

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)	◎	美容室（経営者）	来客数の動き	・3か月前はまだ寒く売上はかなり悪かったが、5月に入って若干回復している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・インバウンドも増加し、5月のアーケード内の来客数は多くなっている。天候が良かったことも後押ししている。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・5月は母の日という一大イベントがある。バイトを増やしていたときもあったが、原料資材や人件費、様々な物が高騰しており、利益につながらないため、今年は家族で何とか経営している。ようやく利益が出ており、厳しい状態である。
	○	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの来客数やその後のインバウンドの来客数が落ち込むことなく推移している。
	○	百貨店（営業担当）	単価の動き	・現金やクレジット決済での購入をみると、客単価や商品単価が上昇し来客数や数量の減少を補填している。店頭では、平日の来客数は少ないものの恒例の物産催事や家族連れでのランドセル予約会では買物を楽しむ目的買いの客で会場がにぎわい、土日祝の来客数が多くなっている。しかし、月末は大雨の影響を受けている。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価上昇が続いていることからセール商品やお買い得商品に対する客の反応が新型コロナウイルス感染症発生前以上に敏感になっており、買上点数が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は微増であるが、商品単価の上昇によって売上には若干の上昇がみられる。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・暖かくなるのが例年より早いいため、売上が伸びてきている。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・季節商材の動きが好調でこの状態が続くことが期待できる。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・大手自動車メーカーの不正問題が一段落し、新車生産再開や納期の安定化などから景気が良い方向に向かっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・当市の伝統行事による人流の動きは多く、各地から多くの来館があった。また、学会やイベントに伴う来客数も多くなっており、それに伴い、週末に限らず平日でも多くの客室が埋まっている状態である。
	○	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・夏に向けて旅行申込みが増加している。
	○	旅行代理店（統括者）	お客様の様子	・団体ツアーの増加や個人客の単価上昇、また、インバウンドが増加しているため、景気は良くなっている。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線の販売において、特定の地域で新規販売が開始された。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・団体客だけでなく、一般客の動きが活発になっている。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・注文が微増ではあるが伸びてきている。展示場への来場や資料請求の問合せも並行して増加傾向であり、客の動きが出ている。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・賃上げの報道が流れているが、一方で物価が上がっているため実質賃金が下がるという現象が起こっている。現状の売上はむしろ減少している。	
□	商店街（代表者）	競争相手の様子	・最近では、商圈内で大手スーパーマーケットなどの出店が多く、当商店街としては競合相手が増加し、大変苦戦している。	
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・気候が良くなっており外出の機会も増えているが、消費意欲はなく、買い回り品は買上点数や単価共に増加がみられない。	
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク時は観光などレジャーが要因で商店街には来街客数が少なかった。ゴールデンウィークが終わった後も来街客数は少なく、非常に購買意欲が低い状態である。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔鮮魚〕(店員)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク以降、売行きが悪い状態が続いている。飲食店などの売上も悪くなっており、各店舗は嘆いている。新商品が多少売れる程度で売れ残りはなかなか売れず、勧めてもすぐには購入につながらない状況である。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔精肉〕(店員)	それ以外	・売上は引き続き好調だが、慢性的な人材不足や求人活動費の高騰などが足かせとなっている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔茶〕(販売・事務)	単価の動き	・季節を鑑みれば最も売上が期待できる月である。毎年新茶を購入するために来店している客は多めに購入するが、その他の単価の低い商品の売上は落ち込んでおり、全体的な売上は前年より若干低めである。
