

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)	◎	住関連専門店（従業員）	・近年の酷暑化により、一晚中冷房をつけている家庭が増えている。そのため、ここ数年は手頃なタオルケットよりも単価の高い掛寝具の需要が高まっており、これからの夏物商戦において、例年以上に客単価が高まることに期待をしている。
	○	スーパー（総務担当）	・期待も込めて、5月以降の来客数や買上点数は増加を見込んでいる。株価下落や金利上昇、円安など物価を左右するマイナス要因も考えられるが、値上げがある程度浸透していくのではないかと考えられる。賃上げやボーナス増加、パリオリンピックなど明るい話題もあることから、消費マインドがプラスに動く予想している。
	○	コンビニ（店長）	・コロナ禍が落ち着き、見通しが明確になってきたことで、売上が堅調に伸びている。
	○	家電量販店（従業員）	・気温の上昇が家電の需要を後押しすると期待している。
	○	乗用車販売店（役員）	・大手自動車メーカーの不正問題による、販売現場での混乱状態が解消に向かい、加えて、新型車投入の効果により今後の景気回復に期待している。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・前年と比較すると売上が増加している。外国人客など新規の客が増加しており、今後の予想としては、売上が上向いていく。また、夏になるとリキッドコーヒーの需要が多くなり、2～3か月先の売上は順調だと期待している。
	○	観光型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルス感染症が収束してから好調であった宿泊は、今後は横ばいから微減を見込むと予想される。一方、宴会・婚礼の問合せや予約は増加している状態である。
	○	タクシー運転手	・歴史的な円安が続いており、インバウンドは堅調となっているため、この景気の良さは続くと考えられる。
	○	観光名所（従業員）	・ゴールデンウィークにより、来客数や販売数が更に増加していく。
	○	観光名所（職員）	・ゴールデンウィークが間近になり、市外からの観光客も多くみられ、景気は上向いていく。
	○	理容室（経営者）	・今月は年度初めのため卒業や転勤、就職により人の移動が多く余り状況は良くない。業種的に2か月後でなければ新規の客が増えないため、厳しい状態である。今後は、人の動きが出てくることで景気は良くなっていく。
	○	住宅販売会社（従業員）	・一部ネット銀行の住宅ローン変動金利上昇が発表され、今後金利動向を確認しつつ住宅を検討する客が増加すると予想されるが、販売面では今の状況が続くと考えられる。
	□	商店街（代表者）	・様々なイベントによって人の動きが増加しており、それに伴い消費も増加している。
	□	商店街（代表者）	・2～3か月先もやや悪い商況が続くと覚悟している。
	□	商店街（代表者）	・今年に入って4か月が過ぎようとしている。この時期の飲食店では歓送迎会等があり、多少景気が良くなっている。しかし、物販小売業では、全体的に良くなっていない。また、ほとんどの食品が値上がりしている状況であるが、多くの人は昇給が少ないのではないかと推測している。そのため、景気が良くなるとは考えられず、現状維持が続く。
	□	商店街（代表者）	・現在、大変厳しい状況である。周辺では観光客等の要因から景気が良い話題もあるが、当市内では余り観光客が見当たらず、今後、観光で利益を上げた事業者の消費が旺盛になれば景気に変化が出てくると考えている。
	□	商店街（代表者）	・2～3か月先の先行きは不透明であるが、ゴールデンウィークもあるため商店街で丸となり、対策を講じていきたい。
	□	商店街（代表者）	・商店街への来客数は増えているが、物価高騰のため、依然として慎重な消費行動がみられる。
	□	商店街（代表者）	・報道では円安が続くと報じられており、仕入れや販売面ではまだまだ影響を受けると考えられる。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・初夏になるとアジが旬を迎え、漁獲量も増加する。漁獲量が増加しても売れなくては商売にならないため、売れる努力をしながらは景気は落ち込んでいく。飲食店に卸す、病院などに納めるなどの対応をしているが、厳しい状況である。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔精肉〕(店員)	・人手不足により顧客のニーズに対応できない状況である。
<input type="checkbox"/>	百貨店(企画担当)	・夏のセールや夏休みなどで来客数は増加すると予想しているが、客単価は低調になると考えている。
<input type="checkbox"/>	百貨店(企画担当)	・現状を鑑みると、急激な円安転換によって先行きの見込みができない。活況なインバウンドの状態から売上は若干増加している。また、国内消費は現状維持から季節要因を加味して、若干減少傾向と見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	百貨店(企画担当)	・客単価が向上しているが商品単価の上昇によるものであり、人件費など経費の増加分を上回らない状態が続く。
<input type="checkbox"/>	百貨店(経理担当)	・飲食関連では物価高の影響は余りみられない。一方、衣料品全般においては消費マインドが依然として弱く、インバウンド需要も拡大傾向には至っていない。
<input type="checkbox"/>	百貨店(営業担当)	・ゴールデンウィークや母の日・父の日キャンペーン、催事開催で来店を楽しむ機会が増加している。お買い得なクレジット催事もあり、目的買いの来店が見込まれる。また、自家需要やし好性の高いブランド品・舶来雑貨の客単価や商品単価は堅調となっている。観光振興でクルーズ船等国内外からの人の動きも多くなり、クレジット決済の増加も見込まれる。
