景 気 ウ ォ ッ チ ャ ー 調 査

Economy Watchers Survey

平成 24 年２月調査結果

平成 24 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 1.8 ポイント上昇の 45.9 となり、２か月ぶりに上昇した。

家計動向関連ＤＩは、テレビ等の駆け込み需要の反動減が引き続きみられたものの、エコカー補助金等の効果により乗用車販売が好調であったこと等から、上昇した。

企業動向関連ＤＩは、依然として円高の影響が残るものの、このところ一服感がみられたこと等から、上昇した。

雇用関連ＤＩは、建設・福祉等の分野で求人が増加していたことから、上昇した。

２月の先行き判断ＤＩは、前月比 3.0 ポイント上昇の 50.1 となり、２か月連続で上昇した。

先行き判断ＤＩは、消費者及び企業の先行き不透明感が続いているものの、円高等による企業の経営悪化懸念が緩和したことや東日本大震災からの復興需要等への期待感から、家計動向部門、企業動向部門及び雇用部門で上昇した。

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、依然として円高の影響が残るものの、緩やかに持ち直している」とまとめられる。

目　　次

調査の概要　2
利用上の注意　4
ＤＩ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ＤＩ　6
　２．景気の先行き判断ＤＩ　7
II．各地域の動向　8
　１．景気の現状判断ＤＩ　8
　２．景気の先行き判断ＤＩ　10
III．景気判断理由の概要　12
（参考）景気の現状水準判断ＤＩ　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	121 人	93.1%	近畿	290 人	259 人	89.3%
東北	210 人	198 人	94.3%	中国	170 人	168 人	98.8%
北関東	200 人	183 人	91.5%	四国	110 人	89 人	80.9%
南関東	330 人	299 人	90.6%	九州	210 人	182 人	86.7%
東海	250 人	221 人	88.4%	沖縄	50 人	39 人	78.0%
北陸	100 人	99 人	99.0%	全国	2,050 人	1,858 人	90.6%

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。

ＤＩの算出方法

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

評価	良く なっている 良くなる （良い）	やや良く なっている やや良くなる （やや良い）	変わらない 変わらない （どちらとも いえない）	やや悪く なっている やや悪くなる （やや悪い）	悪く なっている 悪くなる （悪い）
点数	＋１	＋０．７５	＋０．５	＋０．２５	０

調　査　結　果

Ｉ．全国の動向
１．景気の現状判断ＤＩ
２．景気の先行き判断ＤＩ
II．各地域の動向
１．景気の現状判断ＤＩ
２．景気の先行き判断ＤＩ
III．景気判断理由の概要
（参考）景気の現状水準判断ＤＩ

（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、45.9 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1.8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７か月連続で下回った。

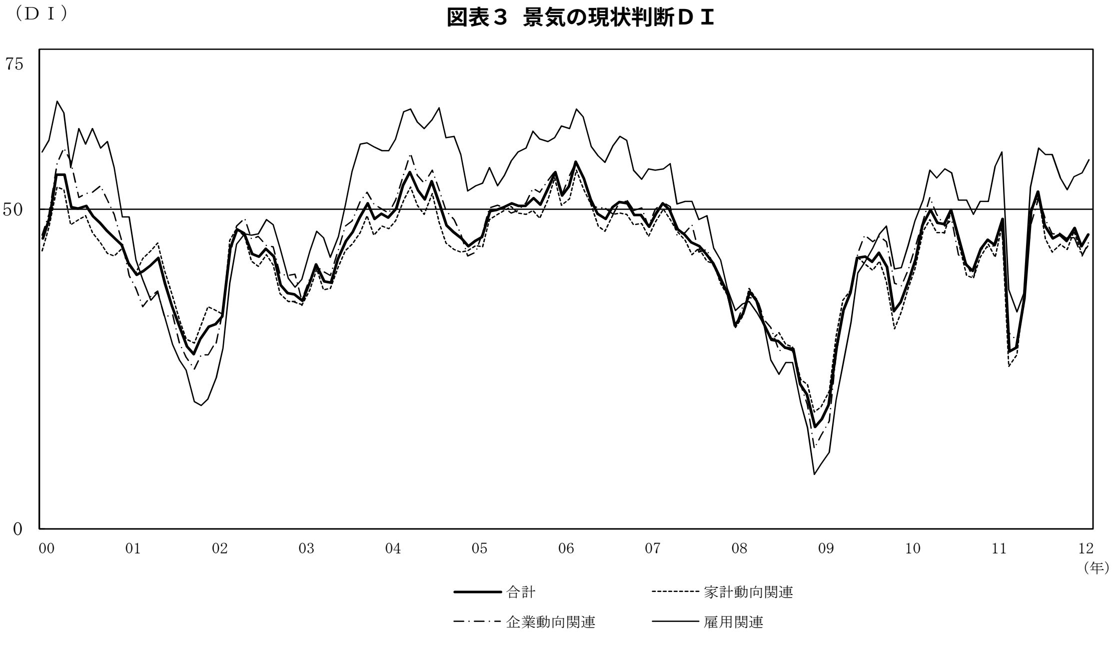
図表１　景気の現状判断ＤＩ

（ＤＩ）　年	2011				2012		
月	9	10	11	12	1	2	(前月差)
合計	45.3	45.9	45.0	47.0	44.1	45.9	(1.8)
家計動向関連	43.2	44.5	43.6	46.5	42.8	44.4	(1.6)
小売関連	41.6	43.9	41.6	46.6	42.6	44.9	(2.3)
飲食関連	40.6	43.8	47.0	46.7	41.7	38.4	(-3.3)
サービス関連	47.0	46.4	46.5	47.5	43.4	44.5	(1.1)
住宅関連	43.8	42.6	45.7	40.5	44.2	46.0	(1.8)
企業動向関連	46.0	46.1	45.4	45.4	42.6	44.8	(2.2)
製造業	46.9	46.3	46.3	44.8	43.3	45.1	(1.8)
非製造業	45.2	46.2	44.9	45.6	42.2	44.6	(2.4)
雇用関連	58.4	54.8	53.0	54.9	55.5	57.7	(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	ＤＩ
2011	12	1.8%	19.9%	49.9%	21.6%	6.8%	47.0
2012	1	1.2%	16.8%	46.8%	27.3%	7.9%	44.1
	2	1.8%	17.6%	50.5%	22.4%	7.6%	45.9
(前月差)		(0.6)	(0.8)	(3.7)	(-4.9)	(-0.3)	(1.8)

図表３ 景気の現状判断ＤＩ



２．景気の先行き判断ＤＩ

２～３か月先の景気の先行きに対する判断ＤＩは、50.1 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 3.0 ポイント上回り、２か月連続の上昇となった。また、横ばいを示す 50 を 58 か月ぶりに上回った。

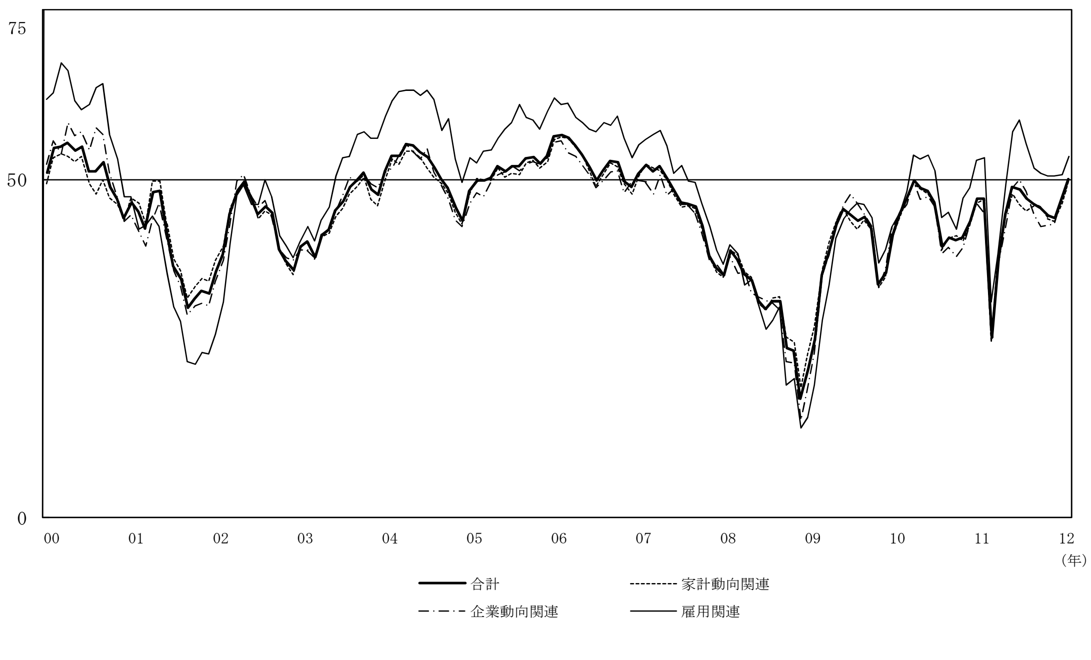
図表４　景気の先行き判断ＤＩ

（ＤＩ）　年 月	2011 9	 10	 11	 12	2012 1	 2	 (前月差)
合計	46.4	45.9	44.7	44.4	47.1	50.1	(3.0)
家計動向関連	46.1	46.1	44.3	43.8	46.6	49.9	(3.3)
小売関連	44.8	45.0	43.1	44.4	45.4	49.3	(3.9)
飲食関連	48.5	47.1	45.5	39.6	44.9	52.1	(7.2)
サービス関連	48.7	49.2	46.5	44.2	49.4	50.9	(1.5)
住宅関連	44.1	41.7	44.2	41.5	46.6	48.8	(2.2)
企業動向関連	44.7	43.0	43.3	43.5	47.2	49.0	(1.8)
製造業	44.9	42.3	42.3	41.3	47.0	48.0	(1.0)
非製造業	44.6	43.8	44.3	45.7	47.5	49.7	(2.2)
雇用関連	51.7	51.0	50.5	50.6	50.7	53.5	(2.8)

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	ＤＩ
2011	12	1.8%	15.3%	49.6%	25.8%	7.6%	44.4
2012	1	1.3%	22.2%	48.3%	20.0%	8.2%	47.1
	2	1.5%	26.4%	48.9%	17.2%	5.9%	50.1
(前月差)		(0.2)	(4.2)	(0.6)	(-2.8)	(-2.3)	(3.0)

図表６ 景気の先行き判断ＤＩ



II．各地域の動向

１．景気の現状判断ＤＩ

前月と比較しての現状判断ＤＩ（各分野計）は、全国 11 地域中、８地域で上昇、３地域で低下した。最も上昇幅が大きかったのは中国（6.6 ポイント上昇）、最も低下幅が大きかったのは北陸（3.5 ポイント低下）であった。

