

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、節約ムードになっており、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が定かではないが、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）	・今回の雪害対策など公共事業の発生で、人や物流の動きが出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日しかないなので、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）
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増が見込めるが、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ている。		

	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イケない。
その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・天候と消費増税による買い控えがある。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費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"> ・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。 ・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、状況が読めないのが今のところ何とも言えない。 ・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。 ・消費税増税、物価高の影響でやや悪くなる。 ・消費税増税の影響が懸念される。
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"> ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・消費税増税により悪くなる。 ・消費税増税でどうなるかわからないが、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。 ・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る。 ・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。 ・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。 ・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。 ・消費税増税前の駆け込み需要の反動がある。 ・4月以降、客の来店が少なくなる。 ・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。 ・消費税増税後、反動がある。 ・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。 ・消費税増税後は、飲食費にかけるお金を削る傾向になることが目に見えている。 ・消費税増税により悪くなる。 ・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。
企業動向 関連 (九州)	<p>良くなる</p> <p>やや良くなる</p>	<p>電気機械器具製造業 (取締役)</p> <p>農林水産業 (経営者)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。

	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と安価なものの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。予算は許さず、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。	

		<p>その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）</p> <p>・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。</p> <p>その他サービス業〔物リース〕（支社長）</p> <p>・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。</p>
やや悪くなる	<p>繊維工業（営業担当）</p> <p>・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かが心配だ。</p> <p>家具製造業（従業員）</p> <p>・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。</p> <p>出版・印刷・同関連産業（営業担当）</p> <p>・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。</p> <p>鉄鋼業（経営者）</p> <p>・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。</p> <p>輸送用機械器具製造業（営業担当）</p> <p>・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。</p> <p>建設業（従業員）</p> <p>・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。</p> <p>建設業（社員）</p> <p>・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。</p> <p>輸送業（従業員）</p> <p>・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%くらいの増であるが、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。</p> <p>輸送業（総務担当）</p> <p>・預かっている荷物は日常生活用品が多く、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。</p> <p>金融業（調査担当）</p> <p>・消費税増税後の落ち込みを懸念している声が多い。</p> <p>不動産業</p> <p>・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。</p>	
悪くなる	<p>広告代理店（従業員）</p> <p>・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。</p> <p>経営コンサルタント（代表取締役）</p> <p>・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。</p>	
雇用 関連 (九州)	<p>良くなる</p> <p>-</p> <p>やや良くなる</p> <p>人材派遣会社（社員）</p> <p>・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。</p> <p>人材派遣会社（営業）</p> <p>・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。</p> <p>職業安定所（職員）</p> <p>・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。</p> <p>民間職業紹介機関（社員）</p> <p>・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。</p>	
変わらない	<p>人材派遣会社（社員）</p> <p>・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。</p> <p>人材派遣会社（社員）</p> <p>・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。</p> <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <p>・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。</p> <p>新聞社〔求人広告〕（担当者）</p> <p>・消費税増税後の景気動向はみえないが、現在の求人件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。</p>	

	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	-	-