

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)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・中心市街地で歩行者天国のイベントを開催したところ、新型コロナウイルス感染症発生前の来街者数に戻っていた。通常時でも来店がある状況になっている。
	◎	スーパー（店長）	来客数の動き	・インバウンドの需要の高まりもあり、都市部の店舗では高い伸長率で景気が推移している。また、国内観光客も増加し、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っており、景気は上向きである。
	◎	観光名所（職員）	来客数の動き	・居酒屋等、各店舗が新型コロナウイルス感染症発生前の来客数に戻っている。
	◎	理容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話では、仕事量や販売量、来客数の動きが悪くなっている様子はない。新型コロナウイルス感染症が流行してきているが、この状況が続いていくことを願っている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・食料品を始めとした様々な商品の値上げにより、客の消費行動が活発にならず、来客数や販売量が新型コロナウイルス感染症発生前にはなかなか戻っていない。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・客の購買目的が外出や旅行になっており、人の動きが回復し、景気も上向いている。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・ギフト関係では、お中元時期になってかなり売上が伸びている。マンゴーを中心に県産や近隣のメロンなどは前年比130%で動いている一方、野菜や果物の販売状況は横ばいである。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・開店直後の来客数が増え、商品を買って回っている様子が見受けられるなど、景気はやや良くなっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行され、催事は盛況となっている。客の行列も目立ち、本会場や別会場での買物を楽しみ、店頭への波及効果も大きい。また、来客数や販売量が伸長しており、商品価格上昇による客単価下落を補っている。加えて、クルーズ船の寄港が増加したことや、空港バス・新幹線利用の国内外からの人の動きが一段と増加し、周辺商店街のにぎわいも増加している。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数や客単価共に前年を上回っている。心配をしていた値上げの影響もみられず、損益分岐点を越えた店も増え、経営面からも安どしている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の推移はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻っているが、景気状況は同時期より良いわけではない。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・週末を中心に、催事や行楽の人の動きが活発化しており、行動規制中の自粛ムードの反動で当店の利用が増加している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・値上げの影響はあるものの、来客数や客単価は前年を上回っており、購買行動に前向きの変化がみられる。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束し、来客数や販売量は増加傾向である。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・天候により来客数が安定しないが、販売量や買上点数は徐々に増加しているため、売上が前年を上回っている。
	○	家電量販店（店長）	お客様の様子	・物価高の影響でいまだ景気は悪いが、インバウンド需要により景気は少し上向いている。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・話題性の高い新型車の発表に伴い、来客数、販売数共に増えている。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・人気の新型車が発表され、受注台数が大幅に増加している。かなりの高額車にもかかわらず人気があり、期待をしている。
○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・気温が高くなっており、夏場のアイスコーヒーが店頭でよく売れており、前年比でも増加している。	

○	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・旅行会社と提携をしているため、6月に入り旅行客の来店が増えている。また、飛行機や鉄道、ホテル、土産店、飲食店の景気が良くなっており、この状況がしばらく続きそうである。
○	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・今月で全国旅行支援が終わるため、個人客が激減しているが、団体客が徐々に増加している。
○	都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・海外からの富裕層が多く来館している。広めの部屋の需要があり、単価上昇につながっている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・今まで韓国中心であったインバウンドが、クルーズ船の寄港などによって様々な国の観光客の姿がみられるようになり、特に週末は活気付いている。梅雨に入り、通勤手段としての利用も増えている。
○	通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・声掛け等による客の反応が徐々に増えてきている。
○	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	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行したことを受け、サービスキャンセルが減少傾向にあり、景気はやや良くなっている。
○	住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス補助事業対象となる新築住宅の割合が増加傾向となり、棟単価も上昇している。
□	商店街(代表 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類も5類に変わり、人の集まりや人通りが増している。しかし、日用雑貨などの小売店はまだ厳しい。
