

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)	◎	住関連専門店 (従業員)	販売量の動き	・残暑が厳しい年が数年続いたが、今年はスムーズに秋へと移行したため、高単価の秋冬商材を購入する客が多い。また、プレミアム付商品券が発売され、販売促進に大きく寄与した。
	◎	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・島の郷土料理の店であるため、新型コロナウイルス感染症が落ち着いてからは県外からの観光客やインバウンドが増加し、景気は良くなっている。また、スポーツ大会の開催、忘年会や新年会が今後続くことも好景気と感じる要因である。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・気候が落ち着くとともに新型コロナウイルス感染症の影響も落ち着いたため、人通りや来客数が増加している。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・インボイス制度の特需が現在も続いており、ゴム印の受注が多い。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・来客数の増加に伴い購買数が増加しており、購買意欲が上がっていることがうかがえる。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の人通りはやや増加傾向にあるが、それが売上増加につながっていない。食料品を始め、物価高が消費行動を慎重にしている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・3か月前と比べ来客数が増えている。買上数と客単価は10%ほど増加している。
	○	一般小売店〔生花〕 (経営者)	単価の動き	・花の仕入れ価格上昇等の要因で値上げがあるものの、意外にも、前月より高い購入単価での注文が多くなっている。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・気温が下がり、秋冬商材の売上が増している。複数の手提げ袋を持って回遊する客を多く見掛ける。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・商品値上げ等の要因もあるが、衣料品の売上も引き続き好調に推移している。特に美術・宝飾・時計といった高額商材の売上が良くなっている。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・高温の日が続いており、季節商材の動きは決して順調ではない。原価高騰による商品の値上げが要因の購入単価上昇が売上伸長につながる状況が続いている。
	○	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・これまで来客数や売上点数が大幅に減少し、商品値上げの影響で単価が上昇していたが、来客数が戻っており、売上が前年を超えるようになっていく。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上が前年を上回る状態が続いている。また、購入単価上昇から来客数増加によるものへと売上増加の要因が変化している。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の沈静化、夏の過酷な暑さや台風が少なかったことが売上増加につながっている。
	○	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・ガソリン価格が下がったため、遠出をしやすくなっている。3か月前と比べると30円ほど下がっており、その分、他のことに使える状況である。
	○	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・メーカーの新車増産が順調に推移し、販売店への配給が増加している。登録台数が増えたため、受注残が少しずつ解消しており、結果として、売上と利益が3か月前と比べ増大している。
	○	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・受注残に対し供給回復が順調に進みつつあり、販売量が大幅に改善している。そのため、保管場所不足などの問題が発生しているが、受入体制の改善等で対応可能と判断している。
	○	その他専門店 〔コーヒー豆〕 (経営者)	お客様の様子	・気候が若干寒くなっており、コーヒーの消費が増加している。来客数は前年比で増加しており、今後は売上が上向いていく。
○	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	・人流が完全に新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻っている。	
○	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・運動会など行事が多い季節のため、家族連れが減少し、団体客が増加している。	
○	都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・大半の施設が単価の値上げを行っているが、旅行シーズンでもあるため、需要はしっかりある。	

○	タクシー運転手	お客様の様子	・イベントなどで、徐々に県外からの客が増加しており、タクシー需要が増加している一方、レンタカーも増加している。
○	通信会社（社員）	単価の動き	・販売手数料の単価が増加したため、若干、景気が良くなっている。
○	通信会社（営業担当）	それ以外	・商業施設でのイベントが元に戻り、来客数も増加している。
○	観光名所（職員）	来客数の動き	・市内のホテルは常に満室に近い状態となっており、飲食店の来客数も順調に伸びている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・猛暑が終わり秋になったことで徐々に来街者数が増加していくのではないかと考えていたが、残念ながら増加せず、物価高などから消費を控えている。
□	商店街（代表者）	競争相手の様子	・最近では食料品の値上げが激しく、小規模商店では大型スーパーマーケットに商品の価格や構成などで太刀打ちできないため、悲鳴を上げている。
□	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・夏に比べると相場が落ちると考えていたが、暑さが響いて全体的に相場が下がり切っておらず、販売しづらい単価になっている。
□	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・前月に引き続き、販売量が好調である。
