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）	◎	タクシー（統括者）	・乗務員の採用が好調に推移している。
	○	商店街（代表者）	・年末を控え、一部の店舗がオープンするため、活気のあった商店街に戻っていくのではないかと期待をしている。再び当地域の台所として復活させたい。
	○	商店街（代表者）	・年末に向けてキャンペーン関係の依頼がくると期待している。
	○	一般小売店［青果］（店長）	・生産もこれから５～６月まで落ち着いていくと予想され、単価も横ばいで続くとみられる。また、夏のギフトの売上が順調であったので、年末年始の柑橘類のギフト商品に期待をしている。
	○	一般小売店［生花］（経営者）	・これからは年末年始需要やお供え用の花の注文が見込まれ、今の時期より売上が多くなると予想している。
	○	百貨店（リーダー）	・年末年始の挨拶として贈答品の需要が伸長すると期待している。
	○	スーパー（店長）	・物価高騰がピークアウトしつつあるため、消費者の購買動向に変化が出てくると期待している。今後の消費税率の引下げは小売業にとって最大級の追い風となるため、施行されると一気に上昇すると考えている。
	○	スーパー（総務担当）	・年末年始特有の購買意欲の上昇傾向により、元来、生鮮がメインである当社への来客数の増加を期待している。
	○	スーパー（企画担当）	・９月に加工食品を中心に値上げが行われたが、販売数量は堅調に推移している。来店頻度が落ちて、客単価が上がっているという傾向は続いているが、消費自体の冷え込みはみられない。
	○	家電量販店（従業員）	・寒くなり暖房器具の需要が増えているため、景気は良くなっていく。
	○	乗用車販売店（役員）	・注文客が増えるとともに新たな客の紹介等の機会も増えてくると予想している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・初売り特需を見込んでいる。
	○	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、多くの客を見込んでいる。
	○	その他専門店［コーヒー豆］（経営者）	・今後のコーヒー需要は、例年年末にかけて増加していく傾向にある。今年は、九州ふっこう応援割によって観光客も増加し、当店の取引先の業績も良くなると考えられ、売上は増加していくと見込んでいる。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・年末に近づいているため需要が増えているが、景気の底上げにはならない。公共料金、税金、物価高などの影響により、景気回復には程遠い状況である。
	○	観光型ホテル（総務）	・年末年始は繁忙期を迎えることに加え、令和８年熊本地震後の災害支援や九州ふっこう応援割などの施策及び宴会の延期分の開催などで、やや良くなると予想している。
	○	旅行代理店（職員）	・12月まで実施の九州ふっこう応援割による販売増加の効果を想定している。
	○	旅行代理店（統括者）	・しばらくは九州ふっこう応援割で需要が増加すると予測している。
	○	タクシー運転手	・冬になると県外からのゴルフ客等の増加で利用が多くなる。
	○	通信会社（社員）	・手数料が良くなる傾向にある。
	○	観光名所（職員）	・これから年末に向けて様々なイベント等が予定されており、市外から客の増加も見込めると予測している。
	○	ゴルフ場（従業員）	・過去最高のインバウンド来場者数を上回るペースで推移するとみられる。
	○	理容室（経営者）	・年度末に近づいていくため、徐々に全体的な動きが良くなってくる。客との会話でも仕事量が減少している話は聞くが、舞い込んでくる仕事のお陰で空きがなくなっており、年度末に向かって景気は良くなっていくと予想される。
	○	住宅販売会社（従業員）	・今後は金利の上昇傾向が続けば客の動きもしばらく続くと予測している。

□	商店街（代表者）	・食料品や生活必需品が次々に値上げしているため、節約できるものとの区別の意識が強くなっており、今以上に厳しくなっている。
□	商店街（代表者）	・今月の売上や来客数の状態をみていると、２～３か月先の景気は不安である。
□	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因が見つからないため、12月に向けての歳末商戦についても期待ができない。
