

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)	単価の動き	・高額単価の商品の売行きが好調である。以前は物価高の影響で消費者の財布のひもが固かったが、最近は慣れてきたのか、慎重な消費傾向が和らいでいる。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・インバウンドの来店が衰えず、平日もにぎわっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・国内外の観光客の来客数が増加している。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・天候要因もあり、季節商材の動きが好調である。なかでも省エネ機能を訴求した製品が伸長しており、節電意識の高まりがある。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・購入台数が多くなっており、付属品やグレードアップ等の金額が高くなっている。
	○	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・観光客の来店に大きく左右される業種であるが、インバウンドも国内客も順調に増加している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・当社では、数か月前と比べると客室販売量が増加傾向である。時期的な状況ではあるが、コンサートや学会などイベントの影響も大きく、実績にも出ている。
	○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・国内や海外旅行の夏の予約が活発化しているため、景気はやや良い。
	○	旅行代理店（統括者）	単価の動き	・法人や個人の高単価商品やサービスが伸長している。
	○	タクシー（統括者）	単価の動き	・課題である労働力獲得の効果もあるが、それ以上に客の利用単価が前年を上回っている。特に、4月以降に堅調であり、ゴールデンウィーク以降も落ち込むことはない状況である。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・小売店舗への聞き取りによると、客が徐々に増加している。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・建売分譲住宅や建築条件付宅地の販売も伸びており、また、ディベロッパーからの情報も多くなってきたため、景気はやや良い。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・当商圏内にはスーパーマーケットやコンビニエンスストアといった駐車場が広い店舗が多くあるため、駐車場が狭い当商店街の来街者が減少している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の来街者数が増えず、各店舗では景気回復の実感はなく横ばいの状態である。客は物価高により価格に敏感になっており、商店街の企画としてのプレミアム付商品券はすぐに完売している。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・しけでないときも魚の漁獲量が少なくなっており、満身に品ぞろえができないため、当然価格は上がっている。売上が多い店では品ぞろえに苦労しながらもどうにか営業しているが、売行きが少ない店ではますます販売量が減少している。今後は廃業する店が増加することが考えられる。
	□	一般小売店〔精肉〕（店員）	単価の動き	・高単価の商品が引き続き好調を維持している。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・インバウンドの売上は相変わらず好調に推移しているものの、国内の売上に関しては前月同様に鈍った状態である。
□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・全店催事や物産催事開催で来店が促進されにぎわっている。また、店内への波及効果はあったが、中旬以降の天候不順や特に警報級の大雨の影響が大きく来客数は減少している。下旬のお中元ギフトセンター開設によりにぎわいが戻っているが、月間での平日・土日祝日の来客数は減少となっている。クレジット・コード決済の増加で客単価、商品単価が共に上昇し、来客数や販売数量の減少を補填しているが、現金では単価がやや減少している。	
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・定額減税が始まり、客の動きが出ることを期待していたが、それ以上に物価高や光熱費の上昇を気にしている客が多く、なかなか購買の決定に至らないことが多い。	

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・直近の推移は余り変化がないが、特に小売業指標で重要な買上点数が前年を割り込んでいることが、営業成果の伸び悩みの要因である。消費者の生活防衛意識の表れだと考えられ、物価高騰に歯止めが効かない状況であるが、いかにして買上点数を引き上げることができるかが重要である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・食品全般に値上げが浸透した後、円安の影響で輸入肉も値上がりしている状況であり、消費者の購買点数減少の動きが顕著となっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・単価上昇や買上点数減少の構造は変わっていない。また、一部の地区での大幅な来客数減少は長く続いており、店内の客は高齢化が加速している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・コロナ禍以降、深夜の外出自粛など生活行動の変化により来客数は微減が続いている。