

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)	◎	—	—	—
	○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・食品部門の売上が堅調に推移している。特に生鮮食品では農産、畜産、海産部門共に好調を維持しており、買上点数が前年を上回る傾向が続いている。衣料品では気温の冷え込みにより婦人服が堅調であるが、紳士服の不振が継続している。
	○	家電量販店（店長）	来客数の動き	・初売りから確実に客が戻っている。商品単価も上がっており、少し売上が上向いている。
	○	その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	お客様の様子	・12月は歳暮需要もあり売上は前年を増強しているが、1月に入るとコーヒーの需要が若干下回っている。しかし、新規の客もあり、景気はやや良い状況である。
	○	観光型ホテル (営業)	来客数の動き	・大阪・関西万博が10月で閉幕したため、第3四半期の結果は今一つであったが、年明けの来客の動きが良くなっている。
	○	旅行代理店（統括者）	販売量の動き	・前年比では販売量は多くなっており、海外旅行需要が少しずつ戻ってきたことを実感している。
	○	タクシー（統括者）	販売量の動き	・タクシーにおける販売として稼働する台数が増加傾向にある。直近の乗務員採用が好調であり、面接や採用人数が過去最高を記録している。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・12月は販売量が上向きであったが、今月に入りバーゲンセールを開催した結果、前年比では微増の売上になっているものの、来客数と販売量が厳しい商況になっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・購買に結び付く客の行動に活気がない。余裕がありそうな客は買物をするが、そうでない人は来店しなくなる。しかし、以前と比較すると購買行動に明るさが出ており、景気が若干良くなっている。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・冬物バーゲンセールの時期であるが割引価格に客の反応が悪く、固定客へ特典付ダイレクトメールを送っても来客数が増えない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・物価高で消費が冷えており、来街者数が少なくなり販売量も減少している。加えて、衆議院選挙期間は客の外出が減少するため、更に売上が悪くなる。
	□	一般小売店〔精肉〕 (店員)	単価の動き	・飲食店から引き続き高単価商品の問合せが多い。
	□	一般小売店〔生花〕 (経営者)	販売量の動き	・当店は切り花、ギフトがメインの花屋であるため、毎年1月は年末年始の需要も終わり、特にイベントもない。例年どおり売上は落ち込んでいるが、最悪の状況でもない。
	□	一般小売店〔茶〕 (販売・事務)	お客様の様子	・給料や年金等の収入は上がっておらず、客は限られた収入で生活を維持していくために無駄な買物はできないと考え、生活必需品だけを購入している。物価の上昇は低所得者には厳しいとみており、売上は伸びず横ばいである。
	□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・年末の正月食品では、例年どおりの来客数があり、盛り上がりを見せた。初売り福袋も前年並みの売上であった。しかし、それ以降の衣料品のクリアランスセールは売れず、中旬の再値下げを経て、ようやく売れ出す状況である。
	□	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・3か月前と比較した際に来客数は同水準を示しており、当社で買物を目的とした消費者が増加したという実態はない。現況ではインバウンドを取り巻く社会情勢の変化が目まぐるしく発生しているが、来客数が著しく減少している状態は以前から続いている。

□	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・初売り開店前は来店や別会場での食品福袋会場の入場待ちで混雑していた。加えて、各週に開催する恒例の物産催事や駅弁催事、バレンタインデーギフト開催で多くの客でにぎわい、味と工芸を楽しむ姿も多く、全店催事やクレジット催事土日祝の来客数も伸びている。また、購買客数や数量は減少しているものの、商品単価、客単価は伸び、身の回り品の自家需要や賢い買物でポイントやコード決済、クレジット決済利用のシェアが伸びている。
□	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・12月の来客数は、前年比94.5%であった。
□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・物価高の報道多いため、客の会話は物価高に関することが多い。日用品や食料品に対する価格の上昇を実感している客が多くなり、衣料品や雑貨の購入は慎重で、実際に購入しないことが増えている。
□	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・来客数が減少しており、客単価が上昇しても補えない状況である。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・年末年始商戦は前年を上回っているが、平時になるとやはり消費マインドの冷え込みは前年と同様の動きとなっている。要因は、必要な物だけ購入するため点数は下がり、また、安い日にまとめて購入するため来店頻度の減少傾向は変わらず、景気は上向きであると言え難い。
□	スーパー（店員）	お客様の様子	・備蓄米は購入制限をしていないが、入荷するとすぐに完売している。特に外国人客は複数購入しており、前年末から変わらない状況である。
□	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・物価高騰のなか、年末年始だけは少しづいたくな買物をするという消費者が多い。12月の売行きの反動で買上点数は減少し、買い回り等が発生している。
