

11. 九州（地域別調査機関：公益財団法人九州経済調査協会）

（－：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 動向 関連 (九州)	◎	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・営業時短要請が解除されたこともあり、販売量が大幅に上向いている。
	◎	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・周辺の事業所がテレワークから出社型に戻り、来客数が大幅に増加している。飲食店の営業時間規制がなくなり、終業後の人の動きも新型コロナウイルス発生前に戻りつつある。
	◎	衣料品専門店（店員）	それ以外	・新規感染者数の減少が継続しており、新型コロナウイルス発生前の日常に戻りつつある。しかし、新型コロナウイルス発生前までには回復していない。売上については、今月は前年比180%であるのに対し、2019年との比較では90%である。
	◎	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・県民割の延長に加え、自治体の飲食業向けのキャンペーンも実施され活気が出てきている。このまま新型コロナウイルス感染状況が落ち着き、外出控えが解消されることを期待している。
	◎	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	販売量の動き	・まん延防止等重点措置が解除される前との比較であるが、飲食店の売上が戻ってきており、徐々に景気は良くなっている。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・インバウンド客の不在や物価高の不安要素も多いが、国内旅行者数の増加やイベントの回復、夜の繁華街も順調に活気を取り戻している。売上は、新型コロナウイルス発生前に戻っている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・景気は、3月から前年と比較すると継続的に回復傾向である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・行動制限が緩和され、商店街への来街者が増加しているが、消費行動に結び付いていない。物価高や人手不足等の懸念材料を解消する必要がある。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症による規制も緩和され、客の消費行動も活発になっているが、新型コロナウイルス発生前の状態には遠い。固定客へのクーポン付きダイレクトメールの回収率も以前の5割ほどである。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・春夏物の低単価商品が順調に動いているため、販売量が増加し、売上が微増している。
	○	一般小売店〔食料雑貨〕（店員）	販売量の動き	・注文が途絶えていた客先から、注文が入っている。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が縮小傾向にあることから、来客数は改善傾向である。県民割やプレミアム付商品券等の施策により、徐々に個人消費も回復している。外商客を中心に高額品が好調である。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・出張や旅行をしている客が見受けられ、土産需要も増えている。
	○	百貨店（経理担当）	競争相手の様子	・市内大型店4店の6月上見通しは前年比105.3%で、3か月前の前年比94.9%と比較して改善がみられる。婦人服等の売上は依然として苦戦しているが、化粧品や雑貨の売上が伸びている。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・物産催事や商業施設効果で、土日・平日共に来客数は回復傾向にある。猛暑のなか、周辺商店街での観光客や散策で街のにぎわいが戻りつつある。感染症対策での分散催事ではあるが、客の催事への関心も戻り、午前中の駐車場入庫も増えている。店頭でのお中元商戦、ギフト通販も好調に推移し、また、オンライン利用や県下のサテライトショップ、ギフトショップ利用は堅調であるものの、外出自粛は依然継続している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価の伸びが小さくなったものの、依然として前年を上回る状況が続いている。また、比較的天候が良いこともあり、来客数も上回り、売上が増加している。しかし、新型コロナウイルス発生前の水準には達しておらず、経営的には厳しい。ただし、客の購買意欲に明るさを感じられ、希望を持っている。

○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生前の人流に戻りつつあり、事業所のテレワークを除いてイベントや行楽、飲食の動きは活発化している。気温上昇もあり、移動途中のアイスクリームやドリンクの売上増加が顕著である。
○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、また、天候にも恵まれているため、来客数と購入数が増加している。
○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・最近では前年と比べ、内食用より外出用の需要が増加している。
○	コンビニ（店長）	それ以外	・外部環境の変化により人流が減少する懸念はあるが、ライブや野球等イベントの制限が解除され、景気回復を期待している。
○	コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・梅雨明けが早いことも影響しているが、晴天が継続しているため、来客数や売上が若干前年より上昇している。
○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・季節による要因が大きく、エアコンディショナーや冷蔵庫の販売量が増えており、暑さが追い風となっている。
○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・納期の長期化に対応した営業活動ができるようになってきている。
○	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・6月初旬まで春を思わせるような涼しい気候が続いていたため、例年であれば低価格帯の夏物が動く時期でもあったが、比較的単価が高い季節寝具の販売が長く続いた。
○	その他専門店 [コーヒー豆] （経営者）	お客様の様子	・梅雨が明け、来客数も若干多くなっている。また、7～8月はお中元シーズンでもあり、売上が上昇すると予想しており、新規の客も増加している。
○	その他専門店 [ドラッグストア]（企画担当）	来客数の動き	・まだまだ少ないが、都市部の店舗に外国人観光客が来店している。
○	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）	来客数の動き	・3月は、まん延防止等重点措置が解除された反動で、全館の集客は比較的良かった。6月の集客は3月より若干少ない程度である。しかし、売上の前年比は良くなっているが、エネルギー価格や各種物価の上昇が報道されているため、消費者心理は節約の方向に働いている。
○	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] （統括者）	来客数の動き	・来場者数が徐々に回復基調にある。
○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しつつあり、旅行業者の動きはあるが、地元の動きが悪い。インバウンドを期待している。
○	観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数も落ち着いており、県民割等の後押しもあり、高齢者の個人旅行やツアーが増加している。
○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・旅行需要も戻ってきているのが実感できる。
○	競馬場（職員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による規制が緩和され、人出が増加している。
○	美容室（店長）	お客様の様子	・高齢者は、新型コロナウイルスの感染に対して恐怖心を持っているが、感染症対策をしている人も多くなり、徐々に来客数も多くなっている。
○	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）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第6波の感染拡大が減少傾向となり、サービスキャンセルも減少している。
○	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・来客数が、徐々に増加しており、街でも人の動きが多くなっている。そのため、金の動きも出ており、景気も上向きである。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・社会全体で物価上昇になり、高齢者の買い控えが多くなっている。

