

# 景気ウォッチャー調査

## Economy Watchers Survey

令和4年11月調査結果

令和4年12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11月)

11月の現状判断DI(季節調整値)は、前月差1.8ポイント低下の48.1となった。

家計動向関連DIは、住宅関連が上昇したものの、飲食関連等が低下したことから低下した。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。

11月の先行き判断DI(季節調整値)は、前月差1.3ポイント低下の45.1となった。

企業動向関連DI及び雇用関連DIが上昇したものの、家計動向関連DIが低下した。

なお、原数値で見ると、現状判断DIは前月差1.4ポイント低下の49.7となり、先行き判断DIは前月差1.8ポイント低下の46.4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、持ち直しの動きがみられる。先行きについては、持ち直しへの期待がある一方、価格上昇の影響等に対する懸念がみられる。」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	114 人	87.7%	北陸	100 人	89 人	89.0%
東北	189 人	172 人	91.0%	近畿	290 人	258 人	89.0%
北関東	129 人	117 人	90.7%	中国	170 人	164 人	96.5%
南関東	330 人	311 人	94.2%	四国	110 人	91 人	82.7%
東京都	157 人	153 人	97.5%	九州	210 人	177 人	84.3%
甲信越	92 人	89 人	96.7%	沖縄	50 人	41 人	82.0%
東海	250 人	226 人	90.4%	全国	2,050 人	1,849 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

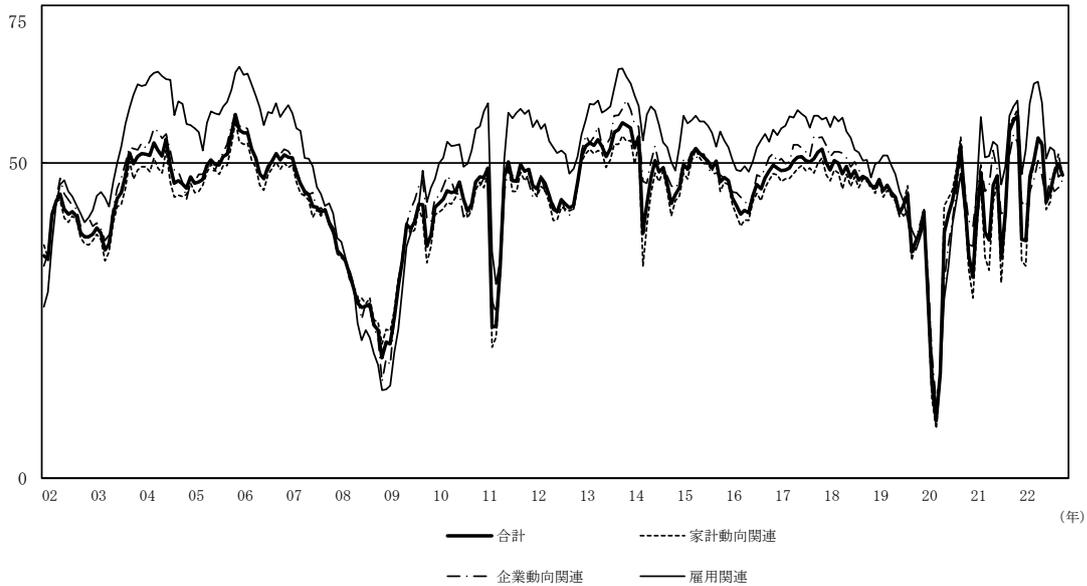
## 1. 景気の現状判断D I（季節調整値）

3か月前と比較しての景気の現状に対する判断D Iは、48.1となった。企業動向関連、雇用関連のD Iは上昇したものの、家計動向関連のD Iが低下したことから、前月を1.8ポイント下回り、4か月ぶりの低下となった。

図表1 景気の現状判断D I（季節調整値）

(D I)	年	2022						
	月	6	7	8	9	10	11	(前月差)
合計		52.9	43.8	45.5	48.4	49.9	48.1	(-1.8)
家計動向関連		53.4	42.6	43.8	48.8	51.4	48.3	(-3.1)
小売関連		49.5	43.3	44.7	47.6	48.8	46.6	(-2.2)
飲食関連		62.0	30.8	37.1	56.7	61.0	47.9	(-13.1)
サービス関連		61.1	44.3	44.6	50.3	56.8	52.6	(-4.2)
住宅関連		44.2	40.9	39.4	44.1	39.7	44.4	(4.7)
企業動向関連		48.0	44.3	47.5	45.5	46.1	47.3	(1.2)
製造業		46.2	44.1	47.0	44.1	45.4	46.5	(1.1)
非製造業		49.7	44.8	48.0	46.8	46.6	48.0	(1.4)
雇用関連		59.6	50.7	52.5	52.0	47.8	48.3	(0.5)

(D I) 図表2 景気の現状判断D I（季節調整値）



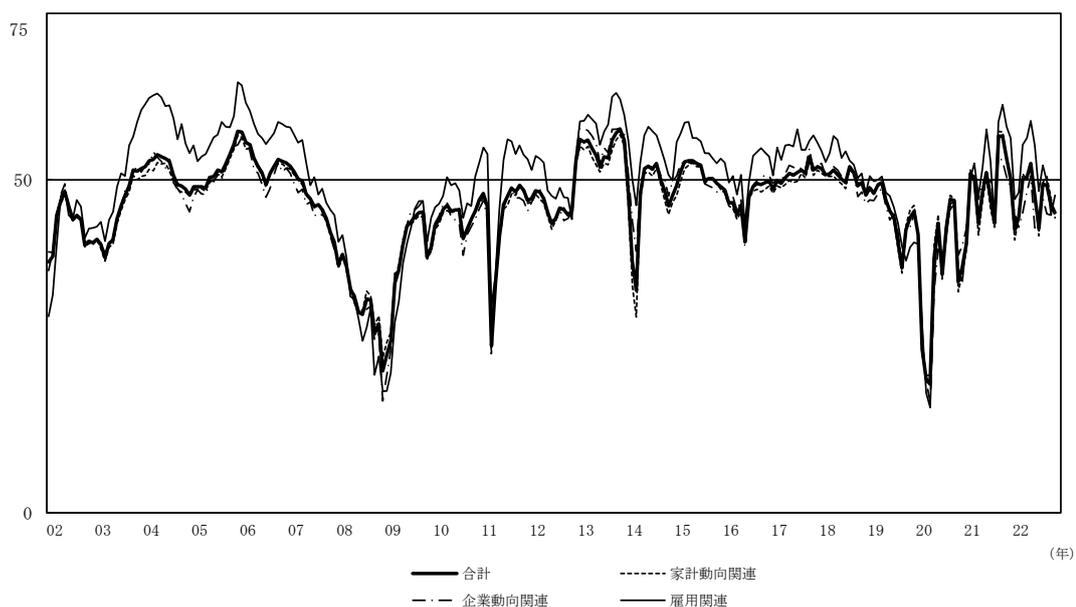
## 2. 景気の先行き判断D I (季節調整値)

2～3か月先の景気の先行きに対する判断D Iは、45.1となった。企業動向関連、雇用関連のD Iは上昇したものの、家計動向関連のD Iが低下したことから、前月を1.3ポイント下回った。

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 6	7	8	9	10	11		
合計	47.6	42.8	49.4	49.2	46.4	45.1	(-1.3)	
家計動向関連	48.0	41.6	49.6	50.5	47.2	44.3	(-2.9)	
小売関連	45.1	42.0	48.8	47.8	47.3	44.4	(-2.9)	
飲食関連	50.5	44.5	51.5	57.0	53.8	43.0	(-10.8)	
サービス関連	54.6	41.2	52.2	56.2	46.6	45.5	(-1.1)	
住宅関連	40.8	37.4	43.0	41.1	41.2	39.8	(-1.4)	
企業動向関連	42.8	43.8	47.3	44.9	44.7	46.3	(1.6)	
製造業	41.3	44.4	47.7	42.6	44.2	45.8	(1.6)	
非製造業	44.0	43.6	47.0	47.1	45.0	46.8	(1.8)	
雇用関連	55.2	48.3	52.2	49.8	44.8	47.7	(2.9)	

(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	6	7	8	9	10	11
合計		51.8	43.5	44.8	49.6	51.1	49.7
家計動向関連		52.7	41.8	42.8	49.4	51.6	49.3
小売関連		49.4	42.0	43.3	48.6	49.0	47.6
飲食関連		63.0	32.6	35.6	51.4	58.1	50.5
サービス関連		58.5	44.1	44.3	51.6	57.2	53.5
住宅関連		44.4	40.9	39.3	45.2	42.4	44.9
企業動向関連		46.4	45.1	47.1	48.3	48.0	49.2
製造業		44.4	44.3	46.5	47.7	47.8	48.4
非製造業		48.1	46.2	47.9	49.1	48.3	50.0
雇用関連		57.8	50.8	52.8	53.9	53.7	53.3

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	9	3.1%	26.0%	43.3%	21.3%	6.2%	49.6
	10	5.2%	26.7%	41.0%	21.2%	5.9%	51.1
	11	3.8%	25.2%	42.9%	22.0%	6.0%	49.7

(先行き判断)

図表7 景気の先行き判断D I  
(D I) 年 2022

	月	6	7	8	9	10	11
合計		49.2	42.6	47.6	49.3	48.2	46.4
家計動向関連		50.1	41.7	47.0	50.0	48.6	45.6
小売関連		48.2	42.1	45.7	47.0	47.6	45.4
飲食関連		53.3	41.6	46.2	57.1	57.5	45.8
サービス関連		54.7	42.1	50.9	55.8	49.6	46.8
住宅関連		42.1	36.7	42.5	42.0	42.4	40.9
企業動向関連		44.4	43.8	47.0	46.2	46.7	47.0
製造業		41.9	45.4	48.4	45.9	47.1	46.3
非製造業		46.6	42.9	45.8	46.8	46.4	47.6
雇用関連		53.6	46.0	52.4	51.4	48.9	50.4

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	9	4.1%	25.6%	41.2%	21.5%	7.6%	49.3
	10	3.4%	23.8%	42.3%	23.0%	7.4%	48.2
	11	2.2%	19.6%	46.9%	24.3%	7.0%	46.4

