

景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

平成13年2月調査結果

平成13年3月13日

内閣府政策統括官
(経済財政・景気判断・政策分析担当)

目 次

調査の概要
利用上の注意
D Iの算出方法

調査結果	1
. 全国の動向	2
1 . 景気の現状判断D I	2
2 . 景気の先行き判断D I	2
. 各地域の動向	4
1 . 景気の現状判断D I	4
2 . 景気の先行き判断D I	6
. 景気判断理由の要約	8
(参考) 景気の現状水準判断D I	20
景気判断理由集	21
. 景気の現状に対する判断理由	22
. 景気の先行きに対する判断理由	48

調査の概要

1. 調査の目的

地域の景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々の協力を得て、地域ごとの景気動向を的確かつ迅速に把握し、景気動向判断の基礎資料とすることを目的とする。

2. 調査の範囲

(1) 対象地域

北海道、東北、北関東、南関東、東海、北陸、近畿、中国、四国、九州、沖縄の11地域を対象とする。各地域に含まれる都道府県は以下のとおりである。(なお、平成12年1月調査の対象地域は、北海道、東北、東海、近畿、九州の5地域、平成12年2月調査から9月調査までの対象地域は、これら5地域に関東を加えた6地域である。)

地域	都道府県	
北海道	北海道	
東北	青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島、新潟	
関東	北関東	茨城、栃木、群馬、山梨、長野
	南関東	埼玉、千葉、東京、神奈川
東海	静岡、岐阜、愛知、三重	
北陸	富山、石川、福井	
近畿	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山	
中国	鳥取、島根、岡山、広島、山口	
四国	徳島、香川、愛媛、高知	
九州	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島	
沖縄	沖縄	
全国	上記の計	

(2) 調査客体

家計動向、企業動向、雇用等、代表的な経済活動項目の動向を敏感に反映する現象を観察できる業種の適当な職種の中から選定した1,500人を調査客体とする。調査客体の地域別、分野別の構成については、別紙を参照のこと。

3. 調査事項

- (1) 景気の現状に対する判断(方向性)
- (2) (1)の理由
- (3) 景気の先行きに対する判断(方向性)
- (4) (3)の理由
- (参考) 景気の現状に対する判断(水準)

4. 調査期日及び期間

調査は毎月、当月時点であり、調査期間は毎月25日から月末である。

5. 調査機関及び系統

内閣府が主管し、各調査対象地域に地域ごとの調査を実施する「地域別調査機関」を1か所ずつ設けるとともに、各地域別調査機関による地域ごとの調査結果を集計・分析する「取りまとめ調査機関」を1か所設け、これらの機関に本調査業務を委託して実施したものである。

(取りまとめ調査機関)		財団法人	日本経済研究所
(地域別調査機関)	北海道	株式会社	北海道二十一世紀総合研究所
	東北	財団法人	東北開発研究センター
	北関東	財団法人	日本経済研究所
	南関東	財団法人	日本経済研究所
	東海	株式会社	東海総合研究所
	北陸	財団法人	北陸経済研究所
	近畿	株式会社	大和銀総合研究所
	中国	社団法人	中国地方総合研究センター
	四国	四国経済連合会	
	九州	財団法人	九州経済調査協会
	沖縄	財団法人	九州経済調査協会

6. 有効回答率

地域	調査客体	有効 回答客体	有効 回答率	地域	調査客体	有効 回答客体	有効 回答率
北海道	125人	116人	92.8%	近畿	200人	185人	92.5%
東北	200人	179人	89.5%	中国	100人	100人	100.0%
北関東	80人	73人	91.3%	四国	100人	92人	92.0%
南関東	170人	159人	93.5%	九州	200人	173人	86.5%
東海	200人	176人	88.0%	沖縄	25人	22人	88.0%
北陸	100人	95人	95.0%	全国	1,500人	1,370人	91.3%

利用上の注意

1. 分野別の表記における「家計動向関連」、「企業動向関連」、「雇用関連」は、各々家計動向関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断、企業動向関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断、雇用関連業種の景気ウォッチャーによる景気判断を示す。
2. 表示単位未満の端数は四捨五入した。したがって、計と内訳は一致しない場合がある。
3. 沖縄地域のDIは、調査客体数が少ないことから、当面の間、参考扱いとする。

DIの算出方法

景気の現状、または、景気の先行きに対する5段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じて、DIを算出している。

評価	良くなっている (良い)	やや良くなっている (やや良い)	変わらない (どちらとも いえない)	やや悪くなっている (やや悪い)	悪くなっている (悪い)
点数	+ 1	+ 0 . 7 5	+ 0 . 5	+ 0 . 2 5	0

調 査 結 果

- ．全国の動向
 - 1．景気の現状判断D I
 - 2．景気の先行き判断D I
- ．各地域の動向
 - 1．景気の現状判断D I
 - 2．景気の先行き判断D I
- ．景気判断理由の要約
- (参考) 景気の現状水準判断D I

．全国の動向

1．景気の現状判断D I

3か月前と比較しての景気の現状に対する判断は、以下のとおりであった。

図表1 景気の現状判断D I
(D I)

	年	2000				2001	
	月	9	10	11	12	1	2
合計		47.8	46.5	45.3	44.4	41.5	39.6
家計動向関連		44.7	42.9	42.6	43.7	41.0	39.9
小売関連		43.6	41.8	41.1	40.9	40.5	40.3
飲食関連		39.2	36.5	40.8	48.6	42.1	35.9
サービス関連		47.9	47.9	46.9	48.4	41.7	39.9
住宅関連			42.0	42.4	45.1	41.9	41.3
企業動向関連		53.5	51.3	49.0	44.6	39.5	37.4
製造業			51.9	48.6	44.8	36.6	34.9
非製造業			51.0	48.8	44.3	41.3	38.7
雇用関連		59.4	60.5	56.4	48.6	48.6	42.0

図表2 構成比

年	月	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている	D I
2000	12	1.6%	16.9%	45.7%	29.0%	6.8%	44.4
2001	1	1.1%	13.8%	44.5%	31.2%	9.4%	41.5
	2	1.2%	12.4%	40.0%	36.6%	9.9%	39.6

2．景気の先行き判断D I

2～3か月前の景気の先行きに対する判断は、以下のとおりであった。

図表3 景気の先行き判断D I
(D I)

	年	2000				2001	
	月	9	10	11	12	1	2
合計		52.6	48.9	47.2	44.3	46.7	45.3
家計動向関連		50.0	47.2	46.4	44.1	47.2	46.6
小売関連		46.8	45.6	45.5	43.3	46.6	45.7
飲食関連		49.1	49.4	48.1	39.2	48.4	47.8
サービス関連		55.5	50.5	48.7	46.2	48.4	49.2
住宅関連			46.2	44.2	48.5	46.0	43.1
企業動向関連		56.7	50.9	47.3	43.8	44.7	42.2
製造業			50.2	44.4	42.8	43.8	39.7
非製造業			51.4	49.7	44.8	45.6	43.4
雇用関連		64.1	56.7	53.0	47.4	47.4	42.6

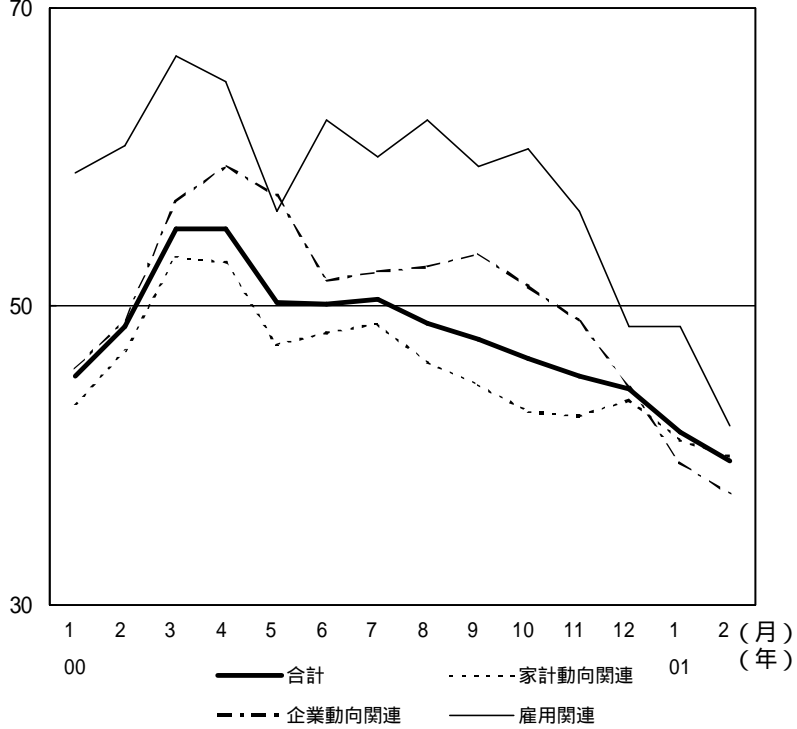
図表4 構成比

年	月	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている	D I
2000	12	0.8%	14.8%	52.0%	25.7%	6.6%	44.3
2001	1	1.1%	18.2%	52.3%	22.9%	5.5%	46.7
	2	0.7%	17.6%	49.6%	26.4%	5.8%	45.3