□	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・売上前年比102.8%、来客数は前年比101.2%、客単価では前年比101.6%と好調にみえるが、買上点数の前年比99.4%と今までと傾向は変わらない。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・気温が低く、強風の影響により人の動きが悪く、特に夜間の来客数が減少している。しかし、朝夕の通勤通学での売上には影響はなく、全体的に変わらない状況となっている。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売量の伸びは僅かにとどまっているが、客単価の上昇が寄与している。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・景気が変化するための要因がない。
□	コンビニ（経営者）	単価の動き	・今まで来ていた客の商品買上点数が極端に少なくなっている。来客数に変化はないが、客単価の大きな低下で売上全体が前年を下回っている。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・インバウンド需要について大きな変化がなく、客の動きは年明け後も変化はみられない。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・景気そのものに変化はないものとみられるが、今度の衆議院選挙の影響が不透明である。
□	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・補助金等の見直しの追い風もあり、初売りでの来客数は多かった。
□	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	・商業施設の売上前年比はここ数か月で横ばいである。しかし、要因は様々で数か月前と比べて映画館の客の動員は落ち着いているものの、シールを取り扱っている店舗が好調で推移している。一方、アパレルテナントが全体的に厳しい点は今も変わらない。
□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・1月の景気は10～11月と比べるとさほど変わらない。来客数も多くなく、状況は良くなっていない。
□	旅行代理店（統括者）	お客様の様子	・物価高や円安の影響により、2極化が進んでいる。個人では、販売数は減少するものの高単価商品の販売が伸びている。法人では全体の数は減っているが、業績好調な企業は社員のインセンティブや旅行、イベント等のコミュニケーションに予算を使う傾向が高まっている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・年末年始のタクシー利用は昼夜共に変わらない。

□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・年度末の駆け込み需要もあり、年度内の予算消化の動きが見える。前年手控えていた反動で次年度に向けた投資検討の相談が増えている。
□	通信会社（役員）	お客様の様子	・新規の営業先での成約が少なく、既契約先においてインターネット等、上位プランへの単価上昇を勧めることが多い。
□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・ブロードバンド回線契約が純減している。
□	通信会社（営業担当）	それ以外	・消費活動が依然として増えない。
□	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数は横ばいであるが、物価上昇を考慮すると景気は上向きとはいえない。
□	競馬場（職員）	販売量の動き	・販売量は、ほぼ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	・2～3か月前と比べると、来客数が少し下がり気味ではあるが、余り変わらない状況で動いている。寒さの影響もあり、人々の気持ちのなかに景気を回復しようというマインドがない。また、景気というより衆議院選挙に気持ちが向いており、おしゃれ業界としては活気が少なく、変わりがない状況が続いている。
□	美容室（店長）	お客様の様子	・今まで寒い日が続くと来客数が少なかったが、最近は寒さと関係なく、必要に応じての来店傾向にある。
□	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	・サービス業や観光に関する分野へは、利用者数や販売数の減少傾向が明確であり、今後も下向きが続くと予想している。
□	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）	それ以外	・他業界の大幅な賃上げに対して、介護報酬が財源の介護業界は価格転嫁ができないことから賃上げが限定的にならざるを得ず、人材確保が厳しさを増している。人材減少による機会損失が発生している。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・政策金利の引上げ等で、今後の住宅ローン金利動向を気にしている客が新年を迎えると来場者数も少し増加してきている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・今年の商店街では、毎年行われている2日の初売りの人出が非常に鈍かった。高齢者が多い商店街であるため、寒い日は来街頻度が減少している。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・物価高の影響が多くのしかかり、日用品や衣料品などが売上に響き悪い状況になっている。
▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・クリアランスセールの時期であっても、まとめ買いがほとんどみられない。
▲	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・客層の高齢化や寒さが影響して、初売りを含め来客数が減少傾向となり、全体的に売上の前年割れが続いている。リビング関連は好調であるが、婦人・紳士服関連の衣料品部門は依然として苦戦を強いられている。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・単価上昇が続いているため収入増加が見込める状況はなく、生活防衛の意識は非常に高くなっている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・物価高のため来客数がやや悪い。
▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・競合店の立地と周辺での工事が一段落したため、販売量がやや悪くなる。
▲	コンビニ（エリア担当・店長）	お客様の様子	・気温の低下に伴い朝の来客数が減少している。夜は客单価の高い時間帯に寒さが響いており、来客数が伸び悩んでいる。そのため売上が2～3か月前より若干減少している。
▲	衣料品専門店	来客数の動き	・前年と比較すると来客数、購入客数が減少している。
▲	衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・物価高のため婦人服の価格も値上がりしており、欲しい枚数を減らして購入する客が増えている。
▲	家電量販店（店員）	販売量の動き	・前月から、冷蔵庫及び洗濯機の販売台数が激減しており、今年に入ってもこの傾向に変化はない。

	▲ 乗用車販売店 (役員)	それ以外	・自動車に係る環境性能割等の税制改正発表後の衆議院選挙決定などにより、販売環境が混乱している状態である。
	▲ 住関連専門店 (経営者)	それ以外	・店舗での販売量は、毎月のキャンペーン等で維持しているが、都市部でのキャンペーンは良くない状況である。
	▲ 住関連専門店 (従業員)	来客数の動き	・寒波到来により、来客数が落ち込んだことが大きな要因である。
	▲ 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〕(統括者)	販売量の動き	・インバウンドは好調であるが、国内客は前年割れ傾向にある。
	▲ 観光旅館組合 (職員)	来客数の動き	・インバウンドは増えているが、物価高の影響等も大きく、日本人観光客の動きが悪い。
	▲ 観光型ホテル (管理)	来客数の動き	・成人の日前後は悪天候となり、季節要因の影響を受けた。
	▲ タクシー運転手	来客数の動き	・インバウンドが緩やかな減少傾向となっている。また、業界全体で前年よりも働き手の増員で1人当たりの売上が低下し、加えて、新年会などイベント数も減少したため乗客数の減少につながっていることが考えられる。
	▲ テーマパーク職員	来客数の動き	・週末を中心に国内客の動きが鈍っている影響が大きい。一方、中国からの来館者数は鈍っているが、その他諸外国からの来館者数に陰りはない。
	▲ ゴルフ場(従業員)	来客数の動き	・積雪などの天候の影響により来客数の動きが悪い。
	▲ その他サービスの動向を把握できる者(所長)	販売量の動き	・季節要因により売上は低下している。
	▲ 設計事務所(所長)	単価の動き	・材料や製品の単価の上昇や高止まり傾向に加え、人件費も上昇している。一方、仕事の対価としての収入は上がっていない。生活必需品も値上がりしており、景気の良さを感じない。
	▲ 設計事務所(代表者)	お客様の様子	・客は、金利上昇や物価上昇の影響により状況判断をしている。
	× 商店街(代表者)	来客数の動き	・年末のしわ寄せが1月にあったが、1月は気温が低い日が続き来客数がかなり減少しているのが現状である。
	× 商店街(代表者)	来客数の動き	・年末の繁忙期が終了し、客足が大幅に減少している。
	× 観光型ホテル(総務)	来客数の動き	・1月の状況が極めて悪いものの、2月は春節があるため、予算は達成する見込みである。
	× 観光型ホテル(専務)	来客数の動き	・衆議院選挙前のためキャンセルがあり、団体も全く動いていない。
	× 都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・ホテルでの販売については2～3か月前の10月頃が旅行シーズンであるため、ピーク時からの比較では販売量、単価など全体的に下がる。しかし、前年比では来館者数など増加しており、インバウンドの長期宿泊が多い。
	× 住宅販売会社(従業員)	単価の動き	・主食の米の値段が下がっていない。また、ガソリン暫定税率廃止に伴い、価格が若干下がったが、ガソリン価格の消費量は余り変わっていない。このことから経済単価をみると景気は良くないと判断する。
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	・年明けから主要取引先からの受注が急激に増加している。
	○ 一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・半導体製造装置の金属加工品の受注が、若干増加している。
	○ 電気機械器具製造業(取締役)	受注価格や販売価格の動き	・材料費や委託費等、値段の急激な上昇に対して、製品価格の売上が追いついていない状況である。利益確保必達の意識変革が必要と考えている。
	○ 金融業(営業担当)	取引先の様子	・取引のある中小企業事業者は、日本銀行による基準金利引上げにより、以前と比べて借入金の金利上昇に神経を使うようすがうかがえる。借入れによる設備投資についてやや慎重な姿勢がみられる。

○	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・企業は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1月は12月の特需による反動で厳しい月であるが、今年の売上は計画どおり進んでいる。元々12月の売上計画は3分の2で予定していたため、その影響もある。外食居酒屋関連は順調であるが、スーパーマーケットや量販店関連は若干厳しくなっている。冷食メーカー向けは順調に稼働しているが、鳥インフルエンザの影響により若干原料不足となり、工場稼働に少し影響が出ている。
□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客の動きは、従来と変わらず下半期の計画どおりである。また、当社への支持も予定どおりであるため、今の状況が続くと予想される。
□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・1月は予算以上の計画が出ていたが、外部要因によるライン停止影響が出ている。
□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・物価の上昇により、ディスカウントショップ関係は動いているようだが、その他の業種では余り動きが見られない。特に1～2月は低調で推移するようである。
