

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)	◎	一般レストラン（スタッフ）	・異常に続く寒さの影響もあり現状は厳しいが、2～3か月先は過ぎやすくなるため、時期的にも景気は良くなると予想している。
	○	商店街（代表者）	・今から春先に向かって開放的な気分になること、賃金のベースアップが良くなっていることから、景気はやや良くなると予想している。しかし、物価も高くなっており、期待はできない。
	○	商店街（代表者）	・ノベルティ案件が4月中旬まで続くため、景気はやや良くなる。
	○	一般小売店〔生花〕（経営者）	・様々な経費や仕入単価が上がっているが、花屋にとってはこれからの卒業や退職シーズン、母の日までの間は最も売上有る時期となるため、景気は悪くはないと予想される。
	○	百貨店（リーダー）	・年度末の購買の動きによって景気はやや良くなる。
	○	スーパー（店長）	・政府の物価高騰対策としての備蓄米、ガソリン補助金、一部高校無償化などで消費物価指数が若干下がり、景気はやや良くなると期待している。一方、米国大統領就任後の関税や為替の状況は、先行き不透明な部分があり懸念される。
	○	スーパー（企画担当）	・次月以降も一般食品などの商品で価格が改定される。一部の商品では駆け込み需要が想定される。割引セールなどのサービスに対する消費者の反応が敏感であることから、これらの施策による集客で売上は順調に推移すると予測する。
	○	スーパー（経理担当）	・米不足や青果物の高値など値上げは続く見込みである。しかし、4月に賃上げがあれば、景気は上向くと予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・当市では再開発による商業施設の開業が相次ぎ、人の動きが活発になることが予想される。今後は行楽シーズンとなりインバウンドも含め消費は拡大していく。
	○	家電量販店（従業員）	・新生活に向けて家電の需要が増えるため、景気はやや良くなる。
	○	乗用車販売店（役員）	・延期されていた新型車発売や受注再開車両の増加、メーカーからの配車安定等の上向き要因があるため、景気はやや良くなると予想している。
	○	乗用車販売店（総務担当）	・新車の受注残が半年分あるため、メーカーの生産が順調に進めば当面は会社全体で売上と利益を確保できる。
	○	乗用車販売店（役員）	・メーカーの生産予定台数が高水準であるため、登録や納車の販売が期待できる。
	○	住関連専門店（従業員）	・異動や進学などによる新生活需要が見込まれる。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・3～4月は移動のシーズンに入る。気候も穏やかになっていくため、来客数も比較的多くなると予想される。移動に際して小物などにも需要があり今後売上が見込めるため、やや景気は良くなっていく。
	○	観光型ホテル（専務）	・暖かくなり旅行が増加することを期待している。
	○	旅行代理店（統括者）	・当市の空港の第2滑走路新設に伴い供給量が大幅に上がることが予想される。また、大阪・関西万博の開催もあり需要拡大が期待できる。
	○	タクシー運転手	・賃上げする企業も多く催物も増えることから、景気は若干上向きになる。
	○	タクシー運転手	・例年、3～5月は予約が多く、人の動きが出てきている。
	○	タクシー（統括者）	・客単価を増加させるために運賃改定を実施する予定である。単価の上昇が収支改善に貢献し、景気はやや良くなると見込んでいる。
○	通信会社（企画担当）	・コスト意識は依然高いものの、将来への投資や事業拡大への引き合いは多くなっている。	
○	通信会社（社員）	・2～3か月先には販売手数料が上がると予想している。	
○	テーマパーク職員	・寒さが厳しい日が続いているが、暖かくなれば客足が戻ると期待している。	
○	観光名所（職員）	・花の季節を迎え、春の食のキャンペーンが始まる。市外からの来客数が見込め景気はやや良くなる。	
○	ゴルフ場（営業）	・来客数が増加しているため景気はやや良くなる。	

○	理容室（経営者）	・今年の2月は特に寒く客の動きが悪かったが、3月に入ると卒業があり、4月には入学の準備で人の動きが出てくるため、売上に期待ができる。客からの情報では、他の業種は年度末になり景気は良くなっており、忙しい状況である。
○	美容室（経営者）	・2～3か月先になると衣類も薄物になるためおしゃれが進み、ヘアスタイルにも変化が現れ、購買意欲は上がってくる。外出する機会が多くなるため、おしゃれ業界では3～4月は上昇気運になり、また、メーカーも新製品を発表し、売上が増加してくると予想される。
○	その他サービスの動向を把握できる者（所長）	・新年度になり、委託事業の単価見直し等が進み、売上也増えると思込んでいる。
