

景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

平成 23 年 6 月調査結果

平成 23 年 7 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（6月）

6月の現状判断DIは、前月比13.6ポイント上昇の49.6となり、3か月連続で上昇した。

家計動向関連DIは、東日本大震災の発生後に冷え込んでいた消費マインドが徐々に回復し、購買意欲が戻りつつあることに加え、猛暑や節電に伴い省エネ・エコ・クールビズ関連等季節商材の売上が好調であること等から、上昇した。

企業動向関連DIは、原材料価格の高騰によるコスト上昇の影響があるものの、原材料・資機材の供給不足や入荷の遅延が解消されつつあり、生産活動が回復してきていること等から、上昇した。

雇用関連DIは、製造業で生産活動が回復しつつあることに伴い、求人が増加したこと等から、上昇した。

6月の先行き判断DIは、前月比4.1ポイント上昇の49.0となり、3か月連続で上昇した。

先行き判断DIは、消費者及び企業が先行き不透明感を持っている一方で、被災後の復旧需要や消費マインドの回復が期待されること等から、家計動向部門、企業動向部門、雇用部門のすべてで上昇した。

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、「景気の現状は、東日本大震災の影響による厳しさが残るものの、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	115人	88.5%	近畿	290人	257人	88.6%
東北	210人	198人	94.3%	中国	170人	160人	94.1%
北関東	200人	182人	91.0%	四国	110人	94人	85.5%
南関東	330人	306人	92.7%	九州	210人	189人	90.0%
東海	250人	227人	90.8%	沖縄	50人	41人	82.0%
北陸	100人	97人	97.0%	全国	2,050人	1,866人	91.0%

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DI

3か月前と比較しての景気の現状に対する判断DIは、49.6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DIが上昇したことから、前月を13.6ポイント上回り、3か月連続の上昇となった。また、横ばいを示す50を51か月連続で下回った。

図表1 景気の現状判断DI

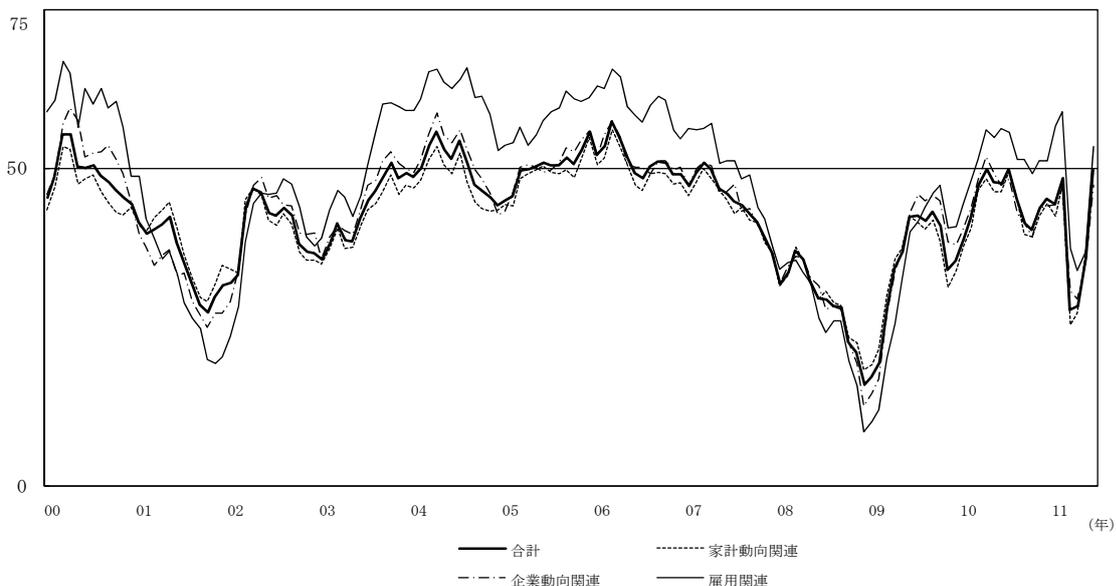
(DI)	年	2011						(前月差)
	月	1	2	3	4	5	6	
合計		44.3	48.4	27.7	28.3	36.0	49.6	(13.6)
家計動向関連		42.4	47.3	25.3	27.1	36.3	49.8	(13.5)
小売関連		42.5	48.9	27.4	29.2	38.4	49.9	(11.5)
飲食関連		38.9	43.4	15.9	20.7	30.3	48.2	(17.9)
サービス関連		42.5	44.2	21.6	23.8	33.6	50.8	(17.2)
住宅関連		44.9	50.0	32.9	29.4	35.9	46.8	(10.9)
企業動向関連		44.3	46.9	30.6	29.3	34.7	47.3	(12.6)
製造業		45.1	48.3	34.6	32.0	36.3	48.8	(12.5)
非製造業		43.9	46.1	27.1	26.8	33.3	46.5	(13.2)
雇用関連		56.7	58.9	37.3	33.8	36.6	53.4	(16.8)

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	DI
2011	4	0.9%	7.8%	25.1%	35.8%	30.4%	28.3
	5	1.2%	13.0%	33.1%	33.9%	18.8%	36.0
	6	3.0%	28.4%	41.1%	19.2%	8.3%	49.6
(前月差)		(1.8)	(15.4)	(8.0)	(-14.7)	(-10.5)	(13.6)

(DI)

図表3 景気の現状判断DI



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、49.0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、3か月連続の上昇となった。また、横ばいを示す50を49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 2011

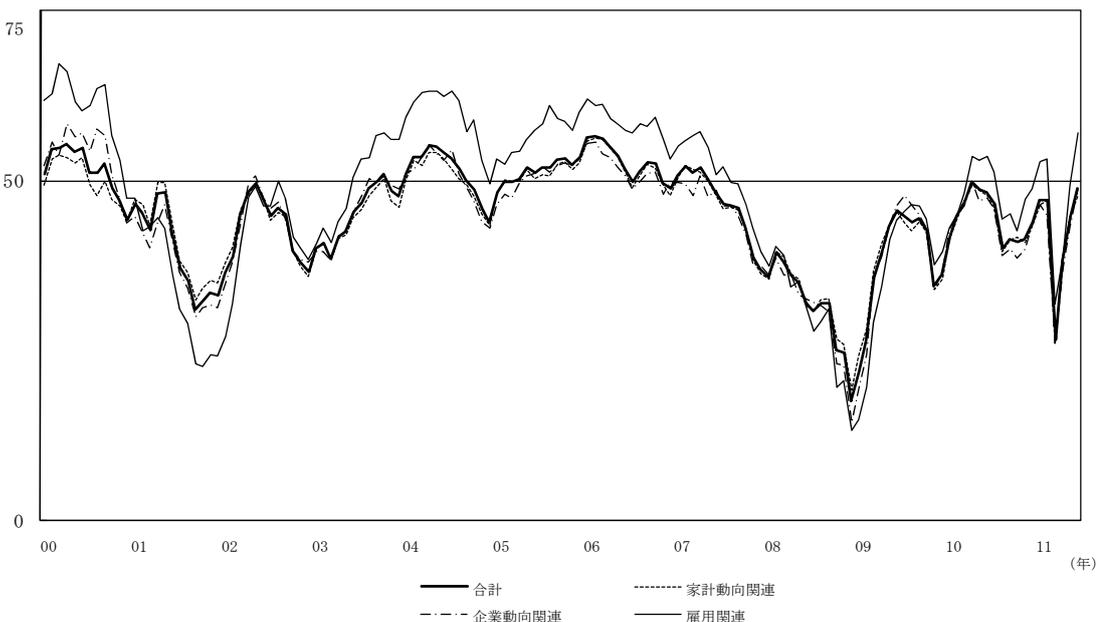
	月 1	2	3	4	5	6	(前月差)
合計	47.2	47.2	26.6	38.4	44.9	49.0	(4.1)
家計動向関連	46.6	47.1	25.9	38.7	44.8	47.9	(3.1)
小売関連	47.1	47.2	25.7	39.2	45.7	47.7	(2.0)
飲食関連	44.6	47.0	21.8	34.8	34.2	45.3	(11.1)
サービス関連	46.2	47.5	28.3	40.0	46.1	50.3	(4.2)
住宅関連	46.1	44.9	22.8	33.4	43.1	41.5	(-1.6)
企業動向関連	46.6	44.9	26.2	37.3	43.3	48.9	(5.6)
製造業	47.2	45.4	26.7	39.2	44.6	49.5	(4.9)
非製造業	46.1	44.4	25.9	35.8	42.5	48.6	(6.1)
雇用関連	52.9	53.2	31.9	39.0	49.3	57.0	(7.7)

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
2011	4	0.9%	17.0%	35.4%	28.5%	18.3%	38.4
	5	1.4%	21.6%	43.2%	23.0%	10.9%	44.9
	6	1.7%	25.5%	48.0%	17.0%	7.8%	49.0
(前月差)		(0.3)	(3.9)	(4.8)	(-6.0)	(-3.1)	(4.1)

(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沖縄（20.8 ポイント上昇）、最も上昇幅が小さかったのは九州（8.8 ポイント上昇）であった。

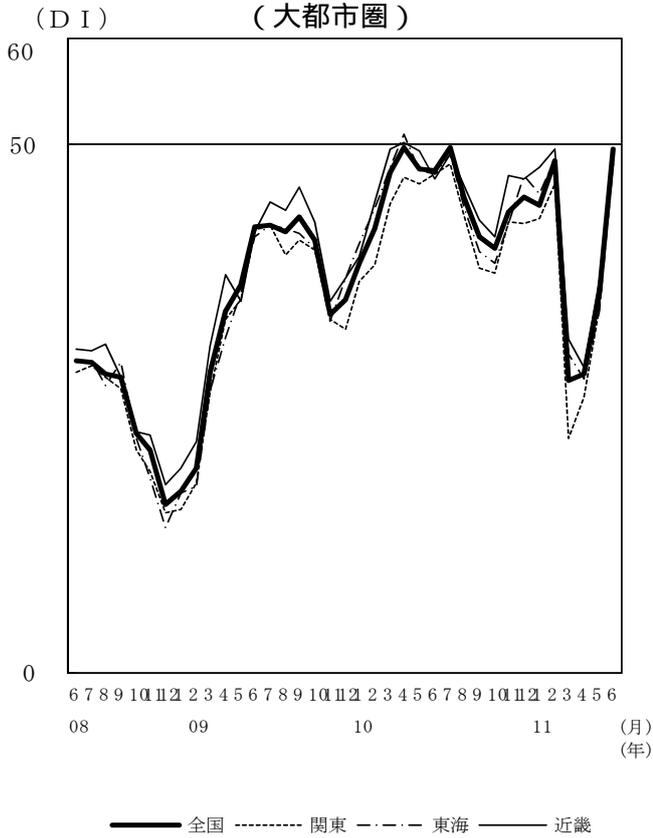
図表7 景気の現状判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2011 1	2	3	4	5	6	(前月差)
全国		44.3	48.4	27.7	28.3	36.0	49.6	(13.6)
北海道		44.4	50.7	27.8	28.2	33.5	47.6	(14.1)
東北		42.8	48.9	16.8	23.5	35.7	52.8	(17.1)
関東		43.0	46.3	22.1	26.1	34.5	49.7	(15.2)
北関東		42.2	47.0	23.3	26.2	35.5	50.0	(14.5)
南関東		43.6	45.9	21.3	26.1	33.9	49.5	(15.6)
東海		45.4	48.7	30.1	27.8	34.3	48.2	(13.9)
北陸		46.5	51.3	34.8	28.8	36.7	52.6	(15.9)
近畿		47.8	49.6	31.5	28.9	37.2	48.2	(11.0)
中国		42.9	47.8	32.9	30.6	39.8	50.6	(10.8)
四国		43.5	48.0	32.9	30.5	37.4	52.1	(14.7)
九州		44.2	49.3	32.7	33.8	37.8	46.6	(8.8)
沖縄		41.9	47.0	37.8	34.6	32.9	53.7	(20.8)