(備考) 10月以降は全国1,500人を調査対象とし、9月以前は6地域600人を対象とする。

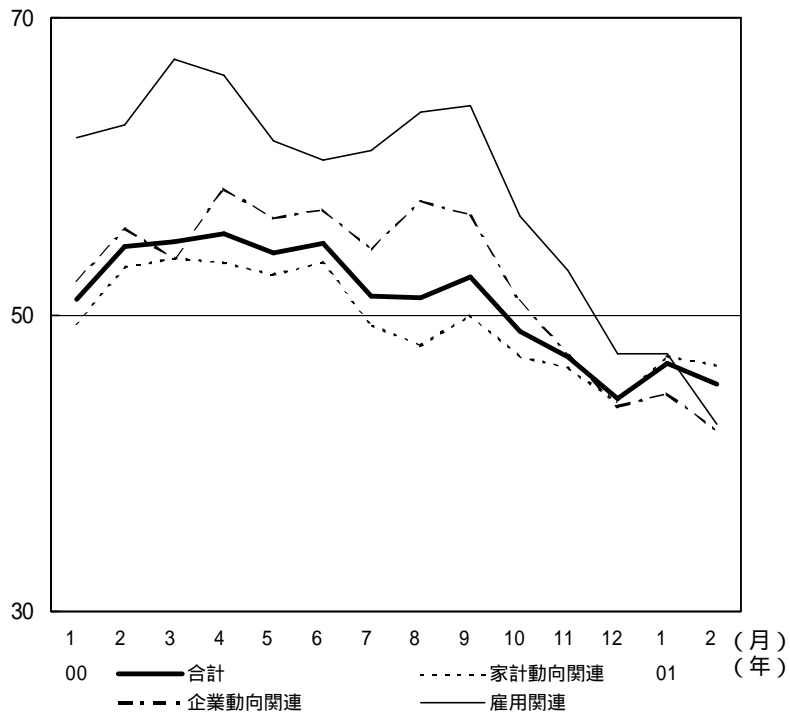
(D I)

図表5 景気の現状判断D I



(D I)

図表6 景気の先行き判断D I



．各地域の動向

1．景気の現状判断D I

図表7 景気の現状判断D I（各分野計）

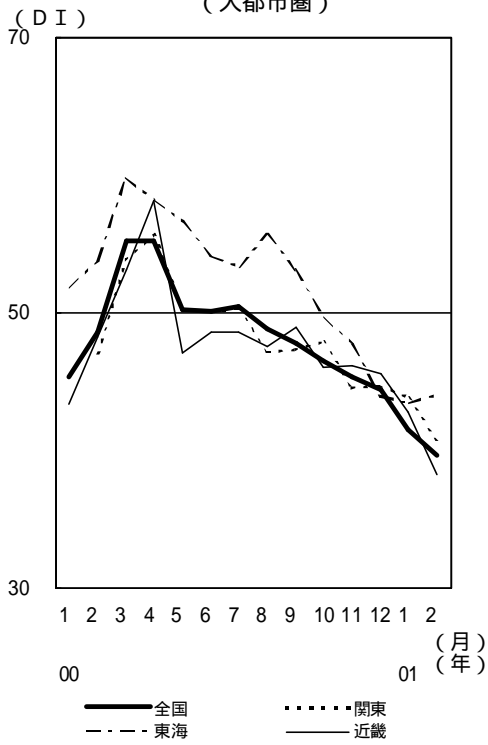
(D I)	年 月	2000				2001	
		9	10	11	12	1	2
全国		47.8	46.5	45.3	44.4	41.5	39.6
北海道		46.2	46.1	48.3	48.5	41.9	39.4
東北		48.2	47.8	43.3	41.8	36.9	34.8
関東		47.3	47.9	44.5	44.7	43.8	40.7
北関東			47.6	47.0	43.3	43.2	39.7
南関東			48.1	43.3	45.3	44.1	41.2
東海		53.1	49.7	47.7	43.9	43.4	44.0
北陸			43.0	44.2	45.9	41.8	36.8
近畿		48.9	46.0	46.1	45.6	42.8	38.2
中国			46.0	46.3	42.5	42.5	43.3
四国			39.9	43.4	40.8	38.0	39.4
九州		43.1	46.4	43.7	45.2	40.9	40.2
沖縄			45.8	50.0	44.0	38.1	36.4

図表8 景気の現状判断D I（家計動向関連）

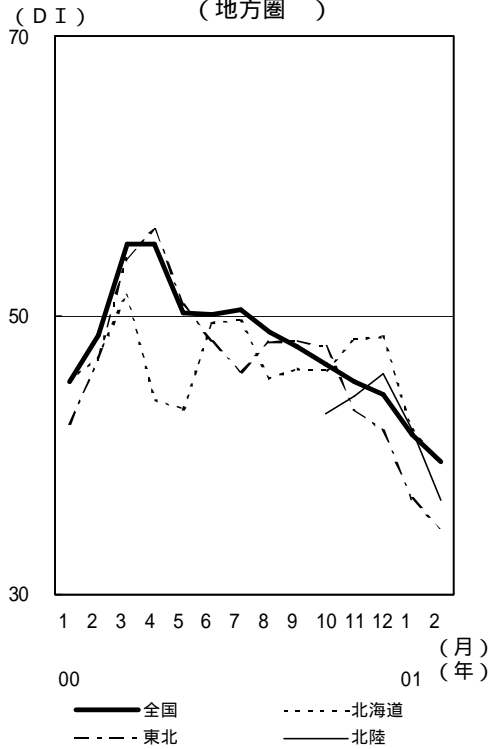
(D I)	年 月	2000				2001	
		9	10	11	12	1	2
全国		44.7	42.9	42.6	43.7	41.0	39.9
北海道		42.5	42.6	45.5	48.5	42.9	39.4
東北		45.1	44.9	40.6	41.0	35.0	34.2
関東		42.7	43.6	41.5	43.8	44.2	41.5
北関東			44.2	43.6	42.5	43.1	37.3
南関東			43.2	40.3	44.4	44.8	43.4
東海		48.9	47.1	45.3	43.8	42.0	44.7
北陸			37.7	41.7	46.3	44.0	38.3
近畿		45.9	41.4	42.1	43.6	41.5	38.1
中国			41.4	44.6	42.1	43.2	46.1
四国			37.3	43.2	40.5	36.7	38.9
九州		43.2	43.9	40.3	44.3	40.4	39.5
沖縄			43.8	50.0	41.7	35.0	35.0

（備考）10月以降は全国1,500人を調査対象とし、9月以前は6地域600人を対象とする。

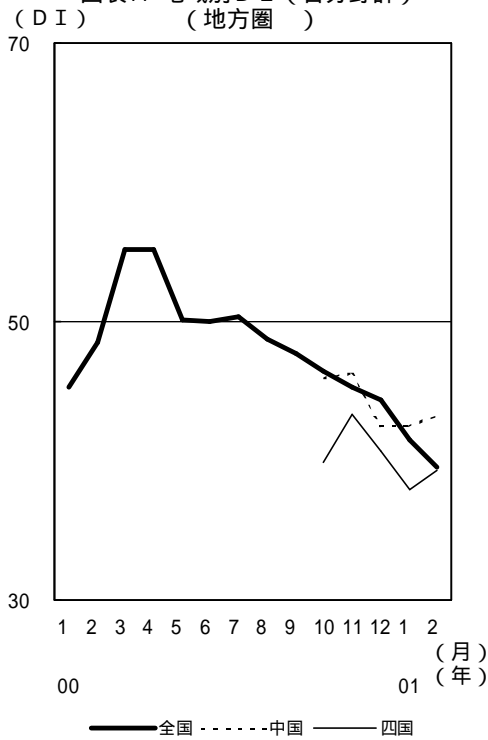
図表9 地域別D I (各分野計)
(大都市圏)



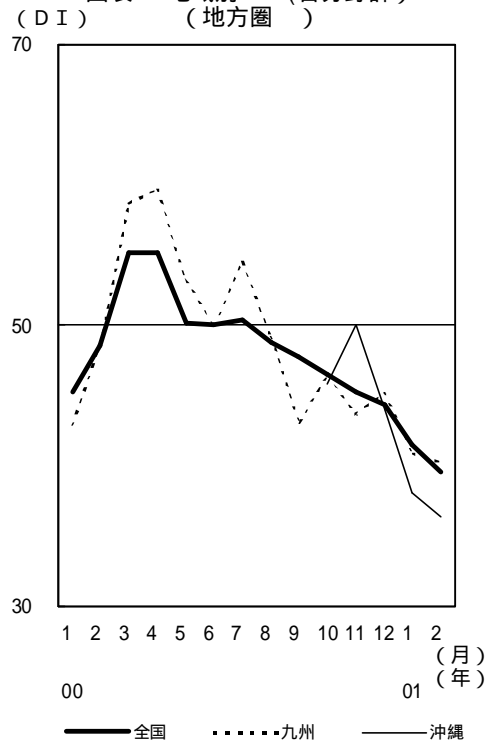
図表10 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