□	商店街（代表者）	・インバウンドが大幅に増加していると当県から報告があったが、その消費が当商店街にも幾分影響している。県民の多くは賃上げが少なく、日々節約しながら生活しており、趣向品の消費は落ちている状況である。インバウンドという上向きの要因はあるが、全体的には景気は変わらない。
□	商店街（代表者）	・景気が良くなる要因が全く考えられず、非常に厳しい状態が続いており、先行き不透明である。
□	商店街（代表者）	・買いやすさを求めてネットショッピングや利便性のある大型スーパーマーケットで買物をする時間が増加している。
□	一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜の価格は落ち着いてくるが、経費となるガソリン代や米の価格が落ち着かず、加えて、消費者が野菜や果物に手が出ないため、売上が伸びにくい厳しい状況が続く。
□	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・ひな祭り、花見、入学、卒業などの行事があるが、新鮮な魚を販売する魚屋にとっては魚価が高くなっているため厳しい状況である。飲食店など取引がある魚屋でも安く卸さなくてはならず、深刻である。当市ではインバウンドは余り関係がないため、景気の良い話を聞かない。
□	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・ここ数年の物価高騰に国民は付いていけない状況となっており、今後の売上に期待できない。政府の景気回復対策に期待したい。
□	百貨店（企画担当）	・物価高が続いており、賃上げも大企業を中心であるため、大企業が少ない地方では消費環境の厳しさが続く。
□	百貨店（営業担当）	・寒波で来客数は減少しているものの、催事場の様子から長蛇の列に並んでも買物を楽しむ姿があった。また、クレジット催事での高額品購入が好調となっており、少しぜいたくな自家需要は継続している。新学期、入学を控え制服採寸、新生活準備のための家族での来店が見込める。また、スポーツ大会開催など国内外の人の動きが見込めるほか、春の観光で地域を含めインバウンド需要や土産、工芸品、特産品需要が見込める。
□	百貨店（業務担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して行動制限がなくなったが、4年間の買物習慣は簡単には変わらず、生活必需品の購入を一層吟味する客が増えている。必要ない物は購入することはなく、個人消費の回復ははまだ感じられない。
□	百貨店（経営企画担当）	・物価高の影響は継続すると想定しているが、気温上昇により春物商材に動きが出てくると考えられる。
□	スーパー（店長）	・春闘の結果に大きく景気が左右されると考えられ、この先は見通しが立たない。
□	スーパー（総務担当）	・野菜や米などの価格が例年並みに落ち着かない限り、景気は改善されない。
□	コンビニ（経営者）	・米国政権の動きにより、輸出入に影響を受ける可能性がある。今後の景気は不透明で物価の動向が危惧される。
□	コンビニ（経営者）	・物価高の影響で消費者の購買意欲が上がらず、景気上昇には至らない。
□	コンビニ（エリア担当）	・物価高対策による今後の景気が不透明であるため、施策の議論が進むことを期待したい。
□	コンビニ（エリア担当・店長）	・気候にもよるが米の値上がりの影響で弁当及び総菜の単価が上がり、それに伴い、商品の買い控えが続くと予想している。
□	衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要因は特にないが、これから入学、卒業、進学、就職とイベントが多くなるため、それに合わせて客の動きが良くなることに期待している。

□	衣料品専門店（取締役）	・様々な物が値上がりしており、食べ物最優先で、次いで健康に関する物の順で購買されている。衣類の購入については、余裕がある客が購入している状況で、一般には買い控えが引き続き行われると認識しており、難しい状況である。
□	家電量販店（店長）	・物価や収入に改善の方向性が見いだせなければ、現状のまま景気は変わらないと予想している。
□	乗用車販売店（代表）	・景気の動向が変わる要因が見当たらない。
□	住関連専門店（経営者）	・米を始め、物価の上昇で家計は厳しくなっている。置き家具の購買や買換えは慎重で、新築の件数も減少すると予想される。
□	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）	・来客数や販売点数は落ち、物価高に伴い客単価のみが伸びている状態である。やはり物価高に商圈内の賃金水準が追いつけない状況であると判断している。また、ゴールデンウィークは大型連休ではなく休日分散していることから、遠出ではなく当館での時間消費を選択する消費者が多くなることを期待し、仕掛けを行う予定である。しかし、消費者だけでなくアパレル事業者にも疲弊がみられるため、この状態が続くのであれば中止も考えられる。
