

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 動向 関連 (九州)	◎	コンビニ（経営者）	・猛暑が続く予報があり、ドリンクやアイスクリームを中心に、夏物商材の売上が増加している。インバウンドや旅行需要も更に拡大する見込みで、繁忙期の需要が大きくなると予想している。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・旅行シーズンのため繁忙期となっており、県外からの客も一層増える見込みである。
	◎	観光名所（職員）	・9月2日から秋の食のイベントが始まり、バスツアーや家族連れなど多くの来客数が想定される。加えて、これまで見掛けることがなかったインバウンドの増加も見込まれる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が若干増加傾向であるが、人の流れが多くなっており、夏祭りも盛況となるほどである。今後もこの状態が続くと考えられる。
	○	商店街（代表者）	・3か月後は気温が落ち着くと考えられるため、景気や人の動向が現況より良くなる。
	○	商店街（代表者）	・今の商況から考えると、3か月後の景気は少しずつ良くなることが予想される。それに対応するためには、客への販売促進と品ぞろえの充実が重要になる。
	○	商店街（代表者）	・外出しやすい天候になれば客は増えてくる。材料の値上がり等物価高が続くと、買物に影響があるため心配している。
	○	百貨店（経理担当）	・来客数が増加傾向にあり、にぎわいを取り戻しつつある。婦人衣料品や食料品を中心に売上も改善すると考えられる。
	○	百貨店（営業担当）	・夏休みやお盆の帰省客の増加に加え、国内外クルーズ船の寄港により人の動きが増し、催事への来客数の増加が見込まれる。平日の来客数も増えており、自家需要の紳士雑貨やインテリア、し好性の高いブランド品・舶来雑貨は価格の上昇こそしているものの購入意欲は高く、催事では来客数、商品単価が依然として好調である。そのほかにも、ギフト、国内外の観光需要の美術工芸品・特産品増加により、客数や客単価の伸びが見込める。
	○	スーパー（企画担当）	・夏場から秋口にかけて食を中心とした催事やイベントの再開を予定しており、本格的な人流回復につながる事が期待される。
	○	コンビニ（経営者）	・気温が高い日々が続いているが外出を控える方向にはならず、アイス等の消費増加につながっている。値上がりの長期化が少し気になるところではある。
	○	コンビニ（経営者）	・景気は新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復しており、今後はほぼ横ばいで推移することが予想される。
	○	家電量販店（従業員）	・暑くなり冷房器具の需要が増えるため、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・前月に投入された新型車が好調な販売を続けている。今後も新型車の発売が計画されており、販売数の増加が期待できる。
	○	乗用車販売店（役員）	・受注量の伸び悩みはしばらく続くと予想されるが、秋口の新型車発表で受注量が伸長することを期待している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・売上は前年と変わらないが、7月に入り新規の客が増加傾向であるため、3か月先もこのまま伸びていくと予想される。
	○	高級レストラン（経営者）	・街ではマスクをしている人が以前の半分程度になり、散歩や買物をする人が増えている。今後は、新型コロナウイルス感染症を警戒する人も少なくなり、旅行や食事会が増加してくる。加えて、大会やイベントが開催予定であるため、年末までには飲食店でも景気が回復する。
	○	観光型ホテル（総務）	・徐々に売上は良くなると思えるが、人手不足が解消されないために、フル営業できず、売上は伸び悩むことになる。
	○	観光型ホテル（専務）	・全国旅行支援が再開する可能性もあり、個人客の増加に期待している。秋に向け、団体の予約が入っている状況である。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症発生前を上回るスピード感で景気が回復している。
○	通信会社（企画担当）	・販売は好調に推移している。	
○	観光名所（従業員）	・お盆や夏休みなど連休があるため、来客数が増える見込みである。	

○	競馬場（職員）	・賃金や株価の上昇の影響で売上が増加している。現在の基調が続けば、好調に推移する可能性が高い。
○	理容室（経営者）	・駅周辺の開発が進んでいるため、電気設備関連企業などで人手が不足しており、加えて、製品単価が高騰している。年内まではこの忙しい状態が続く見込みである。
○	美容室（店長）	・熱中症にならないように外出を控えている人が多いが、気候が良くなれば外出の機会も増え、来店客も増加していく。
