

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）	・高単価の羽毛ふとんを始めとした秋冬商材が好調に推移すると期待している。
	◎	観光型ホテル（専務）	・旅行シーズンに入る上に10月から九州ふっこう応援割が始まるため、予約が増えることが期待できる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・これから接客業界はシーズンを迎え、既に予約が多数入っている。販売量、単価共に1年を通して1番の繁忙期になる。
	○	商店街（代表者）	・11月中旬に一部の店舗が新規開店する予定であるため、商店街ににぎわいが戻ると期待している。
	○	商店街（代表者）	・様々な集客イベントがあり、気候も良くなるため客足が増加すると期待している。
	○	商店街（代表者）	・これから秋から冬へ変わり、気候の変わり目になると婦人服の需要が増えるため状況は良くなっていく。
	○	商店街（代表者）	・今後は前年より更に営業活動に取り組むので、良くなると期待できる。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・気候も穏やかになり、当地の野菜が出回るため単価が下落すると予想される。また、お中元のマンゴーの動きが良かったため、年末の柑橘類の動きも期待している。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・花の通信販売、組織の配達区域が変更され、震災後の復興の新装オープンなどの注文があるため、今後も需要が見込めると期待している。
	○	百貨店（企画担当）	・年末年始は購買意欲が高く、目的買い以外の衝動買いも期待できる。
	○	百貨店（リーダー）	・年末の進物や年末年始のイベント準備に向けた需要が高まると予想している。
	○	百貨店（経営企画担当）	・9月24、25日にプレミアム付商品券が発売されるが、5月の発売があった際には、売上が前年比105.0%と大きく伸長したことから、今回も一定の売上波及効果を見込んでいる。
	○	スーパー（店長）	・当地では、令和8年熊本地震の九州ふっこう応援割が10月1日から12月25日まで実施される。旅行先では観光客の増加が見込めるためプラスに働くと考えており、景気は若干向上すると期待している。
	○	スーパー（総務担当）	・年末にかけては気温の低下に伴い、生鮮の売上が良くなる傾向がある。年末特有の消費行動もプラス要因となり、やや良くなると予想している。
	○	スーパー（企画担当）	・8月まではプレミアム付商品券等の発行が消費を引き上げたが、利用期間が終了した9月以降も売上は安定している。特に生鮮食品が堅実な売行きを続けており、景気は回復傾向にあるとみられる。
	○	コンビニ（経営者）	・ネットアプリクーポンの認知や利用が増え、1品を追加する購入が微増すると見込んでいる。
	○	家電量販店（従業員）	・9月の大型連休前から一気に販売量が減ったが、これから気温が下がることで暖房器具の需要が増える予想している。
	○	乗用車販売店（役員）	・年末に向け、新型車の発売や注文停止車種の注文再開が予定されているため、多くの来客が見込まれる。
	○	住関連専門店（店長）	・11月30日まではモバイルクーポンの影響により動きがあると予測している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・特に新規来客数の増加傾向がみられる。また、これから秋冬にかけて気温が下がり、コーヒーの需要が多くなるシーズンになるため、例年年末にかけて売上が増加傾向にある。顧客が増加する分、景気も若干良い方向になると期待している。
	○	観光型ホテル（総務）	・年末にかけて宴会が多くなり繁忙期となるため、景気は上向く。
	○	観光型ホテル（支配人）	・8月は令和8年熊本地震の影響によりキャンセルが多発し、9月は10月から開始する九州ふっこう応援割を控えた旅行の需要は抑え気味な傾向にある。10月以降は問合せも多いため、九州ふっこう応援割に期待するところである。
	○	タクシー運転手	・ゴルフ場の利用など県外の客に期待している。
	○	タクシー（統括者）	・単価上昇が継続されるため、やや状況が良くなると予想している。

○	通信会社（社員）	・新たな商材とスタッフ向けの独自キャンペーンにより数字が上がる予想をしている。
○	ゴルフ場（従業員）	・9月以降の国内や韓国からの予約は順調に推移している。
○	理容室（経営者）	・客からの情報によると、全体的に少しずつ良くなっている。仕事量は継続しており、先の見通しも出ている。また、気温も下がり、来客も増えてくるためやや良くなってくると期待している。
○	美容室（経営者）	・年末は繁忙期であるため期待しているが、今後の営業を危惧している。
○	美容室（店長）	・外出先の食事処で、今までにない人数でのにぎわいがあり、これから良くなるような期待をしている。
○	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの金利上昇傾向で慎重になっている客が一定数いるが、全体的に住宅計画のタイミングとしては駆け込みの要因になっている。
□	商店街（代表者）	・景気が良くなる要素が全くないため、今の状況が続く。
□	商店街（代表者）	・物価高のなか、災害や天候不順も重なり売上が減少している。先日発行された商店街のプレミアム付商品券による売上だけが好調で、手取りの上昇がない年金暮らしの多い地方の商店街では、景気の好転は見込めない。