図表11 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



図表12 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



2. 景気の先行き判断D I

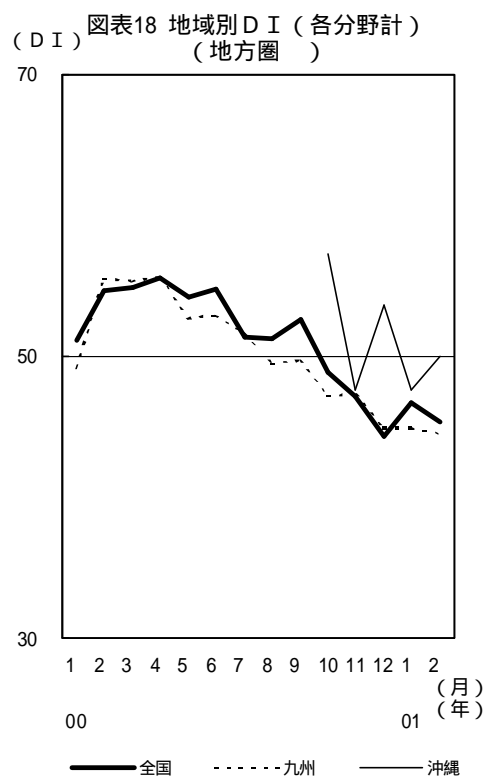
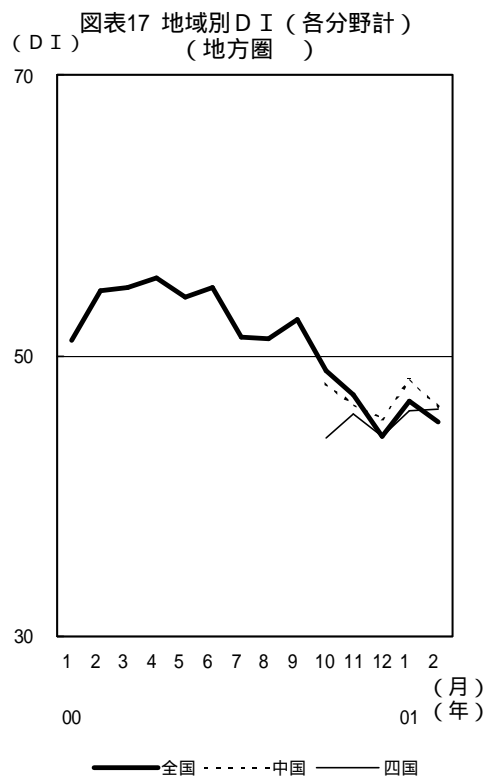
図表 13 景気の先行き判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2000 9	10	11	12	2001 1	2
全国		52.6	48.9	47.2	44.3	46.7	45.3
北海道		49.0	44.1	46.5	42.9	47.1	47.2
東北		52.9	51.4	46.6	42.4	44.9	44.0
関東		54.6	50.3	47.8	44.0	48.5	44.4
北関東			48.6	47.0	43.0	50.3	46.2
南関東			51.1	48.2	44.5	47.5	43.6
東海		56.3	52.5	49.9	43.7	46.6	47.3
北陸			47.3	44.4	45.4	46.7	39.7
近畿		53.3	49.2	47.6	45.5	47.1	46.4
中国			48.0	46.5	45.5	48.3	46.3
四国			44.1	45.8	44.3	46.1	46.2
九州		49.7	47.2	47.3	44.9	44.9	44.5
沖縄			57.3	47.6	53.6	47.6	50.0

図表 14 景気の先行き判断D I（家計動向関連）

(D I)	年 月	2000 9	10	11	12	2001 1	2
全国		50.0	47.2	46.4	44.1	47.2	46.6
北海道		45.4	41.8	46.7	43.6	47.3	46.3
東北		49.6	51.0	45.6	43.4	45.3	45.9
関東		50.8	49.1	46.9	42.7	49.0	45.3
北関東			48.6	46.8	43.4	51.0	46.1
南関東			49.3	46.9	42.4	48.1	45.0
東海		52.1	51.0	48.6	43.1	48.1	49.8
北陸			44.2	43.1	44.9	50.0	42.4
近畿		52.0	46.7	47.4	45.8	47.6	47.8
中国			45.7	46.4	46.4	50.0	48.6
四国			42.2	45.1	45.2	45.5	46.4
九州		50.4	45.4	45.8	42.9	42.6	45.5
沖縄			56.3	43.3	50.0	48.3	48.3

（備考）10月以降は全国1,500人を調査対象とし、9月以前は6地域600人を対象とする。



・景気判断理由の要約

全国

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客単価が低迷している(百貨店、スーパー、コンビニ等)。 ・客の購入態度が慎重である(百貨店、スーパー、衣料品専門店等)。
				・客単価が下落している(スーパー、コンビニ、衣料品専門店等)。
				・来客数が増加している(スーパー、一般レストラン、住宅販売会社等)。
		企業 動向 関連		・受注が減少している(金属製品製造業、一般機械器具製造業、精密機械器具製造業等)。 ・価格が低下している(金属製品製造業、一般機械器具製造業、建設業等)。
				・価格が低迷している(金属製品製造業、電気機械器具製造業、輸送用機械器具製造業)。
				・受注状況が厳しい(建設業)。
	雇用 関連		・業種により求人動向に偏りがみられる(職業安定所、学校[専修学校])。 ・求人が欠員の補充にとどまっている(求人情報誌製作会社、職業安定所)。	
			・求人が頭打ち、または、減少している(人材派遣会社、求人情報誌製作会社、職業安定所等)。	
		特徴		：新型車の販売が好調である(近畿、九州=乗用車販売店) ：野菜の価格が高騰して一時的に単価が上昇している(北海道、東北=スーパー)。 ：家電リサイクル法対象4品目の売行きは良いが、パソコン等の商品の売行きが芳しくない(南関東、四国=家電量販店)。 ：アメリカ自動車業界の生産調整等の影響を受け、取引先で雇用調整が起きている(東北=一般機械器具製造業)。 ：アメリカ経済の減退の影響で、顧客の電子部品メーカーの業績が下降している(中国=窯業・土石製品製造業)。
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連	
				・客の買い控えが続いている(商店街、百貨店、スーパー等)。
				・来客数が増加している(百貨店、スナック、ゴルフ場等)。
企業 動向 関連				・価格の低迷が続いている(農林水産業、食料品製造業、不動産業等)。 ・設備投資が停滞している(建設業、その他サービス業[建設機械リース]、その他サービス業[情報サービス])。
				・受注が減少している(繊維工業、輸送用機械器具製造業、経営コンサルタント等)。
				・新年度の工事に期待できる(窯業・土石製品製造業、建設業)。
雇用 関連			・求人はあるが、短期の雇用が多く長期は少ない(人材派遣会社、新聞社[求人広告]、職業安定所)。 ・企業の採用意欲が弱い(職業安定所、学校[大学])。	
			・求人と求職にミスマッチが生じている(職業安定所、民間職業紹介機関)。	
		特徴		：ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのオープンを控え、具体的な予約がまとまって入っている(近畿=都市型ホテル)。 ：4月からのグリーン税制をきっかけとした自動車購入に期待が持てる(東海、近畿=乗用車販売店)。 ：半導体等のIT関連は、アメリカの景気に左右される状況が続く(中国=電気機械器具製造業)。 ：家電リサイクル法に関連した前倒し需要の反動が懸念される(九州=家電量販店)。

(備考)

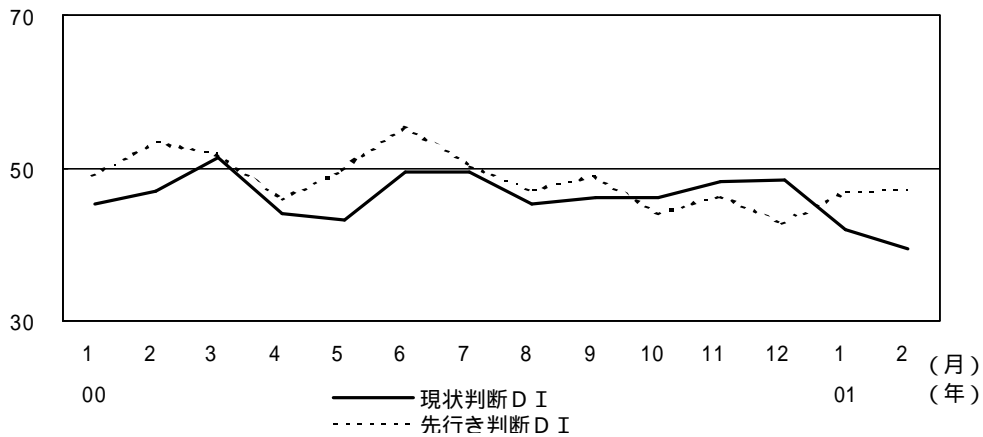
1. 「多数回答」欄は、3分野(「家計動向関連」、「企業動向関連」、「雇用関連」)それぞれについて、5つの回答区分(「良」、「やや良」、「不変」、「やや悪」、「悪」)の中で回答者数が多かった上位3区分(雇用動向関連は上位2区分)を上から順に掲載している。掲載されている各コメントは、それら上位回答区分の中における代表的な回答である。
2. 「特徴」欄は、「多数回答」欄に掲載されたもの以外で特徴と考えられるものを掲載している。

