

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、景気も上向く。
		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%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が来客数・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出ただけなのか、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）	・卒業式シーズン、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。毎年このこ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、せっ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。城下カレー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の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。問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・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で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く、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〔物品リース〕（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） 輸送業（総務担当） 金融業（得意先担当）	・景気回復につながる材料が見当たらない。 ・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。 ・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） 広告代理店（従業員） 広告代理店（従業員）	・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。 ・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。 ・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） 人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（社員） 求人情報誌製作会社（編集者） 職業安定所（職業相談）	- ・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。 ・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。 ・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。 ・現在、消費税増税による先行き不安で雇用調整が行われ、求人取扱い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。 ・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。
	-	-