

景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

平成 26 年 5 月調査結果

平成 26 年 6 月 9 日



内閣府政策統括官
(経済財政分析担当)

今月の動き (2014年5月)

5月の現状判断DIは、前月比3.5ポイント上昇の45.1となり、2か月ぶりに上昇した。

家計動向関連DIは、百貨店、スーパー、コンビニなどで、消費税率引上げ後の駆け込み需要の反動減が和らいだこと等から上昇した。

企業動向関連DIは、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DIは、多くの業種で求人が増加したこと等から上昇した。

5月の先行き判断DIは、前月比3.5ポイント上昇の53.8となり、2か月連続で上昇した。

先行き判断DIについては、消費税率引上げ後の駆け込み需要の反動減の影響が薄れていくことや夏のボーナスが増加することへの期待等から、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、「景気は、緩やかな回復基調が続いているが、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動により、このところ弱い動きもみられる。先行きについては、緩やかに回復していくと見込まれる」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	260人	89.7%
東北	210人	210人	100.0%	中国	170人	166人	97.6%
北関東	200人	175人	87.5%	四国	110人	93人	84.5%
南関東	330人	301人	91.2%	九州	210人	183人	87.1%
東海	250人	230人	92.0%	沖縄	50人	41人	82.0%
北陸	100人	95人	95.0%	全国	2,050人	1,868人	91.1%

(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。

	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、45.1となった。企業動向関連のDIが低下したものの、家計動向関連、雇用関連のDIが上昇したことから、前月を3.5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2か月連続で下回った。

図表1 景気の現状判断DI

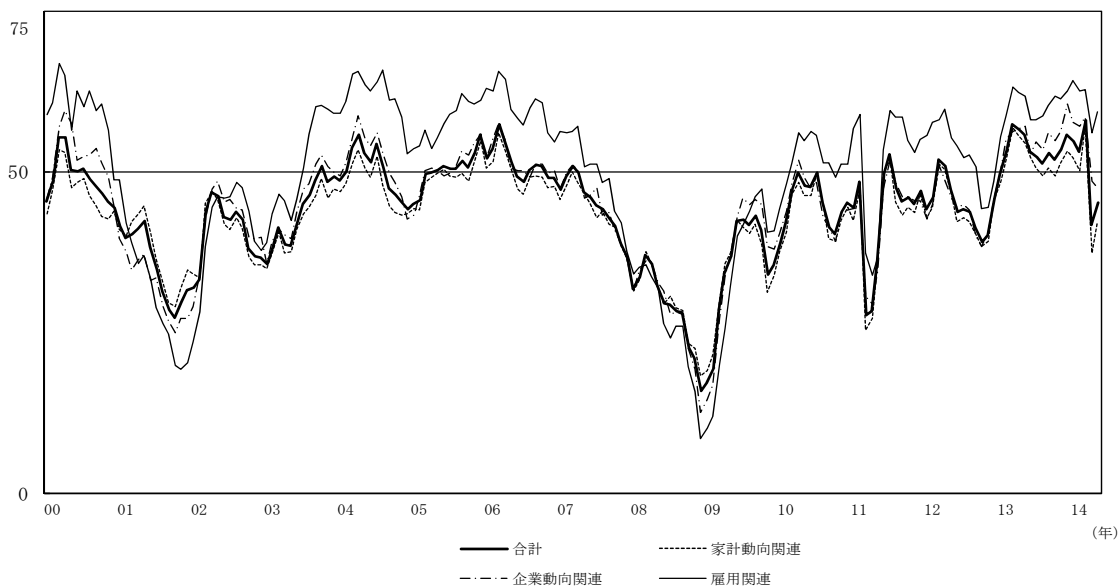
(DI)	年	2013	2014					(前月差)
	月	12	1	2	3	4	5	
合計		55.7	54.7	53.0	57.9	41.6	45.1	(3.5)
家計動向関連		53.1	52.2	50.2	57.0	37.2	42.1	(4.9)
小売関連		53.7	54.0	52.3	60.7	31.9	39.2	(7.3)
飲食関連		52.4	45.7	42.2	48.8	48.1	43.7	(-4.4)
サービス関連		53.2	50.5	47.5	52.5	44.1	47.7	(3.6)
住宅関連		46.8	50.0	50.6	50.3	44.7	43.4	(-1.3)
企業動向関連		60.4	57.7	57.0	58.4	48.5	47.4	(-1.1)
製造業		60.5	57.7	55.2	57.0	50.0	47.9	(-2.1)
非製造業		60.5	57.5	58.8	59.6	47.5	46.9	(-0.6)
雇用関連		62.5	64.2	62.6	62.8	55.9	59.3	(3.4)

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
2014	3	8.4%	34.8%	40.6%	12.5%	3.7%	57.9
	4	1.7%	16.6%	41.1%	27.8%	12.8%	41.6
	5	1.3%	19.0%	45.7%	27.0%	7.1%	45.1
(前月差)		(-0.4)	(2.4)	(4.6)	(-0.8)	(-5.7)	(3.5)

(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、53.8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3.5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2か月連続で上回った。

図表4 景気の先行き判断D I

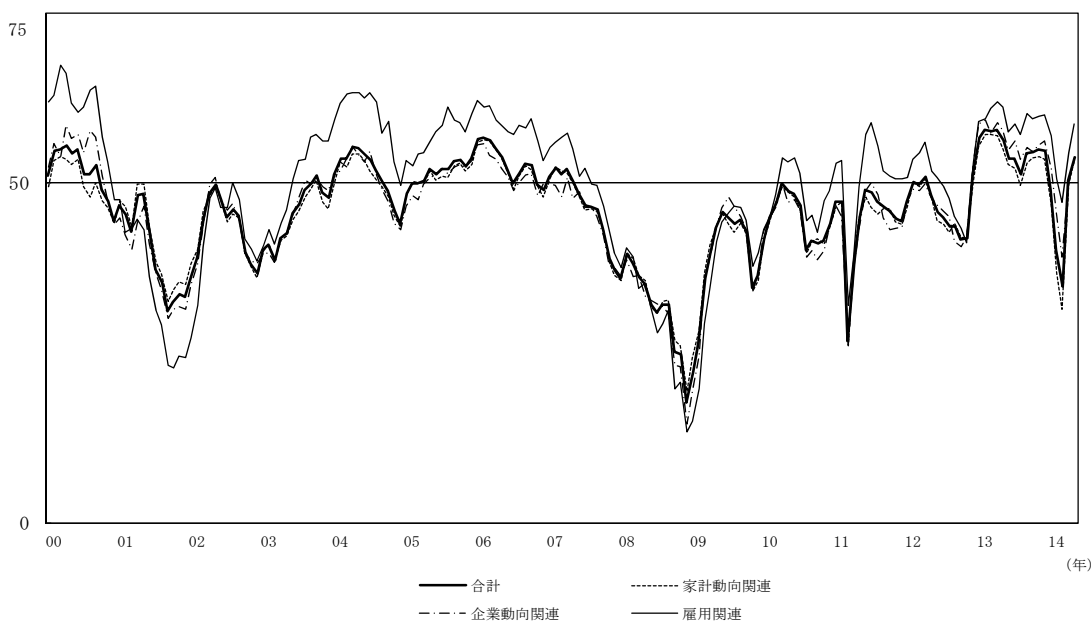
(D I)	年	2013	2014					(前月差)
	月	12	1	2	3	4	5	
合計		54.7	49.0	40.0	34.7	50.3	53.8	(3.5)
家計動向関連		53.4	46.8	36.7	31.3	49.8	53.1	(3.3)
小売関連		56.5	47.0	32.8	25.6	50.1	54.1	(4.0)
飲食関連		43.3	39.2	32.8	32.2	46.8	48.2	(1.4)
サービス関連		50.4	48.3	44.1	41.2	50.7	53.5	(2.8)
住宅関連		48.1	45.7	43.6	39.5	46.2	47.8	(1.6)
企業動向関連		56.2	52.0	45.1	39.0	49.9	53.5	(3.6)
製造業		57.4	52.1	44.0	40.2	50.4	52.1	(1.7)
非製造業		55.4	52.3	45.9	38.1	49.7	55.0	(5.3)
雇用関連		60.0	56.8	50.5	47.1	54.4	58.6	(4.2)

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
2014	3	1.3%	10.4%	29.1%	43.8%	15.3%	34.7
	4	1.9%	25.6%	49.0%	18.5%	4.9%	50.3
	5	2.1%	31.3%	49.5%	13.7%	3.4%	53.8
(前月差)		(0.2)	(5.7)	(0.5)	(-4.8)	(-1.5)	(3.5)

(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（7.3ポイント上昇）、最も上昇幅が小さかったのは北海道（1.1ポイント上昇）であった。

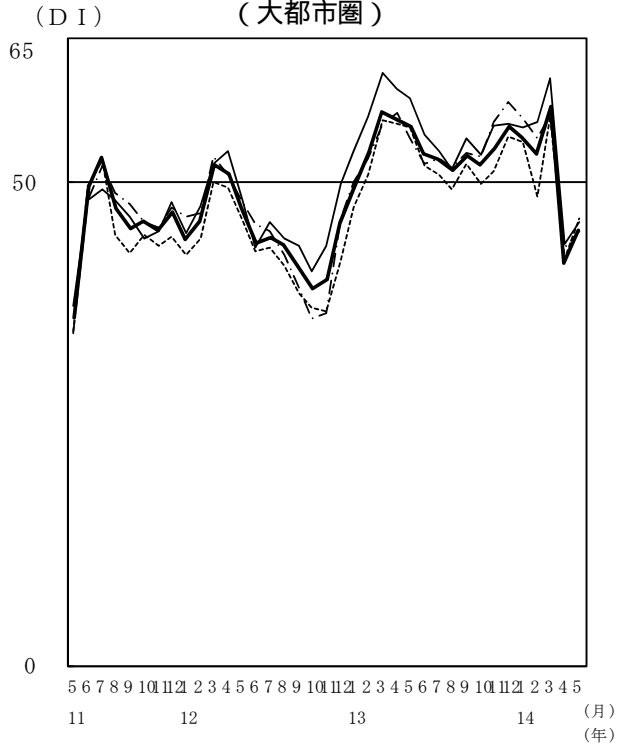
図表7 景気の現状判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2013 12	2014 1	2	3	4	5	(前月差)
全国		55.7	54.7	53.0	57.9	41.6	45.1	(3.5)
北海道		55.6	54.6	56.0	53.3	41.4	42.5	(1.1)
東北		52.9	52.1	50.0	57.8	40.0	41.4	(1.4)
関東		54.7	54.2	48.5	56.8	42.2	46.2	(4.0)
北関東		53.0	52.5	45.2	53.9	38.3	43.4	(5.1)
南関東		55.6	55.3	50.5	58.5	44.5	47.8	(3.3)
東海		58.4	56.6	54.6	57.0	43.2	44.9	(1.7)
北陸		55.8	52.0	54.5	54.5	41.3	46.8	(5.5)
近畿		56.1	55.6	56.3	60.8	43.6	45.9	(2.3)
中国		56.9	56.4	56.7	58.5	39.3	43.1	(3.8)
四国		57.8	54.3	54.1	63.2	38.6	45.2	(6.6)
九州		56.1	55.3	53.4	58.3	40.4	45.9	(5.5)
沖縄		51.3	56.3	60.1	63.8	46.4	53.7	(7.3)