1. 北海道

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・ 来客数が減少している（商店街、衣料品専門店、乗用車販売店等）。
				・ 客単価が低下している（スーパー、コンビニ、住関連専門店）。
				・ 客単価が変わらない（スーパー、家電量販店）。
		・ 来客数が増加している（百貨店、コンビニ、住関連専門店等）。		
多 数 回 答	企業 動向 関連		・ 荷動きが悪い（食料品製造業、輸送業）。	
			・ 売上が減少している（食料品製造業）。	
			・ 融資が伸びていない（金融業）。	
多 数 回 答	雇用 関連		・ 設備投資に関する決済が下りている（通信業）。	
			・ 地元企業からの求人がない（新聞社 [求人広告]）。	
			・ 雇用保険の受給者が増加している（職業安定所）。	
特 徴	特 徴		・ 求人広告の受注の伸び率が鈍化している（求人情報誌製作会社）。	
			： 旅行需要の伸びが著しく、個人団体が法人を上回っている（旅行代理店）。	
			： 雪まつりや寒さの影響で利用客が増加している（タクシー運転手）。	
		： 野菜の価格が高騰して客単価が上昇しているが、加工食品や日用雑貨の客単価には変化がない（スーパー）。		
		： 昼は天候に左右されないが、夜は豪雪、低温により客足が遠のき、売上が大幅に減少している（高級レストラン）。		
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・ 来客数が増加していない（商店街、衣料品専門店、高級レストラン）。
				・ 客単価が上昇していない（商店街、高級レストラン）。
				・ 客単価の低下が続いている（スーパー、住関連専門店、観光型ホテル）。
		・ 来客数が増加する（一般小売店 [土産]、スナック）。		
多 数 回 答	企業 動向 関連		・ 各業種に閉塞感が強まっている（金融業）。	
			・ 設備投資の意欲がない（その他サービス業 [建設機械リース]）。	
			・ 春の需要が期待できる（食料品製造業、通信業）。	
多 数 回 答	雇用 関連		・ 信用不安が増加している（輸送業、司法書士）。	
			・ 正社員の求人が伸びていない（求人情報誌製作会社）。	
			・ 求職者の数が多い（職業安定所）。	
特 徴	特 徴		・ 求人広告件数が増加する要素がない（求人情報誌製作会社）。	
			： 前年はこの時期有珠山噴火のため、函館は観光客に大きな影響が出たが今は回復しており、今後に期待している（百貨店）。	
			： IT関連企業は春に向けて新たなサービスや業態が増加している（通信業）。	
		： リサイクル法、入園入学、就職に関する需要が若干期待できるが、低価格傾向が続き、売上増加は期待できない（スーパー）。		
		： 金融引締めが相変わらず続き、その影響で企業倒産のうわさが上がり、業者間にも動揺がまだ鎮まっていない（司法書士）。		

(D I) 図表19 現状・先行き判断D Iの推移

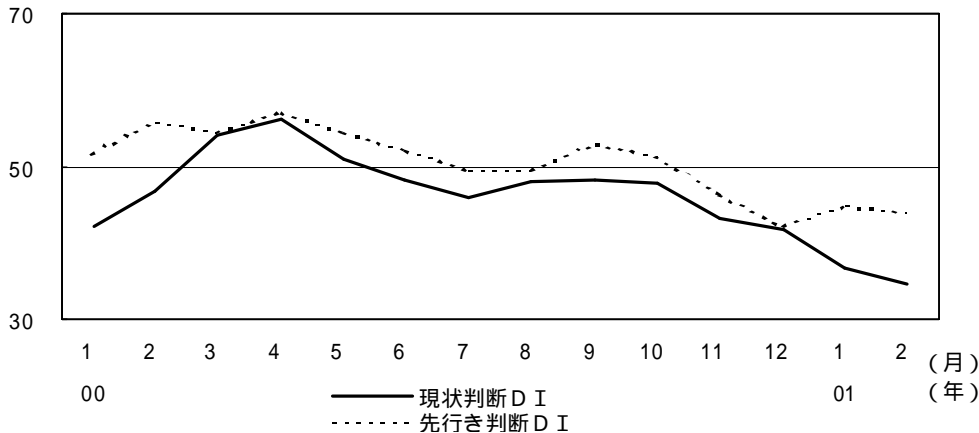


2. 東北

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・売上が前年並みである(スーパー、乗用車販売店、旅行代理店等)。 ・客単価が低迷している(百貨店、高級レストラン等)。
				・売上が減少している(スナック、その他飲食[和食]、タクシー運転手等)。
				・チラシなどの宣伝効果が出ない(住宅販売会社)。
		企業 動向 関連		・出荷先の状況が厳しい(食料品製造業)。 ・大口の受注が減少している(コピーサービス業)。
				・豪雪特需があると思っていたが、その傾向がみられない(建設業)。
				・工場の稼働率が低下している(電気機械器具製造業)。
	雇用 関連		・事業主都合の離職者が大幅に増加している(職業安定所)。 ・電気機械製造関係、サービス関連における求人が頭打ちになっている(職業安定所)。	
			・有効求人倍率が変わらない(職業安定所)。	
	特 徴	: 売上、来客数とも前年より良くなっているが、野菜の相場高によるもので、一時的なものである(スーパー)。 : お年寄りの年金から介護保険の差引きが今になって響いてきており、低価格志向が根強く続いている。(その他専門店[酒類]) : アメリカの景気減退の影響を受け、特に自動車業界の生産調整やレイオフの実施状況が日本に大きな影響を与え、実際に取引先で雇用調整が起きている(一般機械製造業)。 : 個人向け住宅ローンの融資基準が厳しくなっている(住宅販売会社)。		
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連	
				・競争激化により利益確保が厳しくなる(スーパー、その他専門店[ガソリンスタンド]等)。
				・住宅減税が効果を出し始める(住宅販売会社)。
企業 動向 関連				・価格上昇は見込めない(農林水産業)。 ・運賃の値下げにより貨物量の低迷は落ち着く(運送業)。
				・受注、生産とも低調である(繊維工業)。
				・新機種が発売されるので景気は良くなる(電気機械器具製造業)。
雇用 関連			・求人数の伸びが期待できない(人材派遣会社、職業安定所)。 ・IT関連企業からの人材派遣が緩んでいる(人材派遣会社)。	
			・企業の合理化、リストラが進んでいる(人材派遣会社)。	
特 徴		: 1月26日に青森市中心部の商店街に再開発ビルが開業し、この吹雪の中でも集客ができています。核となる施設ができたことによる相乗効果が期待できる(衣料品専門店)。 : 販売方法により来客数は増加するが、客単価を上昇させることが困難である(スーパー)。 : 銀行の住宅融資に対する前向きな姿勢が見られない限り、このままである(住宅販売会社)。 : 好、不調の業種に変化はないが、求人进行引していた電気機械関係、特に半導体関係で生産減が目立つ(職業安定所)。		

