

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	その他飲食〔居酒屋〕（店長）	来客数の動き	・九州新幹線全線開業の影響で、前年比130%位の来客数があり、様々な形で観光地での食事等の売上が上がっている。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・地域的に観光名所ということもあるが、県外からの客が非常に多くなり、観光都市ならではの良い景況感である。
	やや良く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災直後の自粛ムード、将来に対する不安から消費は萎縮していたが、多少回復の兆しが出てきた。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・梅雨時期で雨が多かったが、来客数が前年比105%となっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・全体的に購買力が高くなっている。青果は、6月前半が相場安であったものの中甸になって前年並みとなった。青果以外は、順調に推移している。仕入れの仕組みが変わったのも奏功し、前年比110%で推移している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・取引先メーカーの生産努力により商品供給が大幅に改善され、売上も3か月前と比較して前年より5%上昇している。特に客の節電意欲に関する意識が高く、扇風機が前年比300%、天然素材のい草が同200%、ボトル水筒が同150%と伸長している。
		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104.8%、コンビニエンスストア同105.0%、ローカルスーパー同114.5%となっている。コンビニエンスストアはパンが前年比99.9%であったが、イベントで企画した商品が良く売れ、トータルで前年を若干上回った。
		コンビニ（エリア担当・店長）	単価の動き	・店が新しくなってから3か月が過ぎ、来客数が少しずつ増え、客単価も少しずつ改善されている。以前より、車の通りも多くなっている。
		衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・プライダル需要の客は少ないが、客のまとめ買い等があり、売上は前年並みで推移している。仕事用の服にはクールビズ対応の冷感素材等をプラスで買っていく客も見られる。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・暑さの到来とアナログ放送終了に伴うテレビの駆け込み需要が、他の商品の売行きにも好影響を与えている。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災後と比べると徐々に客の来店も増えている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・メーカーの車両生産が当初予測より前倒しで復旧しつつある。6月は前年並みの供給があり、予想以上の売上が確保できる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	販売量の動き	・前年に比べると一般家庭用で消費するコーヒーより事業所単体のオフィスコーヒー関連飲料が出ている。まとめ買いが多く、販売量は少し増えている。
		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）	来客数の動き	・3か月前に比べると、来客数が前年比5%程度上昇している。
		高級レストラン（専務）	来客数の動き	・今までは関東、東北、福岡からの客が多かったが、最近は広島、岡山、大阪、福岡の客がかなり多くなっている。東京以北からの客は本当に少なくなっている。
		観光ホテル（総務担当）	来客数の動き	・6月の収入をみると、宿泊部門やレストラン部門、一般宴会部門は前年を上回る見込みである。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・インバウンド需要が回復に向かっている。
		都市型ホテル（総支配人）	来客数の動き	・東日本大震災の影響は緩和してきており、人の流れも良くなりつつある。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・前月より確実に回復している。国内は南高東低、海外は近場の韓国・台湾が圧倒的な人気となっている。
		旅行代理店（業務担当）	販売量の動き	・客の動向は前年並みには届いていないが、3か月前よりは動きが活発になっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・今月は雨が多く、客の動きが大変良かった。売上は今までの月に比べると1割以上伸びた。また、予約の客も多くなっている。		

	タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災以降、落ち込みはかなりひどかったが、それ以前の状況に戻りつつある。
	通信会社（業務担当）	販売量の動き	・月初は夏の新商品発売までの買い控えがあったが、その分予約注文が多数入り、発売後は販売数が増えている。
	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	・気候も温かくなり、キャンセルが減少し、客が順調に増加している。
変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・商品価格が非常に下がり、同じ買上点数だと売れても売上が上がらないという傾向が強い。また、良いと思っても購入に至らず、切羽詰まらなないと購入しないのが最近の傾向である。
	商店街（代表者）	販売量の動き	・10年ほど前の売上から少しずつ年間売上は悪くなっている。その分、仕入れも安くなっているため、利益はさほど落ち込んでいない。しかし、売上が悪い分、会社の利益は下がる一方である。2、3か月前と比べると変わらないのだが、年間で比較すると右肩下がりである。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災からの自粛ムードは一段落したが、購買意欲は低迷している。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・雨の日が多かったせいか、来客数はやはり減っている。しかし、雨にも関わらず多くの観光客が来ている。ただ観光客の土産の買い控えを感じる。買回り品もやや抑え気味である。
