

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)	◎	一般小売店〔精肉〕（店員）	・新型コロナウイルスが5類感染症に分類されると、更に人の往来も旺盛になる。
	◎	百貨店（企画担当）	・マスク着用の自主化に伴い化粧品需要が復活し、新型コロナウイルス感染症も5類に引き下げられることから、消費動向は活発になると予想される。また、各種イベントや旅行需要などによる消費を期待している。
	◎	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスが5類感染症に引き下げられることが確定し、マスク着用ルールも緩和されるため、人流や購買行動が更に活発になる。
	◎	乗用車販売店（役員）	・車両供給量が急激に増加したため、現場の受入れ態勢に若干の不安材料はあるものの、供給量が安定することで、受注残からの売上が確保できる状況になる。
	◎	観光旅館組合（職員）	・インバウンドが更に増えるため、景気は良くなっていく。
	◎	通信会社（企画担当）	・売上は好調であるが、人手不足が深刻な状況である。見込みに対して人手の確保が必要となっている。
	◎	観光名所（従業員）	・2月は例年だと閑散期であるが、今年の来客数は盛況となっており、3月も問合せなどが増加している。また、新型コロナウイルスの分類が5類感染症へ引き下げられると、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ると期待している。
	◎	ゴルフ場（営業）	・ようやく新型コロナウイルスの新規感染者数が減少してきたことにより、ゴルフ以外のレジャー業界に客が流れているが、それでも問合せや企業のコンペの予約が多くなっており、景気は上向きになる。
	○	商店街（代表者）	・季節も良くなり、加えて賃上げも行われると、人の動きは活発になり商品も売れていく。
	○	商店街（代表者）	・3月にはマスク規制の緩和もあり、社会全般で解放ムードとなり、景気は良くなると推測している。
	○	商店街（代表者）	・3か月先は気候も良くなり行楽シーズンとなるため、客足が商店街や百貨店へ向くように考えていきたい。
	○	商店街（代表者）	・年度末や新年度準備で経費が増加する。
	○	商店街（代表者）	・コロナ禍が落ち着きつつあり、来客数及び客単価は伸びていく。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症の流行が4年目になり、当地では新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、低水準で安定して推移しており、3月、4月は繁忙期になるため、現状より良くなると期待している。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・生産物の全国的な相場が落ち着くと、販売がしやすくなるため、客も購入しやすい状況になり、客単価が増加していく。当地のかんきつ類やマンゴーも販売がしやすくなる。
	○	百貨店（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、若干良くなる。
	○	百貨店（経理担当）	・外商部を中心に絵画・宝飾・時計の高額商材の売上やインバウンド需要が、若干ではあるが回復傾向にある。マスク着用が緩和されると化粧品や婦人服など売上が伸びてくる。
	○	コンビニ（経営者）	・行動規制が緩和され、インバウンドも徐々に増え始めているが、この状態になってまだ1年にならず、先行き不透明であるため危惧している。
	○	コンビニ（経営者）	・インバウンドの更なる増加やイベント開催も新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあり、人の動きが活発化することで、来店機会や頻度も増加する見込みである。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着いており、来客数も若干伸びると予想している。客単価は増加しているが、商品単価が値上げしているため先の判断がしづらい。暖かくなるにつれ更に客の動きがあり、売上は上昇すると見込んでいる。
○	家電量販店（店員）	・当店では、新型コロナウイルス感染症とは関係なく売上が伸びている。新生活のバーゲンセールも開催しているため、前年より2週間程度早いペースで売れており、この流れは今後も続くと期待している。	
○	家電量販店（従業員）	・新生活に向けて家電の購入が増えるため、売上が増加する。	
○	乗用車販売店（従業員）	・年度末は最も販売に力を入れるため繁忙期となる。	

○	乗用車販売店（総務担当）	・メーカーの新車生産が順調に進み、供給が多くなればその分の売上が計上できる。年度決算は黒字が見込める。
○	住関連専門店（従業員）	・秋冬商材の需要が一段落した現在に比べ、春夏商材の需要が高まる春先は、より良くなると考えている。しかし、原材料の価格高騰や円安傾向の影響を受け、今春より価格改定が各メーカーで行われるため、販売価格にも反映されることになり、買い控えにつながる要因として懸念している。
○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・3月は異動時期になり、コーヒーだけではなく小物の売上も伸び、新規の客も見込めるため、2、3か月先の売上は上昇していく。
○	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）	・中国人観光客が戻れば、新型コロナウイルス感染症発生前まで回復すると考えられる。
○	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しており、マスクを着用していない人も出始めている。夜は全く人通りがなく、新型コロナウイルス感染症発生前に戻るには、数年掛かると考えられる。
