

景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

平成13年5月調査結果

平成13年6月14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	2
利用上の注意	4
D Iの算出方法	4
調査結果	5
I . 全国の動向	6
1 . 景気の現状判断D I	6
2 . 景気の先行き判断D I	7
II . 各地域の動向	8
1 . 景気の現状判断D I	8
2 . 景気の先行き判断D I	10
III . 景気判断理由の要約	12
(参考) 景気の現状水準判断D I	24
景気判断理由集	25
I . 景気の現状に対する判断理由	26
II . 景気の先行きに対する判断理由	52

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	南西地域産業活性化センター

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	121人	96.8%	近畿	200人	180人	90.0%
東北	200人	177人	88.5%	中国	100人	100人	100.0%
北関東	80人	71人	88.8%	四国	100人	93人	93.0%
南関東	170人	152人	89.4%	九州	200人	167人	83.5%
東海	200人	172人	86.0%	沖縄	25人	23人	92.0%
北陸	100人	97人	97.0%	全国	1,500人	1,353人	90.2%

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

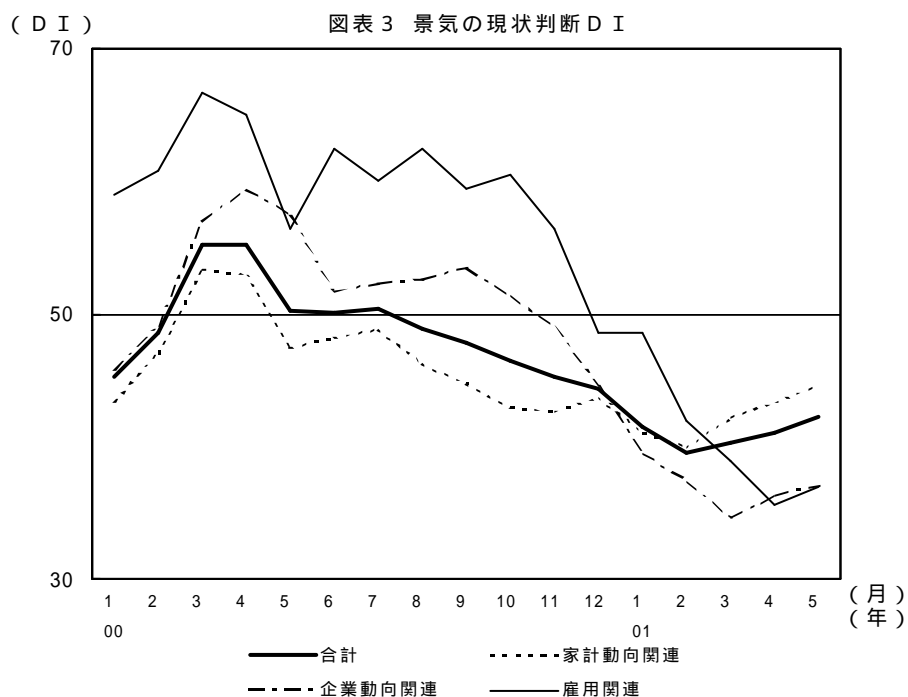
3か月前と比較しての景気の現状に対する判断D Iは、42.3となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのD Iが上昇したことから、前月より1.2ポイント上回り、3か月連続の改善となった。ただし、横ばいを示す50を10か月連続で下回っている。

図表1 景気の現状判断D I

(D I)	年	2000	2001				
	月	12	1	2	3	4	5
合計		44.4	41.5	39.6	40.3	41.1	42.3
家計動向関連		43.7	41.0	39.9	42.2	43.3	44.6
小売関連		40.9	40.5	40.3	41.2	42.0	44.4
飲食関連		48.6	42.1	35.9	45.5	45.5	39.4
サービス関連		48.4	41.7	39.9	43.4	45.2	46.3
住宅関連		45.1	41.9	41.3	42.7	45.7	46.3
企業動向関連		44.6	39.5	37.4	34.6	36.3	37.1
製造業		44.8	36.6	34.9	31.5	30.7	32.9
非製造業		44.3	41.3	38.7	37.2	40.7	40.3
雇用関連		48.6	48.6	42.0	39.0	35.6	36.9

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	3	1.4%	13.3%	39.9%	35.8%	9.5%	40.3
	4	0.8%	13.4%	44.7%	31.6%	9.5%	41.1
	5	0.8%	13.3%	48.9%	28.2%	8.8%	42.3



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D Iは、48.4となった。雇用関連は低下したものの、家計動向関連は変わらず、企業動向関連は上昇したことから、前月より0.3ポイント上回り、2か月連続の上昇となった。ただし、横ばいを示す50を8か月連続で下回っている。

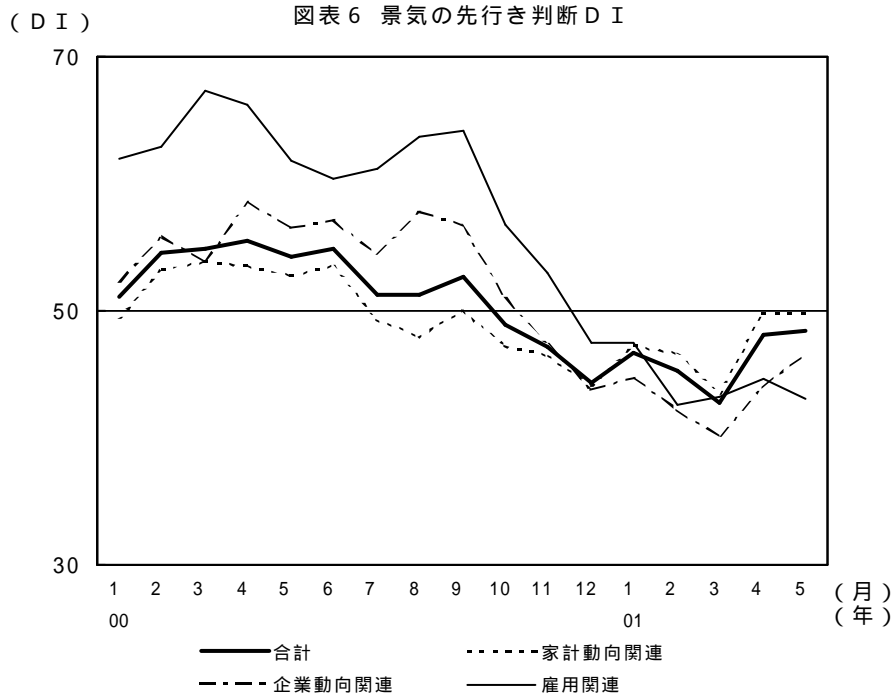
図表4 景気の先行き判断D I

(D I)	年	2000	2001				
	月	12	1	2	3	4	5
合計		44.3	46.7	45.3	42.8	48.1	48.4
家計動向関連		44.1	47.2	46.6	43.5	49.8	49.8
小売関連		43.3	46.6	45.7	41.5	49.4	50.1
飲食関連		39.2	48.4	47.8	45.8	48.3	48.3
サービス関連		46.2	48.4	49.2	46.8	50.1	49.7
住宅関連		48.5	46.0	43.1	45.8	54.0	48.5
企業動向関連		43.8	44.7	42.2	40.1	44.0	46.6
製造業		42.8	43.8	39.7	36.2	39.2	44.2
非製造業		44.8	45.6	43.4	43.2	48.1	48.3
雇用関連		47.4	47.4	42.6	43.2	44.6	43.0

図表5 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	3	0.9%	13.2%	49.8%	28.1%	8.0%	42.8
	4	1.0%	18.1%	56.9%	20.0%	3.9%	48.1
	5	0.8%	19.3%	56.5%	19.6%	3.8%	48.4

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 12	2001 1	2	3	4	5
全国		44.4	41.5	39.6	40.3	41.1	42.3
北海道		48.5	41.9	39.4	41.7	42.9	42.1
東北		41.8	36.9	34.8	38.0	39.9	39.1
関東		44.7	43.8	40.7	41.0	40.1	42.4
北関東		43.3	43.2	39.7	40.4	42.3	37.3
南関東		45.3	44.1	41.2	41.3	39.1	44.7
東海		43.9	43.4	44.0	43.6	43.5	45.3
北陸		45.9	41.8	36.8	35.3	36.8	37.1
近畿		45.6	42.8	38.2	40.4	40.5	43.5
中国		42.5	42.5	43.3	40.5	44.5	45.8
四国		40.8	38.0	39.4	39.9	38.2	39.5
九州		45.2	40.9	40.2	40.5	42.1	43.7
沖縄		44.0	38.1	36.4	40.8	40.6	41.3

