

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	－	－	－
	やや良く なっている	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・飲食店における新規客の増加により、販売量が増えている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・紳士服部門では東日本大震災後、高額品やし好性の強いゴルフ用品関連で大きく売上を落としたが、4月に入って売上が戻っている。夏の節電対策でクールビズ商品への問い合わせが例年より早い。
	変わらない	百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・競合他社3施設の売上は、前年比104～105%、同107%、最終の店じまいセールを行っている施設で同100%を超える状況である。当店も26日現在で前年比100%を超えており、市況は全体的に同100%を超えている状況で悪くない。ただ同業他社が店じまいセールにより客をかなり動員しており、当店は最終的に前年比97～98%の間に落ち着く。中旬以降はコンスタントに前年を超えており、特にけん引していた婦人衣料、食料品、物産催事が前年比で2けたの伸びを示している。来客数も前年比98～99%と回復している。
		スーパー（店長）	単価の動き	・以前からすると来客数の伸びはないが、商品の販売量がかかなり増えており、前年比104%前後で推移している。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・たばこの入荷がストップし、来客数の減少により販売数量が落ちているが、ほぼ前月並みの売上を確保している。
		コンビニ（エリア担当・店長）	来客数の動き	・タバコの主要銘柄が入荷せず、そのタバコ目的の客が以前に比べて減っている。ただ、2月に移転したこともあり、来客数自体は伸びている。駐車場が広くなったことや店舗が広がったことが大きい。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	お客様の様子	・客の動きをみると、喫茶店やレストラン等に出向いてコーヒーを飲むということではなく、焙煎した豆を買ってそれを自宅で飲むといった家庭型の消費スタイルとなっている。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	販売量の動き	・九州新幹線の全線開業により客の流れがすごく良く、消費も前向きになっている。当地ではイベントをいろんな形で開催しており、客の流れは明るい。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災後、相次ぐ予約キャンセルが非常に危惧されたが、4月の中旬に入り、客が大分増えている。県外客が増えており、予想以上のことでびっくりしている。さらに、ゴールデンウィークも前年を超える勢いで予約が入っており、東日本で予定していた客がこちらに流れている状態である。しかしながらインバウンドの客は皆無であり、厳しい状況である。
		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）	来客数の動き	・4月に入り気候的に温かくなってきたことから、サービスのキャンセルが減少している。また、病院から退院した患者の利用が増加している。
	設計事務所（所長）	お客様の様子	・今のところ東日本大震災の影響もなく、客から企画等案件の持ち込みがよくある。	
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・3月の東日本大震災等もあって、自粛ムードが広がっており、特に3月から4月にかけての客の動きは非常に悪く、購買意欲が落ちている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災から1か月経ち、ようやく九州の経済、人の流れが落ち着きを取り戻している。
一般小売店〔生花〕（経営者）		販売量の動き	・4月は新規開店祝い、入学祝い関係の花の依頼がなく、売上はかなり厳しい状態となっている。これから母の日等の仕入れ、売上を見込むのがとても難しい。	
百貨店（営業担当）		お客様の様子	・食料品、その他実用品以外の必要でない物は購入しないという傾向がより強くなっている。特に婦人服飾雑貨は、前年と比べて非常に苦戦している。	

百貨店（業務担当）	販売量の動き	・3月は確かに東日本大震災の影響による客の買い控えがみえたが、衣替えも本格化し、必要な季節商材もどうにか動き出した。3月に控えられた分、動くときは前年よりよく動いている。ゴールデンウィークも迫り、この水準がどう変動していくのか不安定であり、まだ安定しているとは言えない。	
スーパー（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災等があり、客の動向が不確定である。	
スーパー（店長）	競争相手の様子	・競合店も横ばいの状況で、営業時間の短縮や営業の見直しもあり各社厳しい状況である。当店は前年比106%で推移しているが、青果、鮮魚が前年比90%台と前年を大きく下回り、厳しい状況である。他の部門は絶好調となっている。また水の動きは一段落しているが、商品入荷は厳しい状況であり、東日本大震災の影響が少しある。	
スーパー（店長）	販売量の動き	・売上は伸びているが、災害特需という要素が大きく、景気が良いというわけではない。	
スーパー（店長）	販売量の動き	・店頭の様子として食品は東日本大震災後、一時的にあった買いだめや関東地区へ送るといった動きはほぼ収束した。一方で一部商品が入荷していない状況があり、販売は少し厳しくなっている。また、衣料品関係では低温気候もあり、婦人服等の動きが鈍い。また、貴金属や旅行かばん等高額品の売上が厳しい状況にある。ただ、生鮮食品は青果の価格が高めであり、非常に好調である。	
