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）	◎	一般小売店［青果］（店長）	単価の動き	・主力商品である玉ねぎや人参、じゃがいもの産地は北海道に移り、かなり単価が下がったため、全体的に販売しやすくなっている。また、地物の葉物などの農作物の単価も安くなり、相対的に動きやすい単価になっているため、商売がしやすい状況になっている。
	◎	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・セールスイベント等もあり、来店客が多く、月間受注台数が新記録となった。
	◎	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・例年、秋は行楽シーズンなので来客数は増加している。10月から九州ふっこう応援割がスタートしているが、全体予算が少なく電話回線がパンクするほど殺到してスタッフの業務に支障が出るほどである。しかし、実際の予約はとても少なく、今後は予約方法等を見直すことも必要である。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・10月は企業のインセンティブに加えて旅行シーズンでもあり、需要が高まっている。毎年この期間の利用者や企業の団体も多く、需要が増加している。
	○	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当店では、気温が高い７月から涼しくなった10月にイベントも増えるため売上が若干増加している。また、店への来客数よりも花の通信販売からのＷｅｂ注文が意外と伸びている。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・インバウンドで特に韓国の来店が目立っている。
	○	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・韓国を始めとして、インバウンドの売上が伸長している。特に国内の高所得層の購買意欲が減少しておらず、売上が減少していない。また、天候も秋らしくなり近年では珍しく秋冬商材が順調に推移している。
	○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・10月初旬は、気温の低下がみられたものの、中旬から下旬にかけて高温傾向が続き、特に秋冬商材を展開している衣料品の売行きが厳しい。食品は、生鮮食品を中心に堅実な動きとなり、販売数量は前年を上回っていて、今後も堅調に推移するものとみている。衣料品の売上は気温の低下に依存する。
	○	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・寝具が活躍する夜間では気温は冷え込んできたものの、買物をする昼間の気温が依然として高いため来客数がなかなか伸びない。
	○	その他専門店［コーヒー豆］（経営者）	販売量の動き	・顧客による店頭でのコーヒーの売上と比べて卸先の販売量が増えている。インバウンド客や行楽シーズンの旅行客が増加したため、卸先のコーヒー需要が増加しているとみられる。
	○	観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・九州ふっこう応援割の影響は多少あるが、インバウンドの方が伸長が良い。
	○	観光型ホテル（総務）	販売量の動き	・令和８年熊本地震で宴会需要が落ち込み９月までキャンセルや延期が続いていたが、10月からは安定的に開催する企業が多くなっている。
	○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・10月から開始された九州ふっこう応援割の効果により、宿泊プランや募集型ツアーを中心に販売量が増加している。
	○	旅行代理店（統括者）	販売量の動き	・九州ふっこう応援割の影響により、販売量が増加している。
	○	タクシー（統括者）	単価の動き	・運賃改定以降、客単価は継続して上昇している。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・秋の行楽シーズンを迎え、指標としている市外からの来客数も増えている。
	○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・インバウンドや忘年ゴルフ等の問合せの予約は順調に推移している。
	○	ゴルフ場（営業）	来客数の動き	・秋のコンペシーズンの来場が増えているため、来客数に動きが出ている。
	○	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・前月比では20%ほど来客数が増加していて、住宅ローン金利の影響も大きな要因となっている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・前月までは少し景気が良くなりつつあったが、今月は厳しい状況になっている。

□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の来街者数が、伸び悩んでいる。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年との比較ができず、忙しい月もあれば閑散としている月もある状況である。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・今までは、衝動買いが多少あったが、現在は生活必需品だけを購入するようになりシビアになっている。
□	一般小売店［精肉］（店員）	販売量の動き	・飲食店向けの販売が想定以上に伸びていない。飲食店では人手不足による休業日が多く設定されていることも要因である。
□	一般小売店［茶］（販売・事務）	お客様の様子	・物価高騰で客の購買意欲は下がっている。固定客は安定して来店しているが、必要な物だけを購入しているため、購入金額は抑え気味である。買い控えは続くと予想され、休みが多くなると人の動きは大型店へ行くため、売上が減少している。
□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・リビング関連及びインバウンドによる化粧品の売上は好調に推移しているが、依然として婦人服を中心に衣料品全般の売上が良くなく、全般的に売上は前年を下回っている。