□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・12月は例年より出荷量が減少していたが、1月は例年より若干ながらも出荷量増加となり、景気動向としては変化がない。
□	通信業（統括者）	受注量や販売量の動き	・セキュリティ対策を始めとするビジネスリスクへの対応に関する投資は、堅調に推移している。一方で、人口動態等の構造的課題への対応が必要な時期に差し掛かっていると考えるが、生産性向上に向けた対策といったところまでは行きついておらず、大きな変化はない。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・人手不足を背景とした企業倒産が徐々に増加している。不動産では、建築コスト増加で注文住宅から建売へ顧客ニーズがシフトする傾向がみられる。また、小売店の米の販売価格は依然として高止まりしているものの、一部に値下げの動きが出てきている。
□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・受注価格は上昇傾向にあるが、原材料費も上がり利益には反映していない。
□	金融業（営業）	取引先の様子	・物価高が景気を停滞させており、それに賃金上昇が追い付いていない状況である。
□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在の自社の仕事内容と仕事量を分析すると、現状の景気が上向きだとはいえない。
□	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・飲食店からの注文が少なく、酒、食料品の売上の減少が続いている。
□	経営コンサルタント（社員）	競争相手の様子	・販売促進のダイレクトメールを作成し配布したが、反応がみられなかった。
□	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	・市町村からの福祉やまちづくりに関する調査、計画策定の委託業務について、年度末が近いため発注数は減少している。そのため、今年度3月末を工期とする委託業務の入札が1月に行われ、応札した業者は35%引きで落札している。履行期間が短いなかで価格競争となっており、受注を得ることが難しく、景気は悪い状態が続いている。
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末の繁忙期も終わり、客には十分に製品が行き届いているとみられ、新しく購入することが少なくなっている。
▲	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・例年、年明けから2月までは動きが余り良くない。稼働日数が少ないこともあり、生産ができていない。
▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・1月は閑散期のため年間のなかで荷動きが少ないが、今年は特に商品の出庫が低迷している。一般消費財や食料品など物価高の影響を受けやすい物が倉庫に在庫がたまっている状況である。また、中国への輸出も減少しており、海外向け製品が売れず国内へシフトしている流れもあり、販売先の減少にも大きく影響している。

	▲	金融業（経営者）	それ以外	・会員数は減少しているが、減少幅が縮小傾向にある。
	▲	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となっている。3か月前と比べてもやや悪くなっている。
	×	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・賃上げに耐え切れないことが原因で、実際に閉鎖や倒産する工場が出てきた。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・以前取引があった企業に訪問した際に、新規で人材確保のための注文が月に3件に増えている。また、求職者からの問合せも多くなり、契約が決まり始め、前年と比較すると1割程度売上が伸びている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数の受注量は一定水準を維持しているものの、企業側の採用判断は慎重さが続いている。特に新規案件については、欠員補充や短期案件など即戦力を求める動きは堅調である。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数、求職数が横ばいであり、今後も大きな好転要素がない。
	□	新聞社〔求人広告〕（社員）	それ以外	・インバウンドの動きに關係なく、景気は横ばいである。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・求人数の情報で気になるのは賃上げ幅で、新卒には過度の初任給アップを提示する会社が増えており、景気と連動しているのか疑問を感じている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数全体では大きな変動はないが、職種別では、再来年の国民スポーツ大会開催に向けて、警備業に対する建設業からの需要が非常に大きく、年単位で継続が見込まれるため求人数が増加している。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・12月まで求人数は減少傾向にあったが、1月は前年比では増加している。しかし、増加に転じた大きな事由は見当たらない。
	□	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、1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、採用活動の長期化が進み、企業や団体にとって、人材確保が深刻な課題である状況に変化はない。売手市場や人手不足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、2月以降も採用活動を継続する企業も少なくない。
	▲	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・求人数が安定しない。1番希望が多い事務関係の依頼は伸び悩み、医療系や介護系の求人問合せが多い。求職者の動きも鈍いが、恐らく希望する求人数が少ないことが考えられる。
	×	—	—	—