

< 現状 >

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	・今月は量販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパーのどれをとっても前年の実績を上回っている。販売個数で平均3%くらい伸びている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が出てきている。売上は前年に比べて全体で2～3割アップで動いている。
		家電量販店（広報・IR担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		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で購入者が多くなり、前年比を大きく上回っている。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・今年に入り入場者数も前年を大きく超え、今月も昨年の2割増で推移した。大雪の影響でキャンセルが1割程度の150～200名出たが、それがなければもっと増えた。特に会社のゴルフコンペが増えており、良い傾向になっている。
やや良く なっている		百貨店（営業統括）	単価の動き	・1月以降、高額品の売上が伸び始めている。呉服・宝飾・美術関連で伸びている。
		百貨店（営業政策担当）	販売量の動き	・インポートブティックや時計・宝飾を中心に、引き続き高額品の需要は堅調である。加えて例年以上に衣料品の春物新作や服飾雑貨の売行きが良い。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・客数が2%増となっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要がみられる。
		スーパー（統括者）	単価の動き	・客の買物の単価が増加しており、結果、売上高が増加している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・本来の買物商品だけではなく、ついで買いの商品が増えてきている。結果、客単価が前年に比べ若干上がってきている。
		衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・百貨店内では高額品の売行きが良く前年比が上がっているが、婦人服にはあまり変化がない。5、6月の結婚式の服を早くも見に来ている客はいるが、季節ものなので購入には至らない。金融関係の顧客の購買意欲が高いようだ。春節には中国や台湾からの客の購入もあり、売上が若干前年を上回った。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・ようやく消費税増税前の駆け込み需要の恩恵にあずかりだした。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・今月は新車、中古車の販売台数が計画、前年実績を大幅に上回っている。消費税増税前の駆け込み需要が寄与している。
		自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要が増えつつある。
		その他専門店【コーヒー豆】（経営者）	お客様の様子	・客の来店頻度が前年に比べると増えている。売上も前年同月比で約105%と微増の状態にある。
		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	・先月、今月と前年を上回る販売高実績が出ている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・昨年、冬のイベントである「長崎ランタンフェスティバル」で過去最高の宿泊予約数だったが、今年はそれを上回る宿泊があった。
		都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・3月までの利用は多く、売上予測は良い傾向にある。
		都市型ホテル（総支配人）	販売量の動き	・宴会受注は微増であるが増加傾向にあり、景気がだんだん上向いている。
		都市型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・例年2、3月は良い月であるが、今年も、売上が前年同月比で非常に伸びている。
設計事務所（所長）	お客様の様子	・人によってばらつきがあるが、消費税増税前の駆け込み需要で専用住宅などの着工件数が増えている。		
住宅販売会社（代表）	来客数の動き	・昨年の年末から年明けにかけて落ち込んだが、4月の消費税増税を控え、今月の取引数は上向きになっている。		
変わらない	商街店（代表者）	来客数の動き	・1月下旬より寒波の影響で来客数が減少したが、客単価のアップにより何とか売上を維持している。客単価のアップは、消費税増税前に購入しておくという客の消費動向が影響している。	

商店街（代表者）	お客様の様子	・高額商品を買う客は早目に購入し、そうではない客は急いで購入しないというような購買行動に出ている。売上の良い日とそうでない日の規則性が判断できない。
商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要がかなりあるかと思われたが、商店街では今のところほとんどない。
商店街（代表者）	来客数の動き	・2月は年間のなかでも一番消費が低迷する月であるので厳しい。
商店街（代表者）	お客様の様子	・年始年末の出費に加え、3、4月は卒業、入学、就職などかなり出費が多く予想される。そのため、食品に対する買い控えがあり、普段より悪くなる。
一般小売店〔青果〕（店長）	競争相手の様子	・近隣スーパーのバイヤー及び青果担当者との話では、現在、元の価格と小さい字で消費税が入った価格の二重表示になっているため、全体的に消費の流れが悪いとのことだ。
一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・年度替わりに近いということで新規オープン店など数件の注文があったが、全体的にはあまり良くない。これから3月の卒業式シーズンに期待している。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・先月と変わりはないが来客数は減少している。単価も低いので消費税増税前の駆け込み需要も全くない。寒さから人の動きも少ない。
百貨店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の期待はあるものの、当施設のテナントにはそれに該当する物が少ない。逆に増税に備えて客の財布のひもは固くなり、客数が減少傾向にある。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・前月に続き 消費税増税前の駆け込み需要で耐久消費財の家具や家電が好調である。高級雑貨、美術、貴金属、時計も好調に推移している。バレンタインセールを大催場で開催し、自家需要、ギフト共に好調で、高額のチョコの動きも好調であった。次の物産催事でも、食品、工芸への客の購買意欲は継続している。
百貨店（企画）	販売量の動き	・身の回り品、食品など日常的な商品の動向は良くなってきているので景気上向きの兆候がある。しかし、主力のファッション関連商品は相変わらず苦戦気味なため、相対的には良いとは言えない。
百貨店（店舗事業計画部）	お客様の様子	・3か月前は冬物ピークに向けて伸びていく途中だったが、今は冬物セールの終盤期で気温に左右され不安定な売行きである。消費税増税前の駆け込み需要は出ているが一部商品に限られ、衣料品は伸び悩んでいる。
スーパー（経営者）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要がありそうで、なかなかない。
スーパー（店長）	単価の動き	・食品の売上はトータル前年比102%で順調に推移しているが、青果の相場が前年比の94%と下がっており厳しい。衣料品は昨年9月からずっと前年を割っている。今月も冬物衣料があまり出しておらず、前年比93%となっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・本年度に入って生鮮食品を中心に、食品全体の売上、客数、支持率の上昇がみられる。
スーパー（店長）	販売量の動き	・客数の減少の影響もあるが、売上が伸びないのは、1人当たりの買上点数が若干減っているのが原因の1つである。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・2月は1月に比べ客数が5%程度減少したため、業績が前年割れとなった。しかし、客の動きとしては、低単価商品だけでなく、高額品の商品の動きも鈍化しておらず、堅調に推移していると感じられる。冬物セール品が概ね一服した一方、厳冬の影響もあり、季節商材である春物の動きはあまり良くない。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・いまだに前年と比較して販売額が多い。青果物の価格高騰の影響はないが、季節の変わり目で衣料品の販売が持ち直している。競合の影響も多少あるが、北九州地区は福岡地区に比べて、全体的に前年を割っている。
スーパー（業務担当）	お客様の様子	・依然として衣料品の動向が鈍く、冬物から春物にシフトする時期を迎えつつも動きが小さい。新生活や卒業入学用のフォーマルウェアも例年とほぼ同水準で推移しているが、それ以外の目玉商品がない。
コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・気温の高低幅があるので、客もブレの幅が大きい。オリジナルの挽きたて100円コーヒーは出るが、それに見合うプラス1品の商品が売れないため、客単価が低い。

衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・客の購買状況に変化はあまり見られない。消費税増税前の駆け込み需要もなく、割と落ち着いた状態である。	
衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・相変わらず客の入りが悪く、見るだけの客ばかりである。	
衣料品専門店 (取締役)	販売量の動き	・2月の売上は前年同月比を上回ったが、客数が少なかった。消費税増税前の駆け込みの需要の反動も予想されるので、3か月前に比べて景気は良くなっていない。	
衣料品専門店 (チーフ)	お客様の様子	・2月は、気候の状況が不安定で寒気の影響も強く、春物需要の動きがかなり遅れている。	
衣料品専門店 (総務担当)	お客様の様子	・一部の高額商品に関しては富裕層の動きが若干あるが、中心的な商品群に関しては全く変化がない。	
住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・今月は消費税増税前の駆け込み需要が出てきて、キャンペーンや店舗売り共に順調である。	
住関連専門店 (店長)	お客様の様子	・今月は消費税増税前の駆け込み需要で売上が大幅に伸びた。しかし、それは景気が上向いた結果ではなく、むしろ先々への不安の表れである。	
その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	販売量の動き	・燃料油の小売価格は下げ基調であるが、2月の顧客の購買意欲はさほど変化がない。販売数も前年とあまり変化はないようである。	
その他小売 [ショッピングセンター] (広報担当)	販売量の動き	・家電等の耐久消費財関連は比較的堅調だが、衣料品はクリアランスにもかかわらず動きが悪い。食品の低価格志向は根付いており、買物する日に店を吟味しながらの買い回りが顕著である。	
高級レストラン (支配人)	競争相手の様子	・他店ともに集客、業績が伸びないと聞いた。	
高級レストラン (専務)	単価の動き	・客数は少々減っているが、客単価が少し上がっている。特に県外の大阪、東京方面から来た客の単価が上がっている。鹿児島市内の客は単価に敏感で上がっていない。	
一般レストラン (経営者)	単価の動き	・先月と客足は変わっていないが、注文するオーダーが確実に安価なメニューになってきている。消費税増税の影響とは明確に言えないが、全体的に客は様子をうかがっている。	
居酒屋(経営者)	来客数の動き	・消費税増税前ということもあって結婚式2次会は増えているが、週末の金曜日までは平日と変わらないくらい人の入りである。	
旅行代理店(企画)	販売量の動き	・2月の旅行受注額は、前年並みであるが3、4月は前年割れとなっている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・週末の観光客の増加やイベントにより、思ったほどの減収にはならず堅調であった。	
タクシー運転手	お客様の様子	・今年は県外からの客が少し多いようだ。地元の人達は寒いのであまり動きがない。タクシー利用も少ない。	
通信会社(企画担当)	販売量の動き	・引き続き、販売量が上向かない。	
通信会社(総務局)	販売量の動き	・地方では、個人消費の回復が遅く、当社においても新商材・新プランを出すも反応が鈍い。	
通信会社(業務担当)	来客数の動き	・2月は例年、月末から販売が上向く傾向にあるが、今年は週末以外の来店客・販売数がともに増えず、厳しい状況が続いている。	
住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・不動産の宅地分譲は、消費税増税前の駆け込み需要があまりみられない。顧客は、駆け込み需要の反動減を抑制するための住宅関連の補助金などを把握しているため、土地、上物、マンション等はある程度順調に増えている。	
やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・今月は天候の影響もあったが、一般小売店はかなり厳しい状況に見える。消費税増税がどのように影響してくるのか、とても心配である。最後に増税の大きな波を被るのは小売店ではないかという意見も多い。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要はほとんど見受けられず、特に高齢者は4月からの年金受給額の減少と社会保障費の税金増額で、すでに消費マインドが落ち込んでいる。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・消費税増税を控え、様々な売出しをしている。高額品の宝飾品の催事等もしているが、都会と違って当県は、客の反応が鈍く、様々な催事が前年実績を下回っている。