□	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の火災から3か月が経過したが、募金により火災の後始末ができており、客が徐々に増加すると予想している。
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少していないが、行動制限は緩和され、少しずつではあるが、以前のように来客数が増加している。しかし、連日の物価上昇の報道を心配している客が多く、売上に結び付かない状況は依然として変わらない。
□	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・来客数は減少しているが、客単価は向上している。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響だけではないが、来客数は相変わらず少ない。
□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・徐々に来客数や回遊が増加しているが、新型コロナウイルス発生前の状況には戻っていない。当店では、高額な衣類を多く置いており、まとめ買いのなじみ客は戻ってきているものの、まだまだ購入には結び付かない。
□	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車受注は堅調に推移しているが、メーカーの生産が改善しない。半導体不足やコロナ禍の影響は理解するが、現状は自動車販売店にとって死活問題である。今年度第1四半期の経常利益は赤字を覚悟している。
□	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・今月は来客数や売上が少なく、都市部でのキャンペーンもない。あらゆる部門での値上げが続いており、食料品など必需品以外での買い控えが継続している。
□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・徐々に予約が増加しているが、会社関係で利用する頻度が、まだまだ少ない。しかし、大人数の宴会が若干あり、今までの状況とは変わってきている。
□	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・休前日は家族連れを中心に満館となるが、平日は平常に戻っていない。全国旅行支援が開始され、忙しくなることを期待している。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・徐々に街に人が増えているが、夜のタクシー利用が少ない。
□	タクシー運転手	それ以外	・物価上昇が消費行動に影響を与えるため懸念される。
□	通信会社（統括者）	販売量の動き	・今月の携帯電話販売台数は、前年値及び計画値を共に下回る見込みである。イベント等の効果があり、新規は好調であるが、買換えはやや苦戦している。
□	観光名所（従業員）	来客数の動き	・梅雨に入り、人気アトラクションの運休が多くなり、それを目的とした旅行者の来町取消しが相次いだ。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・天候不良によるキャンセルは増えているものの、予約件数は順調に推移しており、ゴルフ人気はしばらく続く。
□	美容室（経営者）	販売量の動き	・販売では、売行きが変わっておらず、景気回復が緩やかであるため、横ばいが続いている。また、急に暑くなり客の動きも少なく、景気回復対策が必要である。
□	設計事務所（代表）	来客数の動き	・イベントの来店客が少ないため、売上は変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベント来場者数等は、前月から大きな変動はない。
▲	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・この猛暑で、他県の野菜が中心になり、相場が強くなっている。宮崎産のマンゴーが前年より割高となっており、販売しづらい状況である。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・物価の上昇に加え、漁獲量が少ないため、魚の販売価格が高くなり、売行きが悪い。毎日対応に困窮している。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・夏場は気温が高く、花が枯れやすいため、来客数が少なくなっている。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	単価の動き	・梅雨にもかかわらず雨が少なく、暑い日が続いているため、売上が伸びない。人の動きは少なく、生活必需品の価格高騰により商品単価を上げたいが、小売店での値上げは厳しく、できないのが実情である。材料の仕入価格は上がっているが、現状維持で利幅を下げている状況であるため、今月も前年同月と変わらず低い売上である。

	▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・原油価格高騰による物価上昇が深刻化しており、その影響による販売点数減少や来客数減少は、値上げで補うことができない状況である。
	▲	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・外食やレジャーに消費が向いており、スーパーマーケットでは相次ぐ値上げで客足が遠のいている。
	▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・相次ぐ物価上昇に加え、光熱費等も上昇し、買い控えの傾向である。商品単価が上がったことで、販売量が伸びず、売上が減少している。
	▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの危機感が薄れ、社会全体は旅行や外食、催事等がここ2年で活発化しており、それにより内食を担うスーパーマーケットでは販売量が減少している。また、所得が増えず、ウクライナ情勢による食品の値上げで節約志向になり、買い控えが発生している。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・今年の梅雨は、降水量が少なく、気温上昇から飲料水の売上が多くなっている。しかし、原材料の価格高騰で単価が上がったことにより、客の購入点数が減少している。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・商品の供給が難しくなっており、業界全体で厳しい状況である。
	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、エアコンディショナーや冷蔵庫、洗濯機など商品が入荷するのに時間が掛かるという問題が発生しており、動きが悪くなっている。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の販売件数が落ちている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数がまだまだ増加しており、景気が良くならない。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	お客様の様子	・季節要因もあり、今月の売上は伸びているが、それ以上に身の回りの物品が全て値上がりし、大きく景気を圧迫している。
	×	商店街（代表者）	販売量の動き	・4～5月の景気は良くなっていたが、6月は来客数、販売量共に悪い状況である。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・物価高などが影響し、消費者は安い価格の商品を求め、地域商店ではなく量販店へ足を運んでいる。精肉店も客足が減少している。
	×	スーパー（店長）	販売量の動き	・食品全体の動きが鈍化傾向で、特に酒関連の売上減少が顕著である。原因は、新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和で、家飲みから外飲みへの移行が大きく影響していると判断している。
	×	スーパー（統括者）	来客数の動き	・今までは来客数が減少しても、1品単価や買上点数の増加で補うことができていたが、買上点数の減少により、客単価で補うことが容易ではなくなっている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる影響が落ち着きつつあるが、来客数が戻らない。
	×	設計事務所（所長）	単価の動き	・前月に引き続き、材料単価や製品単価が上昇しており、それに対しての収入や対価は上がっていない。
企業動向関連	◎	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染が落ち着き、社会全体が動き始め、小売店や飲食店にはかなりの客が戻っている。
(九州)	○	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年の梅雨は、雨が少ないこともあり、順調に動いており、恐らく計画していた数字を上回りそうである。特に厳しい状況であった外食部門が戻りつつあり、商品によっては欠品になっているものもある。量販店向けの冷凍食品メーカー向けも順調に流れている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置関連の金属加工の受注が依然として好調である。加えて、その他の機械設備の受注が増えつつある。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・取引先からの引き合いは強い。しかし、部品によっては納期や価格等で困惑している。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連の生産が好調である。

○	建設業（社員）	競争相手の様子	・第1四半期を終えて、官公庁の発注予定は発表されたが、発注まで至っていないのが実情である。発注全体の70%が上半期であるにもかかわらず、実情では第1四半期で10%の発注である。地方の建設業者は公共工事に依存している業者が多く、早期の発注と補正を待っている状態である。
○	金融業（従業員）	取引先の様子	・供給面での制約から自動車の生産が抑制されているほか、家電販売が伸び悩んでいる。一方、百貨店やスーパーマーケットの売上は持ち直しており、旅行商品や飲食店の売上も回復している。
○	金融業（営業）	取引先の様子	・3か月前と比べ、経済活動の幅は格段に広がっており、景気は上向きである。
○	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・企業からの研修依頼が増え、教育に金を回す余力が増している。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原料農作物の高騰により入荷量が不足し、受注量を賄えない状況となっている。
□	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・受注は旺盛であるが、売上に結び付かず、受注残だけが增加している。建築設備業界での客の納期延期や工程延期が相次いでいる。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2～3か月前より状態が良くなっているにもかかわらず、具体的な売上の数字が上がらない。新型コロナウイルスによる生産や在庫量の調整、材料の輸入状況で採算を取ることができないなどが要因である。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は好調を維持している。電力の高騰や原材料や部材、消耗品等調達困難なものも多く懸念される。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・引き合いはあるが海外からの原料・資材入荷遅れが続いており、生産量が増えず売上は平行線である。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量は低迷しており、特に食品関係の輸入は低調である。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・例年ゴールデンウィーク後は物量が減るが、今月は物量が前年比で増加しており、コロナ禍による悪影響から景気が回復していることがわかる。相変わらず海外のロックダウンの影響で商品が入荷されず、円安や原油高騰による物価高などから、買い控えや外食控えとなり、一部商品では出荷量が少ないため、在庫が増え回転率が悪くなっている。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・人流の増加に伴い、サービス業の利用者数は増加しているが、まだ回復途上にある。また、製造業では、新型コロナウイルスの影響による材料供給不足が継続している。加えて、上海ロックダウンに起因する供給連鎖の混乱や急激な円安も大きく影響している。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・物価高などの影響で、スーパーマーケットでは客の購入数を抑制する動きが強まっている。一方、新型コロナウイルスの対策として打ち出されている自治体の飲食業向けのキャンペーンや県民割等に対する消費者の反応はまずまずである。また、水着や浴衣など夏物衣料品関連にも復調の兆しが見られる。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いたことで在宅率が下がり、通信販売業種の環境が悪くなっており、新聞広告の出稿が減少している。
□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業の集会で、新しい動きの報告はなく、景気は変わらない。
▲	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・外国人研修生が入国できないため、人手不足で閉鎖や縮小する工場が多い。人件費や資材の価格高騰に中小企業は対応できておらず、求人募集しても応募がない。
▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・イベントが終わり、販売はやや下降気味である。特に燃料であるガスの高騰や10月には原材料である陶土の価格が上がり、加えて、外注加工費も上昇するため、受注関係は落ち込むと予想している。
▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	受注価格や販売価格の動き	・ここ数日で、ほとんどの金属価格相場が大幅減少となり、商品が売れない状況である。

