

10.九州（地域別調査機関：（財）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	良く なっている	音楽教室	販売量の動き	・今月限定かもしれないが、楽器展示会の売上は全体的には前年より減少したものの、購入単価は非常に高かった。通常2ヶ台の物が中心に売れるが、100万円台の商品が売れている。現在も売れており、総じて売上は増えている。
	やや良く なっている	百貨店（売場主任）	競争相手の様子	・景気自体は良いとは言えないが、競合店の売上は前年比90%後半で推移しており、少しずつ良くなっている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・4月は前年比でマイナスであった客単価が5、6月は連続して前年比プラスで推移している。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・クリアランス前で買い控えが増える6月であるが、ヤング、キャリアの婦人服の動向が良い。宝飾や時計、美術も回復の兆しがみられ、本格的な回復感がある。催し物の影響もあるが、来客数も過去数か月に比べると回復している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が全体で前年比2%程度上昇し、特に食品は単価の落ち着きに伴い、買上点数もプラスとなっている。競合店の開店の影響がなければ、1%程度は上昇していた。また、婦人服中心に上昇傾向がみられる。子ども手当を支給された若い家族連れが多く、その影響を感じる。
		スーパー（店長）	単価の動き	・年金と子ども手当が支給され、店内においては6月10日から例年よりスケールアップしたセールを開始した。父の日ギフト商品も単価が前年比1割程度上昇し、食品でも国産牛を含め、通常あまり売れない高単価商品が好調に売れた。衣料、住宅用品、食品それぞれ前年より売上が5%伸長している。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・前年は商品改廃や運営の見直しにより、来客数が減少して、国内消費も落ち込んでいた。今年は販促やイベントの効果等によってカバーし、来客数が回復している。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・消費の縮小による大幅な売上の下落から1年経過し、売上は下げ止まりか横ばいとなっている。低水準ではあるものの、安定している。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・量販店の売上が前年比104.6%、コンビニエンスストアが同102.4%、ローカルスーパーが同106.4%と全体的に前年を上回っている。特売商品を3、4割増やし、販売強化したことが前年比増を達成した結果となった。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・競争相手が2件ほど減少し、その分がプラスとなっている。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送対応テレビに加えて季節商材の動きも良くなっている。
		乗用車販売店（管理担当）	来客数の動き	・エコカー補助金制度が9月で終わるので、駆け込み需要が始まっている。イベントなどの来場者数が以前よりやや多い。8月前半まではこの状況が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・エコカー補助金制度の期限が迫り、新車販売において駆け込み需要が発生している。新車の受注、販売が好調に推移し、全社の収益を押し上げている。
		自動車備品販売店（従業員）	それ以外	・アナログ放送が来年7月で停止になるため、地上デジタル放送対応の車載用チューナーの需要が増えている。
		住関連専門店（店長）	来客数の動き	・買上点数が増加傾向にある。
		その他専門店 〔コーヒー豆〕 （経営者）	販売量の動き	・販売量は前年比105%と微増だが伸びている。今後も夏場に向け、冷たいコーヒー飲料の需要が出てくるため、販売量、売上の増加が見込める。
高級レストラン （支配人）	来客数の動き	・来客数は伸びているが、客単価は依然低い。		
都市型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・地域経済をけん引している大手企業の業績が回復傾向にあり、人的な動きが活発になりつつある。		
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・特に海外旅行の動きが良くなっている。国内旅行では九州内の動きはまずまずである。ただし、口蹄疫の影響が、九州域外からの入込が悪くなっている。		

	タクシー運転手	来客数の動き	・サッカーワールドカップの影響で人が動かず、落んでいる。特に日本戦の日は閑古鳥が鳴いている状況であったが、長崎は坂本龍馬の人気により観光客が多く、少し良い状況である。
	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)	競争相手の様子	・21年度決算では軒並み黒字決算となり、22年度以降において、新規出店を計画する積極的な同業他社が多い。
