

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)	◎	スーパー（店長）	販売量の動き	・インバウンドの利用が多い店舗では、インバウンド需要が新型コロナウイルス感染症発生前に近い数値になっている。全体的に見ても、来客数が増加傾向であり、単価上昇につながっていることが好調の要因である。
	◎	理容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話によれば、売上回復や繁忙による人手不足などの話を聞いているが、理美容業界ではまだまだ景気回復していない。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・イベントを開催しているが、来街者数は増加傾向で、売上も増加している。
	○	商店街（代表者）	単価の動き	・来客数の伸びはないが、客単価が増加しており、景気はやや良くなっている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・全体的に漁獲量が少ないこともあるが、ウナギの売行きが好調である。しかし、海水温が高く魚が少ないことが問題となっており、ウナギを扱わない店はかなり経営が厳しい。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・インバウンドが増加し、複数の売場を買い回っている様子が見受けられ、景気はやや良くなっている。
	○	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・催事やクリアランスセール、夏休みの催事などで平日の来客数は通常どおりに戻っている。お中元のギフトセンターは新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により一服しており、サテライトショップやWebでの購入が戻っている。街では、クルーズ船寄港、空港バスや新幹線利用といった国内外からの人の動きが一段と増している。一方、祭りはにぎわったが、猛暑と新型コロナウイルス感染症の流行やインフルエンザ回避で土日祝の来客数が伸びていない。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・長梅雨にもかかわらず、イベントの本格再開によって来客数が前年並みに回復している。客単価の上昇もあり、売上はやや良くなっている。
	○	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・沿線などの都市部の景気回復が大きく、インバウンド需要も増えている。しかし、一部の地域の落ち込みは続いており、商品値上げの影響による単価上昇が来客数や買上点数の減少を補っている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今夏の祭事が通常どおり開催されたことに象徴されるように、全てが新型コロナウイルス感染症の流行以前の状況に戻ってきている。来客数はそろそろ頭打ちとみられるものの、客単価は伸び続けている。商品値上がりの影響もあって買上点数の伸びは僅かであるが、景況感の明るさを予感させる。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・当県では世界水泳選手権をはじめ多くのイベントが開催されており、国内外からの観光客が増加しているため、来客数も増えている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・インバウンドの増加や行楽、イベント関連の人流は活発である。大規模再開や国際大会の需要で消費が拡大しており、おおむね景気は好調である。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・商品値上げの影響により、買上点数は減少傾向が続いているものの、来客数が上向きである。
	○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・新車の配給台数が順調に伸長している。新車の売上が増えることで他の売上や利益も増加するため、企業全体の景気が回復している。
	○	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・話題性の高い新型車の発表に伴い、来客数が増えている。また、メーカーの供給制限の緩和により、販売も増えている。
○	乗用車販売店（役員）	それ以外	・メーカーからの供給は安定傾向で、販売量は増加している。しかし、新型車が発売されてもオーダー数に制限が掛かっているため、全体的に受注量が伸びていない。	
○	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・行政の施策やプレミアム付商品券の利用により、高単価の商材の購入や「ついで買い」などが生じている。また、店頭での催事も好調で、施策がうまく機能している実感がある。	

○	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	来客数の動き	・売上は前年比でほぼ横ばいであるが、新規の客が増加しており、徐々に上向いている。
○	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・インバウンドや県外からの観光客が多くなっているが、市内の客は1次会のみで21時には帰宅するため、売上は余り伸びていない。