○	高級レストラン（経営者）	・3月の予約状況は、新型コロナウイルス感染症発生以降来店していない客や、10人を超える人数の予約などがあり、3か月先は今日より良くなると見込んでいる。
○	一般レストラン（スタッフ）	・マスク着用のルールが緩和されるため、大人数での会食需要の回復などにも期待したい。
○	観光型ホテル（総務）	・3月以降は歓送迎会等の宴席や宿泊の活況を予想している。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や増加するインバウンドや国内観光客、集客力が強い催物などプラス材料が多いため、ある程度の景気回復を期待している。
○	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症との共存により新しい生活様式が進み、経済活動が活発化する。
○	観光名所（職員）	・新型コロナウイルスは5類感染症へ引き下げられ、人流の活発化が見込まれる。また、物価上昇が続いているが、まだまだ昇給は少ないが、来年度は例年以上の賃金上昇が期待され、消費マインドも高まっていく。
○	ゴルフ場（従業員）	・暖かくなるにつれ、韓国からの来場者は減少すると予想しているが、3月から4月の予約数は順調に推移している。
○	理容室（経営者）	・入学で客が動く予想されるため期待している。
○	美容室（経営者）	・暖かくなると洋服が春物になり、同時に人の動きも活発になるため、3か月先のファッション業界の景気は回復傾向になってくる。
○	美容室（店長）	・花見や同窓会、職場の食事会など集まる機会が増え、行動範囲も広がっており、景気も回復していくと予想される。
○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・3月までは受注する工事量が少ないが、4月からは定期的な工事が再開されるため、売上増加を期待している。
○	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）	・新型コロナウイルスの分類が5月8日から5類感染症へ引き下げられることで、現在の規制も大きく緩和され、客の感染に対する考えにも変化が現れ、提供しているサービスのキャンセルも減少してくる。
□	商店街（代表者）	・物価高騰による先行きは不透明であるため、消費が回復する材料が見当たらない。
□	商店街（代表者）	・電気代の高騰や卵を始め、諸物価の上昇で各家庭のやりくりは大変である。小規模小売店では、給与の引上げは現状では難しく、閉業する店もあり、今後良くなる見通しはない。
□	商店街（代表者）	・客からは、生活必需品が値上がりしても購入しなければならず、節約している状態が伝わってくる。この状況では景気は変わらない。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・特に大きな行事もなく、先行きが不透明であるため希望がみえない。飲食店では、宴会や歓迎会が少ない状況であるが、歓送迎会の季節になるため、利用客の増加を期待している。
□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・4月は更なる食品等の値上げで売上は伸びないと予想している。仕入価格は上がっているが、高齢者の客が多いために売値を上げることができず、現状維持で頑張っている。生活必需品の値上げがこのまま続けば、子供支援に国の予算が回っても、少子化に歯止めが掛からない。

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の落ち着きや卒業、新学期など人の動向の活発化に加え、新型コロナウイルスの感染対策緩和により、街の回遊や店頭への来店回復が予想され、観光客の入港や観光客の増加に伴い街の活性化も見込める。また、Web受注や地元サテライトショップ、ギフトショップへの来店も戻っている。商品価格の上昇はあるものの、来客数の増加やキャッシュレス決済キャンペーン開催、自家需要・嗜好性の高いブランド品・舶来雑貨・必需商品は依然好調である。客単価や商品単価は堅調で、新生活や自家需要での来店と購買で回復が望める。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症へ分類され、旅行などへの消費割合が増加すると想定される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・新型コロナウイルス感染症による行動制限はなくなったものの、相次ぐ物価上昇で、客はかなり慎重になっている。節約方法を考えている客が多く、今後短期間で消費や購買が活発になることは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・今後の景気は、新型コロナウイルスの新規感染者数の増減で景気動向が変わってくる。特に3月13日以降のマスク着用の緩和による新型コロナウイルスの新規感染者数に注視したい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・大手企業は賃上げを実施しているが、中小企業では、毎年実施される最低賃金の引上げがあり、賃上げどころではないのが実情である。地元の消費者に支えられているローカルのスーパーマーケットが置かれた環境は過酷である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	・値上げが一段落したかに思えるが、消費者がより安い店を求めており、来客数や買上点数の減少傾向が続き、周辺での価格競争になっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・物価高による影響が、更に続くと考えられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・今後の新型コロナウイルス感染症への対応がどう影響するか不透明である。