	一般小売店〔青果〕（店長）	競争相手の様子	・東日本大震災の影響があった3月と比べれば良くなっているが、前年から比べるとやはり厳しい状況が続いている。競合店の販売量もかなり厳しい状況である。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・紳士服はクールビズが脚光を浴びワイシャツ、ステテコが好調で、父の日も盛上がりを見せた。しかし、天候不順で雨の日が多く、来客数が伸びない。
	百貨店（営業担当）	単価の動き	・全店催事を変更し、DM催事として強化した。平日は前年実績を維持したが、土日の来客数は前年実績に届かなかった。また、買上単価は依然、前年割れが続いている。しかし、自社提携カードの利用は来客数、金額共に伸びており、買上単価も前年並みを維持している。
	百貨店（営業担当）	それ以外	・3か月前に比べると変わらず、良くはなっているものの本格的な回復には至っていない。セールや中元のギフトも意図的に前倒ししているが、前年実績には大きく届かない。ただ3、4月に比べると非常に抽象的な言い方ではあるが、消費者の動向は軽やかになっている。
	百貨店（企画）	販売量の動き	・前月若干低迷した売上が、今月に入り、ほぼ前年並みで推移している。3か月前と同水準に戻っており、東日本大震災による自粛ムードから脱却した。
	百貨店（業務担当）	お客様の様子	・大雨続きの梅雨となった。気候の不安定さからくる商品の動きの善し悪しはあるものの、購買の弱さは感じない。
	スーパー（店長）	お客様の様子	・消費者の節約志向は相変わらず継続したままで、特に低価格の食料品へのシフトが起こっており、他社との値下げ競争で収益も悪化傾向にある。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災後の一時的な消費の心理的な落ち込みは一段落したが、まだまだ完全には戻っていない。また、高速道路料金引下げの終了やエコポイント制度の終了等により、景気は上向きにならない。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・東日本大震災後の被災地へ送る需要や自宅備蓄の需要の反動が出ている。客からは福島第一原子力発電所の問題や今後の東日本大震災復興の話題がよく出ており、高額商品への支出をちゅうちょしている。天候次第ではあるが今後の先行きはやや鈍い。
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・本格的な夏場に向けて、暑さ対策関連の商品の動きが若干良いが、相変わらず衣料品の動きが良くない。食品については、前年を少し上回っている状況である。	
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・東日本大震災後、買い置きや品不足から需要が一時増加したが、ゴールデンウィーク明けくらいから買い控え傾向が強まり、消費減退傾向になっている。今夏も節電等消費に対するマイナスイメージが強い。	

	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・客の単価はたばこの増税等により前年を上回っている。ただ、たばこ以外は買上単価が下がっている。以前は弁当ともう1品買っていたが、最近では自分で小さな弁当を持ってきて、カップ麺だけ買うケースも増えている。節約志向になっている。
	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・梅雨入りが早かったせいか、客足が鈍く、売上にも影響し、厳しい状況である。
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・都市計画道路拡張に伴う店舗リニューアル開店から2か月が過ぎ、やっと客が戻り始めているが、購買行動は良いとも悪いとも言えない。
	衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・東日本大震災以降、買い控えをした客がセール前の6月に下見で多く来ている。セール自体は今年は異例で早く行っているの、そういう意味では物の数の動きはあった。
	家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電のエコポイント制度終了とともに景気は若干下向きになるかと思われたが、7月の地上デジタル放送完全移行に向けて引き続きAV関連商品の動きが非常に良い。家電エコポイント制度時に家電の景気はある程度持ち直していたが、そのままずっと継続している。
	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と前年のエコカー補助金制度終了の反動があり、この4、5月の販売量は激減したが、現在、やや回復基調にある。やや良くなる感じではあるが、先行きが非常にみえない状況であり、このまま変わらない。
	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	・梅雨の長雨の影響で客足が伸びない。例年ならば梅雨の晴れ間があるのだが、今年は極端に晴れ間が少ない。
	高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・来客数は横ばいで推移しており、著しい変化は感じない。
	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・昼食や夕食の時間帯に来ていた客は今まで通りに来店するが、それ以外は急に少なくなる。
	観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・客は例年より少し多いが、商品の売上になかなかつながらない。
	観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・レストラン、婚礼及び一般宴会は予算、前年実績共に達成するが、宿泊は共に達成出来ない。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・今月は総会月であり宴会は動きが活発になる。逆にレストラン、宿泊は前月比で利用数は伸びているものの、単価が下落している。
