

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 (九州)	良くなる	-	-	
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・中元ギフトの店頭外受注は好調である。ギフトセンターの開設やクリアランスの開始により、客の来店機会が増え、購買意欲も高まっている。目的買いや買い回りにより、景気的好転が見込まれる。	
		スーパー（店長）	・競合店の状況が大分落ち着き、競合店の来客数がかなり減少しており、客が帰ってくる可能性が非常に大きくなっている状況である。あと2～3%の上昇はある。	
		スーパー（売場担当）	・販売量が増えている。やっと夏らしい気温になり、季節商材の動きが良い。昨年よりも暑くなるということで、今後も売上は伸びる。	
		コンビニ（店長）	・ボーナス支給以降、客の購買意欲が高まっている。また、今年は節電対策のため、飲料需要や外出需要が高まると考えられ、多少景気は良くなる。	
		コンビニ（エリア担当・店長）	・1年のうちで一番伸びるべき7月を迎え、若干は伸びる。ただ、天気次第で売上は変わるということも否めない。	
		衣料品専門店（チーフ）	・リニューアルをするため、2～3か月後の売上の見通しはプラスに転じる。	
		家電量販店（店員）	・前年7月のアナログ放送停波から一巡し、3か月後ぐらいから前年比はやや良くなる。ただあまりにも前年の売上が大きかったため、景気がすごく良くなるというわけではない。	
		家電量販店（企画・IR担当）	・7月にオリンピックを控え、今後テレビの売上が期待できる。また、メーカー各社より販売されるホームネットワークを利用した高付加価値テレビの販売が期待できる。ただし、地上デジタル放送へ移行した前年の反動によるテレビの売上の落ち込みを、どこまでばん回できるかが不透明である。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・7、8月は夏場の中元商戦も始まり、店内では冷たいコーヒー飲料が主となる。また中元ギフトの需要が増える。客1人当たりの購入単価が上がり、売上は上がる。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・昨年はなかった大型コンベンションの開催があり、9～10月は予約が好調に推移している。	
		都市型ホテル（副支配人）	・8月はコンサートや大きなスポーツ大会等で予約が入っているため非常に良いが、9月は多少動きが鈍い。	
		旅行代理店（従業員）	・夏休みはハワイや東京・大阪の遊園地等が人気で、昨年よりも1人当たりの単価がかなり高くなっている。	
		理容室（経営者）	・これからは梅雨に入って徐々に暑くなり、客の来店日数が縮まる。全体的に客足が増え、良くなる。周りの商売をしている人たちにも同じような話をする人が増えている。	
		設計事務所（代表）	・消費税増税前の駆け込み需要が今後も続く。	
		変わらない	商店街（代表者）	・景気が良くなる要素がなく、これ以上悪くはならないという判断で、景気は変わらない。
			商店街（代表者）	・消費が上向き、景気が良くなる要因が見当たらないため、今の悪い状態が持続する。
			商店街（代表者）	・梅雨が明け夏になると、それなりに需要は増える。
			一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・本当にどうしたらよいのか分からない。時化続きで魚価が高く、売れない時に高い魚を販売しなければならないので、厳しい状況が続く。
			百貨店（売場主任）	・クリアランスのスタートが7月1日と13日に分散した。各ブランドだけではなく、百貨店もクリアランスのスタートがバラバラとなっている。客はクリアランスの状況が分かりにくくなっており、7月の売上は不透明である。ファッションビルはおおむね6月29日か30日にスタートするので、百貨店は出遅れる可能性がある。今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（売場担当）	・昨年は7月に競合他店が閉店し、8、9月は若干前年実績を上回った状況であったが、この伸びが続くのは来月終わりまでになる。したがって伸び率は前年比2%増を想定しているが、そこまでいくかは不透明である。ただ客単価は確かに上がっており、押し上げる可能性はある。来客数は若干前年を下回る可能性もある。総じて若干プラスを乗せたような状況となる。一番左右されるのはやはり天候要因で、気温、雨などで売上は変化する。	