□	商店街（代表者）	・物価高で苦戦しているなか、商店街発行のプレミアム付商品券だけが各店舗の売上を何とか下支えしている。
□	商店街（代表者）	・一般消費者は賃金の上昇が余りないが、物価は年に数回上がり家計が大変になっている。一部の業種に限り給与にも反映されている。教育費負担の軽減などの支援も行われているが、生活にゆとりがない状況である。
□	百貨店（企画担当）	・年末にかけて来店や需要が増え、年明けは少し落ち着くと予想している。
□	百貨店（企画担当）	・３か月後も今のトレンドが大きく変化するほどの要素が見当たらない。
□	百貨店（経理担当）	・インバウンド需要は徐々に回復傾向にあるが、物価高の影響もあり、婦人服を中心に衣料品の売上は回復していないため、今後の売上は横ばいが続く。
□	百貨店（業務担当）	・物価の上昇について客のダメージは相当大きく、生活に必要な支出は１割以上増えていると嘆く客もいる。米の価格の値下がりやガソリン補助などがある一方で、誰もが必要とするモノ、光熱費、家賃などの値上がりに困っている人が多い。特に高齢者が多い地方都市では、年金生活の比率が高く、生活防衛意識が非常に高い。
□	百貨店（営業企画担当）	・物価高により消費が減速する。
□	百貨店（経営企画担当）	・プレミアム付商品券による消費喚起効果が限定的で、消費者の生活防衛意識の高まりの裏付けと捉えており、今後も支出を抑える傾向は継続すると見込んでいる。
□	スーパー（店員）	・米価は５キロで2000円を切る商品も出ているが、食料品を含め全体的に値下がりする商品は少ない。給料や年金が上がっていないため、景気が上向きになる未来が全くみえない。
□	スーパー（経理担当）	・この物価高の影響は、まだ続く可能性が高いため、現状のままである。
□	コンビニ（経営者）	・物価上昇で節約ムードが続く見込みである。
□	コンビニ（経営者）	・景気変動の要素は見当たらない。
□	コンビニ（経営者）	・諸物価の上昇により、消費マインドが落ちてきている。
□	コンビニ（経営者）	・客の一部には、価格上昇が普通になっている気運はあるが、収入自体に大きな変化はなく厳しい状況が続いている。
□	コンビニ（エリア担当）	・特に期待できる事案が見当たらない。
□	コンビニ（エリア担当・店長）	・台風などの災害対策で、水やパン、おにぎりなどの食料が購入されることがある。時期的に災害も少なくなってくるため、備蓄食品としての売上は期待できない。
□	衣料品専門店	・引き続き良くなる要因を感じない。
□	衣料品専門店（店長）	・２～３か月後も客の動きに変化はないと推測している。
□	衣料品専門店（取締役）	・様々な品目が値上がりしているため、ぜいたく品購入は一部の人に限られる。多少無理をしてでも購入していた層は、以前と比べて劇的に減少している。元々当店の顧客は富裕層であるが、先行きは多少不安である。今後も引き続き良い商品を扱っていく価値観で経営していくことを考えている。
□	家電量販店（店長）	・物価高の影響により、客の財布のひもが固い。家電よりも日用品に金を使っているため、しばらくはこの傾向が続く。
□	家電量販店（店長）	・エアコンの省エネ基準の改定を控えた影響によりある程度需要はあるが、一過性のものでしかないため、景気が良くなる要素がない。
□	乗用車販売店（代表）	・景気が変わるような要因が見当たらない。
□	住関連専門店（経営者）	・売上が、仕入価格や諸経費の上昇を補えず、業界としても採算が取れず厳しい状況が続いている。

□	住関連専門店（従業員）	・高単価の秋冬商材への期待をしている。夏から地域経済のカンフル剤としていたプレミアム付商品券が売り切れとなっているが、売上に関してプラスとマイナスの両方の要因があり、結果として変わりない。
□	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］（支配人）	・前年は年末まで邦画の好調が続き、その後は文具雑貨ブームの特需でモール全体がにぎわっていた時期でもあり、今後の３か月はそこを超えるのは難しいと考えている。しかし、シールほどではないものの、カプセルトイに一定の集客力を期待していて、物価高に関しても大きなきっかけ等がない限り、当館への影響は緩やかであると予測している。
□	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）	・インバウンドは変わらず伸長傾向ではあるが、国内客がいまだ戻っていない。
