

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)	◎	＊	＊
	○	百貨店（営業担当）	・商品単価の上昇が予定されているが、お中元商戦の本格化やクリアランスセール開始、全店催事、クレジット催事が開催され来客数が見込める。贈答品やし好性の高いブランド品に加え、化粧品やリビング用品の自家需要も見込める。また、観光振興やクルーズ船寄港の増加により人出が増えており、インバウンド需要や土産・工芸品・特産品需要や父の日キャンペーン、全店売出し、お中元ギフトセンター開設で国内、インバウンドの来客数が増加している。決済手段の多様化もあり購買が期待できる。
	○	スーパー（企画担当）	・米の高値が備蓄米の供給等により落ち着いてくるとみられる。天候の影響にもよるが、米を含む農産物の購買動向は安定してくると予想している。
	○	コンビニ（経営者）	・暑さは続き、来店頻度が向上すると予想している。
	○	コンビニ（経営者）	・現状ではマイナス要素もみられず、緩やかな上昇傾向で推移すると予想している。
	○	コンビニ（経営者）	・商品単価が上がっているものの、消費マインドには余り影響していない。
	○	コンビニ（エリア担当・店長）	・梅雨が早く明けた影響で夏物が例年より早く前倒しで売れ、売上も上昇していくと予想している。
	○	家電量販店（従業員）	・暑くなり冷房器具の需要が増えるため、やや良くなる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・9月の決算期に入るため、売上は若干良くなる。
	○	乗用車販売店（役員）	・今後も改良車種が予定されているため、来客数や注文数は期待できる。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・今後の売上の予想では、コーヒー業界は夏場に向けて、お中元ギフトの需要等が増え売上増加が見込まれる。また、新規の客も若干増えている状況であるため、売上が伸びると予想している。
	○	その他専門店〔書籍〕（副店長）	・入居するビルの1階工事が完了するため、状況が良くなる。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・梅雨による大雨や選挙が控えており、また、不確実な地震予知などで観光客が減少しているが、それらが落ち着けば状況が少し良くなると期待している。
	○	観光型ホテル（支配人）	・物価高騰等で厳しい状況にあるが、夏休みの動きにより若干好転している。
	○	観光型ホテル（総務）	・客の動向が8月の夏休みシーズンで動き出すことに期待している。
	○	旅行代理店（統括者）	・もう少し円高傾向に振れると海外旅行を控えている客も動き出すと予測している。
	○	タクシー運転手	・猛暑や参議院選挙の影響は考えられるものの、タクシー業界はやや上向きを予測している。
	○	通信会社（社員）	・前年と比べ新たな商材が出ており、単価の上昇が見込まれる。
	○	テーマパーク職員	・夏休みや秋の行楽シーズンに邦人の移動が活発になることや今夏も猛暑予想であることから、室内アミューズメントを選択する機会が増えると予想している。
	○	観光名所（職員）	・休日の人の動きが多くなっている。これから夏休みに向けて、更に人の動きが活発になると予測している。
	○	ゴルフ場（従業員）	・梅雨明けが予想以上に早かったため、熱中症対策は必要であるが天候により来場者は見込める。
	○	理容室（経営者）	・7月から暑い時期になるため、業種的に客の来店の日がちが縮まり、来客数は少し良くなってくるとみられるが、客の景気の反応は業種によって分かれている。
	○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・米国の関税が不安要素であるが、顧客の受注状況は堅調に推移しており期待している。
	□	商店街（代表者）	・価格が適正化すれば、多少良くなるかもしれないが、物価が上昇する傾向の状態では将来の見通しが厳しく、景気が良くなると判断できない。

☐	商店街（代表者）	・このまま小売単価や仕入単価が上がっていくと推測され、その上暑さの影響もあり来客数は伸び悩むと予想している。
☐	商店街（代表者）	・景気の上昇はみられないが、早い梅雨明けで来街者が増加し盛夏物等の動きが活発になっている。また、商店街のプレミアム付商品券の発行により売上増加を期待している。
☐	商店街（代表者）	・今の経済状況では低迷が続くと予想される。
☐	商店街（代表者）	・客が増える要因が考えられないため、現状維持かやや悪い状況が続くと予想している。
