ー ビ ス	1,637	1,530	6.5%	1,543	+0.8%	+0.3%
全 産 業	4,025	3,794	5.7%	3,506	7.6%	22.4%

平成 24 年度の採用実績は、全産業で前年度比 5.7%の減少となっている。業種別にみると、製造業では、前年度比+1.5%の増加となり、非製造業では、前年度比 6.9%の減少となっている。

平成 25 年度の採用計画は、全産業で前年度比 7.6%の減少となっている。業種別にみると、製造業では、前年度比 30.3%の減少となり、非製造業では、前年度比 3.7%の減少となっている。

### (2) 採用の内訳

【参考】

(前年同時期)

	23年度実績 (22年度比)	24年度実績 (23年度比)	25年度計画 (24年度比)	24年度計画 (23年度比)
全 体	+20.5 %	5.7 %	7.6 %	22.4 %
新 卒 者	+11.3 %	+2.5 %	+7.7 %	1.1 %
中 途 採 用	+3.6 %	+2.6 %	32.2 %	32.5 %
パ ー ト	+52.0 %	13.1 %	+1.5 %	25.7 %

平成 24 年度の採用の内訳を見ると、新卒者、中途採用が前年度比増加、パートが前年度比減少となっている。

## 6 . 経営上の問題点

当面の経営上の問題点(複数回答)

(単位：%)

	23/12	24/03	24/06	24/09	24/12	25/03
他企業との競争激化	65	64	66	63	62	59
売上不振	56	51	55	51	48	45
原材料値上り	26	27	28	26	23	35
従業員対策	23	24	23	28	28	25
人件費上昇	17	16	15	15	19	19
製品価格低下	23	25	22	25	23	18
為替相場				4	6	7
資金繰り悪化	6	7	4	8	7	7
設備能力不足	4	6	7	4	4	4
金利負担増	4	4	2	3	5	4
海外企業との競争激化	3	3	3	3	2	4
商品在庫過剰	3	5	3	4	3	3
その他	3	2	3	4	4	3
技術水準おくれ	1	2	1	2	2	2

注：丸付き数字は順位を示す。

### 経営上の問題点

- ・ 「他企業との競争激化」を挙げる企業が最も多く、次いで「売上不振」となっている。

### 問題点ごとの傾向

- ・ 問題点の1位の「他企業との競争激化」、2位の「売上不振」は7期連続であり、3位は3期ぶりに「原材料値上り」となった。

### 問題点ごとの比率が高い業種

- ・ 「他企業との競争激化」では、「建設」、「サービス」で比率が高くなっている。
- ・ 「売上不振」では、「金属・機械器具」、「建設」で比率が高くなっている。
- ・ 「原材料値上り」では、「食料品製造」で比率が高くなっている。
- ・ 「従業員対策」では、「サービス」、「建設」で比率が高くなっている。
- ・ 「製品価格低下」では、「食料品製造」で比率が高くなっている。
- ・ 「人件費上昇」では、「サービス」で比率が高くなっている。
- ・ 「資金繰り悪化」では、「金属・機械器具」で比率が高くなっている。
- ・ 「為替相場」では、「食料品製造」で比率が高くなっている。
- ・ 「金利負担増」では、「不動産」で比率が高くなっている。
- ・ 「設備能力不足」では、「その他製造」で比率が高くなっている。
- ・ 「商品在庫過剰」では、「その他製造」で比率が高くなっている。
- ・ 「海外企業との競争激化」では、「金属・機械器具」で比率が高くなっている。
- ・ 「技術水準おくれ」では、「窯業・土石」で比率が高くなっている。

## 7. 経営に関する調査結果

### (1) 個人消費

#### 現在の個人消費

	現在の個人消費はどうか								
	前回(24年12月)			今回(25年3月)			前回比(ポイント)		
	「良い」	「どちらとも言えない」	「悪い」	「良い」	「どちらとも言えない」	「悪い」	「良い」	「どちらとも言えない」	「悪い」
製造業	5%	30%	65%	10%	48%	42%	+5	+18	23
非製造業	3%	38%	59%	14%	51%	35%	+11	+13	24
全産業	4%	36%	60%	13%	50%	37%	+9	+14	23

