

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	・ 駅ビルのリニューアルにより、販売量が増えている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・ 花屋の繁忙月であるが、売上は前年度より落ちている。不景気なのか、当店の努力が足りないのか、とても厳しい状況である。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・ 東日本大震災の影響で、今まで売れてなかった物が急に売れ始めた。関東方面に荷物を送る客が非常に多くなり、店頭も欠品している商品が目立つ。
		スーパー（店長）	競争相手の様子	・ 前年が悪かったせいもあり、食料品の売上が前年比109.8%となり、来客数も前年比108%で1～3月は順調に推移している。今月は、東日本大震災の関係で水や乾電池、ヨーグルト等の一部商品が入荷できない状況である。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・ 衣料品、食品、日用品関係の売上は、前年実績以上を確保できるようになっている。買上点数は前年比98%にとどまっている。傾向としては新入学のランドセルやフォーマルウェア、新生活需要の収納、布団等の購入が前倒しで購入されるようになっている。
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・ 売上実績は量販店が前年比109.9%、コンビニエンスストア前年比104.5%、ローカルスーパーが前年比104.8%となっている。全体的な販売量にも伸びがあるが、一番伸びが大きかったのが、東日本大震災の影響で全国的に品薄になった商品である。
		コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・ 東日本大震災の影響があり、水やたばこ、乾電池等のまとめ買いをする客が多く、商品が欠品し入荷出来ない状況となっている。水は少しずつ入ってくるが、客のまとめ買いにより、すぐに完売してしまう状況となっており、その分の売上が伸びている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ 決算時期ということもあり、契約につながった案件がある。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	販売量の動き	・ 販売量は前月と比べて大幅に伸びているが、来客数は若干減っている。売上は前年ともほぼ変わらない横ばい状態であるが、来客数は前年と比べても若干減少している。1人当たりの購入量が増えているのがプラス要因である。
	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	・ 入院中である客の退院や利用のキャンセルが減少しているため、売上は増える。	
	設計事務所（所長）	販売量の動き	・ 年度末となり駆け込み需要があり、仕事としては少しずつ増えている。	
	変わらない	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・ 先月から来店数が徐々に増えている。新茶の時期を前にして大幅な割引や粗品を付けて在庫処分を行っており、在庫は減っている。ただ、消費者の購入単価は相変わらず低い。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・ 東日本大震災の影響か、買いだめ目的の商品は売れるが、通常品を節約する傾向にある。
スーパー（総務担当）		お客様の様子	・ 食品、住居用品の売上は共に前年を上回っているが、東日本大震災の影響による買いだめ目的によるものである。特に水やトイレトペーパーなどのまとめ買いが目立つ。	
スーパー（経理担当）		販売量の動き	・ 東日本大震災の影響で、特定の商品に偏って売上が増加している。しかし、販売量はわずかしこ増加していない。	
衣料品専門店（店長）		来客数の動き	・ 近隣の商店街を改装している影響もあり、来客数が少ない。	
家電量販店（店員）		販売量の動き	・ 今月は家電のエコポイントが最終月を迎えるため、やや良かった。テレビ、エアコン、冷蔵庫等のエコポイント関連商品の購買が非常に多い。家電量販店においては、やや良い景気が継続している。	
住関連専門店（経営者）		お客様の様子	・ 毎月行っているキャンペーンの動向はあまり良くない。来客数は相変わらず少ないが、年度末で大口の買物がいくつか見受けられた。東日本大震災の影響は、九州地区における家具の販売には及んでいない。	

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)	販売量の動き	・ 3か月前と比較すると変わらないが、東日本大震災の影響や競合店出店の影響等、不安要素はある。	
観光旅館組合 (職員)	来客数の動き	・ 東日本大震災の影響で予約のキャンセルや旅行控え等があり、例年に比べて来客数が減っている。	
旅行代理店 (業務担当)	販売量の動き	・ 旅行業界において、東日本大震災の影響は大きく、受注よりも旅行中止等が多く、売上は前年比マイナスとなっている。販売量動向についても相当厳しい状況となっている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・ 東日本大震災以降、キャンセルが相次いでいる。また大手企業の出控えで夜の繁華街の動きが特に悪く、客が全然ない状態である。	
タクシー運転手	来客数の動き	・ 今月は良くも悪くもない状況となっている。	
