

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)	◎	－	－	－
	○	一般小売店〔精肉〕（店員）	単価の動き	・販売単価を上げても販売量は落ちていない。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・節分やバレンタインデーのイベントの需要は多くないものの、買物客の増加がみられる。
	○	衣料品専門店（店員）	単価の動き	・客単価が前年より5000円プラスとなった。値上げで1品単価が上がった影響もあるが、その価格に客が慣れてきている。
	○	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・前年と同じ月を比較すると新規の客が増加傾向にあり、内訳のほとんどがインバウンドである。半導体企業に関連する外的要因があり、来客数も自然と増加している。
	○	観光型ホテル（専務）	来客数の動き	・以前と変わらず団体の動きが悪い。
	○	タクシー（統括者）	お客様の様子	・当社の乗務員採用が順調に増加傾向である。競合他社も増加傾向であるため、客の奪い合いによる単価の下落を懸念していた。しかし、乗務員が増えるとともに総収入が増加し、供給過多ではない状況である。
	○	通信会社（営業担当）	それ以外	・現状の収支をみると、景気は良くなっている。
	○	ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・先日は積雪によるクローズがあったが、前月に引き続き韓国からの来場者が順調に推移している。入場者数に加えて、プレー単価とショップ単価が上昇している。
	○	美容室（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べると客の動きは悪いが、2月にしては暖かい日が続いたため来客数が増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街は2月に入り来街者や来客数が減っている。特にファッション関係店は年始からバーゲンセールを開催しているが、2月に入りセール商品が減ると来客数が例年同様に減少している。
	□	商店街（代表者）	販売量の動き	・2月は売上と来客数は減少する時期であり、客の様子も含め来客数や売上は良くない。冬物から春物に移行する時期であるため、早めに春物に移れば、売上は若干改善する。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・米を始めとした食料品の価格上昇も一息つき、食料品以外の購買が上向くかとみられたが節約志向は続いており、財布のひもは固い。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・年末年始も過ぎて落ち着きは取り戻したようにみられるが、人通りが少なく売行きが心配である。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・年末の12月と比較すると同程度であるが、客単価は2月の方が良い。当社は2～3月はノベルティ案件が多いため粗利のある案件が多い。
	□	百貨店（企画担当）	来客数の動き	・バレンタインデー商戦は海外のチョコレートを始め自分への御褒美としての需要が前年以上にあり、多くの客でにぎわった。しかし、それ以外の衣料品等を前年と比較すると売上は1割程度下回っている。
	□	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・国内の売上やインバウンド売上共に販売量に対して影響を与える増減が見受けられない。国内の売上は前年からは増加しているが、3か月前と同水準を維持しており、インバウンドは売上に国の変化はあるものの、こちらも同水準である。
	□	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・依然として婦人や紳士服の衣料品関連の売上が良くないが、食品及び飲食は改善している。また、宝飾や時計の売上も伸びているが、全体的に前年並みで推移している。
	□	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・季節物の動きでは、冬日から急に夏日になる等の季節要因から、端境期の衣料品が売れていない。また、物価対策のプレミアム付商品券の販売が各商業施設で行われているが、購入できない高齢者も多く、公平さに欠けるという声もあり買物を控える客も出てきている。

<input type="checkbox"/>	百貨店（営業企画担当）	来客数の動き	・来客数の減少が売上の低迷に影響している。引き続き中間層の消費マインドの低下が顕著に出ている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・重点支援地方交付金が各自自治体でスタートしているが、消費動向にはつながっていない状況である。営業成果の指標となる数値への変化もなく販売点数下落のトレンドは変わっていない現状である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店員）	お客様の様子	・生鮮品等は日々価格が変動しているが、客はその動向をしっかりとみている。特に毎日買物に来店する客は非常に敏感で、特価品を迷わず購入している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・商品値上げの影響もあり、売上は前年比プラスで推移している。しかし、客の買上点数は前年比では0.2ポイント下回っている。生活防衛心から財布のひもが固くなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経理担当）	来客数の動き	・2月の売上前年比は101.5%と好調で、この傾向は3か月前から変わらない。