

# < 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	商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税増税前で来客数が増加した。顧客管理をしっかりしていた効果があった。高額商品のまとめ買いがあり、前年比30%の売上増が見込まれる。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要がかなり出てきている。しかし、これは本当に一過性のものである。
		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、家電、敷物の売上が著しく伸びているのに加え、化粧品、紳士婦人高級衣料・雑貨、美術・画廊、貴金属、時計、眼鏡も好調に推移している。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・消費税増税を控え、ほとんどの商品群の売上が前年比120%前後の動きとなっている。
		百貨店（営業統括）	単価の動き	・消費税増税前の駆け込み需要が顕著に出ている。特に高額品や化粧品等、買いだめができる物の売上が伸びている。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・今月の関連施設の売上見通しは、前年比111～113%と2桁を超える。個別の見通しは、婦人服が110%、雑貨が163%、寝具が200%を超える。しかし、紳士服と子供服はあまり伸びておらず、明暗が出ている。来客数は前年より若干良く、購買数量、購買単価がかなり上がっている。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・3月は、量販店、コンビニエンスストア、ローカルスーパーを合わせた売上が前年比114%と伸びている。販売の売上個数も伸びている。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電販売は、消費税増税前の駆け込み需要が大きく効いており、3月の流れが良い。
		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が顕著で、エアコン、冷蔵庫、洗濯機等白物家電が好調である。単価も上昇している。
		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	・消費税増税前の駆け込み需要で購買が活況を呈している。特に高単価品の動きが良く、家電の売上は前年の3倍となっている。新学期需要として自転車は3割増、制度品化粧品は4割増である。3月下旬からは衣料品、食料品、日用雑貨まで売れている。報道が駆け込みをあおっているため月末に向けて購買が更に加速するとみられる。一方、流通在庫がなくなりつつある。
ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・消費税増税に伴う売上減少を非常に危惧していたが、ゴルフプレーヤーの若者化が進んでいるのに加え、5月近くまでは様々な地域のコンペが入ってきている。		
やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・建設業は非常に忙しく人手が足りないという話を聞く。建設業の関連企業については景気が良くなっている。	
	一般小売店 [精肉]（店員）	来客数の動き	・来客数が格段に増えている。	
	百貨店（総務担当）	販売量の動き	・コンタクトレンズ、メガネ、書籍など消費税増税前の駆け込み需要が顕著である。	
	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・3月初旬はそうでもなかったが、20日過ぎより客の買いが強くなってきた。消費税増税前の駆け込み需要か気候が暖かくなってきたからなのか、理由ははっきりしないが、売上は好調である。	
	百貨店（営業政策担当）	単価の動き	・3月は21日の3連休頃から、消費税増税前の駆け込み需要でにわかに慌ただしくなっている。それまでは基礎化粧品など、日用使いの消耗品に集中していたが、インポートブティックや腕時計への購買意欲が高い客が増加している。	
	百貨店（店舗事業計画部）	単価の動き	・春物が動き出す陽気となり、入卒業や転勤等の需要も出てきたうえ、消費税増税前の駆け込み需要ムードが本格化したため、駆け込み需要の来客数が目立って増えた。2月までの駆け込みに加え、ブランドバッグ・フォーマル衣料・肌着など「いずれ買おうと思っていた商品」が加わり伸びている。	
	百貨店（企画）	販売量の動き	・身の回り品、日用品、高額商品の売れ行きが良い。いずれも全国的に報道されているような消費税増税前の駆け込み需要効果なのかもしれない。	
	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、家電や日用雑貨の動きが非常に良くなっている。	

スーパー（店長）	単価の動き	・客単価の上昇は消費税増税前の駆け込み需要によるものである。特に紙製品が良く売れている。
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により、家電製品・日用品のまとめ買いを中心に売上が増加している。
スーパー（統括者）	単価の動き	・来客数は増加していないが、客単価、商品支持率等が上昇しており、結果として売上高や利益等が前期比で増加している。
衣料品専門店（チーフ）	販売量の動き	・4月からの消費税増税に伴い、衣料品関係では、まとめ買いする客が著しく増えている。
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が、やっと本格化してきた。白物家電の売上が前年比200%以上の状況である。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注が増加して利益も増し、報奨旅行が行われるようになった。
自動車備品販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	お客様の様子	・燃料油の小売価格はやや高く推移している状況で、需要については大きな変化はないが、やや顧客の来店頻度が増加しているようだ。また、顧客の様子をうかがうと消費税増税前に家電品を購入した、日用品をまとめ買いしたとの声が聞かれる。
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	・売上が好調で前年の実績を上回っている。
