

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）	・消費税増税前の駆け込み需要が大きい。過去の経験からみると、消費税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。 ・先の予約も今のところ順調に取り込めている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・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。消費税増税の影響はあまりない。
		旅行代理店（従業員）	・各企業の給与のベ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。
		旅行代理店（企画）	・天候や季節によって売上は上がってきたが、消費税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。
	変わらない	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。
		商店街（代表者）	・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〔鮮魚〕（店員）	・飲食店向けの卸が消費税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〔精肉〕（店員）	・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。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・景気は今の流れのまま、引き続き良くなる基調だが、3月下旬に消費税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。
		百貨店（営業政策担当）	・客単価に若干の上昇傾向がみられるが、消費税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（業務担当）	・消費税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。
		スーパー（統括者）	・消費税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。
		家電量販店（店員）	・良くなるような要因が見当たらない。
		乗用車販売店（代表）	・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、消費税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。
		住関連専門店（店長）	・コーヒーはし好品であるため、景気に左右されにくいというメリットはある。消費税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〔コーヒー豆〕（経営者）	・購入予定スケジュールを前倒して、消費税増税前の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。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・消費税増税前の駆け込み需要やプチぜいたくが増えていく。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。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税に伴い、一般宴会婚礼は良くなりどちらかといえばマイナスである。宿泊は現状維持になりそうだ。
		都市型ホテル（販売担当）	・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。
		都市型ホテル（副支配人）	・消費税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、消費税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年にないゴルフ人口で、右肩上がりに推移しそうである。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、先買い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奪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）	・消費増税による買い控えがある。
衣料品専門店（経営者）	・消費増税で来客数は減少する。
衣料品専門店（店員）	・消費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）	・消費増税後の反動減がある。
家電量販店（広報・IR担当）	・消費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）	・消費増税後の反動減が出てくる。
住関連専門店（経営者）	・消費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）	・消費増税に関して消費者がとて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、大手に対抗しきれない。
通信会社（販売部）	・今月までの消費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がなくなる。
	設計事務所 (代表)	・消費税増税前の駆け込み需要が終わる。
	住宅販売会社 (従業員)	・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的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いた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、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配分で、2～3か月先の景気が良くなることも悪くなることも判断しきれない。
	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を以外で、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）	・本来なら、4～5月は行楽シーズンや異動時期でどの分野も期待できるが、今年は消費税増税が気になる。地方の場合、賃上げ等も一部の企業に限っており、4～5月は節約志向から食品関連の消費は落ち込む。本格的な回復は夏の7月以降になる。
	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から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）	・消費税増税の影響を受け、4月以降は荷量減となる。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税の影響で悪くなる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・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）	・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。
		人材派遣会社（社員）	・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。
		人材派遣会社（営業）	・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。
		職業安定所（職員）	・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）	・すでに求人依頼数が高水準で推移している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・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。
		職業安定所（職業相談）	・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。
		民間職業紹介機関（支店長）	・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。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・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。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・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）	・消費税増税後は落ち込む。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・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。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税のため、やや悪くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・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	-	-