	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・客との話のなかで、消費税増税前に大きな買物をしたので、洋服や欲しい物はしばらく後回し、と言った言葉が聞かれるようになってきた。増税前の駆け込み需要も目に見えるものはなく、通常のファッションアイテムは、幾分買ひ控えに入っている感もある。	
	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・関連店舗の今月の売上見通しは、92.0～103.2%と軒並み前年を割っている。なお、閉店セールで230%以上伸ばしている店舗もあるので、若干影響が出ているかもしれない。関連店舗の一時閉店の影響もあるが、衣料品の伸びがあまり良くない。ただし、非食品の客単価は前年を上回っている。	
	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要は全くなく、客の動向は芳しくない。客単価も下がり、売上は大きく低下しており厳しい状況である。	
	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・2月は来客数が減ることを覚悟していたものの、予想以上の寒い天候に見舞われ例年より更に来客数が減少した。	
	その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	販売量の動き	・販売量が変わらず減少し続けており、景気は上向きになっていない。	
	その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	来客数の動き	・関東地方で週末に大雪が2回ほど降ったため、飛行機の欠航が増えて旅行者が来られず、帰る人もいなかった。そのため来客数が伸びず売上が落ちた。	
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・2月は継続的に客が来たが、動き自体は鈍いようだ。	
	高級レストラン（社長）	来客数の動き	・消費税増税で客も考えている。	
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全体的に売行きが低調のうえ、首都圏での大雪もあり、国内旅行は大幅な減となった。海外は、韓国が大きく改善をしているが、全体的には前年割れとなっている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・今月長崎ではランタンフェスティバルが開催されているが、客の動きは昨年より悪く、タクシー利用にも多少影響があった。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は気候の変化が大きく、客が外出を控えたり、キャンセルが相次いで売上が減少した。	
	美容室（経営者）	販売量の動き	・一般には、消費税増税を目前に控え、駆け込み需要もあったようだが、我々美容業界ではあまり影響がない。消費税増税により料金設定も考える。客の動きは控えめになり悪い状態が続いている。アベノミクス効果もあまり現れず、消費税増税がいかに景気対策を遅らせているかよく分かる。これが来年も続くのではと心配している。	
	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）	お客様の様子	・季節要因の利用者入院で利用減となっている。4月からの消費税増税及び医療報酬・介護報酬の消費税対応分の値上げによる負担増に伴い、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）	来客数の動き	・電気料金の値上げや4月以降消費税増税の影響が出てくる。	
	音楽教室（管理担当）	来客数の動き	・学年の入れ替わりや転勤などで来客数が大きく動いている。	
	設計事務所（代表表）	来客数の動き	・消費税増税の影響が出る。	
	悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・2月に入って極端に売上が落ちた。客、企業も消費税増税を警戒しているとの声をよく聞く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・本当に来店客が少ない。「売りたいけど、客が来ない」という同業者が多い。当店だけではないと安心するが、生活ができない。
企業動向関連 (九州)	良くなっている	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・この6年間で初めて、取引先から人員の派遣要請がきた。
	やや良くなっている	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2月は稼働日数の面からも厳しい月である。しかし、今年は若干好景気感も影響しているのか、量販店、居酒屋向けの引き合いは強い。原料不足による供給不足感もあるが、加工メーカーの引き合いもかなり強いものがある。

家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月に入り、消費税増税前の駆け込み需要が多く、前年比で30%伸びている。このまま3月もさらにアップしそうだが、4月以降の落ち込みが心配である。	
化学工業（総務担当）	それ以外	・管理社員の賃金がアップした。	
精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注先からの生産要求が急増している。	
その他製造業（産業廃物処理業）	取引先の様子	・受注量が少しずつ上向きになっており、生産ラインを増設しなければならない。	
建設業（社員）	競争相手の様子	・現在は手持ち工事もあり、仕事を選んで入札や受注をしている。技術者の兼務が可能な工事の受注に動いているようである。ただ手持ち工事の残り少ない同業者も多くなってきている。	
輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要が見られる。	
通信業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・地方自治体の情報サービス関連の受注量が増加しつつある。法改正なども含め、国の施策面での後押しが影響している。	
金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車や家電等で消費税増税前の駆け込み需要の増加がみられる。また、百貨店やスーパーの売上も概ね順調である。一方、建設関連では、資材の値上がりによるコストアップや人手不足が深刻化している。	
金融業（調査担当）	取引先の様子	・卸売、小売などの消費関連は、消費税増税の駆け込み需要もあり好調との話がある。	
経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・取引先から人手不足と聞くことが多くなってきた。また、数か月前と比べ、採用に苦戦している企業が多いと聞く。	
その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・3月決算の企業は期末も近づき、損金処理可能な節税対策の相談が増加している。あわせて建設業では人手不足が続いており、仕事を断り続けている。年度末終了の工事も多く、この1か月は多忙を極める。また、飲食する機会が増加している。沖縄便の飛行機がどの便もほぼ満席だった。	
変わらない	農林水産業（営業）	取引先の様子	・荷動きは平年並みである。生産等、外的要因により需給バランスが必要に傾いているが、全体で見れば変わらない。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・繁忙期は過ぎたが、比較的受注量も順調に推移している。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	それ以外	・受注関係は良くなってきたが、原材料、特にガスの価格高騰が著しく、諸雑費も値上がりしている。しかし、販売価格に反映できないのが現状である。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量と価格の問題が非常に大きくなっている。残業等でコストがかかるので大変厳しい状況にある。忙しい中、経営を安定させるには人件費がかかってくる。今後の対応を真剣に考えたい。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・荷主から預かっている貨物は大きな変化がなく荷動きがあまり良くない。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・建設業を中心に受注が好調な状況は続いているものの、人出不足による人件費高騰、資材価格高騰により利益面に受注増加が寄与していない。
	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・当地域は建設関連の業者が多いが、災害復旧工事の大幅な発注増により、各社とも手持ちの受注工事残高がかなりある。しかしながら、原材料の価格も上がってきており、収益面においては受注増の影響による大幅な増加につながっていない。
	不動産業	取引先の様子	・建設費が高いといった話や、買う意思を見せた客が銀行のローンが通らず、所持している土地が売れないなどの話を聞く。
	新聞社（広告担当者）	受注量や販売量の動き	・東京発信の全国掲載の広告は前年を超える出稿量だが、地元広告主の出稿マインドは回復していない。太陽光発電関連の広告は好調だが、通販、化粧品などは前年をやや下回り、旅行広告は前年の70%台と低調である。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・新しい動きが全く見られない。
	経営コンサルタント（社員）	受注価格や販売価格の動き	・消費税増税を控えた仮需で生産量は増加している。

