

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 やや良くなる	-	-
		百貨店（売場担当）	・競合店が前年7月に閉店し、前年の6、7月はバーゲンを仕掛けており厳しかったが、今年はその反動増でかなりの伸びが期待される。今の流れと変わらない伸びを示す。天候がどうなるかが一番危惧される場所であるが、おそらく婦人衣料がけん引し、良い状態で推移する。
		コンビニ（店長）	・ボーナスが出る時期であり、例年通り夏に向けて売上が伸びる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・客の様子をみる限り、このままの気温と天気であれば、客の買物金額は少しずつ伸長する。
		乗用車販売店（総務担当）	・2、3か月先にはエコカー補助金の期限切れが迫り、駆け込み需要で新車販売が今より増加する。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・当地の景気はとてよく、今後も1人1人がこのチャンスを逃さないように頑張ることで景気はますます良くなる。
		都市型ホテル（副支配人）	・7、8月の団体の予約は例年より非常に良い。個人のインターネットの予約がこれに続けば、相当良い数字になる。
		旅行代理店（従業員）	・夏休みの旅行申込は出足が非常に早い。7月以降、ハワイ直行便が毎日2便になるため、予約が拡大しており、東京や大阪のテーマパークへの予約も目立つ。
		理容室（経営者）	・季節柄、梅雨が始まり暑くなれば、来店頻度が増え、来客数は増える。
		美容室（店長）	・暑くなり、例年通り来客数は多少多くなる。景気はやや良くなる。
		設計事務所（代表）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、景気はやや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税に対する駆け込み需要が見込まれる。
		住宅販売会社（代表）	・消費税増税があり、駆け込み需要によりこれから2年ほどは良くなる。
		変わらない	
商店街（代表者）	・消費税増税は高齢者特に年金生活者の消費行動の妨げとなる。景気が上向く方向には結びつかない。		
商店街（代表者）	・消費税増税案の話も上がっており、先々の景気が全く読めない。近くに新規スーパーが開店し、にぎわっている。そのため我々近隣の商店街ではかなりの客が減退し、売上がかなり下がっている。今後も厳しい状況が続く。		
商店街（代表者）	・将来の見通しや景気予測等は本当に雲を掴む状態で分からない。		
商店街（代表者）	・変わらず厳しさは続く。消費を喚起する政策や施策がなされず、消費の低迷は続く。また、失業者や生活保護受給者の増加に歯止めをかけなければ、消費の増加は望めない。		
商店街（代表者）	・消費税増税や年金の切り下げ、雇用状況の悪化などにより、客は先行きに不安を感じており、消費がかなり抑制されている。景気が悪い状況がこのまま続く。		
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・これ以上、売上は下がりようがない。今年はウナギの価格が高いので、注文分しか焼いていないが、単価が高い分、売上は上がる。売れ残りを出さないようにすれば、良くなる。		
百貨店（売場主任）	・クリアランスセールスタート時期の問題など懸念材料はあるが、気温も今のところ季節なりに上昇しており、売上は3～5月の水準を維持できる。ただ6月以降は電力問題が不透明である。		
百貨店（営業担当）	・ダイレクトメールで粗品提供催事を行うと、来客数が増加した。物産催事の抽選会で他のフロアへの客の誘導に努めた。目的買いが多く、買い回りには到らない。チラシで自分の欲しい物、お得で条件の良い物を購入し、競合他店と当店の使い分けもみられる。今後もこの傾向は継続する。		
百貨店（営業担当）	・夏場は節電関係など夏を涼しく過ごすための機能的な商品は売れるが、高額品やぜいたく品は非常に厳しい状況である。この状況はまだ続く。		

百貨店（営業政策担当）	・海外の金融事情に対する不安や原油、原材料価格の高止まりがあり、国内では電力供給や電気料金に対する不安、中長期的には消費税増税問題など、消費と景気を取り巻く環境は依然厳しい。少なくとも個人消費が本格的に回復する兆しはまだみえない。
百貨店（企画）	・前年同様に客の節電に関する意識は高くなるが、ファッションを中心にヒット商品となる新たな商品開発がない状況で厳しくなる。
