

<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	○	○	○	
	やや良く なっている	○	○	○	
		商店街（代表者）	単価の動き	・3か月前に比べると単価の高い商品や作り物の動きが良い。しかし、消費税増税前の駆け込み需要が終わったため、3月に比べると売上は下がっている。	
		商店街（代表者）	お客様の様子	・先月は、天候不順により春物商品の動きが鈍かったが、今月は気温の上昇とともに春物に加え初夏物まで動きが活発になりつつある。消費税増税前の駆け込み需要がなかった分、現在のところ、その反動減はさほどない。	
		一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・堅調に良くなってきている。	
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・4月は開店する店などが多く、建築士からの開店祝いのお花の注文が入るなど景気は良さそうにはみえる。しかし、5月になり開店祝いによる注文が落ち着くと、売上は落ち込む。	
		百貨店（営業統括）	単価の動き	・消費税増税後の影響が残っており、客単価に影響が出ている。しかし、客数は若干少ない程度である。	
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で苦戦が予想されたが、思ったほど影響は出ていない。逆に、増税前に買物したことにより、欲しいものが増えたと言う客もいる。本当の反動減はもう少し経ってから出てくるのかもしれない。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	販売量の動き	・昨年と比べてコーヒーの出る量はさほど変わらないが、1人当たりの購入量が若干増えているようだ。	
		高級レストラン（従業員）	来客数の動き	・アフターコーヒーを飲む客がだんだん多くなってきた。	
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前年同月も好調だったが、それも上回り好調を維持している。	
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・新規客からの問い合わせ、依頼が若干増えてきている。	
		住宅販売会社（代表）	来客数の動き	・消費税増税後落ち込むと思われたが、あまり影響はない状況である。	
		変わらない	○	○	○
		商店街（代表者）	お客様の様子	・気候的に物が良く動く時期に入ってきた。3か月前に比べて物の動く量は多少増えている。来客数も増えているが、客の消費行動にはなかなか結びつかない。	
		商店街（代表者）	お客様の様子	・3か月前は正月明けで出費が重なり大変な月であった。また4月は卒業、入学、就職、転勤とかなりの出費が予想される。	
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	お客様の様子	・消費税増税で売上は相当落ち込むと思っていたが、来客数もあまり変わらず売上減少はないようである。増税後、初めは値札を外税にしていたが、客より損している気がするとの声があり、内税に書き換えた。そのため、客は今までどおり購入している。	
		百貨店（店舗事業計画部）	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の大幅な反動減を見込んだが、駆け込み需要、反動減ともに少なかった。春休みの駅利用客が多く、加えて駅周辺の集客イベントが好評で来店がきつかけになった。好天が続いたこともあり初夏物衣料や雑貨は好調で節約モード一色という印象はなく、催事など楽しめることにも反応が良い。	
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費税増税前の買いだめがあったため、今買う必要性がないことと、消費税増税による値上がり感があるようだ。	
	スーパー（業務担当）	来客数の動き	・全体的に来店客数は増加傾向にあり、食料品や日用消耗品の販売点数も微増している。ただし大型家電や高額服飾雑貨については、消費税増税の影響で売上は伸び悩んでおり、回復まで時間を要する。		
	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の影響は、住宅街ではあまりないが飲食店などの店舗で大きい。飲食街に練り出すマインドが低下している影響で、私ども飲食街における来店客数も少なくなっている。		
	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・来店客数にあまり変化はない。良くもなく悪くもなく落ち着いている。消費税増税もあまり関係ないようだ。		

	衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要も期待外れに終わった。見るだけの客で販売に繋がらない。
	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・先月の消費税増税前の駆け込み需要が嘘のように、今月は予想以上に売れない。
	その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要で、3月末に燃料油を満タンにしている顧客が多数おり、4月は燃料油の販売が例年と比較すると減少している。ただ、顧客の様子をみると、必要な商品は引き続き購入するマインドであり、一時的に減少しているだけと考えている。
	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	・当月(4月)は、消費税増税の反動で売上は苦戦状況にあるが、徐々に回復基調にあり、前年売上は確保できる。
	高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・来客数に伸びがない。
	都市型ホテル (副支配人)	単価の動き	・消費税増税によって単価は上がったが、稼働率は多少下がっている。結果、売上は先月と同じくらいである。
	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・ゴールデンウィークは、国内・海外とも近場中心の動きとなっている。国内は日帰り・1泊、海外は後半の休みを利用した3泊までが人気となっている。全体では前年をやや割れる状況である。
	タクシー運転手	来客数の動き	・消費税増税後、1割ほどの売上減を覚悟していたが落ち込みは予想以上に少なく、ほぼ横ばいであった。
	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は1か月間を通して大変稼働が良かった。ただし、夜の繁華街は良くなかった。
