

景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

令和4年8月調査結果

令和4年9月8日



内閣府政策統括官
(経済財政分析担当)

今月の動き (2022年8月)

8月の現状判断DI(季節調整値)は、前月差1.7ポイント上昇の45.5となった。

家計動向関連DIは、住宅関連が低下したものの、飲食関連等が上昇したことから上昇した。企業動向関連DIは、非製造業等が上昇したことから上昇した。雇用関連DIについては、上昇した。

8月の先行き判断DI(季節調整値)は、前月差6.6ポイント上昇の49.4となった。

家計動向関連DI、企業動向関連DI、雇用関連DIが上昇した。

なお、原数値で見ると、現状判断DIは前月差1.3ポイント上昇の44.8となり、先行き判断DIは前月差5.0ポイント上昇の47.6となった。

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、持ち直しに足踏みがみられる。先行きについては、価格上昇の影響等を懸念しつつも、持ち直しへの期待がみられる。」とまとめられる。

目 次

調査の概要	2
利用上の注意	4
D I の算出方法	4
調査結果	5
I. 全国の動向	6
1. 景気の現状判断D I (季節調整値)	6
2. 景気の先行き判断D I (季節調整値)	7
(参考) 景気の現状判断D I ・先行き判断D I (原数値)	8
II. 各地域の動向	9
1. 景気の現状判断D I (季節調整値)	9
2. 景気の先行き判断D I (季節調整値)	9
(参考) 景気の現状判断D I ・先行き判断D I (原数値)	10
III. 景気判断理由の概要	11
(参考) 景気の現状水準判断D I	25

調査の概要

1. 調査の目的

地域の景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々の協力を得て、地域ごとの景気動向を的確かつ迅速に把握し、景気動向判断の基礎資料とすることを目的とする。

2. 調査の範囲

(1) 対象地域

北海道、東北、北関東、南関東、甲信越、東海、北陸、近畿、中国、四国、九州、沖縄の12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。

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
関東	北関東	茨城、栃木、群馬
	南関東	埼玉、千葉、東京、神奈川
甲信越		新潟、山梨、長野
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

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。

平成28年4月調査より、南関東のうち東京都分の別掲を開始。

平成28年10月調査より、正式系列の「東北（新潟含む）」、「北関東（山梨、長野含む）」に加えて、「甲信越（新潟、山梨、長野）」、「東北（新潟除く）」、「北関東（山梨、長野除く）」を参考掲載。

平成29年10月調査より、現行の地域区分を正式系列として実施。

(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、「III. 景気ウォッチャー（調査客体）の地域別・分野別構成（34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
	甲信越	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	公益財団法人 中国地域創造研究センター
	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	103 人	79.2%	北陸	100 人	93 人	93.0%
東北	189 人	174 人	92.1%	近畿	290 人	256 人	88.3%
北関東	129 人	118 人	91.5%	中国	170 人	164 人	96.5%
南関東	330 人	313 人	94.8%	四国	110 人	94 人	85.5%
東京都	156 人	150 人	96.2%	九州	210 人	180 人	85.7%
甲信越	92 人	88 人	95.7%	沖縄	50 人	39 人	78.0%
東海	250 人	228 人	91.2%	全国	2,050 人	1,850 人	90.2%

(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）
- 平成 29 年 10 月調査以降は 2,050 人（全国 12 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（季節調整値）

2. 景気の先行き判断D I（季節調整値）

（参考）景気の現状判断D I・先行き判断D I（原数値）

II. 各地域の動向

1. 景気の現状判断D I（季節調整値）

2. 景気の先行き判断D I（季節調整値）

（参考）景気の現状判断D I・先行き判断D I（原数値）

III. 景気判断理由の概要

（参考）景気の現状水準判断D I

（備考）

1. 「III. 景気判断理由の概要 全国（11 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」（12 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. 13～24 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（季節調整値）

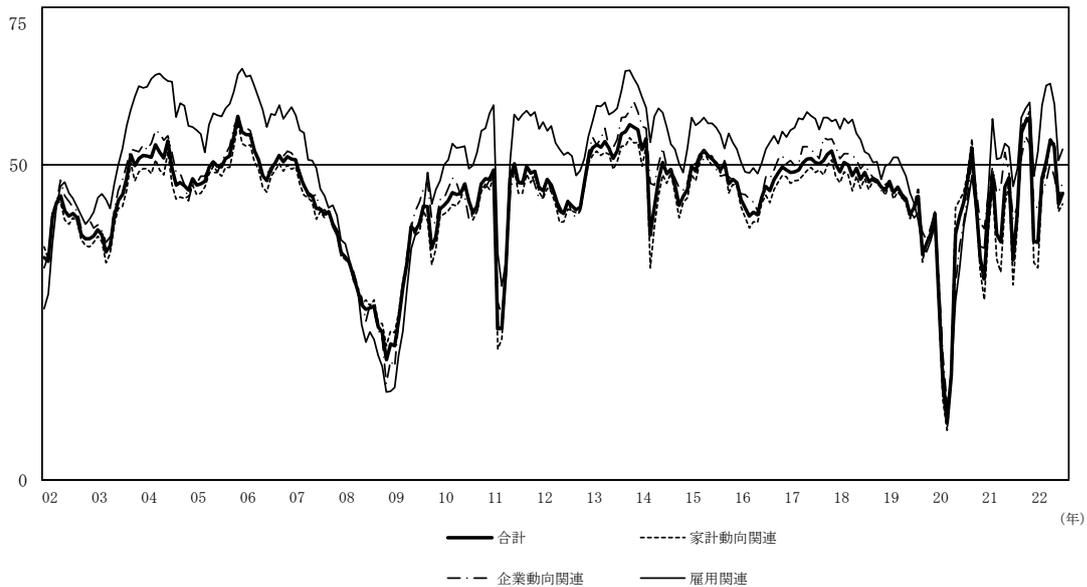
3か月前と比較しての景気の現状に対する判断D Iは、45.5となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのD Iが上昇したことから、前月を1.7ポイント上回り、3か月ぶりの上昇となった。

図表1 景気の現状判断D I（季節調整値）

(D I)	年 2022							(前月差)
	月 3	4	5	6	7	8		
合計	47.8	50.4	54.0	52.9	43.8	45.5	(1.7)	
家計動向関連	46.8	49.6	53.8	53.4	42.6	43.8	(1.2)	
小売関連	46.7	47.7	50.2	49.5	43.3	44.7	(1.4)	
飲食関連	46.9	52.8	62.2	62.0	30.8	37.1	(6.3)	
サービス関連	47.5	53.5	60.1	61.1	44.3	44.6	(0.3)	
住宅関連	44.6	45.7	48.2	44.2	40.9	39.4	(-1.5)	
企業動向関連	45.5	47.4	50.4	48.0	44.3	47.5	(3.2)	
製造業	45.5	47.9	48.4	46.2	44.1	47.0	(2.9)	
非製造業	45.7	47.1	52.0	49.7	44.8	48.0	(3.2)	
雇用関連	59.5	62.6	62.9	59.6	50.7	52.5	(1.8)	

(D I)

図表2 景気の現状判断D I（季節調整値）



2. 景気の先行き判断D I（季節調整値）

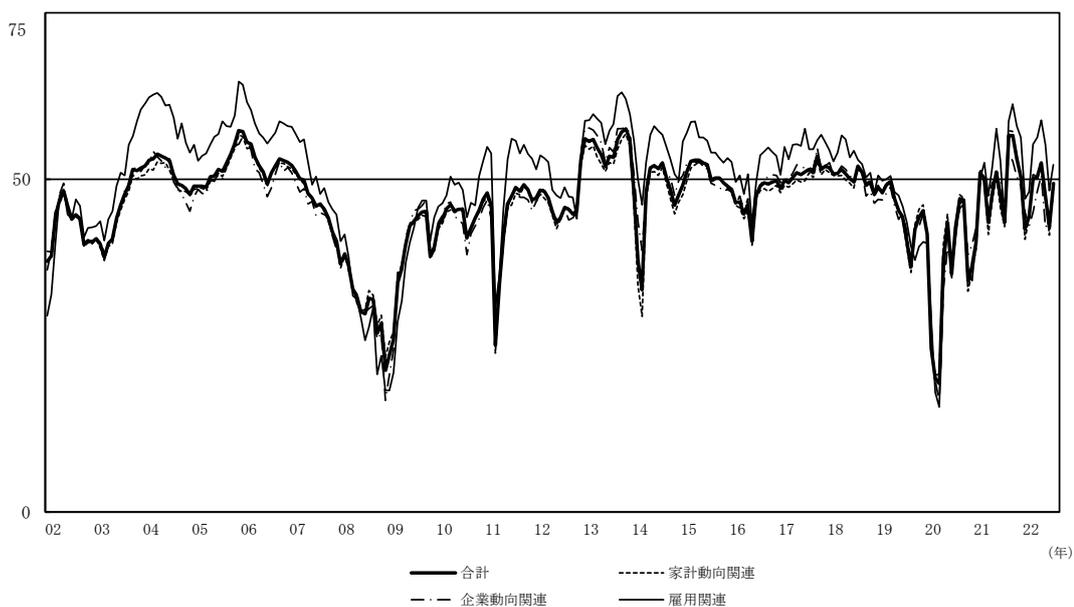
2～3か月先の景気の先行きに対する判断D Iは、49.4 となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのD Iが上昇したことから、前月を6.6ポイント上回った。

図表3 景気の先行き判断D I（季節調整値）

(D I)	年 2022							(前月差)
	月 3	4	5	6	7	8		
合計	50.1	50.3	52.5	47.6	42.8	49.4	(6.6)	
家計動向関連	50.9	50.0	52.2	48.0	41.6	49.6	(8.0)	
小売関連	49.8	48.0	49.9	45.1	42.0	48.8	(6.8)	
飲食関連	52.2	53.4	56.2	50.5	44.5	51.5	(7.0)	
サービス関連	54.5	55.0	57.8	54.6	41.2	52.2	(11.0)	
住宅関連	42.4	41.6	43.4	40.8	37.4	43.0	(5.6)	
企業動向関連	45.1	48.2	50.6	42.8	43.8	47.3	(3.5)	
製造業	44.3	46.0	50.1	41.3	44.4	47.7	(3.3)	
非製造業	45.7	49.8	51.2	44.0	43.6	47.0	(3.4)	
雇用関連	55.3	56.3	58.9	55.2	48.3	52.2	(3.9)	

(D I)

図表4 景気の先行き判断D I（季節調整値）



(参考) 景気の現状判断D I・先行き判断D I (原数値)

(現状判断)

図表5 景気の現状判断D I

(D I)	年	2022					
	月	3	4	5	6	7	8
合計		48.9	50.7	52.6	51.8	43.5	44.8
家計動向関連		49.0	51.0	53.7	52.7	41.8	42.8
小売関連		48.1	49.1	50.5	49.4	42.0	43.3
飲食関連		50.8	55.4	62.8	63.0	32.6	35.6
サービス関連		51.0	54.9	59.2	58.5	44.1	44.3
住宅関連		45.7	45.3	45.9	44.4	40.9	39.3
企業動向関連		45.2	46.6	47.8	46.4	45.1	47.1
製造業		45.1	46.4	45.1	44.4	44.3	46.5
非製造業		45.5	46.7	49.9	48.1	46.2	47.9
雇用関連		56.1	57.5	56.4	57.8	50.8	52.8