	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・売上の話を聞くと、2月としてはまあまあと言うところが多い。通常の年であれば2月は厳しいところが多く、今年は、特に天候が荒れた関係もあって悪いと思っていたが、割に落ち込んでいない状況であった。	
	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	・市町村から建設コンサルタントや調査コンサルタントへの発注は、年度末に近づき減少している。そのなかで、次年度までを契約期間とする業務が発注されているが、競争相手が入札価格を極端に安くする頻度が減っている。また、市町村の担当者によると、業者はプロポーザル形式の申込に消極的になっているとのことだ。ある程度、業務が受注できていると推察される。	
やや悪くなっている	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要さえもない。今の時期としては、受注が少なすぎる。ここ数年で一番悪く、全く今の情勢がつかめない。	
	鉄鋼業（経営者）	取引先の様子	・新規の契約が減少し、見積・契約共に低調な状況が続いている。取引先である特約店筋も新規が減少し電話も鳴らないといった状況である。	
	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・建設工事入札不調に伴い、受注にブレーキが掛かったような状態である。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・昨年に比べて今年は受注量がなかなか増えない。原因ははっきりと分からない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・機械加工部門における受注額が減少した。先月までの当社受注額は予定の1.2倍程度であった。これに対し今月の受注額が予定額の30%の落ち込みであった。当社は幾分先行する業種であるため、消費税増税前の駆け込み需要が一段落したようだ。	
悪くなっている	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・畜産物の販売状況はなかなか上がらず、非常に厳しい。	
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	・派遣への求人依頼数は前年比150%で推移しており、堅調である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人誌や新聞などの求人欄はもちろん、当社への依頼も増え続けている。登録しているスタッフへ仕事の案内をするが、自分で面接を受けていて、そちらを優先したいという人が多くなっている。また、派遣登録するスタッフが、ここ1か月極端に減ってきている。派遣で働くより、直接雇用の求人が増えているので、そちらを優先している可能性が高い。
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・各企業の採用が活発になってきている。景気が回復してからでは良い人材が確保できないことから、先に雇用確保及び現在雇用されている人材が流動しないよう企業が注視している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・披露宴の司会者を派遣しているが、3月の受注は前年比20%増であった。消費税増税前の駆け込み需要が影響している。
		人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・求人数の増加により、20～34歳の女性の人員確保が難しくなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・新聞・雑誌の求人状況が良いようだ。特に北部九州に集積している自動車製造関連、介護福祉系の求人がここ数か月堅調だ。また受験シーズンでもあり、教育関連の求人も多い。
		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6か月連続減少、新規求人は、5か月連続増加しており改善がみられる。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・業績が上がり、賞与の増額や賃上げを行ったとする企業が出始め、さらに設備投資を行った又は検討しているとの企業が出てきている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・ここ数か月にわたって新規求人数は増加傾向にあり、新規の求職者はやや減少気味である。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・当社データでは、求人取扱件数、売上共に前年を上回っている。要因として、人手不足に加え人材のミスマッチが考えられる。特に賃金が低く、労働時間や休日に出勤のある労働集約型の仕事には人が集まらない。建設関係も現業職の人手不足が続いている。
新聞社〔求人広告〕（担当者）		求人数の動き	・正社員雇用が増加しない。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		求人数の動き	・県内の公共工事は相変わらず好調で、建設、土木を中心に求人数も多い状況が続いている。	
民間職業紹介機関（社員）		求人数の動き	・求人数は若干伸びているが、季節需要か景気底上げによるものかまでは分からない。	
民間職業紹介機関（支店長）		求人数の動き	・年度末の需要増が鈍く、新年度初めの人材需要が通常の月と変わらない。	

	学校 [大学] (就職支援業 務)	採用者数の動き	・ 昨年同時点と比較した2014年卒業学生の内定決定率は若干の増を示しているが、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。現在の3年生に対する求人数は昨年度と同水準である。
やや悪く なっている	—	—	—
悪く なっている	—	—	—

# < 先行き >

## 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 やや良くなる	－	－
		商店街（代表者）	・人の動きが今よりは活発になるため、客の購買意欲は良くなり実需に入ると判断した。
		商店街（代表者）	・商店街は新入学、卒業、就職に関連した店舗があるので、いつもより活気付く。飲食店もそれに伴って少し良くなる。しかし、購入主体である親は、節約モードになっており、前よりも利幅が少なくなる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要が予想される。しかし、4月に入ると正直景気が上向くかどうか全く予想できない。
		商店街（代表者）	・3月は、消費税増税前の駆け込み需要を期待している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・花屋の一番のかき入れ時である卒業、入学式シーズンや母の日を控えているのでこれから良くなる。しかし、それ以後、シーズンオフ期の予備資金をこの時期にどれだけ蓄えられるか心配である。
		百貨店（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要か定かではないが、インポート・ラグジュアリーブランドの売上が好調に推移してきている。
		百貨店（営業統括）	・3月はよくなるが、4月の消費税増税以降は厳しくなる。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要によるプラスが大きい。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が結構増えるため、3月は若干の伸びがあるが、4月以降は落ちてくる。
	スーパー（統括者）	・買物の単価が増加傾向にあり、引き続き売上は増加するのではないかと考える。ただし、消費税増税の影響は不透明である。	
	コンビニ（エリア担当・店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が少しは期待できる。特にたばこが10～20円値上げする分、まとめ買いが多くみられる。	
	その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・3、4月は異動シーズンに入るので、コーヒーの進物等がこれから出ると予想される。また気候が少しずつ暖かくなってきて、客の来店頻度も若干増えつつある。	
	その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要による購買行動が拡大する。現在、耐久消費財への動きがみられるが、3月末に向けて新入学、新生活関連の商品や食品や消耗品などに広がる。しかし、4月になれば一気に消費は冷え込むことになる。	
	都市型ホテル（総支配人）	・今回の災害対策など公共事業の発生で、人や物流の動きが開始めるのではないかと考える。	
	タクシー運転手	・3、4月の予約状況を見ると、会社関係、個人客の予約が伸びている。動きはあるので良くなる。	
	ゴルフ場（従業員）	・以前よりゴールデンウィーク期間の問い合わせが多く、個人旅行、会社の予約が今年に入って非常に目立つようになってきた。特に首都圏の客が多く、良い傾向になっている。ただ、地方は景気の影響を受けるのが遅いので、様々な対策を仕掛けていかなければいけない。	
	理容室（経営者）	・2月は実働日数が23日しかないので、数字がなかなか上がらない。3、4月は、卒業、入学式などで人が動くので客の動向に少し期待したい。	
	住宅販売会社（代表）	・4月に小売関係は多少落ち込むかもしれないが、住宅に関しては2、3か月、半年というスパンでは上向くようになる。消費税増税について、客は8%の増税後の10%への増税も見据えており、次の10%までには建てたいという住宅ユーザーも多い。	
	変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・売れそうな気が全くしない。どこか別の働き口があればよいが年齢的に厳しい。
百貨店（営業政策担当）		・現在好調なのは、単発的な消費税増税前の駆け込み需要ではなく、昨年12月からの継続的な流れである。過剰気味な駆け込み需要ではない分、反動減も緩やかと思われる。さすがに4月はマイナスになるだろうが、5月以降はプラスを狙える。	
スーパー（経営者）		・賃金上昇の兆しが近辺にみられない。消費税や物価指数の上昇に給与上昇率が伴っていない。	
スーパー（店長）		・3月は消費税増税前の駆け込み需要で若干の売上が見込めるが、4月以降、反動減により全体として厳しい状況が続く。	
スーパー（業務担当）		・消費税増税前の駆け込み需要の動向は、どの商品群でも判然としていない。むしろ増税後の大幅値下げを期待する声のほうがよく聞かれる。	
コンビニ（経営者）		・今以上に良くなる材料が全く見当たらないので、これ以上の急激な景気の回復は今のところ予想できない。	
コンビニ（店長）		・消費税増税前までは今の調子が続くと考えられる。	



