

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	・商店街では9月を敬老月間としており、集客やイベントをしている。しかし、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザなど増えており、高齢者の来街が非常に少ない。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・残暑が厳しく、来客数は日々ばらつきがあるが、まとめ買いが増加し、売上は前年比で微増である。
	○	商店街（代表者）	それ以外	・インボイス制度導入に伴い、インボイス制度登録番号のゴム印製作が大幅に増加している。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・9月に入って平均気温が下がったことから来客数は増加し、客単価は上昇している。暑さの影響で県外の野菜の単価は高いものの、かなり商品の動きが出ている。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・夏休みを終えた9月も売上が落ちることなく、インバウンドも引き続き来店している。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・7～9月にかけて国内客やインバウンドにより売上が増加しており、4～6月と比較すると景気は良くなっている。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・来客数の増加に伴い、催事含め全館で売上が回復しており、特に紳士服や子供服の売上が良くなっている。また、化粧品、飲食店を含む食料品の売上も引き続き好調に推移している。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・クルーズ船の寄港、観光業の回復から、平日、休日共に国内外旅行客の家族やグループの通行が周辺商店街を含めて増加し、にぎわいが増している。客が戻り、各種の催事が好調となり、各階の売場へと回遊が増えていることから、平日の来客数の伸びは休日を上回っている。また、サテライト店を含め、客単価や商品単価が伸長している。
	○	百貨店（経営企画担当）	お客様の様子	・物価高が懸念される一方で、外商顧客向けの催事が好調であり、売上をけん引している。来客数が天候に左右されることも少なく、行動制限もないことから、消費が活発化している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・お盆の商戦では新型コロナウイルス感染症の発生前以上に来客数が伸長している。帰省人口の増加が景気回復につながっていると判断できる。
	○	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・9月に入り秋冬物の商品展開を行っているが、暑さの影響から本格的な購買の動きに至っていない。しかし、商品値上げが続いている加工食品や、高値相場の生鮮食品は好調な推移が続いており、今のところ、消費者が買い控えには至っていない。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今年は新型コロナウイルス感染症が収束しているため人流が増加している。加えて、残暑が厳しいため、飲料の販売が好調である。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年を上回る状況が続いており、その上昇の速度が少しずつ増している。経営的にも、やっと安定した状況に達しつつある。客の動きでは、客単価が継続して上昇していることから、目的以外の買物をしていることが推察できる。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・客は価格上昇にうまく対応している。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの順調な新車生産によって計画を上回る台数が販売店に配給されている。その結果、売上と利益が計画を上回り、好調な上期決算となる。	
○	高級レストラン（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束に向かっており、マスクを着用していない人が多い。当地では、前月のイベントが終わり、次のスポーツ大会があるため、宴会等の予約が入ると予想され、気が抜けない状態である。	
○	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・景気は上向いているが、人手不足により営業をいまだに制限している。	
○	都市型ホテル（スタッフ）	競争相手の様子	・市況では、稼働率や単価などが常に上昇している。	

○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・全国旅行支援はほぼ終了したが、秋の旅行販売量が多くなったことから3か月前より好転している。海外旅行の需要も3か月前より増加している。
○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・インバウンドが増加し、飲食店では休日に満席となることが多い。
○	観光名所（職員）	来客数の動き	・市内の飲食店や物販店等で景気の状態を確認したところ、平日でも来客数が増えている状況である。各地域でのイベント数、来場者数も増加している。
○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・こどもみらい住宅支援事業の交付申請は終了したが、子育て世帯の住宅取得への動きは、その他の世帯に比べ活動的である。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・コロナ禍や猛暑による外出への影響は随分と少なくなっている。しかし、客の購買意欲が全く上向かず、様々な生活必需品の値上げの影響が考えられる。年金生活者や高齢者等の消費に慎重さがみられる。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・猛暑であること、物価やガソリン価格が高騰していること、加えて、当商店街では火災のために駐車場に仮店舗を建設していることから、来店客がなく売上がかなり減少している。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきているが、エネルギーなどの価格高騰の影響が大きく、客が慎重になっている状態である。
□	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・3か月前と変わらず、販売量が好調である。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・とにかく魚の漁獲量が減少しており、その上、客が少ないため利益が少ない。若干景気が良い時期もあったが、ほんの一瞬である。仲卸としては、ウナギの売上増加や、フグの注文が年中あることで、利益の減少を補っている状況である。