□	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）	・物価上昇に賃金や可処分所得の上昇がついていかない。
□	観光型ホテル（管理）	・一定の売上の確保は見込まれるが、今後も物価上昇や経費の高騰が予想されるため景気は変わらない。
□	観光型ホテル（支配人）	・予約は前年並みで、物価高騰等もあり予約増加が期待できないことから、景気は変わらない。
□	観光型ホテル（営業）	・安定した需要は期待できるが、更なる好転の兆しはみられない。
□	旅行代理店（統括者）	・現状では景気変動の要素が見当たらないため、状況は変わらないと予想している。
□	通信会社（営業担当）	・物価上昇が続くのであれば、景気は変わらない。
□	通信会社（役員）	・物価上昇に地域の賃上げが追いついていない。待遇改善に取り組む企業もみられるが、余力のない企業は対応できていない。
□	通信会社（企画担当）	・引き続き季節要因である光回線の販売件数増加が見込まれるが、それ以上の変化は期待できない。
□	ゴルフ場（従業員）	・天候が心配な季節であるが、予約は良い傾向となっている。暖かくなり韓国客が減少することが予想されるものの、4～5月も予約は入っており、海外客の減少分を国内エージェントの営業で補えるように力を入れていきたい。
□	競馬場（職員）	・大きく景気を左右するような要因は見当たらないため、景気に変化はみられないと考えている。
□	美容室（店長）	・来客数はやや増えたが物価も高く、2～3か月先も今と変わらないと予想している。
□	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）	・在宅サービスにおいては社員が減少するとサービス量の減少となり、売上の減少に直結するため、今後も増収は余り期待できない。
□	設計事務所（所長）	・材料や製品単価の上昇が続くような上に、各種金利の上昇も行われ先行きが不透明である。世界情勢にも左右される状況である。また、物への価格転嫁はしやすいが、人件費の値上げはなかなか難しいと考えられる。会社の収入が増えなければ、従業員の給料も上げられないため、今後、厳しい状況が継続される。
□	設計事務所（所長）	・仕事柄、結論が出るのが2～3か月先となり、今月の景気が2～3か月先の景気となるため、景気は変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・補助金支援の拡充、子育て世帯・若者夫婦向けの住宅ローン控除優遇の1年延長と、住宅を検討する材料はそろっている。今の景気状況はしばらく続く。
▲	商店街（代表者）	・食料品が非常に高騰しているため、それ以外に消費が回らない傾向にある。物価高が収まらない限り、景気は良くならない。
▲	商店街（代表者）	・現在も当商店街では再開発のため体制が十分ではなく、客に十分なサービスができないため、客離れが続いている。

	▲	商店街（代表者）	・地方の商店街では所得の増加は期待できず、物価高により購買意欲が上向くことは考えられない。しばらくは厳しい状況が続くことが危惧される。
	▲	百貨店（企画担当）	・婦人靴は厳しい状態が続いている。価格高騰の影響もあり、より慎重に購入を検討している傾向である。
	▲	百貨店（企画担当）	・物価上昇のスピードと消費者の収入増加のバランスが釣り合っておらず、国内客全体が上向きになる要素も少ないため、景気はやや悪くなる。
	▲	百貨店（経理担当）	・物価や電気料金等の高騰により、消費マインドが冷え込んでいる。インバウンドはやや改善傾向にあるが、買い控えもあり、衣料品全般で売上が伸び悩んでいる。
	▲	百貨店（営業企画担当）	・国際情勢や国内政治が不安定なことにより景気向上の材料が見当たらず、景気はやや悪くなる。
	▲	スーパー（店員）	・価格が上昇する商品や、価格は上昇しないが内容量が減るステルス値上げ商品が増加している。客も価格の動きには敏感で、超お買い得商品以外は消費を抑えている。さらに、米不足や大災害への不安もあいまって、景気の先行きは明るいとはいえない。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価高の影響で景気は悪くなると予想している。
	▲	コンビニ（経営者）	・米を中心とした品目の価格上昇は今後も続き、また、各種税も大幅に上昇し、生活を圧迫している。このままでは日々の生活に影響が出てくる。景気は落ち込み、3か月後は大変な状況になる。
	▲	家電量販店（店長）	・新型スマートフォンの売行きが良く、前月から業界全体の実績は向上している。そのため、3月まではプラスに反映されるが、4月以降の売上は前年並みに戻ると予想している。