高級レストラン（支配人）	お客様の様子	・通常より単価の高いコースが出る。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前年同月よりも来客数が多い。さらに客単価も上昇している。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊数・レストラン利用・宴会利用とも順調に売上を伸ばしており、前年度を大幅に上回っている。
都市型ホテル（販売担当）	販売量の動き	・3月は特にブライダルの駆け込み需要が多かった。宿泊も好調を維持しており、東京、大阪からのビジネス客が多く宿泊している。
タクシー運転手	来客数の動き	・消費税増税を控え、買物客、観光客、イベント等で人出が多く、売上増につながった。
住宅販売会社（代表）	単価の動き	・来客数、単価を含め、消費税増税を控えて動きがある。
変わらない	商店街（代表者）	・気候が暖かくなり人が動く時期になってきたので、以前に比べて販売量は増えている。しかし、実際の購買意欲はそんなに高くない。実際に買う人は早い時期に購入し、生活に余裕のない人はなかなか購買に至らない。
	商店街（代表者）	・今月は、卒業、入学、就職、転勤等でかなりの出費となる。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・客に占める高齢者の割合が60%程度であり、アベノミクスによる好影響は全くない。逆に今後の消費税増税、医療費の上昇などでかなり買い控えがある。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・消費税増税前であるが駆け込み需要もなく、売上も変わらず横ばいである。新茶前の在庫処分でどうにか売上はあるが消費者の購買意欲は低い。
	スーパー（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要もあまり期待できない。
	スーパー（店長）	・今後後半は、消費税増税前の駆け込み需要等で、売上、点数ともに増加している。しかしこれは景気が良くなったわけではなく、4月の反動減を考えると決して楽観視はできない。
	スーパー（経理担当）	・昨年夏以降、前年比超えの状況が継続しており、景気が良い状態のまま推移している。3月もこの傾向はかわらず、月末に向けて消費税増税前の駆け込み需要で更に多少の上積みが予想できる。
	スーパー（業務担当）	・トイレットペーパーや飲料水など一部の商品で消費税増税前のまとめ買い傾向がうかがえるが、全体の売上向上に貢献するほどの販売量ではない。異動・新生活に伴う需要も平年並みの売上で推移している。
	コンビニ（エリア担当）	・3月は気温の変動が大きく、春物の商品が通常より売れなかった。ただ、消費税増税前の駆け込み需要が少しだけ見られる。特に、たばこの売上が増加している。

コンビニ (エリア担当・店長)	販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要で月末に若干だが単価が上昇し、販売数量増加している。	
衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・消費税増税前の駆け込み需要は、家や車など高額商品に見られるが、衣料品はあまり影響がない。ただし、季節の変わり目で出かける機会が多いので、3月は2～3か月前と比べると少し良い。	
衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・来客はあるがほとんど様子見客ばかりで、消費税増税直前だが全く買う意欲がみえない。	
衣料品専門店 (店員)	販売量の動き	・消費税増税前ということで高い予算を組んでいたが、婦人服は季節ものなので買いためがしづらいのか、前年並みの売上だった。	
衣料品専門店 (取締役)	お客様の様子	・消費税増税を翌月に控え、年末商戦の12月よりも物が動いている。ただし、前半から中盤にかけて大きな物が動いたが、後半の駆け込みはさほどなかった。	
乗用車販売店 (代表)	競争相手の様子	・販売量が良いような話をあまり聞かない。	
住関連専門店 (経営者)	単価の動き	・3月は消費税増税前の駆け込み需要で店売り、キャンペーンとも良かった。少人数で経営しているので、配送で苦労している。	
住関連専門店 (店長)	販売量の動き	・今は売上の面で言うとも明らかに増加しているが、決して景気が良いわけではなく、消費税増税前の駆け込み需要が要因である。景気の回復を肌で感じられない。	
その他専門店 [コーヒー豆] (経営者)	来客数の動き	・昨年と比べると来客数は微増している。それに伴って若干売上増加もあるが、大きな増加というほどではない。	
高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・3月は来客数が多く、売上も前年比を上回った。これが本当にずっと続くかどうか分からない。	
高級レストラン (専務)	来客数の動き	・消費税増税の影響で単価を非常に気にしているようだ。ただし、高齢者は今までとあまり変わらず利用している。	
居酒屋 (経営者)	来客数の動き	・前年と比べあまり変わっていないが、周りの店舗でも厳しい状況にあるという声をよく聞く。	
都市型ホテル (副支配人)	販売量の動き	・3月は前年に比べても売上ベースで非常に良く、また1～2月を含めてみても上昇傾向である。	
旅行代理店 (企画)	販売量の動き	・団体・個人旅行の取扱額は前年比103%と増加しているが、景気が上向いているとまでは言い難い。	
タクシー運転手	お客様の様子	・タクシー利用は昼が少なく、夜はまあまあという感じで、あまり良いとも言えないし、増えているようでもない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・今は思った以上に客の稼働が良く、特に夜の繁華街が良く売上が伸びた。	
通信会社 (企画担当)	販売量の動き	・引越シーズンで季節的に販売量が増加するはずだが、引き続き低調である。	
通信会社 (総務局)	販売量の動き	・3月は需要期であるが、新規契約数については例年と大きな変化がみられない。	
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)	お客様の様子	・医療報酬改定や消費税増税の影響により、例年ほど利用回数が増加していない。	
設計事務所 (所長)	販売量の動き	・消費税増税の駆け込み需要で潤った部分がある。	
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・マンション、戸建の分譲は消費税増税の駆け込み需要もなく、通常の来客数であり状況は変わらない。	
やや悪くなっている	商店街 (代表者)	来客数の動き	・受験時期でもあり天候にも左右されて、人通りが少なく、客の買物の様子に活気がみえない。後半には少し盛り上がりがあった。