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 (業務担当)	販売量の動き	・ 卒業シーズンに加え、スマートフォンの新機種発売や格安機種の発売などがあり、新規契約、機種変更共に増加し、全体の販売数は前年を上回っている。	
通信会社 (企画担当)	販売量の動き	・ 繁忙期に合わせて販売促進策を強化したが、販売の上積みには至っていない。	
ゴルフ場 (支配人)	来客数の動き	・ 春に向かって入場者は増えていかなければならないところであるが、集客状況は鈍い。特に東日本大震災の影響は大きく、団体のコンペは自粛傾向にある。	
美容室 (店長)	お客様の様子	・ 結婚式や卒業式などで着付注文の客は多少あるが、景気は良くなっていない。	
住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・ 依然として前月と変わらない水準で推移している。来客数についても同様である。ただ、東日本大震災の影響で土地を動かすことや、仲介を求めるといったことを控える客が増えている。例年の年度末に比べると非常に悪い状況である。	
やや悪くなっている	商店街 (代表者)	お客様の様子	・ 例年であれば2月が一番底になるが、今年は2月が暖かく3月が急に冷え込んだため、来街者がものすごく減少している。加えて、東日本大震災や福島第一原子力発電所問題等が発生し、客は買物をするという気分になってない。これから先、様々な経済的影響が出てくる。
	商店街 (代表者)	来客数の動き	・ 東日本大震災以来、当地域でも人の外出頻度が減っている。
	商店街 (代表者)	お客様の様子	・ 東日本大震災と津波の影響で、当商店街でも、納品がなくなり売上がかなり落ちている。また宴会のキャンセルが多く見受けられる。自分のことはさて置き被災地に優先的に商品を送ろうという動きがあり、消費が全然伸びない。
	商店街 (代表者)	来客数の動き	・ 東日本大震災の影響で自粛ムードのなか、来街者が非常に少ない。
	百貨店 (営業担当)	お客様の様子	・ 東日本大震災の影響から客の購買意欲は減退しており、来客数は前年割れとなった。特に紳士衣料、婦人雑貨の買上数量が減少し、催事も低調に推移した。一方、防災商品は品切れ、入荷待ちの状況となった。また乾電池や懐中電灯、米、缶詰、健康食品の水、保存食品等グロスアリー関連商品を関東の孫や子弟、親戚へ発送する客が増加しており、配達可能地域の問い合わせも増加した。
	百貨店 (営業担当)	来客数の動き	・ 2月まで前年並みに回復していた来客数は、新しい百貨店の開店と東日本大震災の影響で、3月に入り前年比で2ケタのマイナスとなっている。客の購買意欲も減退しており、特に買回り品はマイナスとなっており、地震による影響が大きい。
	百貨店 (営業担当)	それ以外	・ 東日本大震災や津波、福島第一原子力発電所問題により消費マインドが低下している。

百貨店（売場担当）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・売上は前年比93%、商圏の2つのショッピングセンターは前年比102%と前年比105%、その他百貨店が前年比95%と、それぞれ大型店はいずれも前年から5ポイント以上の低下となっている。前半の寒さと後半の東日本大震災によるものと考えられ、特に地震以降の落ち込みが激しい。紳士服は前年比6割のマイナスとなった。一方で、食品の動きは良くなるといった特徴的な動きはあるが、全体的に購買意欲は減退している。婦人衣料品は前年から約1割の減少となっており、売上規模が大きいため、大きく影響している。来客数、売上、客単価いずれも数字は良くない。
百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響で九州新幹線開業記念キャンペーンの自粛に始まり、当社の施策も一部を自粛している。来客数は前年比で5%程度減少しており、営業面では厳しい状況が続く。売上でも高額品の販売が不調となり、大きく前年実績を下回って推移しており、今後の景気についても現状の維持が続く。
百貨店（業務担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・本格的に春物の動きが出てくる時期に東日本大震災が起こり、被災地ではないものの、客は購買に消極的になっている。実際に、話を聞いてもこういう時期だからと答える客が多い。
百貨店（企画）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の発生で、客の購買行動に自粛ムードが高まっている。地域的に直接地震には関係ないが、日本中が未曾有の大惨事による悲しみに包まれており、華美なことは避ける傾向が強くなり、売上の減少幅も大きい。
スーパー（店長）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響により、商品によっては購買が増えているものの、入荷が少なくなっている。集荷は今後も予断を許さない。
スーパー（店長）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響で状況が大きく変わった。一時的な食品の買占め等により売上は上がったが、逆に婦人服や紳士服、宝飾関係のし好品に関しては、大変厳しい状況である。
スーパー（総務担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・景気低迷のなか、東日本大震災の発生で、客は消費を極力控えている。また、燃料節約の動きもあり、来客数も大きく減少している。
スーパー（業務担当）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響を受けた買占め傾向は依然として収束の兆しがない。乾電池や水、非常食等は品切れ状態で入手困難である。また不急不要な商品を買ひ控える傾向は一層強くなっている。震災の心理的な影響から、消費に消極的になっている。