□	商店街(代表 者)	お客様の様子	・徐々に客が戻りつつあるが、コロナ禍で離れていった客はなかなか商店街に戻る気配がない。そのため、客のニーズに応えることができるよう、各商店が商品構成を工夫しなければならない。
□	商店街(代表 者)	来客数の動き	・6月中旬にイベントがあり観光客でにぎわったが、それ以外は平常時の人通りと変わりがない。
□	一般小売店[精 肉](店員)	単価の動き	・前月に引き続き高単価の商品がよく売れている。特に、飲食店から高単価、高品質の商品の引き合いが強い。
□	一般小売店 [茶](販売・ 事務)	お客様の様子	・株価が上昇しても景気が落ち着くわけではなく、個人経営の小売店では新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻っていない。生活必需品の価格高騰は、かなり売上に響いている。高齢客は特に余分な買物はしない傾向であり、年金が少ないことをよく聞かされる。
□	百貨店(企画担 当)	来客数の動き	・来客数は前年とほぼ変わらない状態で推移している。
□	百貨店(経理担 当)	販売量の動き	・売上では、婦人衣料や食料品は改善しているが、紳士服や雑貨関連は進捗が芳しくない状況である。前年の売上を超えているものの、商品によって浮き沈みがあり、全体的に勢いが弱い。
□	百貨店(経営企 画担当)	お客様の様子	・行動制限がなくなったことで衣料品の売上は堅調に推移しており、前年以上の売上を確保している。一方で、従来好調であったブランド品や家庭用品が苦戦気味であり、購買内容に変化がみられる。
□	スーパー(店 長)	販売量の動き	・3か月前から単価の上昇基調は変わらない。来客数は若干増加している程度で、1人当たりの購入点数も減少が続いている。生活必需品の購入はしているもののよく吟味しているため、消費マインドが上昇しておらず、景気の変動は少ない。
□	スーパー(総務 担当)	販売量の動き	・各種食品の値上げが浸透し、客の買上点数が前年比を下回る状況が続いている。新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ移行した後はレジャーや外食等に客足が取られており、売上は値上げ分を差し引くと前年並みか、やや下回る水準である。
□	コンビニ(経営 者)	販売量の動き	・商品価格の値上げが続いており、客の購買動向が大きく変化している。無料キャンペーン等の大きなイベントでは来客数は多いが、少額割引商品には見向きもしないことから、家計状況の厳しさが増しているのではないかと推測している。
□	衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・3か月前と比較すると、客の回遊は増加しているが、売上は変わっていない。

□	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・メーカーからの供給が安定しており、納期が短縮される傾向にある。しかし、車種による納期格差は、まだ回復の見込みが不安定である。
□	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・都市部でのキャンペーンは、来客は若干あるが売上が余り良くない。
□	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	・販売量の増加は前月に引き続き伸びており、事業の業績は改善している。一方、物価が著しく上がっており、まだ個人の給与には反映されていないため、景気は変わらない。社会保険料や住民税など支出は増えるため、更に厳しくなると想定される。
□	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束してからの旅行需要が一段落しているからか、稼働が伸びていない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・梅雨に入り、県外からの客が減少しており、夜や週末に人の動きが戻りつつあるが、今一つ伸び悩んでいる。
□	通信会社(役員)	お客様の様子	・地域の景気はやや上向き傾向であるが、生活物資や燃料費の値上げ等で相殺されている。
□	観光名所(従業員)	来客数の動き	・前年と比べると、来客数がかなり多くなっているため、景気はやや良くなっている。
□	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・梅雨の入場者は天候によって大きく増減するが、地元客を中心に予約自体は堅調に推移している。
□	美容室(経営者)	販売量の動き	・夏は景気が良くなる傾向であるが、3か月前から横ばいである。売上の急な上昇はないが、景気は徐々に回復している。夏のおしゃれシーズンに期待をしている。
□	美容室(店長)	お客様の様子	・外出も多くなっているが、まだ、新型コロナウイルスの感染を警戒している人もいるため、景気が良くなっているとは考えられない。
□	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	・会場使用の見学の引き合いは少しずつ増えているが、結果に結び付いていない。また、取引先の受注状況が芳しくないことから、景気は現在の状況が続く。
▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・これまで景気が順調に上向いていたが、今月は来客数が下降気味で売上も低迷している。
▲	商店街(代表者)	販売量の動き	・梅雨に入り、天候が良い日には気温が30度を超す異常気象のため客足が鈍っており、店頭での売上は悪くなっている。
▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・6月に入り一気に客足が止まっており、売上の前年比が減少している。動きが落ちた原因は不明である。
▲	一般小売店〔鮮魚〕(店員)	お客様の様子	・景気が良かった店も魚が少なくなり、仕入れに困っている状態である。一部商品は値段がかなり上がり、小売店では太刀打ちできない段階にあり、養殖物や偏った品物ばかりにならざるを得ない。仲卸としては魚が少ないため、多少残っても次の日に売れる状況である。
▲	一般小売店〔生花〕(経営者)	販売量の動き	・2～3か月前は卒業や退職への花束の販売量が多かったが、夏は花が保たないため、確実に販売量は減少する。
▲	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症による行動制限がなくなり、来客数は戻りつつあるが、買上率や購入単価は落ちている。日用品を中心とした値上がりやガソリン代、電気代の値上げが続いており、生活防衛のために買物を控える客が多い。