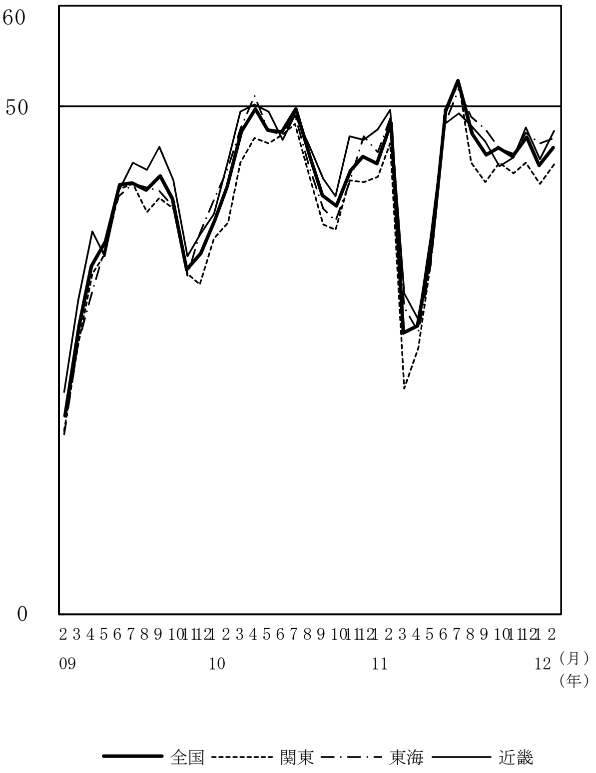
図表７　景気の現状判断ＤＩ（各分野計）

（ＤＩ） 年	2011				2012		
月	9	10	11	12	1	2	(前月差)
全国	45.3	45.9	45.0	47.0	44.1	45.9	(1.8)
北海道	47.2	45.5	44.7	46.6	47.2	45.5	(-1.7)
東北	47.8	50.4	49.8	49.6	47.3	47.2	(-0.1)
関東	42.6	44.5	43.4	44.4	42.4	44.2	(1.8)
北関東	43.7	45.1	42.5	43.0	40.7	41.7	(1.0)
南関東	42.0	44.2	43.9	45.3	43.5	45.7	(2.2)
東海	47.7	45.8	45.3	47.4	46.4	46.8	(0.4)
北陸	47.7	46.4	45.2	48.8	49.5	46.0	(-3.5)
近畿	46.5	44.1	44.9	48.0	44.8	47.6	(2.8)
中国	41.7	43.1	41.2	43.9	37.6	44.2	(6.6)
四国	43.4	45.2	41.1	47.0	42.6	45.8	(3.2)
九州	46.2	48.5	47.7	50.3	41.7	46.2	(4.5)
沖縄	50.7	53.0	50.7	52.6	48.1	50.6	(2.5)

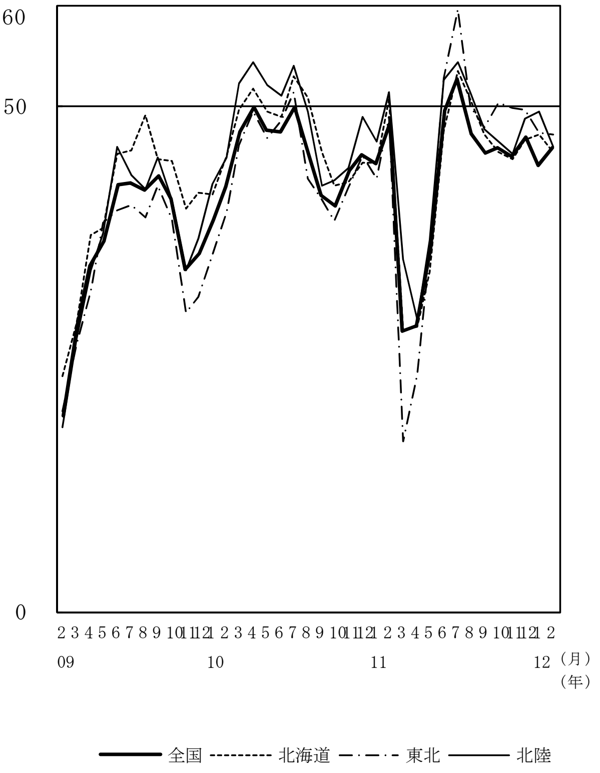
図表８　景気の現状判断ＤＩ（家計動向関連）

（ＤＩ） 年	2011				2012		
月	9	10	11	12	1	2	(前月差)
全国	43.2	44.5	43.6	46.5	42.8	44.4	(1.6)
北海道	45.7	43.8	42.6	46.6	46.6	44.0	(-2.6)
東北	44.4	48.9	48.4	46.7	43.9	43.0	(-0.9)
関東	40.4	43.2	42.4	44.7	41.3	42.7	(1.4)
北関東	41.4	43.4	40.7	42.2	38.2	39.8	(1.6)
南関東	39.8	43.0	43.5	46.1	43.1	44.6	(1.5)
東海	45.1	43.6	42.9	46.5	45.5	44.6	(-0.9)
北陸	46.3	45.5	43.4	50.0	51.9	46.3	(-5.6)
近畿	45.5	41.7	42.7	45.8	42.4	45.9	(3.5)
中国	38.4	42.0	40.3	43.8	37.0	45.0	(8.0)
四国	42.1	45.2	39.8	46.7	41.0	45.3	(4.3)
九州	44.7	48.0	47.7	51.5	41.4	45.8	(4.4)
沖縄	46.7	54.0	50.0	50.0	47.8	46.9	(-0.9)

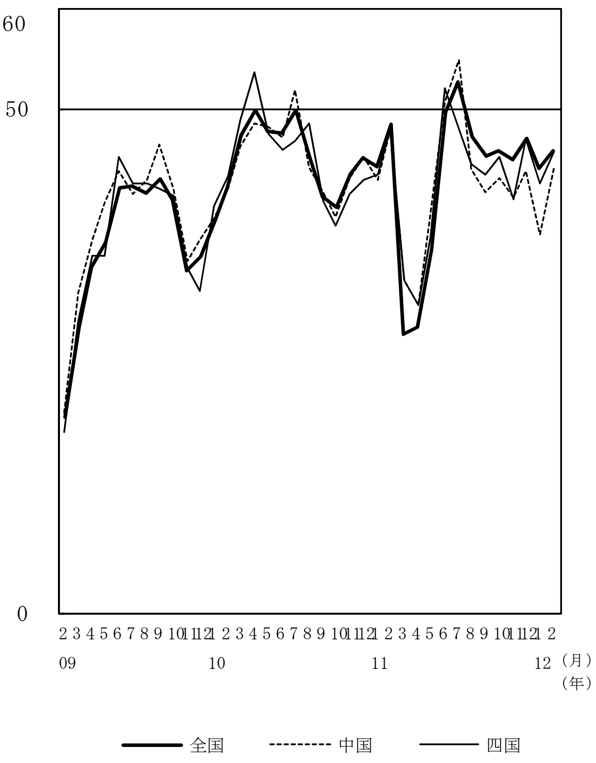
図表９ 地域別ＤＩ（各分野計）
（大都市圏）



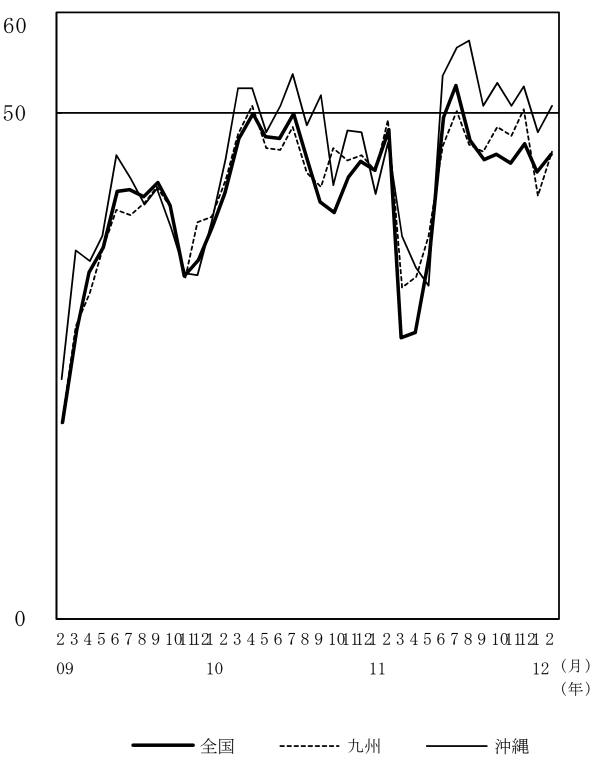
図表10 地域別ＤＩ（各分野計）
（地方圏Ｉ）



図表11 地域別ＤＩ（各分野計）
（地方圏ＩＩ）



図表12 地域別ＤＩ（各分野計）
（地方圏III）



２．景気の先行き判断ＤＩ

前月と比較しての先行き判断ＤＩ（各分野計）は、全国 11 地域中、10 地域で上昇、１地域で低下した。最も上昇幅が大きかったのは中国（6.1 ポイント上昇)、低下したのは東北（0.5 ポイント低下）であった。

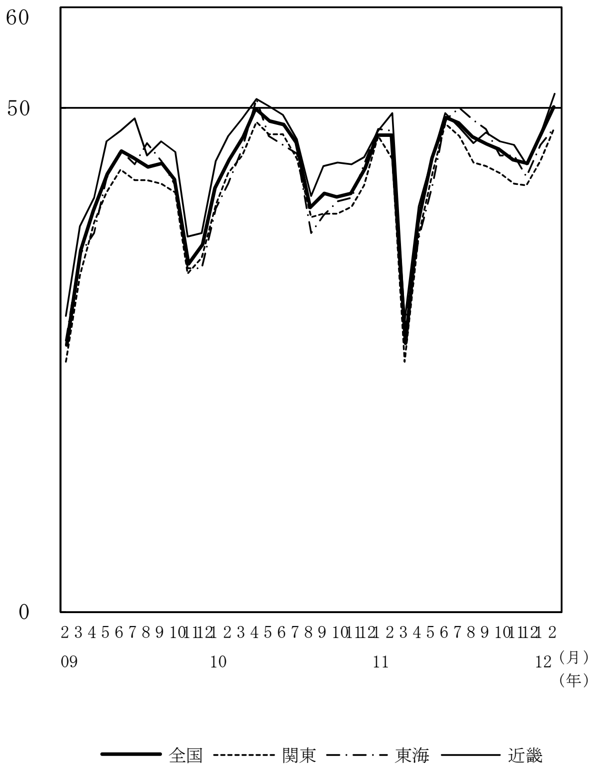
図表 13　景気の先行き判断ＤＩ（各分野計）

（ＤＩ）　年 月	2011 9	10	11	12	2012 1	2	(前月差)
全国	46.4	45.9	44.7	44.4	47.1	50.1	(3.0)
北海道	45.1	45.5	45.6	45.4	50.8	53.3	(2.5)
東北	46.7	49.4	46.6	47.2	50.9	50.4	(-0.5)
関東	44.2	43.4	42.4	42.3	44.7	48.0	(3.3)
北関東	45.6	44.3	42.0	40.2	42.6	44.1	(1.5)
南関東	43.3	42.9	42.6	43.6	45.9	50.4	(4.5)
東海	47.8	45.3	45.2	43.1	46.3	48.1	(1.8)
北陸	47.4	44.1	45.7	47.0	48.2	50.8	(2.6)
近畿	47.5	46.6	46.3	44.4	47.3	51.3	(4.0)
中国	44.6	45.1	43.1	44.0	44.5	50.6	(6.1)
四国	46.3	46.8	43.8	45.4	47.5	50.6	(3.1)
九州	48.7	48.9	44.9	45.2	47.3	51.1	(3.8)
沖縄	53.9	51.2	52.0	50.0	57.7	58.3	(0.6)

