

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 | 都市型ホテル（総支配人） | ・東日本大震災直後の約2～3か月は、売上、乗客数共に前年を大幅に下回っていたが、今月はほぼ前年並みまで回復しており、先の空室状況も順調に埋まっている。 |
| | やや良くなる | 商店街（代表者） | ・気温が下がれば、当店で扱っている衣料品、寝具用品が伸びる状況である。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（店員） | ・得意先が更に増えそうなことと、通信販売の売上が前年比で増加を続けていることから、やや良くなる。 |
| | | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・今後は暑さの残る9月よりもギフトとしての生花の需要が見込める。いろんな販売方法や案内等多岐にわたる販売促進を考える必要はある。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・気候の変化により、買い控えられていた秋冬衣料の動きが良くなる。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・競合店が閉店したことで、秋物衣料については婦人衣料を中心にかなりの伸びを示している。客単価も前年比108%、1品単価は約3%上がっており、購買率も若干上がっている。閉店した競合店の客が当店に来ることが予想され、良くなる。 |
| | | 百貨店（業務担当） | ・通常発生する需要に加え、節電意識の高まりによりウォームスタイルで特需が発生する。ライフスタイルの変動は、提案次第では、更にプラス1品の需要が発生する。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・創業100周年の行事に向けて1人ずつの客の掘り起こしができているので、今後は良くなっていく。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・これから年末にかけて新型車の投入が続く。新型車効果により新車の販売台数の増加が見込める。中古車、サービスの取り込みも行い、会社全体の売上を伸ばしていく。 |
| | | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者） | ・秋から冬にかけて1年を通して一番コーヒーが出る季節に入り、現状をみても今後売上は増加する。また、お歳暮時期の進物関係の売上の伸びが期待でき、コーヒーの消費量も増えてくる。 |
| | | その他専門店〔書籍〕（代表） | ・夏の天候が悪過ぎたことの影響で良くなる。また、年末商戦に入ると、やや良くなる傾向が現状にみられる。 |
| | | 高級レストラン（専務） | ・当地への観光客が増え、旅行者はお金を少しづつ落としている。ただ、東北地方の復興により旅行者が東北方面に行ってしまう恐れもあり、まだまだ様子をみなければならぬ。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・年末に向けて需要が伸びており、やや良くなる。東日本大震災以降、金を使わない状況が続いていたが、その反動で年末は消費が増える。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・会議や展示会等の入り状況が良く、宿泊予約状況は前年比108%前後で推移している。 |
| | | 旅行代理店（企画） | ・客の動きがかなり活発になっている。また、春先に旅行を控えていたシニア層が動き始めている。 |
| | | タクシー運転手 | ・今から3か月後はちょうど気候が良くなり、行楽シーズンでもあるため、客の動きが良くなる。 |
| | | タクシー運転手 | ・今から秋の行楽シーズンに入り、大変良くなる。予約状況をみても、売上はそこそこ上がる。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・これからの行楽シーズン、ゴルフのシーズンを迎えるにあたって、県外客がどんどん増え、予約も順調に推移している。逆に人手が足りないという状況である。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | ・秋のゴルフシーズンでもあり、11月に向け着実に予約を受けている。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・9月単月の販売数が好調であり、四半期ベースの移動平均でも今年を上向き傾向にある。 | |
| 住宅販売会社（代表） | ・増税前に動いておこうという消費者がみられる。 | | |