		百貨店（業務担当）	・節電関連の商品や冷感商品が昨年ほど動いていない。マスクが騒ぐほどの需要増にはなっていない。夏場に向けて消費を下支えする切り口が見つからない。	

百貨店（企画）	・暑い九州での電力供給問題は消費に大きく影響する。また、それを上回るだけの魅力的、爆発的な商品開発や営業対策がなされていない。
百貨店（営業政策担当）	・海外の景況不安と原油、原材料価格の高騰が続いている。また、国内では引き続き電力供給不安と消費税増税及び政局に対する不安を押しよけてできず、企業の投資意欲や消費者の購買意欲が高まりにくい。
百貨店（営業統括）	・夏場の節電や政治情勢等を鑑みると、購買心理は更に冷え込む。オリンピック効果も期待できない。
スーパー（総務担当）	・すでに衣料品等の夏物処分が始まりましたが、不安定な天候の影響もあり、客の反応は今一つの状況である。今後も厳しい状況が続く。
スーパー（経理担当）	・消費税導入を含む節約意識が高く、消費が上向かない。毎日の出費を抑える傾向が今後も続く。
衣料品専門店（店長）	・本年初冬まで商店街の改造工事が続くため、足元が悪く、来街者が少ない。
衣料品専門店（店員）	・百貨店のセール時期がずれるため、客の反応が予測できない。結局は夏のセールがだらだらと続き、盛り上がりにつけそうである。今後も厳しい状況となる。
衣料品専門店（取締役）	・3か月先は秋物の立ち上がりの月になるが、ファッション業界は天候に非常に左右される。秋物になっても残暑が続けば動きは鈍くなる。いかに企業努力をするか、商品の内容を充実させることが重要になる。所得税や保険料、住民税が上がるなかで、消費税を上げようとする政府の動きは異常なくらい私達の生活を脅かすので、景気を悪くさせないためには政策の動向が重要となる。
衣料品専門店（総務担当）	・毎日売場に立っていても、今後どのように動くのか全く分からない。先行きは不透明である。
家電量販店（店員）	・家電では、最近LED電球が非常に良く売れている。ただし、大きい財源となるような薄型テレビやエアコンの売上が非常に伸びていない。ロンドンオリンピックの開催も近いが、まだこれというものがないというのが現状である。
家電量販店（総務担当）	・相変わらずテレビの販売動向が低調であり、オリンピック特需も期待できない。今後も厳しい状況が続く。
乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が終わり、自動車購入のメリットが少なくなってきたことから、来店客が少なくなる。
乗用車販売店（代表）	・いろいろな状況を見ても、良くなるような要因が見当たらない。客の雰囲気も明るくはない。
住関連専門店（経営者）	・消費税増税が決まれば駆け込み需要がある反面、節電の影響が考えられ、先行きは不透明である。
その他専門店 [ ガソリンスタンド ]（統括）	・夏の賞与は、やや厳しいとの客の声を聞き、今後、消費回復にはあまり期待できない。今年の夏は暑さが厳しいとの予測もあり、燃料油の増販に期待したい。
その他専門店 [ 書籍 ]（代表）	・消費税増税の行方が不透明であり、景気の先行きも不透明である。
その他小売 [ ショッピングセンター ]（支配人）	・今月のバーゲン時期のズレによる購買意欲の低下は解消しているが、九州管内における節電や計画停電、政治不安による消費への影響が、来月以降出てくる。
高級レストラン（支配人）	・顕著な変化がみられない。このまま変わらない状況が続く。
その他飲食 [ 居酒屋 ]（店長）	・問題を挙げたらいろいろあるが、世の中一帯が不景気である。政局も不安定であり、客は不安に感じ、財布のひもをきっちりと締めている。今後も厳しい状況が続く。
観光ホテル（総務）	・先行きが不透明である。
都市型ホテル（支配人）	・昨年の夏は、東日本大震災の影響による海外旅行の自粛ムードがあり、国内で近場の旅行が多かったが、今年は海外旅行市場が好調との情報を得ている。実際、昨年では6月にはすでにファミリーやカップル層のお盆を含む夏休みの週末の予約が多かったが、今年は少ない。ビジネス予約は通常通りであるので、今月とさほど変わらない。
タクシー運転手	・客の出が大変悪く、市内も閑散として人がほとんどいない状況である。このような状況であるので先々も大変悪く、売上も良くない。
タクシー運転手	・皆の財布のひもがかなり固くなっているし、またボーナスもあてにできるような状況ではないので、今後大きく景気が良くなるような状況は見込めない。