百貨店（業務担当）	・販売量の動きは堅調なもの、持続性がある動きかどうかは不透明である。節電や消費税増税を心配する客が多く、夏物商戦ならびにギフト商品の動きが改善されるか、先行きは不透明である。
百貨店（営業統括）	・客単価が上がる気配がない。今後も厳しい状況が続く。
スーパー（経営者）	・景気が回復するような話題がなく、厳しい状況が続く。
スーパー（店長）	・回復の兆しはあるが、一進一退がずっと続いている。この傾向が今後も続く。
スーパー（店長）	・来客数が若干は増えるが、夏場のヒット商品がなければ、現状からは変わらない状況にある。
スーパー（店長）	・現状のところ消費動向が上向くような明るい材料が見当たらない。それにも増して先行きの不透明感は強く、雇用の問題や夏の節電問題など消費回復の兆しはない。
スーパー（総務担当）	・夏場に売上拡大を担う暑さ対策の関連グッズの出足が今一つで、前年ほどの売上は期待できそうにない。競合の出店も続き、狭い商圏で価格競争による客の奪い合いが続く。
スーパー（経理担当）	・食品の放射能汚染問題で落ち込んだ牛肉が回復すると予想されるが、電力問題や節約志向から消費全体に及ぼす影響は大きい。
スーパー（業務担当）	・放射能汚染や暑気対策の不備などの諸課題は相変わらず改善されず、一般消費者の可処分所得も上昇傾向にない。安全安心な消費生活をイメージできないといった客の声は依然として根強い。今後も今の状況と変わらない。
スーパー（売場担当）	・来客数は少し増えているが、売上は変わらない。1品単価は下がり、買上点数はほぼ変わらない。今後もこの状況が続く。
コンビニ（経営者）	・円高等の影響によって消費マインドは冷え込んでいる。良くなる要素は何もなく、今後も厳しい状況が続く。
コンビニ（販売促進担当）	・最近の朝食は米よりもパン食が普及しているなか、食パンの売上は増加している。ただ単価が低く、売上の伸びにはあまり期待できない。今後も現状と変わらず、ほぼ横ばいで推移する。
衣料品専門店（店長）	・商店街アーケードの撤去工事につき来街者が少ない。今後も厳しい状況が続く。
衣料品専門店（店員）	・夏のセールのスタート時期が例年と違うので、売行きの手測がつけにくい。出遅れると売上はとりにくい。
衣料品専門店（取締役）	・今年は電力不足と言われており、それに対してひんやり感があるような素材の物が色々出ている。ヒット商品は動きがあるものの、全体的な売上は伸びない。衣料品については、秋物が立ち上がる時期であるが、暑さが続く厳しい月であり、動きは鈍い。全く先が分からない。
衣料品専門店（総務担当）	・景気は最悪の時期に比べるとある程度改善している。この先、景気はこれ以上良くも悪くもならない。
衣料品専門店（チーフ）	・クールビズ関連の商品はすでに動きがかなり鈍っている。単品買いの客も多く見受けられ、単価が減少している。景気はあまり変わらない状況が続く。
家電量販店（店員）	・アナログ停波以降、テレビが売れてなくなっている。しばらくずっと悪い状態が続く。
家電量販店（店員）	・全く先がみえない状況である。ロンドンオリンピック開催まで日にちが迫ってきたが、薄型テレビの販売量が前年の5分の1程度になっている。それが足を引っ張り、売上は伸びないという状況が続いている。また消費税増税問題もあり、厳しい状況が続く。
乗用車販売店（代表）	・良くなる要素が見当たらない。今後も厳しい状況が続く。
乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金により、販売量は増え、3か月はこの状況が続く。ただその予算にも限度があり、買換え需要が増えているわけではないので景気が良いという訳ではない。
その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・ここ1、2か月の売上の見込みは横ばいの状況になる。ただし3か月先になると夏場のコーヒー需要、特に冷たい飲料系が出るため、例年通り売上は増加する。また、中元シーズンも同時に始まり、コーヒー以外のギフトの売上が期待できる。

その他専門店〔書籍〕 (代表)	・消費税増税に対する懸念や政治の混乱などがあり、消費動向は厳しい状況が続く。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕(統括)	・消費税増税問題があり、客の節約志向は引き続き継続している。必要なサービスは購入するが、必ずしも必要でないサービスは控える様子がうかがえる。今後もこの状況が続く。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕(従業員)	・格安航空会社の就航で空港利用客が増えているが、空港利用以外の客の集客に努力が足りず、売上は増えていない。
