

景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

平成13年3月調査結果

平成13年4月12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
I．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
II．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
III．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
I．景気の現状に対する判断理由	22
II．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	120人	96.0%	近畿	200人	184人	92.0%
東北	200人	179人	89.5%	中国	100人	100人	100.0%
北関東	80人	70人	87.5%	四国	100人	94人	94.0%
南関東	170人	146人	85.9%	九州	200人	165人	82.5%
東海	200人	173人	86.5%	沖縄	25人	19人	76.0%
北陸	100人	95人	95.0%	全国	1,500人	1,345人	89.7%

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D I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。

D I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、D I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

- I．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
- II．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
- III．景気判断理由の要約
(参考)景気の現状水準判断D I

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 月	2000 10	11	12	2001 1	2	3
合計		46.5	45.3	44.4	41.5	39.6	40.3
家計動向関連		42.9	42.6	43.7	41.0	39.9	42.2
小売関連		41.8	41.1	40.9	40.5	40.3	41.2
飲食関連		36.5	40.8	48.6	42.1	35.9	45.5
サービス関連		47.9	46.9	48.4	41.7	39.9	43.4
住宅関連		42.0	42.4	45.1	41.9	41.3	42.7
企業動向関連		51.3	49.0	44.6	39.5	37.4	34.6
製造業		51.9	48.6	44.8	36.6	34.9	31.5
非製造業		51.0	48.8	44.3	41.3	38.7	37.2
雇用関連		60.5	56.4	48.6	48.6	42.0	39.0

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
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
	3	1.4%	13.3%	39.9%	35.8%	9.5%	40.3

2 . 景気の先行き判断 D I

2 ~ 3 か月先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

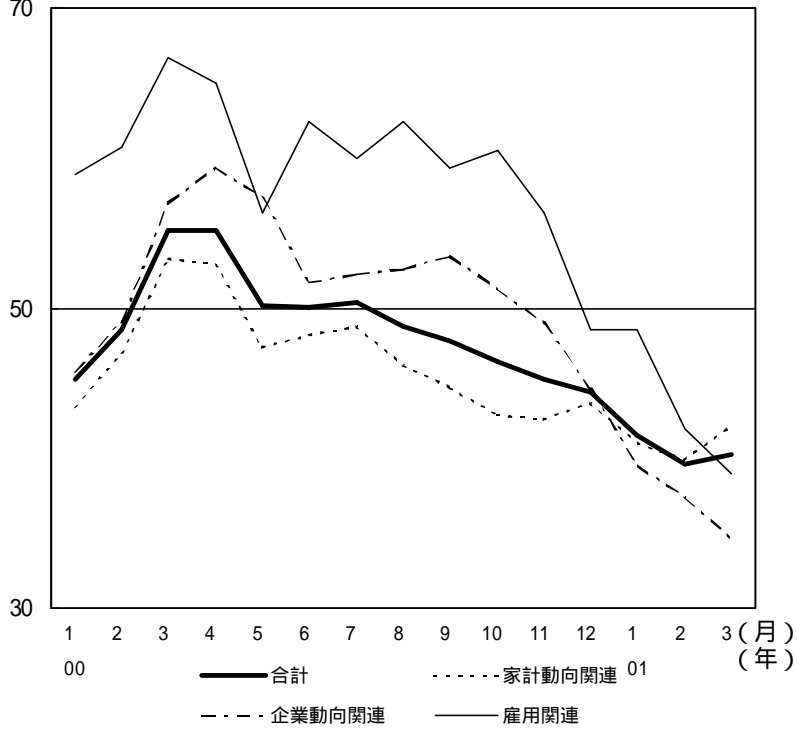
(D I)	年 月	2000 10	11	12	2001 1	2	3
合計		48.9	47.2	44.3	46.7	45.3	42.8
家計動向関連		47.2	46.4	44.1	47.2	46.6	43.5
小売関連		45.6	45.5	43.3	46.6	45.7	41.5
飲食関連		49.4	48.1	39.2	48.4	47.8	45.8
サービス関連		50.5	48.7	46.2	48.4	49.2	46.8
住宅関連		46.2	44.2	48.5	46.0	43.1	45.8
企業動向関連		50.9	47.3	43.8	44.7	42.2	40.1
製造業		50.2	44.4	42.8	43.8	39.7	36.2
非製造業		51.4	49.7	44.8	45.6	43.4	43.2
雇用関連		56.7	53.0	47.4	47.4	42.6	43.2

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
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
	3	0.9%	13.2%	49.8%	28.1%	8.0%	42.8

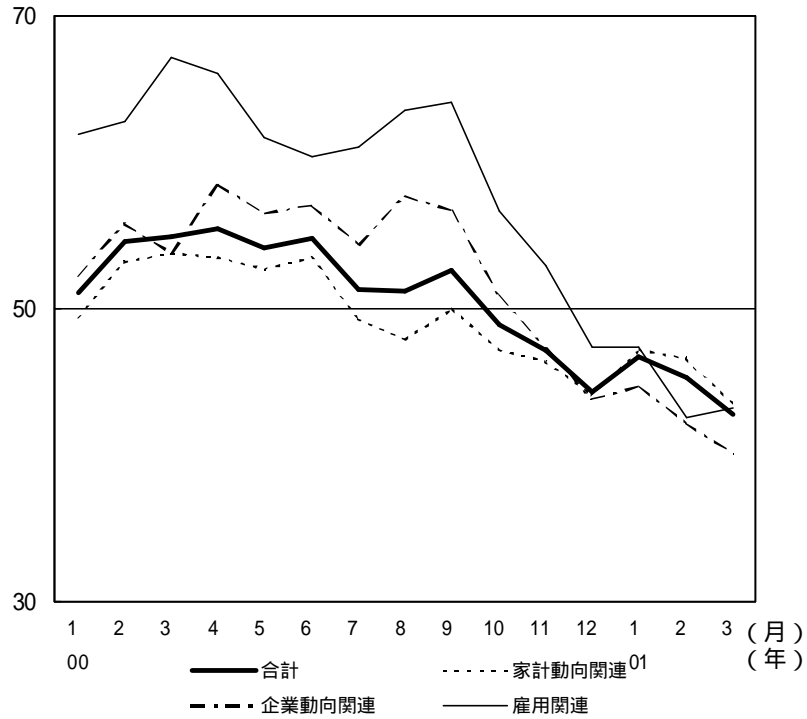
(D I)

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



II . 各地域の動向

1 . 景気の現状判断D I

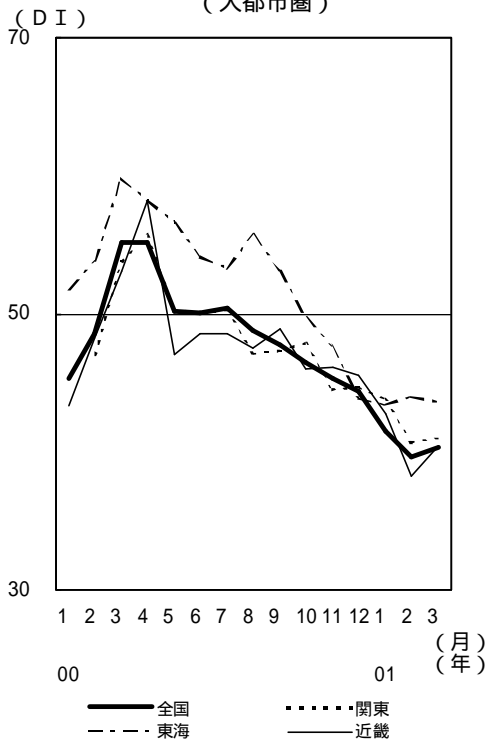
図表7 景気の現状判断D I (各分野計)

(D I)	年 月	2000 10	11	12	2001 1	2	3
全国		46.5	45.3	44.4	41.5	39.6	40.3
北海道		46.1	48.3	48.5	41.9	39.4	41.7
東北		47.8	43.3	41.8	36.9	34.8	38.0
関東		47.9	44.5	44.7	43.8	40.7	41.0
北関東		47.6	47.0	43.3	43.2	39.7	40.4
南関東		48.1	43.3	45.3	44.1	41.2	41.3
東海		49.7	47.7	43.9	43.4	44.0	43.6
北陸		43.0	44.2	45.9	41.8	36.8	35.3
近畿		46.0	46.1	45.6	42.8	38.2	40.4
中国		46.0	46.3	42.5	42.5	43.3	40.5
四国		39.9	43.4	40.8	38.0	39.4	39.9
九州		46.4	43.7	45.2	40.9	40.2	40.5
沖縄		45.8	50.0	44.0	38.1	36.4	40.8