生活防衛意識が更に強くなっており、バーゲンセールやキャンペーン価格に敏感になっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は前年を僅かに上回っているものの、人件費の上昇等で経営的には厳しい。1人当たりの商品買上点数は前年並みで、商品値上げの影響により僅かに売上が増加していると考えられる。客の様子も、賃上げの話題ほど景気の良さはみられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・キャンペーンで来客数は若干増加するが、大きくは変化しない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・年々クリアランスセールに対する期待値が低下しているため、クリアランスセール前の買い控えがみられず、通常月と変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	お客様の様子	・円安が進み物価上昇に歯止めがかからない状況となっており、当然景気は悪くなる。賃金上昇のない現状では、消費者は財布のひもを緩めることはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・6月上旬に大商談会を開催した結果、多くの来場者と注文が入り景気はやや良くなっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの新車生産が数車種、様々な問題やトラブルで中断している。人気車種が含まれているため、その影響で販売減少となっており、販売店にとっては大きな痛手である。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	それ以外	・今月、来客数や店舗での売上は回復しているが、一方、新規事業の落ち込みはなかなか回復しない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [コーヒー豆] （経営者）	お客様の様子	・3か月前と比較すると客の動きに変化はなく、ほぼ横ばいである。来客数は売上単価共に横ばいの状況である。
<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）	単価の動き	・インバウンドにより全体的に客単価が押し上げられているが、インバウンドを除くと物価上昇による増加のため、国内客の購入単価は伸びていない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・梅雨のため、客足が少なくなっている。団体が入るが、新型コロナウイルス感染症発生前より団体人数が少ない傾向にある。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・婚礼件数は伸びておらず、景気はやや悪い。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（統括者）	それ以外	・国内旅行については、全国旅行支援等の施策がないため、動きが鈍い。海外旅行は円安の影響により、需要自体が少ない。訪日は活況であるが、ほぼ取扱いをしていない状況である。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・インバウンドは相変わらず好調で、タクシー需要が増加しているものの、市民の節約志向も強い。タクシー需要は最も節約対象となりやすく、運転手不足は続くため、大幅な売上増加は難しい。ライドシェア開始により現状の収入が減少すると予想され、ますますプロ運転手の減少が考えられる。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	お客様の様子	・雨が多くなり客の利用が増加している一方、県外からの客の利用は減少している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	お客様の様子	・客の消費意欲がみられない。

□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の新規開局の販売増加効果も落ち着き、販売件数が減少している。
□	テーマパーク職員	来客数の動き	・季節の違いはあるが、来館者数はほぼ例年と同水準となっており、景気は維持できている。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・プレーの予約は堅調に推移しているものの、天候不順によりキャンセルが多く、入場者に結び付いていない。
□	競馬場（職員）	販売量の動き	・販売量の動きは特に変わらず、直接的な景気の変化はみられない。
□	美容室（経営者）	販売量の動き	・社会全体の景気が停滞している。売上も前年と比較すると横ばいである。例年、この業界では季節的に忙しくなっていくが、周りの状態をみると、景気回復は考えられず景気対策が必要である。
□	美容室（店長）	お客様の様子	・年金で生活している客のほとんどで生活に余裕がないため、特に景気が良くなってはいない。
□	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	お客様の様子	・コロナ禍で途絶えていた会場貸しの結婚식을5年ぶりに開催することができ、景気回復に向けた兆しがみられる。
