

景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

平成 23 年 2 月調査結果

平成 23 年 3 月 8 日



内閣府政策統括官室
(経済財政分析担当)

今月の動き（2月）

2月の現状判断DIは、前月比4.1ポイント上昇の48.4となり、2か月ぶりに上昇した。

家計動向関連DIは、前月よりも天候が回復したことなどから小売店等への来客数が増加したこと、エコカー補助金制度の終了や家電エコポイント制度の変更に伴う販売の落ち込みが収まりつつあること等から、上昇した。企業関連動向DIは、受注単価が厳しい中で原材料・燃料価格が上昇し、採算悪化への懸念が強まっているものの、海外からの受注が増えていること等から、上昇した。雇用関連DIは、求人数が増加し、欠員補充のほか増員に伴う求人の増加も一部で見られること等から、上昇した。

2月の先行き判断DIは、前月に対し横ばいの47.2となった。

先行き判断DIは、消費の一部にみられる改善の動きが続くことへの期待や3月末のエコポイント制度終了前の駆け込み需要が予想されること、求人数が引き続き増加傾向にあること等から、家計動向部門及び雇用部門で上昇した。一方で、原材料・燃料価格の上昇による採算悪化への懸念が強まっていること等から、企業動向部門では低下した。

以上のことから、今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「景気は、このところ持ち直しの動きがみられる」とまとめられる。

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. 景気判断理由の概要	12
(参考) 景気の現状水準判断D I	25

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2,050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、「IV. 景気ウォッチャー（調査客体）の地域別・分野別構成（50頁）」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) (2) の追加説明及び具体的状況の説明
 - (4) 景気の先行きに対する判断（方向性）
 - (5) (4) 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

本調査業務は、内閣府が主管し、下記の「取りまとめ調査機関」に委託して実施している。各調査対象地域については、地域ごとの調査を実施する「地域別調査機関」が担当しており、「取りまとめ調査機関」において地域ごとの調査結果を集計・分析している。

(取りまとめ調査機関)		三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
(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 東北活性化研究センター
	北関東	株式会社 日本経済研究所
	南関東	株式会社 日本経済研究所
	東海	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
	北陸	財団法人 北陸経済研究所
	近畿	りそな総合研究所株式会社
	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	130人	111人	85.4%	近畿	290人	261人	90.0%
東北	210人	197人	93.8%	中国	170人	161人	94.7%
北関東	200人	175人	87.5%	四国	110人	89人	80.9%
南関東	330人	285人	86.4%	九州	210人	175人	83.3%
東海	250人	225人	90.0%	沖縄	50人	42人	84.0%
北陸	100人	98人	98.0%	全国	2,050人	1,819人	88.7%

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。

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。

	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
評価	良くなる (良い)	やや良くなる (やや良い)	変わらない (どちらとも いえない)	やや悪くなる (やや悪い)	悪くなる (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. 景気判断理由の概要
(参考) 景気の現状水準判断D I

(備考)

1. 「Ⅲ. 景気判断理由の概要 全国」(12頁)は、「現状」、「先行き」ごとに区分した3分野(「家計動向関連」、「企業動向関連」、「雇用関連」)に該当する地域の特徴的な判断理由を選択し、5つの回答区分(「良」、「やや良」、「不変」、「やや悪」、「悪」)ごとに判断が良い順に掲載した。
2. 「現状判断の理由別(着目点別)回答者数の推移」(13頁)は、全国の「現状判断」の回答のうち3分野それぞれについて、5つの回答区分の中で回答者数の多い上位3区分(雇用関連は上位2区分)の判断理由として特に着目した点について、直近3か月分の回答者数を掲載した。
3. 14～24頁は、各地域の景気判断理由の要約である。そのうち、「現状」欄は、地域の「現状判断」の回答のうち、3分野それぞれについて、5つの回答区分の中で回答者数が多かった上位3区分(雇用関連は上位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。「その他の特徴コメント」欄は、「判断の理由」欄に掲載されたもの以外で、特徴と考えられるコメントを掲載した。また、「先行き」欄は3分野それぞれについて、5つの回答区分の中で回答者数が多かった上位2区分(雇用関連は上位1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、それらにおける代表的な回答である。なお、「その他の特徴コメント」欄は「現状」と同様である。

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、48.4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、前月を4.1ポイント上回り、2か月ぶりの上昇となった。また、横ばいを示す50を47か月連続で下回った。

図表1 景気の現状判断D I

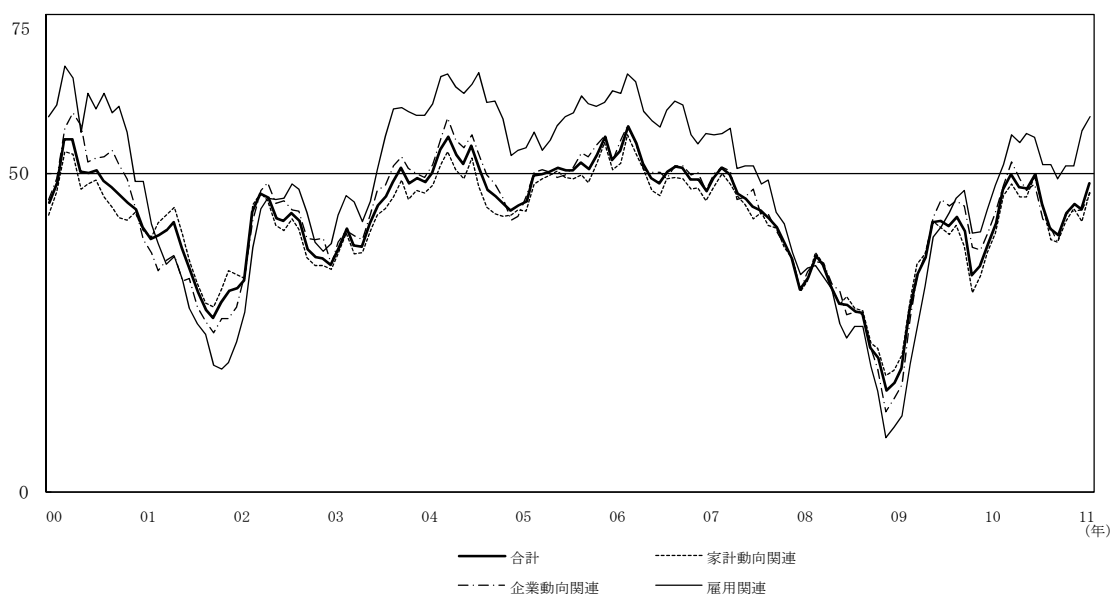
(D I)	年	2010					2011	
	月	9	10	11	12	1	2	(前月差)
合計		41.2	40.2	43.6	45.1	44.3	48.4	(4.1)
家計動向関連		39.5	39.2	42.4	44.5	42.4	47.3	(4.9)
小売関連		39.6	38.6	42.5	44.0	42.5	48.9	(6.4)
飲食関連		31.5	35.2	41.7	45.6	38.9	43.4	(4.5)
サービス関連		41.2	41.6	42.4	45.4	42.5	44.2	(1.7)
住宅関連		40.5	39.0	43.4	44.8	44.9	50.0	(5.1)
企業動向関連		41.4	39.1	43.5	44.1	44.3	46.9	(2.6)
製造業		40.9	38.0	42.7	44.5	45.1	48.3	(3.2)
非製造業		41.3	39.5	43.4	43.5	43.9	46.1	(2.2)
雇用関連		51.4	49.1	51.2	51.1	56.7	58.9	(2.2)

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
2010	12	1.0%	16.9%	51.3%	23.1%	7.7%	45.1
2011	1	0.8%	16.0%	52.7%	20.6%	9.9%	44.3
	2	1.3%	23.0%	50.6%	18.3%	6.8%	48.4
(前月差)		(0.5)	(7.0)	(-2.1)	(-2.3)	(-3.1)	(4.1)

(D I)

図表3 景気の現状判断D I



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、47.2となった。家計動向関連、雇用関連のD Iが上昇したものの、企業動向関連のD Iが低下したことから、前月に対し横ばいとなった。また、横ばいを示す50を45か月連続で下回った。

図表4 景気の先行き判断D I

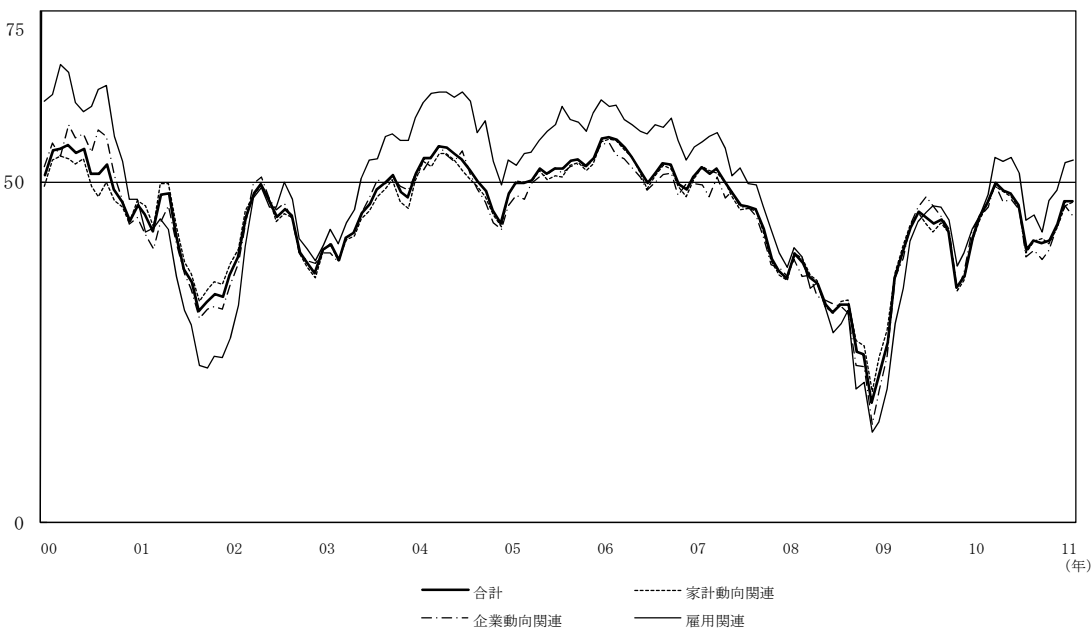
(D I)	年	2010				2011		
	月	9	10	11	12	1	2	(前月差)
合計		41.4	41.1	41.4	43.9	47.2	47.2	(0.0)
家計動向関連		41.3	41.7	41.0	43.3	46.6	47.1	(0.5)
小売関連		39.9	40.6	40.4	44.2	47.1	47.2	(0.1)
飲食関連		41.3	41.5	40.8	38.8	44.6	47.0	(2.4)
サービス関連		44.0	44.7	42.7	42.5	46.2	47.5	(1.3)
住宅関連		41.8	39.6	39.6	43.4	46.1	44.9	(-1.2)
企業動向関連		39.9	38.7	39.9	43.4	46.6	44.9	(-1.7)
製造業		37.9	37.3	40.2	42.9	47.2	45.4	(-1.8)
非製造業		41.1	39.8	40.0	43.8	46.1	44.4	(-1.7)
雇用関連		45.1	42.7	47.3	48.9	52.9	53.2	(0.3)

図表5 構成比

年	月	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	D I
2010	12	1.0%	13.2%	54.7%	22.7%	8.4%	43.9
2011	1	1.2%	18.1%	56.0%	17.6%	7.0%	47.2
	2	1.3%	21.4%	49.4%	20.6%	7.3%	47.2
(前月差)		(0.1)	(3.3)	(-6.6)	(3.0)	(0.3)	(0.0)