衣料品専門店（店員）	来客数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・近隣の商業施設がリニューアルオープンし、急激に来客数が減少している。ばん回のためのフェアを仕掛けたところに東日本大震災が発生し、来客数は伸びなかった。店の前を歩いている客や新規客は少ないが、常連の客はコンスタントに春物を買ひに来ている。おかげで売上はほぼ前年並みに推移している。
衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・今年の3月は今までにないほど、悪い話題でいっぱいであった。前半は新駅ビルに話題が集中し、当店は厳しかった。数日後には東日本大震災が発生し、消費は全体的に沈んでしまった。取引先の倉庫も一部被害にあい、非常に苦しい1か月であった。客も高額品の得意客で数字をつなぎ予算は達成しているが、全体的には厳しい状況である。
家電量販店（総務担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響と、前年に見直しのあったエコポイント制度の反動減が出ており、厳しい。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車業界は、前年のエコカー購入補助金制度により需要を先食いしたため、今年になってからその影響がかなり出ている。売上は前年の約2割減という状況である。また低価格帯の自動車の販売量が大きく、単価の下落傾向が顕著である。
乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災の影響で新車の供給が止まっている。販売予定の車両が登録できず、新車の売上が計上できないため、今期決算が予測を下回るのには確実である。急ぎの客は新車をキャンセルして中古車に変更した事例もある。中古車とサービスで頑張るしかないが、新車販売の遅れによる売上の減少はカバーできない。
その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（統括）	販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・燃料油の仕入価格の上昇は小売価格に転嫁せざるを得ないため、小売価格も上昇の一途である。また東日本大震災発生後、営業時間を見直し19時までの営業としており、前年と比べ販売量が減少している。

	高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・来店数が減少傾向にある。
	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、最悪の状態が続いている。
	観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・東日本大震災の影響で、宴会や宿泊のキャンセルが相次いでいる。
	都市型ホテル	お客様の様子	・今回の東日本大震災の被害が大きく、また福島第一原子力発電所の事故もあり、計画停電や消費や旅行の自粛、物資の不足等が発生し、復旧、復興のゴールがまだみえない。かなり冷え込んでいる。
	都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・東日本大震災の影響により、全体的に自粛ムードが漂い、宿泊キャンセル等も増加している。
	都市型ホテル (副支配人)	お客様の様子	・東日本大震災の発生により、キャンセルが発生している。インバウンド客のキャンセルが大部分であり、厳しい状況となっている。
	美容室(経営者)	販売量の動き	・東日本大震災のせいか買い控え等、客は節約傾向を強めている。おしゃれ業界は春に上向く傾向にあるが、今一つ動いていない。
	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)	来客数の動き	・東日本大震災の発生以降、人の動き自体が少なくなっている。九州新幹線の全線開業の好影響は今のところ出ていない。
悪くなっている	商店街(代表者)	それ以外	・3月に入りわずかながら上向きになっていた。しかし、東日本大震災を境に卒業、入学式等の商戦も急激な下降線を辿っている。当然のことだと覚悟している。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・東日本大震災後、急激に来街者数が減り、客の消費マインドは急激に落ちている。
	商店街(代表者)	お客様の様子	・東日本大震災の影響が大きすぎる。無駄な物は買わない、必要な物だけを買うという傾向が強まっている。
	一般小売店[青果](店長)	お客様の様子	・東日本大震災より、口蹄疫、鳥インフルエンザ発生時以上の精神的ダメージを受けている消費者が多い。購買心の妨げになっている。
	一般小売店[鮮魚](店員)	単価の動き	・客単価が下がっている。これまで1,000円以上の買物をしてきた人が、1,000円未満の買物に抑えている。
	百貨店(売場主任)	それ以外	・東日本大震災以来、高額品の動きが極端に悪くなっている。
	百貨店(総務担当)	販売量の動き	・駅ビルのリニューアルオープンの影響に加え、東日本大震災による消費意欲の減退が直撃している。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で人の動きが止まっている。特に年配の方の動きが極めて悪い。来客数、売上共に大幅に減少している。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・東日本大震災発生前までは回復基調で、今月の景気は上向き傾向にあったが、地震以降は非常に冷え込んでおり、特に婦人服飾雑貨、おしゃれ用品の動きが極端に悪くなっている。
