

10. 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)	良くなっている	コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・先月と同様、量販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパー共に、パン、弁当の予算を超えている。コンビニエンスストアが結構元気であり、全体を押し上げている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要による購入が多くなってきた。売上も前年比160%ぐらいになっている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・今月は新車受注台数が計画と前年比を大幅に上回っている。1月に発売された新型車の効果と消費税増税前の駆け込み需要が寄与している。
		ゴルフ場（従業員）	単価の動き	・県外客や会社旅行のコンペ等が増え、飲食をしたりお土産を買ったりと単価が非常に良い動きになっている。地元客はそうでもないが、県外客の単価が非常に良い傾向にある。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・商店街の来街客数はそこまで増えてないが、若干客単価が上がっているという話を聞く。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・年末、近くに商業施設ができたこともあり、当商店街との回遊性が生まれて人通りが多くなった。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・販売量の伸びが大きい、来客数も増えている。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で耐久消費財の家具、家電が好調である。また、高級雑貨、美術、時計、貴金属も好調に推移している。物産催事を今月に変更して来店数も増加した。食や工芸に対する客の購買意欲も向上している。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・当社の関連する3店舗の売上は、前年比108.8～102.1%であった。12月も当社に限ると前年比101.1%であるので、ほぼ同水準で推移している。客単価は、非食品が102.5%、食品が102%と前年実績を上回っている。衣料品は99%であるが、家庭用品が109%とけん引している。
		百貨店（営業統括）	来客数の動き	・1月の初商いを終えた翌週から、週末を中心に来店客数が伸びてきている。
		百貨店（営業政策担当）	販売量の動き	・福岡エリアでは百貨店の売上高合計は前年比100%超えとなる見込みだ。3か月前は各専門店と同100%を超える施設が過半数を割っていたが、直近では過半数を超えてきた。ただし九州エリアをみると、百貨店では一進一退の状況が続いているようで予断を許さない。
		百貨店（店舗事業計画部）	来客数の動き	・クリスマスから初売にかけて来店客数が多く堅調に推移した。モチベーション商戦の有無で来店客数は増減するため、秋口に比べるとかなり増えた印象である。一部は消費税増税前の駆け込みで必要な品物を見るための来店増である。
		スーパー（店長）	単価の動き	・生鮮品の価格上昇基調の影響もあるが、全体的に単価アップの傾向にある。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・平日は必要な物を必要な量しか購入しない傾向が続いているが、お正月はハレ型商品が好調に動き、単価が上がっている。またエアコン、冷蔵庫など耐久消費財の売上が上がってきている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、まとめ買い等も増えてきた。
スーパー（統括者）	単価の動き	・客数はほぼ前年並みであるが、客単価が前年よりも上がっており、結果、経常利益が前年を上回っている。		
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・昨年の来客数と比較すると若干増加傾向にある。周辺に新築の住宅、マンション等が建設されることによって人口が増加していることが、おそらく原因である。		
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	販売量の動き	・年末年始の最長9連休のおかげで帰省客が多く、お土産をまとめ買いする方も多かったため売上が伸びた。		
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〕（統括者）	来客数の動き	・商業施設の来店客数が年末年始に増加した。それに比例して売上も上がった。		

	高級レストラン (専務)	単価の動き	・今まで手頃な金額の料理が多かったが、東京や大阪、福岡等県外から来る観光客のなかで少し高い料理を注文する人が増えてきた。
	高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・来客数、予約数が若干増えている。
	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宴会、宿泊、レストランとも順調に売上を確保しており、前年比・計画ともにクリアしている。
	都市型ホテル (販売担当)	販売量の動き	・秋からなんとなく売上が上がっている。宿泊者数も徐々に増えてきているようだ。
	都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・販売売上が微増ながら増加傾向にあり、来客数も増えている。また、宿泊数も同様に持ち直している。
	都市型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・予約は団体等があるわけではないが、インターネット中心の個人予約が伸びている。
	旅行代理店 (企画)	販売量の動き	・2、3月における国内旅行と海外旅行の受注額がともに前年比10%を超えている。
	住宅販売会社 (代表)	来客数の動き	・資料請求等、客からの問い合わせが前年に比べて20%程度増えている。
変わらない	商店街 (代表者)	来客数の動き	・寒い日が続き、思ったように来客数は伸びなかった。しかし昨年と比較して客単価が上昇して、何とか売上を確保している。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・本年度冬は寒くなるとの予報に反し、冬物防寒衣料の動きがさほど良くない。低単価の商品も販売個数にさほど変化がない。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・年始年末の買い物や、お正月の家族旅行などでかなり多くの出費が生まれる。そのため1月は家計が苦しいということで、節約せざるを得ない。
