

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)	◎	＊	＊	＊
	○	百貨店（企画担当）	競争相手の様子	・市内競合店の売上が3か月前を上回り、状況としては回復基調である。今月はインバウンドの伸びが多少落ちているが、年始の売出しが前年よりも改善しており、国内客の需要が増加している。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・来客数増加に伴い、食品催事や酒を含め食料品が特に好調である。紳士服は依然として苦戦しているが、婦人服が好調に推移しており、化粧品においては前年をやや上回っている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・Web販売の福袋の売上、年明け初日の来客数はいずれも好調でにぎわっている。2～3日目は地震報道や降雪により来客数は抑制されたが、初旬・中旬開催の各種催事で来客数は促進され、特に大新潟展は能登半島地震への応援効果で客の関心も高く好調であった。また、下旬開催の全館バレンタインコレクション会場は好調に推移しており、クリアランスセール効果もあり客単価・購買単価の増加が販売数減少を補っている。
	○	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・初売りや食品、化粧品の売上が好調で、美術品等の高額品も売上増加に寄与している。特に食品関連の催事については、前年以上の売上を確保できており、興味・関心のあるものには金をかけるという客の傾向がうかがえる。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・年末年始商戦は新型コロナウイルス感染症発生前よりも来客数が伸長し、営業収益も拡大している。完全に世間は通常に戻り、地方は帰省客の増加で都心部より好調である。
	○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・買い控えが予測された1月であったが、結果的に前年並みの売上で推移している。来客頻度の減少傾向が続いているものの、販売量は増加しており、買い控えには至っていない。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の増加で売上の上昇傾向は続いているが、その増加率は鈍化傾向にある。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・このところ頭打ち状態であった客単価は、僅かではあるが前年を上回っている。また、常連客の会話では、久しぶりの海外旅行や帰省が多いとのこと、人の流れを感じている。来客数の伸びは続いている。
	○	衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・暖かい日が多いため、セール商品よりも定価の春物の動きが良い。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・軽自動車の購入に当たり、客の予算が以前より50万円程度上がっている。
	○	その他専門店 [コーヒー豆]（経営者）	来客数の動き	・売上は前年比で横ばいである。しかし、来客のうち新規の客が若干増加しているため、来客数が前年比で110%となっている。
	○	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	・企業としての景気は良くなっているが、個人所得は支出が増加している。物価高の影響は今後も続き、加えて金利上昇もあり、支出が増加していくと考えるため、景況感は良くない。
	○	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・集客はできているが、対応ができないため営業制限が続いている。
	○	タクシー運転手	お客様の様子	・徐々に人の移動が回復してタクシーの動きも良くなり、新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・引き合いは多くないが堅調である。見込みでも大きな案件が僅かに増えている。
○	通信会社（社員）	それ以外	・物価高などで携帯電話の手数料に対する考え方が改善され、良い状況になりつつある。	
○	通信会社（営業担当）	それ以外	・年末年始はどこも来客数が多い。	
○	観光名所（職員）	来客数の動き	・毎月指標にしている店舗への聞き取りでは、貸切バスも随分戻っている状況である。	

○	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	・年度末に向け、貸し会場の問合せや見学、発注が増加している。
○	設計事務所（代表）	来客数の動き	・来場者が若干増えている。
○	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・子育てエコホーム支援事業により、子育て世帯の客の動きが徐々に見受けられる。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・例年、年明けの売上や来客数は11月、12月と比較して少ない傾向にある。今年は、客の購買には結び付かないものの、前向きに商品選択や判断をしており活気が出ている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・元日に発生した能登半島地震が、消費者にマイナスの影響を与えている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・当商店街から少し離れたにぎわいのあった食堂街で火災があった。当商店街共に一丸となり今後の街作りをしていきたい。
□	一般小売店〔青果〕（店長）	販売量の動き	・3か月前と比べて相場に大きな変動がなく、販売量も安定している。
□	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・売上が上向くような好材料はない。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・花屋にとって、1月は前月のようなお供えや正月用の花など需要がある時期と比較するとイベントや季節行事がないため売上が落ちる。しかし、開店祝い等があり最悪な状況は免れている。
□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・例年、1月の売上は年末にお歳暮を受け取ることが多いため減少する。人の動きについても遠方への外出が多くなり、そのついでに買物をする傾向があるため、来客があっても単価は低い。