	百貨店(営業企画担当)	販売量の動き	・月初、近くに商業施設がリニューアルオープンし、その影響から売上が若干落ち込んだ。その後東日本大震災の影響から更に落ち込み、大変厳しい状況となっている。生活必需品である食料品はまだ持ちこたえているが、それ以外は非常に厳しい。
	スーパー(店長)	お客様の様子	・今月は東日本大震災以降、客の様子が非常に変わった。店頭においても必要な物以外は購入しなくなり、また、自粛ムードも高まり経済全体が萎縮している。特に商品の欠品等も目立ち、売上を確保するのが難しくなっている。また、旅行部門においては予約のキャンセルが多く、新規の申込は全くない。
	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響でたばこを含むすべての商品群の供給が滞り、売上に大きく影響を与えている。
	衣料品専門店(経営者)	単価の動き	・販売量が減っている。
	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・東日本大震災の影響で消費を控える傾向にある。客は被災した人たちに気遣いをし、生活そのものを控え目にする気持ちが働いている。
衣料品専門店(総務担当)	お客様の様子	・東日本大震災以降、客の態度が激変し、通常通り電話をかけてもこういう時にそういう電話はよしてくれ等と、自粛ムードがあまりにも強くなっている。	

乗用車販売店 (代表)	それ以外	・周りの話でも良い話を全く聞かない。リストラになった人もいる。話を聞く限りでは、特に建設関係、飲食関係の景気が厳しい。	
自動車部品販売 店(従業員)	それ以外	・東日本大震災で部品製造メーカーの被災し、製品供給ができなくなっている。	
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で物流が滞り、商品の確保が計画通りにいかない。また、消費に対して後ろめたさがあるのか、消費マインドが低下している。	
その他小売の動 向を把握できる 者[土産卸売] (従業員)	販売量の動き	・新幹線が鹿児島まで開通し、春の行楽シーズンでもあるため、多くの旅行者が来ると予想された。しかし、東日本大震災の影響で旅行者は少なく、繁忙期であるにも関わらず最低月の売上へと転落している。1～3月を通して同じような動きを示している。	
高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・歓迎会、送別会の時期であるが、東日本大震災を機に予約のキャンセルが相次いでおり、かなりの痛手を受けている。自粛ムードが広がっており、景気は下向き、悪い方向に向かう。	
高級レストラン (社長)	来客数の動き	・東日本大震災のためキャンセルが相次いでいる。また、歓送迎会の自粛も始まっている。	
高級レストラン (専務)	来客数の動き	・当初は九州新幹線全線開業に非常に期待していたが、東日本大震災や津波等の影響で人の動きが止まり、新幹線の乗車率も非常に悪い。客は外食を控え、客単価が非常に低くなり、来客数も少なくなっている。	
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災後、火山の噴火もあり、県外からの客が激減している。	
その他飲食[居 酒屋] (店長)	それ以外	・東日本大震災により、当地では九州新幹線全線開業に関するすべてのイベントが中止となった。それ以降のイベントも中止になっており、とても寂しい状況となっている。	
観光ホテル(総 務担当)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、宴会のキャンセルが相次いだほか、宿泊やレストランの予約も伸びない。	
旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・東京方面、東北方面の旅行は、ほとんどキャンセルになっている。行先に関係なく取り止めや延期が続出し、手の打ちようがない状態である。取消や払い戻しの作業に追われている。	
タクシー運転手	お客様の様子	・東京からの客のキャンセルが相次いでいる。風評被害もあり、市場に物も無くなっている。	
通信会社(営業 担当)	それ以外	・東日本大震災の影響で非常に悪くなっており、立ち直るには時間がかかる。	
通信会社(総務 担当)	お客様の様子	・当地の景況は、製造業、非製造業共に下降傾向で推移しており、積極的な売上の増加はみられない。東日本大震災の影響もあり、どのような展開になるのかわからない不安感が広がる。当社においても、このままでは下降をたどるばかりであるので、自助努力や方策を考え、目標達成しなければならない。	
テーマパーク (職員)	来客数の動き	・東日本大震災に伴い、海外旅行者を始め国内客のキャンセルが増加した。また小イベント等も自粛ムードが続いている。	
ゴルフ場(従業 員)	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、本当に厳しい状況となっている。前年に比べ売上が3、4割も低下しており、非常に心配な時期を迎えている。イベントの自粛や風評被害等でかなり厳しい状況である。	
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	・3月に入り、ようやく回復の兆しがみえている。例年3月は計画以上に売上が伸びる月であるが、今年もスーパー、居酒屋等の動きが少し良くなっている。東日本大震災の影響が今は良い方向に動いているが、今後どのような動きになるか懸念される。
	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・当社は決算前にいろいろな受注を請けたので、売上は前年比プラスとなっている。