図表8 景気の現状判断D I（家計動向関連）

(D I)	年 月	2013 12	2014 1	2	3	4	5	(前月差)
全国		53.1	52.2	50.2	57.0	37.2	42.1	(4.9)
北海道		53.5	51.9	55.3	52.6	37.3	38.8	(1.5)
東北		49.1	48.3	45.9	55.4	35.9	37.8	(1.9)
関東		53.0	52.8	45.3	57.2	38.3	44.7	(6.4)
北関東		51.7	50.4	41.3	53.7	34.7	43.4	(8.7)
南関東		53.8	54.3	47.8	59.5	40.5	45.5	(5.0)
東海		56.6	54.3	53.1	55.7	38.7	40.8	(2.1)
北陸		52.2	49.6	52.2	52.9	36.8	44.6	(7.8)
近畿		54.1	53.7	53.4	60.1	40.4	43.1	(2.7)
中国		53.7	53.8	53.2	57.4	32.7	40.1	(7.4)
四国		54.4	50.0	52.5	62.3	29.1	43.7	(14.6)
九州		51.8	52.7	50.4	57.0	36.4	41.7	(5.3)
沖縄		48.0	50.0	55.8	60.6	41.7	48.1	(6.4)

図表9 地域別D I (各分野計)
(大都市圏)



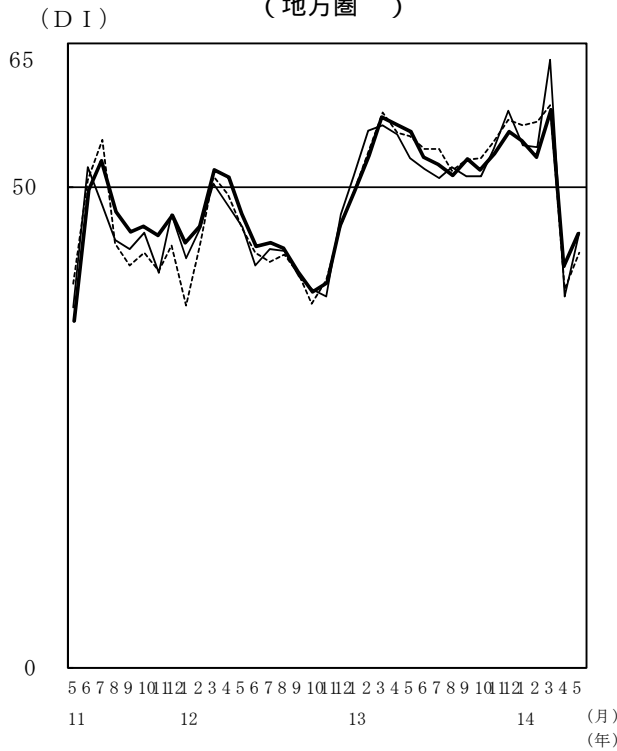
—— 全国 関東 - · - · 東海 —— 近畿

図表10 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



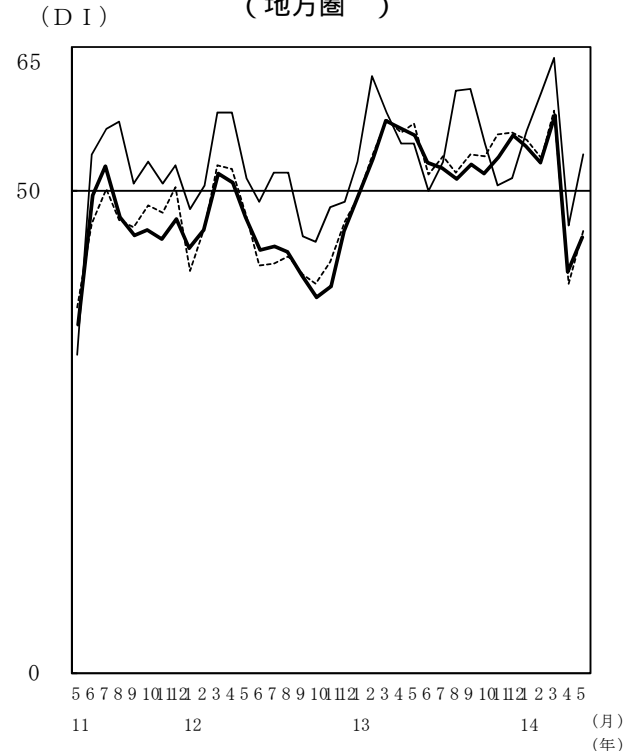
—— 全国 北海道 - · - · 東北 —— 北陸

図表11 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



—— 全国 中国 —— 四国

図表12 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



—— 全国 九州 —— 沖縄

2. 景気の先行き判断D I

前月と比較しての先行き判断D I（各分野計）は、全国 11 地域中、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九州（6.2 ポイント上昇）、低下したのは沖縄（1.6 ポイント低下）であった。

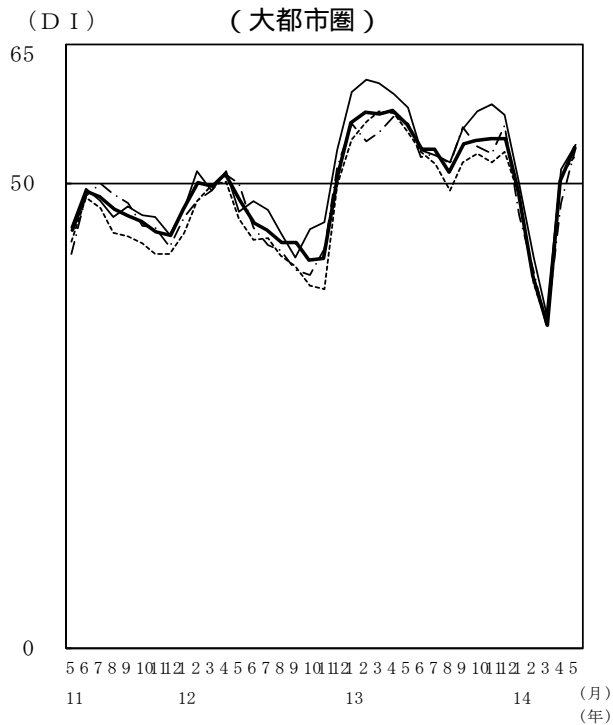
図表 13 景気の先行き判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2013 12	2014 1	2	3	4	5	(前月差)
全国		54.7	49.0	40.0	34.7	50.3	53.8	(3.5)
北海道		52.7	50.0	40.3	36.7	53.8	54.2	(0.4)
東北		53.0	47.1	37.0	30.8	47.8	52.3	(4.5)
関東		53.3	48.7	39.1	35.0	50.8	52.9	(2.1)
北関東		51.0	46.7	36.7	31.6	47.4	50.6	(3.2)
南関東		54.6	49.9	40.6	37.1	52.8	54.3	(1.5)
東海		56.2	46.6	40.4	34.6	47.9	53.8	(5.9)
北陸		52.3	50.0	37.8	32.8	50.0	54.2	(4.2)
近畿		57.3	49.9	42.0	36.0	51.4	54.1	(2.7)
中国		55.1	52.4	44.1	35.5	49.8	53.6	(3.8)
四国		56.5	47.0	36.1	33.8	48.9	53.0	(4.1)
九州		56.1	50.7	39.5	34.3	49.7	55.9	(6.2)
沖縄		53.1	49.4	49.4	41.9	60.7	59.1	(-1.6)

図表 14 景気の先行き判断D I（家計動向関連）

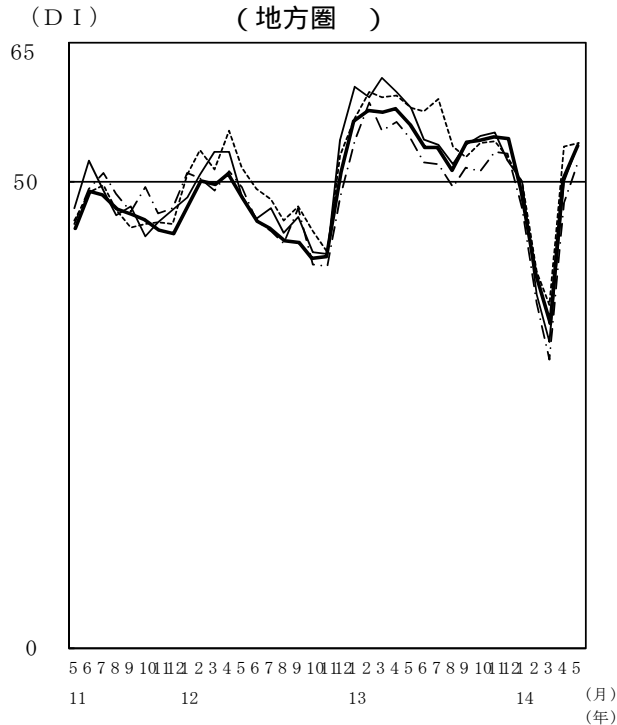
(D I)	年 月	2013 12	2014 1	2	3	4	5	(前月差)
全国		53.4	46.8	36.7	31.3	49.8	53.1	(3.3)
北海道		50.6	48.1	37.5	33.8	54.1	53.5	(-0.6)
東北		52.1	45.0	34.8	29.3	48.1	51.7	(3.6)
関東		53.8	47.3	36.3	31.9	50.6	53.5	(2.9)
北関東		50.9	45.0	33.9	27.9	46.9	51.1	(4.2)
南関東		55.5	48.7	37.8	34.5	52.8	54.9	(2.1)
東海		55.3	45.9	37.6	31.5	47.2	52.0	(4.8)
北陸		48.9	46.0	32.2	28.6	48.2	52.7	(4.5)
近畿		55.8	45.2	37.9	32.2	50.6	52.6	(2.0)
中国		53.3	50.4	40.7	31.5	50.2	53.7	(3.5)
四国		51.6	43.2	33.3	29.9	48.8	52.8	(4.0)
九州		54.5	48.2	35.4	30.0	47.9	54.8	(6.9)
沖縄		50.0	49.0	42.3	35.6	59.3	57.7	(-1.6)

