

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	良くなる	都市型ホテル（総支配人）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故から3か月が経過し、ビジネス客や外国人観光客の集客率が増え始め、需要回復の傾向が見受けられる。
		旅行代理店（業務担当）	・旅行の予約は例年よりも客の動きが間際化している。夏の旅行は通常6月から活発な動きをみせるが、今年は6月末になって、ようやく動き始めた。夏から秋に向けてより活動的になる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・これから各地区でイベントや催し物が多くなり、外出する人が多くなる。今年は例年以上に暑くなる予報もあり、夏物衣料品の動きがやや期待される。飲食店も猛暑に備えた準備を進めている。
		百貨店（販売促進担当）	・中元商戦や夏のクリアランスセールが始まり、東日本大震災による買い控えの反動が出る。
		百貨店（業務担当）	・東日本大震災の影響から先延ばしにされていた旅行やイベントが、最近、動き始めている。夏休みにかけて、ますますその動きが強まれば、消費は夏の涼感商品の需要と共に伸びる。
		スーパー（店長）	・売上が前年比110%で推移している。特に鮮魚の伸びが良い状況である。東日本大震災による消費の自粛はなくなり、今後はこの状況を継続する。
		スーパー（店長）	・今後、野菜の価格高騰が予想されるが、全体的に来客数が伸び、客の買上単価も伸びているため、今後は若干良くなる。
		スーパー（店長）	・商品の調達は東日本大震災以前の状況に戻ることが期待される。消費電力の削減目標が15%であることやクールビズ、省エネ等関連商品の消費拡大も期待できる。また、7月以降予定されている小麦粉の値上げと食料品の値上げがあるが、程よい価格に値上げにされれば、客単価のアップとなり、売上の増加が期待できる。
		スーパー（店長）	・高速道路料金引下げが6月19日で終わり、お盆の帰省客が大幅に減ることが予想される。一方、近場の行楽地やレジャー客が増え、地元食材、自然環境商材の消費は今以上に上昇する。
		コンビニ（販売促進担当）	・7月から小麦粉が値上げになるが、そのなかでパンの売れ筋商品は据置きにする。包材は若干値上げなると予想されるが、全体としては売上にそれほど影響しない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・今まで滞っていた国産銘柄のたばこが少しずつ入ってくるようになり、国産銘柄のたばこを購入する客が増えてくる。これから夏休み等外出する機会も増え、来客数は伸びる。
		衣料品専門店（経営者）	・資金繰りは厳しい状況であるが、店が100周年を迎えるため、イベントを考えている。客の動きは少し良くなる。
		衣料品専門店（総務担当）	・特殊事情ではあるが、近隣の百貨店や競合店の閉店により、短いスパンで見ると、ややプラスの方向に動く。
		家電量販店（総務担当）	・今夏は猛暑が予想されており、季節商材が販売量を引っ張っていく。
		乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産が正常に戻りつつあり、来店客が増えれば、通常通りの受注を行うことができ、良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・メーカーが増産体制となり、本格稼働している。新車が十分に供給されれば、下取車も中古車市場に出回り、ディーラーにとって業況は好循環となる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・7月はリキッド系飲料の需要が伸びる。7月中旬から8月にかけて中元シーズンになるので、コーヒーのギフトや進物関連商品に動きが出るため、売上は上がる。今年は前年比120%となる見込みである。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・東日本大震災の自粛ムードが和らぎ、夏場にかけて夏祭りが始まる等、人の動きが活発になり、来客数が増加し、売上の増加が見込める。
		高級レストラン（専務）	・これから値段が安く、食事に魅力があれば、リピーターは増える。
一般レストラン（経営者）	・今年の夏場は北ではなく南への観光需要が増える。また、学生の合宿が増え、街が活性化する。今がひどすぎるため、反動で良い結果が出る。		
その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・当地は九州新幹線全線開業により交通の便が良くなり、波に乗っており、県内の景気は良い。県民みんながそういう気持ちになっており、雰囲気が良い。		

観光旅館組合（職員）	・梅雨が明け、夏休みに入ると子ども連れの旅行客が増える。今年も期待できる。	
観光ホテル（総務担当）	・シティホテルにとっては、7～9月は売上が伸びない時期であるが、東日本大震災による自粛の反動もあってか、前年同期は上回る見込みである。夏場は九州新幹線全線開業の効果も期待される。	