▲	スーパー(企画担当)	販売量の動き	・食品部門では、加工食品が商品値上げの影響もあり、商品単価の上昇がそのまま売上の増加につながっている。生鮮食品では、前年の内食傾向による好調を上回る売上である。一方で、外出の増加により、一時は回復傾向にあった衣料品や小物などが全般的に不調となっており、節約傾向が影響している。
▲	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・4～5月の客の動きは、諸用や旅行など外出が増え、動きが多くなっているが、6月に入り若干鈍くなっている。
▲	衣料品専門店(店員)	お客様の様子	・夏物需要期となり、早くもバーゲンセールを待っている客が多く、景気はやや悪くなっている。
▲	家電量販店(店長)	お客様の様子	・来客数が前年比80%と低迷している。

	▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、更に売上が悪くなっている。6月になっているにもかかわらず、特にエアコンの動きが出遅れている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・全体的な値上げで、客の財布のひもは固い。
	▲	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・高単価の商品が平年並みに推移しているが、来客数が落ち込んでおり、売上が伸びない状態である。気温がなかなか上昇しないため、夏物商材も動かず、在庫をいかに絞るかを工面しているところである。
	▲	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	・来客数は5月までと比較すると減少している。バーゲンセール開始でやや回復しているものの、5月までにバーゲンセール前の買い控えや人気映画のヒット作が立て続けにあった影響から、6月は土日でも駐車場や館内に活気がない状態である。
	▲	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・全国旅行支援は7月まで延長になってはいるが、需要の多い方面への支援予算はほぼ完売しているため、3か月前の春休みと比較すると販売量は減少している。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・インターネット用光回線の販売件数が低迷している。市場の広がりがないまま、競合同士で客を奪い合っている状況である。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	来客数の動き	・健康産業やサービス業の前年比をみると、成人の利用が増加していない。
	▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品単価は相変わらず値上がりし、生活必需品の価格上昇も続いている。しかし、人件費や仕事への対価は上昇しておらず、厳しい状況である。
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・イベント等を行っても、以前と比べ客が減少している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の収束で、インバウンドが増えている。外出もしやすくなり、来客数は増えているが、売上が増加しているわけではない。しかし、今後は、人の動きが増加すると、金の動きも出てくるため景気は良くなる。
	▲	住宅販売会社（代表）	競争相手の様子	・業界誌情報では、大手ハウスメーカーで10%以上受注が落ち込んでおり、景気は悪くなっている。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年6月は株主総会後の食事などが忙しき月になっていたが、新型コロナウイルス感染症が発生してからは、客は減少したままである。
企業動向関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・6月は鳥インフルエンザによる鶏の原料不足も一服し、例年に近い状況を確認できており、生産も順調に推移している。販売では各方面鶏不足となっているため引き合いが強く、年度計画を達成している。利益においても計画を達成できる。例年6月は販売が厳しいが、今年は新型コロナウイルス感染症が落ち着き好条件となっている。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品の値上げをしたが、受注関係は以前と比べると上向いている。しかし、原材料の価格高騰で、小売店では値上げがしづらい状況である。新商品は、新しいルートができ、受注が徐々に増加している。
	○	金属製品製造業（事業統括）	取引先の様子	・仕事の引き合いが増加している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・3月から取引先の体制が変わり、やっと落ち着いたところである。従来の動きを取り戻し、今後の景気の対策として、前向きの姿勢で動き始めている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置分野の金属加工部品は低調気味である。一方、二次電池など再生可能エネルギー関連の設備受注が決まり、忙しい状況である。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・各事業部で取引先からの引き合いが増加している。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・半導体不足が起因となるライン停止や減産がない状態が続いている。

○	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・前年の残工事が完了し、若干閑散としている。これから多くの指名競争入札や一般競争入札が控えており、景気は良くなっていくと考えられる。手持ち工事の減少は余りなく、今後の発注に期待したい。
○	金融業（従業員）	取引先の様子	・百貨店やスーパーマーケット、住宅の売上が回復しているほか、飲食店や旅館・ホテルの売上也増加している。また、賃上げを実施する企業に広がりが見られ、雇用・所得環境が改善している。
○	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症による制約がなくなり、明らかに人の動きが活発となっている。外食や旅行などサービス業、小売業での需要が高まっている。
○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・住宅ローンの借入れは減少傾向にあるものの、中小企業からの借入れは、前月に引き続き増加している。全体的には景気はやや良くなっている。
○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・取引先の動きは、少しずつではあるが前向きである。受注先の数は苦戦が続いているが、各受注量は増加している企業も見受けられる。売上は前年比でマイナスが続いているが、景気マインドとしては3か月前と比べて良くなっている。