□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・例年、過ごしやすい季節になると売上は伸びるものの、今年の来客数は夏場と変わらない。1回の購入価格が低いため、売上は伸びず横ばいである。
□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・インバウンドの売上が増加しているが、今後もこの傾向が続くかは不透明である。国内客は大きな増減がなく安定している。
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・これまでは、気温に関係なく、特定の時期になれば衣替えの衣料品等に動きが出ていた。しかし、今年は残暑が厳しく、体感などで必要性を感じなければ積極的に購入しようとはしない。客の購買はかなり慎重である。
□	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・3か月前と比較すると、来客数や売上は前年を上回っているものの、伸びが鈍化している。気候も良く、旅行需要を始めとした消費の割合が伸長していると考えられる。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・10月から更なる物価高騰の影響で販売点数は落ち、売上に陰りが出ている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・この3か月、前年比は10%程度の伸び率で推移しており、更に改善する材料は見当たらない。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・商品価格の高騰が客の行動に大きく影響している。価格の低い商品の購買が多くなり、全体的に客単価が伸び悩んでいる。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は横ばいであるが、買上点数が微減しており、物価上昇への生活防衛意識が顕著になっている。バーゲンセール商品の購入に集中する傾向があり、必要な食事や生活必需品は売れているが無駄な買物は控えている。全体の販売総数は微減し、商品値上げの分だけ売上が微増している。
□	コンビニ（経営者）	それ以外	・物価高により売上は好調であるが、費用も物価高の影響を受けており、更に人件費の負担が増えているため、利益は減っている。
□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・ガソリン価格が下がってきたこともあり、売上は若干の上向き傾向である。野菜の価格が高騰していることもあり、中食需要も増加している。
□	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・商品単価が値上がりしている分、売上が増加している。しかし、買上点数や来客数が余り増加していないため、現状維持で推移しており、前年以上の売上には至っていない。
□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・客は何か新しい物を購入しようと考えてはいるが、値上げや値上げの報道などで買上点数が限られ、厳しい状況である。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新型車の発表に伴い、来客数も多くなっている。販売台数も高水準を維持している。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月のイベントは新型コロナウイルス感染症発生前の出入りや売上に近い水準であったが、その後の売上が悪くなっている。巣籠り生活で売れた反動が出ている。

□	その他専門店 [ドラッグストア] (企画担当)	単価の動き	・各種の値上げに伴って単価が上昇しているが、売上点数は減少している。
□	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] (支配人)	単価の動き	・当館では、今月に入り順調な売上を想定している。その要因として期間限定イベントの開催という大きなプラス要素があるが、その他は決して好調とは言い難い推移である。やはり、物価高騰で商品単価が上がっており、全体としての販売数が苦しい分、客単価に救われているのが現状である。円安やウクライナ情勢に加え、中東問題も勃発したことから、消費者や小売業者の不安心理が少なからず働いており、消費動向にも悪影響を与えていると考えている。
□	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・3か月前と比較すると客は余り増加しておらず、今後の状況は横ばいが続くのではないかと予測している。
□	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	・販売量が若干減少している。原価高騰分を販売価格に転嫁しているが、個人所得には十分に反映されていないため、景気は横ばいである。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・国内外の観光客は、安定して多く活気があるように感じる。しかし、物価の上昇やガソリン価格の高止まりなどの影響で地元市民の人出は減少気味で、節約志向に変化している。
□	通信会社 (役員)	お客様の様子	・ケーブルテレビ契約者の高価格から低価格へのプラン変更が相次いでいる。また、インターネットの契約については、解約数が新規契約者数を上回っている。
□	通信会社 (企画担当)	販売量の動き	・光回線の販売件数が低位のまま伸び悩んでいる。
□	観光名所 (従業員)	販売量の動き	・10月に入り来客数が減少したため、販売数は下降気味である。
□	ゴルフ場 (従業員)	来客数の動き	・天候にも恵まれ、予約、実績共に順調に推移している。来場者の購買意欲も、徐々にではあるが上がっている。
□	美容室 (経営者)	販売量の動き	・2～3か月前の景気と比較すると、なだらかに動いている。年末に向け客の動きも活発になると予想されるが、現状では先行きは分からない。
□	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新規感染者数は大幅に減少し、キャンセルによる減収影響はほぼなくなっている。しかし、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に移行された後、病院は病床確保から入院患者確保へ方針変えたことから、病院からの退院患者の利用者紹介が減少傾向にある。
□	設計事務所 (所長)	単価の動き	・建築関係では、材料や製品の単価がまだ上昇している。それに比べ仕事への対価は上がってこない。