<input type="checkbox"/>	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・インバウンドの売上は依然として好調を維持しているが、食品などの売上が下がっており、国内の顧客の状況は芳しくない。
<input type="checkbox"/>	百貨店(経営企画担当)	お客様の様子	・特選・宝飾関係や外商関連の催事が好調であるが、食品等の売上の伸びは止まり、消費が2極化している。
<input type="checkbox"/>	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行されてから1年がたち、徐々に来客数が増加している。しかし、物価高や光熱費の上昇の影響で客の購買に陰りがみえ、購買単価や購買点数が落ち込んでいるため売上が前年と変わらない状況となっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(経営者)	お客様の様子	・物価高騰により、当店で販売している商品のほとんどの売価が前年の1.3倍から2倍に跳ね上がっている。客の購買感覚も敏感になっており、商品単価は上がっているが商品の点数は減少している。このままでは他のディスカウントストアへの流れが一層増えていくと考えられる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・インバウンドの影響を受けづらいため景気が上向いている実感はない。電子商品券等の需要喚起策がないため、状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ(エリア担当・店長)	販売量の動き	・商品単価は上がっているが販売量が上向きにならないため、来客数や客単価が2～3か月前から横ばいとなっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店(取締役)	お客様の様子	・2月と比較すると5月は季節も変わり、物の動きが増加している。それは景気に関するのではなく例年の月次の傾向であるため、景気が上昇しているわけではない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店(店長)	販売量の動き	・テレビや冷蔵庫など主力商品の販売量が大きく落ち込んでいる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(役員)	販売量の動き	・今月はゴールデンウィークや運動会等の行楽シーズンであるため、来場者数の波が大きい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店(総務担当)	販売量の動き	・大手自動車メーカーの不正問題などで受注と生産が止まったことがかなりの痛手となり、メーカーの新車生産が思うようには伸びていない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店(経営者)	販売量の動き	・都市部でのクリアランスセールは順調であったが、新規事業が振るわず、全体としては前年より悪い状態である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔コーヒー豆〕(経営者)	お客様の様子	・前月の予想では売上が前年を上回るとしていたが、数字的にはほぼ変わらず横ばいの状況である。新規の客が増加している反面、売上は若干落ちている。全体的には状況は変わらない。
<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)	来客数の動き	・ゴールデンウィークの来場者数が予想を下回っている。インバウンドによる単価の上昇で売上は伸びているが、国内客の購買は鈍い。
<input type="checkbox"/>	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	・インバウンド効果もあり、法人の事業としての景気は上昇傾向を維持している。同時に物価上昇に伴い原価が上がっており、物価上昇ほどの給与所得上昇には至っていない。
<input type="checkbox"/>	観光旅館組合(職員)	来客数の動き	・物価高の影響もあり日本人旅行者の動きは鈍い状況であるが、インバウンドは好調である。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル(販売担当)	来客数の動き	・ホテルの宴会場の利用は減少している。

□	旅行代理店（統括者）	来客数の動き	・景気が良いとはいえないが、新型コロナウイルス感染症の影響で海外旅行に行けなかった人の需要が増加しつつある。その反面、国内旅行については前年度のような施策がないため、動きが鈍い。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・イベントにより県外からの客も増加し、景気は良くなっている。タクシー業も少しずつ売上が戻りつつあるが、平均して変わらない。
□	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・入場者数は順調に推移しており、ゴルフ場の景気はこれからはしばらく変わらないと予想している。今後、物価上昇や賃金上昇のタイミングで価格転嫁を実施する予定である。
□	美容室（経営者）	販売量の動き	・春先と比べてこの時期は動きが出てくると予想される業界であるため徐々に景気が回復するのではないかと期待していたが、売上に動きがない。何か対策が必要ではないかと考えているが、現状は変化がない。
□	美容室（店長）	来客数の動き	・外出する機会が増えたことで来客数が増加しているが、3か月前と比べると変化がない。