高級レストラン(専務)	・当地は九州新幹線全線開業に伴い、景気は落ち込んでいない。東北方面よりは南九州方面へ来ている客が多い。ただ、次第に少なくなっている。
高級レストラン(支配人)	・日々の来客数の浮き沈みをみる限り、数か月先、景気は良くなれない。
スナック(経営者)	・街の雰囲気をもても活気がなく、通りも閑散としている。明るい材料がなく、先行きは厳しい。
観光ホテル(総務)	・雇用情勢が回復し、所得も改善しているが、個人消費は拡大しているようには感じられない。今後もこのままの状況が続く。
観光型ホテル(スタッフ)	・予約時期が以前に比べ遅くなっており、先がなかなか読めない。
都市型ホテル(スタッフ)	・大規模集客施設のため、夏場の節電がどう影響するかが読めない。
旅行代理店(企画)	・オリンピックにより応援や観戦需要などで良い状況は続く。ただユーロ危機や円高が進むことによる企業の業績悪化など、間接的に旅行業界への影響が懸念される。
タクシー運転手	・全体的にみて何か良くなるような要素はないので、現状のまままで推移する。
タクシー運転手	・相変わらず客の動きは良くない。ここにきて県内でも大手の建築会社がつぶれるなど、先行きが不安定な状態である。
通信会社(管理担当)	・景気が回復しても、身の回りに影響するわけではない。今後も現状のまま推移する。
通信会社(企画担当)	・ボーナス商戦による販売拡大は見込めるが、大きな販売基調が変化する要因が見当たらない。
通信会社(営業担当)	・国会においても消費税増税を含め抜本的な改革がなされない。このような状況下で客の様子をみてもいつまでたっても景気が良くなるような話はなく、今後もこの状況が続く。
ゴルフ場(支配人)	・3か月先の入場者数の増減は、梅雨期間の長短にかかっている。長期予報では、降雨は平年並みとなっているが、温暖化現象により、年々天候の変化が大きく、ゴルフ場にとっては懸念事項である。
競馬場(職員)	・あまりかんばしくない状況が長期間継続しており、上昇する要因も見当たらない。今後も同様に推移する。
美容室(経営者)	・何もしないと売上はどんどん悪くなり、客も安い物を求める傾向を強めている。材料費はどんどん高くなっているが、広告を出し、どうにかしのいでいる。今後もこの状況に変化はない。
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)	・介護報酬改定の影響は少なかったが、まだまだ先行きが不透明であり、楽観視できない。
音楽教室(管理担当)	・これからの時期は子供の入れ替わりの時期もなく、転勤族も落ち着いており、大きな変動はない。
設計事務所(所長)	・案件数が少ない状態が続いており、今後も景気は良くない状態がずっと続く。
やや悪くなる	
一般小売店〔青果〕(店長)	・購買力に直接プラスになるようなニュースがほとんどなく、ユーロ安などで大騒ぎしており、客の心理にかなり影響している。今後もかなり厳しい状態が続く。
一般小売店〔茶〕(販売・事務)	・暑い時期に入ると高級緑茶の販売量は半減する。価格が安い麦茶などの販売が中心となり、例年通り売上は伸びない。
百貨店(総務担当)	・原油高や消費税増税問題など先行きの不透明感から、夏のボーナスは消費に回らず、貯蓄に回すというような風潮が強い。
百貨店(販売促進担当)	・売上に占める割合が高い中元シーズンだが、売上や来客数は共に年々減っており、全体の売上にも影響がある。
スーパー(店長)	・客の会話内容から、家計支出を緊縮しようとする傾向がうかがえる。先行きは明るくない。
スーパー(店長)	・競合店対策でチラシ等を準備しているが、商圈内にあと1店舗できる。競合店の出店ラッシュで客の奪い合いが続き、先行きは厳しくなる。

		スーパー（店長）	・前年クールビズ関連商品や節電対策商品、クールエコ商品などが相当売れていた。今年は前年に購入していることも踏まえ、前年ほどの大きな消費を取り込むのは少し厳しい。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も大手コンビニエンスストアチェーンの大量出店が決まっており、厳しい状況は続く。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税問題により消費者の購買意欲はかなり減り、今後も厳しい状況が続く。
