

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)	◎	住関連専門店（従業員）	・景気が良くなる理由が2つあり、1つは高単価の秋冬商材が動くことで、もう1つはプレミアム付商品券が予定されていることである。特に今年はプレミアム付商品券を地域で導入して以来最高額となっており、繁忙期であるこれからのカンフル剤として大いに期待している。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・旅行シーズンを迎えるに当たり、現時点でも販売量や単価共に高水準となっており、週末のイベントや月間の学会等が数多く入っていることから、更なる上昇が予想される。
	○	商店街（代表者）	・気候異常が続いており、今までの常識や経験では判断できず、客も戸惑っている。先読みができれば消費行動も元に戻り、現状に比べて良くなると期待している。
	○	百貨店（リーダー）	・行楽シーズンに向けて外出用の需要が高まると予想される。
	○	スーパー（経理担当）	・販売量の伸びは、購買意欲の上昇と捉えており、景気は良くなると予測している。
	○	コンビニ（経営者）	・例年、売上が落ちるお盆過ぎも好調を保っている。アイスや飲物のついで買いで客単価が好調である。
	○	乗用車販売店（役員）	・9月の仮決算商戦に向け、イベント企画を進めている。合わせて、新たにマイナーチェンジする車種が販売されるため、来客数や注文数が期待できる。
	○	乗用車販売店（役員）	・メーカーからの配車供給量の増加が見込まれ、販売量の増加とともに業績回復に期待している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・2～3か月先の気候は秋へと季節も変わり気温が下がるため、コーヒーの需要が多くなり、売上が増加し景気が良くなると予想している。
	○	高級レストラン（経営者）	・今月が最悪の状況で、これ以上落ちることはないと考え、来月には少しましになるだろうと予想している。しかし、この良くなる水準は低く、飲食業全体の景気は人出も少なく厳しい状況である。
	○	観光型ホテル（営業）	・受注状況をみる限り、ある程度の回復は見込める。
	○	旅行代理店（統括者）	・本年上半期は厳しい状況であったが、秋口以降の旅行需要に期待している。
	○	タクシー（統括者）	・効率良い配車を目指し、システムの改善を実施し、運用の変更に着手している。
	○	通信会社（社員）	・販売量の前年比が順調に推移しており、今後も伸びると予測している。
	○	観光名所（従業員）	・秋の行楽シーズンに差し掛かり、客の入込が増えることを予想している。
	○	ゴルフ場（従業員）	・気温が下がれば来場者が戻ると期待している。
	○	美容室（経営者）	・おしゃれ産業では、秋口になると装いに変化があり、客の動向に変化が出て、若干の向上があると予想している。例年年末に近づくにつれて、メーカーでも新製品を出してくるため、景気は少しずつ上向いてくる。
	○	理容室（経営者）	・業種的に、今年は特に暑いため来店サイクルがいつもより短い、涼しくなるとサイクルが延びるため今月後半ほどは期待できない。
	□	商店街（代表者）	・長期予報によると、今年は暑さが10月以降まで続き、秋が来ないことを懸念している。
	□	商店街（代表者）	・前年から続いている物価高には消費者は厳しく対応しており、無理せずに資金を使用していることもあり、少しずつ景気回復を感じるときもある。
	□	商店街（代表者）	・生活用品等様々な物が値上げし、物価高で景気が良くなる要因が全く考えられないため、今のようなやや悪い状態が続くと予想している。
	□	商店街（代表者）	・気候が落ち着き、暑さがしのぎやすくなれば多少来街者数の増加が考えられる。物価高騰が収まり、年金受取額が増えなければ財布のひもは固く、景気回復には程遠いと考えている。
	□	商店街（代表者）	・季節感を出している食品の売行きは変わらず好調で、飲食店は若干にぎわっている。しかし、価格の高い商品を扱っている小売店では厳しい経営をしている。

☐	商店街（代表者）	・現状が変わらないため、今後もこの状況が続くと予想される。
☐	一般小売店〔青果〕（店長）	・例年3か月先には地元農産物が出るため商品は落ち着くが、このまま暑さが続くということで今後の野菜の供給がどうなるか、状況は厳しくなると予想している。
☐	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・物価の上昇だけではなく、原材料の仕入価格も上がっている。少しでも涼しくなれば来客数は増えていくが、ここ数か月での極端な変化はないと予想している。
☐	百貨店（企画担当）	・現時点での株価好調などの要素はあるが、政権の先行きも不透明であり、影響の見通しが非常に立ちづらい状況である。
☐	百貨店（企画担当）	・長引く暑さの影響もあり、季節実感型で購入する傾向が多く、秋物の需要がどこまであるか不透明である。