	商店街 (代表者)	来客数の動き	・近隣の同業者が定期的に大安売りしているため、客が当店から離れている。大安売りしていない日でも大安売りが近づくにつれ、買い控えがでている。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・例年に比べ気温の低い日が多く、春物衣料の動きが悪い。消費税増税前の駆け込み需要もほとんどなく、客の財布のひもは固い。
	スーパー (店長)	お客様の様子	・消費税増税前で、食料品は日持ちする商品である基礎調味料関係の動きが良い。酒、ビール等の飲料では、ケースでの動きが良い。住居関連もトイレトーパー、洗剤などの動きが良く、売上が前年比110%で推移している。一方、衣料品の売上は前年比80%と苦戦しており、ぜいたく品は我慢する状況が続いている。トータル100%で推移している。

	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・消費税増税前の客全般のマインドとして、必需品で買いためする物と、買換えて消費する物とに分けている。買上点数、単価とも前月を下回っている。	
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・思いがけない競合相手が出現した。	
	衣料品専門店（総務担当）	競争相手の様子	・上場会社の20日締めの上の数字が良くない、消費税増税前の駆け込み需要がほとんどない、我々レベルの企業は増税の負担増があるもののベースアップ等もほとんどできないなど、非常に悪い状況である。	
	その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	来客数の動き	・消費税増税前のまとめ買いは発生しているが、来客数が伸びているわけではない。業界のベース、トレンドは変わっておらず厳しい状況であることは確かである。	
	その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	来客数の動き	・来客数は増えているが、販売金額は増えない。耐久消費財は消費税増税前の駆け込み需要があるが、土産品には表れない。	
	観光型ホテル（専務）	お客様の様子	・4月から消費税が上がるので、やや悪くなっている。	
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・直近の予約が弱く、勢いが無い。国内・海外ともに前年と比べると減少傾向にある。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・今月は販売量がいくらか落ち込んでいる。客の財布のひもが固くなっている。消費税増税前の買いための動きが多少あったが、その分を足してもマイナスの状況である。	
	美容室（店長）	来客数の動き	・通常3月末ぐらいから良くなるが、今月は特に来客数が少ない。	
	設計事務所（代表）	来客数の動き	・消費税増税の影響がある。	
	悪くなっている	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・商売といえる段階ではなくなった。来客数が少なすぎるため、利益が出ない。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・3月になって新車受注台数が極端に減少した。消費税増税前の駆け込み需要が終了して、その反動減が顕著に表れた。
企業動向関連 (九州)	良くなっている	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で荷量が増加した。
		広告代理店（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大きく影響している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・今月は年度末、消費税増税の前月が重なり異常な盛り上がり方になっている。通常月よりも売上が数割伸びている。2倍に伸びたとの声も聞こえるので、非常に良い。
	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	・3月は例年、年度末や異動シーズンで居酒屋、量販店とも好調であるが、今年は特に動きが良い。全体的には好景気感の影響があるようだ。我々の供給不足もあるが、加工メーカー筋も相変わらず凄いい引き合いである。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月の売上指数は例年比160%はいきそうだ。消費税増税前の駆け込み需要の影響である。また、4月の事前受注予測は前年と同じであるので増税後の落ち込みはそこまでなく、やや上向きととらえている。
		化学工業（総務担当）	それ以外	・管理社員の賃金がわずかだが上がった。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注関係は以前よりも少し良くなった。特に素材関係で商社との開発の話がいくつかきている。
		電気機械器具製造業（取締役）	取引先の様子	・土木建築関連、鉄工業下請関連等、皆仕事を抱えている。
		通信業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量には直接関係しないが受注物件内容のクオリティが高くなっている。取引条件の範囲が明確になることで仕様変更などの発生リスクが減少し、利益率が高くなってきている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・消費税増税直前の駆け込み需要でほぼ全般の業種において売上高は3か月前と比べ増加している。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・設備投資関連や消費関連は、消費税増税前の最後の駆け込み需要がある。
		金融業（営業）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要は幅広い業種で見受けられる。建設業、小売業は特に恩恵を受ける。
		経営コンサルタント（社員）	受注量や販売量の動き	・消費税増税前の駆け込み需要がある。

	その他サービス業〔物品リース〕（支社長）	取引先の様子	・2月までは消費税増税の駆け込み需要はあまりなかったが、ここにきて取引が大幅に増加している。自動車部品製造業の顧客は、製造が間に合わず加工機の増設が決定している。製品に関する包み紙、ダンボールなど納品に追われている。	
変わらない	農林水産業（営業）	取引先の様子	・消費税増税前の駆け込み需要で荷動きがあるようだが先行きはみえていない。	