□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・国内外の旅行客が落ち着き、商品購入が目的の客が多く見受けられるようになっている。
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・元日に発生した能登半島地震について、客は自分たちの体験を思い出し、心理的に買物を楽しめず心配している客が多い。政治や芸能でも暗い話題が多く、客の気分にも閉塞感がみられる。
□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・消費者の節約志向が根底にあり、買上点数がなかなか前年を上回らない。
□	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・大きな変化はないが、暖冬で冬物商材の動きが若干鈍い。寒さが厳しい日もあるが、大きく状況は変わらない。客は戻ってきているが、単価の上昇により買上点数が減少傾向である。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・厳しい気温低下のため来客数が減少している。特に夜帯の来店頻度が減少しており、インバウンド効果と大規模都市開発の工事関係者の需要増が相殺されている状況である。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・物価の上昇が続いているため1品単価は上昇しているが、来客数は下降傾向となっており、本年に入り厳しい状況が続いている。客は安価な商品を求め、様々な店で選定していると考えられる。
□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・特に変化はない。
□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・前年よりは売上が良い。
□	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・目的以外の商品はまだ買い控えがあり、プラス1品の買物は少ない。
□	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、高額商品を購入できる客は即決しているが、一般的には買い控えが続いている。
□	家電量販店（店員）	単価の動き	・初売りにおいても、高額商品より低価格品重視の傾向がみられる。
□	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進んでいる。さらに、競争力のある新型車が投入されたことで来客数が増加し、受注につながっている。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・来客数と販売量は数か月前と比較して若干減少している。
□	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・都市部において、キャンペーンの状況は相変わらず良くないが、店舗への来客数は若干良くなっている。

□	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	・インバウンドの来客数伸長に隠れているが、富裕層を除く国内客に勢いが無い。
□	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・国内旅行者やインバウンドが増加しているが、県内の来客数が持ち直していないため、3月まで持ちこたえることができないのではないかと懸念している。3月に期待している。
□	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・年明けは余り動きがなかったが、夜に来客数が多く、前年、前々年と比較すると景気が良い。まだまだ好調とはいえない。
□	旅行代理店 (職員)	販売量の動き	・年始の国内外旅行は横ばいである。インバウンドでは、1月は春節前のため3か月前より販売量がやや減少している。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・国内外の旅行者は相変わらず好調で、各地のイベントも活気に満ちている。一方、物価高の影響で節約傾向が続いており、新年会など夜の繁華街もやや少なめである。
□	通信会社 (役員)	販売量の動き	・引き続き上位プランから下位プランへの変更で売上が減少し、また、新規契約でも低価格のプランが目立っている。
□	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	・地元や国内外からの予約が順調に推移しているものの、料金の値上げまでには至っていない。
□	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)	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行後、医療機関が新型コロナウイルス感染症のための病床確保をする必要がないため、特に医療機関からの介護度が高い客、又は医療保険適用の在宅療養をする客の紹介が減少し、大幅な単価下落につながっている。
□	設計事務所 (所長)	単価の動き	・建築材料や製品単価は相変わらず上昇している。また、生活必需品価格も上昇傾向であるが、仕事の対価は上がっていない。
▲	商店街 (代表者)	お客様の様子	・年末までは来街者が増加していたため、新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻りつつあったが、年明けから生活必需品の値上げにより消費行動が慎重になっている。冬物バーゲンセールも始まり、値下げ価格になってはいるが反応は鈍い。
▲	商店街 (代表者)	競争相手の様子	・年末年始は、大型店の売出しの影響で来街者が減少し、来客数と客単価が約20%減少している。
▲	商店街 (代表者)	来客数の動き	・商店街の来街者は高齢者が多く、元日の能登半島地震後は、高齢者の来街者数が減少しており、売上等も厳しい状況が続いている。災害が発生すると高齢者は外出を控える傾向にあると考えている。
▲	商店街 (代表者)	来客数の動き	・直接生活に響く値上げが続いており、消費者の需要を増やすには少し難しい状況である。
▲	一般小売店 [鮮魚] (店員)	お客様の様子	・当地ではしけや海水温の上昇など様々な要因で、魚が少なくなっている。加えて、2社ある卸会社のうち1社が養殖部門を廃止したため、魚を仕入れることが難しくなっている。また、火災も発生し、景気回復には程遠い状況である。