	通信会社(総務局)	販売量の動き	・エリア拡大により新規契約は増加しているが、既存エリアの状況は依然低調である。
	ゴルフ場(従業員)	単価の動き	・4月の消費税増税に伴い、プレー代に増税分を転嫁した。ゴルフプレー代は競争が非常に激しいが、それほど影響はなく客も理解を示している。また、プレー代以外のショップやレストラン利用も少しずつ単価が上向いている。また、県外客や海外客が順調である。
	音楽教室(管理担当)	来客数の動き	・転勤などで辞める方も多し一方、入会する方も多かったので若干プラスである。
	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新年度となり、マンションの販売、来店客の動きはあまりない。また、注文住宅の来店客数の伸びが鈍化してきている。景気が良いと言われるが一部だけで、消費者は先行きが不安な様子であり住宅に対する購入意欲がない。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	来客数の動き	・消費税増税に伴って、特に4月初旬から中旬にかけて、客足の伸びが非常に悪かった。
	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・消費税増税の全体的な影響は想定範囲内ではあるが、来店客数や客単価は減少しており、大型テナントほど厳しい状況で推移している。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・前月の消費税増税前の駆け込み需要が好調だったため、その反動減で今月は客単価が低下し苦戦している。しかし、来店促進のため子供向けイベントや物産展等の催事を行ったことで来店客数は増加し、売上金額累計では前年並みを確保した。デイリー食品である生鮮食品の需要は戻っているが、海苔等の保存食品は回復していない。
	百貨店(営業政策担当)	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減は想定通りである。現在は全体的にマイナス気味だが、これは一時的なもので、今後確実に上向いていく。当社では4月に入り、全ての催事が好調である。付加価値型の「ぜいたく消費」は控えめながら、今必要なものについては堅実に買上されている。
	百貨店(企画)	販売量の動き	・消費税増税に伴う3月の駆け込み需要の反動が大きかった。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が見られるが、今後の見通しは暗くない。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で購入の多かった、日持ちする商品や耐久商品は、今月の1~2週目に前年比82%まで落ちているが、3週目から少しずつ回復している。一般食品やトイレットペーパー等住居関連商品の売上が厳しい状況で、まだまだ買いため商品の売行きが鈍い。生鮮食料品は、2週目あたりで平常の売上に戻った。5月からは少し見通しが良くなる。

スーパー（店長）	販売量の動き	・3月の消費税増税前の駆け込み需要は一部商品に限られていたため、反動減の影響はそれほど大きく出ていない。特に生鮮食品に関しては1週間程で元の状況に戻り、今月は例年並みの実績を達成する予定だ。しかし、酒や米等の一般食品においては、売上が厳しい状況が続いている。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税の影響で、客数は前年同月比で7%程度減少だったが、販売量が前年同月比10%超で減少している。特に、身の回り品の販売量が減少しており、前月まで続いた買いだめの影響が顕著に表れている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・予想はしていたが、消費税増税後の売上はかなり落ち込んでいる。雑貨、衣料、加工食品、米、タバコなどは顕著であるが、月末に向かって回復傾向にある。青果、水産、精肉、惣菜などの生鮮品は落ちも少なく、回復も早かった。
スーパー（統括者）	販売量の動き	・消費税増税の影響で若干売上高が減少傾向にある。
コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・ここ3か月良過ぎたために、その反動で3か月前よりもやや悪いものの、売上は前年比3%増であった。出だしは悪かったが後半は回復しており、販売量も伸びてきている。
衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要がなかった分、増税後の急な買い控えはなかった。顧客の来店はいつも通りだったが、フリー客の来店が減った。そのため、イレギュラーなセールで前年並みの売上に追い付いたような状況である。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・消費税増税後の4月は、非常に慎重な購買の様子が見受けられた。吟味して買う様子を見ると、消費税増税の意識が浸透している。消費税増税前の駆け込み需要で、必要な物は3月までに買っているのので、4月は財布のひもが堅い1か月であった。
衣料品専門店（チーフ）	来客数の動き	・消費税増税前に比べ、来店客数の減少と購買意欲が高くない客が増えており、売上につながっていない。
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の反動減がある。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・4月は受注台数が極端に落ち込んだ。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・今月は消費税増税の影響で新車の受注台数が激減した。さらに3年前の東日本大震災時の販売減少の影響で、初回車検対象台数が少なく、整備売上も苦戦している。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月までは送別会など大人数の宴会が入って良かったが、4月になった途端、大人数の宴会がなくなった。会席などは多少あるが厳しい月であった。
高級レストラン（専務）	来客数の動き	・消費税増税の影響で客足がすごく落ち込んでいる。旅行者はそうでもないが、地元の方は財布のひもが締まっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・今月に入ってからスーパーなど客がかなり減っている。販売店におけるイベント効果により、中旬以降いくらか持ち直したが、全体的に落ち込んでいる。それに伴いタクシーの客も減っている。
タクシー運転手	お客様の様子	・4月になった途端、昼のタクシー利用が極端に少なくなった。夜はあまり変わらない。