□	商店街（代表者）	・この2～3年は景気が全く読めない。
□	商店街（代表者）	・小規模小売業は、売上が増えないため、賃金を上げようがない状態である。今後も物価上昇が続くため、景気はなかなか良くならない。
□	百貨店（企画担当）	・国内金利の上昇によるメリット、デメリットの要因は想定されるが、株価も安定しているため当社においては、差し引きゼロ程度の影響に収まると予測している。
□	百貨店（経理担当）	・今月は、プレミアム付商品券の効果も若干あり、売上ベースで全体的にやや改善傾向になっている。しかし、依然として婦人服中心に衣料品の売上の改善がみられず、今後も売上全般においては前年並みに推移する見込みである。
□	百貨店（営業担当）	・地域政策である地域限定の消費向上策の期限があり、終了した3か月後の景気は変わらない。
□	百貨店（営業企画担当）	・物価高など明るい話題はないものの、気候の後押しで商戦への高まりが消費に直結することを期待したい。
□	百貨店（業務担当）	・全国の至る所で災害が発生し、物価高でもあるため、明るい兆しは見当たらない。しばらくは景気の好転を期待できない。
□	スーパー（経理担当）	・イラン情勢の収束が見通せないため、石油由来製品の値上げが止まらない。
□	コンビニ（経営者）	・季節指数の推移は前年並みで、景気変動につながる要素は見当たらない。
□	コンビニ（経営者）	・中東情勢など景気悪化の懸念が顕在する危惧はあるが、客に悲観的な様子は見受けられない。
□	コンビニ（エリア担当）	・最低賃金の引き上げも10月からの値上げを上回る押し上げ要因にならない。
□	衣料品専門店	・いまだ良くなり得る要素が見当たらない。
□	衣料品専門店（店長）	・相変わらず様々な種類の物価は上がるが、一般消費者の生活そのものに余り影響はない。
□	衣料品専門店（取締役）	・現実的には景気が良くなっているという実感がある人は少ない。引き続き気を引き締めて企業努力をしていかなければいけない。
□	家電量販店（店長）	・今月は家電業界全体が不振である。今年は新型スマートフォンの発売があったが従来よりも売れておらず、来客数も減少傾向となり全体で厳しくなっている。
□	家電量販店（店長）	・物価の上昇が続いており、それを補う収入の増加がないと厳しい。
□	家電量販店（従業員）	・中東情勢のこう着状態が続いており、AI産業の推進によるICチップ不足も継続すると推測している。
□	乗用車販売店（役員）	・短期的に変わらないが、金利が上昇していることもあり、長期的に良くなると見込んでいる。
□	乗用車販売店（代表）	・良くなる要因が見当たらない。
□	住関連専門店（経営者）	・仕入れの値上がりは止まらず、値上げ部分を商品の価格に反映しにくい。プレミアム付商品券がまだ継続されており、秋の産業祭ではその効果が出ると予想されるが、今後の先行きは厳しい状況である。

□	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〕（支配人）	・シールのブームが終了しかけており、映画のヒットも見込めない状況のため、現在の来客数は気候の状況に依存しており、依然としてアパレルも厳しい商況に変わりはない。想定外のヒット作やヒットアイテムが出てこない限り、現状と大きく変わらないとみている。また、インフレがモール全体の売上に出始めており、全国的な水準からすると小さいながら、来客数はやや減少しているが、売上は変わらないと推測している。
□	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）	・9月の大型連休はお盆商戦より販売量も伸びたが、冬物商戦にかけての国内客の販売量が伸びる要素が見当たらない。
□	スナック（経営者）	・中東情勢の影響により経費での宴会は今後も減少が予想される。ターゲット層であるサラリーマン層は減少しているが、円安でインバウンドが増え、その分を補っているため、全体的に変わらない。
□	旅行代理店（統括者）	・先行きが不透明ではあるが、大きな環境変化はみられないと想定している。
□	タクシー運転手	・10～11月は元々閑散期ではあるが、最近の物価高の状況により更に厳しい売上になると予測している。
□	通信会社（企画担当）	・今年度予算はおおむね固まっているものの、見込み客との商談や引き合いは継続している。自治体向けの公募案件は今後減少するとみられるが、民間を含めた相談や検討案件に大きな変化はないため、2～3か月先についても現状と同程度で推移すると予測している。
□	通信会社（企画担当）	・余り急激な変化は想定できないため変わらない。
□	通信会社（業務担当）	・今月から年度末にかけて案件は増える傾向にあるが、仕入価格の上昇分を価格に反映しにくいと変わらない。
□	テーマパーク職員	・引き続き、国内客やインバウンドが好調に推移すると見込んでいる。
□	美容室（経営者）	・秋から年末に向けての需要の増加が見込め、美容業界は非常に活発になり、景況感は少しずつ上昇してくると予想される。また、天候にもよるが外出する機会が多くなると、おしゃれ産業は活発になってきて、新製品も出る時期になるため売上増加が期待できる。
□	設計事務所（所長）	・2～3か月先に現在の結果が出るため、変わらない。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・物価の上昇が依然として続き、全国での大雨の影響により農作物の値上がりもあるため、引き続き売上に響いてくる状況である。