変わらない	商店街(代表者)	お客様の様子	・店内を見て回るものの、客は購買にまでは至らない。年金が入ると多少の動きはあるが、見るだけで購買に至らないケースは多い。
	商店街(代表者)	来客数の動き	・ここ数年、来客数が減少し続けており、厳しい状況が続く。
	一般小売店〔茶〕(販売・事務)	単価の動き	・新茶販売から徐々に贈答品の注文があり、売上は前年と変わらない状態であるが、数か月前から利幅を縮小して販売しているため、利益は上がっていない。1箱当たりの受注金額は相変わらず減少している。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・豪雨などの影響で来客数が伸びず、物産催事や父の日ギフトへ大きく響いた。一方、文化催事は大きな反響があった。再来場者数も多く、物販も好調であった。また中元ギフト内見会も好調で、ギフトへの手ごたえは感じられた。
	百貨店(売場担当)	販売量の動き	・3か月前比と前年比はいずれも97%でほぼ同じである。紳士服は前年比100%とほぼ同じ水準で推移しているのは特徴的である。婦人服は前年比96~99%間を推移している。衣料品は、従来あった波がほとんどなくなり、安定している。食料品も前年比98~100%で推移しており、今月も同98%とほとんど安定した動きである。動きとしては全般的に落ち着いており、来客数もほぼ同じである。
	百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・前年に引き続き、前年割れの状況が続く。業界には一部好転の話題や都心部での景気回復の話が聞かれるが、地方の百貨店では、客は価格に敏感であり、単価の低下傾向が続いている。ファッションの訴求から食や、暮らしにテーマを絞ったイベントでは、一部に好転の兆しはあるが、全体では下降傾向が続く。
	百貨店(業務担当)	お客様の様子	・一部で景気は回復傾向にあるという報道があるものの、客の感覚はシビアである。子ども手当の支給に伴う動きも感じられない。天候に左右されるというよりも、客は必要性、値段を見極め、価格での買い得感だけでは購入に至らない。
	百貨店(企画)	販売量の動き	・一時的に改装効果があったものの、長続きしない。客の動向は、相変わらず必需品が中心で、かつ買得感のある商品への訴求が高い。父の日セールを中心商品もボロシャツ等の外出着から家内着へ、また、衣類から酒類等の食品へ移行しており、実需を求める傾向がより強くなっている。
	スーパー(店長)	単価の動き	・食料品では売場の形態を変えて、生鮮食品以外の一般食品は青果を中心に前年比10%の伸びとなっている。鮮魚、精肉は相変わらず厳しい状況である。父の日の衣料品等、ギフトは良く売れたが、前年並みである。夏物衣料は相変わらず売れない状況が続いている。
	スーパー(店長)	単価の動き	・節約志向やデフレ傾向が引き続きなか、なかなか単価の上昇に伴う動きがみられない。特に、食料品は低価格商品へ需要はシフトしている。他社との値下げ競争で収益も悪化している。
	スーパー(総務担当)	お客様の様子	・父の日の物の動きがあまり良くなく、中元ギフトの出足も前年より遅れている。
	スーパー(総務担当)	単価の動き	・客のデフレ志向があり、低価格商品へのニーズが高い。買上点数も多くない状況が、依然として続いている。
	コンビニ(経営者)	単価の動き	・客単価が依然として低い水準にある。
コンビニ(エリア担当)	単価の動き	・天候不順によって売上が大きく減少している。客の購買行動は、必要な物を買求める傾向が強く、衝動買いが少なく、単価も大きく下がっている。	

コンビニ（エリア担当・店長）	お客様の様子	・公共料金の支払いに来店する客が増えており、来客数自体は伸びているが、客単価、プラス1品の買物の動きが伴っていない。	
衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・依然として売上が低迷しており、前月比も変わらない。	
衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・フェアやシークレットセール等を開催すれば客は来店するが、買上点数は減っている。前年なら2、3点は買っていた客が、気に入った商品を1点だけ購入するケースが目立つ。	
衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・景気は依然として低迷している。3か月前の3月は天候不順で非常に寒く、春物は壊滅的な状態だった。6月の最初はある程度初夏物も動いていたが、中旬以降になるとセール待ちの客がかなり増え、物が動かなくなった。一部でシークレットセール等も行ってはいたが、その分、単価も下がるため、全体的にはあまり良くない状況のまま、来月の本格的なセールを迎える。	
乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・単価の安いエコカーや軽自動車を購入する客ばかりである。	
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・自動車の販売は季節的な要因に左右されやすい。現在の販売量は前年より確かに良いが、それはエコカー補助金制度によるもので、以前と比べて購買意欲が高まっているとは言えない。	