## 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、3 地域で上昇、8 地域で低下、1 地域で横ばいであった。最も上昇幅が大きかったのは東海 (4.1 ポイント上昇) で、最も低下幅が大きかったのは北関東 (5.1 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						
	月	6	7	8	9	10	11	(前月差)
全国		52.9	43.8	45.5	48.4	49.9	48.1	(-1.8)
北海道		58.4	50.4	50.2	49.8	50.5	46.2	(-4.3)
東北		51.8	41.5	44.6	46.1	47.0	43.3	(-3.7)
関東		50.9	42.8	43.3	45.9	48.1	46.8	(-1.3)
北関東		49.0	39.6	40.7	40.8	47.0	41.9	(-5.1)
南関東		51.6	44.0	44.2	47.9	48.5	48.6	(0.1)
東京都		57.7	46.4	50.4	52.5	53.5	55.1	(1.6)
甲信越		57.9	47.5	45.4	51.6	50.6	49.5	(-1.1)
東海		51.7	42.9	42.1	45.2	43.5	47.6	(4.1)
北陸		56.3	42.0	41.4	43.7	49.7	49.7	(0.0)
近畿		51.0	39.2	42.0	48.2	48.9	49.4	(0.5)
中国		50.6	44.8	47.6	47.2	49.9	48.4	(-1.5)
四国		54.8	47.4	45.9	45.8	53.8	52.7	(-1.1)
九州		55.6	46.8	48.6	49.7	55.2	52.8	(-2.4)
沖縄		61.5	55.0	59.5	57.7	61.9	57.7	(-4.2)

### 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 地域中、2 地域で上昇、10 地域で低下であった。最も上昇幅が大きかったのは近畿 (1.0 ポイント上昇) で、最も低下幅が大きかったのは東北 (6.1 ポイント低下) 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						
	月	6	7	8	9	10	11	(前月差)
全国		47.6	42.8	49.4	49.2	46.4	45.1	(-1.3)
北海道		55.4	47.9	51.9	52.6	48.5	45.7	(-2.8)
東北		46.6	39.9	49.3	48.6	46.3	40.2	(-6.1)
関東		45.9	42.5	48.7	47.6	44.8	42.9	(-1.9)
北関東		42.0	41.5	50.1	47.5	43.0	40.0	(-3.0)
南関東		47.4	42.9	48.2	47.7	45.5	43.9	(-1.6)
東京都		52.7	44.8	53.0	52.8	53.4	51.5	(-1.9)
甲信越		51.0	43.8	49.6	51.0	50.6	46.1	(-4.5)
東海		42.2	40.7	46.3	47.3	42.9	42.5	(-0.4)
北陸		45.9	44.7	49.3	50.9	45.4	45.2	(-0.2)
近畿		45.0	42.4	48.9	49.7	44.7	45.7	(1.0)
中国		49.5	41.7	49.7	47.9	47.2	47.7	(0.5)
四国		49.3	45.5	49.7	49.8	50.1	46.6	(-3.5)
九州		50.4	46.4	54.5	53.5	51.5	51.0	(-0.5)
沖縄		58.4	51.7	53.2	61.8	57.9	57.6	(-0.3)

(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	6	7	8	9	10	11
全国		51.8	43.5	44.8	49.6	51.1	49.7
北海道		58.3	52.3	49.8	49.1	49.6	44.5
東北		51.6	42.9	45.5	48.7	49.1	44.3
関東		50.1	41.3	43.6	48.7	49.8	48.2
北関東		47.8	39.2	40.9	43.9	48.7	45.1
南関東		51.0	42.1	44.6	50.6	50.2	49.4
東京都		56.5	45.0	48.8	55.7	55.5	54.6
甲信越		57.3	47.4	46.0	54.8	52.0	50.0
東海		49.7	42.1	42.4	47.4	45.9	50.1
北陸		53.6	41.8	41.7	47.8	53.0	52.2
近畿		51.0	40.2	43.5	49.9	49.9	49.8
中国		48.8	43.9	45.4	48.2	50.6	49.2
四国		53.5	47.1	45.5	48.4	54.3	52.5
九州		53.5	45.3	46.5	53.1	58.9	55.8
沖縄		57.9	53.1	55.1	62.8	65.5	63.4

(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	6	7	8	9	10	11
全国		49.2	42.6	47.6	49.3	48.2	46.4
北海道		55.9	45.3	48.8	48.6	47.1	46.9
東北		48.7	40.3	47.6	47.7	46.8	39.7
関東		47.8	41.6	47.3	47.3	46.4	44.5
北関東		45.3	40.9	46.6	46.9	43.7	41.7
南関東		48.8	41.9	47.6	47.4	47.5	45.6
東京都		54.1	45.1	52.2	52.3	53.7	52.0
甲信越		51.7	42.2	46.3	48.6	49.2	46.1
東海		45.4	42.2	43.6	46.9	44.5	44.6
北陸		48.1	42.3	46.8	51.4	48.4	46.1
近畿		47.3	41.5	46.5	49.4	47.5	47.2
中国		49.5	41.9	49.8	49.4	48.9	48.5
四国		52.4	46.0	44.9	48.9	50.8	47.8
九州		51.8	45.2	52.5	55.3	54.5	53.4
沖縄		58.6	51.9	55.1	62.8	60.1	57.9

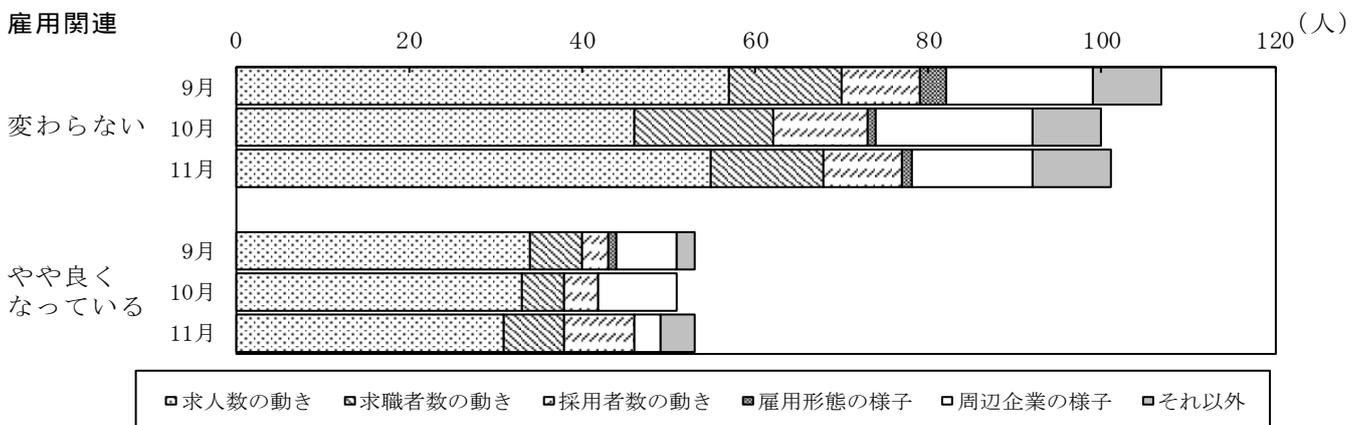
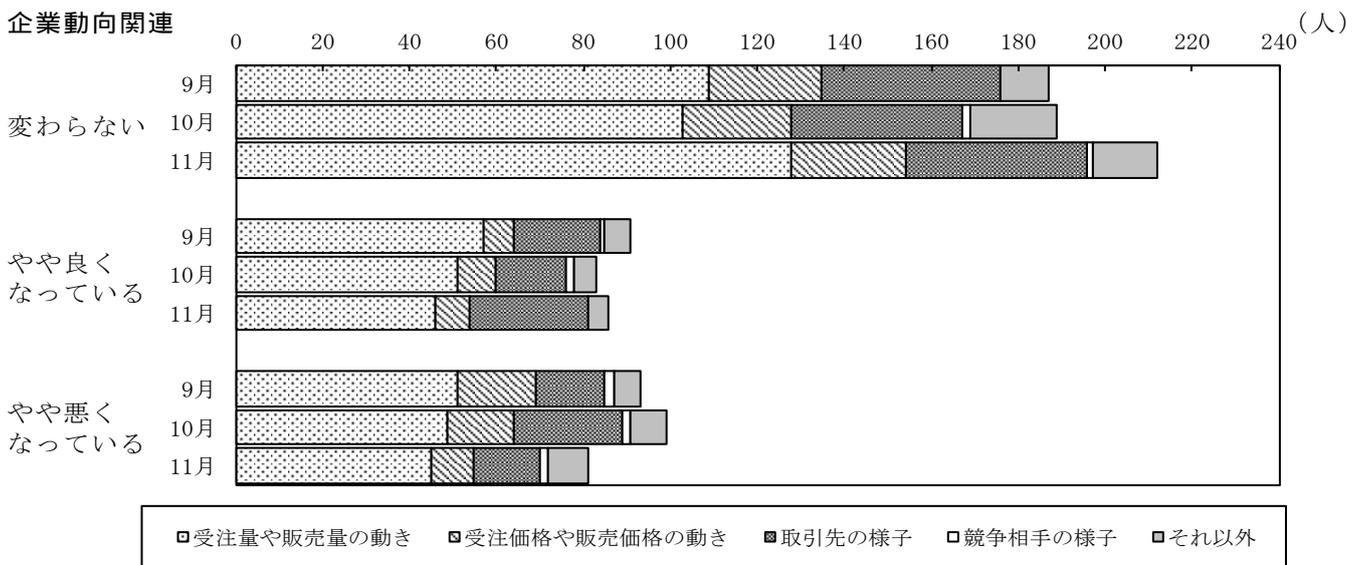
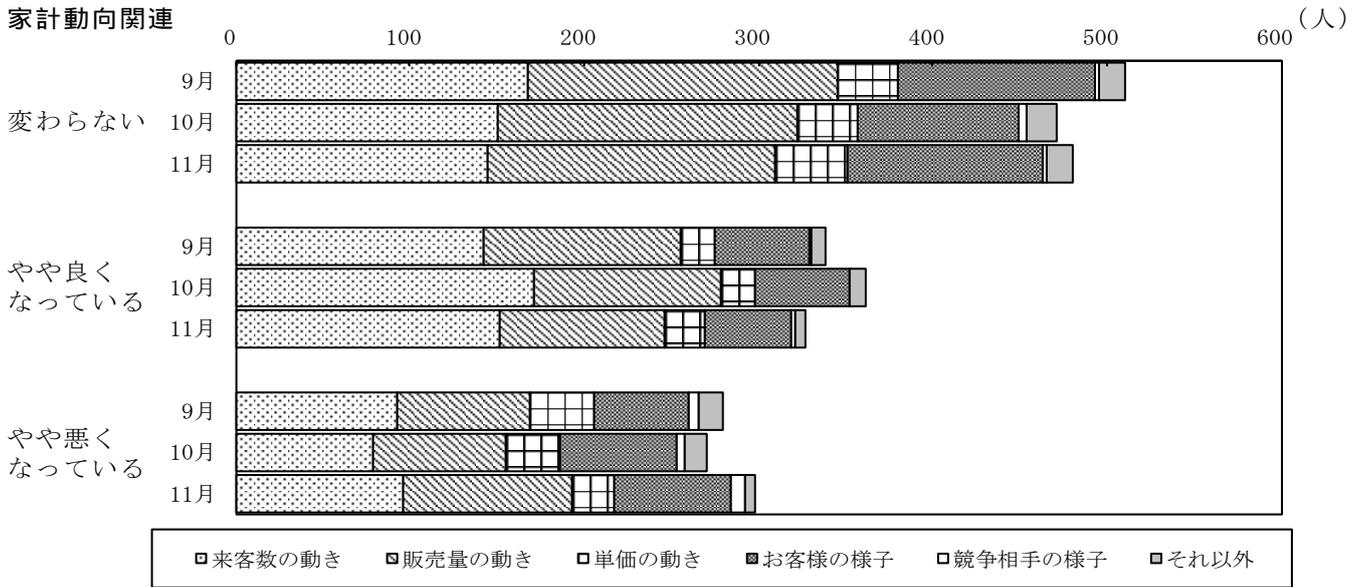
### III. 景気判断理由の概要