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・新入学、新生活関連商品の動きが例年に比べて悪く、処分価格になってからの購買が目立つ。前月の東日本大震災の影響から買いだめがあったためか、日用品や水、カップ麺等の動きが鈍くなっている。	
スーパー（業務担当）	販売量の動き	・一時期の自粛ムードは解消しつつあり、少しずつ通常の購買動向に戻りつつある。まだ高単価商材が大きく動くほどではないが、日用品や衣料品の動きは安定しつつある。ただ、全体的に震災の影響がぬぐえず、タバコや加工食品等、長期に渡って品切れしている商品も多く、売れ筋商品を確保できないことがマイナス要因となっている。	
衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・相変わらず来客数は少ないが、春物がぼちぼち動いている。	
衣料品専門店（店員）	単価の動き	・前月は来客数が減り苦しい販売状況だったが、今月は客足が戻っている。仕事用のスーツや旅行用の服等を購入する客が多く、客単価が高かった。	
観光ホテル（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災に対する自粛ムードが続いている。	
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。	
通信会社（企画担当）	販売量の動き	・季節要因及び通信事業者による提供範囲拡大で販売量は伸びているものの、基調が変わったという実感は得られていない。	
通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響もあり、客の購買動向からは前向きな姿がみえない。	
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・土地売買等の問い合わせが非常に少なくなっている。売り手と買い手で折り合いがつかず、成約が以前に増して少なくなっている。	
やや悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・まだまだ東日本大震災の影響は続きそうであり、客に明るさはなく、全体的に自粛ムードが続いている。
	商店街（代表者）	単価の動き	・東日本大震災を契機に、将来に対する漠然とした不安が消費マインドに大きな影響を与えている。復旧、復興へのビジョンが示され、国民が何をすべきか等行動規範のようなものが明確になれば、幾分良くなる。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・気候の不順による春物衣料品の不振が続いている。特に年配の方々の消費が落ち込んでいる。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・来客数の動きは相変わらず鈍い。商店街でイベントを開催しても集客が非常に悪い。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・例年であれば、新茶販売前の在庫処分が売上の増加につながっていたが、東日本大震災の影響なのかその売上は半減している。新茶入荷後も消費者は買い控え傾向となっている。

百貨店（営業担当）	来客数の動き	・自粛ムードといった心理的な影響と被災地への配送状況の悪化により、客の購買意欲は減退している。上旬の全店特別招待セールでも来客数、店頭売上共に前年を下回っている。ただし、中旬は婦人服催事及び婦人肌着催事、下旬は粗品付き催事に加え人気の北海道物産展、ゴールデンウィークには通り会と共同でイベントを開催するなど、街ぐるみで来店促進の取組を行い、効果も上がりつつある。
百貨店（企画）	販売量の動き	・東日本大震災以降、観光地にある支店の売上が厳しかったため、全店の売上はやや悪くなっている。観光客の激減に伴い、周辺の宿泊施設の稼働率は前年比60%台で推移している。土産品や宿泊施設の経営者等の買物も少なく、大きな影響を受けている。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災以降、花見や行楽等を自粛するムードが高まり、関連商材の売行きが悪い。工場が被災し、需要が高い簡便商品や水等は入荷が薄く、品ぞろえに影響している。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で商品の品切れが多発している。また、ついで買いをする客も少なく、消費マインド自体が非常に低迷している。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・今月は物の動きや客の様子があまり良くない。後半少し取り戻してきてはいるが、東日本大震災の影響が心理的な部分で大きく、4月前半は3月の影響をそのまま引きずっている状況である。
衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・やはり消費者は買物に非常に慎重である。特に東日本大震災後においては、高額品の動きがかなり落ち込んでいる。
家電量販店（店員）	販売量の動き	・販売量が減り、客単価も下がっている。客は、同じ機能であればとにかく安い物を求める傾向を強めている。
家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災による自粛ムードと商品供給の遅れの影響が、如実に出ている。
自動車備品販売店（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響で一部の商品が入荷しない状態になっており、売上に影響が出ている。
住関連専門店（経営者）	競争相手の様子	・前年に引き続き家具のイベントが開催されたが、地域販売店への影響が出ている。また東日本大震災による節約ムードもあり、厳しい状況となっている。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（統括）	お客様の様子	・当地を訪問する観光客が増加し、例年、燃料油が売れる月であるが、東日本大震災が影響したせいか観光客が少ない。ホテル、旅館関係者からも同じような声を聞く。