	農林水産業（従業者）	それ以外	・畜産物関係は仕入価格が上がって、厳しい状況になっている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が横ばいで、何とも言えない状態がずっと続いている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月までの受注量に比べ、今月は全般的に勢いが少し弱い。	
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・荷主から値下げ要請や物流拠点の集約等が続いており、出荷量は落ちている。	
	金融業（従業員）	取引先の様子	・所定外労働時間の増加のほか、求人数も増加するなど、雇用環境が着実に好転してきている。一方、建設関連では人手不足や機材不足により工事の遅れが目立ってきている。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・現在、企業を対象にセミナーを企画してチラシを配っているが、内向きな傾向が強くなり反応が鈍い。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・自社の受注件数や問い合わせ件数に大きな変化がない。	
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	・受注量が少ない。来月の予定が全くない。消費税増税前の駆け込み需要に伴う生産も全くなかった。	
	金属製品製造業（事業統括）	受注量や販売量の動き	・消費税増税後の有力案件が不足している。	
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・先月の後半ぐらいから受注量が急に減少しはじめた。何とか受注量を拡大できればよいが、先行きが見通し難い状況である。	
	その他製造業（産業廃物処理業）	受注価格や販売価格の動き	・今月後半より中国の影響もあり、相場が急落している。これにより仕入価格が高値、販売価格が安値となっている。	
	建設業（社員）	競争相手の様子	・手持ち工事も終わり、今の時期繰り越し工事を受注している業者は、ごくわずかである。官公庁の早期発注を期待している。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	取引先の様子	・年度末の当初予算成立前ながら、市町村から来年度の調査やコンサルタント業務について入札などが行われている。しかし、経費を除くと利益が残らないような予算額の発注が多い。このため、入札を辞退せざるを得ない状況も発生している。	
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	・消費税増税前の駆け込み需要で売上増となった。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・2014年3月卒向け求人数が、2013年向け同日比の約10%増である。
	やや良く なっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣の求人は少ないが、直接雇用の求人が増えている。紹介予定派遣などの利用が前年に比べて多いので景気が良くなっている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、自動車販売会社及び家電量販店などは軒並み売上増となったが、実質労働賃金の上昇には繋がっておらず、しばらくはマインドだけの一時的回復ととれる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・欠員補充よりも、人員増員での注文が多くなっている。求人誌も先月に引き続き、厚くなっている。
		人材派遣会社（営業）	求人数の動き	・建設、IT、医療は勿論のこと、様々な業種での一般事務案件も増加傾向である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・消費税増税の影響が懸念されたが求人の状況は良く、特に、時節柄教育関連の求人は良い。また、税と社会保障の一体改革のなか、医療、介護の求人も堅調だ。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は、前年同月比で7か月連続減少している。反面、新規求人数は、6か月連続で増加しており、有効求人倍率も改善がみられる。

	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・業績の上昇等により、賃上げを行った、又は賃上げを検討していると回答する企業が出てきており、設備投資等を行う企業等も出てきている。また、新規求人においても、増員のための求人が増えている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・月間有効求人倍率が前年同期に比べ0.75から0.98へ大きく伸びている。求人は増え、求職者はやや減少傾向である。
	学校〔大学〕（就職支援業務）	採用者数の動き	・2014年卒学生の内定（決定）率は前年同日比で若干の増を示している。現在の3年生に対する求人数は昨年度と同水準である。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数の動きから、ここ2～3か月、良い状態が変わらずに続いている。
	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人の取扱件数は前年をわずかが上回っている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・正社員雇用が増えていない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・地元企業の採用意欲は高く、新卒者採用計画がある企業が増加している。
	職業安定所（職業相談）	求人数の動き	・有効求人倍率の改善傾向が続いているが、このところ求人の伸びが鈍化している。
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・年度末に依頼増加を期待していたが、繁忙による依頼は増加していない。例年並みである。
	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・年度末繁忙期の需要増がほとんどない。通常月と全く変わらない。
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	スーパー（店長）	・消費増税前の駆け込み需要が大きい。過去の経験からみると、消費増税直後の落ち込みよりまとめ買いによる心理的余裕による消費量拡大が見られるので、3か月後の消費も楽観視している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・先の予約も今のところ順調に取り込めている。
