

景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

平成 26 年 1 月調査結果

平成 26 年 2 月 10 日



内閣府政策統括官
(経済財政分析担当)

今月の動き (2014 年 1 月)

1 月の現状判断 D I は、前月比 1.0 ポイント低下の 54.7 となり、依然高水準ながら 3 か月ぶりに低下した。

家計動向関連 D I は、消費税率引上げ前の駆け込み需要等もあって、高額品、自動車、家電を中心に売上が増加したものの、正月休み後に飲食等の売上が低調となったこと等から低下した。

企業動向関連 D I は、一部の企業で受注や生産の増加に一服感がみられたこと等から低下した。

雇用関連 D I は、多くの業種で求人が増加したこと等から上昇した。

1 月の先行き判断 D I は、前月比 5.7 ポイント低下の 49.0 となり、2 か月連続で低下した。

先行き判断 D I については、消費税率引上げ前の駆け込み需要への期待も依然みられるが、引上げ後の需要の反動減やマインド低下への懸念等から、家計動向部門、企業動向部門及び雇用部門で低下した。

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、緩やかに回復している。ただし、先行きについては、消費税率引上げ後の需要の反動減等の影響が見込まれる」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1) 景気の現状水準判断D I	25
(参考2) 全国の動向D I の季節調整値	26

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（52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	公益財団法人 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	一般財団法人 北陸経済研究所
	近畿	りそな総合研究所株式会社
	中国	公益社団法人 中国地方総合研究センター
	四国	四国経済連合会
	九州	公益財団法人 九州経済調査協会
	沖縄	一般財団法人 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	114 人	87.7%	近畿	290 人	257 人	88.6%
東北	210 人	210 人	100.0%	中国	170 人	168 人	98.8%
北関東	200 人	180 人	90.0%	四国	110 人	92 人	83.6%
南関東	330 人	299 人	90.6%	九州	210 人	184 人	87.6%
東海	250 人	232 人	92.8%	沖縄	50 人	40 人	80.0%
北陸	100 人	99 人	99.0%	全国	2,050 人	1,875 人	91.5%

(参考) 調査客体数及び対象地域の推移

調査開始（平成 12 年 1 月）以降の調査客体数及び対象地域の推移は以下のとおり。

- 平成 12 年 1 月調査は 500 人（北海道、東北、東海、近畿、九州）
- 平成 12 年 2～9 月調査は 600 人（北海道、東北、関東、東海、近畿、九州）
- 平成 12 年 10 月～平成 13 年 7 月調査は 1,500 人（全国 11 地域）
- 平成 13 年 8 月調査以降は 2,050 人（全国 11 地域）

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。

評価	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
	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
	(良い)	(やや良い)	(どちらとも いえない)	(やや悪い)	(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 1) 景気の現状水準判断D I
 - (参考 2) 全国の動向D I の季節調整値

(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、54.7となった。雇用関連のD Iが上昇したものの、家計動向関連、企業動向関連のD Iが低下したことから、前月を1.0ポイント下回り、3か月ぶりの低下となった。また、横ばいを示す50を12か月連続で上回った。

図表1 景気の現状判断D I

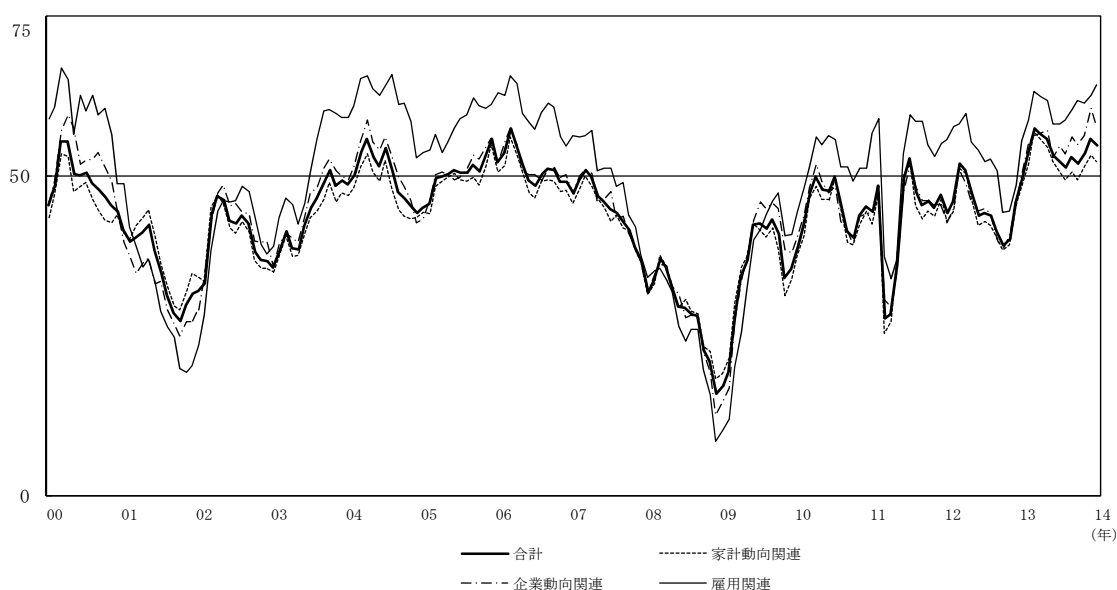
(D I)	年	2013					2014	
	月	8	9	10	11	12	1	(前月差)
合計		51.2	52.8	51.8	53.5	55.7	54.7	(-1.0)
家計動向関連		49.3	50.6	49.2	51.3	53.1	52.2	(-0.9)
小売関連		49.0	50.5	48.7	52.3	53.7	54.0	(0.3)
飲食関連		45.9	43.5	45.7	48.1	52.4	45.7	(-6.7)
サービス関連		49.6	49.8	49.9	51.0	53.2	50.5	(-2.7)
住宅関連		55.2	61.6	54.0	45.5	46.8	50.0	(3.2)
企業動向関連		53.3	55.9	54.8	56.3	60.4	57.7	(-2.7)
製造業		51.6	52.6	52.7	57.3	60.5	57.7	(-2.8)
非製造業		54.6	58.7	56.8	55.9	60.5	57.5	(-3.0)
雇用関連		58.7	60.3	61.6	61.3	62.5	64.2	(1.7)

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
2013	11	3.0%	29.3%	49.4%	15.2%	3.1%	53.5
	12	3.9%	32.5%	48.7%	12.0%	2.9%	55.7
2014	1	3.5%	32.9%	46.7%	13.2%	3.8%	54.7
(前月差)		(-0.4)	(0.4)	(-2.0)	(1.2)	(0.9)	(-1.0)

(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、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が低下したことから、前月を5.7ポイント下回り、2か月連続の低下となった。また、横ばいを示す50を14か月ぶりに下回った。

図表4 景気の先行き判断D I

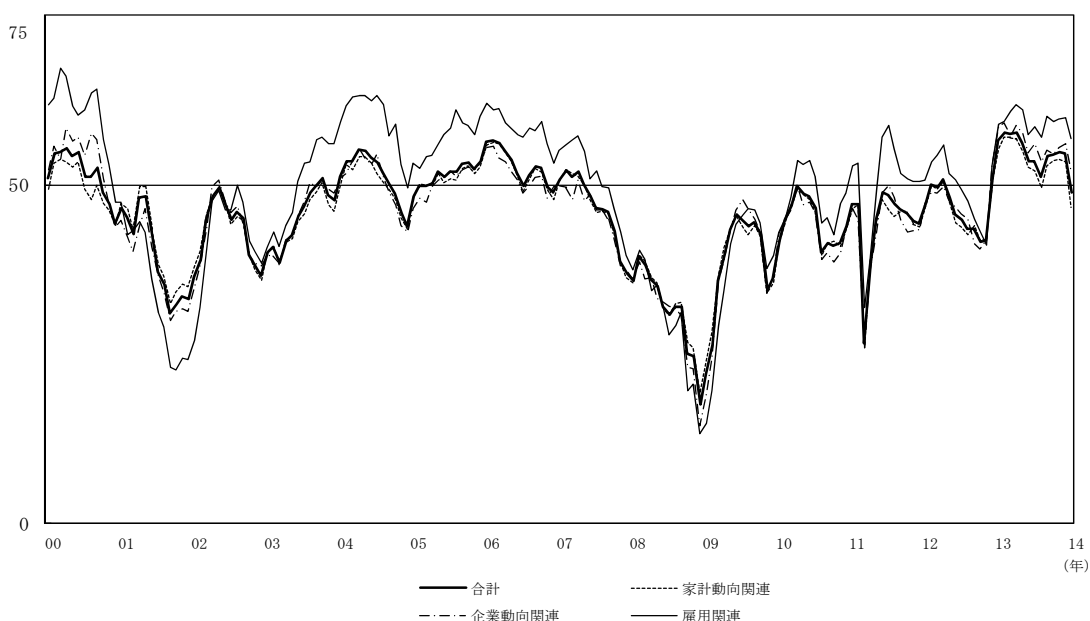
(D I)	年	2013					2014	
	月	8	9	10	11	12	1	(前月差)
合計		51.2	54.2	54.5	54.8	54.7	49.0	(-5.7)
家計動向関連		49.6	52.9	53.7	53.8	53.4	46.8	(-6.6)
小売関連		49.3	53.3	54.0	56.5	56.5	47.0	(-9.5)
飲食関連		49.1	50.9	54.0	47.8	43.3	39.2	(-4.1)
サービス関連		50.3	54.3	53.8	50.7	50.4	48.3	(-2.1)
住宅関連		49.7	45.1	49.7	48.7	48.1	45.7	(-2.4)
企業動向関連		53.4	55.2	54.6	55.5	56.2	52.0	(-4.2)
製造業		52.0	53.4	54.2	55.8	57.4	52.1	(-5.3)
非製造業		54.6	56.7	55.4	55.5	55.4	52.3	(-3.1)
雇用関連		57.0	60.2	59.4	59.7	60.0	56.8	(-3.2)

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
2013	11	4.0%	31.8%	46.6%	14.4%	3.2%	54.8
	12	4.6%	32.0%	44.4%	15.8%	3.3%	54.7
2014	1	4.1%	26.2%	38.6%	23.9%	7.2%	49.0
(前月差)		(-0.5)	(-5.8)	(-5.8)	(8.1)	(3.9)	(-5.7)

(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 地域中、10 地域で低下、1 地域で上昇した。最も低下幅が大きかったのは北陸（3.8 ポイント低下）、上昇したのは沖縄（5.0 ポイント上昇）であった。

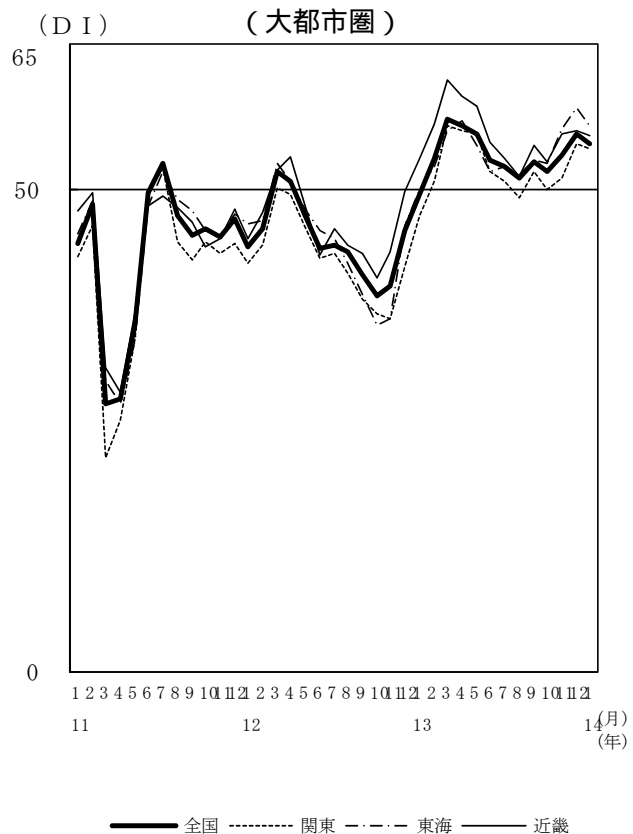
図表 7 景気の現状判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2013 8	9	10	11	12	2014 1	(前月差)
全国		51.2	52.8	51.8	53.5	55.7	54.7	(-1.0)
北海道		56.2	56.1	55.7	52.8	55.6	54.6	(-1.0)
東北		49.5	48.8	47.9	50.7	52.9	52.1	(-0.8)
関東		49.2	51.9	49.9	51.2	54.7	54.2	(-0.5)
北関東		47.9	49.2	48.5	51.0	53.0	52.5	(-0.5)
南関東		50.0	53.6	50.8	51.3	55.6	55.3	(-0.3)
東海		51.5	53.0	52.6	56.2	58.4	56.6	(-1.8)
北陸		50.5	53.8	53.8	52.8	55.8	52.0	(-3.8)
近畿		51.4	54.6	52.8	55.8	56.1	55.6	(-0.5)
中国		51.6	52.7	53.0	54.6	56.9	56.4	(-0.5)
四国		52.1	51.1	51.0	53.9	57.8	54.3	(-3.5)
九州		51.8	53.7	53.5	55.8	56.1	55.3	(-0.8)
沖縄		60.4	60.6	54.9	50.6	51.3	56.3	(5.0)