□	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）	単価の動き	・今年4月の報酬改定は全体でプラスであったが、主要事業である訪問介護は大きくマイナスとなったことにより、単価が減少し売上の減少につながっている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことで、若干客の外出が多くなり売上が伸びていた。最近では物価高の影響で客の購買行動が減少しており、売上が悪くなっている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・今月に入り消費者の買い控えが顕著になり、生活に必要な電気ガス等の値上げはますます消費行動を抑制することになる。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数が3か月連続で減少し、客単価も減少している。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・一般消費者の買物、特に食料品関係で慎重な購入になっており、必需品のみの買物となっている。
▲	一般小売店【青果】（店長）	単価の動き	・当地の地物野菜が少なくなり、県外物が8割占めるようになってきている。また、輸送コストも掛かるため単価が高くなり、季節柄売りにくい状態である。マンゴーについては注文が多くなっているが、全国的に不作で単価が高くなり売りづらい状況である。
▲	一般小売店【生花】（経営者）	お客様の様子	・当店は切り花メインの生花店であるため、卒業式や母の日などイベントで贈る花の需要がなくなっているこの季節は厳しくなっている。主な需要は7～8月のお盆や気候が良くなったときの発表会等になるが、夏場は花の購入を控える人が多く、売上は悪くなっていく。
▲	一般小売店【茶】（販売・事務）	販売量の動き	・暑い日が続くと日本茶離れとなる。冷茶は好まれるがペットボトルを購入するため売上が減少する。仕入価格が上がっているが、生活用品や食品の値上がりもあり売価を上げることができず、数年現状を維持している。
▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・3月以降、来客数が前年を下回っている。商品単価は上昇しているが、不要不急の購入は控えている。
▲	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・生活に欠かせない食品では好調に推移しているが、物価高の影響もあり衣料品の売上が低迷している。以前より消費マインドが弱くなっている。
▲	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・高額品は引き続き好調ではあるが、食料品などのデイリー商材の売上が鈍化している。物価高などの余波が生活防衛意識を高めている。
▲	百貨店（経営企画担当）	お客様の様子	・前年は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直後だったこともあるが、来客数が前年より減少しており、売上も前年に届いていない。一部の高額品や化粧品、喫茶関係については好調ではあるものの、全体としては厳しい推移となっている。
▲	スーパー（店員）	お客様の様子	・客のまとめ買いが非常に多く、1週間分の購入で家計支出を抑える動きがある。

	▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・商品の値上げが続き買上単価が上昇しており、客は節約志向となり来客頻度が低下している。また、買上点数も前年から大きく下回っているため、客単価が前年を下回るようになっている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・梅雨に入り、人の出入りが少なくなり、全体的に売上減少につながっている。近隣に競合店が出店していることもあり、来客数減少の要因になっている。客はより安いディスカウントストア等を多く利用するようになり、節約した買物をしている。
	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・雨が続けている影響もあるが、夕方から夜にかけての客単価が本来伸びるはずの時間帯で伸びていない。
	▲	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・様々な物の値上げがあった影響もあり、6月は来客数が減少している。来店した客は購入しているが、集客面では少ないため危惧している。
	▲	家電量販店（店長）	お客様の様子	・かなり厳しい価格競争になっている。それだけ客の財布のひもが固いということである。
	▲	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	・全体の景況感として考えて良いのか難しいところであるが、当ショッピングセンターではシネコンの影響が非常に大きく、前年の大ヒット映画の反動で今年は大幅に売上が落ちている。その影響がショッピングセンター全館に及んでおり、親和性の高い飲食店や雑貨店、ゲームセンターを含め厳しい状況である。
	▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	それ以外	・物価高騰が先行しており、実際の所得は減少している。今後も物価高はまだ続くと考えられる。
	▲	観光名所（従業員）	来客数の動き	・天候に左右される業種のため、来客数や販売数共に減少している。
	▲	ゴルフ場（営業）	来客数の動き	・大きな企業コンペが予想より少ない。
	▲	美容室（経営者）	単価の動き	・3月は様々な行事があったが、今は行事がなくキャンペーンをしている。客からは安い金額を求められる。
	▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料単価や製品単価の上昇が続いている上、人件費の上昇もあるため、住宅の着工数が減っている。人件費が主である設計業は価格転嫁が難しい。