- 『現在の個人消費』について、今回調査では、全産業で「良い」と回答した企業が13%であるのに対し、「悪い」と回答した企業は37%となっている。これを前回調査との比較でみると、「良い」が4%から9ポイント増加し、「悪い」が60%から23ポイント減少しており、『現在の個人消費』は前回調査時点より改善している。

#### 先行き3か月後の個人消費

	先行き3か月後は 現在と比べてどうなるか								
	前回(24年12月)			今回(25年3月)			前回比(ポイント)		
	「好転」	「変わらず」	「悪化」	「好転」	「変わらず」	「悪化」	「好転」	「変わらず」	「悪化」
製造業	7%	55%	38%	35%	48%	17%	+28	7	21
非製造業	13%	57%	30%	52%	42%	6%	+39	15	24
全産業	12%	56%	32%	47%	44%	9%	+35	12	23

- 『先行き3か月後の個人消費』について、今回調査では、全産業で「好転」と回答した企業が47%であるのに対し、「悪化」と回答した企業は9%となっている。これを前回調査との比較でみると、「好転」するが12%から35ポイント増加し、「悪化」するが32%から23ポイント減少しており、『先行き3か月後の個人消費』は前回調査時点より改善している。

## (2) 業況に影響を与える要因

### 業況に好影響を与える要因

- ・全産業、非製造業では、「個人消費の回復」を挙げる企業が最も多く、次いで「販売価格の上昇」となっている。製造業では、「販売価格の上昇」「原材料・燃料価格の低下」を挙げる企業が最も多く、次いで「個人消費の回復」となっている。

(複数回答)

	回答数	個人消費の回復	販売価格の上昇	原材料・燃料価格の低下	人件費など固定費の減少	資金繰り・資金調達の安定	為替レートの安定	株式・不動産など資産価格の上昇	規制の緩和	消費税の増税	海外需要の増加	その他
製造業	223	44	61	61	22	10	13	1	2	1	5	3
非製造業	595	148	117	105	76	45	23	33	16	15	9	8
全産業	818	192	178	166	98	55	36	34	18	16	14	11

### 業況に悪影響を与える要因

- ・全産業、製造業では、「原材料・燃料価格の上昇」を挙げる企業が最も多く、次いで全産業では「個人消費の悪化・低迷」、製造業では、「販売価格の低下」となっている。非製造業では、「個人消費の悪化・低迷」を挙げる企業が最も多く、次いで「原材料・燃料価格の上昇」となっている。

(複数回答)

	回答数	原材料・燃料価格の上昇	個人消費の悪化・低迷	販売価格の低下	人件費など固定費の増加	消費税の増税	資金繰り・資金調達の悪化	為替レートの不安定	株式・不動産など資産価格の下落	規制の強化	海外需要の低迷	その他
製造業	237	66	42	59	23	15	15	11	0	0	3	3
非製造業	621	125	140	113	81	51	39	26	19	15	7	5
全産業	858	191	182	172	104	66	54	37	19	15	10	8

## (3) 業況変化への対応策

### 外部環境の変化等への対応策

- ・全産業、製造業、非製造業ともに、「新規先開拓・営業力の強化」を挙げる企業が最も多くなっている。次いで全産業、非製造業では、「人件費等の固定費削減」、製造業では、「原材料費・外注費の削減」となっている。

(複数回答)

	回答数	新規先開拓・営業力の強化	人件費等の固定費削減	新規事業への転換・拡大	原材料費・外注費の削減	売掛金・在庫の削減	借入返済負担の軽減	海外への事業展開	設備資金の取り止め・先送り	特に対応なし	その他	減産・事業縮小
製造業	192	51	23	24	29	21	15	15	9	3	1	1
非製造業	497	140	76	70	54	50	48	13	19	18	5	4
全産業	689	191	99	94	83	71	63	28	28	21	6	5

### 関心がある新規事業分野

- ・全産業、製造業、非製造業ともに、「環境関連事業」を挙げる企業が最も多く、次いで全産業、製造業、非製造業ともに、「健康関連事業」となっている。

(複数回答)

