

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)	◎	旅行代理店（統括者）	・インバウンドの増加や大型プロジェクト、また、人口増加や企業誘致等の影響で当市の成長は継続するため、景気も良くなる。
	○	商店街（代表者）	・キャンペーンに伴い販売促進物が増加する可能性がある。
	○	スーパー（総務担当）	・消費者の値上げに対する慣れや諦め、また、パリオリンピック開催による高揚感による消費マインドの改善に期待したい。
	○	コンビニ（経営者）	・夏は繁忙期となるため、前年以上に人の動きは活発になる見込みである。近隣の夏祭りや町内会のイベントが再開すると同時にインバウンドや旅行需要も活発化することで、来店頻度が増加すると予想している。
	○	コンビニ（店長）	・集団でのインバウンドが増加しており、円安の影響が出ている。
	○	家電量販店（店長）	・前年より気温が高くなる予報となっており、一時的に業界の売上は向上すると考えられる。ただし、売上の向上は一過性であり、暑さがおさまると、現状に戻ると予想する。
	○	乗用車販売店（従業員）	・6月には定額減税もあり、上期決算期に当たるため販売量が増えると考えている。
	○	乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産及び供給量が伸びると予想され、登録や納車など販売増が期待できる。
	○	乗用車販売店（役員）	・販売現場では納期改善による好影響が大きく、今後の景気回復に期待が持てる。
	○	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）	・インバウンド需要が見込みづらいエリアであるため都市部のような劇的な改善は難しい。しかし、今月にはグローバル小売店が開業しており、平日でもにぎわいを見せている。気候やシネマのヒット作に大きく左右される規模のショッピングセンターであるため、これからの3か月は夏のバーゲンセールや夏休みもあり、集客面での回復に期待している。
	○	観光型ホテル（支配人）	・地域で大きな周年イベントが幾つか予定されており、地元のみならず県内外からの集客を見込んでいる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの動きは変わらないと予想しているが、国内では夏休みに伴う旅行で来館数が増加する見込みである。
	○	旅行代理店（職員）	・夏から秋にかけての旅行需要の増加を期待している。
	○	美容室（経営者）	・初夏になると、ファッション業界ではスタイルも軽やかになり、髪型にも変化が出てくる。おしゃれをする人も増えるため、景気は回復傾向になる気配がある。また、新製品が出ると変化があるとみられ、夏に向かい動きが出てくる。
	○	住宅販売会社（従業員）	・補助事業の拡充と金利を背景に客の動きが徐々に出てきており、今後販売面でも景気が良くなる。
	□	商店街（代表者）	・賃金上昇は少なく、電気やガスの値上がりが大きいため、実質可処分所得が下がることになる。そのため、大手企業以外の給料が余り増加しておらず、物価上昇により景気は減少しており、むしろ悪い状況となる可能性がある。
	□	商店街（代表者）	・商店街を組織する商店の多くは、小規模小売業者である。売上が良くなっている情報はないが、売上が増加しなければ従業員の手当も上げることができないため、厳しい状況である。今後、電気料金やガス料金の値上げもあり、一層厳しくなることが懸念される。
	□	商店街（代表者）	・当商店街の一部に市立大学の新学部設置が決まり、また、当商店街の魅力をアピールするイベントの本格実施も決まっている。今後、商店街の魅力を大いに発揮していく予定であるため、先行きの見通しは若干明るい。
	□	商店街（代表者）	・高齢者の多い地方の商店街では、収入は増加せずに生活必需品の物価は上がり続けている。加えて、来月からは電気ガス等の値上がりも予想されているため、買い回り品への消費は慎重なままである。
	□	商店街（代表者）	・定額減税など経済対策が実施されるが、物価高騰により電気料金も値上がりするため消費がかなり低迷し、現状の景気が続くと考えられる。
□	商店街（代表者）	・客の動きが悪いため、景気は悪くなっている。	
□	商店街（代表者）	・景気は変わらずに低迷し、売上は苦戦が続く。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・2か月後には丑の日があるが、今年はウナギの値段が高く懸念している。例年この時期は形の良いタイが水揚げされるが、今年は活きの良い天然タイがない。餌や水温の影響だと考えられるが、先行き不透明で心配している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・3月以降、売上が前年を下回っており、賃上げの好影響を感じない。物価高騰が続いており、直近で消費にプラスの影響を及ぼす要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・現状から考えると、大きな変動はないと予想している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・夏の売出しが落ち着き、秋物の動きはまだ少ないと予想している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・物価高騰により消費が落ち込んでいる状況は今後もしばらく続くと考えられる。商品の購買数量は落ちているものの、値上げによる商品価格の増加が売上増加につながっている状況である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・し好性の高いブランド品や自家需要は堅調である。父の日のキャンペーンや誕生祭り、全店催事の開催やお中元ギフトセンター開設での来店が見込め、サテライト店の需要も回復している。また、クルーズ船寄港や国内外の観光客による観光振興で街のにぎわいは継続しており、特産品や自家需要品、し好性の高いブランド品・舶来雑貨需要でのクレジット決済が見込めるため、期待している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・富裕層においては高額商品の購入が続いているが、食品等デイリー商材の売上が前年に届いておらず、物価高の影響があると考えられる。この傾向はしばらく続くと想定される。