	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・半導体設備向けの機械加工部品の受注が前年比で20%程度多くなっている。
	電気機械器具製 造業(経営者)	取引先の様子	・安定的な受注量が確保でき、短期見通しが立つ状態になっている。安定した状況で進んでおり、稼働率が少し良くなってくる。
	精密機械器具製 造業(従業員)	受注量や販売量 の動き	・装置導入により生産が上向き、計上利益は向上する。また、派遣社員も新たに受け入れている。

	金融業（調査担当）	取引先の様子	・東日本大震災前後で取引先の様子が変わっているが、現在のところ地震によるマイナスの影響は軽微である。3月上旬までは、駅ビル等のリニューアルにより消費動向が上向いていた。アルバイトの人員が新駅ビルに取られ、既存商業施設でのアルバイト人員の確保が難しいとの話も聞く。雇用にもプラスに働いている。	
	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	・大口、小口問わず、幅広い業種にわたって、設備投資の引き合い案件が前年に比べて確実に増加傾向にある。受注額も前年比10%弱の増加となっている。	
変わらない	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により、喪失部品の緊急調達は忙しくなる。また、新機種への対応も遅れており、なんとも言えない状況である。	
	輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、支援物資の動きや関東圏への発送荷物の増加がみられる。ただし、関東圏での停電や放射線問題、燃料供給不足など実務としての不安材料が沢山ある。	
	金融業（従業員）	それ以外	・採算が合わず撤退するチェーン店が増えている。また廃業する個人店舗も増えている。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災の影響に関する情報をさまざまな取引先で聞くが、業績は変わらない様子である。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・今のところ東日本大震災の影響もなく、受注量に変わりはない。	
	やや悪くなっている	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販売量の低迷が少し出ている。
家具製造業（従業員）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で建築資材、内装資材が極端に品薄あるいは在庫切れとなっている。建築や内装では、想像以上に工期が遅れている。取り止めたり、工事を中止したりする新規出店予定の商業施設等もあり、厳しい環境となっている。	
窯業・土石製品製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・3月前半までは悪いなりにもいくらか受注がきていたが、東日本大震災以降は消費動向が悪く、特にお祝い、入退職のギフト関係は自粛ということで、全然受注がこない状況となっている。この先、消費が回復することはない。	
電気機械器具製造業（経営者）		取引先の様子	・半導体関連は好調に推移していたが、ここに来て、一般的に低調気味となっている。非常に先行き不透明な状況である。	
輸送用機械器具製造業（営業担当）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響があり、景気はやや悪くなっている。	
輸送業（従業員）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災により、物の供給がストップしており、九州には物が入ってこないような状態になっている。	
輸送業（総務担当）		取引先の様子	・東日本大震災の影響で在庫が増えている。東北や関東で受け入れ予定だった輸入品を受け入れ、関東工場の生産停止を九州の増産して対応しているためである。燃料不足で現地に運べない事態もあり、しばらくは混乱した状態が続く。	
通信業（職員）		それ以外	・東日本大震災の影響で材料の納期遅れや価格の高騰が発生しており、工事原価が上昇している。	
金融業（営業）		取引先の様子	・東日本大震災の影響により、製造業は仕入れが困難になりつつある。在庫で賅っているところもあり、今は影響が出ていないが、今後は厳しくなる。	
金融業（得意先担当）		取引先の様子	・東日本大震災の影響により、国内客の旅行控え、外国人の渡航自粛等により、売上が大きく落ち込んだという声を聞く。また、資材価格の高騰も顕著になってきたという話があるように、取引先の状況は非常に厳しいものになっている。	
新聞社（広告）		それ以外	・駅ビルのリニューアルや九州新幹線の全線開業等、広告出稿が活発になる予定だったが、東日本大震災の影響で大半の広告出稿が延期、中止となり、復活の見込みが立たない状況である。	
広告代理店（従業員）		受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で、予定していた売上が大幅に減少している。	
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	・非常に悪くなっている。畜産関係の飼料の値上がりに加え、東日本大震災の影響の影響から消費不振となっており、非常に厳しい。
		繊維工業（営業担当）	それ以外	・東日本大震災のため、復興していくのも大変なのに、景気は上向きにはならない。流通や資材の調達も大変になっている。

		輸送用機械器具製造業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響があり、厳しい状況となっている。