都市型ホテル（総支配人）	・梅雨明けから夏本番となる季節で、天気や気温、台風等に激しい変化や状況がなければ景気は良くなる。	
旅行代理店（従業員）	・夏の予約も順調に伸びているが、旅行需要は安近短の傾向が強い。家族旅行は福島第一原子力発電所の影響もあり、東京方面は避けられている。	
通信会社（業務担当）	・7月は夏キャンペーンセールが実施され、スマートフォンを始め、新商品の発売が予定されており、販売数は更に上向く。	
テーマパーク（職員）	・年間でもっとも高稼働の夏休みを迎えるにあたり、例年以上にアクティビティを増やしている。ファミリー客が増えるためやや良くなる。	
ゴルフ場（従業員）	・梅雨が例年より早く明け、夏の暑い時期を迎えるが、各種イベント等で前年以上に予約が入り、非常に良い傾向にある。	
美容室（経営者）	・数か月前に比べて、横ばいか減少傾向にある。個人経営、大手企業を含め、少しは活気付いてくる。	
理容室（経営者）	・これからは暑くなるため、髪の毛を切る客の来店スパンが少し短くなり、動きは若干良くなる。季節がら例年通り忙しくなる。	
変わらない	商店街（代表者）	・商店街は天候に大きく左右される。天気が良いと人は動くが、天気が悪いと人は動かない。7月20日ごろまでは今の状況が続き、梅雨が明けると今度は暑過ぎて人が出てこなくなる。今の状況を脱するだけの要因はない。
商店街（代表者）	・商店街は、屋外であるため夏は暑く、冬は寒い。また6、7月は台風の時期で、商店街は前年もその前の年も水害にあった。商店街では市の助成を受ける等、対策をしているが、現状では良くなることを期待できない。	
商店街（代表者）	・景気回復ムードへの期待はあるが、今夏は電力供給力不足があり、どういう現象が起こるのか不透明な部分が多い。また欧州金融危機がどう収束するのかという問題もあり、それ次第ではリーマンショック再来の懸念もある。	
商店街（代表者）	・個人消費が上向く要因が全くない。6月は中元商戦に入るが、そういう状況が感じられない。厳しい状況が続く。	
一般小売店〔精肉〕（店員）	・景気が変わる要素が見当たらない。	
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・暑い時期となり、鮮魚が売れる気がしない。今年は例年以上に暑くなる予報があり、電力供給力不足も懸念され、厳しい状況が続く。	
百貨店（売場主任）	・東日本大震災の影響はほとんどないが、景気を今以上盛り上げる要素が見当たらない。	
百貨店（営業担当）	・人気の物産催事やDM催事、招待店外催事等を行い、来店促進を図ったが、父の日対象商品が振るわなかった。また、婦人衣料の動きも今一步となり、買物への慎重な姿勢は続いている。一方、百貨店以外では九州新幹線全線開業効果により、県外観光客が増加し、景気回復の明るい材料となっている。	
百貨店（売場担当）	・近隣の百貨店が閉店し、商店街の来街者数がどうなるのか動きがみえない。増えた場合は売上は上がるが、現状ではどちらとも言えない。市内の景気動向としては悪くない状況が続く。	
百貨店（営業政策担当）	・夏場の電力供給力不足が懸念される。エコ商品等ニッチな特別需要はあるが、景気全体を押し上げるまでの力強さはない。福島第一原子力発電所問題や復興のための増税、加えて政局不安定など、社会的な不安が消費マインドを停滞させる状況が今後も続く。ただ、ビジットジャパンキャンペーンのモデルエリアともなっており、東日本大震災以降、中止されていた中国船クルーズも再開される等、外国人観光客に期待されるが、その動きは未だ不透明である。	
スーパー（総務担当）	・食品、住居用品の売上は前年並みもしくは若干上向き傾向にあるものの、衣料品は前年並みに回復する兆しがみえない。消費者は依然買い控え傾向にある。今後もその状況が続く。	

スーパー（経理担当）	・ピーク電力の節電や東日本大震災の復興、福島第一原子力発電所問題等のマイナスイメージが収束するまで、景気は現状から脱しない。	
スーパー（業務担当）	・東日本大震災の影響は薄らいでいるが、以前より続く購買動向の低下は回復する材料が見当たらない。節電への対策や所得の低下等のネガティブなイメージは当分払しょくされることはない。	
コンビニ（経営者）	・客の様子をみても、先行きが良くなる要素が全くみえない。政治は停滞しており、何も変わる要素はない。	
衣料品専門店（店員）	・消費動向は通常に戻っている。酷暑にならなければ、このまま前年並みの売上が続く。	
衣料品専門店（取締役）	・気候の影響が大きいファッション業界であり、現状は立ち上がり商材に魅力を打ち出すことしかできず、先行きは不透明である。	
家電量販店（店員）	・6月に猛暑を記録し、扇風機やエアコンが非常に売れている。ただ供給が追いつかず、見通しが立たない。東日本大震災の影響で製造能力が落ちており、需要はあっても供給が足りない厳しい状況である。	
乗用車販売店（販売担当）	・販売量の動きをみると、やや需要が回復基調にある。これから秋の需要期に向かって新商品も出るため、やや良くなる。客は依然として購入には慎重であり、先行きは不透明である。	