<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・これから電気料金の値上げが本格化し、加えてエアコン使用などで電気代がかさむ時期に入るため今後に追い打ちを掛ける状況となっている。多くの客は電気代を心配しており、生活防衛が消費に少なからず影響を及ぼしている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・単価上昇の影響で、今後更にこれまでの固定客が離れていくことを危惧しており、厳しい状況が予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・来客数は頭打ちとなっており、物価上昇の影響で商品単価の上昇が続いている。そのため、表面的には売上が改善傾向にみえるが、全体の景気動向としては鈍化傾向となる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・定額減税より物価高騰の影響が大きいと予想している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当・店長）	・梅雨に入ると来客数の伸びが余り期待できない。しかし、単価の上昇で客単価が上昇すると来客数の伸びを補填できるため、売上は横ばいになると予想している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・社会全体に景気の動きが全くみられない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・物価高が続き、光熱費も上がり、景気が上向く要素がない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・暑くなり、冷房器具の需要が増加する。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（代表）	・現状の景気は今後も変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・自動車販売店の売上は新車販売に左右されるため、メーカーの新車生産が順調に伸びることに期待している。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・円安や輸入材料、人件費の値上がりで商品価格が高止まりしている。耐久消費財の買い替えには財布のひもが固く、家具購入に至っていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・コーヒー業界では商品が徐々に値上げしており、大手が10月の秋口から値上げをする可能性がある。客は今後を心配しており、不安の声が増加している。そのため、今後2～3か月先の景気は落ち込む傾向にある。
<input type="checkbox"/>	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）	・実質賃金の減少が続いており、賃金の伸びが物価を超える状況にならなければ購買意欲は上がってこないと予想する。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・1人当たり4万円の減税があるが、そのような政策では景気は回復しない。
<input type="checkbox"/>	居酒屋（経営者）	・インバウンド関連の客は増加する傾向にあるが、国民生活の出費は増加するため、日本人の飲食店利用は減少する。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（営業）	・新型コロナウイルス感染症等の規制のない年度初めとなり一時的な景気の良さを感じるが、最近の物価高騰もあり、景気が上昇し続けるとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（総務）	・下半期に仕事量が多く、9月までの上半期の業績見通しは厳しい状況である。

□	旅行代理店（統括者）	・円高になれば海外旅行が増加し、国内旅行については現状と変わらないと想定するため、為替の影響次第である。
□	タクシー運転手	・乗車回数は増加してきたが金額が伴わないため、売上が増加しない。
□	通信会社（社員）	・特に話題がないため、2～3か月先も変化がないと予想している。
□	通信会社（業務担当）	・新電力の販売では、今後、電気料金に対する政府の支援がなくなるため電気料金が高騰することになる。少しでも料金を下げることが目的とした新電力の契約が増加することに期待している。しかし、新電力に対するイメージが原因で販売量が増える可能性は低く、契約者数は横ばいか微増を予想している。
