

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)	◎	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・決算であるため、乗客数や販売数が多くなっている。
	○	一般小売店〔青果〕 (店長)	単価の動き	・3か月前の厳しい時期と比べ単価が落ち着いたが、当地産のトマトや北日本の玉ねぎ、人参などは高騰が続いている。調理のベースとなる食材が、今後他の物の単価を押し上げてくると推察している。
	○	一般小売店〔精肉〕 (店員)	来客数の動き	・取引依頼の顧客数が増えている。
	○	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・インバウンド売上が3か月前より改善しており、販売量、売上共に安定をしている。また、国内売上に関してもボリュームゾーンの秋物販売は今一つではあるが、ラグジュアリー商材の秋冬が堅調に推移するなど所得層による違いは出ているものの、安定的に推移している。
	○	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・暑い日が続き、夏物商材が好調な売上であるが、食品関係を中心に五月雨的な値上げが続いている。客単価の上昇を検証すると、客もその値上げを受け入れている。
	○	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・9月に入り来客数が増加傾向になってきており、キャンペーン商品への反応も良好である。
	○	衣料品専門店 (店員)	お客様の様子	・まだ暑さが続いているものの、秋の旅行シーズンに向けて秋物の購入意欲が高まってきている。
	○	乗用車販売店 (総務担当)	競争相手の様子	・競合他社の売上及び受注が伸びている。
	○	住関連専門店 (従業員)	単価の動き	・9月から始まったプレミアム付商品券がうまく活力源となっている。特に今年は1人分の上限額が過去最高になっており、高単価の商品を提案する際に機能している。
	○	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、来客数や販売量は変わらない状態であるが、新規の客が若干増えているため、その分売上・利益が増えている。
	○	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)	販売量の動き	・3か月前の景気は決して良くはなかったが、推移としては悪くはない状況であった。今月と比較すると、映画館の好調に引っ張られる形となり、当館は全館的に好調な商況になっている。また、継続する映画のヒット作により、飲食店やゲームセンターは比例するように売上が伸長している。
	○	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〕 (統括者)	来客数の動き	・映画館を有する商業施設であるため、話題映画のヒットで集客増に寄与している。
	○	観光型ホテル (管理)	競争相手の様子	・他業種を含め、周りの状況を比べて判断すると景気は徐々に良くなっている。
	○	旅行代理店(職員)	販売量の動き	・大阪・関西万博の影響があり、関西方面の募集型企画商品の販売量が3か月前の約1.5倍に増加している。
	○	旅行代理店(統括者)	お客様の様子	・当地空港における8月の海外旅行者数は2018年同期比112%、訪日外国人旅行者数は2018年同期比117%とマーケットは拡大している。国内では大型レジャー施設効果で沖縄、海外では韓国と台湾が順調に推移しており企業のインセンティブ旅行やアッパーミドル層の個人旅行が好調となっている。
	○	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・9～10月から繁忙期に入っており、予約状況は堅調に推移している。また、県外や国外からの問合せも多くなり、今後半年間は順調に推移するとみられる。
○	ゴルフ場(営業)	来客数の動き	・暑さが和らぎ、来場者が増えてきている。	
○	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	・客先の受注が好調となっており、株価も伸長し、損益も予想を上回っている。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	来客数の動き	・数か月間の猛暑の影響により来客数が減り続けている。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	来客数の動き	・物価高騰が長く続いているため人通りが少なくなり、飲食店や小売店の経営が厳しい状況にある。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数が減少しており、来店しても購入する客は余り増えていない。多くの物が値上がりしており節約している。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	お客様の様子	・現状の当商店街では屋根がなく、加えて今年の夏の猛暑は想像以上となり大変であったため、客に対するサービスが提供できない状態である。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	来客数の動き	・物価高と猛暑の影響により客足が減少傾向にある。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・ギフトがメインの花屋であるが、消費のイベントがあれば売上は上がっていく。しかし、例年9月には敬老の日があるが、目に見えて売上が上がることはない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	お客様の様子	・今月も猛暑が続いているため来客は少ないが、敬老の日の贈答品の注文は前年より多くなり、売上は前年比を若干上回っている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・8月の来客数は前年を上回る水準であり、苦戦していた婦人衣料品も前年の売上を超えている。しかし、9月に入った途端に来客数や衣料品は一転苦戦しており、好調が継続していない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・物価高の影響や公共交通機関の運賃の値上げ等もあり、来客数が増加しないため売上がなかなか伸びず、全般的に苦戦が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・消費者の購買動向に変化はみられないのが現状である。