乗用車販売店（代表）	・良くなる要因が見当たらない。東日本大震災の影響で中古車の流通が悪くなっており、仕入れ価格が高くなっている。	
住関連専門店（店長）	・今夏、日本は節電やエコがテーマとなっているが、当地は本州に比べてその意識が薄く、夏に売れる商材や販売量は例年とあまり変わらない。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・高速道路料金引下げが終了し、車による遠出は減少する。ただ、今年は梅雨明けが例年に比べ早くなりそうなので、好天気によるレジャーの拡大に伴う消費拡大に期待できる。	
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〕（総支配人）	・東日本大震災による自粛ムードは収まってきたが、消費者の節約や生活防衛意識が高まっており、消費に勢いはない。政治混乱の収束や震災復興の道筋、福島第一原子力発電所問題解決の見通し等がたつまではこの傾向が続く。	
観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響はだいぶ薄れている。まだ先行きの不透明感はぬぐえない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルでは夏枯れの時期に入るが、各部門の予約数は前年と比べて動きが鈍い。東日本大震災の影響が長期化しそうなこともあり、今年度はリーマンショック時と同様の厳しさになる。	
都市型ホテル（副支配人）	・大会物が非常に減っているほか、東日本大震災の影響でインバウンドも戻っておらず、先行きにあまり良い材料がない。	
タクシー運転手	・今のままでは景気の回復は望めず、3か月後も景気回復の要素がない。	
タクシー運転手	・これから夏に向けていろいろな催し物が開催されるが、それにつれて客がぼちぼち動く気配がある。	
タクシー運転手	・ボーナスが出て、3か月先は消費者の財布のひもがいくらか緩くなっており、かなり期待が持てる。	
タクシー運転手	・今年は特に暑いことが予想されており、人の動きは昼も夜も悪くなる。厳しい状況が続く。	
通信会社（店員）	・節電、節約傾向が強く、販売業や製造業は、現状維持が精一杯となっている。	
通信会社（企画担当）	・光回線エリア拡大効果による販売量の増加傾向は持続するが、その他での低迷状況に変化はない。	
ゴルフ場（支配人）	・7、8月の夏場は日中を避けて朝、夕の涼しい時間帯にプレーするため、多くの入場を見込めない。気温は平年より高めとの天気予報であり、見通しは厳しい。	
美容室（店長）	・来客数が減少しており、景気の先行きも全く見通しがつかない。	
設計事務所（所長）	・良くない状態がずっと続いており、3か月先も今と変わらない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・7、8月は、繊維商品が動かない時期であるので、今年も良い傾向はない。
	商店街（代表者）	・夏物衣料のバーゲンが始まるが、販売単価が下がり、購入点数も増えないため、売上の減少が予想される。
	商店街（代表者）	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所問題の収束の兆しが見えない限り、景気は徐々に悪くなっていく。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・静岡茶葉の放射性物質検出問題から茶葉の値上げが噂されているため、数か月は売上の増加に期待できない。

百貨店（営業担当）	・今夏のボーナスの状況をみると、金額の前年比は落ちていないが、金融機関のアンケートでは貯蓄に回す人が増えており、買物に回す人が非常に減っている。昨今の福島第一原子力発電所の状況や来客数の状況をみても、今後はやや悪くなる。	
百貨店（営業企画担当）	・政治の不透明感や東日本復興計画の遅れ、企業の海外流出などで、景気の好転は予測できない状況にある。	
百貨店（企画）	・高速道路料金引下げが終了し、広域から集客しているショッピングセンターの来客数は減少する。また、電力供給力の状況によっては、節電等の要請で店休日の増加や営業時間の短縮等で営業に影響が出る可能性もある。また客も無駄な電力を使用しないため、不要な外出を抑制する傾向が高まる。	
スーパー（店長）	・東日本大震災後の復興や福島第一原子力発電所の問題等、先行きに対する不安を払しょくできず、政治の混乱状況が続くと更に景気が悪化する。	
スーパー（店長）	・客の様子をみても、好転する理由が見当たらない。	
スーパー（総務担当）	・本格的な夏場を前に電力供給力不足の懸念から、節約志向が更に強まる恐れがあり、経済全体への影響は避けられない。業種を問わず、節電、節約に奔走するあまり、経済の萎縮が懸念される。	
コンビニ（エリア担当）	・まだ東日本大震災の影響が続いており、一部商品の流通が滞り、品切れしている商品もある。また、エコ意識の高まりで無駄を省く動きがみられ、高額商品の売行きが減少している。まだまだこの傾向は続き、厳しい状況に変わりない。	
