

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)	◎	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・日中の気温が高いため、飲料の購買が好調に推移している。
	◎	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今年の夏は、外国人を中心とした観光客数の増加で、コンビニエンスストアの主力商品は好調な動きを見せている。
	◎	家電量販店（店員）	販売量の動き	・7～8月はプレミアム付商品券が利用されたため、景気の下支えとなり、3か月前と比較するとかなり売上が増加している。しかし、一時期の好調な売上には追いついていない。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	競争相手の様子	・市内にある各ホテルの来客数等は増加しており、景気は良くなっている。全体的に市内が活性化している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街全体としては来街者が増加しているが、お盆の間は観光や遠出が多くなり、商店街への買物客は減少している。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店のイベント開催などが制限なしに開催できるようになり、来街者も徐々に増えつつあるが、物価高により慎重な消費行動が続いている。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・夏休みの帰省や旅行等で、複数名での来店が目立っている。また、当店で商品を購入したとみられる紙袋を複数持っている客も多く、景気はやや良くなっている。
	○	百貨店（企画担当）	競争相手の様子	・競合同業者も一律で売上が増加している。また、厳しい状況におかれていた衣類等が上向き傾向にある。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・来客数の増加傾向に伴い、食料品を中心に売上が好調に推移している。特に今月に入りインバウンドの売上が好調で、化粧品の売上は前年比119%となっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・お盆前の台風による臨時休業などで、4日間は来客数に大きな影響が出ている。催事やお中元等、平日・土日到店頭への来客数が好調となり、また、花火大会開催日の夕方には来客数が倍増している。クルーズ船の寄港や帰省客により、家族での国内外の旅行客が増え、周辺商店街のにぎわいが増している。平日・土日に来客数が増加したことで、客単価や商品単価が伸び、来客数の減少を補っている。
	○	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・来客数や売上は前年を上回っている。特にお盆期間中は帰省客も増加し、食料品や飲食関係の売上も伸長している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・お盆の景気は、帰省客増加やインバウンド需要回復により、新型コロナウイルス感染症発生前以上に回復している。新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行してからも新規感染者数は多い状況であるが、人流は明らかに新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が回復していることを実感しているが、原価高騰や商品値上げが継続しており、1人当たりの買上点数は減少傾向にある。商品単価上昇が売上増加につながっている状況に変化はない。
	○	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症への警戒が少なくなり、特に都市部での販売や来客数回復が大幅に進んでいる。また、商品値上げが進み、買上点数は減っているものの、単価上昇により販売額の拡大が進んでいる。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数や客単価は、前年を上回っている。猛暑が続いており、季節商材でもアイスクリームや飲料品に勢いがある。コロナ禍では外出を控えていた高齢者等も多く見受けられるようになり、来客数全体からみても割合が高くなっており、猛暑の影響はみられない。
○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前年と比較すると売上が好調である。	
○	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があり、来客数が増えている。加えて、メーカーの供給制限の緩和が続いているため、販売も増加している。	

○	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)	単価の動き	・来客数は戻っていないが、値上げによる売上は増加傾向にある。
○	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	・会社の売上や販売量は好調が続いている。物価上昇に伴い仕入原価も高騰しているが、販売価格の見直しにより対応ができています。しかし、個人所得までは反映できず、個人の景況感としては変わっていない。
○	観光型ホテル(総務)	来客数の動き	・景気は良くなっているが、人手不足により販売制限が続いている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は夏休みということもあり、韓国や中国など国内外の観光客が増加し、都心部では活気が続いている。しかし、タクシー不足は続いており需要と供給のバランスが取れず、収入は上昇しているものの、景気全体の実態がつかみづらい状況である。
○	通信会社(営業担当)	それ以外	・インバウンドが新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っている。
○	理容室(経営者)	お客様の様子	・どの客も仕事は順調となっており、景気は回復傾向である。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・8月は異常な暑さであるが、商店街では火災後からまだ冷房設備が整っておらず、スーパーマーケットへ客が流れている。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・猛暑のため人通りが少なく、特に高齢者は外出を控えており、お盆の帰省客も少ない。韓国や中国からのインバウンドが若干増えている程度である。