図表6 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
2022	6	4.7%	30.6%	38.0%	21.0%	5.8%	51.8
	7	2.2%	18.4%	39.4%	31.1%	8.9%	43.5
	8	2.1%	17.2%	47.2%	24.8%	8.7%	44.8

(先行き判断)

図表7 景気の先行き判断D I

(D I)	年	2022					
	月	3	4	5	6	7	8
合計		48.4	48.0	51.3	49.2	42.6	47.6
家計動向関連		49.2	48.4	51.7	50.1	41.7	47.0
小売関連		47.9	47.0	50.0	48.2	42.1	45.7
飲食関連		51.9	50.0	57.2	53.3	41.6	46.2
サービス関連		52.8	52.7	55.8	54.7	42.1	50.9
住宅関連		41.1	39.7	42.7	42.1	36.7	42.5
企業動向関連		43.3	45.2	48.3	44.4	43.8	47.0
製造業		42.1	43.0	47.6	41.9	45.4	48.4
非製造業		44.0	46.7	49.1	46.6	42.9	45.8
雇用関連		53.7	51.0	55.0	53.6	46.0	52.4

図表8 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
2022	6	4.0%	25.8%	40.3%	22.7%	7.2%	49.2
	7	1.6%	15.3%	44.6%	29.0%	9.5%	42.6
	8	2.5%	20.3%	48.7%	21.7%	6.8%	47.6

II. 各地域の動向

1. 景気の現状判断D I (季節調整値)

前月と比較しての現状判断D I (各分野計)は、全国 12 地域中、7 地域で上昇、5 地域で低下であった。最も上昇幅が大きかったのは沖縄 (4.5 ポイント上昇) で、最も低下幅が大きかったのは甲信越 (2.1 ポイント低下) であった。

図表9 景気の現状判断D I (各分野計)(季節調整値)

(D I)	年	2022						(前月差)
	月	3	4	5	6	7	8	
全国		47.8	50.4	54.0	52.9	43.8	45.5	(1.7)
北海道		50.6	52.7	56.8	58.4	50.4	50.2	(-0.2)
東北		42.4	47.1	55.1	51.8	41.5	44.6	(3.1)
関東		45.6	48.6	50.4	50.9	42.8	43.3	(0.5)
北関東		43.9	46.6	46.6	49.0	39.6	40.7	(1.1)
南関東		46.3	49.3	51.8	51.6	44.0	44.2	(0.2)
東京都		45.5	52.1	56.6	57.7	46.4	50.4	(4.0)
甲信越		44.1	49.5	56.9	57.9	47.5	45.4	(-2.1)
東海		48.7	50.5	52.8	51.7	42.9	42.1	(-0.8)
北陸		47.4	51.4	55.9	56.3	42.0	41.4	(-0.6)
近畿		48.4	50.6	52.1	51.0	39.2	42.0	(2.8)
中国		49.7	47.3	53.1	50.6	44.8	47.6	(2.8)
四国		49.7	53.3	58.9	54.8	47.4	45.9	(-1.5)
九州		51.0	50.6	54.1	55.6	46.8	48.6	(1.8)
沖縄		62.8	62.7	60.3	61.5	55.0	59.5	(4.5)

2. 景気の先行き判断D I (季節調整値)

前月と比較しての先行き判断D I (各分野計)は、全国 12 地域で上昇した。最も上昇幅が大きかったのは東北 (9.4 ポイント上昇) で、最も上昇幅が小さかったのは沖縄 (1.5 ポイント上昇) であった。

図表10 景気の先行き判断D I (各分野計)(季節調整値)

(D I)	年	2022						(前月差)
	月	3	4	5	6	7	8	
全国		50.1	50.3	52.5	47.6	42.8	49.4	(6.6)
北海道		48.4	53.2	57.6	55.4	47.9	51.9	(4.0)
東北		48.5	49.2	49.8	46.6	39.9	49.3	(9.4)
関東		47.9	49.0	49.9	45.9	42.5	48.7	(6.2)
北関東		45.0	45.4	46.8	42.0	41.5	50.1	(8.6)
南関東		49.0	50.3	51.0	47.4	42.9	48.2	(5.3)
東京都		50.8	53.9	54.9	52.7	44.8	53.0	(8.2)
甲信越		45.9	46.9	53.8	51.0	43.8	49.6	(5.8)
東海		50.0	48.8	51.0	42.2	40.7	46.3	(5.6)
北陸		49.2	50.0	48.5	45.9	44.7	49.3	(4.6)
近畿		47.5	49.2	53.4	45.0	42.4	48.9	(6.5)
中国		54.0	49.0	52.5	49.5	41.7	49.7	(8.0)
四国		53.9	53.7	59.0	49.3	45.5	49.7	(4.2)
九州		54.0	51.9	54.2	50.4	46.4	54.5	(8.1)
沖縄		55.6	62.7	57.8	58.4	51.7	53.2	(1.5)

(参考) 景気の現状判断D I・先行き判断D I (原数値)

(現状判断)

図表 11 景気の現状判断D I (各分野計)(原数値)

(D I)	年	2022					
	月	3	4	5	6	7	8
全国		48.9	50.7	52.6	51.8	43.5	44.8
北海道		51.2	53.8	55.8	58.3	52.3	49.8
東北		41.8	47.4	54.0	51.6	42.9	45.5
関東		46.5	49.5	50.8	50.1	41.3	43.6
北関東		43.4	46.7	47.1	47.8	39.2	40.9
南関東		47.7	50.5	52.1	51.0	42.1	44.6
東京都		48.1	54.4	57.7	56.5	45.0	48.8
甲信越		44.7	51.2	56.9	57.3	47.4	46.0
東海		49.3	49.9	49.8	49.7	42.1	42.4
北陸		45.6	50.8	52.2	53.6	41.8	41.7
近畿		49.7	51.9	52.0	51.0	40.2	43.5
中国		53.2	48.9	52.4	48.8	43.9	45.4
四国		52.7	53.9	57.4	53.5	47.1	45.5
九州		52.9	51.8	53.3	53.5	45.3	46.5
沖縄		63.8	60.0	57.1	57.9	53.1	55.1

(先行き判断)

図表 12 景気の先行き判断D I (各分野計)(原数値)

(D I)	年	2022					
	月	3	4	5	6	7	8
全国		48.4	48.0	51.3	49.2	42.6	47.6
北海道		51.5	52.8	56.1	55.9	45.3	48.8
東北		46.6	47.6	50.0	48.7	40.3	47.6
関東		46.5	46.6	49.3	47.8	41.6	47.3
北関東		45.1	43.4	47.6	45.3	40.9	46.6
南関東		47.0	47.8	49.9	48.8	41.9	47.6
東京都		49.7	51.2	54.7	54.1	45.1	52.2
甲信越		48.1	45.3	52.2	51.7	42.2	46.3
東海		46.6	46.1	48.8	45.4	42.2	43.6
北陸		48.6	45.6	49.5	48.1	42.3	46.8
近畿		47.0	47.5	51.1	47.3	41.5	46.5
中国		52.0	47.6	52.4	49.5	41.9	49.8
四国		51.9	51.8	56.3	52.4	46.0	44.9
九州		50.7	50.1	53.8	51.8	45.2	52.5
沖縄		53.9	59.4	57.1	58.6	51.9	55.1

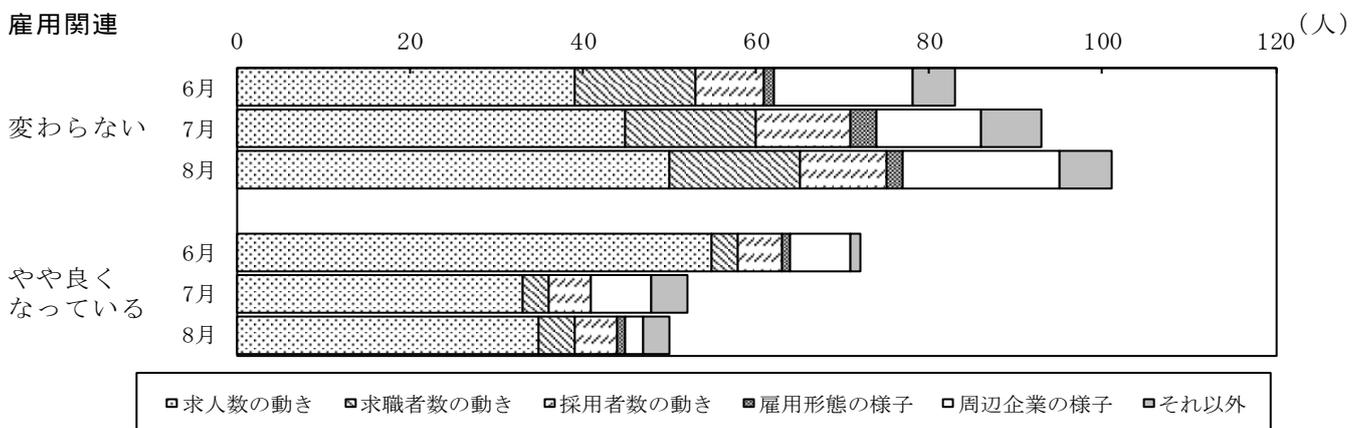
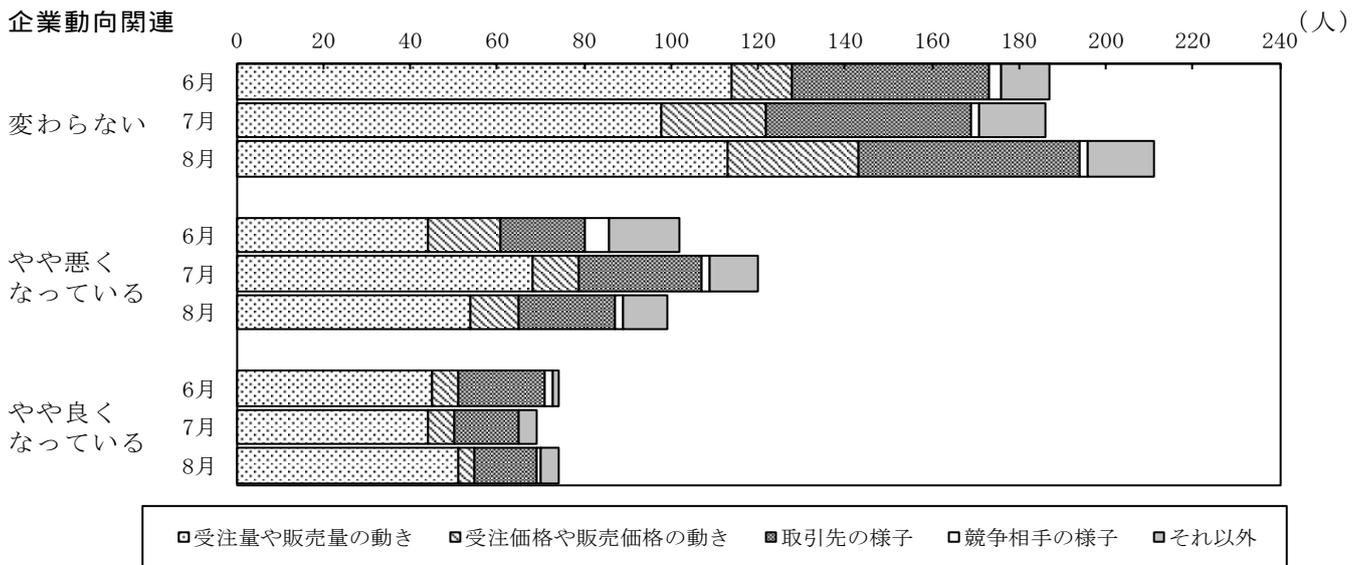
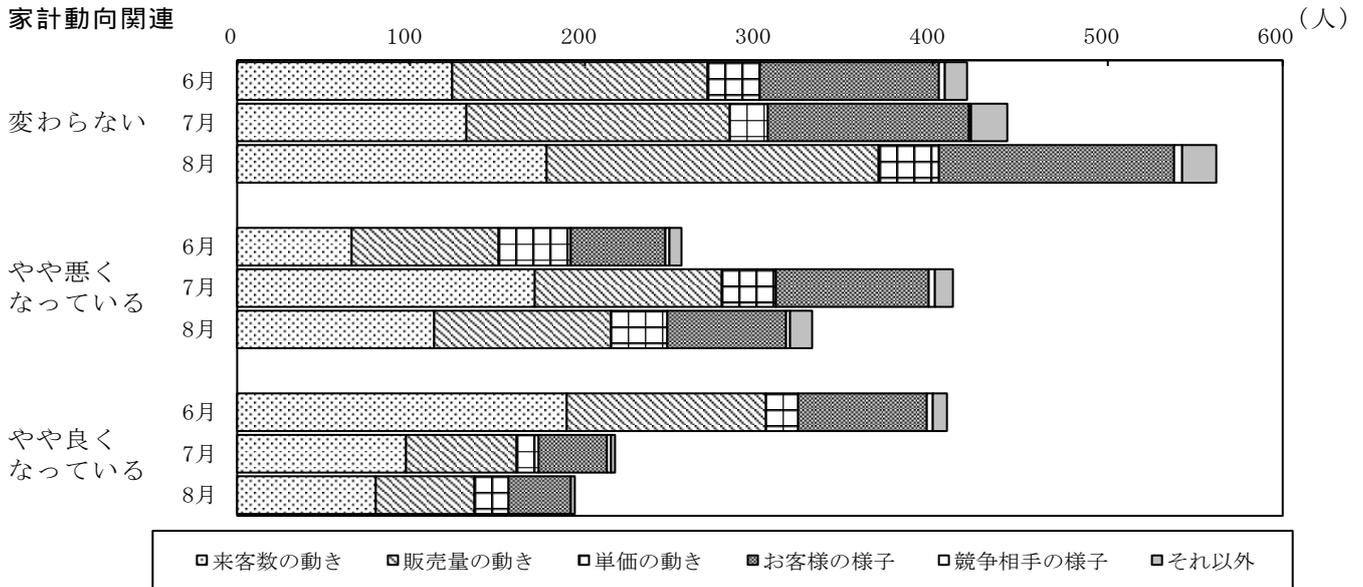
III. 景気判断理由の概要

