

景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

平成 26 年 3 月調査結果

平成 26 年 4 月 8 日



内閣府政策統括官
(経済財政分析担当)

今月の動き (2014年3月)

3月の現状判断DIは、前月比4.9ポイント上昇の57.9となり、3か月ぶりに上昇した。

家計動向関連DIは、消費税率引上げ前の駆け込み需要が自動車では一巡したものの、それ以外の幅広い品目で強まったこと等から上昇した。

企業動向関連DIは、受注や生産の増加がみられたこと等から上昇した。

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。

3月の先行き判断DIは、前月比5.3ポイント低下の34.7となり、4か月連続で低下した。

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やマインド低下への懸念等から、家計動向部門、企業動向部門及び雇用部門で低下した。

以上のことから、今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「景気は、緩やかに回復している。また、消費税率引上げに伴う駆け込み需要が強まっている。なお、先行きについては、駆け込み需要の反動減等の影響が見込まれる」とまとめられる。

目 次

調査の概要	2
利用上の注意	4
D I の算出方法	4
調査結果	5
I. 全国の動向	6
1. 景気の現状判断D I	6
2. 景気の先行き判断D I	7
II. 各地域の動向	8
1. 景気の現状判断D I	8
2. 景気の先行き判断D I	10
III. 景気判断理由の概要	12
(参考1) 景気の現状水準判断D I	25
(参考2) 全国の動向D I の季節調整値	26

調査の概要

1. 調査の目的

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

2. 調査の範囲

(1) 対象地域

北海道、東北、北関東、南関東、東海、北陸、近畿、中国、四国、九州、沖縄の11地域を対象とする。各地域に含まれる都道府県は以下のとおりである。(なお、平成12年1月調査の対象地域は、北海道、東北、東海、近畿、九州の5地域、平成12年2月調査から9月調査までの対象地域は、これら5地域に関東を加えた6地域である。)

地域	都道府県
北海道	北海道
東北	青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島、新潟
関東	北関東 茨城、栃木、群馬、山梨、長野
	南関東 埼玉、千葉、東京、神奈川
東海	静岡、岐阜、愛知、三重
北陸	富山、石川、福井
近畿	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山
中国	鳥取、島根、岡山、広島、山口
四国	徳島、香川、愛媛、高知
九州	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島
沖縄	沖縄
全国	上記の計

(2) 調査客体

家計動向、企業動向、雇用等、代表的な経済活動項目の動向を敏感に反映する現象を観察できる業種の適当な職種の中から選定した2,050人を調査客体とする。調査客体の地域別、分野別の構成については、「IV. 景気ウォッチャー（調査客体）の地域別・分野別構成（52頁）」を参照のこと。

3. 調査事項

- (1) 景気の現状に対する判断（方向性）
 - (2) (1) の理由
 - (3) (2) の追加説明及び具体的状況の説明
 - (4) 景気の先行きに対する判断（方向性）
 - (5) (4) の理由
- (参考) 景気の現状に対する判断（水準）

4. 調査期日及び期間

調査は毎月、当月時点であり、調査期間は毎月25日から月末である。

5. 調査機関及び系統

本調査業務は、内閣府が主管し、下記の「取りまとめ調査機関」に委託して実施している。各調査対象地域については、地域ごとの調査を実施する「地域別調査機関」が担当しており、「取りまとめ調査機関」において地域ごとの調査結果を集計・分析している。

(取りまとめ調査機関)		三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
(地域別調査機関)	北海道	株式会社 北海道二十一世紀総合研究所
	東北	公益財団法人 東北活性化研究センター
	北関東	株式会社 日本経済研究所
	南関東	株式会社 日本経済研究所
	東海	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
	北陸	一般財団法人 北陸経済研究所
	近畿	りそな総合研究所株式会社
	中国	公益社団法人 中国地方総合研究センター
	四国	四国経済連合会
	九州	公益財団法人 九州経済調査協会
	沖縄	一般財団法人 南西地域産業活性化センター

6. 有効回答率

地域	調査客体	有効回答客体	有効回答率	地域	調査客体	有効回答客体	有効回答率
北海道	130人	113人	86.9%	近畿	290人	257人	88.6%
東北	210人	208人	99.0%	中国	170人	164人	96.5%
北関東	200人	178人	89.0%	四国	110人	91人	82.7%
南関東	330人	298人	90.3%	九州	210人	189人	90.0%
東海	250人	226人	90.4%	沖縄	50人	40人	80.0%
北陸	100人	100人	100.0%	全国	2,050人	1,864人	90.9%

(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D I

3か月前と比較しての景気の現状に対する判断D Iは、57.9となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのD Iが上昇したことから、前月を4.9ポイント上回り、3か月ぶりの上昇となった。また、横ばいを示す50を14か月連続で上回った。

図表1 景気の現状判断D I

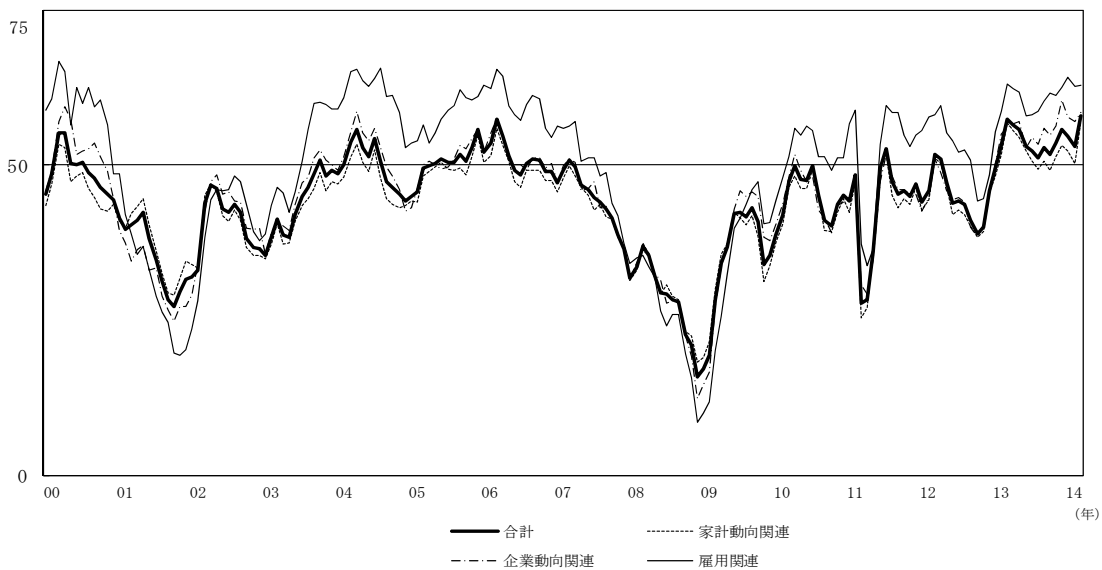
(D I)	年 2013			2014			(前月差)
	月 10	11	12	1	2	3	
合計	51.8	53.5	55.7	54.7	53.0	57.9	(4.9)
家計動向関連	49.2	51.3	53.1	52.2	50.2	57.0	(6.8)
小売関連	48.7	52.3	53.7	54.0	52.3	60.7	(8.4)
飲食関連	45.7	48.1	52.4	45.7	42.2	48.8	(6.6)
サービス関連	49.9	51.0	53.2	50.5	47.5	52.5	(5.0)
住宅関連	54.0	45.5	46.8	50.0	50.6	50.3	(-0.3)
企業動向関連	54.8	56.3	60.4	57.7	57.0	58.4	(1.4)
製造業	52.7	57.3	60.5	57.7	55.2	57.0	(1.8)
非製造業	56.8	55.9	60.5	57.5	58.8	59.6	(0.8)
雇用関連	61.6	61.3	62.5	64.2	62.6	62.8	(0.2)

図表2 構成比

年	月	良く	やや良く	変わらない	やや悪く	悪く	D I
		なっている	なっている		なっている	なっている	
2014	1	3.5%	32.9%	46.7%	13.2%	3.8%	54.7
	2	4.1%	28.8%	46.6%	15.9%	4.6%	53.0
	3	8.4%	34.8%	40.6%	12.5%	3.7%	57.9
(前月差)		(4.3)	(6.0)	(-6.0)	(-3.4)	(-0.9)	(4.9)

(D I)

図表3 景気の現状判断D I



2. 景気の先行き判断D I

2～3か月先の景気の先行きに対する判断D Iは、34.7となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのD Iが低下したことから、前月を5.3ポイント下回り、4か月連続の低下となった。また、横ばいを示す50を3か月連続で下回った。

