

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)	◎	観光型ホテル (営業)	来客数の動き	・4～6月にかけては、客足が伸び景気が上向きとなっている。
	○	一般小売店〔精肉〕 (店員)	お客様の様子	・飲食店からの取引依頼が増えている。
	○	スーパー（企画 担当）	販売量の動き	・青果などの農産物の高値が続いていたが、野菜の相場が下がったことにより低迷していた精肉及び海産物の販売量が回復し、販売量全体の増加に寄与している。
	○	スーパー（経理 担当）	単価の動き	・米が依然として高単価であり、卵や野菜も単価上昇傾向にある。全体的に値上がりしており来客数は前年並みではあるが、売上は好調となっている。
	○	コンビニ（経営 者）	お客様の様子	・客の情報収集力が更に向上しており、インターネットのSNS情報や携帯電話のセール情報による来客で、商品の購入が増えている。
	○	コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・インバウンド効果で来客数が増加し、物価上昇で客単価が上昇したことで売上が増加している。
	○	コンビニ（経営 者）	単価の動き	・売上増加に客単価が寄与しているが、従来のような販売数量増加によるものではなく、日配品等の商品単価値上げによる影響が強いように推察される。
	○	コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・キャンペーンの話題性のため来客数が増加しており、コストパフォーマンスの良い商品への反応が大きい。
	○	家電量販店（従 業員）	販売量の動き	・例年よりも暑さの到来が早く、夏物家電の販売が好調に推移している。
	○	乗用車販売店 (役員)	来客数の動き	・一部車種の受注停止は続いている。しかし、改良車種の販売効果が大きく、来客数や注文数は多くなっている。
	○	その他専門店 〔コーヒー豆〕 (経営者)	お客様の様子	・前年と比較すると、来客数が若干増え、前月より数字が伸びている。
	○	旅行代理店（統 括者）	お客様の様子	・堅調なインバウンド需要に加え、大阪・関西万博や7月に開業する大型レジャー施設の需要も引き続き順調に推移している。
	○	旅行代理店（統 括者）	販売量の動き	・旅行業においては、大阪・関西万博の需要が高まっており、取引が拡大している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・月の前半は梅雨の影響を受けタクシーの利用が増加し、後半は大きな被害もなく梅雨が早く明けたため、国内外の観光客を始め、地元民の動向も活気がやや戻っている。
	○	通信会社（企画 担当）	お客様の様子	・人手不足やDX推進など課題解決に対する投資意欲は旺盛である。
	○	観光名所（職 員）	お客様の様子	・市外からの客で居酒屋等も月曜日からにぎわっている。特に居酒屋等は、月曜日、火曜日は飛び込みでも座れていたが、今は混雑している。
	□	商店街（代表 者）	販売量の動き	・インバウンドの外国船が多く寄港しており、それなりに外貨が落ちている。一方で国内景気が物価高により食料品や日用品などの生活必需品に消費が回り、その他の物に消費が落ちない状況が続いている。
□	商店街（代表 者）	お客様の様子	・大型スーパーマーケットなどが郊外に次々と開業し、安い商品を求めて客足が流れている。地元の商店街やスーパーマーケット、コンビニでは売上が下がらないように頑張っているが、この状態が続けば、我々のような零細企業は閉店せざるを得ない状態になると懸念している。	
□	商店街（代表 者）	お客様の様子	・物価高により来客数や買上単価の下落で売上は減少している。食料品など生活必需品の影響は少ないが、買回品の購入は慎重である。	
□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・アパレル関係の小売業は売上、来客数、客単価が前年比で数か月連続して下回っている。	

□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・例年よりも早く梅雨明けし、クリアランスセールも開始されているが、販売は低調である。安くなったから購入するのではなく、必要な物を必要なときにしか購入しない消費動向が定着している。
□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・天候不順の影響により来客数が減少している。客層の高齢化で固定客の消費マインドが徐々に弱くなってきており、全部門において今月は売上に苦戦している。
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・米の話題は落ち着いてきたが、梅雨と夏が交互にくるような天候が続き、客の来店にも支障が出ている。また、最近では身近なニュースより、中東の状況や関税のことなどを心配する話題が多く聞かれ、先行きに不安を抱く人が多く、商品購入の出費にもブレーキが掛かっている。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価高騰の高止まりが続いており、消費者の購買パターンはいかにコストを抑えるか数値に顕著に表れている。曜日市やお買い得日の売上構成比が上がっており、全体的な数値は前年並みであるが、利益率が上がらない状況が続いている。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・単価上昇は続いているが、収入が増えた声は聞こえない。可処分所得の減少が続いており、景況感は良くないまま横ばいである。
□	スーパー（店員）	お客様の様子	・格安商品の問合せが多く、予約でのまとめ買いもトイレットペーパーやキッチンペーパーなど紙類の割安商品が中心である。
□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・売上は価格上昇分と米価高騰の影響で前年を超える水準で推移しているが、来客数や買上点数が前年を下回る状況が続いている。
□	スーパー（従業員）	販売量の動き	・食品価格の上昇が続いていることから、必要な商品以外は購入しない心理状態が続いている。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価が高い状況にある。
□	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・客単価は上がっているが、来客数が前年より減少しており、売上は変わらない。しかし、来客数が減少しているため、先行きは不透明である。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客の動きは余り変わらず、梅雨であるため静かな状態である。