□	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・3か月前と同様の水準で推移している。
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・人の動きが戻り来店客は増加しているものの、売上は伸びていない。物価や光熱費の上昇によって高齢客を中心に買い控えが起こっており、購買率は下がっている。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・猛暑、大型台風、商品値上げの影響もなく、来客数も回復している。しかし、1品単価の上昇で買上点数が減る傾向は続いており、生活防衛のため余分なものは購入しない傾向にある。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・コンビニエンスストアの立地格差が、新型コロナウイルス感染症が収束しても継続している。インバウンドの来店が多い商業施設や観光地周辺店舗の売上は好調である。物価の上昇によって商品単価が上がった分、売上は上昇している。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ガソリン価格の緩和措置による家計へのプラス要因はあるものの、景気の回復を実感するには至らない。来客数は増加傾向であるが、安価な商品の購入は減少傾向である。
□	コンビニ（エリア担当・店長）	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、買上点数がまだ追い付いていない。値上げした商品が多くなっている分、若干、売上が前年を上回っており、このまま推移していくと予想される。
□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・6月と比較すると、季節が変わり、新作に対する客の反応が出ている。しかし、必要以上の商品は購入しないため、購買意欲はあるが様々な値上げを心配し、財布のひもは引き続き固い状況である。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・自治体による省エネ家電買換えキャンペーンが行われているが、販売量は伸びず、来客数が前年の80%程度と回復していない。
□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・度重なる物価の上昇で客が購入意欲をなくしている。
□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・新型車の発表後、来客数は少し落ち着いている。しかし、販売数は高水準を維持している。
□	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・前月は店舗での販売は良くなかったが、今月は順調である。一方、都市部でのキャンペーンでは来客数が極端に減少している。

□	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	販売量の動き	・人の出入りはあるものの、前年と比較すると店頭での販売量はほぼ横ばいとなっている。
□	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)	お客様の様子	・3か月前は、新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ分類されたことに伴い、外出気運が高まり、アパレル、化粧品、旅行商品などが高く稼働していた。現在はやや落ち着いている。物価の上昇を受け、し好品に悪影響が出ており、バーゲンセールが落ち着いた後は、週末であってもやや客足が鈍化している。購入者数は前年から大きく落ち込んでおり、単価の上昇で売上を補っている状態が続いている。
□	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	・2019年と比較すると同様の水準までは戻りきらず、横ばいが続いている。
□	スナック (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が再び増加傾向にあるため、会社員の来店が少ない。
□	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・全国旅行支援が終了したため個人客が減少しているが、この先は団体の予約が入っているため、売上は伸びていく。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・料金改定によって中型車の売上が下がり、小型車の売上も変わらない。仕事が増えても、配車の時間が重なり、うまくかみ合わない。
□	通信会社 (役員)	お客様の様子	・客単価の推移をみると、低価格プランへの移行が続いている。
□	ゴルフ場 (従業員)	単価の動き	・物価高騰や人手不足の影響が出ているものの、来場者数や客単価は僅かながら上昇傾向にある。
□	美容室 (経営者)	販売量の動き	・暑さが続いており秋のファッションを着るにはまだ暑く、美容業界では動きが悪くなっている。
□	その他サービスの動向を把握できる者 (所長)	それ以外	・来客数の伸び、売上の若干の上振れはあるが、燃料や電気等の販管費の高騰がそれを打ち消している。
▲	商店街 (代表者)	来客数の動き	・猛暑が続き、商店街の人通りが途絶えている。
▲	商店街 (代表者)	販売量の動き	・気候変動も売上減少の原因の1つであるが、購買意欲、来客数が非常に減少しており、売上が少ない。
▲	一般小売店 [茶] (販売・事務)	来客数の動き	・猛暑と大雨の影響で売上は減少している。来客数も少なく客の嗜好も変わってきている。暑い日が続いているため商店街には活気はなく、大型店へ涼みに行き、同時に買物も済ませている状況である。
▲	スーパー (店長)	販売量の動き	・販売点数が半年以上にわたって減少している。単価上昇のため、客は購入する点数を絞り込んでおり、今後、より一層、財布のひもは固くなっていくと考えられる。
▲	スーパー (総務担当)	販売量の動き	・食品全般の価格が上昇しており、売上は前年比100%超えとなっているが、来客数や買上点数は前年割れで推移している。
▲	コンビニ (経営者)	お客様の様子	・気温の上昇により、今月も飲料、アイス、氷等の販売量が増加している。一方、販売価格の上昇から、買上点数は減少している。全体の売上の伸びには変化がなく、厳しい状況である。
▲	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・シーズ的な要因もあり、今月に入って来客数が減少している。
▲	衣料品専門店 (店員)	お客様の様子	・残暑のため、正規価格の秋物商材の動きが悪い。