▲	スーパー（店長）	・景気が好転する要素が見当たらない。一方で単価上昇は続いており、景況感は横ばいか、若しくは悪化すると考えている。
▲	スーパー（店員）	・景気が良くなる要素が全く見当たらない。
▲	スーパー（従業員）	・今年に入り、月を追うごとに食料品の値上げの品目がすさまじく、買物の購入金額や外食での値上がり率等をみると、今後悪くなると予想している。
▲	コンビニ（経営者）	・このまま商品価格の不安定さが続くなら、景気の回復は見込めないと予想している。
▲	コンビニ（経営者）	・物価高により景気はやや悪くなる。
▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・10月からのたばこの値上げで月末にかけての需要を予想していたが、度重なる値上げで客の反応は今一つであり、買いための傾向もない。来月以降はビールの単価の下落による需要増を期待している。
▲	家電量販店（店員）	・10月からの電気代の値上がりで、省エネ商品の売行きは不透明である。食品の消費税の減税は来年の施行予定のため、すぐに景気が好転するとは考えにくい。
▲	一般レストラン（スタッフ）	・物価高騰により景気は悪くなるばかりで、今後の対応策もほぼない。
▲	旅行代理店（職員）	・11～12月の個人旅行バスツアーは、9月、10月より需要が減少する。
▲	旅行代理店（統括者）	・九州ふっこう応援割が終了すると反動があると想定している。
▲	通信会社（役員）	・10月からも多数の生活商品の値上げが続き、生活を徐々に圧迫する状況が続く。

企業 動向 関連 (九州)	▲	通信会社（営業担当）	・飲食店やスーパーマーケットが値上げをしているが、急激な最低賃金の引上げがあっても、中小企業では給与が上がらないため実質給与減となっている。
	▲	観光名所（職員）	・値上げが続くため、景気はやや悪くなる。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・季節要因により冬場は売上が落ちる。
	▲	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）	・来年度に実施される介護報酬改定次第ではあるが、物価高騰により経営環境の厳しさは進んでおり、人材不足も重なって廃業する事業所が増加することを懸念している。
	▲	設計事務所（所長）	・世界情勢の先行きが見通せないため、建築資材や製品の価格、生活必需品価格の上昇がいつまで続くのか先行き不透明である。また、一部の業種のみ景気が良いようであるが、地方にも景気上向きが波及するかは、懸念される。
	▲	設計事務所（代表）	・更なる金利上昇や物価高騰が予想される。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・物価高騰になっても賃金は上がらず、加えて正規雇用もできず、費用だけが掛かっている。景気の良い投資関係は利益を上げられるが、掛かる費用は変わらないため、消費税の減税はあるが、格差が発生すると予想している。
	×	*	*
	◎	—	—
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年末から年度末へ向けた納品を控えているため、景気は若干良くなる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客の動きが良くなっている。供給される材料が順調に入っているため、今後もこの状態が続くと予想され、2～3か月先には、動きも順調になっていくとみられる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・スペースや海外実習生などの人員の確保が必須の状況である。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の業績目標情報よりやや良くなると予測している。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新規車両の生産を控え、対象商品の増産が計画されている。
	□	農林水産業（経営者）	・従来だと10～11月は行楽シーズンで気候も良くなり商品も伸びる時期であるが、今年は現状が読めなく、最近の値上げモードが消費をかなり抑えているようにみられる。12月の年末需要は工場生産の原料調達も安定しており、この3か月は生産、販売共に期待している。
	□	家具製造業（従業員）	・中東情勢の緊張緩和により、停滞していた案件が少しずつ動き出している。しかし、原材料価格の高騰やコスト高における利益確保は依然として難しい状況である。
	□	化学工業（総務担当）	・前年と比べて販路拡大等を進める予定だが、中東情勢の影響等で世界経済の先行きが不透明で状況は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・今後は少し受注量が増えると情報があり、それに合わせた単価の上昇が期待できる。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・年内はこの旺盛な需要が継続していくと考えている。
	□	輸送業（従業員）	・上期末では、通常であれば多少の荷動きがあるはずだが、通常と同様の動きで夏の飲料系の波動は終わっている。良くなる見込みはないが、大きく減る要素も見当たらない。
