

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) | ◎ | － | － | － |
| | ○ | 一般小売店〔生花〕（経営者） | 販売量の動き | ・当店には固定客から葬儀用スタンドの注文がある。今月は単価2万円前後のスタンドに8～10基の注文を受け、かなりの売上になっている。加えて、開店祝いなどの引き合いもあり、継続的に見込める売上ではないものの、予想以上の伸びになっている。 |
| | ○ | 百貨店（企画担当） | 単価の動き | ・毎年この時期に開催している、外商の顧客を対象とした宝飾展が過去10年間で1番の売上となっている。ゴールドの価値が高くなっているという追い風もあるが、高額品が売れる兆しがある。 |
| | ○ | 百貨店（経営企画担当） | お客様の様子 | ・高額商材が好調であることが売上をけん引しており、数値は3か月前と比較すると改善している。しかし、販売来客数は前年を割り込む状況が続いており、楽観視はできない。 |
| | ○ | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・物価高騰の影響が前年から続いており、営業収益に直結する要素は全て前年と比較して超過傾向である。特に来客数は顕著に増加傾向にあり、インバウンド需要が為替の影響で大きく貢献している。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・週末、祝日の人の動きが活発になり、来客数は増加している。行楽イベントや家族・グループの動きがコンビニエンスストアの売上を後押ししている。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | 単価の動き | ・9月に入っても猛暑が続き、飲料やアイス等が売れ、売上自体は好調である。来客数はほぼ前年と同じであるが、客単価の伸びは大きく売上を押し上げている。 |
| | ○ | 家電量販店（従業員） | 販売量の動き | ・残暑の影響で夏物商材の売行きが好調である。また、例年だと9月の売上は苦戦するが、下旬以降は秋冬商材の動きが活発化しており、今年はかつてないくらい好調になっている。 |
| | ○ | 乗用車販売店（総務担当） | 販売量の動き | ・新車の生産が順調に進み、今月の登録販売は前年の1.5倍である。年内は前年を上回る配車が計画されているため安心していている。 |
| | ○ | 乗用車販売店（役員） | 販売量の動き | ・メーカーの生産が回復基調にあるため、登録や納車の販売が増加している。 |
| | ○ | 住関連専門店（従業員） | 単価の動き | ・例年、季節の変わり目は売上が低迷する。今月の来客数は落ち着いてきたものの、単価の高いマットレスを始めとした敷寝具が好調となり、売上はおおむね良好である。 |
| | ○ | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） | お客様の様子 | ・店頭でのコーヒー豆の需要は、前年との比較では、猛暑の影響で若干売上が減少しているが、インバウンドや旅行関係の客が増加した影響もあり、卸業者の需要が増加している。したがって、売上がやや良くなっている。 |
| | ○ | 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 | ・6月下旬はバーゲンセールの影響で全館がにぎわっていたが、シネコンが不調であったため、結果として全体的にマイナスとなっていた。現在はシネコンも復調し、更に主要店舗が好調であることから、全館に好影響を与えている。定量的にも現在の方がやや良化している印象を受ける。 |
| | ○ | 都市型ホテル（スタッフ） | 単価の動き | ・これから観光シーズンを迎えるに当たり、個人・団体共に予約数の増加がみられる。利用客が多いからこそであるが、高単価販売でもしっかりと稼働が上がっている。 |
| | ○ | 旅行代理店（職員） | 販売量の動き | ・国内旅行の売上は3か月前とほぼ同じであるが、海外旅行の売上は3か月前の約2倍に増加しており、全体的にやや良い傾向である。 |
| ○ | 旅行代理店（統括者） | 単価の動き | ・旅行需要では、法人や個人の取扱数の比率が2019年を割っているものの、単価の上昇により売上が2019年を上回っている。 | |
| ○ | 通信会社（営業担当） | それ以外 | ・昇給などの話題も耳にしているし、消費活動も活発になっている。 | |

| | | | |
|---|-----------------|--------|--|
| ○ | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・貸切バスが来るようになり、来客数も増加している。 |
| ○ | ゴルフ場（従業員） | お客様の様子 | ・ゴルフ用品の買換えや若いゴルファーが増えてきている。 |
| □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・9月前半は猛暑で来客数がほとんどなかったが、後半は朝夕が少し涼しくなり来客数が前半より伸びている。 |
| □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・9月は中旬まで暑さが続いたため、商店街への高齢者の来街が減少している。そのため、販売量、売上共に厳しい状況が続いている。 |
| □ | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・販売量が悪い状態が何か月も続いている。景気より気候の影響が大きく、気温が高すぎて外出をしないため来客数が減少している状態である。 |