(D I) 図表20 現状・先行き判断D Iの推移

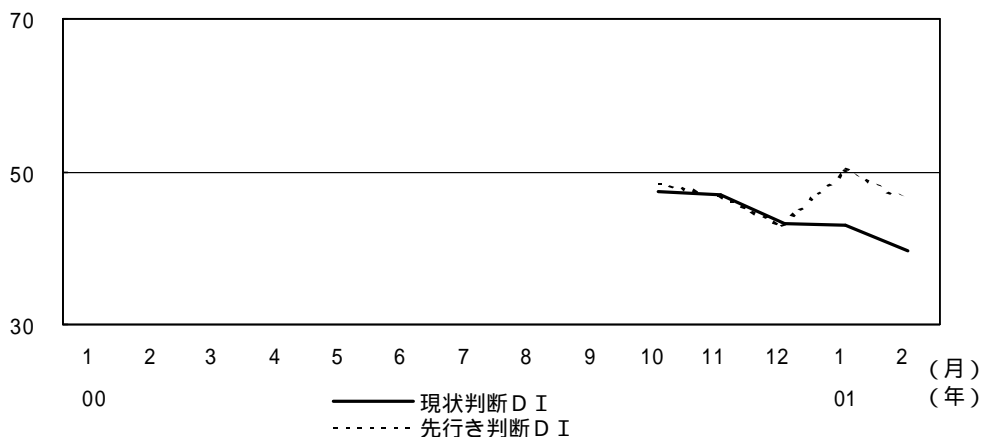


3. 北関東

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・売上が少ない(商店街、衣料品専門店、競輪場等)。 ・今年は在庫が多い(衣料品専門店)。
				・来客数、客単価が変わらない(一般レストラン)。
				・前年の売上をクリアする日が多くなった(百貨店)。
		企業 動向 関連		・新規受注品は良いが、従来品が減少傾向にある(一般機械器具製造業)。 ・折込チラシの出稿量がやや鈍っている(新聞販売店[広告])。
				・量に比例した収入増加は見込めない(輸送業)。
				・教育資金や車の購入など多少消費に回っている(金融業)。
	雇用 関連		・新規、有効求人数ともわずかに減少している(職業安定所)。 ・学生数名が、企業の採用レベルと合わず不採用となっている(学校[専修学校])。	
			・求人が増加している(人材派遣会社)。	
		特徴		：1月半ばから、断るほど仕事がきている(輸送用機械器具製造業)。 ：バレンタインには高級輸入チョコが人気で、売上が2ケタ増加した(百貨店)。 ：通常は催事があれば売上は上がるが、催事に対する客の反応が悪くなり、厳しい状態が続いている(コンビニ)。 ：事業主の交流会でも、皆、売上が連日落ちていくと言っており、景気の良い話は一言も出ない(高級レストラン)。 ：在庫調整が終わらず、新規受注が入ってこない(電気機械器具製造業)。
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連	
				・入学、入社シーズンに期待が持てる(乗用車販売店、通信会社)。
				・買い控えや節約傾向が強い(商店街、百貨店、旅行代理店)。
企業 動向 関連				・求人広告の出稿が増加している(広告代理店)。 ・公共事業の補正予算に期待している(建設業)。
				・業種によって仕事量のばらつきがある(電気機械器具製造業)。
				・コストダウンと受注減が響いている(輸送用機械器具製造業)。
雇用 関連			・紹介就職者数が減少している(職業安定所)。 ・求人の問い合わせはあるが、欠員補充程度である(学校[短期大学])。	
			・求人数が減少している(職業安定所、学校[専修学校])。	
		特徴		：入学、入社シーズンを迎えることと、新機種の発売により、携帯電話の需要は期待できる(通信会社)。 ：若者向けの新型車が販売され、一時的に来店客が増加しているが、契約には至らない(乗用車販売店)。 ：人気商品はいくつもあり、客は商品を手にとって欲しがるものの購入には至らない。金銭的余裕がないからである(商店街)。

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの推移

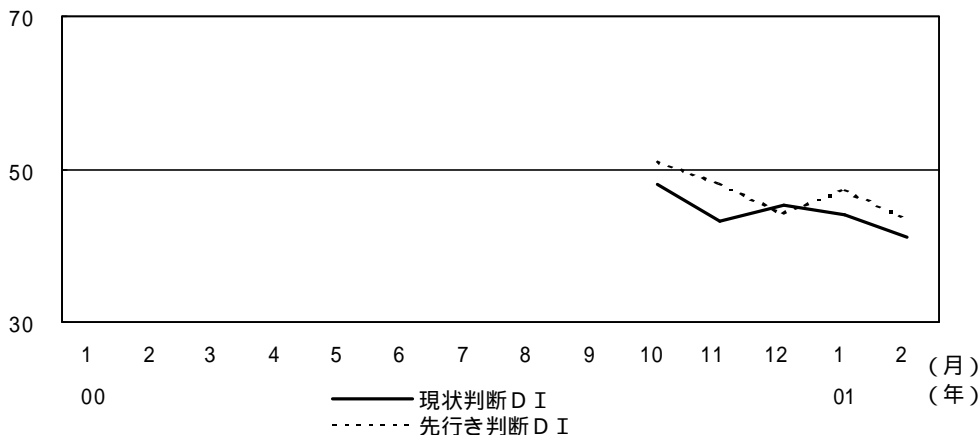


4. 南関東

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由	
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・春物商品の動きが悪い(百貨店、スーパー)。 ・必要なもの以外は購入しない(百貨店、スーパー)。	
				・来客数、客単価などが減少している(百貨店、コンビニ、衣料品専門店等)。	
				・来客数が増加した(一般小売店〔鞆・袋物〕、衣料品専門店、一般レストラン等)。	
		企業 動向 関連		・売上は期待したより少ない(電気機械器具製造業)。 ・大型ビルのオフィスマーケットに変化はない(不動産業)。	
				・設備投資に対する投資意欲が低下している(金融業)。	
				・性能よりも価格の安い商品ばかりが売れる(電気機械器具製造業)。	
	雇用 関連		・求人数が増加し続けている(人材派遣会社)。 ・一部の業種で求人は多いが、景気が良くなったためではない(学校〔専修学校〕)。 ・求人への依頼が鈍化、横ばい状態である(人材派遣会社、職業安定所)。		
		特 徴	: テレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコンなどは非常に売れているが、パソコンなど情報関連商品の売上が芳しくない(家電量販店)。 : 平均単価は上昇しにくくなっており、一般の商品では売れ筋がなくなってきた(家電量販店)。 : 客の来店比率がかなり低下している。買上単価は低く、高額商品はほとんど売れない(商店街)。		
		先 行 き	家計 動向 関連		・来客数、売上ともに伸びが見込めない(百貨店、衣料品専門店)。 ・現状維持で精一杯(タクシー運転手、その他レジャー施設〔アミューズメント〕)。 ・財布のひもが固く、衝動買いをしない(商店街、百貨店)。 ・高額商品が多少動いてきた(百貨店、衣料品専門店)。
	企業 動向 関連				・企業の資金繰りは依然厳しい(金融業)。 ・設備投資の金額が減少してきている(その他サービス業〔情報サービス〕)。 ・仕事がなくなったり、予算が少なくなったりしている(広告代理店)。 ・4月以降は客の出荷計画が出ていない(輸送業)。
雇用 関連					・IT関連産業からの求人への力強さが弱い(職業安定所、学校〔専修学校〕)。 ・採用決定までの期間が伸びている(民間職業紹介機関)。 ・派遣の仕事を探して登録をする人が増えている(人材派遣会社)。
			特 徴	: 客は2月初旬からウールのコートに見向きもせず、安いセーター、トレーナーを購入している(衣料品専門店)。 : 周辺地域では製造業に従事する人が多いが、残業がなくなるなど、売上はやや悪くなっている(美容室)。 : 4月以降は、4品目(エアコン、テレビ、冷蔵庫、洗濯機)の落ち込みが激しくなる(家電量販店)。	

(D I) 図表22 現状・先行き判断D Iの推移

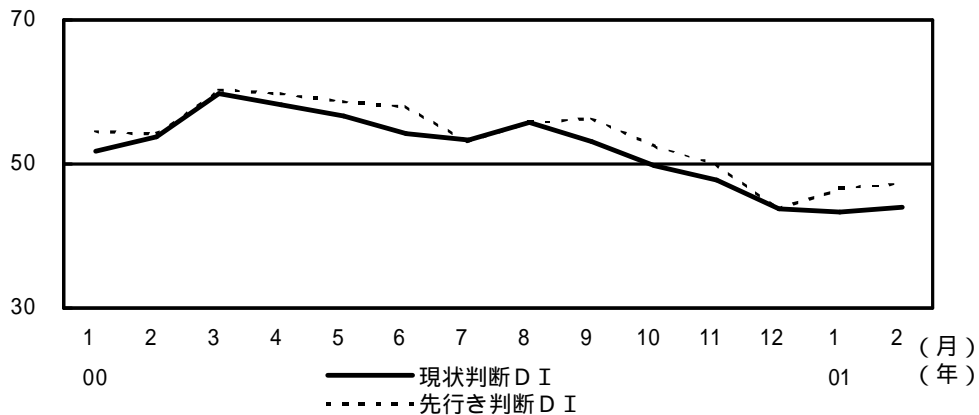


5. 東海

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客単価が低迷している（商店街、コンビニ、スナック等）。
				・客の購買態度が厳しい（百貨店、スーパー、衣料品専門店）。
				・来客数が減少している（一般小売店〔生花〕、衣料品専門店、スナック等）。
	企業 動向 関連		・売上が変わらない（化学工業、建設業、輸送業）。	
		・企業は経費節約などを行い、前向きではないが、悪い中で安定している（税理士）。		
雇用 関連		・受注工事が非常に小型化している（建設業）。		
		・マンションの在庫が明らかに増加している（不動産業）。		
特 徴			・設計などの専門技術系は客からの料金値下げの要請がある（人材派遣会社）。	
			・商店街の衰退による店舗閉鎖や地場産業、鉄工業の廃業などが、雇用保険受給者の中で目に付く（職業安定所）。	
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連	・求人広告の申込が減速傾向にある（新聞社〔求人広告〕）。	
				：輸入ブランドや宝飾品等の高額商品が好調に推移している（百貨店）。
				：家電リサイクル法関連の4商品の売行きは良くなっている反面、その他の商品の売行きは良くない（家電量販店）。
	企業 動向 関連		：高度な技術職や営業マネージメントの人材とパートやアルバイトの業務請負に雇用はますます二極分化しつつある（新聞社〔求人広告〕）。	
		・低価格志向が続いている（百貨店、コンビニ、観光型ホテル）。		
雇用 関連		・購買態度が改善していない（百貨店、その他専門店〔玩具〕）。		
		・来客数が増加する（百貨店、コンビニ、ゴルフ場）。		
特 徴			・客単価が低下している（商店街、パチンコ店）。	
			・小売業のリストラによる売場の縮小と食料品の低価格化の影響がメーカーにも出てくる（食料品製造業）。	
			・広告全体が増えているのは、競争激化で広告を出さざるをえない状況にあるからである（新聞販売店〔広告〕）。	
			・リサイクル法の買い換え需要の反動で、需要は減少する（化学工業）。	
			・住宅の再度の税優遇措置にもかかわらず、明るくなる兆しがみえてこない（不動産業）。	
			・注文は増加傾向が続いているが、短期の需要が続いている（人材派遣会社）。	
			・企業は採用意欲に乏しく、減少傾向が予想される（職業安定所）。	
			・雇用拡大に貢献してきたIT関連と自動車が落ち着いてきており、代替りの業種が出てきていない（アウトソーシング企業）。	
			：4月から始まるグリーン税制を待っている客もいるので、若干期待できる（乗用車販売店）。	
			：今の状態が続いていけば良い（百貨店）。	
			：客単価、来客数ともに相当安定しているため、消費行動が比較的安定期にある（スーパー）。	
			：ゴールデンウィークやお盆期間の旅行商品の発売が開始されているが、例年よりも予約の出足が遅れている（旅行代理店）。	

