

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)	◎	一般小売店〔生花〕（経営者）	・これから2～3か月は繁忙期となり、花の消費時期となる。卒業式や入学式、母の日など需要がある行事が多くなる。年々猛暑となり、切り花が保たないため夏が心配であるが、目の前の販売方法から考えていきたい。
	◎	百貨店（営業担当）	・人気の物産催事や学生服採寸、子供催事があり来店促進につながっている。また、クルーズ船の寄港予定も増え、国内外の観光客で街がにぎわいをみせており、土産需要や美術工芸品需要の増加も見込まれる。加えて、店頭では食品に加え、紳士用品や雑貨・婦人用品・化粧品・インポートブランド・舶来雑貨需要が好調で、新生活開始のためのリビング用品需要も期待ができる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・3か月先の宿泊は学会やイベントのシーズンを迎えるため、景気としては上向きと捉えている。
	◎	観光名所（従業員）	・春には学生の休みなどがあり、来客数や販売数が増加する見込みがある。
	◎	競馬場（職員）	・株高や賃上げにより、販売量がこのまま増加傾向で継続していくと期待している。そのため、今後の不安要素は見受けられない。
	○	商店街（代表者）	・当店の客は年金受給者の割合が多いため、年金額が下がると売上は落ちていき、景気は良くない。しかし、給与上昇という期待感もあり、若干景気は良くなる。
	○	商店街（代表者）	・現在ノベルティの案件が増えており、4月まで続くと考えられ景気は若干良くなる。
	○	商店街（代表者）	・暖かくなると人の移動も多くなり、消費につながっていくことに期待している。
	○	商店街（代表者）	・今月と変わらず、やや良くなるように顧客対策を進めていく。
	○	一般小売店〔青果〕（店長）	・そこそこ寒さも緩んでおり、人の流れも良くなってくる。当地特産のギフトが始まり、ポンカンのギフトは順調に売上がある。柑橘系果物のギフトも前年と比べ売上が増加することを期待している。
	○	百貨店（営業企画担当）	・卒入学や異動、行楽で人流が活発化することに伴い、その用途に合わせた需要が増加すると想定している。
	○	スーパー（企画担当）	・春闘を迎え、賃金上昇の情報が流れており、消費意欲も少しずつ高まってくると予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・社会全般の景気は上向きで推移しており、大手企業の賃上げ幅も高く、一般消費も活発になると予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・新年度に向けての賃上げ等、景気の良い話もあるが、身近な中小企業の従業員までには及んでいない。しかし、全体では賃金増加の傾向になると考えている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・株価が賃金に影響し、景気が上向くことに期待している。
	○	家電量販店（従業員）	・新生活に向けて、家電の需要が増えると予想している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・気候が良くなってくると外出も多くなっていくため、2～3か月先の売上は上昇すると予想される。また、海外の大型企業の進出に伴い、海外からの来客数が増加しているため、今後の売上増加も見込まれる。
	○	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〕（統括者）	・外国人による消費や単価の上昇ではなく、内需による押上げがみえてこない限り経済力は測れない。
	○	高級レストラン（経営者）	・周辺では会合が増えており、また、3～5月まではイベントが重なるため、景気が落ちる心配はないと考えている。
	○	一般レストラン（スタッフ）	・季節的なこともあり2月の売上は減少するが、3月後半からの人の動きに期待している。
○	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・国内消費及びインバウンド需要共に増加している実感はあるが、物価上昇と給与所得の比較では、物価上昇が先行しており、個人での景気の良さは実感できない。	
○	旅行代理店（職員）	・ゴールデンウィークや夏に向けての旅行需要が高まる。	
○	タクシー運転手	・賃上げに対する期待感やイベントが多くなる時期で、景気の上向きが期待できる。	

○	通信会社（社員）	・業界全体で需要が増える時期である。
○	観光名所（職員）	・来客数が増加している一方で、タクシー会社の運転者不足が大きな問題である。客がタクシーを待っても来ない、予約が取れないなど苦情が多発している。
○	美容室（経営者）	・2～3か月先は、暖くなるため業界では動きが出てくる。商品値上げの要因も多くなっているため、値上げを客から受け入れてもらえるようになり、景気は徐々に横ばいから上向きになっていく。
○	理容室（経営者）	・3月以降は人事異動や卒業、就職などが始まり、人の移動で景気も良くなっていく。