▲	乗用車販売店 (役員)	それ以外	・供給量の回復基調が維持できているが、受注量は減少傾向にある。新型車の発表前であること、受注できる車種が限られていることが大きく影響している。新規の来店客も平均して減少傾向にある。
▲	その他専門店 [ドラッグストア] (企画担当)	販売量の動き	・各種の値上げにより、単価は上昇しているが、買上点数は減少している。

	▲	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	・販売量は良くなっているが、仕入原価の高騰が続いている。また、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの感染拡大により、8月までの推移からは、少し落ち込んできている。
	▲	都市型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・宿泊需要に勢いが無い。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・9月に入り学校が始まり、国内外の観光客も多少減少している。物価高、新型コロナウイルス感染症、インフルエンザの影響もあり、週末の繁華街は閑散としている。
	▲	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。
	▲	美容室(店長)	来客数の動き	・昼間は猛暑のため外出する人が少なく、客は午前中だけ来店している。
	▲	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第9波の感染者数増加は落ち着いてきているが、療養病床確保に対する補助金の減額方針によって病院が入院患者を確保、退院患者が減少していることで、在宅サービス利用の状況が厳しくなっている。
	▲	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。生活必需品の価格上昇も続いているが、それに対して仕事の対価が上がっていない。
	▲	設計事務所(代表)	来客数の動き	・金利上昇や物価上昇により、消費マインドが低下している。
	▲	住宅販売会社(従業員)	単価の動き	・円安のため輸入商品の単価が高くなっており、その影響が徐々に小売価格に転嫁されている。その分、国内景気が良いかといえば、輸出産業が良いわけではないため、景気としては上向きの状況ではない。
	▲	住宅販売会社(代表)	来客数の動き	・全体的な物価高、ウクライナ問題、ウッドショックによる木材や建材の高騰で客の買い控えが発生しており、協会全体で集客が落ちている。工務店やハウスメーカーの新築戸建て住宅の着工棟数は3~4割減少となっている。加えて、こどもみらい住宅支援事業が終了となるため、悪循環となっている。
	×	一般小売店〔生花〕(経営者)	競争相手の様子	・燃料や資材の高騰により、生産者は大変厳しい状態である。加えて、後継者不足等の長期的な問題もあり、生産量は減少し、今後の見込みがかなり厳しい状況である。
	×	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・8月より来客数が多くなっているが、まだ回復には至っていない。9月に入っても暑いため、客の動きは非常に鈍い。
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	・落ち込んでいた外食部門の販売が戻り好調であるが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準と比較すると厳しい。その他、量販店や冷食メーカー向け、個人対応のWeb販売も好調である。一方、鳥インフルエンザの影響で原材料の出荷が少なく、販売機会を失い利益を失っている。利益は値上げの効果もあり、安定した動きで推移している。
	○	窯業・土石製品製造業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・前年と比較すると売上や受注の状況は順調である。また、ふるさと納税も9月としては良くなっており、商品値上げが浸透していると考えられる。
	○	電気機械器具製造業(取締役)	取引先の様子	・当地への半導体製造企業進出の勢いで人材不足などの問題もあるが、新たな投資機会を求める動きも出ている。
	○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	受注量や販売量の動き	・少しずつではあるが、取引量が増えている。客の原材料調達も、以前と比べ増加している。
	○	金融業(営業)	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して行動制限が緩和されたことで人の流れが回復し、幅広い業種で景気の上昇傾向がみられる。
	○	新聞社〔広告〕(担当者)	受注量や販売量の動き	・通販業種の広告出稿は堅調であるが、関東や関西エリアからの九州への掲載申込みが少ない状況である。
	○	経営コンサルタント(代表取締役)	取引先の様子	・全てではないが、売上は好調に推移しており、利益も確保している。

○	経営コンサルタント（社員）	それ以外	・インバウンド消費が多く、特に大型スーパーマーケットには貸切バスで来店し、大量購入が目立つ。しかし、原子力発電所の処理水の影響で中国人は少ない。
□	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・春から続く高温と水不足により、商品価格が高値傾向となっている。従来よりも気温が高いことで品種や品目への不具合が生じることが分かった。今後、気候が落ち着けば、安定してくる可能性がある。
□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量は若干上昇しているため、本来ならば景気は良いはずだが、材料や人件費の値上げがあり、景気回復にはつながらない状態である。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体産業や半導体関連の製造装置の低迷が続き、金属加工部品も低迷しているため、景気は変わらない。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・思った以上に出荷量が伸びておらず、荷動きが悪い。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・家電の販売はやや弱含みながら、百貨店、スーパーマーケットの売上が回復傾向を示しており、飲食店、旅館・ホテルの売上も増加傾向にある。また、企業の賃金引上げの動きが広まってきているなど、雇用者所得の環境も改善している。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・例年よりも残暑が厳しいため、小売店では日やけ止めや日傘などの暑さ対策商品への需要が持続している。新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行され、経済活動の活発化に期待が高まる一方で、幅広い業種で人手不足感が強まっており、なかでも建設業は顕著である。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・企業全般的に売上の増加は見込めても、人件費増加、人手不足、資材高騰により売上が増加しても利益が出せない状況が続いている。また、今後人件費増加の負担も更に増えるため、中小零細企業は先行き不透明である。