(D I) 図表23 現状・先行き判断D Iの推移

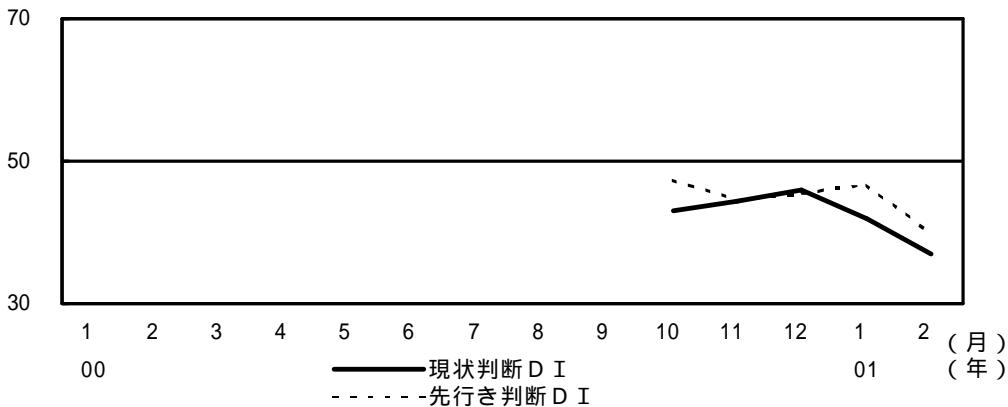


6. 北陸

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由	
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・ 来客数が増加していない(商店街、乗用車販売店、住宅販売会社)。 ・ 慎重な購買態度が続いている(百貨店、その他専門店[ガソリンスタンド])。	
				・ 来客数が減少している(百貨店、乗用車販売店、タクシー運転手)。 ・ 来客数が減少している(コンビニ、衣料品専門店、テーマパーク)。	
		企業 動向 関連		・ 受注量が減少している(金属製品製造業、輸送業)。 ・ 受注価格が低下している(金属製品製造業、建設業)。	
				・ 新たな投資などの資金ニーズや計画等が依然として発生していない(司法書士)。 ・ 新規工事がほとんどないため、出勤すべき土曜日に従業員を休ませた(建設業)。	
		雇用 関連		・ 求人増であるが、ミスマッチが多いため、求職者数は減少しない(職業安定所)。 ・ 求人広告が前年同月比で約1割減少している(新聞社[求人広告])。	
				・ 求人件数等が増加傾向にあるが、内容は人の入替えなどのため、決して景気が良いという状況ではない(求人情報誌製作会社)。	
	特 徴	: 予約状況が非常に良く、各高級店はすべて予算を達成する見込みである(高級レストラン)。 : 地価が下落しているため、経営者は設備投資に伴う土地購入の決断をぎりぎりまで先送りしている(不動産業)。 : 客が価格競争力のあるスーパー等に行っているため、来客数が減少している(コンビニ)。			
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・ 客の消費意欲が強くない(百貨店、スーパー)。 ・ 購買客は高収入層のみで、全体に需要が拡大していない(乗用車販売店)。
					・ 客の購買行動が大変慎重である(百貨店、衣料品専門店、住関連専門店)。 ・ 新年度に向けて新製品の発売が予想される(通信会社)。
			企業 動向 関連		・ 携帯電話の新規受注は減少するが、既存客の奪い合いが今後とも続く(通信業)。 ・ ポリューム感のある100円均一商材が売れる状況が続く(食料品製造業)。
				・ 春以降の受注はほとんど未定である(精密機械器具製造業)。 ・ 今後の仕事量、採算の見通しは極めて厳しい(建設業)。	
雇用 関連			・ 新規求人数が減少に転じた(職業安定所)。 ・ 求人と求職のミスマッチが依然として続いている(民間職業紹介機関)。		
			・ 各業種からの幅広い求人の見通しは不透明である(学校[大学])。		
特 徴		: ファッショントレンドとして、客が早く買いたい商品が今のところ見当たらない(百貨店)。 : 県内の大手企業でリストラが予定されている(職業安定所)。 : レストランの予約等は前年同期比2ケタ近く減少している(テーマパーク)。			

(D I) 図表24 現状・先行き判断 D I の推移

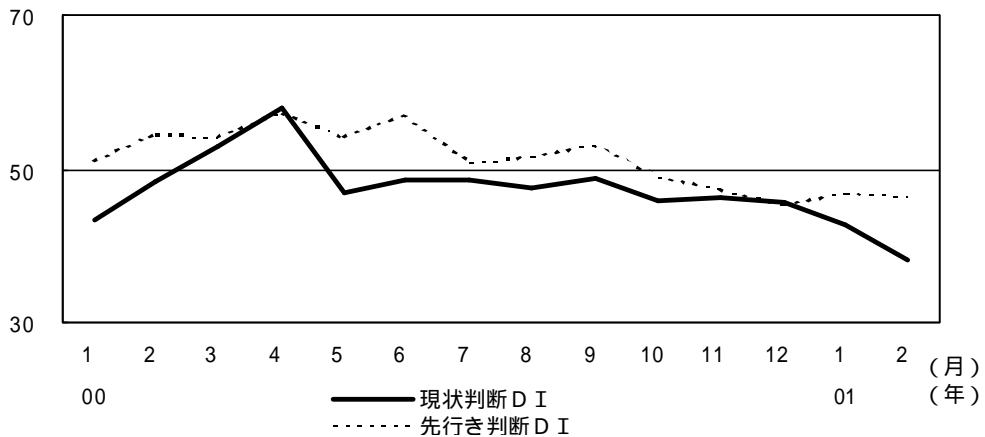


7. 近畿

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客単価が低迷している（商店街、百貨店、スーパー等）。
				・客の低価格志向が強い（一般小売店〔衣服〕、スーパー、旅行代理店）。
				・客単価が低下している（スーパー、コンビニ、競輪場等）。
				・客の購買行動に積極性がみられ始めている（百貨店、都市型ホテル）。
	企業 動向 関連			・受注の状況が変わらない（金属製品製造業、電気機械器具製造業、司法書士）。
				・価格の低迷が続いている（金属製品製造業、電気機械器具製造業、輸送用機械器具製造業）。
				・価格面で厳しい状況にある（金属製品製造業、一般機械器具製造業、輸送業）。
	雇用 関連			・受注量が大幅に減少している（繊維工業）。
				・全体として求人数は増加しているが、業種に偏りがみられる（職業安定所）。
				・就職件数の伸びが鈍化している（職業安定所）。
			・就職件数の伸びの鈍化など減速感がみられる（職業安定所）。	
	特 徴	: ニューモデルが多く、販売台数が順調に伸びている（乗用車販売店）。 : 売上減の対策として、地酒フェアやサービス券の配布を行ったが、予想以上に順調で15か月ぶりに売上が前年を越えた（一般レストラン）。 : この冬は特に雪が多く、客の動きが悪い（ゴルフ場）。		
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客の低価格志向が根強い（商店街、一般小売店〔衣服〕、コンビニ等）。
				・客の購買態度が慎重である（百貨店、スーパー、観光型旅館）。
				・ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの効果が期待できる（一般レストラン、タクシー運転手）。
				・将来不安が客の消費行動を慎重にさせている（一般小売店〔精肉〕、スーパー）。
	企業 動向 関連			・価格が厳しい状況にある（金属製品製造業、不動産業）。
				・受注状況が厳しい（繊維工業）。
				・受注が悪化している（経営コンサルタント）。
	雇用 関連			・春夏用の品が動けば、多少動きが良くなる（輸送業）。
				・求人数の増加傾向に変化がない（職業安定所）。
				・正社員の需要は鈍化しているが、派遣社員の募集に勢いがある（新聞社〔求人広告〕）。
			・人員整理を予定している企業が増加している（職業安定所）。	
	特 徴	: ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのオープンを控え、具体的な予約がまとまって入っている（都市型ホテル）。 : グリーン税制の影響で、低公害車への買い替えが進む（乗用車販売店）。 : 衣料品のバーゲンが乱発気味で、客は何が適正価格かわからなくなっている（スーパー）。 : 金融安定化保証が3月末で終了することから、今後不安を抱いているクライアントが多い（経営コンサルタント）。		