○	観光型ホテル (総務)	単価の動き	・単価は上昇しているが、人手不足により量をさばくことが困難になっている。
○	観光型ホテル (専務)	お客様の様子	・全国旅行支援が一旦終了したため個人客が減っているが、団体の予約が秋に向けて増えている。
○	都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・客層が月単位で変わっており、国内外からの客の動きが日増しに増加している。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・夏休みに入り、国内外の観光客の増加に加えて世界的なスポーツ大会の開催などイベントがめじろ押しで、当地においては非常に活気付いている。
○	通信会社(営業担当)	それ以外	・消費の節約志向が薄れている。
○	観光名所(従業員)	来客数の動き	・悪天候が続き、来客数が大幅に減っている。
○	観光名所(職員)	来客数の動き	・当市は「食の街づくり」を掲げているため、居酒屋等を中心とする飲食店の来客に注目している。週末だけでなく平日でも客の充足率が高くなっているほか、市内の宿泊施設はビジネスホテルを中心に常に7割近く埋まっている。
○	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・展示場やイベントの来場者の増加傾向が続いている。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・2度目の火災前までは商店街に地域外の観光客が来街していたが、最近では各店の足並みがそろわず、来街者数が減少している。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・梅雨明けの後に猛暑が続き、天候不順もあるため、客の出足が鈍い。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・暑さが影響して、店頭への来客数が激減している。
□	百貨店(経理担当)	販売量の動き	・婦人服や食料品、飲食の売上が前年より改善しており、3か月前から同じ流れで好調を保っている。子供関連では、少子化もありやや苦戦している。
□	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・前年との比較では、売上が若干増加しているものの、新型コロナウイルス感染症の発生以前と比較すると客の来店頻度は減少している。客の購入意欲は依然慎重であり、必需品以外の購入はしない状況が続いている。
□	百貨店(経営企画担当)	お客様の様子	・全体としては前年と同じ水準の利益を確保しており、衣料品は堅調であるが、高額のブランド品の売上水準は前年に達していない。
□	スーパー(店長)	販売量の動き	・販売量は増加せず、むしろ減少が続いている。消費者の生活防衛意識は高いままである。
□	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・買上点数や来客数が前年を下回っており、広範囲の値上げの影響で生活防衛意識が強く出ている。
□	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、来客数は前年を大きく下回っている。客の収入は増加していないため、景気が良くなる兆しが無い。
□	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終息に向かいつつあるが、予想外に販売が伸びていない。
□	コンビニ(エリア担当・店長)	販売量の動き	・買上点数が若干前年を上回っている。しかし、来客数の前年比は余り伸びておらず、来客数が少ない分、売上は前年並みである。
□	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・3か月前と比べると景気はほとんど変わらず、良くも悪くもない。
□	衣料品専門店(取締役)	お客様の様子	・7月はバーゲンセール時期であるが、4月に様々な物が値上げされたため客の財布のひもは固く、最低限の物のみを購入する傾向が定着している。そのため、景気は落ち込んだままである。
□	家電量販店(店長)	競争相手の様子	・売上は前年を超えてはいるが、同業他社や量販店でも伸長しているため、季節要因が大きいと考えられ、当店の景気が良くなったわけではない。

□	家電量販店（従業員）	単価の動き	・気候を原因とする需要が増加している。しかし、行動制限は解除され来客数は戻ってきているものの、物価高騰により客単価の下落傾向が一定期間続いている。
□	その他専門店 [書籍]（副店長）	販売量の動き	・7月前半の天候不良により、来客数や販売量が減少している。
□	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] （統括者）	お客様の様子	・販売価格へのコストの転嫁によって客単価は上昇しており、売上は上昇傾向にある。一方、来場者の予算は、前年を下回る傾向にある。