物価高騰が続いているが具体的な政府対策の効果がないため消費者の生活防衛意識は常に高く、買物頻度の減少や特売日に集中しており、来客数が前年割れを起している要因になっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	お客様の様子	・特売商品や割引商品が中心に売れている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・食品価格の上昇により客単価は前年比プラスで推移しているが、買上点数は前年並みかやや下回る水準で推移している。消費者は物価高対策として、特売品を中心に購入点数を抑えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・売上は前年比98.5%となっており、客単価は上昇傾向である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（従業員）	販売量の動き	・食料品の価格高騰の流れは続いており、客はついで買いを控えることで支出を抑えようとしているが、販売単価は上がっているため売上は横ばいで推移している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の推移は前年並みで安定しているが、景気が良いとはいえない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・猛暑の影響により飲料の売上が増加しており、全体的な売上が伸びている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・来客数の前年比が減少しており、多くの商品が値上げになったためセール商品への購買増加が目立ち、物価上昇分の売上は横ばいとなっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・景気は相変わらず悪い状況である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	来客数の動き	・毎月の来客数を前年と比較すると減少が続いており、戻る気配がない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	来客数の動き	・景気が変わる要素がないため、先行き不透明である。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・仮決算商戦で業界全体のイベント効果もあり、客の回遊を含めて来客数は多く、注文数も多かった。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・2～3か月前も現在と同じ悪い状態が続いており、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・ここ3か月は暑さと物価高の話題ばかりで、景気が悪いまま推移している。

□	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・販売量について比較すると6月や7月と変わらない。海外からの需要は2～3か月前と比べ上昇しているが、来客数は変わらない状況である。既に9月を超えて10月以降に動きがある。
□	旅行代理店(統括者)	来客数の動き	・過去と比較しても余り変わっていない状況である。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・県外からのゴルフ客は増えてきているが、市内のタクシーの動きが余り伸びていない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・大型イベント数が多く、猛暑も影響したことで、タクシー利用者数が増えている。インバウンドなどの要因で一定の売上が確保できているものの、相次ぐ物価高により深夜の歓楽街は客足がやや減少傾向がみられる。
□	タクシー(統括者)	単価の動き	・客単価は向上しているが、一方で乗務員の退職が増加している。
□	通信会社(役員)	単価の動き	・来客数の減少、契約単価の低額化等の状況が継続している。
□	競馬場(職員)	販売量の動き	・販売量の実績は、おおむね横ばいで推移しており、景気動向に変化はみられない。
□	美容室(経営者)	販売量の動き	・2～3か月前から比較すると秋口になると動きが出てくるが、客の動きは横ばいが続いているのが現状である。なかなか売上回復が見込めず、景気対策が必要であると考えている。涼しくなるにつれ、衣料品にも動きが出てくるため、期待できると考えている。
□	美容室(店長)	来客数の動き	・猛暑のため来店を控えていた客が少しずつ戻ってきたが、景気が良くなったとはいえない。
□	住宅販売会社(従業員)	単価の動き	・建て替えや土地所有の客の割合がやや多い傾向にあり、棟単価もやや上昇している。
▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・通行量調査により商店街への来街者が2割ほど減少している。各店舗への来客数も減少しており、物価高による買い控えは堅調である。
▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・7～9月は猛暑日が多かったため客の通行量が減少し、商店街としては苦しい時期であった。
▲	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・暑さが続いており、秋物を購入する動きが少ない。秋色で夏素材のトップスは反応があるものの、単品買いにとどまる傾向である。
▲	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・天候と猛暑で平日の来客数は伸びていない。大催事場ではヤング・物産・子供衣料用品開催など各催事共に、開店と同時に目当ての店や商品購入のため夕方まで行列が続き、加えて、飲食コーナーも設定し、食品に対する期待感が大きく工芸品を上回っている。しかし、子供用品催事は、親子孫の3世代が来店し、初日は混雑したが2日目以降には午後の来店が減少した。秋冬準備の購入が多くなっているが、商品価格への敏感な反応が目立っている。
▲	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・記録的な猛暑が続き、例年のような季節の移行による衣替えなどの需要が発生しない。客の中には秋物不要の考えもあり、衣料品の動きのみならず来客数が減少し、売上は非常に厳しい。
