

○「消費税増税」関連のコメント（先行き）

家計動向関連	良くなる	百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税による買換え需要が更に顕在化する。
やや良くなる		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税増税による良い面と良くない面があるので、先行きは不透明である。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が活発になり、一部の業種については良くなる。ただし、当社の事業は動きが遅れることから、先行きは暗い。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要がある。
		百貨店（売場主任）	・改装オープン後であり、入店客数の増加と売場での回遊性が高まることで、買上率の上昇が期待できる。また、オープン後、初のクリスマスやお歳暮もあり、売上が増加する。さらに、消費税率の引上げも予想されるなか、一部の商品では需要の前倒しが期待される。
		百貨店（企画担当）	・いよいよ消費税率の引上げが決定的となり、現在好調な高額品の動きは更に良くなる。年末のボーナス商戦から3月までは、特に強い追い風が吹く。
		百貨店（企画担当）	・今年の秋は、例年に比べて残暑が短く、秋物の動きが良くなっている。一方、納品に時間がかかる商品については、消費税増税前の駆け込み需要も出てくる。
		百貨店（営業担当）	・消費税率の引上げによる駆け込み需要が、高額なブランド品や美術品を中心として更に拡大する。
		百貨店（マネージャー）	・店頭での顧客の声から、消費税増税前に耐久消費財や高額品が売れると予想している。
		百貨店（商品担当）	・来春の消費税率引上げがほぼ確定し、駆け込み需要が少なからず出てくる。ただし、2段階の引上げで駆け込み需要を平準化しようとする意図は、有効かどうか分からない。
		百貨店（サービス担当）	・来年4月からの消費税率引上げが予想されることや、改修工事中の施設のオープンによる集客効果、正月用のお節料理の予約受付開始など、いろいろな販売強化に向けた環境が整うことにより、売上が増加する。
		スーパー（店長）	・今後、消費税増税が決まれば、大型商品をはじめとする増税前の駆け込み需要が徐々に出てきて、全体的に上向き傾向となる可能性が高い。
		スーパー（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要が一部で発生し、消費は若干改善する。
		衣料品専門店（販売担当）	・消費税率が8%となることが決定しそうで、駆け込み購入が期待できる。
		家電量販店（経営者）	・リフォーム案件、太陽光発電の工事完了、また一層の消費税増税前の駆け込み需要が望めるため、景気は良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が出てくる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の増税を控えて駆け込み消費が出てくるほか、株価も再び持ち直し始めている。原子力発電所の問題などもあるが、徐々に景気は良くなってくる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・10月1日に消費税率の引上げが公表されれば、大型商品の購入意欲が高まる。また、減税プランもセットとなっているのも好印象である。
		その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に加え、年末商戦による盛り上がりとの相乗効果に期待したい。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・来年4月に消費税率が上がる見通しであり、それまでに買いだめの傾向が出てくる。
		観光型ホテル（経営者）	・正月に向けて、おせち料理や宿泊への問い合わせが増えてきている。消費税増税前の最後の年末年始となるため、消費が活発になると予想している。
	通信会社（社員）	・消費税増税の影響が販売にどう出ることが分からないが、おおむね景況は良いため期待できる。	
	その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・消費税率が8%となる見通しであるため、駆け込みの消費は増える。	
	その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税の影響で来年3月末までの引き渡しをセールストークに、各社とも年末までは売上が伸びることが予測される。	