	□	通信業（職員）	・今年度の受注目標と比較して、営業先情報が大きく不足した状態が続いており、入札などの失注も発生している。今後の営業活動及び情報収集で補う必要はあるが、現時点で見込みが立っていない。
	□	通信業（経理担当）	・令和8年熊本地震による影響について精査した結果、現状では一部案件のスケジュール変更はあるものの、当期の業績に与える影響は軽微であると判断している。
	□	金融業（経営者）	・問合せの増加や新サービスの提供ができるなど会員が急激に増える状況にない。
	□	金融業（調査担当）	・様々な業種で人手不足が常態化しており、長引く物価高騰や賃上げ圧力なども企業の業績向上の足かせとなることから、景気は現状程度で推移すると予想している。
	□	金融業（営業担当）	・当面、物価の上昇が続き、緩やかに消費が減少していく見通しである。中小企業も現時点では売上の増加のための策を模索中であり、今後の景況感是不変ならない。

	☐	金融業（営業）	・物価高を上回る賃上げが実施されていない。デフレーションに比べると消費活動は改善しているが、景気は横ばいが続く予想している。
	☐	金融業（調査担当）	・金利の上昇が続いており、企業は積極的な投資に踏み切れず現状維持が続くと予測している。
	☐	新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらないため、動きは変わらない。
	☐	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社W e b のアクセス数や問合せ件数に変化がない。
	☐	経営コンサルタント（社員）	・貯蓄に回す傾向があるため、景気は変わらない。
	▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・為替の動きや金利の上昇で材料相場も上昇傾向になり、安価での調達が難しくなると予測している。
	▲	輸送業（総務担当）	・原材料価格の高騰や最低賃金の大幅な上昇、人手不足などの影響により中小企業は厳しさを増している。全体的に物量が減少していることから、需要の減退が懸念される。
	▲	不動産業（経営者）	・金融機関の担当者が、金利上昇による零細企業の倒産増加を予想しており、今後が危惧される。
	▲	広告代理店（役員）	・物価上昇に加え、金利上昇による住宅や自家用車の買い控えが深刻である。旅行においても海外は円安、国内は宿泊代の高騰が顕著で控える傾向がある。これまでのマーケットの考え方では成り立たなくなり、金利上昇はこの流れに追い打ちを掛けている。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・市町村の9月の補正予算に計上された委託業務の発注は、現時点で指名の件数が少なく、今後は入札等の機会が減少し、受注できる機会が少なくなると予想されるため、景気がやや悪くなると推測している。
雇用 関連 (九州)	×	繊維工業（営業担当）	・賃金が増えるが、工賃は今年も満額では値上げできないと見込んでいる。前年分と今年分とダブルで上昇分を被らなければいけない可能性がある。
	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・時期的に、コールセンターや年末繁忙期のサービス業などから問合せが増える予想しているため、やや良くなる。
	○	人材派遣会社（社員）	・年末へ向けての依頼時期である。夏場に工場作業で多く人員を派遣できたため、冬のお歳暮時期も同じような人数で依頼がきている。
	☐	人材派遣会社（社員）	・今後についても退職補充や短期案件を中心とした依頼は継続する見込みであり、全体としては現状維持で推移すると考えている。
	☐	新聞社〔求人広告〕（社員）	・秋の行楽、イベントの盛り上がりで日常消費につながる事が期待できる。
	☐	職業安定所（職員）	・令和8年熊本地震の影響により休業していた企業から、業績に影響が生じる可能性はあるが事業はおおむね再開しており雇用に影響はないという情報があった。雇用調整助成金の特例措置の実施等企業への各種支援策も開始されており、当面雇用は維持されるとみられる。ただし、企業によっては一定数の人員整理を行う可能性もあり、今後の情勢については注視する必要がある。
	☐	職業安定所（職員）	・最低賃金が増えるが、物価上昇も予想されるため、結局は変わらない。
	☐	職業安定所（職員）	・短期間で大きく変動するような要素がない。
	☐	学校〔大学〕（就職支援業務）	・物価上昇の影響により生活を維持するための意識は引き続き強く、個人消費の大幅な回復は見込みにくい。一方で、企業の採用需要は人手不足を背景に底堅く推移しているが、先行きの不透明感から採用拡大には慎重な姿勢がみられる。景気を大きく左右する材料も限定的であり、世界的な情勢不安が改善されない限り、今後2～3か月の景気は現状と大きく変わらないと考えている。
	☐	学校〔専門学校〕（就職担当）	・A I や外国人材の受入れの厳格化など外的要素が多いため、企業が静観している状況が見受けられる。そのため、宿泊や外食等、外国人材に頼っていた業界は人材不足が強まり、業績が悪くなることが懸念される。

	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後もA I 活用による採用構造の変化が進むと推察されるが、人手不足分野の需要は継続する見込みである。一方では、災害や物価動向の影響が企業の採用意欲を下押しする懸念がある。
	×	—	—