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〕（支配人）	来客数の動き	・若干ではあるが、先月までは上向きの兆しを感じられたが、今月は停滞している状態に戻っている。	
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・最近若い客が少なくなっており、よく来店していた学生がめっきり減っている。	
観光ホテル（総務担当）	販売量の動き	・企業業績は少しずつ回復しているが、ファミリー層などを中心に個人の消費が厳しい。	
観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・前年に比べて総会等の宴席が増加しているが、宿泊に関してはNHK大河ドラマの効果もほとんどみられない。	
都市型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・大きな団体客もなく、個人の出張も大変少なくなっている。	
旅行代理店（業務担当）	販売量の動き	・売上が格段に伸びている状況にない。前年比はクリアしているが、前々年比をクリアしていない。	
タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず客の動きが悪い。昼間の商店街は閑散としている。夜の歓楽街はタクシーの空車が目立ち、交通の妨げとなっており、大きな社会問題にもなっている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・もともと人の動きが悪いのに加えて、選挙を控えていることで、人の動きは更に悪い。	
通信会社（管理担当）	それ以外	・資金繰りの厳しい状態が続いている。	
通信会社（総務担当）	お客様の様子	・景気は中国やアジア向けの輸出や景気刺激策に頼るところが大きく、自律回復ではないため、消費者が日常生活において景気回復を実感するには程遠い。所得環境の冷え込みが続くなか、生活防衛的な節約志向が緩むことはなく、景気は良くならない。	
通信会社（業務担当）	販売量の動き	・今月は新商品が相次いで発売された。このため来客数が増え、人気商品を中心に販売台数が少し持ち直している。しかし、その他の商品の動きは活発ではなく、まだ一時的な回復基調となっている。	
美容室（店長）	競争相手の様子	・近隣の大型チェーン店が2か所閉店する。そのため景気が悪いと感じるが、当店の売上は前年と比較すると横ばいである。	
住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・販売量は若干増えているが、単価は下がっており、相殺している。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・最近の天候不順、特に飲食業界の不振で、夜の街の人口がかなり減少している。大型スーパーは、土日の家族連れでにぎわっているが、低価格の目玉商品に集中しており、総じてかなり落ち込んでいる。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・梅雨の天候不順もあり、客の出足がなかなか伸びず、その分、売上不振が続いている。

	商店街（代表者）	来客数の動き	・3か月前は入学、就職関係で人の動きが目立ったほうであるが、今月に入って雨も多く、中だるみの状況となっている。小売は冷えきった状態がとなっている。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	販売量の動き	・とにかく物が売れず、通常の値段ではまったく動かない。原価くらいまで下がらないと売れない状況である。何とか付加価値を付けて売る必要があるが、それでも簡単には売れない。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・株価が1万円を割り込んでいることから消費マインドが低迷しており、客は高額品に目をくれない。九州では大雨が続いており、客足も鈍っている。また、宮崎の口蹄疫などの影響もあり、消費マインドは低いままである。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・宮崎は口蹄疫問題で非常事態宣言が出ており、引き続き街には人がいない。
	スーパー（経営者）	来客数の動き	・口蹄疫の影響で客入りが悪く、また政治不信や将来の不安から買い控え傾向にある。
	スーパー（店長）	単価の動き	・単価の下落傾向が続いており、加えて買上点数や来客数の伸びも鈍い。
	衣料品専門店（総務担当）	それ以外	・秋冬物の受注会が前年より非常に厳しい数字となっている。
	住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・例年夏場は売上が落ちるが、毎年あった大口得意先も買換えを控えており、相変わらず来客数、客単価共に厳しい。
	その他専門店〔書籍〕（店長）	販売量の動き	・レジを通過した来客数は減少していないが、それが売上に比例しておらず、売上量は減っている。生活必需品以外の物は、財布のひもが固い。また、サッカーワールドカップで日本戦がある日は、売上が落ちる傾向にある。
	その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	単価の動き	・商品の販売単価が下がっている。1,500円以下の商品の動きが良く、2,000円を超えると商品の動きは非常に悪い。
