

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	ゴルフ場（従業員）	・東日本大震災後は来場客の減少が危惧されたが、九州新幹線の全線開業の効果が徐々に出てきており、ゴールデンウィークから6月まで、福岡県、山口県、広島県等の客から予約が入っている。身の回りの状態はすごく良い状況になっており、当地のゴルフ場周辺の景況感は上向きの状態である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客は3、4月で我慢している分、少し動きが活発になっており、消費活動も活発になっている。これからは良くなると判断する。
		商店街（代表者）	・周りの様子は、東日本大震災後の自粛モードから経済活動を活発にしていかなければならないという機運になっており、景気は少しずつ良くなる。
		百貨店（売場主任）	・夏の節電対策で半袖シャツやショートパンツ、ポロシャツ、ステテコ等夏物衣料品の動きが良くなる。
		コンビニ（販売促進担当）	・売上は、5月の中旬からタバコが入荷することで持ち直し、販売はほぼ横ばいと、良い方向で推移する。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・買い控えも緩やかになり、売上は少しずつ伸びていく。
		衣料品専門店（総務担当）	・東日本大震災による買い控え、もしくは自粛モードが若干和らぎ、通常の状態まで回復する。
		家電量販店（総務担当）	・節電商品と地上アナログ放送終了前の駆け込み需要が期待される。
		乗用車販売店（従業員）	・6月くらいまでは東日本大震災の影響で生産ができないため、新車登録に結びつかず厳しい状態が続く。しかし生産が通常通り開始されると、その後は良くなる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・今後2、3か月先は、夏場のアイスコーヒーの需要が急激に高まる。特に7月は夏場の冷たい飲料と中元シーズンでギフト物の需要が伸びる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・東日本大震災後、一部商品の供給も十分ではなく、震災前の消費生活に戻っているとは言い難い。震災の復興が進めば、商品の供給不足も解消され、消費生活は普通に回り、震災前のレベルに回復する。
		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）	・3月11日の東日本大震災以降、購買力は低下傾向にある。九州に直接的な被害はないものの、客は必需品以外の購入を控えている様子がある。3月と比べると、4月中旬以降、持ち直しつつある。まだ通常状態に戻っていないものの、地震の影響が薄れ、景気は回復基調になる。
		高級レストラン（専務）	・夏休みまでは東日本方面への旅行需要が少なく、九州方面への客が増える。
		観光旅館組合（職員）	・海外、特に韓国からのツアー再開等により、現状よりは良くなる。
	観光ホテル（総務担当）	・福島第一原子力発電所問題に解決への道筋ができれば、九州新幹線全線開業の効果も現れ、景気はやや上向く。	
	旅行代理店（従業員）	・4月に入り、問い合わせや来店が増加傾向である。直近よりむしろ夏場への問い合わせが多く、秋の修学旅行が、関東、関西から九州へシフトしており、宿泊予約が取りづらい地区もある。	
	テーマパーク（職員）	・前年は口蹄疫の影響でマーケティングの仕込みを自粛せざるを得なかったが、今年は一昨年に相当する仕込みを予定している。夏休み期間に入るため、国内外からの旅行需要が期待される。	
	変わらない	商店街（代表者）	・行き過ぎた自粛傾向があるため、ここ2、3か月はこの状況が続く。3か月先になれば少しずつ上向いていく。
		商店街（代表者）	・新聞等により増税等が言われているが、消費者の財布のひもはかなり固く、景気は良くならない。
		商店街（代表者）	・しばらくは、現状のような揉み合い状態が続く。この難局を乗り越えることができれば、これをバネに、景気は良くなる。
一般小売店〔青果〕（店長）		・客の購買意欲をそそるような情報がなく、不安材料の方が多い。プラス材料が出てくるまで、かなり難しい状態が続く。	
百貨店（営業担当）		・衣料品の購買意欲は依然伸びず、客は食品及び物産催事で満足を得る傾向が続いている。買上単価、レジ客数の回復の兆しや一部店外催事での明るい材料はあるが、買い控えと購買意欲減退の傾向は今後も継続する。	

百貨店（営業担当）	・客の様子をみても、東日本大震災後の景況見通しが不透明である。
百貨店（売場担当）	・周辺の同業他社はおそらく現状維持でいく。ただ一部の商業施設で観光客の減少により、土産の売上が落ちており、全体でも15～20%の減少となっているという話もあり、若干懸念材料になる。しかし婦人衣料が好調で、前年比100%は超えるとのことである。安い価格帯の商品、店舗をそろえている商業施設でもかなり売れているとのこと、おそらく前年比100%を超える。当百貨店は今後、競合他社の閉店セールの影響を受けるため若干悪くなるが、市況的には前年比100%を超える状況であり、とりあえず現状維持が続く。