通信会社（業務担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減と増税による購買意欲の低下により、今月は週末以外、来店客・販売数ともにあまり増えず、厳しい状況が続いている。
美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると悪くなっている。消費税増税により客の買い控えが出てくるので、お洒落産業にも大きな影響が出ている。
美容室（店長）	お客様の様子	・消費税増税の影響が多少ある。景気が良くない。
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	・消費税増税や診療報酬・介護報酬改定に伴う負担増により、利用者が伸び悩んでいる傾向がみられる。
設計事務所（所長）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、なかなか売上が上がらない。
設計事務所（代表）	お客様の様子	・問い合わせが減っている。
悪くなっている 商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税により来客数が激減した。

	商店街（代表者）	来客数の動き	・3月の消費税増税前の駆け込み需要が大きかった反面、4月は反動減が大きくなっている。来店客数、販売量、単価もかなり低い。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・本来に来店客が少ない。利幅が少ないうえに売行きが悪いので利益が出ない。
	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・今月の売上見通しは、前年比87～103%で全体的に悪い。ただし、売上は、4月18日以降徐々に上がっており、入店客数も若干増えている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、保存のきく生活必需品や家電、化粧品などの落ち込みが特に大きい。
	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・3月の消費税増税前の駆け込み需要による売上増に対し、4月は反動減となった。反動減の影響は4月中旬までと見ていたが、4月いっぱい影響が大きく非常に厳しい状況である。
	衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・当社一番の主力部門であるミセス層のボリュームゾーンでは来客数が減り、価格に対する反応も非常にシビアになっている。近年まれにみる不況感を感じる。
	家電量販店（店員）	販売量の動き	・消費税増税後家電の購入がめっきり減った。大型商品について特に顕著である。消耗品はある程度出すが、壊れたから買換えるというような客にしか販売できていない。
	家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が予想以上に大きい。大型商品の成約率が大きく低下している。
	その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	販売量の動き	・消費税増税の影響が強く出た。土産品という製品の性格上、増税の影響は少ないとみていたが、客の購入単価が下がり売上は前年比20%減となった。
	居酒屋（経営者）	来客数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要の反動か、客足が鈍い。
	都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・4月の宴会・婚礼・宿泊利用者は、いずれもかなりのマイナスとなった。街中の外食店も昨年と比べてかなり悪いとの話がある。
企業動向関連 (九州)	良くなっている やや良くなっている	-	-
	繊維工業（営業担当）	取引先の様子	・中国での生産が難しくなっている。取引先は東南アジアに生産をシフトしているが、スムーズにいかない。そのため、我々国内工場を多少でも大事にしようという動きがあるようだ。
	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3月は消費税増税前の駆け込み需要があったため、今月はその反動減を予測していた。しかし、前年と同程度の受注があり、それほどの落ち込みはなかった。3月の駆け込み需要の影響を除いても、1月以降、受注額、受注件数は確実に前年比10%程度伸びている。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税が増税されたが、消費者の動きは今までよりいくらか良くなっている状態である。輸出、国内向けの企画も何件もあり、動きが活発になっている。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・要因はよく分からないが、受注量がだんだんと増えてきている。
	電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・従来競合関係であった先や、直接取引のなかった先から人員派遣要請や一部業務で請負の話が出てきている。
	金融業（営業）	取引先の様子	・取引先からの情報では、消費税増税の影響は軽微であり、むしろ多業種に渡って、当面の受注を確保している企業が多い。
	経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・店舗の改善が進み、特に女性客が増加している。酒の販売量が増えている。
	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・2014年3月期の決算が大幅な黒字となる会社が見受けられる。定期昇給以外のベースアップを行った取引先もあった。中途採用を行っている会社もあり、企業業績の回復が感じられる。米国の大手金融機関の破たん時に就職活動した学生が転職を意識しているとの話があった。社内外の飲み会が増え、タクシーに乗る機会が増えた。
	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	・今年度4月から高齢者や障害者、子育てに関するアンケート調査や計画策定をコンサルタントに委託する市町村が多い。発注数が多いため、指名を受けた業者のなかには辞退したり、予算上限に近い金額で入札に応じているところもある。極端に価格を下げた入札が減っている。

変わらない	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月の売上は消費税増税の影響でかなりの落ち込みを予想していたが、落ち込みは予想より少なくほっとしている。ただ、鳥インフルエンザの発生により、スーパー向け商品の一部に少し影響が出ている。豚肉は加工メーカー筋の引き合いが相変わらず強く、対応できていない状況である。