| 変わらない | 商店街（代表者） | ・本来なら、夏の暑さを過ぎて行楽シーズンに入る時期であり、旅行用品や気候に合わせた実需品の動きがみられるが、消費者からは新しく物を買おうという意識がみえない。非常に厳しい状況であり、年末に入っても、必要な物は買うが、我慢できる物は買わないという状況となる。 | |
| | 商店街（代表者） | ・現在の経済情勢のなかで、円高や株安等景気にプラスになるような材料が全くみられないので、このまま消費は低迷し、景気が良くなる状況ではない。 | |
| | 商店街（代表者） | ・今まで11月は忘年会等かなりの予約が入っていたが、現在、忘年会の食材の注文がほとんどない。今後は営業に出ていきたいが、全体的に景気が悪く、消費は縮小傾向であるため、あまり期待できない。 | |
| | 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | ・上向きになっていくような材料がないうえに、仕入れ価格が高騰している。固定客を安定させるため、質だけは落とさないようにしなければならず、厳しい状況となる。 | |

| | |
|----------------------|---|
| 百貨店（売場主任） | ・この夏は、節電をキーワードにクールビズ需要でにぎわったが、この秋冬のウォームビズがどの程度盛り上がるかが不透明である。円高基調も続き、景気が良くなるような要因が見当たらない。 |
| 百貨店（営業担当） | ・現金売上の金額、シェア共に減少し、客の慎重な買物姿勢が維持されている。ただし、厳しいなかでも客の興味をひく女性社員主体の催事や婦人肌着等を開催したところ、買物の楽しさ、話題性、必需品、ちょっとしたぜいたくの催事は好調である。ただ、秋に向けても買物に慎重な姿勢は継続する。 |
| 百貨店（営業政策担当） | ・今冬は夏場以上の電力供給への不安がある。また、原材料価格の相場が依然高く、株価や為替が低位水準で値動きの気配がない。 |
| 百貨店（営業企画担当） | ・円高、株価の下落、東日本大震災による税の負担増等が考えられ、客の消費マインドが今後も大きく低下する。 |
| 百貨店（企画） | ・取り立てて良くなる要素もなく、悪くなる要素もない。来店する客に対し、丁寧な接客で買上点数を増やすことが重要である。今後は、大型催事が続くので、集客力を高める販売促進施策を講じる必要がある。 |
| スーパー（経営者） | ・客の動向をみても、先行きがみえず予想ができない。 |
| スーパー（店長） | ・競合店が3店舗でき、客は近くて便利、より安い商品を選別する傾向がある。核家族の増加、シニア層も増えており、個食単位の購買が増加している。それによって客単価の減少がみられる。 |
| スーパー（店長） | ・東日本大震災の影響、福島第一原子力発電所の問題、それに伴う電気料金の値上げ等、解決すべき問題が一向に解決されていない。消費者の購買意欲は高まらず、景気が良くなるような状況ではない。 |
| スーパー（総務担当） | ・夏場にみられた省エネ関連商材の動きがあまり期待できず、前年は、大型家電のエコポイント駆け込み需要があった分、今年は前年の売上を下回る。 |
| スーパー（経理担当） | ・肌寒くなることにより、前年より季節感に応じた商品が動くことも考えられるが、消費そのものが落ち込んでおり、厳しい状況が続く。 |
| スーパー（業務担当） | ・天候不順による大雨の影響で、野菜を中心とした生鮮食料品の価格高騰は年内いっぱい続き、食品業界全体は低調になる。また、増税が具体化してくると小売関係は直接影響を被るので、今後、景気が良くなるのか悪くなるのかどちらに転ぶのか、全く予測がつかない。 |
| コンビニ（エリア担当・店長） | ・1か月を通してみると、客は増えもせず、減りもせず前年とあまり変わらない。連休が多いと当店では来客数が減り、売上も減る一方で、今から寒くなるにつれておでんやファストフードの売上増加が少し見込める。その分、早く寒くなると、今度はアイスクリームやソフトドリンクの売上が落ち込む。 |
| 衣料品専門店（店員） | ・客から活気を感じない。地域ではヤング向けロープライス店が新規オープンし、賑々しいが、百貨店のミセスフロアは高齢化が進み、静かである。景気が良くなりそうな気がしない。 |
| 衣料品専門店（総務担当） | ・競合店閉店による効果はここしばらく続く。 |
| 衣料品専門店（取締役） | ・当地区に競合店の出店が相次ぎ、パイの奪い合いになっている。客の管理をいかにするかという企業努力以外、景気が上向き要素は何一つない。 |
| 家電量販店（総務担当） | ・今後、半年位は家電に対する需要があまり見込めない。 |
| 乗用車販売店（従業員） | ・エコカー減税が終了する来年3月までの6か月間は今のまま推移する。 |