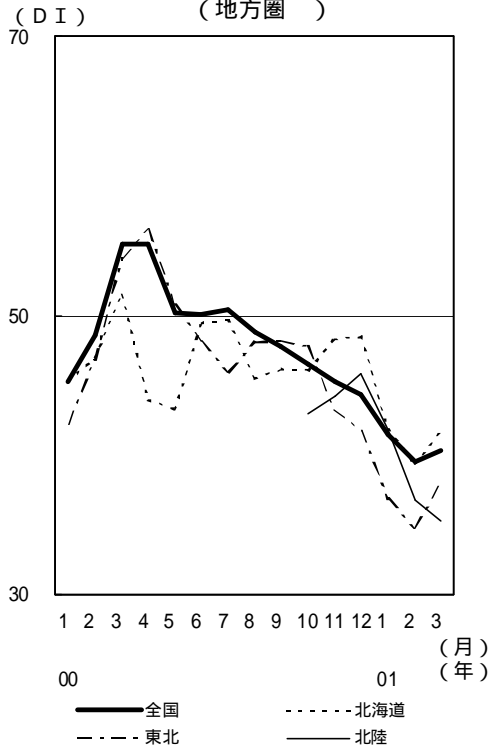
図表8 景気の現状判断D I (家計動向関連)

(D I)	年 月	2000 10	11	12	2001 1	2	3
全国		42.9	42.6	43.7	41.0	39.9	42.2
北海道		42.6	45.5	48.5	42.9	39.4	41.5
東北		44.9	40.6	41.0	35.0	34.2	39.9
関東		43.6	41.5	43.8	44.2	41.5	43.4
北関東		44.2	43.6	42.5	43.1	37.3	42.9
南関東		43.2	40.3	44.4	44.8	43.4	43.6
東海		47.1	45.3	43.8	42.0	44.7	44.5
北陸		37.7	41.7	46.3	44.0	38.3	37.5
近畿		41.4	42.1	43.6	41.5	38.1	42.7
中国		41.4	44.6	42.1	43.2	46.1	44.6
四国		37.3	43.2	40.5	36.7	38.9	41.5
九州		43.9	40.3	44.3	40.4	39.5	42.2
沖縄		43.8	50.0	41.7	35.0	35.0	44.2

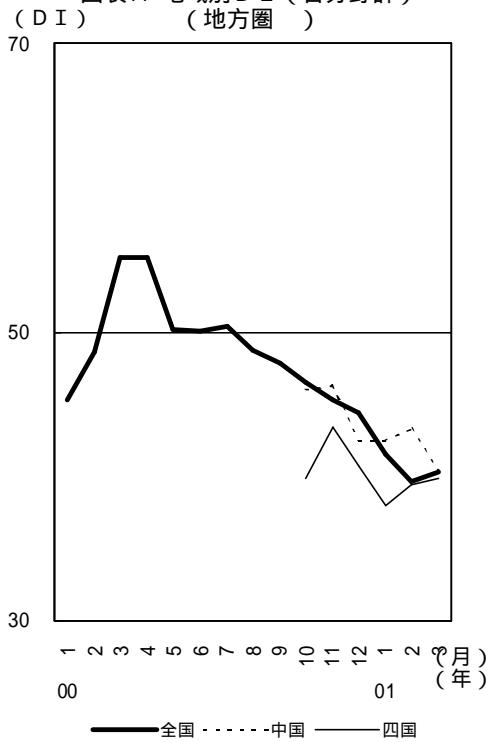
図表9 地域別D I (各分野計)
(大都市圏)



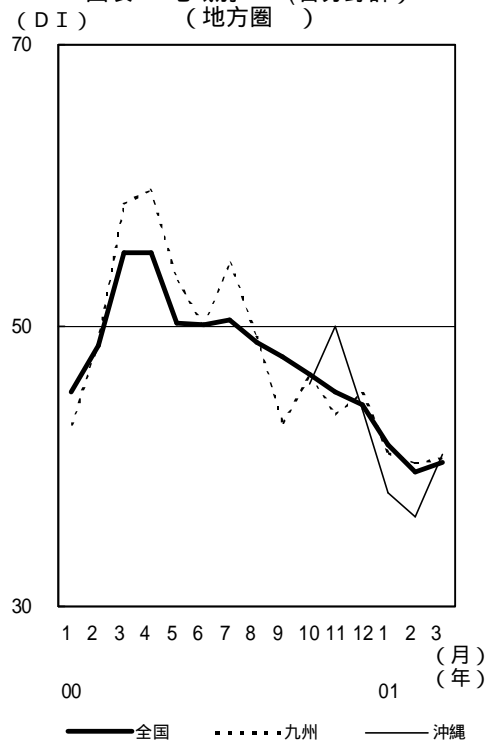
図表10 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



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)



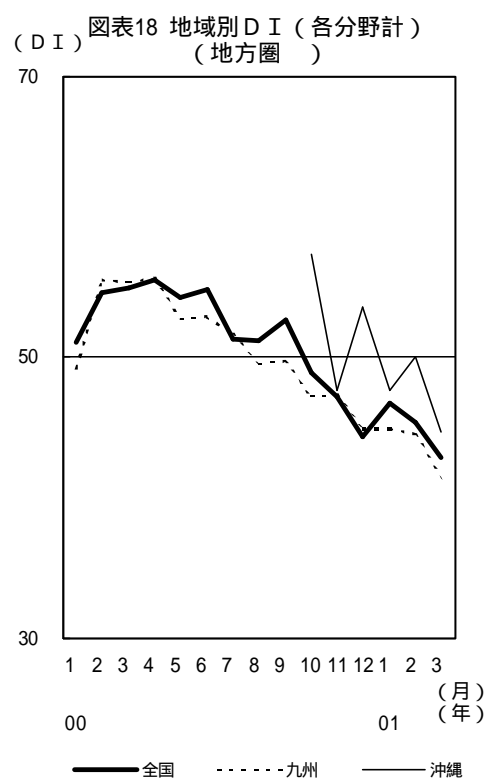
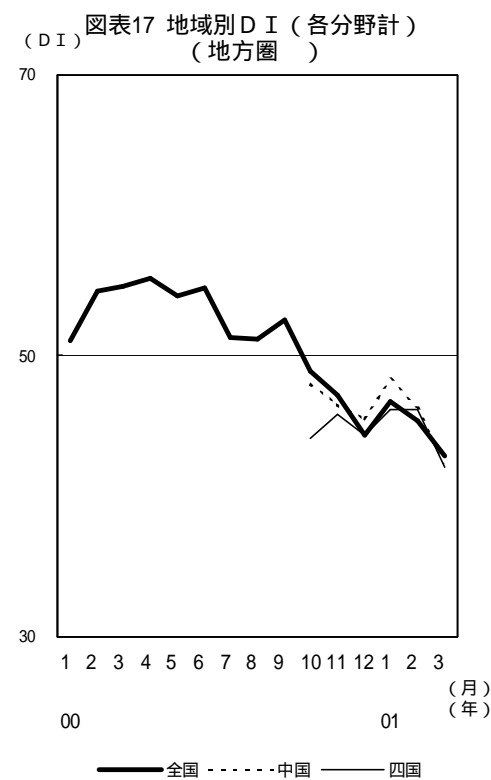
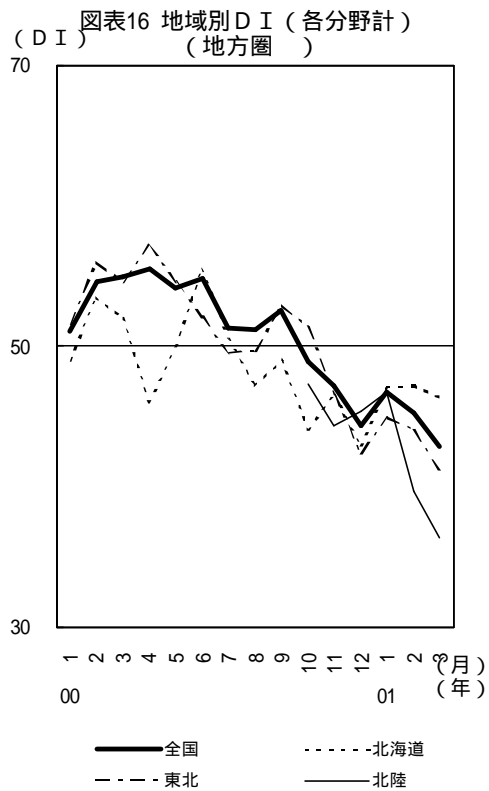
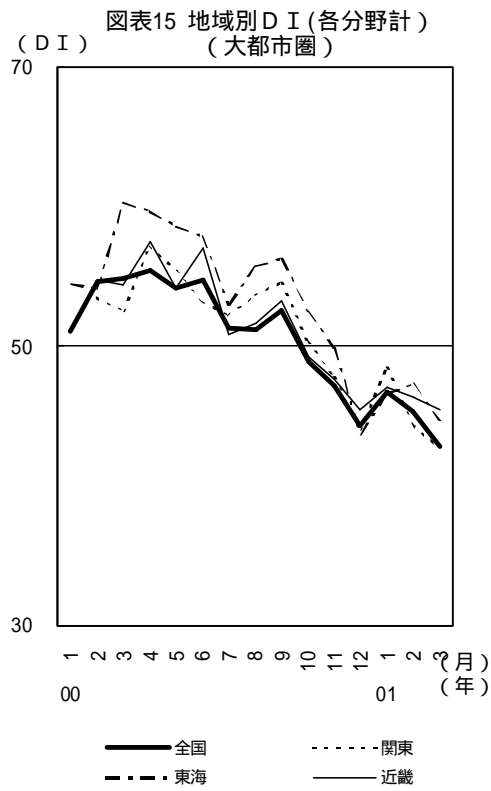
2. 景気の先行き判断D I

