

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	ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災が九州新幹線全線開業と重なり、旅行関係は出鼻をくじかれ、思わしくなかった。4月の中旬以降から特に県外客が増え、ゴールデンウィーク、6月には南九州、指宿等への客が非常に多くなっている。サービス業・旅行関係では非常に好景気に恵まれている。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・3、4月の東日本大震災に対する自粛ムードが5月に入るとやや持ち直している。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・東日本大震災の影響も落ち着き、4月以降回復しつつある。紳士服ではクールビズ関連商品の売上が好調である。節電に対する意識が高く、会社だけでなく、家庭でも涼しくしたいと、ステテコの売上は前年の2倍である。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・来客数、客単価ともに上向きであり、売上も上がっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・野菜の価格が下がっている割には、来客数が増加し、客単価、買上点数も上昇している。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月末の実績は量販店が前年比114.7%、コンビニエンスストアが同100.1%、ローカルスーパーが同120.5%となっている。全体的な伸びからするとコンビニエンスストアは品薄であるたばこの影響で来客数が若干減っている。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・震災直後の自粛ムードも弱まり、テレビと省エネ機能の高い商品の需要が伸びている。
		高級レストラン（専務）	来客数の動き	・ゴールデンウィークから少しずつ九州の方に観光客が流れてきている。また、鹿児島市内の人の動きはそれほど良くはないが、県外客や土日を利用した車の客が増えている。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	来客数の動き	・当地は九州新幹線全線開業の効果が出ており、観光客が大きく増えた。全国的な花のイベントもあり、来客数が5月は非常に増えた。
		観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響はまだあるが、ゴールデンウィークは前年よりも来客数、売上が良かった。
		都市型ホテル	お客様の様子	・東日本大震災の影響が少しずつ緩和傾向にある。
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・販売促進の施策が奏功し、販売数が増加した。	
	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	・気候が暖かくなり、病院への入院が減り、キャンセル等による客の利用減少傾向に歯止めが掛かってきた。	
	設計事務所（所長）	お客様の様子	・主に公共工事は駅前開発と庁舎建て替え計画や企画が多くなっている。	
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・来客数はあまり変わらないが、試着したり、実際に購入するという行動にまではなかなか至らない。購入を決断できない客が多い。ここ最近の傾向である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークまでは前年より来客数が増加したが、その後は落ち込みが続き、3か月前と変わらない。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災と駅ビル開業の影響が残っており、飲食店を中心に宴会需要等が回復しきれていない。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年の口蹄疫問題の反動もあり、来客数は前年を上回っている。前月に比べても同じ伸びとなっており、景気の状況は大きくは変わらない。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・催事では客の購買意欲の減退傾向が続き、初夏の北海道物産展や婦人服市等の需要が低迷している。関心の高い催事を除き苦戦している。平日の来客数は前年実績を維持しているが、日祝の来客数が減少している。特に月末の台風接近報道により、来客数は減少した。物産催事や全館クレジット催事を開催したが来客数、売上共に減少した。
百貨店（業務担当）		販売量の動き	・前年実績を大きく下回ることはなくなった。ただし、売れる商品は必要品や消耗品が多く、ファッション商品やし好品の動きは弱い。消費行動は決して強くない。	

百貨店（企画）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、大型催事が好評を博し、売上も好調に推移したが、その後は日々の売上が若干前年を下回って推移している。また、会員の招待会等の買得感のある催しの売上は好調であるが、それ以外は低調となっている。全体的な景気動向は3月の東日本大震災の影響を別にして大きな変化はない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災後、入荷が遅れている商品や入荷できない商品が一部あったが、ここに来て一段落した。また客の心理的な落ち込みも一段落し、全体的に少し落ち着きがみられる。また、イベントや催事の再開で元気づけようという動きが消費に現われている。ただ、高額品やし好品はなかなか通常の動きに戻りきれてない状況である。