□	観光名所（従業員）	・来客数は増えているが、梅雨には河川増水となりボートの営業ができなくなることが多くなるため、景気は変わらない。
□	ゴルフ場（従業員）	・物価上昇や賃金上昇の影響による価格転嫁を急速にできる状況ではないため、しばらく状況は変わらない。
□	ゴルフ場（営業）	・今夏も猛暑となれば、前年と同様の来場者数となる見込みである。
□	競馬場（職員）	・景気動向を左右する経済現象が見当たらないため、現況から変わりはない。
□	理容室（経営者）	・客の景気は2～3か月前より回復しているが、当店でも新規の客が若干あり、売上を補っている状態になっている。このまま増加を期待しているが、人口の減少もあり難しい状態である。
□	美容室（経営者）	・3か月後には景気が良くなると期待をしている。
□	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）	・報酬改定による減収については来客数増加で埋めていくことが必要となる。一方、サービスを担う人材確保は他の産業の好景気により更に厳しくなっており、大きく好転することは想定されない。
□	設計事務所（所長）	・仕事の成果は2～3か月後に出るが、今の景気の状態が良くないため、2～3か月先の景気はやや悪くなると予測する。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・季節に左右される商品を販売しているため、これから暑くなる日が続くと売上は増加しない。単価が低い麦茶等の販売量が増える月ではあるが、若い客はペットボトルを購入する傾向があるため、麦茶等の売上も伸び悩むと予想する。
▲	百貨店（総務担当）	・電気料金の高騰により、景気はやや悪くなる。
▲	百貨店（営業企画担当）	・物価高騰による消費動向への懸念に加え、猛暑が予想されることやパリオリンピック観戦により、外出機会が減少する可能性がある。
▲	スーパー（店長）	・6月から定額減税が始まるが、一方で電気代等のエネルギーコストも上昇するため、定額減税による経済への恩恵は期待できないと判断している。円安インフレや物価高騰もそれほど変動はしないため、今後景気は厳しい状況となる。
▲	スーパー（店長）	・春闘を終えたが、収入の増加を全く実感できず、顧客動向の数値上では景気が好転したとは考えにくい。むしろ悪化傾向が続いており、先の見通しは明るくない。
▲	スーパー（企画担当）	・6月以降の定額減税次第であるが、効果がなければ買い控えのマインドが重度な状態に陥っていると考えられる。
▲	スーパー（経理担当）	・値上げの連続であるが収入に変化がみられず、生活のための支出が今後も厳しくなると予想される。デザートや菓子などの食費については、節約しやすい状況にある。
▲	衣料品専門店（取締役）	・8月は猛暑となり、電気料金の値上げや政情が不安定であるなど様々な要因が現れることが予想されるため、秋口に景気が良くなるような好材料が何1つない。
▲	家電量販店（店員）	・今月は新商品のラッシュであるが、新商品が余り売れておらず、なじみの商品の購入が多い。その傾向はかなり強くなっており、しばらくはこの状態が続くと考えられる。
▲	家電量販店（店員）	・毎月、商品の値上がりが続く限り、景気が良くなることはないと考えている。消費者の購買意欲をかき立てる後押しが必要である。
▲	その他専門店〔ドラッグストア〕（企画担当）	・電気料金など的高騰により、景気はやや悪くなる。

	▲	一般レストラン（スタッフ）	・円安や増税、値上げにより家計への負担が増加している。また、閑散期の景気に対する政策がない。
	▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・物価上昇が先行しているため支出が増えており、節約しながら生活している。加えて、電気代が高騰することで更に家計を見直す必要があり、厳しい状況が続くと考えられる。
	▲	観光型ホテル（専務）	・これまでは予約状況が好調であったが、6月の予約は落ちている。梅雨入りが近いことも影響しているのか、予約増加を期待している。
	▲	タクシー運転手	・賃上げも物価上昇には追い付かず、節約志向が変わらず続くと予想される。
	▲	通信会社（企画担当）	・光回線の販売における特定の地域での新規販売特需は終息し、新しい販売機会は現時点では想定できない状況である。
	▲	通信会社（役員）	・一部の上場企業や都市部の賃金に比べ、地元の賃金水準は低く格差があり、その状況のなかで生活物資の値上げが続いている。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・夏に向けて徐々に来客数が減少していく。
	▲	美容室（店長）	・これから暑くなると外出を控える人が多くなり、物価高の影響もあるためやや景気は悪くなる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・電力補助金の打切りや再エネ賦課金の値上がり、また、円安による燃料費の高騰などにより業績に占める電力料金の割合が増加していくことが予想される。
	▲	設計事務所（所長）	・仕事の対価は増加していないが、生活に関する費用は上昇が続く。特に人件費の比率が大きい職種は、費用の転嫁が難しく厳しい状況である。
	▲	設計事務所（代表）	・物価上昇や金利上昇の影響で、景気がやや悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・将来的な景気としては、不安定な状況が続くと考えている。物価は安定しておらず国民生活は非常に厳しくなっており、思い切った利上げもできていない。景気の良い企業もあるが、国民全体に景気上昇が浸透しておらず、経済対策の効果が現れていない。