図表15 地域別D I（各分野計）
（大都市圏）



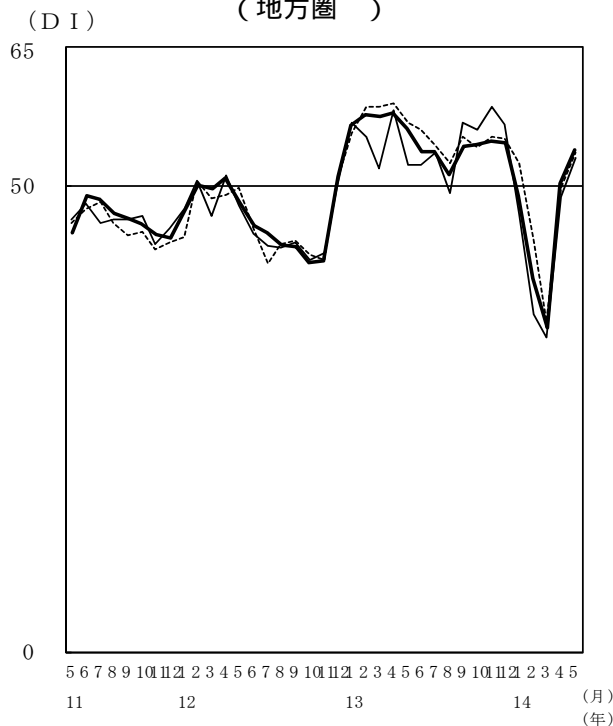
— 全国 関東 - · - · 東海 —— 近畿

図表16 地域別D I（各分野計）
（地方圏）



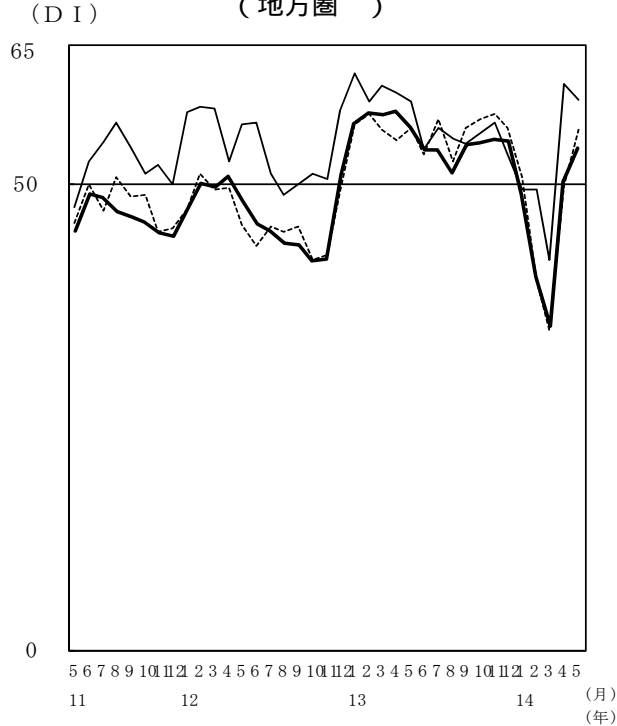
— 全国 北海道
- · - · 東北 —— 北陸

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

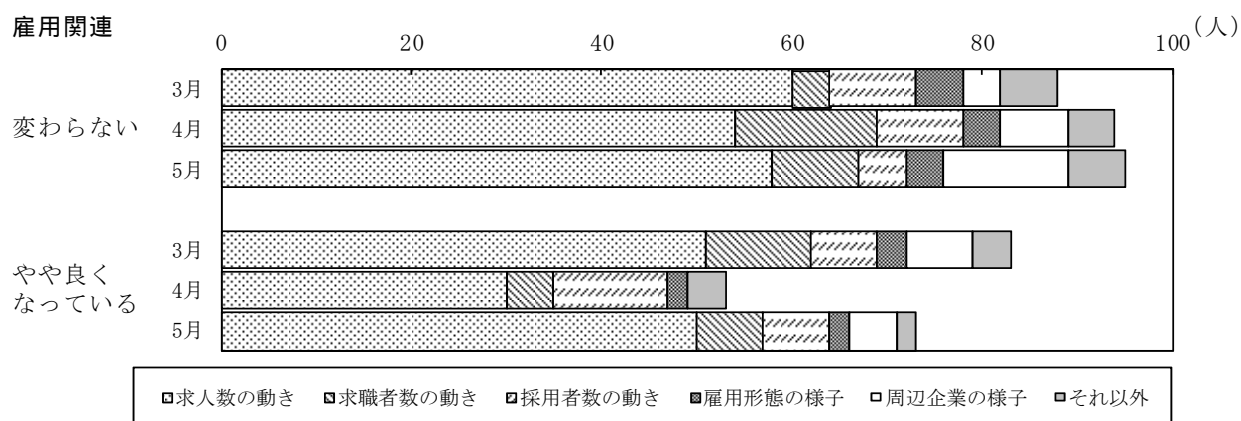
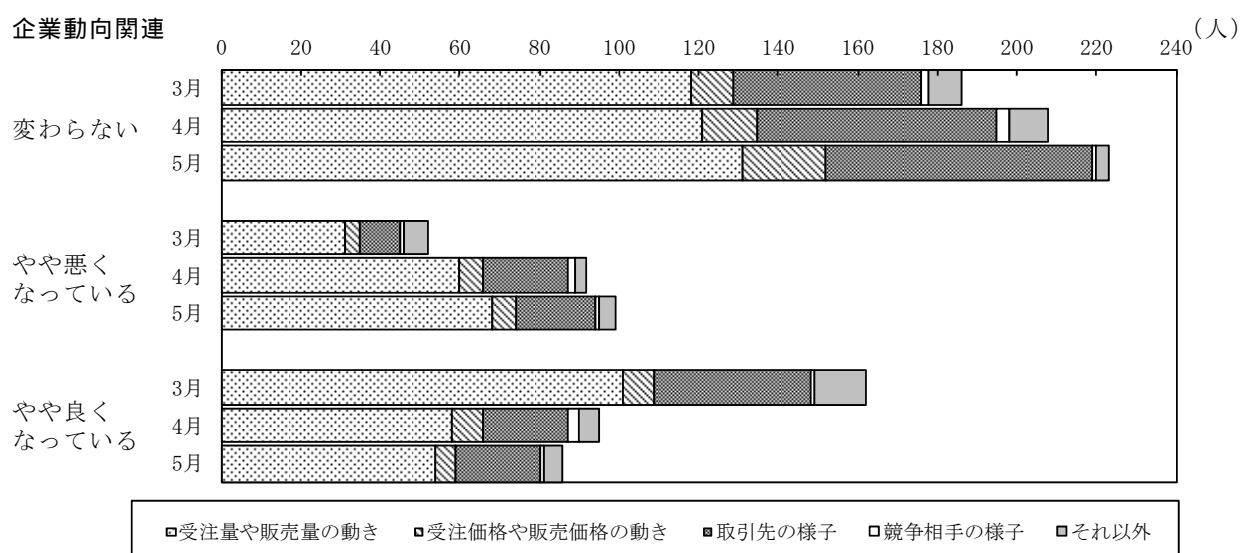
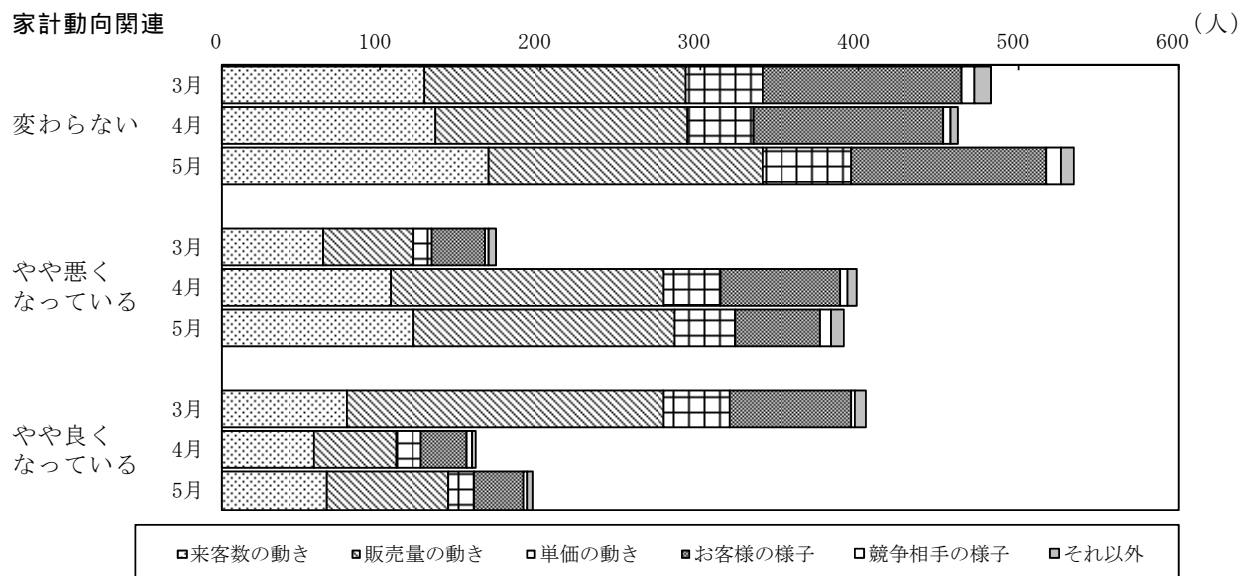
III. 景気判断理由の概要

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		<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税の影響は多少あるものの、来客数はほぼ前年どおりで推移している。客の様子は、ゴールデンウィーク期間には例年よりも慎重さが見受けられたが、今後半には増税の事を忘れてしまったかのようなのである（東海＝百貨店）。 夏休みの先行受注が好調である。3月の駆け込み消費で財布の中身は不安な状況であるが、日並びの悪さでゴールデンウィークは旅行を控えていた客が、ボーナス増を見込んで申込んでいる（近畿＝旅行代理店）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税の反動を乗り越えた感じはする。客単価も前年並みで買い控えは無い。ただ、たばこは買い控えや客離れの傾向がある。来客数は前年より2%ポイント下がっている（沖縄＝コンビニ）。
		▲	<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税の影響が前月よりも顕著に出ている。販売量は全体的には前年比80%程度であり、テレビ、パソコンは90%、冷蔵庫、エアコンは75%と特に白物家電が良くない（東北＝家電量販店）。 4月は消費税増税前の駆け込み需要の反動減がみられたが、5月に入ると徐々に回復してきている。しかし、消費税増税前の水準までは回復していない（四国＝コンビニ）。
	企業 動向 関連	×	<ul style="list-style-type: none"> 販売量の前年比が40%を下回るなど、全車種で低迷している（北海道＝乗用車販売店）。
		○	<ul style="list-style-type: none"> 製品輸出はモデルごとの好不調の差があるものの、全体としては堅調に推移している。国内売上についても消費税増税の影響はあまりなく、想定範囲に収まっている（東海＝電気機械器具製造業）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> 材料、部品などの仕入先の話によると、消費税増税後、受注量は全体的に一旦落ち込んだものの、まだ完全には戻っていないが、若干持ち直しつつあるようだ（北陸＝精密機械器具製造業）。
	雇用 関連	▲	<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税後の需要減で、マンションの照明や家電製品の注引量が減少している（近畿＝電気機械器具製造業）。
		○	<ul style="list-style-type: none"> 4月以降、消費税増税の影響はあったものの落ち着いてきており、新規事業や繁忙期対応などの求人数が徐々に増えている（四国＝人材派遣会社）。 企業の求人は堅調である。新規先からの問い合わせや求人依頼が増加している（沖縄＝人材派遣会社）。
	先行き	家計 動向 関連	□
◎			<ul style="list-style-type: none"> ボーナス商戦に向けて、4Kテレビや高機能エアコンなどに客の注目が高まっている。また、夏のレジャーシーズンが始まり、海外からの客も増加傾向にあり、販売数量、客単価共に上昇することが期待できる（南関東＝家電量販店）。
○			<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税の影響も現時点では思ったほどではなく、今後ベースアップや賞与の増額の効果が表れれば、今よりも良くなる（北関東＝スーパー）。 売上の動きをみると、明らかに4月以降は消費税増税の影響が出ている。ただし、日を追うごとに回復しており、6月以降はボーナスの支給増の影響で回復が本格化する（近畿＝都市型ホテル）。
企業 動向 関連		□	<ul style="list-style-type: none"> 商品は好評であるが、慎重に検討する客が増えている。客は消費税増税による実負担よりも気持ちの面で買い控えている印象があり、ボーナス時期とはいえ大きな変化は期待できない（中国＝乗用車販売店）。
		○	<ul style="list-style-type: none"> 3月の景況感が山だとすれば、4、5月と坂を下りたので、2～3か月後については一応消費税の関係はあるものの、物流が増えてくるのではないかと期待している（南関東＝輸送業）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> 2か月ぐらい前より少しずつ受注が減っているが、中国向け輸出が良好なので横ばい傾向である。また、原材料、輸送費の値上げの話がきており、厳しい状況が続く（南関東＝化学工業）。
雇用 関連	▲	<ul style="list-style-type: none"> 自動車部品の輸出環境は、北米向けは現状と大きく変わることはない。しかし、新興国向けについては新興国経済の景気に陰りが出てきており、多少下向きになる（東北＝一般機械器具製造業）。 	
○	<ul style="list-style-type: none"> 地元企業へのヒアリングの結果、2015年の新卒採用は例年に比べ採用数も増やすところが多く、採用の動きも早まっているようだ（九州＝新聞社 [求人広告]）。 		