○	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス感染症が収束し、インバウンドによる需要の増加で景気が浮揚している。また、賃上げ等による内需の拡大もあり期待をしている。しかし、賃金の格差は心配の要因の1つである。
□	商店街（代表者）	・商店街として努力はしているが、火災後に各店舗で経営意欲が減少しているため、商店街がまとまるように対策を講じていかなければいけない。
□	商店街（代表者）	・物価の上昇が落ち着き、高齢者の年金収入が増えなければ、地方の商店街の景気が上向くことは望めない。
□	商店街（代表者）	・これから本格的な夏が到来するため、景気低迷が予想される。
□	一般小売店〔青果〕（店長）	・10月まではこの暑さが続く予報があり、この影響により商品の流れも厳しくなるため、来客数が稼げず、景気の低迷が懸念される。
□	百貨店（企画担当）	・中国からの観光客の増加は予想されるが、国内観光客については、値上げ等のあおりを受けるものの、落ち着いていくと考えられる。
□	百貨店（業務担当）	・商品価格の値上がりで客の出費が増加しており、生活の負担が多くなっている。今後もその状況は変わらず、買物に慎重な姿勢はより強くなる。
□	百貨店（経営企画担当）	・物価上昇の継続により、従来よりも消費者が出費の優先順位を意識すると考えられる。
□	スーパー（店長）	・前年からの原材料価格の高騰が続いているため、売上の伸び率は鈍化すると予測している。
□	スーパー（総務担当）	・夏休みは活動的になるが、物価上昇に対する備えで消費意欲がより引締め気味になるため、景気が良くなるとは考えにくい。
□	スーパー（経理担当）	・今後も原材料価格の値上げによる単価上昇、買上点数、客数、購入回数数の減少の傾向は変わらない。
□	コンビニ（経営者）	・商品の高騰などで今後も厳しい状況は継続し、景気が回復するとは考えにくい。
□	コンビニ（エリア担当）	・ガソリン価格が上昇することで家計への影響が懸念される。
□	衣料品専門店（店長）	・今後の身の回りの景気には、ほとんど変化がないことが予想される。
□	衣料品専門店（取締役）	・10月は社内改革を行うが、それにより景気が良くなる見込みはない。引き続き企業努力を考えている。
□	家電量販店（店長）	・物価高騰や増税等、支出増の話題が多く、特に景気が上向く好材料はない。
□	家電量販店（店長）	・気温が上昇したことにより、夏物商材の販売が好調である。しかし、秋口には、劇的に景気が良くなる要素が見当たらないため、通常の状態に戻ると予想しており、しばらくは横ばいが続く。
□	家電量販店（従業員）	・来客数増加による売上伸長に期待したいところであるが、物価高騰による単価下落で売上が落ち込むと予想されるため景気は変わらない。
□	乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産及び供給が順調であるため、販売も高水準が期待できる。
□	乗用車販売店（代表）	・景気は変わらない。
□	その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	・商品が値下がりする見込みがないため、景気は変わらない。
□	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）	・価格高騰は続いており、家庭の収入が僅かながら増えても、支出に余裕がない状況が続くと予想している。一方、シネマのヒット作や、気象状況によっては、プラスに転じる可能性も十分にあるため、集客や販売促進には注力しながら取り組んでいく。これまでコロナ禍で控えていた広告宣伝も、復活していく方針である。
□	高級レストラン（経営者）	・2～3か月先に大きな予約や問合せがなく、例年動きが鈍い時期でもあるため、今月と景気が変わらない。

□	一般レストラン（スタッフ）	・景気が良くなる兆候を感じられない。
□	スナック（経営者）	・コロナ禍による来客数の減少傾向に歯止めが掛かり、6～7月にかけて、売上が新型コロナウイルス感染症発生前にほぼ戻っている。しかし、物価上昇や増税など、現状より景気が上向き好材料はなく、現況が続くと予想される。
□	観光型ホテル（支配人）	・前年から宿泊を中心に売上が好調であるが、全国旅行支援の延長等もあり前年並みを想定している。しかし、利益の面からみると、物価高騰等で減少する可能性も想定される。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・様々な消費財の値上げの影響により足踏み状態が予想されるため、景気は変わらない。
□	旅行代理店（職員）	・国内旅行の需要に急激な増加はないため、海外旅行の需要次第だと考えている。
□	タクシー運転手	・料金改定があるが、徐々に利用客が増えるよう取り組んでいきたい。
□	通信会社（社員）	・携帯電話業界の話題がないため、特に景気に変化はない。
□	ゴルフ場（従業員）	・近隣ゴルフ場の休業がしばらく続くため、その間の入場者は、順調に推移することが予想される。
□	美容室（経営者）	・猛暑の影響もあり、イベントがなければ美容業界の人の動きも少ない。秋口から年末にかけて徐々に景気が回復するとも考えられるが、今の状態では難しい。