	一般小売店 [青果] (店長)	それ以外	・富崎の中央市場の相場は、3か月前と同様の需要が続いている。
	一般小売店 [生花] (経営者)	単価の動き	・毎年のことであるが、12月は花屋としてそこそこ需要がある。しかし、昨年度末は新築祝の注文があったが今年はない。また、1月は、新規開業のお祝いなど特別大きな注文は入らなかった。
	百貨店 (総務担当)	販売量の動き	・当施設のテナントである一部婦人服、舶来雑貨等に勢いはあるものの、専門店ゾーンでボリュームゾーン商品を取り扱うテナントに売上増の兆しはみられない。
	百貨店 (企画)	販売量の動き	・現在、化粧品や身の回り雑貨などは順調であるが、収益のメインであるファッション関連商品の伸びは弱い。
	スーパー (経営者)	販売量の動き	・商品価値に対する不安感等がみられる。
	スーパー (店長)	それ以外	・売上をみると、食料品は前年比104%で推移しているが、衣料品は同比92~93%と売上不振で、冬物衣料があまり売れていない状況である。稼ぎ頭である下着関係のインナーの売上は12月に比べて少し落ちている。インナーの売上構成比が高い当店としては、この売上が上がらないと衣料品の全体的な押し上げにならない。店のトータルとしては101%ぐらいで推移している。
	スーパー (店長)	来客数の動き	・食品の売上は順調に推移しているが、客単価が落ちている。来客数も閉店セール等の特別な販売促進をかけた店舗の売上はかなり上がっているが、それ以外は減少傾向にある。
	スーパー (店長)	販売量の動き	・客数の減少もみられるが、今月はどちらかというお客の買上点数が前年比96%と低くなっているのが目立つ。
	スーパー (総務担当)	お客様の様子	・客の購買単価は若干増加し、わずかながら改善基調にある。目的消費だけでなく、衝動買いも見受けられ、マインドは上向きに変化している。しかし、客数においては、顧客争奪のし烈な状況が続いており、広告宣伝費など消耗戦の割に集客効果が出ておらず、上振れには至っていない。
	スーパー (経理担当)	販売量の動き	・前年夏以降、販売量において底堅い押し上げがある。米や食品不安の原因となっている冷凍食品が大幅に落ちているにもかかわらず、野菜等の高値の影響も大きい。1人当たりの購入金額が増えている。
スーパー (業務担当)	お客様の様子	・冬物衣料の最終処分期を迎えても、相変わらず売上点数の増加はみられない。消耗品や季節食材の堅調な動きと比較すると、今冬の衣料品関係の落ち込みは非常に大きい。	

衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・景気が良くなっているのかどうか、あまりはっきりしない。客のどのような動向で景気を判断すれば良いのかわからない。ただ買物をするのに慎重になっているようだ。	
衣料品専門店 (店員)	販売量の動き	・福袋はすぐに完売したがセールでのまとめ買いが少なかったため、結果、売上は昨年割れだった。	
衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・今月は新年初売という大きな行事のある大事な月であった。初売は前年と比べどちらかと言うと控えめな始まりだったが、月末に追いつけてなんとか前年並みとなった。福袋もそこまで伸びておらず、客は、気候と自分のニーズに合わせたマイペースな買物をしているようだ。	
衣料品専門店 (総務担当)	お客様の様子	・一部、超高額品のゾーンにおいては良い傾向がみられるが、中間層の商品群においては、現状では全く改善の兆しがみられない。	
家電量販店(総務担当)	来客数の動き	・競合店も同様に来店客の少なさが顕著である。	
住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・今年の初売は順調でよかったが、後半になると客足は止まった。毎月のキャンペーンは前年並みだった。	
その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	来客数の動き	・燃料油の小売価格は高止まりした感があるが、灯油・ガソリン等の顧客の需要について変化はない。	
旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・正月旅行が好調であった反動か、年明け1月の予約が特に国内旅行を中心に鈍い。	
タクシー運転手	お客様の様子	・今年に入り人の流れがやや鈍くなっている。無駄な出費を抑えているようだ。	
タクシー運転手	お客様の様子	・昼のタクシーの動きが悪く、夜は週末だけ動く。これでは今までと全然変わらない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・夜の客の動きが大変悪く、電話の受電回数も今月は良くなかった。	
通信会社(総務局)	販売量の動き	・新規契約数は依然として低調に推移しており、当社において変化はみられない。	
通信会社(業務担当)	販売量の動き	・1月の販売台数をみると、お正月に少し上がったが、前年比は下回っている。その後も平日、週末にかかわらず売上減となり、厳しい状況であった。	
美容室(経営者)	販売量の動き	・3か月前からあまり変動がないのでアベノミクスの動きも一段落してしまったようだ。大企業や輸出関係の企業は非常に上向いているかもしれないが、最終販売者である中小企業にはアベノミクス効果はほとんど表れていない。今は消費税増税前の駆け込み需要があっても4月からの落ち込みを非常に心配している。	
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)	来客数の動き	・季節要因で入院する利用者が増加するため、売上減となる。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・経済的に余裕のある方は、高額品の購入が多少増えた。一般の方の実需は今の時期だが、あまり買い物が増えていない。余裕のある層とそうでない層との差が大きく、全体としては良くなっていない。
	一般小売店[茶] (販売・事務)	販売量の動き	・毎年のことではあるが、年末の贈答品でいただきものが多いのか、自宅用のお茶の売上は年々減少している。
	百貨店(営業担当)	それ以外	・入店客数と婦人・紳士の衣料品、雑貨の売上ともに前年実績を割っており、消費はダウン傾向にある。