図表19 現状判断の理由別（着目点別）回答者数の推移

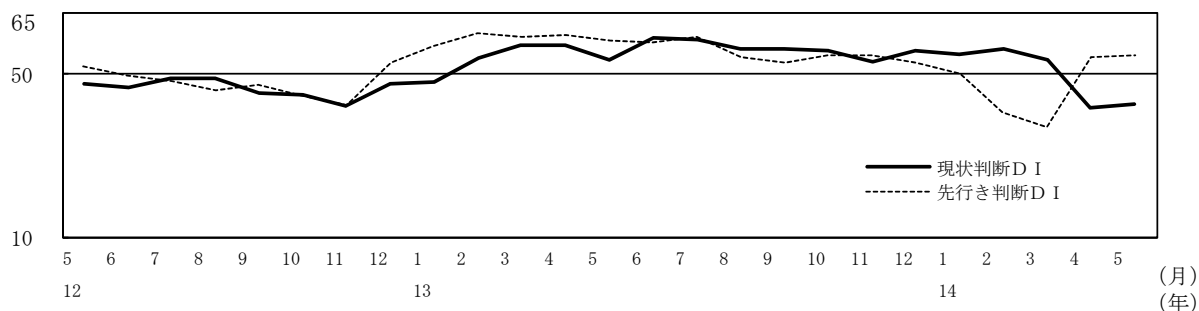


1. 北海道

(◎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	□	・受注量がなかなか上向いてこない。ただ、今月後半に入り、客の動きが戻りつつあるため、消費税増税前の駆け込み需要の反動からは回復してきている（乗用車販売店）。
▲			・依然として、消費税増税前の駆け込み需要の反動が続いている。特に、大型冷蔵庫や洗濯乾燥機といった大物家電の需要が低い（家電量販店）。	
○ ×			・ビジネス客の動きが活性化してきた。消費税増税の影響による買い控え傾向もビジネス客の出張にはあまり影響がない（旅行代理店）。 ・販売量の前年比が40%を下回るなど、全車種で低迷している（乗用車販売店）。	
企業動向関連		□	・受注の引き合いは、引き続き堅調に推移している。民間からの発注は比較的安定して出てきており、1つの発注に対して競合する企業数も減ってきている（建設業）。	
		○ ▲	・消費税増税後の落ち込みは緩和されつつある。大都市圏を中心に請負物件の需要がおう盛である（家具製造業）。 ・観光関連は外国人観光客の増加で堅調である。しかし、個人消費は消費税増税の影響で落ち込んでおり、住宅着工も低迷している。建設業界では、人手不足の影響で工期の遅れや設備投資の見送りもみられる（金融業）。	
雇用関連		□	・求人数が増えてきているが、充足している企業は少なく、人気の職種に求職者が偏っている状況にある（人材派遣会社）。	
		○	・消費税増税前の駆け込み需要があった小売業の一部では、求人数減少の動きもみられるが、飲食料点小売業ではほとんど影響がみられない（職業安定所）。	
その他の特徴コメント		□：消費税増税から1か月以上も経過したためか、客が慣れてきた感じがあり、以前と同じような雰囲気になってきている（美容室）。 ×：ゴールデンウィークの影響により稼働日数が減少していることに加えて、消費税増税前の駆け込み需要の反動もあり、販売量は予想どおり落ち込んでいる（その他非製造業[鋼材卸売]）。		
先行き		家計動向関連	□	・2～3か月後はバーゲン時期となるが、今年は冷夏といわれているため、それほど爆発力がないとみられる。また、バーゲンが始まって、最終価格になるまで購入を待ち続ける客もかなりいるとみられる（商店街）。
			○	・来月以降、景気は少しずつ回復し、8月までには元の水準まで戻るとみている。ただし、冷夏の予想も出ており、予断を許さない状態であることに変わりはない（百貨店）。
	企業動向関連	□	・現在の景況感はやや良く、先々の受注量についての懸念は少ないが、受注量の伸びに対して、供給体制が追いつかず、またコストも上昇傾向にあるため、それらが阻害要因となり、景気回復の動きを打ち消すことが懸念される（通信業）。	
		○	・官民、土木、建築ともに工事の本格稼働期を迎えることで、人、物、金の動きが活発になる（建設業）。	
	雇用関連	□	・求人広告掲載件数は、今年3月をピークに平行線をたどっている現状であるため、今後も変わらないまま推移する（求人情報誌製作会社）。	
	その他の特徴コメント	○：消費税増税前の駆け込み需要の反動は月を追うごとに軽減される。また、サッカーワールドカップなどの影響で大型テレビの需要も高くなる（家電量販店）。 ▲：5月まで消費税増税前の駆け込み需要の反動を引きずるとは思わなかった。消費者が消費税率の3%上乗せを相当な負担と感じており、今後、しばらくの間は家庭での消費支出を相当な努力で抑えることになる（スーパー）。		

(D I) 図表20 現状・先行き判断D Iの推移

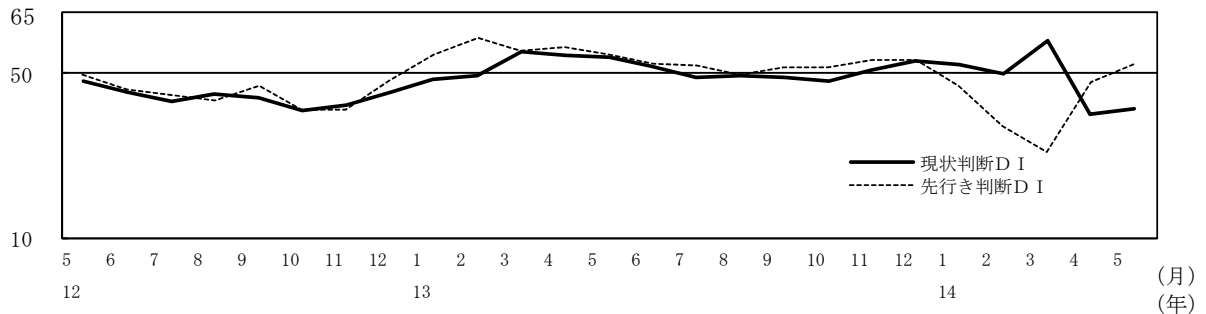


2. 東北

(◎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	□	・ゴールデンウィーク後は、消費税増税前の駆け込み需要の影響による落ち込みからの回復がみられる。回復の一番の要因は、来客数は減少しているものの、質の良いもの、良い商品が売れる傾向にあり、客単価が前年以上に上昇していることである（商店街）。	
		▲	・消費税増税の影響が前月よりも顕著に出ている。販売量は全体的には前年比80%程度であり、テレビ、パソコンは90%、冷蔵庫、エアコンは75%と特に白物家電が良くない（家電量販店）。	
		×	・今年は例年にも増して1～3月と売上が伸びなかった。4、5月と売上が伸びるだろうという予想も崩れ、5月に至っては過去に無いくらいの落ち込みとなっている（一般小売店[寝具]）。	
	企業動向 関連	□	・販売量が消費税増税前と同程度に戻ってきている（食料品製造業）。	
		▲	・消費税増税による様子見のためか、これといった大きな要因はないが物件数が減っている（広告代理店）。	
		○	・不動産が動いており、それに伴う資金需要が出てきている（金融業）。	
	雇用 関連	□	・消費税増税の反動は想定していたほどはなかったものの、サービス業を中心に求人数は落ち込んでいる。新卒の需要はあるものの、パート、アルバイトは厳しい状況である（新聞社[求人広告]）。	
		○	・新規求人数は前年、前月共に上回っている。消費税増税があったが、思っていたほどの影響は出ていない（職業安定所）。	
	その他の特徴 コメント			○：4月に入り減少した新規の来客数が5月3週目から増え始めている。また、成約率も高い（乗用車販売店）。 ▲：消費税増税などの影響を受けない富裕層の利用は今までどおりだが、中、低所得者層の利用は明らかに減少している（高級レストラン）。
	分野		判断	判断の理由
先行き	家計動向 関連	□	・季節要因による売上増加は見込めるが、それ以外の増加要因は見当たらない。消費税増税に伴う反動からいまだ回復せず、客単価や買上点数が伸びていないことから、厳しい状況が続くのではないかとみている（コンビニ）。	
		○	・今月も消費税増税の影響がみられたが、3か月先となれば消費税増税にも大分慣れ影響も緩和されるとみているので、良くなるのではないかとみている（一般レストラン）。	
	企業動向 関連	□	・大型復興案件の発注が進むとみられる。一方で、資材や機材の調達や作業員確保の状況が抜本的に改善されるビジョンがないため、先がみえない（建設業）。	
		○	・消費税増税の影響は思ったより小さく、売上はそれほど落ち込んでいない。消費税増税の影響はほぼ乗り切ったとみている（出版・印刷・同関連産業）。	
	雇用 関連	□	・依然として介護、建設など人手不足の業種からは活発な求人がある。また、消費税増税の影響を受けるとみられた卸小売、サービスなど他の業種からも、業績の悪化による求人の手控えの感触は無いので、状況はこのまま推移していくとみられる（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント			◎：消費税増税の影響は段階的に解消され、夏の終わりには影響がほぼなくなる。消費税増税により買い控えをしているという話も少なくなっている（家電量販店）。 ▲：自動車部品の輸出環境は、北米向けは現状と大きく変わることはない。しかし、新興国向けについては新興国経済の景気に陰りが出てきており、多少下向きになる（一般機械器具製造業）。	