		旅行代理店（従業員）	・4月以降の予約は、特に海外が引き続き良い。韓国・タイを除く地域で前年を超える。消費増税の影響はあまりない。
		旅行代理店（企画）	・各企業の給与のペースアップが取り沙汰されており、レジャーへの消費拡大が期待される。
	変わらない	商店街（代表者）	・天候や季節よって売上は上がってきたが、消費増税により仕入れなどに影響が出る。客の買い控えが出てくる。
		商店街（代表者）	・気温の上昇とともに商品の動きが期待できる。増税の影響もあるが、駆け込み需要がなかった分大きな落ち込みもないのではないかと期待する。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・とにかく魚の入荷量が少ない。少ないから売れないのに高いものを買わなくてはならない。道の駅などで漁師が直接販売していることも一因である。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・飲食店向けの節が消費増税の影響をどのように受けるか不透明である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・当店はギフトをメインとする生花店であるので、3月の退職・卒業式の時期から、5月の母の日までの2か月は良いが、それから先は毎年苦戦しているので厳しい状態になる。
		百貨店（営業政策担当）	・景気は今の流れのまま、引き続き良くなる基調だが、3月下旬に消費増税前の駆け込み需要がやや過熱気味のため、反動の大きさや反動期の長さが当初の想定以上になる覚悟が必要と考える。
		スーパー（業務担当）	・客単価に若干の上昇傾向がみられるが、消費増税後は大型耐久消費財などが価格値下げを実施するので、全体の売上高は相殺されると予測している。
		スーパー（統括者）	・消費増税がどのように影響するのかが分からないため、今後の景気がどうなるのかが見えがたい。
		家電量販店（店員）	・消費増税前の駆け込み需要で非常に良かった。当店の売上は全社のなかで悪い方だが、前年比150%を超えるような勢いであった。増税による買い控えをあまり悲観していない。メーカーもコスト削減や増税による買い控えに影響されないような製品を各社開発すると思うので、楽観視かもしれないが、今月の売上を維持できるとみる。
		乗用車販売店（代表）	・良くなるような要因が見当たらない。
		住関連専門店（店長）	・ほとんどの企業が4月以降の業績悪化を危惧しているが、消費増税後の混乱はさほど長くは続かない。2～3か月経てば、3%の差を売手も買手も大きくは感じないようになる。今の時代は、企業も客も賢い。お互いに上手い打開策を見出していける。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・コーヒーは嗜好品であるため、景気に左右されにくいというメリットはある。消費増税に伴い若干の買い控えについて客の声を聞くので、短期的には若干売上の減少はあるが、将来的には変わらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・購入予定スケジュールを前倒して、消費増税前の3月に購入したような声を多く聞いた。しかし、4月以降、商品やサービス購入意欲が極端に落ちるような顧客の雰囲気はあまりない。また、定期昇給等について、顧客の予想では、中堅・中小企業は前年並みぐらいとの声が聞かれる。
		一般レストラン（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要やプチぜいたくが増えてきている。ある程度大きな買物も済み、気持ちにゆとりがでてきているようだ。ただ、増税後はシビアになり集客自体は少なくなる。
		都市型ホテル（販売担当）	・消費増税に伴い、一般宴会婚礼は良くなるとはかといえはマイナスである。宿泊は現状維持になりそうだ。
	都市型ホテル（副支配人）	・4～5月は、大きな団体での予約はないが、個人での予約は十分入ってきている。	
	タクシー運転手	・消費増税でどの程度客の利用状況が変わるのか、あまりにも分かりづらい。	
	タクシー運転手	・現在、若干客の流れは良くなっている。しかし、消費増税の影響がまだわからない。	

通信会社（企画担当）	・取引先は官公庁の割合が多く、業種がインターネット関連である特性上、該当する予算が著しく増減することは考えにくい。	
ゴルフ場（従業員）	・消費税増税に伴って娯楽費が削られるのではないかという不安があったが、地域や会社のコンペ等が少しずつ入ってきている。ここ2、3年ないゴルフ人口で、右肩上がりに移移しそうである。増税分の金額にどのような反応があるのか非常に興味があるが、週末の予約状況は非常に良い状態である。	
競輪場（職員）	・売上自体は段々と伸びているが、4月からの消費税増税が心理的にどう作用するか読めないため、現況と変わらないと判断する。	
美容室（店長）	・月日が経つと消費税増税に慣れるので、景気はあまり変わらない。	
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）	・客の多くが高齢者であるため、4月からの医療報酬改定に伴う自己負担増や消費税増税により、介護サービスの利用控えにつながる懸念される。	
住宅販売会社（従業員）	・住宅関係の高額な買物については、高額すぎて消費税増税の影響はなかったと考えられる。	
住宅販売会社（代表）	・消費税増税後悪くなるかもしれないが、販売量の動きは変わらないような雰囲気もある。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税に伴い、買い控えがしばらく続くと予想される。給与アップがあれば買い控えは続かないが、なければ一段と買い控えが起こると考えている。
	商店街（代表者）	・消費税増税により客の買い控えは必ずある。実際には実需が増えるが、少し厳しい。
	商店街（代表者）	・当店の場合は単価が低いので消費税増税前の駆け込み需要はほとんどなかった。4月からの増税に伴って、消費者の買い控えが生じるものと懸念している。
	一般小売店〔青果〕（店長）	・消費税率8%に客が慣れるまではかなり買い控えがある。消費税増税前の駆け込み需要が生鮮食料品にはなく、客の購買意欲は目立って伸びないので、横ばいか少し減少する。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・消費税増税で売上増加は望めない。消費者の買い控えに対しては、良いお茶を格安で販売できるように消費者の期待に答えられるように頑張っていきたい。