		住関連専門店（経営者）	・景気の先行きが見えないなか、社会保障や消費税増税問題に消費者は理解を示しているが、実際消費税が上がれば置き家具の買換えなどの出費は控えられる。今後は厳しくなる。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・業績が一向に回復しない。特に我々の業界はアナログ販売が主体であり、ネットやスマートフォンによる情報獲得手法を消費者が優先して使用する頻度が高くなれば売上は悪くなる。図書館との競争もあり、予断を許さない。全分野が不振というわけではないため、伸びている部分に力を入れて販売を伸ばす必要がある。
		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〕（支配人）	・節電の影響で節電関連商材は動くが、全体的に消費は停滞する。
		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〕（支配人）	・原子力発電所停止による節電や異常気象が不安感を醸成する。更なる節約や自己防衛感の高まりにより、消費低迷が懸念される。
		高級レストラン（経営者）	・6月の予約状況をみてもまだ伸びが悪い。5月よりはまだ良いが、例年の6月に比べると少し動きが鈍い。
		タクシー運転手	・客の様子などをみると、今夏のタクシー利用は昼は悪く、夜もあまり期待できない。
		タクシー運転手	・今度の夏のボーナスは前年度と比べるとかなり悪く、その分、財布のひもは固くなり、かなり厳しい。
		通信会社（総務局）	・前年の反動減に加え、円高や電気料金の値上げ、消費税増税などマイナス要因ばかり先行し、個人消費は今以上に冷え込む。
		通信会社（業務担当）	・6月は例年、新商品発表とキャンペーンの月となり、販売は伸びるが、今年は新商品発売の遅延も懸念されるため、需要は少し落ちる。
		ゴルフ場（従業員）	・今月まではゴールデンウィークもあり、県外客やインバウンドで台湾からの客など好調を維持できたが、夏場の動きは予約数も鈍く、厳しくなる。東京スカイツリーの開業もあり、観光の目が中央に向いており、夏場は苦戦する。
		競輪場（職員）	・電力供給問題の影響があり、景気はやや悪くなる。
		美容室（店長）	・ヨーロッパの政治、経済が安定しておらず、消費動向にも影響する。先行きの景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・円高に加え、技術力や生産力の国際競争力がなくなっており、厳しい状況が続いている。経済復興に対する政府の指針が不透明であり、株安やデフレなどの対策をしないと景気は好転しない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・前年度の販売数量は6、7、8月は下降をたどっており、今年も今以上に悪くなる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・夏場は例年通り花の需要があまり見込めず、今よりもかなり厳しくなる。
		百貨店（営業担当）	・消費マインドが大きく低下している。その他株価の問題や原発の問題、電力の問題、消費税増税問題などがある。諸問題がクリアにならない限り、消費者はどのような生活設計を立ててよいか分からない。そのなか、消費は上向かない。今後も厳しい状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・近隣マーケットに新規同業種の参入が相次ぎ、規模も大規模な状況となっているため、今後の来客数維持や業績獲得は厳しい状況となる。今後は来客数の維持に欠かせない集客装置が必要となるが、コスト支出に耐えうる資本力が必要である。体力を超えた競争を避ける以外に生き残る方法がない。
		衣料品専門店（店長）	・大型店やチェーン店、全国規模の店が増える。衣料品店だけでなく小型店は厳しくなる。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車生産開始に伴い生産量が大幅に増加し、従業員も15%増員する計画がある。
		金融業（得意先担当）	・代表者の景況感に対する話では、依然として楽観視していないことが多い。ただ、足元では融資の条件変更の相談や申込が大きく減少しており、良くなる。

やや良くなる	農林水産業（経営者）	・6月は梅雨入りで厳しい時期であるが、7、8月はピールの消費にあわせて焼き鳥など居酒屋向けや量販店向けの動向に少しは期待できる。輸入については若干抑制されているが、国内生産は供給過剰の状態にあり、鶏に関しては昨年のような消費が期待できるか不安なところである。
	食料品製造業（経営者）	・通常は端境期で生産が減少する時期であるが、新商品の生産開始予定があり、仕事量が安定する。