衣料品専門店（店長）	・商店街全面改装に伴い、これからアーケードの取り外し、道路工事が実施されるため、来客数は減り、売上に響く。	
住関連専門店（経営者）	・当社、同業他社とも、小物家具の動きはあるが、国産の大型家具の動きが良くない。安価な下等品や輸入品はあまり動かないが、クレームが劇的に多い。地上デジタル放送の完全移行に伴い、これまで好調であったテレビボードの売行きも動きはなくなる。	
その他専門店〔書籍〕（代表）	・東日本大震災の影響による景気悪化や増税の懸念もあり、客の買い控えが進行している。	
高級レストラン（経営者）	・これから暑い時期に入って、料亭にとっては例年通り厳しい月になる。特に8月は一番売上が下がる月であるが、それでも夏に向けて、客に訴求できるような当地の美味しい物、料理を前面に打ち出していく。7月の終わりから8月にかけては法事等も増えるため、集客しなければならない。	
高級レストラン（支配人）	・電力供給力不足により、消費者に止どまらず、大手企業も消費意欲が抑制する。	
通信会社（管理担当）	・今以上に東日本大震災の影響が出てくる。	
通信会社（総務担当）	・地上放送デジタルへの完全移行までは駆け込み需要が期待できるが、その後についての売上増の見込みは不透明である。今後の景気上昇に期待したいところであるが、現実はやや悪くなる。	
競輪場（職員）	・東日本大震災や電力供給力不足の問題等の影響があり、厳しい状況が続く。	
美容室（経営者）	・東日本大震災後、九州でも景気はかなり下向いている。	
美容室（店長）	・これから夏場にかけて、電力供給力不足の問題が影響してくる。厳しい状況となる。	
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）	・今年は例年以上の猛暑が予想されており、前年の状況を踏まえると、客の減少に繋がることが懸念される。	
音楽教室（管理担当）	・景気が悪くなり、子どもにかけるお金がなくなってきている。我々の業界でも客が減っていく。	
住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の復興に向けて、公共事業等の資金が振り分けられるため、公共用地の移動がなく、土地の動きは非常に少なくなる。景気の先行きは悪くなる。	
悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・青果は地元の野菜がほとんどなくなる。信州や北海道が中心の県外野菜は、需要が少ないうえに輸送コストも高くなり、この2、3か月はかなり厳しい状況になる。
	一般小売店〔生花〕（経営者）	・今後の見通しは大変悪い。夏場は暑いため、花のギフトは控えらる。秋になれば需要はそこそこあるが、東日本大震災の影響もあり、厳しい状況が続く。

		百貨店（営業担当）	・電力の問題が景気にどう影響するか不透明である。夏が本格的に始まると、電力供給力不足の影響で人の動きが非常に鈍くなることが予想される。マーケットはかなり時期を前倒しして販売しており、7、8月は人が動かないなか、非常に厳しい状況になる。
		衣料品専門店（店長）	・婦人服、特に零細小売業はこれまで同様、だんだん悪くなる。
		家電量販店（店員）	・エコポイント制度や地上放送のデジタル化により、家電は非常に良い販売動向であった。ただ、耐久消費財であり、地上デジタル放送に完全移行した3か月先は、テレビの売上が落ちることは避けられない。
		競馬場（職員）	・電力供給力の不安よりも政治的安定が望めず、厳しい状況となる。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（経営者）	・前年は農産物原料が不作だったため、商品在庫が現在少ない。それを補う生産と新規の受注が見込める。
		家具製造業（従業員）	・商業施設の建設やマンション建設等が震災前の状態に戻りつつある。自粛ムードも一段落しているが、飲食店の来客数はいまだ戻っていない。そういったなかで商業施設向け家具需要の回復にはまだ時間がかかる。
		鉄鋼業（経営者）	・東日本大震災発生以降、それまで若干回復基調にあった建築物件の先行きが不透明となっている。4月以降、現在に至るまでゼネコンからの発注量が大きく後退している。また鉄くず価格の軟化から製品市況にも先安感が台頭し、需要減と相まって価格が下落している。ただ、ここきて西日本地区では鉄くずの発生量が少ないことから、価格が底打ちとなり、市況も変わり目となっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・設備の引き合いが多く、今まで以上に忙しくなるが、その先は不透明である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・タービン関連の仕事の話が、少しずつ具体化している。1～2か月先の景気は今より回復する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・仕事の引き合いが多くなっている。これが6月末から7月の時点で受注に結びついていく。景気の方向的にはやや良くなる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響で減産となった分の生産が計画されている。
