

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〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・来客数や販売量及び単価共に良くなっている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊やレストランでは、国内外からの来館者が、3か月前と比べ増加している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・人が動きやすい季節になれば、経済も必然的に上向いていく。飲食店や小売店の来店が多くなっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症がかなり収まりつつある。新型コロナウイルスの新規感染者数の減少で、商店街の来街来客数が増加したことにより、店の来客数も増加し、売上が上向いている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症発生の影響で、人出は少なくなっているが、高齢者のお得意様の来店頻度が極端に減少している。購入単価が低くなっており、売上が伸びていないことから、物価高騰の影響が原因だと予想される。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・来街者数が増加している。今までは来客があっても購入までに至らないことが多かったが、最近では好みの商品があればすぐに購入しており、動きが出ている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・年度初めから何かと経費関係の支出がある。また、新型コロナウイルス感染症が収束し、大手企業の商品拡販が増加している。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・コロナ禍では、必需品のみや目的買いの客が多かったが、春休みや土日は、複数での来店が多くなり、目的以外の商品を回遊している様子が見受けられる。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年と比べて、5%増加で推移している。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・婦人服や宝飾時計の売上が回復しつつあり、催事等を含む食料品の売上も良くなっている。また、食堂の売上も、来客数の増加に比例して堅調に推移している。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されるため、客の外出意欲が増し、来客数が増えている。春休みやキャンペーン、大型物産催事開催で来客数が増加し、にぎわいも出ており、購買も多くなっている。また、プレミアム付商品券や友の会の効果もあり、商品価格の上昇をカバーしており、全国旅行支援やクルーズ船来港で国内外からの旅行により街のにぎわいが増加し、県特産品の土産や記念品、免税手続が増えている。行楽を控えスポーツや紳士婦人雑貨に加え、化粧品や子供用品など自家需要商品の購入単価及び客単価は好調を維持している状態である。家族での来店が増え、大食堂や喫茶店も混雑しており、買物を楽しむ姿が増えている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、新型コロナウイルス感染症発生前と同等なイベントを活発に実施できるようになり、集客につながったことが来客数の増加になっている。ただし、懸念としては販売点数が伸びていないことである。
	○	スーパー（企画担当）	単価の動き	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類になるが、既に人流が回復し活発化している。食品部門では内食は減少傾向であるが、物価高による単価上昇が売上を押し上げている。衣服住部門では、主力であるファッションアウターを中心に回復傾向にあり、新型コロナウイルス感染症発生前の水準までには及ばないものの着実に回復している。
○	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・値上げによる単価の上昇や買上点数減少の流れは変わっていないものの、人通りは多くなり、来客数がこれまでより伸びている。都心に近い店ほど来客数や売上は増加している。	
○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されることになり、日常生活がほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。	

○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・人流も戻り、通勤通学での利用は新型コロナウイルス感染症発生前と同水準に戻っている。しかし、在宅ニーズ型商品の酒類、加工食品など夜の時間帯の販売は下降しており、ファーストフード型のおにぎり、パン、揚げ物の売上が伸びてはいるが、価格上昇の影響によるためである。
○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・商品値上げの状況に慣れてきているため、来客数の増加や購買意欲が高まっている。
○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の規制緩和が、良い方向に向かっている。
○	コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・来客数は前年と変わりがないが、商品単価が上がっているため、客単価が上がり、売上が伸びている。
○	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・ゴールデンウィークでの旅行や食事会等外出用の服を求めに来る客が増えている。
○	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの新車生産が順調になり、配給が多くなっている。新車販売の増加とともに、下取車が増え、中古車販売も好影響を受けている。
○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・需給改善を行っているため、販売量は引き続き好調である。
○	その他専門店 [コーヒー豆]（経営者）	お客様の様子	・気候が穏やかになり、来客数が若干増加している。前年比でもやや増加している。
○	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）	お客様の様子	・アパレル業界では、4月に入り3月からの気温上昇により、順調な推移をみせる店舗が多くなっている。また、5月には新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されるため、売上は伸びると予想される。規制が緩んだゴールデンウィークとなるため、外出も多くなり、衣類購入も活性化している。旅行代理店でも全国旅行支援の後押しを受け、比較的回復傾向である。エネルギーの高騰もあり懸念されるが、消費動向は悪くない状況である。