電気・ガス価格激変緩和対策や春の賃上げで、上昇基調になることを期待している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価が上昇しているが、個人零細業者にとって賃上げは厳しい状況である。一刻も早くウクライナ戦争が終わり、経済状態が戻ることに期待している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・電気代を始め4月には様々な商品の値上げがあるため、消費マインドの悪化が懸念される。高額な衣料品に対しての優先順位が低くなっているため、先行きは懸念事項が多い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・3月に再度値上げするメーカーもあり、物価高が落ち着くまでは状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・客は、徐々に物価高騰に慣れてきており、値上がりはまだ続きそうである。現在の価格が通常価格となれば、ある程度の回復が見込めると考えている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	・売上の落ち込みがひどく、2、3か月では回復が難しい状態である。季節が変わる夏にならなければ、底をほうような今の状況は回復していかない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産も順調に進んでいるため、販売も高水準を維持できる。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・景気は、商品値上げにより、仕入価格も上昇し消費意欲が減少していくため、2月からの新規キャンペーンを今後の売上につなげていく。
<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）	・当施設では、ディスカウントショップや家電量販店の開業により、売上が高い水準で推移すると考えている。また、新型コロナウイルスが5類感染症に分類され、加えてマスク着用規制の緩和等、明るいニュースもある。一方、エネルギーの高騰が、商圏内の消費者心理にマイナス心理を与えており、そのため、ゴールデンウィーク前後で一時的に消費動向は回復するものの、その後は横ばいか、あるいは新型コロナウイルス感染症発生前よりやや下回って推移するものとみている。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・個人利用客は戻りつつあるが、相変わらず法人の団体利用は少ないため、売上の増加は期待できない。外出自粛はなくなっているが、春からの商品価格の値上げで外食費を節約することが予想され、今月並みの売上が確保できれば上々である。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（支配人）	・全国旅行支援が3月末で終了予定であることや、人材不足による予約の制限があるため景気は変わらない。

	□	観光型ホテル（専務）	・全国旅行支援が終了した後の客の動向が全くみえないため、先行きが懸念される。
	□	タクシー運転手	・少しずつ人の動きが良くなっており、今後に期待したい。
	□	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症対策の規制が緩和され、インバウンドなど人の動きはかなり戻っている。しかし、今後新型コロナウイルス感染症の状況が予想できないため、経済への影響や物価高騰の影響がいつまで続くのか危惧している。
	□	設計事務所（所長）	・現在の業務の結果は2～3か月先の業績として現れるが、足下で大きな変化はないため、景気は変わらない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・賃上げできない企業がほとんどのため、景気は回復しない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・住宅業界では、資材や設備等の価格見直しの動きがあるが、客の動きに大きな変化はなく、しばらくは現況が続く。
	▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・物価高になり、花を購入する金額が少なくなり、加えて、新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続いているため、キャンセルが発生しており、売上に大きく影響している。このような状態がしばらく継続するようでは、今後の景気は良くはならない。
	▲	百貨店（企画担当）	・ゴールデンウィークが終わると、人の動向に目立ったモチベーションがなくなり、来客数も落ち着くと予想される。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・物価高騰により、食品の動きが現状より鈍化している。加えて、電気代等も値上がりし、客の購買意欲の減退が予測される。
	▲	スーパー（企画担当）	・水道光熱費の値上げが今後も続くことから、生活防衛に意識が偏り、消費を抑える傾向が更に強くなると考えられる。また、今後も価格上昇が続き、更に最終利益確保が厳しくなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・ロシアとウクライナの戦争が長引くと、水道光熱費を筆頭に全ての商品価格の上昇が影響し、客離れによる売上減少と経費高騰による利益減少により、店自体が成り立たなくなるのではないかと危惧している。
	▲	コンビニ（店長）	・日本銀行総裁の交代により、今後の政策による影響が心配である。