□	一般小売店〔精肉〕(店員)	単価の動き	・飲食店向けの販売では、引き続き高単価の商品がよく売れている。
□	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・夏商戦の人出は以前と比べ回復したものの、客は電気代や物価上昇のため節約をしている。購買意欲が以前より慎重になっており、今後もこの状態は続く。
□	衣料品専門店(店員)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響はほぼ無くなったが、厳しい残暑のため、秋物に興味を示す人が少ない。
□	乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・新車の販売は、メーカーの増産により前年を上回る実績で推移している。ただし、受注に関しては、納期の長期化に連動し受注ストップの車種が多く、受注可能な車種が限定されているため、なかなか受注成約につながらないことが多い。
□	乗用車販売店(役員)	それ以外	・販売は供給改善により、比較的好調であるが、受注については物価高騰もあり、客の動きが鈍っている。納期の長期化に伴い、営業部門では受注ができない車種も発生しており、営業しづらい状況が続いている。
□	住関連専門店(経営者)	来客数の動き	・都市部のキャンペーンや店舗への来客数が、少なくなっている。
□	その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	お客様の様子	・前年との比較では、売上は若干減少傾向にある。また、来客数や購入単価等は横ばいである。
□	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	・当館は複合型映画館であるが、5月にヒット映画が上映され、ショッピングセンターに好影響をもたらした。前年は記録的なヒット映画が上映されたが、前年と比較しても売上は落ちておらず、お盆前後は台風や観光流出があったものの、比較的順調な推移である。
□	スナック(経営者)	来客数の動き	・台風や猛暑の影響で極端に来客数が少ない日があったため、前月と比べ売上が伸びていない。
□	居酒屋(経営者)	お客様の様子	・人流は改善しているが、物価が上がっていることもあり、外食することが減少している。
□	観光型ホテル(専務)	来客数の動き	・夏休みとなり、家族連れの宿泊がとて多くなっている。前年の温泉地への来訪者が前々年の18%増加と報道されていたが、今年もその傾向は変わらない。
□	旅行代理店(職員)	販売量の動き	・3か月前は全国旅行支援もあり、国内旅行需要は多かったが、ここ1か月の販売量は3か月前と変わらない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・小型や中型のメーターの格差が無くなり、中型タクシーの乗務員が苦勞することが多くなっている。
□	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・ボーナス時期の需要増加もなく、引き続き販売件数は低調で、需要の掘り起こしができていない。

□	通信会社（役員）	販売量の動き	・高額プランから低額プランへの変更が続いており、地域経済が好転しているとはいえない状況である。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・地元客の来場は順調に推移しているため、全体的な入場者は確保できているものの、コロナ禍で、身近な屋外スポーツとして選ばれてきたゴルフ人気が一段落している。
□	美容室（店長）	来客数の動き	・日中の外出を控えており、午後からの来客はない。
□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	それ以外	・売上や損益の観点からみると、景気は変わらない。
□	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）	販売量の動き	・業種によって景気回復に差があるが、観光産業・サービス業に関して改善の兆しは僅かである。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・春先以降、販売は横ばいの状況が続いている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・天候の異常で、日中の来客数が激減しているが、客単価は良くなっている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・7月中旬からの酷暑のため、高齢者の客層が多い商店街では、客の来店頻度が減少している。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・お盆休みや里帰り、レジャー等で出費があり、買い控えが出ている。企業では、インボイス制度の準備などでゴム印製作は増加傾向であるが、9月からの企画などで製作は止まっている。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・猛暑や雷雨のため、商店街への来街者数が伸びていない。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・気温が高いため来客数が少なく、売上減少が続いている。購買意欲がほとんどない状態である。
▲	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・地物の野菜であるピーマンやキュウリ、トマト以外は、県外の商品となり輸送コストが割高になっており、加えて、この暑さで商品は少なく、2～3か月前から厳しい状態である。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・お盆まではそこそこ売上が良かったが、お盆が終わると売れなくなった。漁獲量が少ないこともあるが、景気に活気が無くなっている。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・行動制限も解除され、新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻ることを期待をしていたが、1度落ちた売上は、簡単には回復しない。コロナ禍で新しい生活様式が習慣となり、特に、外販では事務所用のお茶の注文はほとんどない状態である。猛暑が続いており、来客数は減少し、売上は伸びていない。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・単価の上昇が全ての商品やサービスに影響し、結果として販売点数の減少につながっている。消費意欲は、直近3か月前と比較すると減退していると考えている。
▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・食料品の値上げにより、売上は前年を上回っているが、節約のため来客数や買上点数は前年比を下回っている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・夏休みに入り来客数は増加しているが、単品買いが多く客単価は下がっている。商品価格の値上がり頻繁になり、買い控えは増加している。今後は全体的な売上減少が続いていく。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・キャンペーンに対する反応は好ましくなく、来客数が減少している。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・購入意欲が湧く季節的な要素はあるが、今年は猛暑のため、客が外出するのをためらいがちになっている。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症による行動制限が解除された中、お盆だけは来客数が増加したが、お盆以外は前年の80%台となり、来客数が減少している。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	お客様の様子	・買上点数が、下がり続けている状況である。

	▲	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・ 今月は台風が南九州を長期間襲い、散々な状態である。景気が回復しそうな状態であったが、来週も台風の心配があり、先が見通せなくなっている。
	▲	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・ 売上単価は好調であるが、予想より稼働が伸びない状況である。
	▲	観光名所(職員)	単価の動き	・ 新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行後、消費が上向きになる傾向はあったが、生活用品の値上げやガソリンの価格高騰により景気回復を圧迫している。
	▲	美容室(経営者)	販売量の動き	・ 2～3か月前と比較すると景気が良くなると予想していたが、若干売上が落ちている。新型コロナウイルス感染症の影響や猛暑により、景気回復が遅れている。
	▲	美容室(経営者)	来客数の動き	・ 新型コロナウイルス感染症が収束し、お盆を迎えたが、景気は良くならない。
	▲	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)	来客数の動き	・ 新型コロナウイルス感染症の第9波が8月中旬から拡大傾向にあり、来客数に影響が出ている。
	▲	設計事務所(所長)	単価の動き	・ 材料や製品単価の上昇が続いている。それにもかかわらず、仕事に対する対価や人件費が上がらない。
	▲	設計事務所(代表)	来客数の動き	・ イベントの来場が少なくなっている。
	▲	住宅販売会社(従業員)	来客数の動き	・ 客の動きをみると、以前より来客数が増加しているため、経済に動きが出ていると考えられる。
	×	一般小売店[生花](経営者)	販売量の動き	・ ギフトがメインの花屋であるが、猛暑によりギフトで花を贈ることが少なくなっている。幸いお盆用の花や祝い用の花の需要があったため、最悪な状態は免れたが、ギフト用の花の需要は減少している。
	×	住関連専門店(従業員)	来客数の動き	・ 酷暑のため来客数は著しく落ち込んでいる。また、長引く物価高騰の影響から、買い控えが以前より多く見受けられる。
	×	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・ 今月は上旬と下旬に来客があったが、お盆前後は閑散としていた。
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	・ 8月は原料に余裕が出ており、生産はフル活動で問題がない状態に回復している。そのため、売上は順調に伸び、計画を上回っている。台風で1日分の損失が発生したが、余り大きな影響はない。今月は生産や販売は良好な状態でバランスが取れた月となっている。販売は、居酒屋や冷食メーカー向け量販店からも引き合いが強い状況である。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・ 取引先は新体制になり新年度から動き始め、やっと落ち着いている。そのため、工場でもそれなりの動きが出ており、従来に比べると生産量も徐々に上がっている。しかし、業界では半導体の需要状況が懸念される材料となっており、メーカーの動きが良くならなければ景気上昇は難しく、しばらくは現状が続く。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・ 半導体製造装置関連は低迷しているが、再生可能エネルギー事業関連は若干活況が戻りつつある。
	○	電気機械器具製造業(取締役)	受注量や販売量の動き	・ ESG絡みの投資などで自治体などの動きも出始めている。
	○	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の売上が持ち直しており、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、賃金を引き上げる企業が増加するなど、労働者の所得環境も緩やかながら改善している。
	○	金融業(調査担当)	取引先の様子	・ 夏季休暇での観光客数は、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいており、宿泊施設も活況となっている。台風や大雨の影響で、一部の野菜価格が上昇しているが、夏のイベントは各地で新型コロナウイルス感染症発生前のスタイルで開催されるようになり、にぎわいをみせている。

○	金融業（営業）	取引先の様子	・円安による影響が懸念されるが、新型コロナウイルス感染症による行動制限が解除されたこともあり、現在は外国人観光客の呼び水になっている。幅広いサービス産業で景気は良くなっている。
○	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・取引先の状況は、少しずつではあるが、前向きとなっている。受注金額は、前年比の減少が続いているが、これは顧客の新聞離れが進み、折込広告の収入が減少しているためである。全体の景気はやや良くなっている。
○	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・具体的な受注にはつながっていないが、動きは出ている。
○	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・新型コロナウイルス感染症が沈静化するにしたがい、インバウンドが増加している。特に、日本酒、ウイスキーの需要が伸びている。