(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

前月と比較しての現状判断D I（各分野計）は、全国 11 地域で上昇した。最も上昇幅が大きかったのは北海道（6.3 ポイント上昇）、最も上昇幅が小さかったのは近畿（1.8 ポイント上昇）であった。

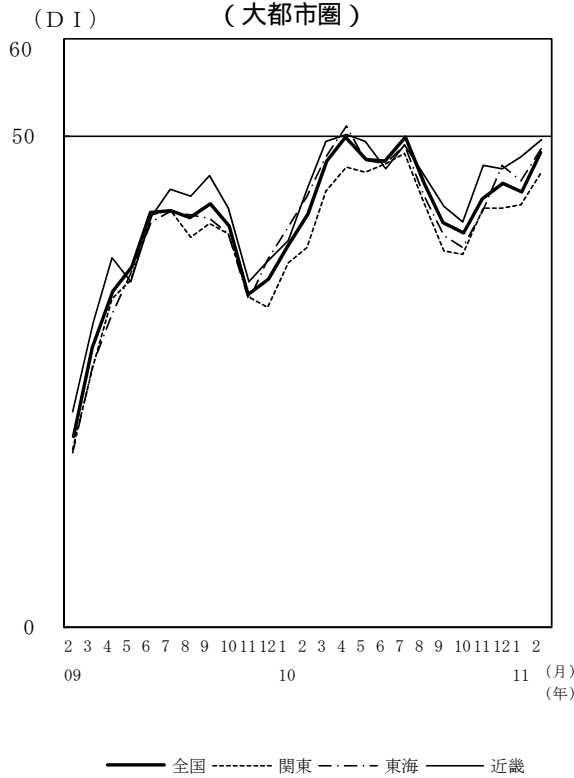
図表7 景気の現状判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2010				2011		(前月差)
		9	10	11	12	1	2	
全国		41.2	40.2	43.6	45.1	44.3	48.4	(4.1)
北海道		45.4	42.2	42.5	44.4	44.4	50.7	(6.3)
東北		40.7	38.6	42.0	45.1	42.8	48.9	(6.1)
関東		38.3	37.9	42.7	42.6	43.0	46.3	(3.3)
北関東		38.7	35.9	41.8	42.7	42.2	47.0	(4.8)
南関東		38.1	39.1	43.3	42.5	43.6	45.9	(2.3)
東海		39.9	38.7	42.5	47.0	45.4	48.7	(3.3)
北陸		42.2	42.7	43.9	49.0	46.5	51.3	(4.8)
近畿		42.8	41.2	47.0	46.7	47.8	49.6	(1.8)
中国		41.7	39.3	43.1	45.3	42.9	47.8	(4.9)
四国		40.8	38.4	41.5	43.0	43.5	48.0	(4.5)
九州		42.6	46.5	45.3	45.7	44.2	49.3	(5.1)
沖縄		51.7	42.9	48.2	48.1	41.9	47.0	(5.1)

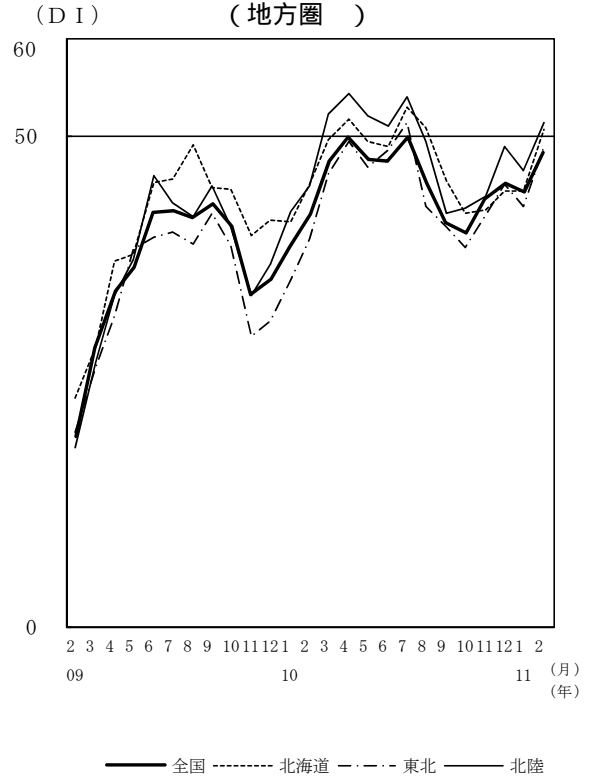
図表8 景気の現状判断D I（家計動向関連）

(D I)	年 月	2010				2011		(前月差)
		9	10	11	12	1	2	
全国		39.5	39.2	42.4	44.5	42.4	47.3	(4.9)
北海道		45.6	42.1	42.2	46.4	46.1	51.0	(4.9)
東北		39.2	36.9	40.1	44.2	40.0	48.2	(8.2)
関東		37.5	37.3	43.4	42.4	41.8	45.8	(4.0)
北関東		38.6	33.7	42.9	42.0	41.9	47.4	(5.5)
南関東		36.8	39.5	43.7	42.7	41.7	44.8	(3.1)
東海		37.8	36.8	40.3	46.6	41.9	46.1	(4.2)
北陸		41.5	41.8	43.8	51.1	45.3	49.6	(4.3)
近畿		40.8	40.3	44.7	45.1	46.1	49.0	(2.9)
中国		36.2	37.2	41.0	43.8	40.2	46.4	(6.2)
四国		37.7	37.9	38.5	39.7	41.1	45.7	(4.6)
九州		41.7	46.1	44.7	45.1	41.7	48.5	(6.8)
沖縄		53.8	44.2	43.3	46.3	38.9	41.3	(2.4)

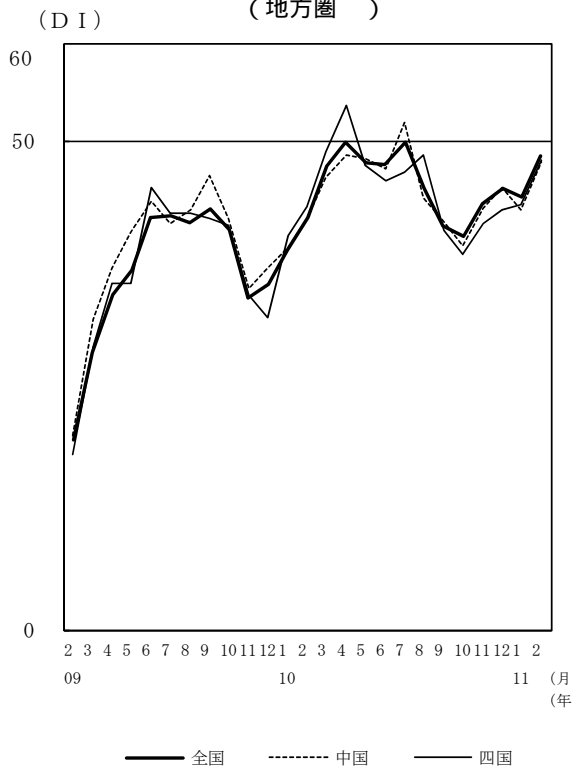
図表9 地域別D I (各分野計)
(大都市圏)



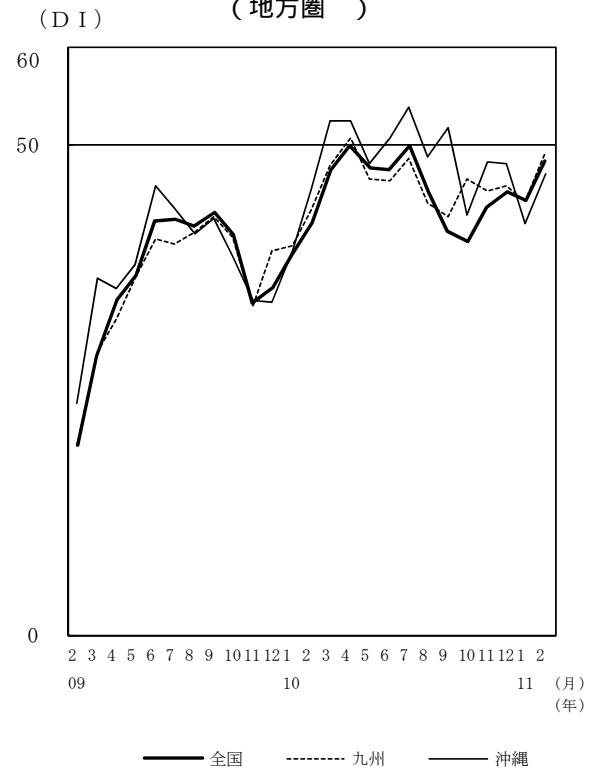
図表10 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



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

前月と比較しての先行き判断D I（各分野計）は、全国 11 地域中、5 地域で上昇、1 地域で横ばい、5 地域で低下した。最も上昇幅が大きかったのは北陸（3.0 ポイント上昇）、最も低下幅が大きかったのは南関東（2.5 ポイント低下）であった。

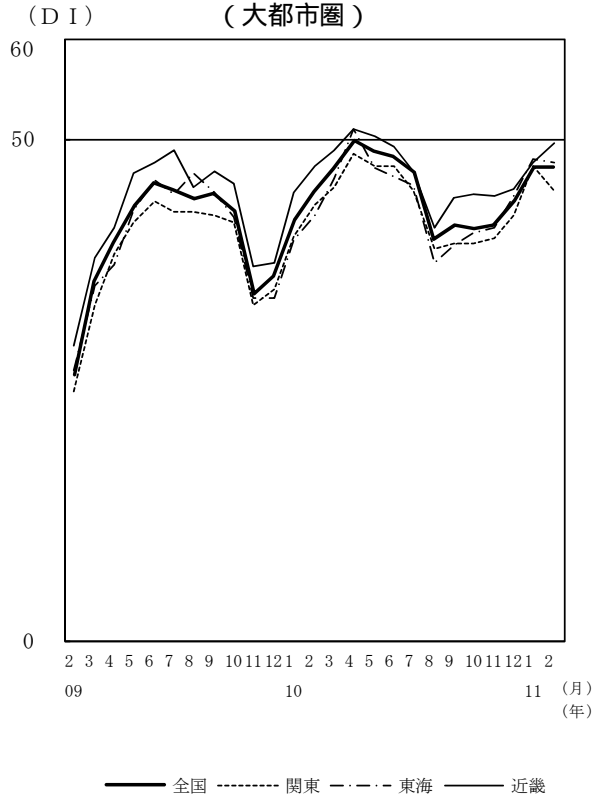
図表 13 景気の先行き判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2010 9	10	11	12	2011 1	2	(前月差)
全国		41.4	41.1	41.4	43.9	47.2	47.2	(0.0)
北海道		42.2	41.1	37.9	42.2	47.1	47.1	(0.0)
東北		38.6	37.1	40.1	43.5	47.9	47.6	(-0.3)
関東		39.5	39.5	40.1	42.3	47.2	44.8	(-2.4)
北関東		37.0	39.0	37.7	41.0	46.7	44.3	(-2.4)
南関東		41.0	39.7	41.6	43.1	47.6	45.1	(-2.5)
東海		39.3	40.6	41.1	44.3	47.9	47.7	(-0.2)
北陸		40.9	40.1	40.4	43.6	47.3	50.3	(3.0)
近畿		44.2	44.5	44.3	45.0	47.6	49.5	(1.9)
中国		42.3	39.3	41.2	45.1	45.1	46.0	(0.9)
四国		41.6	39.5	41.5	41.9	44.9	45.5	(0.6)
九州		45.6	47.9	44.2	46.6	48.2	50.0	(1.8)
沖縄		45.3	43.5	47.6	48.1	48.3	46.4	(-1.9)