□	百貨店（経営企画担当）	それ以外	・売上と来客数の前年比では、７月は100.1%と104.9%、８月は105.3%と102.2%、９月は104.7% と96.4%、10月26日時点で100.7%と99.2%である。前月までの売上は微増傾向が続いていたものの、来客数は微減傾向にある。９月末に発売されたプレミアム付商品券による消費喚起を期待したが、売上及び来客数共に大きな押し上げ効果はみられない。
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・令和８年熊本地震から約３か月が経過しているが、大きな被害が出た地区はいまだ商業施設はもちろん、生活インフラさえ復旧していない。そのため、買物をする場所がなくなり、被害の少なかった商業施設や商店では、その被災者受入れにより前年度に比べて売上が伸びているところもある。しかし、売上が伸びているのは食料品やリビング商品など生活必需品の買い回りが多いためで、地域全体での消費はいまだ回復していない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・九州地区では、10月から九州ふっこう応援割がスタートしているため、観光地は追い風にはなっているが、その他エリアについては変わらない状況である。物価高騰もある程度落ち着きを見せているものの、消費者の生活防衛意識は依然として高く、なかなか消費につながらず、来客数の前年割れが続いている。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数や客単価は上昇しているが、１人当たりの買上点数は下落しており、客が吟味した上で商品を購入している様子がうかがえる。生活防衛意識は高く、消費意欲が高いとはいえないため、景気は悪いまま横ばいである。
□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・物価上昇の影響により、ディスカウント店ではない当社の来客数は前年を下回る水準で推移し、併せて販売量も前年を下回っている状況である。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候悪化で行楽イベントの人の動きが悪い。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価の上げ止まりがなく、商品の売上が日々下がっている状況になり利益が下がっている。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・人目を引き付ける商品として需要が拡大している青果などの農作物は天候不順のあおりで厳しい状況にあるが、全体的に大きな変化はない。
□	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・10月のたばこの値上げによって、売上単価が下がり、来客数も伸び悩んでいる。
□	衣料品専門店	来客数の動き	・３か月前の悪い状況のまま変わらない。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・客の動きに変化はなく、２～３か月前と変わらない状態である。
□	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・冷え込みが一服すると、顧客の来店も停滞し、来客数が前年比85%で推移している。

□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・気候は高額商品の売上に大きく影響してくる。金に余裕があると普通に買物をしているが、気候が良くなっている10月でも一般の客は買い控えをしている人は多い。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・数か月間、来客数の前年比80～90％という状況が続いていて、なかなか回復しない。
□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・10月末からの大型イベントの広告を含むダイレクトメール効果もあり、来客数や問合せが増えている。
□	住関連専門店（経営者）	それ以外	・今月は、イベントやプレミアム付商品券の影響により、店舗での売上は順調である。しかし、新規事業でクレームがあり、売上に影響している。
□	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）	単価の動き	・３か月前から、特に映画館においては前年の邦画のヒットによる反動で、厳しい推移が続いている。全館的なレジ通過来客数はやや前年より下回っているものの、客単価が伸長しているため、結果として売上は前年と同水準で維持することができている。飲食店のメニュー価格改定やアパレル店舗における商品単価の上昇に対応する店舗も少しずつ増えてきている。しかし、全国的な物価上昇の動きと比較すると、インフレの影響は限定的で、実際の数値としてモール全体の前年比ほぼ横ばいである。
□	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）	単価の動き	・商品単価は上がっているが、買上点数が抑えられ、客単価が追い付いていない。
□	スナック（経営者）	来客数の動き	・インバウンドが増加し、売上を支えている。
□	旅行代理店（統括者）	来客数の動き	・来客数に大きな変化がみられず、また、前年比の販売状況も３か月前と大きく変化していない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・電話予約が減少し、Ｗｅｂ予約が増え始めている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・朝から夕方までの来客数は前年並みだが、夜10時以降の来客数が減っている。会社の飲み会が減少しているため、利用者が減っているとみられる。
□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・市場の動きがほぼないため、景気は変わらない。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・地域経済を取り巻く環境は、これまでと比べると改善が見受けられない。
□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価上昇は日々の生活で感じており、小売店などの売上が増加していると予測されるが、給与に反映されているかどうかは分からない。