	回答数	環境関連事業	健康関連 (介護・福祉) 事業	不動産 賃貸業	その他	農業	外食・ 飲食業	IT関連事業	コンサル タント 業務	教育・人材 育成関連 事業
製 造 業	79	37	14	5	7	8	3	3	2	0
非 製 造 業	227	75	40	34	22	18	14	11	9	4
全 産 業	306	112	54	39	29	26	17	14	11	4

### 新規事業の取得方法や拡大策

- ・全産業、非製造業では、「自社での事業部門の立上げ」を挙げる企業が最も多く、次いで「他社との業務提携・共同開発」となっている。製造業では、「他社との業務提携・共同開発」を挙げる企業が最も多く、次いで「自社での事業部門の立上げ」となっている。

(複数回答)

	回答数	自社での 事業部門 の立上げ	他社との 業務提携・ 共同開発	M&Aによる 取得	他社との 資本提携	産学官連携 ・地域との 連携	その他
製 造 業	78	23	29	6	15	3	2
非 製 造 業	203	90	49	31	17	11	5
全 産 業	281	113	78	37	32	14	7

## (4)円安の影響

### 円安による業績への影響の有無

- ・円安により、「好影響がある」と回答した企業は、全産業では16%、製造業では24%、非製造業では13%となっている。「悪影響がある」と回答した企業は、全産業では37%、製造業では41%、非製造業では35%となっている。

業種	回答 企業数	好影響がある	悪影響がある	影響はない	わからない
製 造 業	87	24%	41%	22%	13%
非 製 造 業	241	13%	35%	36%	16%
全 産 業	328	16%	37%	32%	15%

### 円安による業績への好影響

- ・全産業、製造業では、「取引先からの受注増加」を挙げる企業が最も多く、次いで「売上高の増加」となっている。非製造業では、「売上高の増加」を挙げる企業が最も多く、次いで「取引先からの受注増加」となっている。

	回答数	取引先からの受注増加	売上高の増加	利益率の上昇	外国人観光客の増加	その他
製造業	19	11	7	1	0	0
非製造業	33	11	14	5	0	3
全産業	52	22	21	6	0	3

### 円安による業績への悪影響

- ・全産業、製造業、非製造業ともに、「原材料や仕入価格の上昇」を挙げる企業が最も多く、次いで「取引先の業績悪化」となっている。

	回答数	原材料や仕入価格の上昇	取引先の業績悪化	利益率の低下	個人消費の悪化	その他
製造業	36	34	2	0	0	0
非製造業	90	78	6	1	1	4
全産業	126	112	8	1	1	4

### 海外企業との取引の有無

- ・海外と取引が「ある」と回答した企業は、全産業では 22%、製造業では 44%、非製造業では 14% となっている。

業種	回答企業数	ある	ない
製造業	86	44%	56%
非製造業	237	14%	86%
全産業	323	22%	78%

### 海外企業との事業内容

- ・海外企業との事業内容で、全産業、製造業、非製造業ともに、「輸入」を挙げる企業が最も多く、次いで「輸出」、「海外生産」となっている。

(複数回答)

業種	回答企業数	輸出	輸入	海外生産
製造業	52	35%	46%	19%
非製造業	45	22%	65%	13%
全産業	97	29%	55%	16%

### 円安への対応策

- ・全産業、製造業は、「経営努力によるコストダウン」を挙げる企業が最も多く、非製造業は、「製品価格への転嫁」を挙げる企業が最も多くなっている。

(複数回答)

	回答数	経営努力によるコストダウン	製品価格への転嫁	実施または検討していない	為替予約によるリスクヘッジ	材料等の国内調達	その他
製 造 業	56	19	15	8	8	4	2
非 製 造 業	64	20	23	10	8	2	1
全 産 業	120	39	38	18	16	6	3

(2)- 業況に好影響を与える要因

(複数回答)