図表 13 景気の先行き判断D I (各分野計)

(D I)	年 月	2000 10	11	12	2001 1	2	3
全国		48.9	47.2	44.3	46.7	45.3	42.8
北海道		44.1	46.5	42.9	47.1	47.2	46.3
東北		51.4	46.6	42.4	44.9	44.0	41.1
関東		50.3	47.8	44.0	48.5	44.4	42.7
北関東		48.6	47.0	43.0	50.3	46.2	44.3
南関東		51.1	48.2	44.5	47.5	43.6	42.0
東海		52.5	49.9	43.7	46.6	47.3	44.7
北陸		47.3	44.4	45.4	46.7	39.7	36.3
近畿		49.2	47.6	45.5	47.1	46.4	45.4
中国		48.0	46.5	45.5	48.3	46.3	42.3
四国		44.1	45.8	44.3	46.1	46.2	42.0
九州		47.2	47.3	44.9	44.9	44.5	41.4
沖縄		57.3	47.6	53.6	47.6	50.0	44.7

図表 14 景気の先行き判断D I (家計動向関連)

(D I)	年 月	2000 10	11	12	2001 1	2	3
全国		47.2	46.4	44.1	47.2	46.6	43.5
北海道		41.8	46.7	43.6	47.3	46.3	45.9
東北		51.0	45.6	43.4	45.3	45.9	42.4
関東		49.1	46.9	42.7	49.0	45.3	43.9
北関東		48.6	46.8	43.4	51.0	46.1	46.9
南関東		49.3	46.9	42.4	48.1	45.0	42.3
東海		51.0	48.6	43.1	48.1	49.8	45.3
北陸		44.2	43.1	44.9	50.0	42.4	37.9
近畿		46.7	47.4	45.8	47.6	47.8	46.7
中国		45.7	46.4	46.4	50.0	48.6	43.2
四国		42.2	45.1	45.2	45.5	46.4	41.5
九州		45.4	45.8	42.9	42.6	45.5	41.5
沖縄		56.3	43.3	50.0	48.3	48.3	42.3



III. 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		・来客数が伸びない(商店街、百貨店、スーパー等)。 ・客単価が低迷している(百貨店、スーパー、コンビニ等)。	
				・客単価が下落している(百貨店、スーパー、コンビニ等)。	
				・来客数が増加している(家電量販店、乗用車販売店、通信会社等)。	
		企業 動向 関連		・受注が減少している(輸送用機械器具製造業、建設業、輸送業等)。 ・価格が低下している(電気機械器具製造業、輸送業、通信業等)。	
				・売上が横ばいである(一般機械器具製造業、輸送業、金融業)。	
			×	・値引き要請が強まっている(金属製品製造業)。	
	雇用 関連		・短期の雇用はあるが、長期の雇用が伸びていない(人材派遣会社、求人情報誌製作会社、職業安定所)。 ・求人と求職にミスマッチがみられる(人材派遣会社、職業安定所)。		
			・新規求人の動向が悪化している(職業安定所)。		
		特徴	: 家電リサイクル法の影響で、冷蔵庫、洗濯機、テレビが記録的な売上である(北海道=家電量販店) : ユニバーサル・スタジオ・ジャパン開業前のイベントで、土日祝日は家族連れが目立ち、売上が増加している(近畿=一般レストラン)。 : 購買意欲の低下の大きな要因として、ヤングについてはミュールのような爆発的なヒットアイテムがないことがある(中国=百貨店)。 : IT関連の動きに急ブレーキがかかり、全体的に製造関係からの引き合いが減少している(東北=電気機械器具製造業)。 × : IC関連の受注量が大幅に減少している(九州=精密機械器具製造業)。		
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客の購買態度が慎重なままである(商店街、スーパー、衣料品専門店等)。 ・客単価の低下が続く(百貨店、スーパー、コンビニ等)。
				・低価格志向の客が目立つ(百貨店、スーパー、ゴルフ場等)。	
				・来客数が増加している(百貨店、コンビニ、観光型ホテル等)。	
企業 動向 関連				・受注状況に変化がない(繊維工業、鉄鋼業、建設業等)。 ・単価が低下している(食料品製造業、一般機械器具製造業、輸送業)。	
				・受注が減少している(窯業・土石製品製造業、一般機械器具製造業、電気機械器具製造業等)。	
				・新商品、新技術による売上増加が期待できる(通信業)。	
雇用 関連			・企業による人員整理の動きがみられる(人材派遣会社、求人情報誌製作会社、職業安定所)。 ・業種により求人動向にばらつきがみられる(人材派遣会社、職業安定所)。		
		・短期の雇用のみが目立つ(人材派遣会社、職業安定所)。			
	特徴	: ユニバーサル・スタジオ・ジャパンが開業することで観光客が増加する(近畿=都市型ホテル)。 : 4月からのグリーン税制の影響で引き合いがかなり多くなっている(東海=乗用車販売店)。 : ファーストフード店の値下げ販売が好調であり、一部コンビニチェーンでも値下げするようになり、この傾向は続くと思われる(九州=コンビニ)。 : 中小企業に対する特別保証の利用期限が切れ、小規模の倒産件数が増加するとみられる(北海道=金融業)。 × : 家電リサイクル法対象4品目について反動減が予想される(北陸、近畿=家電量販店)。			

(備考)

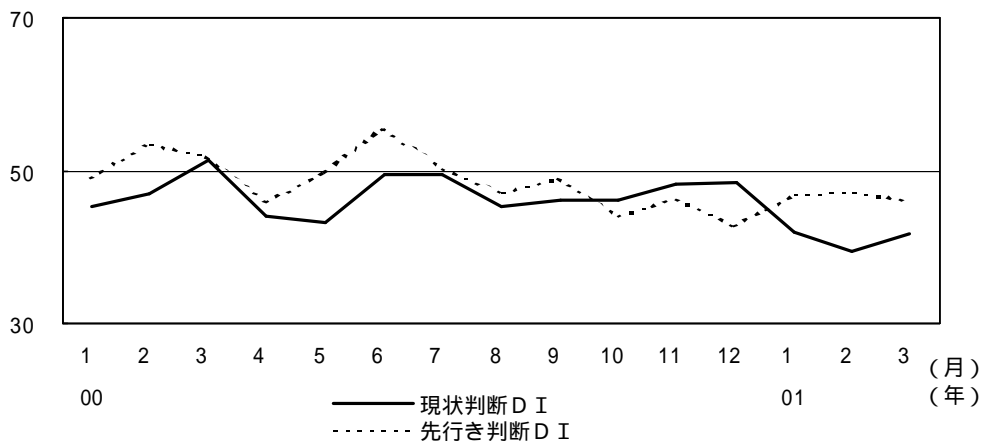
1. 「多数回答」欄は、3分野(「家計動向関連」、「企業動向関連」、「雇用関連」)それぞれについて、5つの回答区分(「良」、「やや良」、「不変」、「やや悪」、「悪」)の中で回答者数が多かった上位3区分(雇用動向関連は上位2区分)を上から順に掲載している。掲載されている各コメントは、それら上位回答区分の中における代表的な回答である。
2. 「特徴」欄は、「多数回答」欄に掲載されたもの以外で特徴と考えられるものを掲載している。

