

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)	◎	－	－
	○	スーパー（企画担当）	・天候の長期予報では寒い冬とされており、特に衣服や住関連製品の売行きが改善が見込まれる。食品は堅調な推移が続くと考えられる。
	○	スーパー（経理担当）	・2023年12月から消費が冷え込んでいるため、その反動と賃金の引上げにより上向き傾向になると予想している。
	○	コンビニ（経営者）	・商品の値上げはどうか納得されている感があり、ベクトルの角度は低いものの、このまま僅かずつではあるが上昇すると予想している。
	○	コンビニ（経営者）	・景気は今年より良くなると予想しており、来客数や客単価の動きを注視している。一方、その後の動向には期待をしているものの、厳しい状況である。
	○	家電量販店（従業員）	・寒くなり暖房器具の需要が増えていることに加え、年末年始で家電購入も増加している。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・来年1～3月までの新車生産の予定がメーカーから発表され、前年比で2割増の配車が予定されている。決算期を迎える時期に大変良い知らせである。
	○	乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産が順調であるため、登録や納車等販売関係は期待できる。また、初売りや決算セールなど大型イベントによる来場者にも期待できる。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・前年と比較すると売上は増加している。通常であれば1月はコーヒーの売上が落ちる月である。しかし、当店では外国人客が顕著に増加しており、売上の底上げとなっているため、景気は良い方向を向いている。
	○	旅行代理店（職員）	・この1か月間、2025年2～3月の旅行商品の販売量が前年同期より好調であったため、売上は上昇すると考えている。
	○	旅行代理店（統括者）	・旺盛なインバウンド需要や福岡空港第2滑走路の運用開始、ホテル開業が続くため、景気は伸びていく。
	○	旅行代理店（統括者）	・春休みとゴールデンウィークの旅行の申込みが増えると予測している。
	○	タクシー（統括者）	・単価が減少傾向ではあるものの、乗務員採用は増加傾向であるため、会社の収支としては改善傾向で変わらない。
	○	通信会社（企画担当）	・年末の駆け込みが余り芳しくなかったものの、3月までの引き合いや相談は増えてきている。
	○	通信会社（社員）	・手数料などが増加する可能性がある。
	○	ゴルフ場（従業員）	・3月までは韓国からの旅行者を中心に順調に予約が推移すると予想されるが、その後は国内客が中心となると推測される。現状では予約状況が弱く、営業強化が必要である。
	□	商店街（代表者）	・現在若手の役員に活動してもらっており、その役員の前で指導を受けながら新しい年を迎え、今後の商店の発展に向けて努力していきたい。
	□	商店街（代表者）	・米国や中国、韓国の情勢等があり、先行き不透明で判断しにくい状況である。
	□	商店街（代表者）	・高齢者が多い地方の商店街では年金生活者が多いが、年金が増えていないため、現状の物価高騰では消費に慎重にならざるを得ない。
	□	商店街（代表者）	・公務員は昇給しているため消費が幾分良くなる可能性はあるが、小規模小売業に携わっている人の多くは景気が回復していない。物価は10%程度上がっており、生活が厳しいと考えられる。何より、以前はなかった子供食堂があること自体、生活に困窮している人が多くなっていることの表れである。貧富の差が広がっており、小規模小売業者は一段と厳しい状況になりかねない。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・正月明けはなかなか売上が伸びない。廃業する魚屋も結構出ると危惧している。高齢化に関する相談を受けることもあり、現在の販売状況を考えると、とても頑張れとはいえず厳しい状況である。	
□	百貨店（企画担当）	・国内客の購買意欲が現状のままであれば、3か月後は新生活の行事が多くなる時期であるため勢いの衰えはないと見込んでいる。一方、現在のインバウンドの勢いを3か月後に上回することは難しいと考える。インバウンドの需要はしばらく大きく変わることはないかと予測している。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・新年度になり新しいスタートではあるが、消費に関する大きなモチベーションがなく、売上は厳しいと予想している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・物価上昇が続いており、モノの消費動向が良くなるとは考えづらい。顧客ごとのニーズをくみ取り、個別に商品提案をしていかなければ、前年の売上維持は困難である。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経理担当）	・婦人衣料等、回復傾向にある部門もあるが、依然として全般的に消費マインドが弱い。インバウンド関連の売上は若干ではあるものの伸びている。今後も余り売上に期待できない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・人気キャラクター催事には集客が多く、自家需要の商材、し好性の高いブランド品・舶来雑貨への関心や購入意欲は継続している。また、スポーツ大会の開催でシューズ・ウェアへの関心は増加しており、紳士雑貨やブランド品・舶来雑貨の関心は継続している。加えて、商品価格は上昇しているもののクレジットやコード決済促進で客単価、商品単価は伸びており、新春需要や春の新生活需要に加え、国内外の観光客増加で商戦の活性化が見込める。