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"> ・3年ぶりに行動制限のない夏季繁忙期を迎えたことから、7月の航空需要は新型コロナウイルス感染症発生前の81%まで回復した。8月のお盆期間は帰省などの生活需要が活発であり、空港では久しぶりに家族を出迎える光景が多くみられた。空港の国内商業施設にもにぎわいが戻っている（北海道＝旅行代理店）。 ・今年の夏休みは子供向けイベントも復活し、家族での来店が増えるとともに、滞在時間も長くなり、にぎわいが戻ってきている（近畿＝百貨店）。
		▲	<ul style="list-style-type: none"> ・昨今の物価高の影響で、余暇、レジャー、趣味に対する消費力が弱まっていると感じる。客との会話や様子からそのような印象を受けている（南関東＝通信会社）。 ・食品を中心に値上げの影響があり、客の商品の買い方がシビアになっている。通常は広告を入れると、お買い得商品のほかに定番商品も売れるが、最近はお買い得商品だけを買う客が増えている。1人当たりの買上点数も落ちている（近畿＝スーパー）。
	企業 動向 関連	○	<ul style="list-style-type: none"> ・地震や大雨の影響が一部の土木工事現場でみられたが、大きな支障を来すことなく、全体の出来高が順調に積み上がっている。新型コロナウイルス感染症の第7波にあっても、民間建築の見積り引き合いが増えていることもプラスである（北海道＝建設業）。
		▲	<ul style="list-style-type: none"> ・受注量は堅調に推移しているが、資材が高騰する一方で販売価格を十分に上げることができず、利益率を悪化させている（北陸＝一般機械器具製造業）。
	雇用 関連	□	<ul style="list-style-type: none"> ・新規求人数は、飲食業のパート求人が大幅に減少した一方で、タクシー乗務員など旅客運送業の求人が増加している。新型コロナウイルス感染症が拡大するなかで、密回避の移動手段としての需要が背景にあるものと推察される（南関東＝職業安定所）。
	先行き	家計 動向 関連	◎
○			<ul style="list-style-type: none"> ・例年10月以降は秋の観光シーズンとなること、全国旅行支援の実施が検討されていること、インバウンドの水際対策の緩和により入国者数の増加が期待できることなどから、景気はやや良くなる（中国＝都市型ホテル）。
▲			<ul style="list-style-type: none"> ・毎月、商材の価格が上がっているため、趣味の品等で買い控えが懸念される（南関東＝家電量販店）。 ・物価の上昇で家計の余裕が少なくなり、外食への支出も減少傾向が続く。新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着くまでは、厳しい状況が続くと予想される（近畿＝一般レストラン）。
企業 動向 関連		○	<ul style="list-style-type: none"> ・今年は天候に恵まれていて、今のところ、ヴィンテージイヤーが期待できる。また、円安に振れており、輸入ワインの価格がかなり値上がりしているため、国産ワインには有利に働く。秋からの需要が望まれる（甲信越＝食料品製造業）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> ・コスト増を価格に転嫁できないため、給料としての人件費の伸びがほとんど期待できない中小企業が多い。給料が上がらないと景気回復は期待できず、当面現状の景気が続く（東海＝金融業）。
雇用 関連		○	<ul style="list-style-type: none"> ・百貨店等今まで採用を控えていた業界が採用に動き出しているため、全体的に景気上昇に向かっていると予測できる（九州＝民間職業紹介機関）。

図表13 現状判断の理由別（着目点別）回答者数の推移

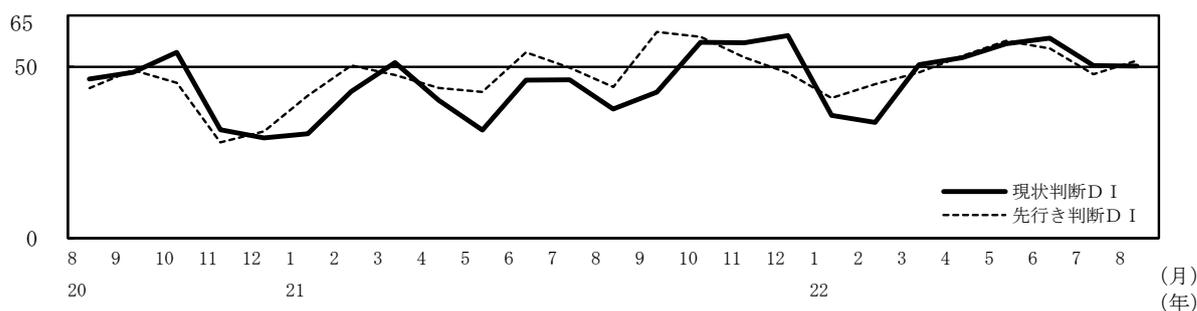


1. 北海道

(◎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	□	一部で観光客の動きがみられるが、新型コロナウイルスの感染者数が増えているため、販売量は行ったり来たりを繰り返している。全体的には余り大きな変動はみられず、現状維持での推移となっている（コンビニ）。	
		○	3年ぶりに行動制限のない夏季繁忙期を迎えたことから、7月の航空需要は新型コロナウイルス感染症発生前の81%まで回復した。8月のお盆期間は帰省などの生活需要が活発であり、空港では久しぶりに家族を出迎える光景が多くみられた。空港の国内商業施設にもにぎわいが戻っている（旅行代理店）。	
		▲	新型コロナウイルスの感染拡大による来場者数の減少に加えて、様々な原材料価格の高騰による商材の値上がりもあり、販売量の減少傾向がみられる（百貨店）。	
	企業 動向 関連	□	受注量が増えている客先と減っている客先があり、全体量では変わらない状態となっている（輸送業）。	
		▲	売上は前年と比較すると若干良いが、3か月前と比較すると1割ほどの落ち込みとなっている（食料品製造業）。	
	雇用 関連	○	地震や大雨の影響が一部の土木工事現場でみられたが、大きな支障を来すことなく、全体の出来高が順調に積み上がっている。新型コロナウイルス感染症の第7波にあっても、民間建築の見積り引き合いが増えていることもプラスである（建設業）。	
		□	求人広告は前年比120%の申込みとなっている。ただ、飲食、清掃、給食会社が倍増と好調なのに対して、当地の主幹産業である建設業が70%にとどまっていることが気掛かりである（求人情報誌製作会社）。	
	その他の特徴 コメント	○	国内の観光客の動きが活発で観光地に人が集まっていることで宿泊業、旅客運送業などの求人数が増えている。新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているものの、飲食店の求人も堅調である。建設、運輸業も引き続き堅調で、外国人雇用のニーズが高まっている（求人情報誌製作会社）。	
		□	○：新型コロナウイルスの感染者数が増加しているが、客の動きは衰えておらず、来客数が伸びている。客の来店頻度も高くなっている（美容室）。 □：新型コロナウイルス新規感染者数が落ち着いてこないことからキャンセルが発生している。そのため、来客数の変化がほとんどみられない（タクシー運転手）。	
	先行き	家計 動向 関連	□	新型車の投入が予定されているが、生産状況が不透明なことから今後の景気が良くなるとは考え難い。ただ、客の動きが堅調なため、今後も現状維持の状態が続く（乗用車販売店）。
▲			今後、原価の高騰に伴う値上げが続々と行われるため、客の生活防衛意識が間違いなく高まることになる（スーパー）。	
企業 動向 関連		□	3か月先までの受注が既に確定しており、これ以上の仕事を受けようにも人手が足りない。同業他社も似たような状況のようだ（その他サービス業 [ソフトウェア開発]）。	
		▲	これから冬季に向かうなか、不動産業や建築業は徐々に取引量が少なくなることから、景気はやや悪くなる。円安や物価上昇も取引量の減少に拍車を掛けることになる（司法書士）。	
雇用 関連		□	新型コロナウイルス感染症の第7波による経済への影響、原油や原材料価格の高騰など、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、業況が堅調な事業所からの求人もあって、新規求人数は維持できていることから、今後も景気は変わらない。新規求職者数が前年から減少していることも持ち直しにつながっている（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント	○	○：以前のような個々の客による健康相談が増えているなど、良い傾向がみられる。こうした新しい客の動きが今後も続くことで景気が良くなると期待している（その他専門店 [医薬品]）。 □：諸物価が高騰していることもあり、今後については楽観できない状況が続く（一般小売店 [酒]）。		