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 (百貨店、自動車備品販売店、スナック等)。 ・ 低価格志向である (スーパー、観光名所)。
				・ 売上が減少している (一般レストラン、スナック、観光型ホテル等)。 ・ 売上が増加している (百貨店、家電量販店)。
		企業 動向 関連		・ 扱い量が減少している (輸送業)。 ・ 不動産関連の動きが止まっている (司法書士)。
			・ 設備投資に対して慎重な状況が続いている (金融業)。 ・ 投資意欲が出てきている (通信業)。	
特 徴	雇用 関連		・ 正社員の求人件数は減少傾向である (新聞社 [求人広告])。 ・ 新規求人数の伸び率は鈍化している (職業安定所)。	
			・ パートなどの臨時雇用の需要が高い (求人情報誌制作会社、職業安定所)。	
		: 家電リサイクル法の影響で、冷蔵庫、洗濯機、テレビが記録的な売上である (家電量販店)。 : 炭鉱事故の後遺症、ロシア関係、港の氷結などの影響で、漁業、運輸関連が低迷しており、来客数が大幅に減少している (百貨店)。 : 家電リサイクル法の影響による家電製品の駆け込み需要はあるが、雪の多さと低温により、春が需要期である住宅関連商品の動きが悪い (住関連専門店)。		
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・ 客単価が低い (自動車備品販売店、高級レストラン、観光名所)。 ・ 購買態度が慎重である (商店街)。
				・ 低価格志向である (百貨店、スーパー)。 ・ 売上が増加する (百貨店、コンビニ)。
		企業 動向 関連		・ 製品単価の低下が続く (食料品製造業)。 ・ 小規模の倒産件数が増加する (金融業)。
			・ 物量が減少する (輸送業)。 ・ 投資の大型化、高額化が目立っている (通信業)。	
特 徴	雇用 関連		・ 事業主の厳しい雇用の抑制姿勢が目立つ (職業安定所)。 ・ 新規求人を産業別にみるとばらつきがある (職業安定所)。	
		: 取引先などの企業の来年度予算計画を聞くと、昨年同時期、下期に比べて情報通信に対する大型化、高額化が目立っている (通信業)。 : 有珠山噴火の影響がなくなり、観光客は増加するが、客が支出する金額は減少する傾向がみられる (コンビニ)。 : 中小企業に対する特別保証の利用期限が切れ、小規模の倒産件数が増加するとみられる (金融業)。		

(D I) 図表19 現状・先行き判断D Iの推移

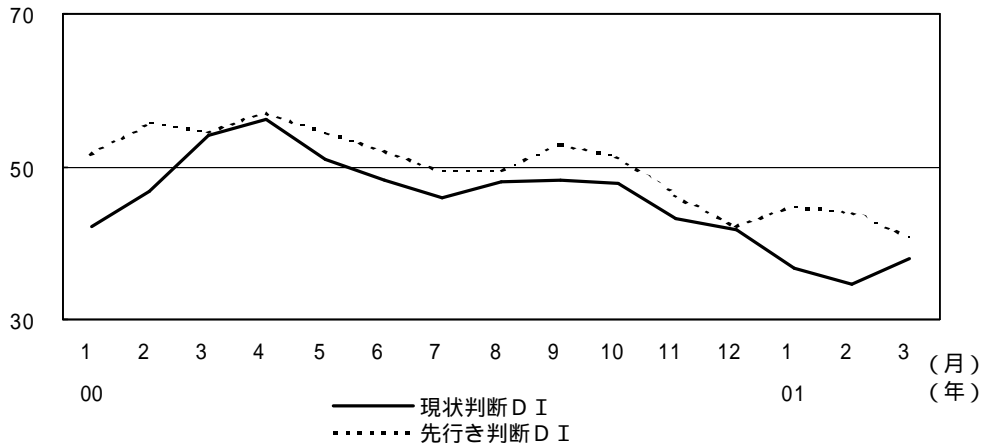


2. 東北

(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		・客単価が低下している（一般小売店〔スポーツ用品〕百貨店、スーパー等）。	
				・来客数が増加している（商店街、住関連専門店、高級レストラン等）。	
				・来客数が減少している（商店街、百貨店、スーパー等）。	
		企業 動向 関連		・銀行の不良債権処理の影響を受けている（食料品製造業、電気機械器具製造業）。	
				・円安により収益性が悪化している（木材木製品製造業）。	
			×	・輸出貨物の動きが鈍い（輸送業）。	
	雇用 関連		・取引先の業績悪化の影響を受けている（人材派遣会社）。		
			・求人広告が減少しつつある（新聞社〔求人広告〕）。		
	特徴	・臨時、パートの求人は増えているが常用雇用の求人は減少している（職業安定所）。 ： 2月末ごろから来客数が増加しており、受注も好調である（スーパー）。 ： 昨年は選挙による需要があったが、今年は株価下落や銀行の不良債権処理による企業倒産が増えつつあり、飲食店は歓迎会も少なく小売も不振である（食料品製造業）。 ： IT関連の動きに急ブレーキがかかり、全体的に製造関係からの引き合いが減少している（電気機械器具製造業）。			
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客単価の低下が続く（スーパー、住関連専門店）。
				・消費者の慎重な購買行動が続く（百貨店、高級レストラン）。	
				・競争が激化する（コンビニ、家電量販店、通信会社等）。	
企業 動向 関連				・引き合いからみて変わらない（繊維工業）。	
				・輸出の減少は続くが変わらない（運送業）。	
				・住宅投資に供給過剰感が高まっている（建設業）。	
雇用 関連			・生産が活発になる（電気機械器具製造業）。		
			・人員整理が進行している（職業安定所）。		
特徴		・求人広告の予算が縮小している（新聞社〔求人広告〕）。 ・業種ごとに求人の増減がある（人材派遣会社、職業安定所）。 ： デパートで客待ちをしても、デパートに入る客が多い（タクシー運転手）。 ： 再開発ビルのオープンや中心市街区活性化策が効を奏している（衣料品専門店）。 ： 市場金利が低下し、住宅産業に対する需要が増える（住宅販売会社）。 ： 海外旅行は4月は好調だが、ゴールデンウィークの反応が悪くまだら模様である（旅行代理店）。 ： 不良債権処理による企業倒産が増えており、地元中小企業への連鎖が予測される（食料品製造業）。			