□	スナック（経営者）	・年末に向け宴会利用などが期待されるが、電気料金などの補助が終わり個人消費の冷え込みが予想され、全体的に売上の伸びは期待できない。今月は個人利用が減り、インバウンドで売上が確保できた状況である。
□	観光型ホテル（専務）	・良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。
□	観光型ホテル（支配人）	・10～12月の九州ふっこう応援割の効果には期待できるが、問合せや事務作業に大きな時間を取られ、集客効果は限定的であるため期待を大きく下回っている。
□	旅行代理店（統括者）	・燃油価格の高騰や物価高が影響し、環境の変化が起きる要素を特定できないため、先行き不透明である。
□	タクシー運転手	・自社や他会社の乗務員が増えているため来客数や売上は伸びない。
□	通信会社（企画担当）	・２～３か月は変化が起きるようなイベントがないため、状況は変わらない。
□	通信会社（業務担当）	・仕入価格が上がった分を価格に転嫁する予定なので、利益は変わらない。
□	通信会社（営業担当）	・２～３か月先、給与に反映されるとは考えにくい。
□	テーマパーク職員	・インバウンドの来館が継続しており、今後も期待できると現時点では予想している。
□	美容室（経営者）	・２～３か月先は年末年始になるため、業界としては徐々に上向いてくるが、今までのような季節需要は見込めず、横ばいを予想している。新商品が発売されることもあり、現状維持が続くと予測される。
□	美容室（店長）	・将来の景気は、今のところ判断できない。
□	設計事務所（所長）	・３か月先も変わらない状況と予測している。
□	設計事務所（所長）	・中東情勢が不透明で日本への影響が危惧される。材料や製品の単価も落ち着きがみられず、仕事の対価としての収入は増える見込みがなく、生活必需品の価格上昇傾向は続くとみられる。
□	住宅販売会社（従業員）	・景気動向は、金融商品としては投資意欲があり調子が良いが、消費動向としては余り伸びていない。現金が動く公共投資が少ない状況では、景気は良くならないとみられる。
▲	商店街（代表者）	・通行量不足や販売の伸び悩みなどの原因がつかめず苦慮している。
▲	一般小売店［精肉］（店員）	・食料品の消費税の減税を見据え、大半の取引先である外食産業が落ち込みつつある。
▲	一般小売店［茶］（販売・事務）	・物価高騰が続いているため、高額な商品の購入は慎重になっている。仕入価格や必要な消耗品の袋等も値上がりしているため売値を抑えることができず、今後数か月は今まで以上に厳しい状況が続く。
▲	百貨店（営業担当）	・相次ぐ食料品の値上げやエネルギー価格の変動が原因で、先行きが見通せない状況である。
▲	スーパー（店長）	・景気が好転する要素が見当たらず、単価上昇は続いており、消費者の生活は一層圧迫されると予測される。今後は支出の大きくなる月に向かっていくため、より防衛意識は高まり景況感は悪化に向かう。
▲	スーパー（従業員）	・経済状況、会社の経営指数、来店客の動向等を総合的に判断するとやや悪くなる。
▲	コンビニ（経営者）	・今後も物価高が続くとみられるため、先行きが不透明である。

	▲	家電量販店（店員）	・これから需要期を迎える灯油の価格が落ち着かないため、景気が良くなるとは考えにくく、電気料金の値上げも行われるため更なる落ち込みが懸念される。
	▲	家電量販店（従業員）	・今後の光熱料金の上昇により、購買意欲の低下が予想される。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・現在が年間でトップシーズンであるため、１番来客数が多い時期である。来客数が大きく下がることはないが、業界の２～３か月先は現状よりもやや悪くなると想定している。
	▲	通信会社（役員）	・10月からも生活必需品で多数品目が値上げされ、燃料の補助金も縮小傾向にあり、建設業や観光業を除き上向きになる要素がみられない。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・当社の季節要因や最低賃金引上げ、賃金要件の撤廃等の影響によりパートやアルバイトの人件費が、年度当初計画より増加する見通しである。