☐	商店街（代表者）	・7月は参議院選挙があり、選挙の時期は商店街の売行きが鈍る。小規模事業者にとって、株価の値上がりは全く関係なく、物価高騰により景気が良くなるという意見もあるが、生活が困窮する人が多くなり、消費を控える人が増加すると予想している。現状が変わらないため、景気が良くなる兆しがない。
☐	商店街（代表者）	・例年より早く梅雨明けし、その分出足が多くなっているが、厳しい暑さの影響で人出が悪くなることが懸念される。
☐	商店街（代表者）	・夏の到来が早く、猛暑、酷暑が続くとみられ来客数は減少すると予想している。
☐	一般小売店〔精肉〕（店員）	・原料価格、人件費などが高騰しているが、それをどこまで価格転嫁ができるか不透明であるため、変わらないと予想している。
☐	百貨店（企画担当）	・参議院選挙における各党の現金給付や減税の公約も、消費動向に即効性があるとは考えられず、現在の景気動向が続く。
☐	百貨店（企画担当）	・クリアランスセールが落ち着いても暑さは続くため、秋冬商材の稼働が厳しいと予想している。
☐	百貨店（経理担当）	・お中元商戦時期になり、売上は若干回復すると予想している。お中元ギフトを中心に来客数の増加が見込まれるが、依然として物価高の影響もあり、大幅な売上の増加は余り見込めない。
☐	百貨店（リーダー）	・来月は夏の進物需要があるため、景気が良くなると予想されるが、その時期を過ぎると景気は下り気味になると見込んでいる。
☐	百貨店（業務担当）	・コロナ禍で発生した習慣から、年々元の状況に戻りつつあるが、その伸び方が鈍化しており、売上が前年を下回るときがある。今後は消費をけん引していくような動きが見られないため、客の財布のひもが急に緩くなることは考えにくい。
☐	百貨店（経営企画担当）	・相次ぐ値上げによりこれまで売上をけん引してきた高額品の動向も変わってきており、高額品が落ち込んだ際の全体の売上への影響も大きい。現状では、取引先の経営も厳しさを増しており、明るい材料がなかなか見当たらない。
☐	百貨店（営業企画担当）	・夏のボーナス時期や梅雨明け等で人流が活発になることを期待しているが、今後も景気の不安定や物価高が続く想定から景気の回復は見込めない。
☐	スーパー（店長）	・備蓄米販売などを行っているが、全体相場の下落にはつながらない状態で今後も景気は変わらない。
☐	スーパー（店員）	・米価はかなり安定してきたが、前年と比べると依然として高く、米価が下がらない。そのため、その他の食品や生活消耗品の購入に至らないと考えている。
☐	スーパー（総務担当）	・7～8月のボーナスがやや消費にプラスになると予想されるが、一般中小零細企業ではボーナスが大幅に増加するケースは少ない。消費者の財布のひもは固く、特売商品選別志向も高い。全体的に消費を喚起するような材料は余り見当たらない。
☐	スーパー（経理担当）	・単価の上昇傾向は変わらない見込みである。
☐	コンビニ（エリア担当）	・物価高対策が消費マインドにプラスすることに期待しているが、現状は厳しいと予測される。
☐	衣料品専門店（店長）	・2～3か月先も変化がなく、今の状態が続くと予想している。
☐	家電量販店（店長）	・客単価がなかなか上がらない。食料品や日用品の値上がりで財布のひもが固くなっている。
☐	家電量販店（店長）	・効果的な景気対策がなければ現状のままである。
☐	家電量販店（店員）	・今年のベースアップが過去最高を記録しているが、全員に恩恵があるわけではなく、また、物価上昇率が上回っているため見通しは厳しい。

☐	乗用車販売店（代表）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
☐	住関連専門店（経営者）	・心配されたイラン・イスラエル紛争の拡大は回避されたが、米国の関税問題は解決されていないため先行きは不透明で、耐久消費財の消費拡大には程遠いとみられる。
☐	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）	・野菜、ガソリン、米と次々に価格高騰するものが変わり、また、全般的に物価は下がる気配がみられない。今は映画館の好影響や主要店舗の米の需要に助けられているが、衣料やし好品に対する顧客の財布のひもは固いため、賃金のベースアップや消費者への施策の継続実施が必要な状況は変わらない。
☐	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〕（統括者）	・売上の増加傾向や伸び率に大きな変化がないと予測している。
☐	観光型ホテル（専務）	・景気が上向きになる要素が見当たらない。大阪・関西万博の終了後上向きになることを期待している。