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"> <li>多くの物が値上がりしているため、買い控えも一部みられるが、客単価上昇で売上が微増している（東海＝コンビニ）。</li> <li>インバウンドの利用が大幅に増え、朝食の利用も約8割が訪日旅行者というケースもある。訪日客は、中国以外の韓国や台湾、東南アジアのほか、欧州からも多い。平日でも満室で販売を止める日があるほか、朝食に時間調整が必要となる日も増えている。問題点としては、客室の清掃や料飲サービススタッフの人員確保が挙げられる（近畿＝都市型ホテル）。</li> </ul>
		▲	<ul style="list-style-type: none"> <li>県内の新型コロナウイルスの新規感染者数が急激に増え、来客数が減少している。また、インフレの進行により生活防衛意識が強まっており、必要最小限の買物に抑えている客が多くなっている（東北＝百貨店）。</li> <li>何と言っても次々とやってくる原材料の値上がりで、仕入値がどんどん上がっていることで、仕入れのたびに上がっている物さもある。仕方がないとはいえ、利益には響く（北関東＝一般レストラン）。</li> </ul>
	企業 動向 関連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元完成車メーカーの国内生産は、依然として生産能力の8割程度にとどまっているが、単価はアップしており、回復が続いている。このため、系列の地元部品メーカーの受注も増加傾向で、工場の稼働はおおむね定時操業に近づいている（中国＝金融業）。</li> </ul>
		×	<ul style="list-style-type: none"> <li>円安は輸出にプラスとなっていたが、徐々に海外の業者が日本の製品を買い控えるようになり、効果が薄れてきた。さらに、国内での物価上昇が激しくなり、円安による悪影響が強くなっている（近畿＝電気機械器具製造業）。</li> </ul>
	雇用 関連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>行楽時期に入り、当地周辺は観光地なので、かなり来訪客があったものの、日帰り旅行の傾向が多い。求人については、販売や小売店の秋冬物に対応するスタッフ募集等の人員確保に活発さがみられる。製造に関しては、横並びで動きは変わらない。建築関係では増改築や解体による新築が目立っている（北関東＝人材派遣会社）。</li> </ul>
先行き	家計 動向 関連	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンドや全国旅行支援等による景気回復は確実にくと予測できる。実際に地域クーポンの利用率も想像以上に多く、業績に大きく貢献している（九州＝スーパー）。</li> </ul>
		○	<ul style="list-style-type: none"> <li>全国旅行支援の1月延長がほぼ確実となり、また、新型コロナウイルス感染症の第8波もピークを迎え、これから1か月くらいで収束していく予測のため、年末年始や1月の旅行需要は増えると推測する。2月、3月まで全国旅行支援が延長された場合は、更に上向きとなる（東海＝旅行代理店）。</li> </ul>
		▲	<ul style="list-style-type: none"> <li>来年1～2月にも各種値上げが控えており、今月同様に厳しい状況が続くとみている（北陸＝一般小売店〔書籍〕）。</li> <li>客が新型コロナウイルス感染症にある程度慣れてきたような印象を受けるが、値上げの影響が徐々に出てきている。来店頻度が下がっている常連客もいるため、景気はやや悪くなる（中国＝一般レストラン）。</li> </ul>
	企業 動向 関連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業機械やオートバイ関連では国内外共に旺盛な需要が続いており、受注は順調に推移するとみている。しかし、主原料価格の高止まりや半導体不足の影響が広がることで、受注した分を作り込めるかが鍵になると考える（北陸＝一般機械器具製造業）。</li> </ul>
		×	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後更なるエネルギー価格と人件費の高騰により製造原価が押し上げられ、利益が圧縮され、企業も財布のひもが固くなると予測している（南関東＝精密機械器具製造業）。</li> </ul>
雇用 関連	□	<ul style="list-style-type: none"> <li>物価高、円安等の関係で採用の動きは思ったより活発化しておらず、もう少しこの状態が続いていくと予想される（四国＝民間職業紹介機関）。</li> </ul>	

図表13 現状判断の理由別（着目点別）回答者数の推移

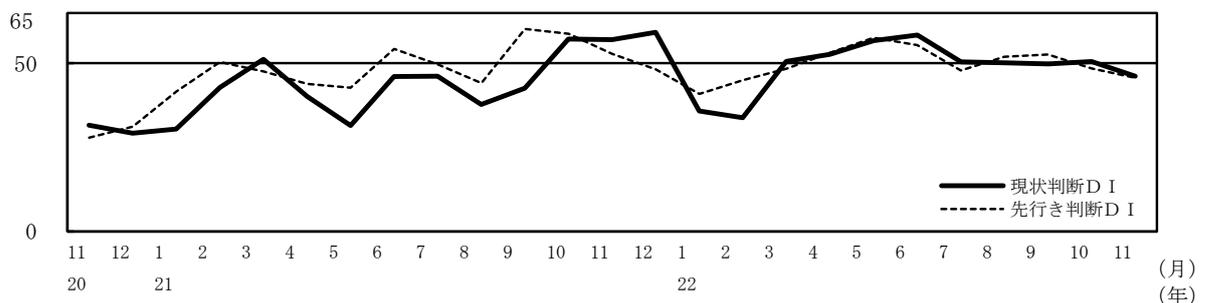


1. 北海道

(◎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	□	・国内客の消費は物価高の影響もあり、平行線かやや下向きで推移しているが、インバウンドによる消費が週を追うごとに伸びている。円安の影響もあってインバウンドの購買意欲が高まっている（百貨店）。
		▲	・コロナ禍による行動制限などは行われていないが、11月に入り、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えていることで影響が出ている。ニュースで取り上げられるたびに人出が少なくなっており、それに伴ってタクシーの利用も減っている。特に夜の遅い時間帯の利用客が減っている（タクシー運転手）。
		○	・人流を抑制するような制限がないことから年末年始の旅行需要が増えている（旅行代理店）。
	企業動向関連	□	・市場の動きが悪く、ベース商材の動きが鈍い。これからの時期は季節商材が大きく動く見込みだが、例年よりも販売量が少なくなりそうだ（その他非製造業 [鋼材卸売]）。
		▲	・建設業界では設計の1年後に工事への影響が出てくることになる。北海道においては、業界全体的に案件が減っており、指定確認審査機関への建築確認申請がパタッと止まったというコメントも聞かれる。全国状況を確認しているが、こうした動きは北海道特有の状況のようだ（建設業）。
		○	・物価上昇の影響が幅広い業種でみられるものの、全国旅行支援や外国人観光客の入国制限緩和による観光関連業種の回復が道内景気を押し上げており、3か月前と比べてやや良くなっている（金融業）。
	雇用関連	□	・北海道の新型コロナウイルスの新規感染者数が全国トップになったことで、採用を控える傾向が顕著に表れている。介護業界では採用関係者がり患したことで、採用活動自体ができなくなったケースもみられた。10月まで堅調に推移してきた求人数もここに来て若干減少している（求人情報誌製作会社）。
		○	・コロナ禍で不景気が長く続いていた観光、旅行、ホテルなどの業種に加えて、飲食業や小売でも景気が上向いており、それに伴って企業の採用活動にも若干の活気がみられる。新卒への内定出しの状況から、企業自らの経営努力も当然見逃せないが、企業を取り巻く環境が好転していることもうかがえる（学校 [大学]）。
		▲	・生活必需品の相次ぐ値上げ、円安、上がらない賃金など、景気が良くなる要素がない（職業安定所）。
	その他の特徴コメント		
先行き	家計動向関連	□	・主食系やデザートなどで、高単価の商材が売れていないことから、今後も景気は変わらない（コンビニ）。
		○	・今後、メーカーからの納期が若干早まるとの情報があるため、売上が増えることになる（乗用車販売店）。
	企業動向関連	□	・見掛け上の売上は増えているが、それ以上のスピードで原材料価格、エネルギー価格、物流費などの値上げが続いている。利益の出ない状況が続いていることから、今後も景気は変わらない（食料品製造業）。
		▲	・例年、冬期間の物流量は減る傾向にあるため、今後の景気はやや悪くなる（輸送業）。
	雇用関連	□	・物価上昇や買い控えなどの不安要素は多数あるが、企業においては、業績を落とさないためにも人材を採用し、営業の強化を図るとみられることから、今後も景気は変わらない（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)