	家具製造業（従業員）	・復興需要に対する期待は大変高く、それに伴い商業施設や住宅、マンションなどの新設が多くなっている。総体的には前年度より新規物件が多く、家具の売上も10%程度は伸びている。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・計画停電等で電力に関するインフラについての地図需要が予測される。
	精密機械器具製造業（従業員）	・6月から急激な増産計画がある。7月は増産に対応し、派遣社員の雇入れも計画中である。
	建設業（社員）	・発注予定が出され、営業の動きやすい時期であり、2、3か月後は良くなる。前年比3%減の公共工事費となっており、競争は激化するが良くなる。
	通信業（職員）	・省エネルギー関連の需要が増えており、今後、受注量が若干回復する。
変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・現状の受注関係が最悪の状態であり、今より悪くなることはない。いろんな業態に企画を出しており、それに希望が持てるような状態である。
	鉄鋼業（経営者）	・住宅着工戸数や床面積など建築指標の数字は前年同月を上回っており、回復しているように見えるが、実際の受注量や価格、出荷量などには反映されておらず、回復しているという実感はない。また、これまで建築需要の下支えになっていた病院の移転改築や増築がピークアウトした感があり、先行きの建築需要が不透明である。
	一般機械器具製造業（経営者）	・機械部品加工の引き合いはほぼ横ばいとなっている。設備関係の引き合いも3か月前と同じ程度で、特に目立った傾向はみられない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・受注元の動きが非常に悪く、先行きは不透明である。
	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の大規模集積回路は不透明さが増しており、実際に受注に繋がる線が非常に薄くなっている。今後どう対応するか、良く検討する必要がある。
	輸送業（従業員）	・今後、景気が良くなる要因はなく、身の回りでは大手の合併の話なども何件か挙がっている。業界の淘汰が更に進む。
	輸送業（総務）	・暑くなれば季節商材の動きは良くなるが、電力問題で人の動きや購買意欲にあまり期待できない。
	金融業（営業）	・取引先の話では、設備投資などの需要はあるが、受注に結びついておらず、今後は不透明との意見が強い。
	金融業（営業担当）	・建設業を始め受注産業は期末を越え、売上は落ち込む傾向である。現状の低迷状況は続く。
	不動産業（従業員）	・賃貸ビル事業の稼働状況は良好で安定しており、今後も継続する。
	新聞社（広告）（担当者）	・今夏は昨年に続いて節電の周知を図る自治体や製造業の出稿が見込まれる。ただ、全体的に広告予算の縮小傾向は変わらず、出稿量は大幅には増えない。
	広告代理店（従業員）	・5月の受注枚数は前年比5%減と前年を大きく下回った。九州新幹線全線開通など特需要素があり、受注量が増加していた前年の反動である。衣料品や家電などの需要がなくなり、活性化しない。車もエコ特典が再開されたが、大きく上昇する兆しがみられない。全体に低調なまま推移する。
	広告代理店（従業員）	・広告の出稿状況をみると、景気回復の見込みはない。
	経営コンサルタント	・今の状況が続く。
経営コンサルタント（代表取締役）	・商品に関する問い合わせ件数に大きな変化はなく、当面景気の浮き沈みはない。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・先行きは人口減少など業界としてマイナス要因が多々ある。製造業の景気は変わらない。
	食料品製造業（経営者）	・前年比の伸び率が次第に小さくなっている。納入先の主たる客が団体観光客から個人観光客にシフトしつつあり、業績向上に結びつきそうな要因が見当たらない。今後も伸び率の低下傾向が続く。
	金属製品製造業（企画担当）	・欧州債務問題の再燃によるドル安やユーロ安で輸出企業は打撃を受けている。また、今夏は電力不安や株安など悲観的な材料も多い。

	電気機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月は仕事量が増えたが、2、3か月先は再びコストダウンと短納期という客の要望が非常に強くなっている。短納期で納めるためには設備が必要になり、コストが余分にかかる。仕事量があと1、2か月先まではみえているが、それから先は非常に不透明な状況となっている。	