	回答数	個人消費の回復	販売価格の上昇	原材料・燃料価格の低下	人件費など固定費の減少	資金繰り・資金調達の安定	為替レートの安定	株式・不動産など資産価格の上昇	規制の緩和	消費税の増税	海外需要の増加	その他
製造業	223	44	61	61	22	10	13	1	2	1	5	3
食料品	56	18	12	15	4	1	5	0	1	0	0	0
(家具)	15	4	4	4	0	1	1	1	0	0	0	0
窯業・土石	28	3	9	10	3	2	0	0	0	0	0	1
金属・機械器具	83	10	25	23	11	3	5	0	0	1	4	1
その他製造	41	9	11	9	4	3	2	0	1	0	1	1
非製造業	595	148	117	105	76	45	23	33	16	15	9	8
建設	140	22	35	34	20	13	1	5	4	5	1	0
卸小売	265	79	53	41	28	16	17	13	4	8	4	2
食料飲料	64	21	17	13	6	2	4	1	0	0	0	0
機械器具	23	6	3	4	1	2	3	0	1	0	2	1
建材	57	13	14	12	4	3	1	5	1	3	0	1
(総合スーパー)	21	7	3	4	5	1	0	0	1	0	0	0
その他	100	32	16	8	12	8	9	7	1	5	2	0
不動産	43	13	5	5	3	5	1	7	1	2	0	1
運輸通信	37	11	7	11	3	1	2	2	0	0	0	0
サービス	110	23	17	14	22	10	2	6	7	0	4	5
全産業	818	192	178	166	98	55	36	34	18	16	14	11

(2)- 業況に悪影響を与える要因

(複数回答)

	回答数	原材料・燃料価格の上昇	個人消費の悪化・低迷	販売価格の低下	人件費など固定費の増加	消費税の増税	資金繰り・資金調達の悪化	為替レートの不安定	株式・不動産など資産価格の下落	規制の強化	海外需要の低迷	その他
製造業	237	66	42	59	23	15	15	11	0	0	3	3
食料品	59	19	18	10	5	3	1	3	0	0	0	0
(家具)	14	4	4	2	1	1	1	1	0	0	0	0
窯業・土石	32	11	2	10	2	1	5	0	0	0	0	1
金属・機械器具	90	22	7	25	13	8	5	6	0	0	3	1
その他製造	42	10	11	12	2	2	3	1	0	0	0	1
非製造業	621	125	140	113	81	51	39	26	19	15	7	5
建設	142	38	20	35	17	9	13	2	4	2	1	1
卸小売	277	50	74	49	33	24	13	20	5	3	4	2
食料飲料	67	12	22	17	6	2	2	5	1	0	0	0
機械器具	25	5	6	5	0	1	2	3	0	1	2	0
建材	57	16	11	9	8	5	3	2	2	1	0	0
(総合スーパー)	21	3	8	4	3	2	0	0	0	1	0	0
その他	107	14	27	14	16	14	6	10	2	0	2	2
不動産	45	6	15	5	3	4	2	1	7	1	0	1
運輸通信	40	13	9	7	5	0	2	2	1	1	0	0
サービス	117	18	22	17	23	14	9	1	2	8	2	1
全産業	858	191	182	172	104	66	54	37	19	15	10	8

(3)- 外部環境の変化等への対応策

(複数回答)

	回答数	新規先開拓・営業力の強化	人件費等の固定費削減	新規事業への転換・拡大	原材料費・外注費の削減	売掛金・在庫の削減	借入返済負担の軽減	海外への事業展開	設備資金の取り止め・先送り	特に対応なし	減産・事業縮小	その他
製 造 業	192	51	23	24	29	21	15	15	9	3	1	1
食 料 品	49	15	6	4	9	6	3	2	1	2	1	0
( 家 具 )	12	2	1	1	1	4	2	1	0	0	0	0
窯 業・土 石	21	4	5	2	4	1	5	0	0	0	0	0
金属・機械器具	73	20	6	10	9	6	5	8	7	1	0	1
そ の 他 製 造	37	10	5	7	6	4	0	4	1	0	0	0
非 製 造 業	497	140	76	70	54	50	48	13	19	18	4	5
建 設	101	26	18	12	21	5	6	0	6	6	1	0
卸 小 売	228	69	35	32	14	37	19	7	5	5	3	2
食料飲料	57	21	8	7	3	14	1	1	0	0	2	0
機械器具	22	7	3	4	2	2	1	3	0	0	0	0
建材	50	14	4	10	4	4	8	1	1	3	0	1
(総合スーパー)	19	3	6	1	1	4	3	0	1	0	0	0
その他	80	24	14	10	4	13	6	2	3	2	1	1
不 動 産	40	11	7	6	6	1	6	0	2	1	0	0
運 輸 通 信	28	10	4	2	4	0	5	1	0	2	0	0
サ ー ビ ス	100	24	12	18	9	7	12	5	6	4	0	3
全 産 業	689	191	99	94	83	71	63	28	28	21	5	6