コンビニ (エリア担当・店長)	・消費税増税が大きく影響してくる。	
衣料品専門店 (店員)	・3月は消費税増税前で、顧客の購入予算が大きくなっているが、その反動で4月は減少する見通しだ。	
衣料品専門店 (チーフ)	・3月は消費税増税の影響で、前倒しの買い足し購入があるが、その後は動きが少し鈍くなると予想される。	
その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	・春の行楽シーズンの到来により燃料油・カーケア商品の需要に期待したいが、顧客からは、4月以降、新年度の賃上げ等について楽観的な話題を聞かない。	
その他小売の動向を把握できる者 [土産卸売] (従業員)	・販売する商品がお土産のため、消費税増税の大きな影響はないと思われる。しかし、身の回りの景気が良くならなければ、販売量も増えないため、2、3か月先は現状のままである。	
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)	・4月以降、消費税増税の影響はあるが回復も早い。	
観光ホテル (総務)	・収入予測より、変わらないと判断する。	
観光型ホテル (スタッフ)	・3月までは順調に予約が取り込めているが、4月の消費税増税後の景気動向がまだみえない。	
都市型ホテル (スタッフ)	・割高感を与えやすい業界であるため、消費税増税の影響が懸念されるが、前年と比較しても予約状況に大幅な落ち込みはみられない。	
旅行代理店 (従業員)	・消費税増税もあり、4月以降予約減も予想されたが、今のところ前年より好調である。ゴールデンウィークの海外旅行も順調である。	
旅行代理店 (企画)	・消費税増税により耐久消費財への支出が増え、レジャーへかける予算が減少すると推測する。	
タクシー運転手	・これから暖かくなってくると人の動きがだんだん増えて、ゴルフや観光等、タクシー利用が増えるのを期待したい。	
通信会社 (企画担当)	・当社は官公庁向けWebシステム開発を主軸としているが、関連予算枠が拡大されるような情報は現時点で少ないため、変動が少ないと考えられる。	
通信会社 (販売部)	・折込チラシを実施しても全く反応がなく、乗客数も減少傾向である。例年、3月は最大の商戦期となるがそれを差し引いても良くなる見込みがない。	
通信会社 (総務局)	・当社では、新年度を迎え一時的には転居に伴う解約が新規を上回る状態となる。景気自体は消費税増税の影響が心配される。	
通信会社 (業務担当)	・3月は卒業シーズンとなり、例年通り家族連れでの来店増が見込まれるが、魅力的な商品が少ないこともあり、昨年ほどの販売台数は期待できない。	
設計事務所 (所長)	・2、3か月先に結果が出る仕事であり、今月の状態が2、3か月も続くので変わらない。	
住宅販売会社 (従業員)	・春闘でベースアップ容認の会社が出てきているが、アベノミクスと合わせて実体経済、経営が好転するにはもう少し時間が掛かる。消費税も上がるので、ベースアップが実際の消費に回せるお金になるのか分からない。今後の動向を見守るしかない。	
やや悪くなる	商店街 (代表者)	・4月からの消費税増税により消費は落ち込む。商店としては消費税の増税が一段と厳しくなり頭を悩ませている。業種によっては、内税方式とは名ばかりで、消費税分を転嫁できず商品の売上から支払っているのが現状である。
	商店街 (代表者)	・4月からの消費税増税により、一時的に景気は悪くなると覚悟している。
	商店街 (代表者)	・所得が増えない限り景気の回復はありえない。特に地方では景気の回復を感じられない。
	一般小売店 [青果] (店長)	・消費税増税により悪くなる。消費税増税に客が慣れて初めて、今までの様な購買心に戻るが、慣れるまでは厳しい状況となる。
	一般小売店 [精肉] (店員)	・消費税増税の影響で、飲食店向けの売上が減る。
	百貨店 (総務担当)	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
	百貨店 (営業担当)	・4月からの消費税増税を控え、当地ではベースアップ企業も見当たらず、給与が上がる企業は非常に少ない。そのため、消費マインドは非常に冷え込む。
	百貨店 (販売促進担当)	・消費税増税により客の購買意欲が失速する。
	百貨店 (業務担当)	・客の増税に対する警戒は思ったよりも大きく、駆け込み需要よりも防衛策のほうが大きいような感がある。増税前の盛り上がりもなく、増税後に落ち込むだけということも想定しておかなければならない。