図表4 景気の先行き判断D I

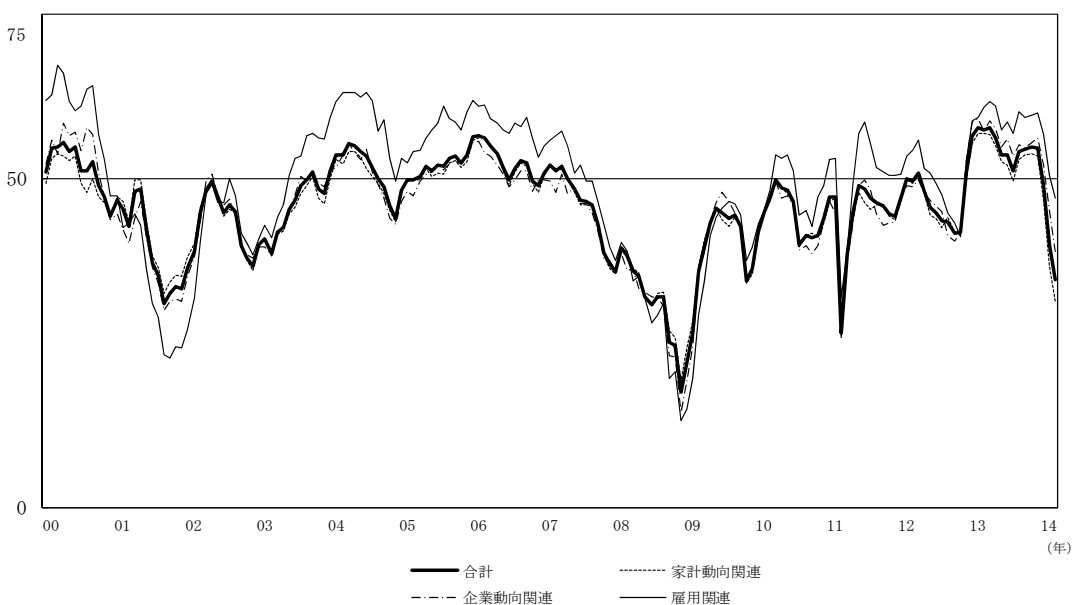
(D I)	年	2013	2014					(前月差)
	月	10	11	12	1	2	3	
合計		54.5	54.8	54.7	49.0	40.0	34.7	(-5.3)
家計動向関連		53.7	53.8	53.4	46.8	36.7	31.3	(-5.4)
小売関連		54.0	56.5	56.5	47.0	32.8	25.6	(-7.2)
飲食関連		54.0	47.8	43.3	39.2	32.8	32.2	(-0.6)
サービス関連		53.8	50.7	50.4	48.3	44.1	41.2	(-2.9)
住宅関連		49.7	48.7	48.1	45.7	43.6	39.5	(-4.1)
企業動向関連		54.6	55.5	56.2	52.0	45.1	39.0	(-6.1)
製造業		54.2	55.8	57.4	52.1	44.0	40.2	(-3.8)
非製造業		55.4	55.5	55.4	52.3	45.9	38.1	(-7.8)
雇用関連		59.4	59.7	60.0	56.8	50.5	47.1	(-3.4)

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	1	4.1%	26.2%	38.6%	23.9%	7.2%	49.0
	2	1.4%	16.3%	35.6%	34.4%	12.3%	40.0
	3	1.3%	10.4%	29.1%	43.8%	15.3%	34.7
(前月差)		(-0.1)	(-5.9)	(-6.5)	(9.4)	(3.0)	(-5.3)

(D I)

図表6 景気の先行き判断D I



II. 各地域の動向

1. 景気の現状判断D I

前月と比較しての現状判断D I（各分野計）は、全国 11 地域中、9 地域で上昇、1 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四国（9.1 ポイント上昇）、低下したのは北海道（2.7 ポイント低下）、横ばいだったのは北陸であった。

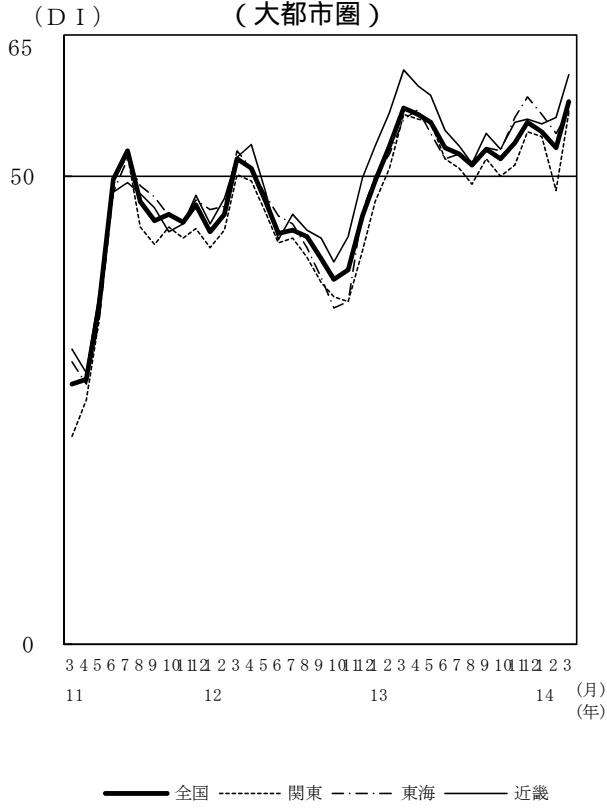
図表7 景気の現状判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2013			2014			(前月差)
		10	11	12	1	2	3	
全国		51.8	53.5	55.7	54.7	53.0	57.9	(4.9)
北海道		55.7	52.8	55.6	54.6	56.0	53.3	(-2.7)
東北		47.9	50.7	52.9	52.1	50.0	57.8	(7.8)
関東		49.9	51.2	54.7	54.2	48.5	56.8	(8.3)
北関東		48.5	51.0	53.0	52.5	45.2	53.9	(8.7)
南関東		50.8	51.3	55.6	55.3	50.5	58.5	(8.0)
東海		52.6	56.2	58.4	56.6	54.6	57.0	(2.4)
北陸		53.8	52.8	55.8	52.0	54.5	54.5	(0.0)
近畿		52.8	55.8	56.1	55.6	56.3	60.8	(4.5)
中国		53.0	54.6	56.9	56.4	56.7	58.5	(1.8)
四国		51.0	53.9	57.8	54.3	54.1	63.2	(9.1)
九州		53.5	55.8	56.1	55.3	53.4	58.3	(4.9)
沖縄		54.9	50.6	51.3	56.3	60.1	63.8	(3.7)

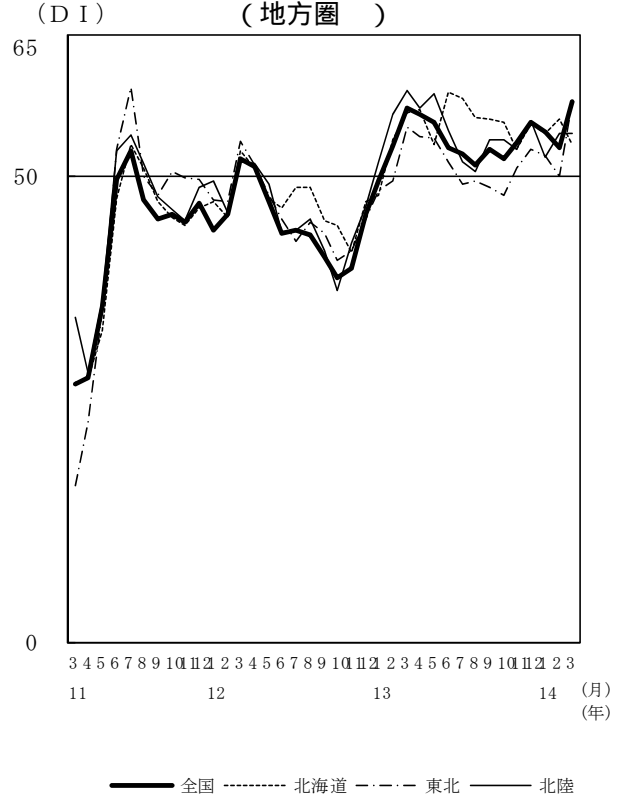
図表8 景気の現状判断D I（家計動向関連）

(D I)	年 月	2013			2014			(前月差)
		10	11	12	1	2	3	
全国		49.2	51.3	53.1	52.2	50.2	57.0	(6.8)
北海道		52.2	50.0	53.5	51.9	55.3	52.6	(-2.7)
東北		45.4	48.4	49.1	48.3	45.9	55.4	(9.5)
関東		48.2	49.7	53.0	52.8	45.3	57.2	(11.9)
北関東		46.5	49.1	51.7	50.4	41.3	53.7	(12.4)
南関東		49.2	50.0	53.8	54.3	47.8	59.5	(11.7)
東海		49.5	53.9	56.6	54.3	53.1	55.7	(2.6)
北陸		50.0	50.4	52.2	49.6	52.2	52.9	(0.7)
近畿		50.4	54.6	54.1	53.7	53.4	60.1	(6.7)
中国		50.9	52.5	53.7	53.8	53.2	57.4	(4.2)
四国		46.8	51.2	54.4	50.0	52.5	62.3	(9.8)
九州		50.4	51.5	51.8	52.7	50.4	57.0	(6.6)
沖縄		54.8	49.1	48.0	50.0	55.8	60.6	(4.8)

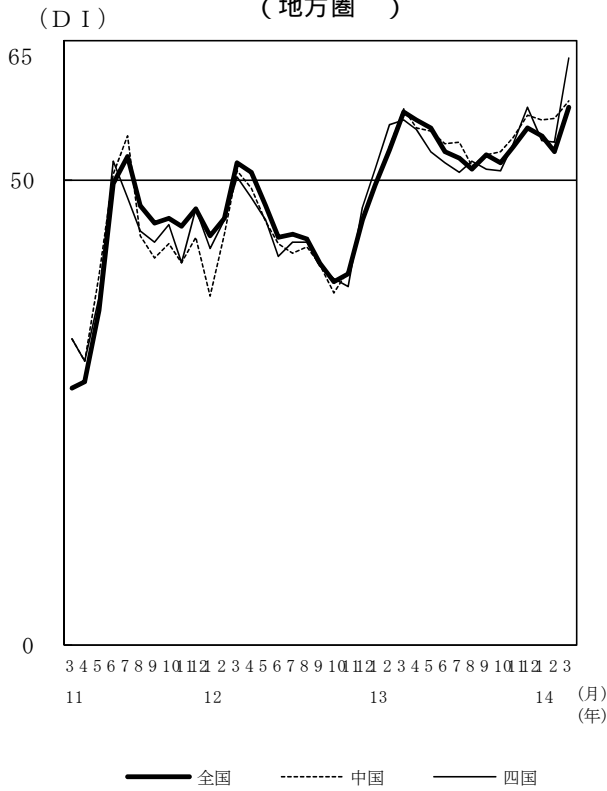
図表9 地域別D I (各分野計)
(大都市圏)