□	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・3か月前は全国旅行支援を利用した旅行商材の購入が多かった。しかし、今月は全国旅行支援の販売終了が多いため、夏休みの予約は堅調ではあるものの、販売量に余り変わりがない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・夏休みに入り人の流れは多いが、タクシー利用は伸びていない。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・天候による変動はあるが、予約は堅調に推移している。物価高騰により徐々に厳しさを増しつつある。
□	美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比較すると「夏枯れ」の傾向にあるが、コロナ禍でも普通の生活に戻っており、客の動きも活発になっている。しかし、暑さもあり、余り景気回復は見込まれておらず、横ばいである。
□	美容室（店長）	来客数の動き	・特に外出の予定がないため、来店を控えており、その間隔も延びている。
□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	販売量の動き	・季節要因もあり、7月は売上が伸びている。また、飲食の販売が増加している。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・物価高ではあるものの賃金の上昇もあり、客の状況は余り変わっていないが、所得の格差が若干出ている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・毎月の生活必需品の値上がりで消費マインドが落ち込んでおり、加えて、猛暑のため午前中に食料品を購入して帰宅する客が多い。そのため、午後から商店街の人通りが極端に少なく、売上も期待できない。
▲	一般小売店 [青果]（店長）	販売量の動き	・この猛暑で地元産の野菜が入荷せず、県外からの単価の高い商材が入っている。また、この暑さで来客数も減少し、厳しい状況が続いている。
▲	一般小売店 [精肉]（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行の直後から販売量が増えていたが、今は購入が減少している。
▲	一般小売店 [茶]（販売・事務）	お客様の様子	・仕入価格が高騰しているが、販売価格を値上げすると客は一段下の商品を購入するため、味が変わり苦情が出てくる。そのため、値上げができない。これが商品を値上げするたびに繰り返されている。新型コロナウイルス感染症発生から来客数は減り続け、売上も回復しない状況である。加えて、7月に入り、毎日猛暑が続く外出する人は少なく、売上は伸びていない。
▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・インバウンドの来客数は増加傾向であるが、地元客の減少が著しいため、景気はやや悪くなっている。
▲	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・クリアランスセールが年々盛り上がり、割引のない月と変わらない状況である。
▲	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・都市部でのキャンペーンや店舗では、来客数が少なく、販売状況は余り良くない。
▲	その他専門店 [ドラッグストア]（企画担当）	販売量の動き	・商品の値上げにより商品単価は上がっているが、来客数や客単価は下落している。
▲	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）	販売量の動き	・3か月前は、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行が決定され、行動制限が解除されたゴールデンウィークであった。そのため、財布のひもが緩んでおり、また、人気映画のヒットが施設の売上の追い風になっていた。その頃と比較すると、異常気象や物価高騰の報道が悪影響となり、物販店舗の客は若干支出を控えているようだ。

	▲	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・インバウンドは好調に推移しているが、国内客の勢いが弱まっている。
	▲	通信会社 (企画 担当)	販売量の動き	・光回線の販売件数が低迷している。
	▲	通信会社 (役 員)	お客様の様子	・建設業や観光・宿泊業は引き続き堅調に推移しているが、生活物資の高騰に比べ賃金は上がっておらず、当社の加入者や地域市民の消費意欲は減退している。
	▲	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)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行に伴い、顧客のキャンセルは減少傾向であったが、第9波と考えられる感染拡大傾向により、キャンセルが徐々に増加している。
	▲	設計事務所 (所 長)	単価の動き	・建築関係では材料や製品単価の上昇が続いているが、収入の増加はない。一方、生活必需品の価格が上昇しているため、景気はやや悪い。特に、地方の中小企業や個人事業主は厳しい状況である。
	▲	設計事務所 (代 表)	来客数の動き	・イベントを開催しても来店客が少ない。
	▲	住宅販売会社 (代表)	来客数の動き	・電気光熱費の上昇や商品価格の高騰の一方で給与が余り昇給しないため買い控えがあり、景気が悪くなる傾向にある。リフォームや新築の補助金は促進剤にはなっているが、弱い状況である。
