

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) | ◎ | スーパー（店長） | ・新しい生活様式への動きが定着しており、様々な活動が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻ってきている。また、行政による支援策も追い風になり消費支出も上昇してくるから、今後は企業の業績向上につながると予想している。 |
| | ◎ | 乗用車販売店（従業員） | ・自動車業界は年度末に最も動きが出始めるため景気は良くなる。 |
| | ◎ | 乗用車販売店（役員） | ・大幅な需給改善策が1月から実行に移される計画で期待が大きい。併せて量販車種の新型車発表を控え、受注・販売双方での上向き傾向を予想している。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は増えてはいるが対策を採ることができるため、恐怖心や警戒感が薄れており、行動が活発になっている。そのため、景気は良くなってくる。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・ワクチン接種の回数が増加し、新型コロナウイルス感染症への警戒感が薄れているため、ショッピングへ出掛ける抵抗感がなくなっている。ファッション関連の景気は回復基調になる。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・新型コロナウイルス感染症の影響があると考えられるが、来年は景気の明るい展望を持っている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・今月は最悪な状況になっている。3か月後には新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、景気は良くなると予想している。 |
| | ○ | 百貨店（企画担当） | ・国内だけではなく、インバウンドの来店が見込める。 |
| | ○ | 百貨店（販売促進担当） | ・新しい年を迎え、春物商材の動きが良くなることが予測される。 |
| | ○ | スーパー（店長） | ・生活における最低限の消費は、現状を維持すると予想しているが、商品値上げによる客単価の増加で景気は上向いてくる。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | ・新型コロナウイルス感染症による行動規制もほとんどなくなり、今後更に解除されることで、客の動きも良くなると期待している。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | ・大規模な再開発工事による関係者の利用や外国人観光客の増加により、景気は良くなると予想される。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | ・今後、国内の経済活動が徐々に回復基調になり、海外からの渡航客も増加傾向にあるため、景気は上向く。 |
| | ○ | コンビニ（エリア担当） | ・新型コロナウイルス感染症の終息を見据え、消費行動の変化に期待している。 |
| | ○ | コンビニ（エリア担当・店長） | ・新型コロナウイルス感染症発生前の来客数にはまだ遠いが、売上点数に関しては若干戻ってきており、売上は前年より回復している。新型コロナウイルスの新規感染者数はまだ多いが、気にせず客の流れも多くなっている。今後もこの状態が続くと予想される。 |
| | ○ | 家電量販店（店長） | ・春先の異動マーケットは、新型コロナウイルス感染症による行動規制緩和で活性化すると期待できるため、景気は良い方向に向かう。 |
| | ○ | 家電量販店（従業員） | ・年末年始で客が増加するため、景気は少し良くなる。 |
| | ○ | 家電量販店（従業員） | ・原油や原材料、光熱費等の高騰により家計の負担が増すなか、省エネ性の高い製品に関心を示す消費者が増加している。そして、景気刺激策の後押しもあり、実際に省エネ製品の売上が伸長しており、これらの状況はまだまだ続くと予想される。 |
| | ○ | 乗用車販売店（役員） | ・減産問題は3か月前と比較し、更に改善される見通しとなり、販売台数増加へつながる。 |
| | ○ | 乗用車販売店（総務担当） | ・メーカーから、1～3月にかけて前年比で150%程度の新車配給ができるとの発表があり、相当分の売上や利益の確保に期待している。 |
| ○ | 住関連専門店（従業員） | ・1月も冷え込みの影響により、秋冬寝具が好調に推移すると期待している。また、新生活を計画する客が増加するため、新生活需要が見込まれる。 | |

| | | |
|---|------------------------------------|---|