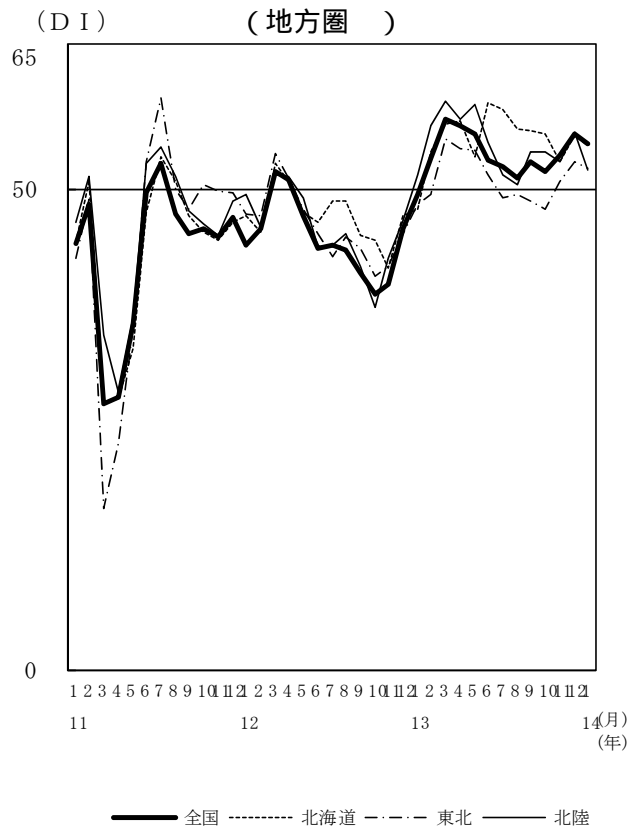
図表 8 景気の現状判断D I（家計動向関連）

(D I)	年 月	2013 8	9	10	11	12	2014 1	(前月差)
全国		49.3	50.6	49.2	51.3	53.1	52.2	(-0.9)
北海道		54.9	52.8	52.2	50.0	53.5	51.9	(-1.6)
東北		48.4	47.6	45.4	48.4	49.1	48.3	(-0.8)
関東		48.0	50.7	48.2	49.7	53.0	52.8	(-0.2)
北関東		46.0	47.1	46.5	49.1	51.7	50.4	(-1.3)
南関東		49.2	52.9	49.2	50.0	53.8	54.3	(0.5)
東海		50.2	49.5	49.5	53.9	56.6	54.3	(-2.3)
北陸		47.4	50.0	50.0	50.4	52.2	49.6	(-2.6)
近畿		48.8	53.0	50.4	54.6	54.1	53.7	(-0.4)
中国		47.9	49.8	50.9	52.5	53.7	53.8	(0.1)
四国		50.8	49.2	46.8	51.2	54.4	50.0	(-4.4)
九州		49.0	50.8	50.4	51.5	51.8	52.7	(0.9)
沖縄		62.0	58.0	54.8	49.1	48.0	50.0	(2.0)

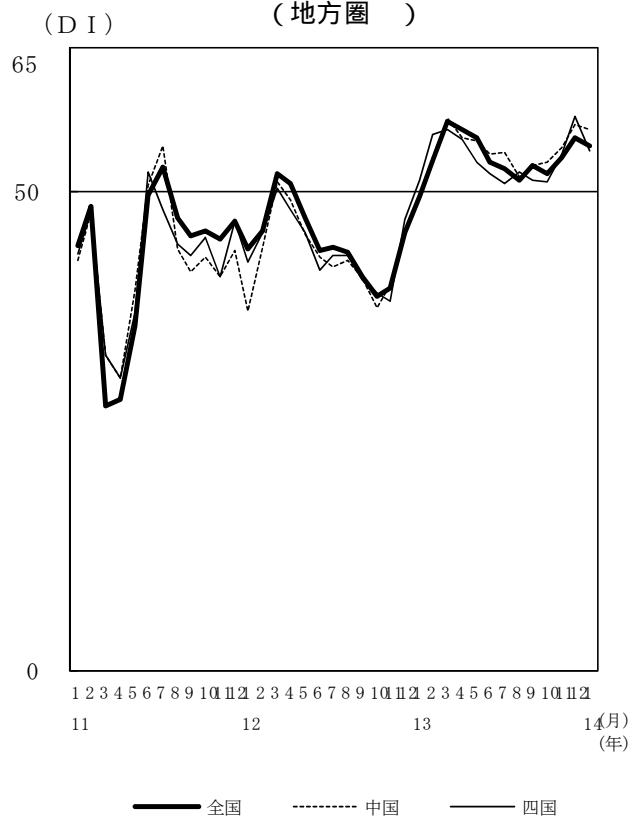
図表9 地域別D I（各分野計）
（大都市圏）



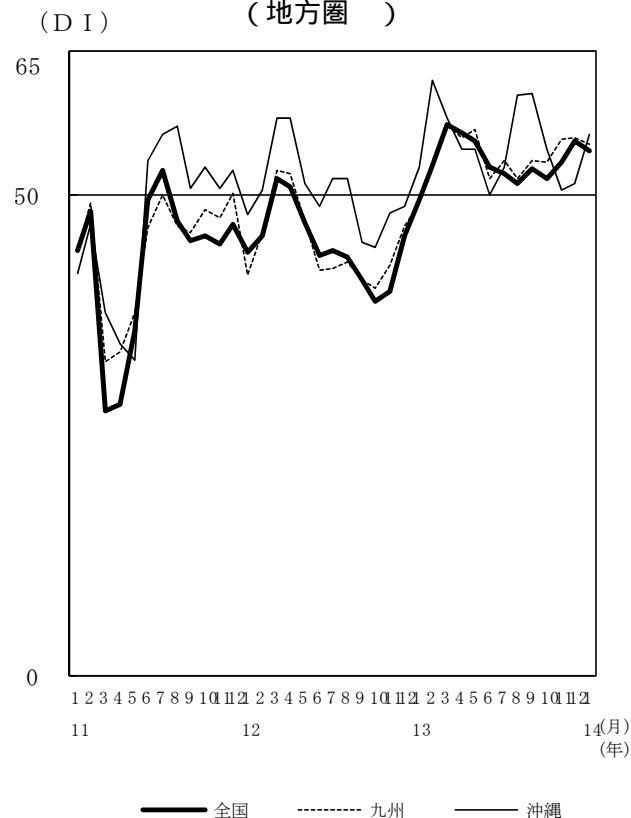
図表10 地域別D I（各分野計）
（地方圏）



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 地域で低下した。最も低下幅が大きかったのは東海（9.6 ポイント低下）、最も低下幅が小さかったのは北陸（2.3 ポイント低下）であった。

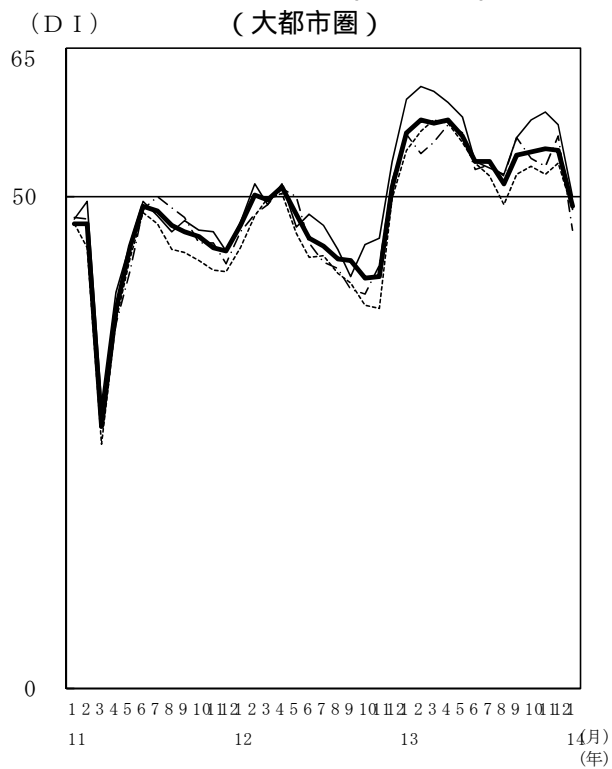
図表 13 景気の先行き判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2013 8	9	10	11	12	2014 1	(前月差)
全国		51.2	54.2	54.5	54.8	54.7	49.0	(-5.7)
北海道		53.8	52.6	54.2	54.3	52.7	50.0	(-2.7)
東北		49.5	51.4	51.2	53.1	53.0	47.1	(-5.9)
関東		49.2	52.2	53.1	52.3	53.3	48.7	(-4.6)
北関東		45.6	49.3	50.4	50.6	51.0	46.7	(-4.3)
南関東		51.5	54.0	54.7	53.3	54.6	49.9	(-4.7)
東海		52.0	56.0	53.9	53.1	56.2	46.6	(-9.6)
北陸		51.8	54.0	54.8	55.3	52.3	50.0	(-2.3)
近畿		52.3	55.9	57.7	58.5	57.3	49.9	(-7.4)
中国		52.5	55.2	54.2	55.2	55.1	52.4	(-2.7)
四国		49.2	56.8	56.0	58.4	56.5	47.0	(-9.5)
九州		52.5	56.0	57.0	57.5	56.1	50.7	(-5.4)
沖縄		54.9	54.4	55.5	56.5	53.1	49.4	(-3.7)

図表 14 景気の先行き判断D I（家計動向関連）

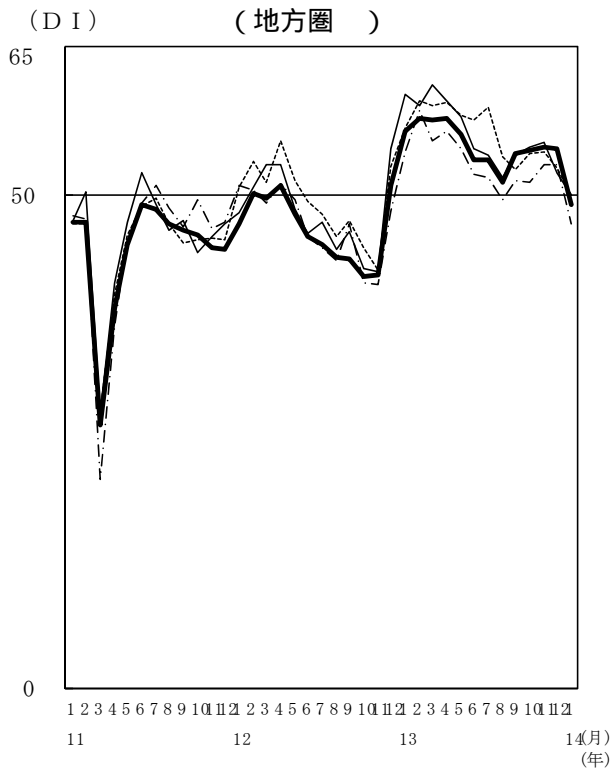
(D I)	年 月	2013 8	9	10	11	12	2014 1	(前月差)
全国		49.6	52.9	53.7	53.8	53.4	46.8	(-6.6)
北海道		53.0	51.3	53.4	53.8	50.6	48.1	(-2.5)
東北		47.2	50.0	51.0	51.6	52.1	45.0	(-7.1)
関東		48.8	52.4	53.1	52.5	53.8	47.3	(-6.5)
北関東		43.1	48.5	48.8	49.6	50.9	45.0	(-5.9)
南関東		52.4	54.8	55.9	54.3	55.5	48.7	(-6.8)
東海		50.0	53.7	52.5	51.8	55.3	45.9	(-9.4)
北陸		48.5	50.7	52.5	53.3	48.9	46.0	(-2.9)
近畿		49.9	54.1	56.9	57.0	55.8	45.2	(-10.6)
中国		51.3	53.3	52.8	55.4	53.3	50.4	(-2.9)
四国		48.0	56.3	54.8	58.3	51.6	43.2	(-8.4)
九州		50.2	55.2	55.8	53.8	54.5	48.2	(-6.3)
沖縄		52.0	51.0	53.8	55.6	50.0	49.0	(-1.0)