| □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・景気が上向いているとは全く考えられない。周辺の企業も景気が悪い状況なのか、キャンペーンを打って対策を講じている。 |
| □ | 一般小売店〔精肉〕（店員） | 単価の動き | ・引き続き高単価商材の売上が順調である。 |
| □ | 一般小売店〔鮮魚〕（店員） | お客様の様子 | ・客との会話では、このところ売行きが悪い状態が続いている状況である。漁獲量が少なく、魚価が高くなっているが、仲卸としては、高価格でもそろえなくてはならず、残った魚は原価を切っても販売をしなければならない。需要が少なく厳しい状況である。 |
| □ | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | 来客数の動き | ・9月は猛暑で売上が伸びず、来客数が減少している。敬老の日の贈答品の注文により、どうにか前年と変わらない売上を維持している。 |
| □ | 百貨店（経理担当） | 販売量の動き | ・衣料品全般の売上は依然として回復傾向にないが、食料品・飲食等は好調に推移している。また、インバウンドの売上も若干増加傾向にある。 |
| □ | 百貨店（営業担当） | お客様の様子 | ・土日祝や人気企画の催事、また、恒例の物産催事があったこと、試食・茶席の復活や子供催事が盛況であったことから、会場を楽しむ来客や店内の回遊も増えている。しかし、猛暑の影響もあり平日の来客数が増加せず、加えて自社クレジット催事は苦戦している。クルーズ船の寄港や国内外からの観光客で街のにぎわいが戻り、コード決済やクレジット決済は伸び、商品単価の上昇を補っている。 |
| □ | 百貨店（業務担当） | お客様の様子 | ・9月下旬であるが、猛暑日を記録するなどの要因もあり、客が外出を控え来客数が減少している。そのため、秋物の立ち上げりに興味を示さず、物価高に慎重になっている。加えて、自然災害の発生などもあり、消費マインドにブレーキが掛かることが多い状況である。 |
| □ | 百貨店（営業企画担当） | 販売量の動き | ・残暑が長期化しているが、来客数や販売量に大きな影響はない。 |
| □ | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・販売点数は前年並みかやや下回る状態が続いており、消費意欲は高くない。景気は低い水準のまま横ばいである。 |
| □ | スーパー（総務担当） | 販売量の動き | ・売上は値上げの影響もあり前年比増で推移しているが、買上点数は前年比では減少している。 |
| □ | スーパー（企画担当） | お客様の様子 | ・一般食品の値上げが続き、米不足による価格高騰もあって客単価の上昇傾向は続いており、客の購買動向が特売日に集中している。景気が上昇傾向にあるとは言い難い。 |
| □ | コンビニ（経営者） | 来客数の動き | ・景気が良くなる要因がないため、好況感はない。 |
| □ | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・猛暑の影響等による青果の価格高騰で、客の消費マインドが低下している。 |
| □ | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・猛暑であるが余り売上が伸びていない。競合店の立地の動きも影響していると考えられる。 |
| □ | 衣料品専門店（取締役） | お客様の様子 | ・9月については、残暑が厳しく客が買物に外出できないような暑さであった。月末には幾分か気候も落ち着いてきているが、厳しい状況は変わらない。 |

| | | | |
|---|----------------------------------|--------|---|
| □ | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・来客数が前年比90%になっているため、売上も比例し減少している。単価は多少なりとも上昇してはいるものの、売上減を補えない状況である。 |
| □ | 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・来客数減少による販売量の低下が続いている。毎月の価格上昇も重なり、慎重な購入になっている。 |
| □ | 住関連専門店（経営者） | お客様の様子 | ・都市部ではキャンペーンの回数を増やしたため売上が上向しているが、客の動きは良くない状態である。客は高額耐久商材の購入に慎重となっており、1回の来店で購入を決定しないため時間が掛かっている。 |
| □ | 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〕（統括者） | お客様の様子 | ・韓国からの客は減少気味であり、また地震や台風などの自然災害が多く発生しているが、景気は変わっていない。 |
| □ | 観光型ホテル（管理） | 来客数の動き | ・宿泊単価は徐々に増加しているものの、来客数が伸び悩んでいる。 |
| □ | 観光型ホテル（営業） | 販売量の動き | ・観光面で目立った話題がなく、旅行の気運としては盛り上がりには欠けている。 |
| □ | 旅行代理店（統括者） | 来客数の動き | ・ここ数日で円高傾向が進んでいるが、海外旅行の申込みは相変わらず低調である。また、国内旅行についても予約が少ない。 |
| □ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・今月はイベントが多かったため人の動きも良く、タクシー利用が昼夜共に順調であった。 |