☐	都市型ホテル（スタッフ）	・例年の実績から客の動きが同傾向にあるため3か月後も同じ状況を見込んでいるが、特需などがあれば状況は変わると予想している。
☐	旅行代理店（職員）	・特に8月は旅行商品の購入時期に入るため、予約販売の動きは一時的に落ち着く傾向にある。
☐	旅行代理店（統括者）	・円安基調が変わらない限り、高単価である海外旅行の需要停滞が続くと想定している。
☐	タクシー運転手	・暑さのため昼の稼働率が伸びず、夕方から夜間にかけて売上が良くなる。
☐	通信会社（営業担当）	・夏に向けて消費活動は増えると予想されるが、インバウンドが減っており、全体的な景気は上がらないと推測している。
☐	通信会社（役員）	・生活物資の値上げが続き、地場経済に改善の兆しがみられない。
☐	通信会社（企画担当）	・インターネット光回線の販売件数に、持ち直しのきっかけや動きがない。
☐	ゴルフ場（従業員）	・今後の景気の先行きは天候によるが、足元の4～5月は順調に推移していた。
☐	競馬場（職員）	・世界情勢が不安定であるが、直接的に景気動向を左右する要素は見当たらない。
☐	美容室（経営者）	・2～3か月先の真夏の忙しい時期になると、美容業界も少しずつ変化が大きくなり、新しい商品の流れや季節の大きな変わり目になり動きが出てくる。しかし、春から動きがない状態が続いているため、これからの景気対策に期待している。
☐	美容室（店長）	・遠方から来訪した親戚の話題を客から聞くことが増えたが、景気が良くなっていないため、2～3か月先も景気は変わらない。
☐	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）	・猛暑は7～8月と継続する予想により、利用者の体調不良発生は避けられず、また、採用についても人口減少に伴い好転する要素はないため、今後もより厳しくなってくる。
☐	設計事務所（所長）	・今月の商談がまとまるのは2～3か月先となるため、景気は変わらない。
☐	住宅販売会社（従業員）	・賃貸住宅の建築に関しては補助金等の支援事業が充実しており、販売も増加傾向にある。戸建て住宅を含めた販売全体の下支えになっており、今後も続くと予想している。
▲	商店街（代表者）	・現在、再開発のため大半が仮設店舗で営業しており、空調設備や休憩所といったものがなく、客サービスが不十分になっている。今後の再開発に期待しているが、仮設状態のため来客数がかかなり減っている。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・今後、暑い夏との戦いで来客数が減少し、売上も減少すると予想している。客が安心して買物ができる状況は、国の給付金の支給だけでは改善はされないため、政府の施策を期待している。
▲	百貨店（企画担当）	・引き続き物価上昇に伴う様々な値上げが発生することを考慮すると、今後の消費が一層慎重になると推察している。また、春の賃上げ効果が出ていないこともあり、より厳しい状況になっていく。

	▲	スーパー（店長）	・可処分所得が上がる状況ではないため、消費意欲は上がらないと予測され、景況感は悪化する可能性が高い。
	▲	コンビニ（経営者）	・今後も物価上昇の影響が続くと考えられ、客単価はアップするが利益は下がり、厳しい経営状況が続くと予測している。
	▲	コンビニ（店長）	・身近な経済だけではなく、世界経済の影響が心配される。
	▲	乗用車販売店（役員）	・米国の関税の影響が国内需給にも現れており、特に夏場は予想がつかない状況である。秋口から改善に向かうことを期待している。
	▲	住関連専門店（従業員）	・不安定な中東情勢から物価高が更に加速すると予想しており、耐久消費財である寝具への支出は後回しになると危惧している。
	▲	スナック（経営者）	・飲食業界では、選挙が始まると売上が下がる傾向にあり、過去の選挙期間も売上が落ちている。選挙と売上の因果関係は不明であるが、7月の参議院選挙を控え、売上減少が予想される。
	▲	観光型ホテル（管理）	・宿泊予約の推移や単価の動きが若干悪くなる。
	▲	タクシー（統括者）	・業界全体が供給回復傾向にある。需要の奪い合いが生じており、会社単体では売上の減少につながっている。
	▲	美容室（経営者）	・9月はイベントがなく、売上は徐々に下がると予想している。
	▲	設計事務所（代表）	・物価上昇や金利上昇により、景気は若干悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・世界情勢を利用した経済投資で収益を上げようとする人が多いが、実際の投資は経済効果を生まない。そのため、政府には金を動かす経済対策に期待している。