□	家電量販店（店長）	お客様の様子	・季節要因で売上は好調であるが、購入決定までに時間が掛かる客が非常に増えており、財布のひもは緩んでいない。
□	家電量販店（店員）	単価の動き	・今年は気温が平年よりも高いため、季節商材は堅調に売れているが先食い感が否めず、来月以降に売上が落ちる可能性もある。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・今月の都市部でのキャンペーンは、前年並みであったが、店舗の売上は良くない。
□	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	・3か月前は映画館の絶不調により、全館では厳しい状況であったが、当館だけは順調に推移している。その要因として、店舗が増え、勢いがある企業の開業や映画のヒット作に恵まれたことにある。また、景気は米の価格高騰により主要店舗の売上が伸長しており、当施設としては好影響を受けている。
□	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）	単価の動き	・前年より韓国人客が減ったため売上が減少傾向であるが、韓国人客と比較して消費単価が高い中国人客や台湾人客が補っている。来客数では韓国人客に及ばないが、インバウンドの売上増加傾向は変わらない。
□	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・例年、この時期は団体が入っていたが、今年は同じ地域で団体を取らなくなった旅館が増え利用が少なくなっている。他の地区の同業者も同じ状況で、大阪・関西万博に客が流出していると推測している。
□	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・通常この時期は夏休みの旅行商品の販売が活発になるが、予約リードタイムが短期化していることもあり、今月は目立った動きが見られない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・暑くなってきたため、自家用車で買物に行く人が増加している。

□	通信会社（役員）	お客様の様子	・新年度に入っても契約単価の推移が変わらず、低額プランへの変更が続いている。
□	通信会社（営業担当）	それ以外	・観光客が減っており、売上増加につながりそうな要素がみえない。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・雨の影響があるため、客の動向の判断が難しい。
□	競馬場（職員）	販売量の動き	・販売量の推移は、3か月前と比較し若干プラスに転じているが、暦日の関係で単純比較ができない部分もあり、景気動向が変化したとは判断できない。
□	美容室（経営者）	販売量の動き	・少しずつ景気が回復方向とみられたが、美容業界が向上していない傾向にあり、景気の状態が芳しくなく、売上や客の動きも停滞している。今後もこの状態が続き、景気は横ばいだとみている。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・6月は、年内で2番目に忙しい月であるため、景気はやや良い。
□	美容室（店長）	来客数の動き	・来客回数はやや少なくなっているが、来客数は変わらない。
□	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	・例年と同様の受注金額であり、3か月前とほぼ変わらない状況である。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・全体の販売量はほぼ横ばいが続いている。販売量の内訳として、この3か月ほどは賃貸住宅の割合が高くなっている状態である。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・インバウンドが増えており飲食店や土産、ホテル等観光に携わる業界は景気が良いとみられるが、国内産業については余り良くない状況である。しかし、大企業では利益を出しており、経済に格差が出ている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・日用雑貨や飲食店の仕入価格が上がっており厳しい状況であるが、飲食店での来客数は多くなっている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年6月に梅雨入りすると、商店街の来客数は少ないが、今年は物価高や世界情勢により不安定になっている。そのため、客が商品を購入せず、大変厳しい状況になっている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・客に高齢者が多いが、様々な物の値上がりで生活が圧迫されていることもあり、来客数が少なく、購入も少ない。特に米や食料品の値上がりの影響で、婦人服は慎重に選ばれるため高価な商品の購入を控える傾向が強い。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・梅雨になり雨が多く、加えて猛暑であるため、来客数が激減している。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	それ以外	・長年経営していた大手企業や飲食店が閉店し、とても先行きに不安を感じている。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・客の購入金額はいつもより低く、周囲の物価は高騰している。小売店で値上げをすると客は敏感で来客数が少なくなるため、値上げをせずに利幅減少で頑張っている。物価高騰により生活費が優先されているのが実情である。
▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、物価上昇の影響もあり売上単価は上昇基調にあるが、客の購買点数が減少しており、総合ではやや減少している。インバウンドの購買は3か月前とほぼ同水準であるが、客の購入単価は下落している。
▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・6月前半は気温が安定せず、また、クリアランスセール待ちもあり苦戦している。
▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・大催事場での新規食品催事や恒例の物産催事が好評で、会場での飲食を楽しむ姿がみられた。SNS発信やお目当ての店舗で長蛇の列が目立っていたが、節約意識も高くキャッシュレス決済でのポイント獲得や手数料節約のカード催事もあり、商品単価は伸びているが客単価の伸びはなかった。また、お中元商戦が始まっているが、送料の高騰で商品の配送料込商品への変更も多くなっている。猛暑や雨での来客数減少の対策としては、雨の日キャンペーンにより来店促進している。