| □ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・夏休みが終わり、9月に入ると国内外の観光客はやや減少し、イベントも減少傾向であったが、猛暑の影響でタクシー需要はまずまずと堅調である。 |
| □ | 通信会社（役員） | お客様の様子 | ・当社サービスへの新規加入の伸びが鈍化している。 |
| □ | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・光回線の販売数は、引き続き低迷している。 |
| □ | テーマパーク職員 | 来客数の動き | ・来客数は3か月前と比べて増加していないが、好調を維持している。 |
| □ | 競馬場（職員） | 販売量の動き | ・販売量の動きは変わらず、景気の変化はみられない。 |
| □ | 美容室（店長） | お客様の様子 | ・物価が上がっているため客は慎重に買物をしているが、近年の来客数に大きな変化はない。 |
| □ | 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 | ・今月の売上はほぼ計画どおりとなっており、前年比も同程度となり、状況は変わらない。 |
| □ | 学習塾（従業員） | 来客数の動き | ・申込件数が3か月前と比べて変わらない。 |
| □ | 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） | それ以外 | ・新型コロナウイルス感染症は収束し、サービスキャンセルは減少傾向である。しかし、4月からの訪問介護のマイナス報酬改定が単価を押し下げており、人材確保も厳しいため正社員数も前年比で大きく減少し損益改善の見通しが立たない。 |
| □ | 設計事務所（代表） | 来客数の動き | ・景気が良くなる材料に乏しい。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・商談時に競合他社も関わることが多くなっており、客の動きが出ている結果だと考えている。例年この時期の客の動きと比較するとやや少ないようである。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・客の様子では景気は余り変わらない。インバウンドや転勤に伴う海外顧客からの引き合いが多く、景気は変わらず良い状況である。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・商店街への来街者数が減少している。午前中に生鮮食品を購入する客は多いが、買い回りする客は少なく、目的外の消費は控えている。 |
| ▲ | 百貨店（企画担当） | 販売量の動き | ・国内客の売上は3か月前とほぼ同水準で維持しているが、インバウンドの来店や購買量が極端に目減りしている。3か月前の6割ほどまで落ち込んでいる。 |
| ▲ | 百貨店（企画担当） | 来客数の動き | ・インバウンドが減少し、特に平日のにぎわいがみられない。 |

| | | | | |
|--------|---|----------------|--------------|---|
| | ▲ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | 客単価は上昇しているが、買上点数がわずかながら減少している。コンビニエンスストアの客の購買スタイルでは客単価の上昇はついで買いによるものと判断され、好景気の1つの指標といえる。しかし、現状は、商品値上げに起因する1点単価の増加によるものと考えられる。 |
| | ▲ | 衣料品専門店（店員） | 販売量の動き | ・1品単価が値上がりしているため購入商品の数量が少なくなり、結果として客単価が下がっている状況である。 |
| | ▲ | 乗用車販売店（従業員） | 来客数の動き | ・来客数が3か月前と変わらない。例年の決算期と比べても非常に来客数が少なく、販売台数もかなり落ちている。 |
| | ▲ | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・インバウンドが増えているにもかかわらず売上が減少しており、その結果、国内の外食需要が減少していると考えている。 |
| | ▲ | 観光型ホテル（専務） | 来客数の動き | ・夏休みの動きが非常に良かったため、今月の動きが悪くなっている。 |
| | ▲ | 観光型ホテル（総務） | お客様の様子 | ・市場が冷え込み、一部で顧客離れが発生している。 |
| | ▲ | タクシー（統括者） | 単価の動き | ・前年の8月と比較すると、客単価が下落している。前年は新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行後のお盆ということもあり、個人消費が大きくなったと推測され、その反動を受けている状態である。 |
| | ▲ | ゴルフ場（従業員） | 単価の動き | ・レストランの利用が減少している。 |
| | ▲ | 美容室（経営者） | 販売量の動き | ・9月の景気は2～3か月前と比べると非常に悪い。秋口になり、化粧品業界では客のファッションに変化が現れ動きが出てくるが、現実的には売上がつながっていない状態である。秋が遅くなっていることも要因の1つだと考えるが、今後の景気対策に期待したい。 |
| | ▲ | 美容室（経営者） | 単価の動き | ・金額を若干安めに設定しているが、客は更に安いサービスを望んでおり、結果的に売上が低くなっている。 |