通信会社（管理担当）	・すぐに景気が良くなる要素が見当たらない。今後も厳しい状況が続く。
通信会社（総務局）	・個人消費低迷が続いており、当面好材料は見当たらない。

	通信会社（業務担当）	・7月は例年、夏の需要期で新商品発売とキャンペーンの月となり販売が伸びるが、今年は部品調達の関係もあり、新商品の入荷遅延も懸念されるため、販売数はあまり上がらない。
	通信会社（企画担当）	・限られたパイを取り合う競争が激しく、販売量の拡大が見込み難い。
	ゴルフ場（支配人）	・7、8月の気温は平年より高めの予報であり、昨年と同様に昼間の入場者数は期待できない。早朝、薄暮プレーに予約が集中し、食事をしないため、客単価は落ちる一方である。
	美容室（経営者）	・売上が上がらず、世の中全体で景気が良くなる話が全くない。計画停電の計画もあり、商売している私達にとっては本当に死活問題となる。
	美容室（店長）	・計画停電が始まれば仕事に影響が出る。客も私達もどのように対応すべきか困っている。
	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）	・客は今後、増加することが予想されるが、人材採用については依然厳しい。対人サービス事業であるため、大幅な売上の増加が期待できない。
	設計事務所（所長）	・我々の仕事は大体2、3か月先に結論が出るため、現在の受注状況が2、3か月先にそのまま結果として出る。そのため景気は現在と変わらない。
	住宅販売会社（代表）	・消費税が増税されれば、駆け込み需要により、少し上向きになるが、現状と比して良くも悪くもならない。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・7～9月と一番暑い季節に入り、秋物が動かないという状況から、来客数も売上も伸び悩む。また、政局が非常に不安定な状況で、消費税増税の問題も含め、消費者の動きは政局に大きく左右される。今後も厳しい状況が続く。
	商店街（代表者）	・消費税増税や社会保障費の負担増など、年金生活の高齢者には厳しい環境にあり、消費の後押しにはマイナスである。今後も厳しい状況が続く。
	商店街（代表者）	・我々商店街では駐車場が狭いため、客に大変迷惑掛けている。また商店街に空調設備がないため、冬は寒く、夏は暑いのが現状である。現在商店街では再開発に取り組んでいるが、なかなか意見が出そろわないために、今後商店街の方向性が問題になっている。厳しい状況は今後も続く。
	商店街（代表者）	・国会で審議している消費税増税の影響で、消費者は一段と支出を控えるため、景気は悪くなる。
	一般小売店〔精肉〕（店員）	・九州電力管内で計画停電が行われるようであれば、飲食店からの受注が減る。
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・中元と法事等の贈答品の動向で良し悪しが決まる。近年の単価減少傾向を考慮して、大幅に割引きしてでも、在庫を抱えこまない様に販売していきたい。消費税増税により、ますます小売店は商いがしにくくなる。今から対策を練りあげておかないと厳しくなる。
	百貨店（営業担当）	・6月の時期からクリアランスを待つ客が例年よりも非常に多い。定価で買う気持ちが少なくなって、値引きを待つ客が増えていくというのが実情である。その傾向は今後も続く。
	百貨店（販売促進担当）	・クリアランスが終わり、客足が鈍ることが予測される。先行きは厳しい状況となる。
	スーパー（経営者）	・政治や政策がうまくいかず、また選挙がある年は例年景気が悪い。今年も厳しい状況が続く。
	スーパー（店長）	・今は単価も買上点数も3か月前とほとんど変化がないが、競合店との価格競争の結果、数%の来客数の減少を予測している。
	スーパー（店長）	・節電にかかわる不安材料、消費マインドのマイナスの部分が非常に心配される。昨年はエコ商品、省エネ商品に需要があったが、その好影響は一巡している。今後予定される節電でもマイナスとなる。また、ギフトシーズンを迎えるが、年々縮小傾向にあるギフト市場についても非常に不安材料となる。
	スーパー（店長）	・競合店が半径1キロ圏内にできたので、流れはずっと変わらず厳しい状況で推移する。一般食品は前年並みに推移しているため、まずチラシで集客し、来客数を増やしていかなければ、競合店に勝てない。また低価格の乱売が懸念されるが、それに対抗する状況になる。
スーパー（店長）	・計画停電や消費税増税の影響等、今後良くなる要素は全くない。ボーナスも消費に回さず、貯蓄に回すのではないかと、非常に心配している。今後先行きは非常に厳しい。	