| ○ | 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) | ・インバウンドが新型コロナウイルス感染症発生前に戻ることに期待している。 |
| ○ | 高級レストラン (経営者) | ・経済が低迷し、新型コロナウイルス感染症が終息していない環境ではあるが、慎重な生活をしながら新しい生活様式に慣れ、マスクを外した人も出始め、客は安心して来店している。 |
| ○ | 一般レストラン (経営者) | ・物価高騰の影響により少しずつ外食産業にしわ寄せがくるのではないかと心配しているが、手厚い補助事業の再開に期待している。 |
| ○ | 観光型ホテル (支配人) | ・宿泊では全国旅行支援が継続され、地元利用に関しては医療関係者等の利用が増加傾向にある。 |
| ○ | 旅行代理店 (職員) | ・1月10日から再開する全国旅行支援により、1月から3月の旅行需要が喚起されると期待したい。 |
| ○ | 通信会社 (企画担当) | ・引き合いや販売量共に好調を維持している。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、業務上担当者間での感染による遅れはたまにあるものの、営業上の支障は感じない。 |
| ○ | 通信会社 (社員) | ・例年、1月から3月にかけて売上が増加する傾向がある。 |
| ○ | 通信会社 (営業担当) | ・新しい生活様式が定着している。 |
| ○ | 観光名所 (職員) | ・新型コロナウイルス感染症の第8波である可能性もあるが、円安傾向が落ち着いており、事業者の経営が改善すると考えられる。 |
| ○ | ゴルフ場 (従業員) | ・国内外の来場は増える傾向にあるが、今年の冬は気温が低い予報のため、若干減少すると思われ、現時点では微増を予想している。 |
| ○ | ゴルフ場 (営業) | ・新型コロナウイルス感染症対策も充実し、人々も対応に慣れてきている。またロシアによるウクライナ侵攻もこう着状態であるが、今後西側諸国の支援により終結の方向で動き、物価が安定してくることを期待したい。 |
| ○ | その他サービスの動向を把握できる者 (所長) | ・若干円高に振れ、燃料調整費等の見直しを期待している。 |
| □ | 商店街 (代表者) | ・まだまだ復興までに時間を要するが、商店街一丸となり以前の明るい商店街になるよう取り組んでいく。 |
| □ | 商店街 (代表者) | ・生活必需品の物価高について、現役世代は賃金の上昇により対処できるが、零細企業にとっては人件費の高騰が発生し、年金生活者の多い地方の商店街では消費を後退させる要因になる。 |
| □ | 一般小売店 [青果] (店長) | ・好転するような情報もなく、客の購買心理を上げるような魅力的なものはない。加えて、冬は鍋物関係で単価が上がるが、寒さの割には鍋物関係が動かず、3か月先もこの状態が続くと予想される。 |
| □ | 一般小売店 [精肉] (店員) | ・販売量や単価の動きは好調であるが、仕入コストの上昇により利益幅が落ち込むのではないかと危惧している。 |
| □ | 一般小売店 [鮮魚] (店員) | ・景気回復の好材料がなく、売れる気がしない。年明けは例年、売上が落ちるが、来年は今まで以上に厳しくなる。かなりの店が閉店すると予想している。 |
| □ | 一般小売店 [茶] (販売・事務) | ・物価の上昇により買い控えの影響が現れている。購入金額の単価が減少し、ついでに購入されていた菓子も需要がなくなっている。元の売上に戻るには相当な時間を要する。 |
| □ | 百貨店 (企画担当) | ・旅行需要の回復と寒さの影響で、コート等の重衣料や防寒用品はこれから伸ばしていくと考えているが、新しい生活様式による需要の反動や生活必需品の値上げなどのマイナス要素もある。新型コロナウイルス感染症の第8波の影響が不透明ではあるが、景気自体は足踏み状態が続く。 |
| □ | 百貨店 (経理担当) | ・新規ブランド導入等のリモデル効果で来客数の増加が今後も見込まれるが、衣料品全般の売上が回復しない限り大幅な売上増加は期待できない。 |

| | | |