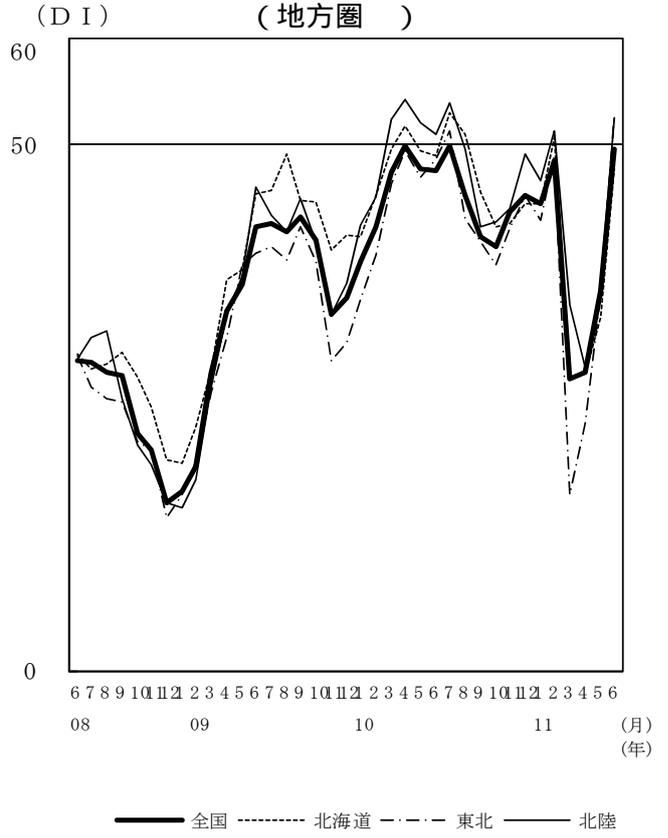
図表8 景気の現状判断D I（家計動向関連）

(D I)	年 月	2011 1	2	3	4	5	6	(前月差)
全国		42.4	47.3	25.3	27.1	36.3	49.8	(13.5)
北海道		46.1	51.0	24.1	25.6	30.9	46.9	(16.0)
東北		40.0	48.2	15.3	25.2	36.6	52.3	(15.7)
関東		41.8	45.8	20.1	26.2	36.2	50.9	(14.7)
北関東		41.9	47.4	22.3	26.1	37.2	49.8	(12.6)
南関東		41.7	44.8	18.7	26.2	35.6	51.5	(15.9)
東海		41.9	46.1	27.6	27.1	35.7	48.2	(12.5)
北陸		45.3	49.6	31.1	25.7	35.1	54.5	(19.4)
近畿		46.1	49.0	29.7	27.0	36.1	48.8	(12.7)
中国		40.2	46.4	31.3	27.8	39.3	48.7	(9.4)
四国		41.1	45.7	31.0	29.3	39.1	52.0	(12.9)
九州		41.7	48.5	29.4	31.5	38.4	46.2	(7.8)
沖縄		38.9	41.3	27.9	29.2	30.0	55.0	(25.0)

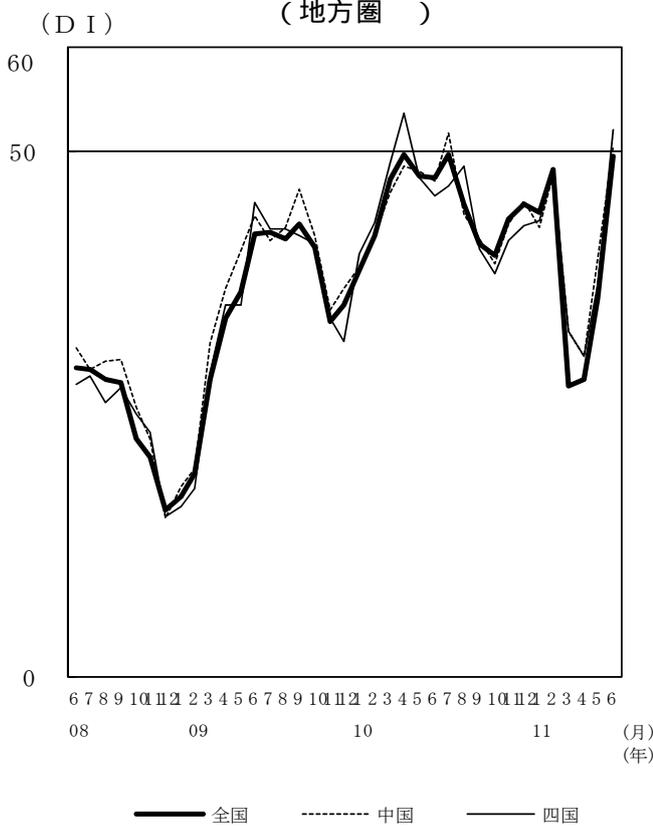
図表9 地域別D I (各分野計)
(大都市圏)



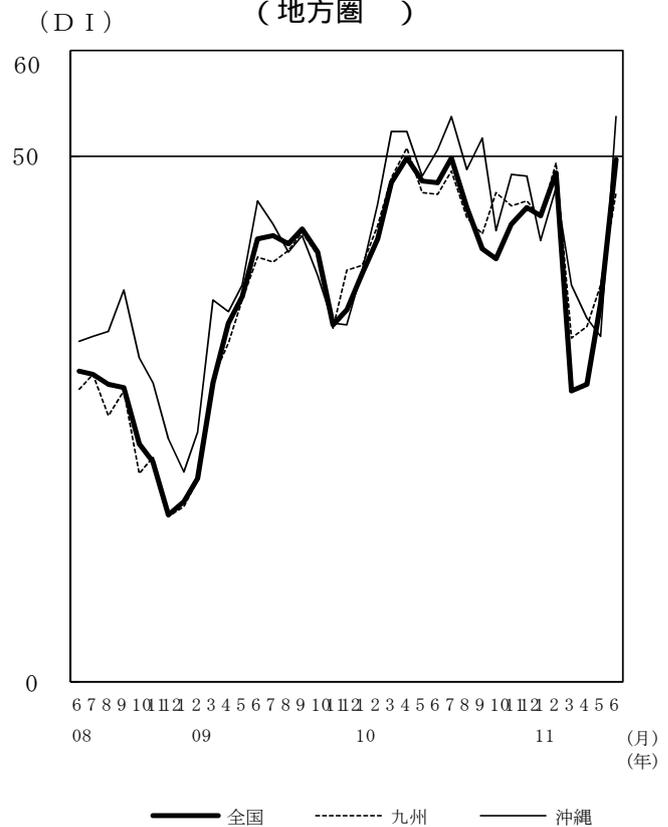
図表10 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



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 地域で上昇した。最も上昇幅が大きかったのは東海（6.3 ポイント上昇）、最も上昇幅が小さかったのは中国（1.4 ポイント上昇）であった。

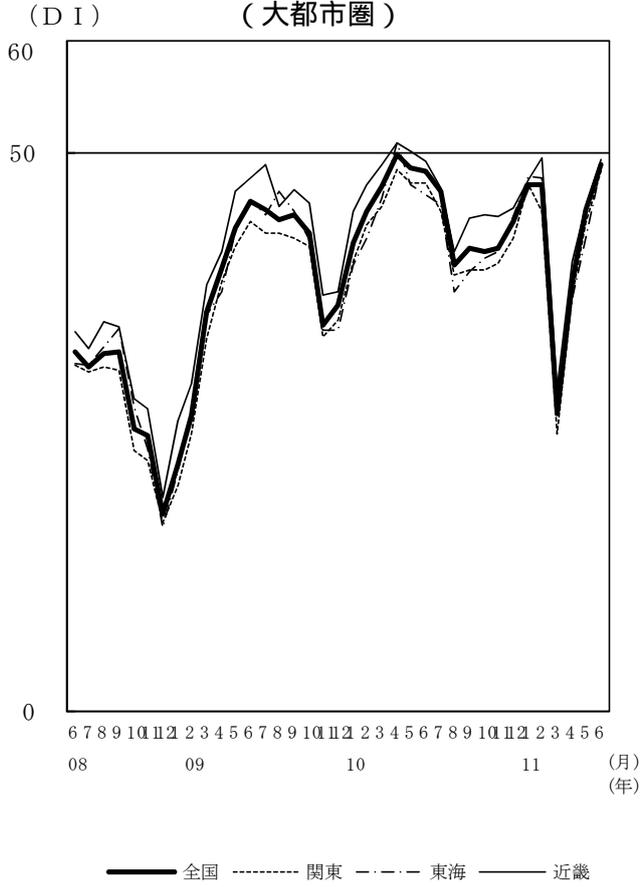
図表 13 景気の先行き判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2011 1	2	3	4	5	6	(前月差)
全国		47.2	47.2	26.6	38.4	44.9	49.0	(4.1)
北海道		47.1	47.1	28.0	39.9	45.9	48.9	(3.0)
東北		47.9	47.6	21.1	36.7	45.4	49.2	(3.8)
関東		47.2	44.8	24.8	37.3	43.7	48.4	(4.7)
北関東		46.7	44.3	23.3	35.4	42.9	48.4	(5.5)
南関東		47.6	45.1	25.8	38.4	44.2	48.4	(4.2)
東海		47.9	47.7	28.2	37.0	42.4	48.7	(6.3)
北陸		47.3	50.3	27.8	41.1	47.2	52.3	(5.1)
近畿		47.6	49.5	28.8	40.2	45.2	49.4	(4.2)
中国		45.1	46.0	25.5	40.9	46.1	47.5	(1.4)
四国		44.9	45.5	27.8	37.9	46.3	48.1	(1.8)
九州		48.2	50.0	30.3	39.2	45.8	49.9	(4.1)
沖縄		48.3	46.4	28.7	32.7	47.6	52.4	(4.8)