□	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・物価高ではあるが生活状況に苦しさがみえないため、景気は変わらない。
□	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・イベント企画の来場者数が前月同様に推移している。
▲	一般小売店 [鮮魚] (店員)	お客様の様子	・非常に魚が少なく、注文がなかなかそろわないため、小売店や飲食店も厳しい状態である。海水温が高くなったことで各地で漁獲される魚の種類が変わっている。サバの旬が変わり、脂ののったサバがまだ入荷していないことも海水温が影響している。
▲	百貨店 (営業担当)	来客数の動き	・クルーズ船の寄港やスポーツ大会開催による人流や需要の増加に期待したが、スポーツ大会開催会場や市街地への交通規制、会場観戦の影響で周辺地域の客の人流が抑制されたことから今月中旬以降の来客数が減少した。特に土日の来客数が落ちている。また、郷土食品や雑貨、和洋酒等の土産需要により来客数や売上は増加しているが、客単価や販売単価は下落している。催事場の物産試食やイートインの復活によって午前中を中心ににぎわっている。来客数と販売量は減少しているものの、商品値上げの影響で販売単価や客単価は伸びている。

	▲	百貨店（営業企画担当）	単価の動き	・物価高の影響で客単価が上がっており、売上は好調のようにみえる。しかし、実質的には来客数の回復には至っていない。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・1品単価の上昇が止まらず、また、1人当たりの買上点数は前年を下回っている。この傾向は半年以上続いており、消費者は買うに買えない状態だと推測できる。消費が縮小傾向にあることで、長期的にみると景気は後退すると考えている。
	▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・多くの食品価格の値上げにより、買上点数が減少している。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・暑さが続いており、外出の機会が少なくなっているため、衣類が売れない。
	▲	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・前年より暖かいため、厚手で重さのある衣料品の動きが鈍い。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・相変わらず来客数が回復しない。物価高の影響もあり、消費者の財布のひもは非常に固い。
	▲	美容室（店長）	来客数の動き	・運動会では人数制限もなく、演奏会も盛んになっている。旅行に行った話は聞くが、今月の来客数は減少している。
	▲	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	・3か月前と比較すると、売上は2%減少し、営業利益は12%減少している。
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・物価高の影響でイベント等の来場者数が少なくなっている。
	×	住宅販売会社（代表）	お客様の様子	・物価とエネルギー関係の高騰のため、住宅価格が上昇している。そのため、家の購入を検討している客は3~4割減少している。
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	・鳥インフルエンザの影響で原料の鶏が少ないが、販売の引き合いは強い状況である。特に量販店向きが強く、落ち込んでいた外食部門も新型コロナウイルス感染症発生前には及ばないものの90%まで回復している。工場生産も原料が少なく売上が横ばいではあるなか、付加価値商品の開発などによって従来よりも利益が大きく増加している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注の幅が徐々に良くなっている。現状では通信機関係の受注が良くなっており、自動車関係は横ばいである。半導体の需要に応じ、景気は徐々に回復している。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・半導体関連では、幅広い取引先のサプライチェーン再構築に関して補助金申請が採択されるため、景気は改善する。
	○	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・このところ生産が増えており、新規の受注もあるため、徐々に回復する見通しである。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・研修の依頼が増えており、企業が人材教育投資に対して積極的になっている。
	□	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・全国的な猛暑と東日本地域の水不足の影響で、野菜は高値傾向になっている。そのため、出荷できる野菜がなく、産地へのメリットがほとんどない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・再生可能エネルギー関連で設備を受注しており忙しい反面、半導体製造装置関連では減産が続いており、景況感是不安定である。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの受注が下げ止まりしている。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・韓国の政権が変わったことでビールなどの輸出が回復しているが、中国の景気は低迷しているため、輸出入貨物の動きが悪くなっている。国内では物価高の影響が大きく、貨物が倉庫内に停滞している。2024年問題を踏まえた運送料や商品の値上げも要因の1つである。一方、倉庫としては、今後物流の中継場所として荷主からの拠点要請もあるため、好機である。

	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・家電の販売はやや弱含みである。一方、百貨店やスーパーマーケットに加え、自動車の売上が回復傾向を示しているほか、飲食店や旅館・ホテルの売上も増加傾向を示している。また、幅広い業種で賃上げの動きが広まってきている。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・物価高の影響で多くの企業がコスト負担の増加に直面している。価格転嫁が物価上昇のペースに追い付かず、収益改善に腐心している。建設業における人手不足がとりわけ強い。