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・景気動向は月全体を通してみると前年よりは良いが、月始めに人の動きが少しあり、半ばは少なくなり、月末になるとばたばたと増えてくる。トータルでみて今一盛り上がり欠ける月である。
	高級レストラン（専務）	来客数の動き	・参議院選挙が始まって宴会、会合が少なくなり、居酒屋は若い客が少しいるが、料理屋、ホテルへの客は少なくなっている。
	その他飲食〔居酒屋〕（店長）	来客数の動き	・6月の来客数は一段と少なくなった。サッカーワールドカップ、大相撲の事件などが影響している。飲食店の客は、もう少し世の中が明るくならないとお酒は飲めないという様子である。来客数は今までの3分の1で6月は一番苦しい。
	観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・梅雨に入ったこともあるが、例年以上に入浴に来る客が少ない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・県内の様々な行事がキャンセルとなり、人は動かず、県外の人々の来県も減っているため、タクシー利用が少なくなっている。
	通信会社（営業担当）	それ以外	・口蹄疫の影響で県内全体が暗くなっており、携帯電話についても営業しにくい状況である。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・口蹄疫問題で依然として各種イベントの中止や延期が拡大している。終息するまではイベントの自粛を促されている状況であり、厳しい。
	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・今月は予約が、前年並みまたはそれ以上あったが、口蹄疫の影響や例年より雨の日が多かったこともあり、当日のキャンセルが相次ぎ、ゴルフ場の来場者数が減少している。
	美容室（経営者）	販売量の動き	・選挙も始まり客の動きが非常に悪い。天候も悪く、サッカーワールドカップの影響もあるかもしれないが、景気対策の効果が少しも出ていない。
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・土地の売買の問い合わせ数は3か月前と変わらないが、客は購買意欲がなくなっている。土地の売買に関しては景気は良くない。
悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・商店街を歩く人が極端に少なくなっており、店前の通行量も減っている。

		一般小売店〔青果〕（店長）	それ以外	・口蹄疫の影響や消費の閉塞感があり、旬のマンゴーの県外からの発注が全くなっている。かなり厳しい状況である。
		コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・原因は分からないが、コンビニの主力商品であるかき氷の販売数が急激に落ち込んでいる。口蹄疫の影響が更に深刻化しており、県内の入込客数も前年を大きく下回る状況である。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・雨続きで客の出足が鈍っている。暑いのも困るが、雨も困る。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・テレビはエコポイントの効果で需要はあるが、気温が上がらずエアコン等の季節物が動かない状況が続いており、それをカバーするだけの主力商品がないという状態である。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数がこの8年間で過去最低の月となり、店の存続が危機的状況にある。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・料金の値引き競争に歯止めがかからず、地域内で必ず一つ下をいく値段設定のクラブが現れ、客はそちらに引き寄せられる。結果として、近隣のクラブは来客数が減少している。天候不順も3月以降続いており、雨の日が前年よりも多く、客入りが悪い。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・ここ数か月の販売量が前年比で10%前後落ち込み、回復の兆しが無い。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔住宅情報誌〕（経営者）	販売量の動き	・不動産、住宅建設関係の情報誌を発行しているが、客の需要が低迷しているため、広告、出稿、売上いずれも毎月減り続けている。
企業動向関連	良く なっている やや良くなっている			
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・家具の小売店販売も、低価格商品からやや上のランクの価格帯に移行しつつある。また、家具の中でも1点のみ豪華な買い物をする客が増えている。商業施設では相変わらず低価格の要求が強いが、確実に受注件数は増えている。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体関連並びにLED関連はここ数か月非常に忙しい状況が続いている。一時的な現れかと思われたが、現状、非常に安定しており、この好景気が継続される。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車関係の動きが良くなり、新車の生産も開始され、生産数が増加しており、景気はやや良くなっている。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・官公庁の発注が増加傾向にあり、3か月前と比べると随分良くなっている。ただ競争は激化し、受注できる業者とできない業者の差がはっきりしている。