| 乗用車販売店（販売担当） | ・高額商品に対しての購買が慎重ななか、今回、当社の新商品のように真に価値のある物に対する購買は進むが、業界全体は前年を下回る傾向が続いており、この状況は当分続く。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・慎重ながら客の購買意欲は回復しつつあるが、買い回り商品である置き家具は購入決定までに時間がかかる。この先の見通しは景気の先行きが不透明で厳しい。 |
| 住関連専門店（店長） | ・これから冬物が動いていくが、今年は動き出しが少し遅い。気温がまだ高いことが原因と思われるが、この状態が続くと、この先2～3か月は売上が非常に厳しくなる。 |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括） | ・10月の3連休に地域最大の地方祭が開催され、出し物等が出店される。当地を観光で訪れる観光客も多く見込まれ、観光客や地元客の消費に期待したい。また、秋の行楽シーズンにも入り、自動車の移動による燃料油の消費販売に期待したい。 |

| | |
|-----------------------------------|--|
| その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員） | ・本来は2、3か月先の景気は良くなると思いたいところだが、今後2、3か月先が全く読めない状況である。行楽シーズンがくるのに本当に売上が増えるのか手ごたえを感じない。 |
| 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〕（総支配人） | ・台風等の影響もあり、9月中旬までは、売上、来客数とも良くなかったが、下旬以降、衣料品を中心に持ち直している。しかし、いまだ福島第一原子力発電所問題、電力不安等の社会不安は残っており、直近での景気の上昇は難しい。 |
| 高級レストラン（経営者） | ・10～11月にかけて少しずつ予約が入っている。また、これから少し寒くなってきて、当地はふぐの鍋等が出る時期である。今後、客が少しでも増えるため、現状よりは良くなる。 |
| 高級レストラン（支配人） | ・依然として消費動向は良くなく、今後もこの状況が続く。 |
| 一般レストラン（スタッフ） | ・来客数や客単価、客の声も良くなるような話、良くなるような数字はない。今後も厳しい状況が続く。 |
| スナック（経営者） | ・当店のようないくらか高単価な営業スタイルでは厳しい状況である。客をみると、より低価格に店へと流れており、今後も厳しい。 |
| 観光ホテル（総務担当） | ・当地の景気は上向いている流れが続く。ただ、円高、株安等のマイナス要因がどれだけ影響を及ぼすか未知数である。 |
| 都市型ホテル（副支配人） | ・例年の団体の予約は入っており、インターネット予約等の動きも良く、予約は増えている状況である。 |
| 旅行代理店（従業員） | ・円高メリットが徐々に浸透し、韓国を中心とした近場の海外旅行が伸びている。しかし、価格の高いヨーロッパ方面は低調である。 |
| タクシー運転手 | ・県外の客は前年よりは少しずつ増えているが、県内の客の利用が少しずつ減っている。 |
| 通信会社（総務局） | ・引き続き新規契約は好材料もなく、低調に推移する。 |
| 通信会社（業務担当） | ・今後の売れ筋はスマートフォンが中心になるが、新商品の発表とキャンペーンを控え、販売数は横ばいになる。 |
| テーマパーク（職員） | ・これからゴルフやスポーツキャンプの時期に入るので、集客策の仕込みや話題性の創出を図っていくが、市場の反応についてはまた別の問題であり、動向を見守る必要がある。 |
| 理容室（経営者） | ・客の来店が2か月から3か月に1回となり、散髪をするサイクルが伸びており、景気は変わらない。 |
| 美容室（店長） | ・2、3か月前より良くなったが、今後良くなるとはいえない。店自体も客が興味を持つように変化させていく。 |
| 設計事務所（所長） | ・新規の案件が非常に少ないので、3か月先も今月と同じく良くない。 |
| やや悪くなる | |
| 商店街（代表者） | ・10月に入り、食品・生活必需品等の値上げが懸念され、景気はやや悪くなる。 |
| 商店街（代表者） | ・秋物商品が動き出せば、多少の売上が期待できるが、取り巻く環境は非常に厳しい。 |
| 一般小売店〔青果〕（店長） | ・今年の冬の長期予報は全体的に暖冬が続くとあったが、野菜関係は、特に冷え込んで鍋物関係が動かないと、厳しい。利益のある果物にしても、今回の台風でかなり影響を受けており、かなり厳しい時期が続く。 |
| 百貨店（営業担当） | ・来客数が前年に比べて90%台前半で推移している。前年も本年も物産展等の催事で客の動員を図っているが、その物産展の客が他のフロアを回って買物する、いわゆるシャワー効果非常に薄れてきている。一般の客の消費マインドが冷え込んでいるのを実感している。 |
| スーパー（店長） | ・これから乳製品の値上げ等もあり、イベント、催事関係での売上も厳しく、来客数の伸びにもあまり期待できない。 |