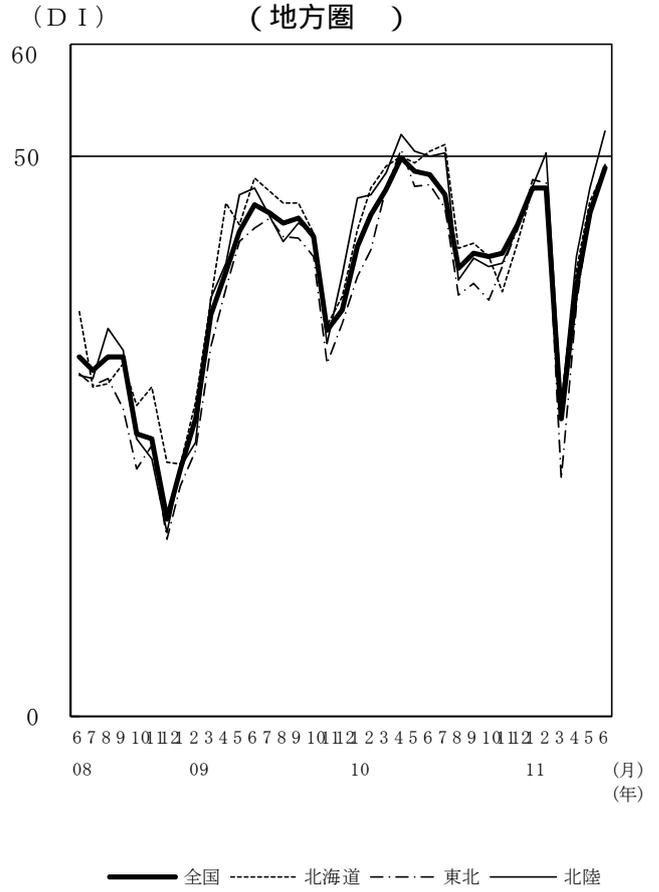
図表 14 景気の先行き判断D I（家計動向関連）

(D I)	年 月	2011 1	2	3	4	5	6	(前月差)
全国		46.6	47.1	25.9	38.7	44.8	47.9	(3.1)
北海道		47.1	47.7	25.9	38.3	46.9	47.5	(0.6)
東北		47.5	47.4	20.7	36.1	43.5	47.1	(3.6)
関東		47.4	44.4	25.1	38.7	44.4	47.7	(3.3)
北関東		47.9	43.4	21.0	35.7	42.8	46.0	(3.2)
南関東		47.0	45.1	27.6	40.6	45.5	48.6	(3.1)
東海		47.1	46.6	27.8	37.2	40.9	47.0	(6.1)
北陸		47.8	51.5	24.2	42.5	48.5	53.0	(4.5)
近畿		46.4	50.3	28.9	40.9	44.6	49.0	(4.4)
中国		43.5	46.4	24.3	41.7	46.3	46.2	(-0.1)
四国		43.1	44.0	29.3	37.1	46.1	44.4	(-1.7)
九州		46.7	49.6	29.0	38.4	45.7	48.8	(3.1)
沖縄		46.3	43.3	22.1	31.3	50.0	53.0	(3.0)

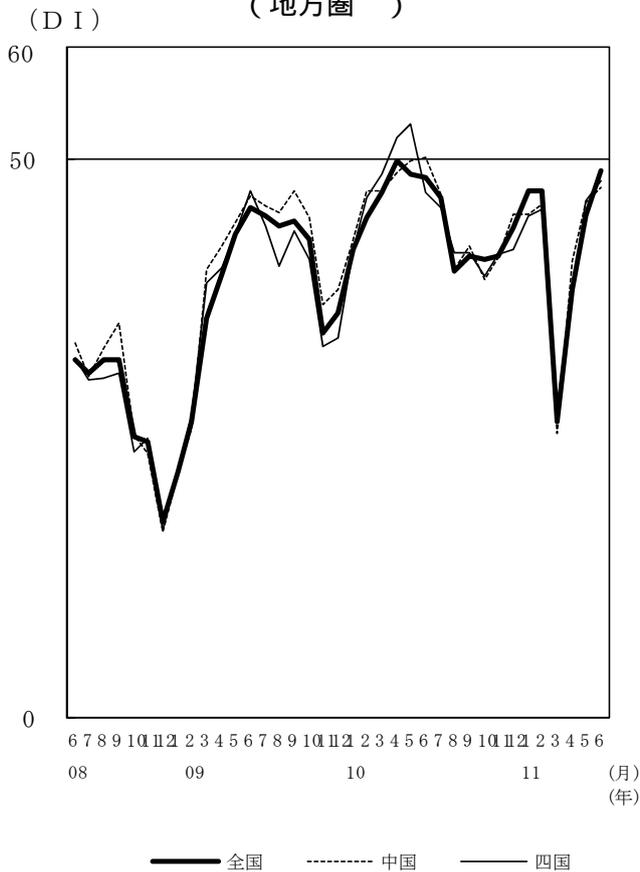
図表15 地域別D I (各分野計)
(大都市圏)



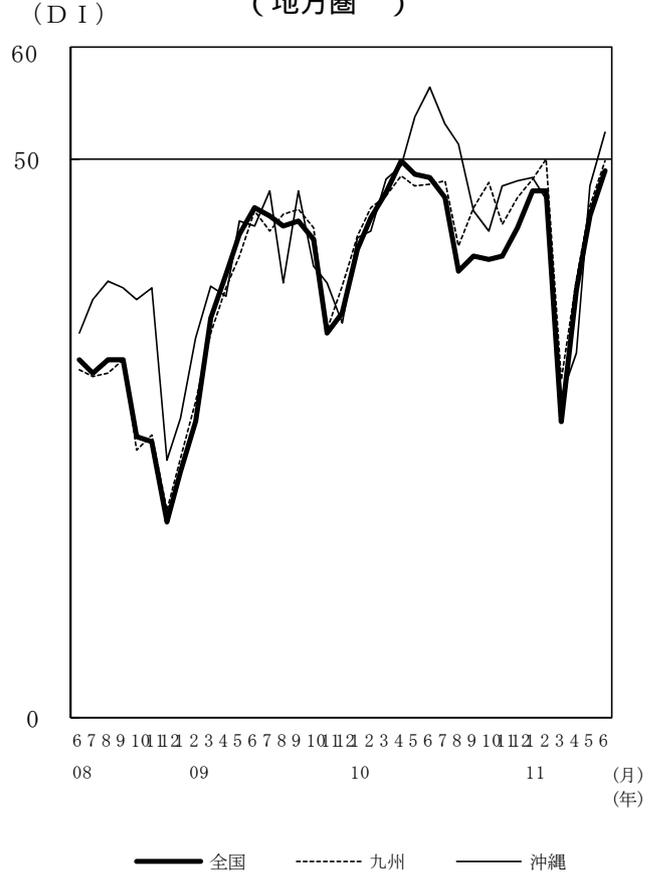
図表16 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



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)



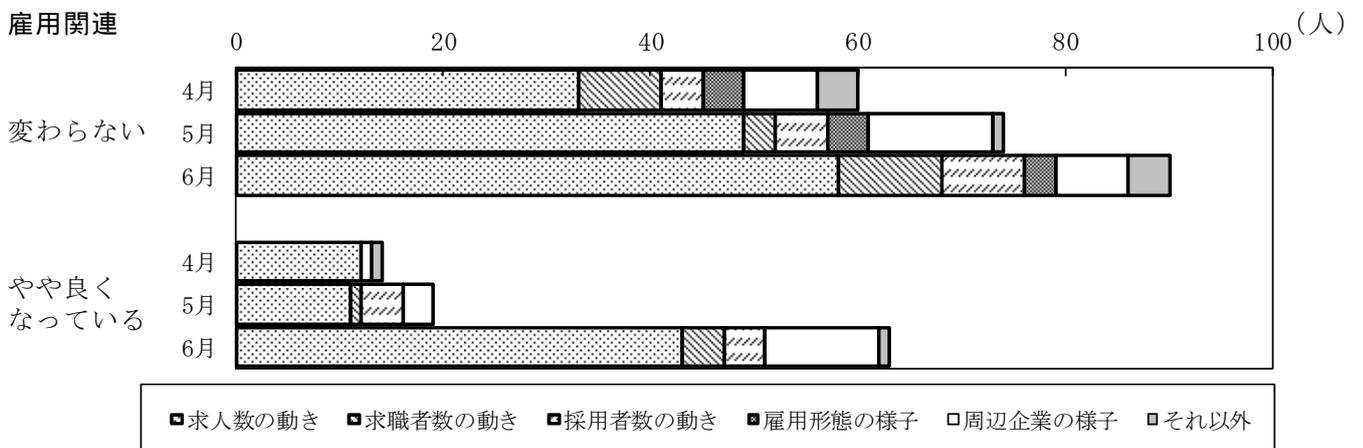
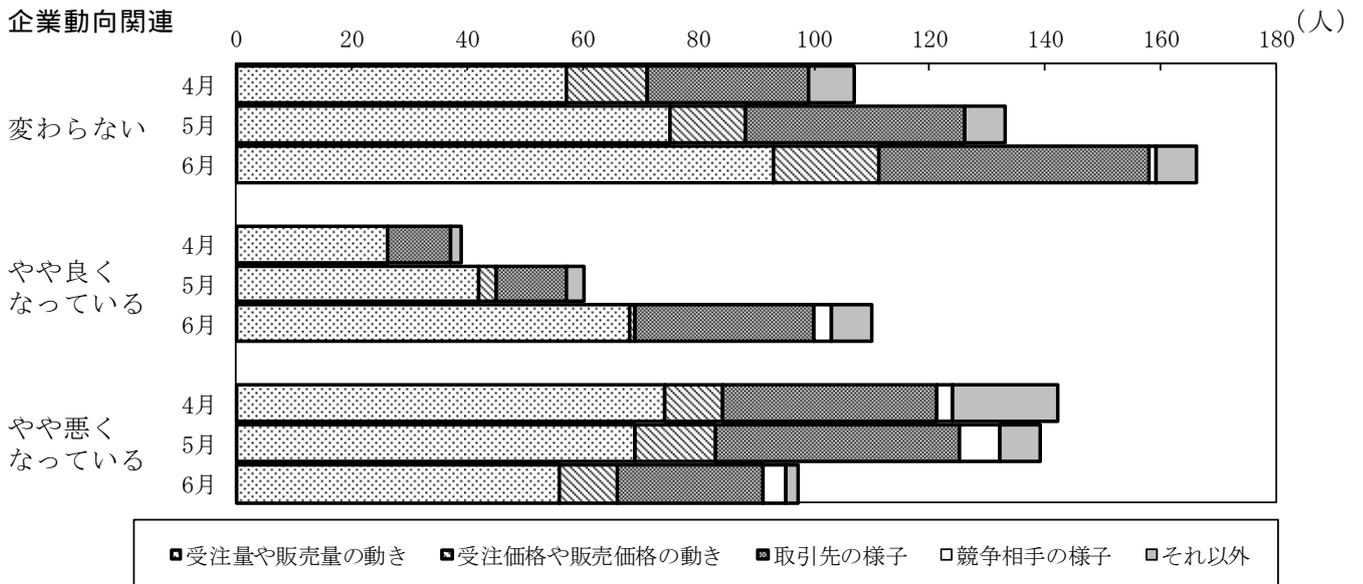
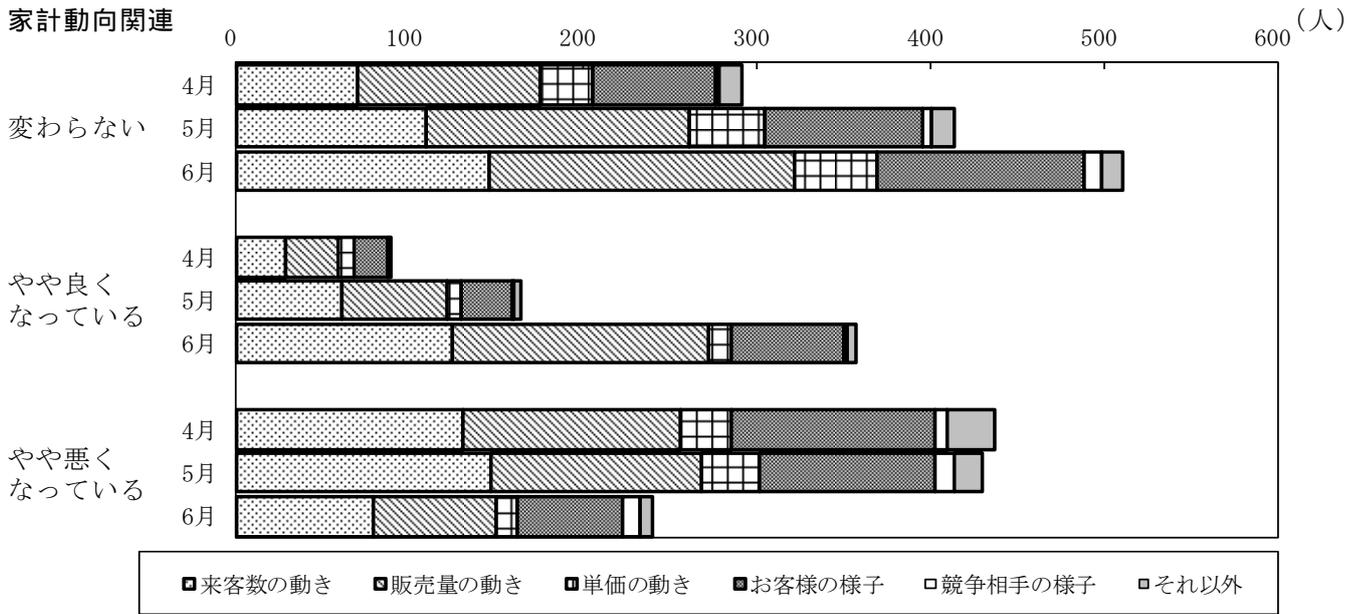
III. 景気判断理由の概要