○	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）	来客数の動き	・国内外の観光客の戻りが、売上に大きく影響しており、上昇傾向である。
○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・当市では新型コロナウイルスの新規感染者数がかなり少なくなっているが、都心部では増加している。インバウンドも多くなり、また、卒業旅行や5月の総会などの利用が見込まれるため、状況が良くなる。
○	その他飲食の動向を把握できる者 [酒卸売]（経理）	販売量の動き	・繁華街の人出も多くなり、酒類販売量も増えている。この状態にインバウンド需要も更に加われば、新型コロナウイルス発生前の状況を超えると想定される。まだ、昇給までは至っていないが、この状況が続くと更に景気は良くなる。しかし、原価高騰もあり先行きは不透明である。
○	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・3か月前と比較すると4月の売上が減少している状況であるが、宿泊やレストラン、宴会の受注は伸びている。3月13日にマスク着用が個人の判断となり、5月8日には新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類されるなどの情報が景気を後押ししている。
○	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・団体旅行や企業のインセンティブツアーの引き合いが強くなり、旅行需要がますます旺盛になっている。
○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・3か月前と比べると、海外旅行の販売量が増加している。
○	通信会社（営業担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症発生前の人の動向になっているが、新型コロナウイルスの新規感染者数が全く増えておらず、更に経済活動が活発になる。
○	美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比較すると徐々に売上が良くなっている。暖かくなると外出が多くなり、おしゃれするようになる。そのため、店が忙しい状況になっている。客のマインドが明るくなっており、景気回復傾向である。
○	美容室（店長）	お客様の様子	・遠方より里帰りする人が増え、グループで食事会をする機会が多くなっている。

○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	来客数の動き	・工場の来客や検査官など発注主対応のためのゲストハウスを運営しているが、1月下旬から、使用率が高くなっている。
○	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）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第8波は収束傾向となっており、マスク着用の緩和や5月8日から新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ引き下げられることもあり、サービスをキャンセルする客が減少している。
○	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が収束し、商店街や駐車場、公共交通機関の人出が増えている。人が動くことで、金も動くため景気は若干良くなっている。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数や販売額に余り変化がない。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の火災後のがれきが撤去され仮設店舗ができたが、面積が狭いため限られた量の商品しか出せず、客が満足して買物ができない状態が続いている。
□	一般小売店〔青果〕（店長）	販売量の動き	・気候が安定し、商品の入荷量も安定しているため、相場は落ち着いている。状況が大きく変化する材料がないため、2～3か月はこの状態が続く。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・魚が少なく、個人の店には来客数が少なく利益が出ていない。現在、景気が良いのは、ごく一部の市場だけで、全体的には景気は悪い。個人で対応できることは少なく、国や県などが抜本的な海の対策を講じなければ漁獲量の減少は止まらない。
□	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症関連の対策が緩和され、行動範囲が広がることで衣料品や雑貨の需要は一定程度あるものの、来客数や購買単価は緩やかに減少している兆候が見受けられる。
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・行動規制もなくなり、新しい生活様式の動きになっているものの、来客数を含めて大きな改善はみられていない。状況を見定めている客が多く、買物意識は回復していない。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・1品の単価は上昇しているが、1人当たりの買上点数は減少している。また、低単価商品の購入傾向がみられ、生活防衛の意識が高まっている。
□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・食料品の値上げによる商品単価上昇等により、売上は前年比プラスで推移しているものの、来客数や買上点数で前年比を下回っており、決して良い状況ではない。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上に変化はないが、3か月後を期待している。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客が全く来ない日もあるが、今月に入り景気が戻ったように売上が良い日もある。
□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・3か月前と比較すると気候も良くなり、旅行が容易になっている。外出の機会も増え、来客数が増加しているが、購入までには至らず、財布のひもは固いままである。
□	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・自治体のDX化が進んでおり、引き合いは増えている。