<input type="checkbox"/>	百貨店（業務担当）	・政治や経済が不安定で、今後の先行きが懸念されることから、購入を控える客が多くなっている。年が明けると冬物の割引が本格化し、2月になると商品の入替えが徐々に始まり、春も早く訪れるという予報もある。しばらくは客の購買意欲も静かに動くと思える。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営企画担当）	・相次ぐ物価高により消費動向は厳しくなる。一方、春物などの衣料品も動きが鈍くなる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・米国新大統領の就任以降、為替や関税等の変化で日本経済が左右される懸念はある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	・中小企業の社員やパート・アルバイトは賃金が上がっていない。物価が上昇し企業の収益は増加していると考えられるが、賃金が増加しない限りグレードの高い物は購入することができない。年金生活者も生活の質を下げなければいけない状況である。そのため、何とか今の収入で精一杯生活しているのが実情である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・12月は帰省を始め年末年始特有の消費行動に支えられ、売上は比較的順調に推移すると見込んでいる。一方、1～2月は反動で財布のひもが固くなり減少すると予想している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・インバウンドがプラス要因となっているが、日本人のコンビニの主力客層である若者の消費低迷がマイナス要素となり、差引きで現状維持の状況である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・景気上昇につながるような要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・物価高が続いており、3か月後も状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・ガソリン価格や物価の高騰といったマイナス要因に対し、年収の壁対策など政府施策が生活に直結するかが鍵だと考えるが期待は薄い。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・経済政策にまとまりがない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・年末ということもあり少しにぎわったこともあったが、売上はそれほどではない。インターネットや通販による買物が増加しており、単価が下がっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	・3か月先の季候は良くなり心理的に明るくなっていくが、物価高や政治の絡みがどのように消費者心理に影響があるかを考えると不透明である。4月以降の年度替わりの需要は多少あるが、そのことは景気とは関係がない例年の行事であるため、引き続き企業努力を行っていくという気持ちである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・収入は増えず、物価高騰で支出が増えるばかりとなり、景気が上向く要素がない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・例年より歳末商戦が盛り上がらない。来客数や単価共に大きく下降しており、財布のひもも固く成約率も良くない。しばらくは回復する要因もなく低迷が続くと予想している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	・受注残の車両の配車は過去最大になる見込みであるが、新規受注については受注可能車種の制限が続いており、新型車投入も少なく遅延の傾向にある。
<input type="checkbox"/>	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。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・物価が賃金の上昇以上に値上がりし、燃料油への国の補助金も減少しており、家具などの耐久消費財の購入には財布のひもが固くなると予想される。

□	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)	・景気が厳しい状況ほどバーゲンセールは売上が伸長する傾向にあるため、1月のウィンターバーゲンセールには期待をしている。一方、コスト高が止まらないため、事業的には決して楽ではなく、引き続き業務のスリム化が求められている。結果としてそれが消費の疲弊につながり、小売業界では特にし好品を中心に鈍くなる傾向にある。
