

## 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な状況の説明
家計動向関連 (九州)	◎	一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・例年と同様に12月は正月の門松やお供え用の花、祝花などの需要が圧倒的に多いため、売上が3か月前とは比較できないほど花の需要が増加した月となっている。
	◎	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・年末年始に向け、販売量や来客数が増加している。
	◎	観光型ホテル（営業）	来客数の動き	・今年は、8～9月が悪かった。その月と比較すると良くなっている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街の販売促進企画や市が発行するプレミアム付商品券などで、消費が喚起されている。
	○	商店街（代表者）	単価の動き	・気候が冷え込んできたため、衣料品販売は前年並みの来客数であるが、商品単価の上昇により3か月前よりも売上が良くなっている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街のキャッチフレーズもでき、営業をしている。現在再開発中にもかかわらず遠方から客が来店しているが、店舗に活気がない状況になっている。残り僅かであるが、今年も頑張って客を迎えていきたいと考えている。
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	単価の動き	・値上げしても売上が落ちていない。
	○	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・9月の来客数は前年比90.5%に対し11月は98.4%となっており、前年割れは続いているものの3か月前と比較すると改善がみられる。
	○	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・来客数は前年比100.3%と好調で推移しているが、買上点数は前年比98%であるため値上げの影響が出ている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価高騰により客が価格に敏感な状況が続いている。セル情報やアプリの利用率が確実に増加傾向で3食の食事メニューにある米飯、麺類、パンペストリーは順調に前年比5%の伸びである。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は減少しているが客単価上昇という状況であるため、一概に景気が良いとはいえないが、売上は前年を上回る状況が続いている。また、客の様子では、忘年会帰りが目立つなど新型コロナウイルス感染症発生前と同レベルとまではいかないものの、消費意欲は旺盛に見受けられる。
	○	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・年末商戦に加え、補助金等の見直しが追い風となっている。そのため、来客数や問合せが増えている。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・12月のコーヒーの売上は、1年を通じ最も需要がある時期である。お歳暮や年賀の需要で売上が多い傾向があり、前月と比較しても増加傾向にある。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・今月はコンサートが多く、当ホテルとしてもディナーショーなどイベントが多く開催され、県内外を問わず来館者が多かった。年末には館内のレストランが盛況であり、こちらも来客数が例年と比べて多くなっている。
	○	旅行代理店（統括者）	販売量の動き	・団体旅行や個人旅行共に販売量は増加傾向である。国内個人旅行が増加傾向にあり、全体を押し上げている。
	○	タクシー（統括者）	それ以外	・業界としては近隣で乗務員の採用が増加傾向となっており、当社も採用の手法を変更したことで増加につながっている。乗務員が増加しても客単価の下落が見受けられないことから、需要は今後もあると捉えている。
	○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・引き合いや相談が少し増えている。
	○	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・韓国からの来場者が前年の1.3倍程度となっている。これまででも来場者は順調に推移していたが更に増えている。
	○	ゴルフ場（営業）	来客数の動き	・降雪もなく、暖かい日が続いているため来客数が増加している。

□	商店街（代表者）	競争相手の様子	・通販サイトのサイバー攻撃が要因で来客数が増加したため、10月から景気が上向いている。また、前年は20日には落ちていたが、今年は24日まで製造が続いたため繁忙状態であった。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・販売量、売上はふだんの月より良くなっているが、全体としてみると年末としての動きであるため、余り変わらない。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・ガソリン価格の暫定税率廃止など良いニュースもあるが、物価高の影響はしっかりと生活の中へ入り込んでいる。
□	一般小売店 [茶]（販売・事務）	来客数の動き	・徐々に寒くなり、来客数は増えているものの購入金額は相変わらず低い。年末に向けての贈答品も前年と変わらない売上である。
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・客との会話から、米の値段も結局高いまま変わらず、お米券配布の時期もまだ分からない。ガソリン代は徐々にしか安くならず、様々な物が値上げしているため本当に困っている人が多くなっている。売上についても現状の推移を保てれば良い方だと考えている。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・物価高騰対応策を検討しているが、まだ実行まで至っていない政策もあり消費者の懐事情に変化がないことから、購買動向や来客数に変化が見受けられないのが現状である。
□	スーパー（店員）	お客様の様子	・当店は比較的割安なスーパーマーケットであるが、そのなかでも格安な商品が先に売れるという状況は変わりない。
□	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・消費者の物価対策として購買数が前年比マイナスで推移している。そのなかでも特売品や特売企画などについてはそれなりに売れることから、ますます価格選別志向が強くなっているとみられる。