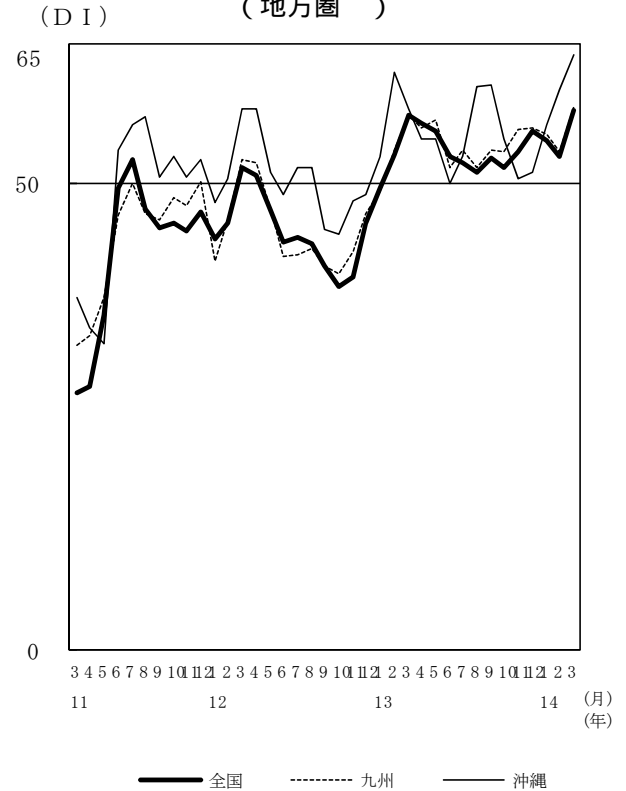
図表10 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



図表11 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



図表12 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



2. 景気の先行き判断D I

前月と比較しての先行き判断D I（各分野計）は、全国 11 地域で低下した。最も低下幅が大きかったのは中国（8.6ポイント低下）、最も低下幅が小さかったのは四国（2.3ポイント低下）であった。

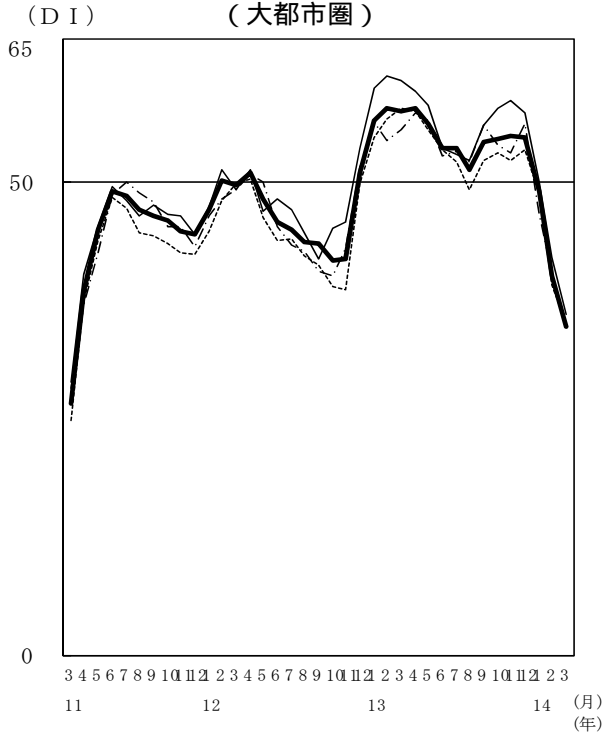
図表 13 景気の先行き判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2013			2014			(前月差)
		10	11	12	1	2	3	
全国		54.5	54.8	54.7	49.0	40.0	34.7	(-5.3)
北海道		54.2	54.3	52.7	50.0	40.3	36.7	(-3.6)
東北		51.2	53.1	53.0	47.1	37.0	30.8	(-6.2)
関東		53.1	52.3	53.3	48.7	39.1	35.0	(-4.1)
北関東		50.4	50.6	51.0	46.7	36.7	31.6	(-5.1)
南関東		54.7	53.3	54.6	49.9	40.6	37.1	(-3.5)
東海		53.9	53.1	56.2	46.6	40.4	34.6	(-5.8)
北陸		54.8	55.3	52.3	50.0	37.8	32.8	(-5.0)
近畿		57.7	58.5	57.3	49.9	42.0	36.0	(-6.0)
中国		54.2	55.2	55.1	52.4	44.1	35.5	(-8.6)
四国		56.0	58.4	56.5	47.0	36.1	33.8	(-2.3)
九州		57.0	57.5	56.1	50.7	39.5	34.3	(-5.2)
沖縄		55.5	56.5	53.1	49.4	49.4	41.9	(-7.5)

図表 14 景気の先行き判断D I（家計動向関連）

(D I)	年 月	2013			2014			(前月差)
		10	11	12	1	2	3	
全国		53.7	53.8	53.4	46.8	36.7	31.3	(-5.4)
北海道		53.4	53.8	50.6	48.1	37.5	33.8	(-3.7)
東北		51.0	51.6	52.1	45.0	34.8	29.3	(-5.5)
関東		53.1	52.5	53.8	47.3	36.3	31.9	(-4.4)
北関東		48.8	49.6	50.9	45.0	33.9	27.9	(-6.0)
南関東		55.9	54.3	55.5	48.7	37.8	34.5	(-3.3)
東海		52.5	51.8	55.3	45.9	37.6	31.5	(-6.1)
北陸		52.5	53.3	48.9	46.0	32.2	28.6	(-3.6)
近畿		56.9	57.0	55.8	45.2	37.9	32.2	(-5.7)
中国		52.8	55.4	53.3	50.4	40.7	31.5	(-9.2)
四国		54.8	58.3	51.6	43.2	33.3	29.9	(-3.4)
九州		55.8	53.8	54.5	48.2	35.4	30.0	(-5.4)
沖縄		53.8	55.6	50.0	49.0	42.3	35.6	(-6.7)

図表15 地域別D I (各分野計)
(大都市圏)



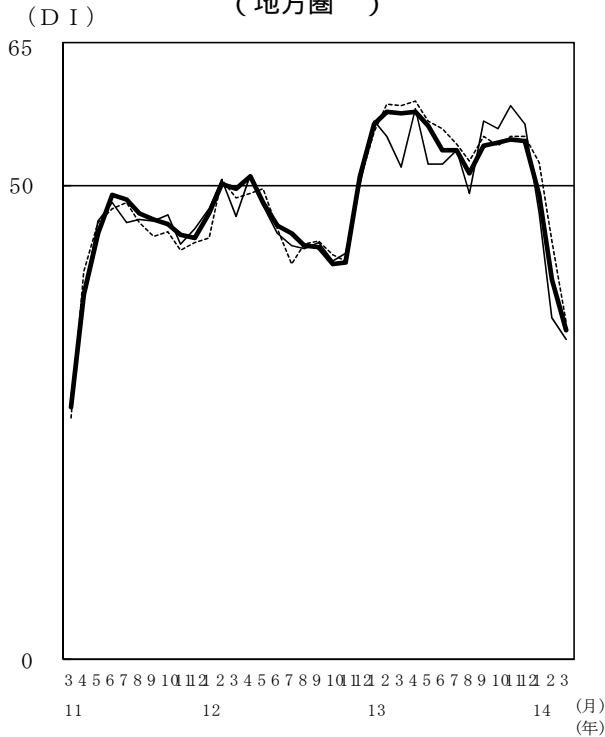
— 全国 関東 - · - · 東海 —— 近畿

図表16 地域別D I (各分野計)
(地方圏)