□	観光型ホテル (支配人)	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行した後、例年の行事がほぼ復活している。今年の動きも例年並みとなり状況はほぼ変わらない。
□	観光型ホテル (専務)	・先の見通しが立たないが、春に向けて予約が増えることを願っている。
□	観光型ホテル (管理)	・1～2月は例年宿泊客が少ない。前年より予約状況は好調であるが、引き続き物価上昇や人件費高騰等、経費増加の要因があるため、前年並みの収益状況を見込んでいる。
□	都市型ホテル (販売担当)	・食材費が値上がりしたため単価を上げるしかなく、古くからの顧客が街の飲食店へ行き先を変えている。
□	都市型ホテル (スタッフ)	・12月は年末や冬休みを利用した家族連れが多いが、3月にも春休みなど類似した傾向がみられる。桜観光で海外からの渡航客も多いと予想される。
□	タクシー運転手	・不安定な世界情勢が続いており、インバウンドに支えられている現状は不安であるものの、しばらくインバウンド需要は堅調に推移すると考えられる。
□	タクシー運転手	・この冬は、雪が多い関東以北の人が観光に来ることに期待している。
□	通信会社 (営業担当)	・景気が良くなるようなきっかけがない。
□	通信会社 (役員)	・燃料費への政府補助金の減額や消費財の値上げ等が続く状況に賃金の引上げが追い付けておらず、改善する兆しがみえない。
□	テーマパーク職員	・インバウンドは好調を維持しようであるが、日本人客は寒さもあり客足が鈍ると予想している。
□	観光名所 (職員)	・市外からの乗客の大半はマイカー利用者であることから、ガソリン値上げがどう影響してくるのが心配である。
□	ゴルフ場 (従業員)	・来場者数の予想は難しいが、現状では前年より若干減少傾向にある。
□	競馬場 (職員)	・今後は景気動向で大きな要因が見当たらない。
□	美容室 (経営者)	・2～3か月先には景気は良くなると見込んでいるが、全体的には横ばいと予想している。通常は12月には景気が良くなるが、キャンペーンを行っても客の財布のひもが固いため動きがない。2月は寒く客の購買意欲は上がらないが、3月には上昇してくると期待している。
□	学習塾 (従業員)	・景気が上向きになるような話題を聞かない。
□	設計事務所 (所長)	・業務の結果は2～3か月先に出てくるため、今月の景気が今後も継続する。
□	設計事務所 (所長)	・世界情勢の動きが材料や製品単価の価格に影響を与えると予測される。まだ価格上昇がありそうであるが、仕事の対価の上昇は期待できず、今後も業種によって景気のばらつきが大きい状況が続く。
□	住宅販売会社 (従業員)	・一部の需要が多いエリアでの建築条件付分譲事業は好調である。一方、他社と競合する場面も増えており、全体的には販売量や客の動きは現状のまま続くと考えられる。
□	住宅販売会社 (従業員)	・円安の進行と海外の経済状況により、今まで輸出で日本経済を支えてきた部分で費用が掛かる状況になっており、輸出産業が疲弊している。また、自動車会社の提携が報道されているが、自動車会社の設備投資のタイミングがずれており、今後見直しが必要になると考えられる。
▲	商店街 (代表者)	・収入が限られているなかで様々なものが値上がりし支出が増えていく。食品など生活必需品優先で消費していくため、他の商材まで消費が回らないようである。今後の先行きが見えない状況である。
▲	商店街 (代表者)	・現在、政府の政策が混乱しているため、食料品以外は苦戦を予想している。
▲	一般小売店 [生花] (経営者)	・今月は、正月や退職者への花やお供えの花など必要とする場面が多々あった。2月はイベントがなく厳しい状況となり、3月下旬になれば卒業式などで、需要が増えると予想される。しかし、花の仕入価格が高騰しており、かなり運営しにくい3月になると予想される。

	▲	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・ここ数か月は変わらず厳しい状況が続いている。これから先、この状況が急激に良くなることはまずないと懸念している。
	▲	百貨店（営業企画担当）	・消費者にとって景気向上の明るい話題がないことから、今後も消費に対し慎重な対応を取らざるを得ないと想定している。
	▲	百貨店（リーダー）	・今月が贈答品の最盛期であるため、今後の景気は悪くなる。
	▲	スーパー（店長）	・多くの人は収入が増えておらず、商品価格のみが上昇している。支出の多い年末年始を超えた後、消費は一層落ち込み、景気は後退すると考えている。
	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	・年末年始に向けての年賀はがきやお歳暮、おせち等の季節商材の動きが鈍い。この状況は年が明けても続くと思われ、客単価が上がっても売上自体は伸びないと考えている。
	▲	家電量販店（店員）	・消費者が財布のひもを緩める条件がそろわない状況下では、明るい見通しは考えにくい。円相場が円高にならない限り、状況打破は難しい。