来客数も前年比102.2%と好調であるが、買上点数が97.1%となっており、単価値上げに支えられている構造も変わっていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	単価の動き	・気温は低いものの晴天が続いているため、来客数や客単価共に前年を上回っている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上のトレンドは変わらない状況である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数の減少や商品単価の上昇から客の購入点数が減っており、全体的な売上が下がっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・コンビニは価格が高いため、利用しない客が増えている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	販売量の動き	・競合店の進出が続くため景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・少し前までは手軽に買えたおにぎりの単価が200円を超える商品も出ており、客は選びながら購入している状況が続いている。その他にもサラダの単価も上がるなど原材料の単価が上がるに伴い各商品の単価が上がるため、客の買い控えが続いている状況である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・特に変わった景気の変化はみられない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・衆議院選挙の結果により、状況が良くなるようにみえたが、物価は全て上がっており、賃金は上がっていないという現状で実際には何も変わっていない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店員）	来客数の動き	・今月に入り来客数の減少が顕著に出ている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（役員）	来客数の動き	・4月以降の注文再開の車種の商談により、来客数は多くなっている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・前年比の売上が悪かった分今月は回復しているが、販売経費が増加している。
<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]（支配人）	販売量の動き	・3か月前は映画館が好調だったが、現在はシールによる波及効果が現れている。理由は異なるがモール全体では同程度の推移になっている。映画館は年末ほどの勢いはないものの、ヒットアイテムであるシールを取り扱っている店舗は軒並み大幅に売上が伸長している。ファミリー層を中心に来館動機となり、数値や定性的にみても販売量に大きな差異はみられない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・当地ではフグが旬になり客が多かったが、衆議院選挙の影響により会席や接待などが入らなかったため客足が増えなかった。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（営業）	来客数の動き	・来客数の動きは月によってばらつきがみられるが、3か月前と同様に今一つ良くない結果となった。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（総務）	来客数の動き	・例年2月と8月は客の動きが悪い。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（職員）	販売量の動き	・国内募集型の企画旅行は3か月前を上回っているが、海外募集型の企画旅行は3か月前より悪く、合計販売額は変わらない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（統括者）	販売量の動き	・販売量は大きく変わっておらず、特に販売単価の中価格帯の需要が回復していない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（統括者）	お客様の様子	・客の動向や販売量に特段の変化はない。

□	タクシー運転手	来客数の動き	・インバウンドや夜間の人流の減少、同業他社の人員増加による競争激化が売上のマイナス要因として挙げられる。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・運賃の値上げで、今までの料金との違いに驚く客がいる。
□	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・時期的に年度内の予算消化の動きはあるが、積極的な投資意欲のある相談や受注見込みの割合は特段多くない状況である。
□	通信会社（企画担当）	来客数の動き	・市場が沈滞しており、活気がない状況である。
□	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数の変化がみられない。
□	競馬場（職員）	販売量の動き	・販売量はほとんど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	・年末と比較すると、今一つ景気回復に向かっていない。これから暖かくなるに従って、景気は徐々に上昇気味になると考えている。この業界では、春になって暖かくなると衣類の色や種類が変わりイベントも増えるため、景気回復に向かう傾向にある。
□	美容室（経営者）	単価の動き	・今月は景気が悪く、値下げをして耐えている。
□	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）	単価の動き	・物価上昇により消費行動の低迷が若干悪化へと進んでいる。
□	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	・物価高騰によるコスト増加に対し、主要な売上となる介護報酬は価格転嫁ができないため損益状況は厳しくなっている。他産業の賃上げ額も大きく、採用も厳しさが増している。