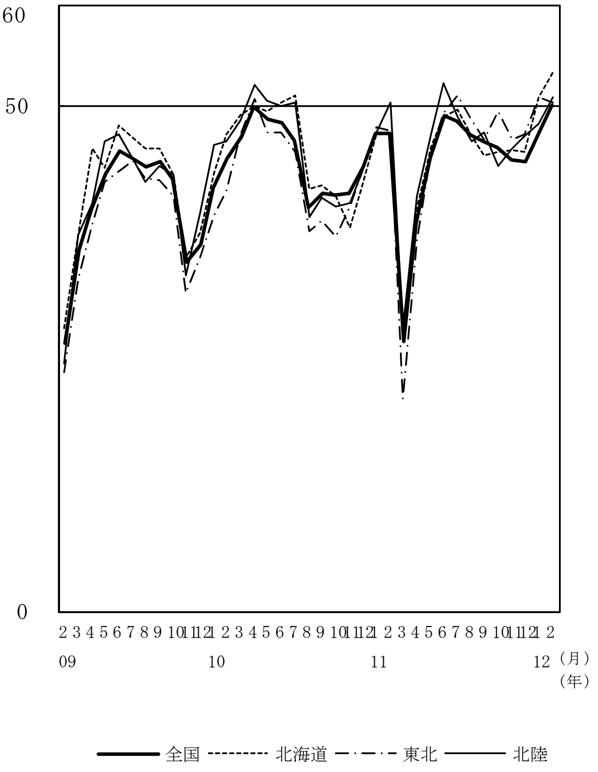
図表 14　景気の先行き判断ＤＩ（家計動向関連）

（ＤＩ）　年 月	2011 9	10	11	12	2012 1	2	(前月差)
全国	46.1	46.1	44.3	43.8	46.6	49.9	(3.3)
北海道	46.0	45.0	46.3	44.5	50.9	53.9	(3.0)
東北	45.3	49.6	45.7	44.3	48.4	48.2	(-0.2)
関東	45.0	43.2	42.5	41.9	44.1	47.8	(3.7)
北関東	45.6	42.4	42.5	39.2	41.5	44.1	(2.6)
南関東	44.7	43.6	42.5	43.5	45.7	50.1	(4.4)
東海	46.0	45.5	42.8	42.6	47.0	46.6	(-0.4)
北陸	47.8	45.5	45.2	47.8	48.1	51.5	(3.4)
近畿	47.1	46.0	44.4	42.9	45.1	51.9	(6.8)
中国	44.4	46.1	44.2	44.6	46.5	52.2	(5.7)
四国	45.2	48.4	46.7	46.7	48.4	49.6	(1.2)
九州	48.8	49.8	45.2	45.8	46.6	52.3	(5.7)
沖縄	52.2	50.0	49.0	46.0	53.3	55.2	(1.9)

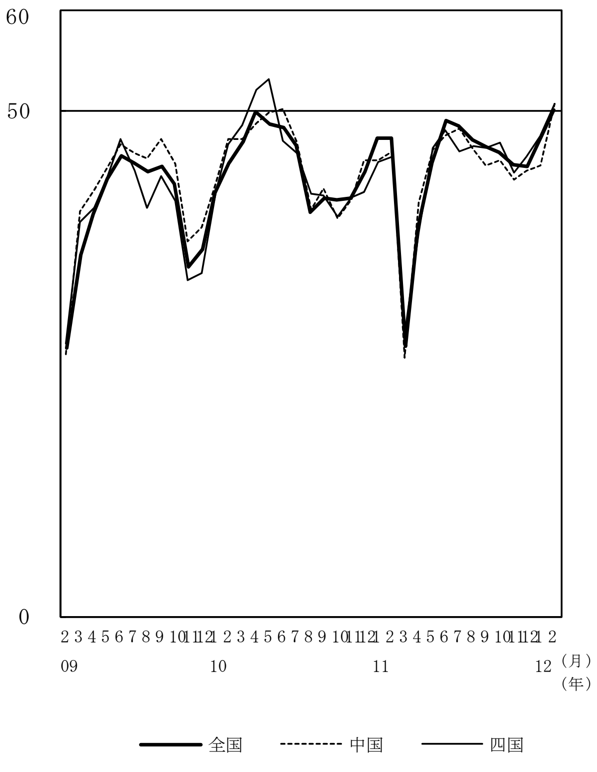
図表15 地域別ＤＩ（各分野計）
（大都市圏）



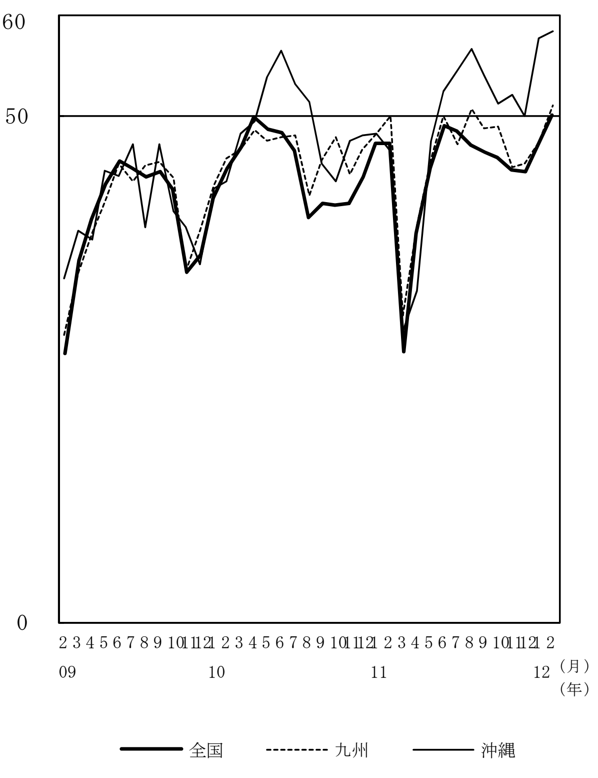
図表16 地域別ＤＩ（各分野計）
（地方圏Ｉ）



図表17 地域別ＤＩ（各分野計）
（地方圏II）



図表18 地域別ＤＩ（各分野計）
（地方圏III）



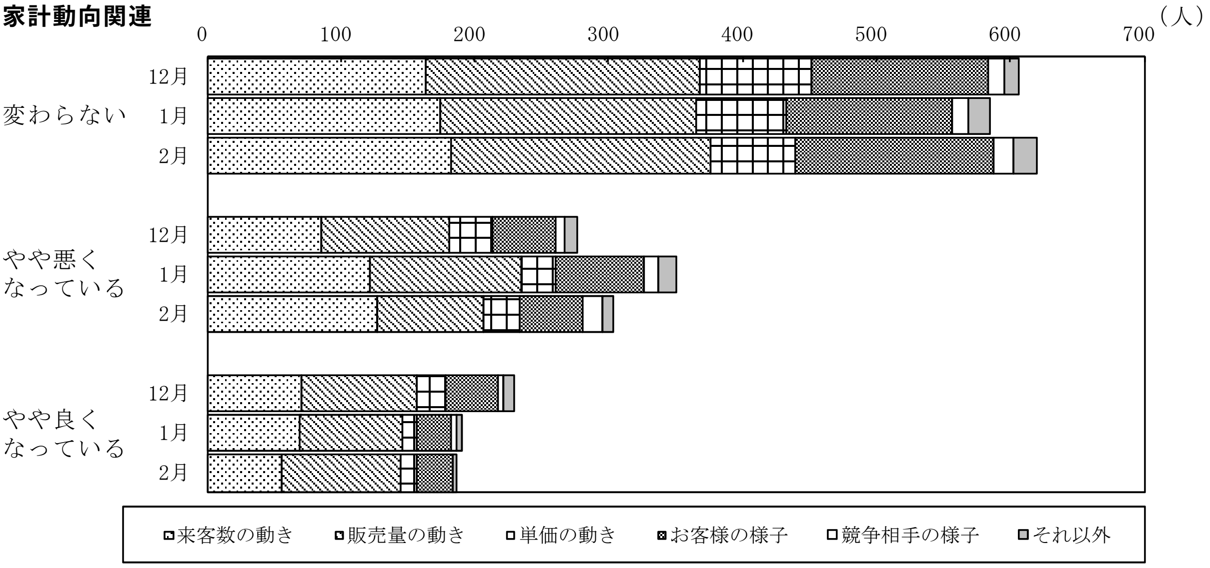
III．景気判断理由の概要

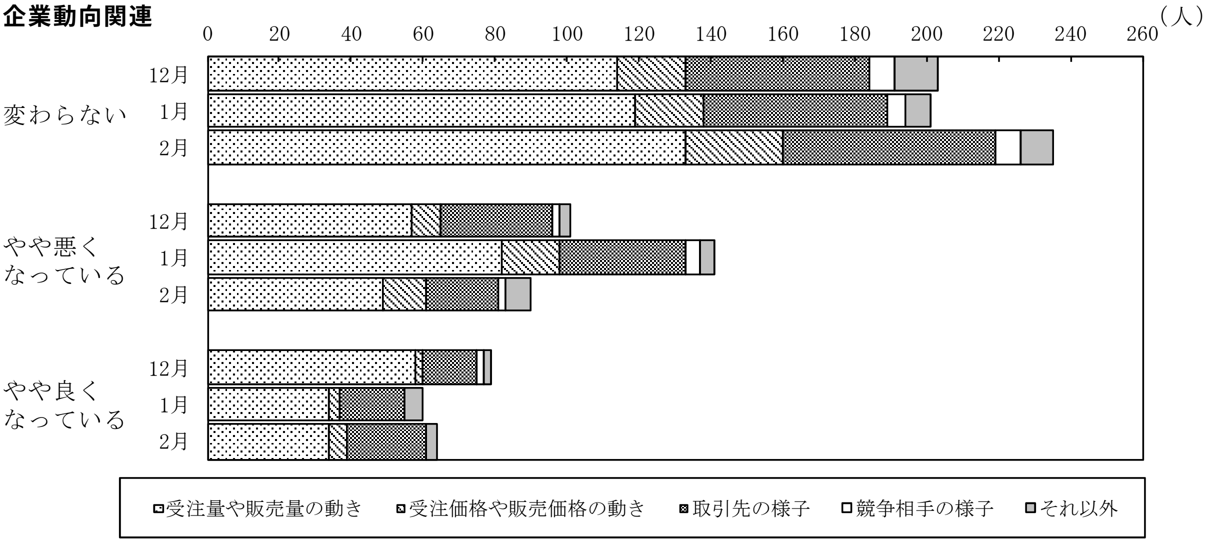
全国

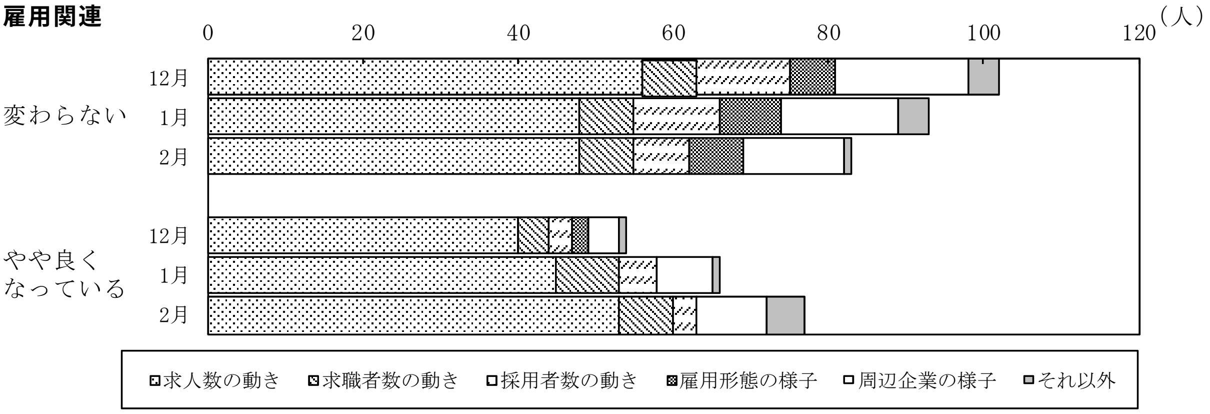
（◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、✕悪）