	百貨店（営業担当）	・売上金額は増加を続けているが、家具、高級雑貨の好調さが紳士・婦人衣料に波及しない。客の消費税増税前の駆け込み需要はみられるが、レジ客数、月購入単価係数で低下傾向が表れている。来店促進を図るが、消費税増税後の購買減少が予想される。
	百貨店（営業担当）	・来月は前年比80%前後の状況になる。その後も非常に厳しいという見方をしている。特にファッション関係は、今月も厳しい状況であり、ファッションを中心に厳しい状況が続くと予測している。
	百貨店（営業担当）	・今月の消費税増税前の駆け込み需要の反動でやや悪くなる。消費税増税にかかわらず、良いときと悪いときは循環している。
	百貨店（業務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要のあった商品は間違いなく反動減が予想される。駆け込みもなく、先買もない商品の動向が気になるが、客のマインドが冷え込むことは間違いがない。
	百貨店（店舗事業計画部）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が当面続く見込みである。特に衣料品は、駆け込み需要が少ないわりに増税後の停滞が予想される。
	百貨店（売場担当）	・今月は消費税増税前の駆け込み需要でかなり数字も伸ばしている。その反動減で2～3か月という期間でみれば、間違いなく数字は落ちてくる。
	百貨店（企画）	・消費税増税の影響は間違いなく生じる。
	スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が必ず出てくる。買い控えが起こり、やや悪くなる。
	スーパー（店長）	・消費税増税後の消費の落ち込みは避けられない。他社との価格競争による客の軽い合いがますます激化するものと予想される。
	スーパー（店長）	・3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動減が4月に出てくる。
スーパー（店長）	・消費税増税で4月1日から1週間ほどは食料品の買い控えがみられそうだ。2週目から動きも少しずつ良くなるが、耐久商品の動きが鈍く、4月は前年比90%で推移すると予測される。	



スーパー (総務担当)	・消費税増税の影響がどの程度あるか定かではないが、増税前のまとめ買い等の反動減もあり、5月頃までは売上が落ち込む。
スーパー (経理担当)	・生鮮食料品等は大きく変わらないが、保存のきく食品や生活雑貨などは、増税までの買いだめの反動減と増税による消費意欲の減退が考えられる。
コンビニ (店長)	・消費税増税前の駆け込み需要がなくなる。
コンビニ (エリア担当・店長)	・消費税増税による買い控えがある。
衣料品専門店 (経営者)	・消費税増税で来客数は減少する。
衣料品専門店 (店員)	・消費税増税に慣れるまでは客足が減る。
衣料品専門店 (取締役)	・消費税増税により、4月以降購買意欲がしばらく落ち着いてしまう。ただし、季節的に客が買いたいような商品を並べることで、少しは消費意欲を満たしていただけるように願うのみである。
衣料品専門店 (チーフ)	・現在の売上増加は、消費税増税前の駆け込み需要である。2～3か月後の見込みとしては、ほぼ前年に戻るか、それより少し下回ると予想している。
家電量販店 (総務担当)	・消費税増税後の反動減がある。
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で、やや悪くなる。
乗用車販売店 (総務担当)	・今後2～3か月先まで、新車販売は消費税増税の駆け込み需要の反動減が続く。
自動車備品販売店 (従業員)	・消費税増税後の反動減が出てくる。
住関連専門店 (経営者)	・消費税増税や原材料の高騰や値上げによる先行き不安から消費は慎重になる。
その他専門店 [書籍] (地区支配人)	・消費税増税後は供給側も点数を絞り込んでいるという報告もある。増税により供給が弱くなれば、店頭で販売する商品も売れ筋が減ることになり、良くなることはあまり考えられない。
その他専門店 [書籍] (代表)	・消費税増税のためやや悪くなる。
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)	・消費税増税に伴い、消費の低迷が懸念される。
その他小売の動向を把握できる者 [土産卸売] (従業員)	・消費税増税で商品単価が上がる。一般の方は増税前に物を購入しているため、お土産の販売量は増えない。
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)	・思ったより消費税増税前の駆け込み需要があったため、反動減により売上が減る。電気代などのエネルギー値上げも報道されており、消費は冷え込む。
高級レストラン (経営者)	・今後2～3か月先の予約状況を見る限りかなり苦戦する。大分では城下カレイなどが出てくるので、客の接待で使ってもらえるように願うばかりである。
高級レストラン (支配人)	・消費税増税のためやや悪くなる。
高級レストラン (専務)	・歓送迎会のシーズンに入るが、単価は落ちており、4月以降の予約も少なくなっているようで心配している。
居酒屋 (経営者)	・消費税増税に関して消費者がとてども敏感になっているため、飲食業界は更に厳しくなる。
観光ホテル (総務)	・今後3か月間の収入予測からやや悪くなる。
都市型ホテル (スタッフ)	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要もありレストランはにぎわいをみせていたが、4月以降は例年比較でも予約の伸びが弱く出控え感がある。
タクシー運転手	・消費税増税による値上げが収入増を上回っており、かなりの落ち込みが予想される。
タクシー運転手	・消費税増税後の消費の落ち込みの影響が出てくる。
通信会社 (企画担当)	・限られたパイを奪い合う販売競争の更なる激化で、大手に対抗しきれていない。
通信会社 (販売部)	・今月までの消費税増税前の駆け込み需要、新生活準備が終了し、客足が一気に遠のく可能性が高い。
通信会社 (総務局)	・消費税増税により加入意欲は減退する。
競馬場 (職員)	・来客数が伸び悩んでいる。
理容室 (経営者)	・今月は卒業、入学、就職等があり、人の動きが非常に良かったが、2～3か月先は今月のように行事関係がないので動きが若干弱まる。
美容室 (店長)	・消費税増税によりやや悪くなる。

	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)	・消費税増税の影響がある。
	設計事務所(所長)	・消費税増税もあり、仕事がやや減ってくると考えている。
	設計事務所(所長)	・3月まで、消費税増税前の駆け込み需要で特に住宅は順調に推移してきたが、4月からはその反動減で仕事なくなる。