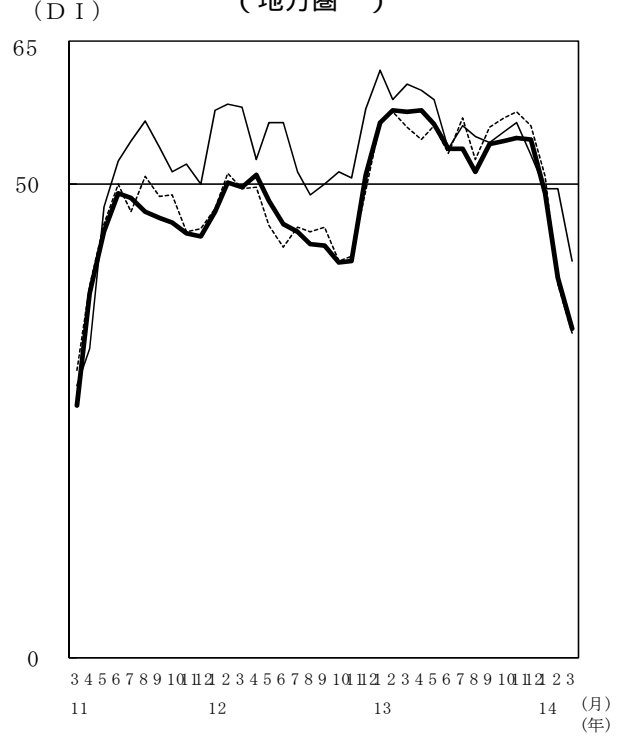
— 全国 北海道 - · - · 東北 —— 北陸

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

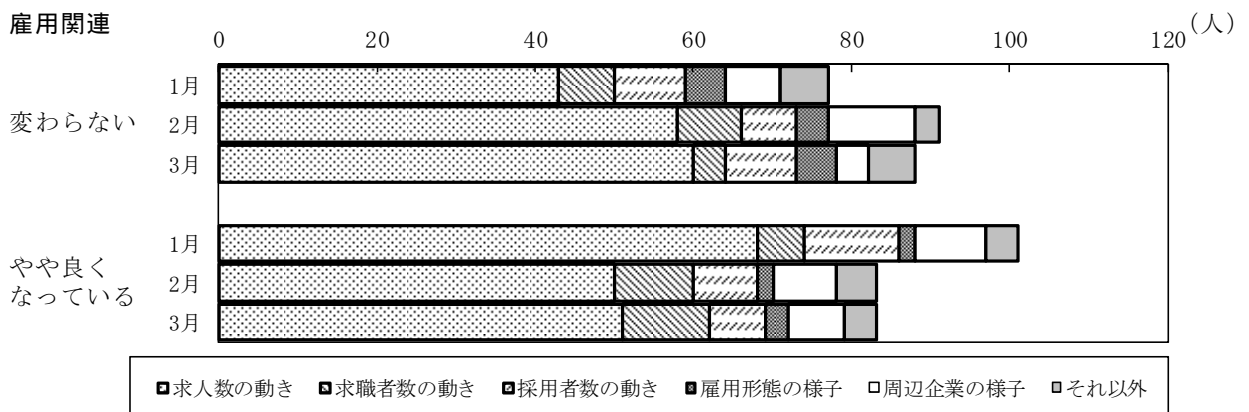
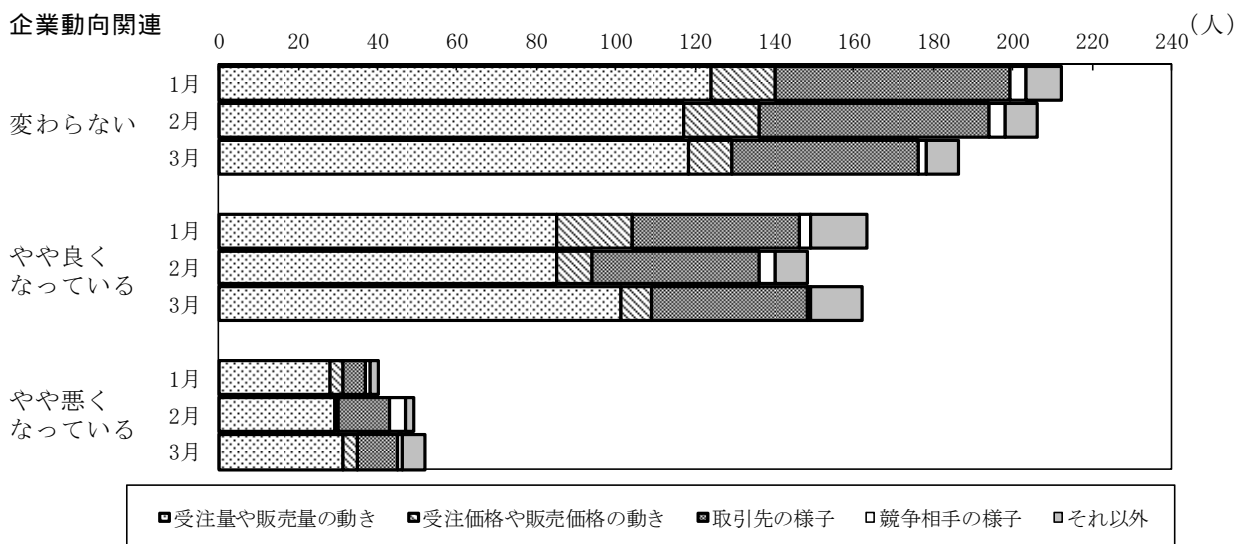
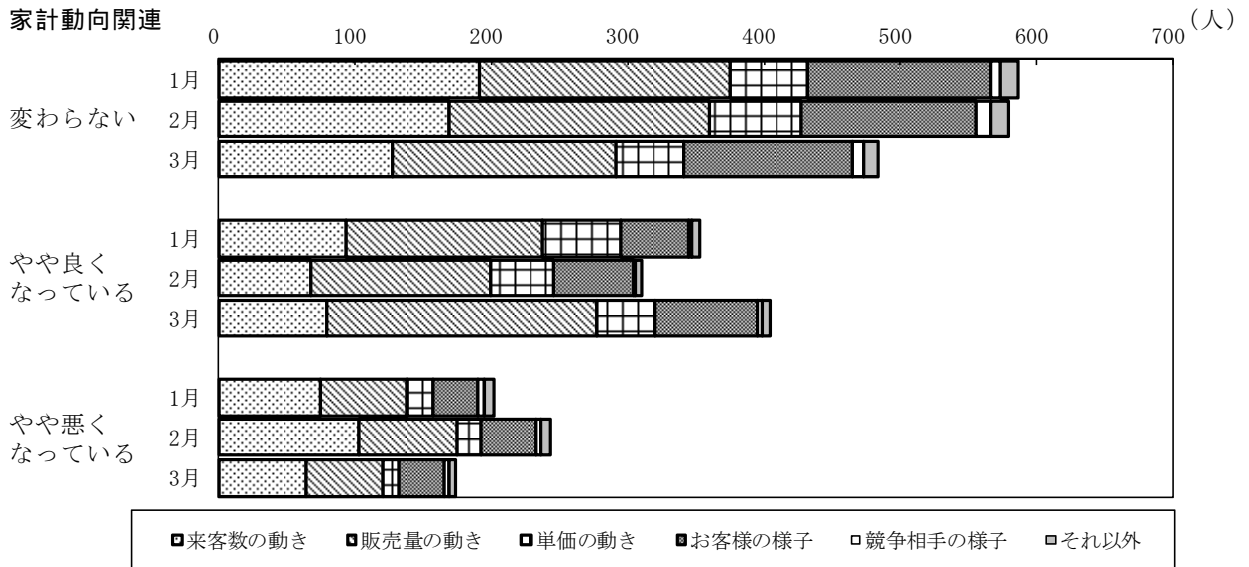
III. 景気判断理由の概要

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"> 前月に続き、消費税増税前の駆け込み需要で耐久消費財である家具、家電、敷物の売上が著しく伸びているのに加え、化粧品、紳士婦人高級衣料・雑貨、美術・画廊、貴金属、時計、眼鏡も好調に推移している（九州＝百貨店）。 消費税増税前の駆け込み需要で来店客、販売量共に増えている。特に、冷蔵庫、洗濯機、エアコンが売れている（南関東＝一般小売店〔家電〕）。
		○	<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税前のまとめ買い需要が一般食品、菓子、酒類、米、嗜好品、家庭用品、衣料などを中心に大きくなっている（東北＝スーパー）。 消費税増税前の駆け込み需要が想定より大きく、客数は変わらなかったものの、買上点数と1品単価が上昇したため、売上も想定以上に上がっている（北関東＝スーパー）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> 駆け込み需要による販売台数の増加が落ち着いてきている。消費税増税までに納車が間に合わないとなった段階で来客数も落ち込み始めている（北海道＝乗用車販売店）。 当店も他店も売上が変わらないか多少伸びているが、明らかに消費税増税前の駆け込みである。これは景気とは関係ないと判断すると、変わらない（南関東＝一般小売店〔靴・履物〕）。
		▲	<ul style="list-style-type: none"> 1月の初売りから3月1週目までは例年の繁忙期同様、動きが良かったものの、3週目以降は動きが止まった状態が続いている（東北＝乗用車販売店）。
	企業 動向 関連	◎	<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税を前にして、月を追って荷動きが活発になっている。例年3月は年度末で荷動きが活発であるが、それにも増して日毎に物量が増加している（東海＝輸送業）。
		○	<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税前であり、消費者のまとめ買いが少し目立っている。飲料水ではミネラルウォーターにまとめ買いの傾向がみられる（近畿＝食料品製造業）。 消費税増税対策として、前年の秋に契約した大型建築工事の実質的な着工時期を迎え、労働者や建設機械がフル稼働し始めている（北海道＝建設業）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> 受注量は横ばいの状態である。販売価格も据置きで、原材料などの値上がり分を吸収できない状況が続いている（東海＝金属製品製造業）。
		▲	<ul style="list-style-type: none"> 住宅部材の消費税増税前の駆け込み需要が一段落し、販売量が減少している（東北＝木材木製品製造業）。
	雇用 関連	○	<ul style="list-style-type: none"> 新規雇用を増やす意欲のある企業が多くなっている。これまで先行き不透明で採用を差し控えていた企業、特に製造業でその傾向がみられる。業績好調による製造ラインの新規稼働によるところも多い（四国＝求人情報誌）。
		□	<ul style="list-style-type: none"> プログラマーやSEなどIT関連からの引き合いは増加し続けているが、派遣料金の折合いがつきにくいためマッチング率が低い（北陸＝人材派遣会社）。
先行き	家計 動向 関連	□	<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税の影響が一服するには、夏ごろまではかかる。夏休みの旅行の問い合わせは増加しているため、夏のボーナスの支給額によっては良くなる可能性もある（近畿＝旅行代理店）。
		▲	<ul style="list-style-type: none"> 今後、4月以降の需要に関しては、消費税増税がいよいよスタートすることへの警戒感から、乗り控えが起きてくる（北海道＝タクシー運転手）。 消費税増税後の不安感はあるが、賃上げが広がったことで消費マインドは多少好転しており、1997年の消費税増税と違い、影響は限定的で2か月ほどだと思っている（北関東＝スーパー）。 消費税増税前の駆け込み需要が想定以上であることから、その反動も大きいと想定するが、現況の景況感などから、消費はいったん落ち込んでも緩やかに回復するのではないかと考えている（東海＝百貨店）。
		×	<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税前の駆け込み購入でお金を使い過ぎ、外食の回数や使用金額はしばらくは確実に落ちそうである（沖縄＝その他飲食〔居酒屋〕）。
	企業 動向 関連	□	<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税後となり、建築確認申請の減少もあり、住宅関係はやや悪くなるが、施設建設を行う公共事業が前年よりも微増となるため、全体としては変わらない（北海道＝金属製品製造業）。
		▲	<ul style="list-style-type: none"> 4月からの消費税率引上げによる消費の前倒しの影響により、物量は減少する（北陸＝輸送業）。 4月から消費税増税分と石油石炭税の上乗せにより、燃料油価格は更に高騰する。車輛を使用する運送事業者にとって良い兆しは見当たらない（四国＝輸送業）。
	雇用 関連	▲	<ul style="list-style-type: none"> 自動車製造業については駆け込み需要が終わるため、4月には人材派遣の需要は落ち着く（中国＝人材派遣会社）。