家計動向関連

変わらない	一般小売店 〔衣服〕(経	・消費税の増税が気になるが、これから秋になるので良くなってほしい。	
	百貨店(売場 主任)	・景況感は一上向きであるものの、10月の消費税増税の正式発表による影響が懸念される。	
	百貨店(営業 担当)	・衣料品の動き次第であり、特に消費税増税が決まった後はどうなるかが分からない。	
	百貨店(売場 マネージャー)	・給与や賞与などの増加で生活の底上げが進まない限り、景気が目にみえて上昇することはない。生活防衛の姿勢も継続していると感じられる。一方、富裕層については、年明けは消費税増税の影響で購買はやや増えるが、年内は現状のままで推移する。	
	百貨店(販促 担当)	・10月の消費税増税に関する発表が注目される。高額品や長く使える定番品などを、増税前に買いたいと思わせる展開が必要となる。増税前の先買いと、貯蓄を守る動きの出方が読みにくいので、柔軟で迅速な対応が求められる。	
	百貨店(外商 担当)	・来年の消費税の増税が正式に決まると、ある程度は駆け込み需要が発生すると考えられるが、客の消費マインドは上がらないので全体としては変わらない。	
	百貨店(服飾 品担当)	・オリンピック関連のニュースで少し景気上昇を感じさせる部分があったものの、消費税増税に向けたニュースなどで相殺されたような状況である。今後に向けて、高額商材を早めにおきたいという声や、売場でもよく出始めている、取引先からも、この需要をとらえるためのイベントを仕掛けたいという話が続いていく。	
	スーパー(店 長)	・相次ぐ値上げ商品の発表の裏で、依然として給与増の見込みは薄い。スマートフォンの普及や介護に関わる費用負担もあり、少々の賃金増では以前の生活水準を維持できない。消費税増税についても、前は好景気であり、少子高齢化の問題も今より小さかったため、今回は増税直前の購入に多くは期待できない。	
	スーパー(店 長)	・一番の関心事である、消費税増税問題への反応がどのような形で出てくるかが焦点となるが、少なくとも量販店の店頭ではまだ大きな変化はみられない。	
	スーパー(経 理担当)	・売上は比較的堅調で、消費の底堅さを感じる。消費税増税が正式に決定すると、駆け込みに向けた動きも徐々に顕著になる。	
	スーパー(広 報担当)	・消費税増税の決定による消費マインドの変化が予測できない。	
	スーパー(管 理担当)	・起爆剤になるような材料もなく、消費税増税前の駆け込み需要も基礎的な商品では多くは見込めない。	
	衣料品専門店 (販売担当)	・10月には消費税増税の決定が予想されるが、消費税率が上がるまでは状況が変わらない可能性もあり、様子見となる。	
	家電量販店 (店員)	・消費税が増税となることで、年末及び年始以降の販売量は増える見込みであるが、景気の上昇には全く結びつかない。景気の上昇についてはまだまだ先がみえない。	
	家電量販店 (企画担当)	・消費税率の引上げ前に買い控えが起これと予想されるため、しばらくは今の状況が続く。	
	その他専門店 〔宝石〕(経 営者)	・来年の消費税の増税がほぼ決定している時期であるが、一般の消費者の収入が増えるなどの実感がなければ、景気が良くなる動きにはならない。	
	その他専門店 〔宝飾品〕 (販売担当)	・消費税率の引上げ前に購入しておきたい物で、優先順位が高いのは、生活にかかわる物がほとんどとなる。	
	やや悪くなる	都市型ホテル (支配人)	・消費税増税を10月初旬に決定するという政府の動き次第であるが、最近の状況からは増税が予想されるものの、当面は景気に変化はない。
		都市型ホテル (マネージャー)	・秋の行楽シーズンを迎え、海外からのインバウンド客は更に増えると思われているが、宴会部門の特に法人需要が増えるような要素が見当たらない。消費税増税前の駆け込み需要にもあまり期待できない。
		都市型ホテル (客室担当)	・秋の行楽シーズンを迎え、国内、海外を問わず旅行者は増えると思われるが、消費税増税が決まることでどう動くかは分からない。
競艇場(職 員)		・消費税増税前の節約などの不安材料はあるが、年末以降に向けて来場者や単価の改善を期待している。	
住宅販売会社 (従業員)		・オリンピックなどの明るい話題がある一方、消費税の増税を控え、景気は様子見状態が続く。	
その他住宅 〔情報誌〕 (編集者)		・消費税増税の決定後、実施に向けた動きが本格化してくることで、下振れ不安はあるものの、消費全体は順調に推移する可能性が高い。	
一般小売店 〔衣服〕(経 営者)		・消費税率は引上げになりそうであるが、商材としては駆け込み需要は期待できない。むしろ増税が正式に発表されることで、しばらくは消費者の買い控えが出るように感じる。	
一般小売店 〔花〕(店 長)		・涼しくはなったが、販売量は減る。来年の消費税増税や景気の改善は全く見込めない。	
衣料品専門店 (経営者)		・今後も売上が悪化し、景気も悪くなる。消費税率が上がれば買い控えが起きる。	
乗用車販売店 (経営者)		・悪くなる見通しで、消費税率の引上げが決まっても、客に焦る気配がない。車の需要はエコカーで一巡しているため、今は必要がないというのが客の本音であり、当分は苦戦する。	
一般レストラ ン(経営者)		・消費税率も上がることになりそうで、消費者の財布のひもが固くなる。	
一般レストラ ン(経営者)		・賃金上昇がみられないなか、10月1日より各種物価が一気に値上げとなるほか、4月からの消費税増税などで、心理的には切り詰めモードにならざるを得ない。	
旅行代理店 (広報担当)		・年末年始は多くの客が9連休となるが、それによる消費マインドの上昇と、消費税増税による耐久消費財へのお金の流れが、綱引きの状況となる。	
通信会社(経 営者)		・消費税増税後の落ち込みが懸念される。	
通信会社(企 画担当)	・ゲームセンターなどのコインオペレーション事業においては、消費税増税となれば、売上への転嫁が事実上不可能であり、利益がマイナスとなるのは確実である。その結果、ゲーム機器の買い控えにもつながる。		
テーマパーク (職員)	・どう考えても今後の経済状況は、法人税減税と消費税増税がかぎになる。特に、低所得者層に十分な還元がなされなければ、景気の底上げは難しい。		