図表15 地域別D I（各分野計）
（大都市圏）



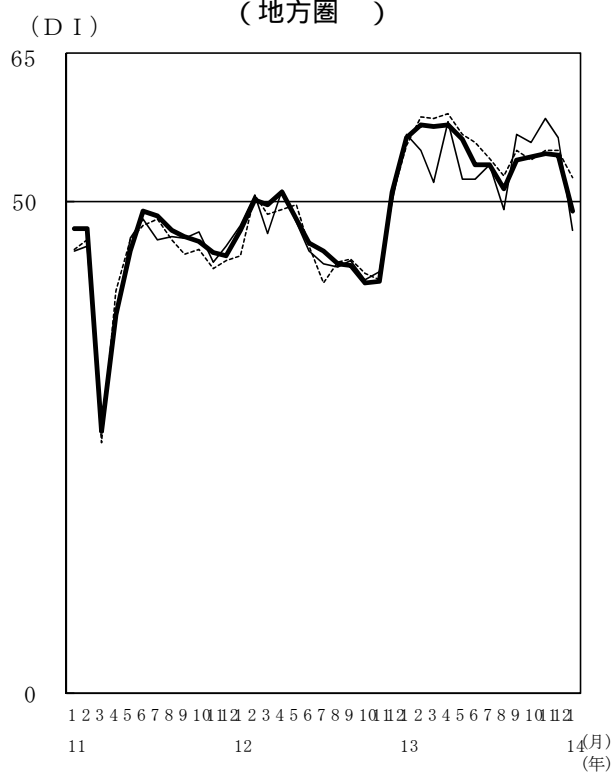
— 全国 関東 - - - 東海 —— 近畿

図表16 地域別D I（各分野計）
（地方圏）



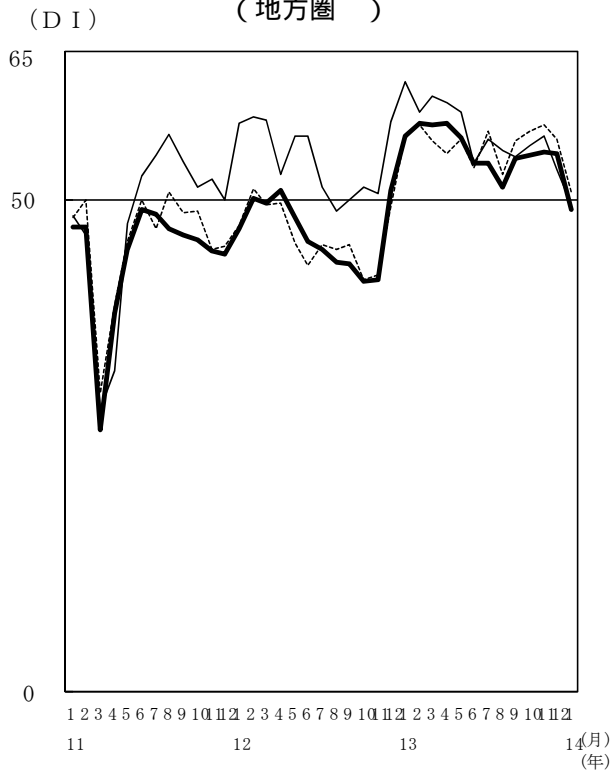
— 全国 北海道 - - - 東北 —— 北陸

図表17 地域別D I（各分野計）
（地方圏）



— 全国 中国 —— 四国

図表18 地域別D I（各分野計）
（地方圏）



— 全国 九州 —— 沖縄

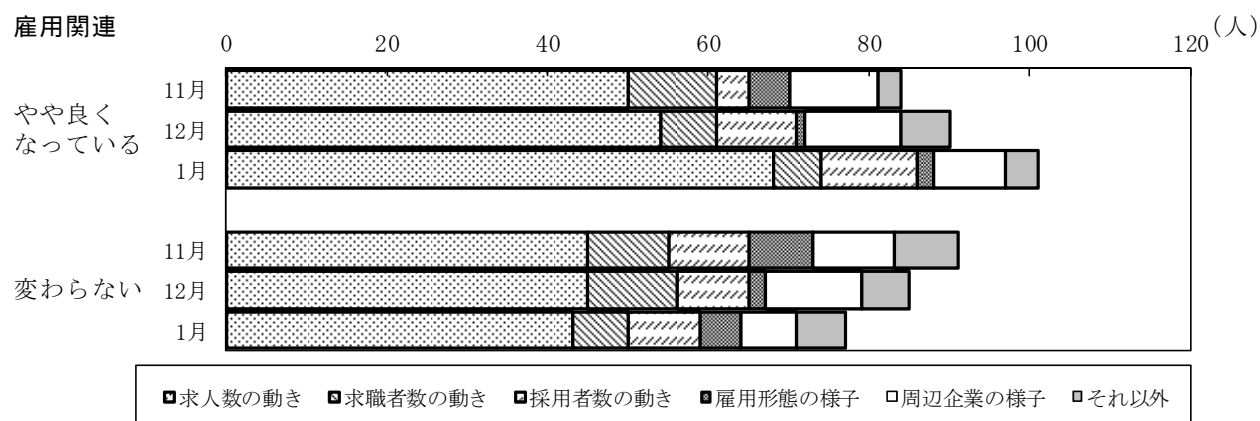
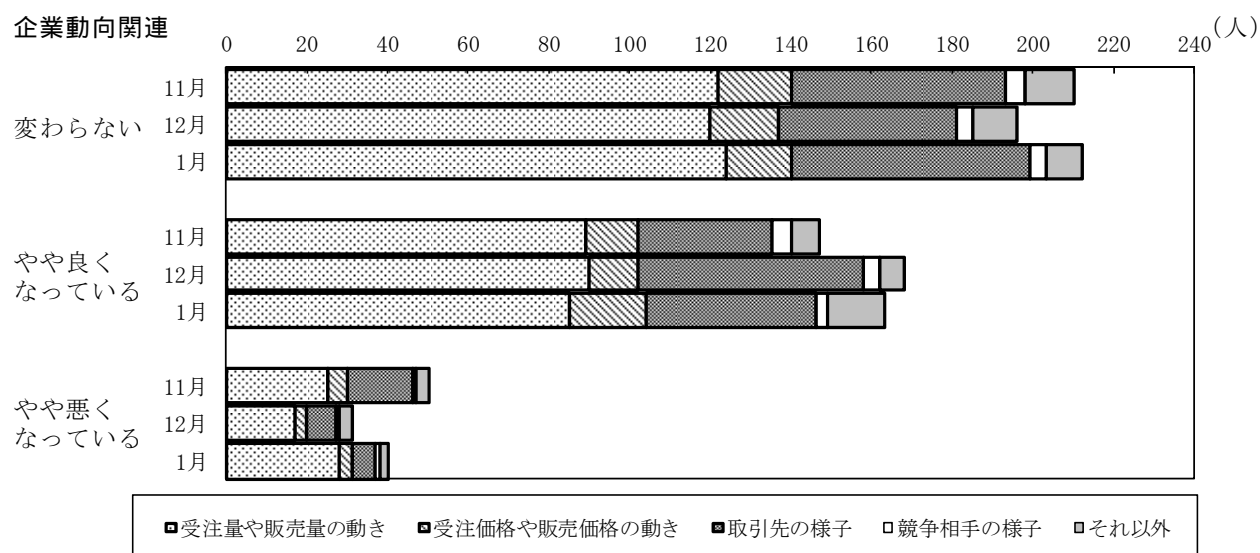
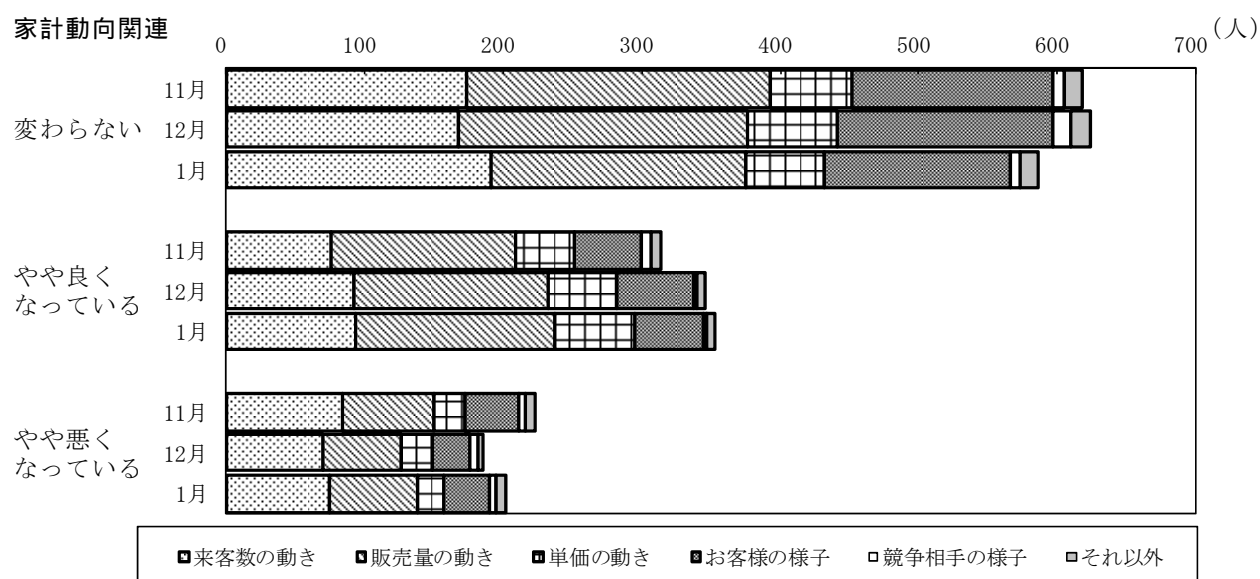
III. 景気判断理由の概要