	農林水産業（営業）	取引先の様子	・消費税増税の影響で販売が鈍ったが、徐々に回復傾向にある。
	農林水産業（従業者）	取引先の様子	・畜産物販売額は消費税増税で若干上がっている。今のところやや弱い状況である。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税増税はあまり景気に影響していないようだ。悪いとも良いとも言えない。
	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響は業界ではなかった。3月の売上増もなく、4月に受注や売上が多いわけでもなく、例年並である。
	その他製造業（産業廃物処理業）	取引先の様子	・消費税増税の影響で停滞感が出ている様子である。
	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はあまり良くない状態で変化はない。配送センターの集約はまだ続いている。
	通信業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税増税の影響は買い控えの動きがみられるほどでもない。
	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・当地区の主要産業である建設業は、行政の出納整理期間ということもあり、昨年度受注した工事代金が支払われ、資金繰りが楽になっている。その他の業種については、消費税増税の影響は現段階で特にみられないことから、各社の業況は比較的安定している。
	新聞社（広告）（担当者）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークのイベント告知などでレジャー施設の広告出稿が前年を超える出稿量である。しかし、消費税増税直後というタイミングもあり、各業界ともに様子見の状態である。全体では前年比90%台前半で収束する見込みである。
	経営コンサルタント	それ以外	・4月末、企業を対象にセミナーを予定している。この数か月準備していたが、企業の反応はあまり芳しくない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・消費税増税の影響を取引先に聞いても、大きな変化がないという回答が多い。
	やや悪くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き
電気機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・受注量の変化が大きくなっている。人材補給をする仕事量が減り、また人員調整が必要になるなど、非常に難しい。受注量が安定すると、経営も楽になる。安定が一番大事である。
金融業（従業員）		取引先の様子	・自動車販売等で、消費税増税前の駆け込み需要の反動減がみられるほか、円安等による原燃料費の値上がりで収益が悪化している取引先が少なくない。また、建設業では一部で人手や必要機材の不足による工事の遅れが出てきている。
金融業（営業担当）		取引先の様子	・全業種で消費税増税前に比べ、月次の売上高は減少している。
金融業（調査担当）		取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。
悪くなっている	建設業（社員）	競争相手の様子	・手持ちの仕事がほとんど皆無で、作業員に長期休暇を与えるか、今のうちに技術者への研修や講習を受講させている業者が多い。公共工事の早期発注を希望する。
	輸送業（総務）	受注量や販売量	・消費税増税の影響で荷物の動きが減少している。
雇用関連 (九州)	—	—	—
	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・景気とはマインドである。企業の求人に関わる部門は、景気が上昇した後での人材確保では遅いことを知っている。先取りの雇用及び新卒求人が今から伸び続ける1年となる。
	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・新年度もスタートしたが、派遣登録にくる求職者の数が先月を上回っている。また、当社で仕事の案内をするも、直接雇用の面接を受けている方が多く、そちらを優先したいという声を多く聞く。直接求人も増えているようだ。
	人材派遣会社（営業）	採用者数の動き	・雇用情勢は相変わらず上昇傾向にあり、雇用形態は派遣から契約以上の直接雇用案件が増えている。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は昨年12月と比較し3月は増加しており、有効求人倍率は10月より0.9倍台を維持している。これらの結果からみると景気は良い状態で推移している。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	求人数の動き	・昨年の同時点と比較した2015年卒業予定学生の求人数は、若干の増加を示している。
変わらない	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同期比で増加しており、消費税増税の影響は今のところみられない。
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・登録者数が10%以上増加している。派遣依頼も微増しているが、働き手が不足している状況で成約までいかない。
	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・求人数は減少していないが、需要増大とも言えない状況である。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・情報産業からの求人が前年比約5%増、建設業からの求人が同約10%増である。一方、その他分野の求人数は目立った増減がない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・ここ半年程度、前年以上の求人依頼数であったが、4月は求人依頼数が前年割れとなっている。
	人材派遣会社（社員）	それ以外	・ブライダル司会者の派遣を行っているが、3月は前年度比120%だったのに対し4月は前年度比65%と落ち込んだ。しかし、通信販売の番組出演依頼は増えており、総体として、昨年の10%減にとどまっている。