□	設計事務所（所長）	単価の動き	・材料や製品の単価が上昇した後、高値を維持しているため、住宅の着工数が減っている。材料や製品を取り扱う業種は価格転嫁が容易であるが、人件費負担の大きい業種は価格転嫁がなかなか難しく、特に地方の個人事業主や小企業は一層厳しくなっている。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・戸建て住宅受注に関しては前月と同様に推移している。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・中国船の寄港がなくなった分、インバウンド効果が薄れてきている。また、寒い日があったため客足が鈍く、総じて2月の売上は余り良くない状況である。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・現在、当商店街では再開発により店舗が減少し、来客数が大幅に減っている。
▲	一般小売店 [生花]（経営者）	販売量の動き	・当店はギフトがメインの生花店であるため、今月は3月の予約が入っている。しかし、2月は花を消費に使う卒業式や正月のようなイベントがないため、販売量は減少している。
▲	一般小売店 [茶]（販売・事務）	来客数の動き	・年明けからの来客数は減少しており、今月は営業日数も少なく売上も減少している。物価の上昇は続いているが小規模小売店では値上げもできず利幅も少ないのが現状である。
▲	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・バーゲンセールが落ち着くと定価販売に切り替わるが、気候はまだ寒く、春物を手取る人は少ない。
▲	百貨店（経営企画担当）	来客数の動き	・3か月前の11月の来客数は前年比95.9%に対し、2月は92.9%で約3%の悪化になっている。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・予想どおりではあるが単価の上昇が続き、1人当たりの買上点数や来店頻度は下降し続けている。消費意欲は低く、景況感は良くない。
▲	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・商品の値上げが落ち着いてきているが、客単価が2～3か月前から前年と変わっておらず、来客数が前年を下回る傾向になっている。特に衣料品や住宅関連商品は買い控えの影響が大きく、前年を下回る状況になっている。

	▲	コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・近隣に大型食品スーパーマーケットがオープンし、ディスカウント店舗の影響により多くの商品の売上が減少している。
	▲	衣料品専門店	来客数の動き	・3か月前と比べて店舗への来客数が減少しており、セール対象商品の販売も伸び悩んでいる。
	▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・季節要因やスポーツキャンプ等のイベントの影響から、ここ数か月前と比較すると来客数は減少している。特に3連休の来客数の減少が顕著で、売上也比例して減少している。
	▲	住関連専門店（従業員）	来客数の動き	・2月は冷え込む日が続き、来客数に大きな影響を及ぼしている。また、長期化する物価高の影響により、耐久消費財である高額寝具は買い控えが続いている。
	▲	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	・インバウンドは堅調であるが、国内客の弱含み傾向は変わらない。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・単価や来客数等の動きが悪くなっている要因は複数ある。インバウンドは多いが、数か月前と比べるとコンサート需要等の特需が少ないことから、宿泊者を含む国内客は減少している。
	▲	設計事務所（代表）	お客様の様子	・客からの問合せ数が減少している。
	×	住宅販売会社（従業員）	それ以外	・株価や日経平均株価は上がり、為替は余り経済に影響していないようである。企業の利益は決算が近づくると好景気となり高水準で利益は出る。しかし、生活に関しては、年金や賃金は上がりず物価は高くなっており、本当に景気が良いか疑問である。不安になっているため景気は悪くなっている。
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	・業界全体でA I やメモリ系半導体需要が急激に増加したため、半導体製造装置需要も活況となってきている。
	○	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・グループ入りした半導体関連の空き工場にクリーンルームが必要となり、賃貸借契約に結び付いた。
	○	輸送業（従業員）	取引先の様子	・周りの物流の動きが良くなってきている。顧客により若干の増減はあるが全体的に動いている。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年の2月は1月と同様に大変厳しい月であるが、今年は意外と好調である。1番の理由は鶏肉の輸入が減ったことである。国内生産も伸びておらず供給不足で市場相場も例年になく高相場となり、当社にとっては各方面からの引き合いが強く追い風となっている。ただし、前年の鳥インフルエンザの影響が若干あり、原料不足で鶏の入荷が少なく、思うように供給できないところが障害になっている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・2月の売上は、前年度と比較すると若干少ないようであるが、受注関係はまずまずの状態である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客と長期契約の話し合いをしながら仕事を進めており、最近の問題で若干の上げ下げはあっても、基本的に余り変わらない数値で推移している。