○	美容室（店長）	・卒業式の着付けの予約が入るようになり、徐々に景気は良くなると予想している。
○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・米国が港湾サイバー対策を強化しており、大統領令発布に伴い重要顧客の株価が急激に回復している。更なる受注量の増加が期待され、当社にもその好影響が期待され、先行きは明るい。
○	住宅販売会社（従業員）	・大手3行の10年固定金利が引き上げられ、資金計画の面からも客の動きが徐々に活発化してくる。
○	住宅販売会社（従業員）	・円安や物価高騰の問題もあるが、株価も上昇し、インバウンド効果で一部の業界は景気が上向いている。加えて、賃上げも行われていけば、懸念材料があるものの景気は良くなっていく。
□	商店街（代表者）	・株価は上がり戦後最高値の報道であるが、商店街の実態では景気上向きを実感できない。また、賃金を上げようにも、商品の売上が増えないため昇給が難しい。売上が若干増加しても、仕入価格が上がっており、利益が減少している商店もあるのではないかと考えられる。
□	商店街（代表者）	・最近では商店街の若手役員が、客の集客のため商店街のイベントやお買い得情報を発信しており、若手の後押しをして頑張っていきたい。
□	商店街（代表者）	・物価高の影響で消費が余り伸びていない。今後も商店街は来街者数や売上が厳しい状態が続くと考えられる。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・よほど漁獲量が増えなければ好転しないと考えている。一般小売では売行きが悪いため、飲食店向けに力を入れているが、コロナ禍が落ち着いても飲食店は回復が難しい状況である。また、その他の食品も価格高騰しており、給料などの収入が増えなければ、魚業界はかなり厳しい。
□	百貨店（企画担当）	・例年、3か月後の春から初夏にかけては景気の横ばいが続くとして予測している。株価と天候の変動によっては、どちらもマイナスになる可能性がある。
□	百貨店（経理担当）	・来客数は増加傾向にあるため、今後も食料品や飲食の売上は好調に推移すると考えている。紳士・婦人衣料等では、前年並みの売上を見込んでいるが、全般的に消費マインドが依然として弱い。
□	百貨店（経営企画担当）	・春物の需要が多くなる時期であるが、現状ではやや動きが鈍くなっており、食品催事も動向に若干陰りがみえている。
□	百貨店（業務担当）	・インバウンドの売上は増加し、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。今後の減税分の支給などへの期待感から購買につながることを期待しているが、多くの客は、この物価上昇により、今までと同じ買物をして出費が増加していると嘆いている。
□	スーパー（店長）	・今後、減税施策や児童手当拡充等控えているが、余り景気には影響しないのではないかと判断している。今後も現状のトレンドで推移すると予測している。
□	スーパー（総務担当）	・消費者の生活は物価高に対する消費の引締めとなって表れており、実質の所得がなかなか増加しない状況では、景気が良くなる要素が乏しい。
□	コンビニ（経営者）	・コロナ禍には少なかった異動や引っ越しが、この春に再び増加しており、商圏の人口は増える見込みである。
□	コンビニ（経営者）	・3か月後は、物価上昇と賃上げ状況によって、大きく売上が変化すると予測される。
□	コンビニ（店長）	・株は上昇しており金融機関や投資家にとっては好影響であるが、コンビニエンスストアの利用者の懐具合は変わっていない。

□	衣料品専門店（店長）	・天候の変化が激しいことが懸念だが、今後、景気が回復に向かってほしい。
□	衣料品専門店（取締役）	・5月は気候が温暖になり、人の動きが出てくるが、このことは季節要因であり、大きな要因としては商品の値上げの影響で、客の購買意欲は必要以上には喚起できないのが現状である。
□	家電量販店（店長）	・携帯電話の前倒し需要の影響もあり、浮上する材料が見当たらない。
□	家電量販店（店長）	・全体的に家電業界が冷え込んでいる。来客数や売上共に大幅に減少しており、現状では回復する要素が見つからない。
□	乗用車販売店（総務担当）	・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ない。今後、2～3か月で解決するような案件ではないため、当面は現況が続く。
□	乗用車販売店（役員）	・当分は現状の混乱が回復できる見通しが立たない。また、生産体制が回復しても販売現場の正常化には時間が掛かると予想される。
□	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。
□	乗用車販売店（役員）	・客の自動車業界への厳しい反応が心配である。
□	住関連専門店（経営者）	・円安による原材料の値上げがまだ続いており、客の購入は慎重で購入までに時間が掛かっている。置き家具に関しては、まだ景気回復感がない。