	都市型ホテル（副支配人）	来客数の動き	・大会物が非常に減っているが、単価を下げればある程度の販売量は確保できる状況である。
	タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災の復旧の影響で税金が上がるのではないかと皆がお金を使わなくなり、景気は上向きになっていない。
	タクシー運転手	お客様の様子	・今年は雨が多く、特にゴルフ客が少なかったが、全体的にいつもより人の動きが悪かった。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・東日本大震災の後、客の話を聞くと、景気が元に戻っていない、良くないという意見が多い。
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・光回線のエリア拡大に伴い販売量は増加したが、その他での低迷状況に変化はない。
	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・宿泊や会議利用が伸び悩み、梅雨時でゴルフも厳しい。団体利用等プラス材料もあったが、全体でみるとやや悪い状況で変わらない。
	美容室（経営者）	販売量の動き	・販売量の動きは3か月前と比べて少しも良くなっていない。東日本大震災の影響もあるが、政府の対応の遅れが影響している。
	美容室（店長）	来客数の動き	・梅雨の時期で雨が多く、来客数が減少している。特に今月は売上も悪い。
やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・売上が前年比30%くらい減少しており、厳しい状況である。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・梅雨に入り、中心商店街の来客数が減っている。5月で様々なイベントが一段落した影響も考えられる。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	販売量の動き	・例年の売上を見込んで新茶を仕入れているが、今年はかなり量が残っている。安価な物から先に売れているため、売上は減少している。
	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年のこの時期は口蹄疫で一番苦しかった時期であったが、現在はそれを下回り、来客数は前年比90%台と非常に苦戦している。

百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・今月の売上は前年比93.5%となっている。閉店セールを行っている近隣競合店は今月、前年比184%となっている。また、その他の商業施設をみても1つは前年比103%や他は同106%、同98%と、市況トータルは同100%を超えており、決して悪くはない。当店は競合店の閉店セールの影響を婦人・紳士衣料品で大きく受けている。前年比約10%以上の減少である。また雨の日が続いたこともあり、衣料品は全般的に悪くなっている。	
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・先月に引き続き売上、来客数共に減少傾向が続く。東日本大震災や節電、節約志向、政治の不透明感等により、消費意欲が感じられない。	
スーパー（経営者）	単価の動き	・今後の先行きに対する不安感から、消費が冷えている。	
スーパー（総務担当）	お客様の様子	・東日本大震災の復興の目処が立っておらず、また福島第一原子力発電所を起因とした電力供給力の問題から、経済への大きな影響が避けられない。消費マインド及び節約ムード一色となっており、購買力の回復には時間がかかる。	
スーパー（業務担当）	販売量の動き	・梅雨に入り気温、湿度共に上昇しているが、夏物商材の動向が極端に悪い。衣料品ではカジュアル系、生活用品では夏柄のインテリア用品等、緊急性のない物は買い控えされる傾向が強まっている。節電に直結するアイデア商材も、一般的購買動向を左右するほどの売上ではない。全体的な販売力の底上げにはなっていない。	
衣料品専門店（総務担当）	競争相手の様子	・当地では百貨店が閉店し、新たに大手の競合店が急遽閉店が決まったという状況を見ると、景気はやはり非常に悪い。	
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・毎月のキャンペーンは今月も順調であったが、1年半前からの新企画はなかなか軌道に乗らない。国産品を中心に売っているが、今月は下等品である輸入品にクレームがあり、対応に苦慮した。ソファや食卓物の安価な価格帯の商品はほとんど輸入品で、年々品質は向上しているが、購入して2、3年でのクレームはまだ多く、仕入先の対応もバラバラで苦慮する。	
その他専門店【書籍】（店長）	販売量の動き	・近隣に大型商業施設が誕生し、客の分散が顕著になっている。	
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・6月は株主総会の時期であった。例年、人数は多かったが、今年は少なくなっており、売上が少し悪かった。	
一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・火山の噴火から売上は落ち込み、東日本大震災によって、旅行需要が減り、当地の観光は非常に危機的な状態である。かなり落ち込んでいる。	
通信会社（管理担当）	それ以外	・資金繰りが更に厳しくなっている。	
ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・5月末には季節外れの台風が襲来し、直撃はしなかったものの、約1週間の雨模様が続き、客足は遠のいた。6月に入り梅雨入りとなったが、3週間連続で雨が降り、ゴルフ客は敬遠していた。最近のゴルフはプレー料金が安くなり、何時でもプレーできるので雨の日にプレーする人は少ない。	
美容室（店長）	来客数の動き	・まだまだ東日本大震災の影響が続いている。	
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	・平成23年度の自治体の予算が削減され、公共事業が減っており、景気は下向きの状況である。	
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・売り買い共に非常に少なくなっている。景気が先行き不透明であることから、土地に対する投資意欲も少なくなっている。	
悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・6月中旬は雨が多く、かなり激しい雨が降り、来客数がかかり減った。また商店街には年配の客が多くいため、暑さや降雨は売行きをかなり左右する。暑い日も続き、今月は厳しい状況となっている。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響があり、周りの会社の倒産が当社取引先だけでも2件ある。また企業自体が経費の削減に依然よりも増して重点をおいている。当社は事務用品関係を販売しており、大きな打撃がある。

		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の直後よりは少し改善しているが、状況は大変悪く、厳しい状況である。商店街の来街者数は少なく、単価も下がっている。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	販売量の動き	・魚が売れない。暑くなると刺身も売れなくなり、煮物焼物も売れない。来月は丑の日だが、ウナギの価格が高く、今年はどうなるか不安である。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・6月は、2、3か月前の卒業式や入学式等で花束の需要がある季節ではない。花を贈るイベントが誕生日のみとなり、通常家庭の消費もないため、大変厳しい状態である。
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・周りが節約ムードになっており、全般的に消費意欲が停滞している。節電ムードも必要以上に広がっている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数の減少に歯止めがかからず、特に週末営業の落ち込みがひどい。
		競馬場（職員）	販売量の動き	・東日本大震災に端を発した電力供給力不足への不安や政治的不安が、消費活動に影響を与えている。
企業動向関連	良くなっている	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工場用生産設備の引き合い注文が急が増えてきた。業界では電池、半導体、食品関連が多い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・まだ数字として確認できないが、順調に売上が伸びているという話をよく聞く。周りの様子を見ても、来客数が非常に増えている。
	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	・東日本大震災後急激に落ち込んだが、商業施設出店等の物件情報が若干増えている。止まっていた物件も動き出している。ただ、全体では震災前の80%程度である。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災前以上の生産数量が計画されている。
		金融業（営業）	取引先の様子	・東日本大震災後大幅に落ち込んでいた製造業が供給体制の整備を終え、受注は増加している。現実に数字に表れるには1～2か月要すると思われるが、口頭ベースによる大手の生産計画は、震災前の生産水準に回復する見込みである。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・家計消費の萎縮期間はほぼ終了し、震災直後に比べ回復に向かっている。
		新聞社（広告）（担当者）	受注量や販売量の動き	・震災発生から3か月が経過し、化粧品や食品などの通信販売を中心に広告出稿量は回復しつつある。ただし、自動車や旅行広告等は震災の影響が大きく、震災前の水準には至っていない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	取引先の様子	・業況が回復傾向にある取引先が増えている。
	変わらない	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の特別需要は、加工原料を中心に冷凍食品メーカーからの引き合いが強い。ただ一部の製品の荷余り感の情報もあり、長くは続かない。スーパー関連の量販店では食中毒事件以来、生食用食肉の引き合いが前年比20%位落ち込んでおり、厳しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・基本的に少し仕事量が増えている状況である。安定した価格になれば非常に良くなるが、仕事量が増え始め、具体的に契約の段階になるまでは時間がかかる。
電気機械器具製造業（経営者）		取引先の様子	・全般的に景気の動向そのものは非常に不透明な状況で推移している。良くなると思っていたがそうでもなく、不透明な状況が続いている。	
精密機械器具製造業（従業員）		取引先の様子	・今月は、取引先からの受注量が計画より減っている。	
輸送業（総務）		受注量や販売量	・東日本大震災の影響もあり、荷物の動きが悪い。	
輸送業（総務担当）		取引先の様子	・被災地向けの消耗品等の商品の出荷が一時的に増えていたが、現在は通常に戻った。あまり変化がない。	
金融業（営業担当）		取引先の様子	・年商1億円前後の企業は、多かれ少なかれ東日本大震災が売上に影響し、低迷している。現状は3か月前と変わっていないものの、秋口からの受注の目処はたっているようである。	
金融業（得意先担当）		取引先の様子	・東日本大震災以降非常に厳しい状況が続いていたが、幾分落ち着きを取り戻している。しかし厳しい現状を乗り切るため、各社とも人件費等経費削減に努力しているところであり、依然として厳しい状況には変わりはない。	

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、特に牛肉と豚肉は厳しい状況である。市場では7月からまた値上がりし、特に牛肉は高級物が売れないことで単価的にも非常に厳しい状況である。	
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で自動車関連が落ち込んでいる。	
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・この2、3年、悪いままずっと継続している。	