	×	商店街（代表者）	・6月には梅雨入りし、今年も猛暑が予想されているため、人流は減少するのではないかと予測している。
	×	一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜の価格高騰が続いており、また、梅雨に入ると来客数が厳しくなる。しかし、マンゴーや柑橘類の出荷は前年比で110%と好調となっており、進物関係は好調である。
	×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、花屋のイベントには卒業式や母の日、お盆、正月などがある。母の日が終わると、猛暑となり生花が日持ちしないため、かなり厳しい状態となる。今後も対策をして乗り切らなければいけない。
	×	高級レストラン（経営者）	・今月の来客数や売上が非常に悪く、今後の景気が良くなる兆しがない。しかし、売上が悪くならないように、少しでも来客数や売上を伸ばすための取組を考えている。
企業 動向 関連 (九州)	◎	*	*
	○	金属製品製造業（事業統括）	・昇給やそれに伴うボーナスの支給によって、消費活動が活発になると予想している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の動きが変わってきており、それに伴い当社の動きも変化していくため、対応できる体制作りを求められている。当社でも将来の動きに備え、整えていく計画をしているところである。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客生産予測から鑑みると、良くなる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・賃上げや製品値上げなどを実現できる状態になりつつある。
	○	建設業（社員）	・現在は手持ちに未着工の工事があり、それほど心配はしていないが、今後の発注に期待している。
	○	通信業（統括者）	・企業のデジタル化やDX等に関するニーズが高まっており、今後、企業のデジタル化投資の増加を期待している。
	□	農林水産業（経営者）	・6月は梅雨入りのため売上が少々落ちることもあるが、梅雨明けは外食関連も順調となり、ビールの消費に合わせて伸びてくると予想される。しかし、7月は卵価格維持の政策により原料が少なくなる可能性があり、商品供給不足が発生することも考えられる。加えて、2024年問題の物流改革や人手不足もあり、経営的にはかなり厳しい状態になることが懸念される。
	□	家具製造業（従業員）	・比較的大口案件の情報はあるが、件数は多くはない。

□	化学工業（総務担当）	・現在の損益は余り良い状況とはいえ、当面この状態が続くと予想される。
□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・陶器に利用する生地などの原材料は随分値上がりしており、当店の受注関係は取引先の値上げでほとんど景気が落ち込んでいる状態となっている。更なる値上げも予想され、今後の受注関係を危惧している。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先からは今後も受注の厳しい状況が続くと説明を受けており、現状が続くと予想される。
□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・売上が大きい納入先2社は、生産車種によって増減はあるものの予想台数の売上で推移している。他1社は、全車種生産は始まっているが台数が伸びておらず、売上に影響が出ている。
□	輸送業（総務担当）	・物価高と円安が景気に対しどのような状況で作用するか定かではない。物の動きや運送会社の動向を見ても、しばらく静観の状況が続くと予想される。
□	通信業（職員）	・電気工事については受注状況が好調であるが、情報通信工事に関しては今年度も部門としての年度目標額に対し厳しい状況が続いている。
□	通信業（経理担当）	・新年度最初の4月の月次決算は堅調な滑り出しであった。当面の間は期初見込みどおりとなり、売上が安定的に推移するものと予想している。
□	金融業（従業員）	・百貨店やスーパーマーケットの売上が増加傾向にあり、公共工事も高水準で推移している。一方、自動車や家電の売上は弱含みで、コスト高に加え人手不足などもあり、一部には先行きをやや慎重にみる企業が見受けられる。
□	金融業（調査担当）	・物価高に歯止めがかからず消費者が賃上げ効果を実感しづらい状況が続くなか、消費マインドの向上は期待が薄い。企業の人材不足も解消されず、当面の景気は現状程度で推移する。
□	金融業（営業担当）	・今後の事業拡大によって様々な支援を多用する企業もあれば、後継者等の不足による廃業、また、融資の返済のため企業売却に動くというように企業が2極化しており、全体では景気は現状と変わらない。
□	金融業（営業）	・夏以降は、賃上げによる消費活動の活発化を期待したい。ゴールデンウィークが終わり梅雨の時期に入るため、消費は一段落する。
□	金融業（調査担当）	・貸出金利が上昇局面にあり、企業の設備投資意欲が落ち着くと予想される。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	・景気が上向くような好材料が見当たらない。
□	広告代理店（従業員）	・ウクライナ侵攻やガザ侵攻が長期化し、また、円安傾向も当面続くと考えており、景気全体としては今後3か月も変わらない。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	・企業の投資意欲が上がっているが、一方、あらゆる分野で値上げが発生しており、投資を控える企業が出てくると予想される。