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの推移

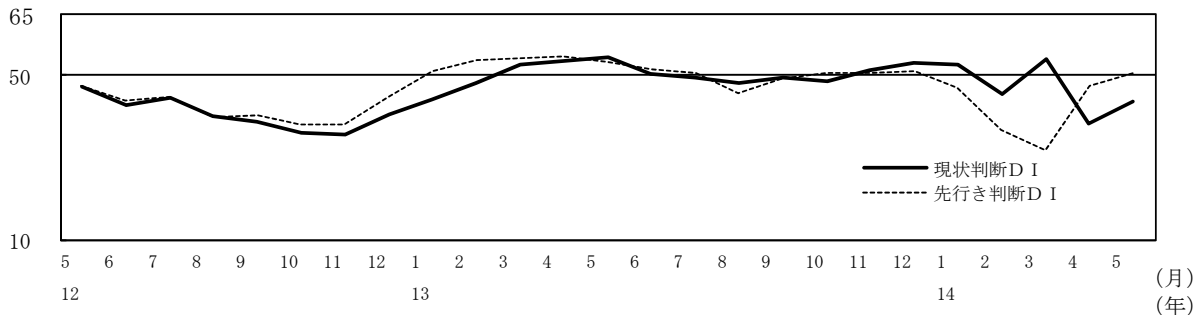


3. 北関東

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由	
	現状	家計 動向 関連	□	・ 婦人、紳士衣料は、ほぼ前年実績レベルにまで回復してきている。ただし、駆け込み需要に伴う反動減が顕著であった化粧品等の消耗品については、前年実績確保に至っていない（百貨店）。
▲			・ ゴールデンウィークは全体的に客が少なかった。月末には持ち直してきたが追い付かない状況である（商店街）。	
○			・ 5月に入って前年をクリアする日が数日出てきており、消費税増税の駆け込み需要の反動減から徐々に平常の状態へ戻りつつあるような感じが出てきている（家電量販店）。	
企業 動向 関連		□	・ 大手企業の業績は好調のようだが、それに伴って当社の仕事が増える状況にはない（一般機械器具製造業）。	
		▲	・ 公共、民間共に4、5月は極端に発注量が少なく、下請工事をもらおうとしても工事が少ないため難しいといった状況である。このような年は創業以来初めてである（建設業）。	
		×	・ 消費税増税の影響が長引き、受注、販売量共に低迷している（窯業・土石製品製造業）。	
雇用 関連		□	・ 食品関連の企業への派遣求人が増えて一方、携帯電話関連は減少している。プラスマイナスで変わらない（人材派遣会社）。	
		▲	・ 今のところ順調に忙しいが、安定はしていない。このまま忙しさが続けばよいと思っている（人材派遣会社）。 ・ サービス業では介護士、准看護師等の医療関係の求人数は相変わらず増えてきている。建設業では公共事業の関連かと思われるが、人手不足を反映してか募集が多くなっている。製造業においては電機電子関連でスマートフォンなどの細かい部品や冷蔵庫などの夏物商材関係の生産が募集傾向にある。建設関連では住宅の新築、増改築を含めて募集が増えている（人材派遣会社）。	
その他の特徴 コメント		○：消費税増税後の反動減は2～3か月と想定していたが、想定より回復が早く、販売量、買上点数がほぼ前年実績に近くなっている（住関連専門店）。 □：消費税増税の影響もあってやや慎重になりつつあるが、景気自体は決して落ち込んでいないような雰囲気ではないので、欲しい物は買うという様子が見え始める（百貨店）。		
先行き		分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・ 基本的には変わらない。慎重さは増してくると思うが、消費税増税の影響も徐々に薄らいできているので、景気自体が落ち込むようなことはない（百貨店）。	
		○	・ 消費税増税の影響も現時点では思ったほどではなく、今後ベースアップや賞与の増額の効果が表れれば、今よりも良くなる（スーパー）。	
	企業 動向 関連	□	・ 既存の仕事が増えるような動きはなく、新規の仕事も売上につながるのはまだ先である（一般機械器具製造業）。	
		○	・ 6月からようやく公共関係の発注が出てくるという情報も入ってきているので、少なくとも今よりは改善する（建設業）。	
	雇用 関連	□	・ 消費税増税の影響や、新卒社員の入社などで、求人募集は各社様子見の傾向である。小売業では大幅に求人数が減少したが、建設業ではオリンピックで東京周辺のスポーツ施設を各国がキャンプ地として利用することを期待して、スポーツ施設の改修工事などの仕事が出ており、極端に2～3か月で落ち込むとは考えられない（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント		○：5月の食品の消費動向をみると、元に戻るというより健康、安心、安全で品質レベルの高い新しい価値の商品を求め始めており、顧客は新しい生活へと変化し始めている（スーパー）。 ▲：消費税増税の影響で今年一杯は節約ムードが強いように感じられる（高級レストラン）。		

(D I) 図表22 現状・先行き判断D Iの推移

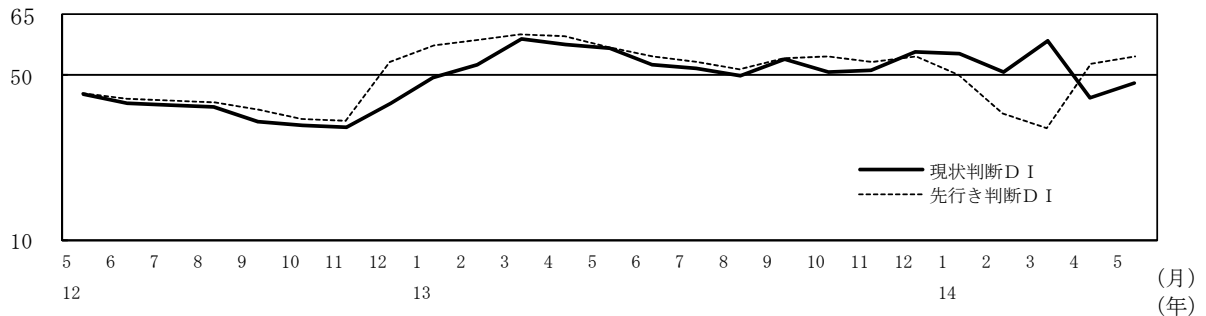


4. 南関東

(◎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	□	・百貨店の支店並びに地方店の状況が良くない。特に婦人服は価格を変えても動きがないので、今後も厳しさが続く(百貨店)。
		▲	・来客数が若干減っており、また、買物に対して非常に慎重になっている。特に、高額品については何軒も店を回ってから来るというような状況である(商店街)。
		○	・予約及び来客数の経過をみていると、プレーヤーの増加が感じられる(ゴルフ場)。
	企業 動向 関連	□	・消費税増税後の落ち込み等があるかと思っただが、普段とあまり変わらない発注状況である(広告代理店)。
		▲	・同業者と話したところ、来客数、客単価共に悪くなっているということで一致している(食料品製造業)。
		○	・得意先からの受注量が増えてきている(金属製品製造業)。
	雇用 関連	□	・新卒の求人獲得数は前年同月比で微増の状況であり、大幅な変化はみられない(学校[専修学校])。
○		・リーマンショック以降、派遣も含めて欠員を補充せず人材派遣採用を凍結していた企業が、再度人材派遣の活用に動き始めてきている。また、業務繁忙、業務拡大に伴い、正社員を含めた採用が活発化してきている(人材派遣会社)。	
その他の特徴 コメント			○：消費税増税直後の売上は減少したが、今ではその影響もあまりなく、前年並みに回復している。また、まとめ買いの客も増え、景気が少しずつ良くなっていることを実感している(衣料品専門店)。 ▲：自動車の整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくない。1～2月は大変良かったが、3～5月の3か月は前年比で5割減となっている(乗用車販売店)。
先行き	家計 動向 関連	□	・消費税増税の影響は、月を追うごとに薄れていくことが予想されるが、消費に対する慎重な姿勢は続く(百貨店)。
		○	・自動車の販売は2月以降来店も少なく苦戦していたが、ゴールデンウィーク明けから来店客が増えてきている(乗用車販売店)。
	企業 動向 関連	□	・2か月ぐらい前より少しずつ受注が減っているが、中国向け輸出が良好なので横ばい傾向である。また、原材料、輸送費の値上げの話がきており、厳しい状況が続く(化学工業)。
		○	・3月の景況感が山だとすれば、4、5月と坂を下りたので、2～3か月後については一応消費税の関係はあるものの、物流が増えてくるのではないかと期待している(輸送業)。
	雇用 関連	□	・給与水準に変化がないため変わらない(人材派遣会社)。
	その他の特徴 コメント		

(D I) 図表23 現状・先行き判断D Iの推移



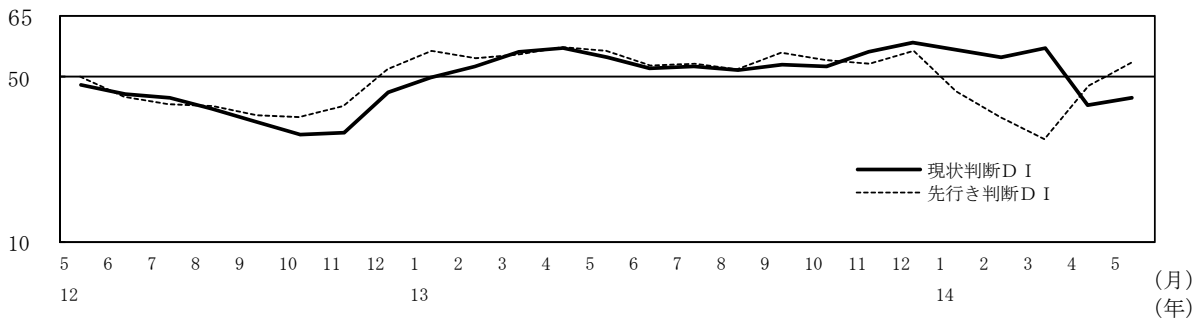
5. 東海

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連	□	・売上はほぼ前年並みで推移しており、消費税増税の影響は薄まってきている感がある。ただし、貴金属等の高額な雑貨品については、増税の影響が長引きそうである（百貨店）。
		▲	・消費税増税前の駆け込み需要に対する反動減は予想以上に少ない。直近では前年比 90%の受注量にまで回復している（乗用車販売店）。
		○	・消費税増税の影響は多少あるものの、来客数はほぼ前年どおりで推移している。客の様子は、ゴールデンウィーク期間には例年よりも慎重さが見受けられたが、今月後半には増税の事を忘れてしまったかのようである（百貨店）。
	企業 動向 関連	□	・タイ政変の動きは気になるが、今のところ輸出入ともに他の国を含め好調に推移している。国内の輸送量、保管量ともに消費税増税前から勢いを維持している（輸送業）。
		○	・製品輸出はモデルごとの好不調の差があるものの、全体としては堅調に推移している。国内売上についても消費税増税の影響はあまりなく、想定範囲に収まっている（電気機械器具製造業）。
		▲	・国内向けの販売量はやや悪く海外向けは堅調に推移している。トータルでみれば、やや悪い状況である（輸送用機械器具製造業）。
雇用 関連	□	・求人数には変化がなく落ち着いている。派遣スタッフの利用は、長期的な契約よりも期間限定での要望が多くなっている（人材派遣会社）。	
	○	・中途採用市場における当地域での有効求人倍率は高い。特に即戦力のエンジニアを求める企業の採用活動は、大企業だけでなく中小企業まで拡大してきている（民間職業紹介機関）。	
その他の特徴 コメント			○：トラベルキャリアケースの動きが伸張している。大手自動車メーカーの業況回復に併せて、海外向けの出張用品の動きが良い（その他専門店 [雑貨]）。 □：自動車部品関係の製造業については、国内向けの部署は通常と変わらない一方で、仕事量の8割が海外向けの部署では増産体制になっているとのことで、海外向けが非常に忙しいようである（金融業）。
分野		判断	判断の理由
先行き	家計 動向 関連	□	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減もあまり目立たなくなり、先行きは、前年同様となりそうである（家電量販店）。
		○	・ベースアップや夏のボーナスなどの給与増加に加え、消費税増税後の反動も薄れつつあり、特にクリアランスセールやボーナス商戦には期待ができる（百貨店）。
	企業 動向 関連	□	・受注量の増加を景気の判断要因と捉えれば、好転していると言えるが受注獲得競争の厳しさは変わらず、利益幅が薄い状態が続くそうなので現状からは変わらないと判断する（電気機械器具製造業）。
		○	・2～3か月先には国内向け販売が多少良くなる見込みである。海外向け販売は、現在の為替相場の水準であれば堅調に推移するであろうから、トータルでは多少良くなるものと予想する（輸送用機械器具製造業）。
	雇用 関連	○	・建設、福祉・介護、サービス業の求人が堅調で、消費税増税の影響はみられない（職業安定所）。
その他の特徴 コメント			○：法人客では、いったん金額面の理由で利用が減っていった客の予約が増えてきている（都市型ホテル）。 □：ボーナス支給となる6月に入れば、国内旅行の予約の動きがさらに活発してくる。お盆休みや海の日の日連休の時期は既に混雑気味であり、その他の週末がらみの日程も、家族のスケジュールが決まるとともに、これから取り込める予定である（旅行代理店）。

(D I)