| | ▲ | 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が、仕事の対価は増加していない。さらに、生活必需品の価格上昇もまだ続いており、地方の自営業の人件費は上がってこない。 |
| | × | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・9月も猛暑が続いたため、客は商店街に足を運ばなくなっている。 |
| | × | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・猛暑の影響で、日中の商店街への来客者数が激減し、来客数も例年の半数以下になっている。 |
| | × | 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・台風と猛暑が続いているため衣類を購入する客が少なく、また、おしゃれをする機会も減っており、客の足も遠のいている。 |
| | × | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・9月は台風等の影響で営業日が少なくなっており、来客数や客単価共に伸びない月である。 |
| | × | 都市型ホテル（販売担当） | 単価の動き | ・単価の上昇が難しい状況である。 |
| | × | ゴルフ場（営業） | 来客数の動き | ・猛暑の影響でゴルフ場のコースが荒れ、来客数が減少している。 |
| 企業動向関連 | ◎ | * | * | * |
| (九州) | ○ | 農林水産業（従業者） | 受注価格や販売価格の動き | ・九州では米が高値であるが、加えて、高温の影響で野菜は作付け不良が起こっている。 |
| | ○ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・2～3か月前と比較すると、受注量が徐々に増加している。しばらくこの傾向は継続すると予想している。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（取締役） | 受注量や販売量の動き | ・車載や半導体関連では、各取引先において引き合いが強い状況である。 |
| | ○ | 建設業（社員） | 受注量や販売量の動き | ・工事が終了し次の工事を開始するタイミングで技術者もスムーズに配置できている。余裕のない状況であるため、指名競争入札に関してほぼ辞退の応札をしている。ただし、作業員が不足気味ではあるが、一般競争には必ず参加をしている。 |

| | | | |
|---|------------------|------------|---|
| □ | 農林水産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・8月までは販売も生産も好調で良い成績を収めていた。9月に入り販売の引き合いは強い状況であるが、生産現場には原料となる鶏が入荷しないため、機会損失が発生している。原因は、暑さによる産卵の低下と出荷予定の鶏が出てこないためである。卵価格統制のため、鶏の絶対羽数が減少していることによる。この状況は11月まで続く予想される。 |
| □ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・今回は前年の9月と比べ売上は落ちており、Web商品の動きも前年と比較すると減少している。産地全体で売上が鈍く、活気が少ないため景気対策を講じてほしい。 |
| □ | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・受注動向など以前と大きな変化はない。 |
| □ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・半導体製造装置メーカー等の主要取引先から10月以降増産傾向と伝えられていたが、現時点ではかなり後ろにずれ込む状態になっている。 |
| □ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・例年9月は半期決算のため荷動きは良くなっていたが、今年はそのほど荷動きが良いわけではない。人件費や物流費の高騰により物価が上昇しているため、商品の売行きが芳しくなく、原料や材料の荷動きも低調である。2024年問題もあり、荷主は全国の拠点を増加する傾向にあるため新規の引き合いはあるものの、物流施設の賃料の高騰により各倉庫の賃料も値上げしており、なかなかマッチングしない状況もある。 |
| □ | 輸送業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・物価が上昇している分、物量は減少している。各荷主が見込んだほど売上はないが、景気が悪いというほどではない。 |
| □ | 通信業（統括者） | 受注量や販売量の動き | ・顧客との取引状況において、セキュリティ被害を踏まえたニーズの拡大による販売増加は少しずつみられるものの、全体を押し上げるほどの受注量は見受けられない。 |
| □ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | ・住宅の販売や家電の売行きは弱含みながら、公共工事はやや増加している。また、雇用や所得環境が緩やかに改善傾向にあり、百貨店やスーパーマーケットの売上が回復し、ホテル・旅館の稼働率も上昇傾向をたどっている。 |
| □ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・地元企業の景況感に大きな変化はなく、良くも悪くもないという状況である。当地においても米価格は上昇しており、新米以外は品薄状態が続いている。また、コロナ禍で運休していた国際線定期便に再開の動きがあり、旅行需要が期待される。 |