	設計事務所(代表) 住宅販売会社(従業員)	・消費税増税前の駆け込み需要が終わる。 ・消費税増税による住宅購入意欲の一時的減退でやや悪くなる。
悪くなる	商店街(代表者)	・消費税増税の影響で数か月は景気が悪くなる。
	商店街(代表者)	・近隣の同業者が定期的に大安売りしているため、客が当店から離れているうえに、消費税が上がるため売上増を見込めない。
	商店街(代表者)	・消費税増税後、4～6月までは消費は間違いなく落ち込むので、景気はかなり悪くなる。
	商店街(代表者)	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、5～7月は購入が減り、売上はどこの店でも下がっていく。
	百貨店(総務担当)	・消費税増税後の買い控えがある。
	百貨店(販売促進担当)	・消費税増税により衣料品、高額品ともに動きが鈍くなると予測される。
	百貨店(営業統括)	・消費税増税後の反動が大きく出るものと予想される。
	百貨店(売場担当)	・3か月後の売上の見通しは前年比95～98%で、7月ぐらいから少し回復してくるとみている。6月頃は、反動減がやや回復した状況だが、前年実績をおそらく上回ることはない。
	スーパー(総務担当)	・消費マインドの低下による買い控えや衝動買いが抑えられ、消費全体が沈滞する。増税により価格への目がより厳しさを増すと予測され、価格据置きの商品と値上げをせざるを得ない商品の価値に差異が生じないようにバランスを維持したい。
	コンビニ(エリア担当)	・消費税増税による客への心理的な影響や、電気・ガスといった公共料金の大幅値上げによって、売上は下がっていく見込みである。景気が良くなる様子もなく、今よりもっと厳しい状況が待ち受けている。
	コンビニ(販売促進担当)	・消費税増税前の駆け込み需要で土日、市内の交通状況が悪化した。4月の初めはストックがあり客足も少し減るので、若干悪くなる。低価格のパン、弁当には大きな影響はないが、今後の消費者の動きを注視していきたい。
	コンビニ(エリア担当・店長)	・消費税増税後、生活用品の数量は若干落ちる。今月末にたばこの買だめが頻繁に見受けられたので、今後1か月は極端にたばこの販売数量が落ち込む。
	衣料品専門店(店長)	・全体的に節約ムードになってくるので、景気は悪くなる。消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。
	衣料品専門店(店長)	・消費税増税前の駆け込み需要を期待しセールを実施するも客の反応はない。消費税増税後の落ち込みがひどくなる。
	衣料品専門店(総務担当)	・消費税増税後、間違いなく消費に対する意欲は減退する。さらに収入増もなく家計への負担が増えるということになれば、我々の業種は悪化する傾向にあると考えざるを得ない。
	家電量販店(店員)	・過去の消費税導入や増税時に良くなった例はなく、悪くなるというのが当たり前の状態になっているので、状況としては悪くなると考えている。
	家電量販店(従業員)	・消費税増税前に購入する客が多いため、4月以降の購入者は減少すると見込まれる。
	乗用車販売店(従業員)	・8%の消費税に馴染むまで受注は落ち込んでいく。
	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の反動減で4月は一気に販売量が減る。日用品など手持ちのストックがなくなれば消費は戻ると想定する。耐久消費財についてはしばらく前年割れが続く。
	高級レストラン(社長)	・消費税増税のため悪くなる。
	一般レストラン(スタッフ)	・消費税増税のため悪くなる。
企業動向関連 (九州)	良くなる やや良くなる	— —
	家具製造業(従業員)	・消費税増税後の落ち込みを心配したが、3か月先の物件情報に落ち込みはない。当社は一般家庭用家具ではなく商業施設用の家具製造販売であるが、商業施設の開店などは前年比で5～10%は増えている。
	一般機械器具製造業(経営者)	・引き合い等が増えている。

	電気機械器具製造業 (取締役)	・消費税増税前の駆け込み需要もあるが、太陽光始め再生エネルギー関連はここ2～3年は好調が予想される。
	精密機械器具製造業 (従業員)	・中国向け家電用、車載用半導体部品の生産計画が、かなり増えてきている。
	通信業 (経理担当)	・少なくともここ2年間は受注が継続すると見込む。
	不動産業 (従業員)	・建設工事業者の工事が多く、当面工事手配がつかない状況が続いている。今後もある程度活況が継続する。
変わらない	農林水産業 (営業)	・4月以降、荷動きが鈍るという予測が聞かれる。
	農林水産業 (従業員)	・なかなか景気は良くならない。畜産物販売は仕入価格が上がってきているので厳しい状況である。
	食料品製造業 (経営者)	・売上状況は先月までと比較してやや良かったが、4月以降も継続するかどうかは分からない。消費税増税の影響もあることと、景気の上昇が地方に波及するには相当時間が掛かりそうな気配で、2～3か月先の景気が良くなるとも悪くなるとも判断しかねる。
	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・今回の消費税増税はそこまで影響がないようである。商社のカタログ変更が心配であるが、市場としてはいくらか上向きである。
	金属製品製造業 (事業統括)	・消費税増税後、安値で安定するとみており、しばらく景気動向は変わらない。
	電気機械器具製造業 (経営者)	・これ以上受注量が減ると当該産業状態が根本的に厳しくなっていくので、何とか現状の下げ止まりを期待している。何とか現状を維持したい。新しい仕事を開発する方向に努力をしている。
	その他製造業 (産業廃物処理業)	・このまま中国の成長減速が鮮明になれば、景気も変わらない、もしくは悪くなるのではないかと懸念している。
	建設業 (従業員)	・見積案件は普通に引き合いがある。しかし、材料や下請の単価の激増に伴い収益を圧迫してきている。公共工事も適正単価が低い。今後は消費税増税前の駆け込み受注の反動がどう出るか注意深く見守っていかなければならない。場合によっては景気は悪化する。
	通信業 (職員)	・空調機の更新やLED照明への更新など直接的なものの以外で、省エネ効果があるシステムやビジネススキームを考案しなければ、受注量の増加は期待できない。
	金融業 (営業)	・消費税増税後の反動が心配ではあるが、多くの業種や企業では当面の受注を確保している。
	経営コンサルタント	・末端での経済の動きはそこまで活発ではない。そのため急激に変化はしない。
	経営コンサルタント (代表取締役)	・取引先から聞く業況見通しや弊社の受注見込案件数から判断して、大きく変化する兆候はみられない。
	その他サービス業 [物 品リリース] (支社長)	・消費税増税前の特需は終わるが、建設業など先々に仕事が見えている業種もある。官庁の予算執行も始まり、個人にはベースアップも期待できる。しかし、今以上の景況感には至らない。