○	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・採用や教育等の人材に対する投資意欲が高まっている。
○	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・客の設備投資も徐々に回復傾向にあり、新型コロナウイルス感染症発生前ほどではないが、緩やかに回復している。
○	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	・7月に引き続き、8月も高齢者や障がい者、健康増進の調査・計画策定の発注がプロポーザルや入札で行われており、高めの金額で応札するコンサルタントや辞退が多いことから、受注できる機会が多い。しかし、7月より発注件数は少なくなっている。
□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・取引先の生産状況が余り良くないため、9月頃から回復が見込まれているが、調達がうまく行っていない状態である。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・倉庫保管では入庫は多いが、出庫はそれほど増えておらず、加工業務も前年と比べて量が落ちている。最近ようやく出荷が出始めたが、景気が良くなっているという実感からは程遠い状況である。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症に関連する融資の元金返済が始まっている取引先のうち、個人事業主や零細企業の一部で延滞が発生している。新型コロナウイルス感染症の影響で売上が回復しておらず、また、物価や人件費の上昇により利益が出ず、返済ができない状態となっている。そのため、中小の零細企業にとっては、景気は良くなっていない。
□	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注の金額等が今年に入り横ばいであるため、景気は変わらない。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・広告関連の話題が少ない。
□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・明るい兆しはあるが、3か月前と比べて景気が良くなっているとはいえない。
▲	食料品製造業（経営者）	取引先の様子	・季節商材の購買シーズンに入るため、通年は問合せが多い時期であるが、今年は問合せが少ない。
▲	繊維工業（営業担当）	それ以外	・発注は例年より多いが、新型コロナウイルスの感染により家族や本人の休みが多くなり、生産量が落ち込んでいる。加えて、暑さも影響し、高齢者の休暇や勤務時間短縮なども原因の1つとなっている。
▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ガス等の原材料の値上げが続いているため、7月に商品の値上げをしている。料金価格を受け入れた企業もあるが、新しい商品を作り変える対策を行っている企業もある。しかし、生産はできても卸業者が店舗に対して料金値上げができないこともあり、現状の流通過程において厳しい面があり危惧している。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの受注が一段と減少傾向にあるため、景気はやや悪くなっている。
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連が減少傾向である。
▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・受注に波があり、また、入札で落選が続いているため、着工ができない現場が多く、若干人手がだぶついている状態である。

	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・輸出、輸入ともに低調となっており、加えて、在庫調整もあり厳しい状況が続く。特に中国向けが軒並みキャンセルになっており、更なる在庫調整となる可能性もある。
	×	金融業（調査担当）	取引先の様子	・中小企業からの借入れは減少しており、前年比の増加幅も3か月前と比較すると減少している。また、住宅ローンの借入れは増加しているが、増加幅は減少しており、景気は悪くなっている。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・事務職にかかわらず、飲食やサービス業、福祉等幅広い業種から派遣求人数の問合せが増えてきている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・宴会やイベントが増えているが、披露宴は伸び悩んでいる。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・インバウンドの回復や県内各地のイベントは実施されており、人出や消費活動は以前と比べれば活発になっている。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2024年卒の求人数は前年と比較して確実に増えている。学生にとっては有利な状況であるが、企業や団体にとっては、採用活動に苦戦しているところもあり、夏以降も採用活動を行う企業も増えている。また、今後の企業の求人も緩やかではあるが、拡大傾向にある。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・変わらず求人数は多く、就職が決まった人も増えているが、3か月前を上回るほどではない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・例年、この時期は秋需要に向けて求人数が活発になるが、手応えのない状況である。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業では、エネルギー価格等の高騰の影響により賃上げが難しく、人手不足の解消ができない状況が続いている。また、小売店や飲食店でも行動制限解除により、来客数は増加しているにもかかわらず、人手不足は続いており、物価上昇が続くことによる景気低迷を懸念している。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・大学4年生への求人も多く、採用を継続している企業が多い。未内定の学生が少なく、完全な売手市場が続いている。しばらくは、この状態が続くと考えている。
		▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子
	×	—	—	—