	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・当社調べで、求人の取扱件数は前年並みが続いていたが、最近、前年割れの傾向になっている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・消費税増税の影響で消費の動きが非常に悪いことが、様々な分野でマイナスに作用している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・消費税増税とともに、諸経費を転嫁した実質の値上げが多く見受けられる。予想以上に値上げを実感しており、今後、消費は減速する。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・消費税増税に伴う反動減からか、昨年好調だった製造業や建設業の求人広告が落ち込んだ。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・上昇傾向にあった新規求人倍率が減少に転じた。
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	商店街（代表者）	・今月が最低の状況であり、消費税増税の影響も3か月後は少なくなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響もしばらくすれば落ち着き、景気も上向き。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・消費税増税の影響はほとんどない。
		百貨店（営業統括）	・客の購買意欲はそこまで落ちていない。ただし、消費税増税前の駆け込み需要で、化粧品等の先買いが発生した商品については、ここ2か月は影響が残るものと予測される。
		百貨店（営業政策担当）	・今後、ゴールデンウィーク、父の日、お中元と百貨店が得意な年中行事やギフトシーズンが続くため、施策次第では昨年を上回る需要を喚起できると考える。
		百貨店（店舗事業計画部）	・高級ブランド雑貨や宝飾品・時計は、消費税増税前の駆け込み需要の反動減や値上げの影響で現在苦戦しているが、2～3か月先には影響が緩和されてくる見込みである。毎年、夏のセールは伸びており、4～6月にやや苦戦しても夏のセールを機に回復する見込みである。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が落ち着けば、回復の軌道に乗るのは比較的早いと判断している。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減から週を追うごとに回復してきているので、今後は回復基調に向かう。
		スーパー（経理担当）	・消費税増税の影響は1～2か月とみており、ある程度回復する。しかし特売等のセールを行わないとディスカウント店舗にシェアを取られることも考えられる。
		コンビニ（販売促進担当）	・パン、食料品に関しては若干の伸びがある。
		衣料品専門店（店員）	・消費税増税後は外税方式なので、客は値上がりしたような気がしないようである。季節が変われば需要が増え、売上は前年並みになっていく。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が思ったほどなく、ボーナス商戦を迎える7月ごろから上向きになる可能性もある。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税が8%に上がったという感覚がなくなれば、受注台数は多くなっていく。
		乗用車販売店（総務担当）	・主力車種のマイナーチェンジがあり商品力がアップした。新車は今より受注台数が伸びる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・消費税増税で若干の買い控えがあるかと思ったが、コーヒーは嗜好品ということもあり、そこまでの影響はなく例年と変わらない客の動きである。販売量、来店客数とも昨年同月比で若干増えている。また、夏場に入り気温も上がると、リキッド系のアイス飲料も出るので、売上の増加も期待できる。
		高級レストラン（従業員）	・ゴールデンウィークに入り客の動きが出てくるので、少し良くなる。
		居酒屋（経営者）	・消費税増税に慣れることで今よりはお金を使うようになる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・宴会・宿泊とも順調に予約が入ってきている。
		タクシー運転手	・4月の落ち込みや閉塞感もそれほどないので景気向上が期待できる。
		通信会社（販売部）	・4月に入り消費税増税の影響か来客数・販売数ともに過去1年間で最低の状況となっている。5月以降は新サービスや新商品販売を開始する予定であるため、やや良くなると思う。
理容室（経営者）	・先月は入学・卒業シーズンで良かった。消費税増税はあまり我々業種に関係ないかもしれないが、3月にやや客が多かった分、4月は減っている。夏に向けてやや良くなってほしいと期待している。客の話によると、他の業種は少しずつ良くなってきているようだ。		
設計事務所（所長）	・例年、公共工事が発注される時期なので忙しくなる。		
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税による割高感が徐々に収束していく。		
変わらない	商店街（代表者）	・顧客のほとんどが年金受給者である。年金で精一杯生活している人達に変化はない。お金を持っている人が来店すれば変化していく。トータル的にあまり変化はない。	
	商店街（代表者）	・消費税増税による落ち込みがなかった分、安定した天候が続けば売上も若干ではあるが期待が持てる。エルニーニョ現象による冷夏の予想もあり不安要素がないわけではない。	

商店街（代表者）	・4月からの消費税増税で我々商店街も増税分を価格に転嫁せざるを得ないが、毎日の客は顔なじみの方ばかりで、転嫁が難しいため、なかなか売上上昇にはつながらない。
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・そろそろウナギの季節ではあるのだが、今年も高値が続いており売行きが悪い。注文分を少しずつ入荷するしかない。
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・消費税増税をするのであれば、景気が良くなる材料も欲しい。新茶時期にある程度の売上は見込めるが、その後の売上には全く期待ができない。
百貨店（総務担当）	・消費税増税の影響がどの程度残るか予測が非常に難しい。
スーパー（経営者）	・消費税増税や様々な物の値上げで、客の購買意欲が落ちている。
スーパー（業務担当）	・当社の価格強化政策が顧客に定着してきているようだが、季節物の購入モチベーションの低迷が続いている。今後、消費税増税によりお買得感は相殺されてしまう。
コンビニ（経営者）	・高額品ほどの影響はないが、消費に対するマインドが冷え込んでいる。良くなる理由も見当たらない。
コンビニ（店長）	・しばらく消費税増税の調整が続く。