	▲	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）	・国内の賃上げが物価上昇を上回るか注視する必要がある。物価上昇の影響下でも国内経済が力強いとの判断で政策金利を上げる論調は否定しないが、一部富裕層のみの消費が強い状況を賃上げによって脱しなければ、本質的な消費増加、国内経済の強含みとはいえない。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・物価高騰による消費減やインフルエンザなどの感染症による予約キャンセルが増加しており、売上減が見込まれる。
	▲	スナック（経営者）	・12月としては最低レベルの数字になっている。その要因は、物価高の影響による外食費の節約である。物価高は今後も続くと考えられるため、景気が上向き要素がない。
	▲	観光型ホテル（営業）	・先行受注が今一つ伸びない。特に、インバウンドの予約が悪い状況である。
	▲	通信会社（企画担当）	・このまま、光回線販売の低迷が続く見込みである。
	▲	観光名所（従業員）	・例年、この時期は客が少ないため、漫画とのコラボが少しでも誘客につながればうれしいが、若干山手にあるため道路凍結や積雪の心配もあり、客の減少が心配である。
	▲	理容室（経営者）	・1月には来客数が減少していく。例年、年度替わりに学生は就職などで移動するため、固定客が減少し来店客の動きが悪くなる。
	▲	美容室（店長）	・客との会話では、何もかも値上がりするため、生活しづらい状況だとよく聞く。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・事業内容のなかで今後3か月は売上が発生しない部門があり、季節要因であるが、景気がやや悪くなると予想している。
	▲	設計事務所（代表）	・物価高や金利の上昇により、先行きが悪い状況になりそうである。
	×	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因がないため、景気は悪くなる。
企業 動向 関連 (九州)	◎	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向けた商品購入が期待される。
	○	農林水産業（従業者）	・当初の予想どおり11月下旬から一気に気温が下がっており、冬の農作物にとって育ちやすい環境となっている。そのため、遅れていた農作物の生育が一気に進み、九州に野菜が回りだすと想定される。しかし、関東以北では年末の大雪の影響で野菜不足になることが想定されており、全国的には価格高騰のニュースは増えると思定される。
	○	家具製造業（従業員）	・業界では年度末に繁忙期を迎えるため、景気は良くなると予想している。しかし、例年と比較すると案件数や受注件数は伸び悩んでいる。
	○	化学工業（総務担当）	・前年比で損益が回復傾向にあり、同様の状況が続くと予想される。
	○	金属製品製造業（事業統括）	・各社のベースアップや最低賃金の引上げ等により所得が増えていく。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体の需給に左右される。周りの状況からそれなりの半導体の需要があると予想され、それに伴う受注量が発生することも予想される。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	・外資系大手半導体メーカーの熊本進出をきっかけとして、新たなビジネスを追及できる環境となっている。
	○	輸送業（従業員）	・取引案件等の数も増えており、前年の状況と比較して良くなると予想される。

□	農林水産業（経営者）	・人手不足や賃上げなど経営環境が大変厳しくなっているところである。生産や販売は何とか計画どおりに動いているが、資材高騰を含め利益確保が難しくなっている。年度末を控え来年度の予算作りを始めているが、大変厳しい年になりそうである。4月までは鳥インフルエンザの影響があり、安定しない状況であるため危惧している。
□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・今期末までは、当初予算ベースで推移しており大きな増減はない。年度でみると8月以降の台数の上乘せなどの影響もあり、予算比で5%増加が着地点と予測している。
□	輸送業（従業員）	・中国の景気や米国の新政権による影響が不明瞭で、景気の回復に期待できない。
□	輸送業（総務担当）	・これまでも悪材料の情報はあるが、保管や出荷量をみると経済はスムーズに回っている。更なる円安の状況や政府、日本銀行の対応次第で状況が変わることも考えられるが、今のところこの景気が続くと予測される。
□	通信業（職員）	・ここ数か月で大型案件のプレゼンによる受注が増えているが、今後、年度末に向けて更に受注量が増える見込みは薄い。
□	通信業（経理担当）	・少なくとも当年度は販売計画どおりに受注できる見通しである。やや良いという状態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は順調に拡大しており、乗用車の販売も回復傾向にある。一方、住宅や家電の販売は弱めの動きを示しており、物価上昇や人手不足などから、先行きについてはやや慎重な見方をする企業が増えている。
□	金融業（営業）	・冬は寒くなることが予想され、冬物用品やレジャーなどの消費拡大が見込まれる。
□	金融業（調査担当）	・金利や物価上昇の影響による消費の伸び悩みは継続すると予想され、大きな変化はない。