企業動向関連	悪くなる	競輪場（職員）	・消費税の増税が確実のようで、10月からは年金の支給額が減るほか、物価も上がっている。この業界は客に占める年金受給者の割合が非常に高いため、確実に影響が出る。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税の増税による落ち込みが心配である。
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・消費税増税の動きもあり、増税前の駆け込み需要が出てくるまでには少し時間があるものの、徐々にではあるが良くなってくる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・建築絡みの仕事が、消費税増税前の駆け込みで動く。ただし、本当の回復ではないため、良くなるとまではいえない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・消費税の増税がほぼ決定となるなか、住宅関連、特に新築戸建住宅については9月中の駆け込み需要が予想され、今後も省エネと合わせてLEDの受注好調が継続する。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・消費税増税前の駆け込み需要もあり、上向くことを期待している。
		その他サービス業〔店舗開業〕（従業員）	・11月以降、平年を下回る気温が予想されており、冬物商材が本来あるべき時期にしっかり売れると期待する。一方で消費税率の引上げを前に、買い回り品（特に高額商品）の動きが年末に向けてピークを迎えるため、今年の冬は大型商戦となる。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・10月初旬に消費税を8%に上げる決定が正式になされる予定であるが、これにより小売店が一斉に価格改定か据え置きかを正式に検討していく。小売店側は、円安環境下で仕入先への値下げ要請は困難との見方が大勢であり、小売価格を引き上げると思われる。これに伴い、仕入先では納品価格の上方改定が進み、業績の回復に一役買うと考えられる。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できるが、住宅産業の大型物件のみで、そのほかの業界は動きが少ない。一方、今後は紙媒体とデジタル媒体の複合が、企業の盛衰を分けることになる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・来年4月の消費税率引上げに向け、年末商戦から需要増となる可能性はあるものの、需要の先食いとなるのが十分予想されるため、景気の回復とは言い難い状況である。
輸送用機械器具製造業（経理担当）		・国内の動向に大きな変化はなく、海外での受注も競合先との価格競争が激化しつつある。今後は、消費税率の引上げによる影響も、懸念材料の一つとなる。	
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）		・消費税増税による一時的な駆け込み需要はあるかもしれない。	
やや悪くなる	一般機械器具製造業（設計担当）	・法人は減税となるが、一般の低所得者は賃金の増加が見込めないまま、消費税増税で購買意欲の低下が進む。	
	輸送業（商品管理担当）	・税金の負担などが少しずつ増えている一方、給料は上がらない。	
	経営コンサルタント	・食品スーパーの例でいえば、メーカーが来月から商品原価の値上げに踏み切り、卸売業者は、これまでの取引条件や卸値の見直しを行うことが決まっている。来店客は消費税増税による値上げに対抗し、ますます買い控えを徹底しようとしているため、スーパーの売上はますます減少する。	
雇用関連	良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・東京オリンピックや消費税増税前の駆け込み需要など、良くなる要素が多くみられる。
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・10月に入って消費税増税が決まれば、駆け込み需要などの動きでいくらか上向きになる。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・将来の消費税増税も影響しているのか、より安定した雇用形態や条件での就業を望む人による、求職の動きが早くなっている。例えば、条件の良い紹介予定派遣案件に対する、求職者の応募ベースが早まっている。
		職業安定所（職員）	・消費税増税前の住宅の駆け込み需要はあるが、主としてリフォームが中心である。中小の事業所からは、アベノミクス効果がみられないという声が多い。製造業では自動車がやや好調のようであるが、販売が好調という声は聞かれない。
		職業安定所（職員）	・政府が進める消費税増税により、雇用面に影響が出てくることを心配している。
	学校〔大学〕（就職担当）	・消費税率の引上げ発表が景況感にどう影響するかが不透明である。	