<input type="checkbox"/>	百貨店(業務担当)	・今後、減税が行われることに期待している客がいる一方、子育て支援に対する国民の負担増加など、漠然とした不安感を持っている客も増えている。株値上昇などのニュースが多いが、恩恵を受けられていないと感じる客も多く、生活防衛に対する意識が強くなっている。
<input type="checkbox"/>	百貨店(経営企画担当)	・新規催事については関心の高さがうかがえた。一方、堅調であった食品催事が苦戦しており、消費マインドが物価高などの影響をある程度受けていると考えられる。
<input type="checkbox"/>	スーパー(店長)	・6月から国民の約80%に該当する定額減税が実施されるものの、景気を左右する影響はないのではないかと危惧している。電気代補助が終了するため光熱費は高騰し、物価高騰の影響が一層高くなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー(企画担当)	・生活防衛のための客の買い控え傾向が多くなると経営が厳しくなるため、良くて現状維持と予想される。
<input type="checkbox"/>	スーパー(経理担当)	・食料品への支出に対し、消費者がそろそろ耐えられなくなっている気配がある。収入が増加した実感がない限り、この傾向は今後も続く。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営者)	・当店の商圈はビジネス立地であるため、インバウンド等のプラスの影響は少なく、景気は横ばいで推移する。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営者)	・夏物商材の販売拡大がポイントであるが、前年も猛暑が続いていたため、前年比で横ばいの見込みである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営者)	・天候に大きく左右される業種であるため、この夏に猛暑が多ければ冷たい飲物が多く売れ、活気付いてくるものと予想される。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(エリア担当)	・賃上げに加え、6月からの定額減税に期待しているが、景気動向に影響はないと考える。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(エリア担当・店長)	・街中の店ではインバウンドの影響により来客数が伸びている。しかし、郊外立地にある当店ではインバウンドの影響は少ないため来客数が限られ、今までどおり売上の伸び悩み傾向が続くと予想される。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(店長)	・様々な値上がりに加え、周囲の人の動きが静かであるため、景気が良くなるとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(取締役)	・7月は更に円安が進み、物価も上がっていくと予想される。給与が上がる報道が多いが、現実的には昇給があるのは大企業のみであるため、大多数の生活は厳しくなっていく。そのため、今後は政治のかじ取りが重要になっていく。
<input type="checkbox"/>	家電量販店(店長)	・人口減少や物価高の影響で、販売数減少や単価下落が予想されている。革新的な家電の新商品がない限り、上昇する見込みがない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店(店長)	・前年以上の国や自治体からの補助金等、購買意欲を高めるような施策がなければ、財布のひもは緩まない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店(店員)	・今の職場で現状の景気が継続したならば、今後給料が下がる可能性も考えられる。
<input type="checkbox"/>	家電量販店(従業員)	・ゴールデンウィーク前で買い控えが増えている。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・閑散期に入っており、また、今後も値上げが予想されるため、景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（総務担当）	・新車販売はメーカーの配給が順調に進んでいるため好調を維持していく。コスト面ではベースアップによる人件費の増加が懸念され、今年度は前年並みの売上や利益を見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（代表）	・2～3か月で景気が良くなるとは考えられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・今年は新型車の発表予定が少ないことに加え、前年からの自動車業界への客の反応が心配である。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・ゴールデンウィークのため行楽や旅行関係は活気があるが、置き家具購入の需要が少ない。その上、円安が一段と進み、輸入品が多い家具資材は値上がりするため、経営は厳しくなっていく。
<input type="checkbox"/>	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）	・当ショッピングセンターは映画や主要店舗のシェアが大きい。5月下旬に大型区画において人気店舗が開店する予定で、定性的ながら全館に与える影響はプラスになると考えている。しかし、前年同期は新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、外出の気運の高まりから化粧品やファッション関連が高稼働していたため、それと比較して今年度はやや苦戦することが予想される。