百貨店（企画）	・東日本大震災の影響による買い控え傾向は、今月に入り徐々に解消されつつある。しかし、観光地にある支店の売上回復は、観光需要の浮揚にかかっているため、時間がかかる。観光が活性化しなければ観光従事者の雇用及び収入へ大きく影響し、買い控えの傾向は当分続く。
百貨店（業務担当）	・今後、復興支援による国民負担の問題、子ども手当の問題が発生する。客の会話のなかでも、そんな不安な声をよく耳にする。消費マインドの回復が今後を左右する。
スーパー（経営者）	・東日本大震災による今後の動向や政治が不安定であるため、客は消費活動への迷いがある。今後もこの状況が続く。
スーパー（店長）	・被災地に送る商品の購買が落ち着いてきており、今後は通常の月と変わらない状況となる。クーポンや特価等で仕掛ければ売上は上がる。
スーパー（店長）	・ガソリン価格の値上がりはまだ続いており、食品自体が東日本大震災後、元通りに回復ができていない状況である。完全に商品がそろってない状況であり、2～3か月先もこの状況が続く。
スーパー（店長）	・全体的には消費マインドが上がらない傾向であるが、外食から家庭で食べる食事の回数が増える。加えて、遠出ではなく近場で済ます傾向にあるため、ローカルスーパーには追い風である。食材も県内産の消費が高まり、衣料品についても順次回復すると思われるが、貴金属、旅行用バッグ、高額バッグなどのし好品は、当分厳しい状況が続く。
スーパー（経理担当）	・急激な回復は見込めない。長期に渡って緩やかに戻る。
スーパー（業務担当）	・商品製造の原料確保は、東日本大震災の影響で多岐にわたって困難を極めている。客の精神的なダメージのみならず、物的に絶対販売量が確保できない状況が続く。
コンビニ（経営者）	・現状の消費マインドが急速に変化するとは考え難い。今後も厳しい状況が続く。
衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の影響で客の消費マインドは一気に冷え込むと心配したが、思ったより冷静で、欲しい物は買うという姿勢がみられる。この状況は変わらない。
衣料品専門店（店員）	・自粛ムードが和らぎ、外出が増えるため、客足は戻る。しかし、節電の影響で室内温度が上がるとファッションに対する購買意欲にも影響があるため、総じて前年と変わらない。
衣料品専門店（取締役）	・3か月先の7月はセールの時期である。心理的な落ち着きも出てきているため、買上点数を増やし、前年と同じくらいで推移する体制づくりをする。特に良い材料はない。
乗用車販売店（総務担当）	・メーカーの完全復旧が年末との情報もある。今後2、3か月は現状の最悪状態が続く。
住関連専門店（店長）	・ゴールデンウィーク明け頃から、東日本大震災の影響で品薄になっていた商品を安定供給できそうである。爆発的な売上の増加はないが、通常の売買ができるようになり、売上は安定する。
その他専門店〔書籍〕（代表）	・東日本大震災の影響で心理的に購買へのブレーキがかかり、出控えも発生していたが、新しい年度を迎え、人の動きが少し活発になってくる。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・観光客の動向がつかめず売上の予測がつかない。特に賞味期限の短い商品の仕入れが大変である。8月までは今のような状況が続く。
高級レストラン（従業員）	・東日本大震災の影響で3月の売上より4月の売上の方が落ちている。
一般レストラン（スタッフ）	・客の様子をみても、良くなる要因が少ない。
スナック（経営者）	・東日本大震災による客の自粛ムードは今後もまだまだ続く。
その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・東日本大震災により東日本は大きな被害を受けたが、当地は、客の流れが良い。

	都市型ホテル	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の影響がどこまで続くかがみえない。厳しい状況が続く。
	タクシー運転手	・東日本大震災による被害は1、2か月の問題ではないので、客足が回復するのは来年以降の話となり、しばらくは今の状況が続く。
	通信会社（営業担当）	・福島第一原子力発電所問題を含め、東日本大震災の被害状況にある程度の収束見込みがみえないと国民そのものが景気を上向きにする気持ちにはならない。厳しい状況が続く。
	通信会社（企画担当）	・市場に飽和感があり、打開策がみえていない。
	美容室（経営者）	・2、3か月先の夏に向かって、商品や客の生活の範囲が広がり、市場は活性化する時期になる。しかし4、5月の新入社員等が多くなる時期に動きがなく、良くなる要素がない。今後も今と同じような低迷した状態が続く。
	美容室（店長）	・今の状態では景気は変わらない。客は必要に迫られた時に、しかもその直前になって来店する状態が続く。