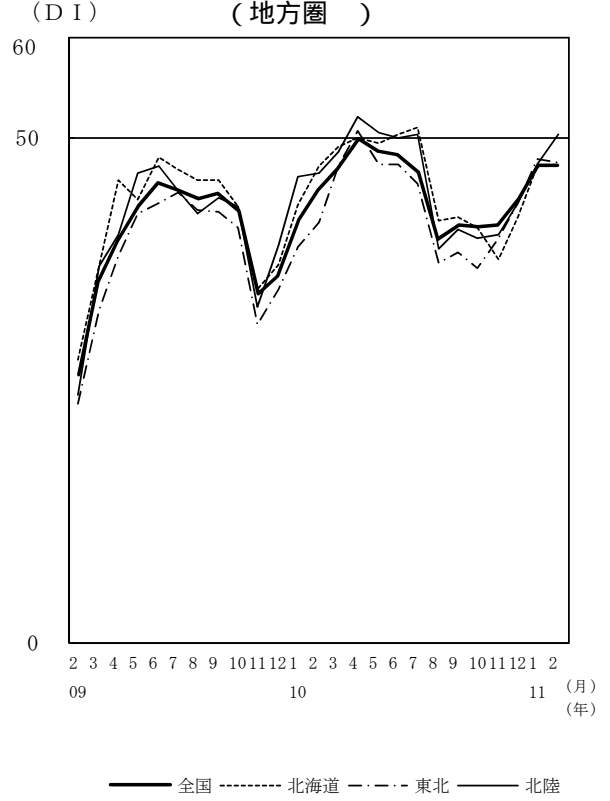
図表 14 景気の先行き判断D I（家計動向関連）

(D I)	年 月	2010 9	10	11	12	2011 1	2	(前月差)
全国		41.3	41.7	41.0	43.3	46.6	47.1	(0.5)
北海道		43.7	41.8	39.2	43.2	47.1	47.7	(0.6)
東北		37.6	36.4	40.7	42.6	47.5	47.4	(-0.1)
関東		40.2	40.3	40.4	43.2	47.4	44.4	(-3.0)
北関東		37.5	39.3	37.7	42.2	47.9	43.4	(-4.5)
南関東		41.8	40.9	42.0	43.8	47.0	45.1	(-1.9)
東海		39.2	41.8	40.0	42.7	47.1	46.6	(-0.5)
北陸		40.1	39.6	39.7	44.4	47.8	51.5	(3.7)
近畿		44.3	45.2	42.7	43.9	46.4	50.3	(3.9)
中国		41.2	39.3	40.4	42.6	43.5	46.4	(2.9)
四国		38.9	41.1	39.8	39.2	43.1	44.0	(0.9)
九州		46.3	49.4	44.7	45.8	46.7	49.6	(2.9)
沖縄		45.2	43.3	44.2	46.3	46.3	43.3	(-3.0)

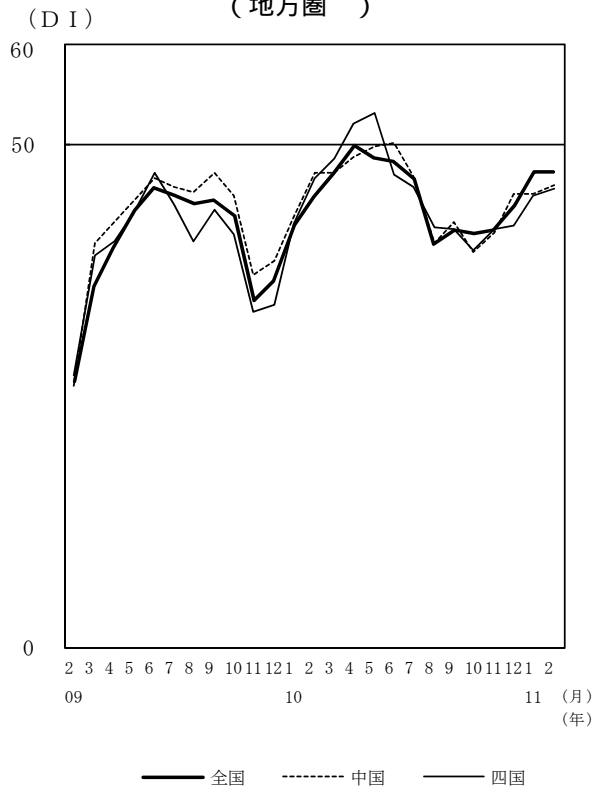
図表15 地域別D I (各分野計)
(大都市圏)



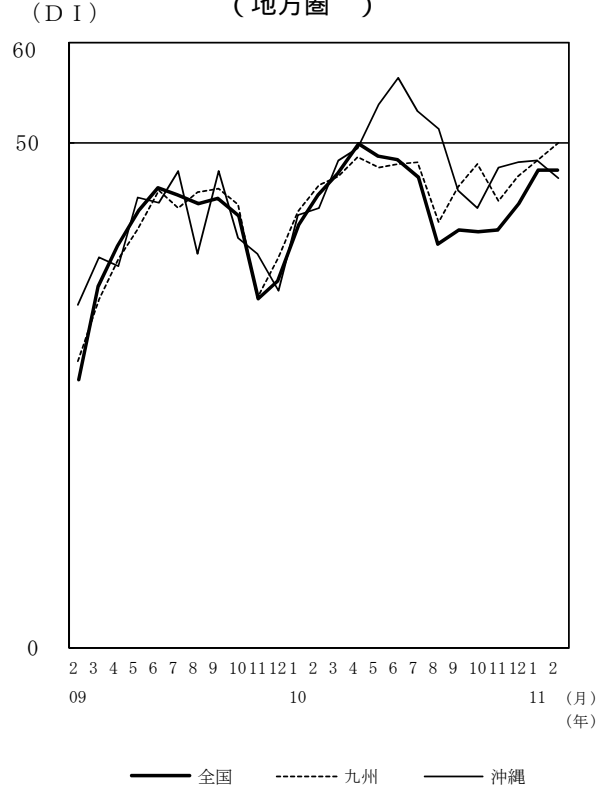
図表16 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



図表17 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



図表18 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



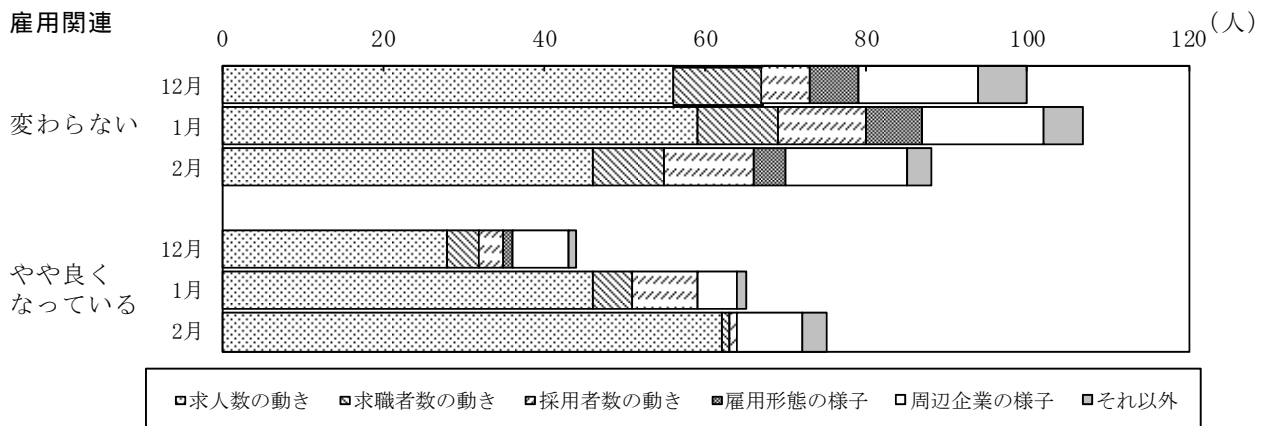
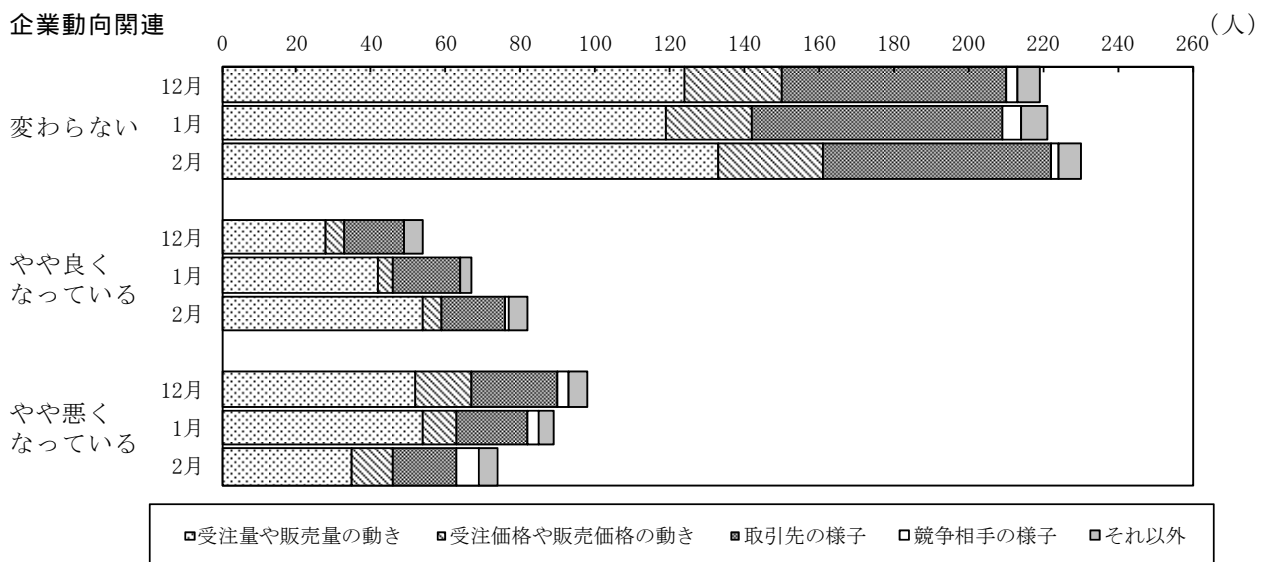
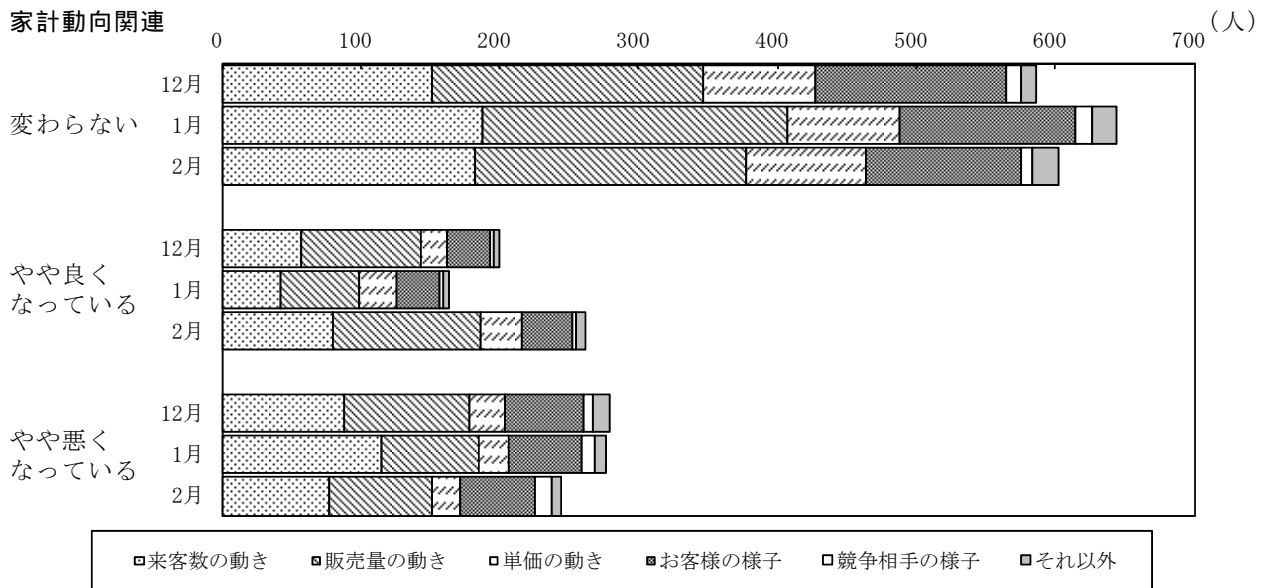
III. 景気判断理由の概要