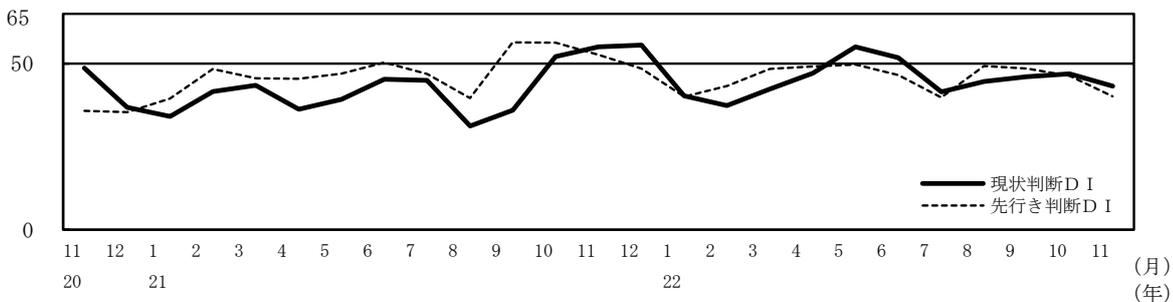


## 2. 東北

(◎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	▲	・県内の新型コロナウイルスの新規感染者数が急激に増え、来客数が減少している。また、インフレの進行により生活防衛意識が強まっており、必要最小限の買物に抑えている客が多くなっている（百貨店）。	
		□	・原油や半導体、鉄製品の品不足や値段の高騰に加えて、円安により輸入材料の値上げが止まらない。販売価格を上げているものの、価格差は吸収し切れず、売上が減ってきている（その他サービス [自動車整備業]）。	
		○	・全国旅行支援により国内旅行取扱額も増加しており、3か月前と比べて上向き傾向にある（旅行代理店）。	
	企業 動向 関連	□	・受注は好調だが、一方で光熱費を始めとした原価が上昇している。特に光熱費の値上がりが見られ、収益が大幅に低下している（金属製品製造業）。	
		▲	・地域間格差はあるものの、東北全体の出荷は前年比2けたのマイナスが長く続いている。需要の低迷に加え諸資材の高騰が経営を圧迫している。需要回復の兆しはみえない（窯業・土石製品製造業）。	
		○	・来年以降に値上げする商品に対する買換え商談が増えてきている。ただし、商品の在庫が潤沢ではなく需要に対し供給が追いついていない状況である（コピーサービス業）。	
	雇用 関連	□	・採用活動を継続しているものの、ここに来て人材がひっ迫している。製造業あるいは倉庫業で派遣社員を使った採用が増えていることが大きい（人材派遣会社）。	
		○	・行動制限の緩和をきっかけに、イベントの実施や開催についての問合せが急増している。しかしながら、求人数の増加に対して、計画どおり採用できない企業が多いことに多少の不安がある（新聞社 [求人広告]）。	
	その他の特徴 コメント			▲：光熱費や食料品等の値上がりにより、消費者の財布のひもはより一層固くなっている（商店街）。 ▲：今月前半の滑り出しはとても良く、景気が良くなってきたと思っただが、中旬から後半にかけて新型コロナウイルスの新規感染者数が増えたためキャンセルが相次ぎ、景気は減退した感じになっている（一般レストラン）。
	先行き	分野	判断	判断の理由
家計 動向 関連		□	・現在は全国旅行支援のおかげで人が動いている。しかし、物価高の影響もあり、この先は不透明である（高級レストラン）。	
		▲	・暖房費や除雪費の高騰が予想され、節約志向が高まっていくのではないかとみている（スーパー）。	
企業 動向 関連		□	・受注量は増えつつあるが、鋼材、油、電気などの高騰が続き、利益は少ない状況が続くとみている（一般機械器具製造業）。	
		▲	・これまで好調だった半導体関連が減速に向かっており、それに関連して全体的に受注量が減少することが予想される（その他企業 [協同組合]）。	
雇用 関連		▲	・円安、インフレに明確な対策が講じられていない。特に中小零細企業においては仕事の確保、雇用の確保が厳しい現状にあり、自社だけの対策では限界があるとみている（学校 [専門学校]）。	
その他の特徴 コメント			○：全国旅行支援は年明け以降も延長予定のため、やや良くなるとみている（観光型ホテル）。 ▲：物価高の影響に伴い、家計の節約志向が強まるとみている。高額な工事と緊急性の低い工事は先送りされることが予想される。部品の供給不足による工事の遅れも続くともみている（その他住宅 [リフォーム]）。	

(D I) 図表15 現状・先行き判断D I（東北）の推移（季節調整値）

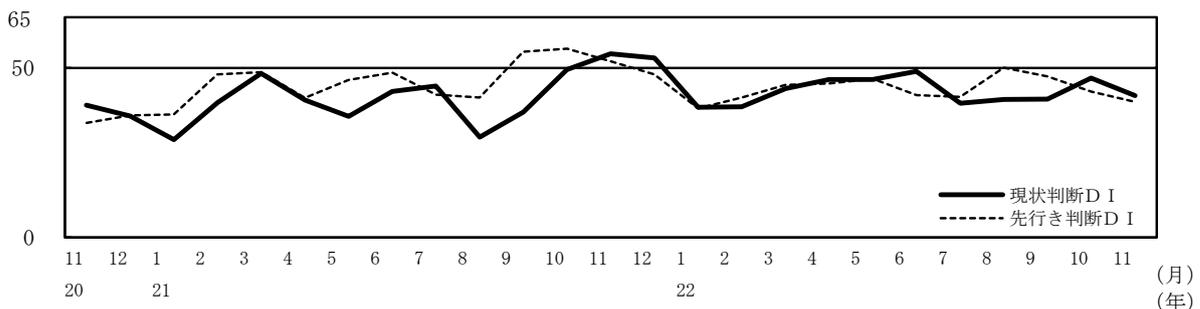


### 3. 北関東

(◎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	□	・各商材の値上げを消費者が実感し始めている。今までは報道先行に対する警戒感だったが、消費する時点で実感し、買上点数の減少や低価格訴求品への移行等、ネガティブな傾向が表れてきている（住関連専門店）。	
		▲	・何と云っても次々とやってくる原材料の値上がりで、仕入値がどんどん上がっていることで、仕入れのたびに上がっている物さえある。仕方がないとはいえ、利益には響く（一般レストラン）。	
		○	・コロナ禍での観光スタイルが確立し、回復傾向にある。また、訪日外国人も徐々に増加していることから、全体的に観光需要が回復しつつある（テーマパーク）。	
	企業 動向 関連	□	・景気が良いとは言えないが、大きな影響もなく稼働している（窯業・土石製品製造業）。	
		○	・自動車生産ラインが通常に戻りつつあるが、今までの生産減少分を補うような、ばん回計画の動きは見られない（一般機械器具製造業）。	
		▲	・建物の設備改修進行中物件は、順調に進んでいるものの、資材の値上がりで経費増となってしまうている。また、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、老人保健施設での清掃等の業務が延期や未定になっている（不動産業）。	
	雇用 関連	○	・行楽時期に入り、当地周辺は観光地なので、かなり来訪客があったものの、日帰り旅行の傾向が多い。求人については、販売や小売店の秋冬物に対応するスタッフ募集等の人員確保に活発さがみられる。製造に関しては、横並びで動きは変わらない。建築関係では増改築や解体による新築が目立っている（人材派遣会社）。	
		□ ▲	・派遣依頼数に対して新規求職者数が不足しており、人材の取り合いとなっている状況は変わらない（人材派遣会社）。 ・製造関連の派遣求人が減少している。取引先からは生産を社員のみで行い、派遣を採用しない方針だと連絡が入っている（人材派遣会社）。	
	その他の特徴 コメント		▲：11月初旬は割と動きがあったが、中旬以降、新規感染者数がまた増えだして、新型コロナウイルスの感染第8波に入ってしまった。電車に乗っている人も少なく、飲食店等にも客が入っておらず、人通りもない。全国旅行支援が始まってでも当地は観光地ではないので、いつもと変わりがなく、タクシーの利用客は減少している（タクシー運転手）。 ▲：携帯電話の販売が低迷している（通信会社）。	
	先行き	家計 動向 関連	□	・年末年始に向け、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念される。物価高による生活防衛意識の高まりに、外出自粛が加わることで、景況回復は見込めない（百貨店）。
▲			・3割ほどの値上がりは当然だが、今後も食料品の値上げなどが予想されている。年末年始の後には、消費は抑えられると思うので、年明け後の2～3か月は、やや悪くなる（その他飲食 [ファーストフード]）。	
企業 動向 関連		□	・まだしばらくは、新型コロナウイルス感染症の影響が残ると考える（その他製造業 [消防用品]）。	
		○	・当社は自動車部品メーカーだが、半導体不足が薄らいでおり、受注が増加している。原材料価格高騰も販売単価に転嫁できており、利益も改善してきている（輸送用機械器具製造業）。	
雇用 関連		□	・新規求人は、持ち直しの動きが広がりつつあるものの、新型コロナウイルスの感染第8波や原材料高や円安の影響による物価上昇等、引き続き、動向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		▲：光熱費の高騰等が家計に響くことが想定される（スーパー）。 ▲：円安が続く傾向なので、消費は更に悪化するのではないかと不安感が、市場を覆っている（その他サービス [自動車整備業]）。		