□	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	・客先の工場で蓄積された作業量にほとんど変化がなく、新規受注も見込めないため、景気は変わりないと判断している。
□	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品単価の上昇が続いており、生活必需品の価格上昇も取まらない。特に地方では仕事の対価が上昇しない状況である。
□	設計事務所（代表）	来客数の動き	・来場者数はそれほど変わらない。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークが終わり、購買力が減少傾向にある。一方、企業がキャンペーンを展開する広報販売促進物に動きが出ている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街に飲食店も増加しているが、経営が厳しい状況である。物価高騰の流れがあるなか、飲食の価格設定が大きく変わってきている。しかし、高い物を欲する人がいるのも確かである。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・円安の影響で前年より商品単価が20%程度値上がりしたため、まとめ買いが減少している。
▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・3月から5月まで連続して前年割れの来客数である。食品以外で買い控えの動きが見られている。
▲	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・食品催事等では物価の上昇で買上数量が少なく、売上が減少傾向にある。インバウンド需要はやや回復傾向にあるものの、全体的に消費意欲が低調である。
▲	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・来客数及び販売量が減少傾向である。特に食料品の価格上昇に対する生活防衛意識の高まりがうかがえる。
▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価高騰が深刻化していることに加えて農産物の相場高の影響も大きく、買上点数の著しい減少傾向が見受けられる。客の生活防衛意識も更に高まりディスカウントストア業態へ流れる傾向が強く、買上点数の減少により売上が更に悪化している。
▲	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・様々な商品が値上げされたため、買上点数が前年を下回っている状況で推移している。また、最近では特に特売品中心の買上となっているため、売上が前年比マイナスで推移している。
▲	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・好調であった催事も頭打ちとなり、消費者の購買動向が価値重視から特売重視に流れているのは確かである。量販各社では、チラシの特売価格が目玉価格に偏る傾向もみられる。買い控えの状況に陥っており、販売量が極端に落ちてきている。
▲	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・好調であった地区も1品単価が下落しており、買上点数が大きく落ちている。様々な値上げの連続となっているため、客は消費を更に節約している。高齢者が多い地区の売上がかなり悪く、限られた収入のなかで苦慮しているようである。
▲	衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後1年が経過し、購買意欲が落ち着いてきている。複数枚ではなく必要なものを1枚だけ購入する客が増加している。

	▲	家電量販店（店員）	単価の動き	・客の給与所得が増加している実感がない。安価な商品を求める客が以前に増して増加しており、円安の恩恵にあずかれる人が少ない状況である。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3か月前の決算期と比べるとかなり販売量が減少している。来店しても購入までには至らない状況である。
	▲	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〕（支配人）	販売量の動き	・3か月前は、気候が穏やかであったため、当館はアパレルを中心に梅春物や春物が高稼働しており比較的好調で、売上は前年割れだったものの、2022年の家電量販店開業時の影響を除けば超過推移であった。現在の売上は非常に厳しい状況である。特にシネマは前年に大ヒット映画が上映されたことから、今年は前年の50%前後の推移となっており、飲食店やゲームセンター等では減少傾向である。アパレルは2～3月は好調であったが、若干元気のない店舗が多くなり、月間を通して全体的に活気がない状況である。
	▲	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・正月、春休みと家族連れの宿泊が多くなっていった一方、今月は団体やグループの動きは良いが単価が下がっている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・インバウンドや国内観光客は相変わらず好調でタクシー業務も増加している。一方、円安と物価高など不安要素は解消されず、市民の節約状況は続いている。
	▲	通信会社（役員）	それ以外	・燃料等への補助終了に加え、生活物資の値上げが続いている。都市部に比べ賃金の上昇は限定的である。
	▲	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）	それ以外	・4月の介護報酬改定により中核事業の報酬単価が減少したことで、売上や利益が減少している。