	×	商店街 (代表 者)	販売量の動き	・6月末の急激な気温上昇をきっかけに、当店だけではなく、メーカーでも急に売上が落ちている。
	×	商店街 (代表 者)	来客数の動き	・天候に影響されて人通りが少ない。飲食店以外の小売店や衣料品店はとても厳しい状況である。
	×	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月は1年のなかで最も動きが悪い状態である。
企業 動向 関連 (九州)	◎	金属製品製造業 (事業統括)	受注量や販売量の動き	・原材料の価格上昇が落ち着きをみせており、景気は良くなっている。
	◎	経営コンサルタント (代表取締役)	取引先の様子	・取引先の話では、受注や売上が増加しているため、景気が良い状況と判断できる。
	◎	その他サービス業 [コンサルタント] (代表取締役)	受注量や販売量の動き	・市町村からの福祉計画等の調査や、計画策定の委託業務を請けているが、今年度はアンケート調査や計画策定の業務が各市町村から発注されており、既に前年度ベースの受注が可能な見通しとなっている。このため、景気は良くなっているといえる。
	○	農林水産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・7月は鳥インフルエンザによる原料減少も一段落し、工場生産も順調に進んでいる。販売でも、落ち込んでいた居酒屋の状況も元に戻り、引き合いが強くなっている。特に梅雨明けにより、ビール消費と相性がいい商品の引き合いが強い。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・取引先の経営改革が落ち着き新体制が動き出し、協力工場もそれに応じて動き始めている。今後は周囲の状況を確認しながら、徐々に当社も動きが出てくることになる。
	○	電気機械器具製造業 (取締役)	取引先の様子	・電気自動車関連業務の引き合いは依然強いものがあり、人や車両の動きも活発になっている。
	○	建設業 (社員)	受注量や販売量の動き	・お盆前は若干閑散としているが、入札はめじろ押しとなっている。第2回発注見直しを確認しても、多くの一般競争入札や指名競争入札が予定されている。元請だけでなく、特殊工事の下請工事の依頼にも期待をしている。
	○	金融業 (従業員)	取引先の様子	・家電の販売はやや弱いですが、百貨店やスーパーマーケットの売上が持ち直しているほか、飲食店や旅館・ホテルの売上も増加している。また、人手不足のため、賃上げに踏み切る企業が増加しており、労働者の所得環境も改善の動きがみられる。
	○	金融業 (調査担当)	取引先の様子	・中小企業からの借入れは、増加傾向が続いている。住宅ローンも同様に推移しており、景気はやや良くなっている。

○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が他県に比べ高い水準で推移している。夏休みを迎え、県内の観光業は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近い活況を取り戻しつつあるが、コロナ禍で抑制した働き手の再確保が進まず、フル稼働に踏み切れない施設もある。人材の獲得競争が激しさを増している。
○	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行後、人の流れを始めとして、様々なものが正常化に向かっている。
○	金融業（営業担当）	取引先の様子	・観光業や飲食業、小売業では売上が増加し、客単価も上昇している。
○	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・取引先では、少しずつではあるが前向きな動きがみられる。受注先の数は、配布先の紙面離れ等もあり苦戦しているが、受注先別の受注量は徐々に戻ってきており、景気動向は前月に引き続きやや良くなっている。
○	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・最近、依頼が2～3件あり、景気は上向きとなっている。
○	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・食品の値上げが進んでおり、客は購入を最小限に抑えるため、商品を吟味している。一方、インバウンド需要が増加し、日本酒やウイスキーなどの売行きが好調で、品切れする店舗も出ている。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・比較的順調な受注で推移している。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お中元ギフトが徐々に売れており、お盆用のお返しギフトなども引き合いがある。
□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注関係は前月と変わっていないが、全ての商品を値上げしているわけではなく、原材料費や光熱費、人件費は上昇しているため、難しい状況になっている。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置に関する金属加工品の受注量が減少傾向にある。