▲	百貨店 (営業企画担当)	お客様の様子	・気温の寒暖差が大きく重衣料を中心に動きが悪い状態に加え、災害等の影響で心象的に消費動向に変化がある。
▲	スーパー (店長)	販売量の動き	・販売点数の減少は1年以上続いており、加えて牛肉などの高額単価商品の落ち込みも目立つようになっている。
▲	家電量販店 (店長)	お客様の様子	・行動制限のない年末年始となり、客足は前年よりも明らかに増えているが、商品の購入に至らず財布のひもは非常に固い印象を受ける。
▲	家電量販店 (従業員)	販売量の動き	・来客数、購入単価、購入点数のいずれも下落傾向である。

	▲	乗用車販売店 (役員)	来客数の動き	・客の動きが悪く、特に新規来客数が増加していないため、なかなか改善できない状況である。
	▲	住関連専門店 (従業員)	お客様の様子	・高価格帯の商品は現状で推移する一方で、低価格帯の商品の買い控えがみられる。インフレの影響により中間層や低所得層の購買意欲が低下していることが見受けられる。
	▲	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	・10月末から11月初旬にかけて諸数値が前年比で低迷している。管理するテナントでは、生活必需品の購入はあるが、重衣料やし好品など比較的単価の高いアイテムの優先順位が下がっている状況である。想定を上回る暖冬と物価高騰の長期化により、消費者の懐事情がやや疲弊している様子がうかがえる。
	▲	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・全国旅行支援が終了し、その後は団体旅行や年末年始の家族旅行で忙しい状況となっていたが、今はその予約も止まっている。
	▲	都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・単価や稼働率は前年比で増加しているが、3か月前と比べると低調となっており、3か月前の市況から景気が下がっていることが確認できる。
	▲	美容室 (経営者)	販売量の動き	・年末と比較すると景気は落ちている。物価高騰や災害、事故などにより、若干暗いイメージの影響が美容産業に生じることも考えられる。
	▲	美容室 (経営者)	来客数の動き	・コロナ禍は落ち着いているが、客の来店頻度が以前より悪く商況が深刻である。
	▲	美容室 (店長)	お客様の様子	・12月に来店した客は次回、2月に来店すると予想されるが、寒さの影響もあり来客数は伸びていない。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・円安とデフレで生活が苦しいという話をよく耳にする。
	▲	住宅販売会社 (代表)	お客様の様子	・最近の物価高や金利上昇により買い控えが発生しており、行動が鈍化傾向にある。今後景気が悪くなる要因になっていくと考える。
	×	商店街 (代表者)	来客数の動き	・年末の繁忙期と比べ、寒波もあり人々の往来が極端に減少している。
	×	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・天候の影響もあり、客足が鈍い。
企業 動向 関連 (九州)	◎	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・主要取引先からの受注が好調になっている。
	○	繊維工業 (営業担当)	それ以外	・受注が安定しているため、生産しやすい状況である。仕様なども今までとは違い臨機応変に変更することができるようになっている。また、初めて機械の購入に助成金の支援を受けることができ、期待している。電気や材料費の価格も一旦落ち着いたように感じている。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すると受注量が徐々に増えている。品物によって業種が分かるが、特に半導体の動きが良くなっており、それに伴い景気が回復している。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置関連の受注状況はまだ回復に至っていない。再生可能エネルギー関連では順調に受注が増えている。
	○	電気機械器具製造業 (取締役)	取引先の様子	・取引先からの引き合いに対し、人材やスペース確保などの観点で安心できる回答ができれば確実に仕事を受注できるという状況になっている。
	○	金融業 (従業員)	取引先の様子	・住宅販売の推移は横ばいながら、百貨店やスーパーマーケットの売上が回復しているほか、設備投資が増加している。また、飲食店や旅館・ホテル等の旅行・観光関連業種の売上も増加傾向である。
	○	新聞社 [広告] (担当者)	受注量や販売量の動き	・新聞広告の申込みが年末は停滞していたが、年が明けて若干増えている。
	○	経営コンサルタント (社員)	取引先の様子	・一般客やインバウンドの買物は増加し、特に大型スーパーマーケットや駅周辺の土産売場がにぎわっている。
		□	農林水産業 (経営者)	受注量や販売量の動き

□	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・今年度の第4回建設工事等発注予定の発表があり、3月までに多くの土木工事や舗装工事が予定されている。補正予算の関係だと考えるが、非常に期待している。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・食品関係は例年にならぬ動きを見せているが、アパレル商品は動きが鈍い。倉庫需要が多くなく、空気が目立ち始めている。全体として大きな荷動きの変化はないが、今後を注視する必要がある。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・長引く物価高を受けて県内企業は販売価格の値上げに踏み切る動きが強まっており、その上昇率は10～14%程度が多い。車のディーラーについて、年明けから客足が回復傾向にあり、一部の車種の納期が大きく短縮されていることも影響し、商談を進めやすくなっている。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・経常運転資金の貸出金が減少している。特に2024年1月は前年比73%の減少、前年四半期との比較では24%減と大きく減少している。一方、法人の預金残高は増加していることから、景気は3か月前と比較すると横ばいであると考えられる。
□	金融業（営業）	取引先の様子	・コロナ禍における行動制限はすっかり影を潜め、消費は底堅いと考えられる。しかし、3か月前と大きく変わる要素はなく、横ばいである。