☐	百貨店（企画担当）	・今後2～3か月の間で、消費に影響を与える要素は少ないとみられ、現状のままと見込まれる。
☐	百貨店（営業担当）	・紳士・婦人雑貨、インテリアの自家需要商品や嗜好性の高いブランド品、舶来雑貨は価格の上昇はあるものの購入意欲は高く、客単価及び商品単価が堅調である。災害復旧や県内火山活動が活発化しているが、国内外のクルーズ船寄港増加によるインバウンドや秋の国内観光客の特産品の需要増加や家族連れでの来店増加で周辺商店街を含め、人の動きが期待できる。また、友の会のカード化やプレミアム付商品券、各種コード決済、クレジット決済の利用により、自家需要やギフト、国内外の観光需要と客単価の購買が期待できる。
☐	百貨店（業務担当）	・賃上げを実感している客の話を聞いたことがない。地方では、人手不足もあり、営業時間の短縮や店休日を増やす店も多い。そうした状況のなかで、客が金を使う場所も減り、景気が良くなると考えている人は少ない。
☐	百貨店（営業企画担当）	・足元景気や天候も明るい兆しが見当たらないため、悪い流れは変わらない。
☐	百貨店（経営企画担当）	・秋らしく気温が低下するのまだ先であるという予報もあり、消費マインドの低下が継続しており、衣料品等の売上に期待することが難しいため、景気が厳しい状況はしばらく継続する。
☐	スーパー（店長）	・猛暑による物価高騰も出始めており、更なる物価高騰の懸念もある。物価高騰支援策も思うようには進まないと予想され、先行きの景気はさほど変わらないか悪化する可能性がある。
☐	スーパー（店員）	・売上が若干でも良くなってほしいが、新米価格は上昇しており、気候は不安定であるため葉物野菜は高騰し、トイレットペーパーや洗剤が原材料価格の高騰により価格上昇が続いている。また、賃金上昇は見込めておらず、景気の上昇は見込めない。
☐	スーパー（総務担当）	・最低賃金が上がっても、現行の税制や生活習慣、価値観では労働時間の短縮につながりかねず、なかなか消費者の可処分所得上昇とまではいかない。一方で、雇用側では毎年の最低賃金上昇分の収益を上げられるか厳しい現実がある。賃金・雇用・生産の日本独特の文化の抜本的変化でもない限り、景気が目に見えて上向くとは考えにくい。
☐	コンビニ（経営者）	・景気が良くなる要素はないが、悪くなる要素も見当たらない。景気は横ばいで推移すると予測される。
☐	コンビニ（経営者）	・残暑は続く予想されるが、夏型商品の代表である冷たい麺類やアイスクリーム等は、嗜好の変化からか販売が下降しており、前年比では横ばいの見込みである。
☐	コンビニ（エリア担当）	・経済対策に期待している。
☐	衣料品専門店	・良くなる要素や悪くなる要素、それぞれ具体的にイメージできる事項がない。
☐	衣料品専門店（店長）	・日常商品の値上がりが続いているが、生活必需品の買物はしなければならぬため、おしゃれ着などは後回しや買い控え傾向になり、景気は悪くなると予想される。
☐	衣料品専門店（取締役）	・3か月先の11月に景気が良くなるとの発想は全く浮かばず、引き続き企業努力で臨みたい。
☐	家電量販店（店長）	・好転するような材料がないため悪い状況が続いており、しばらくは厳しいとみられる。

☐	家電量販店（店長）	・先行きの不透明感が拭えないと、冷え込んだ消費活動は回復しない。
☐	家電量販店（店員）	・消費者が実感できるような景気の好転がない。
☐	家電量販店（従業員）	・需要のピークが過ぎ、買い控えが増えることが予測される。
☐	乗用車販売店（従業員）	・閑散期に入り、来客数が減るため変わらない。
☐	乗用車販売店（代表）	・景気が良くなるような要因が見当たらない。
☐	住関連専門店（経営者）	・米国関税と米不足の影響が出ており、物価が上がっている。生活必需品への支出はあるが、耐久消費財である家具類まで金が回らない状況である。
☐	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〕（統括者）	・中国との政治状況によりインバウンドが減少しない限りは、現状の景気が続くともみられる。
☐	観光型ホテル（専務）	・先の予約が例年のように入っていない。団体の動きが特に悪い。
☐	旅行代理店（職員）	・大阪・関西万博の終了により需要が減少する想定をしているが、秋のバスツアーの販売は堅調となる予測している。
☐	旅行代理店（統括者）	・米国関税により仕入価格が上昇しており、加えて、11月から米国内の国際線一部の撤退等による影響が懸念される。
☐	タクシー運転手	・来月は県外のゴルフ客に期待している。
☐	タクシー運転手	・来月もまだ猛暑が予想されるため旅行客の減少が考えられ、タクシーアプリの増加は増えており、現状維持が続くものと予想される。
☐	通信会社（役員）	・一部を除き地場経済に景気回復の兆しがみえない。食品等生活物資の全国的な値上げが続き、各世帯での支出の見直しが継続している。
☐	テーマパーク職員	・冬は来館者数が鈍るのが通例で、ピークシーズンの夏と比較すると来館者数は減少する。しかし、2025年度の来館者数は前年並みであるため、2～3か月先も前年並みに推移するものと予想している。