		金融業（営業）	取引先の様子	・3か月前に比べると、製造業の下請け企業は横ばいか若干のプラスで推移しており、資金繰りは落ち着いている。ただし、当初見込んでいた大手メーカーからの受注の増加は遅れている。大手メーカーも設備投資などで本格的な生産増加に踏み切っていない様子である。この要因は、今後の国内需要の推移が不透明なため、新製品やモデルチェンジを遅らせているとの声を聞く。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・外航船、内航船共に建造などの契約までには至らないものの、契約の手前の動きは出ている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・飲食サービス等の売上は、前年を若干上回っている。全体的なレベルとしては非常に厳しい状況が続いているが、ここ2、3か月では改善している。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注件数や問い合わせが増えている。
		変わらない		農林水産業（経営者）
食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き			・全体的に既存の商品は不調気味であるが、スポット商品の受注や一部商品が好調のため比較的悪くない。

	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在の受注量は3か月前と比較して、半導体関連が増加しているものの全体としては変わらない。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・とにかく受注が回復せず、変わらない状況が続いている。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・以前であると見積からすぐに契約、製作に入っていたが、相手先の都合でその時期が伸びたり、着工が遅れる機会が多くなったりしている。景気は良くなっておらず、このままの状態だと厳しくなる。
	輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・東京や名古屋、大阪では、荷物がそこそこ動いているようであるが、九州ではまだまだ荷物の量が増えない。
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月はあまり気候が安定していなかったため、飲料の荷動きが悪く、他の荷物の動きもあまり良くない。6月は4半期の決算であるが、それを踏まえても荷動きは悪い。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・得意先から預かっている商品の荷動きがあまり良くない状態が続いている。
	通信業（経理担当）	それ以外	・年度が替わって新たなスタートのタイミングで、マインドが上昇することが期待されるが、九州では口蹄疫の問題が経済全般に暗く影を落としたままである。
	金融業（得意先担当）	取引先の様子	・取引先を訪問し、ヒアリングを行っているが、一部の大都市、大企業では景気が回復しているといった話が聞かれるが、地方、特に中小零細企業では景気が上向いている実感が全くないという話をよく聞く。その話を裏付けるように融資の申込みもあまり良くなく、現状は後ろ向きの資金の融資が多い。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・中小企業の資金調達は、設備向けの調達でなく、過去に調達した資金の折り返し資金の申込が大半であり、現状維持の状況は続いている。
	経営コンサルタント	それ以外	・今月は株主総会があることや政策の行方が定まらないため、動きが非常に不活発である。
やや悪くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・商店街の一部に立地しているが、やはり大型店、ショッピングセンターの影響は計り知れないものがあり、商店街は衰退の一方である。
	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注が全く増えない。取引先も在庫の縮小ばかりで新しい物が出てこない。取引先が縮小傾向にあるため、こちらと同じ方向に向かわざるを得ない。お願いもできない状況にある。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	競争相手の様子	・現状は商社の動向、売行きが大変厳しく、同業者間では金曜日から休んでいるところもある。特に夏場に向かって、焼き物の商品の動きは例年に増してますます悪くなっている状態である。低価格で特注を取っており、回転は良いが、価格面が大変厳しい現状である。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・自動車生産台数でみると、三河地区はハイブリッド車等が好調に動いているが、九州地区はそうではない。