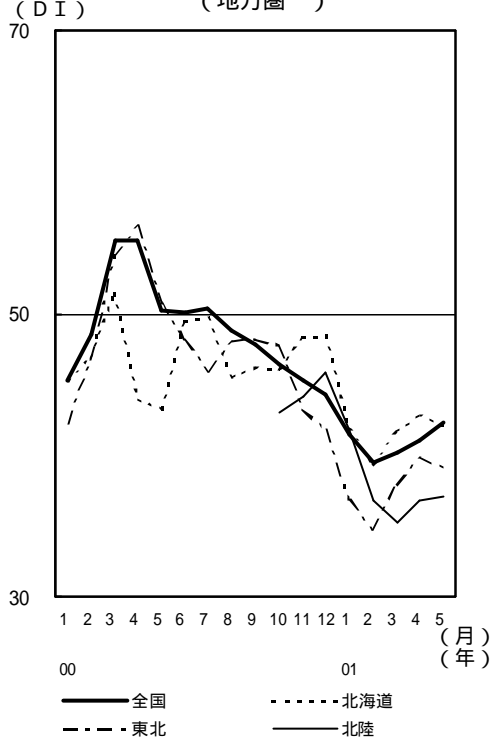
図表8 景気の現状判断D I (家計動向関連)

(D I)	年 月	2000 12	2001 1	2	3	4	5
全国		43.7	41.0	39.9	42.2	43.3	44.6
北海道		48.5	42.9	39.4	41.5	42.3	41.6
東北		41.0	35.0	34.2	39.9	43.9	41.9
関東		43.8	44.2	41.5	43.4	42.2	45.3
北関東		42.5	43.1	37.3	42.9	44.6	42.0
南関東		44.4	44.8	43.4	43.6	41.2	46.9
東海		43.8	42.0	44.7	44.5	45.9	48.2
北陸		46.3	44.0	38.3	37.5	38.3	41.0
近畿		43.6	41.5	38.1	42.7	45.0	47.1
中国		42.1	43.2	46.1	44.6	47.9	48.2
四国		40.5	36.7	38.9	41.5	39.8	40.8
九州		44.3	40.4	39.5	42.2	42.9	45.2
沖縄		41.7	35.0	35.0	44.2	36.4	40.0

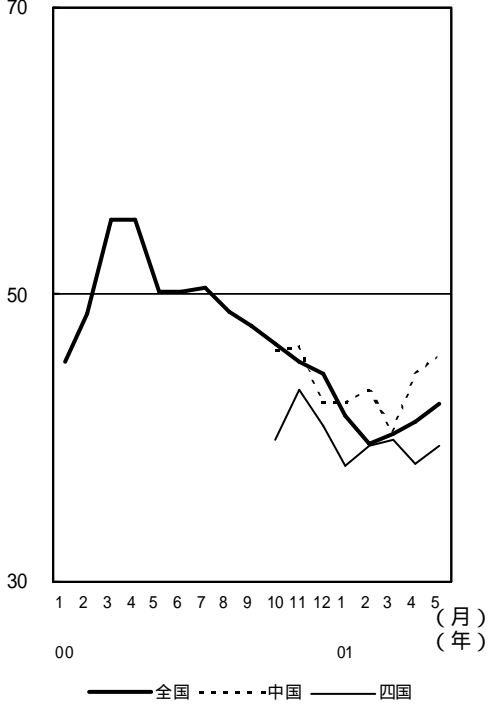
図表9 地域別DI(各分野計)
(大都市圏)



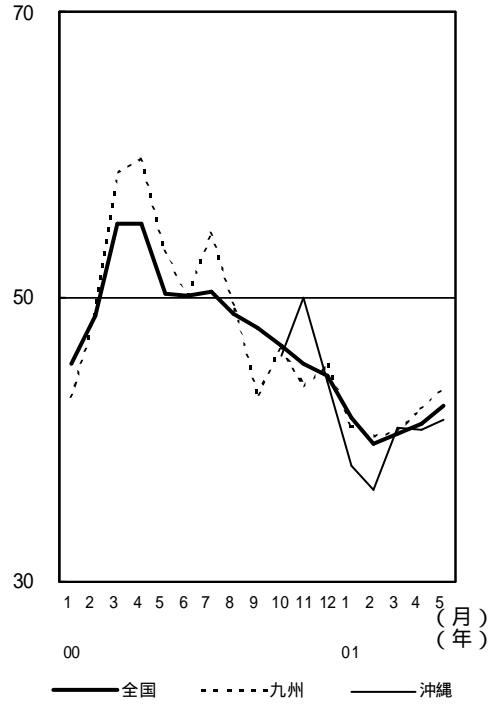
図表10 地域別DI(各分野計)
(地方圏)



図表11 地域別DI(各分野計)
(地方圏)



図表12 地域別DI(各分野計)
(地方圏)



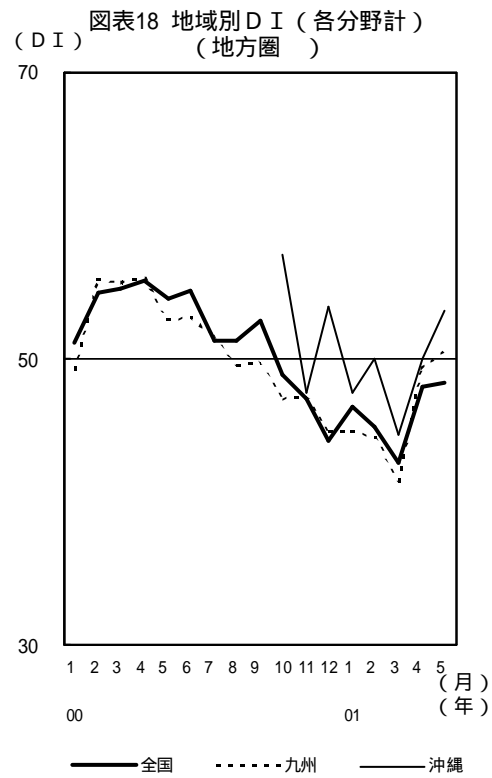
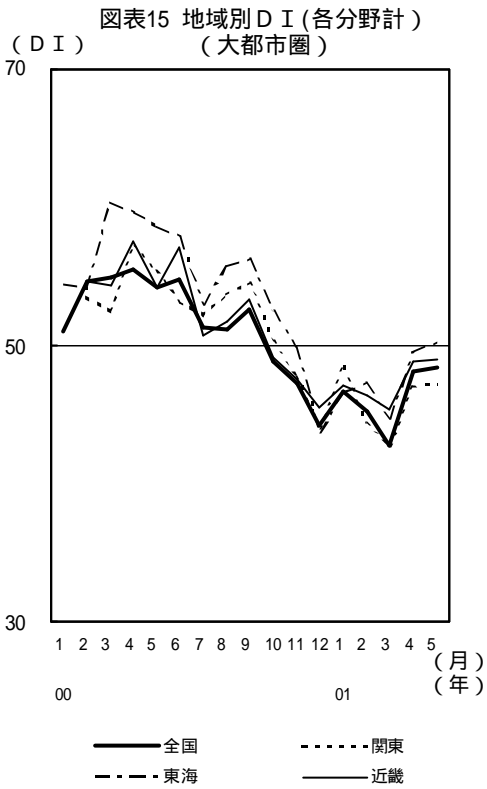
2. 景気の先行き判断D I

図表 13 景気の先行き判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2000 12	2001 1	2	3	4	5
全国		44.3	46.7	45.3	42.8	48.1	48.4
北海道		42.9	47.1	47.2	46.3	49.4	49.2
東北		42.4	44.9	44.0	41.1	46.9	46.9
関東		44.0	48.5	44.4	42.7	47.1	47.2
北関東		43.0	50.3	46.2	44.3	48.8	46.5
南関東		44.5	47.5	43.6	42.0	46.3	47.5
東海		43.7	46.6	47.3	44.7	49.5	50.3
北陸		45.4	46.7	39.7	36.3	44.2	43.8
近畿		45.5	47.1	46.4	45.4	48.8	49.0
中国		45.5	48.3	46.3	42.3	50.0	49.8
四国		44.3	46.1	46.2	42.0	46.2	46.8
九州		44.9	44.9	44.5	41.4	49.3	50.6
沖縄		53.6	47.6	50.0	44.7	50.0	53.3