<input type="checkbox"/>	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）	・中小零細企業の賃上げが加速しておらず、賃上げによる消費拡大には時間が掛かると考えられる。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・観光客や地元の客が増加しているが、人手不足により来客数を制限しなければいけない状況になっている。加えて、物価が上昇しているため、材料代も値上がりしており、売上はあるが利益に反映されない状況である。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・予約状況では、ゴールデンウィーク明けは企業の動きはなく当店での接待は見込めない。5月はカレイが旬となり、春の野菜も多くなっているため食材としては良い季節であるが、客が動く理由が見当たらないのが現状で、今後も状況は変わらないと考えている。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・4月に入り、物価の上昇が多いため外食を控えている人が多い。5月、7月にも酒類の値上がりが予定されており、消費が抑制されるのではないかと同業者から心配の声が聞こえてくる。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（専務）	・不測の事態が起こらない限り、旅行志向の状況は続く。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・2～3か月先までは現状維持が続く。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・今年は雨と暑さで、人出が鈍くなると予想している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（企画担当）	・引き合いは堅調であるが、原価高騰など為替の影響が懸念される。現段階では、値上げ交渉を準備しているところである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・特別な話題がないため現状のままである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・給与が上がらない状況であるため、円安が更に進めば支出を抑えなければならない状態になってくる。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（従業員）	・天候不順による影響はあるが、予約は好調を維持している。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（営業）	・ゴルフ場の予約推移に変化がない。
<input type="checkbox"/>	競馬場（職員）	・景気動向を左右する要素がないため、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・例年、2～3か月先は、春の気候から初夏になると暖かくなり売上は上向いてくるが、景気回復に影響する好材料もなく、値上げもあるため、今年は横ばいが予想される。景気回復のためには、新製品が発表されるなどのアクセントがなければ業界のなかだけで上昇は難しい状況である。
<input type="checkbox"/>	美容室（店長）	・今月の売上はやや良くなっているが、2～3か月先は変化がないと考えている。
<input type="checkbox"/>	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・為替や中東、ウクライナ情勢等の現状では、先行きは期待できない。
<input type="checkbox"/>	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）	・単価が急激に好転することは想定できず、また、他業界の賃上げや業績好転により、介護人材の確保がより深刻になっており、経営環境は一段と厳しくなってくる。

	□	設計事務所（所長）	・仕事は少量であるがコンスタントにある状態である。しかし、建材など物価が上昇しており仕事の成功率は厳しくなっており、今の状況が変わらないと考えられるため、3か月先も良くも悪くもならない。
	▲	商店街（代表者）	・円安が落ち着かず、物価の上昇を招いている。そのため、購買意欲が減少するのではないかと危惧している。
	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・これから3か月は暑い日が続くため、売上は伸びない。現状維持ができれば良い方である。
	▲	百貨店（営業企画担当）	・円安や物価高騰等に鑑みると国内消費は慎重になる上、気候不順に関連するアパレル需要の減少は継続すると想定している。
	▲	スーパー（店長）	・賃金上昇を前提で物価上昇が続いているが、賃金上昇の対象者は限られており消費は低迷すると考えている。そのため、景気は今以上に後退すると考えている。
	▲	コンビニ（経営者）	・一時の株高から株安に転じており、加えて円安の続伸もあるため、今後の経済活動が落ち込んでいくのではないかと危惧している。
	▲	家電量販店（店員）	・旅行や飲食の景気は良くなっているが、家電関係では破損等しなければ来店がない状況が続いている。今後パリオリンピックはあるが、大きな見込みはないと予想している。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・景気対策がないため、売上が良くなる兆しがない。