|--------------------------|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（営業担当） | ・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの感染拡大で来客数の急速な回復は望めないが、福袋受注や初売りの問合せは多い。店頭への来店の回復は遅いが、県内のサテライトショップやギフトショップへの来店、通信販売、Web受注は維持している。来客数の回復には時間を要するが、依然、購入客単価、商品単価は高く、ギフトや自家需要、し好性の高い舶来雑貨、必需の季節商材は堅調である。自家需要目的の来店と購買では急速な回復は難しい。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（経営企画担当） | ・現状では特選ブランドや宝飾類が売上をけん引し順調に推移しているが、物品の値上げや光熱費の上昇など、生活費への影響は今後も継続することが想定される。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（総務担当） | ・年明けに、更に食品等の値上げが行われるが、消費者の財布のひもはますます固くなると予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（経理担当） | ・原材料の価格高騰からの商品値上げが続いており、客にとってはますます厳しい状況が続くようである。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店長） | ・少し景気が良くなった業界もあるが、新型コロナウイルス感染症による生活に疲れが出ている状況である。商品の値上げが続いており、景気は余り好転しない。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（取締役） | ・様々な原材料の値上げがあり、洋服についても輸入物に関しては特に高額な商品を取り扱っているため、単価が上昇している。3か月後に立ち上がりの時期であるが、景気が良くなる材料が見つからず、どれだけ需要があるか予測が付かない。ひたすら企業努力を継続していくことになる。 |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店員） | ・急な寒波のため、家電の動きが良くなっているが、冷蔵庫や洗濯機、エアコンディショナー、テレビ等の数字が上がらない限りは良いとはいえない。 |
| <input type="checkbox"/> | 家電量販店（店員） | ・電化製品は円安や原材料高の影響で、一般的に価格が上昇している。販売の数量は減少しているが、単価が上がっているため売上は変わっていない。3か月後に変化があるとは考えられず、この状態が続くと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | 住関連専門店（経営者） | ・コロナ禍の巣籠り生活の影響で、家具の買換えがあったが、現在ではそれも一段落している。 |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店 [コーヒー豆]（経営者） | ・コーヒー業界では、年末はコーヒーの需要が一番多い月である。お歳暮などの進物等も増加し、一通り12月に出回るため、1月、2月は年間を通して、一番需要が下がる月となり、例年と同じ現象が現れると予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | 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） | ・秋のイベント時のように、忘年会や新年会等で再び新型コロナウイルスの新規感染者数は増えるが、消費動向への影響は小さいと想定している。しかし、歯止めが利かない物価高騰により、し好品への支出は抑える心理が働く。より安価なサービスを提供する業界や、一部のサブスクリプションサービスは変わらず新しい生活様式に向かっていく。 |
| <input type="checkbox"/> | 高級レストラン（経営者） | ・ここ数年は新型コロナウイルス感染症の影響で、ほとんど電話や予約が入らない状況であったが、今年は1月の予約が若干入っており、徐々に良くなるのではないかと予想している。 |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル（専務） | ・全国旅行支援の終了後が不透明であり不安である。しかし、団体が少しずつ動き出しており期待したい。 |
| <input type="checkbox"/> | 都市型ホテル（スタッフ） | ・このまま好調に推移していくと予想される。 |
| <input type="checkbox"/> | タクシー運転手 | ・台湾や韓国の旅行者が徐々に増えているが、厳しい状態はまだまだ続いている。 |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社（統括者） | ・2月、3月の最需要期を迎えるに当たり、1月から店外イベント等、店舗情報の告知をしながら、備えていきたい。需要の頭打ち感はあるが、前年以上の販売台数に期待したい。 |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社（役員） | ・標準プランから安価プランへの最近の移行状況や調達機器の為替レートの影響等から判断すると状況は変わらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 通信会社（企画担当） | ・季節要因的な転居に伴う販売増加は見込めるものの、それ以外の変動要因が見当たらない。 |
