

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)	◎	観光名所（職員）	来客数の動き	・土産販売店の貸切バスの状況や居酒屋等の予約状況等を調査したところ、多くの店舗で売上が随分回復している。
	◎	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症が収束し、インバウンドの伸びが大きくなっており、中国や韓国、東南アジア系の観光客が非常に増加している。買物の動向もそれなりにあり、景気は順調に良くなっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・11月から1月までの売上が前年比10～15%低下していたが、2月に入り来客数も増加し、景気回復の兆しがみられる。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・株価が最高値になり、社会の雰囲気としては好景気のような感じを受けるが、中小企業にとっては実感が無い。円安の影響で、インバウンド消費については、堅調に推移している。
	○	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・インバウンドの来店は複数名が多く、購入は食品やラグジュアリーブランド商品など幅広いため、景気は良くなっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・全店催事やクレジット催事での来場に加え、バレンタインコレクションや物産催事への来場は好調となっている。また、試食や目当ての商品購入目的で会場周辺が混雑した状況もあった。加えて、スポーツ関連も好調で、館内は平日・土日祝日共にぎわい、客単価や商品単価が伸びている。
	○	百貨店（営業企画担当）	お客様の様子	・気温の上昇に伴い来客数が増加傾向である。そのため、高額商材の需要は引き続き堅調に推移している。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・例年と比較すると雨の多い2月であるが、来客数が前年並みに推移し、悪い影響はみられない。イベント集客も好調であり、消費意欲は高まってきている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・国内外からの旅行者数の増加により、来客数が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・景気は良い方向を示していたが、このところ、若干足踏み状態に陥りつつある。天候の悪さも客足に影響している。
	○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・外出用の春物コート需要が高くなっており、例年より客単価が上がっている。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・当地では、インバウンドが目に見えて増加しており、新型コロナウイルス感染症発生前のにぎわいに戻りつつある。消費では、質の良い物や高単価、高付加価値な物を購入するケースが増えており、円安であることを実感している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・決算の時期となり、購買意欲が高い客が多くなっている。
	○	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	お客様の様子	・前年との比較では、来客数が若干増加している。当地では海外の大型企業の進出もあり、海外の客も増え景気は良くなっている。
	○	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] (支配人)	お客様の様子	・11～12月は暖冬が報じられ、アパレルを中心に物販店舗が季節商材の販売に苦慮し、全館の動向が芳しくなかった時期である。一方、現在は当市の取組であるキャッシュレス20%還元キャンペーンの影響から、全館の流れとして活性化している印象を受けており、複合映画館ではヒット作の上映が重なり、好影響である。
○	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	・単価が上昇傾向となっており、その要因としてインバウンドが単価を押し上げている。	
○	高級レストラン (経営者)	単価の動き	・注文される料理の単価が高くなっている。国内外の客が増加しているが、国内の客の宴会や少人数の客では単価は安くなり、インバウンド客は高単価な食事を注文する傾向にある。	

○	居酒屋（経営者）	単価の動き	・インバウンドが徐々に増えており、メニュー価格を若干値上げしたが、問題なく注文がある。
○	都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・客の問合せや宴席件数が上昇している。
○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・海外旅行商品と海外手配の販売量が、3か月前より増加している。
○	観光名所（従業員）	販売量の動き	・来客数が増えており、それに伴い販売数も増加している。
○	設計事務所（代表）	来客数の動き	・案内の数が増えている。
○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・子育て世帯への住宅関連の支援策もあり、若い世代の動きが出ている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・このところ、商圏内ではスーパーマーケットが出店したため、客の動向が気になっている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・暖かい日もあるが、商店街の来街者数が増加していない。
□	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・中央市場の相場は2～3か月前と比べると変わらず、当地は極寒になることもなく穏やかな気候となっており、地元の野菜が順調に出荷されている。単価が落ち着き商売がしやすい状況である。
□	一般小売店〔生花〕（経営者）	来客数の動き	・2月24日に当県で海外の半導体企業の開所式があり、売上を期待していたが全く注文がなく、今後が気になるところである。
□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	お客様の様子	・株式市場は最高値を日々更新しており、大型デパートや人が集まる都市周辺では集客が多い状況であるが、周辺の景気は全く回復していない。初売りで商品値引きをして、その効果に期待をしていたが、売上は横ばいである。