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）	お客様の様子	・衣料品でみると、スーツ、フォーマルウェアの動向が悪くなっている。雑貨ではバッグ、宝飾、アクセサリ等の動きが悪化している。卒業、卒園、新入学、進学、新生活に関わる商品群の動向が良くなく、生活必需品以外は、購買を自粛している様子である。
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災の自粛ムードも収まりつつあり、ゴールデンウィーク明けには4月に比べて少しずつ予約が入るようになってきている。
高級レストラン（支配人）	単価の動き	・客単価が少し下がっている。
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・今月初めは学校が休みだったが、若い客がめっきり少なくなっている。
観光型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災によるキャンセルが売上に響き、前年実績、予算にはほど遠い業績となっている。
都市型ホテル	お客様の様子	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の影響があり、来客数が少ない。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・レストランの来客数が大きく減少し、宿泊も団体のキャンセル等があり、売上の見込みを大きく下回っている。
都市型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・個人の予約はそこそこあるが、団体予約は前年比30%減と、圧倒的に減っている。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月に入りキャンセルが相次ぎ、客の動きが全然無い。また、夜の飲食関係では、店を閉めようかと言う店主もいる。
タクシー運転手	お客様の様子	・今月は観光シーズンであるが、特にアジアからの外国人観光客が来なくなっている。修学旅行客や日本人の観光客が福島や岩手から九州方面に行き先を変更するケースがみられるものの、全体的にみると落ち込みは大きい。

	タクシー運転手	お客様の様子	・ 県外特に東京方面からの客が少なく、選挙等で昼も夜もタクシー利用の客が少ない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・ 東日本大震災と福島第一原子力発電所の影響からいろいろなイベントが開催されず、外国からの視察客も来ないため、全体的に動きが悪い。震災等の影響が徐々に大きくなっている。
	美容室（店長）	お客様の様子	・ 例年、4月の結婚式には着物を着る人が多いが、今年は少ない。着付け客が少なく、売上も低下している。
	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）	販売量の動き	・ 東日本大震災以降、自粛ムードがあり、今後ますます厳しくなる。
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、4月に入り、消費マインドが更に落ち込んでいる。客が買物に出て来ない、買物に出ても単価の安い物しか買わない等、商店街は大変厳しい状況になっている。
	一般小売店 [青果]（店長）	お客様の様子	・ 東日本大震災の影響で客の自粛ムードがかなりみられる。特にし好品はその傾向がみられる。
	一般小売店 [鮮魚]（店員）	販売量の動き	・ 魚の入荷量が少ない。少ない中から良い物を仕入れても、本当に売れない。販売量が減り、単価も減少し、大変厳しい状況となっている。
	百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ 東日本大震災以降、客は全く動かない状況になっている。高額品等の需要も減っており、大変厳しい現状である。
	百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・ 売上は、昨年度は前年比3%程度の減少であったが、東日本大震災の影響もあり、特選品や紳士服の売上高が激減し、総じて前年比6～7%ほどの減少となっている。震災の影響もあり、政府が予定していた景気回復策も後手に回っている。また、周辺に大型店の出店もあり、自社の施策の変更も伴い、厳しい状況が続いている。
	スーパー（店長）	競争相手の様子	・ 1か月前、同じ商圈内にスーパーが2店舗オープンした。東日本大震災の影響で取引先、メーカーの品薄状況が続き、商品の入荷額が上がっている。客の自粛傾向もあり、売上、来客数ともに前年の売上より8～9%の影響が出ている。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・ 東日本大震災以来、消費者の心理が節約モードに入ったまま、なかなか上昇しない。特に必要な物を厳選して買う傾向があり、旅行や車関連部門では、前年比60%で推移している。
	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・ 東日本大震災による買い控え等により、来客数が減少している。販売単価が下落し、販売額も大きく減少している。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ 年々来客数が減っており、高単価商品が売れなくなったことや客の高齢化等が重なり、だんだん状況が悪化している。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ 受注量の落ち込みがひどく、東日本大震災の影響で、新車登録が出来ない状況である。