□	住関連専門店（従業員）	・当社ではネット販売などをしていないため、これから気候が温暖になり、人通りも多くなることから店舗への来客数増加を見込んでいる。また、大学の入学式など新生活需要の高まりを期待しているが、消費者の儉約思考が当面続くことを見越し、景気は変わらないと考えている。
□	高級レストラン（経営者）	・来月の予約状況は、余り良い出足ではない。2月同様に3月の予約が増加していけば安心できるが、景気が不透明であるため予測ができない。当店のある繁華街でも余り人通りがなく、3～4月は歓送迎会などのイベントで、客が増加し忙しくなることに期待している。
□	スナック（経営者）	・2月に入り来客数が減少している。同業者や仕入先でも景気は良くない状況である。物価高が響き、外食機会が減っていると考えられる。しかし、インバウンド客の来店が増加しており、売上の減少に歯止めを掛けてくれている。
□	観光型ホテル（専務）	・旅行需要が安定しており、先行きに期待できる。
□	観光型ホテル（支配人）	・売上は、宿泊の減少分を好調な宴会やブライダルで補うところにとどまりそうである。
□	都市型ホテル（販売担当）	・宴席件数は7割上昇しているが、コロナ禍を経て様々な会が解散しており、余り変わらない状況である。
□	タクシー運転手	・景気は良くなっているといわれているが、消費者には実感がない。
□	通信会社（企画担当）	・獲得する見込み客や引き合いがやや鈍化しているが、販売見込みを下げるほどではない。
□	通信会社（企画担当）	・引越シーズンに起因する販売件数の増加は見込めるが、その想定以上の増加を期待できる要因がみえない。
□	通信会社（役員）	・今年に入っても物価上昇が続いているが、一部企業を除き地元の賃金は、据置き状態が継続している。
□	ゴルフ場（従業員）	・入場者は順調に推移しているが、各種物価高騰が続いているため、景気が良くなっているとは考えられない。
□	ゴルフ場（営業）	・ゴルフ場の予約数に大きな変動がない。
□	設計事務所（所長）	・引き続き材料や製品単価の上昇が続く見込みであるが、仕事に対する対価の上昇は期待が薄いと考えられ、特に地方の個人や中小企業では懸念される。
□	設計事務所（所長）	・当社の結果は2～3か月先になり、現況が変わらないため、先行きは変わらない。
□	設計事務所（代表）	・金利の上昇もあり、景気は変わらない。
▲	商店街（代表者）	・現役世代は給与の引上げがあるが、地方では高齢者の年金生活者が多く、購買には慎重である。
▲	一般小売店〔精肉〕（店員）	・人手が足りず需要に応えられないため、景気はやや悪くなる。
▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・物価は高騰しており、その影響を受け小売店への客足は伸び悩んでいる。例年では繁忙期であるが、数年前から売上は減少傾向にあり、日本茶の今後は厳しい状況である。

	▲	百貨店（企画担当）	・ゴールデンウィークが終わると、ファッション関連の動きが鈍くなると予想される。
	▲	スーパー（店長）	・大手企業を中心に賃上げの傾向であるが、それ以上に家計を圧迫する状況が続くと予想され、景気が浮揚するとは考えにくい。
	▲	スーパー（経理担当）	・近隣地区の景気の厳しい状況を受け、当地区に影響が出るおそれがある。
	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・商品単価の上昇に伴い、買い控えが発生している。来客数の伸び悩みから脱出できず、暖かくなっても来客数が戻る気配がないため、この状態がしばらく継続すると予想される。
	▲	衣料品専門店（店員）	・コロナ禍が落ち着き、前年のような特需がなくなり、購買意欲も下がるのではないかと心配している。
	▲	家電量販店（店員）	・特に冷蔵庫やエアコンなど単価が上がってしまった商品ほど売れにくくなっており、売上が前年を割っている状態が続いている。要因としては、中小企業の賃上げ状況が悪く買い控えが発生していることが挙げられる。故障しなければ買換えず、加えて単価の低い商品を購入するため、中小企業の賃上げがあれば先行きは良くなっていくが、現状では厳しい。
	▲	家電量販店（店員）	・株価好調や円安効果で、一部の企業では業績を伸ばしているが、多くの企業ではその恩恵にあずかれない。従業員に還元できない状態では、毎月の物価高に不満が出てくるのではないかと懸念される。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・物価上昇の影響で、購入意欲が下がると予想される。
	▲	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）	・キャッシュレスキャンペーンの反動が確実に訪れる想定をしている。当ショッピングセンターでは、前年同期に別棟で電気店が開業した時期と重なり、電気店による特需により、前年は高水準で全館売上が推移していた。このため、前年と比較すると苦しい商況がゴールデンウィークまで続くと思込んでいる。