	やや悪くなる	農林水産業 (経営者)
食料品製造業 (経営者)		・消費税増税に伴う、一部の大手企業の強気な便乗値上げは理解に苦しむ。弱い立場にある一般消費者や中小企業の負担が増え、便乗値上げができた企業が潤うことを危惧する。これまでの「痛みを伴う改革」という考えは理解できるが、「明暗が分かれたすぎた改革」にならなければよい。
繊維工業 (営業担当)		・生産は一旦控えめになる。どのように販売も対応するのか分からない。
出版・印刷・同関連産業 (営業担当)		・例年の4～6月受注量より判断して、消費税増税前の駆け込み需要が落ち着く。
化学工業 (総務担当)		・消費税増税で消費控えの可能性が懸念される。
鉄鋼業 (経営者)		・既に着工された建築物件を対象に売上は堅調であるが、先の物件を対象にした受注は今年に入ってずっと悪化している。このため今後生産量は減少し、その状態が長期化することを懸念している。
一般機械器具製造業 (経営者)		・消費税増税の影響はどのようなかたちであれ出てくる。また、新年度になると各ユーザーは新しい経営者のもとで若干の人事異動があるので、方針が変更されるまでの間は動きが鈍ると予想される。
輸送用機械器具製造業 (営業担当)		・新年度期を迎え、生産計画が抑制傾向にある。

	建設業（社員）	・メガソーラー等の大型工事の下請工事でもあれば今の時期乗り越えられる。多くの地方業者は官公庁への依存が強く、元請業者や下請業者も官公庁の早期発注を期待している。平成25年末のような繁忙期での発注ではなく、年度初めの手持ちのない時期の発注を期待している。	
	輸送業（従業員）	・消費税増税後の荷動きは悪く、消費は低迷する。ただ、2～3か月先から飲料が動き出し、今月と比べると飲料のほうはやや持ち直す。気候が暑くなると飲料は伸びていくので、全体的に考えるとやや悪くなる程度で収まる。	
	輸送業（総務担当）	・円安の影響で仕入れコストや生産コストが上昇している製造業や販売業の荷主が大幅な見直しをしている。物流業界では厳しい状況が続く。	
	金融業（従業員）	・円安などによる原燃料費の高騰で収益が悪化してきている取引先が少なくない。また、消費税増税前の駆け込み需要が予想以上に盛り上がったため、ある程度の反動減は避けられないとする先がみられる。	
	金融業（営業担当）	・消費税増税により売上が全般的に落ち込むことを予想し、一部借入金の調達を検討している事業者も散見される。	
	金融業（調査担当）	・消費税増税後は駆け込み需要の反動から、投資、消費の案件は少ない。	
	広告代理店（従業員）	・3月の新聞折込受注枚数は、前年比105%と2月に続き前年を上回ることができた。消費税増税前の駆け込み需要が想像以上に大きく、家電・車・不動産などいずれも大きく増加した。ただ、スーパーなどの生活用品は特に変化はない。増税後の4月からは反動減で消費活動が抑制されそうなので、我々の業界は不安である。受注量も減少する。	
	経営コンサルタント（社員）	・消費税増税分は、そのまま売上減少につながる。	
	その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・発注される業務は、利益が残らないような金額の案件が続いているため、正規の従業員の雇用の継続ができなくなる恐れがある。入札などを辞退すると仕事が受注できなくなるため、どちらにしても景気が悪くなると予想される。	
	悪くなる	輸送業（総務） 広告代理店（従業員） 経営コンサルタント（代表取締役）	・消費税増税の影響を受け、4月以降は荷量減となる。 ・消費税増税の影響で悪くなる。 ・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が間違いなく起こる。ただ、売上自体の積み残しの影響が4～5月までは若干あるので、思ったより反動減は緩やかなのかもしれない。少なくとも現金商売のところは4月にかなり落ち込む。
雇用関連 (九州)	良くなる やや良くなる	— 人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（営業） 職業安定所（職員）	— ・一時回復とは言え、消費税増税前の駆け込み需要が、今まで停滞閉塞していた消費行動のきっかけとなったことの意義は大きい。今後の中長期スパンにおける緩やかな景気向上には十分期待感を持てる。 ・注文が継続的にきている。また、新店舗、工場などの開店もあり、引き続き人材不足は続く。 ・雇用情勢は引き続き拡大傾向である。ただし、雇用形態は正規のみならず非正規も拡大傾向である。 ・有効求人倍率が大きく伸びているが、この状態はしばらく続く。求人数は非常に良くなっている。
	変わらない	人材派遣会社（社員） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所（職業相談） 民間職業紹介機関（支店長） 学校〔専門学校〕（就職担当） 学校〔大学〕（就職支援業務）	・すでに求人依頼数が高水準で推移している。 ・地域経済への波及効果が大きい住宅や宅地開発が活発に動いており、求人も底堅く推移すると予想する。 ・消費税増税後は、駆け込み需要の反動減も懸念されることから先行きは不透明である。 ・景気の回復基調、消費税率の上昇、新年度の繁忙需要等、いずれの要素も人材需要増加には影響がない。 ・消費税増税や国際情勢の不安定化が景気の底上げを阻害する。 ・2014年卒予定の学生に対して引き続き求人が届いており、2015年卒予定の学生向けの求人も順次届いている。しかし、今後2～3か月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） 求人情報誌製作会社（編集者） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税後は落ち込む。 ・流通関連の客が、年末よりも忙しく、現在はパートもフル稼働と言っていた。また、消費税増税前の駆け込み需要の影響はあまり考えられないと言っていた。しかし、消費者心理としては値上げ前の購入と考えられるため、増税後は必ず反動減がある。 ・消費税増税のため、やや悪くなる。 ・消費税増税がどう影響するか予測が難しい。だが、医療、教育という分野ではお金がかかり、人手不足が心配される。

	職業安定所（職員）	・ 3月末で希望退職による大量解雇によって新規求職者数の増加が見込まれるとともに、新規求人数の増加も鈍化傾向にある。
	職業安定所（職員）	・ 消費税増税の反動が出てくる。このところ業績が伸びている企業においても、増税を懸念する声が多い。
	民間職業紹介機関（社員）	・ 派遣を使うと消費税を支払わなければいけないが、直接雇用の契約社員だと消費税不要との話もあり、客自身は、忙しい時期が短ければ派遣、長くなれば直接雇用の話も時々ある。
悪くなる	-	-