	▲	家電量販店（従業員）	・今後も様々な値上げが続くが、更に来客数の減少が予想されるため、単価の増加では吸収しきれずに、売上減少となるのではないかと懸念している。
	▲	乗用車販売店（代表）	・良くなる要因がない。
	▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・原価高騰が続き、引き続き景況は悪化すると見込んでいる。
	▲	通信会社（社員）	・円安や半導体問題などで、景気動向はやや悪くなる。
	▲	通信会社（役員）	・当社の調達商品の値上げが止まらない状況である。また、主要な生活物資の値上げが続いており、景気が回復する傾向にはない。
	▲	通信会社（企画担当）	・景気が上向きような好材料がない。
	▲	競馬場（職員）	・水費光熱費の値上げなどで、インフレへの影響が出てくると考えられる。
	▲	設計事務所（所長）	・国内外の情勢の影響で、材料・製品・生活必需品等の価格上昇がいつまで続くか不透明である。また、人件費の上昇が予想されるが、業務に対する対価が上がるかは期待できず、特に地方の零細企業や個人事業者までの波及は分からないため、懸念される材料が多い。
	▲	設計事務所（代表）	・物価上昇や金利上昇の影響が危惧される。
	×	*	*
企業 動向 関連  (九州)	◎	経営コンサルタント（代表取締役）	・新型コロナウイルスが2類相当から5類感染症へ引き下げられることで、規制が緩和され元の生活に戻りつつある。したがって、現況よりも良くなっていく。
	○	農林水産業（経営者）	・3月4月の原料入荷の予定は、一頃の厳しさを脱して若干和らぐとみている。原料が前年並みの入荷になれば、生産は元に戻ると考えている。また、販売は引き合いも強く、価格も前年からの消費財等の高騰により値上げをするため、夏までは安定した状況が続く。長期的には、鳥インフルエンザの発生により、多くのとり肉を淘汰しているため、業界では大きな原料不足となり、今年の後半は特に厳しい状態になる。
	○	家具製造業（従業員）	・案件情報の数が多くなっており、またそのプロジェクトの規模も多様化している。

○	一般機械器具製造業（経営者）	・ 今後は、メーカーも半導体の供給不足に対して対策をされると考えられる。各取引先はその状況を判断しながら対応を考えるため、今後に期待をしている。
○	電気機械器具製造業（取締役）	・ 半導体不足やエネルギー、原材料の価格高騰などの問題もあるにもかかわらず、それを乗り越えて伸びる業種が出てくる。
○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・ 徐々にではあるが、生産量が増えてくる見通しになり、前年より良くなってくる。しかし、特定部品の調達に難しい状況であるため、物によっては現状維持となる。
○	通信業（経理担当）	・ 期末に向けて売上の増加が見込まれており、それに伴って利益を確保できる見通しである。
○	金融業（従業員）	・ 住宅販売は、ほぼ横ばいで推移しているが、乗用車の販売は持ち直しの動きがみられる。また、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店の売上也回復している。
○	金融業（営業）	・ 新型コロナウイルス感染症の第8波が収束しつつある。ゴールデンウィーク前には生活様式の変化が加速し、需要も期待できる。
○	金融業（調査担当）	・ 為替の安定化や新型コロナウイルス感染症の行動規制の緩和等、景気に対してネガティブな材料が着実に解消されており、人流が増加している。
○	金融業（営業担当）	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、新型コロナウイルスの分類を5類感染症へ引き下げることやマスク着用の緩和など政府の見直しが発表されている。また、旅行や各消費動向に関しては、旅行や会食の予約状況が活発になっているため、今後の景気は良くなっていく。
○	広告代理店（従業員）	・ 新型コロナウイルス感染症の影響を受けながらも、新型コロナウイルス感染症発生前の景気に戻していこうとする意欲が感じられ、継続的にやや良くなる方向に向かっている。
○	経営コンサルタント（社員）	・ インバウンドが新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻れば需要が増加し、売上が増加する。
○	経営コンサルタント（代表取締役）	・ Webのアクセス数や問合せ件数が伸びており、企業の人材投資は今後も少しずつ増えていく。
□	食料品製造業（経営者）	・ 今後の受注も比較的順調であると見込んでいる。
□	化学工業（総務担当）	・ 来年度の売上や販売数量は、ほぼ横ばいが続く見込んでいる。
□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ 値上げをしている量販店は少ないようであるが、新商品への入替え時期が値上げのタイミングとなり、今後の課題となると考えている。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・ この状況はしばらく続き、自らコストダウンを図って対応する必要がある。
□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・ 2月見込みや3月計画は、当初の計画を維持できているが、半導体不足による生産減少のリスクは続いている。そのため、来期予算は、手堅く当初予測の9割で計画している。
□	輸送業（従業員）	・ 輸出入に好転の兆しがなく、海外消費や中国経済の回復がなければ厳しい状況である。物価が上昇していることもあり、建築資材関係が高騰し、人件費も上昇していることから新規受注を停止している企業もある。
□	輸送業（総務担当）	・ 4月にほとんどの物やサービスにおいて、値上げが実施される。そのため、消費への影響を注視しているが、大きな変化はないと予想している。