(D I) 図表20 現状・先行き判断D Iの推移

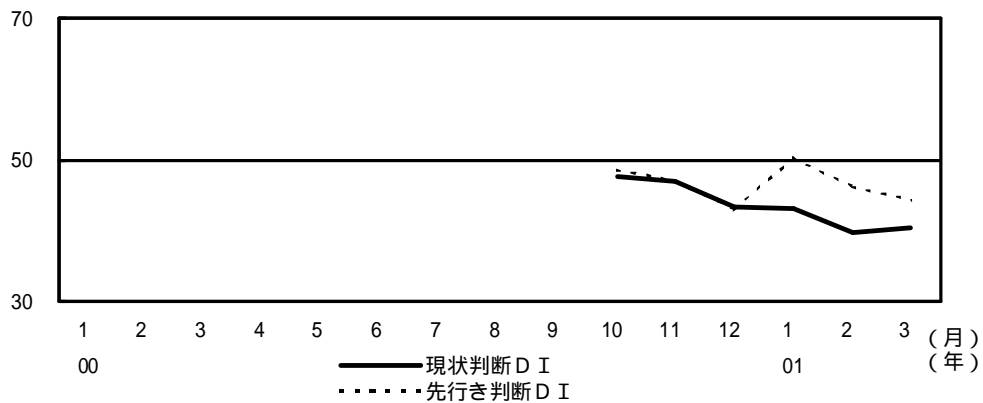


3. 北関東

(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		・ 来客数が減少している (商店街、衣料品専門店、住関連専門店等) ・ 新卒者等の季節的利用が伸びない (乗用車販売店、タクシー運転手)
				・ 客単価が低下している (コンビニ、設計事務所) ・ 売上が増加している (百貨店、自動車備品販売店、通信会社等)
	企業 動向 関連		・ 売上が横ばいとなっている (一般機械器具製造業、輸送業) ・ 利益が少ない (建設業)	
			・ 出荷量が落ち込んでいる (新聞販売店 [広告]) ・ 仕事量の増加傾向が続いている (その他サービス業 [情報サービス])	
特 徴	雇用 関連		・ 求人と求職のミスマッチが大きい (人材派遣会社) ・ 求人内容が、業績向上を見込んだものではない (学校 [短期大学])	
			・ リストラ、人員削減の動きが出ている (人材派遣会社)	
		: 例年、春に向かうとやや上向きになる荷扱い量は、横ばいの状況が続いている (輸送業) : 人気のある美容院、人気のない美容院の格差が激しい (美容室) × : 受付企業の求人票の業種に大幅な偏りがあり、情報処理以外の求人が激減している (学校 [専修学校])		
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・ 客単価が低下している (コンビニ、設計事務所) ・ 来客数が減少している (衣料品専門店)
				・ 新学期に向けた季節的需要が伸びない (商店街、百貨店) ・ 商品の動きが良い (百貨店、一般レストラン、通信会社)
	企業 動向 関連		・ 日による繁閑の差が大きい (輸送用機械器具製造業) ・ 受注量が増加傾向にある (その他サービス業 [情報サービス])	
			・ 公共工事の発注時期まで状況が悪い (建設業) ・ IT関連や環境関連の業種に成長の要素がある (経営コンサルタント)	
特 徴	雇用 関連		・ 派遣需要の業種間格差が大きい (人材派遣会社) ・ 工場閉鎖や人員整理が増加する (職業安定所)	
			・ 企業説明会への参加企業が減少している (学校 [専修学校])	
		: C A T Vやインターネット関連製品などは、意欲的に購入していく傾向がみられる (通信会社) : 電話での問い合わせ、イベントの来客数が、通常時よりも2倍程度増加している (住宅販売会社) : 業績の業種間格差が大きく、IT関連を中心とした企業からの派遣需要は引き続き堅調である (人材派遣会社) : 平日の予約が依然として少なく、ゴールデンウィークの予約も例年と比べて少ない (ゴルフ場)		

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの推移



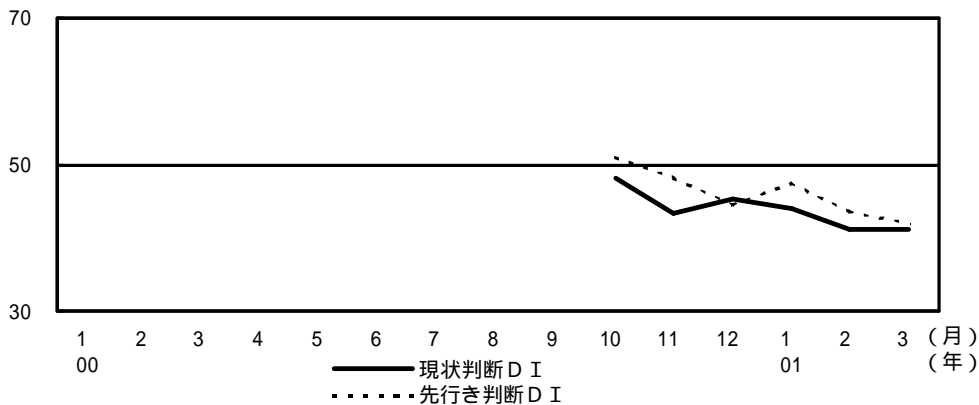
4. 南関東

(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		・客単価が低下している（スーパー、百貨店、一般レストラン等）。
				・春物が動きはじめている（一般小売店〔衣料・雑貨〕、百貨店）。
				・客単価が下落している（百貨店、コンビニ、家電量販店等）。
			・売上が増加している（乗用車販売店、住宅販売会社）。	
		企業 動向 関連		・年度末の駆け込み需要が鈍くなっている（プラスチック製品製造業、通信業）。
				・受注額が小さい（通信業）。
	×		・売上が減少している（輸送業、金融業、その他サービス業〔情報サービス〕）。	
	雇用 関連		・年度末の駆け込み需要が落ち込んでいる（電気機械器具製造業）。	
			・新規求人数がそれほど増加していない（求人情報誌製作会社）。	
			・求人数は増加しているが、大量の離職者も生じている（学校〔専門学校〕）。	
特徴			・求人数が減少している（人材派遣会社）。	
特徴			：3回の金利引下げもあって、多少、来場者数、契約数は増加している（住宅販売会社）。	
			：婦人ファッション、特にヤング、キャリアについては、やや明るさがみえてきているが、客単価の下落には歯止めがかからない状況である（スーパー）。	
			：昨秋口以降、対前年比2ケタ増で推移してきたパート求人が初めて減少に転じ、製造業での減少が顕著となっている（職業安定所）。	
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・消費行動が慎重である（百貨店、スーパー、衣料品専門店）。
				・来客数が増加しない（タクシー運転手、その他サービス〔フィットネスクラブ〕）。
				・低価格志向の客が目立つ（一般小売店〔靴・履物〕、百貨店）。
		企業 動向 関連		・需要が徐々に増加している（乗用車販売店、通信会社）。
				・数か月先の仕事が来る時期だが、先行きが不透明である（繊維工業、広告代理店）。
				・受注の減少が見込まれる（その他サービス業〔廃棄物処理〕）。
	雇用 関連		・客単価や仕事量が横ばいである（一般機械器具製造業）。	
			・受注が伸びている（通信業）。	
			・企業に採用を控える傾向がある（民間職業紹介機関、学校〔専修学校〕）。	
	特徴		・低価格志向などから派遣先の状況が厳しい（人材派遣会社）。	
		・単発や短期の派遣依頼が多くなってきている（人材派遣会社）。		
		・車に買い換えを迷っていた客も、そろそろ限界のようで、車の購入を検討する客が多くなってきている（乗用車販売店）。		
特徴			：お金はあるが、自由時間がなくて、結局使わないという悪循環になっている（その他レジャー施設〔アミューズメント〕）。	
			：デジタルテレビの営業に随分力を入れてみたが、あまりにも客の反応が弱すぎる（通信業）。	

(D I)