(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）

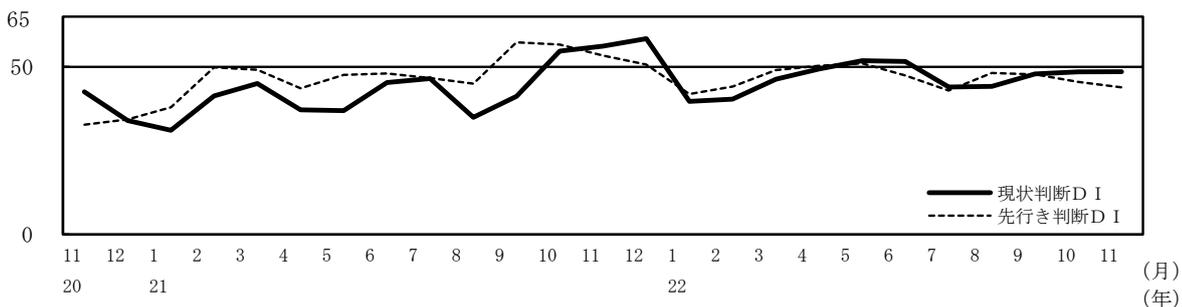


4. 南関東

(◎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	□	・全く宴会が入らないというわけではなく、会社の集まりも少しは入ってくるし、家族の集まりで利用してくれる人も増えている。ただし、新型コロナウイルス感染症に罹患してしまっの予約キャンセルが多々ある（一般レストラン）。
		○	・3か月前と比べて新型コロナウイルスの新規感染者数は増加傾向にあるものの、全国旅行支援などの支援策により宿泊の稼働率は高水準で推移している。レストランも週末中心ではあるが満席になる日が多く見受けられ、婚礼や宴会も延期案件の実施により販売量が確実に伸びてきている（都市型ホテル）。
		▲	・値上げの影響で単価は前年並みを維持しているものの、買上点数は前年を割っている。さらに、固定客の来店頻度が明らかに落ちてきている（スーパー）。
	企業動向関連	□	・オフィス需要にやや回復傾向がみられ、空室率が改善している。ただし、入居してもらう際には数か月のフリーレントが必須条件になっており、実質賃料の改善はまだみられない（不動産業）。
		○	・イベント関係も復活してきており、警備の依頼も増え、売上の増加につながっている（その他サービス業 [警備]）。
		▲	・原材料費、燃料費の高騰が続き、価格転嫁を試みているが限界である。日用雑貨用途向けでは一部他の低価格製品へ置き換えられ、数量が低迷したままである（化学工業）。
		◎	・例年この時期は繁忙期のため受注量が多い（出版・印刷・同関連産業）。
	雇用関連	□	・専門性の高い職種、海外勤務の求人は常に人材不足状況が続いており、今後とも全般的に企業の成長にはまだまだ期待が持てる。新卒のみならず、中途採用者のバイタリティーに期待したい（民間職業紹介機関）。
		○	・新型コロナウイルス感染症の発生前の水準までは戻っていないが、求人数は引き続き増加傾向にある。派遣労働者については、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、離職が少なくなっていることから微増傾向で、採用者数、派遣労働者数は増加している（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	□	・人流が戻ってきているので、売上は前年よりも高い水準で推移するとみている。一方で、新型コロナウイルスの感染第8波や値上げの影響がじわじわ効いてきている印象である。年内くらいは同じ傾向で推移するのではないかと（コンビニ）。
		▲	・年末から年度末にかけては建材需要期に向かうタイミングであるが、例年より確実性のある物件情報が少なく感じる（その他住宅 [住宅資材]）。
	企業動向関連	□	・取引量に関して、特に良くなるという話も悪くなるという話も届いていない。ただし、若干回復してくるとの話はあるが、過去の例から見て、実際にそのタイミングになってみないと確証は持てない（一般機械器具製造業）。
		▲	・年末年始の特需は過去のものとなり、1～2月は稼働日が減少する月でもあり、取扱量の低迷とあいまって、現状より悪化すると予想している（輸送業）。
	雇用関連	□	・例年どおり年末年始イベント関連の求人が増えつつある。自動車関連は円安、半導体や部材不足、販売不調により生産自体を抑える動きが出ており、求人が低調である（人材派遣会社）。
その他の特徴コメント			○：全国旅行支援の延長のニュースが発表されたので、1月以降も国内旅行の需要が見込める（旅行代理店）。 ×：今後更なるエネルギー価格と人件費の高騰により製造原価が押し上げられ、利益が圧縮され、企業も財庫のひもが固くなると予測している（精密機械器具製造業）。

(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)

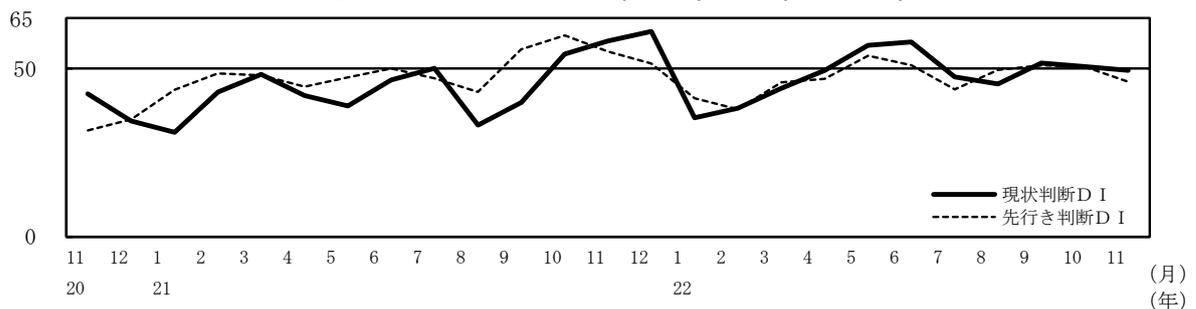


5. 甲信越

(◎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	□	・車検、一般整備は、前年同月比でほぼ同じレベルである。車両販売では、特に、新車について、年末までの納車予定が立たず、売上に結び付かない（乗用車販売店）。	
		○	・全国旅行支援のお陰で売上が回復している。予約は多いものの、従業員が不足しているために、100%まで客を受け入れることができなかったため、やや良い状況である。新型コロナウイルス感染症の発生前と比較すると同程度まで回復している（観光型旅館）。	
		▲	・新型コロナウイルスの感染第8波が収まらず、行動制限をかけなくても、宴会や会食の機会が減っている（高級レストラン）。	
	企業 動向 関連	□	・販売価格は値上げしているものの、依然として原材料価格高騰は続いている（食品品製造業）。	
		○	・複数の取引先から新規受注や増産依頼が来ている。仕事量の増加に対して人員に不足があり、残業体制を取っている（電気機械器具製造業）。	
		×	—	
	雇用 関連	□	・職種や条件をかなり絞っており、採用までは至らない。求職者も求人側も条件に折り合いを付ければ良いと思う（人材派遣会社）。	
		▲	・企業が求人に対して積極的にやり始めている。ただし、どこも人が来ない悩みを抱えている（求人情報製作会社）。 ・全国旅行支援のほか、インバウンドによる観光需要の高まりや自治体発行のプレミアム付商品券等、消費拡大が図られ、サービス業や卸、小売業関連では求人が増加している。ただし、折からの原材料不足や諸物価の高騰、円安の影響などを受けている企業も多く、全体的に景気が上向いているとは言えない（職業安定所）。	
	その他の特徴 コメント			□：物価高や為替の影響があるものの、業種によって、影響に差が出ていると、客との会話で実感している。また、同じ業種でもやり方の違いによって差が出ている（ゴルフ場）。 ▲：昼食や夕食時に売れていたデザート類の販売減少がみられ、前年比90%台となっている（コンビニ）。
	先行き	家計 動向 関連	□	・本来なら、年末年始の繁忙期に入るが、今年は物の値上がりや新型コロナウイルスの感染拡大と、条件が余り良くないため、期待はできないのではないかと（一般小売店 [家電]）。
▲			・建設資材の大幅な値上がり等により建築価格が上昇し、別荘の新築工事は減少傾向にある（住宅販売会社）。	
企業 動向 関連		□	・商材は動くようになってきているものの、円安の影響で、仕入価格が高騰している。材料の仕入れや商材作りが思うようにできないことから、大きな伸びは期待できず、回復はまだしばらく先になる（その他製造業 [宝石・貴金属]）。	
		▲	・今後、紙代などで3回目の値上げがあるという話が来ている。そうなると、かなり厳しい状況になる（出版・印刷・同関連産業）。	
雇用 関連		□	・新型コロナウイルスの感染第8波の拡大が騒がれてきており、また、ロシアによるウクライナ侵攻の今後の状況が不透明なこと等により、景気の回復は見込めない（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント			□：新型コロナウイルスの感染状況や商材価格の値上げ等を含めて、良くなる材料が見当たらない（百貨店）。 □：本来なら忘年会シーズンに入ってくる頃なので、売上もかなり期待できる。ただ、新型コロナウイルスの感染第8波等もあり、皆が大分緊張感を持っているので、なかなか大人数での忘年会は期待できそうもなく、前年と同じように自粛ムードがまた続くのかと考えると、余り期待はしていない（スナック）。	

(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)

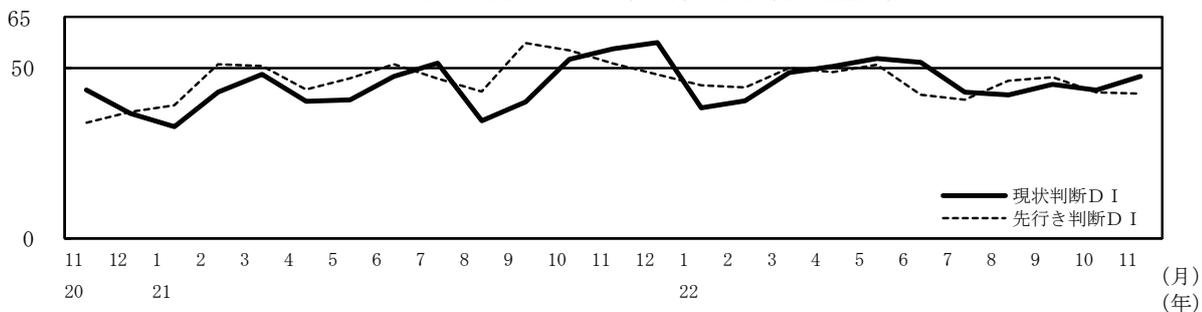


6. 東海

(◎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	○	・多くの物が値上がりしているため、買い控えも一部みられるが、客単価上昇で売上が微増している（コンビニ）。	
		□	・店舗の統廃合や無駄を探して省く動きが増し、提示した見積りに対しても厳しくなっている（通信会社）。	
		▲	・客の来店間隔が段々と長くなっている（理美容室）。	
	企業 動向 関連	□	・当地域の住宅不動産市況は芳しくない。販売価格は横ばいである一方、資材高騰のあおりを受け秋から工事費が上昇を始めた（不動産業）。	
		▲	・北米自動車部品向け設備では、急にプロジェクトの延期や、保留になる案件が増えてきている（一般機械器具製造業）。	
		○	・3か月前と比べて折込チラシの受注量が増えている（新聞販売店 [広告]）。	
	雇用 関連	□	・円安やウクライナ情勢などの影響で全体的に低迷している。一部、復活した観光業や外食業では戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準ではない。先行きへの不安から人材の動きは止まっている状況である（新聞社 [求人広告]）。	
		○	・ボーナス支給後の転職や新年度に備えた情報収集に来る人も多く、求職活動としては活発化の方向にある（求人情報誌）。	
	その他の特徴 コメント			○：新型コロナウイルス感染症の第8波を前に客足は急に衰えることもなく、全国旅行支援も功を奏しスーツケースを持った客が多く見受けられ、売上を下支えしている。海外特選ブランドや時計などの高額品需要も引き続き好調であり、一部ブランドでは、朝から行列が途絶えない状況が継続している（百貨店）。 □：来店客の様子では、最近では自分で消費するための購入が多く、友人などへの差し入れは少ないように見受けられる（一般レストラン）。
	分野		判断	判断の理由
家計 動向 関連	□	・原料価格の高騰が落ち着く要因は見当たらず、引き続き商品価格は高止まりが予測される。消費の2極化状態が続くと見込む（スーパー）。		
	▲	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。年末年始の予約は非常に弱い。その一方で光熱費を始め経費高騰を価格に転嫁できない状況である。また、人材が確保できず今後の大きな懸念材料となっている（都市型ホテル）。		
企業 動向 関連	□	・仕事量は例年並みに出たとしても、原材料の価格高騰の転嫁が間に合わず、収益性は厳しいままと見込む（金属製品製造業）。		
	▲	・原材料価格の高騰やエネルギーコストの上昇による影響はますます大きくなる。更なる価格改定が必要になる見込みも出てきている（食料品製造業）。		
雇用 関連	□	・求人数は安定しているが、人材不足による採用コストが増加する一方で、採用数は横ばいから減少傾向になる可能性がある（人材派遣会社）。		
その他の特徴 コメント			○：全国旅行支援の1月延長がほぼ確実となり、また、新型コロナウイルス感染症の第8波もピークを迎え、これから1か月くらいで収束していく予測のため、年末年始や1月の旅行需要は増えると推測する。2月、3月まで全国旅行支援が延長された場合は、更に上向きとなる（旅行代理店）。 ×：人気車種のほとんどがオーダーできない上、新型車種も生産台数がかなり少なく、販売するにも条件が付けられ、客が欲しくても販売できない。恐らく数年はこの状況が続くと考える（乗用車販売店）。	