全国

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野	判断	特徴的な判断理由	
現状	家計 動向 関連	○	<ul style="list-style-type: none"> ・新車販売はエコカー購入補助金終了後の低迷から持ち直してきている。新型車投入の効果もあり、客の来店数及び成約数は増えている（東北＝乗用車販売店）。 ・3か月前に比べると販売量は少ないものの、3月のエコポイント制度終了を前に、地デジ対応テレビへの購入意欲が高まり、動きが活発化している（近畿＝家電量販店）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> ・前月の大雪で客足は低迷したものの、天候も春らしくなってきて、春夏物ファッション、バレンタインギフトなどに動きが出ている（北陸＝商店街）。 ・中旬以降では天候が良くなり、雪解けとともに来客数が伸びている（北陸＝百貨店）。 ・来客数、客単価共に、食料品を中心に前年同月比で回復基調が続いており、底打ち感はある（四国＝スーパー）。 ・必要な物しか買わないという買い控え傾向がまだ鮮明に出ている（南関東＝スーパー）。 ・住宅展示場への来場者数は、総じて回復した（北陸＝住宅販売会社）。 ・年度末を控えて携帯電話各社が顧客獲得に動いているほか、スマートフォンによって市場が刺激されている。ただし、在庫不足で販売機会を逃す場面も多い（近畿＝通信会社）。
		▲	<ul style="list-style-type: none"> ・今月は客の動きが悪く、特に夜間の動きが悪くなっている（近畿＝タクシー運転手）。 ・口蹄疫の発生以降、鳥インフルエンザ、そして火山の噴火と相まって、中心街への客の流入が非常に減っている（九州＝百貨店）。
	企業 動向 関連	○	<ul style="list-style-type: none"> ・最近では受注量、販売量共に、やや良い状況が続いている（近畿＝電気機械器具製造業）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> ・原料の入手難、高騰で原価は上がっているものの、販売価格に転嫁できず、苦しい状態が続いている（南関東＝繊維工業）。 ・仕事量が少ないうえに、受注価格が安い（九州＝一般機械器具製造業）。 ・自社製品の売上は海外向けは回復傾向にあるものの、国内向けは依然として伸び悩んでおり厳しい状況である（中国＝一般機械器具製造業）。
		▲	<ul style="list-style-type: none"> ・中東の政治不安などにより原油価格が上昇し、燃料コストがますます負担増となっている（北陸＝輸送業）。
	雇用 関連	○	<ul style="list-style-type: none"> ・欠員補充の求人のほか、増員に伴う求人も増えているため、新規求人数は前年比3か月連続で3割増増加している（東北＝職業安定所）。 ・新規求人数は9か月連続で増加している。産業別に見ても、ほぼ全産業で求人数は増加しており、力強さが感じられる（北陸＝職業安定所）。 ・新規求人の依頼が増加しており、補充より増員を背景としたものが増えている（中国＝民間職業紹介機関）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> ・募集広告の売上が、今月はほとんどの業種・職種で前年を上回った。特に、派遣、飲食、医療系の募集広告が大きく上向いた（北海道＝新聞社 [求人広告]）。
	先行き	家計 動向 関連	○
□			<ul style="list-style-type: none"> ・身の回り品については、消費マインドが確実に上向いている（東北＝百貨店）。
▲			<ul style="list-style-type: none"> ・今後、コーヒーや小麦粉、油等の原材料価格の上昇が予想され、一時的な特需はあっても、その後は客の買上点数が減るなど影響が出てくる（東北＝スーパー）。 ・中東情勢悪化やニュージーランド南部地震の影響、また、航空燃油サーチャージの上昇の影響により、海外行きを控える傾向になる恐れがある（四国＝旅行代理店）。
企業 動向 関連		□	<ul style="list-style-type: none"> ・当面、受注や収益が改善するような環境の変化は期待できない（東北＝食料品製造業）。 ・自社製品の売上では海外向けは回復しつつあるものの、国内向けは今後も当面厳しい状況が続く見通しである（中国＝一般機械器具製造業）。
		▲	<ul style="list-style-type: none"> ・4月から原材料価格が相当に値上がりするが、販売価格に転嫁できるか不安である（東海＝電気機械器具製造業）。 ・高止まりしている軽油価格にさらに上昇する気配がみられ、燃料費の上昇分を運賃に転嫁できそうにもない（北陸＝輸送業）。
雇用 関連		○	<ul style="list-style-type: none"> ・派遣社員を直雇用する動きや正社員を採用する動きが活発化しており、今後はやや良くなる（東海＝人材派遣会社）。 ・徐々にではあるが、技術者系を中心に人材不足感がでている（北陸＝人材派遣会社）。 ・新卒及び一般求人に増加の傾向がみられる（九州＝職業安定所）。

図表19 現状判断の理由別（着目点別）回答者数の推移

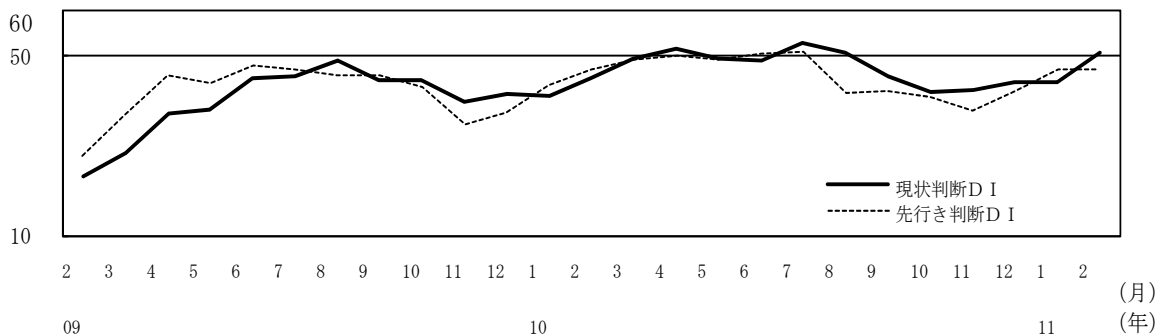


1. 北海道

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野	判断	判断の理由	
		判断の理由	判断の理由
現状	家計動向関連	□	・春物の動きをみると、ジャケット・スカート・パンツ関連が前年に比べて9割程度の販売にとどまっている。皮物バック・靴関連も春物の動きがまだみられない（百貨店）。
		○	・3か月前より良くなっているが、販売量の回復はかなり緩やかである（乗用車販売店）。
		▲	・先行きへの不安感が増大しているため、今はお金を使わないといった雰囲気が漂っており、たとえ安くてもも不必要な物は買わない状況にある。客の来店周期も大幅に間隔が長くなってきている（美容室）。
	企業動向関連	□	・政策支援効果もほとんどなくなり、乗用車販売などが落ち込んでいる。公共投資は補正予算分が発注されているが、工事の進捗はこれからである。アジアからの外国人観光客は増加しているが、国内観光客は幾分減少している（金融業）。
		○	・しばらく厳しい景況感が継続していたが、3か月前と比較すると、足元の業績と景況感には回復傾向にある（通信業）。
			・累計での売上実績をみると、25日時点で前年比89.5%となっているが、3か月前は前年比93.3%となっていた。前年比が低下していることは明白だが、この3か月間の落ち込みは拍車がかかっている（その他サービス業[建設機械レンタル]）。
雇用関連	□	・募集広告の売上が、今月はほとんどの業種・職種で前年を上回った。特に、派遣、飲食、医療系の募集広告が大きく上向いた（新聞社[求人広告]）。	
	○	・前年と比べて、全体的に求人数が増加している。特に製造業や建設業、道内業務請負業等の求人の伸びが目立っている（求人情報誌製作会社）。	
その他の特徴コメント		□：12月から1月にかけては天候の影響もあり、タクシーの利用はまずまずであったが、2月は前年よりも利用客が減っている。雪まつり期間中も天気が良く、人出はあったが、タクシーの利用は前年よりも減っている（タクシー運転手）。 □：原油の大幅な価格上昇によって、電気・ガス・ガソリン・灯油等が値上げとなっており、製造業ではコスト高が経営を圧迫している。2月は受注が大きく落ち込む月ではあるが、原料高の影響を受けて受注量や価格動向は前年より厳しい状況にある（食品品製造業）。	
先行き	家計動向関連	□	・3月にもう一度、エコポイントの駆け込み需要が発生することが期待できる（家電量販店）。
		▲	・需要を喚起するようなイベント、大会がない。また、経費削減トレンドによるビジネス客の利用の減少が見込まれるほか、統一地方選挙の影響で観光客も停滞傾向となることが見込まれる（観光型ホテル）。
	企業動向関連	□	・今は冬場ということもあり、一番悪い時期にある。3月になれば多少荷動きもみられるようになるが、極端に大きな変化はないと見込まれる（輸送業）。
		▲	・中東諸国の情勢の不安定化により、石油価格が上昇することなどが懸念される（金属製品製造業）。
	雇用関連	□	・今月の新規求人数の動きをみても、管内求人の動きに変化はみられないことから、今後も変わらない（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		○：東北新幹線の新青森駅開業に伴い、当地での誘致活動が活発化しており、春先、特にゴールデンウィーク期に観光関連のホテル、飲食店、お土産、レンタカーなどへの波及効果が見込まれる（商店街）。 ○：3月に札幌駅前通の地下歩行空間が開通されるため、人の流れに若干の変化が生じ、当店周辺への人の流れが良くなることが期待される（商店街）。