図表 14 景気の先行き判断D I（家計動向関連）

(D I)	年 月	2000 12	2001 1	2	3	4	5
全国		44.1	47.2	46.6	43.5	49.8	49.8
北海道		43.6	47.3	46.3	45.9	49.1	48.8
東北		43.4	45.3	45.9	42.4	48.3	48.5
関東		42.7	49.0	45.3	43.9	50.0	47.9
北関東		43.4	51.0	46.1	46.9	52.2	48.0
南関東		42.4	48.1	45.0	42.3	49.0	47.8
東海		43.1	48.1	49.8	45.3	49.8	52.0
北陸		44.9	50.0	42.4	37.9	47.3	48.9
近畿		45.8	47.6	47.8	46.7	52.3	50.2
中国		46.4	50.0	48.6	43.2	51.4	52.5
四国		45.2	45.5	46.4	41.5	48.1	47.3
九州		42.9	42.6	45.5	41.5	51.0	51.3
沖縄		50.0	48.3	48.3	42.3	45.5	51.7



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		・客単価が低下している(百貨店、コンビニ、衣料品専門店等)。 ・来客数が変わらない(商店街、乗用車販売店、ゴルフ場等)。	
				・来客数が減少している(百貨店、衣料品専門店、スナック等)。	
				・来客数が増加している(家電量販店、都市型ホテル、美容室等)。	
		企業 動向 関連		・受注の動きが変わらない(食料品製造業、一般機械器具製造業、通信業)。 ・売上が変わらない(電気機械器具製造業)。	
			×	・売上が減少している(プラスチック製造業、金属製品製造業、電気機械器具製造業等)。 ・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、電気機械器具製造業)。	
		雇用 関連		・求人数が減少している(求人情報誌製作会社、職業安定所)。 ・求職者数が増加している(職業安定所)。	
			・求人状況に変化がない(人材派遣会社、求人情報誌製作会社、民間職業紹介機関)。		
		特徴	<p>：来客数、レジ待ちの客数が伸びており、特にミセス層の購買力が非常に高い(北海道=百貨店)。 ；特売品は利益が上がらなくなるため1人当たりの買上点数を制限しているが、家族総出で買う客が増えている(東北=スーパー)。 ；来客数は減少していないが、売上は良かったり悪かったりである。値段の高い物が売れる一方、安いブランド商品もよく売れる。景気が良いのか悪いのか判断がつきにくい(近畿=百貨店)。 ；3月から5月にかけて北米マーケットの受注は激減している(北陸=一般機械器具製造業)。 ×：大口団体や募集物を中心に予約が大幅に減少している。また、個人、グループも減少気味でトータルでは前年同月比で1割以上の減少となっている(北陸=テーマパーク)。</p>		
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客単価が低下する(百貨店、スーパー、衣料品専門店等)。 ・来客数が増加しない(コンビニ、衣料品専門店、旅行代理店等)。
					・売上が増加している(百貨店)。
企業 動向 関連				・客の態度が慎重になっている(商店街、百貨店、スーパー)。 ・客単価が低下する(食料品製造業、金属製品製造業)。 ・受注が変わらない(出版・印刷・同関連産業、金融業等)。	
				・受注が増加傾向にある(建設業、通信業、その他サービス業[情報サービス])。 ・受注が減少する(建設業)。	
雇用 関連			・常勤職員以外の求人が増加する(求人情報誌製作会社、新聞社[求人広告]、職業安定所)。 ・求人数が増加しない(求人情報誌製作会社、職業安定所)。		
			・求職者数が増加する(職業安定所)。		
	特徴	<p>：ヤング、キャリア層のファッション需要が引き続き好調に推移し、売上の底上げに寄与する(東海=百貨店)。 ；高額な携帯電話の新機種の新機種の売行きが、予約を含めて順調に推移している。今後発売予定の新機種にも期待が持てる(北陸=通信会社)。 ；ボーナス一括払いが増加する時期だが、今年はほとんどなく、客は夏のボーナスを見込んでいない(近畿=衣料品専門店)。 ；製造業、建設業の求人が伸びず、それに代わる新たな産業がみえないため悪くなる(東北=求人情報誌製作会社)。</p>			

(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。

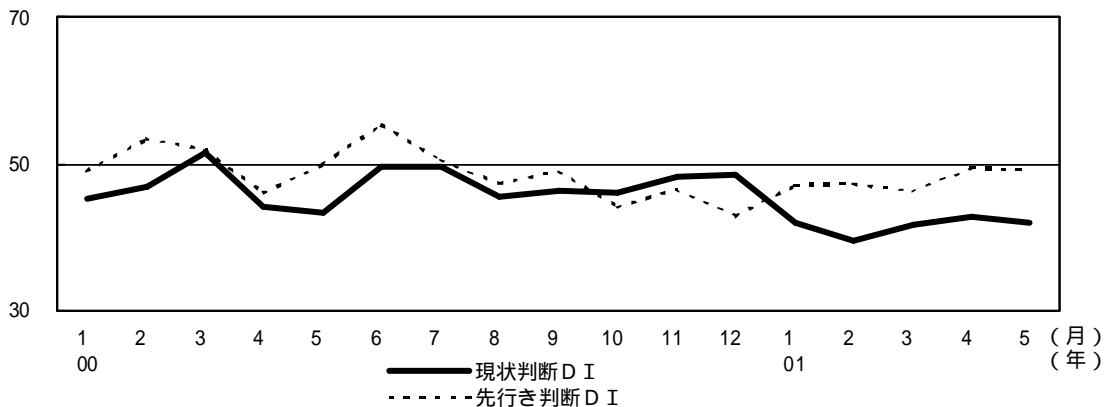
2. 「特徴」欄は、「多数回答」欄に掲載されたもの以外で特徴と考えられるものを掲載している。

1. 北海道

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

現 状	分野	判断	判断の理由	
			<ul style="list-style-type: none"> ・来客数が低調である(百貨店、コンビニ、乗用車販売店) ・客単価が低下したままである(スーパー、住関連専門店、高級レストラン等) 	
多 数 回 答	家計 動向 関連		<ul style="list-style-type: none"> ・来客数が減少している(百貨店、衣料品専門店、乗用車販売店) ・単価が上昇傾向にある(コンビニ、その他専門店[医薬品] 一般レストラン) 	
		企業 動向 関連		<ul style="list-style-type: none"> ・受注の動きが変わらない(食料品製造業) ・引き合いの件数が増加しない(その他サービス業[建設機械リース])
				<ul style="list-style-type: none"> ・設備投資の動きが少ない(通信業、金融業) ・機器の荷動きが良くなっている(その他サービス業[建設機械レンタル])
	雇用 関連		<ul style="list-style-type: none"> ・正社員の採用が減少している(求人情報誌製作会社) ・大手企業の立地等の明るい話題もある(人材派遣会社) 	
			<ul style="list-style-type: none"> ・地元の主要企業の求人はほとんどない(新聞社[求人広告]) 	
	特 徴	<ul style="list-style-type: none"> ：来客数、レジ待ちの客数が伸びており、特にミセス層の購買力が非常に高い(百貨店) ：5月は家電リサイクル法施行前の駆け込み需要の反動がまだ出ており、エアコンの出足も昨年と比べると鈍い(家電量販店) ：一点単価、客単価ともに低下傾向であり、客の買い方が更にシビアになっている(スーパー) 		
先 行 き	家計 動向 関連		<ul style="list-style-type: none"> ・単価の低下が見込まれる(スーパー、コンビニ、衣料品専門店等) ・来客数が増加する見込みがない(コンビニ、衣料品専門店) 	
		企業 動向 関連		<ul style="list-style-type: none"> ・高額商品に動きがない(百貨店、家電量販店) ・来客数が増加している(自動車備品販売店、住関連専門店、観光型ホテル等)
				<ul style="list-style-type: none"> ・安定した長期の仕事が少ない(その他サービス業[建設機械リース]) ・宴会部門は例年並みである(その他企業[コンベンション担当])
	雇用 関連		<ul style="list-style-type: none"> ・投資計画が検討段階に入っている(通信業) ・金融業の貸出規制が進行している(輸送業) 	
			<ul style="list-style-type: none"> ・非正社員中心の求人が続く(求人情報誌製作会社、新聞社[求人広告]) ・建築業、土木業が足を引っ張っている(求人情報誌製作会社) 	
	特 徴	<ul style="list-style-type: none"> ・ボーナス商戦に入るが、買い換えを控えている客が例年よりも多い(乗用車販売店) ：3か月先は夏場の観光シーズンに入るので今よりは忙しくなるが、今年は観光客がユニバーサル・スタジオ・ジャパンの開業した大阪に流れないか不安である(高級レストラン) ：周辺の競合店スーパーの値下げ等により、以前は敏感に反応した価格設定でも、現在は客の反応が鈍くなっている(コンビニ) 		