(D I) 図表14 現状・先行き判断D I（北海道）の推移（季節調整値）

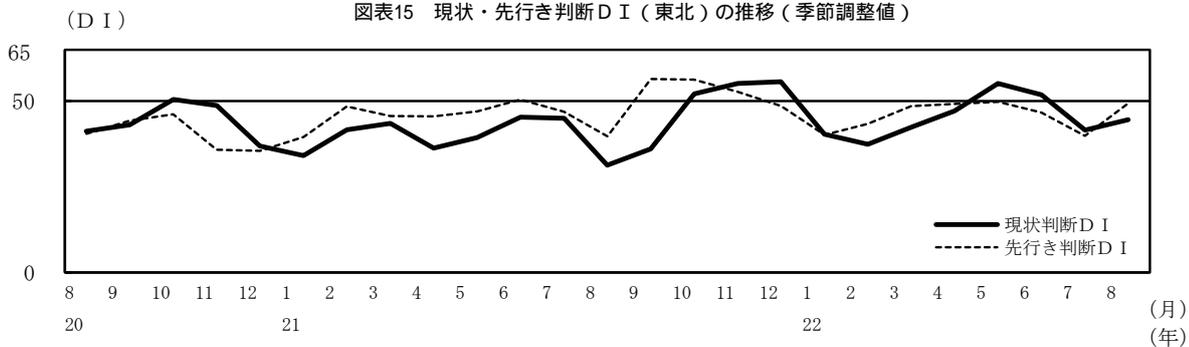


2. 東北

(◎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	□	・夏休みからお盆にかけて人の流れは結構出てきているものの、新型コロナウイルスの感染拡大もあり、客の消費行動に直接結び付いてはいないようである（その他小売 [ショッピングセンター]）。	
		▲	・物価上昇が購入意欲の低下に影響しているような感じがある（コンビニ）。	
		○	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、他県からの客が増加している（観光型ホテル）。	
	企業 動向 関連	□	・大型夏祭りは新型コロナウイルス感染症発生前の人出に戻り、一時的には消費拡大となったが、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりの状態では継続的に活発な販促活動が展開できず、広告業界は依然として低迷している（広告業協会）。	
		▲	・スマートフォン等の需要減退に伴う対応を示唆されている（電気機械器具製造業）。	
○		・夏祭りやお盆の帰省も人の動きが良かったため、土産商品がよく動いた。新型コロナウイルス感染症発生前までは売上は回復していないが、ホッと一息といったところである（食料品製造業）。		
雇用 関連	□	・求人数については横ばいの状況である（人材派遣会社）。		
	○	・新型コロナウイルスの新規感染者数は依然高止まっているが、特に行動制限が掛けられていないため、各種イベント等は感染症対策を講じ、規模縮小ながら実施できている（学校 [専門学校]）。		
その他の特徴 コメント		○：県民割のクーポンを使う人の来店が多くなっている（一般小売店 [酒]）。 □：新型コロナウイルスの新規感染者数も多くキャンセルなども多かったが、結果として大きくは変わらなかった（観光型旅館）。		
先行き	家計 動向 関連	□	・いまだに商品の値上がりが続いていて、買にくい価格の商品が増えている。また、新型コロナウイルスの感染拡大も続いており、来店を自粛する傾向がみられる。この状況は続きそうである（スーパー）。	
		▲	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加による来客数の大幅な減少は、この先も続くともみている。また、値上げラッシュで財布のひもは固くなることが考えられる。特に東北地方は冬季の灯油代が家計に占める割合が高いため、生活必需品以外への支出が減ることが予想される（その他専門店 [靴]）。	
	企業 動向 関連	□	・客先での増産や新規設備の話題は増えつつあるが、なかなか発注には至らない。材料価格は高止まりしている。構造部品や制御部品の入手もまだ困難な状況が続いている（一般機械器具製造業）。	
		○	・年末に向けて官民で比較的大型の工事契約が進む見通しもあり、景気は若干上向き可能性がある（建設業）。	
	雇用 関連	□	・求人数が求職者数を上回っている状態が続いているものの、燃料の価格高騰や物価高などが事業者や求職者に影響を与えることも想定され、状況を注視する必要がある（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント		□：燃料油は補助金適用の成果により販売価格の上昇は抑えられているものの、年内は現行販売価格のまま高値で推移するとみている。節約志向が強くなると予想している（その他専門店 [ガソリンスタンド]）。 ▲：新型コロナウイルスの感染が拡大しており、延期や中止が増えている（旅行代理店）。		

図表15 現状・先行き判断DI（東北）の推移（季節調整値）



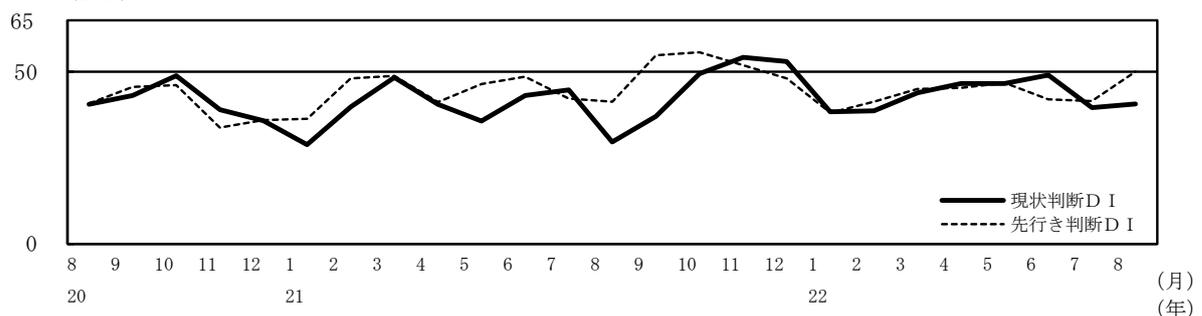
3. 北関東

(◎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	□	・行動規制のない夏休みだったので、上向きと思えたが、新型コロナウイルスの新規感染者数は依然高止まりで、来客数はそれほど伸びていない（スーパー）。
		▲	・新型コロナウイルスの特需が終息し、来客数が前年割れしている。3年前の新型コロナウイルス感染症の発生前の水準に戻っている（住関連専門店）。
		×	・新型コロナウイルスの新規感染者数が日々過去最高を更新していて、行動制限がなくても、飲酒等をしている人がいない。電車に乗っている人も少ない。若い乗務員が少ないなか、タクシーの給料では生活ができません、当社以外でも退職者が目立つようになっている。午前中は多少動きがあっても、午後から夜や深夜は仕事にならない（タクシー運転手）。
	企業 動向 関連	□	・今月も猛暑となり、エアコン、扇風機等の夏物家電は前年並みの物量を確認している。しかし、燃料コストの高止まりやドライバー不足による車両確保費用が高くなり、利益は薄くなっている（輸送業）。
		○	・取引先からの受注予定数量が増加しており、やや良くなっている（金属製品製造業）。
		▲	・材料費の高騰により収益が圧迫されているようで、宣伝広告予算は削られる一方である（広告代理店）。
	雇用 関連	□	・求人数も増えているが、求職者数も増加傾向にある（職業安定所）。
		○	・白物家電や一般家電等の冷房商材と衣料品は買い増しがあったようである。住宅関連では、外壁、屋根等の修繕、塗装関係で活発な動きが見受けられる。生鮮食品等の購買は、価格が若干高めながらも、人の動きが増えたせいもあるかもしれないが、良かったようである（人材派遣会社）。
		▲	—
	その他の特徴 コメント		
先行き	家計 動向 関連	□	・新型コロナウイルスの感染状況は多少落ち着くと思われる一方で、エネルギー価格や食料品価格の高騰等、本格的な景気改善には至らない（百貨店）。
		▲	・当店は値上げせずに頑張ってきたが、このまま物価高が続けば値上げは必須であり、客がついてこられるか心配である。また、家計にじわじわと影響が出ており、客の来店頻度は減るだろう（一般レストラン）。
	企業 動向 関連	□	・酷暑のなかでも、製造や売上は共に順調に推移しているので良かったと思っている（窯業・土石製品製造業）。
		○	・第3四半期の生産計画では、中国向け部材を中心に生産数が2割程度増産となる（電気機械器具製造業）。
	雇用 関連	□	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、一時的な人員不足等が発生している派遣先からの依頼が増えているが、求職者不足の状況はしばらく続くと思われるため、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16 現状・先行き判断D I（北関東）の推移（季節調整値）