図表19 現状判断の理由別（着目点別）回答者数の推移

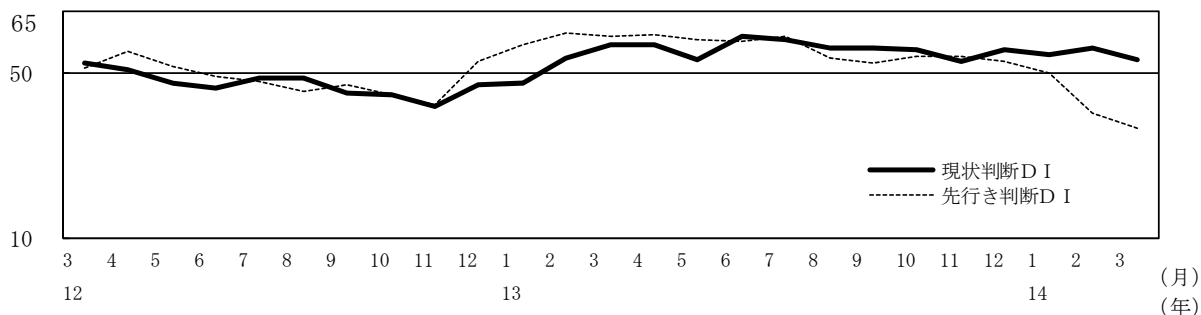


1. 北海道

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由	
現状	家計 動向 関連	□	・駆け込み需要による販売台数の増加が落ち着いてきている。消費税増税までに納車が間に合わないとなった段階で来客数も落ち込み始めている（乗用車販売店）。	
		○	・消費税増税対策の大型商品の購入が終わったことで、3月は美容にもお金をかけるようになってきた（美容室）。	
		▲	・3月の来客数は例年並みとなっており、悪い状況ではないが、物価高の影響で採算が悪化している（観光型ホテル）。	
	企業 動向 関連	□	・相次ぐ値上げの影響による駆け込み需要を期待していたが、商材の品薄状態が続いていたことで、目立つような大量の駆け込み需要はみられなかった（その他非製造業〔鋼材卸売〕）。	
		○	・消費税増税対策として、前年の秋に契約した大型建築工事の実質的な着工時期を迎え、労務者や建設機械がフル稼働し始めている（建設業）。	
		▲	・消費税増税にともなう小売店を中心とする駆け込み需要が一巡した。住宅関連についての駆け込み需要はすでに終了している（家具製造業）。	
	雇用 関連	○	・求人にも駆け込み需要があるのか、3月に入り求人件数が一段増加した。また、企業の正社員化ニーズが高まっており、正社員求人が増加している。人手不足は深刻化しているが、在職者の転職希望が増加しており、採用に結びつくケースも多くなっている（求人情報誌製作会社）。	
		□	・業務内容や企業規模に関係なく、求職者の絶対数の不足により、求人広告のリポートが増加していることが懸念材料となっている（求人情報誌製作会社）。	
	その他の特徴 コメント		◎：消費税増税前の駆け込み需要に加えて、パソコンのOSのサポート終了にともなうパソコンの買換え需要がピークを迎え大盛況である（家電量販店）。 ○：消費税増税前の買いだめ需要により、たばこやビール、焼酎といった高単価商品のまとめ買いが発生している（コンビニ）。	
	先行き	家計 動向 関連	▲	・今後、4月以降の需要に関しては、消費税増税がいよいよスタートすることへの警戒感から、乗り控えが起きてくる（タクシー運転手）。
□			・過去の増税時よりも買いだめ傾向が弱いことから、今後の反動も少なく、4月以降も大きな減少はみられない（コンビニ）。	
企業 動向 関連		▲	・消費税増税が目前に迫り、取引先の多くがその影響を警戒している。仕入や設備投資に対して慎重な姿勢を見せ始めているため、この先2～3か月の景況感は少し下向きとなる（通信業）。	
		□	・消費税増税後となり、建築確認申請の減少もあり、住宅関係はやや悪くなるが、施設建設を行う公共事業が前年よりも微増となるため、全体としては変わらない（金属製品製造業）。	
雇用 関連		□	・消費税増税前の駆け込み需要に対応する求人がみられたこともあり、今後、求人数の伸びは落ち着くことになる（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント		○：公共工事、民間工事ともに工事が着工され始めることで、人、物、金が動き出す（建設業）。 ×：今後、2～3か月は駆け込み需要の反動減が出てくる。特に今月の伸びが目立った化粧品は、客のまとめ買いが多く、次回購入までの期間が長くなる（百貨店）。		

(D I) 図表20 現状・先行き判断D Iの推移

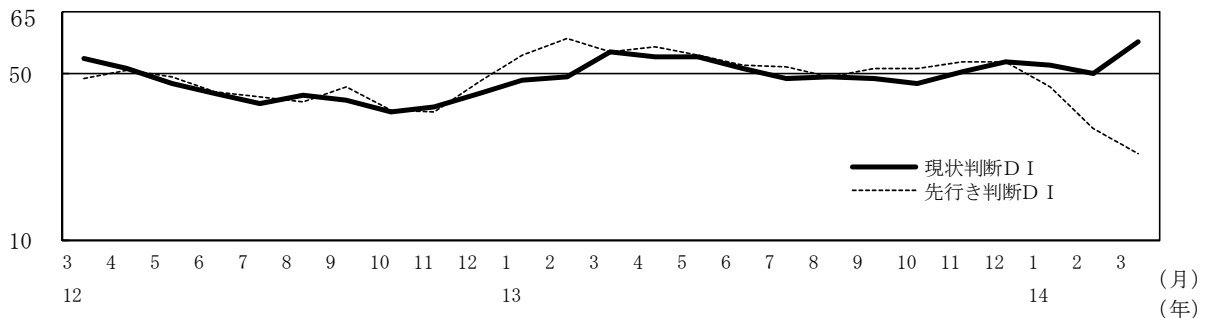


2. 東北

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由
現状	家計動向 関連	□	・客の消費動向に大きな変化はない。消費税増税を控え、駆け込み需要が増加することも予想されたが、実際には変化していない（テーマパーク）。
		○	・消費税増税前のまとめ買い需要が一般食品、菓子、酒類、米、嗜好品、家庭用品、衣料などを中心に大きくなっている（スーパー）。
		▲	・1月の初売りから3月1週目までは例年の繁忙期同様、動きが良かったものの、3週目以降は動きが止まった状態が続いている（乗用車販売店）。
	企業動向 関連	○	・消費税増税に伴う案件が増えている。特に印刷物が3月末納品で集中している（広告代理店）。
		□	・自治体などを中心とする年度末需要は例年並みである（コピーサービス業）。
		◎	・公共工事大型案件の受注に加え、民間大型案件の受注が確定してきている（建設業）。
	雇用 関連	□	・求人数は前年比増加を続けているが、業種ごとに温度差があり、全体の底上げには時間が掛かるとみられる（職業安定所）。
○		・求人広告の申込が増えている。さらに、業種も多様になってきている（新聞社[求人広告]）。	
その他の特徴 コメント		◎：3月という季節柄、百貨店ではオケージョンが強いが、前半は降雪量が少なく暖かかったため、早くからピークがきていた。中旬から後半にかけては、4月の消費税増税の影響もあり、重衣料のコートなど高額商品の動きが良くなっている。顧客心理として、4、5月に購入を予定しているものは3月中に買おうというのは当然で、駆け込み需要が多く見受けられる（百貨店）。 ▲：住宅部材の消費税増税前の駆け込み需要が一段落し、販売量が減少している（木材木製品製造業）。	
先行き	家計動向 関連	▲	・いよいよ消費税増税が目前に迫っているが、4～6月の第1四半期は主力である宴会、婚礼、宿泊はいずれも例年と比べても低調に推移している。仕入価格が上昇しているなかで売価を上げたいところだが、客の動向に影響するためちゅうちょしている（都市型ホテル）。
		□	・消費税増税後の反動が考えられるが、石油製品の性質上、極端な買いだめは難しいため、半月程度で従来の消費動向に戻りそうである。当県の場合、復興需要が相変わらず見込めるため、常用は上向きで推移しそうであるが、新年度予算の執行までのタイムラグがあるため、2～3か月は横ばいが予想される（その他専門店[ガソリンスタンド]）。
	企業動向 関連	▲	・自動車部品については、国内向けは駆け込み需要の反動から受注が減少することが予測される。また、新興国においては景況感の悪化により、日本から供給している部品の受注が減っていくことが予測される（一般機械器具製造業）。
		□	・製品開発は加速しつつあるが、2、3か月先ではその影響はまだ現れない。大きな変化要因は見当たらない（電気機械器具製造業）。
	雇用 関連	□	・採用活動を継続して行う企業は多いが、塾、小売、外食といった業種では4月からの消費税増税に伴って様子を見るというような経営者も多い。積極的な投資や求人数を増やすというような動きにはつながっていない（人材派遣会社）。
その他の特徴 コメント	▲	・求職では特に目立った企業整備の情報ではなく、求職者の急激な増加はないとみられる。一方、求人では、消費税増税の影響で売上の低下が見込まれ、しばらくは求人を控えることも予想され、求人数減少が考えられる（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント		○：戸建て受注は緩慢だが、輸出関連製造業の大型建物に伴う千坪単位の土地需要がある。また、ロードサイド店出店用地の需要も伸びている（住宅販売会社）。 ×：消費税率が上がると、食料品や生活用品が第一で、洋服などはぜいたく品とされ、売上が厳しくなるのではないかと予想する（衣料品専門店）。	