(D I) 図表20 現状・先行き判断D Iの推移

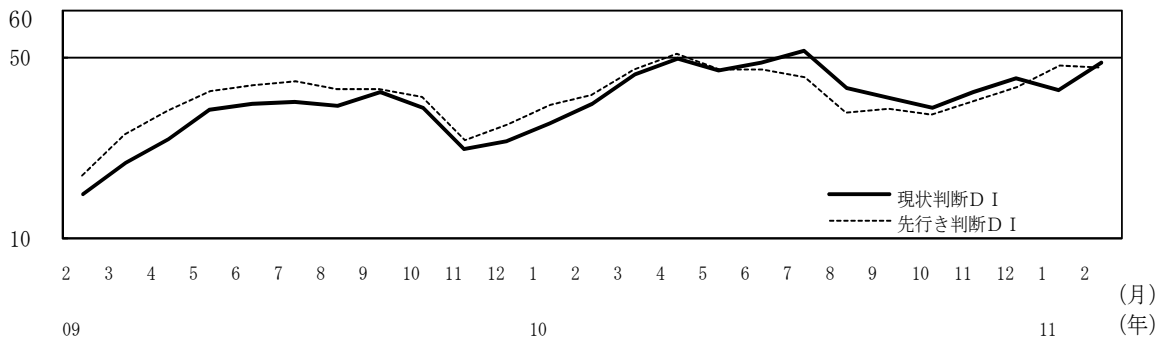


2. 東北

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連	□	・冬物最終処分により、販売量は前年を上回っているものの、低価格商品が中心で単価が下がっているため、全体の売上はあまり変わらない（衣料品専門店）。
		○	・新車販売はエコカー購入補助金終了後の低迷から持ち直してきている。新型車投入の効果もあり、客の来店数及び成約数は増えている（乗用車販売店）。
		▲	・中東情勢の緊迫化により、原油価格が大幅に上昇してきており、それが仕入れ価格の大幅な上昇を招いている。しかし、販売価格への転嫁が思うように進まないため、収益が急激に悪化してきている。当地域の販売価格は全国平均を大幅に下回っているため、小売各社の経営状況は不安定になってきている（その他専門店 [ガソリンスタンド]）。
	企業 動向 関連	□	・食料品の原材料や燃料の価格上昇に伴い、収益の面で厳しくなっている。また、競争激化により販売促進費の投入を増やしている（食料品製造業）。
		○	・新幹線の3月ダイヤ改正、はやぶさの運転開始に伴う関連の仕事に加え、年度末に向けての駆け込み需要が多少あったことから、前年比では大幅な増加となっている（広告代理店）。
		▲	・自動車部品については、急激な円高による輸出環境の悪化と、エコカー購入補助金の終了による自動車販売の低迷の影響を受けている（一般機械器具製造業）。
雇用 関連	□	・求人はメーカー系を中心に動きが出てきているものの、主流の流通等にまだ動きがないので、全体としては変わらない（新聞社 [求人広告]）。	
	○	・欠員補充の求人のほか、増員に伴う求人も増えているため、新規求人数は前年比3か月連続で3割弱増加している（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント			○：今月に入り、婦人服や婦人雑貨の売上は堅調に伸びており、天候が安定していることから特に春物の出足が良い。また、バレンタイン商戦においても自分用のチョコの需要が増えている傾向がうかがえるなど、消費マインドは上がってきている（百貨店）。 ○：大型店は冬の寒さで客足が伸びず苦戦している。2月に入り気温の上昇とともに春物商材が伸びてきている。住宅関連はエコポイントなど政策効果もあり好調な様子がうかがえる。また、戸建住宅の引き合いも活発化している（広告業協会）。
先行き	家計 動向 関連	□	・身の回り品については、消費マインドが確実に上向いている（百貨店）。
		○	・エコカー購入補助金終了から5か月余り経ち、反動の影響は縮小していく（乗用車販売店）。
		▲	・今後、コーヒーや小麦粉、油等の原材料価格の上昇が予想され、一時的な特需はあっても、その後は客の買上点数が減るなど影響が出てくる（スーパー）。
	企業 動向 関連	□	・当面、受注や収益が改善するような環境の変化は期待できない（食料品製造業）。
		○	・休日出勤して生産に対応している取引先も見られ、現場サイドからも人手が足りないとの声が出ている（その他企業 [工場施設管理]）。
	雇用 関連	□	・民間企業の大型設備投資計画も聞かれず、行政主導の誘致企業も数少ない状況下において、雇用が生まれる環境にないため、現在の状況は続く（新聞社 [求人広告]）。
その他の特徴 コメント			□：「はれ」の日の需要は最低限期待できるが節約志向は変わらず、必要な物を必要な分だけ購入する傾向はますます顕著になる（スーパー）。 ▲：大雪による果樹の枝折れがひどく、栽培環境が悪化する（農林水産業）。

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの推移

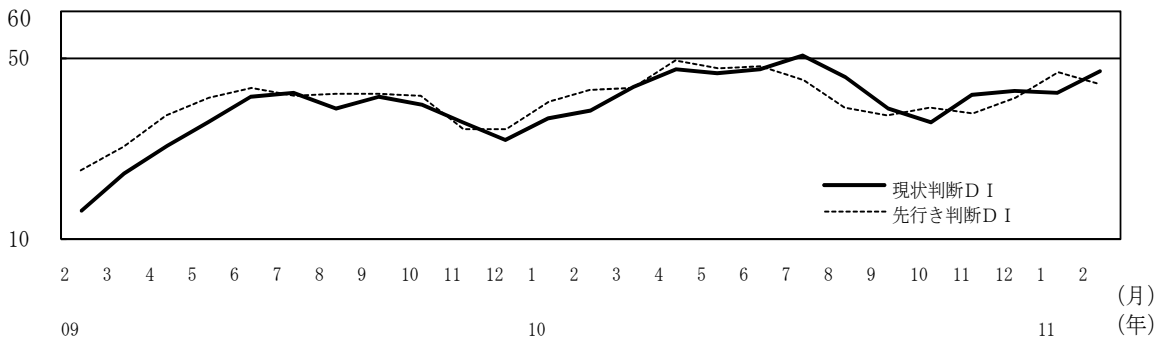


3. 北関東

(◎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	□	・2月の入店客数は前年と同じくらいだが、節約志向がまだ続いていて、カットのみの客が多いので、数字が上がらない状況である（美容室）。
		○	・戸建住宅、リフォームについては、住宅版エコポイントや環境関連機器の補助金などの効果が感じられ、受注棟数も堅調に推移してきている（住宅販売会社）。
		▲	・平年でも売上の少ない月なのに、大事な土、日に2週にわたり雨と雪が降り、来客数が激減した。土、日なので取り返せず、売上減となった（一般レストラン）。
	企業動向関連	□	・製造業では経済対策の反動減の影響に加え、アジア向け輸出の鈍化の影響も重なり、足踏み状況が続いている。非製造業では鉄道会社との共同キャンペーンによる一定の下支え効果もみられた（金融業）。
		○	・グローバル調達加速により、親会社はブラジルやベトナム、中国での調達率を上げているが、技術の高い基幹部品はまだまだ国内間の受注が多い。これらは受注減少の影響があまり無く、同業の中でも大きく差が出てきている（金属製品製造業）。
		▲	・空室も新築物件も共に増えてきている状況である。電球等の備品の供給が十分行われず、自腹を切って補給する同業者もいる（不動産業）。
	雇用関連	□	・1月の新規求人は前年同月に比べ10%以上増加している。新年度に向けた人員入れ替えや、欠員補充等の求人が見られる（職業安定所）。
		▲	・抵触日を迎える取引先が多く、新規で派遣会社と取引を結ぶ企業が少なくなっている（人材派遣会社）。
	その他の特徴コメント		◎：新学期の販売が始まったが、景気が悪いと言う割に子どもにはお金をかけるのか、昨年以上の販売量となっており、世間で言うより良いという感じを受けている（商店街）。 ○：引き合い、受注量ともに増加傾向にあるが、受注単価は厳しい状況が続いている（その他サービス業 [情報サービス]）。
	先行き	家計動向関連	□
▲			・消費者の低価格志向が強い中、野菜や小麦、コーヒー、石油など、原材料費の高騰によりかなり厳しい状態になることが予想される（高級レストラン）。
企業動向関連		□	・長期的な受注に乏しく、非常に不安定である。4月以降の見通しは立っていないが、なんとか継続を図っている（電気機械器具製造業）。
		○	・各取引先の受注残が2～3か月先まで非常に好調なので、このまま良い状態で推移する（輸送用機械器具製造業）。
雇用関連		▲	・相変わらずの低価格と受注量の減少が続く（出版・印刷・同関連産業）。
		□	・将来への様々な不安要素が無くならず、経営者マインドは慎重な姿勢が続き、好転する強さが感じられない（民間職業紹介機関）。
その他の特徴コメント		◎：アジアの需要に引っ張られる形で、油圧機器、建設機械の仕事は引き続き増産傾向が強まる。春先に主要顧客の新規ラインが稼動することから、更なる増産は必至の状況である（一般機械器具製造業）。 ▲：不安定な政権に加えて、中東の政情不安、ニュージーランドの地震等、海外旅行を冷え込ませる要因が後を絶たない。今後、石油価格の高騰は必須であり、燃油サーチャージの高騰等が目に見えている（旅行代理店）。	

(D I) 図表22 現状・先行き判断D Iの推移



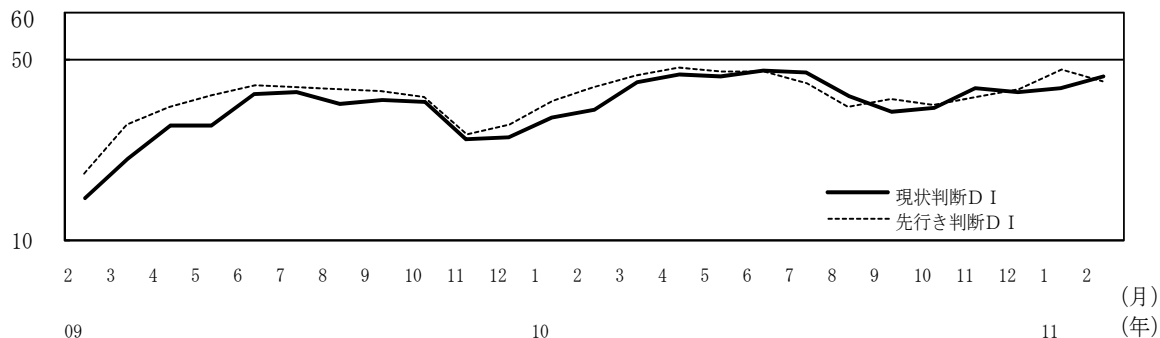
4. 南関東

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連	□	・必要な物しか買わないという買い控え傾向がまだ鮮明に出ている（スーパー）。
		▲	・他社の広告商品の売価が下がってきている。低価格路線へ転換する企業の業績が良い状況を見ても、末端の小売ではいまだデフレが続く（スーパー）。
		○	・エコカー購入補助金が終了してから客の動きが悪かったが、今年になってからは来店と成約が増えてきている（乗用車販売店）。
	企業 動向 関連	□	・原料の入手難、高騰で原価は上がっているものの、販売価格に転嫁できず、苦しい状態が続いている（繊維工業）。
		▲	・年度末における資金ショート相談が増えており、足元の延滞も増えている（金融業）。
		○	・受注件数、売上ともに前年同月比の目標を3か月間達成できている（出版・印刷・同関連産業）。
	雇用 関連	○	・企業側の採用ニーズに関して、求人数は増えている傾向にある。また、その中で複数名を採用したいという要望も増えてきている（民間職業紹介機関）。
		□	・毎日の相談に訪れる求職者の相談件数は3か月前と変わらない（職業安定所）。
		▲ ×	・派遣依頼数が低下している。契約も完全終了数が多く、次の依頼がないものが増えてきている（人材派遣会社）。 ・新聞や各報道では、企業収益は良くなっているとのことだが、採用の手伝いをしている当業界からは、全く景気回復の空気は感じられない（求人情報誌製作会社）。
	その他の特徴 コメント		
先行き	家計 動向 関連	□	・客に話を聞くと、給料は下がったまま上がりず、世の中の雰囲気も良くないという声が多いので、2～3か月先に良くなるとは思えない（一般レストラン）。
		▲	・先が不安で仕方ない、それこそ無駄遣いはできないと客が言っている。客数は右肩下がり状態である（タクシー運転手）。
	企業 動向 関連	□	・今年になって取引先各社からの受注量が上向きであり、2月もその傾向が続いている。ある取引先から休止していた設備を動かすためのメンテナンス依頼があった。ただし、受注価格は相変わらずの厳しさである（金属製品製造業）。
		▲	・顧客や同業者の規模が縮小されていく中で、設備投資を控えるようになり、案件が中止されるケースが多くなってきている（建設業）。
	雇用 関連	○	・求人数や職種、雇用形態の動きにはさほど変化が見られないが、今月は求人に関する問い合わせがいつもより若干多い。あくまでも検討段階だと思われるが、新年度に向けて動く気配を感じている（求人情報誌製作会社）。
		□	・今後の採用計画を確認したところ、前年度より募集再開や採用数の増加を決定している企業は少なく、新卒学生の雇用環境の厳しさは変わらない様子である（学校 [専修学校]）。
	その他の特徴 コメント		