□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・景気に関する好材料より悲観的な要因が多く、景気のトレンドに変化はない。
□	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）	・夏休み等の休暇により人流が更に活発になり、新型コロナウイルスが大幅に感染拡大することが想定される。そのため、キャンセルのリスクが一層懸念される。
□	設計事務所（所長）	・ここ半年は売上也仕事量も変わらないため、今後もこの状態が続く。
□	住宅販売会社（従業員）	・販売量の動きは良いとはいえないが、客の動きは好調であり、この傾向がしばらく続くと予想される。
▲	商店街（代表者）	・10月まで暑さが続くと報道があるが、暑さで客の出足が鈍くなるのではないかと心配している。
▲	商店街（代表者）	・年々暑さが増しているため、客が買物に出掛けるのを控えており、来客数が少なくなっている。そのため、売上増加が見込めない。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・漁獲量が少ないこともあるが、猛暑で客は外出しないため、午前中に売れなければかなり厳しい状況となる。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・気温が36度を超える猛暑が続いているため、お茶の購入には至らず、売上が伸びない。新型コロナウイルス感染症の新規感染者数も徐々に増加しており、外出時にマスクを使用する慎重な姿勢は続いている。
▲	スーパー（店長）	・単価上昇の傾向がより一層強まっており、ディスカウント店でも値上げが行われ始めている。1人当たりの商品購入点数は減少を続けており、消費者の収入と支出のバランスが悪くなっている。この傾向が続く限り、景気は悪化に向かうことが予測される。
▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・暑くなるとコンビニエンスストアではソフトドリンクやアイスクリーム、冷たい食品など夏物商材の売上が増加する。夏から秋に向けて来客数や販売数の増加が期待できる。
▲	家電量販店（店員）	・暑さの影響でエアコンや冷蔵庫など白物家電が好調である。一方、テレビやパソコンなどの黒物家電は売上が伸びない。新型コロナウイルス感染症が落ち着いてはいるが、物価高騰により需要が停滞するのではないかと危惧している。
▲	住関連専門店（経営者）	・当市では前月の家具類の輸入が減少しているとの報道がある。置き家具については需要が落ち込んでおり、しばらくこの状況が続く。
▲	住関連専門店（従業員）	・酷暑の影響で来客数が落ち込むことが想定される。
▲	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）	・価格転嫁に伴う増収増益分を給与に配分できなければ景気後退となる。
▲	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症第9波の影響が出ると景気は悪くなる。

	▲	通信会社（企画担当）	・新しい活用方法を提案して需要喚起をしない限り、販売数の増加が見込めない。
	▲	通信会社（役員）	・物価の上昇に比べて賃金の上昇が追い付いていない。
	▲	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症が再度流行しており、外出自粛が増えてくる。その影響で再び観光業を中心に景気が停滞していくことが予想される。
	▲	設計事務所（所長）	・建築関係では、材料や製品単価の上昇が今後も見込まれ、人件費の上乗せもあるため、費用の総額が増加する可能性がある。また、着工数は減少の兆しがあるため、景気は若干悪くなる。
	▲	設計事務所（代表）	・物価や金利の上昇が景気に影響する。
	▲	住宅販売会社（代表）	・エネルギー代や光熱費、商品価格が高騰しているなか、給与が上昇しなければ2～3か月先には更に景気が悪くなる。
	×	*	*
企業 動向 関連 (九州)	◎	輸送業（総務担当）	・世界情勢や円安、商品・サービスの値上げなど不安定要素はあるが、旅行・観光の客足が増え、消費が増加傾向のため、全体的に景気は良い方向に向かうと予測している。一方、最低賃金の問題や社会保険料の改定に加え、加入要件の厳格化などが人手不足を助長するのではないかと懸念している。
	○	食料品製造業（経営者）	・季節的に繁忙期になるため、やや良くなる。
	○	家具製造業（従業員）	・案件情報の数も増えており、受注単価も回復傾向にある。