	分野	判断	特徴的な判断理由
現状	家計動向関連	◎	・エコカー減税や補助金により、特に新型ハイブリッド車の受注が増加している。来客数も増加しており、この傾向は今後も続く見込みである（四国＝乗用車販売店）。
		○	・例年より寒波が続き、衣料品や住生活関連の防寒商材バーゲンが好調であった。また恵方巻や節分、バレンタイン、新入学準備用品等が好調で前年の売上を上回っている。客の動向として、ギフト商品を早めに買い求める傾向がある（九州＝スーパー）。
		□	・今月も気温が低く推移しているため、春物衣料の動きの悪い状況が続いている。来客数の動きも悪く、前年の93～95％で推移している（北海道＝スーパー）。 ・上旬は冬型の天候が続き、積雪も多かったため、生活にも影響があり、大きな妨げとなった。さらにインフルエンザ患者が増え、子どもや年配者は外出を控えていた（北陸＝百貨店）。
		▲	・前年のエコポイント需要の反動が大きく、家電の主力商品となるテレビの売上が予想以上に大きく落ち込んでいる。年末よりも更に状況が悪くなってきている（北海道＝家電量販店）。 ・消費は当用買いが中心のため、単価は下方で推移している。競合他社間では、価格競争が激化している。来客数の維持で単価の低下をカバーできず、売上減少は避けられない（九州＝スーパー）。
	企業動向関連	○	・住宅関係においては、東日本大震災後の被災地における住宅着工需要が顕著になってきている。防災に関する市町村の土地利用計画を待たず、津波被害のなかった地域に土地を求めて建築するケースが増えている（東北＝その他企業[企画業]）。 ・円高が一服しているため、やや良くなってきている（東海＝電気機械器具製造業）。
		□	・円高の一服感、株価の上昇、米国経済の３％プラス成長予測、欧州の信用不安の安定化などから特に大手メーカーに安心感が広がっている（北陸＝金融業）。 ・長引く円高や不況の影響で、設備投資には活発な動きがみられないほか、民間企業が発注する工事では、相変わらず価格競争が激しい（近畿＝建設業）。
	雇用関連	○	・新規求人数は23か月連続で前年を上回っている。特に、製造業や建設業、卸売、小売業などで増加傾向が続いている（近畿＝職業安定所）。
先行き	家計動向関連	◎	・注文住宅への問い合わせが増え、契約の見込み客も数人出てきている。このような状況は数年ぶりで、消費税率の引上げ前に家を建てたい人が増えているため、先行きの見通しは明るい（近畿＝住宅販売会社）。
		○	・東日本大震災から一巡となるため、客単価の上昇を維持しながら、来客数が増加に転じることになれば徐々に回復することになる（北海道＝百貨店）。 ・気候が寒いこともあり、春物の本格稼働がこれから見込める。また、前年の東日本大震災の影響で買わなかった物や、逆に買っておいて良かった物などの思い出し購入が想定されるため、やや良くなる（南関東＝百貨店）。
		✕	・間もなく東日本大震災発生から１年が経つが、マインド的な部分も含め、いまだ復旧復興が進まず、消費税増税の動きが加速しているため、消費者が守りに入るのではないかとみている（東北＝スーパー）。
	企業動向関連	○	・自動車関連では、エコカー補助金などの政策効果に加えて円安に伴う輸出増加も好材料となり、生産の増加が見込まれる。地元の部品メーカーでは、４月以降の受注も増加している（東海＝金融業）。
		□	・東日本大震災の復興に伴う職人不足で住宅着工が遅れており、状況改善がなかなか進まない（中国＝木材木製品製造業）。
		▲	・東日本大震災関連の動きも一段落し、復興支援の好景気も落ち着くのではないかとみている。不動産関連の仕事は引き続きあると予想されるが、全体としてボリュームダウンは免れない（東北＝広告代理店）。 ・欧州の信用不安は、まだ安心できる状況にはない。円高も一段落した感はあるが、輸出企業にとって苦しい状況は変わらない。原材料価格の値上がり傾向も相変わらずであり、電気料金の値上がりも待っているため、今後は更に厳しくなる（東海＝電気機械器具製造業）。
	雇用関連	○	・前年同月比で新規求職者の減少が続いており、一方、新規求人数は増加基調を維持している。円高等の不安要因はあるものの、当面は復興需要も見込まれることから、やや良くなる（南関東＝職業安定所）。
		□	・介護関係の求人難が続いており、看護師や作業療法士、介護福祉士、社会福祉主事等の有資格者の採用や 24 時間体制で介護をするヘルパー等の求人が厳しくなっている。また、労働集約型の求人もますます採用が難しくなっている（九州＝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





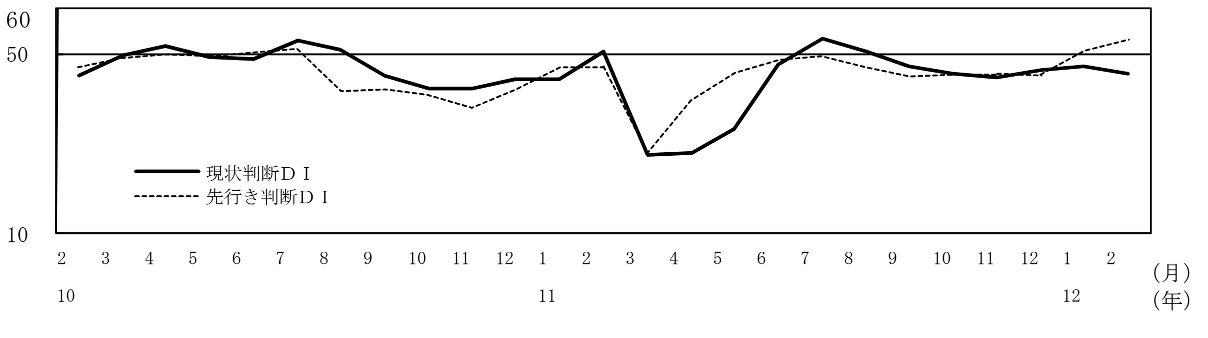


１．北海道

（◎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	□	・今月も気温が低く推移しているため、春物衣料の動きの悪い状況が続いている。来客数の動きも悪く、前年の93～95％で推移している（スーパー）。
		▲	・前年のエコポイント需要の反動が大きく、家電の主力商品となるテレビの売上が予想以上に大きく落ち込んでいる。年末よりも更に状況が悪くなってきている（家電量販店）。
		○	・エコカー減税やエコカー補助金の効果により、新型ハイブリット車の売行きが好調である（乗用車販売店）。
	企業動向関連	□	・マンション住宅などの工事遅れのために、家具の発注が先送り傾向にある。他の地域はまずまずだが、関東圏は今一つである（家具製造業）。
		○	・ここにきて消耗品や機器関連の売上が増加傾向にある。ただし、顧客の仕事量にばらつきがあるため、楽観視はできない（その他非製造業[鋼材卸売]）。
		▲	・例年と比べて、不動産の売買、建物の新築及び増改築等が減少したままである（司法書士）。
		✕	―
	雇用関連	□	・元気な業界と冷え込んでいる業界との差が大きく、結果的にプラスとマイナスが相殺されている（人材派遣会社）。
		○	・前年と比較して、求人広告受理件数が若干増加している。ただし、３か月前との比較ではあまり大きな変化は感じられない（求人情報誌製作会社）。
	その他の特徴コメント		○：今冬の道東への観光客の入込は流氷の接岸とともに増加傾向にある。外国人観光客も台湾を中心に目立ってきている。ただし、北海道全体の観光客数は、さっぽろ雪まつりと春節が重なった前年に比べると減少している（旅行代理店）。 □：さっぽろ雪まつりという大型イベントがあったにもかかわらず、来客数で前年比 6.4％、単価で前年比 6.5％の落ち込みがみられた。依然として、価格訴求型の商品から売れていく傾向が強い（観光型ホテル）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・例年にない大雪も一段落し、寒さも峠を越すとタクシーの利用客も減少することになるが、移動の活発な時期となるため、歓送迎会などでの利用増加が期待できる。全体としては変わらないまま推移する（タクシー運転手）。
		○	・東日本大震災から一巡となるため、客単価の上昇を維持しながら、来客数が増加に転じることになれば徐々に回復することになる（百貨店）。
	企業動向関連	□	・特にユーザーの購買意欲を高めるような環境、状況が見当たらないため、今後も横ばいで推移する（金属製品製造業）。
		○	・東日本大震災による東北地域の復興や新年度予算による公共工事発注が本格化することになるが、建設資材や労務費の値上がりが懸念される（建設業）。
	雇用関連	□	・落ち込みを懸念していた２月も前年比でのプラスを維持したことから、３か月後も同様の傾向が継続する（新聞社[求人広告]）。
	その他の特徴コメント		▲：前年は東日本大震災の影響により、米、飲料水、カップ麺などの需要が一気に高まった。今年も防災セール等を企画しているが、前年ほどの伸びは期待できない（スーパー）。 ▲：イラン情勢の影響から、原油価格が急騰し、国内の石油製品価格も高騰することが懸念される（その他専門店[ガソリンスタンド]）。