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		・新車の販売では、各社とも消費税増税前の駆け込み需要の効果で通常の倍以上の来店客でにぎわい、販売台数も倍増している（南関東＝乗用車販売店）。
		○	・アクセサリ売場では、消費税増税前の駆け込み需要もあって単価が前年比で120%と大きく伸びている（南関東＝百貨店）。 ・消費税増税が近づき、高額な冷蔵庫、洗濯機、エアコン、テレビ、パソコンの販売量が大幅に伸びている（中国＝家電量販店）。
		□	・高額商品の販売量は好調であるものの、低価格商品の動きは鈍く、横ばいで推移している（東北＝一般小売店 [カメラ]）。 ・景気は上向きであると思うが、消費者は高額品に向かっており、ファストフードや日用品を扱っているところではあまり変わらない（東海＝コンビニ）。
		▲	・全体的にはあまり変わらないが、常連客の客単価が低下していたり、月曜から水曜にかけての来客数が減っていたりなど、細かくみても、買い控えの動きが始まっているようだ（北海道＝高級レストラン）。 ・前年同月と比較すると、来客数の減少傾向を始めとして、客単価及び販売額についても低下傾向にあった。少なくとも、不要不急の旅行へ向かう消費マインドが全くみえない状況下にある（北陸＝旅行代理店）。
	企業 動向 関連	○	・販売量は若干ながら上向いている。特に高品質な商品の販売動向が良くなってきており、デフレ脱却の兆しもみられる（東海＝食料品製造業）。
		□	・ほとんどの原材料が値上がりしていて、これからも上がっていくようである。今は値上げが難しく、利益は少なくなっていく（南関東＝食料品製造業）。 ・売上は悪くないが、原料価格高騰により利益確保が厳しくなっている（東海＝化学工業）。 ・今月に入ってから、今年4月の消費税率引上げに伴う物量の増加傾向が多少緩慢になってきているように感じているが、全体としては3か月前の状況とほとんど変わっていない（北陸＝輸送業）。
		×	・数量は前年とほぼ同数だが、原材料等が7～8%くらい値上がりしており、いまだに価格転嫁できずにいる（北関東＝食料品製造業）。
	雇用 関連	○	・機械関係は大型、小型自動車の生産要員としての募集が目立っている。小売では衣料品、食料品等求人数が伸びてきている。住宅着工関係は年末年始ということを見ると、増改築を含めて順調に伸びているように思われる（北関東＝人材派遣会社）。 ・新規求人数の増加傾向は継続しており、正社員求人の割合も徐々に増加してきている。しかし、充足率でみると依然として前年を下回る状況にあり、好条件の求人内容にはまだ達していない（南関東＝職業安定所）。
先行き	家計 動向 関連	◎	・消費税増税対策の生活応援セールなど、増税前のまとめ買いを誘う企画による、売上増加の期待は大きい。また、4月以降も生活応援セールを開催する（近畿＝商店街）。
		○	・消費税増税を前に個人旅行の申込が増加。平均単価も例年を上回りつつある（四国＝旅行代理店）。
		▲	・4月には消費税率も上がるので、当然消費者は買い控え、わが社でいえば食べ控えをする（東北＝一般レストラン）。 ・今後2～3か月先の状況については、今年4月の消費税率引上げ実施の影響に伴い、ファッションアイテムの売上減少が想定されることから、全体としては今月よりやや悪くなると予想している（北陸＝百貨店）。
		×	・新車販売においては予想以上に消費税増税前の駆け込み需要が大きい。4月以降はその反動減があり厳しい状況になる（九州＝乗用車販売店）。
	企業 動向 関連	○	・消費税増税前の駆け込み需要もあって、2、3月は折込件数の増加が期待できるものの、4月以降が心配である（近畿＝新聞販売店 [広告]）。
		□	・燃料費が前年と比較して1リットル当たり10円60銭も値上がりし、荷動きが良くなっても帳消しである（東海＝輸送業）。
		▲	・消費税増税による国内消費の落ち込みと、中国経済の成長鈍化を受けて、円高が進行し、輸出にも影響が出る恐れがある（中国＝鉄鋼業）。
	雇用 関連	□	・消費税増税がどう影響するかは見えないが、企業はそれを見込んで採用枠を決めているので3か月では変わらない。影響が長引くようであれば悪化が懸念される（南関東＝民間職業紹介機関）。

図表19 現状判断の理由別（着目点別）回答者数の推移



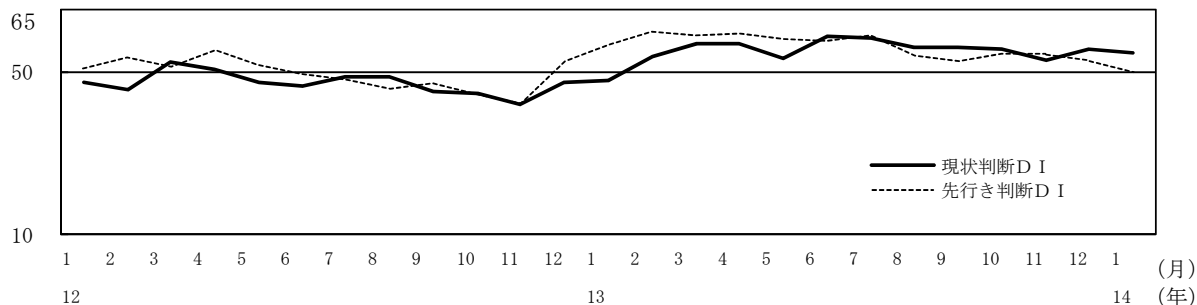
1. 北海道

(◎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	□	・外国人観光客の需要は引き続き高い。一方、国内客は団体客を中心に需要はあるものの、大型貸切バスの不足と借り上げ単価高騰のため、大きく減少している（観光型ホテル）。
		○	・新車の受注量が好調に推移してきている。新型車効果と消費税増税前の駆け込み需要が影響している（乗用車販売店）。
		▲	・全体的にはあまり変わらないが、常連客の客単価が低下していたり、月曜から水曜にかけての来客数が減っていたりなど、細かくみていると、買い控えの動きが始まっているようだ（高級レストラン）。
	企業動向関連	□	・一定の消費税増税前の駆け込み受注がみられるが、増税前の納期に間に合わない商談が散見されており、前回の増税時のような盛り上がりが見られない（その他サービス業〔建設機械リース〕）。
		○	・4月からの消費税増税対策として、ビート糖、段ボール用紙の本州向け輸送が大幅に増加している。この動きは3月まで継続する（輸送業）。
		▲	—
	雇用関連	○	・正社員の求人意欲が高くなっている。人口減少と景気回復が相まって、売手市場に拍車がかかっている（求人情報誌製作会社）。
		□	・求職者の求める求人が少なく、人気のない求人が充足できずに残っている。結果的に雇用数がなかなか増加していない状況にある（人材派遣会社）。
	その他の特徴コメント		◎：消費税増税前の駆け込み需要が本格的に表れている。一般家庭用家具、コントラクト用家具ともに活況である（家具製造業）。 ▲：降雪量が前年より多いことや、商品価格がややインフレに動いていることが要因となつてか、年が明けてから急に客の動きが悪くなっており、来客数が前年から4%減少している（スーパー）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・消費税増税前の駆け込み需要はあるとみているが、その後の冷え込みが心配である。ただ、駆け込み需要も前回の増税時ほどの期待はできない（スーパー）。
		▲	・消費税増税を控えて、3月に駆け込み需要で物販を買うことになれば、旅行に使う費用が控えられる（旅行代理店）。
	企業動向関連	□	・消費税増税前に多少は受注が増える。増税直後は反動減がみられても、その後はこれまでどおりの受注量に戻ることになる（食料品製造業）。
		○	・消費税増税の影響を避けるため、前年の秋に契約した工事が春先から実質的に着工されることから、建設業界の景気は上向くことになる（建設業）。
	雇用関連	□	・直接、利益につながる営業系の職種の求人が多いが、人気がなく、なかなか充足しない状況にある。このため、企業の売上向上につながらず、今後も変わらないまま推移する（人材派遣会社）。
	その他の特徴コメント		◎：3月末までは、消費税増税前の駆け込み需要が月を追うごとに大きくなる。3年前の地上デジタル放送移行時以来の大きな需要になるものと期待している（家電量販店）。 ×：自動車販売では、すでに駆け込み需要が起きているため、今後、一旦動きが落ち着き、その後落ち込むことになる（乗用車販売店）。

(D I)

図表20 現状・先行き判断D Iの推移



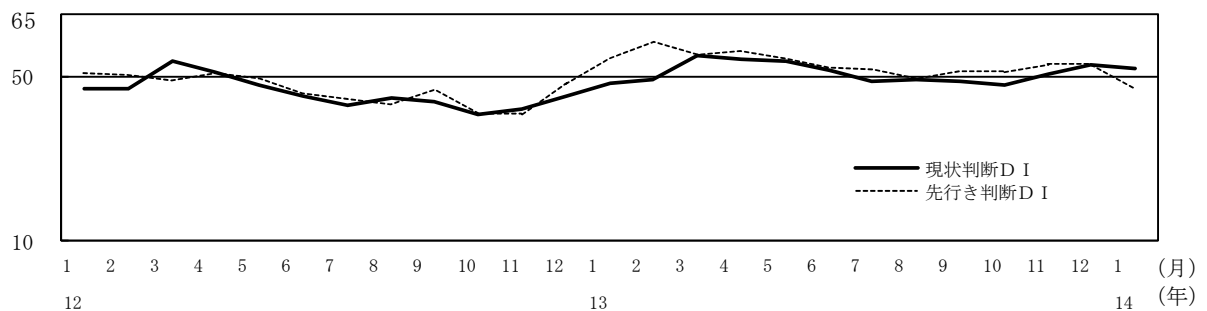
2. 東北

(◎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	□	・高額商品の販売量は好調であるものの、低価格商品の動きは鈍く、横ばいで推移している（一般小売店 [カメラ]）。
		○	・初売りは開店前の客列や販売量からも2けた増となり、年末商戦のマイナス基調から上向きへ転じた。内容は前年の高額商品の好調さを象徴するような、輸入ブランド、時計が大きくけん引している（百貨店）。
		▲	・来客数がいまいち振るわない。前年1月と比べると、曜日まわりで休日が多かったということもあるが、消費マインドがいまいち下がり気味だという実感がある（コンビニ）。
	企業 動向 関連	□	・自動車部品の国内需要は予想以上にある。輸出についても円安の影響で好調を維持している（一般機械器具製造業）。
		○	・輸送のみならず、当地区での設備投資もしくは設備の更新もあり、それに伴って重量品の設置作業も多忙を極めている（輸送業）。
		▲	・自動車業界ではハイブリッド車種の増産に伴い、その波及効果も徐々に見え始めているものの、コスト要求は依然として海外水準であるため、先行投資している中小企業にとっては先行き不透明な状況である（輸送用機械器具製造業）。
	雇用 関連	○	・新規採用数が増えてきている。製造業よりも消極的だったサービス業も採用意欲が高まっている。あるホテルは今春、20人の採用を発表している（新聞社 [求人広告]）。
		□	・少し業界に片寄りがあるが、住宅、学習塾等教育関係、飲食、小売の求人が相変わらず堅調である（人材派遣会社）。
	その他の特徴 コメント		□：今は県内にも除染関係の人などはある程度の人数がいるが、減ってきている。建設関係もだんだんと仕事量が少なくなってきたようで、動きが鈍くなっているのが現状である（コンビニ）。 □：携帯端末の生産数が頭打ちになっている（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	□	・当地域の公共事業及び大型民間物件工事が年度をまたいで多くあるため職人の手がない。受注予定はあるが、工期の確定が難しく契約ができない。自社物件は工期が半年以上遅延している（住宅販売会社）。
		▲	・3月は直前の駆け込みが見込まれるが、4月以降、特に4月に関しては消費税増税の影響をまともに受けることが予想され、高額品は前年の半分程度の売上にとどまると予測している（百貨店）。
	企業 動向 関連	□	・中古不動産などは年度内の駆け込み需要が見込めるものの、新築住宅の需要については落ち着きを見せている（司法書士）。
		○	・2、3月は季節要因により広告市場は好調であるが、今年は特に新聞、テレビ、折込、交通広告など幅広いメディアに打診がきている（広告業協会）。
	雇用 関連	○	・消費税増税前になり求人をけん引していた建設業の伸びが鈍くなったが、製造業の求人、特に食品製造が大幅に増加している（職業安定所）。
	その他の特徴 コメント		□：駆け込み受注の終了等により受注案件は期待できない。半導体関連や医療器関連等の引き合いは強いが、依然として単価及び納期は厳しく、その対応に苦慮している（金属工業協同組合）。 ▲：4月には消費税率も上がるので、当然消費者は買い控え、わが社でいえば食べ控えをする（一般レストラン）。

(D I)