図表24 現状・先行き判断D Iの推移

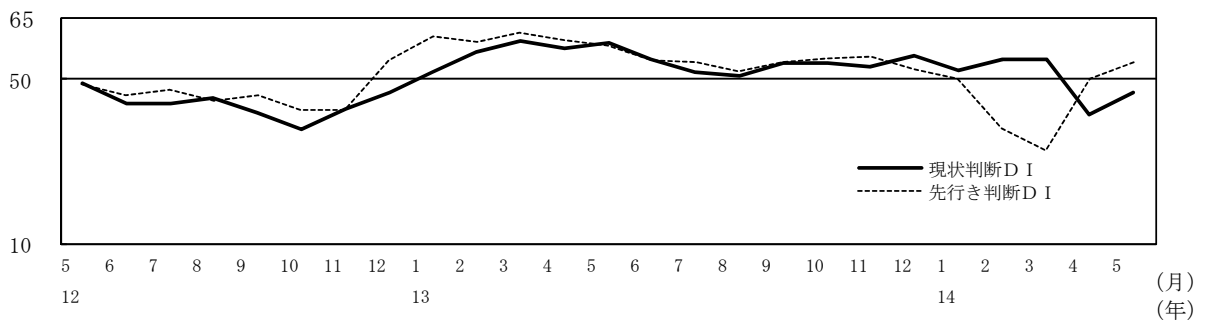


6. 北陸

(◎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	□	・消費増税後の客の動向を見ていると、雑貨や酒については買い置きが残りがまだあるようで購入が戻ってきていないが、生鮮食品や日配品については増税前の状態に戻っているようである（スーパー）。
		▲	・5月の自動車の販売量は前年同月比114%である。平成26年2月の販売量は前年同月比123%で、3か月前との比較では下向きである。消費増税の影響と推察される（乗用車販売店）。
		○	・売上が前年同月比で増加している部門が大半を占めてきた。消費増税の影響はほとんど感じられず、取引先の様子からも堅調さがうかがえる（一般小売店 [鮮魚]）。
	企業 動向 関連	□	・材料、部品などの仕入先の話によると、消費増税後、受注量は全体的に一旦落ち込んだものの、まだ完全には戻っていないが、若干持ち直しつつあるようだ（精密機械器具製造業）。
		○	・欧州、北米からの受注も順調に伸びている。国内は、生産性向上設備投資促進税制や補助金により引き合いが増えてきている（一般機械器具製造業）。
		▲	・消費増税の影響は小さい状況だが、受注量の推移を見ると前年同月比で5%前後の落ち込みが続いている（食料品製造業）。
	雇用 関連	□	・求人数は前年同月比でほぼ横ばいである（新聞社 [求人広告]）。
		○	・新規求人数は前年同月比24.6%増加した。そのうち製造業においては、前年同月比66.5%増、前月比では39.0%の増加となった（職業安定所）。
	その他の特徴 コメント		○：受注状況は好調である。6～8月の受注状況も良くなってきている（繊維工業）。 □：消費増税後は商材による売上のばらつきが大きい。駆け込み需要のあった高額商材の回復が今一つである（百貨店）。
	先行き	分野	判断
家計 動向 関連		□	・消費増税や北陸新幹線開通を1年後に控えてのマイナス要因を懸念していたが、今のところ大きな影響は感じられない（高級レストラン）。
		○	・4月と比較すると5月は売上が増加している。また、客が買い置きをしていた商材が消費されれば、その関連商材の販売量が増加してくると見込めることから、この先3か月は客の購買量は増加すると考えている（スーパー）。
企業 動向 関連		○	・消費増税後2か月が経過し、増税の反動が想定範囲内で、想定していたほど強くなかったことが確認されつつあり、品物の動きもそれほど鈍化していないことから、今後は徐々に回復していくとみている（金融業）。
		□	・消費増税の影響は、6～7月まではあるとみている。この先3か月は、きわどいところであるが、おそらく現在と変わらない状況が続くと予想している（プラスチック製品製造業）。
		▲	・消費増税の反動の影響が今後も続くと考えられるため、物量が回復するとは思えない（輸送業）。
雇用 関連		□	・消費増税後、景気の急回復は見込めそうにない。求人企業が人材に求めるスキルは高く、マッチングに苦戦している（民間職業紹介機関）。
その他の特徴 コメント		○：消費増税に伴う反動があると思われたが、その幅が小さかったため、今後は景気が良くなるとみている（一般小売店 [精肉]）。 □：国内向けは順調に推移していくと推測されるが、新興国、特にアジア向けについては、タイの政情不安により現地の景気に影響が出てくる懸念される（一般機械器具製造業）。	

(D I) 図表25 現状・先行き判断D Iの推移

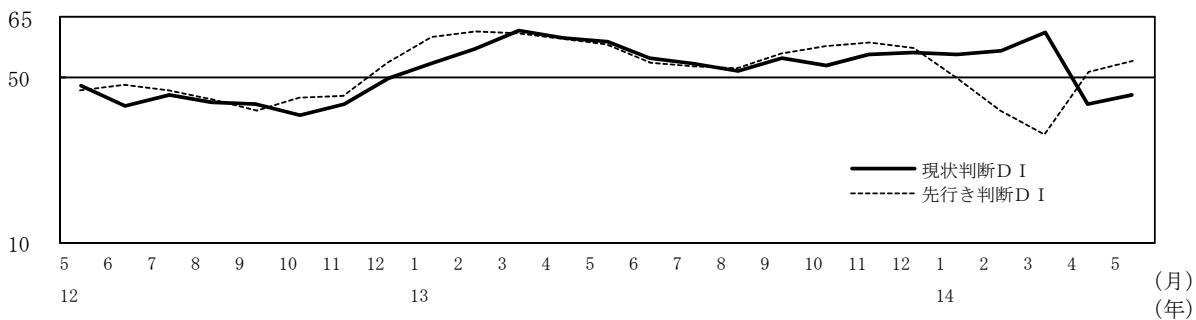


7. 近畿

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由	
現状	家計 動向 関連	□	・消費税増税の影響は、入店客数に比べて買上客数が伸び悩んでいる部分に表れているが、ほぼ想定内の推移である（百貨店）。	
		▲	・分譲マンションの集客状況をみると、一部の人気案件はこれまでにない大量集客となっているものの、それ以外の案件は集客が落ちてきており、二極化の流れが進んでいる（住宅販売会社）。	
		○	・消費税の増税もあり、4月は消費が低迷していたが、今月は回復がみられる。特に、一般食品や雑貨など、消費期限の長い商品の販売量が伸びてきている（スーパー）。	
	企業 動向 関連	□	・建築現場の人材不足のため、工程が大幅に遅れることが多い。また、人件費が上がっているため、予定単価で工事が発注できないこともあり、利益を圧迫している（金属製品製造業）。	
		▲	・消費税増税後の需要減で、マンションの照明や家電製品の注文量が減少している（電気機械器具製造業）。	
		○	・外食産業では、消費税増税後も客足が増え続け、売上も順調に伸びていると聞く。また、工場などの設備投資も、特に省エネ対策などは積極的な動きがみられる（その他非製造業[商社]）。	
	雇用 関連	□	・ボーナスの増加が見込まれることもあり、転職希望者が少なくなっている（民間職業紹介機関）。	
		○	・賃金の上昇や正社員求人増加など、求人条件が良くなっている。それに伴い、転職希望の在職者の割合が増加している（職業安定所）。	
	その他の特徴 コメント		○：夏休みの先行受注が好調である。3月の駆け込み消費で財布の中身は不安な状況であるが、日並びの悪さでゴールデンウィークは旅行を控えていた客が、ボーナス増を見込んで申し込んでいる（旅行代理店）。 □：海外で製造していた物が、国内へ回帰しつつある（電気機械器具製造業）。	
	分野		判断	判断の理由
先行き	家計 動向 関連	□	・ボーナスの支給額が予定どおりに増えれば、大きく落ち込むことはない。テーマパークの新アトラクションがオープンすれば、より関西の経済状況は良くなる（旅行代理店）。	
		○	・売上の動きをみると、明らかに4月以降は消費税増税の影響が出ている。ただし、日を追うごとに回復しており、6月以降はボーナスの支給増の影響で回復が本格化する（都市型ホテル）。	
	企業 動向 関連	□	・サッカーワールドカップや、夏のボーナス商戦で少し活気が出てくる（通信業）。	
		○	・今月後半は、金属やプラスチック関連の工場からの荷物が多かった。海外生産を国内生産に変更する動きがあると聞いている（輸送業）。	
	雇用 関連	□	・労働者不足の状況はこの先も変わらず、企業の採用意欲もすぐに衰えることは考えにくい。そのため、今の状況はしばらく続く（人材派遣会社）。	
その他の特徴 コメント		○：7月のボーナス商戦時には回復する（乗用車販売店）。 □：消費税増税後も、店舗人員の採用は都市部に近づくほど困難となっており、周辺の時給の水準も、昨年後半からの上昇が著しい。一方、増税後も生活必需品である生鮮品をはじめとする食品の売行きは落ちておらず、季節催事などでは単価の高い商品がしっかり売れている。今後、最も懸念されるのはエルニーニョによる天候不順である（スーパー）。		

(D I) 図表26 現状・先行き判断D Iの推移

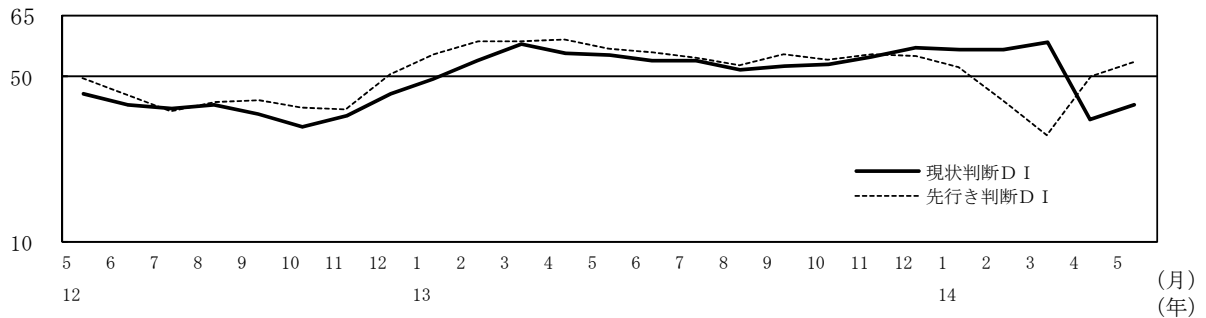


8. 中国

(◎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	□	・消費増税から約2か月が経過したが、4月と同様に現在も消費の厳しさは継続している。3月に売上が大きく伸びた化粧品や婦人肌着などは売上が二けた減少した。また母の日商戦についても購買単価の落ち幅が大きい。ファッション関係の店頭は春物から夏物に変化した。まとめ買いは少なく客単価も低下している（百貨店）。
		▲	・客の消費を抑える動きがゴールデンウィーク後に顕著になった。記念日的な利用はあるが、外食頻度を極力減らしている傾向がみえる（一般レストラン）。
		○	・駆け込み需要の反動減から回復しつつある。ゴールデンウィーク中の展示場への来場者数も前年並みに戻り、盛況であった（住宅販売会社）。
	企業動向関連	□	・自動車や建築など各需要分野において、エンドユーザーはフル稼働というところが多く、需要は底堅い。コイルセンターの加工も堅調である（鉄鋼業）。
		▲	・4月は消費増税の影響をあまり感じなかったが、5月に入り売上は伸び悩んでいる（食料品製造業）。
		○	・自動車部品メーカーの受注は前年を上回っている。生産コストの削減効果もあり、収益は過去最高レベルのメーカーも多い（金融業）。
	雇用関連	□	・アミューズメント関連、飲食サービス業や情報処理ソフトウェアなどの業種に関しては、今後も積極的な求人活動が予想される（求人情報誌製作会社）。
		○	・自動車・住宅・金融業からの受注、特に事務職の求人が好調である（人材派遣会社）。
	その他の特徴コメント		□：仕事はあるが技能者が不足しており、企業にとっては人件費がかかるため儲からない状況が続いている（建設業）。 ▲：来場者数は前年並みであるが、土産物の売上が落ち込んでいる。消費増税によって旅行を取りやめるほどではないが、少し節約しようという客の意識がみえる（テーマパーク）。
	先行き	家計動向関連	□
○			・消費増税後の買い控えが徐々に薄らいできた。今後の新商品の投入も考慮すると、売上は徐々に回復していく（乗用車販売店）。
企業動向関連		□	・電子機器関連では中国メーカーの台頭と低価格化を懸念しているが、全体としてはおおむね堅調と見込む（非鉄金属製造業）。
		○	・取引先の話によると、夏に向けての販売促進・拡大情報が色々な業種で見受けられており、景気は上向きペースで進んでいく（広告代理店）。
雇用関連		□	・消費増税の影響を意識して求人を控えていた企業の求人数は増加する見込みである一方、求職者の動きが更に鈍くなるため、より労働者の売手市場が鮮明となるが、状況としては大きくは変わらない（人材派遣会社）。
その他の特徴コメント			○：需要と供給のバランスを考えると、企業が今まで控えていた設備投資が時期的に更新時期に入っている。景気にかかわらず、多くの企業が更新を検討・実施する（電気機械器具製造業）。 ○：来春卒業予定者を対象とする事業主向け求人業務説明会への参加事業所が前年よりも増加した。この説明会への参加事業所が増えると、新規卒卒者対象求人の申込が増加する傾向にあることから、各企業の採用意欲は引き続き高い（職業安定所）。