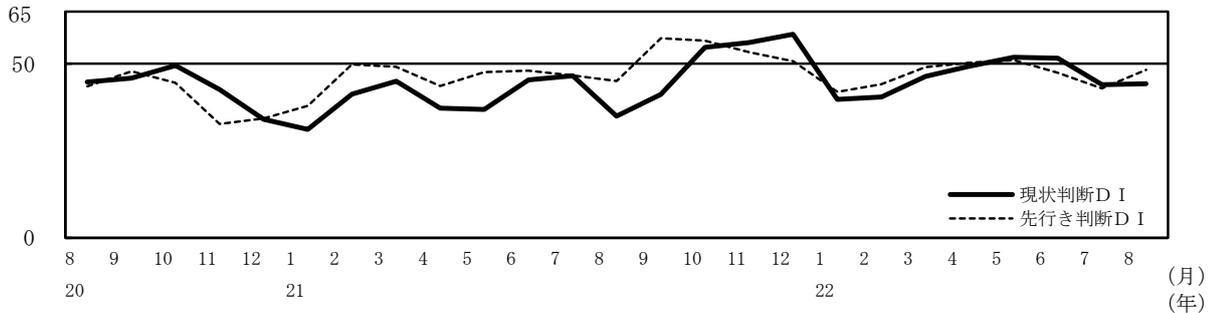


4. 南関東

(◎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	□	・値下げ商材の意識的な購入が従来と比較して増えてきている。今までは賞味期限切れ等による廃棄も多少はあったが、廃棄額の減少と値引額の増大が傾向として見えている（スーパー）。
		▲	・昨今の物価高の影響で、余暇、レジャー、趣味に対する消費力が弱まっていると感じる。客との会話や様子からそのような印象を受けている（通信会社）。
		○	・8月中は気温が高く、行動制限もないため、前年、前々年と比較しても、売上状況が良い（コンビニ）。
	企業 動向 関連	□	・原材料の値上げが続いていることから動きが非常に悪くなっているようなので、大きな変化はない（プラスチック製品製造業）。
		▲	・材料価格の高騰により単価が上がり、予算に合わなくなっている案件が多くなっている（建設業）。
		○	・印鑑、ゴム印、名刺印刷の仕事をしている。実店舗での仕事と、法人への納品の仕事がある。5～7月にかけては毎月1本くらいしかなかった法人の設立印の注文が、今月は3件あった。乗用車販売店と工務店、そして病院業務の会社である。少し法人関係が動いている（出版・印刷・同関連産業）。
雇用 関連	□	・新規求人数は、飲食業のパート求人が大幅に減少した一方で、タクシー乗務員など旅客運送業の求人が増加している。新型コロナウイルス感染症が拡大するなかで、密回避の移動手段としての需要が背景にあるものと推察される（職業安定所）。	
	○	・求人対象が国内外等、幅広く広がっている。求人企業の選択幅が広がっている（民間職業紹介機関）。	
その他の特徴 コメント			□：新型コロナウイルスの感染第7波が続いているものの、行動制限のない夏休みを迎え、来客数が落ちることなく店頭のにぎわいが続いている（百貨店）。 □：会社の宴会はほとんどないに等しかったが、家族での会食などの予約がかなり入っていたので、悪いとは言い切れない（一般レストラン）。
分野		判断	判断の理由
先行き	家計 動向 関連	□	・通常、秋は衣料品の需要が多い時期だが、残暑、新型コロナウイルス感染症、物価高の影響で先が見えてこない（衣料品専門店）。
		○	・新型コロナウイルス感染症に伴う移動に関する規制や、外国人の受入態勢の緩和も検討されているので、それらが実行されれば予約や来客数も増えてくるのではないかと（旅行代理店）。
	企業 動向 関連	□	・取引先の話では、材料の品不足がまだ続いているため、仕事量が元に戻らず、少ない（化学工業）。
		▲	・多くの品が値上がりしてきており、今後も値上がりする品が増えてくるので、先行きの悪化が懸念される（輸送業）。
	雇用 関連	□	・長期就業を前提とした派遣求人数は、安定して前年同月比2けた増加となっており、トレンドも安定していることから、当面この傾向は継続することが予想される（人材派遣会社）。
その他の特徴 コメント			○：新型コロナウイルスの感染拡大に陰りを感じるので、3か月後は大丈夫だろうという感覚がある（ゴルフ場）。 ▲：毎月、商材の価格が上がっているため、趣味の品等で買い控えが懸念される（家電量販店）。

(D I) 図表17 現状・先行き判断D I（南関東）の推移（季節調整値）

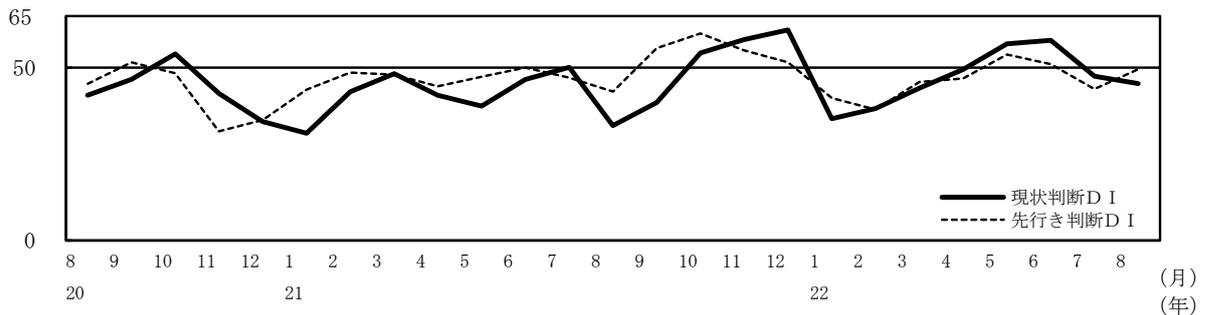


5. 甲信越

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由
現状	家計動向関連	□	・いろいろな物の価格が上がったこともあり、客単価というか買上点数がやや厳しい。やはり来客数が減っており、単価の高いたばこ等は増えているものの、日用品が厳しい状態である（コンビニ）。
		▲	・新型コロナウイルスの新規感染者数増加に伴い急激に来客数が減少し、予約のキャンセル等が増加している。しかし、今までの新規感染者数増加時とは違い、利用客や行動する方が以前よりも多くいるため、極端に落ち込むことはなかった。ただし、団体や法人関係の利用はほぼ消失したので、結果的には悪化傾向にある（都市型ホテル）。
		○	・行動制限がなかったこの夏は観光客も増え、新型コロナウイルス感染症の発生前の70%くらいまで戻ってきているが、お金の使い方は渋くなっている（商店街）。
	企業動向関連	□	・受注量、販売量共に低迷している。新型コロナウイルス感染症の影響で、ワークショップ予約も減少している（窯業・土石製品製造業）。
		○	・今月は部材の入荷があり短期期対応で忙しく、景気の良さも感じている（電気機械器具製造業）。
		×	・仕入価格はどんどん上がってきているものの、値上げができず、利益を出すには厳しい状況である（食料品製造業）。
	雇用関連	□	・景気の上向きに直前に対応するため、契約、派遣、パート等社員の求人が増えている。正社員求人も増加傾向にはあるものの、採用に慎重な姿勢は崩していない（民間職業紹介機関）。
○		・新規求人数は前年7月以降、前年同月比で増加が続いている。有効求人倍率も前年8月以降は1倍を超えており、直近では、新型コロナウイルス感染症の発生前の水準まで回復しつつある（職業安定所）。	
その他の特徴コメント			○：半導体不足による新車供給遅延は続いているが、大量のバックオーダーが納入され始めている。新型車イベント効果もあり、足元の受注も順調に推移している（乗用車販売店）。 □：来客数は戻りつつあるが、食材の原材料価格高騰により、原価率が急激に上がっている。飲料等の仕入商材も軒並み値上げで、いよいよ当社も販売価格の値上げを強いられる状況になっている（観光名所）。
先行き	家計動向関連	□	・物価高に対する対策がないため、変わらない（家電量販店）。
		▲	・ガソリン等の価格高騰が続いていることと、食品関係やその他、電気等、生活に直結した値上がりがあり、じわじわと効いてくるので、若干買い控えが起り、景気は悪くなる（百貨店）。
	企業動向関連	□	・新型コロナウイルスの新規感染者数が多いなか、行動制限はせずに経済を動かしてはいるものの、物価上昇が続くことが予想されるため、厳しい状況になる（新聞販売店〔広告〕）。
		○	・今年は天候に恵まれていて、今のところ、ヴィンテージイヤーが期待できる。また、円安に振れており、輸入ワインの価格がかなり値上がりしているため、国産ワインには有利に働く。秋からの需要が望まれる（食料品製造業）。
	雇用関連	×	・毎月の資金繰りが大変である（出版・印刷・同関連産業）。
		□	・就職活動状況に変化はなく、求職者は自分のスキル、会社側は給与等の見直しもせず、互いに好条件ばかりを求めている。将来に不安が募るばかりではないか（人材派遣会社）。
その他の特徴コメント			○：新型コロナウイルスの感染拡大第7波が、秋になり落ち着いてくれば、会食の機会も増えてくる（高級レストラン）。 ×：これから秋冬を迎えるが、燃料費が高騰している状況だと、買い回り商材や物が売れなくなる（衣料品専門店）。

(D I) 図表18 現状・先行き判断D I (甲信越)の推移(季節調整値)

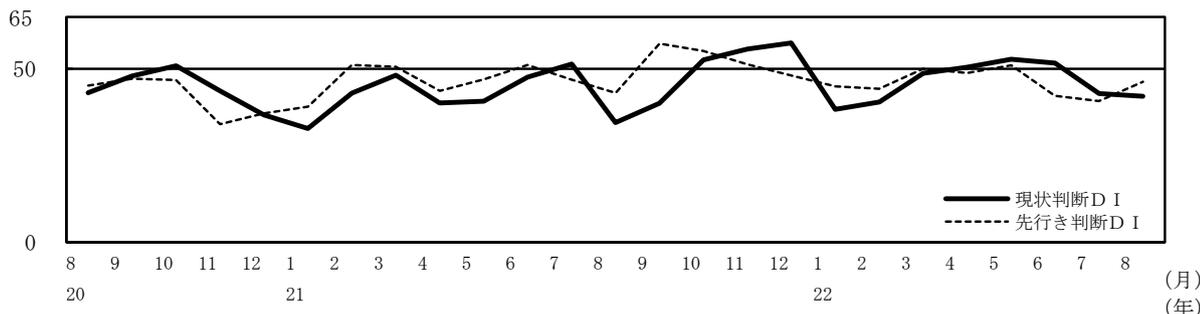


6. 東海

(◎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		□	・客単価は全体的に低い傾向にあるため、1人当たりの購入点数に変化がなくても、売上は減少している（衣料品専門店）。	
			▲	・8月は売上の最盛期であるはずが、新型コロナウイルスの感染拡大により来客数が再び下降傾向にある。政府の行動規制等がなかった分、お盆の催事や週末の行楽客などの来店はあるものの、メイン客層のオフィスワーカー等の来店が少なかったことにより、平日の来客数が減少している（コンビニ）。	
			×	・新型コロナウイルスの感染拡大により、法人宴会、同窓会などの宴会需要が5月から6月までと比べて2割ほど減少している。レストランも同様に予約が減少している（都市型ホテル）。	
	企業 動向 関連		□	・部品、原材料の値上がりが見止まらない。以前の1.5～2倍くらいになっている物もたくさんある（輸送用機械器具製造業）。	
			▲	・電子部品の需給問題により、機器生産が計画どおりとなるか不安な状況が続いている。また、原材料の価格高騰により利益が圧迫され、前年比で減益は避けられない（電気機械器具製造業）。	
			○	・仕入れなど物価上昇の影響を、少しずつ売価に反映できる企業が増えている。新型コロナウイルスの新規感染者数は相変わらず減っていないが、市場自体がこの状態に慣れてきている。人流も以前と比べると増えており、対面のサービス業では来店客が少しずつ増えてきている。しかし、物の流れについては、材料の納品状況が改善していない業種もある（公認会計士）。	
	雇用 関連		□	・新規求人数は3か月前と比べると微増である。宿泊、飲食業では3か月ぶりに増加がみられたが、製造業では数か月ぶりに減少となった業種が目立った。円安の影響が出ているようである（職業安定所）。	
			○	・年度の半期折り返しに合わせた派遣募集が多い（人材派遣会社）。	
	その他の特徴 コメント				□：新型コロナウイルス感染症の関係でリモートワークが増え、光回線の新規申込みが増えた（通信会社）。 ▲：土日やお盆休みを中心に来店客は増えてきたが、その分平日の来店客の動きが鈍い（百貨店）。
	先行き	家計 動向 関連		□	・変わらないというより、分からない。商店街は、新型コロナウイルスの感染状況ですぐに変化してしまう（商店街）。
			▲	・秋以降円安による商材の値上げがまだまだ控えていて、買い渋りが予想される（一般小売店 [生活用品]）。	
企業 動向 関連			□	・コスト増を価格に転嫁できないため、給料としての人件費の伸びがほとんど期待できない中小企業が多い。給料が上がらないと景気回復は期待できず、当面現状の景気が続く（金融業）。	
			▲	・物価の上昇に伴い、嗜好品離れが進んでいる。販売量からみても回復は難しい（食料品製造業）。	
雇用 関連			□	・今年度上期は人材不足から求人数が一気に増えているが、この状況は製造業やサービス業を中心に変わらず求人数は推移すると考える（人材派遣会社）。	
その他の特徴 コメント				○：今後、国の新型コロナウイルス感染症対策の緩和でインバウンドなどが期待できる（テーマパーク）。 □：2～3か月先は例年秋需で景気が良い時期となるが、今年は、原材料の2回目の値上げが10月から実施されると発表があり、コスト上昇分を販売価格に転嫁できず、景気は厳しく現状の悪いままが続くと見込む（パルプ・紙・紙加工品製造業）。	