□	スーパー（企画担当）	お客様の様子	・11月のブラックフライデー関連の特売が年々伸長しており、12月に入ると消費が冷えこむ傾向になっている。暖冬の影響もあり、衣服住の売上は低迷している。食品は野菜の相場安で買やすい価格になっているものの、気温が高いため売行きは良くない。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数の前年比98.2%となり大幅に減少している。商品単価が大幅に上昇し、客の購買意欲に何らかの影響が出ていると考えられ、今後の動向を注視している。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ボーナス商戦に入り客の購買意欲は高まっているものの、前年と比べると大きな変化はみられない。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・客の動きは、年末ではあるものの慌ただしい動きは見られず、商品の動きが鈍い状態である。
□	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・3か月前と比べ客の購入単価は変わらない。バーゲンセールの時期になっているが、必要な物だけを購入する習慣に変化はない。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・今月は季節要因も多少あるが、なかなか来客数が前年並みにならず1割以上少ない状況である。
□	家電量販店（店員）	単価の動き	・大型耐久消費財の単価下落が顕著に出ている。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・店舗での今年の年末商戦は余り良くないが、新規事業が回復傾向になっている。
□	住関連専門店（従業員）	単価の動き	・3か月前はプレミアム付商品券によるカンフル策があったことに加え、秋冬へ備える先行き需要による高単価の推移があった。それに比べ単価の動きが落ち着いたようである。
□	観光型ホテル（管理）	お客様の様子	・宿泊状況は、宿泊単価等からも余り変わらない。
□	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・12月のツアー集客数は9月、10月よりも少なく、売上は同額であるため、景気は変わらない。
□	旅行代理店（統括者）	お客様の様子	・続く円安基調による個人海外旅行の伸び悩みや、中国と香港からのインバウンド減少はマイナス要素であるが、好調な法人需要に支えられトータルとしては変わらない状況である。

□	通信会社（役員）	単価の動き	・若者世帯で通信環境への高額プランの加入はあるが、高齢世帯ではそれを上回り低額プランへの変更が多く発生している。
□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光プロードバンドの契約数が純減している。
□	観光名所（職員）	来客数の動き	・秋のイベント以降、年末の買い出し等で来客数を維持できている。
□	競馬場（職員）	販売量の動き	・販売量実績は、横ばいで推移しており、景気動向に変化はない。
□	美容室（経営者）	販売量の動き	・徐々に動きが出てきているが、売上は上り調子ではなく、販売量も通常と変わらない12月となっている。年末の動きが余り高まっていないため、インパクトがある景気対策が必要である。
□	美容室（店長）	お客様の様子	・客は、今後の生活の見通しが立たないが、せめて新年が良い年になることを願いながら来店している。
□	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・状況としては、消費動向やガソリン価格の暫定税率廃止による動きは従来どおりであるため、景気は変わっていない。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・歳末セールの時期になったが商店街への来客数が少なく、食料品を扱う店舗はにぎわっているものの、それ以外の店舗では来客数、売上は共に減少している。客の購買意欲も以前ほどなく、物価高の影響が大きい。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・年末には冬のボーナスが出ているが、商店街の来街者数は大変少なく、売上もかなり厳しい状況である。
▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・クリスマス需要やブランドのプレセールがあると予想したが、伸び悩んでいる。
▲	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・12月は年間で1番の繁忙期であるが、来客数は前年比9割程度と今年に入って1番の落ち込みである。以前のように冬らしい寒さでないことや年末特有のお歳暮ギフトを含む特需も以前より減少しており、売上の落ち込みが激しくなっている。
▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・お歳暮やクリスマスの商戦があるため、3か月前と比較すると販売量は当然増加している。しかし、3か月前は前年比プラスであった一方で、今月の前年比はマイナスとなっており、販売量や売上が減少傾向となっている。国内、海外共に僅かながら減少しており、現時点では中国からのインバウンドが減少している影響と判断できるほどの根拠はない。
▲	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・物価高や固定客の高齢化等により、婦人・紳士服等衣料品の売上が良くない。インバウンド需要もやや減少気味である。
▲	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・全店特商やクレジット分割、ポイント催事を開催し、お歳暮商戦を本格化したが、休日や祝日の来店は伸びているものの、平日の来店は足踏み状態である。また、インポート商品の購入客は減少傾向ではあるものの、商品単価や客単価は伸びている。お歳暮商材では果物の入荷遅れやシステム障害での早々の品切れ発生により、客に他メーカー商品への変更を頼むこともあり、接客に従来以上の時間を費やす状況となっている。来客数の減少はお歳暮ギフトでも現れ、インターネットや電話、FAX等来店なしの受注が伸びているが、ギフトセンターへの来店受注は減少している。ポイント還元やお買い得で便利なクレジット、国内外のコード決済の利用は依然伸びている。