□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・3か月前と比較すると客は節約しており、消費につながる購買行動にはなっていない。
□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・食料品や飲食、婦人雑貨等の売上は回復傾向にあるが、紳士・子供関連の売上が悪く、全体的に売上が伸び悩んでいる。インバウンドにおいては、時計等の高額品が売れるようになっているが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況にはない。
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・季節の変わり目となっているが、今年の冬は気温が高めとなり、冬物の最終処分が動かなくなっている。客はあらかじめ購入するということはなく、必要になって購入することが圧倒的に多い。無駄な買物はせず、必需品を必要になってから購入する姿勢が定着しつつあり、買物に対する慎重さは根強い。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・インバウンド需要も増加しており、中国からの個人客は確実に増えつつある。モノ消費からコト消費へスライドが顕著となっており、期待どおりに収益につながっていない。また、単価上昇は顕著な状態で、来客数減少を補う構図は変わらず、どうにか前年の売上を保っている状況である。
□	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・値上げの影響で売上は前年を上回っているものの、物価高のマイナスの影響で来客数や買上点数が前年より減少している。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・前月と変わらず、客の購買意欲は薄く、単価の抑えられている商品の方が売れ、客単価は物価上昇分だけ増加し、来客数は横ばいの状況である。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・キャンペーン商品に対する反応は良いが、全体的には横ばいである。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・景気は相変わらず低いままであるが、春には動きが出てくると期待している。
□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・11月と比較すると、気候の影響もあり出足が少ない。客は政治が不安定なことなどで買物をする気分にはなれないと消費意欲が減少している。
□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・例年この時期には、新生活の需要があるが、今年は売上が非常に少ない。また、必要最小限の物をそろえる傾向になっており、売上も下がっている。

□	乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・新車の配給が依然として安定しない。半導体不足に加え、大手自動車メーカーの不正問題などの影響で新車生産が増えていないのが原因である。多くの受注残があるため、早急な増産を望んでいる。
□	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・新型車はなく、来客数は若干減少している。しかし、販売台数は、高水準を維持している。
□	住関連専門店 (経営者)	お客様の様子	・都市部でのキャンペーンは、来客数や売上共に悪い状況である。また、店舗への来客数は多かったが、売上にはつながらっていない。
□	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月の来客は、大人数よりも少人数で部屋が埋まっていく状態で、売上は増加しないが忙しい月である。
□	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕 (経理)	それ以外	・物価上昇分に見合った給与所得の上昇には至っておらず、個人的な景気には変動がない。会社の業績は改善しつつあるものの、コロナ禍で増加している負債への対応が優先となり、社員への還元まで至っていない状況である。
□	観光型ホテル (専務)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響を受けなくなっており、週末や連休は大人数や家族連れが多く、景気も若干良くなっている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・人の動きは良くなっているが、曜日により売上にばらつきがある。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・学校行事や歓送迎会などイベントを控えているが、物価上昇などもあり、市民の動きの悪さは相変わらずである。国内外からの旅行者の活気やイベントの充実で、かき消されている。
□	通信会社(企画担当)	販売量の動き	・光回線の販売件数が横ばいである。
□	通信会社(役員)	お客様の様子	・高額プランから低額プランへの変更が続いている。
□	ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・以前は2月と8月が閑散期であったが、コロナ禍以降閑散期でも入場者が余り減少しない傾向が続いている。今後1～2か月は韓国からの来場も予想されている。
□	美容室(店長)	お客様の様子	・寒くなったり、暑くなったり気温の変化が著しく、体調が悪くなる人が多くなり、来客数が減少している。
□	その他サービスの動向を把握できる者(所長)	販売量の動き	・売上や来客数等に余り目立った推移はない。
□	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類感染症へ移行し、医療機関における病床確保から入院患者確保へシフトしたため、要介護度の高い客のうち、在宅医療が必要な客の紹介が減少しており、損益にも影響が出ている。
□	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)	来客数の動き	・サービス業では、コロナ禍を受けたことで新しい市場環境へ変化しており、当分市場規模が以前の環境に戻ることに期待しにくい。
□	設計事務所(所長)	単価の動き	・建築関係では、材料や製品単価の上昇が続いているが、仕事に対する対価は増加していない。生活必需品の価格上昇もあり、可処分所得が目減りしている。
▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・年末と比較すると売上は大幅に減少しており、街が冷え込んでいるとみられる。
▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・必需品は購入するが、そうでない物は慎重に選ぶ客が多いため、購入までに時間が掛かり、売上は減少している。
▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの影響があり、学校が閉鎖になったり、買物にも影響が出ている。
▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・天候不順に加え、食料品をはじめとする生活必需品の度重なる値上げの影響で衣料品などの購入を控える客が多い。

	▲	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	お客様の様子	・海水温やしけの影響で魚が非常に少なく、そのため価格が高くなり、売れない状況である。他の食料品も価格が高くなっているため、魚までなかなか手が出せず、飲食店向けも動きが悪い。
	▲	百貨店（経営企画担当）	販売量の動き	・バレンタインについては前月に引き続き好調となっており、幅広い年代においてプレゼント用だけでなく自分用の購入も多く見受けられる。一方、特選関係や衣料品については苦戦しており、物価高騰が大きく影響している。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・1人当たりの買上点数は、前年を下回り続けている。購入するものを絞り込んでおり、景気は後退傾向にある。
	▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・今までは値上げによる商品単価の上昇で、買上点数が減少しても販売額が維持されていたが、このところ単価の上昇が鈍化している。当地区ではそれほどでもないが、近隣地区では単価が落ちている状況で全体的に厳しく、消費者は生活防衛のため慎重になっている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・天候悪化が続き、人の動きが低迷している。そのため、来店頻度は減少しており、主力のファーストフードや食料品の販売は下降気味である。
	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・通常客単価が高い時間帯は夕方から夜にかけてであるが、この時間帯の来客数が減少している。販売量の動きも減少しており、それに伴い単価も落ち気味である。朝の状態は前年を回復しているが、今後、昼から夜にかけて単価や来客数の減少が懸念される。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数の減少傾向が止まらない。携帯電話の法改正で前倒し需要が発生したこともあり、売上も減少傾向である。
	▲	乗用車販売店（役員）	お客様の様子	・大手自動車メーカーの不正問題やそれに伴う出荷停止、配車遅れ、新型車発表延期など客の購買マインドに水を差す状況が続いている。販売側にも販売可能車種の縮小や、客対応でかなりの負荷が掛かっている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・前月と比較すると景気は上向いているが、11月と比較すると稼働率や販売単価は低下しており、客の宿泊件数に差がある。
	▲	美容室（経営者）	販売量の動き	・2～3か月先は徐々に景気が良くなると予想しているが、メーカーなどから価格引上げを伝えられており、消費者からはなかなか受け入れてもらえず、景気回復が遅れている。
	×	住関連専門店（従業員）	お客様の様子	・例年であれば大学の合格発表があり新生活需要が高まるが、その需要の出足が遅い。加えて、低価格帯の商品でも購入決定をちゅうちょする客が多くなっている。
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	・1月からの受注が好調である。
	◎	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・海外企業開業の報道があり、外国人も含め街中に人があふれている状況である。特に飲食業では売上が大きく伸びており、不動産関係の企業も景気が順調になっている。
	○	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年1～2月は非常に厳しい数字になるが、今年の1月は記録的な売上で利益が多くなっている。2月の売上も計画どおりに進んでおり、利益も過去最高になるのではないかと予想している。要因は社内生産性の向上と外部要因としては外食や量販、メーカー向けが好調であることである。また、卵消費の不振で低価格で早期出荷があり、工場はフル操業で動いている。そのため、全てがうまく流れ、例年厳しい1～2月を何とか乗り切れそうである。
	○	食料品製造業（経営者）	それ以外	・半導体の大規模生産工場が稼働し始める。異業種ではあるが、県内の様々な産業に良い影響を与えると予想される。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が徐々に上向いている。恐らく、車関係や家電関係の動きが少しずつ良くなっていると考えられ、忙しくなっている状況である。

○	電気機械器具製造業（取締役）	受注量や販売量の動き	・省力化や省人化に関する取引先からの引き合いが強い。また、半導体関連での設備投資意欲も引き続き強い。
○	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・通常の年度末と比較すると今年度は、若干忙しい状況であるが、3月には少しずつ閑散としてくるのではないかと心配している。まだゼロ債等が発注されていないため、早期の発注を望んでいる。
○	金融業（従業員）	取引先の様子	・住宅販売はやや弱含みながら、百貨店やスーパーマーケット、コンビニエンスストアの売上は回復しており、設備投資も高水準で推移している。また、飲食店のほか旅館・ホテル等の旅行や観光関連業種の売上も増加傾向を示している。
○	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・このところの仕事の内容が、徐々に良好となっている。
○	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先では、人材投資に力を入れ始めていることが伝わってくる。
□	繊維工業（営業担当）	それ以外	・受注は安定して、様々な値上げも落ち着いている。しかし、人手不足や高齢化によって、仕事への意欲不足がみられる。特に高齢者の職離れがあり、引き止めることが大変である。