☐	ゴルフ場（従業員）	・10月以降に値上げを計画しているが、予約は堅調に推移している。
☐	競馬場（職員）	・現状では景気動向を左右する要素は見当たらない。
☐	美容室（経営者）	・先行きはやや悪くなると予想している。給付金が金のばらまきという声もあるが、この施策で助かる人もいるため、国民への保証の施策に期待している。
☐	美容室（店長）	・賃金は上がるようだが、周辺での景気の状態は変わらない。
☐	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・最低賃金について、予想よりも大幅な上昇で答申が行われたことから、今後パートやアルバイトの採用が一層難しくなると考えられ、受注機会損失につながる可能性がある。また、社会保険料など各種の壁の対策など予見することが難しい状況である。
☐	設計事務所（所長）	・通常2～3か月で結論が出ており、仕事しての結果は現状と変わらない。
☐	住宅販売会社（従業員）	・一部予算枠終了の住宅支援事業もあるが、その他支援事業は継続中でもあることから客の動きは今後も継続する。
▲	商店街（代表者）	・長期気象予報ではこの暑さは11月まで続き、加えて、物価高騰で一般消費者の生活が厳しくなっていることから外出を控えている。そのため、来客数が減少し、売上も悪くなっており、今後も回復する見込みの要素がない。
▲	一般小売店〔精肉〕（店員）	・原材料費、人件費などの高騰が続き、粗利や営業利益を圧迫しており、思ったほど利益が残らないのが現状である。
▲	一般小売店〔生花〕（経営者）	・10～11月は花を消費に使うイベントがなく、気候は良くなるがお供えの需要がある8月より売上が落ちると予想される。
▲	百貨店（経理担当）	・物価高により依然として食品等の売上に影響を及ぼしている。消費マインドも弱く、温暖化の影響もあり、売上の中心である婦人服等の売上が今後も期待できない。

	▲	スーパー（店長）	・現状の景況感は良くないと判断している。最低賃金引上げが予定されており、各企業の収益を圧迫すると考えられる。企業としては価格転嫁する可能性もあり、より一層の単価上昇も予想され、消費意欲の減退が懸念される。景気後退の要素が大きいと考えている。
	▲	スーパー（企画担当）	・今後も価格転嫁が進んでいくことを想定するが、可処分所得が増える見込みはなく、買い控えが進み消費の冷え込みに直結することが懸念される。
	▲	コンビニ（経営者）	・人件費が増えるため、やや悪くなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・店の前の道路工事によって、3か月後に大幅な拡張と中央分離帯ができることで、駐車場に入りづらくなることが予想される。そのため、来客数の大幅な減少が見込まれ、売上減少が予測され、厳しい経営状況が続くとみられる。
	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・残暑が続くと飲物やアイスクリームなどの購入は変わらず推移するが、値上がりしたおにぎりや冷たい麺、総菜などの買い控えが続くと予想している。
	▲	その他専門店〔書籍〕（副店長）	・1階テナントのオープンによる集客が一段落するため、やや売上が悪くなると予想している。
	▲	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）	・現時点が特需で湧いているにすぎないため、2～3か月先では落ち着いてしまっていると想定している。最低賃金の件や米騒動がどう作用するかは読み切れない部分があるものの、少なくとも現在の話題作に匹敵するコンテンツはないため、当館としては少し悪化すると予測している。幾つか新店も計画があるため、そこには期待している。
	▲	観光型ホテル（管理）	・夏の来客数を前年と比較すると減少気味である。暑さもまだ続くと考えられ、先行きの景気もやや悪くなると予想される。
	▲	観光型ホテル（支配人）	・8月は順調であったが、先行きとしては物価高騰、賃上げ等の影響で動きが鈍化している。
	▲	都市型ホテル（販売担当）	・10月の問合せが低く、11～12月がメインになっている。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価高にあり、業界や企業団体の積極的な賃上げがなければ何も進まない。
	▲	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）	・10月からの最低賃金の引上げ額が過去最高となり、公定価格である介護報酬は価格転嫁ができないため、賃上げにも限界がきており、他業界への人材流出がより一層顕著になると想定される。
	▲	設計事務所（代表）	・物価上昇や金利上昇の影響で、やや悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・政権政党に対する風当たりを報道するより、現状の景気対策や災害対策をきっちり行わなければ景気は良くならない。インバウンドばかりに頼っていると足をすくわれることが懸念される。