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・問合せが少ないため、景気はやや悪い。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・景気の状態を客の様子からみると、大企業等勤務の人たちは非常に景気が良い。しかし、一般の年金生活者等は年金額も上がりず物価高になっているため、引かれるものが多くなり実質所得が減少している。格差が激しくなっており、若干景気は悪くなっている。
	▲	住宅販売会社（代表）	お客様の様子	・来客数の動きとして、物価上昇により家を建てる人が減少している。金利が上昇傾向であること、物価高の影響で材料・資材関係が値上げしていることから家を建てる際の単価が300万円～500万円ほど上昇しており、動きが悪くなっている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・前月と比べ来客数が2割減少しており、来月も停滞が予想される。
	×	スーパー（店長）	単価の動き	・1品単価の上昇が過剰で消費者の負担が大きい。小売業の立場から見ると、明らかに客は消費抑制のため購入を控えている。3か月前よりも顕著であり、景気は後退局面である。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・天候の影響で外出がしづらく、売上が悪くなっている。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が少なくなっている。企業の接待としての会食がメインであったが徐々に減少しており、一方、少人数での会席は増加している。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・国内客の予約が伸び悩み、景気はやや悪くなっている。
企業動向関連	◎	—	—	—
(ナ川)	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客や各協力工場の生産体制、また、当社内の状態が客の計画どおりに動いている。その結果受注量が多くなっており、今後も続きそうである。

○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・国の中堅企業向け大規模成長投資補助金の申請を行ったが、不採用となり生産性向上の観点が弱かったことを反省している。人材採用難のため、業務スペースと通勤事情等を考慮して現工場横に新工場を建設し、新しい業務を取り込む体制作りを目指したが、生産性の観点からの言及が不足していたため、今後の課題として取り組みたい。
○	その他製造業 〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・僅かではあるが増産傾向に向かっている。しかし、人手不足が問題になっており、今後の対策に期待したい。
○	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・地方業者は官公庁の発注に大きく依存する傾向がある。現在、官公庁の発注は平準化発注を基本にするため、第1四半期が完了する時期になって他の自治体も一般競争や指名競争を多く発注し始めている状況である。この状態が続くことを期待している。
○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・物価が上昇しており、企業の価格転嫁の動きが徐々に浸透しつつある。観光客のなかでも、飲食店へのインバウンドの来客数が急速に増加している。また、住宅着工件数にも回復の兆しが見られ、食品スーパーでは油や調味料などの価格が上昇している。消費者は商品厳選の姿勢を強めている。
○	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・企業に採用状況を聞くと、多くの企業で以前より積極的になっている。
□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年、梅雨時期は消費が落ち込んでくるが、今年は遅い梅雨入りであることも要因となり売上が順調である。特に外食物の引き合いが強く、個人消費も順調に流れている。空舎延長事業も予想ほど工場稼働に影響を与えることなく、順調に動いている。
□	繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・生地や付属品の値上がりが相次いでいる。そのため、値上げ前の駆け込み需要があり受注が先行している。仕事は多いが後で失速すると考えている。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置関連の受注が思わしくない状態が続いている。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・倉庫の荷動きは低調ではないものの、好調とはならず現状維持を保っている。輸出に関しては、商品はあるがコンテナ不足となっており、輸出できない状況になりつつある。コンテナ不足の要因は多々あり、欧州からのコンテナが通常の経路から変更となっていることが原因で空コンテナが不足している。また、中国がコンテナを高値で輸出しており、船会社は中国にコンテナを持っていく傾向から、日本に空コンテナが不足しブッキングが取りにくい状況になっている。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・全体的に出荷量は平均並みか、やや減少している。アパレル系は相変わらず苦戦しており、食品関係も一部物価高の影響で出荷量が減少している商品もある。
□	通信業（統括者）	受注量や販売量の動き	・顧客からの受注量では、前年比で見ると上向き傾向になっているものの、直近の受注量は大きな変化がない。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・住宅や家電のほか自動車の販売が弱含みながら、雇用や所得環境が改善傾向にある。百貨店やスーパーマーケットの売上は比較的堅調で、飲食店や旅館・ホテル等の旅行関連業種の売上も増加傾向にある。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・経済活動の回復が進んでいるが、原材料や燃料価格の高騰が続いており、企業の業績は3か月前と大きく変わらない。