(D I) 図表27 現状・先行き判断D Iの推移

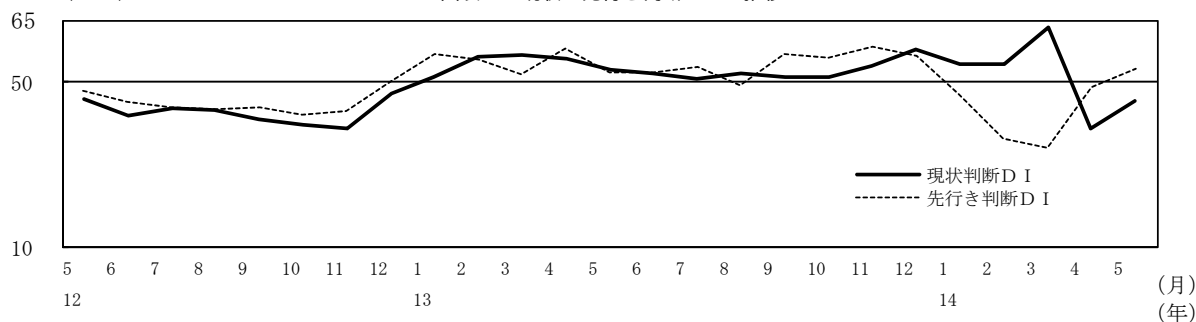


9 . 四国

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

		分野	判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連		□	・駆け込み需要の反動減は想定内である。生鮮品の好調もあり、前年比プラスに回復した（スーパー）。
			▲	・4月は消費税増税前の駆け込み需要の反動減がみられたが、5月に入ると徐々に回復してきている。しかし、消費税増税前の水準までは回復していない（コンビニ）。
			○	・4月は消費税増税の反動により化粧品・日用品部門で売上が減少したものの、5月は前年を上回っている（その他小売 [ショッピングセンター]）。
	企業 動向 関連		□	・手持ち業務量が相当量残っているため、その消化で、売上も数か月前と比べほとんど変化がない（建設業）。
			▲	・得意先（量販店、小売店）の売上が伸び悩んでいる（食料品製造業）。
			○	・消費増増税の影響で4月の売上は前年より減少したものの、5月は順調に受注があって、影響はほとんどない（繊維工業）。
	雇用 関連		○	・4月以降、消費税増税の影響はあったものの落ち着いてきており、新規事業や繁忙期対応などの求人数が徐々に増えている（人材派遣会社）。
		▲	・4月は各企業ともある程度強気の販促活動をしていたが、5月は販売に直結する折込チラシやテレビスポット広告の扱いが減少している。広告主には消費税増税による消費マインドの低下がみられる。実際、カーディーラーでは5月の販売が落ちたことから、販促計画を練り直している（新聞社 [求人広告]）。	
その他の特徴 コメント				○：5月は非常に好調に推移している（ゴルフ場）。 ×：消費税増税の反動が予想以上で、5月の新車の受注状況は前年比70%以下である（乗用車販売店）。
先行き	家計 動向 関連		□	・消費税増税前の駆け込み需要の反動から、今後2～3か月は厳しい状態が続く（住関連専門店）。
			○	・5月の売上は前年を上回る堅調なものであった。6月以降も前年並みを確保するとみている（百貨店）。
	企業 動向 関連		□	・技術職やその他人員の不足などもあるが、いかに工事を受注できるかにかかっている（建設会社）。
			○	・消費税増税の影響も軽微。高額商品の消費も堅調である（金融業）。
	雇用 関連		□	・引き続き好景気ではあるが、各業種とも人材不足が続いている。打開策が見つからない（求人情報誌）。
	その他の特徴 コメント			

(D I) 図表28 現状・先行き判断D Iの推移

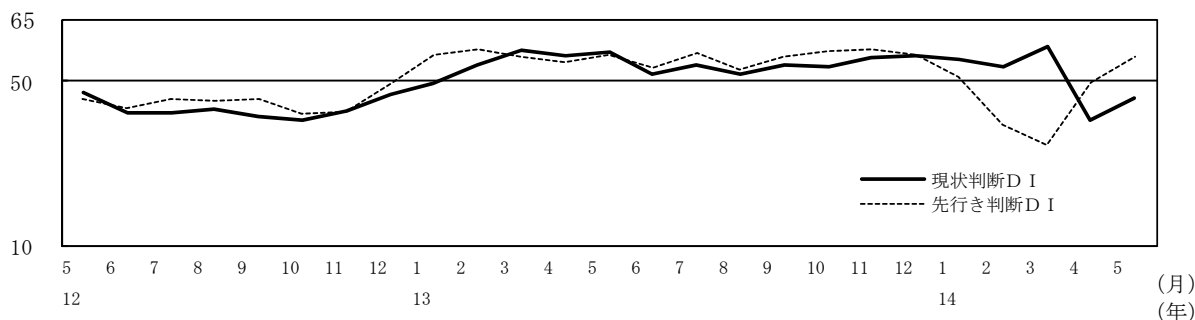


10.九州

(◎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	□	・客の動きとして、非常に吟味して必要な物以外は買わないという傾向が強くなっている。1人当たりの買上金額が前年より厳しくなっている(百貨店)。	
		▲	・消費税増税から2か月経過するも、客の購買力に変化がみられない。売上が伸びてこない(その他専門店[書籍])。	
		○	・消費税増税後の売上の減少を危惧していたが、さほど影響はなく、昨年並みの売上で推移している。天候のよし悪しが来客数に影響する(商店街)。	
	企業動向 関連	□	・消費税増税前の駆け込み需要の反動を懸念したがさほど影響はなく、受注量に大きな落ち込みもなかった。今月は前年同期以上の売上になった(一般機械器具製造業)。	
		○	・運送業顧客の様子をみると、事業所は拡大しているがドライバーの人手不足となっており、頻繁に採用面接している。また、不動産業の顧客からは、土地建物の買取希望があり、情報提供を求められている。銀行からの借入も積極的で、ここ1年以上不良債権が発生していない(その他サービス業[物品リース])。	
		▲	・取引先が経費削減に必死に動いている。こちらとしては運賃の値上がりなど経費が増えているので、このような取引先の動きは負担になる(繊維工業)。	
	雇用 関連	□	・少しずつではあるが、流通、飲食関連の求人募集で正社員雇用が増えてきている。ただ、景気を押し上げる大きな流れまでなっていない(新聞社[求人広告])。	
		○	・5月の新規求職者数は増加しているが、これは3月以降退職する者が多いため例年の傾向である。新規求職者数は前年比で減少傾向にある(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の影響はややあるものの、増税による買い控えはあまりない(スーパー)。 □：取引先からの受注量が安定しない。変更も多く非常に不安定で、短期的な計画を立てにくい。結果的に遅れて発注されるため、コストの問題もあり平常の操業ができない(電気機械器具製造業)。
	先行き	家計動向 関連	□	・消費税増税による消費マインドの更なる低迷が懸念される一方で、夏季賞与の増加や企業業績の回復基調が下支えとなった景気の回復を想定している。企業間では価格競争の激化が想定される(その他小売[ショッピングセンター])。
○			・売上は前年比97%だが、入店客数は105%なので客数自体は落ちていない。2~3か月先はクリアランスの時期になるので、かなり需要がでて、今よりは確実に回復する。おおむね98~100%の前年並みには戻り、やや良くなる(百貨店)。	
企業動向 関連		□	・取引先と景気について情報交換した際、良くなる、あるいは悪くなるという話をほとんど聞かず、大きな変化の兆候がみられない(経営コンサルタント)。	
		○	・自社の各事業部で人員の増員要請が出てきた。電気料金の動向は気になるが、前向きな設備の投資意欲もあり、頑張ろうというムードが出てきた(電気機械器具製造業)。	
雇用 関連		□	・地元企業へのヒアリングの結果、2015年の新卒採用は例年に比べ採用数も増やすところが多く、採用の動きも早まっているようだ(新聞社[求人広告])。	
その他の特徴 コメント			○：消費税増税後の落ち込みは、4~5月が底になるとみているので、今後は少しずつ売上も回復するとみている(スーパー)。 □：これから気温が上昇する季節となり、自動車のエアコン等を使用する機会が増加してくる。燃料油の販売が増加すると予想するので、洗車等のカーケア商品の販売チャンスに期待する(その他専門店[ガソリンスタンド])。	