| □ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・企業から人手不足であることをよく聞くようになった。 |
| □ | 金融業（営業） | 取引先の様子 | ・夏休み後半にかけて、猛暑や台風などの影響で消費が伸び悩んだようである。 |
| □ | 広告代理店（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・8月については毎年売上が減少傾向となり、前年比もマイナスとなっている。世界情勢ではウクライナ侵攻やガザ侵攻が長期化しており、3か月前と比較しても余り変化はない。 |
| □ | 経営コンサルタント（代表取締役） | 受注量や販売量の動き | ・自社の受注状況に大きな変化がない。 |
| □ | 経営コンサルタント（社員） | 競争相手の様子 | ・同業の会合で現状の情報交換をしたが、特別な新規の動きはない。 |
| ▲ | 繊維工業（営業担当） | 取引先の様子 | ・明らかに在庫調整のため生産量を減らしている。そのため、工場では生産調整のため休みが多くなっている。今年は工場を稼働し続けることに苦勞しており、存続の危機である。最低賃金引上げへの対応も難しい状況である。 |
| ▲ | 輸送業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・台風等による影響もあり、商品の荷動きが余り良くない状態である。 |

| | | | | |
|------------------|---|---------------------------|---------|---|
| | ▲ | 金融業（営業担当） | 取引先の様子 | ・日本銀行の利上げに伴い、貸出金の基準金利が上昇するため、取引先の中小企業へ案内を実施している。金利の上昇について理解と承諾はもらっているものの、金利の影響もあり、新たな資金需要は乏しい状態である。 |
| | ▲ | 不動産業（経営者） | それ以外 | ・他業種の企業など、現状の販売状況等が余り芳しくない状況である。 |
| | ▲ | 経営コンサルタント（社員） | 取引先の様子 | ・温暖化や物価高の長期化、原料米の高騰、杜氏の高齢化により、清酒メーカーの不調が続いている。 |
| | ▲ | 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策定支援業務について入札が行われるが、前年までは辞退が多かった業務についても数社は入札に応じており、価格が30～40%引きとなっている。このため、前年までの落札価格の水準では落札できないようになっており、やや景気は悪い。 |
| | × | その他製造業 [産業廃棄物処理業] | 取引先の様子 | ・受注が少なく、生産が止まっている状態である。特に自動車向けの生産に動きがなく、景気が悪くなっている。 |
| 雇用 関連 (九州) | ◎ | — | — | — |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・当県のスポーツ大会絡みの案件や秋のイベントが復活し依頼が増えている。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求人数の動き | ・人材募集の問合せが幅広くかつ増加しており、登録者数も同様に増えている。 |
| | ○ | 人材派遣会社（社員） | 求職者数の動き | ・9月に入り求職者の活動が活発になっており、求人に対する問合せや応募、スタッフ登録は2割増しである。 |
| | ○ | 学校 [大学]（就職支援業務） | 求人数の動き | ・9月以降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して確実に増加している。売手市場が続いており学生にとっては有利であるが、企業や団体にとっては採用活動の長期化が進み、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続くことが予想され、求人の動きは今後も拡大傾向にある。 |
| | □ | 求人情報誌制作会社（編集者） | 求人数の動き | ・例年、この時期になると求人が活発に動くが、前年度より動きが鈍くなっている。当県の場合はインバウンド効果はあるが、地元経済の活気がみられない。 |
| | □ | 新聞社 [求人広告]（社員） | それ以外 | ・継続的にインバウンドをよく見掛けるが、需要は増加していない。地元の人の消費も横ばいである。 |
| | □ | 新聞社 [求人広告]（担当者） | それ以外 | ・中心市街地への人出や郊外の大型ショッピングモールなどの来客数は多い状態で推移している。アジアを中心としたインバウンドも好調となっており、観光客も目立っている。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数、求職者数共に前年度より微増しているが、8月の地震、台風等で求人・求職をちゅうちょしていた人が9月に入って登録を行ったため、景気が良くなったと判断できない。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（職員） | 求職者数の動き | ・企業の採用選考早期化の影響もあり、前年比では10%程度良い状況である。求人数は多いが、応募する学生が少ない状態が続いている。特に理工系が顕著である。 |
| | ▲ | 新聞社 [求人広告]（担当者） | 雇用形態の様子 | ・最低賃金が引き上げられるものの、生活費の支出は減らない。余暇やレジャー、趣味などに回す金がないと景気は良くならない。 |
| | × | — | — | — |