図表22 現状・先行き判断D Iの推移

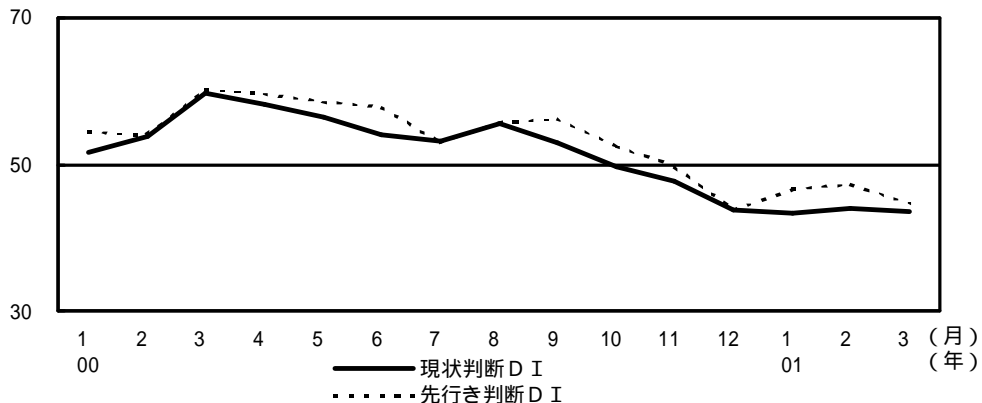


5. 東海

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

	分野	判断	判断の理由
現 状	家計 動向 関連		・ 来客数が減少している（スーパー、その他専門店〔化粧品〕、テーマパーク）。
			・ 客は必要な商品しか購入しない（百貨店、スーパー）。
			・ 客単価が低下している（スーパー、乗用車販売店、都市型ホテル）。
	企業 動向 関連		・ 仕事量は増加しているが、物件の規模が小さくなっている（建設業）。
			・ 個数が増加しても商品単価が安い（輸送業）。
			・ 仕事量が減少している（輸送用機械器具製造業、輸送業）。
	雇用 関連		・ パート、アルバイト等の求人は活発であるが、業務のアウトソーシングが進んでいるためであり、景気の上向きによる求人ではない（新聞社〔求人広告〕）。
			・ 有効求人倍率は 1.12 倍で、3 か月前から 0.01 ポイント上昇している（職業安定所）。
	特徴		・ 求人広告の伸び率が悪くなっている（新聞社〔求人広告〕）。
	先 行 き	家計 動向 関連	
			・ 来客数が減少している（百貨店、タクシー運転手）。
			・ 家電リサイクル法施行前の駆け込み需要の反動が予想される（商店街、スーパー）。
企業 動向 関連			・ 今まで買い控えていた分、お金を使う動きが出てくる（スーパー）。
			・ 仕事量が増加しても、コストダウン競争がより一層激しくなる（建設業）。
雇用 関連			・ 新年度への期待感を色々な業種の人から聞くが、具体的な理由がない（税理士）。
			・ 値引きや合理化の要請が非常に厳しい（輸送用機械器具製造業）。
特徴			・ 求人がしばらく停滞する（新聞社〔求人広告〕）。
			・ マイライン関係を除き、けん引的業種からの注文がほとんどない（人材派遣会社）。
特徴			・ 4 月からの雇用保険の給付日数の変更により、離職者の増加が予想される（職業安定所）。
特 徴			・ 低価格志向が強い（スーパー、観光型ホテル）。
			・ 来客数が減少している（百貨店、タクシー運転手）。
			・ 家電リサイクル法施行前の駆け込み需要の反動が予想される（商店街、スーパー）。
			・ 今まで買い控えていた分、お金を使う動きが出てくる（スーパー）。
			・ 仕事量が増加しても、コストダウン競争がより一層激しくなる（建設業）。
			・ 新年度への期待感を色々な業種の人から聞くが、具体的な理由がない（税理士）。
			・ 値引きや合理化の要請が非常に厳しい（輸送用機械器具製造業）。
			・ 求人がしばらく停滞する（新聞社〔求人広告〕）。
			・ マイライン関係を除き、けん引的業種からの注文がほとんどない（人材派遣会社）。
			・ 4 月からの雇用保険の給付日数の変更により、離職者の増加が予想される（職業安定所）。
特徴		・ 4 月からのグリーン税制の影響で引き合いがかなり多くなっている（乗用車販売店）。	
		・ 年の暮れと同じように、ボーナスシーズンの消費は支出の節約が予想され、中元も減少傾向が続く（一般小売店〔惣菜〕）。	
		×：金融機関の貸出基準が非常に厳しくなり、借入ができず、計画を断念する建築投資が増加している（住宅販売会社）。	

(D I) 図表23 現状・先行き判断D Iの推移

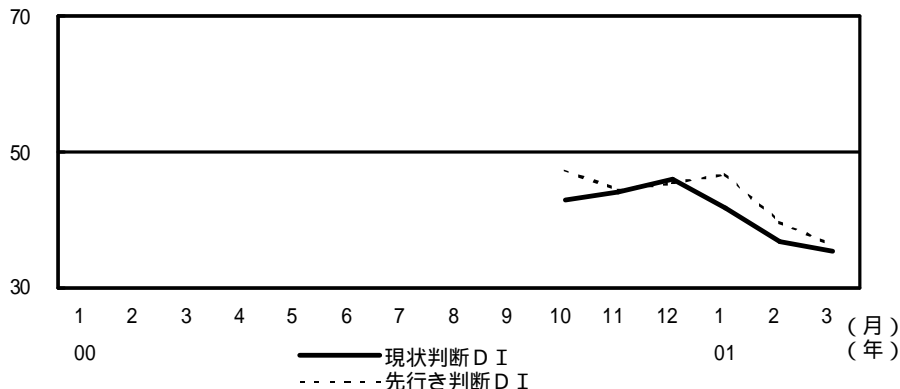


6. 北陸

(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		・来客数が増加しない(スーパー、乗用車販売店、高級レストラン等)。 ・売上が減少している(都市型ホテル、タクシー運転手、競輪場等)。	
				・来客数が変わらない(百貨店、一般レストラン)。 ・受注件数が増加している(住宅販売会社)。	
		企業 動向 関連		・業務量が減少している(建設業、輸送業、新聞販売店[広告])。 ・受注価格が低下している(電気機械器具製造業、輸送業)。	
			×	・業種にかかわらず、勝ち組、負け組の色分けが変わっていない(金融業)。 ・減産体制に入っており、価格でも更なる引下げ要請がある(金属製品製造業)。	
		雇用 関連		・常雇用的な求人が少ない(新聞社[求人広告])。 ・採用計画のめどが立たないとの発言が企業に目立つ(学校[大学])。	
				・求人広告の掲載件数がほぼ横ばいで推移している(新聞社[求人広告])。	
	特 徴	: 家電リサイクル法施行前の駆け込み需要が増加している(家電量販店)。 : 通常はビールを買う人でも、自分で消費する分は発泡酒にしている(コンビニ)。 × : 消費単価の下落に加え、入場者数の減少も売上の減少要因に加わっている(テーマパーク)。			
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客に購買意欲が感じられない(百貨店、スーパー)。 ・低価格志向が続いている(商店街)。
				×	・必要な物だけが客は買物をしない(スーパー、住関連専門店)。 ・ダイレクトメールに対する来店率が低下している(衣料品専門店)。
			企業 動向 関連		・受注状況が変わっていない(繊維工業)。 ・土地売買は若干動くが、価格の底上げは期待できない(不動産業)。
×				・受注が減少している(プラスチック製品製造業、電気機械器具製造業、精密機械器具製造業)。 ・価格引下げなどにより、企業収益は圧迫される(金属製品製造業)。	
雇用 関連				・工場等の業務請負業者や人材派遣業の人材の供給予定が削減傾向にある(求人情報誌製作会社)。 ・求人の採用条件が厳しさを増している(職業安定所)。	
				・求人は徐々に増加しているが、求職者は全く減少しない(職業安定所)。	
特 徴		: 4月または5月に相次いで新型車を投入するため、商談が相当活発になる(乗用車販売店)。 : ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのオープンなどにより、旅行者が大阪に集中する傾向がみられる(観光型旅館)。 × : 家電リサイクル法対象4品目の売上が数月間は大幅に落ち込むことが予想される(家電量販店)。			

(D I) 図表24 現状・先行き判断D Iの推移

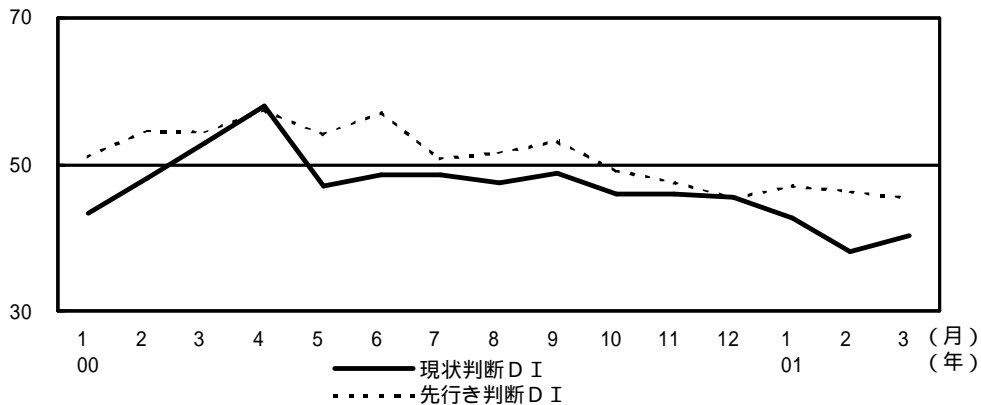


7. 近畿

(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		・売上が低迷している（百貨店、その他専門店〔医薬品〕、ゴルフ場等）。 ・低価格志向が強い（スーパー、コンビニ、旅行代理店等）。
				・客の購買態度が慎重である（商店街、自動車備品販売店、タクシー運転手等）。 ・ユニバーサル・スタジオ・ジャパン開業に関連して好影響が出ている（一般レストラン、都市型ホテル）。
	企業 動向 関連		・受注が減少している（窯業・土石製品製造業、金融業）。 ・受注価格が下落している（出版・印刷・同関連産業、輸送業）。	
		×	・企業間、店舗間で勝ち組と負け組の二極化が進んでいる（食料品製造業、金融業）。 ・客の値引き要請が強まっている（金属製品製造業）。	
雇用 関連		・新規求人の動向が悪化している（職業安定所）。 ・求人広告の状況が悪化している（新聞社〔求人広告〕）。		
	特徴		・正社員を採用する企業が減少し、短期の派遣社員を導入する企業が増加している（人材派遣会社）。	
		: ユニバーサル・スタジオ・ジャパン開業前のイベントで、土日祝日は家族連れが目立ち、徐々に売上が増加している（一般レストラン）。 : ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのチケットは良く売れるが、近場の1泊2日圏内の旅行が伸び悩んでいる（旅行代理店）。 : 3か月前は前年と比較して平均単価の落ち込みがマイナス3円だったが、今月はマイナス9円となっている（コンビニ）。		
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客の購買態度が慎重である（百貨店、スーパー、衣料品専門店等）。 ・低価格志向が根強い（一般小売店〔野菜〕、百貨店、スーパー）。
				・客の購買態度が慎重である（商店街、住宅販売会社）。 ・ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの開業による好影響が期待される（百貨店、一般レストラン、都市型ホテル等）。
	企業 動向 関連		・受注状況が不安定である（金融業）。 ・荷動きが少ない（輸送業）。	
		×	・受注価格が下落している（輸送業）。 ・2、3か月先の受注が順調である（経営コンサルタント）。 ・製品価格の低迷が顕著となっている（金属製品製造業）。	
雇用 関連		・正社員でなく、派遣スタッフの募集が増加している（新聞社〔求人広告〕）。 ・受注動向が不透明である（人材派遣会社）。 ・就職件数が伸びない（職業安定所）。		
		: ユニバーサル・スタジオ・ジャパンが開業することで観光客が増加する（都市型ホテル）。 : 高齢者を中心に高額商品は売れているが、先行受注状況全体は決して良いとは言えない（旅行代理店）。 : これまで好調であったIT関連の技術者の派遣も厳しくなっている（人材派遣会社）。 ×: 家電リサイクル法の反動が予想される（スーパー）。		