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	◎	<ul style="list-style-type: none"> 地上デジタル放送への完全移行を目前にして、小型テレビの販売台数が増加するとともに、気温上昇と節電への意識から、季節商材なかでも扇風機が品切れするほど販売量が増加している（中国＝家電量販店）。 3月の売上に比べれば大幅に良くなっているが、前年並みにまでは戻っていない（近畿＝旅行代理店）。 	
	○	<ul style="list-style-type: none"> 東日本大震災から3か月が経過して、消費マインドが落ち着いてきており、季節商材に対する動きは少しずつ上向いてきている（北海道＝商店街）。 省エネ関連やエコ関連、クールビズ関連の商材は動きが良い。また、不要不急の消費を抑える動きに変化はないが、消費を自粛する雰囲気はなくなっている（近畿＝百貨店）。 今月下旬の急激な気温の上昇により、冷感・涼感商材が活発に売れ出している。特に、節電要請後は、扇風機や涼感機能肌着、制汗剤などが売れている（近畿＝スーパー）。 メーカーからの車の供給が回復してくるに連れて売上が回復基調になってきている（北海道＝乗用車販売店）。 東日本大震災以降建設部材等の物資調達が難しい状況にあったが、入荷の見通しが立ち始めたことに伴い、販売量も増加している（中国＝住宅販売会社）。 	
	□	<ul style="list-style-type: none"> 例年より雨が多く、気温も低かったことで、夏物の季節商材の出足が悪く、売上に影響を与えた（四国＝スーパー）。 	
	▲	<ul style="list-style-type: none"> 福島第一原子力発電所事故の風評被害により、依然として県外からの客が落ち込んでいる（東北＝観光型ホテル）。 	
企業 動向 関連	◎	<ul style="list-style-type: none"> がれき撤去や火力発電関連等震災復興関係の受注量が拡大している（東北＝建設業）。 	
	○	<ul style="list-style-type: none"> 取引先の自動車メーカーの生産が急速に回復し、受注も増加している（中国＝鉄鋼業）。 部品メーカーからの供給が改善されてきており、増産に向かう環境が整いつつある（四国＝一般機械器具製造業）。 受注量や売上は順調に伸びているが、原材料の高騰や販売価格の低迷により、増収減益が続いている（四国＝鉄鋼業）。 東日本大震災以降、一時止まっていた設備投資意欲が出てきており、特に国内からの受注が増えている（北陸＝一般機械器具製造業）。 	
雇用 関連	○	<ul style="list-style-type: none"> 新規求人数は、6月に増加に転じており、増加幅も広がりつつある（東海＝職業安定所）。 自動車関連企業が生産を本格化し、期間工の採用も再開している（東海＝人材派遣会社）。 雇用調整助成金等の相談件数が減っている（北関東＝職業安定所）。 	
	□	<ul style="list-style-type: none"> 求人数は前年比で増加しているものの、伸びは鈍くなっている。ただし、医療・福祉関係の求人は堅調に推移している（九州＝新聞社 [求人広告]）。 	
先行き	家計 動向 関連	○	<ul style="list-style-type: none"> 年内は復興景気が続くも期待している。ただし、電力不足や福島第一原子力発電所の問題の進展いかんによっては、思わぬ方向へ変わっていく恐れもある（東北＝商店街）。 自粛ムードも徐々に緩和され、商品供給体制が震災前に戻っている（中国＝コンビニ）。 今後も低温や悪天候が続かない限り、景気は回復基調で推移する（北海道＝百貨店）。 予約保有は6～9月は個人客中心に予約が戻っており、今後の間際予約がどの程度確保されるかが課題である（北陸＝観光型旅館）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> 節電を背景としたクール関連商品が今のところ好調な動きだが、そう長続きはしない。節約志向も根強く、消費が改善する要因は見当たらない（北関東＝百貨店）。 節電と共に節約意識が働くので、無駄な出費を控える消費が続く（北陸＝スーパー）。
		▲	<ul style="list-style-type: none"> 地上デジタル放送移行への買換需要とエアコン需要がなくなる（中国＝家電量販店）。
	企業 動向 関連	◎	<ul style="list-style-type: none"> 前年並みの受注量になってきたが、15%の節電の下で果たして生産がうまくいくのか、非常に難しい局面に入っている（北関東＝輸送用機械器具製造業）。
		○	<ul style="list-style-type: none"> 震災復興に向けた動きが加速していく（中国＝鉄鋼業）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> 燃料や原材料の価格高騰分を、商品価格に転嫁できない状況が続いている（東海＝食品製造業）。 自社製品の売上では海外向けは回復傾向にあるものの、国内向けは市場が冷え込んでおり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）。
雇用 関連	○	<ul style="list-style-type: none"> 求人数は徐々に増えつつあり、わずかながら上向きの兆しがある（中国＝人材派遣会社）。 	
	□	<ul style="list-style-type: none"> 震災復興関係で建設業の求人は増加しているが、それ以外の求人については、観光等を中心に回復まで時間を要する（東北＝職業安定所）。 東日本大震災後、人件費を抑えている企業も多く、求人募集の意欲は減少している（北関東＝求人情報誌製作会社）。 	

図表19 現状判断の理由別（着目点別）回答者数の推移



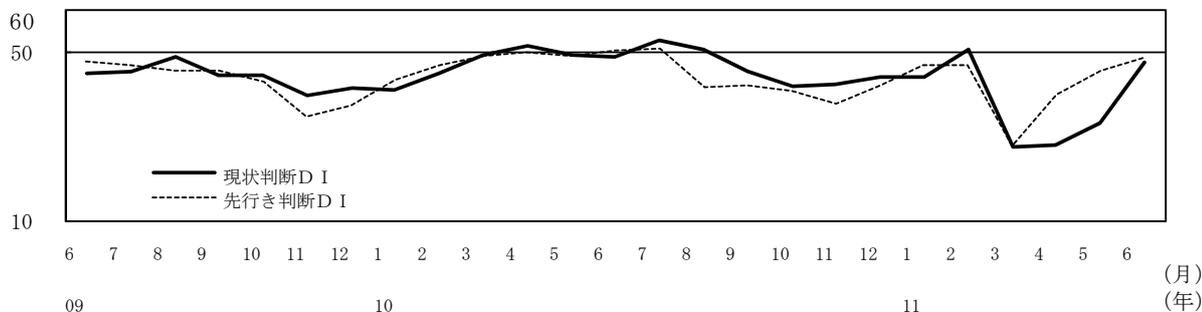
1. 北海道

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由
	現状	家計動向関連	□
▲			・観光客の入込が悪い。高速道路無料化社会実験が廃止になったことと東日本大震災の影響が原因とみられる（高級レストラン）。
○			・東日本大震災から3か月が経過して、消費マインドが落ち着いてきており、季節商材に対する動きは少しずつ上向いてきている（商店街）。
企業動向関連		□	・加工単価が下がっている一方で、材料代が上がっているため、なかなか景気が良くなってこない（金属製品製造業）。
		▲	・東日本大震災の影響により、代替港として貨物の取扱量が増加傾向にあったが、時間の経過と共に落ち着きがみられるようになってきた（輸送業）。
		○	・東日本大震災後の混乱が少し落ち着いてきた。滞っていた請負物件が動き始めた（家具製造業）。
雇用関連		×	・土地売買、建物の新築の件数が相変わらず少ない（司法書士）。
		○	・求人倍率に変化がみられない（職業安定所）。
その他の特徴コメント			◎：東日本大震災後、極端に落ち込んでいた売上が今月になって前年並みの売上に回復してきた。購買意識の高まりを感じる（美容室）。 ○：メーカーからの車の供給が回復してくるに連れて売上が回復基調になってきている（乗用車販売店）。
先行き		分野	判断
	家計動向関連	□	・天候の状況がやや不透明であるが、前年ほどの猛暑にはならないため、前年6～8月と非常に好調だった夏物商材が低調に推移する（スーパー）。
		○	・今後も低温や悪天候が続かない限り、景気は回復基調で推移する（百貨店）。
	企業動向関連	○	・しばらく東日本大震災の影響で業績の数値も低調であったが、今月の商談数の立ち上がりからは復調傾向を感じている（通信業）。
		□	・東日本大震災の影響がどの程度回復するかによって変わってくる。現時点においては、建築資材等の物流に障害があるため、その回復が今後の景気を左右する（司法書士）。
	雇用関連	▲	・季節的な背景もあって稼働し始めた建築工事の規模は比較的小さく、下期まで満たす総量となっていない。今後の着工予定工事の見積発注も以前より減少している（建設業）。
		□	・雇用環境が停滞したままであり、今後に向けての明るい動きが見えない（職業安定所）。
その他の特徴コメント		○：メーカーの生産も東日本大震災前の計画に戻り、新型車の投入もあることから、販売量の増加に期待が持てる（乗用車販売店）。 ▲：地デジ完全移行後の反動で販売が落ち込むことになる（家電量販店）。	

(D I)

