

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)	◎	コンビニ（経営者）	・所得の増加やインバウンドが増加することでコンビニエンスストアの主力商品の販売が更に伸び、景気回復の動きは進んでいく。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・旅行シーズンに入ることで、海外からの渡航客など、観光での来客数増加が予想される。
	○	商店街（代表者）	・気温が下がり気候が良くなると人が動くようになるため現状より状況が良くなると予想しているが、景気が好調になるわけではない。
	○	商店街（代表者）	・来客数が増加すれば、2～3か月先は売上増加につながることは予想される。
	○	商店街（代表者）	・夜の飲食店関係は若干来客数が増えているため、売上が上向いている。電気やガス料金等の高騰が不安要素であるため、年末までの政府の対策や消費心理の高まりに期待している。
	○	商店街（代表者）	・9月からキャンペーンなどが始まる企業が多いため、売上の増加が見込まれる。
	○	商店街（代表者）	・残暑は9月も続くようであるが、次第に気候も良くなれば、来客数も増加する見込みである。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	・取引依頼の問合せが安定しているため、景気はやや良くなる。
	○	百貨店（経理担当）	・9月以降もインバウンド需要が見込まれ、売上は全般的に好循環が続くと考えている。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和で客の外出意欲が回復し、店頭でのショッピングを楽しむ客が増えている。国内外のクルーズ船の寄港増加や国内観光の人の動きの増加、土産品購入、物産、催事の来客数の増加も見込める。紳士雑貨、インテリア、嗜好性の高いブランド品、舶来雑貨は、価格の上昇はあるものの購入意欲は高く、クレジット利用者数や商品単価は依然好調である。国内外の観光需要の増加で、美術工芸品や特産品の売上は増加し、催事開催や友の会の新年度募集でも来客数や客単価の伸びが見込める。
	○	百貨店（経営企画担当）	・人流が活発化したことにより、衣料品や雑貨、化粧品などが引き続き堅調になると考えられる。また、前年より金額は減少するがプレミアム付商品券の発売も予定されており、消費喚起になると予想される。
	○	スーパー（総務担当）	・国内の景気動向や株価、長期金利等から推測すると、消費は上向くと推測される。
	○	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇による売上増加が続くものと見込んでいるが、競合量販店の業態変更やディスカウントストアへの移行の情報もあり、価格競争の再燃が懸念される。
	○	スーパー（経理担当）	・商品の値上げも多少落ち着いてきたため、インバウンド需要は回復する。人の移動も活発になっており、景気は少し上向きになる。
	○	コンビニ（経営者）	・円安等による物価高騰は懸念されるものの、買い控えには至っていないため、現状が続くと予想される。
	○	家電量販店（店長）	・今後も厳しい状況は続くと思うが、消費者が物価高に慣れ始めているように感じるため、徐々に景気は上向いていく。
	○	乗用車販売店（役員）	・話題性のある車種の発表を控えており、客の動きが活発化する期待感がある。また、メーカーからの配車も今後更に増加の見込みがあるため、景気はやや良くなる。
	○	住関連専門店（従業員）	・単価の高い秋冬商材が動くため、景気改善が見込まれる。しかし、気象予報では、例年と比べ気温が高いため、暖冬の影響で需要が落ち込むことが懸念される。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・8月の動きは前年と変わらないが、残暑は厳しく9月までの動きは低下傾向になる。10～11月には気候は涼しくなり、来客数は増加しコーヒーの売上は上昇していく。
	○	高級レストラン（経営者）	・当県では、年末までに様々なイベントが増えているため、景気回復に期待している。
○	スナック（経営者）	・コロナ禍の影響はほぼない状態である。猛暑が終われば、今月より人出が増えることが予想される。	
○	居酒屋（経営者）	・当市でもインバウンドが増加しているが、首都圏と比較するとかなり少なく、今後より増加することに期待をしている。	

○	観光型ホテル（総務）	・インバウンド需要が加速化しているが、中国の情勢がまた不安定になっている。しかし、今後の宴会需要の増加は続くと思われ。
○	旅行代理店（職員）	・国内では紅葉シーズンの個人・団体旅行の需要が増加すると予想される。加えて、海外旅行需要が現在よりも増加することに期待している。
○	通信会社（営業担当）	・経済活動が、新型コロナウイルス感染症発生前に戻ると、景気はやや良くなる。
○	ゴルフ場（従業員）	・地元客をメインに集客活動を行っていきながら、今後は県外、海外の来場者が増えるような営業も進めていきたい。
○	美容室（経営者）	・2～3か月後の景気は徐々に回復すると考えられる。秋口には客の装いに変化が現れ、新しい商品の動きも出てくるため、業界の動きも良くなる。