	×	一般レストラン（スタッフ）	・物価高が続いており、値上げで客足も遠のき、利益の減益が続くと予想される。
	×	スナック（経営者）	・連日の酷暑で街に人が出ておらず、前年は98円だったチョコレートが今は158円、米は前年の2倍と物価の上昇もひどい。新米が出て価格が下がる気配はなく、減税や給付金の話も立ち消えとなり、賃金が上がるのは一部の大企業だけであるため、景気は良くならない。
	×	通信会社（企画担当）	・販売促進キャンペーンの効果が出ておらず、そのコスト負担が重い。そのため景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (九州)	◎	*	*
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・大口の地図販売の予定が入っているため、売上が若干良くなる。
	○	化学工業（総務担当）	・前年比では損益は回復傾向にあり、同様の状況が続くと予想している。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・原価や人件費の増加を見込んだ総合的な自社の経費削減策や付加価値を提供することで、取引先への深耕を図る必要があると考えている。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・現時点では関税などの影響は受けておらず、前月の内示計画より上振れになっており、年間台数も客先での上振れを予測している。
	○	経営コンサルタント（社員）	・今月、新しい販売促進資料を作成したことによる効果が期待できる。

□	農林水産業（経営者）	・前々年の鳥インフルエンザの影響で、秋口以降原料となる鶏が不足することが予想される。9月、10月は行楽シーズンで需要も期待されるが、機会損失が発生しそうである。特に冷凍メーカーは秋口に生産量の増加を図るため引き合いが強いが、手の打ちようがない。今後は、冬に向かって新たな鳥インフルエンザの発生を懸念している。
□	家具製造業（従業員）	・作業の仕掛かりや案件を含め、景気が好転するほどの情報がなく変化はない。
□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新しい商品群が決定しそうであるため、先行きは変わらないと予想している。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・零細企業では、取引先の状態により大きく左右される。また、当社の部品が客の製造している電気機器や自動車などの、どの部分を主体に使われているかで、若干部品内容が変わってくる。当社では輸出している製品を主体に製造しているため、関税の問題は先行きに大きく影響する。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・3か月先も受注に大きな変化はない。
□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・受注が少なく従業員を計画的に休ませている顧客が一定数あり、以前の景気は戻ってきていない。
□	輸送業（従業員）	・物価の上昇により、買物をより安く購入するため、ディスカウントショップに代わってきている。
□	輸送業（従業員）	・輸出入共に不振であり、国内販売に頼っている状況である。新規案件もあるが物量や本数が少なく、景気回復にはまだ時間が掛かる。
□	輸送業（総務担当）	・米国の関税による影響は落ち着いたが、物価が更に上がっていることが懸念材料で、物流の動きとしては大きな変化はないと予想している。
□	通信業（職員）	・今年度の受注目標と比較すると、営業件名情報が不足している。8月までの営業活動及び情報収集が充当できておらず、受注量が伸びない可能性がある。
□	通信業（経理担当）	・顧客の投資意欲は変わらず高いままである。引き合いはあるものの、リソースが足りずに対応ができない場面も出てきている。
□	金融業（経営者）	・これからの受託の引き合いは不明であるが、規模が小さな調査は出ており、それを受託すると今後大きな規模の調査が出た場合に対応できないため、2～3か月先の大幅な改善は見込めない。
□	金融業（調査担当）	・景気が好転する要素も悪化する要素も特になく、景気の状態は変わらない。
□	金融業（調査担当）	・米国の関税による影響が地元経済へどの程度波及するかは未知数であるが、物価高に対する警戒感は強く、景気は現状程度での推移を見込んでいる。
□	金融業（営業担当）	・中小企業全般において、受注する仕事はあるものの、主に人手不足で事業計画が予定どおり進まない状況が続いており、この問題を解決しなければ状況は好転しない。
□	金融業（営業）	・短期的な賃上げには限界があり、何らかの政策が施行されるまで物価上昇による可処分所得の減少は続く。ただし、長期的に企業の適正利潤の確保により、景気は安定して拡大すると推測している。