図表20 現状・先行き判断D Iの推移

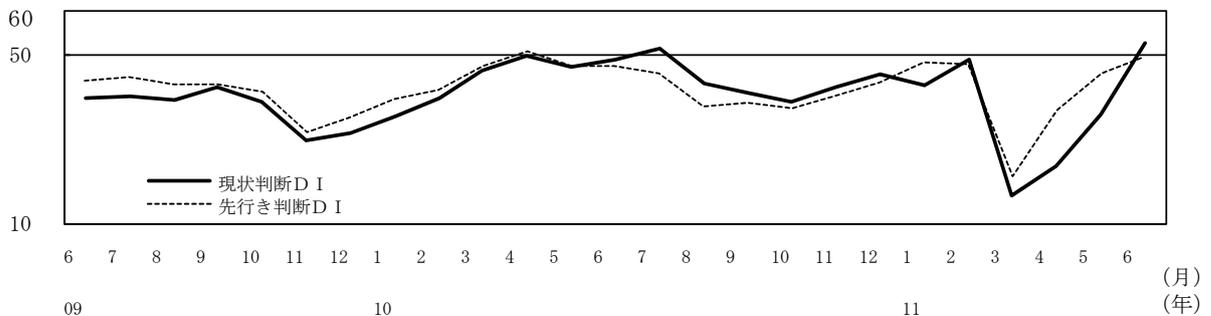


2. 東北

(◎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	○	・3か月前と比べて良くなっていることは確かであるが、この時期としては注文が少なすぎ るため、持ちこたえるだけで精一杯である（衣料品専門店）。
		□	・東日本大震災以降、傾向は変わっていない。東北地方は全国と比較して高い伸びを示して おり、特に沿岸地区は最大で前年比2倍の伸びとなっている（コンビニ）。
		▲	・福島第一原子力発電所事故の風評被害により、依然として県外からの客が落ち込んでいる （観光型ホテル）。
	企業 動向 関連	○	・東日本大震災の被害を受けた荷主の操業再開の日程が明らかになってきている（輸送業）。
		□	・東日本大震災後の百貨店等の売上があまり芳しくない（繊維工業）。
		▲	・東日本大震災後、通常の4分の1程度まで落ち込んだ折込チラシは5、6月でいくらか持 ち直し、現在は通常の3分の2弱となっている。新聞購読は家屋の流出や地域外への転居 等で一時300件近く減少したものの、震災の情報を得るために、3分の2程度が戻ってい る（新聞販売店 [広告]）。
雇用 関連	◎	・がれき撤去や火力発電関連等震災復興関係の受注量が拡大している（建設業）。	
	□	・東日本大震災の復興関係で建設業の求人は増加しているが、ホテルやイベント関連の求人 は減少している（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント	○	・建設業、土木業、住宅、リフォーム、中古車販売、重機・建機レンタル、またその営業、 販売といった業種で非常に多くの求人が出てきている（人材派遣会社）。	
	◎	◎：人通りは明らかに増えている。飲食、物販、ファッション、食品、家庭雑貨等において、 大きな消費から身の回りの着実な消費へと転換している様子が見られる。高級店よりも一 般店の方がより追い風を受けている（商店街）。 □：競争相手においても、チラシの目玉商品の価格を継続的に安くして販促をしており、厳 しい状況がうかがえる（スーパー）。	
先行き	家計 動向 関連	□	・東日本大震災以降、再開していない店舗も多く、コンビニに人が流れているため、数字自 体は上がっているが、景気が良くなっているわけではなく、3か月後も現状から大きく変 わるということはない（コンビニ）。
		○	・年内は復興景気が続くかと期待している。ただし、電力不足や福島第一原子力発電所の問題 の進展いかんによっては、思わぬ方向へ変わっていく恐れもある（商店街）。
	企業 動向 関連	□	・東日本大震災後の政府による復興計画等が出そろい、将来の展望がみえてくるまでは、先 行きの見通しはなかなか立てにくい（繊維工業）。
		○	・東日本大震災からの回復傾向に伴い、景気全体は良い方向に向かう。特に省エネ関連の事 業は投資などが積極的に行われ、消費者の買い控えも落ち着き、関連商品の消費が活発に なっていくと予想される（電気機械器具製造業）。
	雇用 関連	□	・震災復興関係で建設業の求人は増加しているが、それ以外の求人については、観光等を中 心に回復まで時間を要する（職業安定所）。
	その他の特徴 コメント	○	○：平泉が世界文化遺産に登録されたことは、観光シーズンを迎えるにあたり大変明るいニ ュースであり、期待している（商店街）。
□	□：底に張り付いた状態にあり、限界に近づいているなかで、内装関係の職人を含め関係者 が被災地に移動しているため、地元の工事などに相当の遅れが懸念される（住関連専門店）。		

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの推移

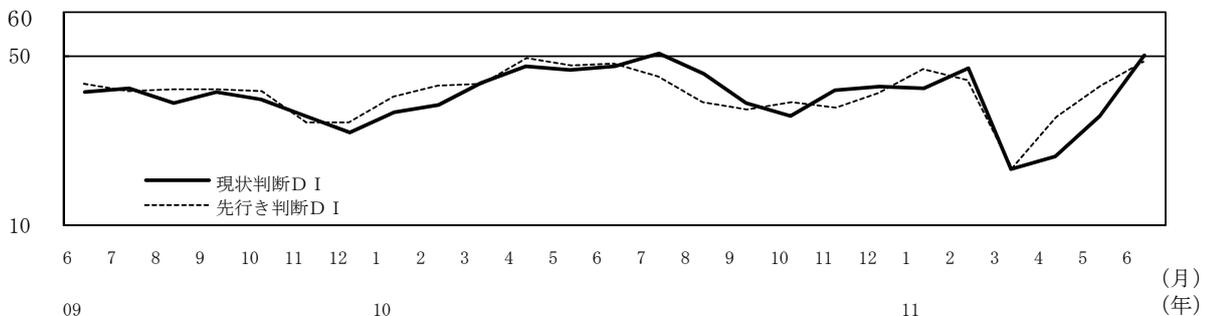


3. 北関東

(◎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	□	・節電で町が暗く感じられる。それでもこの状況に慣れてきたのか少しずつ動きが出てきている。しかし、前半は梅雨の影響で出足が今一步、後半は急激な暑さのため低調な動きとなっている（一般小売店 [精肉]）。
		○	・東日本大震災の影響で商品が途絶えがちだったが、大分復活してきており、それに伴って来客数が増加している（コンビニ）。
		▲	・依然として自粛ムードがあり、前年同月比で8%の減少である（タクシー）。
	企業 動向 関連	□	・東日本大震災直後よりは商取引関係が通常に戻りつつあるが、元々の経営が厳しい状況は変わっていない（経営コンサルタント）。
		○	・ここへきてようやく親会社の生産も順調になり、当社の受注も例年並みに増えてきている。ただし、7月からの電力の15%カットが大変である（金属製品製造業）。
		▲	・当地域は下請、孫請企業が多いが、やはり東日本大震災の影響がじわじわディブローのように効いているようで、上積み分がなく、低値安定といったところのようである（司法書士）。
	雇用 関連	□	・夏になり、小売、飲食業などのパート、アルバイト求人が多くなってきているものの、正社員の募集は少ない（求人情報誌製作会社）。
		○	・雇用調整助成金等の相談件数が減っている（職業安定所）。
	その他の特徴 コメント		○：地上デジタル放送対応テレビが最後の追い込み販売で増えている。エアコン等の夏物商材も良く売れている（一般小売店 [家電]）。 □：東日本大震災の後は震災特需みたいなものが若干あったが、ようやく品物も出そろってきて普通の状態に戻ってきた。震災前と比べてほぼ変わらないような状況になってきている（コンビニ）。
	先行き	家計 動向 関連	□
▲			・会食、宴会の予約が減少している。また、夏の行楽客、海水浴客の減少も見込まれる（都市型ホテル）。
企業 動向 関連		□	・ここにきて急激に暑い日が続いており、他の酒類への移行が考えられる。また、土日の高速道路料金が元に戻ってしまったため、工場見学者の減少は避けられない（食料品製造業）。
		○	・金融機関の話では、住宅需要が高まってきているということで、チラシ出稿も目にするようになってきている。また、家電はじめ量販店の広告、宣伝の動きが活発化しており、節電で夏物商材の動きを見込んでいると聞いている（新聞販売店 [広告]）。
雇用 関連		□	・東日本大震災後、人件費を抑えている企業も多く、求人募集の意欲は減少している（求人情報誌製作会社）。
その他の特徴 コメント			◎：前年並みの受注量になってきたが、15%の節電の下で果たして生産がうまくいくのか、非常に難しい局面に入っている（輸送用機械器具製造業）。 ▲：節電で空調に掛かる電気、ガス等の料金は多少減ることが予想されるが、断熱に掛かる投資をする必要が出てくるかもしれないため、追加費用発生への恐れがある（不動産業）。

(D I) 図表22 現状・先行き判断D Iの推移



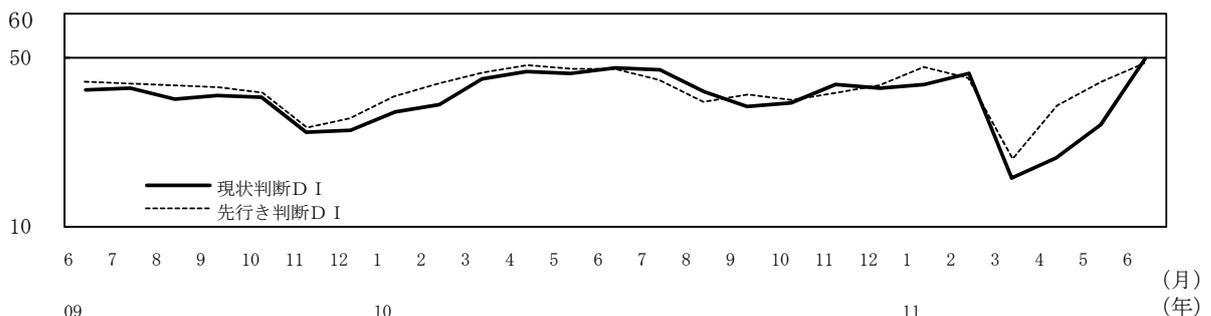
4. 南関東

(◎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	□	・来客数は前年比99.4%とほぼ前年並みに推移しているが、衣料品の動きがやや悪いなか、節電アイテムあるいはクールビズ関連の雑貨アイテムに動きが見られる(百貨店)。
		○	・東日本大震災後の相当悪い時期を抜け、少しずつ回復の兆しが見えてきている。クレジットカードの取扱高が回復し、アジアの観光客がちらほら戻ってきている(商店街)。
		▲	・東日本大震災当時は買いだめに走った分、それが徐々に落ち着き、通常の買物の姿が変わっており、3か月前に比べるとやや悪い方向に向かっている(スーパー)。
	企業動向関連	▲	・そろそろ関東圏における東日本大震災の影響はなくなってきていると思うが、受注件数の減少傾向は回復の兆しがない。地震発生前と比較すると受注量が元に戻らないため、まだまだ回復したと言える状況ではない(その他サービス業[情報サービス])。
		□	・東日本大震災に関するような製品は動き出しているが、それに全く関係のないような製品は逆に動きが悪くなっている(プラスチック製品製造業)。
		○	・東日本大震災以降、ようやく通常の状況に戻ったように感じる。また、住宅版エコポイント制度関連や、地上デジタル放送化の影響もあって駆け込み広告案件が若干発生しており、上向き傾向となっている(出版・印刷・同関連産業)。
雇用関連	□	・前年同期と比べ、求職者があまり減っていない。特に新たに失業給付手続きをする人はほとんど同数で高い水準を維持していることから、景気には変化が見られない(職業安定所)。	
	○	・一般、パートともに求人数が増加している。IT、医療、福祉職の求人が、特に増加している(職業安定所)。	
その他の特徴コメント			◎：商品単価は下落の一途をたどっているが、節電需要として扇風機、エアコン、冷蔵庫の買換えが日増しに販売点数を増加させ、デジタルテレビの駆け込み購入も5月から6月上旬にかけて販売点数、販売額が増加している(家電量販店)。 ○：東日本大震災直後に比べ、国内団体旅行の問い合わせが増え、自粛雰囲気が払しょくされたように感じる(旅行代理店)。
分野		判断	判断の理由
先行き	家計動向関連	□	・東日本大震災以降、高まっていた近場レジャー利用の流れが震災以前と同様に戻ってきており、さらに節電の影響で館内の暑さを気にする客が多いことから、目的客以外の来店状況の回復が見込めない(その他レジャー施設[アミューズメント])。
		○	・節電で真夏ということもあってサマータイムなどを取り入れている企業もこの辺りには多いため、早い時間帯から軽く飲んで帰るという客が若干でも増えて欲しい(一般レストラン)。
	企業動向関連	□	・この先懸念されるのが、夏の節電対応である。大手企業各社では勤務シフト変更の計画が進行中であるが、中小の商業、サービス業系事業所では、この影響がどのように出てくるのか読み切れていない。業界団体の会合では、マイナス要素が現状に追加されるのではないかと不安意見が非常に多い(経営コンサルタント)。
		▲	・為替が円高に振れていること、及び輸出製品の放射線検査の実施等により、非常に生産活動が落ち込んでいる現状を見ると、まだ良くなる傾向にはない(輸送業)。
	雇用関連	○	・大手自動車工場のフル稼働生産が7月から始まる。それによって中小関連企業も2、3か月後あたりから徐々に受注も増え、景気は良くなっていく(職業安定所)。
その他の特徴コメント			□：住宅展示場や各種イベントでの集客状況に大きな変化は見られない。真夏の暑さと節電の状況により影響が出なければ、前年並みである(住宅販売会社)。 ▲：レコーダーや省エネ対策家電は引き続き好調を維持するが、テレビは8月以降は厳しくなる(家電量販店)。