スーパー（店長）	単価の動き	・食料品の売上はほぼ横ばいで、ディスカウント化して前年比107%で推移している。青果の相場が低く、苦しい状況で推移している。肉と魚は順調に推移している。景気は先月とあまり変わらない状況で、東日本大震災時に足りなかった水、乾電池等は安定してきている。
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・食料品、住居用品の動きは前年並みに推移しているが、衣料品の動きは相変わらず前年を大幅に割り込んでおり、買い控え傾向が続いている。
スーパー（業務担当）	お客様の様子	・食料品や日用品に大きな変化はない。衣料品やし好品、ぜい沢品については天候不順や自粛ムードから抜けきれず、高単価商品の動向が極端に悪い。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの客の動きが良く、売上は大幅に上昇した。しかし、3月の東日本大震災の影響で商品が滞り、一部で品切れが発生している。そのことが売上の減少につながっている。値上げによりたばこの売上は上昇しているが、大幅な利益にはつながっていない。
コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから来客数は増えているが、買上点数はそれほど伸びていない。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・商店街が全面改装しており、来客数が少ない。
衣料品専門店（店員）	来客数の動き	・旅行やお呼ばれ用の服は順調に売れている。客単価も下がってはいないが、来客数が少しだけ減っている。目的があれば買うが、ただぶらぶらとショッピングする客は少なくなっている。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・5月に目標としていた数字には至らなかった。東日本大震災の影響もあるが、厳しい状況であった。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・地上放送のデジタル化による買い換え需要が高く、エコポイント制度が終わっても、テレビについては非常に良い数字で推移している。また、東日本大震災以降の数字も落ちておらず、テレビにつられて上がっている。結局エコポイント制度のあった時期と同じくらいの状況が続いている。
その他専門店 【コーヒー豆】 （経営者）	販売量の動き	・売上を前年と比較するとほぼ横ばい状態となっている。梅雨入りすれば、客の出足は若干鈍る傾向にある。
その他専門店 【ガソリンスタンド】（統括）	販売量の動き	・燃料油の小売価格はやや値上感があるが、販売数量としては、さほど変化ない。ゴールデンウィークにおける販売数量の増加を期待したが、前年並みである。東日本大震災の影響で、やや節約指向がみられる。
その他小売の動向を把握できる者 【土産卸売】 （従業員）	来客数の動き	・前年の85%程度の人の動きであるが、店舗に入ってきて商品を購入する客が少なく、売上増加は見込めない。
高級レストラン （従業員）	お客様の様子	・婦人客が少なくなっている。
一般レストラン （スタッフ）	単価の動き	・昼の時間帯の客は多いが、午後3時頃や午後6時過ぎは客が減る。
スナック（経営者）	単価の動き	・来客数は横ばいであるが、客単価の低下が目立つ。
観光型ホテル （スタッフ）	お客様の様子	・宿泊に関しては東日本大震災当初はキャンセルが相次いだ。4月下旬頃から予約が戻ってきた。宴会の予約は2か月前に入ることが多く、それが震災と重なったため5月の宴席は過去最低となる。
タクシー運転手	来客数の動き	・先月は大変キャンセルが多かったが、今月は日が迫るにあたって金券利用の客の予約が大変多くなり、これから先も予約がかなり入っている。ただ、夜の動きがまだ本調子ではない。

	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前はタクシー業界は最も暇な時期である。今はそれとあまり変わらない。東日本大震災の落ち込みやゴールデンウィークにおける利用の増加があり、売上の的には総じて変わらない。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・法人客を営業で訪問すると、東日本大震災の影響、あるいは火山の噴火問題があり、なかなか景気が回復していないという話を聞く。また、受注そのものも低迷している。
	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・今月は、東日本大震災の影響による商品の不足があったが、夏の新商品が発表され、発売までの買い控えもあり、販売数は落ち込んでいる。