		建設業（社員）	・3か月後に工事を受注できる業者と、受注できない業者が極端になっている。役所が受注量を加味して指名をすれば、偏った受注にはならないが、実際は偏っている。
		金融業（営業担当）	・製品及び資材の調達は東北が中心になっていたが、その動きは次第に緩和されつつあり、九州の受注量も増えている。中小企業の経営者の大半は、秋口から現状より業況が良くなることを期待している。
		金融業（営業）	・製造業の供給体制が整備され、生産は東日本大震災前の水準に回復する見込みである。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・東日本大震災の影響で人の動きが止まり、節約ムードが高まっていたが、ここきて節約に疲れてきたのか、人とお金が動いているのを実感する。通勤手段の新幹線も乗降客は2、3か月前からすると数倍に増えているようである。夏場は電力問題があるかもしれないが、若干良くなっていく。
		その他サービス業 [物 品リース]（役員）	・業況マインドの改善には至らないものの、東日本大震災の影響は薄まりつつあり、サプライチェーンの地方分散等の話も出始め、復興需要に期待される。また、増産等へ向けた動きも出てくると予想され、若干ではあるが、上向きに転じる。
変わらない		農林水産業（経営者）	・7、8月は梅雨明けもあり、ビールの消費に合わせた焼き鳥等の需要に期待できる。ただ食品全体をみると、東日本大震災以降の消費不振の後遺症も残りそうである。卵や鶏肉の供給量は減っているにもかかわらず、相場は期待した相場は出ておらず、不安を感じる。
		農林水産業（従業者）	・今までとあまり変わらない厳しい状況である。餌の価格はまだまだ高止まりの状況であり、畜産物販売についても景気の悪い状況のなか、福島第一原子力発電所問題の影響もあり、非常に厳しい状況が続く。
		食料品製造業（経営者）	・南九州への観光客数は前年より増加傾向にあり、売上は今のところ好調である。東日本大震災と景気悪化の影響で需要が著しく増加したという実感はないが、西日本方面を目的とした旅行が増加している。ただ、高速道路料金引下げ終了前の駆け込み旅行が多かったため、今後楽観はできない。

		電気機械器具製造業（経営者）	・景気は良いかと思えばそうでもなく、悪いかと思えばそうでもなく、先行きは非常に不透明は状況である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注計画ではこれから2、3か月先、投入量が徐々に増える計画であったが、今月は計画より減少した。ただ極端に減ってはないので、今のところ悪くならない。
		輸送業（総務担当）	・電力供給力不足の問題がどう影響するか不透明ではあるが、自動車産業が休日出勤で生産するとすれば、それに合わせて出勤しないとけない。経費が増えるのは間違いなく少しずつ影響が出てくるが、急激な変化はない。
		通信業（職員）	・節電、省エネに関する関心や投資は上向きだが、それ以外の分野においては低調なまま推移する。
		金融業（得意先担当）	・当地域は観光産業で成り立っているが、これから7～8月にかけて例年観光客が増加する季節であり、観光客の動向によって景気は左右される。引き続き、各社の業況を注視していきたいが、現時点ではどちらともいえない状況にある。
		金融業（調査担当）	・東日本大震災直後に比べると景況感が良いが、取引先等のヒアリングからは回復の勢いは感じられない。そのため、身の回りの景気は変わらない。
		不動産業（従業員）	・都心部の商業施設の売上が前年並みで推移している。
		新聞社（広告）（担当者）	・今夏は節電を呼びかける自治体や企業の広告が見込めるものの、流通や旅行等消費意欲を喚起させる広告出稿の予定はなく、全体として大きく変わらない。
		広告代理店（従業員）	・取引先の状況は6月は良いが、7月以降が不透明である。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込業界は東日本大震災以後、受注枚数や金額は前年を下回っている。6月の新聞折込枚数及び受注金額は前年比95%と回復の兆しがみられない。ただ5～8%の落ち込み状態が3か月続いているが、それ以上、下がることはないの、底を打った状態が続いている。東日本大震災前の状態に戻るには時間がかかる。
		経営コンサルタント	・コンサルタント関係では新しい動きはあまりない。これから仕事の量が増えるとも考えられず、今の状況がずっと続く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・引き合いの状況や取引先の投資姿勢に大きな変化がみられない。
	やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費不振で厳しい状況である。マーケットが縮小し、伝統的産地がますます暗くなり、減っていく。