スーパー（業務担当）	・今月末～9月中旬にかけて近隣での競合店の出店が複数あり、直接的なダメージが予想される。また、客からの問い合わせの中には、相変わらず商品の生産地や消費税絡みの質問が多く、景気の先行きには不透明なイメージを持つ客が多い。
コンビニ（店長）	・消費税増税もあり、3か月先は、夏休みも終わりお金をあまり使わなくなる。厳しい状況が続く。
コンビニ（販売促進担当）	・これから先、7、8月はちょうど落雁の時期になる。しかし、落雁を買って供えるという風潮はほとんどなくなり、最近では仏壇自体がない家庭も多いため、売上には期待できない。こういう昔ながらの風習は年々なくなっており、小売は厳しさを増している。
衣料品専門店（経営者）	・政治の動き、経済の動き、すべてあまり良くない。厳しい状況が続く。
乗用車販売店（総務担当）	・3か月先はエコカー補助金が終了し、駆け込み需要の反動で新車販売台数は減少する。売上の構成比の大きい新車販売の不振は自動車販売店にとって大きい痛手となる。
自動車備品販売店（従業員）	・原子力発電所稼働停止による経済損失が100億円以上あるとみられ、経済への影響はかなり大きくなる。消費動向もますます厳しくなる。
その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・景気が良くなる理由が見当たらない。1か月先はオリンピックがあり喧噪感が出るが、商売に結びつくとは考えにくい。この業界は相互競争を継続中であり、体力勝負となっている。また、データ配信も増えており、アナログ媒体の商品が順調に伸びるとは考えにくい。
その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・国や電力会社の指導による、計画停電計画が公表され、より一層の節約、節電意識が高まり、消費が低迷する。
その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・計画停電等が実施された場合、薄暗く冷房の効かない建物へは客が入って来ないため、物は売れなくなる。厳しい状況が続く。
高級レストラン（経営者）	・割烹料亭である当店は、個人客が少しずつ増えており、冠婚葬祭等の需要がある。ただ、やはり社用の客がどんどん入ってこないと厳しい。消費税増税の法案が通り、また欧州の信用不安もあって、企業は少しずつ接待等の交際費を削っている。大変厳しい状況がこれからも続く。
高級レストラン（社長）	・予約の電話が少なくなっている。厳しい状況は今後も続く。
高級レストラン（専務）	・消費税増税が決まり、詳細はまだ分からないようだが、節電や選挙の話で持ちきりとなり、なかなか人の動きが活発化しない。先行きも不透明である。
観光型ホテル（スタッフ）	・昨年の夏は東日本大震災の影響や新幹線効果で観光客は増加したが、今年はスカイツリーの開業で東京及び東北方面に流れるのではと危惧している。予約状況も昨年と比較し、動きが鈍い。
観光型ホテル（専務）	・例年なら旅行シーズンに入るが、消費税が上がるかもしれないという不安が強くなり、景気は悪くなる。
旅行代理店（企画）	・計画停電が行われれば、その時間帯の売上の減少が予測される。
タクシー運転手	・だんだん消費税問題等で人が動かなくなり、財布のひもが固くなる。
タクシー運転手	・今から3か月後は秋口になり、気候が良く、タクシーの利用頻度は減る。だから今より売上は悪くなる。今後も厳しい状況が続く。
通信会社（営業担当）	・7月を迎え、この夏の節電の影響で、製造部門やその他の企業においてかなり景気は悪くなる。携帯電話の売上も更に伸びが少なくなる。
ゴルフ場（従業員）	・今後夏場ということもあって、ゴルフはオフシーズンとなる。夏場は予約が入るタイミングも遅いが、今年は更に予約状況が鈍っている。消費税増税でプレー代の単価を下げないとなかなか客は寄ってこない。についてはプレー代を下げた客を呼びよすような状況が、今後更に多くなっていくのではないかと先行きは不安である。
競輪場（職員）	・電力不足が影響し、景気はやや悪くなる。
競馬場（職員）	・販売量の伸び悩みが継続している。今後も厳しい状況が続く。
音楽教室（管理担当）	・景気が悪くなり、一番に削られるのは子どもの趣味の稽古ごとである。従って今後は厳しくなる。
住宅販売会社（従業員）	・計画停電や電力需要の問題も確実に解決する見込みがないので、経済活動は縮小していく。厳しい状況が続く。