百貨店 (売場担当)	・消費税増税後の反動がはっきり読めないが、前年を割ると考えている。系列店が2月いっぱい閉店するので、その客が当店に流れてくれば若干のプラス要因となる。3月は好調だが、その先はさほど良いとは思えない。入店客についても96~98%で推移するので良くない。
百貨店 (店舗事業計画部)	・4月からゴールデンウィークまで当面の間、強い来店動機がないため厳しいと見込む。特に今年の春物は、シーズン終盤に購入する層が買わない可能性も高く、苦戦する予想である。
スーパー (店長)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減を予想している。
スーパー (店長)	・3月は、消費税増税前の駆け込み需要が高まる見込みだが、4月の増税後は価格表示も変わるので買い控えがあり、厳しい状況が懸念される。
スーパー (総務担当)	・食料品はさほどでもないが、衣料品・住居用品は、少なくとも上半期に消費税増税の影響を受ける。
スーパー (総務担当)	・3月は、年末年始からの客の堅調な動きが続くが、4月以降は、消費税増税の影響が厳しく出てくるものと考えられる。ほとんどの商品は、増税分を商品単価に上乗せさせられるため、客の買い控えなど購入マインドへの影響が懸念される。
スーパー (経理担当)	・3月は、消費税増税前の駆け込み需要で日持ちする商品が売れるのに対し、4月以降、その反動で消費が落ちると予想する。
コンビニ (販売促進担当)	・3月までは今の状況で推移していく。3月は特に売上が良くなるが、4月の消費税増税後から若干悪くなる。
衣料品専門店 (取締役)	・5月は消費税増税から1か月が過ぎたところだが、不安材料が考えられるので少し厳しい状況である。
家電量販店 (従業員)	・消費税増税に伴い、4月から買い控えがある。
乗用車販売店 (従業員)	・消費税増税前の駆け込み需要で2~3月は良いが、4月以降の反動が厳しくなると予想される。
住関連専門店 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要が終わると、4月以降はその反動で客足は減る。景気そのものの回復は地方ではまだ感じられない。
住関連専門店 (店長)	・売上は確実に悪くなる。消費税8%が家庭にどれほどの影響を与えるのか、販売店もしっかり勉強しないといけない。
その他専門店 [書籍] (地区支配人)	・天候と消費税増税による買い控えがある。
その他専門店 [書籍] (代表)	・消費税増税による影響からやや悪くなる。
高級レストラン (経営者)	・3月の予約状況を見る限り、初旬は少し忙しいが、中旬、下旬に予約があまり入っていない。歓送迎会が3月末から4月初旬にあるが、先々が読めないのと、現状の景気の良さを感じられないことから、先行きはやや悪くなると予想する。
高級レストラン (支配人)	・消費税増税などの影響でやや悪くなる。
高級レストラン (専務)	・4月からの消費税増税により、材料費や人件費が上昇せざるを得ない。今まで通りの単価では、利益が随分取られてしまうので、こちらも販売価格を上げざるを得ないが、利用率が下がっていくのではないかと不安が大きい。
高級レストラン (社長)	・消費税増税後、どうなるか不安である。
一般レストラン (経営者)	・消費税増税にあたり値上げを検討しているが、客がどこまで理解を示してくれるのかが全く分からない状況である。増税直後は買い控えやぜいたくな出費を避けるため、全体的に景気が悪くなる。
都市型ホテル (販売担当)	・3月は消費税増税前の駆け込み需要が多いが、4月の売上がやや低くなる。
都市型ホテル (副支配人)	・今年の4、5月は、福岡市内で大きなMICE関係の大会がなく、予約の入込は悪い。
タクシー運転手	・このところ、夜の動きが非常に悪い。客の財布のひもがかなり固い。その動きが今後も続き悪くなる。
タクシー運転手	・消費税増税によりタクシー料金も値上げするので、今後の景気の冷え込みが懸念される。
通信会社 (企画担当)	・ブロードバンドのニーズが、固定回線からワイヤレスに移っているようだ。
競馬場 (職員)	・来客数の状況が依然として前年を下回っている。
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)	・短期的には、消費税増税の影響が継続すると考えられる。