	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	・半導体及び医療関連設備等一部業種の好調に支えられ、前年同期を上回る水準で推移しているものの、東日本大震災前の水準までには回復せず、足踏み状態が続いている。	
悪く なっている	繊維工業（営業担当）	競争相手の様子	・繊維関係業者からも、工場の仕事量が少ないという話を聞く。今は業種にかかわらず景気が悪い。スーパーのクールビズも悪影響となっている。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費低迷に加え、大手ディスカウントストア等の焼き物専門店がなくなりつつある。百貨店、量販店も売行き不振で売場面積は少なくなり、特にこれから夏場にかけては減少に拍車がかかるのではないかと心配される。中堅どころが1件倒産し、あるところでは週3日体制となっており、また早めの夏休みを1か月間とる等、今までは考えられない状態である。	
	建設業（社員）	競争相手の様子	・この時期は官公庁からの発注が少なく、社員をある程度保有している会社は社員を休ませて雇用調整助成金制度を活用している。社員の少ない会社は、少ない工事を少ない人員で効率的に配置して作業をしている。大きな会社の方が、今の時期は苦しい。	
	経営コンサルタント（社員） その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	受注量や販売量の動き 競争相手の様子	・清酒は韓国では良く売れているが、日本では低迷している。価格だけでなく食の変化が考えられる。 ・市町村の建設関係、調査・設計関係の委託業務は、年々減少している。市町村によっては、当該業務が全く予算に計上されていないところがある。今年度限りとして失業者の緊急雇用の業務があり、形としては発注業務があるが、事業費の半額以上が新規雇用の人件費に充てる必要があり、実質半額の業務となっている。それでも入札時に半額近くにダンピングして入札する業者がいる。	
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	・長期の注文は少ないが、単発、短期の注文が少しではあるが増えている。
		求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人取扱件数は前年を10%程度上回っている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3,338人となっており、前年同月と比べて626人、23.1%の増加となっており、引き続き高い採用意欲が感じられる。また、産業別では製造業、情報通信業、卸小売業、宿泊飲食サービス業、生活関連サービス娯楽業で特に高い伸びを示している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、前年同月比で大きく増加した。前年8月から9か月連続で前年同月比プラスで推移しており、企業間で差があるものの改善がみられる。
		学校〔大学〕（就職担当者）	求人数の動き	・新聞報道によると大手企業を中心に全国的に採用を増加する動きがあり、九州地区においても同様の動きがある。また、本学が受理した求人件数も昨年同期より増加している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	採用者数の動き	・業界によって偏りはあるものの一部のサービス系企業やIT企業で採用者数の増加が感じられる。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・社員募集を出したところ、40、50代からの応募が即日多数あった。いまだ中高年の就業は難しい。また、20代の応募者の年収も200万前後が多い。所得の確保も難しい。	
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・一般事務等の需要は相変わらず低調であるが、販売関係の案件が増えている。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数は前年比で増加しているものの、伸びは鈍くなっている。ただし、医療・福祉関係の求人は堅調に推移している。	

	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は前年秋以降、増加の傾向を示している。平成23年度に入ってから4月で前年比20%増、5月で同30%増と大幅な増加を示しており、新規求人の状況からは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等の景気下振れ要因により、今後の影響が懸念されることから、明確に回復している状況とは言えない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は前年比で増加を続けているが、新規求職者数は高止まりの状況にあり、有効求人倍率の上昇傾向にブレーキがかかった状況にある。
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で減った観光客が少しずつ戻ってはいる。しかし韓国や中国など東アジア地区からの観光客はまだ震災前の半分程度のように、九州新幹線全線開業の経済効果も相殺されている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は依然として増加傾向にあるものの、有効求職者数も増加しているため、求人倍率は思ったほど伸びない。
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・派遣需要は落ち着いており、突発的な特需は発生していない。一方で、派遣先企業による派遣社員の直接雇用化も確実に進んでおり、新たな派遣需要は少ない。
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人は増加しているが求職者の動きが鈍い。基金訓練が充実しすぎた結果、働かなくても一定の収入があることから国のセーフティネットにあぐらをかいている。
	民間職業紹介機関（支店長）	雇用形態の様子	・派遣需要の増大はほとんどない。法規制、法令順守の側面から直接雇用の方が良いという意見や、派遣のメリットはユーザー側にはほとんどないという意見が多い。直接雇用である職業紹介、紹介予定派遣が若干増加しつつある。