	○	金属製品製造業（事業統括）	・景気を大きく後退させる要因が見当たらない。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・しばらく現在の半導体の需要状態が続いていく。過去に不足していたものを、各企業や利用者が現状に対応させ、改善していく。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・電子部品の品薄や価格上昇は一段落しているが、販売価格への上乗せ状況が今後の勝負となる。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・予算計画数に対して上振れが続いており、第2四半期も売上の増加を予測している。
	○	建設業（従業員）	・公共工事の入札で受注が増えている。人手不足により応札ができないことが若干不安要素ではあるが、景気はやや上向くことが予想される。
	○	建設業（社員）	・第2四半期の発注見通しで確認できた予定の工事は、元請や下請でも施工できる体制が確保できており、今後の景気に期待できる。
	○	金融業（従業員）	・自動車や住宅の販売が持ち直しているほか、百貨店やスーパーマーケットの売上も回復傾向にある。また、公共工事は高水準で推移しており、飲食店や旅行業者の売上も増加している。
	○	金融業（調査担当）	・世界水泳選手権開催の影響や、グローバルMICE都市である当市へのインバウンドの更なる増加に期待している。
	○	金融業（調査担当）	・飲食店では来客数の回復を実感している声が増えている。製造業では県外資本による大型設備投資の案件も出ており、今後の企業や人々の意識の高まりが期待される。
	○	金融業（営業）	・行動制限のない夏を迎え、数年間見合わせてきたイベントの復活などで人流が活発になっている。新型コロナウイルスの感染拡大も懸念されるが、経済活動は止まらないと考えている。
	○	金融業（営業担当）	・夏休みやお盆の帰省時期になるため、観光業や飲食業、物販などの動きが活発になることが予想される。また、自動車や住宅販売等の顧客は変わらず、全般的に売上は増加し、景気は良くなっていく。
	○	経営コンサルタント（社員）	・好景気が続くことを期待している。
	○	経営コンサルタント（社員）	・来客数は、新型コロナウイルス感染症発生前と比較し105%に増加している。
	○	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・国際情勢の悪化による世界経済の減速は否めないが、一方、個人消費や設備投資の増加など好材料もあり、今後の景気はやや上向きに転じると予想される。

	<input type="checkbox"/>	農林水産業（経営者）	・8月までは、原料も前年並みに調達できるが、9月から11月は販売の引き合いが強いと考えられ、思うようには供給できないことが予測される。加えて、南米の主要輸入国での鳥インフルエンザ発生が国内加工品やファミリーレストランでの供給に大きな影響を与えることが危惧され、国内での相場が一段と高騰する可能性がある。
	<input type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3か月以内に新商品の発表予定がなく、既存の客の更新しか見込めないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	化学工業（総務担当）	・今年度の売上は前年度並みで推移する予定であるため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（経営者）	・売上はある程度見込めると予想しているが、原材料や人件費の上昇と商品値上げとのバランスもあり、どの程度の値上げが浸透していくかが難しい問題点である。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・今後の景気としては、引き合いの様子などから好調となる状況にはない。営業を強化し拡販に努め、受注量の確保につなげたい。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（経営者）	・現在が受注の底であるため、受注状況が変わらないまま推移すると予想される。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の業績から、受注の減少が予測される。
	<input type="checkbox"/>	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・取引先のライン増設は完了しているが、受注が思わしくなく、稼働が遅れている。部材の供給も商品によってばらつきがある。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（従業員）	・2024年問題や海外の大手企業関連に伴う九州での物流施設等のしゅん工は多いが、賃料は高騰し、空き地も多く残っているため、全体として貨物量が増加するのはまだ先である。
	<input type="checkbox"/>	通信業（職員）	・官庁が施主の営業案件数と受注予想額が伸びておらず、今年度の受注目標に対して厳しい状況となっている。