○	広告代理店（役員）	取引先の様子	・アジアからのインバウンド増加を見込んだ商品に対する問合せが増えている。
○	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・発注の動きが始め、景気は良くなっている。
○	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	取引先の様子	・今年度は、市町村で高齢者福祉や障がい者福祉のアンケート調査や計画策定を行う年度である。加えて健康増進計画の策定年度にもなっているため、今月は多くの委託業務の発注が公募型プロポーザルや指名競争入札で行われている。公募型プロポーザルに参加する業者が少ないことから受注しやすくなっており、入札は予算に近い金額で落札されている。委託業者は受注が増えている状況で、景気が良くなっている。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的には閑散期ではあるが、比較的順調な受注状況である。
□	繊維工業（営業担当）	それ以外	・受注に関しては、リスクを避けるため前倒しで受けている。そのため、受注量は十分にあるが、多方面からの値上がりを受けているため楽観視することはできず、値上がりと工賃のバランスが整っていない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・輸入は、物価高による消費財の販売が低調となり在庫調整が行われているため、通関件数や入荷量など減少が続いている。輸出では、韓国へのビール輸出などが好調となっており工場は逼迫している。当県周辺では物流施設のしゅん工や建設予定が続いているが満床にはならない状況であり、賃料との駆け引きが発生すると予想される。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・地方にもインバウンドの姿が戻っている。飲食店の開店が増えるなど、にぎわいが戻っているが、出荷量や輸送量は余り増えていない。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・地元の中小企業では、物価高騰や賃上げに対応するため、価格転嫁に苦慮している。また、幅広い業種で人手不足感が漂い、特に建設作業員やトラックドライバーなどで人手不足の傾向が強い。夏季ボーナスは、前年並みの支給が大半であり、現況は変わらない。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・前年と比べると新聞広告の地元出稿量は増えているものの、都心からの出稿量は減っている。
□	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、相次ぐ値上げで品定めをしながら購入しているため、売上の増加にはつながっていない。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・当社の受注量に変化がないため、景気の状態は変わらない。
□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・景気は緩やかに持ち直しており、企業業績の悪化にも歯止めが掛かりつつある。原材料費や燃料費の高止まりもあることから、大きな変動はなく推移している。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・主要取引先からの受注の減少が続いているため、景気はやや悪くなっている。

	▲	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・製造ラインの増設等、準備はできているが、価格の高騰や円安でなかなか受注が取れない状態である。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先の会話から、景気が悪い状況がうかがえる。
	×	*	*	*
雇用 関連 (九州)	◎	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・企業の求人数が増え、複数内定を得ている学生が増加している。さらに、内定出しも早まっており、学生の取り合いになっていると考えられる。そのため、大学内での就職説明会には人が集まらない状況が発生している。
	○	人材派遣会社（社員）	それ以外	・注文が増加しており、人材を必要とする企業が多い。また、求職者からの応募もあり、人材不足であるが今月は契約件数が増加している。
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になり、新型コロナウイルス感染症発生前の環境に戻りつつある。特に医療関係の新規登録者数の増加につながっている。
	○	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・旅行者が増えており、特にインバウンドが目立つようになっている。
	○	新聞社 [求人広告]（担当者）	周辺企業の様子	・5月以降、これまで中止や延期していた会合やイベント等が再開され、参加者が多くなっている。新型コロナウイルスの感染対策も懸念される場所であるが、人的交流の再開によりビジネスなど有効に働くことが予想される。
	○	新聞社 [求人広告]（担当者）	それ以外	・中心市街地や駅ビルなどへの人出は、以前よりも増加している。インバウンドも多くなり、飲食店にもにぎわいが戻っている。
	○	学校 [大学]（就職支援業務）	求人数の動き	・2024年3月卒業予定の大学生対象の求人倍率が上昇し、求人件数は前年と比較すると確実に増えている。採用活動を夏以降も継続して行う企業も増加傾向にあり、就職活動を継続している学生にとって追い風となる状況となっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・イベントや宴会などは増えているが婚礼が減少しており、全体では大きな変化はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前月を上回っているが、3か月前との比較では減少している。新型コロナウイルス感染症が落ち着き売上は戻りつつあるものの、物価高騰等により利益が思うようには伸びていない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行により、イベントや催事等が再開され、今後のインバウンドによる消費への期待も高くなっている。市街地や観光地など人の動きが活発化しており、人手不足ということもあって企業の求人意欲は高い状況が続いている。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—