(D I) 図表19 現状・先行き判断D Iの推移

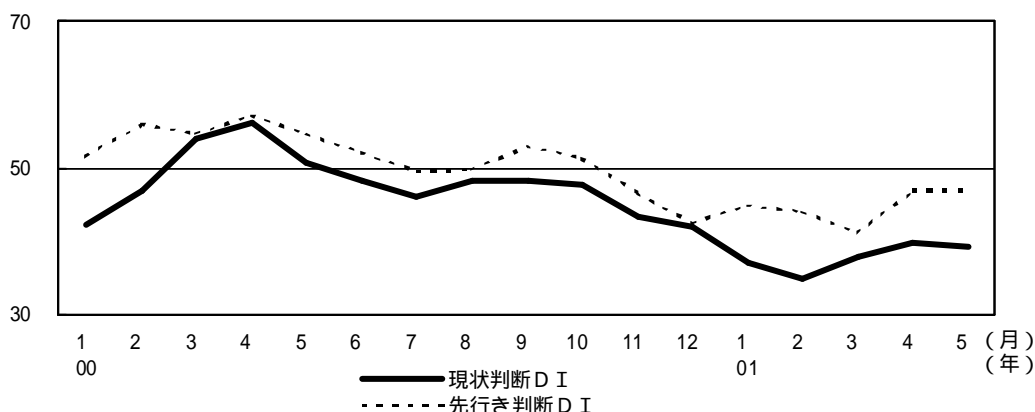


2. 東北

(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(百貨店、スーパー、都市型ホテル等) ・来客数が増加している(スーパー、高級レストラン、住宅販売会社)	
				・低価格志向が強まっている(スーパー、衣料品専門店、家電量販店等)	
				・客の動きが良くなっている(一般小売店[スポーツ用品] 住宅販売会社)	
		企業 動向 関連		・価格が下がっている(広告代理店、その他企業[管理業]) ・悪い状況が変わらない(食料品製造業、輸送業)	
				・市場価格が低迷している(電気機械器具製造業)	
			×	・業界全体で厳しくなっている(繊維工業、電気機械器具製造業)	
	雇用 関連		・求人倍率が低下している(職業安定所) ・契約更新が減少している(人材派遣会社)		
			・求人状況に変化がない(人材派遣会社、求人情報誌製作会社)		
	特 徴	: 昨年までは近隣のオフィスビルで事務所の撤退が相次いでいたが、今は通りに面した事務所には空室がない状態で、にぎわいが出ている(その他飲食店[そば])。 : 特売品は利益が上がらなくなるため1人当たりの買上点数を限定しているが、家族総出で買う客が増えている(スーパー) : 客単価や客の低価格志向に変化がみられず、歯止めが掛からない状態である(一般レストラン)			
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・客単価の低下が続く(百貨店、スーパー、家電量販店等) ・イベントの成否にかかっている(百貨店、観光名所)
				・単価が下げ止まらない(スーパー、その他専門店[ガソリンスタンド])	
				・客の反応が良い状況が続く(住宅販売会社)	
企業 動向 関連				・消費を控える状況が続く(通信業) ・半導体業界の回復は遅れる(電気機械器具製造業)	
				・貨物品目のヒット商品の発表を期待している(輸送業)	
				・投資が冷え込みつつある(建設業)	
雇用 関連			・求職者が増加する(職業安定所) ・求人が伸びない(求人情報誌製作会社、職業安定所)		
			・雇用情勢は厳しい状況が続く(職業安定所)		
特 徴		: 6月末に待望のリッターカーが発売されることに大きく期待している(乗用車販売店) : 不景気とはいえ今年の収穫に期待できるため、農業用機械の購入がみられる。特に草刈機などが売れている(農林水産業) : 製造業、建設業の求人が伸びず、それに代わる新たな産業がみえないため悪くなる(求人情報誌製作会社)			

(D I) 図表20 現状・先行き判断D Iの推移

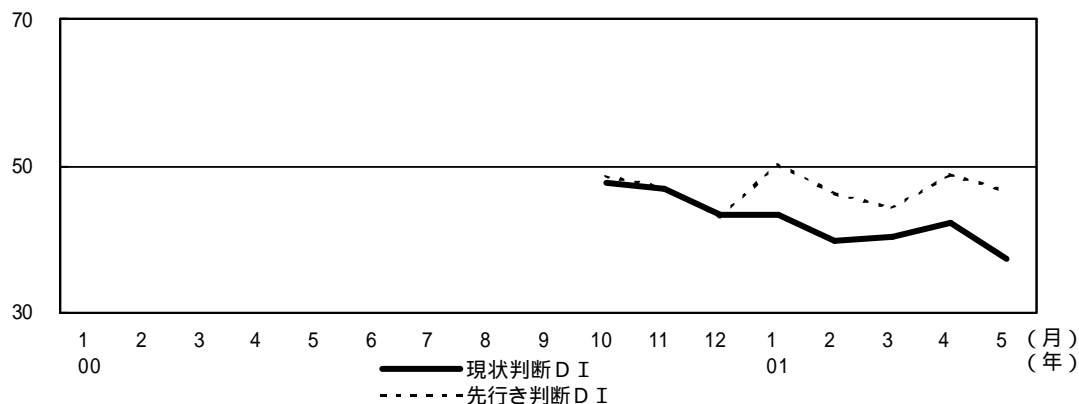


3. 北関東

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

	分野	判断	判断の理由	
現 状	家計 動向 関連		・来客数が減少している(一般小売店[精肉]、タクシー運転手)。 ・売上が減少している(百貨店、通信会社)。	
			・売上が減少している(コンビニ、衣料品専門店、設計事務所等)。	
			・売上が増加している(コンビニ、通信会社)。	
	企業 動向 関連		・売上が減少している(プラスチック製造業、電気機械器具製造業)。 ・満足な業績の企業は少ない(経営コンサルタント)。	
		×	・客単価が低下している(電気機械器具製造業)。	
			・売上が変わらない(その他サービス業[情報サービス])。	
	雇用 関連		・新規求人数が減少し、新規求職者数は増加している(職業安定所)。 ・雇用情勢は一進一退である(人材派遣会社)。	
			・発注状況が変わらない(求人情報誌製作会社)。	
			・求人件数の増加が目立つ業種がある(学校[短期大学])。	
	特徴	: ランチタイムで 580 円からランチを出しているが、安いメニューよりも、1480 円のセットが良く出ている(一般レストラン)。 : 売上のポイント制やセール企画を行った時は、購買意欲があるが、通常時の客単価が低く、来客数も少ない(一般小売店[精肉])。 : 今月は連休中、日曜日の売上が予想よりはるかに悪く、対前年比で大幅に落ち込んでいる(コンビニ)。		
先 行 き	家計 動向 関連		・売上が減少している(百貨店、競輪場、設計事務所)。 ・客単価が低い(商店街、コンビニ)。	
			・客の態度が慎重になっている(百貨店)。	
			・仕事量が増加してきている(その他サービス[自動車整備業])。	
	企業 動向 関連		・受注しようにも、単価が低く受けられない(電気機械器具製造業)。 ・チラシが小さくて安いB4版化している(新聞販売店[広告])。	
			・設備投資の件数が非常に少なくなっている(電気機械器具製造業)。	
		×	・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])。 ・取引先は設備投資ができる状況ではない(建設業)。	
	雇用 関連		・常勤職員以外の求人が増加している(職業安定所)。 ・製造業の求人は慎重になりつつある(学校[短期大学])。	
			・リストラに伴う求人が増加していく(職業安定所)。	
	特徴	: 自社近郊の町工場において、親工場から決められた見積での仕事で、従来どおりの利益がある状態ではないが、仕事量は増えていると聞いている(その他サービス[自動車整備業])。 : 設備投資件数が非常に少なくなってきた(電気機械器具製造業)。 : 地域の大手企業で7月より組織改編を実施するが、協力会社 200 社において、いろいろな影響が出てくる(職業安定所)。		