(D I) 図表25 現状・先行き判断 D I の推移

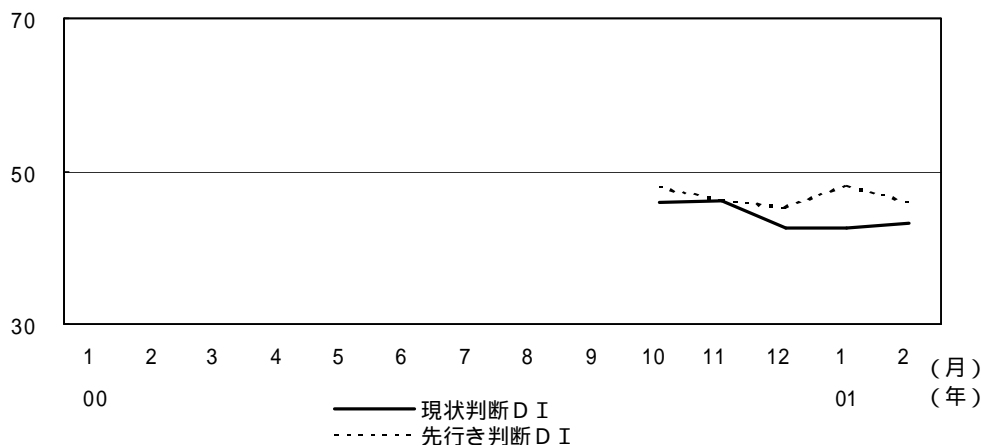


8. 中国

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客単価が低下したままである（一般小売店〔菓子〕、スーパー、衣料品専門店等）。
				・来客数が伸びない（衣料品専門店、観光型ホテル、美容室）。
				・客単価が低下している（百貨店、スーパー、テーマパーク）。
		企業 動向 関連		・来客数が増加している（スーパー、タクシー運転手、住宅販売会社）。
				・IT関連商品のコスト削減圧力が厳しい（非鉄金属製造業）。
				・受注が低い水準のままである（金属製品製造業、一般機械器具製造業）。
	雇用 関連		・商品価格と購買意欲の低下が続いている（電気機械器具製造業）。	
			・受注状況が厳しい（建設業）。	
	特 徴			・人的投資に消極的である（求人情報誌製作会社）。
				・価格低下や減産調整の影響で採用関係も悪くなっている（新聞社〔求人広告〕）。
			・建設業、製造業の求人が減少傾向にあるが、卸売、小売、飲食業の求人数は活発である（職業安定所）。	
			：山口きらら博を控え、建設関係が良くなってきている（人材派遣会社）。	
			：リクルートスーツ関係はよく売れているが、セレモニーファッションは着回しをする客が多い（百貨店）。	
			：地元大手自動車メーカーの不振により、下請企業も縮小気味である（民間職業紹介機関）。	
			：最大顧客の高炉メーカーの生産量が減少し、アメリカの景気の減退の影響で新規顧客の電子部品メーカーの業績が下降傾向にある（窯業・土石製品製造業）。	
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・低価格志向である（衣料品専門店、乗用車販売店、設計事務所）。
				・来客数が減少する（コンビニ、衣料品専門店）。
				・地下街のオープンに期待が持てる（商店街、百貨店、都市型ホテル）。
		企業 動向 関連		・マンションの契約に際して、値引きを要求する客が多い（住宅販売会社）。
				・売上や利益が増加しない（食料品製造業）。
				・操業率が80%程度である（金属製品製造業）。
	雇用 関連		・企業の情報化投資は続けられていく（通信業）。	
			・低価格衣料品専門店の大型店舗がオープンする（広告代理店）。	
	特 徴			・工場の閉鎖がみられる（職業安定所）。
				・ミスマッチが発生している（職業安定所）。
			・各企業の新卒採用の姿勢に変化がない（学校〔大学〕）。	
			：大手百貨店や自動車メーカーの早期退職が現実化する中で、売上に結び付く要素が見当たらない（百貨店）。	
			：半導体等のIT関連は、アメリカの景気に左右される状況が続く（電気機械器具製造業）。	
			：客の在庫余剰が夏まで続く見通しである（鉄鋼業）。	
			：最大顧客の高炉メーカーや新規顧客の電子部品メーカーの製品販売量が急激に落ち込む（窯業・土石製品製造業）。	

(D I) 図表26 現状・先行き判断D Iの推移

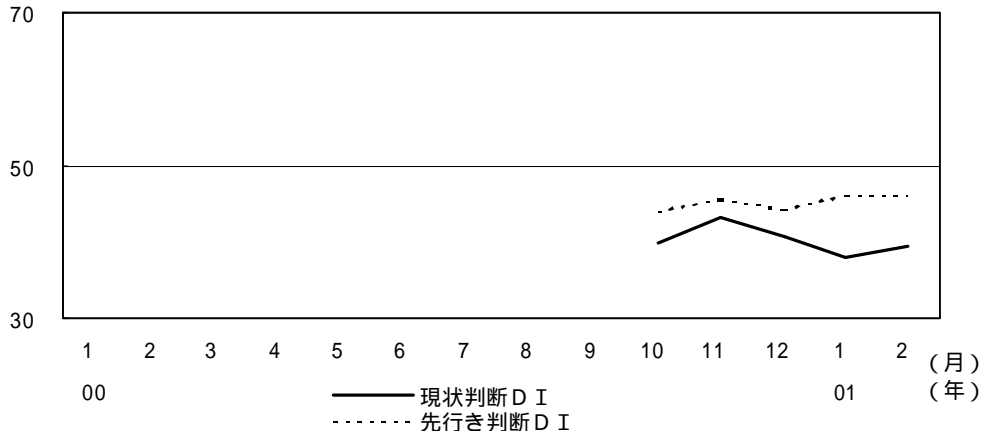


9. 四国

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由	
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客単価が前年割れである(スーパー、コンビニ)。 ・問い合わせが少なく購入意欲が低下している(その他住宅[不動産])。	
				・客単価が低下している(スーパー、スナック、都市型ホテル等)。 ・来客数が増加している(スーパー、観光名所)。	
				・ユーザーが、より低コストの工事手法をとっている(一般機械器具製造業)。 ・収益率は依然低い状況が続いている(建設業)。	
		企業 動向 関連		・不動産を売りたいという人の方が相変わらず多い(不動産業)。 ・小さな設備投資がみられるようになっている(建設業)。	
			雇用 関連		・欠員補充など現状確保が中心である(人材派遣会社)。 ・求職者が増加している(職業安定所)。
					・企業の教育投資、中途採用に関する人員増強が非常に抑制気味である(求人情報誌製作会社)。
	特 徴	: 例年2月は観光客数が少ないが今年は少人数の旅行客の増加が目立つ(観光名所)。 : 家電リサイクル法対象4商品は良く伸びているが、それ以外の商品は伸びていない(家電量販店)。 : バレンタインデーがあったが、売上が大きく落ち込んでいる(一般小売店[菓子])。 : 倒産が続き、仕事の受注よりも売掛金回収が不安である(広告代理店)。 : 例年であれば好評の催物が今年は当たらない(百貨店)。 : 飲食街に人が来ておらず、利用客も近距離ばかりで中長距離が少ない(タクシー運転手)。			
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・購入意欲に変化はみられない(百貨店、通信会社)。 ・来客数は比較的安定している(コンビニ)。
					・新築の物件が減っており、ますます受注競争が激しくなる(設計事務所)。 ・競合店2店の閉鎖による来客数増加と、家電リサイクル法の駆け込み需要が見込まれる(スーパー)。
					・引き合いは今までどおりである(電気機械器具製造業)。 ・受注引き合いは増加しているものの、収益率は低水準が続く(建設業)。
企業 動向 関連				・新年度に入ると受注できそうな物件が数件ある(建設業)。 ・輸入規制等の抜本的な対策が求められている(繊維工業)。	
			雇用 関連		・派遣の契約で3月末終了の数がかなり多くなっている(人材派遣会社)。 ・大型店出店に伴う求人も一段落し、公共事業の減少等の不安要素がある(職業安定所)。
					・求人と求職のミスマッチがある(職業安定所)。
特 徴		: 春休みからゴールデンウィークにかけて申込が順調で、店頭への来店客数も増えている(旅行代理店)。 : ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの影響がどれだけ出るか予測しかねている(観光名所)。 : 気に入っても、もう少し値段が下がるのではないかといった感じの人が多く見受けられる(不動産業)。 : 各メーカーからの春に向けてのヒット商品的な情報がない(家電量販店)。			