(D I)

図表23 現状・先行き判断D Iの推移

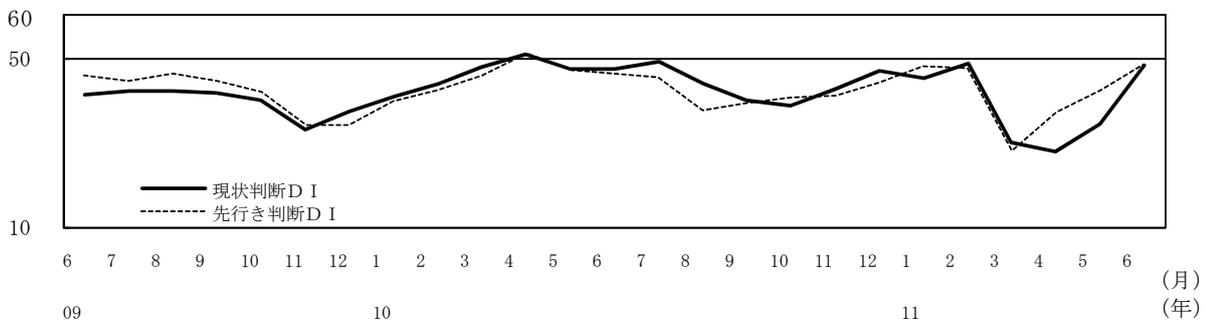


5. 東海

(◎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	□	・東日本大震災後は一時的に買い控えがあったが、今は一段落しており、買物動向は落ち着いてきている（スーパー）。	
		○	・東日本大震災や福島第一原子力発電所事故に伴う自粛ムードは一段落しており、夏の旅行計画や、スポーツ関連のイベントでのバスや弁当の注文が増えている。少しずつ余暇を楽しむ余裕が出てきた感がある（旅行代理店）。	
		▲	・月の後半から、中元シーズンに入っている。個人客は、東日本大震災以降の人のつながりを大切にす風潮からか、それ程の落ち込みは感じられない。しかし、大口の法人関係に関しては、現時点では苦戦している（一般小売店 [惣菜]）。	
	企業動向関連	□	・各企業では販売実績、売上実績を伸ばそうと頑張っているが、それに伴うコストが増えている。人気がある住宅は良い建材を使っており、サービスも人件費等のコストを掛けている。そのため、売上の割には利益は少なくなっている（会計事務所）。	
		○	・サプライチェーンの復旧により、地元の自動車メーカーは生産を回復している。それに伴い、部品メーカーの生産も急ピッチで増加している。中小零細企業では、土日操業に伴うパート労働者の確保に追われる動きもみられる（金融業）。	
		▲	・今月中旬に大口取引先から1か月程度の納期延期の依頼があり、一気に生産量を減らしている（窯業・土石製品製造業）。	
	雇用関連	□	・求人はそこそこ出てきているものの、前年度を下回る条件の求人が多い。全体的に見ると、求人意欲は低い（職業安定所）。	
		○	・新規求人数は、6月に増加に転じており、増加幅も広がりつつある（職業安定所）。	
	その他の特徴コメント			◎：省エネ商品、暑さ対策商品、防災用品の品切れが続出している（その他専門店 [雑貨]）。 ○：自動車関連企業が生産を本格化し、期間工の採用も再開している（人材派遣会社）。
	分野		判断	判断の理由
先行き	家計動向関連	□	・現状では客の反応は非常に鈍く、飲料水やアイスクリームの動きも良くない。梅雨明け後に前年並みの猛暑になれば良くなる可能性もあるが、今後も動きの悪い状況は続く（コンビニ）。	
		○	・秋口の団体旅行の申込状況も好調である。突発的な事件でも起こらない限り、販売量は順調に増えていくという手ごたえがある（旅行代理店）。	
	企業動向関連	□	・燃料や原材料の価格高騰分を、商品価格に転嫁できない状況が続いている（食料品製造業）。	
		○	・自動車関連の顧問先企業では、7月以降の仕事の予定が順調に入ってきている。機械の設計企業にも引き合いがあり、飲食店の来客数も増えてきている。今後は少しずつ良くなる（会計事務所）。	
	雇用関連	○	・新聞の求人広告量からは、自動車製造業が動き出す兆しが見られる（新聞社 [求人広告]）。	
	その他の特徴コメント			◎：完成車メーカーからは、東日本大震災に伴う上半期の落ち込み分の生産は、下期に積み上げるとい計画を聞いている。そのため、例年の下期と比べて、今年の発注量は増える（輸送用機械器具製造業）。 ○：今後は、4次以下の下請企業にまで自動車部品の増産が波及し、求人は増加する。雇用調整助成金の活用も減少する（職業安定所）。

(D I) 図表24 現状・先行き判断D Iの推移

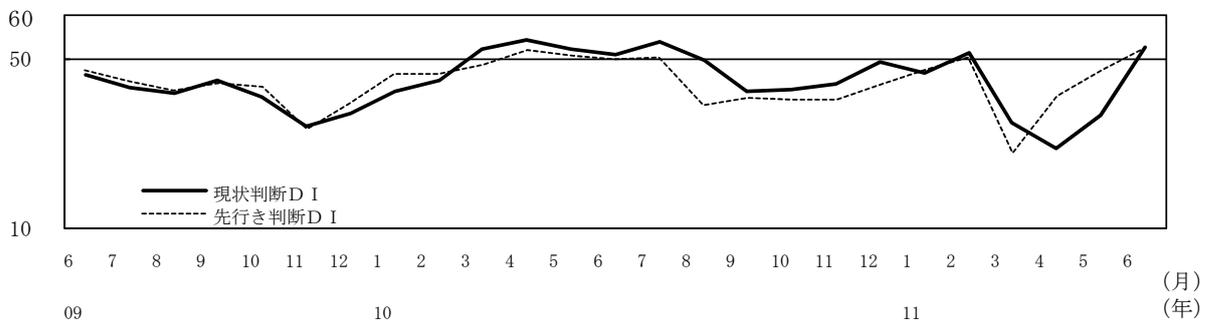


6. 北陸

(◎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	□
○			・フラット 35 の金利 1% 優遇が、今秋にも前倒して終了しそうな状況にあり、駆け込み需要となって販売が増えている（住宅販売会社）。
▲			・買える客層と買えない客層、売れる車と売れる価格帯がはっきりしてきた。大企業従事者、医療関係は持ち直してきたが、それ以外は依然厳しい。オートローンも審査が通らないケースが増加傾向にある（乗用車販売店）。
企業 動向 関連		□	・スマートフォン向けの電子部品関連が元気ではあるが、そのほかについては動きがない（電気機械器具製造業）。
		▲	・輸出関連については底堅いが、車関係およびインテリア関係の商品などの動きが悪い（繊維工業）。
		○	・東日本大震災以降、一時止まっていた設備投資意欲が出てきており、特に国内からの受注が増えている（一般機械器具製造業）。
雇用 関連		□	・休業等計画届受理件数は横ばい状態が続いている一方、初回計画届の提出件数は東日本大震災後、多い状態が続いている（職業安定所）。
		○	・求人広告の出稿は前年同月比 5 割増である（新聞社 [求人広告]）。
その他の特徴 コメント			○：高速道路料金休日上限 1000 円制度の駆け込み需要もあり、週末は好調であった。制度終了後の週末も大きく落ち込むことはなかった（一般レストラン）。 ×：当社の受注工事は前年同月比 40% 減で、技術者や技能者の行く現場がない。そのため、指名解雇ならぬ、会社が日を指定して未消化の代休を取らせる指名代休を実施している（建設業）。
先行き		家計 動向 関連	□
	○		・予約保有は 6～9 月は個人客中心に予約が戻っており、今後の間際予約がどの程度確保されるかが課題である（観光型旅館）。
	企業 動向 関連	□	・特に国内小売市場の厳しい状況は当分続くと思われ、今後も量的にはある程度確保できているメーカーも、价格的には相当厳しい状況が続く（精密機械器具製造業）。
		○	・現在のところ動きが活発なのはスマートフォン向けの電子部品に限られているが、今後消費者の購買意欲が高まるにつれて、その他の物にも波及し数量的には伸びていく（電気機械器具製造業）。
	雇用 関連	□	・東日本大震災の影響による生産調整はほぼ元に戻ったようだが、人員の増強などの動きは当面考えられない（人材派遣会社）。
	その他の特徴 コメント		○：自動車関連の受注が増加しつつあり、今後生産量が増えていく（繊維工業）。 □：節電と共に節約意識が働くので、無駄な出費を控える消費が続く（スーパー）。