□	美容室（経営者）	販売量の動き	・２～３か月前と比較すると少しずつ景気回復しているが、先行きは緩やかに良くなると考えている。これから年末に向かうため、美容業界では季節の変わり目でもあり衣類に変化が出て、徐々に購買意欲も出てくると予想される。
□	美容室（店長）	お客様の様子	・何もかもが値上がりして生活が苦しくなっている。
□	その他サービスの動向を把握できる者［フィットネスクラブ］（営業）	販売量の動き	・20～30歳代の利用が減少傾向にあり、その家族の子供の利用も減少している。しかし、40歳代以上の利用はそれほど落ち込んでいない。
□	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品の単価が高止まりしていて、特に地方の事業者は仕事の対価としての収入が増えていないが、生活必需品の価格は上昇するばかりである。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・一般的に景気の良しあしを金融関係でみれば、景気は上向きである。しかし、実際は質素倹約な状況で、景気動向としては消費活動は低迷している。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・来街者や来客数、買上点数、売上単価、売上全てにおいて下落傾向であり、物価高の影響は続いている。
▲	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・相次ぐ食料品の値上げやエネルギー価格の上昇により、先行きが不安である。
▲	スーパー（店員）	販売量の動き	・前年度と比べ、表面の売上は増加しているが、物価上昇を考えると利幅は少ない。

	▲	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・来客数の前年比は98.8%と不調である。一方、客単価が102.8%となっており、物価高による影響が顕著である。
	▲	スーパー（従業員）	来客数の動き	・株価の低迷、金利の上昇、物価の上昇、相次ぐ食料品の値上げ等で、来客数は頭打ちである。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価高のため、商品の動きが悪くなっている。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ごく僅かではあるが、来客数の減少により売上は前年を下回っている。客単価は上回っているものの、値上げの影響もあり買上点数が減少している。
	▲	家電量販店（店員）	来客数の動き	・来客数が前年を超えない月が続き、客単価も上がる気配がない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前月と比べて、来客数が大幅に減り、販売台数が落ちている。
	▲	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）	それ以外	・介護報酬臨時改定に伴う賃上げ財源確保により一定程度の賃上げは実施できたが、他産業と比較すると賃上げ額や賃上げ率も到底及ばない。また、他産業の月額賃金においても９万円前後の格差があるため、退職者の補充採用が困難であり、来客数や売上が減少している。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・原因が不明であるが、９月中旬から商店街の通行量が落ち、危機的な状況である。
企業動向関連 （九州）	◎	＊	＊	＊
	○	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・関東が植付けできない状況だったが、九州産の農作物の出荷先は潤沢にあるため、九州や四国に注文が殺到している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・２～３か月前よりも材料の入荷が良い状態が続いている。また、客からの受注量が若干増加しつつあるため、このまま上向きになると期待している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は好調に推移しているが、ここに来て部材調達等に滞りが起こってきたため、その影響を見極めていく必要がある。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・取引先からＡＩ半導体関連、又はそれ以外の半導体に関する引き合いが出ている。
	○	金融業（経営者）	それ以外	・会員数が少し増えている程度である。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月は、夏の動きと比較するとかなり厳しくなると予想していたが、予想に反して計画していた売上が達成できそうである。10月中旬までは夏の暑さが残っていたが、居酒屋等外食では一般向けや家庭向けの量販店の動きも好調で引き合いが強い。工場の稼働も原料となる鶏も10月は順調で問題なく動いている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・半導体製造装置向けの金属部品の加工の受注価格が大変厳しく、引き合いはそこそこ増えてはいるが受注にはつながっていない。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・中国向け車両は不調であるが、他車種は増産調整をしているため生産量に大きな変化はない。
	□	その他製造業［産業廃棄物処理業］	取引先の様子	・生産状況は変わらず材料の調達が困難なこともあり、余り生産量が変わっていない。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・取引先の荷動きが余り良くないため、保管商品が増え、出荷が増えない。年末対策とも考えられるが、動くような気配がない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・物価や人件費は上昇しているが、一定の水準での価格転嫁により、現状に大きな変化はない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・夏の長雨の影響により、葉物野菜などの農作物の価格は高止まりしている。宿泊や観光関連は、キャンペーンなどの支援策が追い風となり比較的堅調に推移している。