| <input type="checkbox"/> | 観光名所（従業員） | ・これから本格的な冬に入るが、三が日に関しては神社への参拝のため、来町する観光客が多くなる。しかし、それ以外の日は交通機関の状況や寒さが厳しくなるため激減する。 |
| <input type="checkbox"/> | 競馬場（職員） | ・先行きの不透明感根強いものの、足元の販売量は好調である。しかし、コロナ禍からの回復が一服した後は、現時点では見通せない。 |

| | | |
|---|---------------------------------|---|
| □ | 美容室（経営者） | ・徐々に良くなっているが、3か月先は寒さが影響し、年末年始の需要が多い時期から売上が落ちていくため、客の購買意欲が薄れていく。 |
| □ | 設計事務所（所長） | ・今月の受注状況は3か月後に結果としてつながる。12月の受注は変わらないため3か月先も変わらない。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | ・新型コロナウイルス感染症の影響で冷え切った景気は、感染状況が落ち着くたびに上向いている。現状では、新型コロナウイルス感染症も落ち着き、人の動向もあるため、景気は良くなっていくと考えられる。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | ・第2次補正予算で、こどもエコすまいる支援事業が創設され、また日本銀行の金融政策修正に伴い金利上昇の可能性も考えられるため、これまでより客の動きが出てくる。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | ・新型コロナウイルスの感染状況もなかなか下火にならない。政府は外出制限をしていないが、市民は注意を払っており、商店街の活気は欠けている。さらに、物価高騰のあおりを受け、買物にも慎重である。ロシアによるウクライナ侵攻の影響は全世界の経済に打撃を与えており、現状のままでは厳しさは続く。 |
| ▲ | 百貨店（総務担当） | ・原材料単価や燃料調整費額等の高騰で、若干景気は悪くなる。 |
| ▲ | 百貨店（業務担当） | ・今後更に商品や燃料の値上げが予定されており、客にはかなりのダメージになっている。生活防衛のための買い控えは一層強まるものと予想される。 |
| ▲ | スーパー（企画担当） | ・景況感に影響がある円安と原油高は、ある程度収まっているが、年末のイベント出費後の反動が大きくなる懸念がある。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | ・経営者としては、経費の高騰、特に電気料金の異常な値上がりで赤字が続き、改善がみえない状況である。政府の具体的な対応を待っている。 |
| ▲ | コンビニ（店長） | ・金融引締め動きが出てきており、景気が悪くなると予想される。 |
| ▲ | 乗用車販売店（代表） | ・良くなる要因がない。 |
| ▲ | 一般レストラン（スタッフ） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加や商品値上げによる消費の冷え込み、また、実施される予定の増税の影響で、景気はやや悪くなると予想される。 |
| ▲ | スナック（経営者） | ・10月から11月にかけて上向きだった売上が、12月の繁忙期に入って減速している。やはり新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向となり、夜の外食を控えさせている。企業の忘年会もこの数年は自粛が続いており、年末の団体の宴会需要で以前のような数字は見込めない。 |
| ▲ | その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理） | ・原材料の価格高騰がどこまで続くか先が見えない。給与所得は増えておらず、増税やインボイス制度など税支出まで多くなることで、景気は悪くなると予想される。 |
| ▲ | 観光型ホテル（総務） | ・例年12月をピークに1月、2月は落ち込みが予想されるため、売上は減少する。 |
| ▲ | タクシー運転手 | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加するなかでも、国内外の観光客によるタクシー需要は続いているが、賃金の上昇を上回る物価の上昇が続いており、年が明けると景気は維持できないと予想される。 |