		<p>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）</p> <p>音楽教室（管理担当）</p> <p>設計事務所（所長）</p> <p>設計事務所（代表）</p> <p>住宅販売会社（従業員）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電気料金値上げや4月からの消費税増税の影響が出てくる。</li> <li>・音楽教室の場合、どのくらいの人が転勤してきて教室を見学に来るかなど、状況が読めないで今のところ何とも言えない。</li> <li>・消費税増税後は駆け込み需要の恩恵もなくなり仕事が減る。</li> <li>・消費税増税、物価高の影響でやや悪くなる。</li> <li>・消費税増税の影響が懸念される。</li> </ul>
	悪くなる	<p>商店街（代表者）</p> <p>商店街（代表者）</p> <p>一般小売店〔茶〕（販売・事務）</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>コンビニ（エリア担当）</p> <p>衣料品専門店（経営者）</p> <p>衣料品専門店（店長）</p> <p>衣料品専門店（店長）</p> <p>衣料品専門店（総務担当）</p> <p>家電量販店（店員）</p> <p>家電量販店（総務担当）</p> <p>家電量販店（広報・IR担当）</p> <p>乗用車販売店（従業員）</p> <p>乗用車販売店（総務担当）</p> <p>自動車備品販売店（従業員）</p> <p>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）</p> <p>居酒屋（経営者）</p> <p>観光型ホテル（専務）</p> <p>美容室（経営者）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・4月の消費税増税後は必ず消費が落ち込み、景気が悪くなる。駆け込み需要がなく、消費が落ち込むという大変厳しい状況になると考えられる。</li> <li>・消費税増税により、4月以降かなりの買い控えがある。当店でも値上げをせざるを得ず、売上が落ちると懸念している。消費税8%は我々零細企業にとっては大きな問題である。</li> <li>・消費税増税で売上は確実に減少する。仕入価格も上がるので商品価格に反映させたいが、来客数減少が予想され値上げしていいのかわからない。</li> <li>・上昇傾向にあった売上、レジ客数、買上単価がやや停滞に転じている。家具、雑貨の好調が、紳士婦人衣料へ波及しない。客の消費税増税対策の購入が多いが、消費税増税後は購買の減少が予想される。</li> <li>・4月からの消費税増税で客離れが起こると危惧している。民間企業の給料が簡単に増えるわけではなく、特に南九州ではアベノミクス効果も全くない。</li> <li>・消費税増税により悪くなる。</li> <li>・消費税増税でどうなるか分からないが、経済全体でどうなるのか全く先が読めない。景気そのものは良くなる要素がない。</li> <li>・見るだけで買わない客ばかりだ。消費税増税前でこの状態なので景気は良くならない。</li> <li>・4月の消費税増税の悪影響を、おそらく5月ではまだ回復できないと判断する。</li> <li>・過去2回の消費税増税の際、いずれも駆け込み需要が終わると悪くなった。最近では地上デジタル放送の終了で、大きく割り込んだ。この流れは変わらないので、2、3か月先は悪くなると予想する。</li> <li>・消費税増税前の駆け込み需要の反動減の規模は予測できないが、覚悟と対応策が必要である。</li> <li>・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。</li> <li>・4月以降、客の来店が少なくなる。</li> <li>・新車販売、中古車販売とも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必ずある。新年度第1四半期はかなり厳しい状況になる。</li> <li>・消費税増税後、反動がある。</li> <li>・消費税増税で4月より一気に消費が低迷する懸念がある。</li> <li>・消費税増税後は、飲食費にかかるお金を削る傾向になることが目に見えている。</li> <li>・消費税増税により悪くなる。</li> <li>・消費税増税により一段と購買欲が落ちる。3%から5%に上がるときも売上が相当落ちたのと同じように、今度3%上がるという気持ちだけでも消費が沈んでしまう。</li> </ul>
企業動向関連 (九州)	良くなる	電気機械器具製造業（取締役）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・仕事を一杯抱えて身動きができないとの話をいたるところで耳にするようになった。</li> </ul>
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・3、4月は異動シーズンや行楽関係も重なり、量販店等を中心にかなり期待できる。加工メーカー筋も春先メニューがあり、かなりの引き合いが予想される。ただし、燃料価格の値上げでかなり厳しくなる。製品の値上げで対応したいところだが、消費税の負担もあり微妙なところである。</li> </ul>

	窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注はメーカーの外注関係からの値上げと諸雑費やガスの価格高騰で、我々も商品を値上げせざるを得ない。一方、特に海外商品の量がまとまってきているようで、いくらか荷動きが活発になっている。
	一般機械器具製造業（経営者）	・客の引き合い見積案件が増加傾向にあり、受注額が増加するものと推測する。
	精密機械器具製造業（従業員）	・受注先から、中国向け家電製品の部品生産要求が多くなっている。
	その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先にて、今年後半に向けて増産体制であるという情報が入った。徐々に回復していくようだ。
	輸送業（総務）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要があると考えられる。しかし、4月以降はその反動減が懸念される。
	通信業（経理担当）	・今の状況において悪くなる要素はないが、4月からの消費税増税による影響がどの程度になるのか、いつまで続くのか未知数である。
	不動産業（従業員）	・賃貸オフィスの稼働率が上昇傾向にある。
	広告代理店（従業員）	・2月の新聞折込枚数は久しぶりに前年同月比102%と好調である。4月の消費税増税前の駆け込み需要をもくろんで広告宣伝費を増額しているようで、3月も同じように好調な様子である。市場環境の好転が、ここに来て業界にも多少及んできたとの印象を持っている。消費税増税後は様子見となるようだ。
変わらない	農林水産業（営業）	・アパレル関連等は高価なものや安価なもの2極化が進んでいる。食料品は一時期ほどディスカウント店の勢いがなくなっている。
	農林水産業（従業員）	・畜産物の販売数はなかなか上がらず、景気が良くならない状況である。
	食料品製造業（経営者）	・観光というマーケットに依存しているため、南九州への観光客、特に団体が増えない現状では業績回復の好材料を見出し得ない。取り扱っている食料品については、消費税増税前の駆け込み需要は期待できず、今後も厳しい状況に変化がみられそうにない。
	食料品製造業（経営者）	・これから端境期に入っていく時期であるが、今のところ安定した受注が見込めている。
	化学工業（総務担当）	・今後、賃金のベースアップは期待薄のため、変わらない。
	金属製品製造業（事業統括）	・輸出関連の好調を受け期待したいが、消費税増税後の業界への影響は不透明である。
	一般機械器具製造業（経営者）	・各ユーザーが決算期を迎えているということと、4月からの消費税増税の様子見する状況からすると、駆け込み需要はなかなか考えられない。各ユーザーは周りの状況をじっくり見て検討しており、おそらくその答えが出るのが3、4か月先になると予測される。
	電気機械器具製造業（経営者）	・どちらかと言うとやや悪くなる傾向になることを心配する。予断は許さず、これから業種転換などで配置を変えなければ、このままの状態では大変厳しい。
	通信業（職員）	・省エネ関連の補助金が今年度末で終了となるため、補助金なしで事業として成立する新サービスを検討中である。2、3か月では運用開始に至らないと予想されるため、状況の改善にはさらに時間が必要である。
	金融業（従業員）	・住宅建設や公共工事が本格化してきているほか、自動車等の生産は増加している。また、残業手当を中心に企業の給与支給額が増加傾向にある。一方、4月以降は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。
	金融業（営業担当）	・4月より消費税増税となるが、建設業ではすでに4月以降の受注に一服感が出始め、好調キープとまではいかない様子である。
	金融業（得意先担当）	・工事発注増の状況が続いているので当面は問題なくいく。一方で、原材料価格の高騰によって収益を圧迫している企業もあり、今後について注視していく。
	新聞社（広告）（担当者）	・全国規模での広告出稿は回復基調にあるが、どこまで地方に波及するかは不明である。直近で新聞広告に見合うトピックスも少なく、前年並みの出稿量で推移する見込みである。
	経営コンサルタント	・現状維持や内部のコスト削減に向かう傾向が強く、新たな動きはみられそうにない。
	経営コンサルタント（社員）	・消費者の購買量が増えているわけではなく、最低限必要なものを買っているにすぎない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の様子、また弊社の受注・問い合わせ状況から、業況が大きく変化する予兆はみられない。