	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・冬物の処分期に入っているが、客の買い方が弱い。理由を尋ねると、消費税増税に備え節約しておきたい、他に大きな買物をしたので購入を我慢していると答える人が多い。消費税増税前の駆け込み需要の反動減と、買い控えが同時に起こっている。
	コンビニ(エリア担当)	それ以外	・正月明けで客の動きが鈍り、売上も大きく前年を割っている。競合店の影響もあるが1品単価も低く、必要な物だけ購入する客が多いため厳しい状況にある。
	その他専門店[書籍] (地区支配人)	販売量の動き	・他社との競合が継続しており、特に隣接する商業施設とのバッティングは相変わらずである。当店の方が立地条件が厳しく、販売量の低下傾向に歯止めが掛からない。

		高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・年末忘年会の忙しい時期を終えて、新年会をする人があまり多くなく、来客数も先月と比べると雲泥の差だった。毎年のことで覚悟しているが、それにしても動きが良くない。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・年末年始を終え確実に客数は減少している。消費税増税の年に入り客はかなりシビアになってきているように感じる。今後、4月が近づくにあたってさらに客足は遠のくような気がしている。
		居酒屋 (経営者)	それ以外	・前年とあまり変わらないが、周りの店からも良くなったという話を聞かない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・平日特に歓楽街の動きが非常に悪い。客の帰りが早いようで、早く店を閉めるところが結構多い。
		通信会社 (企画担当)	販売量の動き	・通信サービス契約の解約が多くなった。
		音楽教室 (管理担当)	来客数の動き	・今の時期は入会の時期ではないので、これから4月以降に期待したい。
		設計事務所 (代表表)	来客数の動き	・消費税増税の影響で買い控えがある。
		住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・マンションの分譲は前月より販売量が伸びている。一方、一戸建ては問い合わせ等も伸びず、売行きも鈍化している。マンションの方が値頃感があるということで、順調に推移している。
	悪く なっている	商店街 (代表者)	来客数の動き	・1月の下旬は、消費税増税前の駆け込みが多かったが、下旬になると急激に売上が減少した。
		一般小売店 [鮮魚] (店員)	来客数の動き	・年末は何とか売上が伸びたが、年明けは予想以上に落ち込んでいる。売れないので仕入れもできないという悪循環となっている。同業者でも売れていないのか、魚価が上がっていない。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・昨年末より来客数が減少していたが、1月に入っても変わらず減少している。毎週イベントを打っているが、全く効果がない。
企業 動向 関連 (九州)	良く なっている やや良く なっている	-	-	-
		家具製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が増えている。売上は前年比120%程度と増えた。1件当たりの受注金額は増えていないが、受注件数が増えている。
		化学工業 (総務担当)	それ以外	・一部ではあるが、社員の賃金が上がっている。
		鉄鋼業 (経営者)	それ以外	・販売量は増加しているが、新規建築物件を対象にした受注は少なくなっている。
		金属製品製造業 (事業統括)	取引先の様子	・自社を含め、取引先の受注残が増加傾向にある。
		電気機械器具製造業 (取締役)	取引先の様子	・自社では太陽光投資を今後3~5年かけて取り組む計画である。今期も2基手掛けているが、土木業者、電気業者を確保するのに苦労した。
		輸送業 (総務)	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の動きがある。
		通信業 (経理担当)	受注価格や販売価格の動き	・国内の様々な施策に伴って情報化に対する投資が活発になってきている。また、商談のスケールも大きくなってきているため開発効率が向上し、利益に好影響を及ぼしている。
		金融業 (従業員)	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要で耐久消費財や自動車の売行きが好調である。百貨店やスーパーの売上も増加傾向にある。また、住宅建設や公共工事が本格化してきており、所定外労働時間のほか、求人数も増加するなど、雇用環境が改善してきている。
		金融業 (営業担当)	取引先の様子	・建設業を中心に受注増と利益率の上昇により資金繰りが幾分楽になっている。顧客の預金残高も増加傾向にある。
		金融業 (営業)	取引先の様子	・製造、建設業とも需要は高いとの話が多い。利益率を考えて仕事を選別している。
		金融業 (調査担当)	取引先の様子	・取引先から消費税増税前の駆け込み需要の話がよく聞かれる。また、採用も昨年と比べると、良い印象を受ける。
		経営コンサルタント (社員)	取引先の様子	・安売り商品から、こだわりや少し高めの価格設定の商品に購入が移っているようだ。
		経営コンサルタント (代表取締役)	それ以外	・採用のため求人媒体で人材募集をしているが、半年前と比べ応募してくる人の数が激減している。各社、採用を増やしており求人数が増加している影響である。

	その他サービス業〔物品リース〕(支社長)	取引先の様子	・ビジネスホテル運営会社を訪問したが、出張などで宿泊客が増し稼働率が向上しているとのことである。土木建築関連は相変わらず人手不足なほど好調である。	
変わらない	農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・例年通り1月は12月の反動から需要はあまり伸びていない。加えて原料不足から販売にも影響が出て、売上はあまり伸びていない状況である。ただ、居酒屋の引き合いが例年の1月よりは強い。	
	農林水産業(従業者)	受注価格や販売価格の動き	・畜産関係の販売は、なかなか販売単価が上がらない状況で、ある程度厳しい状況が続いている。	
	農林水産業(営業)	取引先の様子	・年末年始ということで物流が上下しているだけで、予定より大幅に物が動いているとは言えない状況である。	