| スーパー（店長） | ・安い価格の物に対しても客の反応は鈍い。最近では同じような傾向が続いている。先行きも劇的な上昇は期待できない。 |
| スーパー（店長） | ・前年のエコポイント等の景気対策が今年はなく、円高によるデフレ基調が長引きそうである。 |
| スーパー（店長） | ・競合各社の景気は厳しく、競合店はテレビコマーシャル等で必死に対抗しており、価格を更に下げている状況である。今後、厳しい状況が続くことが懸念される。 |
| スーパー（総務担当） | ・同業種による顧客争奪戦が激化しており、競争の中心が集客に関することであるため、販売単価が下落する一方で、購入点数は上がらない。売上高の維持が困難な状況となっている。 |
| スーパー（売場担当） | ・年末にかけて、東日本大震災の影響で海産物や小麦粉等の値上がり予感される。 |
| コンビニ（販売促進担当） | ・12月から小麦粉の値上げがあるが、この時期に卵、いちご、もち米の値上げもあるのではないかと予測される。クリスマスケーキの販売個数に影響がでる可能性がある。 |

| | | |
|--------|-----------------------------------|--|
| | その他専門店 [書籍] (店長) | ・ドル安のみならずユーロも安くなり相変わらずの円高、株安状態が当分の間続くと考えれば景気が良くなるとは考えられない。今後の経済の悪化に対して自己防衛するために、消費は更に減退に向かう。 |
| | 観光型ホテル(スタッフ) | ・売上の中核である披露宴の取り込みが10月、11月は低い。他のホテルを調べても全体的に低い。 |
| | タクシー運転手 | ・とにかく客の動きは鈍い。少しでも節約しようという気持ちがあり、客を迎えに行っても、通りの表に出てきてしばらく歩いてからタクシーに乗るといった状況である。客の財布のひもが固くなっている。 |
| | 競輪場(職員) | ・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故等の影響が依然としてあり、厳しい状況が続く。 |
| | 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) | ・気候的な要素で客の減少が予想され、来年4月の介護報酬改定及び医療報酬改定が近づき、利用控えが懸念される。 |
| | 音楽教室(管理担当) | ・受験期に入り、習いごとを辞める傾向が強まっている。 |
| | 設計事務所(代表) | ・経済の停滞、株価の低下により消費マインドが低下しており厳しい状況が続く。 |
| | 住宅販売会社(従業員) | ・円高や増税等の話題により、お金を使おうとか、投資しようという意欲がだんだんなくなっており、厳しい状況が続く。 |
| | 悪くなる | |
| | 百貨店(営業担当) | ・2、3か月先は年間で最大の商戦であるが、経済環境や雇用状況等が現状から変わらなければ、もっと悪くなる。12月は不要不急な物を買う、あるいは外食が増える時期であるが、それが一切なくなるのではないかと考えられ、この12月は非常に厳しい年末商戦になる。 |
| | コンビニ(エリア担当) | ・競合激化で売上が上昇する傾向はみられない。厳しい状況しか考えられない。 |
| | 衣料品専門店(店長) | ・景気回復の兆しが全くみえず、客の財布のひもはますます固くなる。 |
| | 衣料品専門店(店長) | ・来客数が減っている。定年で仕事を辞めて洋服が必要なくなった人、年を取って外出の機会が減ってきた人が増えているのが主な理由である。若い層は量販店に流れている。 |
| | 家電量販店(店員) | ・アナログ放送の停波によるテレビの販売もその時期の半分に満たない売上状況である。加えて前年の家電エコポイントの減額による駆け込み需要の反動減が考えられ、厳しい状況となる。 |
| | 家電量販店(店員) | ・景気が上向きになる要素が全く見当たらない。例えば東日本大震災の復興に対して景気が喚起されるということもなく、増税が懸念材料となり、景気が良くなるような雰囲気が見えない。客の財布のひもはどんどん固くなっていく。 |
| | 乗用車販売店(代表) | ・良くなるような要因が見当たらない。 |
| 企業動向関連 | 良くなる やや良くなる | |
| | 農林水産業(経営者) | ・前年のような口蹄疫や鳥インフルエンザ等の外的要因がなければ、量販店、居酒屋はある程度は良くなる。生食販売についても少しずつ需要は戻ってきている。 |
| | 出版・印刷・同関連産業(営業担当) | ・今期の当初予算は確定しており、実行の案件が複数ある。 |
| | 窯業・土石製品製造業(経営者) | ・9月は受注が大変落ち込んだが、10、11月になると需要期となり良くなる。 |
| | 一般機械器具製造業(経営者) | ・すでに受注している物の納期が2～3か月先なので現状よりは良くなる。 |
