

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、転職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のきっかけになった。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。飲食街に繰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ため若干プラスである。	
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ため、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低い客が増えており、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、中旬以降は持ち直したが、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が、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。この数が月準備していたが、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	・設備関連事業においては、この時期受注量が減少するのは例年の現象で、今年も減少した。
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。人材補給をするに仕事量が減り、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)	良く なっている	-	-	
	やや良く なっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・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	・プ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。
	求人情報誌制作会社（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	-	-	-