	美容室（店長）	販売量の動き	・定番品があまり売れない。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災や福島第一原子力発電所問題の影響で、流通が停滞し、商品も停滞しているため、客の買い控えが起こっている。特に飲食関係の落ち込みが激しく、宴会等のキャンセルが多く、かなり景気が悪くなっている。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災後、各種景気対策の打ち切りや消費税増税等の報道により、消費者の購買マインドは低調なままである。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で自粛ムードがあり、一方で経済活動を盛り上げようという機運もある。しかしサプライチェーンの寸断で経済活動自体がうまく循環していない。電力不足に対する不安等、様々な要因が入り混じって揉み合い状態である。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	お客様の様子	・新茶販売時期ではあるが、売上が今までになく大幅に減少している。東日本大震災の影響を受け、消費者の慎重さは変わらない。
	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・当店の売上は3か月前の前年比が101%、今月は同94%、競合他社は3か月前が同115%、今月は同106%、その他の競合店の3か月前は同106%、今月は同101%であった。総じて前年実績を超えている。そういった意味で悪くはないが、3か月前からは若干落ちている。隣接する競合店による閉店セールの影響を受けており、衣料品、見回り品等については特に影響が出ている。ただ1品単価、客単価は維持している。
	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・都心部への大型店の出店の影響もあるものの、東日本大震災後の客の消費マインドの変化に対応できず、前年比7%程度のダウンで推移している。客中心の催事やセール品を強化した催事は前年比を超えているものの、全体的に低迷している。
	スーパー（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災以来、先行きの不透明さにより、客の購買意欲は下がっている。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による消費マインドの低迷が、懸念材料としてまだ残っている。ただし、食品の供給不安はほぼ解消された。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災直後は被災地へ送る商品の売上が拡大した。その後、ゴールデンウィーク前まではある程度の数値が続いたものの、ゴールデンウィーク以後は厳しい数値である。回復の見通しは明るくはない。
	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響もあり、4月は来客数の減少及び消費マインドの冷え込みから、購買数の減少が売上の減少につながったが、徐々に来客数の戻りが感じられる。
	スーパー（経理担当）	販売量の動き	・震災を境に売上高が減少していると言わざるを得ない数値推移となっている。商品によってはいまだ未納品があることと、先行き不安感や自粛という観点からも消費減退となっている。
		コンビニ（経営者）	競争相手の様子
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・記念の行事がある時にだけ買う傾向が強く、普段の買物が少なくなっている。
	衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災の心理的な影響が徐々に強まってきている。したがって高額品の販売は更に陰りが強まっている。また当地においては特需として百貨店の閉店セールがあるため、そのあおりを受けている。
	乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で商品が全く入荷しない状況下で、受注はあるが登録に結びつかず、かなりマイナスとなっている。

住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・九州では東日本大震災の影響は思ったほどはない。ただ、毎月のキャンペーンを今月は前半と後半の2回行ったが、月初めは前年と比べると良かったものの、後半は最低となった。店舗での販売は来客数、客単価共に良くない。	
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] (総支配人)	来客数の動き	・来客数は前年比95%前後で推移している。特にゴールデンウィークでの集客が少なく、売上も前年から減少している。	
高級レストラン (経営者)	来客数の動き	東日本大震災の影響で4月は相当悪かった。5月になってゴールデンウィークが過ぎたところから少しずつ動き始めたが、来客数は思ったよりも伸びず、客単価については客から通常料金よりも下げてくれないうかという要望がとて多くなっている。	
高級レストラン (社長)	来客数の動き	・まだ東日本大震災の風評被害が続いている。	
高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・客の来店数が減少気味である。	
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・法人関係の動きは少しずつ前年並みに近づいているが、個人客は東日本大震災の影響があるのか、週末でも予約等が少なく、動きが鈍い。	
都市型ホテル (副支配人)	単価の動き	・インターネット中心の予約で非常に単価が落ちている。電話である程度は問い合わせ、仮予約はあるが、成約にはなかなか結びつかない。	
タクシー運転手	お客様の様子	・今年は県外客が例年の3分の1程度しか来ておらず、その分タクシー利用も減っている。	