		住宅販売会社（従業員）	・金利が上昇傾向になり、税的優遇措置も予算枠に達し、終了するものが出始めため、先行きは厳しい。
悪くなる		商店街（代表者）	・お盆に近づくにつれて当社の業績は悪くなる。飲食業はビールが出だすので、少しは景気が良くなるが、オリンピックイヤーのため、早くに帰宅する可能性もある。従って夜間営業の業種は前年より景気は落ちる。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・購買意欲の向上につながるようなプラス材料が全くなく、逆にマイナスの要因になるような消費税増税問題がある。また、これから先の電気料金の値上げや医療費の値上げ等マイナス要因のほうが多いため、かなり厳しい時期が続く。
		百貨店（営業担当）	・6月は非常に厳しい。その一つに気候の要因がある。長期予報では7月上旬から中旬にかけて気温がかなり上がるため、厳しさが増す。また、原子力発電所の問題や節電等も影響が出てくる。生活者の興味もそちらの方にいくので、なかなか消費には回らない。税金や社会保障の一体化が論議されているが、今後の税金の問題にしても先行きは不透明である。
		スーパー（店長）	・この夏の電力不足による計画停電や消費税増税問題があるなか、消費者の節約志向はますます厳しくなり、景気は好転しない。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税の気運が高まり、客の価格に対する反応が鈍くなっている。必要分だけの購買が顕著となっており、ますますマインドが低下している。競合各社とも生き残りをかけた客の争奪合戦が熾烈さを極めており、先行きはますます混沌とした最悪の状況になる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税問題や収入減少があり、3か月後は本当に厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・客が動いているようにみえるが、実際の売上に繋がっているかどうかは分からない。このまま悪い状態が続く。
		美容室（経営者）	・2、3か月の景気は良くなりようがない。周りをみてやはり買い控え傾向にあり、消費税が5%のうちに買っておこうという気にはならないし、客の動きは政府が思っている以上に活発に動いていない。円高でもあるし、客が前向きになっていくような経済政策をつくらない限り、景気回復は望めない。消費税を10%にしても消費が下がり、税収が下がっては何もしない。厳しい状況が続く。
企業動向 関連 (九州)	良くなる	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・受注生産品が増加している。今後もこの動きが続く。
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・例年梅雨明けの7、8月は居酒屋、スーパー含めて受注が伸びており、今年も少しは期待できる。価格については、輸入品が抑制されているが、国内生産が増えているので供給過剰となる。価格的にどうなるか心配するところである。
		食料品製造業（経営者）	・季節的に忙しくなるが、今後、比較的受注が見込める。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・9月までの導入予定案件が複数件控えているため、やや良くなる。
		建設業（社員）	・今よりもっと発注は増える。受注する業者が増えれば、余裕のできる業者がでてくる。手持ち工事があれば競争に参加しない業者も増えてくる。競争は去年より厳しいが、去年より発注が少し早い。東日本大震災の影響は少なくなっている。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・九州新幹線全線開業効果により、南九州への観光客の入込数は好調であるが、納入先での客単価は減少傾向となっており、来客数がやや減少傾向にある。当地高原の入山規制の緩和はあるものの、全体として好材料を欠いており、当分景気は変わらない。
		繊維工業（営業担当）	・取引先が強力になっているところと、弱くなっているところとで、ちょうど相殺する形で、景気は変わらない。今後もこの状況が続く。
		家具製造業（従業員）	・今の状況では市場が明るく伸びる要因がない。先行きが不透明であり、商業施設の出店や個人での飲食店出店計画の延期や中止、保留などの情報が入っている。今後もこの状況が続く。