| ▲ | タクシー運転手 | ・物価高騰やウクライナ情勢、エネルギー問題など悪い材料が並んでいるため、景気はかなり落ちると予想している。 |
| ▲ | 美容室（経営者） | ・3か月後は、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加し、行動がしにくい状況になる。 |
| ▲ | 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） | ・新型コロナウイルスの感染拡大やエネルギーを含めたコスト増加が継続しており、業界でも価格転嫁ができず、収益悪化につながる懸念がある。 |
| ▲ | 設計事務所（代表） | ・物価高騰や金利上昇の影響により、買い控えが増えていく。 |
| × | 商店街（代表者） | ・年末商戦が終わり、景気は冷え込む。加えて、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されるため、今後の影響が不透明である。 |

| | | | |
|------------------------|-----------|---|--|
| | × | 一般小売店 [生花] (経営者) | ・今後燃料代の高騰で、花の生産者は生産を控えることになり、生産されても仕入単価の高い花になる。加えて、1月、2月は需要が少ない時期であるため、売れないのに金額が高い商品となる。3月になると更に商品価格が上がると予想され、かなり厳しい状態になってくる。 |
| | × | 家電量販店 (店長) | ・物価高騰のイメージが強く、かなりの買い控えが発生している。原価が高騰しているが、ほぼ利益がない価格提示をしても以前の価格が定着しているため、なかなか成約に至らない状況である。来月以降も値上がりの予定があり、しばらくは良い方向に向かない可能性が高い。 |
| | × | 通信会社 (業務担当) | ・新電力の営業を行っているが、燃料価格の高騰により代理店への販売手数料の単価が大幅に減額されるため、景気は悪くなる。 |
| | × | 理容室 (経営者) | ・例年、年末は忙しくなり、1月、2月は閑散期になるため、厳しい状態になる。 |
| | × | 美容室 (店長) | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、状況を確認しながら来店するようになっているため、現況が続く。 |
| | × | 設計事務所 (所長) | ・建築の材料や製品価格の上昇の予告が既に行われている。また、生活必需品も値上げの予定があり、収入はほぼ変わりそうにないため、景気は悪くなると予想している。 |
| 企業 動向 関連 (九州) | ◎ | — | — |
| | ○ | 農林水産業 (経営者) | ・1月は期待できないが、2月以降は畜産物の供給不足も手伝い、引き合いはかなり強くなると予想される。新型コロナウイルス感染症がまだ収束していない状況であるが、食品需要は外食量販店を含め従来の約90%戻っている。加えて、3月、4月の異動を考えると需要はまだ伸びてくるが、原料不足のなか、需要が戻っても供給や人手不足をどう補うか懸念している。 |
| | ○ | 家具製造業 (従業員) | ・新型コロナウイルス感染症と共存する新しい生活様式が浸透し、また、政府による新型コロナウイルス感染症の水際対策の規制緩和や円安も追い風となり、インバウンド消費は回復すると予想している。 |
| | ○ | 出版・印刷・同関連産業 (営業担当) | ・年度末に向けた各所の予算消化により、若干景気が良くなる。 |
| | ○ | 化学工業 (総務担当) | ・販売価格や出荷量共に堅調に推移する。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業 (取締役) | ・人手不足や材料調達などで納期対応ができる企業は、仕事が回ってくると予想している。 |
| | ○ | その他製造業 [産業廃棄物処理業] | ・今年は間に合わなかったが、調達のめどが付き、来年からは少しずつ増産傾向になる予定である。ただし、継続的な調達ではないため、上向きともいえない。 |
| | ○ | 金融業 (営業) | ・行き過ぎた円安が是正されたことから、依然として物価高ではあるが、消費については現在が底で、今後は回復傾向がみられると予想される。 |
| | ○ | 広告代理店 (従業員) | ・このまま新型コロナウイルス感染症の規制緩和が進んでいけば、景気は上向いていく。 |
| | ○ | 経営コンサルタント (社員) | ・アジア圏、特に中国、韓国、フィリピン、タイとの取引が増えている。 |