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。	
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・個人、団体共に各方面、各媒体に新プランの戦略を練って仕掛けてはいるが、市場の反応はまだまだの状態である。	
ゴルフ場(支配人)	来客数の動き	・4、5月のゴルフベストシーズンを迎え、来場者数は天候にも恵まれ前年並みに推移しているものの、客単価が落ち込んでいる。プレーのみで食事をしない人も増えている。	
美容室(店長) 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)	来客数の動き 来客数の動き	・東日本大震災が影響し、来客数が減っている。 ・前年と変わらない実績で、少し安定して推移していたが、4月の来客数から下向き兆しがみえ始め、5月では数字に現れている。まだ下がり始めたばかりで、今後ますます下がる。	
悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・東日本大震災以降の自粛ムードはまだ払しょくされず、必要な物以外は買わない。商店街も来街客数が少なく、大変厳しい状況である。
	一般小売店[青果](店長)	単価の動き	・青果物の相場は量的に豊富にある物は前年の6、7割の相場である。県外に欲しがられている物、特産品のキュウリ、トマト、ピーマン等の価格はここ2、3日で2倍ぐらいに上がった。地元としてはかなり厳しい状況にある。
	一般小売店[鮮魚](店員)	来客数の動き	・客がまったく来ないため、どうしようもない状況となっている。
	一般小売店[生花](経営者)	販売量の動き	・母の日は年に1回ではあるが、今まで5年以上、また開店当初から10年間くらい注文があった客のすべてから注文がなかった。母の日自体の購買が少なくなっているが、予想を超えてはるかに売上が悪かった。客からも景気の悪さがうかがえる。
	百貨店(営業担当)	それ以外	・東日本大震災以降、消費マインドが冷え込んで高額品が売れないという問題がある。大きな競合店が増えおり、マーケットが分散化している。少し回復基調ではあるが、まだまだ先行きの不安感から消費は低迷している。外国人の売上が皆無という状況が3月以降続いている。前年は外国人の売上が大きかったため、非常に厳しい。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・取引先、メーカーによる商品供給は回復傾向にある。店頭での品薄状況はだんだん改善されているが、食品の出入り、住関連の日用雑貨における特売商品の入荷数量不足が発生し、販売数が減少している。前年比93~95%の状況が続いている。

		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・東日本震災の影響もだいたい落ち着いてきた。それにしても景気は悪いままで来客数が減っている。年金生活をする人が増えており、奇数の月に客が特に減っている。
		乗用車販売店 (総務担当)	販売量の動き	・東日本大震災の影響によるメーカーの減産で、販売する新車がない状況が続いている。売上がたたないの損益は4、5月共に大幅な赤字となる。
		その他専門店 [書籍](店長)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で製造元に影響が出て、物流が滞ったところもあり、商品の供給が十分ではない。紙の確保も十分ではない分、新しい商品が減少傾向にある。
		観光ホテル(総務担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、九州でも自粛ムードが広がり、売上が伸びなかった。
		都市型ホテル (総支配人)	来客数の動き	・3月に発生した、東日本大震災や原発事故の影響による観光及びビジネス客の出張の自粛が一番の要因と考える。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・ビジネス出張は前年並みに回復してきたが、個人のレジャー需要は九州新幹線全線開業の効果と高速道路料金上限制度の終了間近で、九州内の旅行が目立つ。特に東京方面への旅行は依然動かない。
		旅行代理店(業務担当)	販売量の動き	・東日本大震災後の大きな影響を受けている。特に国内旅行が低迷しており、最大マーケットである東京への需要が低い。全体の需要に大きな影響を与えている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・長崎の観光地では外国人のキャンセルが多く、大変厳しい。ただ、ゴールデンウィーク期間中には日本人観光客がかなり来ていた。ただ、ゴールデンウィーク明けの落ち込みはひどく、考えられない状況である。一般客の財布のひもはかなり固くなっている。
		通信会社(総務担当)	お客様の様子	・回復軌道に乗りつつあった景気は、東日本大震災の影響で宿泊を始め、新車販売等、一部に下押し感があり、悪い方向である。住宅関連や設備投資、公共投資に至るまで低迷しており、身の回りの景気は悪くなっている。
		競馬場(職員) 住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き 競争相手の様子	・東日本大震災の影響で景気は悪い。 ・東日本大震災の影響や復興と電力問題があり、景気の先行きには非常に不安がある。価格を安くしなければ売れない、少しでも高いと売れないという状況のなかで、ますます日本の景気は悪くなっている。