(D I) 図表27 現状・先行き判断D Iの推移

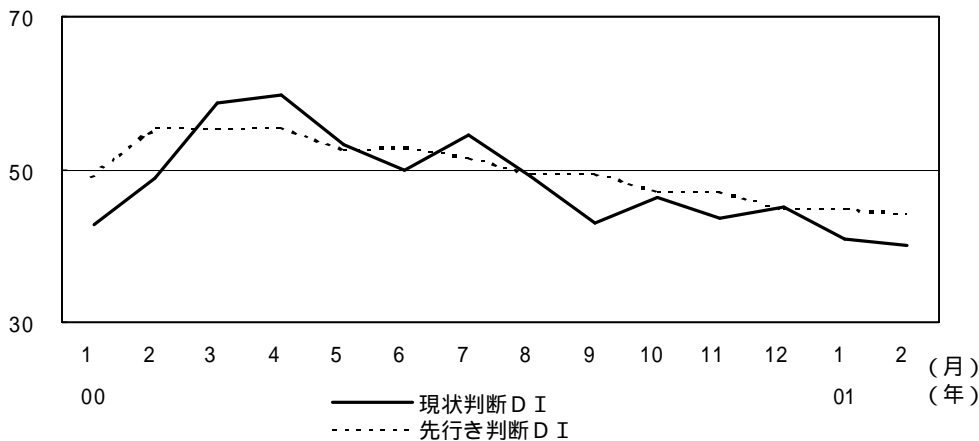


10.九州

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由	
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・売上が芳しくない(乗用車販売店、住関連専門店、パチンコ店等)。 ・客単価が減少している(コンビニ、家電量販店)。	
				・単価下落が続いている(百貨店、スーパー)。	
				・売上が増加している(百貨店、家電量販店、高級レストラン等)。	
		企業 動向 関連		・IC関連の受注が大幅に減ってきている(精密機械器具製造業)。 ・受注に結び付かない(家具製造業)。	
				・仕事量が変わらない(一般機械器具製造業)。	
				・引き合いが強くなっている(農林水産業)。	
	雇用 関連		・求人数は伸びているがパートが中心である(職業安定所)。 ・半導体関連の求人も一段落してきている(求人情報誌製作会社)。		
			・求人関係の申込が非常に減ってきている(新聞社[求人広告])。		
	特 徴	:モデルチェンジの車が売行き好調で現金の集まりも良くなっている(乗用車販売店)。 :バレンタインギフトは非常に盛り上がり欠けた(スーパー)。 :天候が定まらず、商店街は駐車場が少ないため、周辺の大型店に客を取られている(商店街)。 :大型リゾート施設の事実上倒産による消費マインドへの影響懸念がある(百貨店、スーパー、一般レストラン等)。 :ノリの不作により、地域全体の景気が低迷している(自動車備品販売店)。			
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・予約が伸び悩んでいる(都市型ホテル、ゴルフ場)。 ・客単価の下落に歯止めがかからない(スーパー)。 ・無駄なものを一切買わない傾向が強くなっている(スーパー)。
				・客単価が伸びる(一般小売店[精肉]スーパー)。	
				・商業施設でのテナントの減少傾向に歯止めがかからなくなっている(不動産業)。 ・半導体業界が全体的に落ち込み、在庫調整に入っている(電気機械器具製造業)。	
企業 動向 関連				・大型の設備投資がない(建設業)。	
				・来年度への繰越しの工事も増えてきている(窯業・土石製品製造業)。	
				・フルタイムの求人の伸びはほとんど見込まれない(職業安定所)。 ・新しく増えるものと更新が切れるものが同数である(人材派遣会社)。	
雇用 関連			・IT関連の求人を中心にミスマッチ状態が続いている(職業安定所)。		
			・IT関連の求人を中心にミスマッチ状態が続いている(職業安定所)。		
特 徴		:行楽シーズンに期待する声(商店街、住関連専門店、その他専門店[ガソリンスタンド])が多い。 :これから春先の商品で、特別なヒット商品が見当たらない(百貨店)。 :宮崎県では大型リゾート施設の事実上倒産の今後の影響を懸念する声(スーパー、一般レストラン、タクシー運転手)が多い。 :4~6月までは家電リサイクル法の反動で4品種が落ち込み、その他の商品もつられて落ち込む(家電量販店)。 :ブランド物に頼った店の売場構成に客離れが目立ち、客のリピート回数が減っている(衣料品専門店)。			

(D I) 図表28 現状・先行き判断D Iの推移

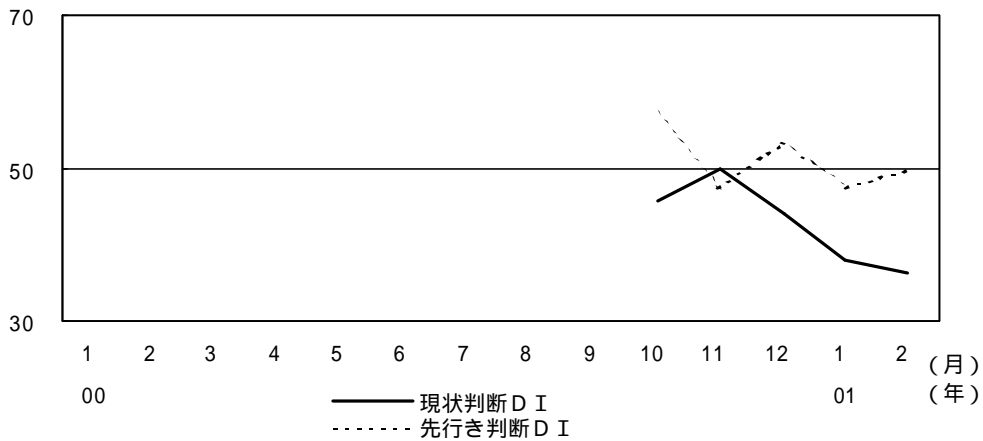


11. 沖縄

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 悪)

		分野	判断	判断の理由
現 状	多 数 回 答	家計 動向 関連		・単価が低下している（スーパー、観光型ホテル等）。
				・客が慎重になっている（衣料品専門店、家電量販店）。
	企業 動向 関連		・来場者数が横ばいである（観光名所）。	
			・宴会、会議の受注が激減し、宿泊数も減少傾向にある（観光型ホテル）。	
特 徴	雇用 関連		・物量が落ち着いている（輸送業）。	
			・求人状況が変わらない（学校〔専門学校〕）。	
				・求人数は増加しているものの就職には結び付かない（職業安定所）。
: 家電リサイクル法前の駆け込み需要が期待されたが、予想とは一転して、収集、運搬料金が見えないため、混乱を予想する消費者が買い控えを起している（家電量販店）。 : 常用新規求人及び常用有効求人数は増加しているものの、IT産業、情報産業のプログラマー等のミスマッチの求人が多く、就職に結び付かない（職業安定所）。				
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客単価の低迷が続く（都市型ホテル）。
				・新規出店店舗との競合がますます激化する（コンビニ）。
	企業 動向 関連		・予約状況が良い（観光型ホテル）。	
			・景気の良くなる兆しが見えない（その他専門店〔書籍〕）。	
特 徴	雇用 関連		・工事が竣工する（建設業）。	
			・物量が増える（輸送業）。	
				・アメリカの景気減速の状況をみると、先行きは悪くなる（通信業）。
				・業種により求人動向に格差がある（職業安定所）。
: 夏物の商品動向を見ても単価下落傾向に変化がないので、このままの状態で推移する（スーパー）。 : 郊外に大型店の進出があり、一般的な小売店は危機的狀態に置かれている（商店街）。				

(D I) 図表29 現状・先行き判断D Iの推移



(参考) 景気の現状水準判断D I

現在の景気の水準自体に対する判断は、以下のとおりであった(注)

図表 30 景気の現状水準判断D I

(D I)	年 月	2000 9	10	11	12	2001 1	2
合計		41.9	38.0	37.8	39.3	36.1	34.1
家計動向関連		37.7	34.0	34.5	37.1	34.7	33.0
小売関連		36.6	32.1	32.2	33.3	34.3	33.0
飲食関連		31.1	30.1	34.5	45.3	34.8	32.4
サービス関連		41.5	39.8	40.2	43.4	36.1	33.7
住宅関連			34.4	33.0	37.3	32.4	31.9
企業動向関連		49.8	44.0	42.3	42.0	35.9	34.4
製造業			46.4	44.2	44.4	35.3	33.3
非製造業			42.2	40.8	40.0	37.0	34.6
雇用関連		57.8	52.6	51.2	48.1	46.3	41.1

図表 31 景気の現状水準判断D I (各分野計)

(D I)	年 月	2000 9	10	11	12	2001 1	2
全国		41.9	38.0	37.8	39.3	36.1	34.1
北海道		38.8	39.6	40.3	41.6	37.2	34.1
東北		38.5	39.3	36.0	39.6	33.0	31.6
関東		44.3	39.8	37.8	39.8	37.8	35.1
北関東			37.5	38.5	37.7	36.0	31.5
南関東			40.9	37.4	40.8	38.7	36.8
東海		47.1	41.8	40.4	39.7	38.6	39.2
北陸			33.5	35.9	40.3	33.9	32.1
近畿		41.5	38.0	37.9	41.2	39.8	33.0
中国			35.8	38.8	38.5	38.5	36.0
四国			27.1	28.4	28.5	28.4	27.2
九州		41.0	38.5	39.2	39.1	33.8	34.8
沖縄			40.6	48.8	42.9	38.1	38.6

(注) 景気の現状をとらえるには、景気の方角性に加えて、景気の水準自体について把握することも必要と考えられることから、参考までに掲載するものである。

(備考) 10月以降は全国1,500人を調査対象とし、9月以前は6地域600人を対象とする。