	▲	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・例年より梅雨入りが大幅に前倒しになったことによって来客数や販売量に影響が出ている。加えて、物価高による買い控えが顕著になっている。
	▲	百貨店（経営企画担当）	お客様の様子	・食品催事は好調であるが、お中元等の進物については出費を必要最低限に絞っており、物価高が継続している影響を感じずにはられない。前年実績を確保することが難しい状況が続いている。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・商品価格の単価の上昇が著しく目立っており、客の意識により買上点数が大幅に下がり厳しい状況が続いている。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・競合店の立地や物価高などで、出費を抑える傾向である。
	▲	衣料品専門店（店員）	競争相手の様子	・物価高騰の影響で、ボリュームゾーンである近隣の競合他社では、軒並み売上が前年比80%で推移している。
	▲	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・受注台数が減少傾向である。受注可能な車種制限の影響もあるが、客の購買意欲が下がっている。
	▲	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・3か月前と比べて下見目的が多くなっているため客の購買率が低くなっている。慎重な検討をしており、財布のひもが固くなっている状況がうかがえる。
	▲	タクシー（統括者）	販売量の動き	・前年と比較すると、稼働に直結する乗務員数が減少している。前年はライドシェアの報道が過熱しており、タクシー乗務員のPRにつながっていたため、採用が増加していたが、本年はその反動を受けて前年より減少している。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・インターネット光回線の販売件数が、低迷している。
	▲	テーマパーク職員	来客数の動き	・国内来館者数が微減傾向である。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・近隣ゴルフ場がキャンセル料を徴収することになったため、一時的とは予想するが、予約を慎重に検討するようになっている。
	▲	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	・例年のない6月の猛暑による利用者の入院増加で減収につながっている。また、介護職員の採用も厳しい環境が続いており、退職者の補充採用ができずにサービス提供量が減少し、今後の売上に影響が出てくる懸念がある。
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・問合せや来客数が減っている。
	▲	住宅販売会社（代表）	来客数の動き	・住宅の購入を考えていても足踏みしている状態で、来客数も過去より4分の1以下になっている状況が続いている。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月も前月と同様に今までにない来客数の少なさである。当地の飲食街では人通りが少なくなっており、通常客が入る週末でもそれほど多くない状況で景気が停滞している。
	×	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・7月に災害が起きる噂が原因かもしれないが、インバウンドが大幅に減少している。
	×	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・売上減少の要因は、レストランの平日の来客数減少や宿泊単価の低下とみられる。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・海外からの渡航客が減少傾向にあり、集客増加のため単価を下げた販売も考えている。6月は週末のイベントが少なく、来客数にも影響が出ている。
	×	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品単価の価格上昇もある反面、仕事の対価は上昇しておらず、生活必需品の価格も上昇傾向である。
企業動向関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・大手自動車関連では、米国の関税が正式に発動する前の駆け込みの影響によって、現状では特に落ち込み傾向はないが、発注のタイミングが後にずれる可能性があり懸念される。
	○	新聞社〔広告〕（担当者）	取引先の様子	・景気の上向きは実感しないものの、制作関係の取引先企業の繁忙感があり、景気はやや良くなっている。

□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年6月は梅雨時期で厳しいが、今年はスーパーマーケット関係等含めて好調である。原料不足もあるが、注文の引き合いに対応できない状況である。冷食メーカー向けも牛、豚の値上がりで鶏肉の引き合いは相変わらず強い。鶏肉相場は過去になく高い相場であるが、1番安い原料であるため変わらない強さがあると推察される。
□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・顧客がほとんど輸出の問題を抱えており、米国の関税で動きが鈍くなっている。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月は、受注量に大きな変化がない。
□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・夏に向けての商品の動きが芳しくない。自動車部品等も輸送が停滞気味である。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と変わらず物量は下がったままで、各運送会社は苦慮している。人出が減っているためバランスは取れているが、景気が良い傾向とはいえない。倉庫も乱立しており、供給が需要を上回っているように見える。