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの推移

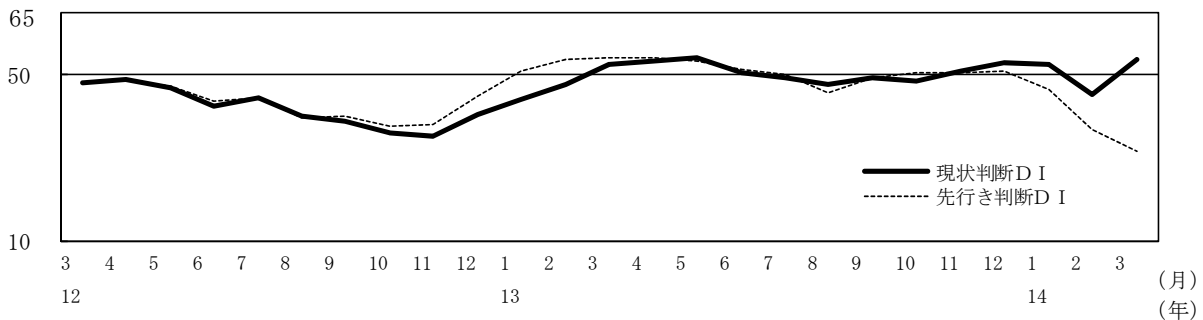


3. 北関東

(◎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	○	・消費税増税前の駆け込み需要が想定より大きく、客数は変わらなかったものの、買上点数と1品単価が上昇したため、売上も想定以上に上がっている(スーパー)。
		□	・様々な報道から、消費税増税関連の情報が客に浸透してきており、なるべく早く買おうという意識も多少ある。ただし、これは景気というよりは消費税に対する客の気持ちが購入に影響しているということである(衣料品専門店)。
		▲	・隣接する家電量販店並びに駅ビルの来客数は、消費税増税前の駆け込み需要で増えているが、駐車場利用の単価、販売量に変化はない。全体的にはやや悪くなっている(その他サービス [立体駐車場])。
		◎	・2月の大雪の影響もすでになくなり、3月は消費税増税前ということで、月初めから高額品、日用品の動きが大変良い(百貨店)。
	企業 動向 関連	□	・客先動向は前月と変わらず、生産に大きな変動はない(電気機械器具製造業)。
		○	・公共工事はアベノミクス効果で前年比15%増の発注額であり、長年続いた低迷からの脱却が期待できる(建設業)。
		×	・2月の大雪の影響が3月も尾を引いている。ホテル、旅館のキャンセル、工場見学者の大幅減少が響き、前年を大きく下回っている(食料品製造業)。
	雇用 関連	○	・自動車関連、電機等の製造業募集は活発であり、求人内容をみると時給も高い。サービス業については介護士、ヘルパーといった介護関係や、美容、理美容の募集傾向が強い(人材派遣会社)。
		□	・2月に降った記録的な大雪による農作物への影響が非常に大きい。特に、観光の一つとなっているぶどうや桃などは、ビニールハウスの倒壊により復旧が困難であると言われており、農家も多く、宿泊業界でも観光客の減少が懸念材料となっている。一方、福祉関連や土木、建築などの業界では人手不足感が強く、好調、不調がはっきりと分かれていることから、景気はどちらかに傾くと判断が難しい状況である(職業安定所)。
	その他の特徴 コメント		
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	▲	・消費税増税後の不安感はあるが、賃上げが広がったことで消費マインドは多少好転しており、1997年の消費税増税と違い、影響は限定的で2か月ほどだと思っている(スーパー)。
		×	・消費税増税前に駆け込みで修理や販売を前倒してきているので、これから良くなるはずがない(乗用車販売店)。
	企業 動向 関連	▲	・消費税増税による買い控えは避けられない(通信業)。
		□	・テレビなどでは給料も上がり景気が良くなると言っているが、一部分の人の話と受け止めている。当社は全く変わりなく、景気が良くなるという判断に当てはまる状況ではない。早くそうなりたいものである(金属製品製造業)。
	雇用 関連	□	・好調、不調の差がはっきりしており、現段階では3か月程度の短期間で景気の良し悪しを判断することは難しい(職業安定所)。
その他の特徴 コメント			○：人の動きが良くなってきて、明るくなってきている。事務所に来る人も増えてきている。また、6月に地元で世界遺産登録の話があるので、それを見越しての動きもあるようである(司法書士)。 □：消費税増税後、ただちに景気が下降することはないと考えている(設計事務所)。

(D I) 図表22 現状・先行き判断D Iの推移



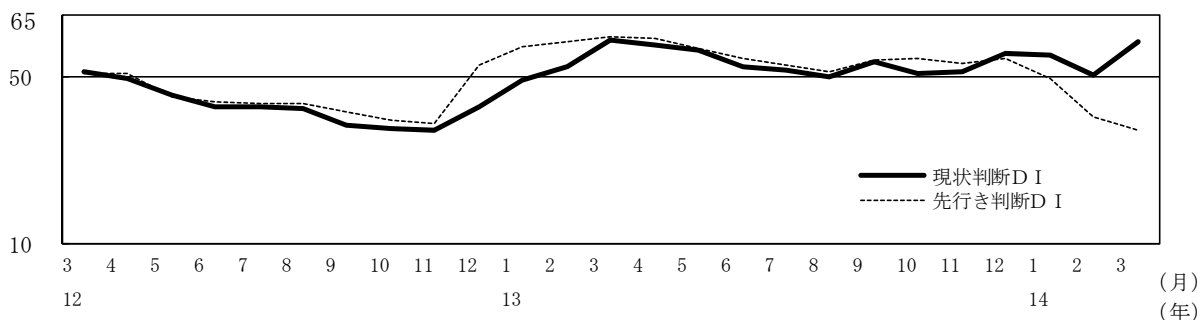
4. 南関東

(◎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	□	・当店も他店も売上が変わらないか多少伸びているが、明らかに消費税増税前の駆け込みである。これは景気とは関係ないと判断すると、変わらない（一般小売店 [靴・履物]）。	
		○	・数か月前から景気の高揚感と消費税増税対策で客の購買活動が活性化している。特に、直近に増税が迫っているため、今月は駆け込み需要が顕著となっている。また、政府の掛け声もあって大手企業を中心に給与のベースアップ情報が流れ、世の中に明るい兆しがあることから高額品も好調となり、好景気を生み出している（百貨店）。	
		◎	・消費税増税前の駆け込み需要で来客数が非常に伸びたことが好調の要因である（衣料品専門店）。	
	企業 動向 関連	□	・メディア等で報道されているような販売の動き、高額品が売れているといったことは、実際の取引の現場ではまだ起きていない（輸送業）。	
		○	・例年、この時期は年度末対応で繁忙だが、さらに消費税増税前の駆け込みで案件があふれかえっている（出版・印刷・同関連産業）。	
		▲	・消費税増税のための宣伝等の経費が抑えられてきている（広告代理店）。	
	雇用 関連	□	・周囲の給与水準や消費動向に何ら変化はない（人材派遣会社）。	
○		・ここ数か月間、派遣求人数は増加傾向にある。リーマンショック以降、採用抑制を行っていた企業が業績好調、業務繁忙に伴い、人材派遣を活用するケースが増えてきている（人材派遣会社）。		
その他の特徴 コメント		◎：消費税増税前の駆け込み需要で来店客、販売量共に増えている。特に、冷蔵庫、洗濯機、エアコンが売れている（一般小売店 [家電]）。 ○：2月よりもフリーの来店客が大分増えてきている。早い時間からも入店しており、夜は遅くまではないがピーク時は満席になるような状況である（一般レストラン）。		
先行き	家計 動向 関連	▲	・消費税増税により全体的に世の中のマインドが間違いなく縮小傾向に動くと思われる。買う側はもちろん、売る側も不安を抱えている人が多いので、販売意欲が回復するまで3か月ぐらいはダメージが出るような気がする（商店街）。	
		□	・本来ならばやや良くなると回答したいが、やはり4月1日から消費税増税があるので、落ち着くまでは少し厳しい。また、当店は表示価格を本体価格と税込価格の二重表示にする。安さのイメージなど客がそれに慣れるまでは少し時間がかかるので、今月と変わらない（スーパー）。	
	企業 動向 関連	▲	・消費税増税後の受注量の減少が想定される（その他サービス業 [情報サービス]）。	
		□	・消費税増税後の消費動向が不透明である（食料品製造業）。	
	雇用 関連	□	・4～6月は消費税増税の影響があると言われているが、採用マーケットにおいては顧客の移行変化は今のところ感じない（民間職業紹介機関）。	
	その他の特徴 コメント		◎：2～3か月先はゴールデンウィークを控え、観光地のため来客数が増えると思われている。また、4～6月は春本番の繁忙期となるため、期待している（観光名所）。 ○：当社はアベノミクスの影響を受けている中小企業だと実感している。東京オリンピック決定による国内向け建設需要に伴い、部品受注が増えている（金属製品製造業）。	

(D I)