	▲	家電量販店（店員）	・前年度から新入社員の賃金上昇が報道されているが、現在働いている人との格差が縮まることで、消費動向の落ち込みがないか心配している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・毎年4～6月は閑散期であるため、売上が落ちると予想している。
	▲	その他専門店〔書籍〕（副店長）	・再開発による商業施設のオープンにより、人流が変わると予想している。
	▲	高級レストラン（経営者）	・2～3か月先の予約状況はまだ少ないため、やや悪い流れではないかと心配している。歓送迎会が新型コロナウイルス感染症発生前と同じ水準まで回復するとよいが、減っているため懸念される。
	▲	スナック（経営者）	・食料品などの値上がりが続いており、大幅な賃上げもなく外食機会が減っていると考えられる。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・予約数を前年や前月と比較した際、現状の低い稼働率が上昇する要素が少ないため、景気はやや悪くなると予想している。
	▲	ゴルフ場（従業員）	・天候の影響もあるが、他のレジャーへ流れていると推測しており、休日の来場者数が減少傾向である。今後の景気は良くない見通しである。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・国会において景気対策の予算について議論されているが、根本的に景気を改善するには財政投融资しかないと考えている。
	▲	住宅販売会社（代表）	・物価高に対してエネルギー問題などの要因も大きいですが、賃金の上昇率が追い付いていない点が最大の弱みである。住宅業界では補助金や消費税などにより大きいプラスやマイナスが出るため、それにより景気が左右される。
	×	商店街（代表者）	・今の経済状況が続くとファッション関連の小売業者は苦戦し、今後の経営への懸念が高まってくる。
	×	美容室（経営者）	・物価は高くなり、生活がままならない状態で、中小企業や商店では3か月後の景気が落ち込むと予想している。災害も多くなっており、国民生活が安定するような施策を考えてほしい。
企業 動向 関連 (九州)	◎	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末の3月に納品が集中しているため、景気は良くなる。
	○	家具製造業（従業員）	・年度末に向けて市場が活発化するため、春先までの景気は好転するものと予想している。
	○	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。

○	電気機械器具製造業（取締役）	・原材料費や工賃は高くなっているものの、それを上回る引き合いが強く、景気はやや良くなる。
○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	・少しずつではあるが、景気に回復の兆しが出ているとの情報はあ る。しかし、前年より若干良くなった程度である。
○	輸送業（従業員）	・人が動く時期でもあるため、期待はしている。
○	金融業（営業）	・気候も良くなり行楽シーズンを迎え、消費が活発になると予想し ている。
□	農林水産業（経営者）	・今後3か月間は需要期であるが、原料不足の影響が大きく、取引 先の要望に応えられない。特に鶏卵の不足が大きく、その上鳥イン フルエンザの影響も出てくる。原料不足は工場稼働にも大きな影響 を与えるため、今年は経営的に厳しい。鶏以外の原料についても真 剣に考えなければならない状況である。
□	一般機械器具製造業（経 営者）	・これから年度末にかけて、客は今までの在庫量や出荷量、生産量 を調整すると考えられる。今の状況が今後も続くため、景気は変わ らなないと予想される。
□	一般機械器具製造業（経 営者）	・客からの声等から判断すると、当社の景況感に上振れの変化はな いため、景気は変わらないと予想している。
□	輸送用機械器具製造業 （営業担当）	・4月より来期に入るが、年間を通して、今期と同等の生産計画や 直近の天候不良による稼働停止分の上乗せはあるものの、大きな増 産は見込めていない。
□	建設業（社員）	・受注できた物件もあるが完了する物件も多くあるため、今後の発 注物件を受注できるよう応札したい。
□	輸送業（従業員）	・景気回復の兆しはないため、状況は変わらない。
□	輸送業（総務担当）	・米国の関税によって輸出産業はかなり影響を受けることになる。 そのため、下請となる中小企業にも打撃となることは必須である。
□	通信業（職員）	・年末から年明けの受注量が年度当初の想定よりも多く、今年度の 部門受注予算は達成する見込みとなった。しかし、来年度初めに大 きな動きはないと予想される。
□	通信業（経理担当）	・少なくとも来期半年程度は売上が堅調に推移すると見込んでい る。一方、人材派遣会社から派遣社員の時給アップの交渉が相次い ており、コスト増加の懸念がある。