○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・今後の宴会場の打診が散見されるようになっている。
○	設計事務所（代表）	・物価上昇や金利上昇による買い控えの傾向が続く。
□	商店街（代表者）	・景気が極端に良くなったり、悪くなったりすることはないと予想されるが、新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が増加傾向にあるため、それに影響されることも考えられる。
□	商店街（代表者）	・景気を戻すために、商店街一同、切磋琢磨して前向きに企業努力することを打ち合わせている。
□	商店街（代表者）	・猛暑や大雨で外出を控えることも少なくなっている。また、商店街でのプレミアム付商品券の発売が消費者の購買動機付けを後押しし、購買も増加することが予想される。
□	商店街（代表者）	・この3か月は景気が少し悪くなっているが、これ以上悪くはならず横ばいが続く。
□	一般小売店〔青果〕（店長）	・5年前の台風の被害でレタスの価格が500円にまで跳ね上がっていたが、10月にかけて再びそういう状況になるのではないかと危惧している。また、完熟マンゴーは前年と比較すると120%の需要があり、全国的に景気は上向いていると実感している。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・10年前は、お盆を過ぎると脂ののった大きめのサバが入荷していたが、ここ数年は段々と減少し、今ではほとんど入荷していない。秋の風物ともいえる秋サバが無くなってしまい、何とか未来に残していきたいと考えている。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	・今月は暑かったが、お盆にお花を消費するイベントがあり救われた。2～3か月先の気候は良くなり、お花を贈る機会も増えると予想されるが、物価が高くなるため先行きは不透明である。
□	百貨店（企画担当）	・大きなイベントがなく、クリスマス需要も早くから始まる傾向にあるため、景気は余り変わらない。
□	百貨店（業務担当）	・客の買物に対する慎重さや、自然災害、猛暑などの要因から外出を控えることが多くなっている。また、季節の変わり目となり、衣替えなどの需要も出てくる時期ではあるが、話題になるようなヒット商品やアイテムがないことも上昇しない理由の1つである。
□	スーパー（店長）	・急激な物価高騰から1年が経過しているが、物価指数は変わらないと予測している。インバウンド需要があるエリアでは中国の団体ツアー解禁による恩恵があると予測できるが、大きく景気が上向くとは考えられない。
□	コンビニ（経営者）	・当社の商圈では現状の営業状況がほぼピークであるため、今後は横ばいで推移することが予想される。
□	コンビニ（店長）	・ガソリン価格の値上げが危惧される。
□	衣料品専門店（店長）	・今後も余り変化がない。
□	家電量販店（店長）	・円安や物価高が落ち着き、収入が増加しなければ、財布のひもは固くなる一方である。
□	家電量販店（店員）	・来客数は前年比90%まで減少しているが、物価上昇もあり商品単価は増加している。客は安価な物を求めているのではなく、良質な物を長く使用する傾向になっている。
□	乗用車販売店（従業員）	・物価の上昇で、客の財布のひもが固くなっている。
□	乗用車販売店（総務担当）	・新車納期の長期化に連動し、受注が止まっている車種が多く、受注可能な車種が限定されている。そのため、なかなか受注成約が増えず、この状況は当分続くと思われている。

□	乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産及び供給が順調であるため、販売でも高水準が期待できる。
□	住関連専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症となり、レジャーや外食では景気が戻り、インバウンドも回復している。一方、置き家具についてはコロナ禍での巣籠り需要の反動により、しばらく回復は見込まれない。
□	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）	・新型コロナウイルス感染症は収束し、消費者はほとんど感染状況を気にしない生活となっている。一方、物価高騰に関する報道が過熱気味となっているため、商圈内の一般消費者にも悪影響を与え、より効率的に、より安価に買物をしようとする心理が働いている。これまでの抑圧されたコロナ禍に比べると良化する期待はあり、特に、旅行関連が2019年以前と同水準まで回復することで、インバウンド需要がない当館では、物販動向にプラスとなる見込みである。
□	高級レストラン（経営者）	・今月の売上が悪すぎたため、これ以上の落ち込みはないと考えられるが、現在の予約は少ない状況である。
□	一般レストラン（スタッフ）	・当町は観光がメインであるため、観光による景気は良いが、一方で人口減少や高齢化のため、街の将来が懸念される。
□	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・会社業績が良くなることで景況感は良くなっているが、それが個人の所得に反映されるのはまだ先になる。物価高騰は続き、手取りの所得は減少しているのが実情である。