(D I) 図表25 現状・先行き判断D Iの推移

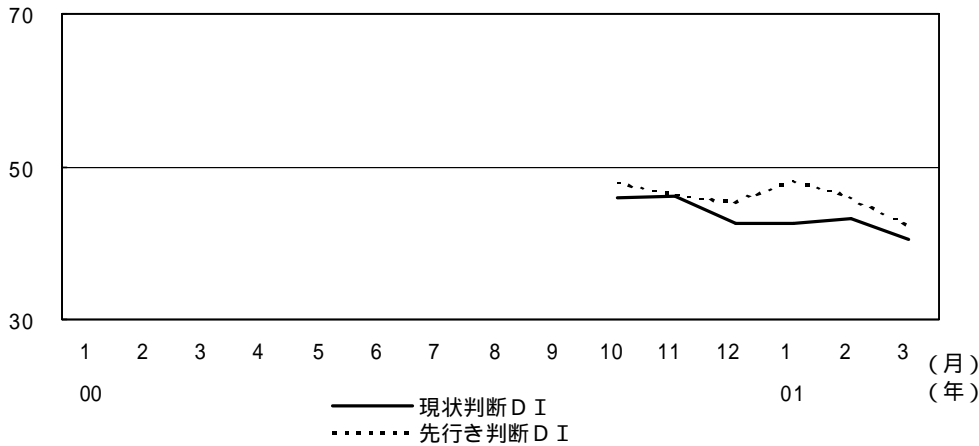


8 . 中国

(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		・来客数が減少している(商店街、乗用車販売店、テーマパーク等)。	
				・購買意欲が低下している(百貨店、スーパー、競艇場)。	
				・低価格志向である(百貨店、スーパー、衣料品専門店等)。	
		企業 動向 関連		・来客数が増加している(百貨店、高級レストラン、観光型ホテル)。	
				・受注量が減少している(窯業・土石製品製造業、鉄鋼業、コピーサービス業)。	
				・安い商品やサービスにシフトしている(通信業)。	
	雇用 関連		・家電等の動きが活発化している(輸送業)。		
			・販売価格の低下が続いている(電気機械器具製造業)。		
	特 徴	・求人広告が減っている(新聞社[求人広告])。 ・求職者が増加傾向にある(職業安定所)。 ・中途採用が鈍化している(求人情報誌製作会社)。 : 山陽自動車道の下関宇部間が開通して、周辺市町村の企業が少し息を吹き返している(広告代理店)。 : 購買意欲の低下が大きい要因として、ヤングについては昨年のミュールのような爆発的なヒットアイテムがないことがある(百貨店)。 ×: 地元大手自動車メーカーのリストラに始まり、大手百貨店の閉鎖、そしてこのたびの芸予地震などで、不安感が生じている(乗用車販売店)。			
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、美容室)。	
				・客単価が下がっている(百貨店、コンビニ)。	
				・予約状況が悪くなっている(観光型ホテル、旅行代理店、ゴルフ場)。	
		企業 動向 関連		・来客数が増加する(スーパー、観光型ホテル)。	
				・厳しい受注状況が続く(鉄鋼業、建設業)。	
				・レギュラスポンサー以外に広告が出ていない(広告代理店)。	
	雇用 関連		・受注量が減少する(窯業・土石製品製造業、金属製品製造業)。		
			・新規顧客の引き合いが活発になる(輸送用機械器具製造業)。		
	特 徴	・就職者数が若干増加している(職業安定所)。 ・新卒者の採用は増やす方向にある(学校[大学])。 ・求職者が増加傾向にある(職業安定所)。 : 山口県はもとより、九州、関西方面においても色々なイベントが行われるので、それに伴う観光客が流れてくる(観光型ホテル)。 : 芸予地震でかなりの被害が出ており、まずはそれを処理しないと車どころではないという状況である(乗用車販売店)。 : 先行して入っていた予約のキャンセルが相次ぎ、今後2、3か月の問い合わせなども、かなり減少している(観光型ホテル)。			

(D I) 図表26 現状・先行き判断D Iの推移

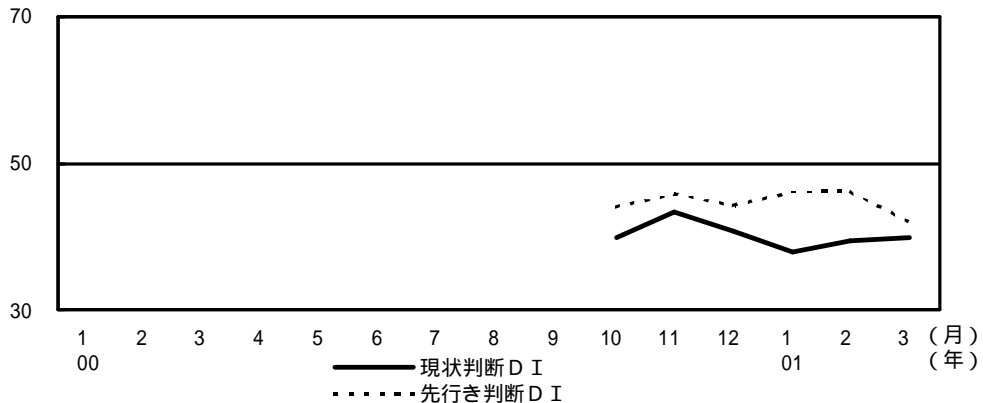


9. 四国

(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	・来客数が減少している（一般小売店〔書籍〕、スーパー、乗用車販売店）。
			・主力商品以外の売上が減少している（百貨店、家電量販店）。
			・売上が低迷している（一般小売店〔菓子〕、一般小売店〔乾物〕）。
	企業 動向 関連	x	・量販店が閉鎖された（農林水産業）。
			・節約ムードが高い（輸送業）。
			・客単価が低い（一般機械器具製造業）。
	雇用 関連		・販売不振である（広告代理店）。
			・雇用状況は横ばいである（求人情報誌製作会社）。
	特 徴		・新規求人は少し増加しているものの、正社員ではなく派遣社員である（職業安定所）。
			・人件費に対する企業の目が厳しい（人材派遣会社）。
			: 購買意欲がなく、土曜、日曜の展示会への来場者数も非常に少ない（乗用車販売店）。 : 一段と設備投資が減少している（電気機械器具製造業）。 x : 個人事業主の申告を 1500 社ほど受付したが、90%以上が対前年度比でマイナスである（公認会計士）。
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連	・客単価に変化がない（スーパー）。
			・消費者は必要な物以外買わなくなっている（衣料品専門店）。
			・客単価が低下している（百貨店、衣料品専門店）。
	企業 動向 関連	x	・来客数が増加している（百貨店、スーパー）。
			・設備投資に対する考え方に厳しさがみられる（一般機械器具製造業）。
			・求人広告が落ち込んでいる（広告代理店）。
	雇用 関連		・販売価格の値下がり傾向が続いている（化学工業）。
			・受注件数が増加している（建設業）。
	特 徴		・供給過剰による値引き合戦により経営が厳しい（家具製造業）。
			・離職者が増加している（職業安定所）。 ・事業所の閉鎖、縮小により潜在的な失業者が見込まれる（求人情報誌製作会社）。 ・欠員の補充に対し、パート採用で対応している（人材派遣会社、職業安定所）。
			: ヤング、キャリアなどの来客数の減少傾向が緩和してきている（百貨店）。 : ゴールデンウィークの海外チャーター便の満席状態が続いている（旅行代理店）。 : ユニバーサル・スタジオ・ジャパンに観光客を取られることと、芸予地震の影響が懸念される（観光型旅館）。