		鉄鋼業（経営者）	・これまで病院、学校、特別養護老人ホームなどの建築需要が多く見受けられたが、病院の改築、増築などはピークアウトした感じが、この先の建築需要にマイナスに働きそうである。他方、企業の新規設備投資を象徴するような工場の建築物件は相変わらず非常に少ない。RC造の中規模共同住宅のみが必要の支えとなっているが、先行きが不透明である。

	一般機械器具製造業（経営者）	・先行きについて不安定要素が多過ぎる。今後も厳しい状況が続く。
	電気機械器具製造業（経営者）	・本音はやや良くなる傾向だが、競争相手の状況が分からないため先行きは不透明である。ここ2、3か月だと短期的な競争であるが、3か月は非常に重要な時期であるので、頑張る必要がある。
	精密機械器具製造業（従業員）	・6、7月は多少増える計画はあるが、一時的なもので8月以降の計画ではまた下がる傾向にある。まだまだ先がみえない状況で、当面、現状の景気は良くはない。
	輸送業（従業員）	・例年夏になると暑さのせいか物の荷動きが悪くなる。また、消費税増税の案もあがっており、景気は良くなりそうにない。
	輸送業（総務）	・電力問題もあり、今後の景気に不安が大きい。
	通信業（経理担当）	・消費税増税に向けて高額商品を中心に一時的には消費量が増大し、景気は今と変わらない。
	金融業（営業）	・製造業の受注状況は、3か月先程度までは落ち着いて推移する。しかし、その先は、世界的な景気の冷え込みや海外への生産拠点の移転なども予想されるため、当面は無理をしない現状維持の姿勢が続く。
	金融業（得意先担当）	・当面は現状維持が続く。
	金融業（調査担当）	・消費税増税の動きを前取りする動きもみられるが、消費マインドの後退が懸念される。これらが相殺し、景気の動きは変わらない。
	金融業（営業担当）	・住宅、建設関係は、消費税増税を見越した駆け込み需要を期待しているが、2、3か月の景気には影響はない。
	不動産業（従業員）	・オフィスビルの空室率及び賃料水準が横ばいで推移している。
	新聞社（広告）（担当者）	・売上のベースとなる通信販売、旅行広告がこのまま推移する見通しである。衆院選が実施されれば、関連広告の出稿で売上は伸びるが、その他の業種では大きな動きはない。
	広告代理店（従業員）	・6月の新聞折込枚数は前年比5%減と、3か月前に比べて前年比は下げ幅が大きくなっている。震災の影響も薄れ、郊外に大型商業施設も新たにオープンしたが、折込受注枚数は減少している。円高の影響で景気の回復が望めない今、政府の経済政策に期待するしかない。
	広告代理店（従業員）	・改善の兆しはみられない。今後も厳しい状況が続く。
	経営コンサルタント	・現在のこう着した状況が慢性的となっており、その状況は変わらない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・夏場にかけて計画停電が発生した場合、大きな打撃を受ける可能性のある企業が数社あり、不安材料ではある。それ以外にはこの2、3か月で景気に変化する予兆はみられない。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・これから数か月間にわたって状況は良いほうに好転するとは考えられない。ただ、消費税の増税がほぼ決まっており、今後秋口から来年にかけて駆け込み需要があり、景気は一時的に良くなる可能性はある。
	その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・受注額がここ数か月落込んだままでの低空飛行が続いている。加えて、電力や円高等の問題、政治の混迷における経済対策の遅れ等で、ユーザー心理も落ち込んだ状況が続く。
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・酪農関係を全体的にみれば、飼料関係が非常に厳しいなか、価格が上がっており、今後も厳しい状況が続く。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・我々の業界は夏場に受注の動きが悪くなる。現在も昨年よりも2割弱悪い状態で、大変苦慮している。雇用調整助成金を使っているが、今後の生産に支障が出てくるのではないかと懸念している。計画停電もあり、不要な物は受注が入らないような状態で、受注につながる新商品もなかなか見つけ難い状態である。
	金属製品製造業（企画担当）	・消費税増税絡みの政局混乱が当分続き、赤字国債発行法案の成立遅れ懸念等で、公共工事の発注が遅れる。今年は例年に比べ、当社の事業に大きな影響を与える公共工事の発注が遅い。