図表23 現状・先行き判断D Iの推移

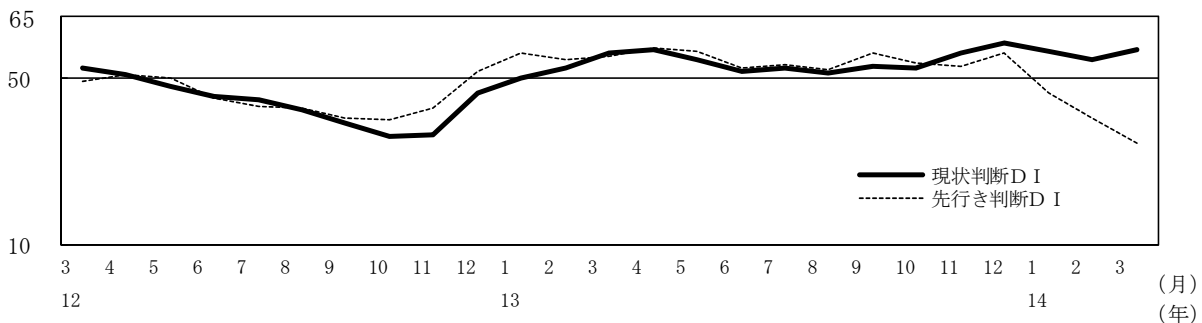


5. 東海

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由	
現状	家計 動向 関連	□	・海外旅行の動きはまあまあであるが、国内旅行の需要は、特に航空機を利用する商品の動きが悪く、数字として実績を残せない（旅行代理店）。	
		○	・消費税増税を控え、日持ちのする商品や非食品の駆け込み需要が月末に向けて増加している。酒類、調味料、紙類、ペット用品が特に好調である（スーパー）。	
		▲	・消費税の増税は4月1日からであるが、車の場合は登録日によって税率が決まるため、特に納車が間に合わないハイブリッド免税車を中心に、受注量・販売量が落ちている。消費税増税と合わせて自動車取得税は減税となるが、そのことはまだあまり認知されていない（乗用車販売店）。	
	企業 動向 関連	○	・消費税増税前の駆け込み需要で客が増産対応するために、生産に必要な当社のセラミック製品も需要が増えている。製品はほとんどが受注生産品で通常納期は約1か月であるが、今月中納期での追加受注が非常に多く、近年にはない残業を行って対応している（窯業・土石製品製造業）。	
		□	・受注量は横ばいの状態である。販売価格も据置きで、原材料などの値上がり分を吸収できない状況が続いている（金属製品製造業）。	
		▲	・消費税増税を前に、住宅関連で断熱材が手に入りにくいなど一部商品については品不足が発生している。大量の注文により生産・供給が追い付かない状況で、工事の一時中断や延期という話を聞いている（会計事務所）。	
	雇用 関連	□	・求人数は落ち着いている。派遣業では人手不足感があり、活発な求人の動きがある（職業安定所）。	
		○	・大手企業から中小企業に至るまで、中途採用に積極的に動いており、採用決定者数は増えている（民間職業紹介機関）。	
	その他の特徴 コメント			◎：消費税増税前の駆け込み需要がピークで、高額品やファッション系春物商材の動きがとても良い（百貨店）。 ◎：消費税増税を前にして、月を追って荷動きが活発になっている。例年3月は年度末で荷動きが活発であるが、それにも増して日毎に物量が増加している（輸送業）。
	先行き	家計 動向 関連	▲	・消費税増税前の駆け込み需要が想定以上であることから、その反動も大きいと想定するが、現況の景況感などから、消費はいったん落ち込んでも緩やかに回復するのではないかと考えている（百貨店）。
□			・消費税増税の影響は、4月になってからでないと予測ができない。色々なものの価格が上がるので価格転嫁せざるを得ず、その影響に対する不安はある（スーパー）。	
企業 動向 関連		▲	・消費税増税前の駆け込み需要が終わる。駆け込みの需要があった分、先行きの状況は変わる（輸送用機械器具製造業）。	
		□	・円高が解消して製品の価格競争力は戻ったが、一時期のスマートフォンの爆発的な生産増加も一段落し、今のところ海外の大手EMS（電子機器受託製造サービス）事業者では、大規模な設備投資を実施する要素が見当たらない（一般機械器具製造業）。	
雇用 関連		▲	・消費税増税後の消費の落ち込みによる影響が懸念される。ただ、増税対策を行っている企業も多くあり、影響は最小限に留まると予測している（民間職業紹介機関）。	
その他の特徴 コメント			▲：円安により材料コストが高騰しているところに、消費税増税後の販売数量の落ち込みとベースアップによる人件費増加が重なるため固定費負担を吸収しきれず、利益水準の大幅低下は不可避の見通しである（輸送用機械器具製造業）。 ×：消費税増税前に駆け込み需要等で金を使っている人が少なからずいる。その分、外食等に使う金は抑えられる（一般レストラン）。	

(D I) 図表24 現状・先行き判断D Iの推移

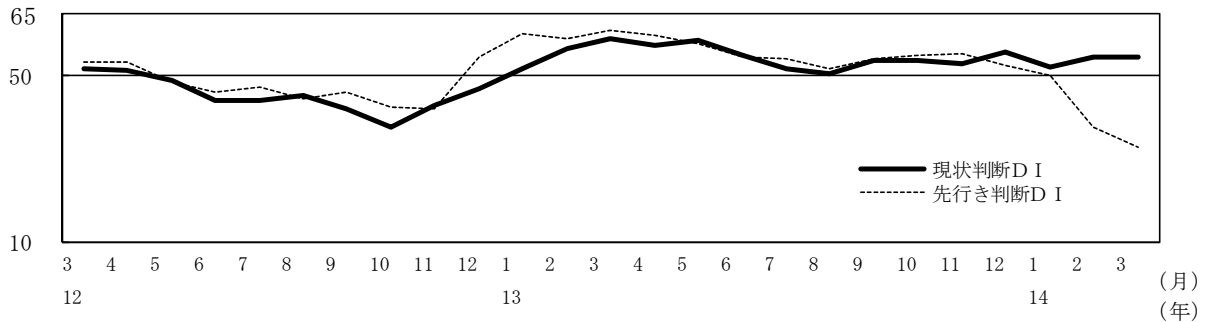


6. 北陸

(◎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	□	・消費税率引上げ前の駆け込み需要がサービス売上に影響しているようで、当初の売上計画を達成している。積雪が少なくタイヤ交換の需要も前年より早めである。新車、中古車販売には、あまり影響はない（乗用車販売店）。
		○	・生活雑貨関連商材の販売量が前年同月比で110～140%増加している。また、時計や服飾などの高単価品の動きが活発化し、全体の売上がけん引している。総じて、消費税率引上げ前の需要の伸びを実感している（その他小売 [ショッピングセンター]）。
		▲	・ごく限られた日用品や、貴金属などの一部の高額品に多少の駆け込み需要がみられるが、それ以外はむしろ買い控えの雰囲気が強い（商店街）。
	企業 動向 関連	□	・直近3か月では販売量、販売額は、ほぼ同数で推移しているが、徐々に原料費、燃料費の価格の上昇が影響を及ぼしつつある（食料品製造業）。
		○	・発注工事量の増加により過度な受注競争が緩和され、受注量が増加している（建設業）。
		▲	・3月の売上は前年同月をやや下回った。衣食住関連の量販店系チラシの出稿量が減少してきている（新聞販売店 [広告]）。
	雇用 関連	○	・わずかではあるが受注数が増加してきている。消費税率引上げ前の需要対応の営業関連求人もやや増加している（民間職業紹介機関）。
		□	・プログラマーやSEなどIT関連からの引き合いは増加し続けているが、派遣料金の折合いがつきにくいいためマッチング率が低い（人材派遣会社）。
		—	—
	その他の特徴 コメント		○：リフォームは消費税率引上げ前の駆け込み需要で受注量が増加し、忙しい状況となった。だが、この状態が今後も維持できるか、一時的なもので終わるかは不透明な状況である（住宅販売会社）。 ▲：宿泊はようやく前年同月並みの売上となったが、客単価が4%ほど下落している。部門別では宴会とレストランの状況が悪い。消費税率引上げ前の駆け込み需要はなく、逆に他の商品に使った分、外食は節約しているようである。客が価格にとても敏感になっている（都市型ホテル）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	▲	・消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動によって消費者が高価な商品を買わないだけでなく、プラス1品買いや外食の機会を減らすことで生活を切り詰めることが懸念される（一般レストラン）。
		□	・4月に関しては消費税率引上げによって売上に影響が出ると思うが、その後はその部分の購買が戻ってくると考えている（スーパー）。
	企業 動向 関連	▲	・4月からの消費税率引上げによる消費の前倒しの影響により、物量は減少する（輸送業）。
		□	・4月1日からの消費税率引上げによる受注の減少を心配しているが、現時点では横ばいで推移していくと見通している（繊維工業）。
	雇用 関連	□	・消費税率引上げの影響はない。長期安定を希望する求職者が多いため、成約件数は伸び悩んでいる。全体として今後2～3か月先の状況は変わらない（人材派遣会社）。
その他の特徴 コメント		○：2か月連続で受注が増加しており、今後も少しずつではあるが受注が増加する気配がある。住宅ローンの条件を緩和する金融機関も増加しており、景気回復傾向は続くと考えられる（住宅販売会社）。 □：現実に収入が増加してから初めて旅行に関心が向かう。給与増や夏のボーナス増に期待をしたい（旅行代理店）。	