	窯業・土石製品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・売上は昨年よりも良くなっているが、原材料価格の高騰、特にガスの価格高騰が激しく、3、4割も値が上がっている。原材料や資材、下請からの値上げ攻勢も強く、利益を圧迫している。今後は値上げをしたいが、踏み切ることができない。新商品で高騰分を補えることができない状態である。	
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量がなかなか増えない。増える気配があるかと思うとまた落ち込むという状態で、3か月前と比較すると横ばいか、やや落ち目になっている。	
	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量や客先の話も前月と変わりなく、コンスタントに推移している。	
	電気機械器具製造業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・景気は上向いているが、3か月前と少しも変わらない。仕事量が増えているが受注単価は変わらず、人手を増やさないので、残業や休日出勤で人件費コストがうなぎ上りである。受注価格をみると、景気の状態はやや悪くなっているとも捉えられる。	
	その他製造業(産業廃物処理業)	それ以外	・知人からの話では、受注量は増えているがマージンを削られており、結果として忙しくなっただけで、経費はかさみ利益は出ない状態とのことだ。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・取引先が一番関心を持っていることは、価格の引き下げである。	
	経営コンサルタント(代表取締役)	受注量や販売量の動き	・12月と比べると、年明けの1月は明らかに悪くなかった。	
その他サービス業〔設計事務所〕(代表取締役)	競争相手の様子	・建設コンサルタントへの市町村からの発注は、1月に入ってから少しではあるが行われている。指名業者のなかには、あえて高めに応札するところもあるが、仕事が少なく赤字覚悟で入札しているところもある。		
やや悪くなっている	食料品製造業(経営者)	取引先の様子	・新年のあいさつ時期に営業マンの必死さを感じた。どこも成績に苦慮している。	
	繊維工業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・受注が全く増えないので、久しぶりの経験だが工場を休みにしなければならない。高いものは売れていると聞くが、私たちの生産するようなものとはかけ離れている。	
	建設業(社員)	受注量や販売量の動き	・技術者や職人不足で稼働できていないため悪くなっている。今の現場を完了しないと次の現場にいけないのが実情である。年度末となり、平成25年度予算も残り少ないため繰越工事の早期発注を希望する。	
	輸送業(総務担当)	取引先の様子	・預かっている荷物の荷動きが悪くなっている。出荷量が徐々に落ちてきている。	
悪くなっている	-	-	-	
雇用関連 (九州)	良く なっている	人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・継続的に求人依頼数が前年比150%で推移している。
	やや良く なっている	人材派遣会社(社員)	求職者数の動き	・長期の派遣案件が微増している。
		人材派遣会社(社員)	それ以外	・婚礼司会者の派遣を行っているが、2、3月の受注が例年より増えている。
		人材派遣会社(社員)	周辺企業の様子	・既存の企業と新規問い合わせの企業からの注文が共に増えている。企業担当者からも、人手が必要になるといった話をよく聞く。
		人材派遣会社(営業)	求人数の動き	・建設関連を中心に雇用情勢は上向きである。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	周辺企業の様子	・昨年からは自動車製造関連が好調で、昨年末からあるレンタルフォークリフト会社が増車し、新規求人を増やした。

	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・業績が上がり、賃金・賞与が上がった企業や、賃上げを検討しているとの企業が見受けられるようになってきている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年同月と比べて、求人数が増加、求職者数が減少、就職率が上昇という状況であるため、景気判断はやや良くなっている。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者は、前年同月比で5か月連続大幅に減少している反面、新規求人は4か月連続増加しており、有効求人倍率も改善がみられる。
変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・求人件数は昨年を上回って推移しているが、採用ができないため繰り返し求人をしている企業が増えている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新聞求人広告の状況は3か月前と変わらない。製造業の求人意欲は高く、条件面で地元企業との格差が広がりがつあるようだ。
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・求人数は変わらず動きがない状況である。
	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・求人数は景気動向の先行指標ととらえられるが、一般に公表されている景気上昇の実感がない。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	採用者数の動き	・昨年の同時点と比較した2014年卒業生の内定決定率は若干増を示しているが、ここ数か月の景気動向を判断する根拠としては、やや弱い。
やや悪くなっている	—	—	—
悪くなっている	—	—	—

10. 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)	良くなる	スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で、3月までは行事関連商品や耐久消費財、コモディティ・グッズが売れる。その反動で4月は一旦消費が落ち込む。
		コンビニ（販売促進担当）	・消費税増税後の4月はわからないが、3月まではこのままの状況が続くそう。その要因の1つに、県内の量販店は1月から税抜価格の表示に変えており、他も表示を変えるところが増えている。消費者からみると非常に値頃感があり、安く感じるようで、購買意欲は高まっている。4月以降、食に関してはそこまで落ちることはないとみている。