(D I) 図表19 現状・先行き判断D I (東海) の推移 (季節調整値)

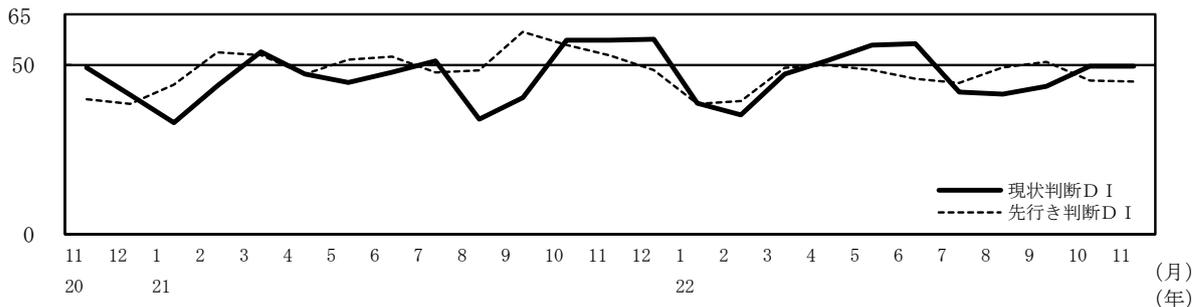


7. 北陸

(◎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	□	・引き続き、過去に受注分の車が順次メーカーより配車されて売上になっているため、前年を超える実績となっている（乗用車販売店）。
		○	・秋になり、数は少ないが団体旅行が動き出しており、その分の売上が底上げされている（旅行代理店）。
		▲	・光熱費や生活必需品の高騰により節約志向が強くなり、お歳暮や婦人服の買上に影響が出ている。お歳暮や婦人服は前年から約10%売上がマイナスになる見通しである。反面、外商客である富裕層を中心にブランドジュエリーや高額時計などは根強い動きがある（百貨店）。
	企業動向関連	□	・半導体不足や資源エネルギーコストの上昇、原材料価格の高止まりの影響は大きく、回復に足踏み状態が続いている（プラスチック製品製造業）。
		○	・受注量が少しずつ増加している（化学工業）。
	雇用関連	□	・最近の求人状況は、短期間や短時間の仕事を希望する高齢者はいるが、企業の望む長期安定的な若年求職者が集まらない（民間職業紹介機関）。
▲		・半導体関連の取引先で、部品の調達ができないことから生産のめどが立たず、求人募集の停止や派遣契約の解除通達が出てきている（人材派遣会社）。	
その他の特徴コメント		□：物価の上昇が続き実質賃金が減少しているため、客は商品購入に慎重である（衣料品専門店）。 □：低調な来客数に変化が全くない状況である（住宅販売会社）。	
先行き	家計動向関連	□	・購入価格は値上げにより上昇するとみているが、必要のない機能は求めない傾向にあり、大きく変わることはないと考える（家電量販店）。
		▲	・来年1～2月にも各種値上げが控えており、今月同様に厳しい状況が続くとみている（一般小売店〔書籍〕）。
	企業動向関連	○	・産業機械やオートバイ関連では国内外共に旺盛な需要が続いており、受注は順調に推移するとみている。しかし、主原料価格の高止まりや半導体不足の影響が広がることで、受注した分を作り込めるかが鍵になると考える（一般機械器具製造業）。
		□	・受注は引き続き堅調であるが、原材料価格高騰の影響が今後も続くと考え（繊維工業）。
		▲	・売上がどのように推移するか見通しは立っていないが、コストアップはこの先も続くともみている（食料品製造業）。
	—	—	
雇用関連	○	・新たな求人先の増加や求人内容の変化により、求職者の選択肢が増えることで、マッチング率が多少なりとも向上すると考える。それに伴って景気が上向くとみている（人材派遣会社）。	
	▲	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数について状況が変わる要素や、気配が見受けられない（学校〔大学〕）。 ・ガソリン代も思ったほど元に戻らず、雪が降ることもあり、特にこの年末年始を超える頃に、企業の倒産等が若干出てくるのではないかとみている。また、雇用調整助成金の縮小動向も踏まえて、余り良くならないと考える（職業安定所）。	
その他の特徴コメント		○：年末に向け帰省客が見込めるため、徐々に改善するとみている。雪のシーズンに突入すれば、買いだめ需要や家ナカ需要が見込める（スーパー）。 ▲：物価高騰のニュースが多く、消費を抑える方向に向かうと考える（パチンコ店）。	

(D I) 図表20 現状・先行き判断D I (北陸)の推移(季節調整値)

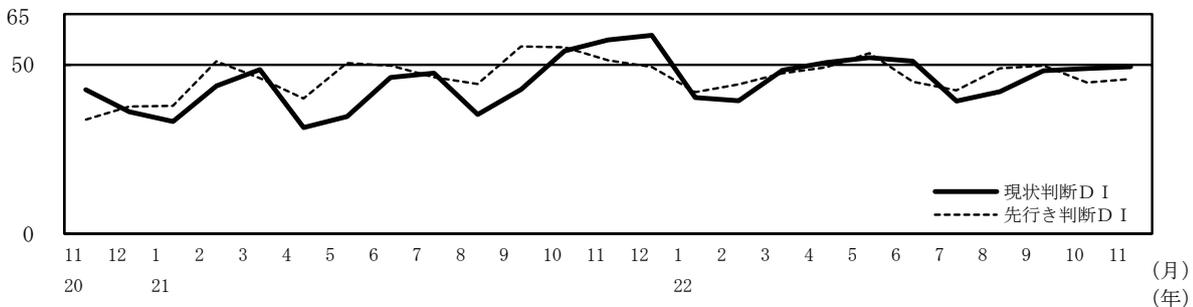


8. 近畿

(◎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	□	・何もかもが値上がり傾向にあり、生活必需品ではない商品の買い控えがみられる（一般小売店 [花]）。
		○	・インバウンドの利用が大幅に増え、朝食の利用も約8割が訪日旅行客というケースもある。訪日客は、中国以外の韓国や台湾、東南アジアのほか、欧州からも多い。平日でも満室で販売を止める日があるほか、朝食に時間調整が必要となる日も増えている。問題点としては、客室の清掃や料飲サービススタッフの人員確保が挙げられる（都市型ホテル）。
		▲	・多くの商品が値上げとなり、購入が必要最小限となっているほか、低価格志向が高まっているように感じる（スーパー）。
	企業 動向 関連	□	・量的に余り大きな変化はなく、低位で安定している。ただし、製品の値上げを行ったことを考えれば、それほど落ち込んでいない（金属製品製造業）。
		○	・店頭での販売数量の動きや、リピートオーダーの状況は厳しいが、法人向けの商品やイベント向けの動きが出てきている。また、単価が上昇傾向にあるため、トータルの売上は前年を10%程度上回っている（その他非製造業 [衣服卸]）。
		▲	・建築コストの高騰により、客の心理は慎重にならざるを得ない（建設業）。
雇用 関連	□	・年末に向けて短期案件や単発案件が増えているが、案件数の伸びに求職者数が追いついていない（人材派遣会社）。	
	○	・求人数は増加しており、円安や物価上昇の影響はそれほど出ていない（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント			○：忘年会シーズンに向けて、タクシーの利用が増え始めている（タクシー運転手）。 ×：円安は輸出にプラスとなっていたが、徐々に海外の業者が日本の製品を買い控えるようになり、効果が薄れてきた。さらに、国内での物価上昇が激しくなり、円安による悪影響が強くなっている（電気機械器具製造業）。
先行き	家計 動向 関連	□	・インバウンド売上は好調が続くと予想しているが、国内売上は値上げの影響が大きく、力強さには欠ける。新型コロナウイルス、インフルエンザ共に、感染が徐々に拡大していることから、全体的には今月の状態から大きく伸びることはない（百貨店）。
		▲	・以前はたくさん買物をしてくれた客も、買い控えの動きが増え、客との会話でも値上げの話題が多くなっている。今後も値上げが続く様子であり、ますます景気は厳しくなっていくと予想される（コンビニ）。
	企業 動向 関連	□	・売上は現状維持が予想される。新規案件の話はあるが、実際に稼働するのは半年先になるようで、近々での変化は見込めない（プラスチック製品製造業）。
		○	・家電や車載向けに続き、動きの遅れていた土木、建築向けも回復してくると予想している（化学工業）。
	雇用 関連	□	・物価の上昇で、企業業績の先行きは不透明感が強まっているが、大学の新卒求人数は前年度と変わらない様子である（学校 [大学]）。
その他の特徴 コメント			□：物価が安定すれば落ち着くが、今後のコロナ禍による影響も心配である（その他専門店 [宝石]）。 ▲：円安やウクライナ危機などで、エネルギー価格や食料品価格が更に上昇するため、外食の頻度が減り、販売量の減少につながる事が予想される（一般レストラン）。

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの(近畿)推移(季節調整値)