□	観光型ホテル（専務）	・夏休みが終わるが、団体の申込みがあるため、全体の客の動きは良くなる。
□	タクシー運転手	・ガソリン価格の高騰など不安要素もあるが、急激に下がる気配もなく、現状維持はできると予想される。
□	タクシー運転手	・県外の客が増加しても、運転手や配車数が不足しており、手配が間に合わない状況は今後も続く。
□	通信会社（企画担当）	・販売は通常運転で、繁忙期が続いている状態である。
□	通信会社（社員）	・業界自体の好材料がないため、景気は変わらない。
□	通信会社（企画担当）	・景気は引き続き低調であると予想している。
□	観光名所（従業員）	・来客数がお盆期間と変わらないと予想されるため、景気は変わらない。
□	理容室（経営者）	・人手が足りないため仕事があっても受けられないと客が嘆いており、今後の景気も変わらない。
□	美容室（経営者）	・様々な物が値上がりしているが、それに合わせた値上げができず困っている。客は安く良質な物を求めているため、先行きが不安である。
□	美容室（店長）	・物価高騰を懸念しているため、来客数が横ばいで景気が良くな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〔介護サービス〕（管理担当）	・介護業界に向けたガソリンや電気代等への支援は継続されるが、人件費では他の業界と介護業界で差がより顕著となっており、今後の人材確保に影響が出ることが想定される。
□	設計事務所（所長）	・物価が非常に上昇しており、景気が良くなる状態ではないため、今後もやや悪い状態が続いていく。
□	住宅販売会社（従業員）	・来客数や客単価は良くなっているが、経費が多くなっているため、収支では損失に近い状態になることも考えられる。
□	住宅販売会社（従業員）	・客の動きには大きな変化はなく、今後も販売については現状が続く。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・物価上昇が止まらず、生活に必須なガソリンの値上げによる影響が出てきている。販売量、客購入単価が減少しており、今後数か月の売上が増加するような好材料がない。
▲	百貨店（企画担当）	・日常生活に関わるコストの増加や、国外を含む政治情勢の不信感から不安感が強くなっている。
▲	百貨店（販売促進担当）	・物価高騰により、客単価の低下が予測される。
▲	スーパー（店長）	・物価の上昇が続いているが、収入はほとんど変わっていない。そのため、可処分所得は減少し、消費が伸びず、景気は後退すると考えている。
▲	スーパー（従業員）	・仕入原価と人件費の上昇により、景気はやや悪くなることが予想される。
▲	コンビニ（経営者）	・3か月後は買上点数が減少すると予想されるため、客単価は下がり厳しい状況が続いていく。
▲	コンビニ（エリア担当）	・郊外型店舗のため、ガソリン価格値上げによる影響を受けやすく、購買意欲の減少が予想される。

	▲	家電量販店（従業員）	・冷房器具の需要ピークは過ぎたが、残暑が続くと予想されるため暖房器具の需要はなく、価格高騰を受け買い控えが多くなり、景気はやや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（代表）	・景気状況は変わらない。
	▲	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）	・値上げによる企業の業績回復の効果を賃上げに反映できれば景気も良くなるが、当県や九州の中小零細企業でそのような動きが出るかは不透明な状況である。
	▲	通信会社（役員）	・大企業の年収は上昇しているが、地域の企業ではその傾向はみられない。
	▲	観光名所（職員）	・ガソリン価格の高騰や生活用品の度重なる値上がり、飲食店の価格上昇によって最低賃金を引き上げることができず、景気が良くなる状況が見えない。
	▲	ゴルフ場（営業）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になり制約が解除されたが、再び新型コロナウイルス感染症が流行している。燃料等の物価の上昇も続いているため、行動を制限をするような動きが出ており、景気は少し後退すると予想している。
	▲	競馬場（職員）	・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ため、人の動きは増加しているが、物価高騰による影響が出始めたのではないかと警戒している。猛暑の影響もあり、今後を注視したい。
	×	家電量販店（店員）	・3か月前の売上は非常に悪かったが、現在、プレミアム付商品券が大きく影響し回復がみられる。しかし、3か月先はまた元に戻るのではないかと心配している。
	×	その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	・電気料金、ガソリン料金等、インフラに係る費用負担が大きく、日常生活への影響が続いているため景気は悪くなる。