□	金融業（調査担当）	・賃上げの動きが物価高騰のペースに追いついておらず、消費者は慎重な購買スタンスを強めている。企業の人材不足も変わらず続いており、景気は現状程度で推移すると考えられる。
□	金融業（営業担当）	・新たな受注があっても人手不足問題で受注を見送ることが、取引先の業種全般で常態化している。
□	不動産業（経営者）	・今後の仕事の受注状況が良くなるとは考えられず、横ばいが続く。
□	新聞社〔広告〕（担当者）	・好材料が見当たらないため、2～3か月先も景気は変わらない。
□	広告代理店（従業員）	・世界情勢については若干注意が必要であるが、3か月後もしばらく景気に変化はみられないと予想される。
□	経営コンサルタント（代表取締役）	・自社Webのアクセス件数や問合せ件数に変化がない。
□	経営コンサルタント（社員）	・年末年始のルーティン作業に追われ、新規の取組をする余裕がなさそうである。
□	経営コンサルタント（社員）	・食品の2度の値上げにより売行きは悪くなっており、焼酎の購買が減っている。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	・新規顧客開拓を進めているが、業界の低迷期ということで取引開始とはならず、更なる営業努力を進める必要がある。
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・顧客からの情報を鑑みると、今後の景気は悪くなる。
▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・過剰在庫と中国の景気悪化もあり、まだ悪い状況が続く。
▲	建設業（社員）	・例年、年度末を迎えるこの時期は非常に苦しい状況となる。手持ち工事で乗り越えたいが、手持ち工事の本数が多くないため民間工事に頼りたくても依頼が少ないのが実情である。自社所有の資機材センターや車両の整備に作業員を充てようと考えている。
▲	経営コンサルタント（代表取締役）	・今年20日を過ぎた頃からインフルエンザがかなりの勢いで流行しているため、咳などへの抵抗感も出てきており、若干厳しい状況になることが予想される。
▲	その他サービス業〔コンサルタント〕（代表取締役）	・今後は市町村からの委託業務の発注件数が減少することが予想され、受注の機会が減少し、景気が悪くなることを予想される。例年1月に発注される業務があるが、発注件数が減少することで入札等で価格競争になることが予想されることから、景気が良くなるとは考えにくい。

	×	繊維工業（営業担当）	・3か月先までは非常に悪い状態が続くと予想され、その後に期待するしかない。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・今後3か月の受注が大幅に落ちると予想される。
雇用 関連	◎	—	—
	○	*	*
(九州)	□	人材派遣会社（社員）	・年度末の人員補充等が出るため求人や登録者に動きが出ると予想されるが、新年度に合わせた料金改定の提案等では、景況が良いとは実感できない。
	□	人材派遣会社（社員）	・年明けの新規案件の動きがない。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	・インバウンドの購買意欲や購買先は限定的と考える。物価高もあり、消費者の購買意欲はクリスマスや年末を過ぎると、景気は現状のまま推移すれば良い方ではないかと考えている。
	□	職業安定所（職員）	・管内には小規模事業所が多く、補助金の減額によるガソリン価格の上昇などエネルギー価格の上昇による影響が広がる可能性がある。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数が減少している。人員確保をしている企業が多くなる一方、募集をしても応募がなくなった事業所もあれば、最低賃金引上げ等の影響で募集を断念する事業所もある。全体的に景気上昇の要因がみられず、今後も横ばいが続くと予想している。
	□	民間職業紹介機関（職員）	・景気が良いことに加え、働き方改革と若年人口の減少を考えると様々な業界で人手不足が続いており、2～3か月後もこの状態が続くと考えられる。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	・為替相場が乱高下する状況が続くなか、物価高騰と大手を除く中小企業の賃上げの先行きが危惧されている。採用予定数の充足率が芳しくない企業もあるが、2026年卒業予定者の採用活動に向けた採用意欲は継続すると予想している。
	▲	人材派遣会社（社員）	・求職者の動きは例年と比べて鈍い。求人を複数のWeb媒体に掲載しているが、応募数も減少し続けている。
	▲	人材派遣会社（社員）	・基準賃金の引上げによる料金交渉が行われているが、中小企業では急激なアップ額に耐えられないという声も一部の業種では聞こえている。派遣から直接雇用へ切り替えるケースが、例年より増加している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末にかけ食材やガソリン代などの生活必需品の高騰が気になる。一方、賃金も予想より上がらず、業種によっては下がっている。年明けから確定申告も始まり、税金問題や税制改正がどのような方向になるかで、景気は更に悪くなると危惧している。
	▲	学校〔専門学校〕（就職担当）	・物価上昇が高止まりしていることで消費意欲が下がり、企業は利益を計上しづらい状況が続く。
	×	—	—