	乗用車販売店（従業員）	それ以外	・ メーカーの生産遅れにより新車登録ができない状況となっている。またキャンセル等もあり売上が減る。
	乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・ 震災の影響でメーカーが減産している。供給がなく新車の売上が立たない。客の購買意欲が低下しており、受注も低調である。非常に厳しい状況が続いている。
	乗用車販売店（代表）	競争相手の様子	・ 同業者からも良い話を聞かない。全体的に動きが悪い。
	その他専門店 [書籍]（店長）	お客様の様子	・ 東日本大震災の影響が九州でもまだ尾を引いており、消費マインドの低下が続いている。消費することは悪いことという考えが客に根付いており、その考えを一刻も早く払しょくする必要がある。
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	・ 空港を利用する搭乗客数が減少している。それに伴い当然、空港での土産の販売金額も減少している。東日本大震災の影響である。	
高級レストラン（社長）	来客数の動き	・ 東日本大震災による官公庁の宴会の自粛があまりにもひどい。	

	高級レストラン（専務）	来客数の動き	・当地は九州新幹線の全線開業で経済が大幅に良くなると思っていたものの、東日本大震災の影響があり九州新幹線全線開業の効果もまだ出ていない。広告やパンフレットが無駄になっている。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・今年に入りやや上向きの傾向にあったが、東日本大震災の影響で落ち込みが顕著となっている。
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・九州新幹線の全線開業で、九州内は前年比170%増であるが、その他の方面はまだ予約が少ない。ゴールデンウィークも近場の宿泊や韓国等は伸びているが、全般的には前年比8割程度となっている。
	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・販売が好調であった3月の反動と東日本大震災の影響による商品不足及び需要の冷え込みがあり、販売数は特に買換え台数が極端に落ち込んでいる。
	通信会社（総務担当）	お客様の様子	・個人消費は低調であり、大型店においても売上は前年比マイナスで推移している。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間を含めてまだ東日本大震災の影響が出ている。海外及び九州外の動きが鈍く、個人旅行が元に戻るのには時間を要する。
	ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が大きく、自粛の風潮が緩んだとは言え、客足は鈍い。プレー料金の値下げ基調も続いており、売上が伸びない。
	競馬場（職員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、販売量が減少している。
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により、冷凍食品加工向けの原料肉の引き合いがすごく強く、要望に対応しきれない。行楽シーズンではあったが、自粛ムードでスーパー関連では販売があまり伸びていない。居酒屋関連も、例年に比べると厳しい。
	農林水産業（営業）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響はあるが、ゴールデンウィーク前の需要、まとめ買い等の部分で小売は良い。
	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体、液晶分野からの引き合いが増えている。
	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災による自粛傾向は終わり、九州新幹線の全線開業の効果が次第に出てくる。
	経営コンサルタント（社員）	それ以外	・企業は新しい目標がほとんどみえておらず、守りの姿勢に入っている。
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・4月は前半と後半で大きく変わっている。前半は先月末に引き続き、東日本大震災の影響が大変厳しい状況が続いていた。一方後半は、ゴールデンウィークを前にしてかなり人が動き出し、いろんなところで売上が伸びている。特に九州新幹線の乗降客が非常に多くなっており、市内には県外の旅行客もかなり増加している。
	変わらない		
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で原料価格の上昇に加えて入荷数量も減少し、生産に影響が出ている。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気の本物の動きが不明瞭であり、会社経営や企業努力を行っていくしかない状況となっている。
	家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・資材不足が今も続いており、内装材不足で工期がずれている。その影響で予定していた物件が消化できず、売上也計上できない状況である。今後も資材不足は当分改善されそうにない。また、店舗の出店予定も延期や保留となっているケースがあり、商業施設への投資も滞っている。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	それ以外	・受注率にあまり変化はないが、ハザードマップに関する問い合わせが多くなった。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の後、あまり芳しくない状態である。量販店、百貨店の売上が悪い。個人向けの企画もなかなか進まず、展示会での売上也芳しくなかった。