衣料品専門店（店長）	・高額商品を扱う大型店などでは消費税増税の反動があるようだ。私ども零細店はあまり影響がなく変化がない。徐々に影響が出てくるのかもしれない。
衣料品専門店（店長）	・相変わらず客の財布のひもは固く締まったままで、見るだけの客ばかりである。
衣料品専門店（取締役）	・3か月先はセールの時期である。消費税増税後の4月よりは物が動くが、景気との連動ではないため変わらないとした。その先も景気が良くなるかは不透明である。
衣料品専門店（チーフ）	・来客数の減少や購買意欲の低下が続くと見込まれる。そのため、前倒しでイベント、サービス、セールをしなければ売上維持するのは難しい。
家電量販店（店員）	・消費税増税前の3月の売上は前年比2倍だったが、4月はその2倍分の反動減となっている。4～6月の3か月はその流れが続く。
家電量販店（総務担当）	・5月まではこの状況が続く可能性が大である。
住関連専門店（店長）	・2～3か月経てば消費税8%にも慣れ、今月よりは客の動きも良くなる。また、消費税増税前の駆け込み需要で購入された物も消耗してくるので、再び購入する機会も増えてくる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・顧客からは、ゴールデンウィークの日並びが悪く長期の休みにはなりにくいとの声を聞く。しかし、マイカーによる安近短の行楽をファミリーで計画しているようなので、5～6月は順調に燃料油等が販売できそうである。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税の影響が思ったほどではなく、深刻な落ち込みはみられないので、横ばいで推移する。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・4月は消費税増税の影響が強くてただけなのか、しばらく販売の動向を注視しないといけない。夏場に回復するのか判断できない。
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）	・2～3か月後には、消費税増税の反動も落ち着き、前年並みの売上が予想される。
高級レストラン（支配人）	・ここ数か月の来客数に大きな変化がみられない。
高級レストラン（専務）	・これまでは景気の悪化で消費者の財布のひもがきつかったが、アベノミクスにより緩和されつつある。しかし、どちらに振れるかまだ分からない。
都市型ホテル（販売担当）	・少しは回復するが、まだ先がみえない。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税の影響は当社では少なく、レストラン部門は前年並み又はやや上昇している。その他部門においても前年比を上回っており、大幅に状況が変わる要因は見当たらない。
都市型ホテル（副支配人）	・上期は多少弱い時期ではあるが、インターネットを中心に予約はある程度入っている。
旅行代理店（従業員）	・国内はやや下回る状態が続くが、海外は近場中心だが昨年より良い。
タクシー運転手	・今後は、ボーナスが増加する分消費が良くなりそうだが。しかし、消費税増税の影響で差し引きゼロとなる。
タクシー運転手	・ゴールデンウィークは、バスやレンタカー等の利用が多いからなのかよく分からないが、タクシー利用の予約が少ない。
タクシー運転手	・5月の予約状況は大変良い出足である。ただし、売上に直結するかはわからない。
通信会社（企画担当）	・現時点では判断できない。

	通信会社（総務局）	・好材料が見当たらない。
	通信会社（業務担当）	・5月は新商品発売とプラン変更等もあり、来店客増が見込まれるが、昨年ほどの販売台数は期待できない。
	ゴルフ場（従業員）	・ゴールデンウィークは非常に動きがあり、予約が結構入っている。
	美容室（店長）	・消費者は必要な物しか買わないので景気は変わらない。
	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）	・消費税増税や診療報酬改定等の負担増の影響が、しばらくは継続すると考えられる。
	音楽教室（管理担当）	・春は入会の時期であるが、夏はそこまで入会者はいない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・3%の消費税増税で支出が増えるため、個人の消費行動に大きく影響する。消費者は消費税増税で支出が増える分買い控えると考え。中小企業は消費税を納めることが大変であり、給与は上がっていない。
	商店街（代表者）	・消費税増税により消費者の購買意欲は低下する。しかし、夏場以降は徐々に売上も戻ってくる。重要なのは、いかに販売促進をしていくかである。何とか頑張っていきたい。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・卒業シーズン、母の日が終わるとギフトがメインの花屋では、夏場にかけて切花は控えられる傾向がある。毎年のごとであるがかなり厳しくなる。
	百貨店（営業担当）	・売上金額は前年比プラスを維持したが、徐々に買上単価・レジ客数は減少している。クレジット10回無金利催事での底上げ効果も限定的に終わった。消費税増税前の駆け込み需要が少なかった紳士・婦人衣料の回復は期待できるが、慎重な購買姿勢が続く。
	百貨店（業務担当）	・客が消費税増税の影響を実感するのは、月単位で家計をやりくりした後である。そのため、増税の影響は夏場にかけて出てくる。
	百貨店（売場担当）	・7月はクリアランスに突入するため、売上は前年比95～100%の範囲を想定している。今月の客単価は食品が同95%、非食品は同94%である。来店客数は同96～97%だ。購買率が上がらないと若干厳しい。完全に回復するのは下半期9月以降である。
	スーパー（店長）	・消費税増税後の消費者の動向が見えない。売上が厳しい状況のなかで、価格の表示方法や売価の設定等、競合店との競争がますます厳しくなると予想される。
	スーパー（店長）	・消費税増税の影響が5月まで出ると懸念される。特に耐久消費財の売行きが心配される。消費税増税前の駆け込み需要による衣料品や住居関連商品などの買いだめがあった商品が影響する。
	スーパー（統括者）	・小売業においては、消費税増税前の駆け込み需要等の影響が3月以降の売上高に影響している。今後、その反動減が売上高に若干影響する懸念があり、景気に影響が出る。
	衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税の影響は簡単には回復せず、悪影響を及ぼすと考える。当地域は、それに加え商店街自体の低迷もかなり進行しているため、やや悪くなるという悲観的な見方をしている。
	家電量販店（店員）	・先月は消費税増税前の駆け込み需要は非常に大きかった。その反動減で販売量が少し減っているようだ。先月、サポートが終了するOSがあったため、パソコンは販売量が非常に多かった。しかし、思った以上に売れたためメーカーの製造が間に合わず、せつかくの機会なのに販売量が減っている。このような状況が続くので、売上は厳しくなっていく。