	▲	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）	・訪問介護においては、有効求人倍率が介護業界のなかでも高く、特に主力であるヘルパーの高齢化で５年後には多数の退職者が発生し社員数が減少する可能性もあり、外国人材も含めた採用が大きく好転しない限り、大幅な損益改善は見込めない。
	▲	設計事務所（代表）	・物価や金利の上昇の影響により、景気がやや悪くなる。
	×	＊	＊
企業動向関連 （九州）	◎	－	－
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注見込みよりやや良くなると判断している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・客や外注企業はそれなりの動きになっていると考えられ、従来と比較すると材料の入荷が良くなっている。今後の問題は、従業員の確保が挙げられるが、現状では順調に進んでいる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・来年度以降の引き合いがあり実際に受注も多く、やや良くなるとみられる。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・今後も中国向け車両の生産量は減少傾向であるが、直近の生産動向と同様に他車増産が見込まれている。
	□	農林水産業（経営者）	・値上げによる節約志向を心配していたが、業界では目立った動きはない。しかし、他の業界では値上げによる影響により、節約志向になり売行きが今一つの店も多く、今後の動きを注視したい。向こう３か月間では、11月は卵の価格高騰が、12月、１月は原料となる鶏が若干少ないことが懸念点ではあるが、原料入荷は問題ないと考えている。販売も繁忙期を迎えるため売上が伸びてくると予想している。
	□	家具製造業（従業員）	・インバウンド関連の事業は安定しているが、原油の高止まり、資材単価上昇の影響もあり厳しい状況が続くと予想している。
	□	化学工業（総務担当）	・前年比では拡販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あるため、景気は変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・受注単価を要求価格に合わせるには、設備投資及び勤務体制の変更をして効率を上げる必要があり、作業員に負荷を掛けることになる。そのため、経営判断が必要となる。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・部材調達の滞りの影響により、今後の景気判断が大きく左右される。
	□	その他製造業［産業廃棄物処理業］	・増産したいが材料調達が難しく、この状況が変わらなければ景気は良くならない。
	□	輸送業（従業員）	・保管倉庫の増床の動きもなく、保管商品を預かっている状態になっている。12月に入るまでは現状のままとみられる。
	□	輸送業（従業員）	・本船のスケジュール調整は今後も続くと予想され、物流費や人件費の上昇も続くことから当面景気が良くなることは考えにくい。
	□	通信業（職員）	・今年度の受注目標と比較すると、営業先情報が不足した状態が続いている。営業活動及び情報収集で充当しているが、現時点で受注目標に届く可能性は低い。
	□	通信業（経理担当）	・情報通信機器の価格高騰と納期の長期化が顕著になっている。仕入れ販売分は価格転嫁を進めているため、業績への影響は軽微と見込んでいる。ただし、当初の見積価格では販売できず再見積りが必要となる事例が多く、今後の動向を注視していく。
	□	金融業（経営者）	・余り大きな動きは見られず、一進一退である。

	□	金融業（調査担当）	・引き続き物価や人件費の上昇が見込まれるため、現在と比較しても変化はないと予想している。
	□	金融業（調査担当）	・最低賃金引上げや仕入価格の上昇など企業を取り巻く収益環境は依然として厳しいことから、景気は現状程度で推移する。
	□	金融業（営業担当）	・今後も日本銀行による利上げを予想しており、中小企業の収益面の改善は当面期待できない。
	□	金融業（営業）	・最低賃金引上げにより、更なる賃上げが実現する。物価高が一段落すれば全体として良い方向に進むと期待している。
	□	不動産業（経営者）	・零細企業や小企業の倒産が増えているが、今後の会社の仕事内容としては余り変動がないと予想される。