	建設業（従業員）	・設備投資や個人消費の低迷でまだまだ景気は回復しない。業界では耐震改修や東日本大震災の特需で活性化しているが、当地にはその恩恵はない。たしかに耐震改修はあるが、競争が激しく、なかなか受注に結びつかない。	
	輸送業（総務担当）	・円高や節電など消費を抑えるような話題ばかりであり、景気は良くなるらない。	
	通信業（経理担当）	・電力不足により、何にでも控えめにという傾向が影響し、景気マインドは更に落ち込む。	
	金融業（調査担当）	・欧州問題の深刻化による輸出企業や関連の取引先への影響が心配される。また、円高も心配材料として浮上していることから、景気の減速を懸念している。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・実際の景気に対してどの程度影響があるのかが未知数であるが、欧州の信用不安から発生した円高がいろんな業態にダメージを与えている。もちろんプラスになるところもあるが、地方都市においては株価も問題の1つであり、海外客の減少や商品が販売しにくくなるといったマイナスの心配をする人が多い。	
	その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・エコカー補助金制度の政策効果等により一部業種に改善の兆しが見えるものの、地方における取引先中小企業等の設備需要は低調である。当面は今の状況が続くが、延滞の増加も顕著に現れており、景気の悪化が懸念される。	
	悪くなる	経営コンサルタント（社員）	・消費者の買い控えが続いている。今後もこの傾向が続く。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・現時点では大手を中心とした採用が活発であるが、夏から秋にかけて中小の採用も継続される。欠員を見定めてから採用人数を決めるといった消極的採用から、早めに人員を確保する積極的採用に少しずつ移行している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・単価が低くなっており、回復は見込めない。今後もこの状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・新聞などの求人欄が増え、企業担当者からお願いするかもしれないという話を聞くことが多い。
		人材派遣会社（社員）	・景気が上向き要素が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数は順調に伸びているが、企業からは景気が良いという話はあまり聞かない。今後も今の状況が続く。
		職業安定所（所長）	・先月同様、雇用状況については大きな動きはなく、横ばいの状態が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は7か月連続で前年を下回って推移しているが、新規求人の伸びは鈍化傾向になっている。今後も現在の状況が続く。
		職業安定所（職業相談）	・新規求人数は増加傾向にあるが、円高が及ぼす県内主要産業への影響が懸念されることから、先行きは不透明である。
		民間職業紹介機関（職員）	・前年の同時期に比べると求人数は1割強増加傾向にあるが、業種についてはサービス業が強くなっている。ただし、若年者層の割合が高く、総合的に雇用状況は悪化している。今後もこの傾向が続く。
		民間職業紹介機関（社員）	・新規に派遣を利用しようという動きがまだみえてこない。改正労働者派遣法の動きを慎重にみている。特に、地方は民間の求人需要は上がっていない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・リクルートが発表した2013年卒の求人倍率は前年の1.23倍から1.27倍とわずかに上昇している。しかし、求人総数の減少とともに就職希望者数も減少しており、依然として厳選採用が継続する。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏の節電が製造業などの工場稼働率にどれ位影響を及ぼすか不透明で、人材派遣などの様子見が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・昨年の震災の影響は少なく、夏のボーナスの影響も大きくはないが、節電による景気後退が心配される。
		民間職業紹介機関（支店長）	・夏の商戦に関係した販売職の求人数などの注文が遅く、少ない。厳しい状況が続く。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・ものづくりの雇用がなく、先行きは暗い。政府の方針として自然エネルギーへの転換に予算と雇用を造る必要がある。