(D I)

図表23 現状・先行き判断D Iの推移

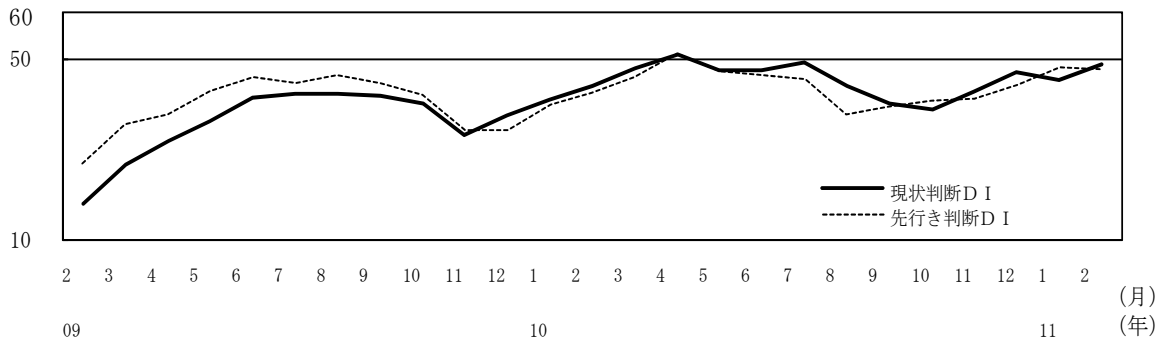


5. 東海

(◎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	□	・卵や砂糖の卸価格が値上がり、その価格転嫁によって売上は増えている。その一方で、買物は必要最低限に抑える傾向が見られる(スーパー)。	
		○	・まだ気温や天候に左右される状況にはあるものの、来客数は増えている。また、力強い動きとまではいかないものの、季節商品がここ数年になく良い動きであることから、新商品への関心や購買意欲が感じられる。新しい物を渴望する動きと思われる(百貨店)。	
		▲	・来客数の動きは回復傾向にあるが、客単価は非常に厳しい状況である。毎日、客の動きに一喜一憂している(都市型ホテル)。	
	企業 動向 関連	□	・物流費、運賃に対する荷主の関心は非常に高く、値下げ要求が厳しい(輸送業)。	
		○	・自動車業界からの引き合い量が、前々月、前月と比べて50%ほど増えている。特に中国とインドから、設備投資の引き合いが増えている(一般機械器具製造業)。	
		▲	・梱包資材の受注量が増加していない一方で、取引先からはコストダウンの依頼がある。大阪の工場を閉鎖して三重県や愛知県に業務を集約するというケースが見られる(紙加工品[段ボール]製造業)。	
	雇用 関連	○	・人材派遣業では、紹介予定派遣等の直接雇用に向けた動きが活発化している(人材派遣会社)。	
		□	・製造業派遣の契約期間は、従来は平均6か月であったのが、1~3か月へと短期化している。ただし、派遣の雇止めはあまり見られず、契約更新が大半を占めており、不安定ながらも現状維持である(アウトソーシング企業)。	
	その他の特徴 コメント			○：輸出向け工作機械関係の売上は、過去に例を見ないほど好調である(電気機械器具製造業)。 ×：これまではバレンタインデーにはチョコレート以外にもプレゼントを贈っていたが、近年はほとんどチョコレートだけになっており、売上は減少している。また、今月は降雪が多く、来客数も減少している(その他専門店[貴金属])。
	先行き	分野		判断の理由
家計 動向 関連		□	・客は値引き、割引きには反応してくるが、それ以外の仕掛けに対する反応は弱い。客の行動は引き続き慎重である(高級レストラン)。	
		○	・たばこ販売の回復により、売上全体の増加も当面継続する(コンビニ)。	
企業 動向 関連		□	・中東、北アフリカでの政情悪化に伴う原油価格の高騰や、食料、原材料の価格高騰など、不安材料が出てきている。しかし、このところの堅調さを変化させるような影響はない(化学工業)。	
		▲	・4月から原材料価格が相当に値上がりするが、販売価格に転嫁できるか不安である(電気機械器具製造業)。	
雇用 関連		□	・全体として求人数は増加傾向にあるが、業種によっては厳しい状況にある。事業所の縮小や閉鎖する企業の情報も入ってきている(職業安定所)。	
その他の特徴 コメント			○：新型車の投入により、市場は活性化する(乗用車販売店)。 ○：派遣社員を直雇用する動きや正社員を採用する動きが活発化しており、今後はやや良くなる(人材派遣会社)。	

(D I) 図表24 現状・先行き判断D Iの推移

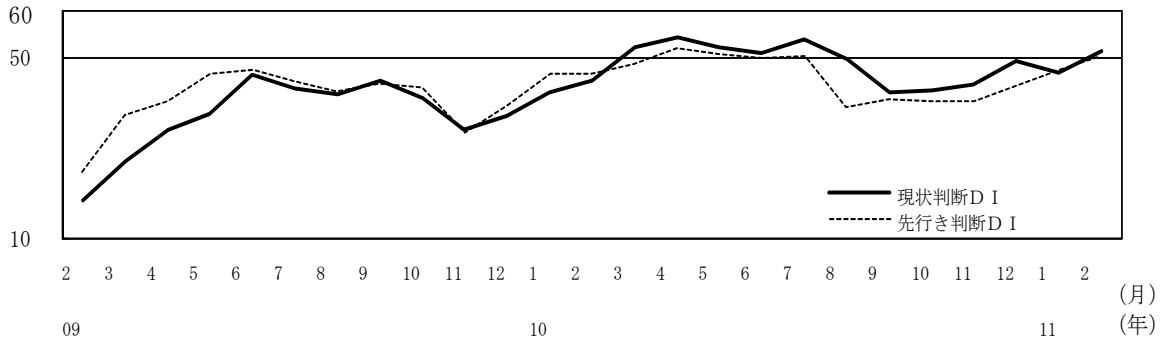


6. 北陸

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由
	現状	家計 動向 関連	□
○			・前年11月の家電エコポイント特需とは比較できないが、前年同月比ではほぼ前年並みの売上となってきており持ち直している（家電量販店）。
▲			・宿泊者数、レストラン利用客数は前年同月比増加したものの、宴会件数が大幅に減少し全体では微減となった（都市型ホテル）。
企業 動向 関連		□	・販売先からの受注状況は減少傾向にある（化学工業）。
		○	・製造業、特に海外に販売先を持つ企業で受注量が回復している。実際の試算表においても売上・利益はこれまでより増加している（金融業）。
		▲	・中東の政治不安などにより原油価格が上昇し、燃料コストがますます負担増となっている（輸送業）。
雇用 関連		○	・新規求人数は9か月連続で増加している。産業別に見ても、ほぼ全産業で求人数は増加しており、力強さが感じられる（職業安定所）。
		□	・派遣求人数は依然として横ばいか減少している。企業はまだ厳しい状況がうかがえる。今年度末で派遣求人を終了する予定の企業もある（人材派遣会社）。
その他の特徴 コメント			○：7月の地上アナログ放送の終了を控え、ケーブルテレビ・デジタル契約への移行が加速しており、客単価上昇による売上増に結びついている（通信会社）。 □：前月の大雪で客足は低迷したものの、天候も春らしくなってきて春夏物ファッション、バレンタインギフトなどに動きが出ている。ファッションビルと比べて、商店街は特に天候に左右されやすい（商店街）。
先行き		分野	判断
	家計 動向 関連	□	・高付加価値商品への反応が相変わらず鈍い。一方、価格訴求商品は好調である。節約志向に変化が感じられない（コンビニ）。
		○	・婦人ファッションに関しては、今年は明確にトレンドが見えており、前年実績を超えることが予測される。また、客の買物の仕方を見ても復調の兆しがみられるので、春物初夏物ファッションについても、前年実績をクリアできるとみている（百貨店）。
	企業 動向 関連	□	・原燃料の値上がりがかさねとなり、取引先が発注を控えることが懸念される（繊維工業）。
		○	・4月以降は在庫調整も若干緩み、生産は回復するであろう。そのほかは増えることはないが、スマートフォン関係はかなり増産の注文が来ているので期待している（電気機械器具製造業）。
	雇用 関連	□	・景気が良くなると派遣求人話は出てこない。早期回復に期待するのみである（人材派遣会社）。
その他の特徴 コメント		○：徐々にではあるが、技術者系を中心に人材不足感がでてきている（人材派遣会社）。 ▲：高止まりしている軽油価格にさらに上昇する気配がみられ、燃料費の上昇分を運賃に転嫁できそうにもない（輸送業）。	