□	不動産業（経営者）	・年内の仕事の受注内容は、現状では今後も余り変動がない。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	・景気が良くなる好材料が見当たらない。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス数や問合せ件数に大きな変化がない。
□	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の当初予算において計上されていた高齢者福祉・介護保険の調査業務が、9月に発注予定であるため、入札の機会が増える可能性がある。低価格競争になる可能性があるため、景気が悪い状況が続くと予想される。
▲	食料品製造業（経営者）	・今年は、最低賃金がかなりの幅で上がるため、人件費の上昇が懸念される。
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の業績目標情報からは、やや売上が悪くなると予測している。

	▲	広告代理店（従業員）	・ 今後についても新聞の発行部数減少に伴い、新聞折込の減少に歯止めがかからない状況が予想される。3か月後の物価高騰や世界の情勢も現状が続くため、景気はやや悪いと見込んでいる。
	×	繊維工業（営業担当）	・ 前月に同業者は、これ以上工賃を上げても最低賃金の引上げと材料分までは賄えないと考え、毎年の賃上げは無理だと判断し閉鎖をしている。そのため、先行きの景気はますます悪くなると予想される。
	×	経営コンサルタント（社員）	・ 人手不足や人件費の増加によるダブルパンチでサービスの低下に陥っている。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・ 求人数は減っているが、求職者からの問合せや当社への登録数は1割程度増えている。多くの求職者は求人を見て登録に来るため、すぐに推薦し契約へつながっていくことが多い。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ インバウンドでは、韓国との定期路線が10月から増便するなど上向き要因がある。秋になり猛暑が落ち着けば、観光を含め各地への人出も多くなり景気は上向くと考えている。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 新規開拓の活動をしてはなかなか手応えがないため、派遣以外で社員への健康経営やメンタルヘルス等のサービス案内なども併せて展開している。
	□	人材派遣会社（社員）	・ 物価上昇や最低賃金の引上げ等で、集客と送客のバランスが悪くなる可能性を含んでいる。
	□	職業安定所（職員）	・ 最低賃金が前年より高く答申されたことを受け、求職者からは働く意欲や期待の声を聞く。一方で、管内の大半を占める中小企業では人件費や資材価格高騰が十分に価格転嫁ができない状況がある。
	□	職業安定所（職員）	・ 新規求人数の前年比では減少幅は前月より拡大しているが、求人に対する紹介件数は2か月連続で前年より増加しており、企業の採用意欲は変わりはないとみられる。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・ 米国の政権が打ち出す関税措置を始め、国際紛争対応など様々な政策が、国際経済の不確実性を高めている。日本政府や企業も具体的な対応策を模索している状況が続いており、先行きの不透明感が非常に強い。台湾の半導体工場の稼働、第2工場の建設計画の進展など九州地域の経済や雇用は堅調なものの、物価高騰は収まる気配が全くなく、実質賃金が改善する見通しも立たないため景気が上向く実感がない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・ 最低賃金引上げが企業の人件費負担を強める可能性があり、その結果、採用抑制や求人件数の減少につながる可能性が高いため、やや悪くなると判断している。
	▲	人材派遣会社（社員）	・ 最低賃金の引上げや同一労働同一賃金などにより、派遣社員の時給を年々上げる必要が出てくる。そのことにより派遣請求料金の引上げが必要となり、派遣請求料金が高額になるため、企業の派遣利用が減少することが予測される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（社員）	・ 猛暑が長引くことで季節商材への購買行動が鈍くならないか懸念される。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 引き続き物価は上昇傾向にある。また、様々な税金の負担も収入が追い付いておらず、生活必需品の購入は節約志向が続いていくと予想されるため、景気や消費にはつながらない。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・ 物価上昇が続き、消費者の節約志向が更に続けば、身の回りの経済活動全体がやや鈍化する可能性がある。
	×	—	—