□	新聞社〔広告〕 （担当者）	受注量や販売量の動き	・九州からの広告発注量が少ない。特に通販業種は健康食品の問題以降、減少傾向にある。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・主力の新聞折込広告の売上は前月比の減少傾向が続いている。広告主にとっても以前のように折込広告での反響が鈍くなっており、前年との比較では売上は微増であるが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準には達していない。3か月前と比べると変化は余りみられない。

	□	広告代理店（役員）	受注量や販売量の動き	・業況が上向く要因に乏しいため、売上は変わらない。
	□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業者の集まりでも新しい動きはない。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・前月同様に産地全体が厳しい状態である。受注関係など商社間では値上げの調整をしているが、値上げがしにくい状況であるため当社でも値上げができず、今後の賃金の上昇は難しい経営になる。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・業種全般に人件費や材料費の上昇分が利益を圧迫しており、借入金の返済が厳しくなる事業者が目立つ。金利の上昇も予想され、前向きの資金需要は多く見込めない状況である。
	▲	金融業（営業）	取引先の様子	・基本的には、広くベースアップが実施されるなど景気が上向く好材料は多い。そのため、これから好影響が出てくると予想されるが、物価高に対する影響がより大きいと考えている。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品の販売に苦戦している。価格を下げても厳しい状況である。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村から発注される調査や計画のコンサルタント業務について、今年度は福祉の子供計画策定の委託が行われているが、他の業務の発注が少ないこともあり、プロポーザルも実施時期を終えつつある。そのため、入札において低価格で受注するケースや、他の業務を低価格で応じている業者がみられ、景気がやや悪くなっている。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すると受注が減少しているが、10月以降は在庫調整も進み、受注は増加傾向になる。
	×	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・食品の値上げや物価高騰、人手不足、円安により買い控えが起こっている。国内での売上拡大ではなく海外販売に目を向け出している。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・営業活動の効果もあるが、求人情報などが多く入っており、直接雇用前提の案件の問合せなどの動きがある。また、自社募集を掛けている求人の採用条件も賃金などが高くなる傾向にある。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2025年3月卒業予定の大学生対象の大卒求人倍率は1.75倍となっており、2024年6月1日時点の内定率は84.8%と前年比8.4ポイント上昇している。就職活動が早期化しており、深刻な人手不足を背景に、一部の大手企業を除いては採用活動を7月以降も継続して行う企業が増えている状況である。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・婚礼やイベントの新規の動きが鈍いため、景気は変わらない。
	□	求人情報誌制作会社（編集者）	周辺企業の様子	・インバウンドで街には外国人が増加しているが、当市の駅で見かける国内客は、以前のように多くない。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・身边では景気変動の要因を見いだせないため、景気は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・求人数は減少しているが、事業所からの人手不足の相談が前年度より増加している。円安を背景にした物価上昇に加え、人手確保のため給与の上昇が必須となり、管内の中小企業は厳しい状況が続いている。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・6月になり選考解禁となっているがそれ以前に内々定が多数出ているため、学校には求人数が多く、逆に受験する学生が少ない状況である。特に理系ではその傾向が強い。新卒の学生は人数が決まっているため、学生の取り合いになっている。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・人材不足は続いており、特にIT、建築、介護関係の求人数が増えている。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が約4割減少しており、求職者の応募や登録数も約1割減少している。

	▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・家庭の家事を引き受け、スーパーマーケットなどへ買物に出掛けているが、野菜や生鮮食品の値段の動向がよく分かるようになった。一般的に値上がりが多く、野菜や生鮮食品は生活必需品でもあるため、家計や景気が悪くなっている。
	×	—	—	—