▲	百貨店(営業企画担当)	お客様の様子	・来客数の減少並びに購買単価の低下がみられ、猛暑による消費マインドの低下と物価高により高額消費が鈍化している。
▲	スーパー(店長)	単価の動き	・単価上昇の動きは変わらないなか、生活防衛意識はより高まっている。消費意欲の上昇が見込めず、景気好転の要素は見当たらない。
▲	スーパー(企画担当)	販売量の動き	・商品値上げにより商品単価が上昇しているが、買い控えで販売数量が落ち込んできており、結果的に売上の減少になっている。また、衣料品は長引く猛暑を要因に季節商材の秋物の消費につながらず、売上が厳しい状況である。
▲	コンビニ(経営者)	単価の動き	・物価高が影響し動きが悪くなっている。

	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・暑い季節から比較すると気温は落ち着き、涼しくなるにつれ客の動きが鈍くなっている。それに伴って、客単価も夏物が売れなくなり、少しずつ下がっている。
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・原材料等の値上げによる商品販売単価が、来客数減少を補っている。売上の数値は、問題ないようにみえるが、このまま来客数の減少が続くと不安である。
	▲	住関連専門店（経営者）	それ以外	・前年に引き続きプレミアム付商品券の発行等により地元の売上は伸びているが、都市部でのキャンペーンの落ち込みが大きく、全体では厳しい状態である。
	▲	通信会社（営業担当）	それ以外	・生活用品の物価高は相変わらずで、それに反して収入が増えない。
	▲	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の販売件数が低迷している。
	▲	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・客単価やレストランの売上が減少傾向である。
	▲	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）	それ以外	・最低賃金の大幅なアップが決定したが、介護業界は公定価格で価格転嫁ができないため、利益削減に直結する。
	▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品の単価は下がらず、仕事の対価としての収入は増えない。生活必需品の価格上昇も収まらない状況である。
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・イベントの来場者数が少なくなっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・景気の判断が付きにくい状況である。物価高に賃金が追い付いておらず、非常に生活が圧迫されているため、その影響が出てきて景気は悪くなる。
	▲	住宅販売会社（代表）	販売量の動き	・物価高と金利上昇により来客数が激減している。また、受注額に対しての返済比率が上がってきているため、客がためらっている。
	×	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・今月の来客数は前年比91.4%となり、若干増加している。プレミアム付商品券の販売もあり、増える要因はあったものの前年を下回る結果となっている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・平日、週末共に閑散としている。
	×	観光型ホテル（営業）	来客数の動き	・例年と比べても、まれにみる悪さである。事前の問合せは少なくなかったが、結果的に他方面に流れてしまった。大阪・関西万博の駆け込み需要が、要因の1つとみられる。
	×	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・猛暑による外出控えや7月の風評被害の影響により、インバウンド、国内旅行共に停滞している。
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	・個別案件ごとに異なるが、自動車関連などは米国関税の影響により、予算先送りの影響が出ている。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・上期については、予算計画数量以上の生産台数を維持している。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・人材育成に投資をする企業が増えている。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月は例年10月、11月の行楽シーズンを前に少々落ち込む時期であるが、今年は順調に進んでいる。2年前の鳥インフルエンザの影響により原料となる鶏が少なくなり工場稼働が落ち込んでいるが、販売は在庫で補うことができ計画を達成することができる予定である。特に外食を中心に居酒屋など順調に動いている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・生地単価と下請の単価が上昇しているため、その分の値上げをしているが、売上自体は芳しくないため、売上を伸ばす策を考えなければいけない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量が過去3か月間横ばいである。客には輸出が多いため、恐らく関税問題が解決するまでは注視しているところだとみられる。

	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・半導体分野の低迷で思うような受注ができない。前々年比の40%程度の売上が続いている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・3か月前と比較するとほぼ変わらない。
	□	その他製造業 〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・工場の拡張や生産ライン増設はあるものの稼働は4割ほどで今のところ生産は少ない。しかし、今後に備えての拡張のため期待感がある。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・貨物の荷動きが鈍く、良くも悪くもなっていない状況である。