□	住関連専門店（経営者）	単価の動き	・今月は、久しぶりに催しがあり、それなりに人出はあったものの、売上は前回と比較すると大幅に減少している。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・地元の人の流れは、連休を前に控え気味であるが、インバウンドや国内旅行者の人数は順調に回復しており、全体の活性化は新型コロナウイルス感染症発生前に回復している。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・夜の繁華街の人出が徐々に戻っているが、利用時間が集中しているためタクシーの台数が追いつかない状態である。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・韓国からの来場者は減少したが、地元客の来場が順調に推移しており、前年から引き続き入場者を維持している。
□	競馬場（職員）	販売量の動き	・販売量に変化はなく、横ばいで維持している。
□	学習塾（従業員）	お客様の様子	・保護者の様子には、特に変化がない。

	□	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)	来客数の動き	・地域における人の動きや催しなどが増えているが、フィットネス事業への入会は、減少のまま横ばいで推移している。
	□	設計事務所(所長)	単価の動き	・建築するための材料や製品の単価上昇が続いている。また、食料品などの生活必需品の価格も上昇している。それに反して、仕事の対価は上がらないため、景気の良さを感じない。
	□	住宅販売会社(従業員)	来客数の動き	・来場者数や資料請求は増加傾向にあるが、決算も終わり今月は受注もやや控えめの状況である。
	▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・4月に入り客足が止まっている。原因を模索しているが不明である。
	▲	一般小売店〔茶〕(販売・事務)	来客数の動き	・例年では繁忙期のため受注が多い時期であるが、新型コロナウイルス感染症の発生から受注も少なくなり売上は減少している。一部の企業では、新型コロナウイルス感染症発生前までに回復しているが、中小企業や小売店の現状は厳しい。穏やかな気候となり外出も増えてきているが、来客数は減少している状態である。
	▲	家電量販店(店長)	お客様の様子	・客の消費動向が外に向かっており、明らかに来客数が減少している。
	▲	家電量販店(店長)	お客様の様子	・コストパフォーマンスを求める客が増え、単価が下がっている。
	▲	家電量販店(店員)	販売量の動き	・今月のエアコンディショナーの売上が悪く、また、テレビの売行きも少なく、沈んだ状況になっている。
	▲	家電量販店(従業員)	単価の動き	・来客数は前年と同じ数値で推移している。しかし、売上では値上げによる購入単価の上昇を予測していたが、購入単価の下落が続いている。
	▲	高級レストラン(経営者)	来客数の動き	・4月は選挙が2回行われたため、企業関係で利用が少なく、かなり苦戦している。週末に数件の団体客があったため助かったが、全体的には厳しい状況である。
	▲	スナック(経営者)	来客数の動き	・当社だけではなく、多くの同業者も4月前半から中旬にかけて、かなり低水準で売上が推移している。
	▲	観光型ホテル(専務)	来客数の動き	・例年、連休直前は来客数が減少するが、今年もその傾向である。全国旅行支援がまだ続いており、その効果が出ている。
	▲	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・従来3～4月は書き入れ時だが、例年ほど販売件数に伸びがない。
	▲	設計事務所(代表)	単価の動き	・物価や金利が上がり、消費者のマインドが低くなっている。
	▲	住宅販売会社(代表)	来客数の動き	・新規住宅が以前の半分になっており、市場の動きがない。
	×	住関連専門店(従業員)	お客様の様子	・2月頃より節約志向がみられるようになり、長期化している。ついで買いがめっきり減っている。
企業動向関連(九州)	◎	*	*	*
	○	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新年度になり、注文数は多いが、鳥インフルエンザによる原料不足で100%供給できない状態になっており、売上計画は90%の達成で終わりそうである。利益は、値上げによりどうにか計画を達成しているが、取引先に対し満足できる供給ができず危惧している。
	○	繊維工業(営業担当)	取引先の様子	・工場の縮小や外国人研修生の減少から、国内の生産能力が減り、メーカーの取り合いになっていくことが懸念される。先行して仕事の注文を受けていたため、安定した生産ができています。
	○	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注で国内外向け電池案件の引き合いが増えている。半導体製造装置関連では、限られた分野向けのため、落ち込みは少ないものの、汎用品向け分野での落ち込みがみられる。
	○	電気機械器具製造業(取締役)	取引先の様子	・電気自動車モーター関連やパワー半導体分野での引き合いは継続中である。新型コロナウイルス感染症の影響は完全に払拭されている。
	○	輸送用機械器具製造業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・2023年2月以降、生産計画に対し大幅な減産もなく、計画同等の生産が実現できている。

○	金融業（従業員）	取引先の様子	・住宅や家電販売は横ばいながら、百貨店やスーパーマーケットの売上が増加しており、そのほか、飲食店や旅館・ホテル等の売上也も着実に持ち直している。また、賃上げに踏み切る企業が増加するなど雇用・所得環境も次第に改善している。
○	金融業（調査担当）	取引先の様子	・人流が活発な状態が続いており、前月末の地下鉄の延伸開業も後押しとなっている。このような背景もあり、宿泊サービス業では高稼働を維持するなど、サービス業の回復基調が続いている。
○	金融業（営業）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症へ分類され、行動制限のない平時へと向かうが、既に人の動きは活発化している。
○	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・通販関連の新聞広告が順調に推移している。
○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきており、3月の売上は前年比を若干下回っているが、景気マインドとしては3か月前と比べて良くなっている。
○	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・物価高騰により安価な商品を買う傾向にはあるが、高価なものも一部では売れ始めている。
□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節に応じて加工品の種類が変わるが、全体的に受注が堅調に推移している。
□	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・当社では、従来の状態は変わらないが、取引先の体制や協力工場の編成が変わっている状態である。しかし、現状を維持しており、恐らく3か月後には安定すると予想され動きが出てくる。