企業 動向 関連	良く なっている やや良く なっている	-	-	-
		農林水産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で西日本地区では特需があり、得意先からの引き合いがかなり強い。ゴールデンウィーク以降、スーパー、居酒屋関連も自粛ムードが少しずつ解消し、現在はかなり良い方向に向いている。ただ食中毒事件の影響で、県内を中心に生食等が厳しい現状にある。
		食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・比較的受注量が戻っている。
		一般機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・電池関連の客の設備引き合い件数が急に増加している。
		精密機械器具製造業(従業員)	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べると生産数が増えている。
		経営コンサルタント(代表取締役)	受注量や販売量の動き	・2、3月と比べると今月はかなり良くなっている。食材を含めて売上が伸びており、品物が減っているという状況である。売上自体も伸びている企業が増えている。また、若干、観光を含めて人の出入りがかなり多かった。
	変わらない	繊維工業(営業担当)	取引先の様子	・業界的にも全体的にも不景気で下向きであるが、東北を含めて、中小企業全体の数が減っているため、残った企業は安い単価ながら仕事は続く。
		出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	取引先の様子	・平成23年度の予算として確保されているとしても、下期実行の案件が多い。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量は減少すると予測していたが、現在のところ変化なしという状況で推移している。
		輸送業(総務)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響を受けてか、荷動きは良くない。イベント関係も徐々に行われるようになってきているが、電力問題もあり、気持ちが縮小ムードである。今一つ、活気が感じられない。東日本の1日も早い復興が日本経済回復の起爆剤になる。

	金融業（営業職 渉外係）	取引先の様子	・東日本大震災後に一時的に消費が低迷したものの、 小売業を中心に消費は震災前の水準に戻りつつある。
	経営コンサルタント	受注量や販売量 の動き	・この数か月間、仕事が全然増えない。営業はする が、なかなか成約に結びつかない。
	経営コンサルタント （代表取締役）	取引先の様子	・取引先の多くは業況に大きな変化がみられない。
やや悪く なっている	農林水産業（従 業者）	受注価格や販売 価格の動き	・畜産物の販売は、豚肉の動きは良いが、東日本大震 災に加え、4～5月の食中毒事件で牛肉が厳しい状況 になっている。売行きが悪く、単価も下がっている状 況である。特に内臓関係については価格が非常に低下 している。
	家具製造業（従 業員）	受注量や販売量 の動き	・北関東から東北の新規ホテル出店、商業施設出店 の中止及び見直しを余儀なくされており、物件が大幅 に減っている。前年に比べ30%は減っている。
	窯業・土石製品 製造業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・陶器市の売行きはまあまあ良かったが、売上の 前年比1割の減少であった。5月の売上は前年比2割 の減少となり、本当に厳しい状況である。商社の荷動 きも大変落ち込んでいる。
	電気機械器具製 造業（経営者）	取引先の様子	・ここにきて急速に状況が悪化してきている。3か 月前に比べると受注量は大きく落ち込んでいる。
	輸送業（従業 員）	受注量や販売量 の動き	・物が売れず倉庫に預かっている荷物が滞留してい 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が全体的に悪くなってい る。しばらくはこの状態が続く。
	通信業（経理担 当）	それ以外	・消費が伸び悩み、受注も少ない。
	金融業（営業担 当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で建設業は資材の入手を始め、 受注全体が縮小傾向にあり、資金繰りがよりタイトな 状況になっている。
	金融業（調査担 当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響により、自動車関連企業を中心 に資金繰りの確保を行なう動きが一部にみられる。全 体感としては、自粛による景況感の悪化という側面が 大きい。
	その他サービ ス業〔物品リ ース〕（役員）	受注量や販売量 の動き	・前年に比べ、契約高は前年を上回って推移してい るものの、3か月前に比べると、東日本大震災以降の先 行きが不透明であることを懸念して設備投資意欲が以 前の水準までは戻ってきていない。
悪く なっている	建設業（社員）	受注量や販売量 の動き	・官公庁の発注予定が先日公表されたが、都道府県で 第1四半期の発注が約10本程度で本格的には第2四半 期からの発注がほとんどである。市町村は単独工事の 単価契約がほとんどで、役所担当者に聞いても、6月 までは少ないとのことである。市は第1四半期の約 50%ぐらいしか発注されない。今後、これまで以上に 受注の競争が激化する。