□	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、来年度の受注目標に対して厳しい状況となっている。
□	金融業（調査担当）	・ 新型コロナウイルスが5類感染症に移行されるため、企業や消費者のマインドが徐々に上向くことが期待されるが、地元企業の賃上げ動向には不透明な部分も多く、終わりのみえない物価高が景気回復の重しとなる。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	・ 好材料が見当たらない。
□	広告代理店（役員）	・ 3か月後の予想では、大きな変動は期待できない。
□	経営コンサルタント（社員）	・ これから本格的な決算時期に入るため、多くを期待できない。
▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ 例年年度末に出版物の購入を終えるため、4月から6月は購入の動きが落ち着く状況である。
▲	金属製品製造業（事業統括）	・ 客の新規案件の受注控えは、今後の景気に影響すると考えている。

	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の見込みにより景気が変化していくため、やや落ち込んでいく。
	▲	建設業（社員）	・現在のゼロ県債や繰越し工事の発注が、止まるのではないかと予想している。新年度に向けて発注が続けば景気が回復すると考えており、下請等の受注も実施していく予定である。
	▲	不動産業（経営者）	・他社の経営状態が悪くなっている。
	▲	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・現状の景気は変動せず、円安から転じた物価高騰の影響で、買い控えは続いていく。
	▲	その他サービス業〔コンサルティング〕（代表取締役）	・次年度における調査や計画、設計等の委託業務の予算化が少ないことが予想され、委託業務のプロポーザルや入札が少ない状況が続くと、見込んでいた受注量が減少する可能性があるため、景気が悪くなることが予想される。
	×	繊維工業（営業担当）	・燃料費では特に電気代がかなり値上げをする。経営を圧迫することになり、深刻である。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・米中貿易摩擦やメモリー半導体需要の低迷による影響が、当面続くと考えられる。
雇用 関連 (九州)	◎	人材派遣会社（社員）	・求人への回復と時間給の上昇が続いている。派遣先は、今以上の賃金アップを図らない限り、マッチングの難易度は高まっている。
	○	人材派遣会社（社員）	・派遣料の改定をしているが、例年よりも昇給する企業が多い。自社雇用の社員の賃上げ等も実施され、派遣社員にも同様の対応をするため、4月からの派遣料金に反映される。
	○	人材派遣会社（社員）	・人が外に出る機会が増える季節になるため、イベント関係も好調となる。
	○	職業安定所（職員）	・2月の新規求人数が、前年を大きく上回ることが予想され、新型コロナウイルス感染症の影響による休業相談は前月より若干減少していることから、景気はやや良くなる。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・世界的な物価高と金融引締めによる内需の下振れに加え、新型コロナウイルス感染症の拡大による中国経済の一時的な失速を背景に、世界経済は緩やかに減速している。一方で日本経済は、経済活動の正常化を背景に、内需を中心に持ち直す傾向にある。個人消費は、物価高が家計の購買力を下押しするが、人手不足などによる賃金上昇が下支えの要因となり、ペントアップ需要の顕現化が見込まれる。このような状況でも、企業の新卒採用意欲の底堅さを感じており、今後の経過を注視していきたい。
	□	人材派遣会社（社員）	・派遣スタッフの処遇改善に向け動いているが、それが登録者などの増加につながって案件へのエントリーが進むとは感じられない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・物価が高騰しているが、これに対して中小企業の賃金アップは簡単にはいかない。このため先行きに不透明である。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・行動規制がなくなり、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、既に好材料は出尽くしており、3か月後の景気は、現状とは大きく変わらないと予想している。しかし、次の新型コロナウイルス感染症の拡大では、景気がやや悪くなるリスクもある。新型コロナウイルスが5類感染症に分類されると、楽観ムードが漂う状況になるが、油断は禁物と考えている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・円安の影響もあり、特に欧米からの観光客が目につくようになり、観光消費は明るい兆しであるが、物価高騰の対策が課題になる。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・学校への求人数が増えていることと、企業側も説明会への参加意欲が前年より旺盛で、九州でも2024年卒採用人数を増やそうとする企業が増加している。この状態はしばらく続く予想している。
	▲	職業安定所（職員）	・求人数は宿泊業や飲食業、製造業を始め、各産業から出ているが、業務量は確保しているにもかかわらず、人手不足となっている。原材料や高熱費の値上がり分の回収が難しく、利益が下がっていることから、今後の景気動向を危惧している。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・物価高騰がしばらく続くと予想されるため、景気はやや悪くなる。
		×	—