□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自社の仕入量に今後も変化はない。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量や販売量の動きは鈍く、前年や前々年と売上を比較すると微減の状況が続いている。新聞の販売が減少しており、やむを得ない状況ではあるが、折込事業の減少分を物流事業の増加により補っている。全体では3か月前と余り大きな変化はない。
□	広告代理店（役員）	それ以外	・企業の社会課題解決に向けたビジネスが育ちつつあるなど明るい兆しもあるが、業況を押し上げるまでには至っていない。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先に業況をヒアリングしても変化がない状況である。
□	経営コンサルタント（社員）	それ以外	・年度末に入り忙しくなり、外部への働きかけが非常に少なくなっている。そのため、受け身状態である。
□	その他サービス業 [物品リース]（職員）	取引先の様子	・情勢は大きく変動しておらず、横ばいで推移している。業種によって差があるが、サービス業や製造業については比較的堅調に推移している。
□	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	・市町村の福祉を中心とした調査、計画策定の委託業務について、今年度の業務の工期が残り少なく、予算化されていても次年度に繰り越す市町村が増加しており、1月の発注は減少している。入札では流会も生じており、応札する業者が少なくなっている。
▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人件費や原材料の価格高騰から値上げを申し出たが、なかなか受注先と折り合いが付かないのが現状で、受注関係が徐々に悪くなっている。原価は高騰しており、再び値上げしなければならぬ状況になっており懸念している。
▲	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・主要な顧客の生産は当初計画どおりであるが、一部の顧客の稼働停止の影響が出てきている。
▲	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	取引先の様子	・正月休みもあり生産が落ちているが、それを勘案しても生産量が少なくなっている。製造メーカー数社に原因を確認したが、受注が低迷している要因は分からない。
▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年、1月は閑散期となるため取扱量は減少するが、今年は例年以上に輸入の減少が大きい。スエズ運河での問題で物流が遅延しており、加えて、中国の景気回復が見込めず、物価高による消費の落ち込みで国内消費が伸びない状況である。現在、スエズ運河での問題で物流に混乱が発生しており、一部の貨物に関しては海上貨物から航空貨物へ変更していることもあり、航空貨物が増加している。

	▲	金融業（営業担当）	取引先の様子	・住宅ローンなど貸出金利の上昇が予想される中、建築資材の高騰により住宅ローンの持込み件数は前年と比較するとかなり減少し、なかなか購買に結び付かないことに悩んでいる。それ以外の業種でも人件費や資材の高騰で投資が少なく、事業に関しては消極的である。したがって、資金需要は3か月前と比較すると減少している。
	×	—	—	—
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新年会やキャンペーン等の販売促進イベントの受注が増えている。
	○	学校〔大学〕 （就職支援業務）	求人数の動き	・内定状況は前年と比較すると若干良くなっている。現在も就職活動を行っている学生が数多いが、現時点で採用活動を継続している企業も多く、有効求人件数も前年と比較すると増加傾向である。大学への企業来訪件数も増えているが、2024年卒の目標採用人員に到達できず、採用活動に苦戦している企業が増えている。学生にとっては有利な状況であるが、一方、企業にとっては、採用活動が長期化しており、人材確保が大きな課題になっている。人手不足の状況は今後も予想され、求人の動きは緩やかではあるが拡大傾向にある。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・当社の求人数は事務業務が多いが、企業からの求人募集の問合せに関し、医療や福祉、飲食業、美容業界などからも職種を問わず問合せが多くなっており、また、営業やラウンダーの問合せも増えている。しかし、案件はあってもエントリー希望者がいないため時間給を増やして募集しているが、反応がなく人選に時間が掛かっている状況が多い。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・9月の求人数の低迷には驚いたが、年末年始の求人取扱件数も低迷したままである。明らかに景気減速が見受けられる。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・景気を好転させるような要因を見つけれない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・能登半島地震の影響はなく、大手自動車メーカーの不正問題の影響も現状ではない。一定量の取引がある事業所も人手不足であり、従業員には他の製造ラインでの仕事を行ってもらうなど、雇用継続に問題はない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・求人数は相変わらず多く、企業担当者も様々な手段で学生を探している。例えば、10年前だと学校の就職担当者が企業訪問をして求人を集めていたが、今は全く逆になっている状況である。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・現況では、景気に影響するような要素が見当たらない。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者からの応募が減少している。募集費も毎月変わらず一定額を使っているが、問合せも少なく、契約成約数もそれに比例して3割ほど減少している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年明けからバス・鉄道の公共料金の運賃やサービスが改訂され、また、終電の繰上げや減便、サービスエリアが縮小されるため、生活レベルで大きな影響が懸念される。こうした公共サービスの縮小は生活活動を制限するものであり、景気回復には悪い影響を与えるのではないかと危惧している。
	×	—	—	—