	×	設計事務所（所長）	・材料や製品単価の上昇が続くと予想され、住宅の着工数が減少している。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・料金値上げは徐々に浸透してくると考えられるが、産地で企業発注の商品を焼いている業者では、なかなか値上げができず売上の落ち込みがひどい。また、新商品を出すことでその落ち込みを補う方策を検討しているところもある。値上げの浸透を待つか、新しい商品を作り出すかが今後の課題となる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先は半導体の動向をみながら生産計画を組んでおり、当社ではそれに対応するための体制を取ることになる。半導体は不足しているが、今後、徐々に解決されていくものと期待している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い等が増えており、今後の景況はある程度回復することが見込まれる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・コストの上乗せについて取引先からの理解が得られるようになっており、先行きがやや良くなっていく。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・車種によりばらつきはあるが、全体予算台数に対して、上振れの生産が続いている。
	○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・調達部材によって確保できているもの、できていないものがあるが、下半期では順調に確保できる予測のため、今後を期待したい。
	○	建設業（従業員）	・JV工事の大型物件も取れたが、工期が4年弱あり、下請の確保や資材の高騰などで難しい問題も抱えており、景気は変わらないと判断している。
	○	建設業（社員）	・手持ちの工事が着工すると、逆に人手不足になる。コンスタントに受注ができ、作業員が作業をできる状態であれば心配ないため、第2四半期の後半と、第3四半期の受注に期待している。
	○	金融業（従業員）	・倒産が増加しているが、百貨店やスーパーマーケットの売上が回復しており、公共工事も高水準で推移している。飲食店や旅行関連業者の売上も順調に増加している。
	○	金融業（営業）	・涼しくなり、秋の観光シーズンを迎えると、観光業を中心にサービス業の景気は明るい。政治的な摩擦の影響は限定的であると考えられる。
	○	不動産業（経営者）	・今月よりも先の受注金額の方がやや良くなっている。
	○	経営コンサルタント（社員）	・取引先の動きが活発化しそうであるため、景気回復への期待が大きい。

○	経営コンサルタント（社員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行後、外出する機会が増えている。
○	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数が増えてきており、企業の人材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）	・燃料の価格高騰等から製造原価等が上昇するなど、業況にも影響があるが、引き続き、緩やかに景気回復が見込まれる。
□	農林水産業（経営者）	・販売面での引き合いが強いため、9～10月には原料不足が続き生産が思うようにはできない状態が予想される。前年の鳥インフルエンザの影響が大きく出そうである。特に、9月はその影響で大きなチャンスロスとなることが危惧される。11月には原料加工も戻ると考えられるが、この1～2か月は厳しい状況となる。
□	食料品製造業（経営者）	・比較的安定した受注が見込める状況である。
□	家具製造業（従業員）	・前年と比較すると、明らかに景気は回復傾向にある。しかし、更に伸びる好材料がないため、当面は横ばいで推移するものと予想している。
□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・主力部門の本冊の出版予定がないことで、客の買い控えが続く。
□	化学工業（総務担当）	・今年度の損益見通しは3か月先も変動はなく、ほぼ前年並みで推移する。
□	金属製品製造業（事業統括）	・原油価格の高騰に伴う原材料や燃料費の高騰がマイナス要因となっていく。
□	輸送業（従業員）	・ガソリンも補助金なくなり、消費活動に影響が出る可能性が高い。遠出が減ると消費も減るため、更なる悪循環となる。
□	通信業（職員）	・民間企業が施主の営業案件数は多少伸びているが、官庁が施主の営業案件数と受注予想額は伸びておらず、今年度の受注目標に対して厳しい状況となっている。
□	通信業（経理担当）	・売上は、今年度に入ってから前年と比べてやや低調に推移しており、しばらくはこの状況が続く。
□	金融業（調査担当）	・為替相場が8月29日に一時1ドル147円台となったが、145円台まで下落するなど不安定な状況であるため、今後の動向が不透明である。
□	金融業（調査担当）	・物価高騰により、消費者心理の回復の足かせとなる状況が当面続く予想され、多くの企業が物価上昇に伴うコスト増加への対応に苦慮している。