図表21 現状・先行き判断D Iの推移



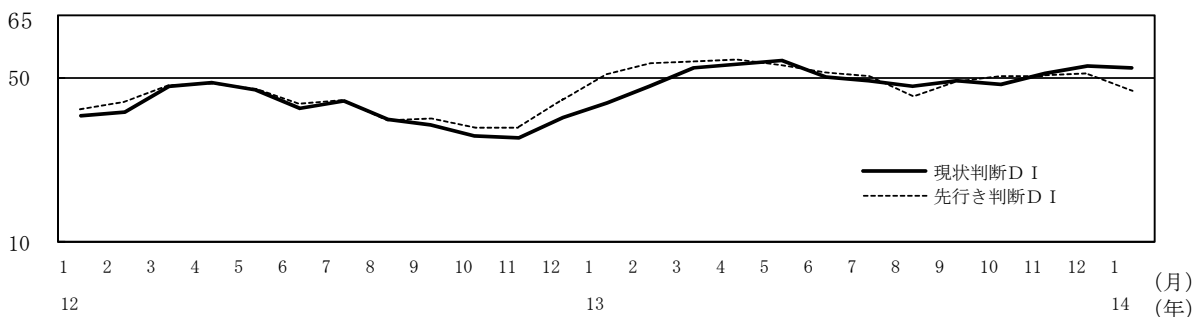
3. 北関東

(◎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	□	・衣料品は婦人、紳士、子ども共に低調な動きである。一方、化粧品等は好調に推移しており、トータルでは売上は3か月前と比べあまり変わらない（百貨店）。
		○	・商店街通りは新年になってから人通りが少し多くなったようである。また、駅前の飲食店、ホテルに外国人を多く見かけるようになった（商店街）。
		▲	・消費税増税の話が出てからずっと下り坂だが、年が明けてもその傾向は変わらない。当店の客は台所や食卓を預かる主婦が多いため、やはり生活必需品、身の回りの物などの値上がりが実感としてあるので、自分の衣料品までは回って来ない（衣料品専門店）。
	企業 動向 関連	□	・住宅関連の仕事については昨年10月から12月までは例年の3～4割仕事量が増え、通常であれば年明けに落ちるところ、例年の2～3割増となっている。ただし、消費税増税後は一気に落ちるのではないかと心配している（電気機械器具製造業）。
		○	・各メーカーとも高額品に動きがあり、総じて好調に推移している（食料品製造業）。
		×	・数量は前年とほぼ同数だが、原材料等が7～8%くらい値上がりしており、いまだに価格転嫁できずにいる（食料品製造業）。
	雇用 関連	□	・有効求人倍率は良くなってきているが、派遣や契約、アルバイト、パートが増え、正社員求人が伸び悩んでいる（民間職業紹介機関）。
		○	・機械関係は大型、小型自動車の生産要員としての募集が目立っている。小売では衣料品、食料品等求人数が伸びてきている。住宅着工関係は年末年始ということを考えると、増改築を含めて順調に伸びているように思われる（人材派遣会社）。
	その他の特徴 コメント		◎：消費税増税に伴う駆け込み需要の影響が顕著に表れている（家電量販店）。 ○：業績が回復傾向にある取引先と相変わらず動きがない取引先とに明確に分かれてきている（一般機械器具製造業）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・円安が続くとなれば輸入品を取り扱う業種は逆風である。政策で円安にしているのだから、バランスを考慮すべきである。デフレ脱却というが、販売価格は確かに高騰しているが、仕入価格も高騰しているため、利幅はむしろひっ迫している（通信会社）。
		▲	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、4月以降は販売台数が落ち込むのではないかと懸念している（乗用車販売店）。
	企業 動向 関連	□	・車の部品生産、公共工事を受注した建設業の会社は若干仕事があるが、それ以外は個人消費も含め、消費は非常に低迷している。一つの目安は春闘の賃上げかと思っている（金融業）。
		▲	・大手自動車メーカーの3か月見通しによると、受注関係についてはやはり高水準を保っており、繁忙感はあるが、収益状況は非常に厳しくなっている（輸送用機械器具製造業）。
	雇用 関連	□	・年度末に向け、いくつかの企業で人員整理を行う予定との情報がある。1年～1年半先に大手企業の撤退が予定されており、そのことも一部では影響しているようである（職業安定所）。
	その他の特徴 コメント		◎：久しぶりに大口の仕事が入り、今は本当に忙しい。3か月先が楽しみである（人材派遣会社）。 ○：2、3月は消費税増税前の駆け込み需要で売上は伸びると思うが、4月以降はその反動減で若干のマイナスが続く。その先は何とも言えない（百貨店）。

(D I)

図表22 現状・先行き判断D Iの推移



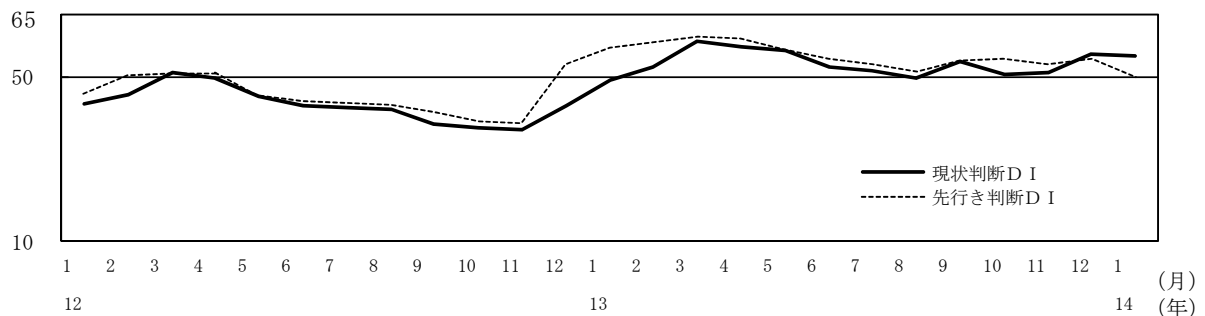
4. 南関東

(◎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	□	・現在は良いとも悪いとも言えない状態だが、4月の消費税増税を気にしている客がかなり多いようである。増税後の状況によって大分違ってくると思う（商店街）。
		○	・アクセサリー売場では、消費税増税前の駆け込み需要もあって単価が前年比で120%と大きく伸びている（百貨店）。
		▲	・本来ならば冬物バーゲンの最盛期でもっと売れるはずが、大変悪い状態が続いている（衣料品専門店）。
	企業動向 関連	□	・ほとんどの原材料が値上がりしていて、これからも上がっていくようである。今は値上げが難しく、利益は少なくなっていく（食料品製造業）。
		○	・建設業、不動産業共に業況が良い。建築資材や人件費の高騰もうまく転嫁できているようである（金融業）。
		▲	・以前受注した仕事の納期が近くなり、仕上げのために忙しい状況が続いている。しかし、次の仕事の予定が全然ない（金属製品製造業）。
	雇用 関連	□	・景気が良くなっているというニュースはよく耳にしているが、周辺の様子からはあまり感じられない。求職者数は増えてはいるが、非正規雇用がとても多い（求人情報誌製作会社）。
		○	・新規求人数の増加傾向は継続しており、正社員求人の割合も徐々に増加してきている。しかし、充足率でみると依然として前年を下回る状況にあり、好条件の求人内容にはまだ達していない（職業安定所）。
その他の特徴 コメント		◎：新車の販売では、各社とも消費税増税前の駆け込み需要の効果で通常の倍以上の来店客でにぎわい、販売台数も倍増している（乗用車販売店）。 ◎：顧客の人材需要はおう盛である（人材派遣会社）。	
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向 関連	□	・3月中旬までは新車販売が順調に伸びるが、4月以降は反動で減少する（乗用車販売店）。
		○	・4月の消費税増税前の2～3月までは好景気が続く。ここ1年程度は高額品が売上をけん引していたが、4月の増税直前にはそれに加えて実用品の駆け込み需要も見込まれる（百貨店）。
	企業動向 関連	□	・今年の福袋は多くが売れ残ったという情報もあり、冬物のバーゲンが早くも終わったが、結果は大分低迷した様子である（繊維工業）。
		○	・出荷量が少しずつではあるが増えている。消費税増税の影響が出ているのか分からないが、しばらくは継続しそうである（化学工業）。
	雇用 関連	□	・消費税増税がどう影響するかは見えないが、企業はそれを見込んで採用枠を決めているので3か月では変わらない。影響が長引くようであれば悪化が懸念される（民間職業紹介機関）。
その他の特徴 コメント		◎：訪日外国人観光客の数も右肩上がりです上昇しているため、4月以降に発生する増税による消費減退を多少はカバーできると考え、外国人客の招致に努力していく（家電量販店）。 ○：消費税増税前の駆け込み需要で3月までは受注がある。しかし、その後は取引先の情報を精査すると4～9月はどこも落ちる予想をしているので心配である（精密機械器具製造業）。	

(D I)

図表23 現状・先行き判断D Iの推移



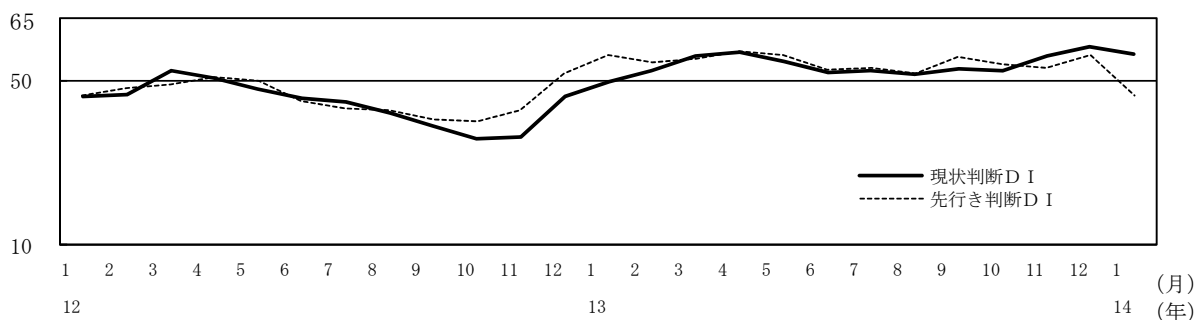
5. 東海

(◎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	□	・正月は天候も良く客の動きが良い形で売上に影響したが、下旬以降はその反動が来ている（一般レストラン）。
		○	・海外ブランドや時計の売上が引き続き好調を維持している。バレンタイン催事でも客単価が上がり、売上は前年を上回っている。売上増加の波が幅広い商品に広がっている（百貨店）。
		▲	・年明け以降、客単価が前年比 100% を割り始めている。1 品当たり単価、買上点数とも低下傾向である。消費税増税が身近に迫り、買い控え傾向が出ているように感じる（スーパー）。
	企業動向関連	□	・売上は悪くないが、原料価格高騰により利益確保が厳しくなっている（化学工業）。
		○	・販売量は若干ながら上向いている。特に高品質な商品の販売動向が良くなってきており、デフレ脱却の兆しもみられる（食料品製造業）。
	雇用関連	▲	・荷物の量は増えたが、経費が計画以上に増えて利益を圧迫して、経費が使えなくなってきた（輸送業）。
		○	・消費税増税前の駆け込み需要による自動車販売数の増加に伴い生産数も増加しており、求人も増えている（アウトソーシング企業）。
先行き	家計動向関連	□	・ソフトウェア関係の求職者がほとんど現れないという状況が続いている。求人は出てきているが、応募する人がいない（人材派遣会社）。
		○	・消費税増税前の駆け込み需要が本格化している。客の一番の関心は増税前に納車が間に合うかである（乗用車販売店）。
	企業動向関連	□	・景気は上向きであると思うが、消費者は高額品に向かっており、ファストフードや日用品を扱っているところではあまり変わらない（コンビニ）。
		▲	・消費増税前の駆け込み需要が本格化している。客の一番の関心は増税前に納車が間に合うかである（乗用車販売店）。
	雇用関連	○	・燃料費が前年と比較して 1 リットル当たり 10 円 60 銭も値上がりし、荷動きが良くなっても帳消しである（輸送業）。
		▲	・大企業の業績回復に関する報道が多いが、中小企業の業績には変化がない。むしろ円安による原材料価格高騰、電気料金の値上げに伴うコスト増分を大企業への販売価格に転嫁することが困難なこと等により、中小企業の業績見通しは厳しい。消費税増税前の駆け込み需要の反動による需要減退局面を予想する（公認会計士）。
	その他の特徴コメント		○：消費増税前の駆け込み需要がほとんどみられないので、その後の落ち込みもないと予想する。また、建設業界の人手不足により、施工価格も現状を底にして徐々に上がっていくと期待する（電気機械器具製造業）。

(D I)