(D I) 図表19 現状・先行き判断D I（東海）の推移（季節調整値）

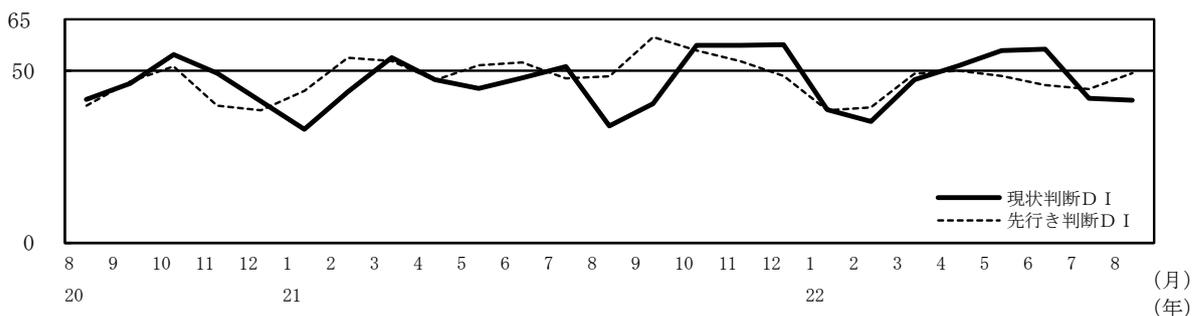


7. 北陸

(◎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	▲	・新型コロナウイルス感染症や、水害等の自然災害が頻発し消費マインドが落ちている（衣料品専門店）。	
		□	・売上は前年同月比で 163%だが、新型コロナウイルス感染症発生前との比較では 69%であり、回復したとはいええない状況が続いている（観光型旅館）。	
		×	・豪雨などにより客足が遠のき、夏物家電も売上不振となっている（家電量販店）。	
	企業 動向 関連	□	・新型コロナウイルスの感染再拡大に加え、半導体不足やウクライナ情勢の長期化に伴う供給制限、物流費や原材料費などの高騰の影響が大きく、引き続き厳しい状況が続いている（プラスチック製品製造業）。	
		○	・建築業は少し厳しくなってきたが、土木工事業や設備工事等を含めて建設関係は需要が安定しており、問題は材料の調達だけである。製造業は困難だった材料の調達が回復してきたようである。経営者は潜在的な受注は多いという手応えを持っており、製造業や工事業では、景気は間違いなく上昇傾向にあると考える（税理士）。	
		▲	・受注量は堅調に推移しているが、資材が高騰する一方で販売価格を十分に上げることができず、利益率を悪化させている（一般機械器具製造業）。	
	雇用 関連	□	・新型コロナウイルス感染症第7波で新規感染者数の増加が続き、求人の動きが鈍化している（民間職業紹介機関）。	
		○	・新型コロナウイルス感染症と、ウクライナ侵攻の影響について言及する派遣先企業が少なくなっている。また、物流関係の企業を中心に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			□：新型コロナウイルスの新規感染者数が1000人を超える日が続いているが、客はこの状況に慣れてしまったのか、来客数は落ち込んでいない（美容室）。 ▲：新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が増加しているため、非常に厳しい月となっている。付近の店舗も閉店時間が以前より早くなっており、当店の常連客に電話で案内をしても、身辺で新型コロナウイルスへの感染者が出ているため外出を自粛しているという返事が多く、大変悪い状態である（スナック）。
	先行き	家計 動向 関連	□	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしており、外出を自粛する傾向は変わらないため来客数の大幅な増加は見込めないが、富裕層の旺盛な購買意欲に支えられていくという流れは変わらない（百貨店）。
▲			・今後も一般食料品の値上げがあり、生活のなかで節約志向が一層強まると見込んでいる（スーパー）。	
企業 動向 関連		□	・様々なコストアップを受け、今年の春に続きこの秋も製品価格の値上げを実施する予定だが、それによって販売量は若干減少するとみている（食料品製造業）。	
		○	・大手企業を中心に底堅い受注があるため、やや良くなるとみている（精密機械器具製造業）。	
雇用 関連		□	・求人数の状況が変わる要素や気配が見受けられない（学校 [大学]）。	
その他の特徴 コメント			○：新型コロナウイルス感染症の状況次第だが、今の状況が景気の底に近いとみているため、3か月後には回復すると考える。県外からの秋の団体予約も、前年や前々年と比べるとかなり回復している（高級レストラン）。 □：築15～25年ほどの住宅に関するリフォーム需要は底堅いものがある。物価の上昇や世界情勢が変化しない限り、今の状況は変わらないと考える（住宅販売会社）。	

図表20 現状・先行き判断DI（北陸）の推移（季節調整値）

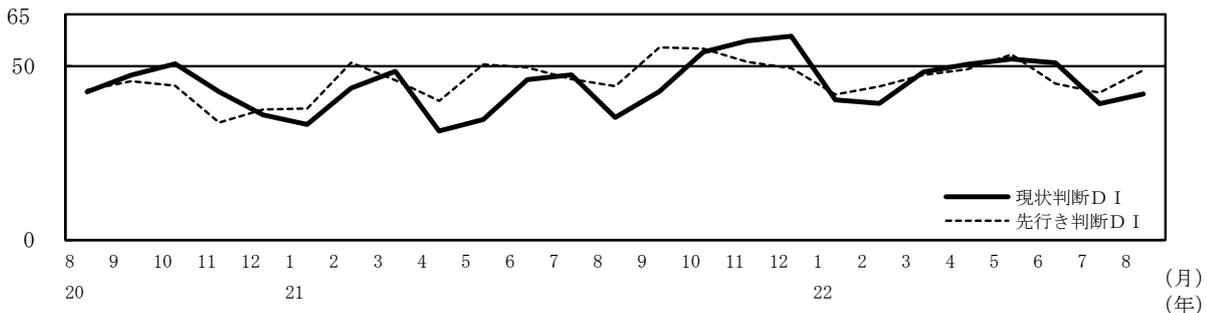


8. 近畿

(◎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	□	・夏休みでもあり、家族連れが目立つなど、新型コロナウイルスの感染拡大による影響はほとんど感じられない（コンビニ）。
		▲	・食品を中心に値上げの影響があり、客の商品の買い方がシビアになっている。通常は広告を入れると、お買い得商品のほかに定番商品も売れるが、最近はお買い得商品だけを 買う客が増えている。1人当たりの買上点数も落ちている（スーパー）。
		○	・今年の夏休みは子供向けイベントも復活し、家族での来店が増えるとともに、滞在時間 も長くなり、にぎわいが戻ってきている（百貨店）。
	企業 動向 関連	□	・とにかくハーネスやコネクターなどの電子部品の入手に苦労している。取引先の購買意 欲は改善しており、見積りは増えているが、こちらから断るケースが続出している（電 気機械器具製造業）。
		▲	・業務用の製品は上向いているが、家庭用は苦戦している。原材料や資材が値上がりする なか、業務用製品は少しずつ値上げできているが、家庭用は競争もあって苦戦している （食料品製造業）。
		○	・新型コロナウイルス感染症の発生前と比べれば低調であるが、数か月前との比較では、 少なくとも下降や横ばいではなく、上昇傾向にある（一般機械器具製造業）。
	雇用 関連	□	・求人数は新型コロナウイルス感染症の発生前に戻っているが、求職者は前年の半分程度 である。仕事内容にもよるが、転職の動きには慎重さがみられる（人材派遣会社）。
		▲	・依然として、求人に合った人材が見つかりにくい（人材派遣会社）。 ・目標人数を確保できなくても採用活動を終える企業が出てきており、採用が量より質に 転換してきたように感じる（学校 [大学]）。
	その他の特徴 コメント		□：暑さや夏休みに入った影響で、昼間の乗客数は増加している（タクシー運転手）。 ▲：相変わらず、住宅建材関係の値上げが続いている（住宅販売会社）。
	先行き	分野	判断
家計 動向 関連		□	・コロナ禍による巣籠り需要の反動減も、ようやく収まりつつある。今後は、ようやく例 年のような状況に戻ることが期待される（家電量販店）。
		▲	・物価の上昇で家計の余裕が少なくなり、外食への支出も減少傾向が続く。新型コロナウ イルスの新規感染者数が落ち着くまでは、厳しい状況が続くと予想される（一般レスト ラン）。
企業 動向 関連		□	・加工度の高い、利益の取れる商材は売れず、利益率の低い安価な商材は売れるが、販売 量は伸びない。年末に向けて需要の増加が見込まれるものの、この構造は変わらないと 予想される（化学工業）。
		▲	・新型コロナウイルス感染症の影響もあるが、円安の状態が続いており、輸入品の更なる 値上げもあるため、悪くなる（その他非製造業 [機械器具卸]）。
雇用 関連	□	・コロナ禍に加え、円安や資源相場の高騰による物価の上昇、ウクライナ危機、中国経済 の減速、台湾有事への不安など、国内外に懸念材料が山積している。関西は体力の弱い 中小企業が多く、各社もこれらの不安材料を意識して、本格的な求人に踏み込んでいな い。どの懸念材料も解消される見通しが立っておらず、今後も厳しい状況が続くと予想 される（新聞社 [求人広告]）。	
その他の特徴 コメント		○：全国旅行支援が始まれば、今よりも申込みが増えそうであり、問合せも増えてきてい る。海外からの帰国前検査などの水際対策も緩和されれば、海外旅行も徐々に復活す ると予想される（旅行代理店）。 ▲：コロナ禍の収束時期がなかなか見通せないなか、ぜいたく品やし好品の買い控えが心 配である（一般小売店 [菓子]）。	

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの(近畿)推移(季節調整値)