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・物価高によるマイナスの影響もあるが、多くの企業で価格転嫁が進んでいる。最終消費者の賃上げもおおむね浸透し、やや良くなっているが、物価高や人件費増加の企業の利益縮小、人材の奪い合いなどのマイナス面もあるため、状況は変わらないと考える。

	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・借入金が多い取引先の中小企業では、ここ１年の急激な金利の上昇により利益面で徐々に悪影響が出始めている。増加する経費負担に対し、売上と利益の増加が追い付かない状況である。
	□	不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・今月の受注内容等を確認しても、３か月前とさほど変動がない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・自社の受注量に大きな変化がないため、企業の人材投資も大きな変化がないと判断している。
	□	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・少しでも安いところを探すため遠方まで出掛け、まとめ買いをしている。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・令和８年熊本地震の影響により、商品の売行きが鈍化している。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・中東情勢の影響や台風の影響により10月は船のスケジュールが大幅に乱れている。そのため、船社が正常なスケジュールに戻すため抜港や本船を減らしていることから、コンテナ到着の遅れや減少が続いており、全体的な流通量が減少している。一方、米は前年の問題もあり、令和７年産が大量に余っており温度管理が必要であるため倉庫を探している。また、令和８年産も市場に出ているため定温倉庫は奪い合いとなっており、流通量の減少が価格の上昇につながり、取扱量が減少している。
	▲	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・物価高による影響かどうか理由は分からないが、出荷量が例年と比べて減少している。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・当社の売上は前年比や前月比いずれもプラスになっているが微増であり、減収傾向に歯止めがかからない状況が継続し、実質的な所得も物価高騰に追い付いていない。最近では各企業へのサイバー攻撃があり、世界情勢等も沈静化の兆候がみられず明るい話題に乏しい。景気の判断として３か月前と比較するとやや悪くなっている。
	▲	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	・市町村からの調査や計画策定支援、設計等の役務や建設コンサルタントの委託業務を受注しているが、当初予算で発注が行われていなかった業務について、指名競争入札が数件行われた。通常、10月では価格競争が緩和され、予算の70%くらいまでで落札されるが、まだ60%で応札が行われており、７～９月にかけての発注件数が少ないことも影響しているとみられ、景気はやや悪くなっている。
	×	繊維工業（営業担当）	それ以外	・最低賃金が上がるのに、取引先から毎年の工賃値上げを承諾してもらえない。満額回答は毎年ではないが今年の賃上げは大変厳しい状況である。
雇用関連 （九州）	◎	－	－	－
	○	新聞社［求人広告］（担当者）	それ以外	・７月の令和８年熊本地震から３か月が経過し、流通や飲食などの分野の復旧に伴い、地域間による差はあるものの一般消費者の消費活動も上がっている。また、九州ふっこう応援割などの支援策で、県内へのインバウンドも多くなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業側の採用や人員補充に大きな変化はみられない。特に退職補充以外の長期案件については動きが鈍く、短期・スポット案件が中心となっている。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・今月は業界問わず、企業からの派遣求人の動きが多かったが、営業や店舗巡回担当などの募集が多く、結局稼働につながらない状況が続いている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ここ数か月の注文数はほぼ横ばいで、今月は若干注文が続いてきたが、下旬になって止まっている。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	採用者数の動き	・求人広告による応募だけでは採用が難しくなっている。特にＡＩやＩＴ分野のスタートアップ企業では、社員や取引先からの紹介によるリファラル採用を重視する傾向が高まっている。また、求人市場に現れにくい採用も増えていて、求めるスキルと応募者の経験にミスマッチがみられ、人材確保は依然として容易ではない。

	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・４月以降５か月連続で前年比を増強していた新規求人数は、９月には前年同月を下回ったが、稼働日数が１日少ないことを考慮するとほぼ横ばいの状況であった。また、10月も途中経過であるが前年同月と比べ横ばい、又は微増の状況であることから求人数に大きな変動はなく、令和８年熊本地震後も企業の採用意欲に大きな変化は見受けられない。
	□	学校［大学］（就職支援業務）	求人数の動き	・企業の人手不足感は依然として強く、10月以降も採用活動を継続する企業が多い。2027年卒採用に加え、2028年卒採用に向けた相談や情報収集の動きも見られるが、採用予定数を大きく見直す企業は少ない。売手市場の状況に大きな変化はなく、引き続き採用充足に苦戦する企業が見受けられる。求人の動向を見る限り、景気は横ばいで推移している。
	□	学校［専門学校］（就職担当）	採用者数の動き	・ＩＴエンジニアや事務職については３か月前より縮小傾向が継続している。留学生を採用していた企業については、入管の規制強化が進み、採用を控える企業が出ている。
	▲	＊	＊	＊
	×	－	－	－