図表20　現状・先行き判断ＤＩの推移

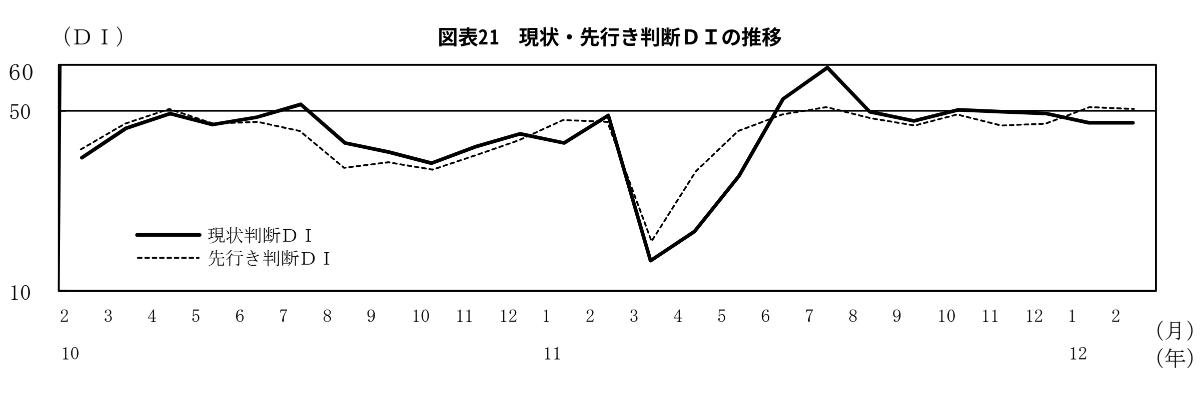


２．東北

（◎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	□	・東日本大震災からの復興の動きが鈍い。外部からの支援体制も進まず、消費が悪化している。また、失業者に対する雇用保険給付も終わり、消費低迷に拍車がかかっている。景気に変化はみられない（通信会社）。
		▲	・このところの寒さの影響か、宴会、会合が前年よりも悪くなっており、なかなか前年を超えることができない。寒さで客がなかなか外に出ないことに加え、新幹線の乗車率が期待したほど上がってこないということも、街に活気がない要因になっているのではないか（都市型ホテル）。
		○	・海外ブランドは相変わらず好調に推移しているが、他の商品群の販売量が落ちてきている。また、理由はわからないが、前月下旬ごろから買上点数が若干減ってきている（百貨店）。
	企業動向関連	□	・官庁工事の急激な発注増加により、労賃や材料等の値上がりの懸念が出てきている（建設業）。
		○	・住宅関係においては、東日本大震災後の被災地における住宅着工需要が顕著になってきている。防災に関する市町村の土地利用計画を待たず、津波被害のなかった地域に土地を求めて建築するケースが増えている（その他企業[企画業]）。
		▲	・雪の影響もあるのか、人の動きも悪く売上が落ちている。観光のシーズンでもないので余計に悪い（食料品製造業）。
	雇用関連	○	・求人については増加傾向が続いている。また、年末から年明けにかけて消費が拡大し、全体的に好転しているようにみえる（職業安定所）。
		□	・求人数は相変わらず多いが、推移としては落ち込んできている（人材派遣会社）。
	その他の特徴コメント		◎：新型車の恩恵もあり、販売量が前年比でプラスになっている。特にハイブリッド車の売行きが良く、全体を押し上げている（乗用車販売店）。 □：住宅部材の需給バランスが整わず低価格競争が続いており、収益は悪くなっている（木材木製品製造業）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・震災復興とともに、被災した地域でも新たな商業施設の建設、開店が進んできており、震災特需は徐々に薄れてくることが予想される。特に小売業では更に価格競争が激化し、既存店の売上は厳しくなる（スーパー）。
		○	・購買の動きが少しずつ出てきている。今後、雪が解けるにしたがって人の動きも活発になってくるのではないか。また、商店街もなお一層の連携強化のイベント等を企画しているので、大いに期待している（商店街）。
	企業動向関連	□	・全体としては緩やかな持ち直しの動きが見られるものと予想されるが、欧州経済の動向や為替動向の方向性が確認されるまでは、当面一進一退の動きが続く（金融業）。
		○	・沿岸部を始め、これから本格的な復興需要が徐々に出てくるので、建設業を中心に回復基調は更に続くことが予想される（公認会計士）。
	雇用関連	○	・新年度に向けて、新規求人が増加傾向にある。一部に風評被害で落ち込んでいる産業はあるものの、それらも徐々に回復傾向にあり、当面は良くなると期待できる（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		▲：東日本大震災関連の動きも一段落し、復興支援の好景気も落ち着くのではないかとみている。不動産関連の仕事は引き続きあると予想されるが、全体としてボリュームダウンは免れない（広告代理店）。 ✕：間もなく東日本大震災発生から１年が経つが、マインド的な部分も含め、いまだ復旧復興が進まず、消費税増税の動きが加速しているため、消費者が守りに入るのではないかとみている（スーパー）。

図表21　現状・先行き判断ＤＩの推移

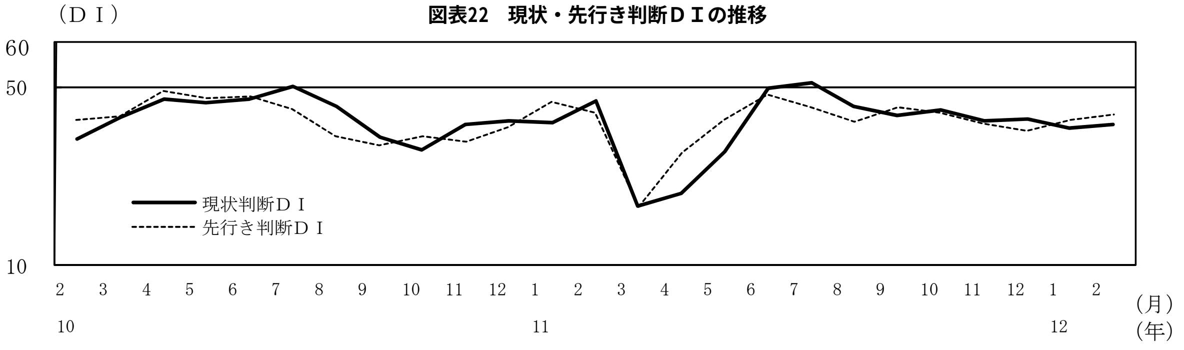


３．北関東

（◎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	□	・うなぎの仕入価格の高騰で価格の見直しをしたが、当地域の寒うなぎの情報発信の効果があったようで、２月のうなぎメニューは例年の２割増の売上で驚いている。ただし、寒さの影響で昼夜とも客足は鈍い（一般レストラン）。
		▲	・欧州の信用不安が良い方向に進展したかと思えば、イランの問題で原油価格が高騰し、情勢が安定しないため単価変動が大きすぎる（旅行代理店）。
		✕	・景気後退の要因は、エコポイントの反動によるものが大きい。買換えが一気に進み、買増しを狙った販売促進を展開したが、効果は少ない。春の移動マーケットも出だしが鈍い（家電量販店）。
	企業動向関連	□	・２月は例年落ち込みが厳しい月だが、今年は特に平年より寒さが厳しく、工場見学者数が減少し、売上も落ち込んでいる（食料品製造業）。
		▲	・自動車関連の仕事は引き続き好調を維持しているが、建設機械関連の仕事を中心に、明らかに受注量が落ちてきている（一般機械器具製造業）。
		○	・電気料金の値上げが各社の収益を圧迫しているものの、年度末を控えて例年２～３月は受注が多いが、今年は特に特装車、ダンプカー、ミキサー車で３割増である（金属製品製造業）。
		✕	・例年より寒かったため、省エネをしていてもある程度空調の電気、ガス代が増加し、費用が増えている（不動産業）。
	雇用関連	□	・求人をけん引する製造業において、製造現場の海外展開が一層進み、自動車関連を除き、採用に慎重な姿勢が続いている（民間職業紹介機関）。
		▲	・求人数、求職数共に大きな動きは見られないが、管内の大手企業のリストラが始まったためか、求職者の離職理由は会社都合のほうが多くなっている（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		◎：エコカー補助金や新型車等の影響で、販売量が多くなっている（乗用車販売店）。 □：１月から気温の低い日が多く来客数減となっており、来客数と売上が連動している食料品の不振が目立っている。春物の提案時期に入っているが、気温の低下から、動きは鈍い（百貨店）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・電気料金値上げの可能性や消費税増税の議論などの不安材料が消費マインドを阻害する要因となる状況は変わらない（通信会社）。
		▲	・年度が替わり、消費者の購買意欲に期待したいところだが、消費者に訴えるこれといった商材もなく、売る側の元気が出てこないところまで冷え切っているため、やや悪くなる（一般小売店［家電］）。
	企業動向関連	□	・当社は東日本大震災の被災地にあるが、復興が思ったより進んでおらず、伸び悩んでいる（一般機械器具製造業）。
		▲	・急激な原油価格の高騰が商品の直接原価に響き、利益がないほどまで追い込まれていくが、スーパーの安売りはいまだに続いているため、店や製造メーカーの財務内容は見せかけ以上に厳しくなる（食料品製造業）。
	雇用関連	□	・ここ数か月、求人票が比較的高く推移しているが、企業などのヒアリングの回答によると、円高などによって先行きが非常に厳しい等の意見も結構出ている。先行きは若干落ちてくるが、急激にはそれほど変わらない状況が当面は続く（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		○：東日本大震災の復興事業による内需の拡大や円安、株価上昇により、やや良くなる（タクシー運転手）。 ▲：前年は東日本大震災による特需があり、商材によっては通常ありえない販売があったため、この先数か月は厳しい状況が続く（スーパー）。

図表22　現状・先行き判断ＤＩの推移

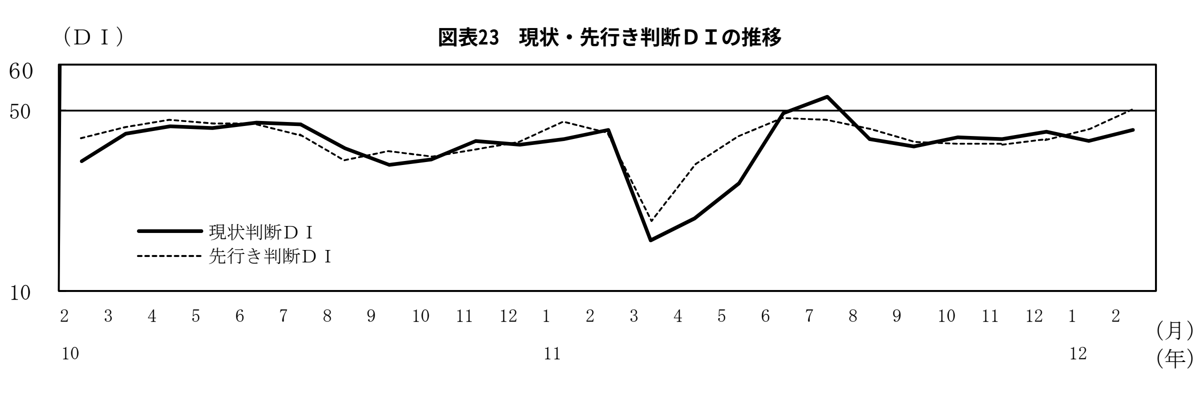


４．南関東

（◎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	□	・気温が低い日が続いているため、おでん、豆腐、こんにゃく等の鍋物材料の動きが前年に比べて伸びている。また、テレビ番組の影響によりヨーグルト、トマトジュース、塩こうじが品薄になっている（スーパー）。
		▲	・今年の大寒波はオープンエアな街としてはとてもこたえた。特に高齢者や子どものインフルエンザ予防のため外出を控える家族が多かったことが大きい（商店街）。
		○	・１月に続き今月も冬物バーゲンが順調に推移し、３か月連続で前年を超えている。また、単価の下がった分、来客数が増え、売上増につながっている（衣料品専門店）。
	企業動向関連	□	・自動車、建設機械関係は生産不足の取り戻しで忙しいが、製造業全体では相変わらず低調である（経営コンサルタント）。
		▲	・年度末が近づいている時期であるにもかかわらず、マンションへのインターネット環境整備に関する受注数が伸びない。昨年末の低調な状況を引きずっている（その他サービス業［情報サービス］）。
		○	・景気は１～２月前半で底を打ったようだとの意見を聞く。また、株価の上昇、円安が追い風になっている（その他サービス業［ソフト開発］）。
	雇用関連	○	・現状から今後に関してかなり明るい見通しが出てきているようで、求人が幅広く出ている。特に技術系あるいは語学ができる海外の経験者、特にメーカーでの経験者などを喜んで採用している（民間職業紹介機関）。
		□	・求人数はフルタイム、パート共に前年比で増加している状況は変わらない（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		○：来客も若干増えてきている。２、３月は需要期に加えてエコカー補助金制度の効果も出て、活気が良くなっている（乗用車販売店）。 ▲：今月は寒さが厳しい時期にもかかわらず、流し営業、駅構内営業は共に利用客が少なく、悪い。特に深夜時間帯の繁華街での人出が少なく、厳しい（タクシー）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・客単価の上昇がある程度の目安となるため、安売り競争が激しい状況下で、なおかつ必要以上には買物をしないという環境での回復は、かなり厳しい（スーパー）。
		○	・東京スカイツリー開業効果の恩恵を受けられそうであるため、来客数も伸びる（都市型ホテル）。
	企業動向関連	□	・年度末という特殊な要因で仕事量は増えるが、予算の決まっている発注が多いために利益の確保が難しく、仕事量の割には景気が良くなったと感じるには至らない（出版・印刷・同関連産業）。
		○	・為替が好転し、輸出関連企業を中心に元気が出てきている。まだ具体的な動きには至っていないが、経営者の気持ちは好転しているため、やや良くなる（金融業）。
	雇用関連	□	・人手不足のＩＴ、医療関係の求人が増加しているが、中小零細の事業所には経済動向を様子見し、採用を控えている企業も多い（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		○：気候が寒いこともあり、春物の本格稼働がこれから見込める。また、前年の東日本大震災の影響で買わなかった物や、逆に買っておいて良かった物などの思い出し購入が想定されるため、やや良くなる（百貨店）。 ○：前年同月比で新規求職者の減少が続いており、一方、新規求人数は増加基調を維持している。円高等の不安要因はあるものの、当面は復興需要も見込まれることから、やや良くなる（職業安定所）。