	鉄鋼業（経営者）	それ以外	・九州地区の建築需要は新設マンションや病院の改築・増築を中心に回復基調にあったが、東日本大震災の復興がどのような工程で進むのか先がみえず、九州地区内で計画の新規建築物件も着工の大幅な遅延や取止め等の影響が出そうである。

	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体関連はここにきて一進一退で良くなったり悪くなったりという状況を繰り返しており、先行きの見通しに明るさがない。またこれ以下に下がることも考えられず、非常に不透明な状態が続く。
	精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響もあり、今月の生産数は横ばいとなっている。
	輸送業（総務担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で、関東、東北、北海道方面の荷動きが依然悪い。一定量を運べないことが主な原因である。
	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、取引先が手元の流動性を確保する動きがみられる。資金繰りの悪化という状況ではなく、資金繰り悪化に備えての動きである。その意味で資金需要が発生しているものの、景気の方向性を変える程の影響ではない。
やや悪くなっている	農林水産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・非常に厳しい状況になっている。特に食肉関係は、牛肉等の肉の消費が落ちている。また生産側も餌代が非常に高騰しており、厳しい状況となっている。
	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が明らかに少なくなっている。東日本大震災の影響は計り知れず、いろいろなところに出ている。
	化学工業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災の影響で、自粛ムードもあり、全体的に経済活動が停滞している。
	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・資材が入っておらず、東日本大震災の影響で部品も入ってこなくなっており、生産の見通しが立たない。大変深刻に考えている。
	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響が続いており、物がなかなか入ってこない。物は東日本方面に流れている傾向がある。さらにガソリン価格も高くなっている。運賃へ価格転嫁しづらいトラック業界は、以前の料金ではトラックの確保が難しい状況となっている。
	輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・前年から景気回復の兆しがチラホラみられていたが、東日本大震災の影響が九州地区にも出始めている。
	通信業（職員）	それ以外	・東日本大震災の影響で材料の価格が軒並み高騰しており、納期も不安定である。
	通信業（経理担当）	それ以外	・東日本大震災の影響、特に福島第一原子力発電所の問題が深刻である。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響で全般的に中小企業の業況は悪化傾向にある。主な原因は、消費者の自粛とサプライチェーンの寸断状況が続いていることである。
	経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・東日本大震災の影響を受けている企業が出始めている。また、各種投資の意思決定が遅くなりつつある。
	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	・建設業界は、東日本大震災の仮設住宅の特需からプレハブメーカーは増産体制となっており、取引のあるメーカーも景気が良いとのことである。震災の影響がない建設関係者やコンサルタントは、民間企業の企業活動の抑制や低迷傾向から仕事量が減少している。
	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	・前年同期に比べると、設備投資案件の増加は維持しているものの、3か月前に比べれば東日本大震災の影響が出始めており、3か月前比11%減と受注にも陰りが出始めている。
悪くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年この時期は受注が減るが、今年受注減は非常に厳しい。見積等の今後につながる話も皆無である。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災により、生産量が低下している。
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災影響により、工場の稼働が停止した。
	建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・官公庁の発注がいつになるのか不安である。東日本大震災の影響が当地まで出始めている。例えば建築資材等の入手や型枠材の入手が困難になっている。さらに政府の公共事業5%留保の発表を受け、地方の業者は補助事業等がいつ発注されるのか、どの工事が対象になるのかと不安になっている。単独事業で凌いでいかざるを得ないのだが、単独事業の発注も遅れているのが現状である。
	金融業（営業職 渉外係）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で外食、レジャー、宿泊産業を中心に利用を控える人が増えている。

		金融業（得意先担当）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>建設関連業者は資材調達の困難に加え、今後の資材価格高騰の話を聞く。また東日本大震災以降は国内客の旅行控えや外国人の渡航自粛により売上が大きく減少している企業が多く、非常に厳しい。条件変更の相談等も今まで以上に見受けられる。</li> </ul>