□	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・半導体の生産が余り良くない。一部の部品関連が若干伸びているため、何とか踏ん張っているが、全体の生産量は余り増加していない。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物価上昇に伴い消費量の落ち込みが続いており、国内生産及び輸入は、低調が続いている。特に飲食関係の食材などはその傾向が強い。住宅関連でも建設資材の高騰などで注文が止まっていることもあり、木材輸入が大幅に減少している。一方、日韓関係の変化で韓国への輸出が回復している業界もある。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・運賃値上げの要望が各運送会社から出ているが、寄託者から運賃値上げ分の料金改定をするには時間が掛かるため、経費圧迫や利益減少につながっている。物量は横ばいが続いており、売上は減少傾向である。
□	不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先や同業他社は景気が良い企業と悪い企業にはっきり分かれている。
□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・受注量が大幅に増える傾向にない。
□	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感染症の影響は鈍化し、景気はやや持ち直しているが、市況については大きな変動はない。
▲	繊維工業（営業担当）	それ以外	・電気料金や原材料の物価上昇の影響が大きく、工賃交渉により上乗せできても、半年もしないうちにまた値上げしていく状況である。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体分野での景気の不況が継続しており、半導体製造装置の受注低迷が続いている。一部、パワー半導体や米国の輸出規制を受けない旧型装置等の新規受注も見受けられるが、当社が担当している部品には影響がなく、しばらく低迷が続くと考えられる。
▲	経営コンサルタント（代表取締役）	それ以外	・在宅勤務の採用をしているが、報酬条件が以前と変わらないにもかかわらず応募が増えている。他社が採用を抑えていることも考えられ、景気がやや後退している兆候である。
×	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連を中心に受注量が減少している。

雇用 関連 (九州)	◎	民間職業紹介機 関（職員）	求人数の動き	・大学4年生の内定状況は前年より良く、採用継続中の企業も多い。今まで大卒のみを対象にしていた企業が、専門学校や高校へ求人を出すケースも増加しており、人手不足の深刻化もあり、新型コロナウイルス感染症発生前より非常に景気が良いといえる。
	○	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・求人受注は増えているが、行政関連の新型コロナウイルス特需がなくなり、今後の派遣状況が不透明である。
	○	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・企業の求人の動きだけでなく求職者の動きも活発となり、新規派遣登録者数も増え、景気は若干良くなっている。派遣だけではなく、人材紹介などの直接雇用についての問合せも増加傾向にある。
	○	人材派遣会社 （社員）	周辺企業の様子	・企業から新規採用の注文が増えている。派遣登録の予約の後に採用が決まり登録辞退する人や、登録後すぐに仕事が決まる人が増えている。後任の採用だけでなく、増員で募集している企業も多い。
	○	人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・イベントや展示会などの注文が増えている。
	○	新聞社〔求人広 告〕（社員）	それ以外	・インバウンドが増加しており、個人で行動するより、4～5人のグループで動いている。
	○	学校〔大学〕 （就職支援業 務）	求人数の動き	・2024年3月卒業予定の学生対象の大卒求人倍率が上昇したことから、求人件数は前年と比較すると確実に増えている。学生にとっては有利な状況であるが、採用活動を行う企業や団体にとっては、苦戦しているところもあり、夏以降も継続して採用活動を行う企業が増えている。
	□	新聞社〔求人広 告〕（担当者）	周辺企業の様子	・イベントや会合が再開され、企業主催も増えている。イベント等への参加機会が増え、情報交換などビジネス交流会も盛んになっている。しかし、参加会費の値上げも多く、交流は増えているが物価の上昇も感じられる。
	▲	求人情報誌製作 会社（編集者）	周辺企業の様子	・4月の求人取扱件数は、前年と比べ大幅に伸びているが、5～6月は低迷している。夏休みを控え、今年の求人件数は大幅に伸びると期待していたが、企業は慎重な姿勢である。夏休みに入ってからインバウンドに期待したいところであるが、客足の伸びが少ない。
	▲	職業安定所（職 員）	周辺企業の様子	・メーカーの下請企業や大手のグループ企業では原材料費の上昇分を価格転嫁できているが、多くの企業では、物価高騰の影響を受け、仕事を受けても利益は減少している状況で、前年の2倍以上の電気代を支払っている事業所もある。全体的な人手不足は続いているが、求人数の伸びは鈍化している。
×	—	—	—	