	家電量販店（従業員）	・消費税増税の影響もあるが、新学期やゴールデンウィーク、自動車税の納付など支出が増えるため、買い控えが起こる。
	住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減がここ2～3か月は続く。その後の景気の先行きは読めない。
	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）	・消費税増税の影響が懸念される。
高級レストラン（経営者）	・ゴールデンウィーク中は節句関係で少し予約が入っているが、それ以後は見事なまでに予約が少ない。大きな宴会も特になく、小さな会合も少ない。景気が良ければ5～6月にかけて株主総会後の会食などが望めるが、当店では今のところ望めない。城下カレイという旬の食材を売ってしっかり頑張らなければならない。	
観光ホテル（総務）	・今後3か月の収入予測よりやや悪くなる。	
競馬場（職員）	・来客数が前年よりも下回っている。	

		美容室（経営者）	・2～3か月先は期待したいが、消費税増税の影響が継続する。最終消費者にテコ入れするような政策が必要である。
		設計事務所（所長）	・2～3か月先の契約に結び付くような手持ちの資料は、現段階でさほど多くない。
		設計事務所（代表）	・消費税増税後の買い控えがある。
		住宅販売会社（従業員）	・実際に末端まで景気が良くなるのはまだ先の話で、賃金が上がっているのも一部の優良企業である。格差は依然として残っている。消費税増税で景気は悪くなり、買い控えが出てくる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・年度始めの購買が終わる。時期的に売上が下がるデータが出ている。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税により、消費者の財布のひもが固い。今後も厳しい日々が続くことが予測される。
		スーパー（総務担当）	・生活商材は、今後さらに買い控えや消費マインド低下の影響で、一層厳しい状況になると予測される。また、家具など大型商材についても、消費税増税前の駆け込み需要の反動減が予想され、全体的に消費の落ち込みが懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・公共料金の値上げや消費税増税の影響により、これまで以上に客の購買意欲は落ち込み、非常に厳しい状況が更に続いていく。
		コンビニ（店長）	・自動車税の支払や消費税増税などの影響がある。
		衣料品専門店（経営者）	・郊外施設のリニューアルに伴い客足が伸び悩む。
企業動向関連 (九州)	良くなる	電気機械器具製造業（取締役）	・コスト削減要請が以前より緩くなった。
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・消費税増税に消費者が慣れれば、今後、売上はそう大きく上下することはない。鳥インフルエンザも熊本的一件で収まりつつあるので、このまま収束すれば影響も少ない。間屋筋やメーカー筋に依頼している値上は実行率が6割である。それに原料の加工がきちんとできれば、7月以降の夏場は安定してくる。
		繊維工業（営業担当）	・中国での生産が少しでも振り分けられただけで国内工場は助かる。いままでもその動きはあったが、実質的な影響がほとんどなかった。今回は本当に生産の国内回帰となりそうだ。
		家具製造業（従業員）	・家具を必要とする商業施設や飲食店の出店が増えており、5～6月の受注は前年比10～15%程度増加している。小売の伸びは前年と変わらない状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いは今後増える予想である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先の依頼により、車載用部品のIC製造は増産する計画である。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・消費税増税の影響はあったが、生産量が増えている様子である。
		建設業（従業員）	・2014年度分の公共工事の入札も出始め、仕事量も増えてくる。また、外壁工事などの大規模改修も増えてくるので景気は少し良くなる。
		輸送業（従業員）	・今月が非常に悪すぎたため、2～3か月先は消費税増税の影響も落ち着いて少しは回復する。
		通信業（経理担当）	・企業の決算発表の時期になり、賃金のベースアップも期待される場所である。個人消費の下支えによる効果で景気は徐々に上向きになっていく。
		金融業（調査担当）	・取引先等の話から、景気上昇ムードが冷めているようには見えない。
		新聞社（広告）（担当者）	・6月以降、夏にかけて太陽光発電関連や旅行広告の出稿が増える見込みである。
		経営コンサルタント（社員）	・女性の酒消費が増えており、全体的に上昇傾向にある。
	変わらない	農林水産業（営業）	・畜産系の病気の影響が各畜種の販売状況に出ている。
		農林水産業（従業員）	・畜産物販売では消費税増税の影響があり、厳しい状況である。
		食料品製造業（経営者）	・一向に売上が好転しない。納入先の来店客数及び客単価は低迷したままで、景気が良くなるという判断材料を欠くことから、今後も当分上向くことはないと考えている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3月末の消費税増税前の駆け込み需要の反動減で、受注量などが落ち着いている。
		化学工業（総務担当）	・管理社員の賃金は上昇したが、消費税増税によって帳消しになっている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・以前と比べ夏場に向かった受注は増えている。しかし、今後、外注関係において我々下請業者は厳しく、後継者もおらずやめる人が多くなるのが気がかりだ。

	鉄鋼業（経営者）	・1～3月の出荷は順調であったが、新規物件の受注量が大きく落ち込んだ。4月に入って中・小物件を中心に受注量が回復してきたが、今後も続くのか不透明である。マンションの着工も一時期より減っているように需要の把握が難しい。	
	金属製品製造業（事業統括）	・オリンピックまでは時間があり、現状は変わらない。原子力発電所が再稼働すれば良くなる。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・消費税増税後の状態をみているのか、全体的に物が動き始めたからなのか、ユーザーの受注量が上がっている原因がはっきりしない。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・発注者側からは、発注量が少し増えるのでやや良くなると聞くが、実態は変わらない。これ以上悪くはならないが、下がった状態が続く。	