雇用 関連	良く なっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規求人数は4,900人と前年同月比22.3%と増加しており、有効求人数は11,772人と同37.4%の増加となっている。多くの分野で新規求人が大幅に伸びている。</li> </ul>
	やや良く なっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>当所における3月の新規求人数は、前年同月比32.7%増である。2010年8月から8か月連続で前年同月比プラスで推移しており、企業間で業況に差があるものの改善がみられる。</li> </ul>
	変わらない	人材派遣会社（社員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> <li>東北の復興に対してのインフラ及び住居、生活、ライフラインにおいて絶対量の雇用が必要であり、今後のエネルギー政策の転換により、雇用は増加するはずであるが、それを政府主導で事業計画としない限り、景気は停滞したままとなる。</li> </ul>
		求人情報誌制作会社（編集者）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>東日本大震災の影響は製造業を対象にした派遣業の業務縮小くらいで、目立った動きはみられなかった。一部、土建業で被災地へ送り出すスタッフの求人がみられた。また、留学生アルバイトが帰国をして戻ってこない等の影響が出ている。</li> </ul>
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>製造業を中心に一部生産拠点が西日本へシフトすることで、求人広告も好調に推移している。4月に開催した看護系のガイダンスも盛況だった。</li> </ul>
		学校〔専門学校〕（就職担当）	雇用形態の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>緊急雇用対策関連求人ばかりで正規雇用の上昇がみられない。</li> </ul>
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>求人数の動きにエリアと業界で異なった動きが見受けられる。ITやエアライン関連等は、関東以外は前年と同等もしくは欠員状況がひっ迫気味の感がある。反面、ホテルやブライダル、トラベル関連はどのエリアも厳しい。ビジネス関連は、従来通り夏以降、欠員となっている。全体的には、ここ数年採用を抑制していた反動で、採用を余儀なくされている感がある。ただし、景気回復による増員ではない。</li> </ul>
	やや悪く なっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>新年度がスタートして落ち着いた感が若干あるが、例年に比べて、新規注文が少ない。登録者は増えてはいるが、仕事がないので、派遣登録をしたという人が多い。</li> </ul>
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>取引先等から商品が手に入らない、部品がない為生産ができないといった話を良く聞く。東日本大震災の影響がここにきて表面化している。ゴールデンウィークのイベントも、実施はするが規模縮小というところが多く、例年より受注が減っている。</li> </ul>
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> <li>東日本大震災から1か月が経ち、自粛気味の九州新幹線のPRが復活し、商業地区にも明るい兆しがみえてきた。しかし、震災による気分的な悪影響はまだ引きずりそうである。</li> </ul>
職業安定所（所長）		それ以外	<ul style="list-style-type: none"> <li>求人数の増加等により求人倍率も回復始めたところであるが、今回の東日本大震災が今後与える国内の経済情勢が雇用情勢への大きく影響が懸念される。全く見通しができない状況となっている。</li> </ul>	
職業安定所（職員）		求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>前年比でみて、新規求職者数は2か月連続の増加だが、新規求人数は4か月連続の減少である。微減だが、増加傾向にあった新規求人数が停滞している。</li> </ul>	
職業安定所（職員）		求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>求人数の増加傾向には変化はないが、求職者数が増加傾向にあり、有効求人倍率の改善がなかなかみられない。</li> </ul>	
民間職業紹介機関（社員）		求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>3月までは季節的な単発業務の依頼があったが、4月に入り、落ち着いている。リースや生命保険、損害保険等から震災関連の依頼があるが、まだまとまった内容にはなっていない。</li> </ul>	
学校〔大学〕（就職担当者）		求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>求人数の動きについては、現段階で実数を把握しているわけではないが、企業の来校数や雰囲気から、景気はやや悪くなっている。</li> </ul>	
悪く なっている	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> <li>東日本大震災の影響で、製造業を中心に、休業、週休3日、操業時間を短縮する客が続出している。</li> </ul>	