	設計事務所（所長）	・ここ1年ほど基本的な仕事量が減っており、ほとんど良くない状態が続いている。今後もその状況が続く。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の影響がどうなるか、不透明の状態である。長期的にじわじわ悪くなる方向に向うことが懸念される。
	商店街（代表者）	・東日本大震災以降、各種減税の打ち切り、消費税率の引上げ等の購買意欲をなくす報道が相次いでおり、客の消費マインドは冷え込んでいる。今後も厳しい状況が続く。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・7月はウナギのシーズンであるが、全く先が読めない。今年のウナギの価格は高いようであるが、景気が悪い時に高い物が売れるのか、不安である。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・新茶の入荷が多少遅れているため、今後の予想がつかない。仕入値も徐々に上がっており、今後の景気回復は期待できない。
	百貨店（販売促進担当）	・中元商戦に近づくが、東日本大震災の影響で中元商材を購入する客が減る。今後は厳しい状況となる。
	百貨店（営業企画担当）	・輸出の減少や海外からの観光客の減少、政治の不透明感等全国的に沈滞ムードが続いており、この状態がしばらく続く。
	スーパー（店長）	・東日本大震災による震災関連商品が売れ、特需が発生した前月の反動がくると、先行きは明るくない。その可能性は高い。
	スーパー（店長）	・東日本大震災の影響は続き、節電、節約傾向の継続も続く。中元商戦あるいは高速道路料金引下げの廃止等、お盆商戦に関する帰省マーケットの需要が前年よりも大幅に減る。
	スーパー（店長）	・東日本大震災の復興にはかなりの月日がかかる。自粛ムードは徐々に改善していくが、福島第一原子力発電所問題等先行きへの不安感は、消費者の購買意欲を減退させ、今後も厳しい状況が続く。
	スーパー（総務担当）	・東日本大震災の影響によるエコ関連商品の動きに若干期待できるものの、全体的には自粛ムードが続き、夏場の中元、行楽商品の売上が減少する。
	スーパー（総務担当）	・福島第一原子力発電所等、東日本大震災後の復旧、復興の見通しが立っていないため、消費行動に力がない。また、今後、電力供給への不安懸念が払しょくされていないため、景気は悪化する。
	コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店や東日本大震災の影響が大きいのしかかり、全く先がみえない状況である。
	住関連専門店（経営者）	・東日本大震災での木材や合板等の資材の価格上昇や不足が心配されたが、復興にはまだ時間がかかり、一部資材のだぶつきがある資材屋もある。東南アジア産の家具の品質が大分良くなっており、国内メーカーとの価格差を品質で説明しにくくなっている。また消費者の購入単価は低く、景気も低迷しており、置き家具業界は今後も厳しい。
	その他専門店〔書籍〕（店長）	・福島第一原子力発電所の問題が解決できるかどうか日本経済の行方がかかっている。その問題の解決がない限り、書籍等の販売動向も厳しい状況が続く。
	高級レストラン（経営者）	・2、3か月先は自粛ムードがなくなり、4月より少しは良くなる。しかし、この先夏に向かってどのような状況になるかは全く読めない。九州では計画停電等の直接的な影響はないが、当店のような割烹料亭は、東京に本社を置く企業の支社が接待で使うことも多いため、今後、厳しい状況が続く。
高級レストラン（支配人）	・客の様子をみると、東日本大震災の影響は大きく、今後も徐々に悪くなる。	

観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災によるキャンセルは落ち着いてきた。しかし従来あった、会議と懇親会の宴席が会議だけになり、売上に影響している。
都市型ホテル（副支配人）	・夏場のインバウンドの予約がキャンセルになったまま動きがなく、夏から秋にかけて非常に不安な状況である。
タクシー運転手	・とにかく客が出控え、買い控え、また風評被害等で全然動かない。ただ、なかには西の方から元気にならないと、日本がどんだんだめになる言う客もいる。
タクシー運転手	・福島第一原子力発電所問題が解決しないことには、消費は回復しない。
タクシー運転手	・例年気候の影響で当地の夏場は、ゴルフ客や行楽客が少なく、今年もあまり期待できそうにない。
通信会社（管理担当）	・東日本大震災の影響により、今後はますます景気の悪化が懸念される。
通信会社（企画担当）	・東日本大震災の影響が多少出てくるため、今後も厳しい状況となる。
競輪場（職員）	・東日本大震災の影響があり、来場客が少ない。今後もしばらくはこの状況が続く。
美容室（店長）	・客の様子から、今後も東日本大震災の影響が続く。
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）	・東日本大震災の影響で、自粛ムードがあり、お金を使わない傾向が少しずつ出ている。