図表24 現状・先行き判断 D I の推移



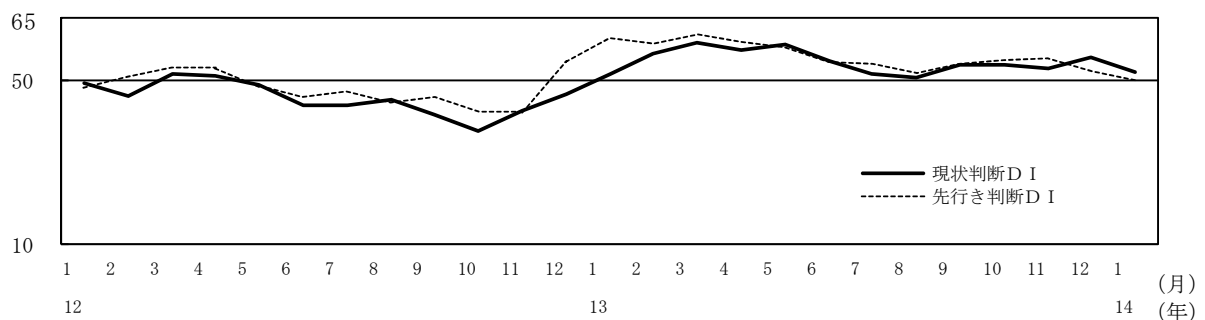
6 . 北陸

(◎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	□	・宝飾や時計などの限定的な商品ではあるが、今年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要が出てきている。ただし、冬物のクリアランスセールについては、天候要因もあり、多少動きが悪い状況下にある（百貨店）。
		○	・今月の売上状況については、パソコンは今年4月に代表的なOSの旧バージョンのサポートが終了することに起因して、また、冷蔵庫や洗濯機などの生活家電については消費税率引上げ前の買換え需要に伴い、増加傾向にある（家電量販店）。
		▲	・前年同月と比較すると、来客数の減少傾向を始めとして、客単価及び販売額についても低下傾向にあった。少なくとも、不要不急の旅行へ向かう消費マインドが全くみえない状況下にある（旅行代理店）。
	企業 動向 関連	○	・受注数量については、輸出関連のスポーツ素材及び車両関係資材の増加に伴い、前年同月を上回る状況下にある（繊維工業）。
		□	・今月に入ってから、今年4月の消費税率引上げに伴う物量の増加傾向が多少緩慢になってきているように感じているが、全体としては3か月前の状況とほとんど変わっていない（輸送業）。
		▲ ×	・円安に伴い、中小企業においては、輸入原材料価格が上昇しており、当該為替状況に伴う輸出に対するメリットはほとんど享受できていないように見受けられる（税理士）。 ・同業者より、今は不動産物件の購入者がほとんど存在しないという話がよく聞かれたことから、3か月前の状況よりやや悪くなっていると認識している（不動産業）。
	雇用 関連	□	・派遣需要件数は増加傾向にあるが、求められるレベルに達していないことから即戦力とはなり得ない人材が多数であるため、マッチング件数が少ない（人材派遣会社）。
		○	・新規求人数は前年同月より増加した。なお、新規求人数のうち、製造業は前月に引き続き、前年同月より増加した（職業安定所）。
	その他の特徴 コメント		□：和食の世界無形文化遺産登録の影響に伴い、都市部を始めとして当地を訪れる観光客が前年同月より多少増加しているとの声が聞かれた（一般小売店〔鮮魚〕）。 □：当社が販売している食品や日用品などの商材はいずれも低単価であるため、今年4月の消費税率引上げを見込んだ駆け込み需要は全くみられない状況下にある（スーパー）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・当社の主要商材であるカジュアル衣料品については、消費税率引上げ前に急いで購入しなければならないほど単価が高くないこともあり、消費の優先順位が低いと考えている（衣料品専門店）。
		▲	・今年4月の消費税率引上げが客の心理にマイナスの影響を与えることが予想され、今月よりやや悪くなると想定している（スナック）。
		○	・今年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要に期待をしていることから、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する（乗用車販売店）。
	企業 動向 関連	○	・技能工の不足や資材価格の上昇により無理な受注競争を避ける業者が多く、当面は低価格の受注競争は緩和傾向が続くと考えられる（建設業）。
		□	・国内の設備投資案件についても引き合いを含め単発であることから、今後2～3か月先の状況については大きな変化が見込めないと想定している（一般機械器具製造業）。
	雇用 関連	□	・正社員の募集が増加傾向にはないことから、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している（求人情報誌製作会社）。
	その他の特徴 コメント		□：今年4月の消費税率引上げに伴い、当該消費行動がどのようになるかは不明であることから、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらない（一般レストラン）。 ▲：今後2～3か月先の状況については、今年4月の消費税率引上げ実施の影響に伴い、ファッションアイテムの売上減少が想定されることから、全体としては今月よりやや悪くなると予想している（百貨店）。

(D I)

図表25 現状・先行き判断D Iの推移



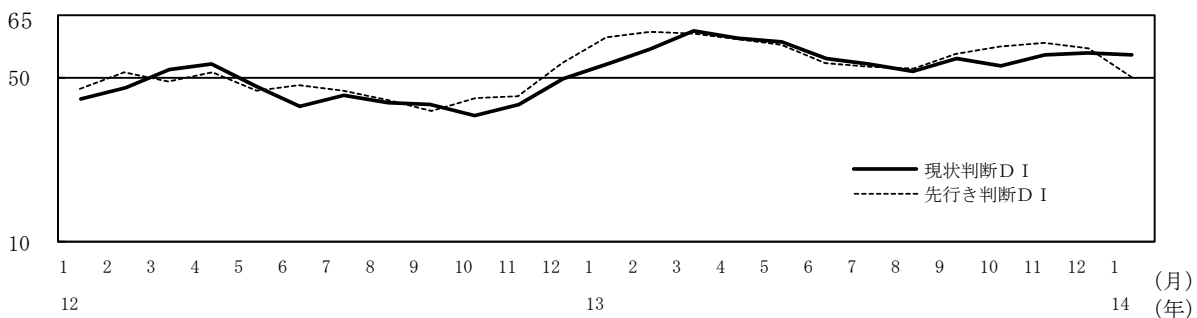
7. 近畿

(◎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	□	・分譲マンションのモデルルームでは、昨年後半に集客に若干の落ち込みがみられたものの、年明け以降は順調に推移しており、動向は横ばいとなっている（その他住宅〔情報誌〕）。
		○	・従来よりも1ランク上の商品が売れる傾向が続いている。ただし、値上がりや消費税増税絡みでは非常に敏感で、安くなった商品は並んででも買うなど、一概に良いとはいえない状況である（スーパー）。
		▲	・年明けの初売りも、年末セールの前倒しの影響で今一つ盛り上がり欠けている。福袋が朝一番に売れるだけであり、消費が極端に絞られている。客は2月の最終セールへの期待と、消費税増税対策の生活応援セールを待っている状態である（商店街）。
	企業動向 関連	□	・消費税増税の影響で3月末完成の工事が増え、技術者、技能労務者が不足し、特に技能労務者の取り合いが続いている。官庁関係でも工期が3月末の工事は入札辞退、不調が続出している（建設業）。
		○	・年末年始を迎え、消費税増税前の駆け込み需要の増加が明確に表れている。店舗施設、マンション、戸建住宅向けの受注や、家電商品の受注量が好調を示している（電気機械器具製造業）。
		▲	・正月明けから荷物量が激減している。消費税増税前の3月ぐらいに増えると思われるが、今は減少している（輸送業）。
	雇用 関連	○	・製造業、建設業、運輸業の新規求人が非常に好調である。ただし、新規求職者が減少していることから、紹介数が大幅に減少している。その割に採用数は横ばいとなっており、紹介成功率の上昇がみられるなど、企業の採用意欲の向上と選考基準の緩和がうかがえる（職業安定所）。
		□	・求人票の掲示枚数は増えているが、日雇い建設労働者不足のため、いつまでも充足しない。そのため求人数も頭打ちになっている（民間職業紹介機関）。
その他の特徴 コメント		○：就職内定者が増えている影響で、卒業旅行の件数が増加傾向にある（旅行代理店）。 □：フル生産しても、取引先からの注文に対応できない状態が続いている（金属製品製造業）。	
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向 関連	□	・消費税増税前の駆け込み需要が3月に向けて出てくるが、4月以降は3か月ほど厳しくなる。その後の回復に期待するが、注目のベアの結果も影響するため、予測が難しい（スーパー）。
		▲	・消費税増税を前に、ある程度の駆け込み需要は期待できるが、その後の反動の方が心配である（乗用車販売店）。
	企業動向 関連	□	・受注の見込みが定まらない状態である（金融業）。
		○	・消費税増税前の駆け込み需要もあって、2、3月は折込件数の増加が期待できるものの、4月以降が心配である（新聞販売店〔広告〕）。
	雇用 関連	□	・日雇い労働市場では建設労働者不足のため、受注を抑えざるをえないという事業主が大半である（民間職業紹介機関）。
	その他の特徴 コメント		◎：消費税増税対策の生活応援セールなど、増税前のまとめ買いを誘う企画による、売上増加の期待は大きい。また、4月以降も生活応援セールを開催する（商店街）。 ▲：消費税増税に伴う印刷物の記載変更にかかるコストがかかっている。客への案内の際も、税金・サービス料込みというケースが多いので、対応に苦慮している。一般企業への影響はさほど大きくないものの、やはり個人利用客には苦戦を強いられる（都市型ホテル）。

(D I)

図表26 現状・先行き判断D Iの推移

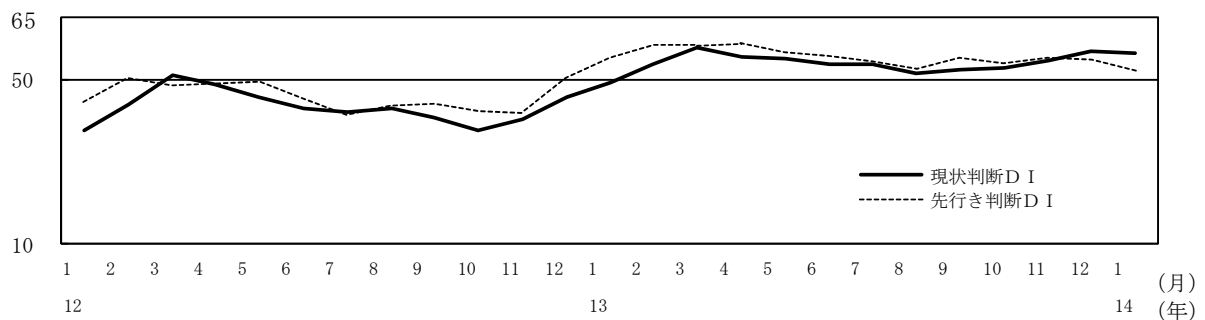


8 . 中国

(◎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	□	・ 来客数は横ばい状態が続いている。高額商品は好調であるが、当店のように単価の低い店はまだ伸びがない（その他専門店〔ファッション雑貨〕）。
		○	・ 消費税増税が近づき、高額な冷蔵庫、洗濯機、エアコン、テレビ、パソコンの販売量が大幅に伸びている（家電量販店）。
		▲	・ 一般消費者の外食機会は減少しているが、持ち帰り需要は若干伸びている。正月後は、単価は低下し、来客数も減少傾向にある（一般レストラン）。
	企業 動向 関連	○	・ 品質面や円安傾向を背景とした日本国内造船所への発注の回帰、米国シェールガス輸送のLNG運搬船の需要等、国内造船所の仕事量確保に明るい話題が出そろい始めた（輸送用機械器具製造業）。
		□	・ 受注量は、ここ3か月、同水準で推移している（金属製品製造業）。
		▲	・ 電子機器関連で、販売量が減少傾向である（非鉄金属製造業）。
	雇用 関連	○	・ 新規求人数は増加を続けている。業種別では、建設業、製造業、運輸業、卸・小売業、医療・福祉など、ほとんどの業種において増加している。特に、派遣事業者からの求人申込が目立っている（職業安定所）。
		□	・ スマートフォン関連部品などが好調なハードウェア製造業や、出雲大社遷宮ブームで観光客の入り込みが好調な宿泊業では求人が増加したが、その他の業種が横ばいであったことから、求人全体では、微増に止まった。有効求人倍率は、3か月連続で0.9倍台をキープした（その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕）。
その他の特徴 コメント			○：ギフト解体セールが、例年以上に人気を集めている。油、コーヒー、のり、酒など、保存のきく商品に人気が集中している。4月の消費税増税を控え、客にまとめて買う姿勢が強まっている。また、ファッションでも、春物の先行購買も目立っている（百貨店）。 □：来客数は、正月期間は前年より良かった。それ以降は、平日がかなり落ち込み、前年とほぼ同じくらいの来客数にとどまっている（高級レストラン）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・ 消費税増税を控え、駆け込み需要を期待しているが、冬のセールは今一つである。ベースアップが実施され、客の懐が暖かくなると、景気が良くなるという希望が持てない（百貨店）。
		▲	・ 新築工事は春までにほぼ終了の予定で、今後のリフォーム工事もあり期待が持てない。官庁からの仕事が出るとしても、しばらく先になりそうである（設計事務所）。
	企業 動向 関連	□	・ 自動車関連などで、消費税増税による反動減を見込むが、好調な建築分野が下支えとなり、需給タイトが継続する（鉄鋼業）。
		○	・ 自動車部品メーカーでは、円安による輸出好調が続く。北米向けは好調を持続し、中国向けが回復することから、増収増益を期待する（金融業）。
	雇用 関連	○	・ 新年に入って、新規オープンした店舗が複数あり、パート及びアルバイトが主ではあるが、雇用の動きが出ている（職業安定所）。
	その他の特徴 コメント		