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の収束により経済活動が正常化してからは、それ以前と比べるとどの業種も良くなっている。しかし、ここ数か月は物価高騰などにより停滞している。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・サービス業、建設業、製造業などの中小企業では、材料費や人件費の高騰によって売上の増加にもかかわらず利益に反映されていない状況が顕著に表れており、景気は横ばいである。
	□	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・同業他社では景気の変動がないため、余り状況は変わらない。
	□	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・地元通販関係の新聞広告発注量は比較的好調であるが、都心からの申込みが少ない。
	□	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・取引先では3か月前と比べ余り大きな変化はない。当社の業績は前年比でマイナスとなっており、年間を通して微減という状況である。全体としての景気は、3か月前と比較して変わっていない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・10月は前月の景気と大きく変わらないが、街の人出は若干落ち着いた状態である。
	□	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・郊外のショッピングモールにインバウンドが貸切バスで来店したが、2時間で大量の買物をしている。
	□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・検討会出席者から積極的な意見は出ないため、景気は停滞気味である。
	□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・現在、金利状況が回復基調にあるものの、投資については横ばいで推移しており、大きな変化はみられない。
	□	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	・今年度は高齢者福祉計画と障害福祉計画の策定年度であることから、市町村が発注する調査や計画策定の委託業務の発注件数が例年と比較して多い。さらに、10月に入り、子育てに関する計画のアンケート調査を発注する市町村がみられることから、発注件数は前月のペースを維持している。
	▲	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・賃金や物価の上昇に対応できないことによる倒産や閉鎖を聞くようになった。外国人研修生などの入国や手配も難しい状態である。
	▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・競争入札が抽選であるため受注ができず、元請工事が受注できないため、主に下請工事で人を動かしているのが現状である。しかし、年度末に向けて繰越工事の発注を期待している。
	▲	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・全体的に荷動きが鈍い。食品関係は堅調であるが、アパレルなどは出荷が伸び悩んでいる。また、運賃値上げや人件費の高騰、物価高による資材高騰は続いており、インボイス制度対応でかなり労力を取られたのも手痛い。消費に影響しない部分で経費が掛かっている。
	▲	金融業（調査担当）	取引先の様子	・中小企業の借入れは減少傾向となっており、前年比でも3か月前より減少している。また、住宅ローンの借入れは増加しているが、増加幅は縮小している。当県の倒産件数も前年と比較すると増加傾向にあり、全体的には景気はやや悪くなっている。
	×	—	—	—
	◎	—	—	—
雇用 関連 (九州)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・イベントや忘年会、新年会などが新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・事務関係だけではなく、医療、介護・福祉、ホテル業界等からの募集や問合せが多くなっている。社員の不補充枠などに対して派遣利用を検討する動きも増えており、やや景気が良くなっている傾向である。

○	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・求職者からの応募が増えており、契約も決まっている。 派遣登録の人数も若干ではあるが増加傾向にある。
○	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・他県から来社する取引先の話では、宿泊ホテルの予約が取りにくく、料金も高いことを頻繁に聞く。インバウンドも含め、移動や消費が活発になっていることを反映している。
○	学校 [大学] (就職支援業務)	求人数の動き	・10月に入り採用活動を継続している企業は多く、有効求人数の件数も前年と比較すると増加している。大学への企業来訪件数も増えており、2024年卒の採用活動を継続している企業は多い。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。人手不足の状況は今後も変わらず、求人への動きは緩やかではあるが、拡大傾向にあると予測している。
□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・前年と比べ年末特需の仕事の発注はあるが、人材募集に苦戦を強いられている。
□	求人情報誌制作 会社 (編集者)	求人数の動き	・例年9月、10月の求人市場は活発になるが、今年は積極的な動きが見られない。求人件数は、前年比を割り込んでいる。
□	新聞社 [求人広告] (社員)	それ以外	・この1～2か月の景気状況は横ばいである。年末年始以外に景況が上昇する好材料が見つからない。
□	民間職業紹介機 関 (職員)	求人数の動き	・特に理系の求人数が多いが、応募する学生がいない状態が続いている。そのため、企業側は大学3年生にシフトする動きがあり、3年生向けの就職説明会に参加をしているが、学生に楽観視があるため参加人数が大きく減少している。
▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	雇用形態の様子	・インボイス制度がスタートしたため、フリーランスの人や自営業者に事務的作業と不安が広がっている。税金が増加する可能性もあり、物価高騰や消費税上げが懸念されるためマイナス要因が多くなっている。
▲	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・人手不足を背景に、求人数はほぼ変わらない。しかし、物価や光熱費上昇による収益減少により、不採算店舗の閉鎖など影響が出ている。
×	—	—	—