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの推移

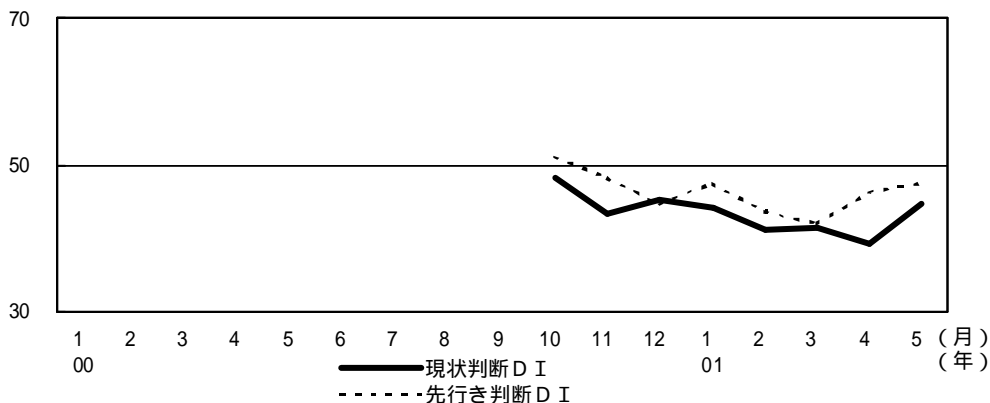


4. 南関東

(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、衣料品専門店）。
				・売上が横ばいである（百貨店、スーパー、住宅販売会社）。
				・来客数が減少している（百貨店、衣料品専門店、一般レストラン）。
		企業 動向 関連		・来客数が増加している（一般小売店〔鞆・袋物〕遊園地）。
				・売上が伸び悩んでいる（金属製品製造業、通信業）。
				・仕事量が少なく、増える要素がない（輸送業）。
	雇用 関連		・5月の売上は今年最低である（電気機械器具製造業）。	
			・売上の低下幅が小さくなっている（化学工業）。	
	特 徴			・求人数が引き続き減少している（職業安定所）。
				・契約の中途解除が発生している（人材派遣会社）。
			・企業の新規採用計画に、特に新しい話はない（学校〔専修学校〕）。	
			：中旬までは、セールやハウスカードの優待を行っていたせいか来客数も多く、売上も好調だったが、中旬以降売上が低迷している（百貨店）。	
			：レジャー支出の増大により、ゴールデンウィークの百貨店への来客数が減少し、また天候不順により婦人服、婦人雑貨の落ち込みが大きい（百貨店）。	
			：IT関連の設備投資で、今年度分の予算を昨年度申請しているところが多くあったが、結局、今年度では予算がつかずに、次年度に繰延べというユーザーが増えている。（その他サービス業〔情報サービス〕）。	
先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・低価格志向が続いている（百貨店、住宅販売会社）。
				・客単価が低下している（百貨店、スーパー）。
				・客の購入意欲が高まっている（スーパー、家電量販店、乗用車販売店）。
		企業 動向 関連		・客の態度が慎重になっている（商店街、スーパー）。
				・受注に変化がない（出版・印刷・同関連産業、金融業）。
				・受注単価が低下している（金属製品製造業）。
	雇用 関連		・引き合いが増加している（その他サービス業〔情報サービス〕）。	
			・現状維持が精一杯で、拡大が見込めない（広告代理店）。	
	特 徴			・新規の雇用を予定している企業が見当たらない（人材派遣会社）。
				・SE等特定職種の求人は多いが、他の職種は非常に少ない（学校〔専門学校〕）。
			：仕事上で新規案件の引き合い等が、少しずつではあるが増加している（その他サービス業〔情報サービス〕）。	
			：趣味性の高い商品や高額商品の動きはまだ不安定で、顧客の購買姿勢の慎重さがうかがえる（百貨店）。	
			：今月末の大手スーパーの閉店が決定されており、求職者、雇用保険受給者の増加が見込まれている（職業安定所）。	

(DI) 図表22 現状・先行き判断DIの推移

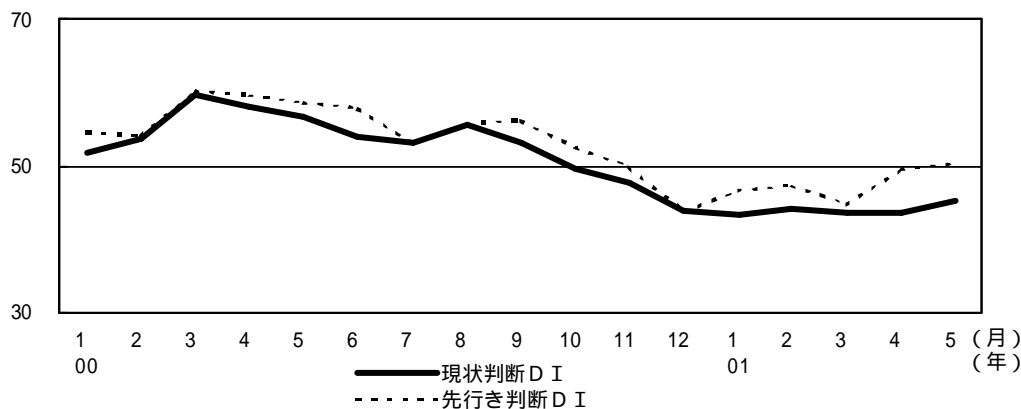


5. 東海

(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		・客は必要最小限に出費を抑えている(百貨店、スーパー、テーマパーク)。 ・来客数に変化がない(乗用車販売店、ゴルフ場)。	
				・来客数が増加している(スーパー、衣料品専門店、家電量販店等)。	
				・売上が減少している(百貨店、コンビニ)。	
		企業 動向 関連		・貨物量が伸び悩んでいる(輸送業)。 ・納期や価格交渉などが厳しい(パルプ・紙・紙加工品製造業)。	
				・商品の流れが細くて弱い(食料品製造業)。	
				・ラインの負荷が高い(輸送用機械器具製造業)。	
	雇 用 関 連		・派遣スタッフで、会社都合でリストラされたり、休職になったりする人が目立つ(人材派遣会社)。 ・注文が減少しつつある(人材派遣会社)。		
			・求人件数に変動はない(求人情報誌製作会社)。		
	特 徴	: 来客数の減少や客単価の低下は厳しいが、購買客数は前年を上回り、外商売上も回復傾向にある(百貨店)。 : 弁当も安い商品から売れてゆく状況で、客単価が低下している(コンビニ)。 : 大型工事物件もほとんどなく、物件の規模が小型化しているため、仕事量が少なくなってきた(建設業)。			
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・高額商品の売行きが良くなっていない(乗用車販売店)。 ・夏物バーゲンは期待できるが、商品単価の低下をカバーできない(百貨店)。
				・買い換え需要がやや出てきている(家電量販店、乗用車販売店)。	
				・夏休み期間の予約が減少している(観光型ホテル)。	
企業 動向 関連				・工事量が若干増えても、コストダウン競争が激しく、厳しい状況は続く(建設業)。 ・中小企業の不良債権処理はまだ一巡しておらず、IT関係の生産も増加していない(公認会計士)。	
				・引き続き受注単価が低下しそうである(非鉄金属製品製造業)。	
				・客先での在庫量は、減少傾向である(電気機械器具製造業)。	
雇 用 関 連			・製造業の求人増加が見込めない(職業安定所)。 ・雇用のミスマッチが拡大する(新聞社[求人広告])。		
			・派遣契約の更新がほぼ横ばいに推移している(人材派遣会社)。		
特 徴		: ヤング、キャリア層のファッション需要が引き続き好調に推移し、売上の底上げに寄与する(百貨店)。 : 飲食も値下げ品や食べ放題には人気が続くが、高価な物は全く相手にされない(テーマパーク)。 : 大手企業の業務整理、見直しによる合併、事業部門の廃止やリストラによる求職者の増加がしばらく懸念される(職業安定所)。			