	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の中小企業は、仕入れや原料の価格高騰が顕著に出ており、販売商品やサービスへの転嫁がなかなか進んでいない。新型コロナウイルスの感染が落ち着き、売上の回復はあったものの、利益への反映は、原材料の価格高騰により難しくなっている。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先への訪問で、物価上昇やウクライナ情勢等で売上が落ちている企業が見受けられる。
	▲	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルス発生以来、売上が低迷している。最近ではロシアのウクライナ侵攻や急速な円安もあり、景気に対する先行きへの懸念が強まっているため、同業他社では値上げの動きがあり、当社も値上げに踏み切らざるを得ない。
	▲	その他サービス業 [物品リース]（職員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響は軽微になっているが、急激な円安の影響による物価上昇など引き続き購買力抑制になる可能性がある。
	▲	その他サービス業 [コンサルタント]（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村の調査・計画・設計等の委託業務について、指名競争入札の入札会に参加しているが、建設コンサルタント関係の入札は、予定価格の4～5割台での応札がみられる。これまで建設コンサルタントでは6割台が応札の最低ラインであったが、調査・設計等の業務も価格競争が激しくなっている。このため、景気が悪い状況にある。
	×	—	—	—
雇用関連 (九州)	◎	新聞社 [求人広告]（社員）	周辺企業の様子	・ホテルや旅行業からの新聞広告が復調している。特に、海外旅行の新聞広告は、新型コロナウイルス発生以降止まっていたが、ハワイなどの遠距離も含め、久しぶりの掲載となっている。また、国内旅行でも、県民割等の後押しが実り、補助額を前面に押し出した旅行商品の掲載が目立っている。しかし、九州地区に関東・関西からの誘客を目指した広告には、目立った動きはなく、新型コロナウイルス発生前と比較すると完全復調とはいえないが、今までにない力強さを感じている。
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・通常イベントの引き合いが増えている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人の動きが活発になり、直接雇用の案件等も採用されるなど市場感としては良好である。
	○	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・景気が上向いている実感はないが、求人数は持ち直しの傾向にあり、夏休み需要の程度で今後の景気が決まる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・4年生の内定率が前年より高く、その一番の原因は景気が回復しているためと考えられる。インバウンド関係の業種は厳しい状況であるが、製造業やIT系を中心に求人数が増えている。しかし、文系の就職率は前年と比べ回復傾向であるが、新型コロナウイルス発生前と比較するとまだ厳しい状況である。
	○	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・3か月前と比べ求人数が増加しており、新型コロナウイルス感染症の影響で新卒採用等を停止していた企業が、第2新卒卒や即戦力の強化として採用している。
	○	学校 [大学]（就職支援業務）	求人数の動き	・2023年卒の求人数は、前年と比較して増加しており、今月の中旬からは内定報告を行う学生も次第に増えている。しかし、現在のウクライナ情勢の長期悪化や物価上昇が続くことになれば、日本経済にも大きな打撃を受けることになり、企業の求人への影響を懸念している。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・登録者数が前月に引き続き減少しており、登録予約のキャンセルも1割程度いる。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数が僅かではあるが、減少傾向にある。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数は、前年比増加が継続している。宿泊業や飲食サービス業、運輸業の求人数も増加が継続している。
	▲	新聞社 [求人広告]（担当者）	それ以外	・生活に直結している食料品を始め、電気、ガス等で値上げが続いており、景気動向に悪影響を及ぼしている。
	×	—	—	—