	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・次年度にまたぐ業務の発注が進んだため、新年度になって業務の発注が少なくなる恐れがある。緊急雇用の業務発注は新年度も継続されることになっているが、新規雇用者を研修しないといけないなど、受注業者の負担が大きくなっているため、利益を生む業務の受注が伸びることは期待できない。	
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	・部下は大幅にベースアップするが、私は対象年齢から外れている。	
やや悪くなる	繊維工業（営業担当）	・先が見えない。この状況で消費税を増税するとどうなるのか、従業員の賃上げよりも先にわれわれ経営者がもちこたえられるのが心配だ。	
	家具製造業（従業員）	・2、3月度の売上増の反動として、消費税増税の買い控えが発生する。実際4、5月度の物件情報が少なくなった。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が落ち着き、受注量等は前年度に比べて下がる。	
	鉄鋼業（経営者）	・新規の鉄筋受注が非常に減っている。契約残が多いため出荷は順調だが、新しく着工される物件が少なくなっている。この影響は、出荷減少として約3か月後から際立ってくると予測される。特に最近では新規分譲マンションを対象とする鉄筋受注が減っている。	
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・今季と比較すると来期上期の生産計画数量が減少傾向にある。	
	建設業（従業員）	・最近、特定業種の手間賃の高騰や職方不足による入札不落の現象が起きている。また、消費税増税前で職方も不足がちで、工期の遅延が問題になってきている。この先も職方不足により受注ができない状況も予想されるので、景気はやや悪くなる。	
	建設業（社員）	・4月以降の受注に向け、小さな繰り越し工事案件に、今まで入札を辞退していた業者が競争に参加してきている。下請専門の業者も地域を拡大して受注に動いている。今後の発注を期待したい。	
	輸送業（従業員）	・消費税増税前の2、3月は荷動きが激しくなるが、4月からはその反動で落ち込むと予想する。食品については賞味期限もあり、3月の荷動きは前年比10～20%くらい増であろうが、その他は、前年比増が予想されている。しかし、その分4、5月が落ち込む。	
	輸送業（総務担当）	・預かっている荷物は日用生活用品が多く、今でも節約モードに入っている。消費税増税後はもっと厳しくなる。	
	金融業（調査担当）	・消費税増税後の落ち込みを懸念している声が多い。	
	不動産業	・4月になり消費税が上がれば、さらに不動産売買は動きが鈍くなる。	
悪くなる	広告代理店（従業員）	・消費税増税の影響で4～6月は落ち込む。悪くなる要因はこの一点のみで、これを除外すれば変わらないところである。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要でかなり好調に推移する。おそらくほとんどの業界で、その反動で5月くらいまではかなり厳しい状況が予想される。経過措置の部分を除いて、特に物販等に関しては4、5月に少し厳しくなるのは間違いない。	
雇用関連	—	—	
(九州)	人や良くなる	人材派遣会社（社員）	・正社員のニーズも含めて、先々の求人まで堅調のためやや良くなる。
		人材派遣会社（営業）	・九州地方での爆発的な景気回復は未定だが、相対的に悪くなることはない。
		職業安定所（職員）	・主要産業のほとんどが前年同月比で増加しており、引き続き堅調に推移する。
		民間職業紹介機関（社員）	・直近半年の求人数は少しずつ上向きになっている。一方で、派遣登録者は減少しているため、求人者への派遣就業者の紹介が困難になりつつある。退職者の補充で募集を出しているが、面接前に他社で決定してしまい辞退する人が多い。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・雇用の状況が良くなってきても労働者の給与及び非正規労働者の雇用形態の変換までは至っておらず、今後の労使の動きが注目されている。長く続いた円高基準での企業の組織論を、円安基準にシフトすることは容易ではない。
		人材派遣会社（社員）	・新年度を迎えるので、一旦求人は落ち着く。ただ、新店舗開設等により求人は出てくるので現状維持の状態が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月の消費税増税は2～3か月程でその実感がわかるようになり、その頃消費活動が低迷する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税後の景気動向はみえないが、現在の求人数は正社員だけでなくパート・アルバイトも含め底堅く、急激に悪化するとは考えにくい。

	職業安定所（職員）	・今のところ求人数が少しずつ伸びて求職者が少しずつ減っている状態で、有効求人倍率が0.95まできている。これから当分は、この程度の求人倍率で推移する。
	職業安定所（職業相談）	・新規求職者数の減少傾向が続いているが、求人数の伸びにこのところ一服感がみられる。4月からは消費税増税の影響も懸念されることから先行きは不透明である。
	民間職業紹介機関（支店長）	・好景気の影響が、人材需要には反映していない。顧客企業は採用について慎重な姿勢である。労働者派遣法の一部改正の動きも影響しているようだ。
	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。今後2、3か月先の景気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）	・4月以降は消費税増税の影響で需要は落ち込むと予想する。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・4月からスタートする消費税増税が求人意欲に影響する。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響でやや悪くなる。
	職業安定所（職員）	・4月の消費税増税後、駆け込み需要の反動減が出てくるので、個人消費が冷え込む。
悪くなる	—	—