(D I) 図表27 現状・先行き判断D Iの推移



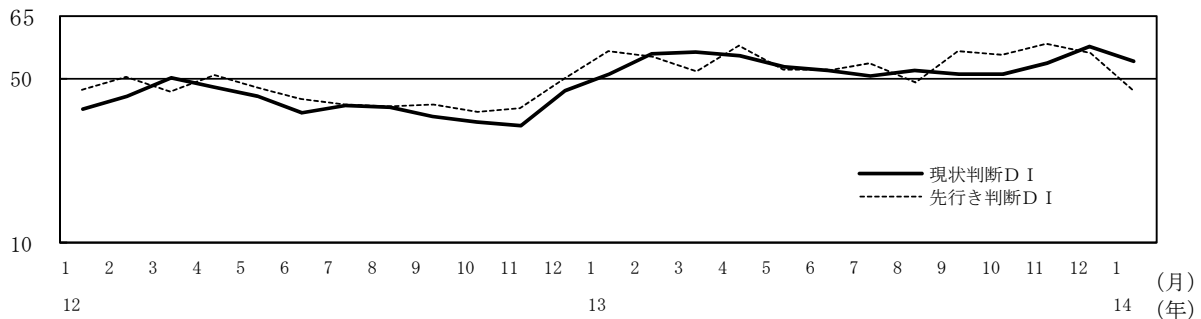
9 . 四国

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

現状	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・ 来客数に変化はない。低価格志向が定着し、欲しい品物でも価格を見ている。給料が増えるかどうかでなく、増えてから考えるというような様子である（一般レストラン）。
		○	・ 消費税増税前の駆け込み需要で大きく販売量を伸ばしている。これは3月中旬まで続くと思われる（乗用車販売店）。
		▲	・ 天候不順の影響もあると思うが、年始商戦終了後は来客数が減少している（スーパー）。
	企業 動向 関連	□	・ 相変わらず職人不足で、受注に苦労している（建設業）。
		○	・ 工場設備は、制御盤やモーターの改修などが良い。太陽光発電は50キロ前後の低圧タイプが非常に好調で、問い合わせも多い（電気機械器具製造業）。
		▲	・ 印刷業界では消費税増税前の駆け込み需要は感じられない。増税後の価格転嫁も難しいため、経営は厳しさが増す（広告代理店）。
雇用 関連	○	・ 製造業や建設業で受注増が顕著となっており、消費税増税後も堅調に業績が上向くとの声がよく聞かれる。また、派遣料金の単価改定についても前向きな姿勢がうかがえる（人材派遣会社）。	
	□	・ 過去最高の求人倍率が続いているが、非正規雇用が大半を占めるなど、雇用条件に好転は見られない（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント		○：小売店からの発注が増えてきている（繊維工業）。 ▲：初売りや福袋等の売行きは好調であったが、第2週目以降は客足が止まっている。見に来ているだけで、購買意欲は全く感じられない。本当に財布のひもが固くなっている（商店街）。	
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・ 現在は消費税増税前の駆け込みで来客数は若干増えているが、消費税増税後また元に戻る（家電量販店）。
		○	・ 消費税増税を前に個人旅行の申込が増加。平均単価も例年を上回りつつある（旅行代理店）。
	企業 動向 関連	○	・ 近隣に製造工場が新設する等、周辺の動きは活発である。またエリア内での求人倍率が1倍を超えている（食料品製造業）。
		□	・ 主力取引先の造船会社の受注状況は堅調であるが、当社への発注は半年から1年先となるため、受注量・価格ともに変化はない（鉄鋼業）。
	雇用 関連	○	・ 建設業、卸・小売業に加え、製造業等においても、求人が増加傾向にある。アベノミクス効果が幅広い業種に波及している様子が見受けられる（職業安定所）。
	その他の特徴 コメント		□：周辺企業の業績回復に合わせて、人員の募集は引き続きある。ただ、求職者数が増えていないので求める人物が採用できず、マッチングの割合は低く留まっている（求人情報誌）。 ▲：消費税増税前の駆け込み需要から売上は上昇すると推定する。ただし、景気が上昇しての売上増ではない。前回の消費税増税時には年間で1％程度の売上減であった（スーパー）。

(D I)

図表28 現状・先行き判断D Iの推移



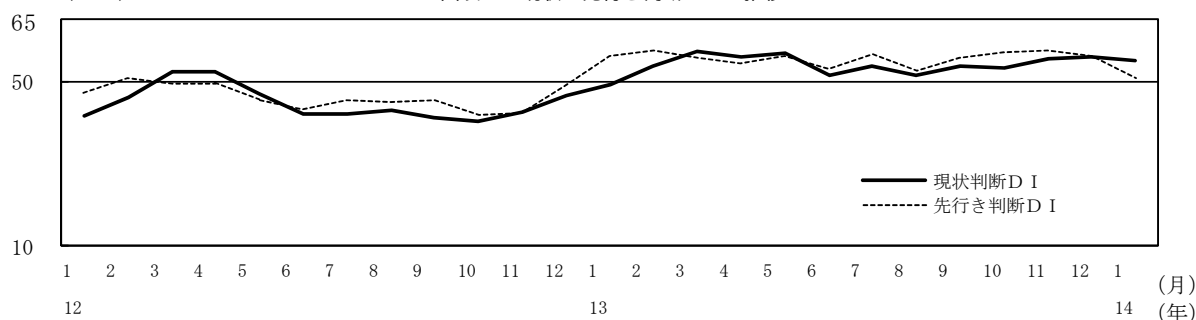
10. 九州

(◎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	□	・正月旅行が好調であった反動か、年明け1月の予約が特に国内旅行を中心に鈍い（旅行代理店）。
		○	・年末年始の最長9連休のおかげで帰省客が多く、お土産をまとめ買いする方も多かったため売上が伸びた（その他小売の動向を把握できる者[土産卸売]）。
		▲	・平日特に歓楽街の動きが非常に悪い。客の帰りが早いようで、早く店を閉めるところが結構多い（タクシー運転手）。
	企業 動向 関連	○	・消費税増税前の駆け込み需要が増えている。売上は前年比120%程度と増えた。1件当たりの受注金額は増えていないが、受注件数が増えている（家具製造業）。
		□	・売上は昨年よりも良くなっているが、原材料価格の高騰、特にガスの価格高騰が激しく、3、4割も値が上がっている。原材料や資材、下請からの値上げ攻勢も強く、利益を圧迫している（窯業・土石製品製造業）。
		▲	・受注が全く増えないので、久しぶりの経験だが工場を休みにしなければならない。高いものは売れていると聞くが、私たちの生産するようなものとはかけ離れている（繊維工業）。
	雇用 関連	○	・業績が上がり、賃金・賞与が上がった企業や、賃上げを検討しているとの企業が見受けられるようになってきている（職業安定所）。
		□	・求人数は昨年を上回って推移しているが、採用ができないため繰り返し求人をしている企業が増えている（求人情報誌製作会社）。
		◎	・継続的に求人依頼数が前年比150%で推移している（人材派遣会社）。
	その他の特徴 コメント		□：年末年始ということで物流が上下しているだけで、予定より大幅に物が動いているとは言えない状況である（農林水産業）。 ▲：預かっている荷物の荷動きが悪くなっている。出荷量が徐々に落ちてきている（輸送業）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・耐久消費財の自動車、家等は需要増の見込みがあるかもしれないが、食料品、住居関連用品等はあまり需要増は見込めないため、今の流れと変わらない状況で推移する（スーパー）。
		○	・今後、ブラジルサッカーワールドカップや東京オリンピックを控え4K・8Kテレビの普及も期待でき、契約数も徐々にではあるが増加すると期待している（通信会社）。
	企業 動向 関連	□	・受注残は増加傾向だが、職人不足による工事延期で売上延期が続いている。材料費の高騰、輸送費の高騰により、2、3か月は変わらないとみている（金属製品製造業）。
		○	・受注先から受注量が増え、作業人員も足りない状態にある。これは、中国向けの家庭電化製品部品の影響であり、まだはつきりはしていないが、今後も増産計画になる（精密機械器具製造業）。
	雇用 関連	□	・有効求人倍率がかなり上昇傾向にあるが、製造業等にやや求人数の減少が見込まれるので、現状の数字がしばらく続くのではないかと（職業安定所）。
	その他の特徴 コメント		▲：消費税増税前の駆け込み需要による発注のピークは過ぎ、1月に入って設計の新たな発注はかなり少なくなった（その他サービス業[設計事務所]）。 ×：新車販売においては予想以上に消費税増税前の駆け込み需要が大きい。4月以降はその反動減があり厳しい状況になる（乗用車販売店）。

(D I)