| | 輸送用機械器具製造業(営業担当) | ・10～12月までは生産量が増加する。 |
| | その他製造業(産業廃物処理業) | ・年次定期補修工事による設備の老朽更新や機能改善等により、生産量が安定的に増加する見通しである。 |
| | 広告代理店(従業員) | ・全体としてみると前年を超える月が増えている。 |
| | 変わらない | |
| | 食料品製造業(経営者) | ・引き続き受注の見込みがある。 |
| | 食料品製造業(経営者) | ・前年と比較すると業績の良い状態が続いているが、来客数の伸びに比べて客単価が低下している。来客数が増加する要因は今のところ見当たらず、減少することも考えにくい。引き続き身の回りの景気に変化はない。 |
| | 家具製造業(従業員) | ・復興需要もまだまだ本格化しておらず、また大型物件の計画も進んでいない。年末に向けての出店も今年はあまり情報がない状況である。株価の下落や円高等が重なり、投資案件は極端に減っている。 |
| | 鉄鋼業(経営者) | ・需要の回復に実感が乏しい。今後関東以北の復興需要や福島第一原子力発電所対策の鋼材需要は確実に出てくるが、当地区の建設需要はどうなるのかわからない。 |

| | | | |
|------|----------------|------------------------|---|
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・先行きの不透明さはますます濃くなっている。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・消費が回復する要因が全く見つからない。 |
| | | 輸送業（総務） | ・暗い情報ばかりで、明るい情報が見当たらない。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・円高と節電問題が解消されるまで今の状態が続く。 |
| | | 通信業（職員） | ・前年と比較すると受注量が減少しており、年度内の回復は厳しい。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・先々の仕事の見通しははっきりしてきたものの、受注しても、受注単価の低下傾向は続き、利益計上まで見込める状況ではない。 |
| | | 金融業（調査担当） | ・長引く円高や資源高による生産面で懸念材料がある。ただ、県内に目を向けると、新しい商業施設のオープンによる消費の増加に期待される面もあることから、県内の景気は変わらない。 |
| | | 新聞社（広告）（担当者） | ・年末から正月にかけて広告出稿のニーズを掘り起こしたいが、九州新幹線の開業があった前年に比べると大きなトピックスがない。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・9月の新聞折込枚数は前年比100%であったが、前年の折込枚数が通常の15%減となっているので、厳しい状況である。今後についても折込出稿量が増える話がないで、今後悪いままで推移する。 |
| | | 経営コンサルタント | ・今後コンサルティング関係の受注量が増えるとは思えない。今のような状態が続く。 |
| | | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・円高の影響が、田舎の当地でも出てきつつある。観光等も含め、現在の状況だとかなり厳しい局面に立たされる可能性もある。 |
| | | 経営コンサルタント（代表取締役） | ・自社の受注量や取引先から聞いた現在の業況から判断して、向こう2～3か月で大きく変化する材料が見当たらない。 |
| | | その他サービス業〔物産リース〕（役員） | ・取引先の景気回復に対する懸念は根強く、設備投資等も様子見、再検討等前向きな動きが当面はみられない。現状の足踏み状態が続く。 |
| | やや悪くなる | 一般機械器具製造業（経営者） | ・新規設備投資による引き合い量の減少がみられる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・円高の影響で、半導体の動きがよく分からない。この状態が続けば悪くなっていく。新しい仕事を入れていかないと、乗り切るのは非常に厳しい。 |
| | | 精密機械器具製造業（従業員） | ・2、3か月前に比べると、受注生産計画が減少している。 |
| | | 建設業（従業員） | ・案件が少なく競合相手が多数であり、受注しても採算が合わず、とても厳しい現状である。公共工事も入札制度により受注が困難である。入札制度を改善しないとなかなか景気は良くならない。 |