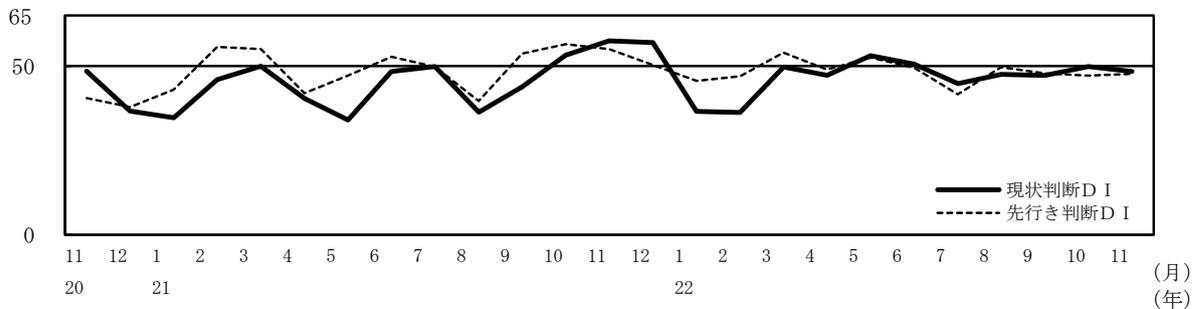


9 . 中国

(◎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	□	・値上げ基調なので、本来であればディスカウント事業は追い風になるが、客の節約志向が強く、週末や割引セールでのまとめ買いに客が集中している。新型コロナウイルス感染症の影響は少なく、以前と比べ客が外食へ流れている。以前にも増して客は必要な商品しか購入せず、競合他社のエリア内増加もあって、客の店の使い分けが発生している（スーパー）。	
		▲	・秋の行楽や県をまたぐ国内旅行が活発であったが、気温が比較的高めに推移したこともあり、衣料品を中心に非常に厳しい11月となっている（百貨店）。	
		○	・全国旅行支援の効果で3か月前よりも来客数が増加している（都市型ホテル）。	
	企業 動向 関連	□	・外食系は動くのが週末だけで、平日の動きはむしろ弱くなっているため、全体の動きは余り変わらない（農林水産業）。	
		▲	・原材料の長納期化に伴い、当社装置の納入時期も長期化しているため、それを見越して受注、材料手配を行っているが、納入まで1年以上掛かるものもある。原材料が長納期化していることで、その間に業況等、様々な要因により取引先の計画が変更となり、受注量の変更やキャンセルといった事案が発生して、粗利が減少している（電気機械器具製造業）。	
		○	・地元完成車メーカーの国内生産は、依然として生産能力の8割程度にとどまっているが、単価はアップしており、回復が続いている。このため、系列の地元部品メーカーの受注も増加傾向で、工場の稼働はおおむね定時操業に近づいている（金融業）。	
	雇用 関連	□	・3か月前と比べて、求職者数に変化はない（人材派遣会社）。	
		○	・新規求人数は、人材確保が一段と困難になっている医療・福祉が前年同月比で2割増加となるなど、慢性的な人手不足を背景に、全体でも1割増加となっている（職業安定所）。	
	その他の特徴 コメント			○：全国旅行支援のクーポンで客がいつもより多く買物をしており、景気はやや上向きになっている（その他専門店 [土産物]）。 ▲：冬季商材の価格上昇のため、客の買い渋りが発生している（自動車部品販売店）。
	先行き	分野	判断	判断の理由
家計 動向 関連		□	・物価の安定や客の収入の増加が明確にならない限り、住宅業界は浮上しない（住宅販売会社）。	
		○	・半導体や部品の不足による納期遅延で、前月より受注が減少しているが、新型車の発表もあり、来客数や問合せは増加傾向にある。初売りや決算も控えており、この先2～3か月は売上の増加が見込める（乗用車販売店）。	
企業 動向 関連		□	・この先の物価や資機材の流通について不透明な状況が継続する（建設業）。	
		▲	・金属価格の下落やエネルギー価格の高騰に拍車が掛かる（非鉄金属製造業）。	
雇用 関連		□	・製造業関係の求人数は増加傾向にあるが、それ以外の業種の求人数は増えておらず、今後も景気は変わらない（学校 [短期大学]）。	
その他の特徴 コメント			○：従業員の人手不足等の課題はあるが、全国旅行支援の延長が決まったため、今まで以上に景気は上向きになる（観光型ホテル）。 ▲：客が新型コロナウイルス感染症にある程度慣れてきたような印象を受けるが、値上げの影響が徐々に出てきている。来店頻度が下がっている常連客もいるため、景気はやや悪くなる（一般レストラン）。	

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

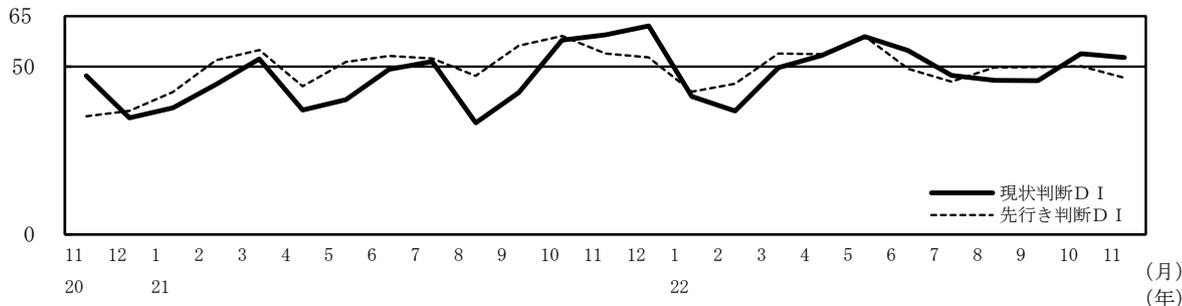


10. 四国

(◎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	□	・物価高の影響で商品単価が上昇しているなか、来客数は減少しておらず、売上は増加傾向にあるが、経費上昇により利益は減少しており、全体としては変わらない（コンビニ）。	
		○	・全国旅行支援の効果で、来客数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に回復している（観光型旅館）。	
		▲	・物価高の影響で、売上が減少傾向にある（競輪競馬）。	
	企業 動向 関連	□	・海外向け、国内向け共に出荷数量に変化はない（輸送業）。	
		○	・全国旅行支援やインバウンド受入れの再開による効果で観光地の来店客が増加しており、小売店からの受注は旺盛である（繊維工業）。	
		▲	・原材料の価格高騰などにより取引先の経営状況が苦しくなっている（税理士事務所）。	
雇用 関連	□	・派遣の求人数は一定数あるが、ミスマッチや求職者数の不足により、就労につながらないことが多い（人材派遣会社）。		
	○	・新卒、中途採用共に求人数が増加傾向にある。特に県内中小企業からの中途採用の引き合いが増加している（求人情報誌）。		
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再び増加傾向にあることや、気温が思ったよりも冷え込んでいないため冬物の動きが悪いことで、依然として低調な状況が続いている（衣料品専門店）。 ▲：メーカーからの仕入商品の値上げの影響で客の買上単価は上昇しているが、買上点数が大きく減少している（スーパー）。		
先行き	家計 動向 関連	□	・新型コロナウイルス感染症次第という感否めないが、12月は多数の冬のイベント等が予定されており、それに伴い来客数も増加するよう思う。そしてウィズコロナが進めば、大分消費者のマインドも上がるように思われる（商店街）。	
		▲	・更なる燃料費の高騰を始め、物価高による買換え需要への影響が出てくるのではないかと懸念している（通信会社）。	
	企業 動向 関連	□	・全国旅行支援等の施策もあり、徐々に景気は回復傾向にあり、イベントの開催等も少し戻ってきている。しかし、エネルギー等仕入価格の高騰を受けている客先からは、今後も販促広告等の削減が見込まれる。したがって、結果として余り変わらない予想である（広告代理店）。	
		▲	・仕入価格の更なる値上げや新型コロナウイルスの新規感染者数の動向等により、景気はやや悪くなると予想する（金融業）。	
	雇用 関連	○	・全国旅行支援による国内観光客の増加や訪日外国人観光客の増加が想定され、人手不足感が強まると思われる（学校 [大学]）。	
		□	・物価高、円安等の関係で採用の動きは思ったより活発化しておらず、もう少しこの状態が続いていくと予想される（民間職業紹介機関）。	
その他の特徴 コメント		□：部品不足の解消にはまだまだ時間を要し、新型車は発売されるが、配車に期待できず、現状と変わらない（乗用車販売店）。 ▲：2～3か月後ということで、1年のうち繁忙期である12月を過ぎると、全体的に毎年客が半減する。また、現在、当地域には新型コロナウイルス感染症の第8波が到来しつつあり、その余波で人出は減少すると思う（タクシー運転手）。		