	▲	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・景気のよしあしの指数となる株価やGDPをみると、株価は上昇しており、円安ではあるが企業の業績は良い状況である。しかし、経済の実態としては物価上昇が国民生活を非常に圧迫している。そのため、景気は良い状態であっても生活が豊かになっているとはいえ、この状況をどう捉えるかが重要である。
	×	一般小売店〔青果〕（店長）	単価の動き	・当地の野菜が少なくなり県外の野菜が入ってくる時期となり、価格が高騰している。気温の上昇により食欲が落ちる上に全国的に品薄状態であるため記録的な価格となっており、キャベツや大根のような大型野菜の価格がかなり上昇し、販売しづらい状況である。
	×	スーパー（店長）	販売量の動き	・1人当たりの買上点数が前年よりも減少しており、この傾向は1年近く続いている。消費者の節約志向が強く、景気は悪化している。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・5月に入って客の動きが全くない。客層の高齢化が影響している。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年や前々年と比べると、今年度は来客数や客単価が下がってきている。客単価の下落原因としては、飲物の売行きが鈍くなっているからである。
企業動向関連	◎	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・5月は3月決算が多いが、各会社の状況をみるとコロナ禍が落ち着いたことにより右肩上がりで推移しており、景気が良くなっている。
(九州)	○	金属製品製造業（事業統括）	競争相手の様子	・設備投資の話聞く機会が増えており、景気が良くなっている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先では今年度に入って編成替えがあったが、最近では状態も落ち着き、生産体制が整っている。そのため、受注量は徐々に増加し、上昇傾向が続くと予想される。
	○	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が強い。投資に関しても前向きな反応である。
	○	金融業（営業）	取引先の様子	・消費行動は春からゴールデンウィークにかけて順調である。新しい生活様式も定着し、賃上げについても明るい話題が多い。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・研修の受注量が増えてきており、企業が人材投資に積極的になっていることが伝わってくる。

□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年、5月は梅雨入り前で消費も伸び、量販店や居酒屋関連も順調であるが、今年も同じような動きをしている。特に今年は外食関連の引き合いが強く、Web販売が好調である。しかし、原料となる卵の価格維持を目的とする国の施策があり、原料供給が増加したことで工場生産が大変になっている。働き方改革による残業制限があるために思うように生産できず、危惧している。
□	繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・前期に在庫が多くなったため、今期は生産を抑え気味である。取引先でも、生産や仕様の在り方を考える大きな岐路に立たされている。既製品に関しては、同業者も工場がフル稼働していない状態である。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・依然として半導体設備分野の受注が厳しい。
□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と現在を比較しても大きな変化はなく、順調に推移している。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・円安の影響や海上運賃の下落、人手不足により港での作業が停滞しており、加えて、洋上にコンテナが増加しているなど複雑な要因により景気がなかなか回復してこない。メーカーによっては、輸出したいものの人手不足で生産工場を変更し国内向け生産を優先させるなど対応に追われている。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・例年、連休後は物量が落ちこむ。このことが物価高の影響で売れていないことに起因しているのか判断ができない。しかし、確実にいえることは、物価の伸び率に対し賃金が追いついていないため、消費が抑えられていることである。
□	通信業（統括者）	受注量や販売量の動き	・一部の客からの受注量は少しずつ上昇傾向にあるものの、国の制度改定をきっかけとしたものであるため、大きく上向いているとはいえない状況である。
□	金融業（従業員）	取引先の様子	・住宅や家電に加え自動車の販売は弱含みながら、雇用や所得環境が改善傾向にあり、百貨店やスーパーマーケットの売上は比較的堅調となっている。また、飲食店のほか旅館やホテルなどの旅行関連業種の売上も増加している。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・これまでコロナ禍からの回復傾向が顕著であったが、悪天候の影響でゴールデンウィークの観光地や公共交通機関の人の動きは前年を大きく上回る伸びはみられなかった。働き方改革が進む一方、幅広い業種で人材不足が深刻化している。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・一般的に、取引先は引き続き材料費等の価格の高騰や人件費の高騰、人材不足等によって全業種で大きな資金負担が見受けられる。売上が増加しても利益が見込めず、また、賃金上昇のプレッシャー等もあり、経済に関し前向きな見通しをするにはまだ腰が重たい状況である。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・インバウンド需要により飲食業や小売業は活況ではあるが、他業種は円安による原材料価格の高騰や燃料価格上昇の影響を受けている。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	受注量や販売量の動き	・新聞広告の申込件数が少ない。