	▲	その他飲食の動向を把握できる者〔酒卸売〕（経理）	・物価上昇が先行し実質の個人所得としては下がっているため、景気はやや悪くなる。
	▲	通信会社（役員）	・物価上昇に賃金の上昇が僅かでも追い付き、消費マインドが上向けばよいが、当面その気配がない。
	▲	通信会社（企画担当）	・現状の販売数増加は短期的であるため、2～3か月先には販売数は減少する見込みである。
	▲	設計事務所（所長）	・世界情勢が不透明であり、材料費や製品代の価格上昇はまだ続くと予想される。仕事の対価も上昇すればよいが、地方ではなかなか難しいと考えられ、対価を支払う側の意識が変わる必要がある。
	▲	設計事務所（代表）	・今後の金利上昇が影響し、景気は若干悪くなる。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・住宅建設など非常に着工件数が増加しており、非常に景気が良い状況ではあるが、人件費や材料費、土地の取得費用が高騰しているため、売値や賃借料が上昇している。国内での引き合いはあるが、中国や東南アジアからの引き合いが多くなっている。そのため、本人が居住するのか投資なのか判断が難しく、不明な部分が多い状況となっており、不動産バブルがみえているのではないかと懸念している。
	×	商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク後には新年度に関する準備も落ち着き、客足が減少してくる。
	×	一般小売店〔青果〕（店長）	・現況では当地産の野菜の供給が減少しても、九州圏内の中国や四国の野菜が入る。しかし、その先になると信州や東北、北海道となって輸送コストが増加するため、商品単価が高くなる。加えて、暑さで需要も下がる状況になるため、厳しい時期となる。
企業 動向 関連 (九州)	◎	—	—
	○	金属製品製造業（事業統括）	・4月の賃上げ効果が、3か月後に現れると予想している。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体メーカーが九州圏内で新工場の稼働を始めている。それにより、各メーカーからの供給が増えれば生産量が増加し、当社のような製造業においても景気が良くなっていく。今後、思わぬ要因がない限りこの状況が続いていくと見込んでいる。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・工場の拡大や人口の集積地近隣での人材確保が可能であれば、仕事は更に増加すると確信している。
	○	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産停止となっていた車両生産が5月末から再開となったことにより、社内で設定していた計画より出荷が早くなる予定である。
	○	建設業（従業員）	・新年度発表の官公庁の物件も徐々に出てきており、この入札に参加し落札できるようにしていきたい。また、大型物件も控えており、受注できればやや景気が良くなると予想される。

○	建設業（社員）	・今のまま受注が続いてくれば景気は悪くならず、決算期である5月までは順調を予想している。今後も積極的に受注に向けて努力する考えである。
○	金融業（営業）	・コロナ禍の反動と賃上げの影響を考えると、天候にもよるが、ゴールデンウィークや夏休みにはここ数年なかったような消費活動の活発化を予想している。
○	経営コンサルタント（社員）	・春になり、インバウンドが増加している。
□	農林水産業（経営者）	・働き方改革による2024年問題や人手不足による負担などマイナス要因も多いが、本格的に影響を受けるのは、夏から秋にかけてであると予想している。しかし、異常気象が心配で飲み会や会食等に若干不安を感じている。例年消費が伸び悩む梅雨になるため、5～6月の消費動向が注視される。
□	家具製造業（従業員）	・例年と同じ案件が情報のままで止まっており、また、円安進行による輸入品の高騰で受注率が低下している。
□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度初めのため受注量が減少している。
□	化学工業（総務担当）	・前年度の損益は余り良い状況とはいえ、当面この状態が続くと予想している。
□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・量産的な商品単価の交渉をしているが、なかなか商品価格の改定が難しい状況である。取引先では単価の据置きを希望しているが、本店としては非常に厳しい状況となっている。しかし、商品の値上げができないのが現状である。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・客先からの引き合い関係に活気がみられず、景気はこのまま低調が続く見込みである。
□	その他製造業 [産業廃棄物処理業]	・新機種生産の計画はあるが、時間が必要であるためまだ通常生産には至っていない。
□	輸送業（総務担当）	・2024年問題で人手不足が顕著になっており、賃上げしても、社会保険の年収の壁問題で働く時間が制限される状態である。このままでは、物量増加に対し対応ができなくなることが懸念される。
□	通信業（経理担当）	・前年度の期末から順調に受注が伸びている。営業からの情報等を勘案すると、しばらくはこの流れが続くと考えている。
□	金融業（従業員）	・百貨店やスーパーマーケットの売上が増加傾向にあり、公共工事は高水準で推移している。一方、自動車や家電の売上がやや弱含みで推移しており、諸経費の高騰や人手不足なども影響し、先行きをやや慎重にみる企業が少なくない。
□	金融業（調査担当）	・賃上げに向けた動きが地元の中小零細企業にも徐々に広がりつつあるが、長引く物価高が消費マインド向上の足かせとなっており、当面の景気は現状で推移する。