(D I) 図表25 現状・先行き判断 D I の推移

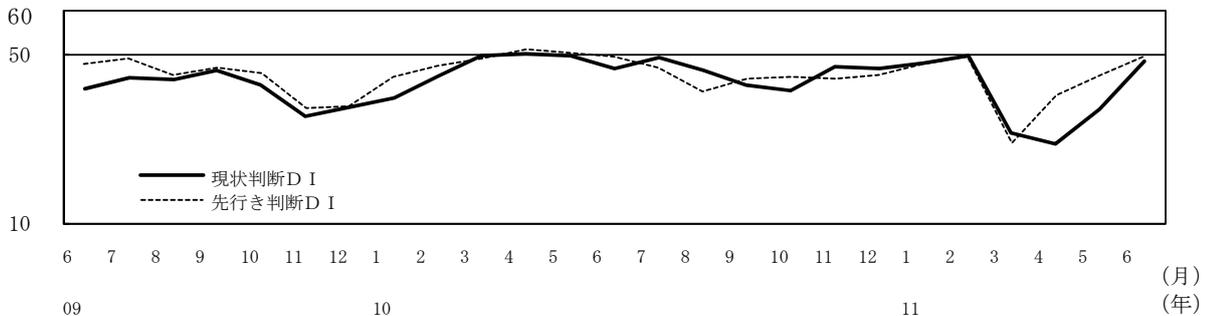


7. 近畿

(◎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	□	・関西電力による節電要請と急な気温上昇が重なり、扇風機やすだれ、涼感寝具やクールスプレーといった省エネ・涼感商材の動きが非常に活発となっている（スーパー）。	
		○	・省エネ関連やエコ関連、クールビズ関連の商材は動きが良い。また、不要不急の消費を抑える動きに変化はないが、消費を自粛する雰囲気はなくなっている（百貨店）。	
		▲	・地上デジタル放送への完全移行まで1か月を切ったにもかかわらず、販売量が伸びておらず、駆け込み需要は期待外れとなっている（通信会社）。	
	企業 動向 関連	□	・東日本大震災の影響で遅れていた、エアコンやエレベーターの建設資材の納入時期も改善されつつあるが、価格競争は相変わらず厳しい（建設業）。	
		▲	・イベント関係のレンタル商品の発送を行っているが、東日本大震災以降はイベントの中止が多く、前年の出荷量を大幅に下回っている（輸送業）。	
		○	・東日本大震災による自動車の部品不足も8割方回復し、徐々に荷動きが回復してきている（金属製品製造業）。	
	雇用 関連	□	・東日本大震災の影響が、良くも悪くも始めている。自動車工場での期間従業員の募集広告が復活した一方、引き続き求人の必要がない業種もみられる（新聞社 [求人広告]）。	
		○	・求人数全体では前年並みとなっているが、産業別にみると、製造業は前年比で大幅に増えている（職業安定所）。	
	その他の特徴 コメント			◎：3月の売上に比べれば大幅に良くなっているが、前年並みにまでは戻っていない（旅行代理店）。 ○：今月下旬の急激な気温の上昇により、冷感・涼感商材が活発に売れ出している。特に、節電要請後は、扇風機や涼感機能肌着、制汗剤などが売れている（スーパー）。
	先行き	家計 動向 関連	□	・今夏は節電の動きが広がるなど、消費が盛り上がりにくいいため、今後も厳しい状況が続く（百貨店）。
○			・3、4月に見送られた旅行需要が、夏の繁忙期に向けて徐々に戻ってきている。間際予約の傾向がかなり強まっていることもあり、先行きは前年を上回る動きとなる（旅行代理店）。	
企業 動向 関連		□	・猛暑で夏物家電の荷動きは堅調となるが、地上デジタル放送への完全移行も終了するため、市場はやや落ち着いてくる（電気機械器具製造業）。	
		▲	・業種によっては、既に稼働している海外工場に生産をシフトするといった声も聞かれるため、今後は更に悪くなる（パルプ・紙・紙加工品製造業）。	
雇用 関連		○	・東日本大震災の影響で生産減となっていた事業所から、増産のための期間社員の求人があるなど、先行きの見通しは明るい（職業安定所）。	
		□	・求人数は増えているが、職種は営業や販売に限定されており、大きな変化はない。求職者も、事務職や土日が休みの仕事を希望する傾向に変化はないため、就業者数の増加にはつながらない（人材派遣会社）。	
その他の特徴 コメント			□：外食産業の衛生面が問題視されているため、安心・安全を全面的に打ち出す必要があるほか、今夏は節電対策も求められるなど、課題が山積みとなっている（一般レストラン）。 □：東日本大震災の復興が始まれば、建設需要が被災地に集中し、工賃や建設資材価格が高騰するため、今後も厳しい状況となる（建設業）。	

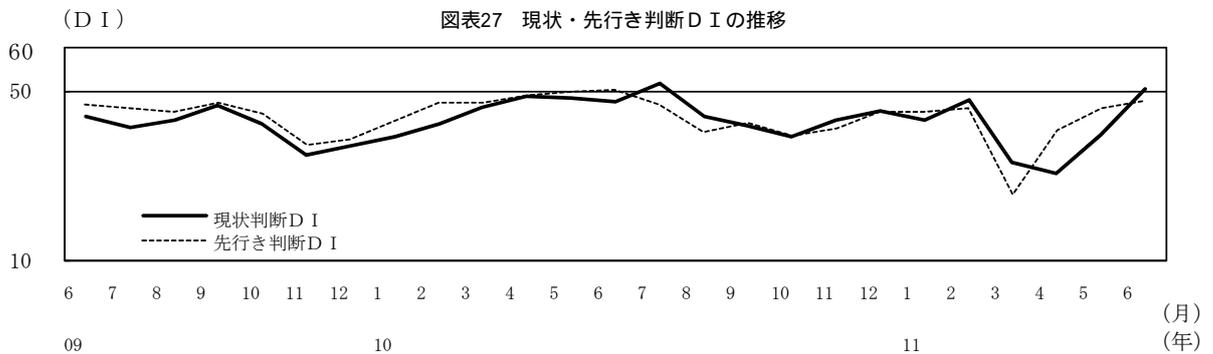
(D I) 図表26 現状・先行き判断D Iの推移



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	□	・東日本大震災による自粛ムードはやや緩和された感はあるが、来客数の増加には至っていない(都市型ホテル)。
		○	・東日本大震災以降建設部材等の物資調達が難しい状況にあったが、入荷の見通しが立ち始めたことに伴い、販売量も増加している(住宅販売会社)。
		▲	・クールビズの影響でワイシャツ、スラックスなどは伸びているが、スーツの売上は厳しく全体的にはやや悪い(衣料品専門店)。
	企業動向関連	□	・来客数は増加傾向にあるが、成約率が悪く状況は変わらない(不動産業)。
		○	・取引先の自動車メーカーの生産が急速に回復し、受注も増加している(鉄鋼業)。
▲		・公共工事が低調なうえに民間も自粛ムードで動きが少なく、建設業界は全体的に沈滞ムードで推移している(建設業)。	
雇用関連	○	・東日本大震災の復興需要やエコ需要等で人材派遣、人材紹介ともに求人数、決定数が増加している(人材派遣会社)。	
その他の特徴コメント	□	・ここ1~2年採用を控えてきた企業に採用の兆しがみえてきている(新聞社[求人広告])。	
			◎：地上デジタル放送への完全移行を目前にして、小型テレビの販売台数が増加するとともに、気温上昇と節電への意識から、季節商材なかでも扇風機が品切れするほど販売量が増加している(家電量販店)。 ▲：高速道路料金の休日特別割引の終了後、観光客を中心に来客数が激減している(一般小売店[紙類])。
分野		判断	判断の理由
先行き	家計動向関連	□	・一時は東日本大震災の影響を懸念していたが、現在はそこまで影響を感じなくなっている。ただ来客数が増える状況にもなっていない(一般レストラン)。
		▲	・地上デジタル放送移行への買換需要とエアコン需要がなくなる(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傾向にあるものの、国内向けは市場が冷え込んでおり厳しい状況が続く見通しである(一般機械器具製造業)。
		○	・震災復興に向けた動きが加速していく(鉄鋼業)。
		▲	・震災応援も一段落し、自治体向け焼却炉の注文も一休みで生産量は低下する見込みである(窯業・土石製品製造業)。
雇用関連	○	・求人数は徐々に増えつつあり、わずかながら上向きの兆しがある(人材派遣会社)。	
その他の特徴コメント	○	◎：自粛ムードも徐々に緩和され、商品供給体制が震災前に戻っている(コンビニ)。 □：夏の長期休暇による旅行需要に期待が持てるものの、ほとんどは海外や避暑地に流れるほか、高速道路料金の休日特別割引終了もマイナス要因となる(観光型ホテル)。	

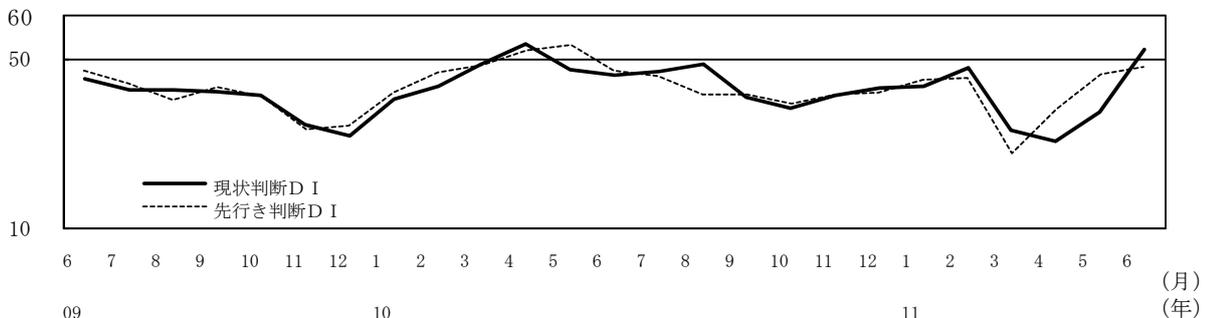


9. 四国

(◎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	□	・例年より雨が多く、気温も低かったことで、夏物の季節商材の出足が悪く、売上に影響を与えた（スーパー）。	
		○	・急激な気温の上昇により、エアコンは6月後半から取り付けが追いつかない状態で、前年以上に異常な販売量となっている。テレビの販売台数についても、デジタル移行まで1か月を切り、2台目以降の需要や、新製品にこだわっていた客等による購入で増えてきている（家電量販店）。	
		▲	・東日本大震災の影響で未だ自粛マインドが継続しているのか、来客数は減っている。また、客単価の下落にも歯止めがかからない（都市型ホテル）。	
	企業 動向 関連	□	・石油、パルプ、古紙などの仕入価格が高止まりしている上に、フィルム関連も上昇してきた。一方で、小売側の抵抗が強く、販売価格への転嫁が困難である（パルプ・紙・紙加工品製造業）。	
		○	・部品メーカーからの供給が改善されてきており、増産に向かう環境が整いつつある（一般機械器具製造業）。	
		▲	・東日本大震災の影響が残っており、受注量は低水準にある。新規受注の競争も一層厳しさを増し、受注拡大が業績拡大に直接繋がりにくい状況である（通信業）。	
	雇用 関連	□	・転職への期待感が薄れ、新規求職者の減少が続いている。労働力の移動が減少したことから、人手不足感のある企業の求人充足が進まない（職業安定所）。	
		○	・東日本大震災の影響から各種イベントが中止された3か月前と比べると、各企業は通常の活動に戻っている。夏過ぎには自動車メーカーが通常生産体制に戻るとの予測から、カーディーラーは上向き加減にある。また、住宅関連では小規模団地の売り出し予定がある等、広告出稿は久しぶりに前年比プラスとなった（新聞社 [求人広告]）。	
	その他の特徴 コメント			○：受注量や売上は順調に伸びているが、原材料の高騰や販売価格の低迷により、増収減益が続いている（鉄鋼業）。 ▲：国、県、市町村共に公共事業発注量が少なく、受注額は伸びていない。前年度の残務業務も終了しつつあり、仕事がなくなってきている（設計事務所）。
	先行き	家計 動向 関連	□	・顧客から景気の良い話は聞こえず、政治の動きを見ても良くなる要因がない（衣料品専門店）。
▲			・高速道路料金引下げ終了により、来客数が減少すると見込まれる（観光名所）。	
企業 動向 関連		□	・不動産業界は、米国の大手金融機関の破たん以降、厳しい状況にあり、東日本大震災で、さらに厳しくなってきた。今は、先行きが全く見えない（不動産業）。	
		○	・受注面は想定以上に回復が早い。部品が確保できれば、売上に繋がる状況である（一般機械器具製造業）。	
雇用 関連		○	・働く場や住まう場として、西日本、四国が注目されているのであれば、雇用面も好転するかもしれない（求人情報誌製作会社）。	
その他の特徴 コメント			□：電力消費量の削減施策により、企業の生産性は低下する（通信業）。 ×：地上デジタル放送移行後は、テレビの需要が少なくなる（家電量販店）。	