▲	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・例年、商戦で盛り上がりつつある時期であるが、3か月前と比較しても客の動向に変化が余りみられず、来店や購買の盛り上がりに欠ける状況である。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・単価上昇が続いているが、収入は増えておらず生活防衛意識がみられる。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・物価高により、景気は悪くなっている。
▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・近隣での工事の減少で、来客数が減ってきてている。

	▲	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・12月のクリスマス商品では、資金が前年より下回り客単価が随分下回っている。来客数も前年より若干下がっており、全体的にクリスマス商戦が平年を割っている。
	▲	衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・例年、年末が近づくと来客数は減少するが、今年はそのタイミングがとても早い。
	▲	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〕（支配人）	来客数の動き	・3か月前は映画のヒット作に恵まれていた時期であり、その影響により飲食店舗を中心に全体が好影響を受けていたが、12月に入り好調だった客の動員は落ち着き始めている。ほかにはシールやキャラクターなどトレンド商材を扱う店舗の集客は順調ではあるが、特にアパレルを中心に好景気とはい難い。
	▲	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）	販売量の動き	・インバウンド需要のない商業施設では、売上が低下傾向にある。インフレで商品価格が上がり、来客数以上の売上が出ていたが、この3か月ほど前年割れである。
	▲	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年の12月と比べて変わらないが、客は週末に集中し、平日はかなり少ない動向である。また、飲酒運転の取締り強化と会社のコンプライアンスにより、食事会は休日前が顕著であった。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・忘年会帰りの客の減少と中国からのインバウンド減少により、売上が低下している。
	▲	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	販売量の動き	・40代や50代の売上は大きく変動することはないが、30代以下の売上は全体的に減少傾向が続いている。
	▲	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）	それ以外	・2024年度の訪問介護等、一部事業の介護報酬のマイナス改定や他業界の大幅な賃上げに伴う採用悪化により、介護業界の事業者倒産件数が過去最高となっている。
	▲	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品の単価が高止まりしている上に、製造中止の物も出てきている。人件費がメインの企業では仕事の対価が物価上昇に追従しておらず、加えて、生活必需品の値上がりは続いている、厳しい状況になっている。
	▲	設計事務所（代表）	来客数の動き	・来場者数がやや少なくなっている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客の動きが若干鈍くなってきており、商談数に関しても同様に減少傾向である。
	×	—	—	—
企業動向関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・来年度は主要取引先からの受注増加見込みがあり、準備も含めて上向いている。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・取引先の業態にもよるが、引き合いは継続的に強くあるとみている。
	○	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・顧客の動向を見ると生産強化や工場ライン新設などが見受けられ、来年に向け少しづつ増産体制に入っている。
	○	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・企業が人材教育投資に積極的である。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年12月は1番引き合いが強い月であるため、通常の需要である。今月は9～11月のように原料不足ではなく、工場の稼働も順調で年間計画上の売上利益が出そうである。気候もそこそこ冷え込みがあり、飲物中心に需要がある。居酒屋業界では忘年会需要があり、引き合いは強い。今のところ心配された鳥インフルエンザは西日本では余り発生しておらずその影響は余りない。年明けも発生しないことを願っている。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品の販売量や製造量は、ほぼ前年どおりであるが、人口減少、高齢化が進んでおり微減傾向が続いている。

□	窯業・土石製品 製造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・クレジット決済のポイントが付与されなくなると、ふるさと納税からの注文が減少すると心配をしている。
□	一般機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・不確定要素が多いため、客の不透明な動きが続いている。恐らくこの状態がしばらく続くとみられる。
□	一般機械器具製 造業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・やはりコスト競争が厳しく苦戦続きである。受注量の拡大には利益度外視の選択を迫られる。
□	輸送用機械器具 製造業（営業担当）	受注量や販売量 の動き	・第2四半期や第3四半期での稼働停止の巻き返しも上乗せしつつ、継続して生産量は高いところで安定している。
□	輸送業（従業員）	受注量や販売量 の動き	・想定以上に繁忙期間がなかった。時間外を含め通常時期と余り変わらなかった。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量 の動き	・年末に向けて例年物量が多くなるはずであるが、今年は物量が予想より少ない。物価高などの影響なのか、そこまで寒くならない気候の影響なのか原因は分からぬが、全体的な景気は変わらない。