	□	金融業（経営者）	取引先の様子	・会員企業の状況では、入退会の数が均衡している。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・猛暑が続き、小売店では夏物衣料や熱中症対策商品の売場を9月末まで縮小しない動きがあった。食品関連では物価高の影響により、価格を抑えた小分け商材に人気が集まっている。建設・運輸業界では、現場作業員や大型車の運転手の不足感が一段と強まっている。
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・物価高に対して賃金は上昇していない。生活が苦しくなっている消費者の声が多く聞かれる。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・建設業では受注は好調であるが、資材価格や人件費の上昇などにより利益が減少しているという状況である。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・会社の受注状況や受注金額等に鑑みて、3か月前から変動はない。
	□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業者との意見交換では新しい動きはない。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・9月は半期決算の会社も多く例年荷動きは好調となるが、本年は例月と変わらない程度の荷動きであり、決算でも物が売れる状況ではない。特に輸出に関しては、月間の本数の減少もあり、2か月で数本になるパターンもあり全体的に減少している。荷主によっては輸出から国内販売へシフトしている会社もある。以前は輸入・輸出共に新規案件もまとまって話があったが、最近ではスポット本数程度である。
	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・猛暑が長引き、取引先の中小企業における営業活動は停滞感がある。人件費や物価の上昇によって企業利益は低下しており、設備投資の動きも鈍い。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上の前期比、前月比では減少に歯止めがかからない状況である。国内では政権政党が衆議院・参議院共に過半数割れとなってスピード感がみられず、国外に目を向けても紛争が収まる兆しがみえないため、不安定な状態が続いている。当社を取り巻く環境は相変わらずやや悪いというのが実感である。
	▲	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・売場で価格をみるものの、安くても買わずに帰る客が多い。
	▲	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	・市町村から福祉やまちづくりに関する調査や計画策定の業務を請けているが、9月に入り、高齢者や障がい者の福祉に関するアンケート調査の業務の発注が増えている。しかし、本数は多くはないため、入札時に40%から50%引きで応札する業者がいるため、受注の可能性が低くなっている。このため、景気はやや悪くなっている。
	×	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・国内の人件費高騰で海外生産が多くなり、仕事の依頼が少ない。工賃は量が少ない分からは値上げを要望したいが、生産量を減らされる心配もあり交渉が困難になることが考えられる。毎年70円程度の賃上げであるが、毎年ではなく1～2年ごとの対応でなければ、中小企業の下請はかなり厳しい状況となっている。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 （社員）	求職者数の動き	・求人への応募者や登録者が約1割増加している。求人媒体に係る費用は同じであるが、問合せや登録につながる人員が増えており、登録には至らなかった人でも採用決定が多い。

□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・3か月前と比べて企業からの求人件数に大きな変化はない。人手不足感は続いているが、新たな求人を積極的に拡大する動きは乏しく、当社に寄せられる求人件数も横ばいの状況である。
□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・依然として求人数が2023年度を下回り、低迷している。
□	新聞社 [求人広告] (社員)	それ以外	・依然として物価が高止まりしたままであり、景気上昇の要因を見付けられない。
□	新聞社 [求人広告] (担当者)	雇用形態の様子	・中小企業は物価高で厳しい経営状況であるが、パートやアルバイト向けのキャリアアップ助成金制度で賃金や社会保険の加入促進を始めている。一時的に良い制度かもしれないが、景気が良くなるとは考えにくい。
□	新聞社 [求人広告] (担当者)	それ以外	・中心市街地や郊外大型店などへの人も多くなっており、インバウンドも多くみられることなどから、ある程度景気の良い状態が継続しているとみられる。しかし、数か月前から同じような動向であり、右肩上がり状態ではない。
□	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・管内の新規求職者数は前年度に比べて増加傾向にあり、特に物価高を背景とした高齢者層の求職活動の増加がみられる。一方、より好条件での就労を目指して求職活動をする現役世代もみられる。
□	職業安定所 (職員)	採用者数の動き	・管内事業所の新規求人数は前年比では減少が続いているが、就職件数は前年比では増加しており、事業所の採用意欲に大きな変更はないとみられる。
□	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、深刻な人手不足を背景に求人数は増えている。学生には有利な状況ではあるものの採用活動の長期化が進み、企業や団体にとっては人材確保が深刻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、採用活動に苦戦している企業や団体も多く、10月以降も採用活動を継続する企業は少なくない。
▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・派遣求人数や登録者数は前年を下回っており、受注活動に力を入れているが、求人数が伸び悩んでいる。シーズンごとに見込んでいた企業からの受注が落ち着いている。
×	—	—	—