| | □ | 繊維工業 (営業担当) | ・海外での生産が減り国内での生産が戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症の影響で生産数はやはり落ちる見込みである。全体的に維持することが精一杯で、悪化しないようにしている。 |
| | □ | 窯業・土石製品製造業 (経営者) | ・商品の値上げの浸透が心配されるが、その後の受注関係が大きな焦点になると考えられる。足下では8割が現状のまま推移するが、2割は値上げされた状態で店頭で並ぶ状態になる。 |
| | □ | 金属製品製造業 (事業統括) | ・再開発案件がめじろ押しであるが、どこも人手不足が深刻で案件としての進捗は遅い。 |
| | □ | 一般機械器具製造業 (経営者) | ・上昇に向かう気配はあるが、半導体の供給状態と客の年度末における在庫調整の動きがあるため、今の状態が続くと予想される。 |
| □ | 建設業 (従業員) | ・人手不足で、入札には参加できない。来年の3月までに今の受注工事を完成させ、入札に参加、受注できるよう今から準備していきたい。 | |

| | | | |
|------------------|---|---------------------------|--|
| | □ | 輸送業（総務担当） | ・新型コロナウイルス感染症の第8波や世界情勢、円安、物価高の動きと消費に対するマイナス要因が懸念されたが、大きな影響を感じさせない物量の動きである。消費マインドは人の心理状況が大きく影響されるため見通しが難しいが、大きな変化はないと予想される。 |
| | □ | 通信業（職員） | ・材料不足により携帯基地局工事の完工が予想ほど伸びておらず、売上目標に対して厳しい状況となっている。 |
| | □ | 通信業（経理担当） | ・他の業界に比べると、円安や物価高の影響は軽微で、引き合いは堅調である。 |
| | □ | 金融業（従業員） | ・百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直しており、旅行業の取扱額や飲食業の売上も回復している。一方、住宅販売はおおむね横ばいで推移しているほか、新型コロナウイルスの感染拡大や原材料や消費財の値上げで、慎重な見方が広まりつつある。 |
| | □ | 金融業（調査担当） | ・製造業、非製造業共に、回復に向かってはいるものの、先行きの不透明感は拭い去られない。 |
| | □ | 金融業（調査担当） | ・新型コロナウイルス感染症や物価高、資源価格の高騰の動向に大きな変化がない限り、当面は購買意欲が増加せず、生活防衛のための消費行動が続く。 |
| | □ | 不動産業（経営者） | ・新型コロナウイルス感染症発生前との比較では、景況感が良くない。 |
| | □ | 不動産業（従業員） | ・賃貸オフィスの空室率が横ばいに推移している。 |
| | □ | 新聞社 [広告]（担当者） | ・好材料が見当たらないため、景気は変わらない。 |
| | □ | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・12月は、様々な場所で新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増加している。人出が多くなると景気が良くなり、新型コロナウイルスの新規感染者数が増加するという動きが繰り返されている。かなり身近に増えてきており、今後も厳しい状態が続く。 |
| | □ | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・自社のWebアクセス数や問合せ件数に変化がない。 |
| | □ | 経営コンサルタント（社員） | ・新型コロナウイルス感染症による制約が多く、これを打破するような手立てを見付けられない。ダイレクトメール作戦が成果を生みず、手段が見つからない。 |
| | □ | その他サービス業 [物リース]（職員） | ・現状において、大きく変動はないが、今後日本銀行の金融政策などの変動によっては円高が生じることによる景気の上向きも考えられる。 |
| | ▲ | 食料品製造業（経営者） | ・農産物原料の伝染病による売上低下や作業の低下が見込まれるため、やや景気は悪くなる。 |
| | ▲ | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・メーカーや客の在庫調整がうまくいかず、景気は若干落ちていく。 |
| | ▲ | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | ・内示数は予算数量に対して3割ほど減少しており、中国での販売数も伸びず3月まで低く推移する。 |
| | ▲ | 建設業（社員） | ・補正予算は確保されたが、発注があるまでは心配である。官公庁の発注予定では、第4四半期にはほとんど発注がない。補正予算の発注やゼロ県債等の発注を早期に期待している。 |