(D I) 図表28 現状・先行き判断D Iの推移

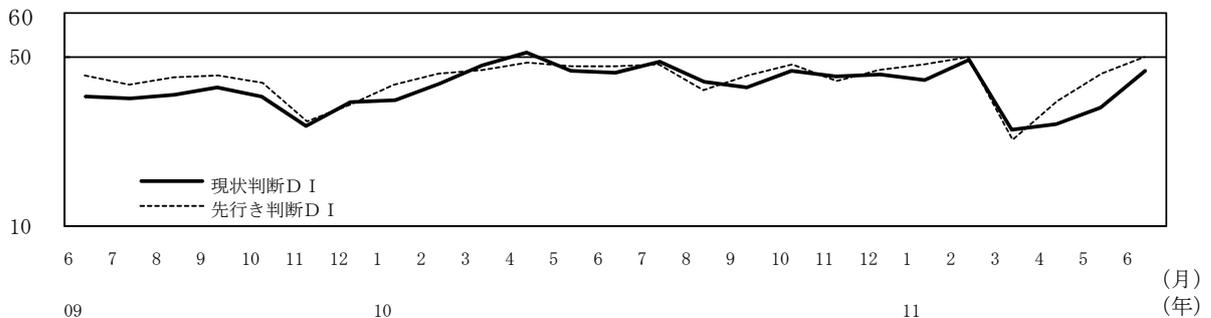


10.九州

(◎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	□	・大雨続きの梅雨となった。気候の不安定さからくる商品の動きの善し悪しはあるものの、購買の弱さは感じない（百貨店）。
		▲	・売り買い共に非常に少なくなっている。景気が先行き不透明であることから、土地に対する投資意欲も少なくなっている（住宅販売会社）。
		○	・東日本大震災の影響は緩和してきており、人の流れも良くなりつつある（都市型ホテル）。
	企業 動向 関連	□	・東日本大震災以降非常に厳しい状況が続いていたが、幾分落ち着きを取り戻している。しかし厳しい現状を乗り切らため、各社とも人件費等経費削減に努力しているところであり、依然として厳しい状況には変わらない（金融業）。
		○	・東日本大震災後急激に落ち込んだが、商業施設出店等の物件情報が若干増えている。止まっていた物件も動き出している。ただ、全体では震災前の80%程度である（家具製造業）。
雇用 関連	□	・求人数は前年比で増加しているものの、伸びは鈍くなっている。ただし、医療・福祉関係の求人は堅調に推移している（新聞社〔求人広告〕）。	
	○	・業界によって偏りはあるものの一部のサービス系企業やIT企業で採用者数の増加が感じられる（学校〔専門学校〕）。	
その他の特徴 コメント		□：客の単価はたばこの増税等により前年を上回っている。ただ、たばこ以外は買上単価が下がっている。以前は弁当ともう1品買っていたが、最近では自分で小さな弁当を持ってきて、カップ麺だけ買うケースも増えている。節約志向になっている（コンビニ）。 □：梅雨の長雨の影響で客足が伸びない。例年ならば梅雨の晴れ間があるのだが、今年は極端に晴れ間が少ない（その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕）。	
先行き	家計 動向 関連	□	・東日本大震災の影響は薄らいでいるが、以前より続く購買動向の低下は回復する材料が見当たらない。節電への対策や所得の低下等のネガティブなイメージは当分払しょくされることはない（スーパー）。
		○	・メーカーが増産体制となり、本格稼働している。新車が十分に供給されれば、下取車も中古車市場に出回り、ディーラーにとって業況は好循環となる（乗用車販売店）。
	企業 動向 関連	□	・電力供給力不足の問題がどう影響するか不透明ではあるが、自動車産業が休日出勤で生産するとなれば、それに合わせて出勤しないとイケない。経費が増えるのは間違いなく少しずつ影響が出てくるが、急激な変化はない（輸送業）。
		○	・タービン関連の仕事の話が、少しずつ具体化している。1～2か月先の景気は今より回復する（一般機械器具製造業）。
	雇用 関連	□	・7、8月は事務の人材需要が落ち込むため、低調に推移する（人材派遣会社）。
その他の特徴 コメント		□：6月に猛暑を記録し、扇風機やエアコンが非常に売れている。ただ供給が追い付かず、見通しが立たない。東日本大震災の影響で製造能力が落ちており、需要はあっても供給が足りない厳しい状況である（家電量販店）。 ▲：静岡茶葉の放射性物質検出問題から茶葉の値上げが噂されているため、数か月は売上の増加に期待できない（一般小売店〔茶〕）。	

(D I) 図表29 現状・先行き判断D Iの推移

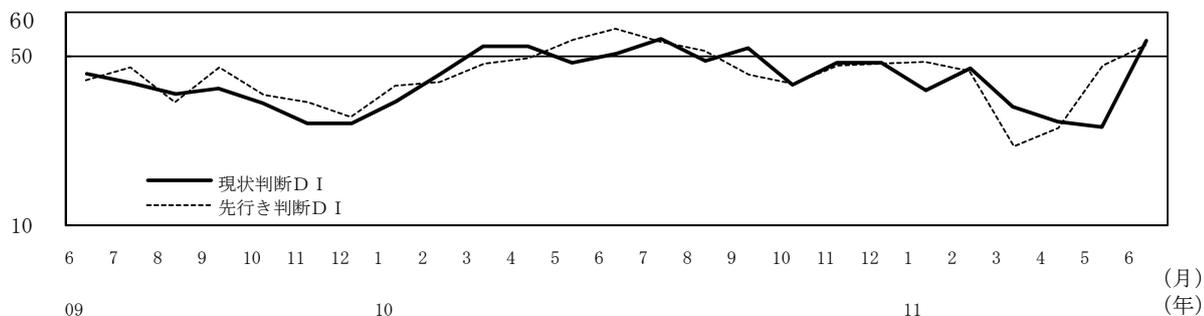


11. 沖縄

(◎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	□	・いまだに物流が安定せず、客は欲しい商品を探して買い回っている（コンビニ）。	
		○	・住宅展示場への集客数は、順調に推移している。競合他社も含め建売棟が建築され、客の来場機会が増えている（住宅販売会社）。	
		▲ ×	・例年6月は連休後で落ち込むが、今年は東日本大震災の影響か、平日の入客が極端に変動し、日によっては例年の5分の1しか入客が取れないことが再三ある。今年は台風が立て続けに来て、生鮮物が値上がりし、また放射能の風評で仕入れに苦労している（その他飲食 [居酒屋]）。	
	企業 動向 関連	▲	・公共工事は減少し、前年を下回る。民間工事は大型工事が減少、住宅・賃貸アパートの建築はあるが、全体的に減少している（窯業・土石製品製造業）。	
		□	・システム開発では受注が滞っていて、組込み系では受注が好調である（通信業）。	
		○	・新築住宅の申込及び契約件数が増加している（建設業）。	
	雇用 関連	□	・沖縄進出予定の本土企業から求人があるが、採用未定の企業もあり、全体的にみて求人数は変わらない（学校 [専門学校]）。	
		○	・幅広い業種から、複数人数の新規の派遣依頼が増加している（人材派遣会社）。	
	その他の特徴 コメント			○：3か月前に比べ若干ではあるものの、稼働率において前年同月実績との差が縮まってきた（観光型ホテル）。 □：東日本大震災の影響で、観光客の利用が前年に比べて2割程減少している（その他のサービス [レンタカー]）。
	分野		判断	判断の理由
先行き	家計 動向 関連	○	・東日本大震災の影響を受け、当初はかなり厳しい状況が長続きすると予測していたが、この夏場は、予約受注の動きが前年並み若しくは、前年を越える状況となってきている。旅行マーケット自体が自粛傾向から回復してきているのが感じられる（観光型ホテル）。	
		□	・必要な物以外を購入しない節約ムードは、しばらく続くとみる（コンビニ）。	
		▲	・地上デジタル放送開始以降の需要減と前年のエコポイント制度の反動減が大きい（家電量販店）。	
	企業 動向 関連	□	・東日本大震災の影響や原燃料価格の高騰などの不安要素は多いが、上期は現状どおりと予想する（輸送業）。	
		▲	・公共、民間工事が減少する見通しである（窯業・土石製品製造業）。	
		○	・システム開発の受注も少しずつ持ち直してきているとの営業の話があり、先は明るい（通信業）。	
	雇用 関連	○	・コールセンター業界を中心に受注案件が増加しつつあり、また夏の観光シーズンに向けても販売及び接客業の派遣求人の依頼が少しずつ増えてきており、期待が持てる（人材派遣会社）。	
その他の特徴 コメント			○：今後は生産体制が良くなり、売れ筋商品の入荷が安定してくると見込む（コンビニ）。 □：前年から競合店出店が多いことやスーパーマーケットからディスカウントストアへと業態変更などもあり、競争は激化している。そのなかで来客数の減少は止まらないと考えられ、厳しい状況は変わらない（スーパー）。	

(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	2011 1	2	3	4	5	6
合計		36.9	41.7	26.5	27.2	31.7	39.7
家計動向関連		35.4	40.7	24.2	26.3	31.4	39.9
小売関連		35.7	42.1	26.8	28.5	34.0	41.3
飲食関連		29.0	34.6	13.7	18.4	23.1	35.9
サービス関連		36.4	39.1	19.9	22.9	28.2	38.4
住宅関連		35.5	41.5	32.6	29.4	31.6	37.3
企業動向関連		37.7	41.6	29.4	28.5	31.1	37.2
製造業		40.1	44.8	34.2	32.9	34.2	39.7
非製造業		35.6	39.2	25.3	24.9	28.6	35.1
雇用関連		45.0	48.6	35.0	30.2	35.2	43.8

図表 32 景気の現状水準判断D I (各分野計)

(D I)	年 月	2011 1	2	3	4	5	6
全国		36.9	41.7	26.5	27.2	31.7	39.7
北海道		39.3	42.6	27.4	26.4	28.9	37.6
東北		34.5	41.5	15.2	23.2	31.6	41.8
関東		35.1	39.7	21.0	25.2	29.6	38.0
北関東		32.7	39.0	21.7	24.0	29.8	35.7
南関東		36.7	40.1	20.6	26.0	29.4	39.3
東海		39.3	43.3	29.1	27.4	31.3	39.1
北陸		40.8	43.6	33.8	30.4	33.7	44.3
近畿		37.3	42.4	29.5	27.2	32.6	38.1
中国		37.3	42.9	31.8	30.6	36.5	43.9
四国		34.7	37.4	31.7	28.4	31.6	38.8
九州		37.6	42.9	31.0	29.8	33.0	38.9
沖縄		38.4	45.2	39.0	34.0	32.9	45.7

(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。