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・当初の生産計画台数に対し、内示数も大きな変動なく推移している。	
	通信業（職員）	・4月に入り、省エネ関連の新たな営業案件が出ているが、予想受注額は低く、引き続き受注量は低迷している。	
	金融業（従業員）	・中国、韓国等海外景気の下振れの影響を懸念する先がみられる。一方、国内をみると、雇用や所得環境が着実に好転してきているため、消費税増税による駆け込み需要の反動減の影響は、比較的短期間で解消するとの見方が多い。	
	金融業（営業担当）	・中小企業事業者のマインドは、全業種的に落ち込んでいない様子である。建設業は、今年度分の受注を6月以降の受注でほぼ確保できている。その他業種も6月以降は回復するのではないかとの見通しがある。	
	金融業（営業）	・公共工事の年度替わりや消費税増税などの要因がありながら、今後明るい感触を持つ企業が多い。現状のやや良い水準は当面続くと考える。	
	不動産業（従業員）	・オフィスビルなどの賃貸物件の空室状況が横ばいで推移する。	
	経営コンサルタント	・景気が急速に好転することはない、今の状況が続く。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の様子、また自社に対する問い合わせの件数に大きな変化がみられない。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・福祉関係の調査が多いが、コンサルタント業務は福祉だけではなく、建築や土木の設計などもある。しかし、それらは発注される業務が少ないため、全体としては厳しい。	
	その他サービス業〔物産リース〕（支社長）	・2か月後は賞与の時期になるが、収入が増えたとしても消費に回るかどうか分からない。必要最低限の消費になるのではないかと。ゴールデンウィークに旅行に行くなどの話はほとんど聞かない。近場のドライブ程度という話が多かった。	
	やや悪くなる	輸送業（総務）	・景気回復につながる材料が見当たらない。
		輸送業（総務担当）	・消費税増税後、高速道路の割引も少なくなると聞いている。支払運賃の値上げ等の要請もあり、しばらくは混乱する。良い方向にはいっていない。
		金融業（得意先担当）	・建設業関係については、災害関連工事の発注が一段落したほか、6月以降、消費税増税の影響が出てくるのではないかと予想する企業の代表者も多い。今後の状況については予断を許さないと考えている。
	悪くなる	建設業（社員）	・ゴールデンウィーク明けに発注があっても、着工は早くても6～7月になる。できるだけ早い工事の発注を、国土交通省より各都道府県へ促してほしい。
		広告代理店（従業員）	・2～3月の新聞折込枚数は、消費税増税前の駆け込み需要で前年を上回る受注があった。その反動もあり4月の折込受注枚数は前年同月比90%と悪化した。自動車販売、通販、不動産を中心にほぼ全業種において低調であった。消費意欲が平常に戻るには半年程度の時間を要する。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税の影響で予想通り落ち込んでいる。
雇用関連 (九州)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・人材の確保には給与条件が必須である。労働市場だけみれば、一度売手市場になると賃金対価で相応の見返りをしないと人材は流出してしまう。消費税増税とは関係なしにこの後1年後に賃金水準は上がる。
		人材派遣会社（社員）	・どの取引先も「単価アップ」をテーマに取り組んでいるので、その成果が出てくる。
		人材派遣会社（社員）	・企業からの注文は引き続き増えているし、登録者も5月中旬まで予約が多い。さらに、中元時期の注文も既に入っている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・現在、消費税増税による先行き不安で雇用調整が行われ、求人取扱件数が減少傾向にある。3か月先になると少し落ち着きを取り戻すことを期待している。
		職業安定所（職業相談）	・今後も有効求職者数は減少し、有効求人倍率が上昇する。

	学校〔大学〕（就職支援業務）	・2015年卒業予定学生への求人件数が順調に増加していることに加え、中堅企業も例年より早期の採用活動を行っている。今後数か月は、大学新卒者に対する積極的な採用活動が続くことが予想される。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・昨年度の求人依頼数は、前年比140%程度で推移してきたが、4月は落ち着いた状況となっている。少し踊り場的な状況かもしれないが、今後、大きく変わる要素がない。
	人材派遣会社（営業）	・消費税増税に伴い、消費動向が一時的に予測できない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・医療、外食、流通関係の人手不足が顕著だ。求人しても集まらない状況も多い。ただし、景気が良くなっている材料ではない。こうした状況がしばらく続く。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月以降、企業は様子見の傾向が強い。今のところ、製造業を始めとする主要業種での求人広告の回復はない。
	職業安定所（職員）	・新規求人の状況から回復感がうかがえる。新規求職者数は今後一定数を保ち、大幅な増加はみられない。
	民間職業紹介機関（社員）	・登録者は増加しているが、すでに他社で就業が決定している場合もあり、求人会社とのマッチングができず人手不足感がある。
	民間職業紹介機関（支店長）	・各企業の来年度新規採用者数などが公表されたが、今のところ人材需要が大きく上昇しているわけではない。秋以降の需要が増大すれば景気が良くなる。
やや悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・消費税増税後も企業の採用意欲には変化はない。求人見込みでも引き続き情報産業・建設業からの引き合いは続く。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の影響がある。
	職業安定所（職員）	・これまで景気の高揚感により事業拡大を図りつつあった企業において、消費税増税に伴う顧客の業況が不透明なため、事業拡大に伴う新規求人の手控えが予想される。
悪くなる	職業安定所（職員）	・中小零細企業が大部分を占める地方において、賃上げは一部ではみられるものの、全般的には低調であり、消費税増税後の消費の冷え込みがみられる。
	悪くなる	—