図表29 現状・先行き判断D Iの推移



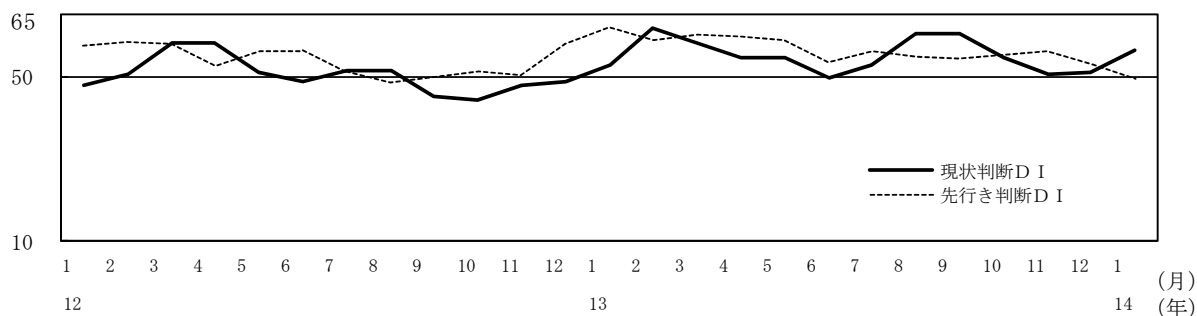
11. 沖縄

(◎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	□	・消費税が上がる前に旅行に行きたい、という話はよくある。2月中旬後半～3月の旅行の問い合わせが増えてはいるが、予約率としてはまだまだである（旅行代理店）。
		○	・年末年始の商品の販売量が例年よりも良かった（一般小売店[菓子]）。
		▲	・前年10月以降、消費税増税の駆け込み需要の反動により建築請負契約が大きく減少している（住宅販売会社）。
	企業 動向 関連	□	・モデルハウス来場や引き合い、相談件数の多さの割には、契約に結び付く件数は少ない（建設業）。
		○	・観光土産商品としての売上増が目立つ（食料品製造業）。
		◎	・離島で全般的に生コンクリート及びアスファルト共に受注が増えている。一括交付金の影響と思われるが、以前は少数の大型物件が出ていたのと比較すると、各市町村の小型物件も万遍なく出ており、民間工事も散見される（輸送業）。
先行き	雇用 関連	○	・年度末が近づいているにもかかわらず追加求人がある。理由は業務多忙による人員増員とのことである（学校[専門学校]）。
		□	・白物家電等の耐久消費材を取り扱う小売業を中心に、企業の求人は、堅調に推移している（人材派遣会社）。
	その他の特徴 コメント		○：注文住宅の消費税増税前の駆け込み契約は9月で終わり、その反動減があった10月と比較すると、やや良くなっていると考え。来場客数は増加傾向で、消費税増税前に間に合う、3月の建売棟販売への商談も動いている（住宅販売会社）。 □：今月は前年同月に比べ物産催事を減らし、売上が鈍化するものと予測していたが、衣料品部門では前年比5%アップ、食品部門では2%アップと、3か月前とほぼ同様の堅調な伸びとなっている。客単価は前年を割るも、来客数では7%アップと比較的来客数の伸びは良い（百貨店）。
	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・消費税増税前の駆け込み需要で、多方面において2月中旬～3月は売上がアップすると予測する。ただし、4月以降は必ずその反動がある（コンビニ）。
		▲	・3月は消費税増税前の駆け込み需要で上がるとみられるが、特に4月はその反動は免れないと判断している。6月まで前年を割るの見通しを立てている（百貨店）。
先行き	企業 動向 関連	○	・消費税率が上がるまでの限定ではあるが、全体的な景気が上向きであることから、傾向としては良くなる方向にあるとみられる（会計事務所）。
		□	・客先の受注残は積まれており、施工業者自体が鉄筋や型枠工等の職人不足が発生する程、需要が活性化している（輸送業）。
		▲	・様子見、あるいは検討期間の長い客が多い（建設業）。
		×	・4月の消費税増税による消費の減少が考えられる（食料品製造業）。
	雇用 関連	○	・求人件数が、前年同月比で微増ではあるが、増加し続けている（求人情報誌製作会社）。
	その他の特徴 コメント		◎：現状の予約状況から見込まれる2、3か月先の稼働率においては、前年同月実績を上回る見込みである。企業等の団体宿泊利用も含め、予約が動き始めてきている（観光型ホテル）。 ▲：建売棟販売などの消費税増税前の駆け込み需要が3月で終わり、住宅営業の受注は減少すると考える。しかし、住宅ローン減税やフラット35の100%融資等の制度を活用できれば、「悪くなる」まではならないと考える（住宅販売会社）。

(D I)

図表30 現状・先行き判断D Iの推移

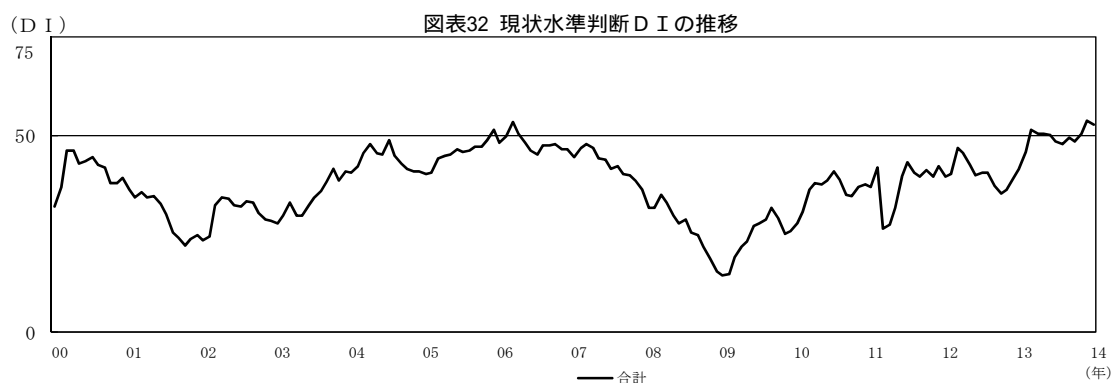


(参考1) 景気の現状水準判断D I

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	2013 8	9	10	11	12	2014 1
合計		47.8	49.3	48.5	50.6	53.6	52.8
家計動向関連		45.6	46.4	45.3	48.2	50.7	49.5
小売関連		44.2	45.2	43.8	48.0	50.1	50.6
飲食関連		42.6	38.5	39.5	42.1	49.7	42.0
サービス関連		47.2	47.2	48.0	49.9	52.2	48.3
住宅関連		53.7	61.9	53.7	48.4	50.6	51.9
企業動向関連		49.6	52.6	52.1	53.0	58.1	56.9
製造業		47.1	49.6	50.3	53.3	57.5	58.8
非製造業		51.7	55.1	53.7	52.9	59.0	55.5
雇用関連		58.2	60.7	61.4	60.6	62.4	65.2



図表33 景気の現状水準判断D I (各分野計)

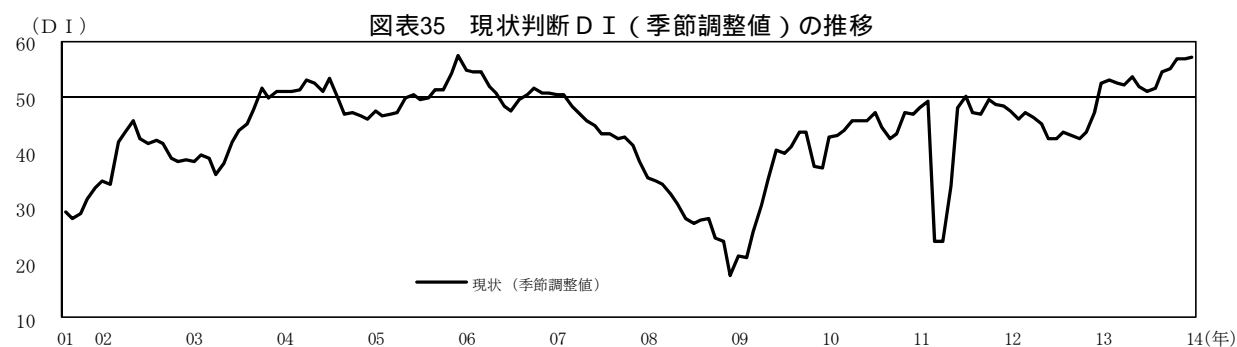
(D I)	年 月	2013 8	9	10	11	12	2014 1
全国		47.8	49.3	48.5	50.6	53.6	52.8
北海道		54.3	53.3	53.3	51.5	55.6	53.7
東北		47.6	46.4	45.1	48.2	50.1	50.6
関東		44.6	46.6	46.5	47.4	50.7	51.5
北関東		41.8	42.2	43.7	45.7	47.2	49.0
南関東		46.3	49.3	48.1	48.4	52.6	52.9
東海		49.1	50.0	48.8	52.6	56.5	54.8
北陸		48.5	50.5	50.3	50.5	53.0	52.3
近畿		47.3	51.1	48.8	51.7	54.9	51.7
中国		49.6	51.0	51.3	54.3	56.5	58.0
四国		44.4	44.7	46.4	49.5	54.9	51.4
九州		48.6	50.5	50.4	53.3	54.9	53.4
沖縄		57.9	62.5	53.7	53.0	53.8	54.4

(注) 景気の現状をとらえるには、景気の方方向性に加えて、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。

(参考2) 全国の動向D Iの季節調整値

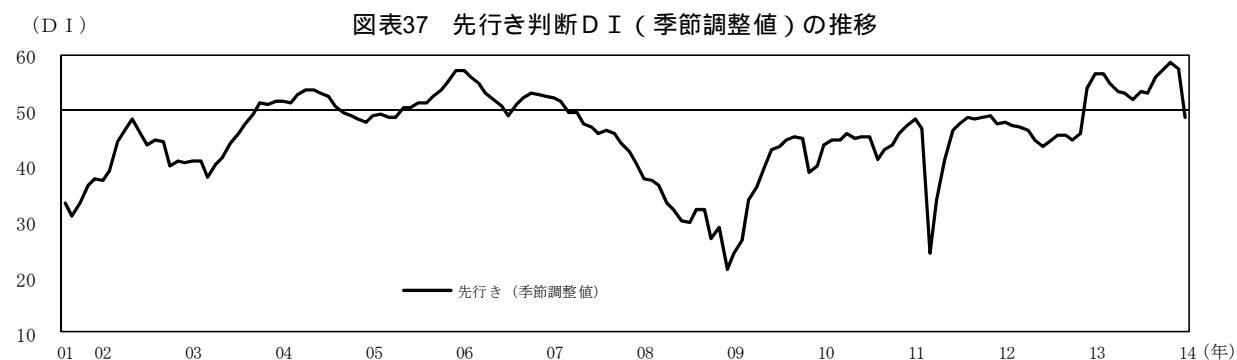
図表34 現状判断D I (季節調整値)

(D I)	年 月	2013 8	9	10	11	12	2014 1
現状 (季節調整値)		51.6	54.6	55.1	56.9	56.9	57.4



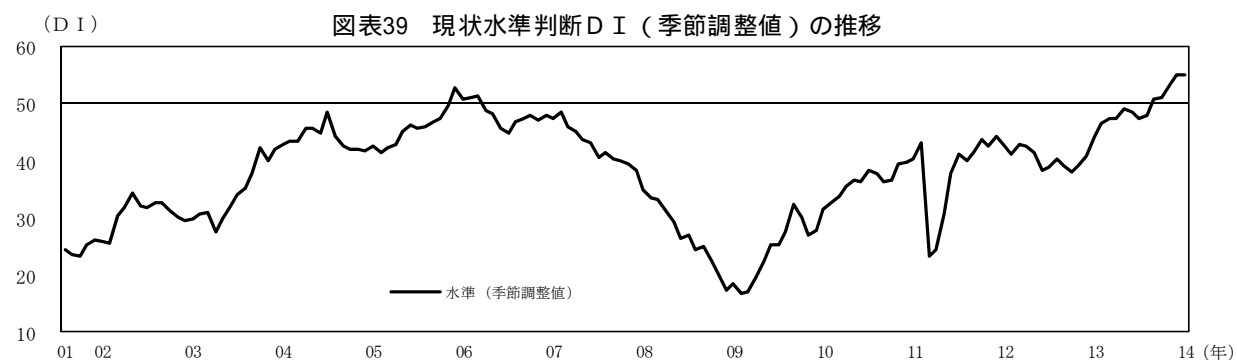
図表36 先行き判断D I (季節調整値)

(D I)	年 月	2013 8	9	10	11	12	2014 1
先行き (季節調整値)		53.0	56.1	57.2	58.7	57.4	48.9



図表38 現状水準判断D I (季節調整値)

(D I)	年 月	2013 8	9	10	11	12	2014 1
水準 (季節調整値)		47.8	50.8	51.0	53.4	55.0	55.1



図表 40 現状判断、先行き判断、現状水準判断の季節指数

年 月	2013 8	9	10	11	12	2014 1
現状	-0.4	-1.8	-3.3	-3.4	-1.2	-2.7
先行き	-1.8	-1.9	-2.7	-3.9	-2.7	0.1
水準	0.0	-1.5	-2.5	-2.8	-1.4	-2.3

(注) 季節調整値は原数値から季節指数を減算した値。

図表 41 季節調整値のスペック概要一覧（データ期間：2002 年 1 月～2013 年 12 月）

項目	現状判断D I	先行き判断D I	現状水準判断D I
曜日調整	なし	LPYEAR	なし
異常値	TC2008. Dec TC2011. Mar	TC2008. Dec TC2011. Mar	TC2011. Mar
ARIMAモデル	(2 1 2) (0 1 1)	(3 1 1) (0 1 1)	(0 1 1) (0 1 1)
X11パートの設定			
①モデルのタイプ	加法型	加法型	加法型
②移動平均項数	seasonalma=MSR	seasonalma=MSR	seasonalma=MSR
③ヘンダーソン 移動平均項数	13 項	9 項	13 項
④特異項の管理限界	下限 1.5 σ 上限 2.5 σ	下限 1.5 σ 上限 2.5 σ	下限 1.5 σ 上限 2.5 σ
その他	Maxlead=3 の MARP が最少	Maxlead=3 の MARP が最少	Maxlead=3 の MARP が最少

※2013 年 12 月分の調査結果公表に伴い、季節調整替えを行った。なお、季節調整替えに伴い、2002 年 1 月に遡って季節指数、季節調整値は改訂されている。