図表23　現状・先行き判断ＤＩの推移

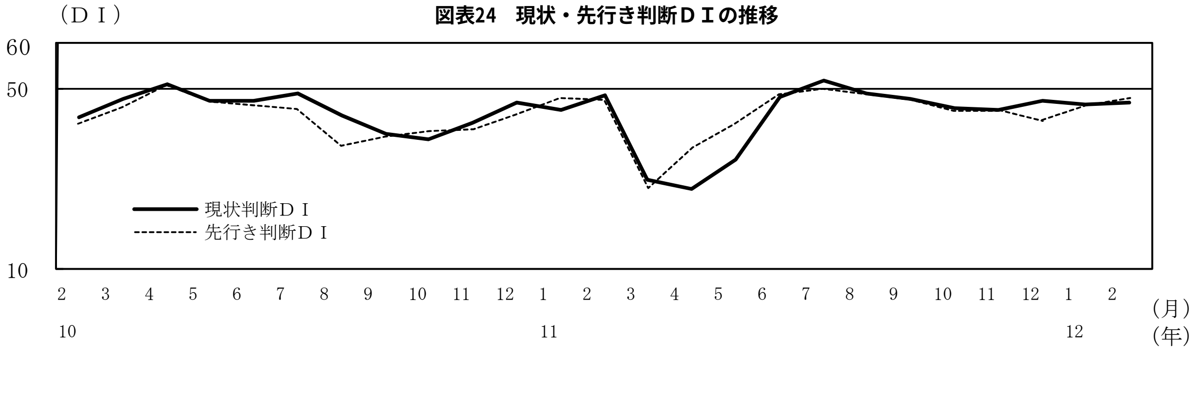


５．東海

（◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、✕悪）

	分野	判断	判断の理由
現状	家計動向関連	□	・例年クリアランスの終了後は冬物に関する問い合わせが多くなるが、今年はそれがあまりない。バレンタインデーまでは客の購買意欲もあり、売上は増加していたが、後半に入ると暇な日が続いている（百貨店）。
		▲	・天候不順や寒さもあり、来客数は前年同月比で１割減となっている。また、特に深夜にかけての繁華街の人出が減少している（コンビニ）。
		○	・東日本大震災の関係で、工事量は増加している。また、持家住宅も、消費税増税前に購入しようとする需要が少しずつ出ている（住関連専門店）。
	企業動向関連	□	・北米、アジア共に、受注量や引き合い量に大きな変化はない。前年同月と比べると１割ほど低いが、安定した数字で推移している（一般機械器具製造業）。
		▲	・半導体関係の需要が低迷していることに加えて、輸出向けの売上も振るわない（化学工業）。
		○	・円高が一服しているため、やや良くなってきている（電気機械器具製造業）。
	雇用関連	○	・３月決算と東日本大震災時の減産をばん回する増産により、自動車部品等を製造している３、４次の下請事業所や派遣会社からの求人数が増えている。また、それに関連する運送会社からのドライバー求人も多くなっている。ただし、全体的には正社員の求人は少なく、パート等の非正規求人が依然として多い（職業安定所）。
		□	・新規求職数は増加していない。自己都合で転職する動きもあまりないということであり、変わっていない（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		◎：エコカー減税の駆け込み需要とエコカー補助金の影響もあり、ほとんどの店舗で目標が達成できている（乗用車販売店）。 □：全体的にはほぼ横ばいである。ただし、自動車産業の一部では、決算等があるにもかかわらず夜勤や残業が減少している（金融業）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・家電エコポイント制度の終了に伴う反動減は、当分続く。オリンピック効果などを考慮に入れても、前年を上回ることはない（家電量販店）。
		○	・車両のフルモデルチェンジが予定されているため、新車効果が期待できる（乗用車販売店）。
	企業動向関連	○	・自動車関連では、エコカー補助金などの政策効果に加えて円安に伴う輸出増加も好材料となり、生産の増加が見込まれる。地元の部品メーカーでは、４月以降の受注も増加している（金融業）。
		□	・現在の受注増は、取引先が在庫を絞り込み過ぎた反動であるように見受けられる。これ以上は伸びない（窯業・土石製品製造業）。
		▲	・欧州の信用不安は、まだ安心できる状況にはない。円高も一段落した感はあるが、輸出企業にとって苦しい状況は変わらない。原材料価格の値上がり傾向も相変わらずであり、電気料金の値上がりも待っているため、今後は更に厳しくなる（電気機械器具製造業）。
	雇用関連	○	・自動車業界では、本格的な増産に入っている。それに伴い、今後は求人数の増加が見込まれる（民間職業紹介機関）。
	その他の特徴コメント		○：旅行に出掛けやすい時期になり、旅行料金も手頃な商品が大半を占めてきている。好条件が揃っているため、今の状況は当面継続する（旅行代理店）。 ✕：現状が相当に落ち込んでいるため、今後良くなる要素は見当たらない。復興需要も年度末の駆け込み需要もなく、改善は見込めない（鉄鋼業）。

図表24　現状・先行き判断ＤＩの推移

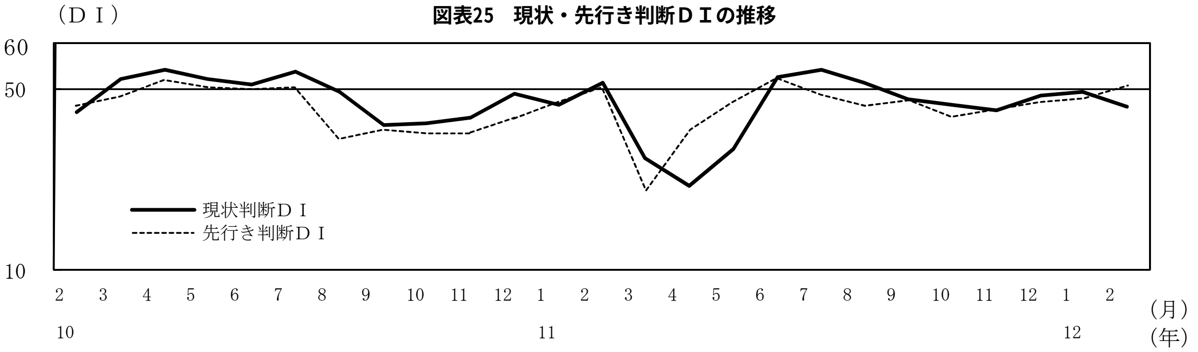


６．北陸

（◎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	□	・上旬は冬型の天候が続き、積雪も多かったため、生活にも影響があり、大きな妨げとなった。さらにインフルエンザ患者が増え、子どもや年配者は外出を控えていた（百貨店）。
		▲	・前年６月から伸びていた売上も、寒さによる出控えもあるのか久しぶりに低迷している。特に昼の個人客の動きが悪かった（高級レストラン）。
		○	・雪による影響があったものの、国内旅行の宿泊者数やレストラン予約者数の動向は回復傾向にある（都市型ホテル）。
	企業動向関連	□	・円高の一服感、株価の上昇、米国経済の３％プラス成長予測、欧州の信用不安の安定化などから特に大手メーカーに安心感が広がっている（金融業）。
		▲	・材料や部品サプライヤーの受注状況は、ここへ来てさらに量的に減少しているという話を耳にするようになっている（精密機械器具製造業）。
		○	・非衣料分野では、売上は微増だが収益面では厳しい。一方、衣料分野では、新しい商品に前向きな商談がきている（繊維工業）。
		✕	・東日本大震災関連の復興工事の影響による鉄筋、型枠、内装工事の職人不足で単価上昇が続いているため、工事原価が上昇し、採算の悪化した工事が発生している（建設業）。
	雇用関連	□	・求人数については大きな変化が見られないが、厳選して採用する態度が見受けられ厳しい状況が継続している（学校［大学］）。
		◎	—
		○	・新規求人数は増加傾向が続いている。さらに新規求職者数は減少傾向で推移している（職業安定所）。
		▲	・求人数が微減となった（求人情報誌製作会社）。
		✕	・求人広告の売上は、前年同月比で４割減少した（新聞社［求人広告］）。
	その他の特徴コメント		○：１人当たりの買上点数が増加している。ブームのトマトやヨーグルトなどのダイエットに関連した商材の売行きはよい。必要なもの、話題になっている商材に関しては以前より多めに買っている（スーパー）。 ▲：超円高やユーロ安および欧州市場の景気悪化の影響を受け、スポーツ分野の高級品を中心に受注が急激に減少した。前年同月比でも大幅に減少している（繊維工業）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・電気料金値上げや消費税のアップと家計を圧迫する負の話題が飛び交っており、良くなる要因が見当たらない（コンビニ）。
		○	・東日本大震災の自粛ムードも解け、ハレの行事でのもてなし商品は前年より良くなるであろう（スーパー）。
	企業動向関連	□	・外部要因に大きく変化はないため、現在の環境が続いていくものと思われる。ただ、主原料がすでに 10％前後高騰しているので、この原料が入庫し影響が出始める半年先ごろから動向を注視していく必要があるとの認識でいる（食料品製造業）。
		○	・欧州の信用不安が落ち着き、また円高も是正傾向が見られるので設備投資が動くと考えている（一般機械器具製造業）。
	雇用関連	□	・小さい人材活用の仕事でも増えていれば期待感があるが、まだ受注数が少なく従来の不況感が続いている（民間職業紹介機関）。
	その他の特徴コメント		▲：予約状況は、２月が 94％、３月が 87％、４月が 77％と前年 12 月までの勢いがなく、間際予約も弱くなってきた（観光型旅館）。 ▲：ここにきて、円高に対する影響が出ており、窓口で休業計画に関する問い合わせが多くなっている（職業安定所）。