		その他小売の動向を把握できる者【土産卸売】（従業員） ゴルフ場（従業員）	・変動はあるかもしれないが、そのままの良い状況が続く。お土産という商品の性格から消費税増税は大した問題ではない。 ・たまたまかもしれないが、来月、再来月は既に予約数が前年比を上回っている。そのなかでも、単価の高い土日のウィークエンドに客が集中し、キャパシティオーバーで予約を断る日も出てきており、うれしい悲鳴を上げている。少しずつ良くなってきている一方で、地元客の動きがそれほどないのが、若干の不安材料である。
やや良くなる		商店街（代表者）	・2、3月と消費税増税前の駆け込み需要があるのではと期待しているため、景気は幾分か良くなる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要がそれなりにあると考えられるので、3月いっぱいまでは売上が上がり景気は良くなる。しかし、増税後、どの程度落ち込むか心配である。
		商店街（代表者）	・消費税増税の対策としてキャンペーンを打つ予定だ。しかし、4月に入ると先行き不安になる。
		一般小売店【生花】（経営者）	・2月の中旬まで需要がないが、春先は、卒業や異動などで花の需要が一番高まるため期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要により、高額品の動きが良くなっている。
		百貨店（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要による購買促進が期待される。
		百貨店（営業統括）	・消費税増税前の駆け込み購買が出てくる可能性大である。既に、宝飾、毛皮、家具等、一部の高額商品でその兆しが出てきている。
		百貨店（営業政策担当）	・海外ブティックや時計・宝飾品といった高額品は、一服感もありながら引き続き堅調な需要があり、今後も売上が大幅に落ち込む与件はない。一方、雑貨・衣料品・日用品等では、前回ほどではないにせよ、消費税増税前の駆け込み需要が発生すると考えられるため、3月末までは好調が続く。また駆け込み需要が過熱気味でない分、4月以降の反動減も緩やかと思われ、中長期的には景気回復が続く。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が影響するため、貯蔵の利く加工食品などの売上増を予測している。
		スーパー（総務担当）	・3月末までは、消費税増税前の駆け込み需要で耐久消費財などの購入やまとめ買いが増える。
		スーパー（経理担当）	・4月の消費税増税に備え、保存のきく食材や酒・タバコなどの嗜好品などの買いだめが発生する。
		スーパー（統括者）	・身の回りも明るい話が多くなっている。
		スーパー（業務担当）	・消費税増税は顧客動向に影響を与えている。スーパーやGMS店舗のような小売店では、まとめ買いによる一時的な販売点数の増加が発生するのではないかと予測している。
		衣料品専門店（店員）	・2、3月だけは消費税増税前の駆け込み需要で売上は上がる。しかし、4月はその反動があるので、景気が良くなるとは言いがたい。
		家電量販店（店員）	・1月上旬は調子が良かったが、その後は尻すぼみになった。原因はよく分からない。4月の消費税増税を控え、今が買い時という店内掲示物を増やした結果、大分客の目に留まるようになってきている。消費税増税前の駆け込み需要があるため、やや良くなる。
		家電量販店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		家電量販店（従業員）	・消費税増税前に買換えを考えている方が結構いる。
		自動車備品販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要があると考えられる。

その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・年間を通して1月が一番売上が下がる時期であるが、売上が来客数は、前年同月比で若干増えている。これから3～4月と春にかけて異動シーズンということもあり、コーヒーの売上はさらに増えてくるものと予想される。	
高級レストラン（専務）	・鹿児島は、観光や各種大会に新幹線を利用する来訪者が多く、そのなかでも少し単価の高い、珍しいものを望む客が少し増えてきた。3月まではこの調子が続く。しかし、消費税増税後はどうなるか分からない状態である。	
観光ホテル（総務）	・今後3か月の収入予測より、やや良くなると判断した。	
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門と宴会部門の予約状況が好調に推移している。消費税増税の影響を危惧していたが、前年比103%台と好調な伸びが続いている。	
都市型ホテル（総支配人）	・宿泊の予約状況や宴会予約等の状況が、好転している。	
旅行代理店（企画）	・前年より、旅行単価が上昇傾向にある。	
通信会社（販売部）	・例年の傾向から、3月の卒業シーズンに向け中学3年生及びその家族の需要が高まることが予想される。	
通信会社（総務局）	・今後、ブラジルサッカーワールドカップや東京オリンピックを控え4K・8Kテレビの普及も期待でき、契約数も徐々にではあるが増加すると期待している。	
競輪場（職員）	・売上が段々と良くなってきており、消費税増税となる年度替わりまでこの状況が続く。	
理容室（経営者）	・3、4月は卒業、入学シーズンなので客が少し動くため、今月、来月より良くなる。	
住宅販売会社（代表）	・現在建築関係は、大工や左官などの業種においても忙しくなっている。2、3か月先も同様の忙しさという印象を受ける。一方、工務店やメーカーにおいて、受注棟数が昨年9月以降伸びてない会社も多く、3か月先以降は不透明である。	
変わらない	商店街（代表者）	・売上は増加する時期だが、経済格差がはっきりと表れてきているので、景気としてはあまり変化はない。
	商店街（代表者）	・4月からの消費税増税で先行き不安であるが、現状の客の様子をみていると、悪くはないと考える。
	一般小売店〔精肉〕（店員）	・光熱費が徐々にではあるが高騰しており、利益を圧迫しかねない。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・全く売れる気配がしない。売れそうな材料もない。
	百貨店（業務担当）	・消費税増税を控え、消耗品・日用品の先買いや買いだめが起こることが予想されるが、おしなべてみると客の買物に対する慎重さは日増しに強くなってきている。
	スーパー（経営者）	・今後の消費税増税に対して資金の上昇状況が不明なので、客の買い控えがあると予想される。