(D I) 図表27 現状・先行き判断D Iの推移



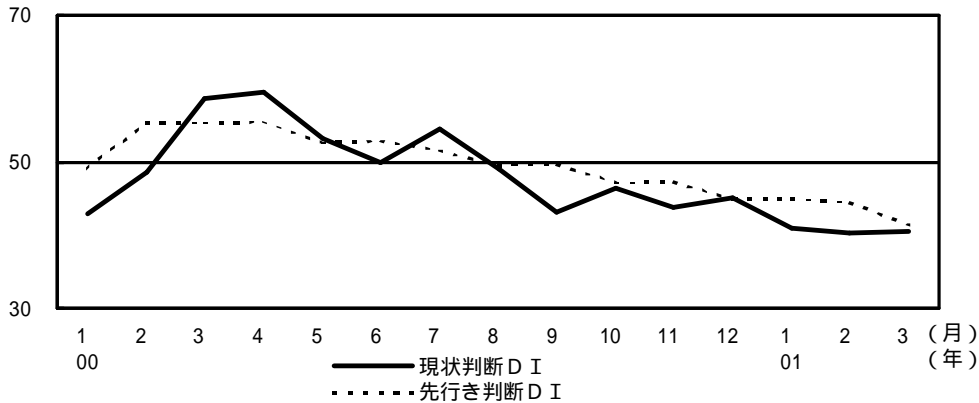
10.九州

(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		・来客数が減少している(美容室)。 ・客単価が低い(商店街、コンビニ)。	
				・客単価が低い(商店街、百貨店、スーパー等)。 ・来客数が増加している(商店街、百貨店、コンビニ等)。	
				・価格が低下している(農林水産業)。 ・受注量が減少している(一般機械器具製造業)。	
		企業 動向 関連	×	・出荷量が減少している(窯業・土石製品製造業)。 ・受注量が減少している(電気機械器具製造業、輸送業)。	
特 徴	雇用 関連		・アルバイト、パート、派遣のニーズは高いが、新卒や高齢者のニーズは低い(求人情報誌製作会社)。 ・求職者が減少しない(職業安定所)。 ・新規求人数が増えない(職業安定所)。		
			：地元大手百貨店の閉鎖により、地元商店街への来客数が増加している(商店街)。 ：家電リサイクル法施行前の駆け込み需要で対象4品目の売行きが好調であるが、パソコンの売上が減少している(家電量販店)。 ×：I C関連の受注量が大幅に減少している(精密機械器具製造業)。		
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・予約状況が悪い(高級レストラン、都市型ホテル、ゴルフ場)。 ・客単価が低下している(家電量販店、ゴルフ場、美容室)。 ・低価格志向が続いている(百貨店、スーパー、ゴルフ場)。 ・行楽シーズンに期待ができる(コンビニ)。	
			企業 動向 関連		・受注量に変化がみられない(広告代理店)。 ・客単価の低下が著しい(輸送業)。 ・受注量が低迷している(一般機械器具製造業、輸送業)。 ・売上増加が期待できる(通信業)。
				雇用 関連	
		特 徴		：ファーストフード店の値下げ販売が好調であり、一部のコンビニチェーンでも値下げするようになり、この傾向は続くものと思われる(コンビニ)。 ：I C関連の引き合いはかなり減少しているが、医療福祉関係は固定した引き合いがある(建設業)。 ：家電リサイクル法施行前の駆け込み需要による反動で、6月ぐらゐまで売上に影響が出て、消費税引上げ時と同じような状況になる(家電量販店)。	

(D I)

図表28 現状・先行き判断D Iの推移



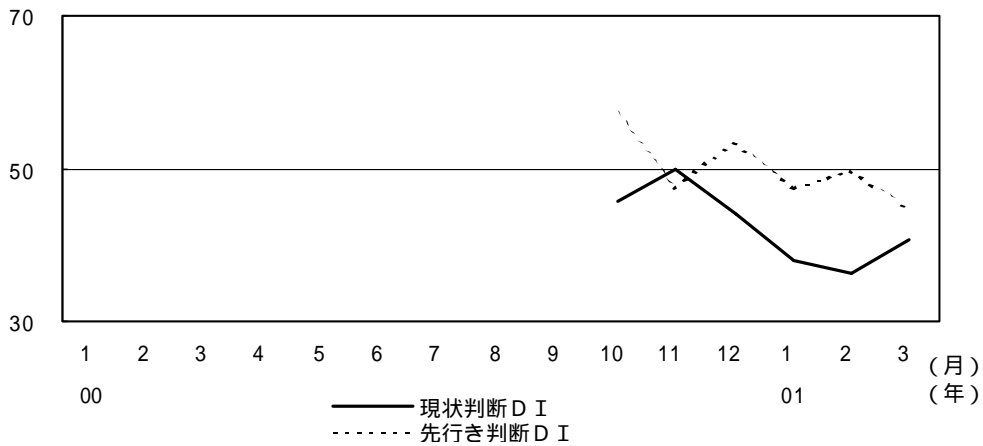
11. 沖縄

(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		・来客数に変化がない(観光名所)。 ・客の消費動向に変化がない(高級レストラン)。
				・来客数が減少している(商店街、百貨店)。 ・売上が増加している(衣料品専門店)。
	企業 動向 関連	×		・物流量が増えていない(輸送業)。 ・公共工事の発注が鈍っている(建設業)。 ・売上が減少している(通信業)。
			雇用 関連	
特 徴	：中旬以降、家電リサイクル法の対象4品目を中心に徐々に活気が戻っている(家電量販店)。 ×：周辺への大型店の進出により、商店街の空洞化という依然として厳しい状況になっている(商店街)。			
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・来客数が変わらない(観光名所)。 ・プラス要因が見当たらない(百貨店)。
			×	・価格競争が激しくなる(スーパー)。 ・低価格志向が広がっている(衣料品専門店)。
	企業 動向 関連		・今後3か月については、さほど変化がない(建設業)。 ・家電リサイクル法施行による回収作業に期待している(輸送業)。	
		雇用 関連		・現状の単価が底値であり、生き残った企業により市場が改善されていく(通信業)。 ・公共事業による雇用面での下支えを期待するが、すぐに効果が出ない(職業安定所)。 ・年度末の求人広告が増えていない(学校[専門学校])。
特 徴	：新しい観光地等がオープンしたことが誘因となり、団体の動きが良くなる(観光型ホテル)。			

(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 10	11	12	2001 1	2	3
合計		38.0	37.8	39.3	36.1	34.1	35.7
家計動向関連		34.0	34.5	37.1	34.7	33.0	36.5
小売関連		32.1	32.2	33.3	34.3	33.0	36.4
飲食関連		30.1	34.5	45.3	34.8	32.4	40.4
サービス関連		39.8	40.2	43.4	36.1	33.7	35.8
住宅関連		34.4	33.0	37.3	32.4	31.9	35.1
企業動向関連		44.0	42.3	42.0	35.9	34.4	32.1
製造業		46.4	44.2	44.4	35.3	33.3	30.3
非製造業		42.2	40.8	40.0	37.0	34.6	33.9
雇用関連		52.6	51.2	48.1	46.3	41.1	37.7

図表 31 景気の現状水準判断D I (各分野計)

(D I)	年 月	2000 10	11	12	2001 1	2	3
全国		38.0	37.8	39.3	36.1	34.1	35.7
北海道		39.6	40.3	41.6	37.2	34.1	36.7
東北		39.3	36.0	39.6	33.0	31.6	33.2
関東		39.8	37.8	39.8	37.8	35.1	36.7
北関東		37.5	38.5	37.7	36.0	31.5	32.1
南関東		40.9	37.4	40.8	38.7	36.8	38.9
東海		41.8	40.4	39.7	38.6	39.2	40.3
北陸		33.5	35.9	40.3	33.9	32.1	29.5
近畿		38.0	37.9	41.2	39.8	33.0	36.8
中国		35.8	38.8	38.5	38.5	36.0	37.3
四国		27.1	28.4	28.5	28.4	27.2	27.4
九州		38.5	39.2	39.1	33.8	34.8	36.8
沖縄		40.6	48.8	42.9	38.1	38.6	42.1

(注) 景気の現状をとらえるには、景気の方加性に加えて、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。