図表25　現状・先行き判断ＤＩの推移

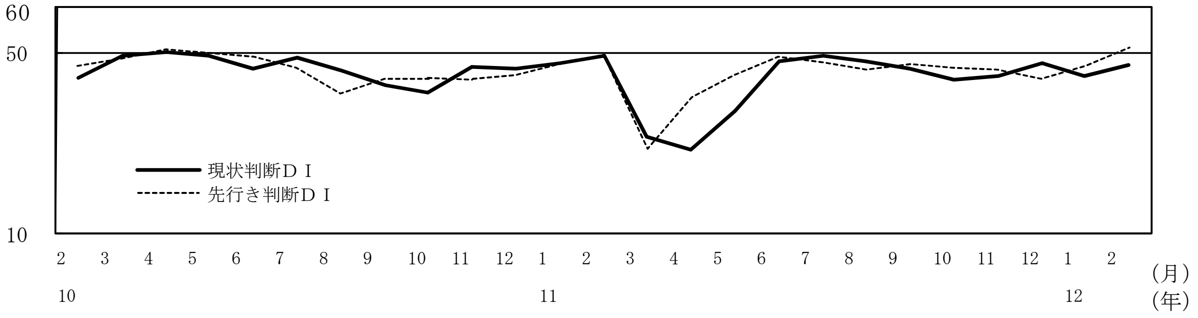


７．近畿

（◎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	□	・節分やバレンタインデーといったハレの日の消費は堅調であるが、普段は節約志向が更に強まっている。気温がほとんど上がっていないこともあり、春物商材の出足も鈍い（スーパー）。
		▲	・正月明けから来客数が大幅に減少しており、特に料飲部門での減少が目立っている。景気の悪化や厳冬による影響で、周辺の人出が全体的に減っている（都市型ホテル）。
		○	・最近は非常に忙しく、例年のように節分の前後も客が減る気配はない（一般レストラン）。
	企業動向関連	□	・長引く円高や不況の影響で、設備投資には活発な動きがみられないほか、民間企業が発注する工事では、相変わらず価格競争が激しい（建設業）。
		▲	・得意先への納品量が増えず、３か月前と比べて平日の稼働日が多い割に、売上が伸びていない。前年よりも気温が低いことも、売上の減少につながっている（食料品製造業）。
		○	・株価の上昇や、新年度に向けての期待感の高まりなどで、受注が増えている（その他非製造業［民間放送］）。
	雇用関連	○	・新規求人数は 23 か月連続で前年を上回っている。特に、製造業や建設業、卸売、小売業などで増加傾向が続いている（職業安定所）。
		□	・人数は多くないが、新入社員の募集がコンスタントに行われつつある。転職市場でも実践力のある人材を採用したいという企業が増えている（新聞社[求人広告]）。
	その他の特徴コメント		□：寒さの影響で春物衣料の売上は芳しくないが、高額な美術品やブランド品など、例年は売行きの悪い商品の動きが非常に良い（百貨店）。 ▲：住宅エコポイントという好材料はあるが、戸建住宅向け製品の勢いが鈍化している（電気機械器具製造業）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・大手メーカーの大幅赤字や国内生産の縮小といったニュースで、中小企業が多い関西では消費マインドの一層の低下につながる。競合各社のチラシでも、前年に値上げした商品を再び値下げするなど、今後はデフレ傾向が強まる（スーパー）。
		○	・観光シーズンを迎えるほか、リニューアルした新施設もオープンするため、来客数は例年以上に増える（テーマパーク）。
	企業動向関連	□	・新規案件などの明るい話もあるが、年末から徐々に上がっている軽油価格が３月から大幅な値上げとなる気配もあり、利益が圧迫される（輸送業）。
		○	・大雪による被害に伴う復旧、修繕工事が増えるため、見通しは良い（建設業）。
	雇用関連	□	・有効求人倍率は緩やかに上昇しているが、円高や海外景気の停滞、電力不足などの問題が、雇用情勢に悪影響を及ぼす（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		◎：注文住宅への問い合わせが増え、契約の見込み客も数人出てきている。このような状況は数年ぶりで、消費税率の引上げ前に家を建てたい人が増えているため、先行きの見通しは明るい（住宅販売会社）。 ▲：来月に百貨店が閉店となるほか、電気機器や船舶製造業で事業の縮小が始まるため、先行きはやや悪くなる（職業安定所）。

図表26　現状・先行き判断ＤＩの推移

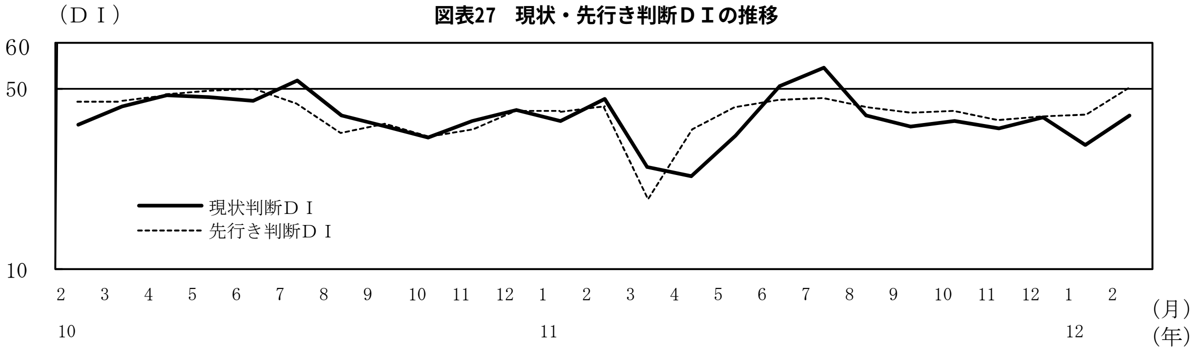


８．中国

（◎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	□	・２月は前年の７倍を超える降雪量の報道もあり、気温差も大きく、婦人物を中心に春物の動きは極めて低調である。従来であれば活発化する新生活関連商品も動きが鈍くなっている（百貨店）。
		▲	・来客数が前年を下回る傾向が継続している。冬物セールが終了し、春物移行時期としては気温が低いため、端境期に活用できる定価品の販売が中心となっている（その他小売店［ショッピングセンター］）。
		○	・エコカー補助金効果により２月の販売量は前年比 115％となっている（乗用車販売店）。
	企業動向関連	□	・エコカー向けは好調だが、電子向けの低調が続いており特段の動きはない（非鉄金属製造業）。
		▲	・当社製品を基礎原料としている大口取引先が、事業継続計画対策の一環として海外調達を開始することとなり、受注量が減少している（化学工業）。
		✕	・相変わらず国内は景気低迷が続くなか、円高、原油等の高騰、材料費高、中国等の人件費値上げが相次いでおり、非常に厳しい状況が続いている。更に消費税の増税や社会保険料の値上げの懸念もあり、ますます厳しくなってくる（その他製造業［スポーツ用品］）。
	雇用関連	□	・求人は、年度末に向けた公共工事の影響で建設業の作業員の募集などが大幅増となった一方、運輸業や宿泊・サービス業で大幅減となり、求人全体では横ばいで推移している（その他雇用の動向を把握できる者［労働機関］）。
		○	・12 月に求人が少なかった反動で、１月は前月比、前年同月比ともに新規求人数が大幅に増加している。特に運輸業、サービス業の求人数増加が目立つ一方、新規求職者数は極端に少なかった 12 月と比較すると、１月は前月比では大幅に増加したが、それでも前年同月比では 10％以上の減少で、この傾向は昨年春から継続している（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		○：例年２月は閑散月であるが、今年は宿泊客の増加が全体の売上をけん引しており、宿泊、飲料、宴会部門とも順調な推移で前年を上回る見込みである（観光型ホテル）。 □：求人数は横ばいで推移しており、３か月前と比べて状況は変わらない。製造分野からの求人減を医療・販売等のその他分野でカバーしているが、マッチングには苦慮している（人材派遣会社）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・卒入学、異動の時期であるが、新規予約が前年に比べて増えず、景気が上向く兆候はない（通信会社）。
		○	・３月以降、台湾からの外国人旅行客に加え、４月からはカナダからのツアーも入っており、昨年の東日本大震災でキャンセルになった来客数の２倍以上の予約が入っている（観光型ホテル）。
	企業動向関連	□	・東日本大震災の復興に伴う職人不足で住宅着工が遅れており、状況改善がなかなか進まない（木材木製品製造業）。
		▲	・やや円安基調にあるが国内消費の伸張がなく、輸出主体の取引先が海外生産のウェイトを上げる方針を改めて打ち出し、その影響で徐々に受注が減少する（化学工業）。
	雇用関連	□	・先行きは依然不透明であるが、産業別では製造業が依然好調で、それに関連する派遣業や運輸業で求人意欲が高いが、臨時求人が多いため常用求人の増加にまでは至らない（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		○：昨年は東日本大震災の影響で商品供給が間に合わず、客の購買意欲も低かったが、現在は欲しいものを欲しいときに届けられる状況に回復しており、春から初夏に向けての商戦は好調に推移し徐々に上向く（スーパー）。 □：株価の上昇や円安傾向で輸出企業にとって良い材料もあるが、半導体メーカーの破たんによる中小企業への影響など悪い材料もある（人材派遣会社）。

図表27　現状・先行き判断ＤＩの推移

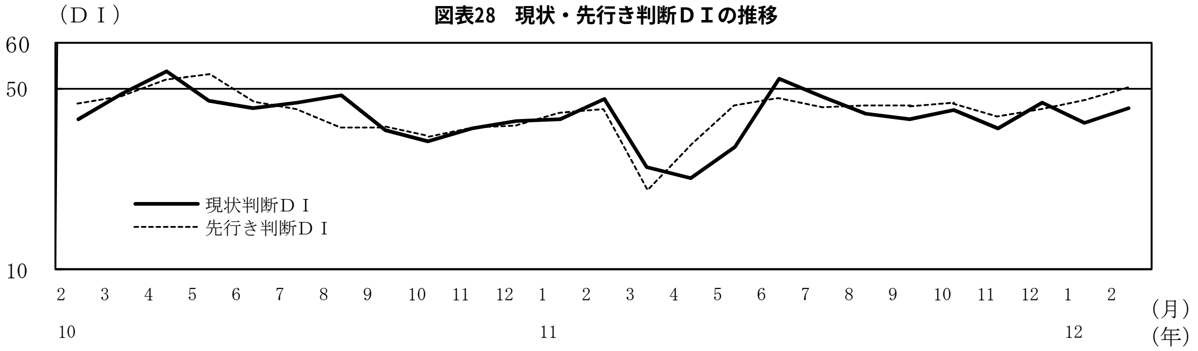


９．四国

（◎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	□	・宴会については前年より良いものの、宿泊者数が土日や連休以外では伸び悩んでいる。日によっては、あまりにも客が少ないことがある。旅行が停滞している表れである（観光型旅館）。
		▲	・来店客数、販売点数に大きな変化はないが、購入単価が下落してきており、売上は減少傾向にある（家電量販店）。
		○	・今年は寒さが強いことから、食品に限れば販売量が増加している。また、エコカー減税の延長などの景気刺激策も影響している（スーパー）。
	企業動向関連	□	・取引先の決算内容などでは、３か月前比でほぼ変化がない業種が70％を占める。残り30％には若干悪化している先もあるが、全体としては変わらない状況とみる（公認会計士）。
		▲	・自社の配送拠点がない地域への配送に際し、各地の同業他社との業務提携による配送ネットワークを使用している。景気低迷により、提携各社から連絡中継料金の値上げ要請が相次いでいる。適正運賃確保が困難な状況での値上げは、経営を更に圧迫する要因となる（輸送業）。
		○	・年度末を控えて荷主の生産数量が安定してきている。同業他社も同じような状況であり、荷主のコストダウン要請が沈静化しつつある（輸送業）。
		✕	・ギフト関連や台所関連の売上は12月がピークで、翌１、２月に年間最低となる季節要因を考慮しても、２月は悪かった（パルプ・紙・紙加工品製造業）。
	雇用関連	○	・大手企業の地域参入に伴う雇用拡大により、景気回復に期待がもてる（人材派遣会社）。
		▲	・支店や営業所などの縮小、廃止の話を時々聞く。支店経済の街としては、今後不安な要素である。交通の便が良くなり、大阪や広島などの近隣大都市の支店等に統合するようになっている（民間職業紹介機関）。
	その他の特徴コメント		◎：エコカー減税や補助金により、特に新型ハイブリッド車の受注が増加している。来客数も増加しており、この傾向は今後も続く見込みである（乗用車販売店）。 □：予想したほどではないものの、カーディーラーは、決算期に加えてエコカー補助金効果で出稿が増えている。しかし家電量販店は、各社期末セールを繰り広げているものの、来店者は少なく、盛り上がりに欠けている様子である（新聞社［求人広告］）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・特に大きな要因も無く、また、現在の顧客の状況からみても変わらないと思う（通信会社）。
		○	・昨年は東日本大震災の影響などで商品の欠品が続いて苦労したが、今年はないと思うので順調に推移すると予想している（スーパー）。
	企業動向関連	□	・地元の得意先の多くは、広告費等の経費削減が続いており、今後もあまり変わらないと予想する。一部の全国ネットの得意先は、広告費削減を解消して新年度から通常の予算規模に戻る見込みである。県外の得意先が多少増えた関係で予測が難しいが、全体としては大きく変わらない（広告代理店）。
		○	・東日本大震災の復興需要が顕在化しつつある。円安は輸出増につながる（一般機械器具製造業）。
	雇用関連	▲	・求人数は僅かに増えているが、円高に加えて、大手半導体メーカーの会社更生法申請の影響を受ける企業も少なからずある。上向く要素が少ない（求人情報誌）。
	その他の特徴コメント		○：年度末を迎えて物流量が増えている。来年度は、東日本大震災特需が見込め、今年度より燃料コストが増えても収入増になると見込む（輸送業）。 □：昨年暮れにオープンした大型店の他地区への影響は極めて軽微。３月には、10年ぶりにアニメ中心の映画館が中心市街地に復活するなど、風向きは徐々に変わりつつあると推測する（商店街）。