	▲	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）	・4月からの報酬改定で、在宅介護サービスの中核を担う訪問介護事業がマイナス改定となり、多くの在宅サービス介護事業者が減収になることが想定される。
	×	商店街（代表者）	・株価に動きがあり、若干景気が落ち込むと予想している。
企業 動向 関連 (九州)	◎	電気機械器具製造業（経営者）	・主要取引先からも増産対応の要請を受けている。
	◎	経営コンサルタント（代表取締役）	・前年の11月から人の動きが活発になっていることを実感しており、当面は順調に動いていく。
	○	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3月納期の案件が控えており、ある程度の売上が見込める。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・産地全体や当社にしても、商品の値上げの影響で最も荷動きが悪い。これ以上悪くなることはないと考えており、2～3か月先の荷動きは増加すると期待している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・当社ではIC関係の動きに左右されるが、各メーカーではIC関係の供給が良くなっていると考えられる。それに伴い、当社の受注量も少しずつ増加していくことが予想される。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・製造・製作スペースと人員の確保次第ではあるが、仕事は途切れない状況にある。
	○	通信業（経理担当）	・期末に向けて順調に受注が増加している。来期も引き続き客の投資意欲が続くと見込んでいる。
	○	金融業（従業員）	・自動車の販売がやや鈍化しているものの、百貨店やスーパーマーケットの売上は増加している。また、設備投資や公共工事は高水準で推移し、旅行や観光関連業種の売上も増加している。そのため、労働需給や所得環境が人手不足を背景に緩やかに改善している。
	○	金融業（営業担当）	・これから入学式や卒業式で新年度を迎えるに当たり消費は増え、小売業の売上は増加すると考えている。賃上げ等によっては、中小企業の動きは前向きに転じると予想しているが、2～3か月先は若干良くなる程度で、全体的には変わらない。

○	金融業（営業）	・株価が史上最高値を記録したことにより、心理的な景況感が良くなると考えている。また、4月以降に賃上げも期待され、現在個人消費は底堅く、今後上向き要素は多い。
○	不動産業（経営者）	・周囲の動向や意見交換で、景気が徐々に良くなっていることを実感している。
○	経営コンサルタント（社員）	・確定申告の時期を終えると、積極的に外部に働きかけるようになるため状況は良くなる。何か新しい取組も考えているところである。
○	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webや資料請求サイトのアクセス数や問合せ件数が増加しており、状況はやや良くなっていく。
○	その他サービス業〔物品リース〕（職員）	・設備投資の需要が高まる年度末を迎え、今月よりも一層動きが活発化すると予想される。
□	繊維工業（営業担当）	・人手不足の状態が落ち着かないため、景気の安定が難しい。
□	家具製造業（従業員）	・4月までの当面は繁忙期のため、業界全体としての景気は上向きになる。
□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・ラインの増設や新機種の生産を開始する企業もあれば受注量が落ち減産する企業もあり、難しい状況であるが、自動車向けの景気は比較的好調である。
□	建設業（従業員）	・公共工事の公示がされないため、特に変化はないと考えている。
□	輸送業（従業員）	・好転する要因が特にない。
□	輸送業（総務担当）	・ドライバーの労働規制施行により、倉庫業者及び運送会社にとって大打撃を受けることは間違いない。荷主は、配送料金の値上げには理解を示しているが、人件費の上昇に関しては厳しい姿勢である。景気自体に影響は及ぼさないが、物流会社にとっては利益の減少が見込まれる。
□	通信業（職員）	・電気工事は大幅に受注量が増えているが、情報通信工事に関しては横ばいが続いている。そのため、部門としての年度目標額に届かない見込みである。
□	金融業（調査担当）	・長引く物価高や混とんとした国際情勢に大きな変化はなく、当面は現状維持が見込まれる。
□	金融業（調査担当）	・新規設備投資資金の実行額における前年比の増減率が、四半期前と比較すると13%減少となっているが、大きくは変わらない水準であるため、2～3か月先の景気に余り変化はない。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらない。
□	広告代理店（従業員）	・当社の業績面では、効率化が進んだことにより減収増益の基調が続いており、今後もその傾向が続いていく。
□	広告代理店（役員）	・一部の産業で活気が出ているが、現状の評価としては変わらない。