□	金融業（調査担当）	・設備投資資金の貸出金について、前年比増減率が四半期前から大きく変わらない。
□	金融業（営業担当）	・中小企業では物価高や仕入れ、人件費の高騰、人手不足により、設備投資等では前向きの動きは低迷している。当面賃金の上昇や待遇の改善はこの2～3か月では見込まれず、景気は変わらない。
□	広告代理店（従業員）	・長引くウクライナやガザへの侵攻、中国のバブル崩壊等、世界を見回すと余り良い話題がない。我が国においても円安による物価高騰や大企業の賃上げが行われているが、中小零細企業では賃上げが困難な状況が続いており、余り良い状態とはいええない。中小零細企業の賃金が上昇していくまでしばらく時間を要するため、3か月程度では今の状況が変わるとは考えられない。
□	広告代理店（役員）	・物価上昇に加えて円安の動きなども重なり、慎重にならざるを得ない外部環境だと考えている。
□	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ため、売上は変わらない。
□	経営コンサルタント（社員）	・ゴールデンウィークに突入し決算期も始まることから、内部志向になるため景気に変化はない。
□	その他サービス業 [物リース]（職員）	・大きな変動はないまま推移すると考えられるが、金利上昇や各国の情勢不安など外部要因によって状況が変動する可能性は考えられる。
▲	繊維工業（営業担当）	・転職する人が多くなっており収入が安定しないため、服の購入は減少傾向になる。

	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・6月以降、調整基調になり受注が落ち着くと予想される。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客の生産見込みから判断すると、景気は若干悪くなる。
	▲	不動産業（経営者）	・取引先や金融機関の情報から、今後も景気は余り良くならない見込みである。
	▲	新聞社〔広告〕（担当者）	・ゴールデンウィーク明けの広告申込みが少ない状況である。
	▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・前年度は高齢者や障害者等の計画策定の年度であったため、発注が多くなり景気は上向いた。しかし、今年度は子育て支援関係の計画以外に市町村からまとまって発注される計画策定業務がないため、景気はやや悪くなると予想される。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (九州)	○	人材派遣会社（社員）	・国内外の観光客が多くなり、食品製造業からの販売要員や接客業などで依頼件数が増加している。4月から当県の4分の3の企業で賃上げされた影響もあり、派遣料金も改善され、スタッフの時給も以前より高く支払えるようになっている。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・国内景気に期待できないが、今後、夏に向けインバウンドによる消費拡大は期待できる。
	○	学校〔大学〕（就職支援業務）	・日本経済が緩やかな回復傾向にある見直しには変わらないが、急激な円安が進んでおり、我が国の物価高騰への更なる影響を危惧する状況も続いている。輸出企業を始めとする好調な企業収益による物価高騰を上回る賃上げや、将来を見据えた設備投資の拡大など前向きな支出につながることを期待されている。しかし、一部の業界では働き手の人材不足もあり、企業の新卒採用意欲は底堅く、今後もしばらくはこの状況が続くと予想している。
	□	人材派遣会社（社員）	・5月以降も引き合いが少なく、定例案件以外の新たな動きが見えない。
	□	人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークに向けた求人数が一段落し、中小企業を中心に求人数が減少している。派遣ではなく、直接雇用に求人数が流れている。
	□	人材派遣会社（社員）	・派遣オーダーの理由は育休や傷病者代替による社内欠員補充が多く、繁忙期の増員がほとんどない。派遣法により満了になる稼働者の直接雇用受入れに関しても、直接雇用後の条件が折り合わずに契約満了や終了になるケースも多く、景気の上向きを感じる事が少ない。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・景気に影響を与える好材料を見付けられないため、現状維持ができることを望んでいる。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後2～3か月では大きなトピックがないため、インバウンドの好調維持で県内内需は横ばいが続くと予想される。
	□	職業安定所（職員）	・今後も物価上昇の可能性が高く、景気は現在と変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・就職件数の動きでは前年比と大きな変化はなく、人手不足は変わらず続いていることから、今後の景気は横ばいが予想される。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・インフレで景気が悪くなっており、人材業界も厳しくなると考えている。人手不足の現状では、特に当地の新卒についてはしばらくこの状況が続く。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	・人材獲得を目的に多くの企業がベースアップを図っているが、先行きを考えると景気に影響を及ぼすまでの経済効果は見込めないと考えている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今春就職した人の初任給は若干上昇している。しかし、円安などで物価高は続いており、多少の給与アップでは景気回復が難しいと考えている。
		×	—