□	金融業（従業員）	・乗用車の販売がやや回復傾向にあるほか、百貨店やスーパーマー ケット等の売上也拡大傾向にある。一方、住宅や家電の販売は弱含 みで推移しており、物価上昇や人手不足に加え海外経済の動向など から、先行きについてはやや慎重な見方が少なくない。
□	金融業（調査担当）	・過熱する物価高の局面が落ち着いた限り、消費や生産が力強く 回復することは期待できず、当面は現状程度の推移が続くと予想さ れる。
□	不動産業（経営者）	・知人や仕事先での話を鑑みると、今後の景気は余り変わらない。
□	新聞社〔広告〕（担当 者）	・景気が回復するような好材料が少ない。
□	広告代理店（役員）	・景気の判断になるような要因は見当たらないため、今後の景気は 変わらないと予想される。
□	経営コンサルタント（社 員）	・消費者の節約は当分続くため、景気は変わらない。
□	経営コンサルタント（社 員）	・3月の税務シーズンが終わるまで、新しい動きは見られないと予 想している。
□	経営コンサルタント（代 表取締役）	・自社のWebでは、アクセス数や問合せ件数に大きな変化がな い。
▲	金融業（調査担当）	・中小企業には金利上昇の影響が大きいと予想され、また、賃上げ も迫られるため業績の悪化が予想される。
▲	金融業（営業担当）	・日本銀行の利上げは今後も予想され、取引先の決算もおおむね減 益の予想が散見される。
▲	広告代理店（従業員）	・海外に目を向けると、米国大統領の影響が出始めており、貿易の 関税や戦争終結への影響を注視している。また、国内に目を向ける と物価上昇に対して給与水準が追い付いておらず、中小企業になる ほど差が大きくなっている。そのため、3か月後については若干景 気が悪くなると予想している。

	▲	その他サービス業 [コンサルタント] (代表取締役)	・令和7年度は全国一斉で行われる調査や計画策定の業務はほとんどない。調査や計画策定の業務の発注は、市町村単位で必要な物が発注されるが、件数は少なくなることが予想されるため今後は景気が悪くなる。
	×	繊維工業 (営業担当)	・今年は廃業や倒産する企業が出ると予想され、2～3年はこの状況が続く。
	×	電気機械器具製造業 (経営者)	・この先も受注は低調で推移すると予想されるため、景気は悪くなる。
	×	電気機械器具製造業 (総務担当)	・顧客の業績を鑑みると、景気は悪くなる。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	・人手不足もあってゴールデンウィークに向けた求人が例年よりも早く獲得できており、景気はやや良くなると予想している。
	○	人材派遣会社 (社員)	・賃上げの時期となり、全体的に良化することを期待している。
	○	新聞社 [求人広告] (社員)	・年度末、年度初めに向けて明るい材料を期待している。
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	・3月、4月は新生活シーズンであり、時期的に人の移動や購買行動も活発になる。地域的にはインバウンドの好調も続くため、景気はやや良くなる。
	□	人材派遣会社 (社員)	・新年度に向けた料金改定は予想以上に企業側の反応がある。景気上向きというより物価高騰などに鑑みて最低限のベースアップに対応した企業が多い。
	□	新聞社 [求人広告] (担当者)	・物価高で消費も伸びず、節約志向が更に強まることに懸念はある。しかし、新卒採用の初任給が上がり、物価高への対策や助成もあるため景気は変わらないと予想している。
	□	職業安定所 (職員)	・生活や産業の基礎部分である電気やガソリン等の価格が下がらないため、物価高が落ち着く気配はなく、個人消費も増える見込みはない。
	□	職業安定所 (職員)	・求人数は一部の事業所で充足しているが、全体的には人手不足が継続しており、今後も横ばいを予想している。
	□	民間職業紹介機関 (職員)	・景気が良いことだけでなく少子高齢化の影響もあり、人材不足が慢性化している。コロナ禍のような大きな要因が発生しない限り、2～3か月で現況が変化することはないと予想される。
	□	学校 [大学] (就職支援業務)	・米国政権の様々な政策変更により、国際情勢・国際経済の不確実性が高まり、我が国の経済環境も政策運営により中長期的に影響を受けることが予想される。日米の金融政策や為替相場の動向も、物価高騰が続く状況で実質賃金が改善する見通しが立たず、今後は景気が上向いていくとは考えられない。
	▲	人材派遣会社 (社員)	・派遣スタッフが数名働いている企業から、業績悪化や新入社員増員の受入れのため、契約を終了したいとの申出がきている。また、4月からの料金改定ができない企業もあり、新年度の売上に影響がある事案となっている。
	▲	学校 [専門学校] (就職担当)	・賃金が上がらないなかで物価高騰の高止まりの影響が考えられるため、景気はやや悪くなると予想している。
	×	—	—