		金属製品製造業（企画担当）	・今年度も猛暑が予想されるなか、電力の供給力不足による企業活動の抑制や福島第一原子力発電所の先行き不透明感、進まない東日本大震災の復興等、明るい材料がない。
	悪くなる	繊維工業（営業担当）	・電力の供給力不足問題も解決しないまま、夏を迎えようとしており、厳しい状況である。中小企業は、大企業の動向に合わせてなくてはならず、不安でいっぱいである。倒産するところもあると予想される。
		建設業（従業員）	・先行きが不透明であり、個人投資家や企業の設備投資の動きが鈍っている。また、公共工事も減少しており、民間工事も利益確保が大変厳しく、経営を圧迫している。
		経営コンサルタント（社員）	・このまま売れない状況が続く。海外より商品が大量に流れてきており、価格面で対応できない。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村の建設関係の業務は、補助金が削減されていることで予算化されることが少なくなっている。請負業者は極力仕事を受注しようと半額以下で入札している。従業員が少ない事務所は閉鎖し、代表が他の仕事のアルバイトをしているところもある。福岡に支社ビルを所有していた東京に本社のある大手のコンサルタント会社が賃貸ビルに転居し始めている。
雇用関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災で自粛していた件が夏を機に動き出している。セールの販売要員の要請や携帯販売員の要請も増えている。
		人材派遣会社（社員）	・業種によって違うが、人手が欲しいという企業は以前より多く出ている。新聞や求人誌にも新規の雇用等が見受けられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・夏休みシーズンの求人数は例年少ないが、今年は駅ビルのリニューアル効果が夏まで続くものと考えられる。また東日本大震災の自粛ムードも一段落し、九州新幹線の利用者が増加傾向にある。通年に比較して求人も活発に動く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大震災から企業活動が立ち直りつつあり、求人数の増加が見込まれるが、夏の電力不足が懸念され、求人への影響が心配される。

	職業安定所（職員）	・夏場に電力需要が最大になることに伴う消費電力の削減等の不安定要素はあるものの、求人状況は全体として堅調な動きとなる。
	職業安定所（職員）	・企業間で差があるものの、業況の改善がみられる企業も多く、新規求人数は9か月連続で前年同月比増で推移している。
	学校〔大学〕（就職担当者）	・東日本大震災による被災の復興が進み、求人数は増加している。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・東日本大震災の特殊要因はあるものの、ここ数年のリストラや財務体質の改善を経て、前向きに採用をする企業が出始めている。これにより九州エリアはわずかながら好転が期待できる。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響や政治の状況等先が読めず、雇用の先行きは不透明である。
	人材派遣会社（社員）	・7、8月は事務の人材需要が落ち込むため、低調に推移する。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数はしばらく横ばいが続く見込みである。早くとも10月以降の回復になる。
	職業安定所（所長）	・新規求人数みると、回復している様子がうかがえるが、依然として長期失業者、無業者等の有効求職者が横ばいもしくは滞留している状況である。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は足踏み状態にあり、新規学卒にかかる求人も大きな改善は見込めない。国家公務員給与の削減報道が地方公務員の給与にも影響を与えるものと考えられ、これが民間給与改善に悪影響を与えかねない。消費者の購買意欲も押し下げられる。
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で部品が調達できず、雇用調整を行う事業所があったが、今月は予想していたより雇用調整する事業所はなかった。
	民間職業紹介機関（社員）	・東日本大震災による事務派遣は、大きな需要は見込みがない。九州地区への本社移転、生産移転も新聞やテレビで報道されているが、人材派遣分野においては影響はない。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の復興計画が具体的になれば、内容次第では消費活動は縮小する。現状維持かやや悪くなる状況が年内続く。
悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・派遣需要の伸びは全くない。前年比マイナスであり、東日本大震災の影響も考慮すると、今年度も前年比マイナスは確実である。