	一般機械器具製造業（経営者）	・客の声として、現時点での装置の引き合い案件が少なくなっており、今後は更に受注量が悪化する。
	建設業（従業員）	・公共工事の減少や民間の設備投資の停滞等大変厳しく、また競争の激化により、採算性も著しく低下しており、この状態がまだまだ続く。
	輸送業（総務担当）	・電力不足の不安がなくなるまで良くならない。節電イコール節約という心理に動いている。
悪くなる	経営コンサルタント（社員）	・世の中全体が落ち着いていない。市職員の不祥事による影響も少なからずある。

		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村において、税収や国等の補助金が減少し続けているため、計画的にまちづくりを進める予算が不足している。建設コンサルタントや工事業者への発注が減少することが予測される。
雇用 関連  (九州)	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・時期的な需要は落ち着くが、業種によっては人手不足が続いている。求人誌を見ても、長く募集を出しているところも多い。また、企業担当者も人手は欲しいが、集まらないという声が多い。新店オープンなどで人材の動きが変わっている地区もみられる。
		職業安定所（所長）	・有効求人倍率にはまだ変化はみられないが、求人の増加は今後も続く。ただ、計画停電が懸念材料となっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数については、前年同期と比較して堅調に推移している。今後もこのまま推移する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・二次募集を開始する企業が、かなり出てきている。採用充足に至らない企業が少なからずある。求人件数は、前年を3%上回って推移している。今後もこのまま推移する。
変わらない		人材派遣会社（営業）	・求人数は、業種によって増えてきているものと、減ってきているものがあり、二極化している。今後もこの状況が続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・労働集約型のサービス業で人手不足の状態が続いている。夏休みが過ぎて、夏の商戦が終わると一段落するのを期待したい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エコカー補助金や住宅エコポイント終了時の影響が心配される。政局の動向も不安定であり、経済の先行きは不透明で、求人状況は上向かない。
		職業安定所（職員）	・先行きに明るい材料がない。
		職業安定所（職業相談）	・夏場も計画停電が実施された場合の影響等、懸念材料もあり、先行きは不透明である。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・厳選採用という現状の厳しい就職環境は、しばらく継続する。また、採用予定数に満たなくても選考活動を終了している企業が見受けられる。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・メーカーの工場進出を図るため工業団地等地元が誘致したが、撤退した後の処理までは考えていないのが現状である。代替産業誘致を真剣に考えないとますますの雇用空洞化が進む。
		人材派遣会社（社員）	・各企業の事業計画等、先行き不透明であり、マーケット拡大の現実感が乏しい。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税の法案が可決され、子ども手当維持のため6月から地方税が上がった。節電の夏を前にさらに財布のひもは固くなり、状況は厳しくなる。景気が良くなるとはとても思えない。
		民間職業紹介機関（職員）	・派遣社員案件の受注数が前年比20%減となっている。また登録者の派遣離れ志向もあり、案件以外の登録が激減しており、厳しい状況である。
		民間職業紹介機関（社員）	・少数ながら海外への移転を検討する話がちらほら出ており、求人の需要はさらに減少する可能性がある。官公庁の各種支援策も出ているが、実際の雇用に結び付くかは企業の景気次第である。
悪くなる		民間職業紹介機関（支店長）	・第1四半期の新規求人数が前年割れしており、夏場から年度下期にかけても、何らかの経済的なプラス要因がない限り、低迷した状態のまま推移する。