	その他サービス【物品リース】（従業員）	受注量や販売量の動き	・景気の緩やかな回復基調とは裏腹に、足元では回復の実感には程遠い。契約額は前年比10%強のマイナスで推移しており、厳しい状況が続いている。
悪くなっている	農林水産業（営業）	受注価格や販売価格の動き	・畜産関係は、ここ2、3か月の需要低迷が明らかであり、価格も枝肉、精肉で前年比約10%の大きな落ち込みを見込んでいる。非常に悪い状況になっている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・中元時期を迎えたが、酒類販売店はギフトに期待ができない。
	その他サービス【設計事務所】（代表取締役）	競争相手の様子	・市町村から委託を受けて調査や計画を行うコンサルタントは、入札時に予定価格の30%台で入札するようになっている。通常、予定価格の半分以下になると利益は生じないが、30%台となると人件費や経費を捻出するのも困難となる場合もあることから、市町村の予算が削減されるなかで、無理を承知で仕事をしようとしている業者が増えている。
雇用関連	良く なっている	-	-
	やや良くなっている	新聞社【求人広告】（担当者）	求人数の動き

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人は4、5月に大きな動きはないが、相対的に回復傾向である。離職者は減少しており、解雇による離職者は前年比で大きな減少を続けている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・平成22年5月の新規求人数は2,712人と前年比546人増で同25.2%増加となっている。また、有効求人数についても前年比で4月より増加に転じている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数のうち一般求人は前年比で2か月連続、パート求人は7か月連続で増加している。3か月前と比べて一般求人数の伸びが大きく、やや良くなっている。
	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・先月に引き続き、穏やかではあるが人材派遣需要が回復しつつある。主要取引先である情報通信や金融、鉄鋼、自動車などの製造業で注文が増加しつつある。ただし依然として、リーマンショック以前の水準には至っていない。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数の動きが少しずつ活発化している。ただし、採用人数は絞られており、全体の採用人数の増加については疑問である。
変わらない	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・各企業担当者によると、派遣を利用してまで人件費をかけられない。今いる人数で対応する企業が、今月も多い。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・依然として長期派遣求人の数は、例年の水準に戻っていない。規制強化により派遣労働者を活用しにくい状況になりつつある。
	人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・年度末から年度初めにおける、企業の採用機会が一段落して、大きな変化が感じられない。
	新聞社〔求人広告〕	求人数の動き	・求人数の動きは前年並みに推移し、やや回復基調であるが、今後については先がみえない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・5月の新規求人数は前年比で増加しているが、前年5月は特に求人数が少ない月であり、企業の採用意欲は横ばい状態である。
	学校〔大学〕（就職担当者）	求人数の動き	・平成23年3月卒業対象者向けの求人は、極めて低調なままである。就職環境が悪化した状況は、これまでと変わらない。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・最近になって取引先が40歳以上の社員全員のリストを行うという話を聞いた。市場は落ち着いているようにみえるが、その中身は一層厳しくなっている。また、自社においても役員2名を退任させ人件費を浮かせている。
	人材派遣会社（社員）	雇用形態の様子	・政府主体の緊急雇用対策として教育、訓練方面及び雇用調整助成金制度を利用するなど手は打っているが、根本的に先行き不安からの消費拡大につながらないことが、低迷に起因している。
	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・募集計画があっても、具体的な求人活動となると慎重な姿勢を示す企業が増えている。
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・求人は短期的な需要に対するものが多く、労働者派遣法の改正を前に、派遣利用に対する不安が広がり、一方で直接雇用する予算や人手もいないというジレンマがある。
悪くなっている	-	-	-