□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・取引先の動向として、以前と比べて新聞媒体の紙ベースの広告に対する一般客の反応が鈍くなっている。そのため、広告主の間でも量を減らしたり広告を見合わせたりする動きが出ており、売上も前年比では漸減の状態が続いている。売上の落ち込みについては、他の部門の売上で補っているため3か月前と比べて変わらない。
□	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・高級品を購入する客層と安価な商品を購入する客層の2極化が進んでいる。
□	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・販売促進活動に取り組む余裕が少ない状況である。
▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・金属相場の高騰により材料の仕入れが困難になっている。製品の販売価格がなかなか上げられないところに材料費や人件費が上昇し、厳しい状況である。

	▲	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・令和6年度の公共工事の発注予定がまだ全部発表されていないが、ゴールデンウィークが終わっても、なかなか発注されない。民間に大きな期待はできず、地方の業者に公共工事を依存しているため、早期の発注を望んでいる。
	▲	不動産業（経営者）	取引先の様子	・取引先や知り合いの企業が2社ほど破産手続をしたため、景気は良くない。
	▲	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・計画策定・設計等のコンサルタント業務について、今年度は子供計画や健康増進計画策定業務の発注が行われている。既に前年度から発注している市町村も多く、入札時に安い価格で応札する業者が存在しているため、価格を下げなければ落札ができない状況になっている。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	競争相手の様子	・新規の受注が余りなく、昔からの取引先のため値上げできない状態の受注はあるというのが現状である。売上は前年より1割以上落ちており、一部の店舗では金曜日から休んでいる状態である。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	学校 [大学]（就職支援業務）	求人数の動き	・2025年3月卒業予定の大卒求人倍率は1.75倍となったが、2024年卒は1.71倍であり前年と比べて0.04ポイント上昇している。また、2024年5月1日時点の内定率は72.4%であり前年から7.3ポイント上昇している。就職活動の早期化が進展しており、一部の大手企業を除いて採用活動に苦戦している企業が多い。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数は増加せず、応募者数もほぼ変わらない。求人媒体を変更すると一時的に応募者数が伸びたが、今は元に戻った状態である。
	□	新聞社 [求人広告]（社員）	それ以外	・人が動くゴールデンウィーク前後であっても何も変化がない状況である。
	□	新聞社 [求人広告]（担当者）	それ以外	・インバウンド増加の好影響を受けている業種や業界もあるが、県民全体では物価高もあり消費行動が盛り上がっているわけではないため、全体的には横ばいである。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・建設業や製造業は余裕のない人数で仕事をしており、新しい仕事を請けられない企業も出てきている。円安による原材料価格の高騰やそれに伴う商品値上げの影響もあって景気はやや悪い状況で推移しており、求人数は連続して減少傾向である。
	□	民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・新卒の学生の就職状況をみると、5月になり4年生の内々定が前年よりかなり多く出ている。周りの大学・短大・専門学校では例年以上に企業の求人依頼が増えており、採用環境はかなり良いと考えている。さらに、求人数が多いため、企業の説明会を開いてもなかなか学生が集まらず学生の取り合いになっている。
	□	学校 [専門学校]（就職担当）	求人数の動き	・企業の高い採用ニーズが続いているが、新規求人数が増加しているわけではない。また、採用予定数を満たしていない企業も多く、景気の動向に影響するものではないと考えている。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業からの求人数や登録者数が例年より更に減少している。
	▲	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・慢性的に人手不足ではあるが、最近では積極的な求人数がみられない。ゴールデンウィークを挟んでいるが、人の動きはインバウンドが中心となり、全体的には活気があると考えられない。
	▲	新聞社 [求人広告]（担当者）	それ以外	・居酒屋のメニューが大幅に値上げになっている。物価高騰のため値上げに応じなければいけないが、メニュー自体の形が変わるなど影響があり、景気の悪化を実感している。
		×	—	—