□	経営コンサルタント（社員）	・インバウンドが減少している。
□	経営コンサルタント（社員）	・現在、相続関係に力を注いでいるが、2～3か月先に結論が出るかは不透明である。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	・今後、右肩上がりが続くとは考えにくい。当地の場合は海外企業の進出もあり活気にあふれている状況ではあるが、デメリットとして、特に人手不足が大きな問題になっており、このことがどれだけ景気に影響してくるか注視している。
▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・通常の受注量より少ない時期になるため、若干売上が減少する。
▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・今後の相場によるが、材料変更、あるいは現状のままにするかで生産状況が変わると考えられ、先行きが明るい状況ではない。
▲	不動産業（経営者）	・金融機関の担当者や取引先から、景気が良い話を聞かないため、悪くなると予想している。

	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・今年度の、市町村からのコンサルタントへの委託業務は子供計画や健康増進計画の策定業務等に限定されている。受注においては入札時に低価格で応札するかプロポーザルでとることになっており、受注量は少なくなることが予想され、景気はやや悪くなる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・今後3か月の間に大幅な受注減少が見込まれるため、危惧している。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・2023年度の実質賃金が2022年度と比較すると2.2%減少しており、現金給与の総額は増えたものの物価上昇に追いつかない状況が続く、実質賃金は2年連続でマイナスとなっている。隣県での海外大手企業の進出による九州全体や当県への経済波及効果が期待される。加えて、人材不足が続いており、企業の新卒採用への意欲の高さは今後も続くと思予想している。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数の前年割れが継続しており、派遣から直接雇用に変化している傾向である。派遣料金が高く使いづらくなっているという声が聞こえる。
	□	人材派遣会社（社員）	・既存の客からは夏の注文があるが、新規ではなかなか受注までには至っていない。観光関連企業との契約が少ないためインバウンドの影響は受けておらず、厳しい状況が続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	・人材の募集状況が悪く、時給を上げなければ人材が集まらない。企業からの人材発注は増加しているが、募集費や人件費が上昇しており、厳しい状況が続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	・料金改定については物価高の影響もあり、依頼に応じてくれる企業が多くなっている。しかし、派遣スタッフに関しては生活が安定している状況ではないため、更新のタイミングで直接雇用の希望も増加している。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・当社では飲食業界に絞った求人情報をWebで配信しているが、前年と比べ求人数が落ち込んでいる。これから夏需要に備えて積極的に求人募集をする時期ではあるが、目立った動きはない。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・梅雨から夏にかけて景気を左右する材料はあるが、好材料は見当たらないため横ばいが続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏休みなどを控えインバウンド増加の要素はあるが、生活面では電気代の値上げなどもあり、家計を抑える状態になると考えられる。定額減税もあるが、それがそのまま消費につながるとは考えにくい。
	□	職業安定所（職員）	・求人状況では前年度より賃金を上げた事業所が多いが、物価上昇には追いついておらず、消費控えが発生している。県内事業所の売上不振等による倒産件数は前年度を超えており、所得減税やボーナス時期に一時的に消費が増加しても、物価上昇が続く限り同様の傾向が続くと予想している。
	□	職業安定所（職員）	・管内事業所では仕事量の状況に変化はなく、引き続き人手不足が続いているため、今後の景気は横ばいが予想される。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・景気はやや悪くなくても少子高齢化で慢性的に人材不足が続いているため、2～3か月後という短期間で、今活気のある当市の人材業界の景気が急に悪くなることは考えられない。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人数や現状の就職環境をみても、当面は景気に影響を与える好材料は見当たらない。
	▲	*	*
	×	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・資産運用や外貨保険など投資運用の案内が多くなっているが、資金運用方法も含め今後の景気の先行きが不安である。