	金融業（営業）	取引先の様子	・すべての業種で東日本大震災以前より景気が悪化し ている。特に製造業は3、4月は休業を余儀なくさ れ、震災前の半分以下の売上となったところも多い。 建設業はもともと公共工事の端境期にあっとうえ、資 材の不足、自粛ムードによる需要の減少に見舞われて いる。小売業も同様である。
	金融業（得意先 担当）	取引先の様子	・東日本大震災の直後、建設関連業では資材の調達 が困難という声を聞いていたものの、取り戻した様子 にある。しかしながら、資材価格の高騰が依然として続 いている。また当地は観光産業に依存している企業が 非常に多く、震災以降、国内客の旅行控えや外国人の 渡航自粛等により売上が大きく減少し、状況は非常に 厳しい。そういったなか、当面の資金繰りの安定を図 るため、資金調達の相談や既存借入金に対する条件変 更の相談が引き続き多い状況にある。
	新聞社（広告） （担当者）	取引先の様子	・東日本大震災の影響が深刻で、広告出稿を控える動 きが顕著である。地元では通販など復活の動きもある が、製造業を中心に大幅なマイナスが続いている。
	経営コンサル タント（社員）	受注量や販売量 の動き	・東日本大震災後、酒が売れない。特に清酒、焼酎が 売れない。メーカーは海外への輸出を考え始めている。 ・市町村の委託を受けて調査や計画作成の調査会社等 を行うコンサルタントは、市町村の委託業務が減少し ていることから、受注が減少している。大手のコンサル タントやシンクタンク系の業者も入札時に他に負け ないくらい低価格で入札している。
	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	

雇用 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・若干ではあるが、求人数が増えている。中元時期に向けて例年通り問い合わせがあり、単発ではあるが、注文数が増えている。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人倍率の値は悪化しているものの、実感値として、今後改善しそうな企業の気配を感じる。
		新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・東日本大震災の影響から、製造業の西日本シフトは いまだ続いており、半導体や自動車部品等の製造業を 中心に、求人数が増加している。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・4月の新規求人数は3,721人となり、前月と比べ て24.1%の減少となっているものの、前年比9.5%の 増加となっており、企業の採用意欲は高い。また東日 本大震災の雇用へのマイナスの影響は一部にあったも の、回復傾向を示している。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・4月の新規求人数は前年同月比20.9%増となっ ており、9か月連続で前年同月比プラスで推移してい る。東日本大震災等の影響による製造業の休業等もみ られる等、不安要素はあるものの、全体としてはやや良 くなっている。
	変わらない	職業安定所(所 長)	求人数の動き	・新規求人数は平成21年度までは前年比でマイナス を示してきたが、平成22年度はここ数年で初めて24% の大幅な増加となった。また平成23年4月の新規求人 数でもリーマンショック以前の高い数値となり、新規求 人の状況から景気の回復感がうかがえる。しかし、東 日本大震災の影響や原油価格の上昇など景気の下ぶれ 要因により、今後の影響は懸念され、明確に回復して いるとはいえない。
		職業安定所(職 員)	求人数の動き	・有効求人倍率は連続して上昇しており、新規求人数 は前年比プラスが続いているが、求職者は減少幅が小 さく、失業の長期化が懸念される。
		学校[専門学 校](就職担 当)	求人数の動き	・採用は、一部の業界で前年より増えているが、逆 に減少している企業も多い。
	やや悪く なっている	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・新規求人は長期より短期が多く、安定した雇用では ない。
		人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・東日本大震災の影響もあり、電子機器、半導体メー カーが繁忙しており、止まっていたラインが動いてい る。単に東北地方で供給できない受注が西に流れてい るだけであるため、落ち着くまでの動向である。
		人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・携帯電話、特にスマートフォンの販売等で週末に量 販店での人材需要はあるものの、長期事務の案件は少 ない。
		求人情報誌製作 会社(編集者)	周辺企業の様子	・大手クレジット会社が被災した影響で、当地のコ ールセンターの採用がストップした。
		民間職業紹介機 関(社員)	求人数の動き	・2、3月の年度末需要が一段落し、今月は求人数が 落ちている。特に事務業務は単発案件を含めて少な い。
		学校[大学] (就職担当者)	それ以外	・学生の就職活動における、内々定の報告状況を前 年同期と比較した場合、20ポイント程度の下落がみ られる。
	悪く なっている	新聞社[求人広 告](担当者)	求人数の動き	・製造業の求人数が激減した。今のところ回復の兆 しはない。
		民間職業紹介機 関(支店長)	求人数の動き	・東日本大震災の影響が出ている。被災地ほど多く はないが、休業や時間短縮、週休3日にする取引先も 出始めた。何よりも心理的に需要マインドが冷え込ん でいる。