設計事務所（所長）	・東日本大震災の影響が懸念される。合板や電線等の建設資材の入荷がないという理由で、工事が延びたり、家が建たなかったりするのではないかと懸念している。若干悪くなる。
住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン金利が上昇傾向にあり、厳しい状況となる。
住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の影響は西日本にはなく、工場はフル稼働している状況である。消費税を上げるとか、国債の発行等の報道が多く売買意欲がなくなっており、景気は全体的に悪くなる。
悪くなる	<p>商店街（代表者）</p> <p>・東日本大震災の直接的な影響はないが、ガソリンを始め商品の供給不足により、物価が上昇している。日本全体が今までの生活を見直すようになり、景気が一段と悪くなっている。今後も厳しい状況が続く。</p> <p>一般小売店〔生花〕（経営者）</p> <p>・5月は母の日の需要が多少あるが、東日本大震災の影響で買い控え、自粛等があり、花の売上が伸びる見込みは全くない。新規の定期的な納品先の契約がない限り、景気が良くなる見込みはない。</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>・福島第一原子力発電所の問題の影響が一番大きい。小売業にとっても、外国人観光客が来ない状況のなか、厳しい状況が続く。</p> <p>百貨店（営業担当）</p> <p>・前年は口蹄疫で非常に低迷したが、東日本大震災や福島第一原子力発電所問題の不透明な状況により当地の客の消費マインドが低迷しており、今後、更に落ち込んでいく。</p> <p>衣料品専門店（店長）</p> <p>・東日本大震災が客の心理状態に大きな影となり、購買意欲を落としている。景気はますます悪化していく。</p> <p>家電量販店（店員）</p> <p>・九州には東日本大震災による直接的な被害はないが、産業に対する被害は甚大なものがある。まず商品が入荷しない。製造ラインが止まっている工場もかなり多い。これから景気が悪くなる、給料が減っていくこと等を見込んでいる客も多く、安い物を購入する傾向がかなり強い。当店は前年5月アウトレット店に変わり、安い物を扱うことで支持を得ているが、これもいつまで持つかと、この先不安である。</p> <p>乗用車販売店（代表）</p> <p>・東日本大震災の影響で新車販売が出来ない。中古車の流通量が減り、中古車の相場が上がる。</p> <p>高級レストラン（社長）</p> <p>・官公庁が主に自粛を解かないとどうにもならない。客の様子をみる限り、今後も厳しい状況が続く。</p> <p>都市型ホテル（スタッフ）</p> <p>・東日本大震災の影響が大きく、個人も法人も自粛ムードがある。</p> <p>通信会社（業務担当）</p> <p>・5月も好転の材料がなく、厳しい状況が続き、販売数は更に落ち込む。</p> <p>通信会社（総務担当）</p> <p>・当社の客の動きをみると、新規加入があっても、解約する件数も多い。今後もこうした状況は続き、景気は悪化する。</p> <p>ゴルフ場（支配人）</p> <p>・東日本大震災の復興が九州経済圏にまで影を落としており、資材不足や電気料金値上げ等先行きは不安な状態となっている。個人消費が活発化しておらず、コンペ予約は依然として少ない。料金値下げによる来客数の獲得競争も依然として続いており、売上の増加は期待できない。</p>

		競馬場（職員）	・地震の影響が相当程度、長期間にわたることが想定される。厳しい状況が続く。
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）	・季節性商品の製造が始まる。販売は持ち直しつつあり、今後に期待される。
		家具製造業（従業員）	・家具は一番最後になるが、今後の復興に向けた需要には期待感がある。ガソリン不足や一部食料品不足も解消され、やっと普通の生活を取り戻しつつあり、内装工事等の需要も増えている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の引き合いが増えており、価格は厳しいが、うまく受注につながれば仕事量は増えていく。
		精密機械器具製造業（従業員）	・生産数の増量のため、8月まで装置導入計画がある。
		金融業（営業担当）	・東北地方の復興でブランドデザインが明らかになるにつれ、関東地方も息を吹き返し、現状より中小企業の業況は良くなる。
		広告代理店（従業員）	・広告への問い合わせ等企業の状況をみる限り、確実に上向いている。今後はやや良くなる。
変わらない		農林水産業（経営者）	・畜産を含む食品関係の東北地区の被害は大きく、復旧にはまだまだ時間がかかる。そのため代替供給としての役割がこの西日本地区に課せられており、3、4か月先の引き合いはまだ強い。加えて西日本地区の自粛ムードも少しずつ解消されつつあるので、今後の需要は大きく期待できる。