	□	新聞社［広告］（担当者）	・プロスポーツチーム優勝による購買心理に期待するものの、具体的な好材料は見当たらない。
	□	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変化がない。
	□	経営コンサルタント（社員）	・物流や倉庫の人手不足が加速し、価格に転嫁されている。
	▲	輸送業（総務担当）	・物価上昇が止まらない。最低賃金引上げや円安など様々な要因により消費動向が抑えられる傾向は続くと見込んでいる。消費税の減税により特に飲食店はダメージを受けると予想される。
	▲	広告代理店（従業員）	・過去３か月の状況からでは、長期的に明るい材料に乏しく、３か月後も景気は下降傾向だとみられる。
	▲	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月の補正予算において、調査や計画、設計の委託業務の計上が少ないため、今後の新たな発注は多くは見込めないと推測される。市町村は来年度の予算づくりの時期に入っているため、市町村からの依頼は来年度の予算用の見積書の提出が多い。このため、今年度の新たな受注を見込むことは難しい状況にあり、景気はやや悪くなるとみられる。
	×	農林水産業（従業者）	・九州の景気は良いが、米や玉ねぎ、じゃがいもなどの農作物は暴落している。今後は２～３か月にかけて価格は高値止まりをすると予想されるが、春以降は暴落する可能性がある。九州の農業界は、稼ぎ時を把握し、しっかり販売していく必要がある。
	×	繊維工業（営業担当）	・現行の支援金額では到底賄えない。今後の対応方法が難しい状態である。
雇用関連 （九州）	◎	－	－
	○	新聞社［求人広告］（担当者）	・これから年末年始にかけてはイベントも多くなり、人流も活発になるとみられる。令和８年熊本地震からの復旧、復興も進み、消費活動も一層活発になると予想される。
	□	人材派遣会社（社員）	・今後についても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みている。
	□	人材派遣会社（社員）	・派遣だけでなく、直接雇用の注文も減り、採用意欲が低下している。取引先の企業担当者も、最低賃金引上げで大変であるため、増員するよりも今の在籍人数でしのぐ傾向にある。
	□	新聞社［求人広告］（担当者）	・ＡＩ関連やデジタル分野の成長企業では引き続き採用需要が見込まれる一方、介護、警備、建設などの現場系職種では慢性的な人手不足が続いている。賃金上昇への対応や各種コスト負担の増加により、正規雇用の拡大に慎重な企業も少なくない。求人需要は底堅いものの、業種間の格差が大きく、人材不足の解消に時間を要するとみている。
	□	職業安定所（職員）	・大きな変化をもたらすような要素が見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加、又は横ばいの状況が続いている。管内の警備会社では、震災復旧関連工事に係る仕事の依頼を多数受けている業種もあるが、事業所閉鎖に伴う離職も出ており、景気が良くなるとは一概にはいえない状況である。

	□	学校［大学］（就職支援業務）	・物価上昇が続くなか、生活を維持するための意識は依然として強く、個人消費の大幅な回復は見込みにくい。一方で、企業の人手不足感は引き続き強く、2027年卒採用に加え、2028年卒採用に向けた情報収集や相談もみられることから、採用需要は底堅く推移している。ただし、採用予定数を大きく増やす動きは限定的で、企業には先行きへの慎重な姿勢もうかがえる。景気を大きく押し上げる材料も押し下げる材料も乏しく、今後２～３か月の景気は現状と大きく変わらないと考える。
	▲	人材派遣会社（社員）	・企業側も若手を育てたいという要望が多いが、求職者に関しては20～30歳代の若い年齢層の動きが鈍く、人選に苦戦している。また、就業開始に至るまで非常に時間を要しているケースが多い。
	▲	職業安定所（職員）	・企業は最低賃金引上げの影響を受けている。ガソリン補助金が縮小となれば、企業だけでなく消費者も影響を受けることになり、今後の景気が心配である。
	▲	学校［専門学校］（就職担当）	・製造業や外食、宿泊業では外国籍の在留資格更新が厳しい状況にあり、これまで予定していた出店計画などを見直す動きが出ている。この動きは携帯販売会社等にも発生しており、数年は多くの業界で人材確保に苦戦を強いられると予想している。
	×	－	－