(D I) 図表23 現状・先行き判断D Iの推移

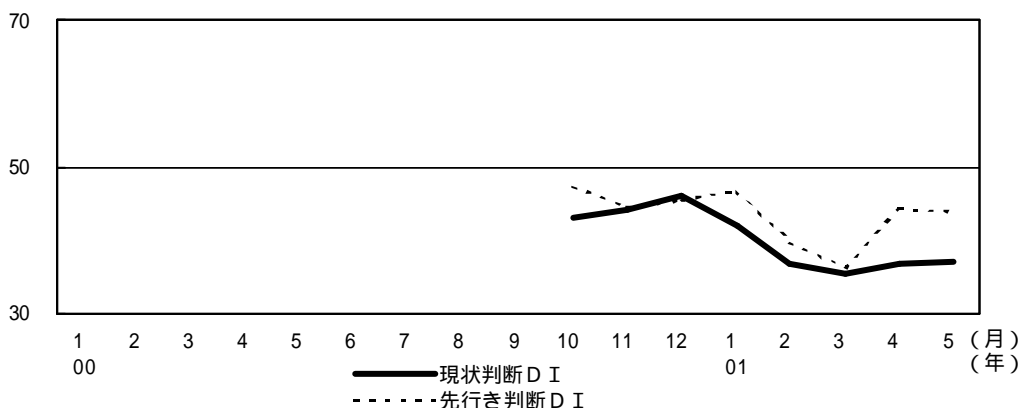


6. 北陸

(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		・客の購買態度が変わらない(商店街、百貨店、衣料品専門店)。 ・客は割引の時にしか買わない(百貨店、スーパー)。	
				・来客数が減少している(百貨店、衣料品専門店、高級レストラン等)。 ・来客数が増加し、購買態度にも明るさがみられる(コンビニ)。	
		企業 動向 関連		・単価が低下している(食料品製造業、化学工業、建設業等)。 ・リストラにより失業者が増えている(精密機械器具製造業)。	
				・不景気の状態を反映する相談が相変わらず多い(司法書士)。	
			×	・受注量が減少し、再三にわたって単価の引下げ要請がある(金属製品製造業)。	
		雇用 関連		・候補者を採用する最終段階で先方が再度慎重な検討をしている(人材派遣会社)。 ・求人広告の掲載件数がやや落ち込んでいる(新聞社[求人広告])。	
			・相変わらず企業からの求人が少ない(民間職業紹介機関)。		
	特 徴	: 客の動きは慎重であり、新型車の発売を前にした商談締結がいつも以上に時間がかかっている(乗用車販売店)。 : 3月から5月にかけて、北米マーケットの受注は激減している(一般機械器具製造業)。 × : 大口団体や募集物を中心に予約が大幅に減少している。また、個人、グループも減少気味でトータルでは前年同月比で1割以上の減少となっている(テーマパーク)。			
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・単価の安い商品は人気がある(商店街、スーパー)。 ・客単価が低下している(住関連専門店、都市型ホテル)。
					・売上が増加しない(高級レストラン、都市型ホテル、通信会社)。 ・新製品に期待できる(乗用車販売店)。
企業 動向 関連				・価格の低下傾向が続く(食料品製造業)。 ・客の奪い合いが続く(通信業)。	
		×	・受注価格が大幅に下がっている(精密機械器具製造業)。 ・先行き不透明感が強い(繊維工業)。		
雇用 関連			・最近の受注は欠員を補充する場合に限られている(人材派遣会社)。 ・求人広告の掲載量は、このまま低い水準で推移する(新聞社[求人広告])。		
		特 徴	: 高額な携帯電話の新機種の新機種は、予約を含めて順調に推移している。今後発売予定の新機種にも期待が持てる(通信会社)。 : 今後は集客を続ける店と集客力の低下した店の二極化が更に進む(スーパー)。 : 5月に入ってから急に客の購買態度が慎重になっている。ボーナス商戦の盛り上がりも期待できない(自動車備品販売店)。		

(D I) 図表24 現状・先行き判断D Iの推移

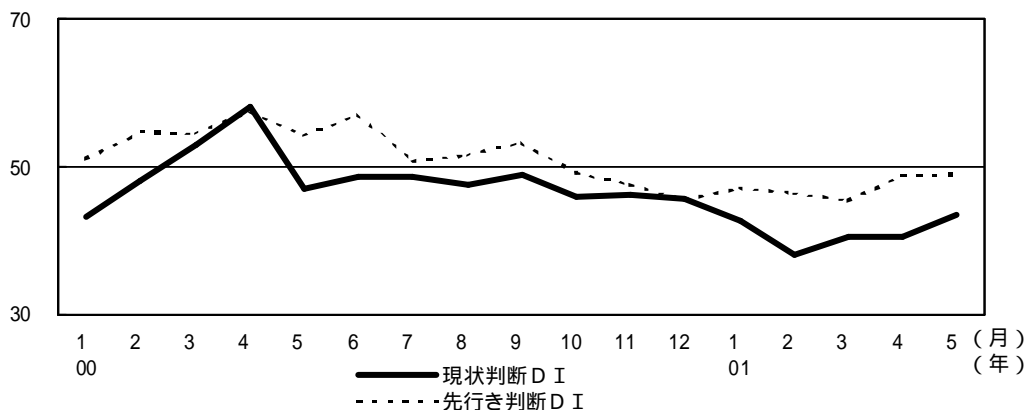


7. 近畿

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

	分野	判断	判断の理由
現 状	家計 動向 関連		・客単価が上昇しない(一般小売店〔衣服〕 コンビニ、一般レストラン等)
			・売上が増加しない(商店街、スーパー、観光名所等)
			・客単価が低下している(スーパー、その他専門店〔ゴルフ用品〕 スナック)
			・売上が増加している(商店街、一般小売店〔衣服〕 一般レストラン)
	企業 動向 関連		・物量に変化がない(電気機械器具製造業、輸送業)
			・売上が減少している(経営コンサルタント)
		×	・売上が減少している(金属製品製造業、金融業)
	雇用 関連		・求職者数が増加している(職業安定所)
			・求人数の業種間の格差が拡大している(求人情報誌製作会社、職業安定所)
	特 徴	: スポーツ大会、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの効果で宿泊、宴会ともやや好調である(都市型ホテル) : 来客数は減少していないが、売上は良かったり悪かったりである。値段の高い物が売れる一方、安いブランド商品もよく売れる。景気が良いのか悪いのか判断が付きにくい(百貨店) : 期待していたゴールデンウィーク期間中の展示場への来場者数も極めて低調である(住宅販売会社)	
先 行 き	家計 動向 関連		・低価格競争が激化している(スーパー、一般レストラン、タクシー運転手等)
			・ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの効果が期待したほどでもない(商店街、百貨店、一般レストラン)
			・客単価が上昇している(商店街、スーパー、旅行代理店)
			・客の購買意欲が弱い(商店街、百貨店)
	企業 動向 関連		・好転する要素が全く見当たらない(金属製品製造業)
			・IT関連の設備投資がどこまで回復していくかがカギになる(電気機械器具製造業)
			・生産面、受注面とも順調である(金属製品製造業)
	雇用 関連		・秋口の広告出稿の話が出てくる時期だが今年はまだ来ていない(広告代理店)
			・求人数が伸びる状況ではない(新聞社〔求人広告〕)
	特 徴		・企業は派遣を採用するに当たってもかなり慎重である(人材派遣会社)
・複数の大手企業から人員整理の予定の相談を受けている(職業安定所)			
: ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの効果があまり感じられず、同スタジオの話題も少なくなっている(商店街) : ボーナス一括払いが増加する時期だが、今年はほとんどなく、客は夏のボーナスを見込んでいない(衣料品専門店) : 3か月前は好調だった美術、宝飾といった高額品の動きが再び鈍くなってきている(百貨店)			