(3)- 関心がある新規事業分野

(複数回答)

	回答数	環境関連事業	健康関連(介護・福祉)事業	不動産賃貸業	農業	外食・飲食業	IT関連事業	コンサルタント業務	教育・人材育成関連事業	その他
製 造 業	79	37	14	5	8	3	3	2	0	7
食 料 品	18	2	5	2	6	2	0	0	0	1
( 家 具 )	8	3	3	0	0	1	0	0	0	1
窯 業・土 石	8	5	0	0	1	0	0	1	0	1
金属・機械器具	34	24	4	3	1	0	1	1	0	0
そ の 他 製 造	11	3	2	0	0	0	2	0	0	4
非 製 造 業	227	75	40	34	18	14	11	9	4	22
建 設	48	21	8	11	1	1	2	0	0	4
卸 小 売	91	28	13	12	11	9	3	1	2	12
食料飲料	19	2	2	1	3	6	0	1	1	3
機械器具	8	5	1	0	2	0	0	0	0	0
建材	29	13	2	4	3	1	0	0	1	5
(総合スーパー)	4	0	0	1	0	1	2	0	0	0
その他	31	8	8	6	3	1	1	0	0	4
不 動 産	20	5	5	6	0	1	0	1	0	2
運 輸 通 信	10	2	2	1	3	0	0	0	0	2
サ ー ビ ス	58	19	12	4	3	3	6	7	2	2
全 産 業	306	112	54	39	26	17	14	11	4	29

(3)- 新規事業の取得方法や拡大策

(複数回答)

	回答数	自社での 事業部門 の立上げ	他社との 業務提携・ 共同開発	M&Aによる 取得	他社との 資本提携	産学官連携 ・地域との 連携	その他
製 造 業	78	23	29	6	15	3	2
食 料 品	17	6	5	1	5	0	0
( 家 具 )	5	0	3	1	0	1	0
窯 業 ・ 土 石	9	2	5	1	0	0	1
金 属 ・ 機 械 器 具	34	10	12	3	7	1	1
そ の 他 製 造	13	5	4	0	3	1	0
非 製 造 業	203	90	49	31	17	11	5
建 設	44	22	9	6	3	3	1
卸 小 売	83	34	19	16	5	6	3
食料飲料	20	6	6	2	3	2	1
機械器具	8	4	2	1	0	1	0
建材	20	7	3	8	0	1	1
(総合スーパー)	3	0	3	0	0	0	0
その他	32	17	5	5	2	2	1
不 動 産	16	10	3	3	0	0	0
運 輸 通 信	9	5	2	1	1	0	0
サ ー ビ ス	51	19	16	5	8	2	1
全 産 業	281	113	78	37	32	14	7

(4)- 円安による業績への好影響

	回答数	取引先 からの 受注増加	売上高 の増加	利益率 の上昇	外国人 観光客 の増加	その他
製 造 業	19	11	7	1	0	0
食 料 品	0	0	0	0	0	0
( 家 具 )	1	1	0	0	0	0
窯 業 ・ 土 石	1	1	0	0	0	0
金 属 ・ 機 械 器 具	16	9	6	1	0	0
そ の 他 製 造	1	0	1	0	0	0
非 製 造 業	33	11	14	5	0	3
建 設	5	3	2	0	0	0
卸 小 売	19	7	7	3	0	2
食料飲料	2	1	1	0	0	0
機械器具	3	2	1	0	0	0
建材	3	1	1	0	0	1
(総合スーパー)	0	0	0	0	0	0
その他	11	3	4	3	0	1
不 動 産	1	0	1	0	0	0
運 輸 通 信	3	0	1	1	0	1
サ ー ビ ス	5	1	3	1	0	0
全 産 業	52	22	21	6	0	3