		農林水産業（営業）	・良くなる傾向にはあると思うが、今より格段に良くなるものではない。消費動向を含めて全体的には、横ばいもしくは若干悪くなる傾向にあるかも知れない。
		食料品製造業（経営者）	・景気の悪化と東日本大震災の影響で、当地への旅行客は大幅に減少しており、自粛ムードも継続していることから、今秋以降回復する兆しがあるとはいうものの、景気が悪い状況は当分変わらない。
		化学工業（総務担当）	・東日本大震災の影響は、今後2、3か月程度ではなくなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連はここにきて急速に良くなるとは考えられない。全般的に動きとしては非常に不透明な状況が続いており、この状況で今後も推移する。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・復旧次第ではあるが10月ごろまでは大きな変化はない。2、3か月後も現状と変わらない。
		建設業（社員）	・見積する工事が無い。2、3か月後は良くなってもらいたいですが、工事が発注されて受注できたとしても、2、3か月後にやっと本体工事にかかるため、発注状況によっては、景気はもっと悪くなるのではないかと懸念している。
		輸送業（従業員）	・東日本大震災の影響はかなり大きく、当面は回復には向かない。
		輸送業（総務担当）	・九州から関東方面へ行っても帰りの積み荷がなく、荷動きがまだまだ戻らない。関東、東北方面の生産量が戻らないと荷動きの悪い状態が続く。
		金融業（営業職渉外係）	・建設等の復興需要はかなり見込まれるが、福島第一原子力発電所問題の先行きが不透明であり、景況感は今と変わらない。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上動向が横ばいに推移しており、今後もこの状況が継続する。
		経営コンサルタント（社員）	・当面新しい動きはない。受注量、受注価格にしても停滞気味の状況が続く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・順当に考えれば、今よりはかなり良くなっていく。ただ、福島第一原子力発電所の事故に伴う電力の供給量の減少が企業にどの程度影響を与えるのかで大きく変わるという不安要素を持っている。これがある程度明確にならない限り、かなり厳しいが、もし回復すればかなり好転する。
やや悪くなる		農林水産業（従業員）	・飼料価格が上がっていることが大きな問題である。今の局面での飼料価格の値上がりは大変厳しい。販売についても厳しい状況であり、今後はやや悪くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・夏場に向かって、焼物業界は通常でも悪くなるが、東日本大震災の後ますます悪くなると危惧している。
		鉄鋼業（経営者）	・復興の見通しが不透明であり、さまざまな業種で国内需要が落ち込むことが懸念される。また資材、人手不足等も重なり、西日本地区の建設需要は低迷する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今の段階では生産が平常に戻ることは考えられない。何か経営の状況をコントロールしなければ、今後の景気の状態はみえない。2、3か月後に、景気が良くなるのか、悪くなるのか、あるいは今までの現状維持となるのか判断ができるようになる。

		輸送業（総務）	・復興支援も含めて被災地以外のエリアでの活発な経済活動を期待しているが、福島第一原子力発電所の問題もあり、海外との取引の影響を考えると先行きが不安である。
		通信業（職員）	・しばらくは材料の価格高騰が続き、厳しい状況が続く。
		通信業（経理担当）	・福島第一原子力発電所事故の収束が一向に進まず、電力供給の見通しが不安定であり、厳しい状況である。
		金融業（調査担当）	・サプライチェーンの崩壊による稼働率の低下が自動車産業等一部製造業でみられ、水産業では在庫の一部が震災の被害を受けた取引先もあり、九州でも震災の影響が景気を若干下押しする。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・東日本大震災の影響を見極めるための様子見が増える。
		その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・九州地区での東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の影響は少ないと想定していたが、供給面の制約から取引先で設備投資の一次的繰延、見直し等の動きが出ており、当面は企業、個人共に諸活動が消極化する。
	悪くなる	金属製品製造業（企画担当）	・当社は公共投資関連の依存度が比較的高い。今回の東日本大震災の復興関係へ相当の予算がまわされ、当社が関係する業界への予算が相当程度縮減される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響が大き過ぎる。自動車関連がどうなるのか、あるいは原発の状況により更に輸出が悪化するのか全く先がみえない。