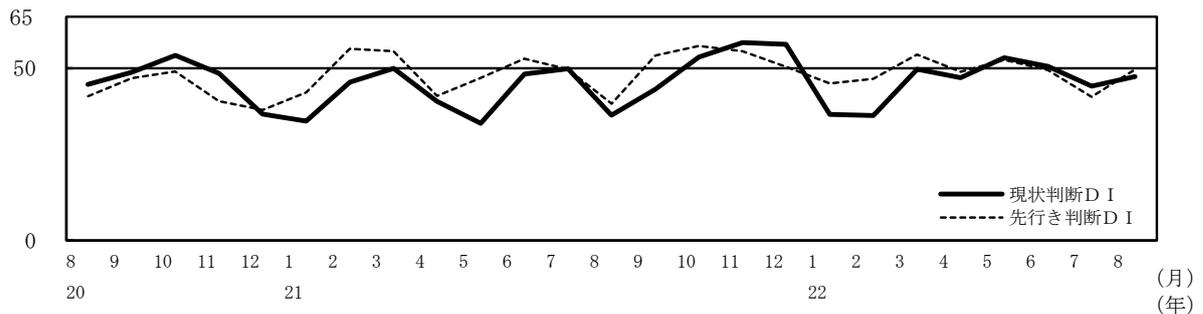


9. 中国

(◎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	□	・行動制限もなくなり、お盆休みを中心に来客数は増加しているが、値上げの影響もあり、購買意欲は低下したままである（スーパー）。	
		▲	・8月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数が急増し、コンペのキャンセルが続いている。1組単位の予約も余り伸びがないため、入場者は減少傾向にある（ゴルフ場）。	
		○	・3か月前と比べ、新型コロナウイルスの新規感染者数が爆発的に増加しているが、ウィズコロナが進んでいるため、人々の行動は思ったほど抑制されていない。一時的に来客数が減少したが、すぐに戻ってきている（その他小売 [ショッピングセンター]）。	
	企業 動向 関連	□	・国内需要に増減がなく、中国向けも含め海外需要にも大幅な増減がないため、景気は変化していない（輸送業）。	
		▲	・異常な暑さ、物価上昇、新型コロナウイルスの感染拡大等により、受注量が5～7%減少し、厳しい状況が続いている（食料品製造業）。	
		○	・5G関連や半導体向けのパッケージ基板の需要が拡大しており、売上は増加しているが、部材の調達難や調達コストの影響が大きいいため、利益は減益となっている（電気機械器具製造業）。	
	雇用 関連	□	・売手市場の状況は変わらないが、提案できる人材も不足しているため、就職決定数が伸びていない（人材派遣会社）。	
		○	・景気は新型コロナウイルス感染症の発生前の水準までには回復していないものの、9割程度までは戻っているという声も聞かれる。反転攻勢を掛ける企業が増加してきており、人材獲得の動きも出ている（民間職業紹介機関）。	
	その他の特徴 コメント			○：新型コロナウイルスの感染が拡大しているが、販売数に影響はない（その他専門店 [和菓子]）。 □：新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まっており、人の動きがやや停滞気味ではあるが、以前のような自粛感はなく、この3年で人々が新型コロナウイルス感染症に慣れてきた感じがする（タクシー運転手）。
	先行き	家計 動向 関連	□	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いても、すぐに来客数や売上に反映されにくい状況が続いている。値上げラッシュ等のマイナス要因もあるため、景気の回復には時間を要する（百貨店）。
○			・例年10月以降は秋の観光シーズンとなること、全国旅行支援の実施が検討されていること、インバウンドの水際対策の緩和により入国者数の増加が期待できることなどから、景気はやや良くなる（都市型ホテル）。	
企業 動向 関連		□	・工事の引き合いが徐々に増加してきているが、人手不足や資材高騰などマイナス要因もあるため、景気は変わらない（建設業）。	
		▲	・原材料やエネルギーコストの高騰が収益を圧迫する（非鉄金属製造業）。	
雇用 関連		□	・雇用調整助成金の申請件数が前年と比べ、67.6%減少していること、また、求人数が全体的に増加していることなどから、景気は回復している。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数の急激な増加、それに伴う医療体制のひっ迫、食料品等の値上げなどの懸念材料があるため、景気は良くならない（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント			○：現在、客がウィズコロナということで割り切った行動をしているが、今後、更に各種施策が加わることで、需要が拡大していく（旅行代理店）。 □：6月末から新型コロナウイルスの感染第7波の影響が長期にわたって続いており、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まっているため、景気の先行きは不透明である（テーマパーク）。	

(D I) 図表22 現状・先行き判断D I (中国)の推移 (季節調整値)

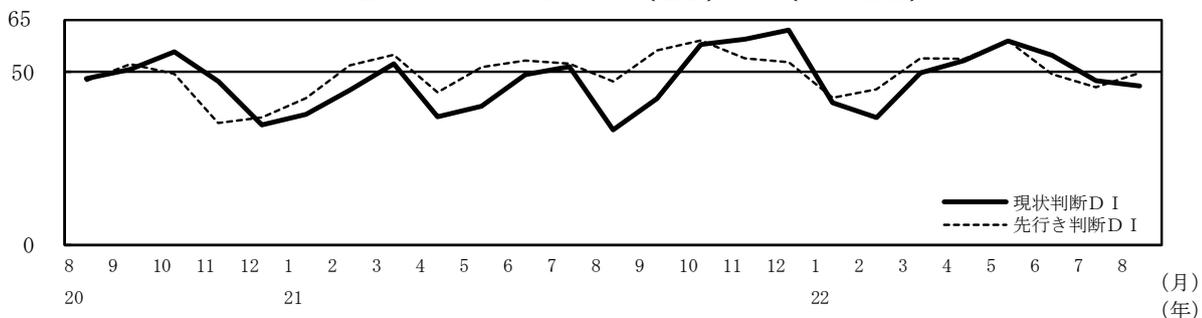


10. 四国

(◎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	□	・猛暑のなかでも夏物商材の売上が思うほど上がっていない。新型コロナウイルスの第7波の感染拡大以降、年配の方の来店が減ってきている（家電量販店）。	
		▲	・生産台数の回復が遅れて登録台数が伸びず、売上につながらない（乗用車販売店）。	
		○	・行動制限も無く、お盆期間中はかなり人が動いたと思う。コロナ禍で帰省がかなわなかった人も今年は帰ることができ、当店も来客数が多く多忙であった（美容室）。	
	企業 動向 関連	□	・半導体不足による調達環境の悪化や原材料価格の高騰、円安の進行に加え、ウクライナ問題などの影響で、状況は厳しさを増している（一般機械器具製造業）。	
		○	・猛暑が続いたことや全国の観光地に人出があったことなどから夏用のタオルがよく売れている。外国人観光客はまだ戻っていないが、国内の観光地では6～7割程度まで回復している。一般小売店では、多少価格が高くても魅力的な商品を求めており、新型コロナウイルス感染症の収束後に向けて前向きな動きもある。当社では扱っていないコンサート用のタオルやインバウンド向けホテルの需要はまだまだ厳しいようだ（繊維工業）。	
		×	・卸売価格は、果実と花木はまずまずのところだが、主力の野菜が大きく低迷しており、園芸品全体では厳しい販売が続いている。特に、順調に出荷が続いている果菜類の価格が低調である（農林水産業）。	
	雇用 関連	▲	・企業の求人数は横ばいで、その多くで採用には至らず、人手不足感がある（求人情報誌）。	
		□	・物価上昇や新型コロナウイルス感染症の影響で、景気は予想以上に回復できていないように感じる（民間職業紹介機関）。	
	その他の特徴 コメント			○：コロナ禍で初めて行動制限のないお盆を迎え、人の往来が活発になっている。祭りや帰省、観光でにぎわい、売上が目に見えて伸びた（コンビニ）。 ▲：新型コロナウイルスの感染拡大が続き、個人客に少し動きはあるが、修学旅行以外の団体客の動きは止まっている（旅行代理店）。
	先行き	分野	判断	判断の理由
家計 動向 関連		□	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にあり、引き続き来客数が減少したまま推移すると予想する（一般小売店 [生花]）。	
		▲	・急激な円安の進行や燃料費の高騰、またそれに起因する物価上昇等の不安要素が大きく、新型コロナウイルス感染症が再拡大しており、景気が回復する要因がない（スーパー）。	
企業 動向 関連		□	・新型コロナウイルスの感染第7波の影響が続いており、客先のイベントや販売促進活動の復活が予想よりも遅くなっているため、しばらく状況は変わらないと予想する（広告代理店）。	
		×	・様々な原材料仕入価格が高騰しており、10月から製品価格へ転嫁するため、売上高及び販売数量が減少すると予想する（食料品製造業）。	
雇用 関連		□	・企業の手不足感余り変わらない（学校 [大学]）。	
	▲	・この数か月増加していた宿泊業や飲食サービス業の求人数が前月比で大幅に減少しており、今後は他の産業にも影響が生じると予想する（職業安定所）。		
その他の特徴 コメント			○：酒類は値上げする前に買いだめする客が多く、ここ数か月は売上が安定すると思う（その他専門店 [酒]）。 ○：新型コロナウイルスの感染第7波が収束に向かい、秋の行楽シーズンになれば観光客が増加すると思う（観光遊園地）。	

(D I) 図表23 現状・先行き判断D I (四国)の推移 (季節調整値)