| | ▲ | 金融業（営業担当） | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、人の行動を制限する動きが若干出ている。そのため消費者心理が落ち込むことが予想されるため、今後も全体的に景気が良くない方向へ進んでいく。 |
| | × | 電気機械器具製造業（経営者） | ・主要取引先の生産計画が減産計画になっている。 |
| | × | その他サービス業 [コンサルタント]（代表取締役） | ・市町村からは、新年度の4月以降の業務の問合せが多いことから、1月以降に新たに業務を受注する機会が少なくなることが予想されるため、景気は悪くなる。 |
| 雇用 関連 (九州) | ◎ | — | — |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | ・年度末へ向けて、人や求人の動きが出てくる時期である。例年期間限定で注文がある企業からも打診がきている。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | ・新型コロナウイルス感染症の規制緩和などで、動きに制限がなくなるとイベントも増加し、売上は増える。 |
| | ○ | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・最近では韓国からの旅行者が増えているが、韓国以外のアジア系のインバウンドも増加し始めている。当地の景気は元々インバウンドで活況だったが、やっとその兆しがみえてきたようである。 |

| | | |
|---|------------------|---|
| ○ | 新聞社 [求人広告] (担当者) | ・新型コロナウイルス感染症の状況によって行動制限や出入国のハードルが高くならない限り、空港の新ターミナルオープンも控えるなど景気の刺激につながるようなトピックは幾つかある。 |
| ○ | 学校 [大学] (就職支援業務) | ・年末年始を迎え、全国的に新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、現在これまでのような行動制限が発出されていない。そのため、インバウンド増加や帰省等で年末年始の旅行者も増加することが予想され、日本経済には明るい兆しも続いている。その一方で、依然ウクライナ情勢の長期化や円安の影響により、今後もしばらく物価高騰が続く見通しであり、日本経済への影響も大きくなっている。この状況はまだしばらく続く予想されるが、企業の新卒採用意欲の底堅さを感じている。今後も経過を注視したい。 |
| □ | 人材派遣会社 (社員) | ・業界的に求人数は動きがあるが、求職者の動きは相変わらず慎重で、募集を掛けても求人に応答がない。就業開始までに時間が掛かるため景気は変わらない。 |
| □ | 新聞社 [求人広告] (社員) | ・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加は当面続くと予想され、インフルエンザとの同時流行も懸念している。しかし、自治体による行動規制が掛からない限り、景気への大きな影響は小さいと考えられる。3か月先は大きなマイナス材料はないが、プラスの材料も出尽くした感があり、景気の先行きは変わらないと予測している。 |
| □ | 職業安定所 (職員) | ・新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談が減少していることで、新規求人数が令和4年8月以来4か月ぶりに前年と比較して増加傾向にある。 |
| □ | 職業安定所 (職員) | ・求人数の増加に比べ、求職者数が増加していない。宿泊業や飲食サービス業は、コロナ禍で従業員を減らした影響と行動制限解除から、人手不足の求人数が増加しているが、応募者が少なく採用が進んでいない状況である。また、新型コロナウイルスの感染が再拡大していることから、一部求職者が医療や介護関係の応募を控えるようになっている。このため、事業所の採用が進まず求人数の増加が続くと予想される。 |
| □ | 民間職業紹介機関 (職員) | ・現時点でかなりの過熱感を持っており、これ以上良くなることはない予想される。一方で、人手不足は依然として解消していないため、景気が悪くともすぐに人材の供給過剰とはならない。 |
| □ | 学校 [専門学校] (就職担当) | ・今のところ好転する要素が見当たらない。 |
| ▲ | 人材派遣会社 (社員) | ・物価高騰の影響を受け、賃金の上昇が続いており、採用を増やすことよりも生産性向上にかじをきる派遣先が多くなっている。 |
| ▲ | 新聞社 [求人広告] (担当者) | ・観光客需要も地域により景気には限定的な効果である。食品などの生活品の値上げも続いており、景気はやや悪くなる。 |
| × | — | — |