	▲	住宅販売会社（代表）	・住宅業界では、住宅購入を考えている人にとっては物価高や金利の上昇傾向により厳しい状況が続く。
	×	一般小売店〔生花〕（経営者）	・切り花ギフトの生花店であるため、夏は花束やフラワーアレンジメント等の誕生日や開店祝い等がなければ購入を控える傾向にある。7～8月はお盆の需要はあるが、ギフト用の売上がなければかなり厳しいため、何とかこの夏を乗り越えたい。
	×	高級レストラン（経営者）	・前月から今までにないほどひどい状況であったが、今のままでは7～8月の閑散期は非常に厳しくなっていく。選挙月は飲食や接待の控えがあり、加えてお盆に向け長期休暇に入り人出が減少するため、景気が悪くなると危惧している。
	×	観光型ホテル（営業）	・関係会社からの情報や今後の先行きを考えると、夏場の旅行需要の冷え込みを避けられないことも予想される。
	×	設計事務所（所長）	・世界を取り巻く情勢の不確実さが大きく、今後の景気は不透明である。材料や製品単価、生活必需品の価格上昇が続く反面、特に地方の個人事業主において仕事の対価は上昇しそうにない。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	化学工業（総務担当）	・損益の前年比は回復傾向にあり、この状況が続くと予想される。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・日米の株式市場動向が景気に影響するとみられる。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の行動や需要の情報で予測すると、若干景気が良くなる。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月内示では、予算設定台数以上の生産計画や関税の影響は現時点ではないと予想され、景気は若干良くなる。
	○	新聞社〔広告〕（担当者）	・自治体のプロポーザル入札案件が増えてきている。
	□	農林水産業（経営者）	・夏場のビール消費に向けた商品が伸びてくると予想される。外国の鳥インフルエンザ発生の影響もあるが、国産物中心となっているため価格は下がらず、特にブロイラー市場は好調で期待ができる。鶏肉処理業界は前年の鳥インフルエンザの影響で原料不足となったため原料入荷が少なく、工場稼働に影響が出ており、前年の入荷ベースでいくと約1割減少している。
	□	家具製造業（従業員）	・インバウンドの需要に関連しない市場では、厳しい状況が続くと予想している。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・主力商品のリリース予定がないため、景気は変わらない。

	☐	一般機械器具製造業（経営者）	・顧客側の輸出が問題になっており、米国の関税問題が解決しないことには動きがつかめず予測で動くことができないため、現状のままと予想している。
	☐	輸送業（総務担当）	・少子化と物価高が人手不足と消費抑制傾向へゆっくりと進んでいる。どこかで収束し景気も安定してくると予想するが、今後の先行きは不透明である。
	☐	通信業（職員）	・今年度の受注目標では、営業情報が不足している。今後の営業活動や情報収集で充当できると予測しているが、受注量が目標を超えて大きく好転する要素も現時点では見当たらない。
	☐	通信業（経理担当）	・物価が上昇しているが、顧客のシステム関連投資は依然として意欲的である。
	☐	通信業（統括者）	・物価上昇の影響を踏まえ、顧客の積極的な設備投資はみられず、景気に大きな変化はない。
	☐	金融業（調査担当）	・米国の関税の影響も予想され、先行きが不透明であるため景気の状態は変わらない。
	☐	金融業（調査担当）	・現況の物価上昇が大きく変化しない限り、景気は横ばいが続くと思われる。
	☐	金融業（営業担当）	・米国の関税の方向性や参議院選挙の結果次第の空気があり、現状変わらない見込みである。
	☐	金融業（営業）	・夏場の消費に期待しているが、天候の要素も大きい。物価高を打ち消すような消費活動の盛り上がりは難しいと予想している。
	☐	広告代理店（役員）	・受注状況に明るい兆しもあるが、良くなるという状況ではない。
	☐	経営コンサルタント（社員）	・外部に働きかける動きが期待できない。
	☐	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数、問合せ件数に変化がなく、景気は変わらない。
	☒	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・このところ若干円高傾向に振れており、そのため市中相場が下がり売上は減少すると予測している。