(D I) 図表29 現状・先行き判断D Iの推移

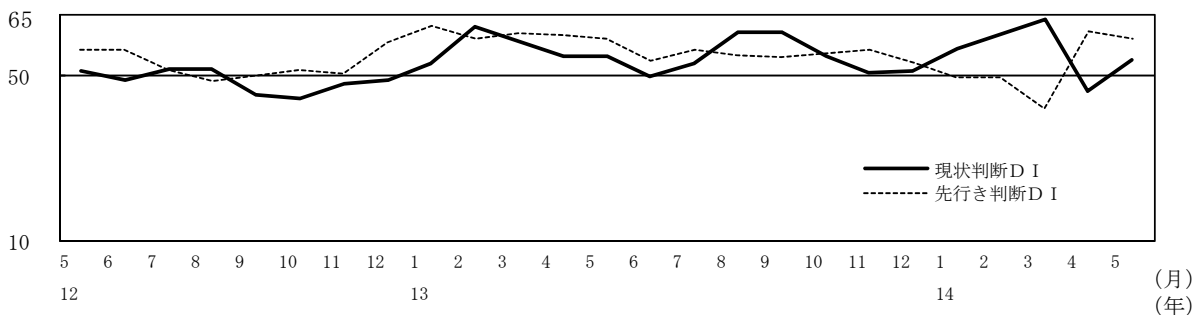


11. 沖縄

(◎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	□	・消費増税の反動を乗り越えた感じはする。客単価も前年並みで買い控えは無い。ただ、たばこは買い控えや客離れの傾向がある。来客数は前年より2%ポイント下がっている(コンビニ)。
		○	・近く料金プランが新しくなるため予約の客が多数来店している。毎月の支出にかかわることなので、消費者は敏感である(通信会社)。
		▲ ×	・3か月前は若干の下げ止まり感を感じていたが、今月に入り前年比で下げ幅が大きくなっている(その他専門店[書籍])。 ・連休後、例年以上に売上が落ち込んでいる。売上は上がらないのに、極端な人手不足でスタッフが疲れている。採用難で人件費がどんどん上がり、必要な人員の80%しかいないのに、人件費総額は前年比で140%と恐ろしい状況が続いている(その他飲食[居酒屋])。
	企業動向関連	○	・前期発注された公共工事が着工され、前年比で増加している。民間はやや増である(窯業・土石製品製造業)。
		□	・安価ではあるが、仕事の確保に困っている様子は無い。経験のある要員の確保が難しいので公の人材育成委託事業等を利用した要員の確保を進めながら仕事の受注を増やしている状況にある。要員のスキルアップが実現するまで安価な仕事の受注から脱け出せない状況にあるので景気の状態は変わらないと考えられる(通信業)。
		▲ ×	・食肉に関しては原料上昇に加え、原料供給不足もあって製品の原価上昇、供給不安がある(食料品製造業)。
	雇用関連	○	・企業の求人は堅調である。新規先からの問い合わせや求人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	○：新築の申込件数及びリフォーム契約件数が増加している(建設業)。 □：近隣に年配の方が多く住んでおり、消費増税には関係無く近くで買物をするので、来客数は減っていない(コンビニ)。		
先行き	家計動向関連	○	・消費税率にも慣れてきて、8%を支払うことに違和感を感じなくなっている(旅行代理店)。
		□	・今年は例年と比べて少し涼しいような気がする。季節ものがあまり良くない。来月から期待するが、まだ様子見である(衣料品専門店)。
	企業動向関連	○	・消費増税の影響も一時的である。景況感の良い方向に向かっている。今後も安定した消費は続くとみている(会計事務所)。
		□	・県内企業の広告宣伝等の販促予算は、業種により異なるものの、全体的には横ばい傾向である。ちなみに、県内における広告活動を積極的に展開する大手企業は微減傾向にある(広告代理店)。
		◎ ×	・公共工事は引き続き堅調に推移すると考えられ、与那国町の自衛隊駐屯地工事が本格的に始まる見込みである(輸送業)。 ・これから需要が増加する時期を迎え、更に原料不足が懸念される。価格の高騰も不安材料である(食料品製造業)。
	雇用関連	○	・1社当たりの採用人数等が増加している(求人情報誌製作会社)。
	その他の特徴コメント	○：店舗改装効果と外国人観光客による免税品の売上増加で、来客数が順調に伸びるものと予測している(百貨店)。 □：消費増税後の反動も落ち着き、今後とも沖縄県経済の安定は続くと予測する(コンビニ)。	

(D I) 図表30 現状・先行き判断D Iの推移

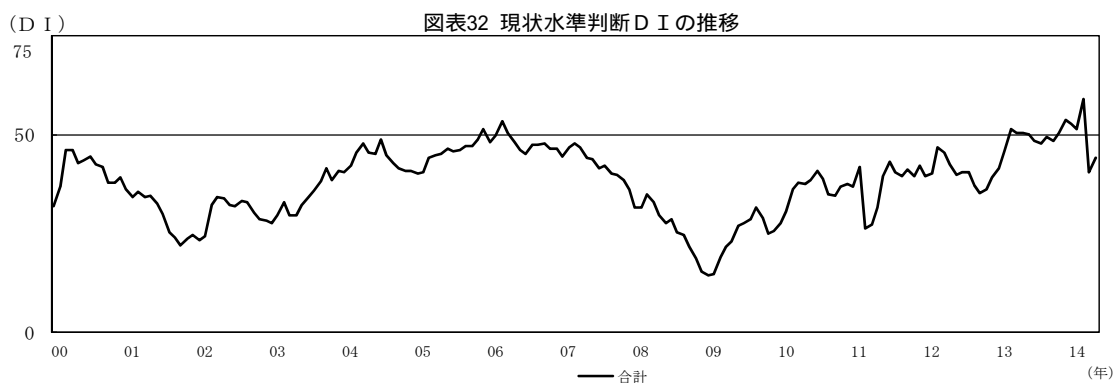


(参考1) 景気の現状水準判断D I

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 12	2014 1	2	3	4	5
合計		53.6	52.8	51.4	59.1	40.6	44.3
家計動向関連		50.7	49.5	47.7	58.0	34.7	40.5
小売関連		50.1	50.6	49.7	62.2	28.0	37.2
飲食関連		49.7	42.0	38.0	49.1	45.2	38.9
サービス関連		52.2	48.3	45.5	52.7	43.6	46.5
住宅関連		50.6	51.9	49.1	50.3	47.6	46.3
企業動向関連		58.1	56.9	56.0	59.9	49.4	47.4
製造業		57.5	58.8	55.5	58.5	50.9	49.1
非製造業		59.0	55.5	56.7	61.4	48.4	46.1
雇用関連		62.4	65.2	65.3	64.7	60.0	62.2



図表33 景気の現状水準判断D I (各分野計)

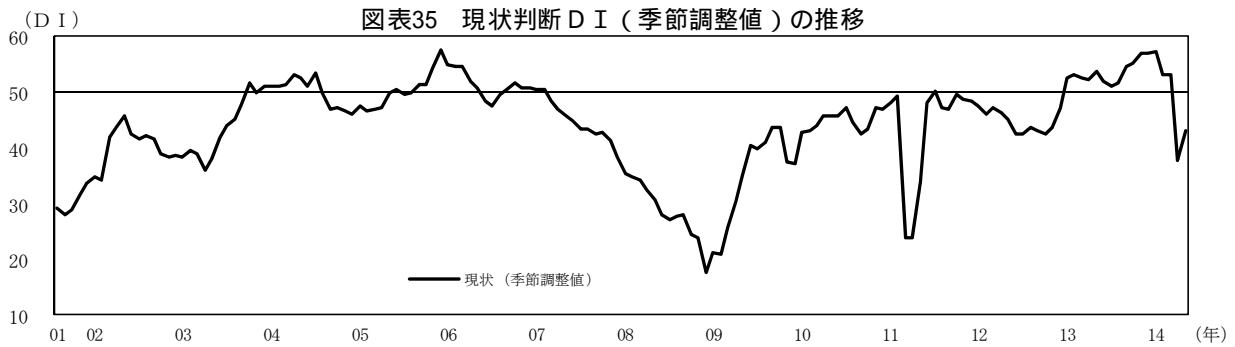
(D I)	年 月	2013 12	2014 1	2	3	4	5
全国		53.6	52.8	51.4	59.1	40.6	44.3
北海道		55.6	53.7	56.3	59.1	40.0	41.7
東北		50.1	50.6	47.6	58.8	37.4	43.2
関東		50.7	51.5	46.0	56.5	39.8	43.1
北関東		47.2	49.0	41.0	54.1	36.0	39.9
南関東		52.6	52.9	49.1	57.9	42.0	45.0
東海		56.5	54.8	54.1	59.3	42.5	45.5
北陸		53.0	52.3	52.3	55.3	42.1	46.3
近畿		54.9	51.7	56.2	61.8	44.0	45.0
中国		56.5	58.0	55.0	61.7	39.9	43.2
四国		54.9	51.4	51.6	61.5	38.0	43.5
九州		54.9	53.4	50.9	59.9	39.7	45.2
沖縄		53.8	54.4	59.5	63.1	45.8	55.5

(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。

(参考2) 全国の動向D Iの季節調整値

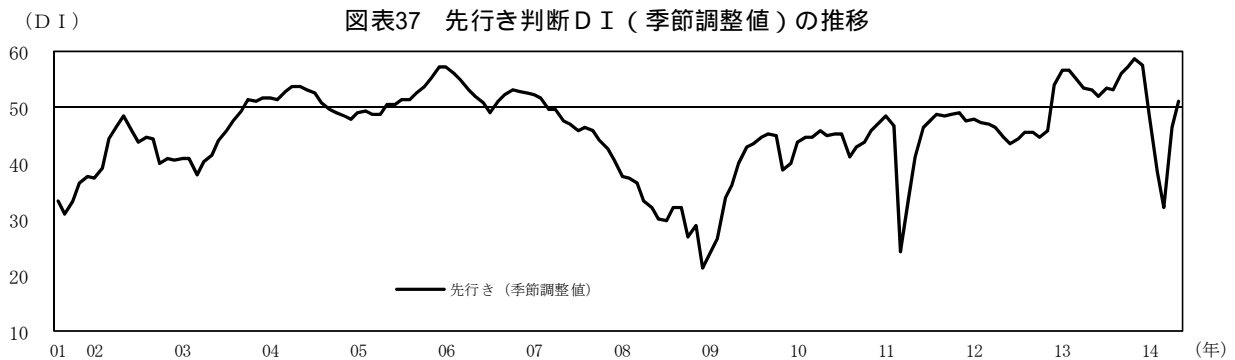
図表34 現状判断D I (季節調整値)

(D I)	年月	2013 12	2014 1	2	3	4	5
現状 (季節調整値)		56.9	57.4	53.0	53.2	37.8	43.1



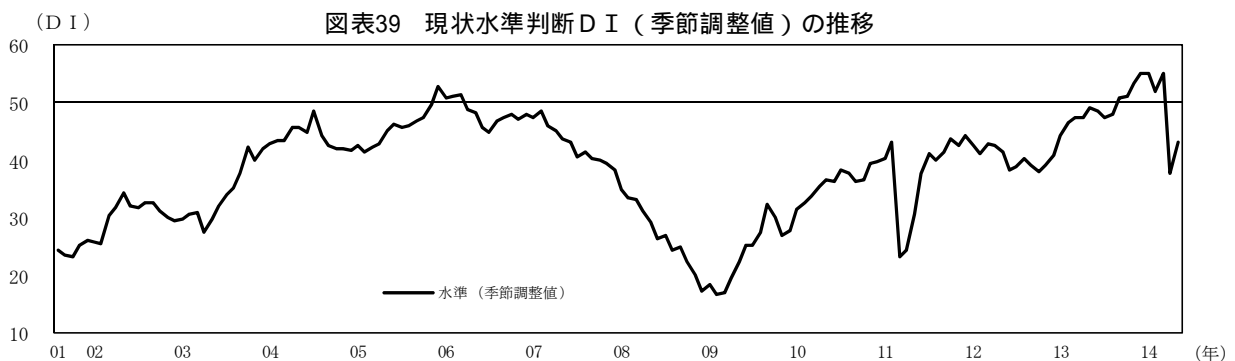
図表36 先行き判断D I (季節調整値)

(D I)	年月	2013 12	2014 1	2	3	4	5
先行き (季節調整値)		57.4	48.9	38.7	32.1	46.4	51.0



図表38 現状水準判断D I (季節調整値)

(D I)	年月	2013 12	2014 1	2	3	4	5
水準 (季節調整値)		55.0	55.1	51.8	55.0	37.7	43.0



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 12	2014 1	2	3	4	5
現状	-1.2	-2.7	0.0	4.7	3.8	2.0
先行き	-2.7	0.1	1.3	2.6	3.9	2.8
水準	-1.4	-2.3	-0.4	4.1	2.9	1.3

(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	seasonal α =MSR (3×5)	seasonal α =MSR (3×5)	seasonal α =MSR (3×5)
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	予測期間は 36 ケ月 MAPR が最少	予測期間は 36 ケ月 MAPR が最少	予測期間は 36 ケ月 MAPR 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。