	スーパー（店長）	・4月からの消費税増税に合わせ、商品の表示方法を変更する必要があるが、税抜価格で表示をすると客からの信頼度が薄らいでいくようだ。3月になれば駆け込み需要はあるが、現状では、少し買い控えがあるのか買上点数がまだ伸びていない。
	スーパー（店長）	・食料品業界と衣料品業界において消費税増税前の駆け込み需要はそう期待できない。耐久消費財の自動車、家電等は需要増の見込みがあるかもしれないが、食料品、住居関連用品等はあまり需要増が見込めないため、今の流れと変わらない状況で推移する。
	スーパー（総務担当）	・消費税増税導入前の買いだめに期待があるものの、同業種間のし烈な顧客争奪戦が更に激化すると予測され、全体の集客増はあまり期待できない。一方、消費税増税に伴う表示方法の変更コスト増も考慮しておく必要があり、一進一退が続く。
	コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税増税を控え、客の支出減少の可能性が考えられる。
	衣料品専門店（店長）	・消費税増税の影響は今のところあまりみられない。消費税が上がるのは決まっていることなので、その時はそれなりに対処するしかないと考えているようだ。上がる前と上がった後の変化は大してない。
	衣料品専門店（取締役）	・消費税増税前と増税後の売り方をどうするか、企業努力のみで試行錯誤している。3月は増税前の駆け込み需要があるが、4月以降は一旦は買い控えが起こる。
	乗用車販売店（代表）	・変わるような雰囲気がない。
住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が少しでてきたようだ。しかし、景気そのものは良くなっている感じは地方ではなく、給料が上がる話も聞かない。4月以降は不透明だ。	

	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格が急に下がるような気配はないが、販売はほぼ昨年並みの状況であり、灯油の販売シーズンはこのままの状況で推移する。
	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）	・4月の消費税増税前の好影響は必ずあると考える。また、エネルギー価格高騰も今後影響し、差し引きゼロになる。
	高級レストラン（支配人）	・常に安定は望めない。
	観光型ホテル（スタッフ）	・4月の消費税増税を控え、客の動きがまだ読めない。
	都市型ホテル（販売担当）	・4月からの消費税増税に関して、取引会社の値上げと客に対する当方の値上げがうまく伝わるかどうか心配で、今後が不安である。
	都市型ホテル（副支配人）	・ここ数か月、2、3月の受験シーズンを除けば大きな団体の予約はないが、個人の予約が伸びている。
	タクシー運転手	・消費税増税、燃料費、又は物価の上昇に庶民の収入増が追いつかない状況で、格差がますます広がっている。
	タクシー運転手	・プロ野球のキャンプ等はあるが、県外からの人の動きがあまり望めない。
	タクシー運転手	・県外の客の予約状況は良いが、地元の客の動きが今一つだ。
	通信会社（業務担当）	・2月は1月同様、起爆剤となりうる新商品がないこともあり、来客数、販売台数ともに苦戦すると予想される。
	住宅販売会社（従業員）	・2、3月は年度末で物の動きが悪くなる。消費税増税に伴い客の買い控えが出てくるので、少し景気は悪くなる。賃上げベア交渉も影響してくる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・3、4月は年度替わりで、卒業や入学、就職などの出費負担がかなり大きい。家計を預かる者の財布のひもはかなり固くなる。消費税増税を控え、買い急ぐ人が出てくる。
	商店街（代表者）	・消費税増税前だが、地方の商店街において単価の低い品ぞろえの店舗では、駆け込み需要はほとんどない。逆に、増税後に備えた買い控えが懸念される。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・半年ぐらい前から、客が消費税増税後の生活をそれなりに想定しており、全体的に買い控えの傾向がある。消費税増税後は、さらに買い控えが本格的になり、厳しい状況が続く。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・消費税増税前の駆け込み需要は関係なく、増税後は売上が確実に減少するので不安も大きい。
	百貨店（営業担当）	・売上、レジ客数、買上単価が上昇傾向にあったが、当月は停滞に転じている。予約も順調だが、商品供給にやや不安がある。また、客の消費税増税前の駆け込み需要が早く出ており、対応策は実施するが増税後の反動減が懸念される。
	百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要にはそこまで期待していないが、1月の状況をみるともう需要が発生しているようだ。従って、客は2、3月にかなり価格の高いものを中心に購入する。景気上向きとは言い難いが、売上は伸びる。
	百貨店（営業担当）	・入店客数減や衣料、雑貨の売上減をみると、一部の外商客を除き一般客の消費マインドは決して上がっていない。消費税増税前の駆け込み需要は幾分あるが、4月以降の落ち込みを考えると今より悪くなると推測する。
	百貨店（売場担当）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要があるが、4月以降はかなり買い控えが生じるので、やや悪くなる。おそらく消費税増税後のダウンは4、5月と2か月ぐらひは続く。それを越すとほぼ平常状態に戻る。流れるには決して悪くない状況なので、おそらく5、6月は前年をクリアする水準に戻る可能性があるかと期待している。
	百貨店（店舗事業計画部）	・消費税増税前の駆け込み需要と増税後の反動減で、差し引きややマイナスと見込む。不要不急商品の購入が先延ばしとなり、衣料品中心に苦戦を予想している。
	スーパー（店長）	・我々のスーパーマーケット業界では、消費税増税前の駆け込み需要をあまり多く期待できない。全体的な影響としては、4月以降の反動減の方が大きいと考えざるを得ない。
	乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が終わると客の購入意欲がなくなっていく。
	その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税の影響が多少出る。
		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）

	高級レストラン（経営者）	・当店は、接待での法人利用が多い。接待費等も消費税増税を念頭にいれるだろうが、動きが良くなるのか、動かないのかははっきりまだ読めない。当店のような業態においては、消費税増税前の駆け込み需要がなく厳しい状況になる。