□	その他製造業 〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・受注状況が余り良くないため、生産は若干落ちている。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・春節の影響を考慮しても、今月はかなり荷動きが悪い。スエズ運河の件などもあり、輸入量自体が落ち込んだり、遅延状態になっている。輸出に関しても、大手自動車メーカーの不正問題の影響もあり低調である。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・陸送貨物の量は、相変わらず多くはないが、ドライバーの人手不足が顕著となっており、トラックはあるが動かす人がいない状態が増加している。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・地域の有力企業では賃上げの動きが出ているが、中小・零細企業がすぐに追随する流れには至っていない。また、大型イベントが続き、宿泊施設は活況を呈している。
□	金融業（営業）	取引先の様子	・個人消費はコロナ禍の収束により順調に推移しているが、3か月前と比較すると大きく上向いているとはいえず、横ばいである。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先である住宅関係や不動産関係の中小企業では、前年後半から住宅の需要がなく、住宅ローンが急減している。また、不動産会社の戸建て住宅の分譲用地に関しても、割高感と資材高騰で業者の仕入れも少なくなり、土地の仕入れは慎重になっている。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・経常運転資金を用途とした貸出金が減少している。2024年2月は前年比16%減、四半期前との比較では10%減となっている。一方で、法人の預金残高自体は増加しており、景気は3か月前と比較すると横ばいである。
□	新聞社〔広告〕 （担当者）	受注価格や販売価格の動き	・テレビCMなどの広告申込みは比較的好調と聞くが、新聞広告の申込みは少ない。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・この3か月を比較すると、当社の売上は前年比で微減が続いているが、利益は微増となっており、全体では景気は変わらないと考えている。
□	広告代理店（役員）	取引先の様子	・観光産業など活気が出始めているが、全体を底上げする要因にまでは至っていない。
□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・12月決算に入り、内向きの業務に集中しているため、特に目立った動きはみられない。
□	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	取引先の様子	・依然として物価高騰の状況は変わらず、設備投資も伸び悩んでいる。一部の事業者においては、好景気が要因で投資も増加しており、事業者で差がみられる。
□	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、設計業務の委託を請けているが、令和6年度の業務の発注が始まっている。現在多くの業務を抱えているコンサルタントも入札に参加しており、低価格で落札されている。

	▲	*	*	*
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年末の商品値上げの動向が産地全体に影響しているため、注文が減少し、メーカーや商社の売上は減少していると考えられる。当社でも2月の売上は前年比で2割減少しており、特にふるさと納税の利益幅が多いため、売上の落ち込み方が全体的にひどい状態である。
雇用関連	◎	—	—	—
(九州)	○	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・派遣契約の交替が、直接雇用での採用に切り替わっている企業が目立っている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・集客イベントが増加しており、また、売上に直結するキャンペーンも増加しているため景気は良くなっている。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・2月に入り、2024年卒の就職活動はほぼ終わりを迎えているが、現時点で採用活動を継続している企業は多く、有効求人数の件数も前年と比較するとかなり増えている。また、大学への企業来訪件数も増加しているが、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。企業の採用意欲は底堅い状況であるが、一方で、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、拡大傾向にあると予測している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は増加せず、派遣スタッフ終了時の後任についても注文にはならず、欠員のままでしばらく様子を見る企業が多い。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・今月は新規の問合せが少なく、また、登録者数も伸び悩み苦戦している。
	□	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・例年1～3月は最も求人が活発になる時期であるが、今年は勢いが無い。街ではインバウンド客を多く見掛けるが、全体的に人の動きは今一つである。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・インバウンド景気は注目されるが、生活者としては景気好転の材料を見つけられない。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・新規求人数は減少している状態である。新規求職者数は増えているが、就職者数や充足数は若干減少傾向にあり、製造業や介護や調理等のサービス業などで人材確保が難しいとの相談が寄せられている。求職者数の高齢化により、若年層を求める企業と登録している求職者に大きく隔たりがある。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求職者数の動き	・新卒の採用で、既に2025年卒の学生を対象とした動きになっているが、前年と比べ早期化が進んでおり、来年就職の学生で、既に内定をもらっている学生が多数いる状況である。そのため、売手市場になっており、採用マーケットは学生優位の状況である。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・現時点で景気に変化をもたらす要素が見当たらない。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年末年始から企業や団体の会合が再開されているが、会費が2～3割増しになっている。また、大手企業の一部の会合は派手にせず、会合をしない企業団体も少なくない。にぎやかな景気回復というイメージはなく、現状維持又は後退とみている。
	×	—	—	—