| | | 建設業（社員） | ・県の上半期の発注は、ほぼ予定通りの発注である。第3四半期の発注が予定通りであれば極端に少なくなる発注予定である。市役所も上半期で70%の目標であるが、第1四半期の発注が予定通りに発注されなかったようで、10月以降もある程度発注されるが、まだ心配がある。 |
| | | 金融業（営業職渉外係） | ・円高、株安などが続き、企業業績が悪化し、家計の消費も低迷する。 |
| | | 金融業（得意先担当） | ・足元では回復傾向にあるとみている。しかしながら、これまでの景気悪化に加えて、東日本大震災の影響等によって、中小企業の資金繰りは非常に厳しい状況が続いている。現在、金融機関では金融円滑化法等で元金の返済猶予の一部条件変更を実施しているが、依然として予断を許さない状況が今後しばらく続く。 |
| | 悪くなる | 金属製品製造業（企画担当） | ・急激な円高や欧米の経済減速懸念による大幅な株安、増税論議等、景気悪化要因が多い。 |
| | | 経営コンサルタント（社員） | ・酒業界で買収案件は10件ほどあり厳しい状況である。 |
| | | その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役） | ・建設関係等の予算が東日本大震災の復興資金に充てられ、九州の建設関係の予算は更に切り詰められる。予算が低く、さらにその上で競争入札されるため、今後も利益の少ない、若しくは利益割れの状況が続く。 |
| 雇用関連 | 良くなる やや良くなる | 人材派遣会社（社員） | ・人の需要は増えてはいるので、全体では活性化している。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・当地では9月にも大型商業施設がオープンし、年間を通して商業面積の拡大がなされている。雇用の拡大とともに周辺地域からの人の流入が考えられる。地域的にはかなり活性化が進んでいる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・消費マインドはなかなか上向かないが、企業からの求人は引き続き伸びる。 |

| | | |
|--------|----------------|--|
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・ 8月後半から求人数が大幅に増加傾向にある。東日本大震災の影響も一段落して、企業側も採用意欲が出てきている。特にエネルギー、環境関連業界での営業職の求人が目立つ。 |
| | 民間職業紹介機関（社員） | ・ 年末の営業、販売や単発案件がすでに発生している。例年より若干早い動きとなっている。ただし、首相交代に伴い労働者派遣法改正の動きについて問い合わせもあり、様子見の企業もある。 |
| 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・ 今きている注文数と同じ位の注文しかきていないので、良くならない。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・ 労働者派遣法の動向が不透明なため、派遣を控える動きはまだ続く。 |
| | 職業安定所（所長） | ・ 新規求人が依然と増加傾向にあり、頭打ちの予想もされた。しかし、9月に入っても依然として伸びたことから、今後は当分の間安定した動きとなる。 |
| | 職業安定所（職員） | ・ 個人消費の低迷により、小売業やサービス業において、新規求人数の減少傾向がみられる。一過性のものか今後注視したい。 |
| | 職業安定所（職員） | ・ 新規求人数は13か月連続で前年比増で推移しており、現在のところ改善傾向と判断しているが、円高等不安要素もある。また、事業所閉鎖等を行う企業も多少目につくようになってきた。このため先行き不透明な状況であり、変わらない。 |
| | 職業安定所（職員） | ・ 例年7、8月の夏場の求人数は落ち込み、9月以降年末にかけて増加する傾向がある。加えて、円高の懸念は少し残るものの依然として採用意欲が高い。当面は現行通り堅調な動きを示す。 |
| | 職業安定所（職員） | ・ 円高の状況が続いており、就職の状況が好転しない等、しばらくは景気、雇用の改善はみられない。 |
| | 民間職業紹介機関（支店長） | ・ 東日本大震災の影響による契約終了や延長等人材需要の低下は止まったが、新規の発注、増員の発注は依然として少ない。需要の減少は止まったが、上向きにはならない。 |
| | 学校〔大学〕（就職支援業務） | ・ 現状の就職環境は、しばらく継続する。 |
| | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・ 求人は、依然として必要に迫られてからの発生で、上向きに転じる人的投資に乏しい。 |
| やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・ 下半期の見通しが良い企業が少ない。 |
| 悪くなる | | |