図表28　現状・先行き判断ＤＩの推移



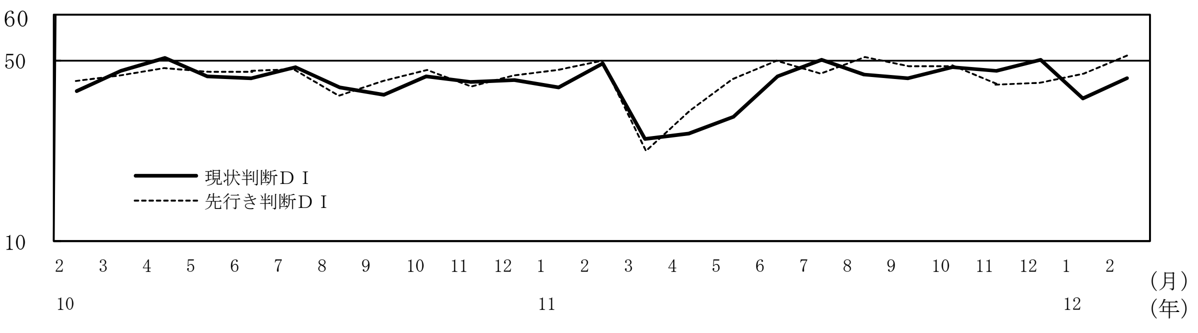
10．九州

（◎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	□	・２月は新商品発売と需要期もあり、スマートフォンの販売比率が更に上がり、アクセサリーやSDカード等関連商品の売上が好調を持続している（通信会社）。
		▲	・福岡エリア以外の九州主要百貨店売上について、先月までは前年実績を維持していたが、当月見込みはほぼすべての地域で前年割れの状況となっている（百貨店）。
		○	・例年より寒波が続き、衣料品や住生活関連の防寒商材バーゲンが好調であった。また恵方巻や節分、バレンタイン、新入学準備用品等が好調で前年の売上を上回っている。客の動向として、ギフト商品を早めに買い求める傾向がある（スーパー）。
	企業動向関連	□	・時期的には原料が少なくなり、生産、販売共に下降する時期ではあるが、比較的需要がある（食料品製造業）。
		▲	・３月の期末を前にして、受注状況が芳しくない。ここにきて見積数が激減し、先行きの不透明感が増している状況である（一般機械器具製造業）。
		○	・中小企業とくに建設関係は、受注数が増え、多忙な状況にある（金融業）。
	雇用関連	○	・先月に引き続き、観光関係の企業から注文が増えている。派遣だけでなく、紹介予定の派遣や人材紹介等の直接雇用を前提とした注文も目立つ（人材派遣会社）。
		□	・求人数が増加傾向にあり、新規求職者数は減少している。有効求人倍率がリーマンショック以来初めての１倍を超えている。雇用状況は引き続き良い（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		○：病院を中心とした医療福祉関連の求人が好調である。この分野は高齢化が進むなか景気に左右されないことと、技術職であるため堅調となっている。また東日本大震災から１年が経ち、求人は底を打った感があり、明るい兆しもある（新聞社［求人広告］）。 ▲：消費は当用買いが中心のため、単価は下方で推移している。競合他社間では、価格競争が激化している。来客数の維持で単価の低下をカバーできず、売上減少は避けられない（スーパー）。

	分野	判断	判断の理由
先行き	家計動向関連	□	・新型車発売による良い効果が当分続く。４月には小型スポーツ車が発売される。来客数の増加が予想され、新車販売は３か月先も今月同様に好調を維持する（乗用車販売店）。
		○	・５月は大型団体の予約が好調で、前年比120％の状況である。前年は東日本大震災の影響が色濃く出た月であったが、今年は順調に予約を伸ばしている（都市型ホテル）。
	企業動向関連	□	・１月の受注枚数は前年比0.5％増と何とか前年をクリアしたが、主要な新聞折込業種である流通やパチンコ等の折り込み枚数は前年を下回っている。加えて通信販売チラシも新規参入がない。まだまだ不透明な状態が続く（広告代理店）。
		○	・大手銀行が箱モノ融資に積極的になっているため、その影響で建設業の受注件数が増え、資金が動き出している。当面、銀行の融資姿勢が消極的になる要素がないため、この受注状況は続く（金融業）。
	雇用関連	□	・好調だった前年と比べると求人数は減少しており、景気回復の動きは弱い。ただし、看護系ガイダンスへ参加する病院は増加している（新聞社［求人広告］）。
	その他の特徴コメント		○：３月は最需要期となり、学割施策も認知され、学生とその家族を中心に販売台数が伸びる。スマートフォンを中心に販売は更に伸びる（通信会社）。 □：介護関係の求人難が続いており、看護師や作業療法士、介護福祉士、社会福祉主事等の有資格者の採用や24時間体制で介護をするヘルパー等の求人が厳しくなっている。また、労働集約型の求人もますます採用が難しくなっている（求人情報誌製作会社）。

図表29　現状・先行き判断ＤＩの推移

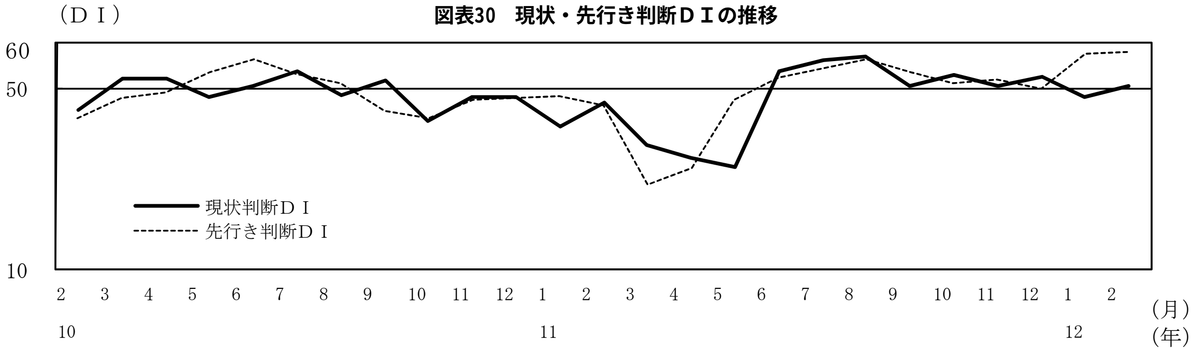


11．沖縄

（◎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	□	・例年より雨が多く、また寒い日も多いため、飲料やアイスを中心とした商品が前年を割っている。今年に入ってから売上が天候に左右されることが多く、稼げる休日の売上も悪い。今月はうるう年で１日多いが、それでも厳しい（コンビニ）。
		○	・通常なら３月から動き出す学生の購入が２月から始まっている。人気アイドルを起用したプロモーションの効果だと推測する（通信会社）。
		▲	・２月はうるう日があり、営業日数が１日多いにもかかわらず前年比 101％と低調な伸びである。前年には無かったアジアの観光客によるプラス効果はあるものの、これまでけん引してきた衣料品でも前年比 99％の苦戦を強いられている（百貨店）。
	企業動向関連	□	・厳しい状況が続いており、競争相手が倒産したという話もある（コピーサービス業）。
		○	・仕事の確保には困らない状況である。しかしながら、受注額は安価である（通信業）。
		▲	・前年後半からの天候不良の影響で工事も遅れ、停滞気味である。全体的に活況感が落ちている（輸送業）。
	雇用関連	○	・受注案件は、ある程度の件数は維持しており、新規先からの注文が少しずつ増えてきている（人材派遣会社）。
		□	－
	その他の特徴コメント		◎：売上高前年比は３か月前に比べ８％ポイント上回る。プライベートブランドフェアも奏功し、売上、来客数共に伸長している（スーパー）。 ✕：例年２月は入客が減るので、イベント、チラシ、屋外での割引チケット配り、ミニコミ誌と宣伝を打っているが、特にチラシの反応は 0.1％と、数年前の 50 分の１に落ち込み、極端に反応が悪い。平日の地元客の入りも極端に悪く、外国人観光客向けに英語、中国語のメニュー及び宣伝に切替えている（その他飲食［居酒屋］）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	○	・３月に改装を行い、雑貨売場の強化を図るため、来客数の伸びが期待できる。また、東日本大震災から１年経過となることで、一時の消費低迷からの回復を期待したい（百貨店）。
		□	・東日本大震災の影響もほとんど無くなり、県経済は落ち着いている。基地問題は残るが、観光客も伸張しており、県経済は現状通り推移すると判断する（コンビニ）。
	企業動向関連	○	・プロジェクトルームはすべて稼動しており、開発要員も全員稼動している現状から、今後は受注額の高い仕事の確保にシフトしていくことが予想される（通信業）。
		□	・公共工事は年度末に向けやや増、民間工事は横ばいか減少と予測している。全体で横ばいの見通しである（窯業・土石製品製造業）。
	雇用関連	○	・県内企業から求人予定の話がある。合同企業説明会も活発に行われており、採用数増加に期待したい（学校［専門学校］）。
	その他の特徴コメント		○：今月に関しては前年並みの稼働率を見込んでいるものの、今後２、３か月先に関しては前年実績を上回る見込みである。格安航空会社の進出や、今年は沖縄本土復帰 40 周年でもあり、この先は上向き傾向にあると見込んでいる（観光型ホテル）。 ○：東日本大震災があった前年より悪くはならない。予約状況も良い（観光名所）。

図表30　現状・先行き判断ＤＩの推移



（参考）　景気の現状水準判断ＤＩ

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ＤＩ

（ＤＩ）　年	2011				2012	
月	9	10	11	12	1	2
合計	39.6	41.3	39.7	42.1	39.5	40.2
家計動向関連	37.6	39.7	37.6	41.5	37.9	38.2
小売関連	36.6	39.1	35.3	41.5	37.6	37.6
飲食関連	32.1	37.1	36.9	40.5	34.2	31.3
サービス関連	40.2	42.2	42.4	43.2	39.7	40.4
住宅関連	40.3	37.3	38.1	34.8	36.6	40.9
企業動向関連	41.5	41.7	40.6	40.9	38.4	40.9
製造業	44.0	44.8	43.9	42.1	39.5	43.2
非製造業	39.7	39.5	38.5	40.0	37.7	38.8
雇用関連	48.7	50.9	51.4	49.4	52.3	51.7

図表 32　景気の現状水準判断ＤＩ（各分野計）

（ＤＩ）　年	2011				2012	
月	9	10	11	12	1	2
全国	39.6	41.3	39.7	42.1	39.5	40.2
北海道	43.2	42.7	39.7	42.0	42.4	39.7
東北	43.0	46.8	45.3	47.2	45.3	44.4
関東	35.9	38.7	37.5	38.0	37.2	38.2
北関東	35.6	38.2	37.1	36.1	36.5	35.4
南関東	36.1	39.1	37.7	39.0	37.5	39.9
東海	42.1	41.7	39.3	41.7	39.8	41.2
北陸	42.9	42.1	39.9	43.5	44.0	38.1
近畿	38.7	39.8	39.4	42.0	39.0	40.1
中国	37.8	41.0	38.9	39.6	35.8	38.5
四国	37.9	39.4	36.3	43.5	36.8	37.9
九州	40.8	41.9	41.7	47.1	38.5	42.3
沖縄	48.0	50.0	45.4	50.6	45.5	49.4

（注）景気の現状をとらえるには、景気の方向性に加えて、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。