	一般レストラン（経営者）	・消費税増税の年になり、大きな買物の最終的駆け込み需要が発生するため、飲食及びサービス業の利用は控えられるのではないかと考える。飲食業も値上げせざるを得ない状況であるため、しばらくは低迷する。
	居酒屋（経営者）	・消費税増税により飲食業界は少し冷え込む。
	旅行代理店（従業員）	・非常に好調であったが、ここにきて予約ペースが落ちている。国内旅行は前年割れの状態となっている。
	タクシー運転手	・これから先、消費税が上がるので皆の財布のひもが非常に固くなり、景気はいくらか悪くなる。
	通信会社（企画担当）	・2～3月の季節要因を除き、契約数の純減が改善する見込みが立っていない。
	競馬場（職員）	・来客数や販売量が前年比を下回る傾向が続いている。
	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）	・4月からの消費税増税や診療報酬改定が、利用控えにつながる懸念がある。
	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）	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
	設計事務所（所長）	・今月の新規資料が少ないので、3か月先は今日よりもやや悪くなる。
	設計事務所（代表）	・消費税増税の影響がある。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
	悪くなる	
	コンビニ（エリア担当）	・3か月後、消費税の増税により客の購入意識に変化があるため、一時は厳しい状況が続く。
	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響が出る。
	衣料品専門店（店長）	・アベノミクス効果が依然地方都市に波及せず、11月から毎週イベントを打ち続けたが、来客数は減少するばかりで全く効果がない。消費税増税前の駆け込み需要に期待したいところだが、このままではその効果も期待できない。
	衣料品専門店（総務担当）	・3月は、消費税増税前の駆け込み需要で景気は一時的に良くなるが、4月はその反動減も含め極端に悪くなると考えている。
	乗用車販売店（総務担当）	・新車販売においては予想以上に消費税増税前の駆け込み需要が大きい。4月以降はその反動減があり厳しい状況になる。
	その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・消費税増税の影響は軽微との論評もあるが、全くそうではない。価格転嫁ができず、増税前の駆け込み需要も多く期待できないため悪くすると予想する。
	美容室（経営者）	・4月からは消費税増税となるので、非常に悪くなる。駆け込み需要の反動減を心配している。客は買物で安いところを狙っている。一般の商店街や個人商店が伸びていくような政策を考えてほしい。
	音楽教室（管理担当）	・転勤により退会される方が多いため、生徒数減少が大きい。
企業動向関連 (九州)	良くなる	
	輸送業（従業員）	・4月の消費税増税を前にメーカーは増産体制を迫られている。業界によっては生産が追い付かないところもあるようだ。3月の需要としては、例年同等、もしくは例年増し、昨年12月よりも12%増しというところもある。しかし、その分4、5月と落ち込みが激しくなることが予想される。短期的には消費税増税前の駆け込み需要で物は動くが、年間通して考えると景気が上向いているわけではない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・今後2、3か月後の景気は、消費税増税前の駆け込み需要により明らかに良くなる。今から関連のセール等がかなり出てくる。特に高額商品は相当数販売量が増える。ただし、4月以降にその反動減が出てくる。
	やや良くなる	
	農林水産業（経営者）	・2月は日数も少なく、原料不足もありあまり期待できない。3～5月は少しずつ原料肉が戻り、異動や行楽シーズンも重なるため、かなり期待できる。放牧牛肉の相場価格が順調なため今後は安定してくる。ただし、1月に解禁になったタイからの鶏肉輸入が市場にどう影響を与えるのか、少し未知数である。

	食料品製造業（経営者）	・ 昨年は九州外への観光客の流れが顕著であったため、客数が大幅に減少し業績に大きな影響を与えた。今年は、4月からの消費税増税の懸念を払しょくすることはできないが、大河ドラマの影響で、西日本・九州への誘客が見込めそうであるため、やや良くなると予想している。
	家具製造業（従業員）	・ 2、3月は消費税増税前の駆け込み需要で、前年比120～150%程度アップする見込みであるが、4月度以降の落ち込みが心配である。一般家庭用の家具は受注を見込み、増産・在庫積み増しをしているようだ。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ 年度末は、消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
	電気機械器具製造業（取締役）	・ 太陽光発電関連、地場公共事業など業者間の需給がひっ迫している。
	精密機械器具製造業（従業員）	・ 受注先から受注量がかかり増え、作業人員も足りない状態にある。これは、中国向けの家庭電化製品部品の影響であり、まだはっきりはしていないが、今後も増産計画になる。
	建設業（従業員）	・ 4月からの消費税増税に伴う受注で景気は回復しているが、その反動でどうなるか不安材料はある。また、職人不足による工期遅延などの問題がどうなるのかで景気は左右される。
	輸送業（総務）	・ 消費税増税を目前にした3月は、更に荷動きが活発になると予測する。
	通信業（経理担当）	・ 消費税増税前の駆け込み需要の効果が様々な方面に波及していく。
	金融業（調査担当）	・ 消費税増税後の4月以降を心配する話が多い。ただし、2～3月までは良い流れが続く。
	不動産業（従業員）	・ 商業施設の売上が上昇傾向にある。
	広告代理店（従業員）	・ この勢いで行けば消費税増税前の3月まで、前年を超える売上が期待できる。
	その他サービス業【物産リース】（支社長）	・ 消費税増税前の駆け込み需要と製造業の好調により、やや良くなる。当社もペースアップが決まった。
変わらない	農林水産業（従業員）	・ 畜産物の販売単価は、下がってはいないが上がらないため厳しい状況になっている。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ 消費税増税前の駆け込み需要により高額商品は割と購入されているが、我々の低価格商品はそのような状態にない。今後、増税により我々の受注関係が変わってくるのではないかと心配している。