	<input type="checkbox"/>	通信業（経理担当）	・第1四半期は当初の想定を下回る結果となっている。大きく好転するような材料は、現在のところ見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	・景気は余り変わらず、横ばいが続く。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の第9波が流行しつつあるが、周辺では若干新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。ロシアによるウクライナ侵攻については、長期化が予想されており、食糧危機が取り沙汰される等不安定化している。そのため、3か月後の景気については、現状と余り変化はない。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（役員）	・景気が上向く要因が織り込まれつつあるが、原価や人件費高騰などが足踏み要因となり、良くなる状況にはない。
	<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の状況や当社Webのアクセス数や問合せ件数に変化がないため、景気は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	経営コンサルタント（代表取締役）	・今月の景気が良い状況で推移しており、更に良くなることは考えにくいですが、極端に落ち込むことはないかと予想している。
	<input type="checkbox"/>	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・同業他社でも、受注できる業務量に限りがあり、受注量も一定の金額で収まると考えている。そのため、今後の受注量に変化がなく、景気は変わらない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	繊維工業（営業担当）	・3か月先には最低賃金の改定があるため、更に大きな打撃になることが予想される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
雇用 関連 (九州)	<input checked="" type="checkbox"/>	求人情報誌製作会社（編集者）	・秋の需要を見越して、求人数は活発になると予想される。しかし、現在の人手不足が、経営難の要因と挙げられ、人手不足を解消する手立てがないため、Webを含めた求人広告が伸びると考えている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症発生前に戻ると予想している。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（社員）	・新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。しかし、店舗などの従業員確保は追い付いていない。
	<input type="checkbox"/>	学校〔大学〕（就職支援業務）	・経済活動の正常化を背景に内需を中心に緩やかに持ち直している。しかし、一部の業界では人材不足もあり、企業の新卒採用意欲は底堅く、しばらくはこの状況が続く。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・企業からの問合せが増え、求職者の動きも活発になると派遣稼働件数は増加し、好景気となる。しかし、企業側と求職者の就業条件などが合わず、人選に時間を要していることに変わりがないため、景気は変わらない。

□	人材派遣会社（社員）	・現状を上回るほどの積極的な採用は見込めない。新型コロナウイルス感染症の影響もほとんどなくなりつつあり、以前から取引がある企業を訪問すると、人材不足に危機感を持っており、将来を見越しての採用活動を徐々に行っている。
□	新聞社 [求人広告]（担当者）	・物価上昇が続いているが、このまま暑さが続けば消費は増加する。しかし、景気が上向く状況にまでは至らないと考えている。
□	職業安定所（職員）	・秋冬のスポーツイベント開催や次年度の半導体製造工場の進出など、今後に期待が持てるが、管内に多い中小零細企業については、原材料やエネルギー、人件費等の経費上昇分が負担となり、業績悪化が懸念される。
□	職業安定所（職員）	・新規求人数が若干減少傾向で推移しており、製造業では製造量が若干落ち着いてきているため、景気は変わらない。
□	民間職業紹介機関（職員）	・人手不足が継続しており、コロナ禍で採用を控えていた企業も採用を開始している。しかし、学生の採用人数は変わらないため、2～3か月で景気が悪くなることは考えられない。
▲	人材派遣会社（社員）	・今年再開した祭りやイベント関係に加え、夏休みを利用した観光客の増加が顕著に表れている。関連企業からの求人数が増加しているが、短期求人に偏りがあり、長期的な求人の進展は少ない。
▲	学校 [専門学校]（就職担当）	・今後、消費税上げが行われた場合の影響は、少なからず発生することが懸念される。
×	—	—