	☒	輸送業（従業員）	・世界情勢等により予測が不透明である。
	☒	金融業（従業員）	・スーパーマーケットやコンビニの売上は増加しているが、住宅や家電の販売は弱含んでいる。また、物価上昇によるコスト高や人手不足のほか、米国政権の関税措置の動向を見極めたいとして慎重な姿勢を示す企業が少なくない。
	☒	不動産業（経営者）	・業種的に急激に経営が良くなる状況ではないため、今後の景気は若干悪くなると予想される。
	☒	広告代理店（従業員）	・当社を取り巻く環境は相変わらず厳しい状態が続いている。世界情勢については紛争が頻発しており、米国の関税の先行きも不透明である。国内情勢では、物価の上昇が賃上げを上回っており景気は良くなっていない。そのため、3か月後の景気はやや悪くなると見込まれる。
	☒	経営コンサルタント（社員）	・少しでも安い商品を探して購入している。
	☐	繊維工業（営業担当）	・繊維産業は国内生産の保護がされていないため海外生産に切り替えており、国内生産の比率は1.5%までに落ち込んでいる。
	☐	窯業・土石製品製造業（経営者）	・下請や材料関係の値上げで受注関係が懸念される。交渉をしているが、なかなか困難な状況であるため、来月から先行き不透明である。
	☐	一般機械器具製造業（経営者）	・客からの引き合い等はまばらで、この先の仕事量に不安を感じている。
	☐	電気機械器具製造業（経営者）	・7～8月は、主要取引先からの受注が落ち込むと予想している。
雇用 関連 (九州)	☒	—	—
	☐	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価高の動向にもよるが、時期的に夏休みなどの長期休暇や秋の行楽シーズンに向かっていくため、インバウンドが活発になると考えられ、景気への好影響はあると考えている。
	☐	人材派遣会社（社員）	・求人数の横ばいが続いており、引き続き先行きの不透明感が残る。
	☐	人材派遣会社（社員）	・現在、求人数、求職者など大きな変化の兆しはない。
	☐	人材派遣会社（社員）	・インバウンド需要の回復で観光客も増え、ホテル業界や外食業からの人材の問合せが多くなっているが、求職者数の希望する職種と違い、稼働数増加につながらない。

	□	人材派遣会社（社員）	・お中元時期の案件は決まり、今後注文が落ち着いてくる時期に入る。今年度、新入社員を多く採用した企業の一部では、派遣に依頼していた業務を社員のみで対応している。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・猛暑対策のサービスや物品の購入、また、夏休みイベントで、個人消費の増加を期待している。
	□	職業安定所（職員）	・米国政権の関税対策の影響はみられないものの、今後の動向が読めないことから注視していく必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・運輸業や郵便業など一部の業種で求人数の増加が見受けられるが、全体的に減少している。一方、6月から受理を開始した高卒の求人数は前年比では同水準となっており、雇用情勢では引き続き変動がないとみられる。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・前月は、米国の関税の影響等で、景気がやや悪くなると予想していたが、新卒の人材市場では人材不足の方が勝るため、この良い状況が続くと予想している。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・イスラエル・イラン紛争やパレスチナ問題、米国のイラン攻撃などに加え、米国政権の輸入品に対する関税措置を始め様々な問題が国際経済の不確実性を高めている。そのため、日本政府や企業が具体的な対応策を模索している状況にあり、先行きの不透明感が非常に強い。また、台湾の半導体大手企業の工場稼働により九州地域の経済や雇用は堅調であるが、物価高騰は続いており実質賃金が改善する見通しが立っておらず、景気が上向き気配がない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今年度から65歳雇用の義務化が始まり、企業では再雇用を選択する人が増えている。給与がかなり下がることになり、年金受給までの生活費の不安を訴える人が多くみられ、景気が良くなることはないとみられる。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・物価上昇が続いており、消費者の節約志向がしばらく続くと予想され、身の回りの経済活動全体がやや鈍化する可能性がある。
	×	—	—