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

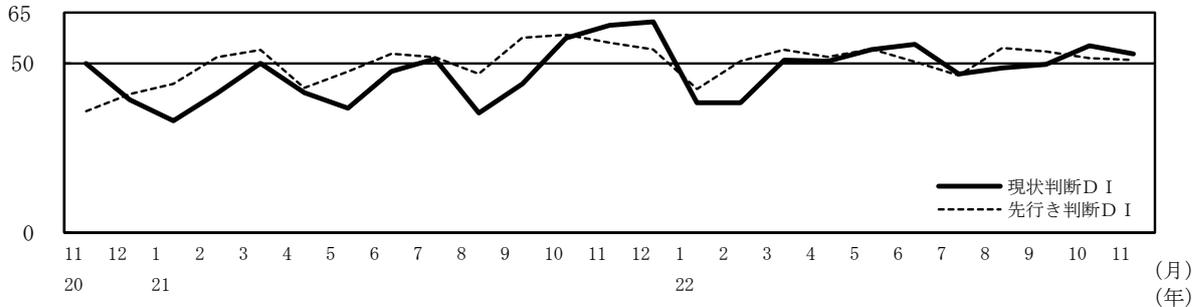


11.九州

(◎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	□	・温暖な気候もあり、例年と比べて秋冬寝具の需要が少ない。また、最近の物価上昇の影響を受け、客も買い控えや予算を抑える様子も多く見受けられる（住関連専門店）。	
		○	・新型コロナウイルスの新規感染者数の増加や物価上昇が続いているにもかかわらず、国内観光客やインバウンドの回復、イベントの復活など順調に回復している。また、下旬には早めの忘年会もあり、夜の街も活気を取り戻している（タクシー運転手）。	
		▲	・店の主力商品のほとんどが、10月、11月に更に値上げをしており、多くの客は諦めて購入はしているが買い渋り傾向で、売上全体では減少している。また、人件費の高騰で経営自体は苦しい状態が続いている（コンビニ）。	
	企業 動向 関連	□	・旅行業界などは、行動制限が緩和され売上が増加しているが、全体としては、原料や資材等の価格高騰で利益が圧迫されており、景気は変わらない（金融業）。	
		○	・半導体の動きが徐々に良くなっており、それに伴い景気の状態も上向き始め、まだ満足できる数量ではないが、若干回復している（一般機械器具製造業）。	
		▲	・客との会話では、景気の後退が感じられる（不動産業）。	
雇用 関連	○	・現在も就職活動を行っている学生が一定数いるが、求人依頼件数はまだ多くある。また、今年は追加募集や年間を通じた採用活動を行う企業が、前年度よりかなり増えていることから、就職活動継続中の学生にはまだまだチャンスがあり、追い風となっている。24年卒採用に向けたインターンシップや仕事体験を実施する企業も増加している（学校[大学]）。		
	□	・発注案件のキャンセルや縮小などで伸びが少ない（人材派遣会社）。		
その他の特徴 コメント		○：旅行や外出用の洋服を採す客が増加している。新型コロナウイルス感染症発生前の日常が少しずつ戻ってきている（衣料品専門店）。 ▲：販売価格を下げなければ売れない傾向にある。財布のひもが非常に固い（家電量販店）。		
先行き	家計 動向 関連	□	・今後、来客数は回復していくと予想されるが、大きな改善はないと見込まれる。節約志向が強まり、生活必需品等は苦戦傾向が続く。一方、高額品等の動きは順調であることから消費の2極化が進むと思われ、全体で見ると現状維持程度の水準である（百貨店）。	
		○	・外出の機会が多くなり、来客数も多少増加すると予想している（美容室）。	
	企業 動向 関連	□	・3か月内示計画の数量では、現状より多い生産が見込めるが、過去の状況と比較すると低い水準で横ばいであり、海外調達品の供給不足による影響が今後も心配される（輸送用機械器具製造業）。	
		○	・問合せが増えており、企業の投資意欲の高さを感じる（経営コンサルタント）。	
	雇用 関連	□	・この1年、コロナ禍で採用を抑制していた企業も徐々に採用を開始している。ある程度景気が回復してきたため、これ以上の上向きは限られるが、悪くなる要因も見当たらないことから、景気は変わらない（民間職業紹介機関）。	
	その他の特徴 コメント		◎：インバウンドや全国旅行支援等による景気回復は確実にすると予測できる。実際に地域クーポンの利用率も想像以上に多く、業績に大きく貢献している（スーパー）。 ▲：年末に向けては一時的に良くなると考えられるが、新型コロナウイルスの感染拡大や原料の価格高騰、商品値上げ等による消費の冷え込みが予想される（一般レストラン）。	

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

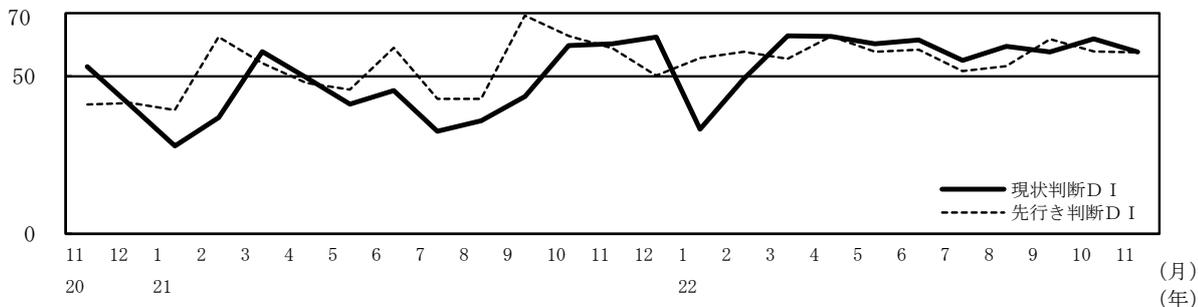


12. 沖縄

(◎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	○	・行動制限が緩やかになったことで観光客が増えている。また、周辺の人通りも多くなってきている（コンビニ）。
		□	・分譲マンションや戸建て住宅、分譲住宅の販売が想定以上に時間を要している（住宅販売会社）。
		▲	・完全に新型コロナウイルスの感染拡大がまだ終わったとはいえない状況で、ほんの一部の店で少し良くなったかなという程度である。悪い景況はまだ続いているとみている（商店街）。
	企業動向関連	○	・コロナ禍が落ち着いていること、全国旅行支援によってリーディング産業である観光業への影響が、他業種にも徐々に波及しているとみている（会計事務所）。
		□	・前月に続き観光関連への回復は感じられるが、引き続き為替を始めとした生産物価の上昇が利益を圧迫している（食料品製造業）。
		▲	—
	雇用関連	□	・新型コロナウイルス感染症に関わる制限の緩和に伴い、需要は増えていると考える。企業側の人手不足が頻繁に聞こえてくる（学校 [大学]）。
○		・求人数は3か月前の8月よりも、業種、業態にかかわらず全体的に増えている。ほぼ前月同様の求人数となっている（求人情報誌製作会社）。	
その他の特徴コメント			○：値上げ商品の増加に伴い平均単価が上昇している（家電量販店）。 ○：週末の予約状況が例年並みに入り始めている。平日は波がある。平均単価も200円上がっている（その他飲食 [居酒屋]）。
先行き	家計動向関連	□	・物価高騰により1品単価は上がっているが、客の1人当たりの買上点数は落ち込んでいる。来客数自体は少しずつ良くなっているが、買上点数が伸びないため、しばらくはこの状態が続くと考えている（スーパー）。
		○	・先行きの受注は2019年と同等の状況が続いており、回復感が高い。特に直近は個人客の動きが活発で下支えしている（その他サービス [レンタカー]）。
	企業動向関連	□	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着き、国内観光が動き出したことで県内景気は活気が出てきている。ところが、物価高騰による一般消費の先行きが不透明で、かつ原料の価格高騰のあおりも重なり、県内企業の販促活動は未知数である（広告代理店）。
		○	・宮古島、石垣島の建設関連は、官需部門においては、石垣島の陸上自衛隊関連工事が順調に進み、民需部門でもホテル関連で回復している。新型コロナウイルス感染状況も沈静化し、観光関連に盛り上がりが見られる（輸送業）。
	雇用関連	○	・特に観光関係で、年末に向けて採用活動が活発になってきている（職業安定所）。
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は年末年始にかけて多くなるとみているが、前年ほどの行動制限がないため、1月の商況に期待している（百貨店）。 □：全国旅行支援があってもなくても旅行に行く人は行く、行かない人は行かないとはっきりしているため、新型コロナウイルス感染症による規制が掛からない限り少しずつ需要は回復するが時間が掛かる。一時的な支援はみな一喜一憂してしまうので、その反動で需要が下がらないか心配である（旅行代理店）。

(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	6	7	8	9	10	11
合計		47.7	42.5	42.9	45.2	47.0	43.7
家計動向関連		47.2	40.4	40.8	44.6	47.1	42.4
小売関連		45.9	40.6	40.7	43.2	43.4	38.8
飲食関連		50.2	33.0	34.4	41.0	49.8	38.8
サービス関連		49.9	42.0	43.0	49.1	55.2	50.6
住宅関連		43.1	39.5	40.0	40.8	41.0	41.5
企業動向関連		45.5	44.3	45.2	44.3	44.6	45.0
製造業		45.3	44.1	45.3	44.5	45.3	45.1
非製造業		45.9	44.8	45.1	44.6	44.3	45.1
雇用関連		56.0	52.5	52.0	51.1	50.8	49.4



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	6	7	8	9	10	11
全国		47.7	42.5	42.9	45.2	47.0	43.7
北海道		48.4	45.4	47.0	48.1	49.0	44.6
東北		49.8	41.8	43.9	42.8	45.2	37.3
関東		46.4	40.0	41.8	43.1	46.4	42.5
北関東		44.6	39.8	42.1	40.9	46.7	37.6
南関東		47.1	40.1	41.7	43.9	46.3	44.4
東京都		54.5	43.8	47.0	47.3	47.9	46.7
甲信越		45.8	41.3	40.1	42.8	44.6	42.4
東海		49.1	40.1	40.2	40.5	41.1	41.6
北陸		48.0	39.8	39.1	43.2	45.6	45.9
近畿		45.7	39.0	40.8	44.6	47.0	43.0
中国		46.0	39.8	44.7	43.2	46.4	42.9
四国		47.1	43.0	44.0	45.5	48.8	44.6
九州		50.7	45.8	45.8	44.8	53.3	49.7
沖縄		50.8	46.0	46.0	50.1	53.6	51.1

図表 29 景気の現状水準判断 D I (原数値)

(D I)	年 月	2022 6	7	8	9	10	11
合計		46.5	41.2	41.5	44.9	47.8	46.2
家計動向関連		46.1	38.8	39.3	43.8	47.6	45.2
小売関連		43.6	38.4	39.3	43.0	45.3	42.5
飲食関連		51.4	33.4	31.8	40.1	47.5	43.7
サービス関連		50.3	40.9	41.3	46.9	53.2	51.8
住宅関連		42.8	39.6	39.3	41.7	42.8	42.2
企業動向関連		44.3	43.8	43.5	44.8	46.3	46.3
製造業		43.9	43.3	43.6	45.2	46.8	47.4
非製造業		44.8	44.5	43.3	45.1	46.0	45.6
雇用関連		54.0	51.6	51.5	51.8	52.7	52.2

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 6	7	8	9	10	11
全国		46.5	41.2	41.5	44.9	47.8	46.2
北海道		48.0	49.0	47.3	47.9	48.7	43.4
東北		47.1	42.2	44.0	44.2	47.7	41.7
関東		45.8	38.9	40.5	43.7	47.0	45.0
北関東		43.1	37.9	40.0	40.8	46.6	42.7
南関東		46.8	39.3	40.7	44.8	47.1	45.8
東京都		51.8	42.4	45.2	49.2	51.0	50.8
甲信越		45.1	41.4	39.8	43.8	45.5	45.2
東海		46.5	38.9	39.8	43.2	43.7	45.1
北陸		48.1	40.7	38.2	44.0	45.6	47.5
近畿		45.8	40.0	39.6	45.5	47.3	46.1
中国		45.3	40.6	41.9	43.9	46.8	46.2
四国		47.3	42.8	42.3	45.7	48.1	46.7
九州		48.2	45.2	44.2	47.6	56.2	54.1
沖縄		47.4	45.0	44.2	52.4	56.5	56.1

(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。