(D I) 図表25 現状・先行き判断D Iの推移

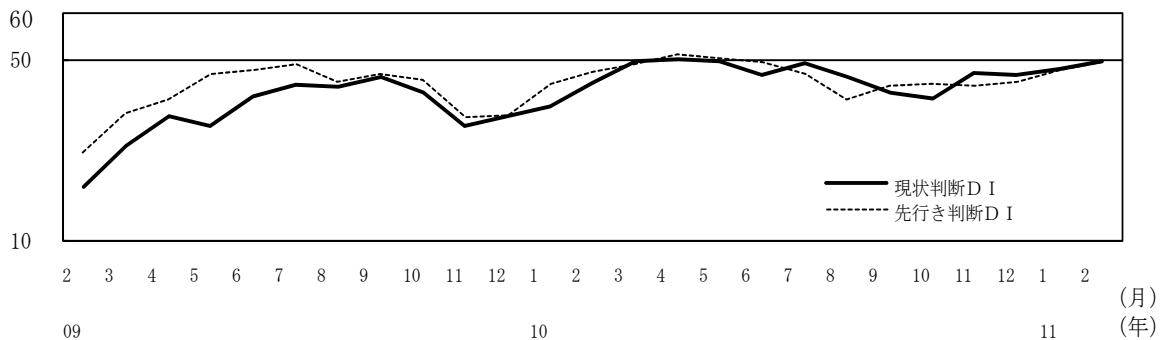


7. 近畿

(◎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	□	・年度末を控えて携帯電話各社が顧客獲得に動いているほか、スマートフォンによって市場が刺激されている。ただし、在庫不足で販売機会を逃す場面も多い（通信会社）。	
		○	・3か月前に比べると販売量は少ないものの、3月のエコポイント制度終了を前に、地デジ対応テレビへの購入意欲が高まり、動きが活発化している（家電量販店）。	
		▲	・今月は客の動きが悪く、特に夜間の動きが悪くなっている（タクシー運転手）。	
	企業動向関連	□	・鉄鋼原料の値上がりで鋼材価格は上昇傾向にあるが、値上がり前の駆け込み需要もなく、荷動きが悪い。最近はやや安い輸入製品が市場の中心となっている（金属製品製造業）。	
		▲	・中東の政情不安によりナフサや原油の価格が上昇している。食油でも、大豆油の価格が前月の1.5倍に上昇し、収益率が低下している。一時は余剰傾向にあったバターも、オーストラリアの洪水などで価格が上昇傾向にある（化学工業）。	
		○	・最近はやや受注量、販売量共に、やや良い状況が続いている（電気機械器具製造業）。	
	雇用関連	○	・新年度に向けて企業からの求人数は増えているが、退職社員や契約終了の他社スタッフの補充要員としての求人が多い。ただし、テレマーケティング業務といった売上増に必要な業務については、増員を依頼する企業も増えつつある（人材派遣会社）。	
		□	・相変わらず新卒採用が低迷しているものの、中途採用には特定の職種で回復の兆しがみられる（民間職業紹介機関）。	
	その他の特徴コメント			□：今月は子ども手当や年金の振込などでお金が入る月であり、前月よりも昼間の来客数は多かったが、夜間の来客数が伸びておらず、全体としては変わらない（一般レストラン）。 □：従来の製品の注引量が減少し、新製品の注文も伸び悩むなど、産業の空洞化が進んでいる感がある（プラスチック製品製造業）。
	分野		判断	判断の理由
先行き	家計動向関連	□	・春物の実需品は動いているが、輸入ブランドなどの高額品の動きは良くならない。梅田地区に大型商業施設がオープンするため、消費者の動きも分散する（百貨店）。	
		○	・天候に左右されるなど安定感はないものの、右肩上がりになりつつあるため、先行きはやや良くなる（百貨店）。	
	企業動向関連	□	・綿花価格の高騰による影響が大きいため、今後は市場での適正な価格転嫁が必要となる（繊維工業）。	
		○	・今まで抑え込まれていた設備投資について、耐久性の点で必要に迫られた更新需要が出てくる（電気機械器具製造業）。	
	雇用関連	□	・求職者数が増加している一方、雇用保険の受給資格者数は減少している。これは、雇用保険に加入しない短期間雇用が多いことを意味しており、今後も正社員求人が増加するまでには時間が掛かる（職業安定所）。	
その他の特徴コメント			□：今後、中小企業による政府系金融機関からの借入れは難しくなるが、中小企業金融円滑化法に支えられたこの1年間で、企業の体力は逆に弱体化した感がある。金融機関の今後の対応により、企業の資金繰りは大幅に変わってくる（金融業）。 ▲：エコポイント制度の終了に伴い、地上デジタル放送対応テレビは販売量がいったん落ち着くため、売上が減少する（家電量販店）。	

(D I) 図表26 現状・先行き判断D Iの推移

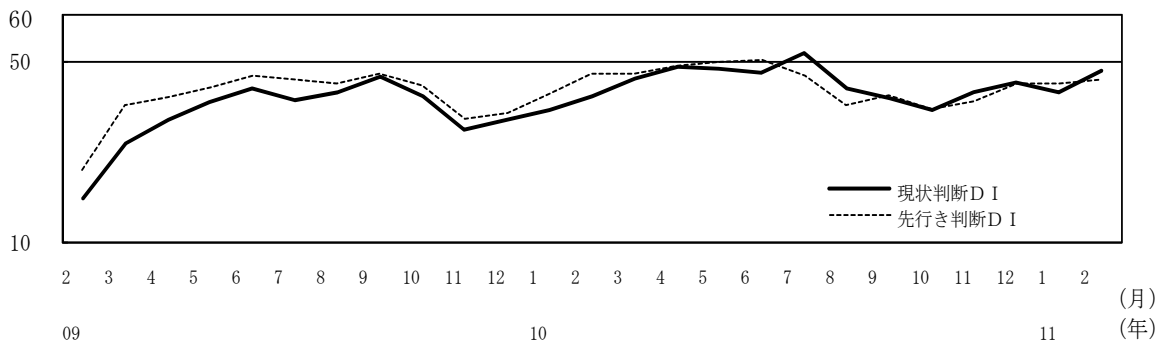


8. 中国

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由
	現状	家計 動向 関連	□
○			・比較的暖かい日が続いたことから、コート、ジャケット等を中心に春物が順調に推移している。また、開催した物産展は客の関心を集め来客数が増加している（百貨店）。
			・年末年始の大雪の影響がいまだに残っている。遠方からの客にとっては風評被害のような形で豪雪のイメージが残っている（テーマパーク）。
企業 動向 関連		□	・自社製品の売上は海外向けは回復傾向にあるものの、国内向けは依然として伸び悩んでおり厳しい状況である（一般機械器具製造業）。
		▲	・先日ある入札があり、中小企業である当社が利益なしの価格で入れたにもかかわらず大手が原価割れしていると思われる価格で入札した。売上を守るためには、どこまでも下げてくる感じである（食料品製造業）。
		○	・製造業の動きが良くなっている。3月までは受注で手一杯という所も有り、前年同月よりも売上高は上がる見込みが増えている。ただ、建設業関連の状況は厳しい（会計事務所）。
雇用 関連		□	・新卒者の就職率100%を誇っていた地元の私立高校が、近年では初めて100%を下回る見通しとなっている。地場企業の景気低迷、特に地場中小、零細企業の景気悪化が影響していると関係者では話をしている（新聞社[求人広告]）。
		○	・新規求人の依頼が増加しており、補充より増員を背景としたものが多くなっている（民間職業紹介機関）。
その他の特徴 コメント			○：新規来客数は前年に比べ1月が90%程度、2月が100%程度と回復傾向にある。ただし、前年実績の水準が低いため前年並みに回復しても決して良くはない状況であり、景気が良いとまではいえない（乗用車販売店）。 ×：当社は中国から部品調達しているが、昨今中国の急成長に伴う物価や賃金の上昇により、仕入価格が上昇し続け非常に厳しい状況が続いていた。折しも同時期に中国政府から賃金の10~20%アップの通達が届き、再度価格アップの申し出があった。調整は行っているものの再度の大幅アップは不可避となっている（その他製造業 [スポーツ用品]）。
先行き		分野	判断
	家計 動向 関連	□	・2~3か月先にはコーヒー、乳製品、油製品等の値上げが想定され、現状維持がやっつである（スーパー）。
		▲	・先月に比べ来客数は前年並みに戻りつつあるが、単価の下落も響き売上は引き続き低調で、景気は家電エコポイント制度変更の反動後なかなか改善してこない。当面はこの状況を打破するだけの材料もない（家電量販店）。
	企業 動向 関連	□	・自社製品の売上では海外向けは回復しつつあるものの、国内向けは今後も当面厳しい状況が続く見通しである（一般機械器具製造業）。
		▲	・原油価格の高騰が包装材や配送代の上昇要因となり、その金額を商品に付加できない状況が前回の原油高騰時に起きたが、また同じことが起こる（食料品製造業）。
	雇用 関連	□	・求人数は3か月前と比べ停滞しており、すぐに増えそうな動きはない。ただ悪くなりそうな感じは受けないものの、回復も見込めない（人材派遣会社）。
その他の特徴 コメント		×：九州新幹線の開通で宿泊客は九州方面に流れる。現に旅行代理店の募集ツアーでは、岡山・倉敷地区は激減しているとの情報が入っている（観光型ホテル）。 ×：地場の自動車メーカーの直近の生産台数は堅調だが、4~6月の生産台数は1~3月に比べ大きく減少しており、この地区の鉄鋼関係メーカー、流通、コイルセンターも4~6月は今より状況が悪くなる見込みである。また4月から鋼材値上も予定しているが、転嫁がより進みにくい環境のため収益も悪化する見込みである（鉄鋼業）。	

(D I) 図表27 現状・先行き判断D Iの推移

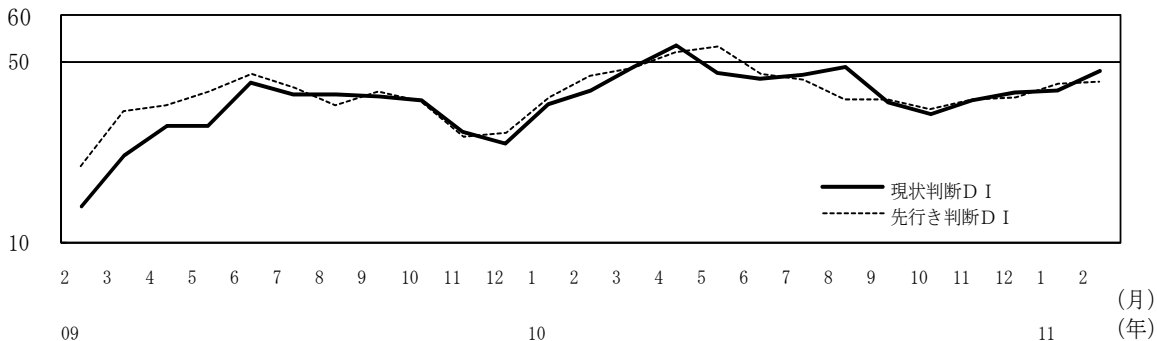


9. 四国

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由	
	現状	家計動向関連	□	・来客数、客単価共に、食料品を中心に前年同月比で回復基調が続いており、底打ち感はある(スーパー)。
▲			・ここ数か月、低水準で推移している。地方は消費者の財布のひもが固く、価格を比較して底値で買い走る傾向にある。大手量販店に押され、一般小売業は太刀打ちできない状況にある(一般小売店[酒])。	
○			・新生活需要に下支えされ、販売量は増加している(家電量販店)。	
企業動向関連		□	・原材料の綿糸価格が高騰しており、当社は3月から一部商品を値上げする。そのため、値上げ前の駆け込み受注により2月の売上額は上がっているものの、市況は良いとは言えない。原油や食料品など、価格全体が値上げ傾向にあり、消費が冷え込む恐れもある(繊維工業)。	
		○	・受注量は増加しているものの、価格競争は依然として厳しい。しかし、良い提案に対する反応はみられるようになってきている(通信業)。	
		▲ ×	・マンションの見積依頼が数件あるものの、鋼材値上がりの価格転嫁に苦慮している。厳しい受注競争のなか、赤字覚悟で受注するか、見送るかの判断が難しい(建設業)。 ・原油高騰のなかで、値下げ競争で客を獲得している(輸送業)。	
雇用関連		○	・既卒者トライアル雇用や若年者等トライアル雇用での求人が増加しており、それに伴う内定者もここにきて増加してきている(学校[大学])。	
		□	・新規出店の広告が6件あり、この3か月間、全くなかったことを考えると良好である。各種団体も期末に向けて出稿が増えている。ただし、一般小売業は相変わらず低迷しており、特に地元の苦戦が続いている(新聞社[求人広告])。	
その他の特徴コメント			○：主婦層の来店客数が回復している。プライベートブランドよりナショナルブランドが動き始めている。現業系客のまとめ買いが増えており、特に主力の飲料が回復している。たばこ値上げの影響も、ほぼ値上げ前の水準に回復している(コンビニ)。 □：原材料価格が上昇する一方で、売価は据え置かれているため、中間的な利益は減っている(食料品製造業)。	
先行き		分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・回復の兆しはあるが、ガソリンや野菜類が少しずつ値上がりしている。また今後、コーヒーなど、値上がりする商品もあるので、なかなか景気回復には向かわない(スーパー)。	
		▲	・中東情勢悪化やニュージーランド南部地震の影響、また、航空燃油サーチャージの上昇の影響により、海外行きを控える傾向になる恐れがある(旅行代理店)。	
	企業動向関連	□	・一部の得意先では、新規案件の受注が見込める。しかし先行き不透明感が強く依然として消費低迷が続いており、得意先では新年度からの広告予算の見直しで削減傾向が続いている(広告代理店)。	
		○	・国内は底打ち感があるものの、受注販売の増加にはまだ繋がっていない。当社の取扱製品は、ショベルメーカーより1年ほど遅れて動く性質がある。ショベルメーカーの需要は既に回復基調にあることから、当社を取り巻く環境も少しずつ改善していくことが予想される。また、海外取引は、昨年12月より受注が増加している(一般機械器具製造業)。	
	雇用関連	□	・求人数は増加傾向にあるが、好転するほどの勢いはない。未内定の学生は来年度卒業の学生と競うことになり、厳しい状況となる(学校[大学])。	
その他の特徴コメント			○：今後は、3月期限のエコポイント商品と、7月のアナログ放送終了を踏まえたテレビが動いてくる(家電量販店)。 ▲：消費がなかなか回復してこない。そのうえ、原料は益々高くなるが売価は上げられないという状況下にある(食料品製造業)。	