□	通信業（統括者）	受注量や販売量の動き	・物価高や米国の関税の影響が不安視されており、顧客のビジネスリスクへの対応は堅調な伸びを見せつつも、通信関連投資の伸びはおおむね横ばいで大きな変化はみられない。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・金利や物価上昇の影響はあるものの、大きな変化はない。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・地元の中小企業からは新卒採用で苦戦しているという声が聞かれ、人手不足感が強まっている。そのため、飲食店ではスマートフォンを使ったセルフオーダーシステムの導入が進んでいる。また、県民を対象としたボーナスの使いみちアンケート調査で、最も多い回答は、貯蓄・投資等となっている。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の中小企業に米国の関税による業況の悪化はみられないが、人件費や材料費などの価格高騰が続き、売上増加に伴う利益の増加が見込めない状況が続いている。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・自社サービスの受注量に大きな変化がないため変わらない。
□	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、意見を聞いても新しい動きは見えない。
▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月から基本的な材料である陶土の値上げを通告されており、それに伴って下請関係の値上げもあり受注がまとまらず、苦労している。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・どの分野でも受注量や見積り、引き合いが減っている。
▲	その他製造業 〔産業廃棄物処理業〕	受注量や販売量の動き	・半導体関連の顧客の生産量は、低迷したままである。しかし、生産機種のごく一部は好調との見方もある。
▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・九州に備蓄米の保管案件の話はあるが、元々米を保管している倉庫が行うため限定的である。また、九州は自動車産業が多いため輸出の影響があり、海外からの輸入本数が減少していることから、会社としては新規荷主の獲得をしなければ厳しい状況で、他社も同様となっている。
▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・公共工事は増加しているが、住宅販売は弱含みで推移している。また、物価上昇の影響などから百貨店の売上が伸び悩んできたほか、旅行業の売上も鈍化している。乗用車の売上も勢いにやや陰りがみられる。
▲	金融業（営業）	取引先の様子	・物価上昇に賃上げが追い付いていない現状である。景気が悪いとまでは言い切れないが、消費活動は盛り上がり欠ける。
▲	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・同業他社との情報交換でも、景気動向がやや悪くなっている。

	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・紙媒体の新聞発行部数が減少し、売上は前月比及び前年比マイナスとなり厳しい状況が続いている。世界情勢では、新たにイスラエルとイランの間で武力衝突が発生し予断を許さない状況が続いている。また、米国の関税問題もあり、先行きが見通せない状況が継続しており景気はやや悪くなっている。
	▲	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・米より麺やパンに切り替えた生活など、慎重な購入で節約しているが、外国人客による大量購入は続いている。
	×	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が減少しており、悪い流れが止まらない。原材料の値上げや賃金上昇で厳しい状況であるため、メーカーや大手企業は国内よりも安い海外で生産している。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数が想定を上回り、順調に推移している。
	○	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・企業からの依頼で、直接雇用前提の派遣でも良い人材であればコストが発生しても積極的に採用しようという動きが増えている。
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・求人数、求職者など周辺企業の変化はみられない状況が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・依然として物価高騰の影響により景気回復の兆しが無い。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・インバウンド需要などを受け好調な業種はありながらも、一般的な消費としては物価高などもあり、抑え気味になっている。景気全体としては大きくは変わっていない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・大学4年生の内定が前年以上に早く出ている。特に理系にその傾向が強いが、求職者数が少なく、大学等で企業説明会を行っても人が集まらない状況が続いている。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2026年3月卒業予定の大学生や大学院生対象の求人倍率は1.66倍と2025年卒の1.75倍から0.09ポイント低下したが、深刻な人手不足を背景に、学生には有利な状況となっている。一方で、採用活動を行う多くの企業や団体では苦戦しており、7月以降も継続して採用活動を行う企業も多くなっている。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が約半分に減少しており、注文を受けても人を推薦できないと求人取消しとなり、社内にいる人数で対応している企業もある。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・スーパーマーケットなどへ買物に行くと商品の値段が高くなっており、据置きの商品はサイズが小さくなっている。備蓄米などが話題になっているが、収入は増えないため、現状は続くと思っている。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・プロスポーツキャンプのイベントの反動で宿泊・飲食等サービス業は利用者が減少したという声がある。また、製造業でも取引先の生産が減少したことにより、売上が減少している。
	×	—	—	—