□	通信業（統括者）	受注量や販売量 の動き	・最近のセキュリティ事案を踏まえたビジネスリスク対応への投資については、一定の伸びはあるものの、積極的な設備投資については意欲的な状況とは言い難い。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・コロナ禍で加速した忘年会離れが今なお影響しており、飲食店からは年末の客足が期待したほど伸びないという声が聞かれている。売上が伸び悩んでいるため、客離れを危惧し、食材価格の高騰に対応した思い切った値上げに踏み切れず苦慮する様子がうかがえる。また、気温が下がらず冬物衣料の動きは今一つである。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・国の景気対策は進んでいるが、地場企業にはまだ影響が現れていない。
□	金融業（営業）	取引先の様子	・今年度の賃上げやボーナス水準共に順調であったが、例年最も消費が大きな12月の動きに活発な印象はなく、物価高の影響だと考えている。
□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・衣食住全般に値上げが続き、取引先中小企業の利益率が低下している。設備投資も補助金を絡めないと経営者のマインドは上がらない状態である。
□	不動産業（経営者）	取引先の様子	・年末の挨拶のため取引先企業を回っているが、景気の動向は余り変わらない。
□	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売 価格の動き	・景気の足踏み状態、物価高、人手不足など値上げの影響は大きく、売上を上げるために安く売る対策を考えている。
□	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・前年末から冊子を作製し配布をしているが、今のところその効果は現れていない。
□	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	・市町村の街づくりや福祉関係の行政計画に関する調査や計画策定の委託業務を受託しているが、12月補正予算の計上により今年度業務の発注はかなり少なくなっている。そのため、指名競争入札では、低価格で落札している業者もみられ、競争が激しくなっていることから景気はやや悪い状態が続いている。
▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量 の動き	・例年12月は出庫を考慮して入庫が多くなるが、物価高や今後の税金関係の上昇もあり、取扱量が大きく減少している。また、中国からの本船寄港の遅延が続いていることや首相の発言により、中国との経済状況にも大きく影響が出ており、中国人の観光客が減少している。台湾の半導体第2工場の建設が遅れしており、半導体関連を期待して当県に進出した企業は遅れによる影響を心配している。
▲	金融業（経営者）	それ以外	・会員数の減少傾向が続いている。
▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量 の動き	・売上については、前月比プラスになったものの前年比ではマイナスが13か月続いており、売上減少に歯止めがかからない状況である。政府の物価高騰対策もこれからの話であり、世界情勢も劇的に変わるという状況にはなっていない。景気は3か月前と比べるとやや悪い状態である。

	×	織維工業（営業担当）	競争相手の様子	・年末で倒産や閉鎖を耳にした。当社の仕事量も非常に少なくなっている。海外に行く商品を海外並みの安い工賃で受けざるを得ない工場もあり、人件費の急な高騰がこの原因に尽きる。量が少ないため工賃値上げをしたいが、逆に工場が取り合いをすることになり、足元をみられてしまうという負のスパイラルになる。ここ30年で最悪な状態である。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・増員や繁忙期対応等の派遣求人数の問合せが増えている。派遣の紹介予定の案件なども微増ではあるが動きがある。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・中心市街地や駅ビルなどでは、クリスマスや年末年始商戦で消費が活発になっている。関連イベントへの人出も多く、インバウンドも相変わらずで好調のようである。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・雇用や求人については引き続き人手不足が続いているが、企業でもAIなどが更に進化を遂げている。人手不足解消のため、ITやデジタルを活用して作業や事務の効率化を進めている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業の採用意欲に変化はみられない。人手不足はあるが、採用を大きく拡大する動きは見られず、当社に対する求人数も変化がない状況である。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・各県で求人数の前年割れが続いており、今後も厳しい状況が続く。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・土日や夜の人出は多く感じるが、景気回復となっているのかは疑問である。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数に大きな変動はなかったが、運輸業では物量が多くなり、製造業では正月用品の需要で人手不足の声が多く聞かれている。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年同月比で職業紹介件数及び就職件数もほぼ横ばいとなつており、雇用の状況に大きな変動はない。
	□	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・中小企業を中心とした深刻な人手不足を背景に、12月以降も採用活動を継続している企業は多く、学生に有利な状況である。一方では、採用活動の長期化が進み、企業・団体にとって、人材確保が深刻な課題になる状況に変化はない。売手市場・人手不足の状況は今後も続くことが予想され、採用活動に苦戦している企業や団体も多く、1月以降も採用活動を継続する企業は少なくない。
	□	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・業界によって多少の違いはあるものの、依然として有効求人倍率は高水準で推移している。特に建築分野、宿泊・観光分野は前年度よりも更に求人数が増えている。
	▲	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数が3割程度減少し、求職者の登録者数は5割減少となり動きが鈍くなっている。例年12月は両者とも減少傾向にあるが、今年の減少率は大きい。
	×	—	—	—