(D I) 図表28 現状・先行き判断D Iの推移

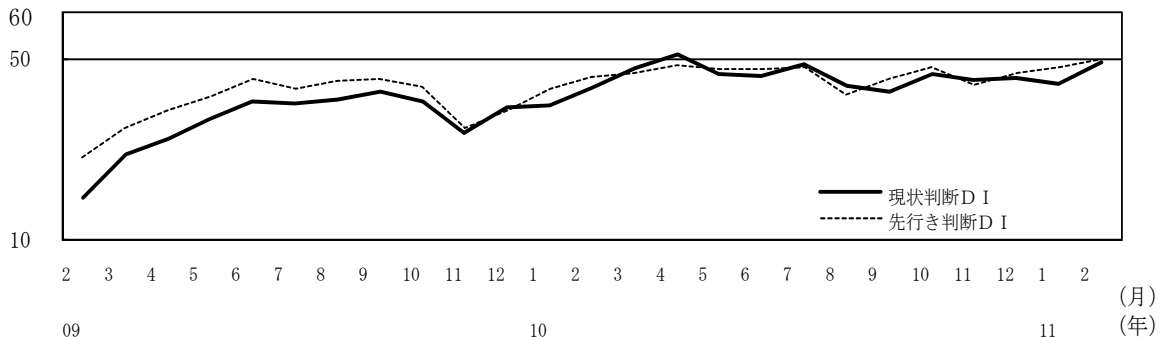


10.九州

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連	□	・購買行動は、変わらず慎重である。価格と価値の合っている物を買う。ただ、価値が高ければ少々価格が高くても購入する傾向が出てきている(百貨店)。
		○	・企業業績の改善に伴い、若干ではあるが、個人消費が活発になっている。また、ここ数年の節約疲れから、客は消費に回っている。寒波の影響から、冬物衣料を中心に売れている(スーパー)。
		▲	・口蹄疫の発生以降、鳥インフルエンザ、そして火山の噴火と相まって、中心街への客の流入が非常に減っている(百貨店)。
	企業 動向 関連	□	・仕事量が少ないうえに、受注価格が安い(一般機械器具製造業)。
		○	・半導体関連設備の部品加工の受注が増えている(一般機械器具製造業)。
		▲	・原材料価格の高騰や天候不順による不作の影響から商品原価は上がった上、在庫が少なく、積極的な販売ができていない(食料品製造業)。
	雇用 関連	□	・求人数は、季節的な販売促進業務や期間限定業務で派遣依頼が増加している。しかし、年度替りには収まる傾向があり、変わらない(民間職業紹介機関)。
○		・現時点で具体的な求人はないが、企業説明のため来校する企業が昨年より多い。また、採用を行う方向で前向きに検討中している企業が、増えている(学校[専門学校])。	
その他の特徴 コメント			○：九州新幹線の全面開通に伴うイベントを各業界団体で企画しており、駅周辺は活性化されている。また、地下鉄の終着駅に新しい商業施設が4月にオープンすることから、こちらの求人も活発に動いている(求人情報誌制作会社)。 ×：市内では降灰の影響がほとんどないにもかかわらず、火山の噴火による降灰のニュース影響から、一部、スポーツ団体によるキャンプのキャンセルが発生した。また、個人客の宿泊やゴルフを控える傾向もみられる(テーマパーク)。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・今以上に悪くなる兆候も今のところ見受けられないが、良くなる兆候も全く見受けられない。今の悪い状況は変わらない(コンビニ)。
		○	・3月末のエコポイント終了前の駆け込み需要が期待できる(家電量販店)。
	企業 動向 関連	○	・輸出が好調であり、足元の受注の落ち込みは考えられない。製造業に引っ張られ、サービス業も悪くない状況が続く。ただ、原油価格の高騰には注意が必要である(金融業)。
		□	・建築を中心に建設需要に若干の回復がみられ、販売量も少し増加している。しかし、需要の絶対量が少なく、先行きは極めて不透明である。この先も原材料価格は強含みであり、公共事業の縮小に象徴される地方の建設需要減から、原料高、製品安の構図が続く。鉄鋼業を含め建設業にかかわる業界は、極めて厳しい状況が続く(鉄鋼業)。
	雇用 関連	□	・企業の求人、採用の動きは上向いているが、産業全体での回復基調とは言えない。当管内では大型商業施設の撤退や企業整理が行われ、先行きは不透明である(職業安定所)。
その他の特徴 コメント			○：九州新幹線は3月に鹿児島まで全線開通するが、それに向けた予約も少しずつは増えている。韓国等海外の予約には期待していたものの、火山の噴火の影響から取れなかった。新幹線開通の影響で潤ってくると期待している(ゴルフ場)。 ○：新卒及び一般求人増加の傾向がみられる(職業安定所)。

(D I) 図表29 現状・先行き判断D Iの推移

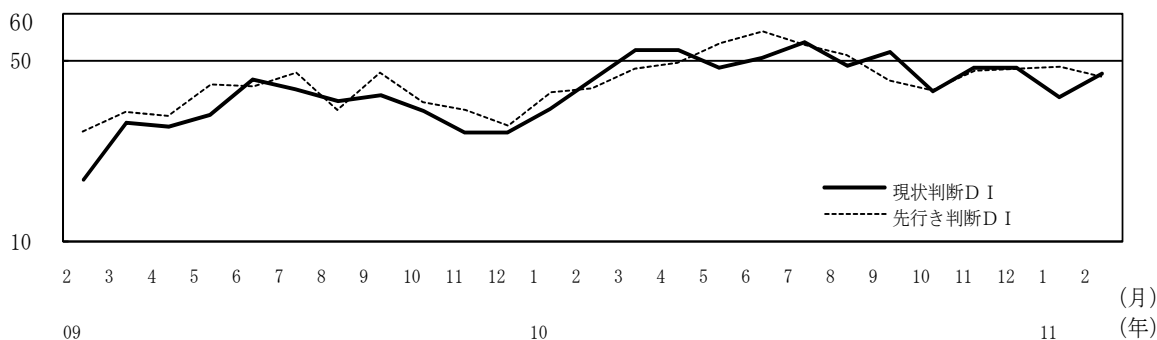


11. 沖縄

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由
現状	家計動向関連	□	・前年とほぼ変わらない。スマートフォンの人気はすごいものがある（通信会社）。
		▲	・当社、他社共に、インバウンド、アウトバウンド含めての旅行企画商品の集客がかなり悪い（旅行代理店）。
		○	—
	企業動向関連	□	・建設会社の受注高は公共・民間とも前年を下回っている。新設住宅は分譲マンションは前年上回っているが一戸建は減少している（窯業・土石製品製造業）。
		○	・受注案件の引き合いがある。契約等を含めた現地視察等が増えている（通信業）。
		▲	—
雇用関連	□	・この時期になると、新規の派遣先からの問い合わせが例年はあるが、今年はいつもより少ないようである（人材派遣会社）。	
	○	・県内外共に求人数が増加傾向にある（学校 [専門学校]）。	
その他の特徴コメント		□：競合店の新規出店が盛んにあり、既存店では来客数の減少が起こっている（スーパー）。 ○：部門によって若干のバラつきこそあるものの、全館売上は11月以降、コンスタントに前年売上高実績クリアを維持している（百貨店）。	
分野		判断	判断の理由
先行き	家計動向関連	□	・4月中旬には多くの新規ブランドを取り入れた増床モデルを実施して売上高の底上げを計画している。既存売場の推移からすると、ベースとなる景気そのものは緩やかな回復を継続するものと予測され、短期間での改善は見込めない（百貨店）。
		▲	・日本経済は、円高に加え、中東の混乱による原油高により、更に厳しくなるものと予測する。また、沖縄観光にとっては九州新幹線の全線開通により九州観光との競合が生じ、入城観光客に頼る沖縄観光は厳しい状況となる（観光名所）。
	企業動向関連	□	・年度末にかけて受注量は増えるが、新年度からはほぼ横ばいである（コピーサービス業）。
		▲	・引き合い件数及びモデルハウスへの来場客の動きが鈍い（建設業）。
雇用関連	○	・国や県の緊急雇用対策を反映し求人数が上向きになってきている。業種や職種にもよるが今後も安定的な求人が見込める（学校 [専門学校]）。	
	□	・長期の受注案件は、契約満了によるスタッフ交代が主で、増えるという兆しはまだみえない。現在は、短期受注が主で、4月以降の様子見が続いているようである（人材派遣会社）。	
その他の特徴コメント		□：現時点での予約受注状況から推測される稼働率は、ほぼ前年並みの状況を見込んでおり、なかなか稼働率を伸ばすことが難しい状況である（観光型ホテル）。 ▲：同業他社、他業種も景気は悪く、先行きがみえない（旅行代理店）。	

(D I) 図表30 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 31 景気の現状水準判断D I

(D I)	年 月	2010				2011	
		9	10	11	12	1	2
合計		34.9	34.7	36.9	37.6	36.9	41.7
家計動向関連		33.3	34.0	36.1	36.9	35.4	40.7
小売関連		33.3	33.3	36.3	35.5	35.7	42.1
飲食関連		27.2	27.3	32.8	37.4	29.0	34.6
サービス関連		35.0	37.6	37.0	40.7	36.4	39.1
住宅関連		33.2	32.9	34.5	32.3	35.5	41.5
企業動向関連		36.3	34.0	36.9	37.8	37.7	41.6
製造業		38.5	33.5	37.3	38.9	40.1	44.8
非製造業		33.9	33.7	35.6	36.3	35.6	39.2
雇用関連		42.1	40.8	42.1	42.0	45.0	48.6

図表 32 景気の現状水準判断D I (各分野計)

(D I)	年 月	2010				2011	
		9	10	11	12	1	2
全国		34.9	34.7	36.9	37.6	36.9	41.7
北海道		38.9	40.4	37.1	37.1	39.3	42.6
東北		33.8	32.4	33.9	35.3	34.5	41.5
関東		32.2	32.2	36.1	34.5	35.1	39.7
北関東		32.2	29.1	34.4	33.4	32.7	39.0
南関東		32.3	34.0	37.1	35.2	36.7	40.1
東海		35.3	34.7	37.2	40.0	39.3	43.3
北陸		37.4	37.0	38.6	41.8	40.8	43.6
近畿		36.3	35.1	38.0	39.1	37.3	42.4
中国		36.3	36.6	38.7	41.3	37.3	42.9
四国		32.4	31.2	34.3	34.6	34.7	37.4
九州		34.0	37.0	38.3	38.8	37.6	42.9
沖縄		46.5	41.7	41.1	40.4	38.4	45.2

(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。