□	金融業（営業担当）	・夏休みが終わり、旅行などの消費の需要が終わる。新型コロナウイルス感染症関連の融資の元金返済が始まり、中小零細企業にとって資金的な負担となる。全体的な物価高騰は変わらず、人件費の上昇も見込まれる。また、人材確保は非常に難しい状況が続いている。したがって、中小零細企業の景気は良くはならない。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	・景気回復への好材料が見当たらない。
□	広告代理店（従業員）	・新型コロナウイルス感染症第9波の流行で、身の回りで患者が増えてきている。また、ロシアによるウクライナ侵攻は長期化し、加えて、中国の不動産業界の低迷など不安定な要素が増している。そのため、ここ3か月の景気は足踏み状態が続くと予測している。
□	広告代理店（役員）	・2～3か月先の景気がより良くなることは、現状では考えられない。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・更に受注減少が考えられるため、景気はやや悪くなる。
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・売上が減少する見込み。
▲	輸送業（総務担当）	・処理水の海洋放出に伴う輸入制限や最低賃金上昇による人件費圧迫、資源・エネルギー高騰、物価高など、景気に水を差す情報ばかりである。昇給による消費の増加は期待できず、税金や社会保険負担が大きくなり、手取りは余り変わらないことが予想される。
▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村からの委託業務の発注は8月がピークとなり、9月以降は発注が少なくなる。このため、受注できる機会に限られることから、景気はやや悪くなるおそれがある。

	×	繊維工業（営業担当）	・人手不足の解消、最低賃金の上昇に対応できるか心配である。他社との差別化を図るような賃金が提案できる状況にない。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・秋のイベントシーズンを迎えるため、新型コロナウイルス感染症発生前と同様の催しの開催が見込まれる。
	○	人材派遣会社（社員）	・派遣での募集に時間が掛かると、多少のコストが掛かっても、早く欠員補充をするために直接雇用や人材紹介等を利用する企業が増えてきている。
	○	人材派遣会社（社員）	・最低賃金の上げ幅が大きくなり、10月からの契約時給で、料金交渉に応じた企業もある。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・当県でもインバウンドが戻っているため、徐々に需要が増加しており、景気の回復に期待をしている。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	・お盆時期の求人特集では、ゴールデンウィークの求人に比べ、申込件数が倍増しているが、歳末商戦の求人件数には及んでいない。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・台湾を中心としたインバウンドは、チャーター便就航なども含め今後も拡大の方向にある。最低賃金も大幅に上がり、求職や売手市場は活発化すると考えられる。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・経済活動の正常化を背景に、内需を中心に緩やかに持ち直している。一部の業界では人材不足もあり、企業の新卒採用意欲は底堅く、今後もしばらくはこの状況が続くと予想している。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人情報等では引き続き人手不足が顕著で求人も多いが、一方、コロナ禍での公的融資の返済や物価高騰で景況感は相殺されているように感じる。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行後、事業拡大を検討している事業所が多く、新規事業所の立ち上げ、新店舗の開業で求人の申込みがみられる。一方、人員の確保ができず新店舗の開業時期が延びている、開業はしたものの人員確保できず、利用者等の受入れを増やすことができないといった相談もあり、スムーズに事業拡大ができない状況である。
	□	職業安定所（職員）	・企業の人手不足と物価上昇傾向が続くことが予想され、景気回復のきっかけが見込めないため景気は変わらないと判断している。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向であるが、就職件数は伸びておらず、人手不足が続いている。また、最低賃金の改定も控えていることから、景気は変わらないと判断している。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・今の状態が良いため、企業の採用意欲が衰える兆しがなく、当面、景気の先行きは良いと考えている。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・昇給や臨時ボーナス等で収入が増えているが、税制改正や世界情勢等の不安要素もあるため、景気は変わらない。
▲	人材派遣会社（社員）	・未経験者でも転職しやすい簡単な業務ほどシステム化されており、派遣領域において求人数が前年割れを続けている状況である。	
	×	—	—