(D I) 図表25 現状・先行き判断D Iの推移

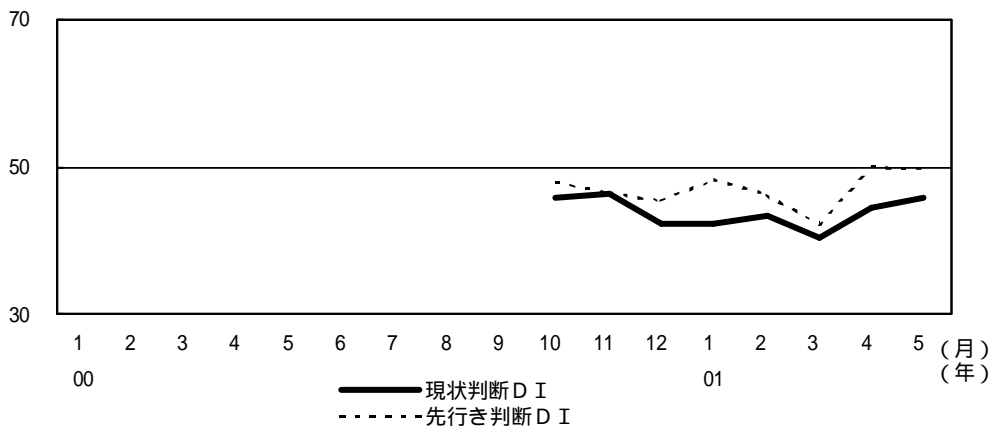


8 . 中国

(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		・ 来客数に変化がない (商店街、スーパー、乗用車販売店等) ・ 客単価が低下している (一般小売店 [菓子] コンビニ、高級レストラン等)	
				・ 来客数が減少している (一般小売店 [土産] 住関連専門店、通信会社)	
				・ 来客数が増加している (乗用車販売店、都市型ホテル、テーマパーク等)	
		企業 動向 関連		・ 受注状況に変化がない (一般機械器具製造業、通信業) ・ 価格、売上数量等に変化がない (電気機械器具製造業)	
				・ 荷動きが活発化している (輸送業) ・ 仕事のない待機者が増えている (建設業)	
				・ 求人情報に変化がみられない (民間職業紹介機関) ・ 新卒採用状況に変化がない (学校 [大学]) ・ 採用を抑えるところが出てきている (求人情報誌製作会社)	
	特 徴	: ゴールデンウィーク時は非常に良く売れ、例年に比べて売上は7、8%増加、客単価は50円上昇しており、客の顔が明るくなっている (一般レストラン) : ゴールデンウィークの来客数は20%増加しているが、売上は5%しか伸びない (百貨店) : 求人数は横ばいで、求職者数は増加しているが、年度替わりによる期間満了や定年退職者によるものであり、リストラによるものは少し落ち着きをみせている (職業安定所)			
		多 数 回 答	家計 動向 関連		・ 購買意欲が上がらない (衣料品専門店、家電量販店) ・ 高額商品の購入を抑えている (一般小売店 [酒] 乗用車販売店)
					・ 値ごろ感が出てくれば客は買っていく (百貨店、その他専門店 [書籍])
					・ 客に買い控えがみられる (商店街、家電量販店)
企業 動向 関連			・ 受注見通しに変化がない (金属製品製造業、一般機械器具製造業) ・ 価格が回復しない (電気機械器具製造業)		
			・ 先行きに不安がある (農林水産業)		
	×		・ IT関連の不況が続く (非鉄金属製造業)		
雇 用 関 連		・ 雇用調整をしているところがある (職業安定所) ・ 採用に変化がない (学校 [大学]) ・ 新規求職者数の増加が見込まれる (職業安定所)			
	: 売上や来客数ともマイナス幅が縮まってきており、月によっては前年実績を上回っている (百貨店) : 新規顧客である電子部品メーカーの市況は低迷しており、受注量も大幅に落ち込んだ状況が想定され、最大顧客の高炉メーカーからの受注状況改善の見通しもない (窯業・土石製品製造業) : 近隣の工場のラインが1つ止まった影響で店の売上が減少する (スーパー)				

(D I) 図表26 現状・先行き判断D Iの推移



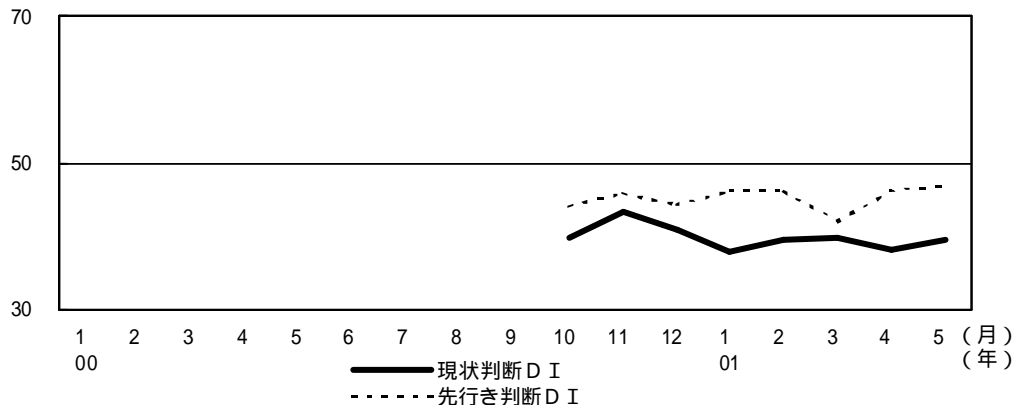
9. 四国

(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		・来客数に変化がない(スーパー、乗用車販売店)。 ・高額商品が売れない(百貨店、衣料品専門店)。	
				・来客数が減少している(衣料品専門店、スナック、タクシー運転手等)。	
		企業 動向 関連		・来客数が増加している(スーパー、美容室)。 ・来客数が減少している(百貨店、コンビニ、タクシー運転手)。	
			×	・メーカーの再編が続いている(一般機械器具製造業)。 ・底打ち感が感じられる(一般機械器具製造業)。 ・仕事が取れない(建設業)。 ・荷動きが悪い(家具製造業)。	
		雇用 関連		・派遣を採用するケースが多い(人材派遣会社)。 ・事業主の都合による解雇は減っていない(職業安定所)。 ・新規求職者が増加している(職業安定所)。	
			×		
	特 徴	: 企業業績が思わしくないため、慰安旅行、招待旅行を中止したり先送りする会社が多く、大幅に受注が落ち込んでいる(旅行代理店)。 : 昼夜とも客を乗せて走る回数が減っており、長距離も少なく客単価が低下している(タクシー運転手)。 × : 土日の来客数が少なくなっており、全体で20%程度の来客数の減少が続いている(百貨店)。			
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・来客数に変化がない(乗用車販売会社、旅行代理店、住宅販売会社)。 ・予約状況が良くない(都市型ホテル、旅行代理店、ゴルフ場)。
					・売上が増加している(百貨店)。 ・来客数が減少している(スナック)。
			企業 動向 関連		・低価格商品を求める状況が続く(農林水産業)。 ・効果がすぐ現れる広告を求めている(広告代理店)。 ・受注が減少する(建設業)。
雇用 関連			・かなり悪い状態である(新聞社「求人広告」)。 ・予定派遣が増え出し始めている(人材派遣会社)。 ・採用意欲に格差が生じている(人材派遣会社)。		
		特 徴	: サポート高松に、シティホテルなどが新しくオープンし、それに伴うイベント、広告出稿、交流人口の増加が多少見込まれる(広告代理店)。 : 購買意欲に若干の改善がみられるが、高額商品が売れるような予測は難しく、あまり状況は変わらない(百貨店)。 : 先行きの予約も決して昨年よりも良い状況ではなく、あまり変わらない(都市型ホテル)。		

(D I)