	金属製品製造業（事業統括）	・ 受注残は増加傾向だが、職人不足による工事延期で売上延期が続いている。材料費の高騰、輸送費の高騰により、2、3か月は変わらないとみている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・ 引き合いや見積等は順調である。期待される消費税増税前の駆け込み需要もさほど耳にしない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・ 仕事量はやや増えているが人手を増やしていないので生産コストが上がっている。人手不足だが、一から教育を始めると時間が足りず大変難しい状況である。深刻な状況がきそう
	その他製造業（産業廃物処理業）	・ 消費者向けのメーカーは売価を上げることができるが、メーカー向けの下請は逆に利益を削られているところが目立つ。受注量が増えても絶対的利は変わらないか、逆に悪くなる場所も出てくる可能性がある。
	通信業（職員）	・ 省エネ関連の新サービスに対する補助金が終了しており、次年度からの受注量を確保するためには原価低減と新しいサービスの開発が必要となる。
	金融業（従業員）	・ 円安による原材料価格の値上がりで収益悪化を見込む先が増加している。また、消費税増税後の売上の反動減を懸念する先が少なくない。一方、設備投資を前向きに検討する先が増えてきているほか、賃金を引上げる動きが徐々に広がりをみせてきている。
	金融業（営業）	・ 少なくとも消費税増税前の3月までは、現状の景気が続く。又は上向きで推移すると考える。
	経営コンサルタント	・ 業界を見回しても、新しい事業に取り組むことよりも、現在の事業を確実にフォローするという消極的な受け身の姿勢がみられる。
	経営コンサルタント（社員）	・ 消費税増税による影響の様子見である。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・ 受注量や取引先から聞く業況により、この先しばらく良い状況が続く。
	やや悪くなる	繊維工業（営業担当）

		鉄鋼業（経営者）	・既に受注していた建築物の工事が進んでいるため、鉄筋の出荷が増加し、販売量は堅調である。しかし新規の建築物の受注が少なく、今後、販売量は一時的に減少する。
		一般機械器具製造業（経営者）	・各メーカーの決算期にあたり、在庫調整の時期に入っている。一方、消費税増税前の駆け込み需要も考えられるが、プラスマイナスで考えるとどうかという状況である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産量の減少が計画に織り込まれている。
		輸送業（総務担当）	・日常生活に必要な商品の取扱が多いが、出荷量は徐々に落ちてきている。しばらくはこの状態が続く。
		金融業（営業担当）	・大半の事業者は、消費税増税後の4月以降、物販を中心に売上が落ち込むと予想しており、借入金返済金額の減額措置を計画している顧客もいる。
		広告代理店（従業員）	・1月の新聞折込受注枚数は、前年同月比98%と相変わらず下回っている。消費税増税前の駆け込み需要を期待していたが、消費者の購買意欲は一部の商品に限られている。消費活動が活性化しないと販促費も増えない。このままでは、消費税増税により直接ダメージを受けそうであり、折込業界における景気の回復はまだまだである。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・消費税増税前の駆け込み需要による発注のピークは過ぎ、1月に入って設計の新たな発注はかなり少なくなった。増税前の新たな発注は見込めないと推察されるため、景気は悪くなると予想する。
	悪くなる	建設業（社員）	・わずかな繰越工事は発注されるが、平成26年度予算が決まらないうちは官公庁の発注は望めない。補正予算では賄いきれない。ゼロ県債やゼロ国債の早期発注を希望する。
雇用 関連 (九州)	良くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末、次年度に向けた求人依頼が堅調である。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・昨年同様、年度末に向けた問い合わせがきている。また、派遣から直接雇用に変える企業も数件でてきている。
		人材派遣会社（営業）	・求人は確実に増加傾向にあるが、九州における今後の伸びと消費税増税の影響は未定である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・北部九州は自動車関連産業が集積しており、好調な業績が関連業種へも波及しつつあるようだ。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・景気の動きに連動して求人が発生しているのは建設土木業ぐらいである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末まで求人件数は堅調に推移するが、消費税増税後は一時的に求人にも影響がでくると考えられる。
		職業安定所（職員）	・企業の業績は上がってきてはいるものの、4月からの消費税増税による消費の冷え込みが懸念されるため、横ばいで推移する。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率がかなり上昇傾向にあるが、製造業等にやや求人数の減少が見込まれるので、現状の数字がしばらく続くのではないかと。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は減少傾向にあるが、求人数の伸びは鈍化傾向にある。消費税増税を控え、先行き不透明感がみられる。
		民間職業紹介機関（社員）	・決算期を踏まえた人材需要がでていない一方、登録者数が減少傾向になっている。事務分野では、例年の求人がでてきているが、求職者がいないという現象が現れている。
	民間職業紹介機関（支店長）	・年度末の繁忙需要といえるものがない。また新規注文数なども、通常時季とあまり変わらない。	
	学校〔大学〕（就職支援業務）	・2014年卒業予定の学生に対して引き続き求人が届いており、2015年卒業予定の学生向けの求人も順次届いている。しかし、前年度と比較して好不調の判断ができるほどの傾向は現時点ではみられない。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税後は一旦受注が減ると予想される。
	悪くなる	—	—