□	不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先や金融機関の担当者の情報から、3か月前と状況に変わりがないと考えられる。
□	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・当社の売上は前年比でほぼ横ばいとなっており、新型コロナウイルス感染症の発生前と比べると3割強の減収となっている。取引先の状況も3か月前と比較して余り変わっておらず、全体の景気は3か月前と比べて変わらない。
□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業者の検討会を見る限り、特に目立った動きがない。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・研修業務の受注に大きな変化がない。
□	その他サービス業【物品リース】（職員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大も小康状態にあり、経済活動の制限が徐々に解除され、社会全体が平時へと向かっているが、大きな変動はみられない。
□	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	・市町村の福祉・まちづくりの調査や計画策定の委託業務では9月補正予算の発注が行われているが、前月までの発注量より減少している。そのため、受注量に変動がなく、状況は変わっていない。
▲	繊維工業（営業担当）	それ以外	・燃料、資材費用、電気代などが10%から50%も値上がりしている。人件費を補充できたとしても、ほぼ倍の工賃アップが必要になる。廃業や倒産の話聞くことがあり、今後の懸念される。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前回に続き、主要取引先からの受注が低迷している。
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連の在庫調整を行っている。
▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・年間を通して官公庁の発注が1番多くなる時期であるが、現在、極端に減少している。業者は発注を待っており、予定どおりに実行されていないため危惧している。

	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・物価、原材料費、人件費等の高騰により厳しい状況が続いている。原子力発電所の処理水の問題や中国景気の低迷の影響もあり、一部の輸出が減少している。また、景気は回復基調といわれているが、倉庫には荷動きの悪い製品等が滞留しており、実態とは少し離れている。2024年問題もあり、当県では、物流施設が不足していることから施設の建設ラッシュとなっているが、立地や賃貸料が要因で満床にならない施設もある。
	▲	金融業（調査担当）	取引先の様子	・3か月前と比較すると中小企業からの借入れは減少している。住宅ローンの借入れは増加しているものの、増加幅は減少している。また、延滞率や倒産件数は増加傾向にあり、景気はやや悪くなっている。
	▲	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・依然、厳しい競争環境が続いており、業況が悪化している。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (九州)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ホテル宴会が増えており、企業の動きが活発になっている。
	○	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・既存の客だけでなく、新規取引先からの依頼も目立ち、企業からの注文が増えている。また、最低賃金の改定を踏まえ、派遣料金も若干上げて見積りを出しているが、応じてくれる企業がほとんどである。
	○	学校〔大学〕 （就職支援業務）	求人数の動き	・9月に入っても採用活動を継続している企業は多く、有効求人数も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一方、採用活動の長期化が進み、企業や団体にとっては人材確保が大きな課題になっている。人手不足の状況はしばらく続くことが予想され、求人への動きは、今後も緩やかではあるが拡大傾向にある。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・9月末は就労の終了が多い時期に当たるため、求職者の動きは活発であるが、求人数が伸び悩み、仕事案内に時間が掛かる傾向にある。
	□	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・例年、8月末から10月にかけて企業の求人活動は活発になるが、今年は動きが全くみられない。外国人の求人も、ここ最近になってようやくアジアの人たちの声が増えている。宿泊施設からの求人依頼もさほど多くはない。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・人出が見込める季節となりイベント開催がめじろ押しであるため、消費が期待されるが、物価上昇による買い控えが懸念される。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・製造業では原材料等が前年比で20%から30%上昇している。経費削減やコストダウンで耐えている企業もあるが、多くは商品価格への転嫁を進めている。どの産業も人手不足が進んでおり、小売店や飲食店も営業時間や休日の見直しを行う事業所が増加している。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・例年、大学4年生の求人数が減る時期ではあるが、当県では理系の求人数がまだ多い。特に、理系大学のキャリアセンターでは、連日企業担当者の訪問が多く、忙しく対応している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・賃金の引上げがなされているが、低い給与でボーナスが僅かなど厳しい企業の話も多い。物価が上昇しており、多少の賃金の引上げでは効果は見込めない。また、給与に見合う働き方も求められると考えている。
		×	—	—