(4)- 円安による業績への悪影響

	回答数	原材料や仕入価格の上昇	取引先の業績悪化	利益率の低下	個人消費の悪化	その他
製 造 業	36	34	2	0	0	0
食 料 品	12	12	0	0	0	0
( 家 具 )	3	3	0	0	0	0
窯 業・土 石	6	6	0	0	0	0
金属・機械器具	8	6	2	0	0	0
そ の 他 製 造	7	7	0	0	0	0
非 製 造 業	90	78	6	1	1	4
建 設	21	19	1	0	0	1
卸 小 売	46	43	1	0	0	2
食料飲料	16	16	0	0	0	0
機械器具	2	2	0	0	0	0
建材	13	10	1	0	0	2
(総合スーパー)	1	1	0	0	0	0
その他	14	14	0	0	0	0
不 動 産	5	4	1	0	0	0
運 輸 通 信	8	7	1	0	0	0
サ ー ビ ス	10	5	2	1	1	1
全 産 業	126	112	8	1	1	4

(4)- 円安への対応策

(複数回答)

	回答数	経営努力によるコストダウン	製品価格への転嫁	実施または検討していない	為替予約によるリスクヘッジ	材料等の国内調達	その他
製 造 業	56	19	15	8	8	4	2
食 料 品	14	5	2	0	4	2	1
( 家 具 )	5	2	2	0	0	1	0
窯 業・土 石	1	0	0	1	0	0	0
金属・機械器具	23	7	7	6	2	1	0
そ の 他 製 造	13	5	4	1	2	0	1
非 製 造 業	64	20	23	10	8	2	1
建 設	6	4	0	1	1	0	0
卸 小 売	42	12	19	3	5	2	1
食料飲料	10	2	7	0	1	0	0
機械器具	6	2	4	0	0	0	0
建材	4	1	1	1	1	0	0
(総合スーパー)	0	0	0	0	0	0	0
その他	22	7	7	2	3	2	1
不 動 産	3	2	1	0	0	0	0
運 輸 通 信	5	1	2	1	1	0	0
サ ー ビ ス	8	1	1	5	1	0	0
全 産 業	120	39	38	18	16	6	3

(参考)九州の主要経済指標(消費関係)

出所：九州経済産業局、計数はいずれも対前年同月比

大型小売店販売額

		24年10月	24年11月	24年12月	25年1月
全 店	大型小売店計	1.1	3.5	0.8	0.1
	百貨店	2.4	1.9	1.8	1.3
	スーパー	0.4	4.6	0.1	0.9
既存店	大型小売店計	3.0	0.9	3.3	2.8
	百貨店	2.4	1.9	1.8	1.3
	スーパー	3.3	0.3	4.3	3.6

1月の大型小売店販売額は、前年同月比+0.1の増加(2か月ぶり)となっている。百貨店は同1.3%の減少(2か月連続)、スーパーは同+0.9%の増加(2か月ぶり)となっている。これを既存店でみると、前年同月比 2.8%の減少(2か月連続)となっている。百貨店は同1.3%の減少(2か月連続)、スーパーは同 3.6%の減少(2か月連続)となっている。

新車登録台数

		24年10月	24年11月	24年12月	25年1月
乗用車計		6.1	+1.9	+0.8	4.5
	普通・小型車計	10.7	3.3	1.6	10.1
	軽自動車	+0.8	+9.6	+4.0	+3.1

1月の乗用車新規登録・届出台数は、普通・小型車が前年同月比 10.1%の減少、軽自動車が前年同月比+3.1%の増加となっている。軽自動車が前年を上回るものの、普通・小型車計で前年を下回り、乗用車全体では前年同月比 4.5%の減少(3か月ぶり)となっている。

家電販売額

		24年10月	24年11月	24年12月	25年1月
販売額		16.5	5.2	6.3	7.0

1月の家電販売額は、前年同月比 7.0%(18か月連続)の減少となっている。薄型TV、パソコン等が前年比で減少となった。

勤労者世帯家計調査

		24年10月	24年11月	24年12月	25年1月
消費支出	(実質)	2.4	2.3	0.3	2.4
可処分所得	(実質)	3.3	+6.0	+2.8	+2.8
平均消費性向(季調値、全国)		+1.3	+0.9	+1.2	+3.0

1月の消費支出(二人以上の世帯)は、26万2,773円で、前年同月比 2.4%(実質)と減少、可処分所得(勤労者世帯)は、前年同月比+2.8%(実質)の増加となっている。

# 景況感 B S I 比較推移表