図表27 現状・先行き判断D Iの推移

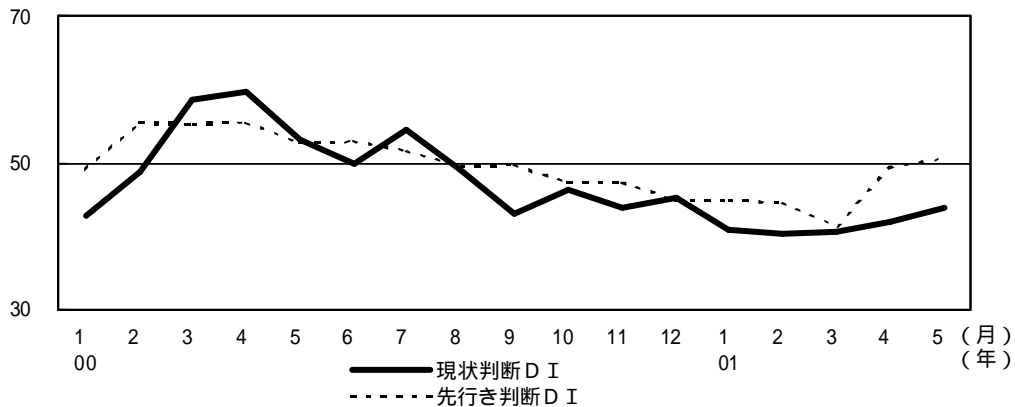


10.九州

(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		・売上が悪い(百貨店、スーパー、コンビニ等)。 ・来客数が横ばいである(百貨店、スーパー、住宅販売会社)。	
				・売上が減少している(商店街、百貨店、スーパー)。 ・来客数が増加している(百貨店、都市型ホテル、住宅販売会社)。	
		企業 動向 関連		・設備投資が控えられている(食料品製造業)。 ・荷動きが悪い状況が続いている(輸送業)。	
			×	・発注件数が減っている(広告代理店)。 ・受注がない(一般機械器具製造業、電気機械器具製造業)。	
		雇用 関連		・派遣の契約期間延長が少ない(人材派遣会社)。 ・大量の離職者を出している(職業安定所)。	
				・求人数が激減している(求人情報誌製作会社)。	
	特 徴	: 宿泊は個人客、団体客ともに増加傾向にあり、客室単価も上昇してきている(都市型ホテル)。 : 来客数は先月と同水準であるが、広告の目玉商品ばかりに殺到するので単価は上がらない(百貨店)。 : 売上は好調に推移しているが、来客数と買上点数が増加せず、客単価は下がったままである(スーパー)			
	先 行 き	多 数 回 答	家計 動向 関連		・一般商品の売行きが悪い(百貨店、乗用車販売店)。 ・売上が前年並みである(百貨店、乗用車販売店)。
					・売上が好調である(百貨店)。 ・客単価が下落している(百貨店、家電量販店)。
			企業 動向 関連		・客単価の低下が続いている(食料品製造業)。 ・生産計画に変化がない(輸送業)。
×				・受注が増加傾向にある(建設業、通信業)。 ・在庫調整が続いている(電気機械器具製造業)。 ・受注がほとんどない(家具製造業)。	
雇用 関連			・求職者と企業とのミスマッチが改善しない(人材派遣会社、職業安定所)。 ・再就職先が減っている(人材派遣会社)。		
特 徴		: 北九州博覧祭が始まり、来客数が増加し、売上が増加することが予想される(商店街)。 : 家電リサイクル法施行前の駆け込み需要の反動も6月ごろで終わり、徐々に回復してくると予想される(家電量販店)。 : 高級品や特選品の伸びが今一つであり、将来もそれは変わらない(百貨店)			

(D I) 図表28 現状・先行き判断D Iの推移

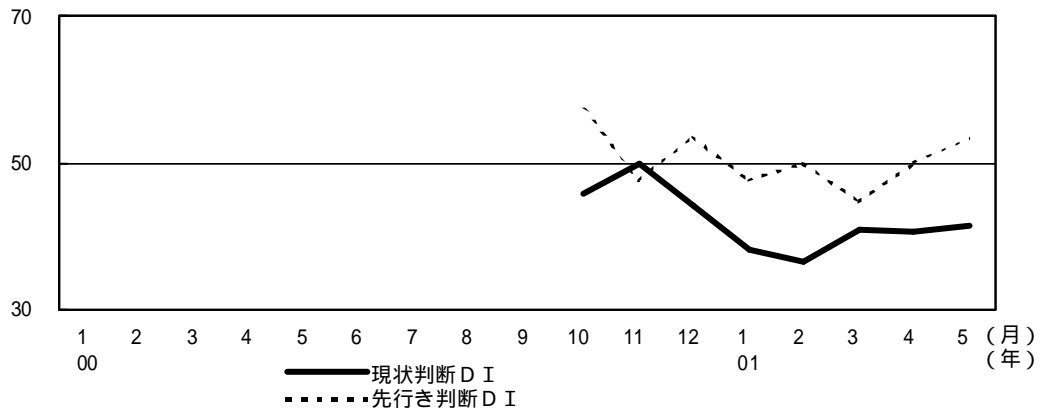


11. 沖縄

(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		<ul style="list-style-type: none"> ・客単価が低下している（スーパー、衣料品専門店） ・家賃の滞納状況に変化がない（住宅販売会社） ・来客数が減少している（高級レストラン） ・売上が減少している（その他専門店〔書籍〕）
		企業 動向 関連		<ul style="list-style-type: none"> ・物流量が増加している（輸送業） ・開発の案件が入っている（通信業） ・来客数が減少している（不動産業）
		雇用 関連		<ul style="list-style-type: none"> ・収入が減少している（人材派遣会社） ・新規求人数が減少している（職業安定所）
	特徴	: 前年はサミット開催に伴う制約等により、来客数は減少したが、今年は前年と比べると約2割、また、一昨年と比べると約1割増加している（観光名所） : 各ホテルにおいて観光客数が少なく、そのあおりで来客数が減少している（高級レストラン）		
先 行 き	多数 回答	家計 動向 関連		<ul style="list-style-type: none"> ・単価の下落が続く（スーパー） ・来客数が変わらない（観光名所）
				<ul style="list-style-type: none"> ・決算の良くなった企業が増えている（一般小売店） ・予約状況が悪い（観光型ホテル）
		企業 動向 関連		<ul style="list-style-type: none"> ・需要が増えている（輸送業） ・依頼案件が続々とある（通信業）
				<ul style="list-style-type: none"> ・客足が鈍い（不動産業）
	雇用 関連		<ul style="list-style-type: none"> ・解雇が増加している（職業安定所） 	
		<ul style="list-style-type: none"> ・雇用が多くなっている（人材派遣会社） 		
特徴	: 低価格で良い商品を提供するという戦略を実行していけば、客はついてくる。単価は低下するが客の買上点数は戻りつつある（コンビニ） : テレビドラマや世界遺産登録による効果を期待している（高級レストラン）			

(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 12	2001 1	2	3	4	5
合計		39.3	36.1	34.1	35.7	34.4	34.6
家計動向関連		37.1	34.7	33.0	36.5	35.5	35.5
小売関連		33.3	34.3	33.0	36.4	34.0	34.1
飲食関連		45.3	34.8	32.4	40.4	39.9	33.9
サービス関連		43.4	36.1	33.7	35.8	36.9	38.5
住宅関連		37.3	32.4	31.9	35.1	38.0	37.7
企業動向関連		42.0	35.9	34.4	32.1	30.7	30.9
製造業		44.4	35.3	33.3	30.3	27.4	27.8
非製造業		40.0	37.0	34.6	33.9	33.3	32.7
雇用関連		48.1	46.3	41.1	37.7	34.9	36.3

図表 31 景気の現状水準判断D I (各分野計)

(D I)	年 月	2000 12	2001 1	2	3	4	5
全国		39.3	36.1	34.1	35.7	34.4	34.6
北海道		41.6	37.2	34.1	36.7	32.4	33.7
東北		39.6	33.0	31.6	33.2	34.1	33.2
関東		39.8	37.8	35.1	36.7	34.8	34.5
北関東		37.7	36.0	31.5	32.1	35.4	28.9
南関東		40.8	38.7	36.8	38.9	34.5	37.2
東海		39.7	38.6	39.2	40.3	37.2	37.8
北陸		40.3	33.9	32.1	29.5	30.5	30.9
近畿		41.2	39.8	33.0	36.8	36.1	36.5
中国		38.5	38.5	36.0	37.3	39.0	38.0
四国		28.5	28.4	27.2	27.4	26.4	28.5
九州		39.1	33.8	34.8	36.8	34.2	34.9
沖縄		42.9	38.1	38.6	42.1	40.6	35.9

(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。