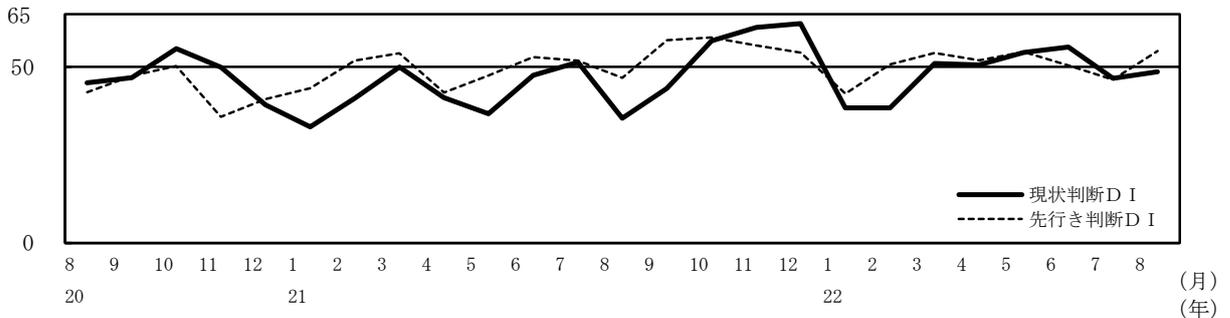


11.九州

(◎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	▲	・物価高騰により買上点数は低下しており、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加で買物頻度の低下が、アパレルを中心として顕著に数値へ表れている。来客数と買上点数の前年割れが収益ダウンに直結している（スーパー）。	
		□	・今年は、お盆期間中の行動制限がなかったため前年と比べ来場者は多いが、海外からの客が戻るまでは厳しい状況である（その他小売の動向を把握できる者 [ショッピングセンター]）。	
		○	・旅行や帰省、また、大人数で来店する客が増加し、購入目的が多く見受けられた（百貨店）。	
	企業 動向 関連	□	・物件数や引き合い数は増加傾向にあるが、他社との競争は厳しく、材料の価格高騰を製品価格に転嫁できない（金属製品製造業）。	
		○	・自動車関連では、特に電動関連のモーターや、半導体関連での引き合いが続いている（電気機械器具製造業）。	
		▲	・新型コロナウイルス感染症第7波や局地的豪雨、記録的猛暑、また、続く値上げで、購入意欲が落ちている（経営コンサルタント）。	
	雇用 関連	○	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているが、イベント等の中止はなく稼働が戻りつつある（人材派遣会社）。	
		□	・2023年卒業求人数は、前年と比較すると増加しており、内定報告をする学生は前年比では大きな変化はなく、企業の新卒求人も緩やかではあるが、上昇傾向にある。ただし、長引くロシア、ウクライナ情勢の更なる悪化や物価上昇が続くことになれば、日本経済は大きな打撃を受けることになり、今後の企業の求人にも影響が出てくる（学校[大学]）。	
	その他の特徴 コメント			□：人の動きは前年より良いが、タクシーよりレンタカーの利用が増加している（タクシー運転手）。 ×：新型コロナウイルス感染症が落ち着いたようにあったが、また新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているため人通りが悪くなり、休業している店が多くなっている。当店では県外からの里帰りの客が若干あった程度である（高級レストラン）。
	先行き	家計 動向 関連	□	・半導体不足や原油高で家電商材も単価が上がっている。しかし、必要としている客は購入しているため、全体の売上に変化はない。この傾向はしばらく継続すると考えられる（家電量販店）。
○			・新型コロナウイルス感染症の流行が落ち着き、行動制限が緩和されることにより、景気回復に向けた動きが活発になる（観光型ホテル）。	
企業 動向 関連		□	・新型コロナウイルス感染症の終息がみえず、当面は慎重な行動が続く（金融業）。	
		○	・増産体制はできており、今後の原材料調達がうまくいけば景気は良くなると予想される（その他製造業 [産業廃棄物処理業]）。	
雇用 関連		○	・百貨店等今まで採用を控えていた業界が採用に動き出しているため、全体的に景気上昇に向かっていると予測できる（民間職業紹介機関）。	
その他の特徴 コメント			○：新型コロナウイルス感染症の状況にもよるが、秋物の動きが活発になっており、秋も深まれば少しずつ景気は良くなる（商店街）。 ○：新車生産が滞っているが、新型車投入効果で売上増加を期待している（乗用車販売店）。	

(D I) 図表24 現状・先行き判断D I (九州) の推移 (季節調整値)

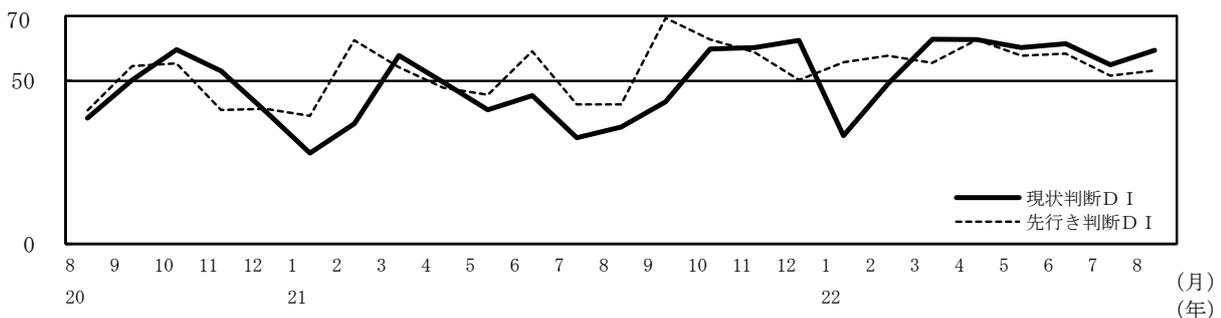


12. 沖縄

(◎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	□	・物価高騰に伴い、客のなかで節約意識が高まっているようにみられる。客1人当たりの買上点数が減少している状況が続いており、全体の販売量が前年に比して10%弱下回り、ぜいたく品など余計な買物はしない傾向が見受けられるのが判断理由である(スーパー)。
		○	・業者の情報によると、離島や本島北部の観光地のホテル、飲食店は行列ができるほど観光客が来ているが、官庁、ビジネス街の飲食店は全く客が入っていない。観光客は増えつつあるが、地元客、特にサラリーマンの客が外に出ていない(その他飲食[居酒屋])。
		◎	・注文数が増えている(その他専門店[陶器])。
	企業動向関連	□	・外食系のチェーンによって、店舗が増加するのがある一方、閉店で減少するのもあって店舗の形態によって明暗が分かれており、一概に良しあしが測れない状況になっている(輸送業)。
		▲	・公共工事、民間工事共に見積依頼が若干減少しており、受注も減少し工場稼働率が低下している状態である(窯業土石業)。
		○	—
	雇用関連	○	・レンタカーやホテルの観光関係の求人数は、新型コロナウイルス感染症の第7波の間も増えており、取下げなどの動きはなかった(職業安定所)。
		□	・派遣先含めて、最近の物価高や燃料の価格高騰の影響で、良い話を聞かなくなっている。しかも、新型コロナウイルスの感染拡大で派遣スタッフを含め仕事を休まざるを得ない従業員が増加し、売上や経営に影響を及ぼしている(人材派遣会社)。
		▲	・求人企業との情報交換のなかで新型コロナウイルス感染拡大や燃料費の高騰、円安などの状況が重なり、業績の悪化や方針転換などの様々な話をうかがうことがある(学校[大学])。
	その他の特徴コメント		□: 旅行客数、出張客数も徐々に増えてきているが、出発間際のキャンセルもかなりあるため、売上のほぼ横ばいである(旅行代理店)。 □: コロナ禍前と比べ金融機関の融資審査が厳しくなっており、分譲マンション購入希望者が融資承認がもらえず断念するケースが多い(住宅販売会社)。
先行き	家計動向関連	□	・先々の宿泊客の予約数は増えている。ただし、ここ数日新型コロナウイルス感染症の影響で修学旅行のキャンセルが出ており、予断を許さない。現時点での売上予測は2019年比の40から45%程度と厳しい状態が続いている。飲食に関しては夕食宴会の予約は出てきているが、このまま予約が一気に増えるとは考えにくい(観光型ホテル)。
		○	・県内のレンタカー保有台数が、需要に対して不足気味であることを背景に、個人や法人利用の先行受注が好調に推移している(その他サービス[レンタカー])。
	企業動向関連	□	・新規の相談の来客数が止まったままである(建設業)。
		○	・急激に増加した新型コロナウイルスの新規感染者数に対する警戒感から、ウィズコロナ社会に適応する販促活動として静観から攻めに移行する動きが出始めている。2019年には届かないとみているが、リアルなイベントも動き出している(広告代理店)。
	雇用関連	□	・10月からの早期出社に向けた求人数がそろそろ出始めてくるが、定期採用求人数は徐々に減少しているため、求人数からみると変わらないということとなる(学校[専門学校])。
	その他の特徴コメント		◎: 県民の動きは予想以上のものであり、加えて観光客も増加しており、この経済の流れは今後も継続するであろうと判断する(コンビニ)。 □: 部材高騰による全体的な商品値上げの影響で、来客数が大きく伸びないことが予想される(家電量販店)。

(D I) 図表25 現状・先行き判断D I (沖縄)の推移(季節調整値)



(参考) 景気の現状水準判断D I

現在の景気の水準自体に対する判断は、以下のとおりであった(注)。

図表 26 景気の現状水準判断D I (季節調整値)

(D I)	年	2022					
	月	3	4	5	6	7	8
合計		40.7	43.9	48.5	47.7	42.5	42.9
家計動向関連		39.1	43.0	47.7	47.2	40.4	40.8
小売関連		40.7	43.4	45.5	45.9	40.6	40.7
飲食関連		34.8	40.6	47.3	50.2	33.0	34.4
サービス関連		36.2	43.1	53.0	49.9	42.0	43.0
住宅関連		42.7	41.4	43.6	43.1	39.5	40.0
企業動向関連		41.0	41.6	46.8	45.5	44.3	45.2
製造業		42.0	42.9	46.6	45.3	44.1	45.3
非製造業		40.3	40.8	46.7	45.9	44.8	45.1
雇用関連		50.5	55.0	57.8	56.0	52.5	52.0



図表 28 景気の現状水準判断D I (各分野計)(季節調整値)

(D I)	年	2022					
	月	3	4	5	6	7	8
全国		40.7	43.9	48.5	47.7	42.5	42.9
北海道		42.9	45.1	48.9	48.4	45.4	47.0
東北		39.9	42.5	51.4	49.8	41.8	43.9
関東		38.7	44.1	45.7	46.4	40.0	41.8
北関東		37.1	39.5	43.4	44.6	39.8	42.1
南関東		39.3	45.8	46.5	47.1	40.1	41.7
東京都		42.4	48.4	52.9	54.5	43.8	47.0
甲信越		36.7	38.8	47.7	45.8	41.3	40.1
東海		42.7	47.3	51.7	49.1	40.1	40.2
北陸		36.1	42.4	46.3	48.0	39.8	39.1
近畿		42.0	47.3	50.1	45.7	39.0	40.8
中国		44.6	45.4	47.6	46.0	39.8	44.7
四国		40.2	49.2	53.3	47.1	43.0	44.0
九州		45.7	48.3	52.0	50.7	45.8	45.8
沖縄		49.1	49.3	50.9	50.8	46.0	46.0

図表 29 景気の現状水準判断 D I (原数値)

(D I)	年 月	2022 3	4	5	6	7	8
合計		42.1	43.7	46.0	46.5	41.2	41.5
家計動向関連		40.7	42.8	45.5	46.1	38.8	39.3
小売関連		40.6	42.1	43.3	43.6	38.4	39.3
飲食関連		38.1	41.0	45.2	51.4	33.4	31.8
サービス関連		40.6	45.2	50.6	50.3	40.9	41.3
住宅関連		44.1	41.3	41.8	42.8	39.6	39.3
企業動向関連		42.8	42.2	44.1	44.3	43.8	43.5
製造業		43.3	42.8	43.4	43.9	43.3	43.6
非製造業		42.6	41.9	44.3	44.8	44.5	43.3
雇用関連		50.1	53.4	53.9	54.0	51.6	51.5

図表 30 景気の現状水準判断 D I (各分野計)(原数値)

(D I)	年 月	2022 3	4	5	6	7	8
全国		42.1	43.7	46.0	46.5	41.2	41.5
北海道		41.5	44.0	47.6	48.0	49.0	47.3
東北		37.9	40.6	47.0	47.1	42.2	44.0
関東		40.6	43.3	44.5	45.8	38.9	40.5
北関東		38.7	39.2	42.5	43.1	37.9	40.0
南関東		41.3	44.9	45.2	46.8	39.3	40.7
東京都		41.7	46.8	49.2	51.8	42.4	45.2
甲信越		36.9	38.7	45.6	45.1	41.4	39.8
東海		42.3	44.2	45.1	46.5	38.9	39.8
北陸		37.4	42.2	44.5	48.1	40.7	38.2
近畿		43.0	44.6	45.9	45.8	40.0	39.6
中国		45.0	43.5	45.4	45.3	40.6	41.9
四国		45.3	46.6	49.5	47.3	42.8	42.3
九州		47.8	47.0	48.8	48.2	45.2	44.2
沖縄		48.7	46.3	46.2	47.4	45.0	44.2

(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。