		建設業（従業員）	・東日本震災の影響で現在工事中の材料が入荷困難になってきている。そのため、工期が延び資金繰りにも影響が懸念され景気は悪化する。
		金融業（得意先担当）	・当地区は観光産業に依存している企業が非常に多いところであるので、ゴールデンウィークをきっかけに人の移動が活発化することで景気回復につながってほしいという声が多く聞かれる。ただ、福島第一原子力発電所事故についての今後の見通しが未だ立っておらず、多くの企業の代表者が危機感を非常に強くしている状況下にある。事故処理が長引けば長引くほど企業の業績に与えるダメージは大きくなる。
		広告代理店（従業員）	・販売店の4月の折込枚数は前年比91%と1割近い減少である。言うまでもなく3月の東日本大震災以降、広告の自粛や通信販売のオペレーションセンターあるいは物流センターが機能しないなど、企業の日常業務が回復しないため、商品の供給が万全でなく、折込チラシが出せなくなっている。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・東北地方に営業所がある調査会社などのコンサルタントは、当該地域での官公庁の仕事が激減していることから、九州に営業所がある企業は、九州の仕事を受注しようとしている。このため、入札時に予算の3割や4割で落札するなどダンピングが激しくなっている。このあおりを受けて、福岡の地域の企業は、受注量が減少する傾向にある。
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	学校〔大学〕（就職担当者）	・東日本大震災の復興支援策が、現在よりも具体化し、少しでも明るい兆しがみえる可能性がある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・例年は中元時期の注文があるが、今年は東日本大震災の影響があり、あまり期待ができない。現在でも影響を受けている企業があり、出勤日を休みにしてもらいたいという要望もある。
		人材派遣会社（社員）	・被災地の復興の目途が立たないとイベント関係の復活はありえない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の影響は九州でも出ており、資材の調達が難しくなっている。その分、生産力を上げられない、求人できないという悪循環になっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後、生産拠点のシフトが進めば求人も増加するが、素材等の調達ができるかが鍵となる。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響による経済活動の縮小と国の施策による雇用創造の先行きが不透明であるため、現状ではどちらとも言えない状況にある。
		職業安定所（職員）	・企業間で差があるものの、企業への訪問等の状況から以前より業況の改善がみられる企業も多く、新規求人数も8か月連続で前年同月比増で推移している。しかしながら、主に製造業で東日本大震災の影響で受注が減少し、業績が悪化する等不安要素もあり、全体としては変わらないと判断する。
		職業安定所（職員）	・多くの産業分野で新規求人数が伸びてきているものの、旅館、ホテルのキャンセルや製造業における休業等、東日本大震災の影響も出てきており、当面変わらない。依然として予断を許さない状況となっている。

	民間職業紹介機関（職員）	・東日本大震災の影響もあり、企業の雇用に対する意識が薄れて、当面は現状維持が続く。ただし、一部製造業では増員の動きもあり、早期景気回復を期待したい。
やや悪くなる	求人情報誌制作会社（編集者）	・連休が明けると消費も一段落するので、例年求人も少なくなる。夏の商戦を控え、しばらくは求人意欲も低下する。
	新聞社「求人広告」（担当者）	・2、3か月先に九州経済に震災の影響が出始める。中国や韓国等アジアからの観光客の動向次第では更に悪くなる。
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で部品が入荷されないと雇用調整を考えるとといった事業主からの相談が増加した。今後、震災の影響が表面化していくことになる。
	民間職業紹介機関（社員）	・東日本大震災の復興を目的とした計画が大きく動いていないため、先行きははっきりしない。消費の冷え込みによる人員削減の傾向もみえてきている。
	学校「専門学校」（就職担当）	・西日本地区は特需があるかもしれないが、全体的には落ち込みが避けられない。
悪くなる	職業安定所（所長）	・東日本大震災の影響により、多くの業種に資材、部材等の不足が見込まれるなど、今後の経済情勢に大きく影響をもたらす。
	民間職業紹介機関（支店長）	・3月末の終了者数が前年同月比20%の増加であった。明らかに東日本大震災の影響である。一方で、4月新規契約数は前年同月比25%減である。リーマンショック以上のマイナス影響が、今年度いっぱい続く。