□	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・令和6年度業務の発注のためのプロポーザルが始まっており、企画提案書の提出が3月末の自治体が多い。プロポーザルの企画提案書の作成は、手間が掛かるため、募集をしても参加者が少なく、自治体から入札参加依頼の電話が掛かってくる。2月に受注しても、支払は来年度末であるため、景気自体には影響がなく、景気は変わらないと予想される。
▲	農林水産業（経営者）	・原料となる鶏に関しては、農林水産省の指導による早期出荷によって4～5月は減少する。加えて、原料価格等も内需の要請でコストが上がるのが予想され、原料不足により工場の稼働が悪くなっていくことが最も苦しいところである。今のところ販売は順調に推移しているが、4月以降は2024年問題の物流改革や人件費の上昇など厳しい状況が予想される。また、製品の値上げにも限界があり、生産にも限界がきている。今年度の好調とは裏腹に来期は厳しい年度になりそうである。
▲	化学工業（総務担当）	・損益は余り良い状況ではなく、当面この状態が続くと予想される。
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客からの受注の見込みが少ない。
▲	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・輸出車両の生産調整による数量減少や、一部の稼働停止による数量減少など、当社の売上主力2社が減産傾向にあるため、若干景気が悪くなっていく。

	▲	建設業（社員）	・手持ち工事や未着工工事もあり、現状であれば景気は悪くはならないが、ゼロ債や補正分が早期に発注されなければ景気は悪くなると考えられる。今の段階で民間工事の引き合いが全くないため危惧している。
	×	—	—
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・イベントや宴会、展示会などの引き合いが増えている。
	○	人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークに向けた派遣求人数が、前年を上回るペースで入っている。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・日本経済は緩やかに回復する見通しであり、好調な企業収益が物価高を上回る賃上げや、将来を見据えた設備投資の拡大などの前向きな支出につながると予想されている。また、高水準の企業収益を支えに、企業の設備投資は増加する見通しとなっている。加えて、人手不足の深刻化を背景に省力化などに向けたデジタル投資が活発化するほか、生産拠点の国内回帰も進展する見込みであり、企業の採用意欲の底堅さは今後もしばらく続くと予想している。
	□	人材派遣会社（社員）	・年度末の注文が、現時点で例年よりも減少している。派遣に依頼しなくても、自社内で対応できており、求人数が伸び悩んでいる。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数や求職者数が伸びるとよいが、直接雇用の案件も人選に苦戦している状況であるため、景況感としては余り変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・例年、4月までは求人数が活発であるが、ゴールデンウィーク後は落ち着いてくる。当地の経済も何とかインバウンドに支えられているが、やはり、諸物価の上昇が生活を圧迫しており、先行き不透明である。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・就職や転勤、入学など生活が変化する新年度を控え、その環境に備えた消費行動が期待できるが、物価高により景気は現状維持だと考える。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者数が増加傾向に推移しているため、転職活動が活発になってきたものと推測している。しかし、就職件数は増加しておらず、人手不足が続いていることから、今後の景気は横ばいが予想される。
	□	職業安定所（職員）	・2月に大企業の賃上げ決定のニュースがあったが、管内は小規模な事業所が多く、賃上げが物価上昇のスピードに追いつけていないことなど、景気が好転する理由が見当たらない。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・人材不足が継続しており、求人数が多い状況は継続しているが、一方で学生数は限られ、需給のバランスで考えるとしばらくこの状況が続く。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・今後の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）	・ITや輸出など一部業界の株高により金融関係の良い情報は入ってくるが、災害や増税などもあり、その他の業種ではほとんど恩恵がなく、社会生活全般への景気回復は程遠い。引き続き景気は変わらないか悪くなると予想される。
		×	—