		建設業（社員）	受注量や販売量の動き	・年度末の工事が例年より半月ほど早い。現在は、車両や重機の整備に入り、施工している現場は、例年の50%ぐらいである。今後、固定費の出費をいかに抑えるかを考慮中である。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・新しい受注が発生する目処がほとんどない。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・酒類量販店の売上が前年比80%と悪い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・3月前半は九州新幹線の全線開通を目の前に、常に好調に推移していた。かなり盛り上がっていたが、東日本大震災の影響で状況は一変した。旅行需要についても、九州でキャンセルが何千人という話も聞き、一般的に落ち込んでいる状況である。3月の景気は通常月よりも良いはずであるが、前年に比べるとかなり悪い。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	取引先の様子	・市町村の建設関係の委託発注は減少しており、新規の事業は少ない。交通量調査等の調査関係、備品購入等も予算額が低いため、それぞれ入札時に予算を下回った価格で落札する業者もおらず、不調に終わるところも出ている。
雇用関連	良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は4,154人と前年同月比47.7%の増加、有効求人数は10,596人と同39.7%の増加となっており、多くの分野で新規求人が大幅に伸びている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災の影響は一部あるが、当地の企業のニーズはコールセンターの増員等もあり、増えている。
		求人情報誌制作会社（編集者）	周辺企業の様子	・駅ビルのリニューアルに伴う雇用の増加により、周辺企業の採用難が始まっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・新聞の求人広告件数は前年を大きく上回っている。県外からの求人数も伸びている。特に製造業や福祉関係のニーズが高い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・九州新幹線の全線開業で経済効果が期待されたが、開業前日に東日本大震災があり、かなりダメージを受けた。一旦は落ち込むが、復興が進めば被害のない九州の需要は少しずつ増える。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は堅調に増加傾向で推移しており、求職者が減少の傾向にあることから有効求人倍率は上昇が続いている。しかし、東日本大震災の影響で雇用調整を余儀なくされた企業も見受けられ、先行きに不透明感がみられる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の伸びが若干鈍化したものの、前年度比で11か月連続の増加となっている。求人数のみをみれば景気は回復傾向にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・当所における2月の新規求人数は前年同期比40.8%の増加となっている。8月から7か月連続で前年同月比プラスとなっており、企業間で業況に差があるものの改善がみられる。
変わらない	職業安定所（所長）	求人数の動き	・新規求人数は平成22年3月以降から前年同月比は増加しており、平成23年2月の前年同月比では1,053件の59.7%の大幅増となっている。特に前年8月以降の求人が目立って増加しており、それらに伴い求人倍率も2月で0.65倍と右肩上がりに上昇している。雇用情勢に明るさがみえ始めたところであったが、東日本大震災が今後与える影響が懸念されるが、現在のところ、大きな影響が出るまでには至っていない。	
	学校〔大学〕（就職担当者）	求人数の動き	・昨年同月と比較しても、求人票の受理件数が減少傾向である。この時期であれば求人活動や企業からの来訪が多くなるが、今年は低迷している。さらに、東日本大震災の影響で、今後の採用動向にどのような影響が出るか注視している。	
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・東日本大震災の影響で仕事量が減っている企業が出ており、休業等の指示要請がある。また急な求人のキャンセルも数件出ている。	
	民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・3月は季節需要のイベント人材需要が発生したが、長期的な人材需要は増加していない。新年度に向けて3月末に終了傾向がある。	
	民間職業紹介機関（支店長）	それ以外	・東日本大震災の影響が既に出ている。製造業では、残業ゼロ、場合によっては週休3日も出始めた。	

	学校〔専門学校〕（就職担当）	採用者数の動き	・企業の採用活動の延期または後ろ倒しが目立っている。遅れるだけで計画通りの採用があればよいが、その部分は現時点で不透明である。
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	・東日本大震災の影響で、九州新幹線全線開業の記念イベントがすべて無くなり、それに関連する他のキャンペーンもキャンセルとなっている。
	人材派遣会社（社員）	それ以外	・東日本大震災以降の雇用について緊急に予算を組み直す必要がある。緊急雇用対策が続いているが、エクセル基礎講習に補助金を出している場合ではない。財源はある今の雇用対策をすべて東北の雇用につなげられるはずである。