□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・半導体が弱く伸びていないが、パワーデバイス系が若干好調である。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・米国を始め諸外国の自動車産業の回復があり、自動車関連の輸出は回復傾向にある。しかし、食品や雑貨等の生活関連品は依然低調である。飲食関係も少しずつ回復しているが、消費者のニーズが以前のようになく、閉店時間も新型コロナウイルス感染症発生前より早くなっており、景気回復にはまだ時間が掛かる。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3～4月は、急激な物価上昇が消費を停滞させているため、予測した量より出荷量が少ない。また、1～2月は例年より出荷が多かったことも要因と考えられる。景気が良いとも、悪いとも判断がつかない状況である。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・光熱費や食料品など、相次ぐ物価上昇が消費マインド向上の足かせとなっており、地元中小企業の賃上げの動きも勢いに欠ける。街中のイベントが増加傾向にあり、各地の出入には回復の兆しがみられる。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注金額や件数共に変化がみられない。
□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・同業者の状況から、新しい動きに取り組んでいるとは考えられない。
□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・物価上昇や仕入価格、燃料の価格高騰は高止まりしており、3か月前と比べても大きく変動はない。取引先では、価格転嫁を早急に進めており、設備投資の抑制になっている。
□	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	取引先の様子	・当県などの市町村の街づくりや福祉関係の調査、計画の委託業務について当初予算をみると、予算化されている事業が前年より多いが、大半は市町村に策定が義務付けられている高齢者や障害者に関する調査や計画である。4月中の発注は少ないが、入札やプロポーザルによるため、受注要領が不明な状況にある。
▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ガスや電気の値上がり著しく、加えて、陶土や原材料も値上がりしたため、2割ほど価格改定を希望しているが、市場として受け入れてもらうことが難しく、受注関係が若干落ち込んでいる。
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・需要減少により客の在庫調整などがあり、景気がやや悪くなっている。

	▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・手持ち工事を持っている業者は良いが、公共工事のゼロ債や早期発注、民間工事を受注できていない業者は厳しく、ゴールデンウィーク明けまで我慢が必要な状況である。市の発注予定は発表されているが、県の発注予定が未定のため、早い発表を望んでいる。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先の銀行員等の会話では、新型コロナウイルス感染症に伴う融資の返済が始まり、経営が厳しい企業等が増加している。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・在庫調整や米中貿易摩擦の影響で半導体製造装置の需要が落ち込んでいるため、主要取引先からの受注も激減している。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・人の外出が増え、イベント発注が増えている。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・街に観光客が目立つようになっているが、休日の交通量は特に増えたという印象は受けない。ゴールデンウィークに期待したい。
	○	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・通勤電車が混むようになり、インバウンドを含めて人が動き出している。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の行動規制もなくなり、人の往来が活発化している。ホテルの予約も取れにくい状態で、飲食店などにもにぎわいが戻っている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着くとともに観光客も増加しているが、新型コロナウイルス感染症発生前の人員体制の業種が多く、慢性的な人手不足で、求人広告を出しても人が集まらない状況だと経営者が嘆いている。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2024年3月卒業予定の大卒求人倍率は1.71倍になり、2023年卒の1.58倍より0.13ポイント上昇している。全体の求人倍率は、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年卒、2020年卒でそれぞれ1.88倍、1.83倍となっていた時期の水準に近づきつつある。2023年卒の採用拡大に慎重であった中小企業では、今年は採用意欲が回復している。また、建設業や流通業で求人倍率が大きく上昇している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が若干落ち着いているが、急激な減少ではなく、ほぼ毎月横ばいである。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・2024年度卒業生の就職活動も本格化しているが、前年より早く内定をもらっている学生が多く、現在行われているセミナーへの参加数が減少している。また、当社の就職サイトへの掲載だけでなく、大学への求人も増えており、新型コロナウイルス感染症が落ち着き、一気に回復してきた印象を受ける。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・労働力人口の減少など環境の変化もあるため、今後の景気に対する影響が懸念される。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に分類されることにより、新型コロナウイルス感染症関連の業務が減少していく可能性がある。既に求人数が3か月前より減少しており、売上や派遣稼働率が下降している。
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者では特に雇用保険の手続をしている失業者が増加している。
	×	—	—	—