	□	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・2025年度は当初年度計画以上の生産が続いており、3か月前と同じ状態が維持されている。
	□	その他製造業〔産業廃棄物処理業〕	取引先の様子	・現時点では前年末と余り変わらない生産量で推移している。
	□	輸送業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・物量に関しては、月によって波動があったものの平均すると前年とほぼ変わらない。運送会社より次々と値上げ要請がきており、更なる物価高への影響が懸念される。
	□	通信業（統括者）	受注量や販売量の動き	・例月と同様にビジネスリスクへの対応については堅調に推移している。その一方で、物価高が影響して、必要最低限の投資にとどまっている。

	□	金融業（経営者）	それ以外	・会員数や受託調査の引き合い状況から判断すると景気は変わらない。
	□	金融業（営業担当）	取引先の様子	・衆議院選挙の結果が出たが、物価や人件費、人手不足は常態化しており、企業の業績面で利益は低調である。借入金の金利上昇もあり、景気の改善に期待できるムードはみられない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・物価高の影響が続いており、大きな変化はない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・季節要因で売上を伸ばした業種もあるが、全体としては物価高と深刻な人手不足の状況が景気回復の足かせとなっている。
	□	金融業（営業）	取引先の様子	・3か月前と比較すると、大きく変化はしていない。賃上げは業種や企業規模によらず広く実施されていないため、物価高のマイナスの影響を受けている層も多い。
	□	不動産業（経営者）	競争相手の様子	・当社や同業他社の状況から景気に変化がない。
	□	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先と意見交換をした際、大きな変化がない。
	□	経営コンサルタント（社員）	取引先の様子	・最近と同業者が集まることはないが、現場によると動きが非常に鈍い。
	▲	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・2月になっても消費財の動きは鈍く、最近では新規案件の話も少なくなっている。倉庫からの出荷先が減少していることや1件当たりの納品個数も減少していることから、業界によって淘汰されていたり、卸が一括で仕入れを行い小売をしている業者が増加している。
	▲	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、前月末比及び前年比ではマイナスとなっており、売上減少に歯止めがかからない状況が続いている。賃金もなかなか上がらず好転する状況にない。3か月前と比較すると景気はやや悪くなっている。
	▲	その他サービス業 [コンサルタント]（代表取締役）	取引先の様子	・市町村からの委託で調査や計画策定業務を受託しているが、今年度末が近いため、発注件数が少なくなっている。さらに、例年、次年度に向けて発注される業務はあるが、その件数が例年と比較すると少なく、業務量に対して予算額が低くなっている。
	×	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・予想どおり閉鎖や倒産が相次いでおり、当社も今までの中で最悪な状況である。工賃は上がらず、仕事は減少している。
雇用 関連 (九州)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・直近3か月の求人数平均より高くなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数の受注量自体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等、即戦力を求める動きは堅調である。
	□	人材派遣会社（社員）	それ以外	・この時期に料金改定の依頼をしているが、今年は例年と比較すると改定に協力してもらえる企業が多い。そのため、景気が良くなっているということではなく、物価高騰などに対して派遣スタッフの待遇改善が可能になっている。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・スポーツキャンプ等で県外利用者が増加するため、宿泊業は好調である。その一方で、管内製造業では売上不振のため約70人が解雇となっている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の前年比では8か月連続で減少していたが、直近2か月は増加に転じている。その一方で、就職件数は前年比では増減を繰り返しており、明確な雇用のトレンドを判断することが困難な状況である。

□	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人手不足は深刻な状況にある。年間の採用計画を充足できない企業も多く、3月まで採用活動を継続する企業が一定数存在している。学生には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り負担になっている。売手市場や人手不足の状況は今後も続くことが予想される。
▲	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・求人に対する問合せが2割ほど減少している。募集費を1.5割増しで運用したが、反応は悪い。求人内容は余り変えていないが、応募が減少している。
▲	新聞社 [求人広告] (社員)	それ以外	・物価は高止まりのまま、景気は横ばいとみられている。
▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・求人数は2極化の傾向が強く、デジタル系の求人は活発で人手不足のため人材募集に困っているが、大手のメディアや広告会社などは早期退職の募集をしている。求人をみると非正規雇用が進み、景気には良くない傾向である。
×	—	—	—