(D I) 図表25 現状・先行き判断DIの推移

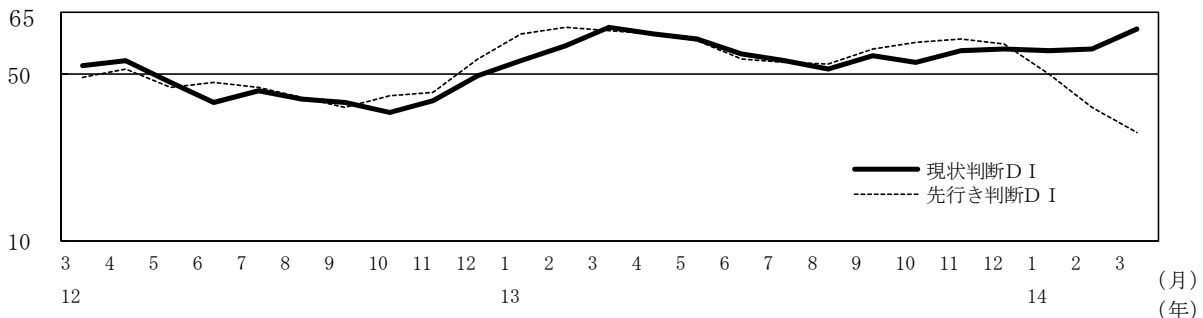


7. 近畿

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由	
現状	家計 動向 関連	□	・特に変わった様子は見受けられない。高額商品が動くわけでもなく、旅館なので駆け込み需要もない（観光型旅館）。	
		○	・消費税増税前の駆け込み需要が食品や消耗雑貨にも表れている。飲料のケース販売やティッシュペーパー、トイレトペーパーなどのまとめ買いが増え、客単価が上昇している（スーパー）。	
		◎	・消費税増税前の駆け込み需要が増える3月となり、ブライダル関連を含む特選ジュエリーや、化粧品などの消耗品、紳士服衣料や肌着などの特定商品を中心に、予想を上回る販売量で推移している（百貨店）。	
	企業 動向 関連	□	・消費税増税の関係で駆け込み需要が出てきているが、それを除くと変化はない（パルプ・紙・紙加工品製造業）。	
		○	・消費税増税前であり、消費者のまとめ買いが少し目立っている。飲料水ではミネラルウォーターにまとめ買いの傾向がみられる（食料品製造業）。	
		◎	・取引先では、小売業も製造業も、明らかに消費税増税前の駆け込み需要で売上が増えている。既に欠品や納期遅れも常態化しているが、それも当然のことと許容されている感覚がある（経営コンサルタント）。	
	雇用 関連	○	・今までは応募者に内定を出す、かなりの確率で入社を決めてくれたが、最近では求職者が仕事を選び始めている。求職者からみて、応募できる求人が増えていることで、内定を断っても次があるという考えになってきている（アウトソーシング企業）。	
		□	・建設部門を中心とした日雇い求人数は需要が多く、今後更に増える可能性が高いが、労働者不足が足を引っ張っている（民間職業紹介機関）。	
	その他の特徴 コメント			◎：消費税増税前の駆け込み需要によって、自動車販売が非常に好調である。ただし、新車の在庫がなく、納車ができない状況である（乗用車販売店）。 □：3月は決算と消費税増税の影響が重なり、一時的に受注量も増えて多忙を極めた。ただし、前年比ではマイナスであり、予断を許さない状況となっている。住宅関連は、特に4月以降の落ち込みが予想される（出版・印刷・同関連産業）。
	先行き	家計 動向 関連	▲	・消費税率が上がるため、新車の販売も好調であったが、4月以降は販売、修理などの予約も少なく、落ち込むことになる（乗用車販売店）。
□			・消費税増税の影響が一服するには、夏ごろまではかかる。夏休みの旅行の問い合わせは増加しているため、夏のボーナスの支給額によっては良くなる可能性もある（旅行代理店）。	
企業 動向 関連		▲	・消費税増税後は、しばらく買い控える消費者が増える。飲料水の自動販売機では価格が10円も上がるため、客離れが起きると予想される（食料品製造業）。	
		□	・消費税増税後については、4月以降にかなり頑張っても、現状維持がやっとなのである（プラスチック製品製造業）。	
雇用 関連		□	・梅田地区や阿倍野地区の大型商業施設が求人をつ引っ張ったことは確かであるが、今後の継続性のほか、他地域の動きなどに多少の不安を感じる（新聞社 [求人広告]）。	
その他の特徴 コメント			▲：消費税率引上げによる影響が実感されるのは、ゴールデンウィーク前後からとなる。外食の機会の減少や、遠出の機会が多少なりとも減ることが懸念される（その他サービス業 [店舗開発]）。 ×：消費税増税前の駆け込み需要に関しては、4月以降に必ず反動減として悪影響が出てくる。3か月先までは反動減による売上の減少が避けられない（百貨店）。	

(D I) 図表26 現状・先行き判断D Iの推移



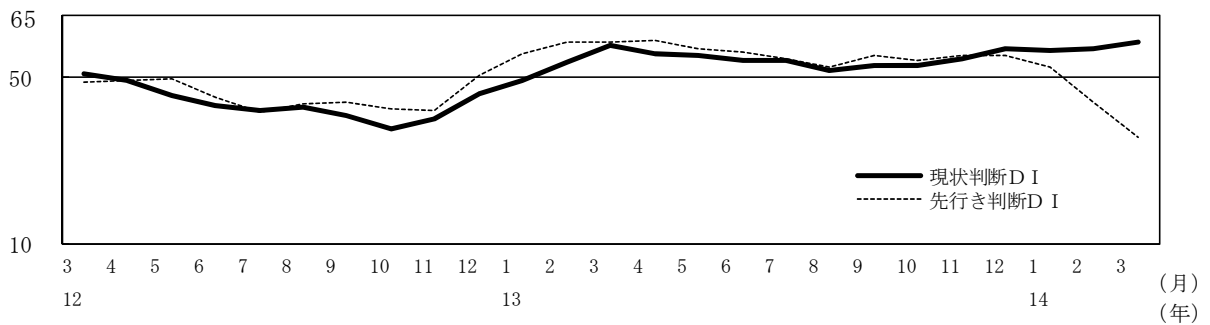
8 . 中国

(◎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	□	・消費増税前の駆け込み需要があり景気が良いように見えるが、景気が良い方向へ向かっているとは思えない（商店街）。
		○	・消費増税前の駆け込み需要の影響なのか、3月中にリフォーム等の仕事ができないかとの相談が寄せられた（設計事務所）。
		▲	・例年の年度末に比べ、客の動きが鈍化している。特に外食部門では客に手控え感があり、来店頻度と一組客数がともに減少している（一般レストラン）。
	企業 動向 関連	□	・主要客からの受注量は、ほぼ内示通りとなっている（輸送用機械製造業）。
		○	・消費増税を意識した駆け込み需要による設備更改などにより、例年以上に受注がある（通信業）。
	雇用 関連	○	・大手企業を中心に新卒採用数が増加している。中堅中小企業にも採用数増加の波が出始めている（求人情報誌製作会社）。
		□	・求人数自体は増加傾向にあるものの、採用基準にやや高止まり感があり、内定を得られる人材とそうでない人材に分かれている（民間職業紹介機関）。
その他の特徴 コメント	○：市内の大型ショッピングセンターの開業に向けて、工事関連企業などの宿泊需要が増加している。ただし消費増税前の駆け込み需要の影響は特に感じられず、レストランなどの来客状況からみると個人消費は足踏み状態である（都市型ホテル）。 □：たばこのまとめ買いで客単価は上昇しているが、来客数が回復しない（コンビニ）。		
先行き	家計 動向 関連	▲	・3月は冷蔵庫や洗濯機の売上が好調であるが、4月以降は売れない（家電量販店）。
		□	・4月は消費増税の影響で客の買い控えが予想されるが、メイン商品である食料品は買いだめに向かないので、5月には売上が回復する（スーパー）。
	企業 動向 関連	□	・自動車など、駆け込み需要の反動減が見込まれる分野はあるものの、建築向けなどは好調を維持する。当社の生産は現状レベルを維持する（鉄鋼業）。
		▲	・駆け込み需要の反動減が気になりである（繊維工業）。
	雇用 関連	□	・駆け込み需要の反動減を不安視する声も聞くが、新規店舗開設用の求人や業務拡張のための求人もあることから、当面は求人数が増加する（職業安定所）。
	その他の特徴 コメント	▲：消費増税を境に、3月の駆け込み需要以上の反動減が想定される。ファッションを中心に月初より特価体制を強化するが、単価は確実に低下する（百貨店）。 ▲：自動車製造業については駆け込み需要が終わるため、4月には人材派遣の需要は落ち着く（人材派遣会社）。	

(D I)

図表27 現状・先行き判断D Iの推移



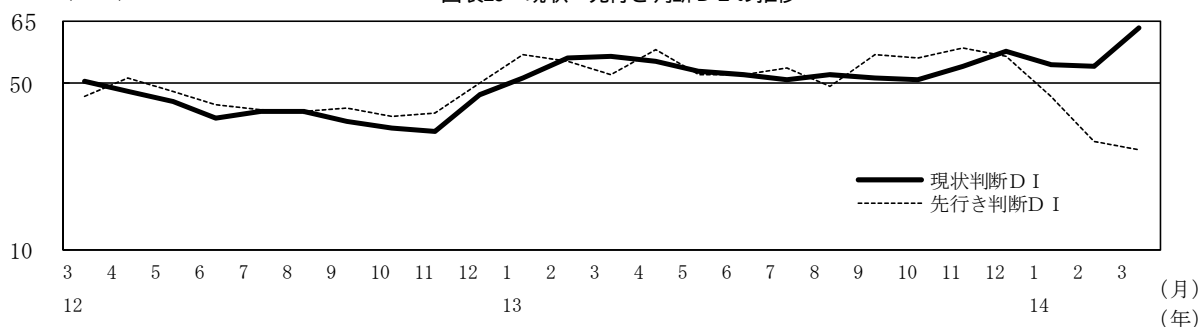
9. 四国

(◎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	○	・消費増税前の駆け込み需要で高額商品の購入が増えている。また、日用品や消費期限の長い食料品の買いだめも増えている（百貨店）。
		□	・卒業式シーズンで一時的に需要が伸びたが、消費増税で客足の動きは鈍いまま変わっていない（美容室）。
		◎ ▲	・消費増税前の駆け込み需要で紙製品、洗剤等の日用品や食用油、調味料等の販売量が大幅に伸びている（スーパー）。 ・消費増税前の駆け込み需要は終了した、3月に入ると徐々に来店客数が減少して受注が止まった。好調の軽自動車は、1～2月の受注残もあって3月は、前年を大きく上回っているが、受注残のなくなる5月以降は厳しくなる（乗用車販売店）。
	企業動向関連	○	・引越し需要が増加し、前年より取扱数量が増加した。また、消費財の輸送など消費増税前の駆け込み需要により荷動きが活発になった（輸送業）。
		□	・受注量が思ったほど伸びない。とにかく人員が足りない（建設業）。
		◎ ▲	・国内外ともに受注は堅調に推移している（一般機械器具製造業）。 ・主力の造船関連は2014年中の完成及び引渡しの船が少なく、単価も安い。受注も減少傾向にある（鉄鋼業）。
雇用関連	□	・求人動向は、消費増税前の駆け込み需要の影響から、求人増加の動きがみられるものの、一部産業には一服感がみられる（職業安定所）。	
	○	・新規雇用を増やす意欲のある企業が多くなっている。これまで先行き不透明で採用を差し控えていた企業、特に製造業でその傾向がみられる。業績好調による製造ラインの新規稼働によるところも多い（求人情報誌）。	
その他の特徴コメント			◎：主要商品は、通常の2倍程度売れている（家電量販店）。 ○：得意先からの受注は微増である。商品により増減があるが、国内市場においては消費増税の影響と思われる受注増加、海外市場においては得意先のデマンドに起因する受注変動とみる（電気機械器具製造業）。
先行き	家計動向関連	▲	・3月までの申込増加の反動が4月以降現れると予想され、消費増税の影響で先行きが全く見えない（旅行代理店）。
		□	・消費増税前の駆け込みで、客数、売上とも増加したが、4月になればその反動で落ち込みがあるとみている（一般小売店 [文具店]）。
	企業動向関連	□	・取引先のスーパー、小売店の売上増、単価アップは見込めない（食料品製造業）。
		▲	・4月から消費増税分と石油石炭税の上乗せにより、燃料油価格は更に高騰する。車輛を使用する運送事業者にとって良い兆しは見当たらない（輸送業）。
	雇用関連	□	・雇用数は高止まりすると予想され、採用の競争が激しくなっているため人員確保が難しく、景気は横ばいとみている（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

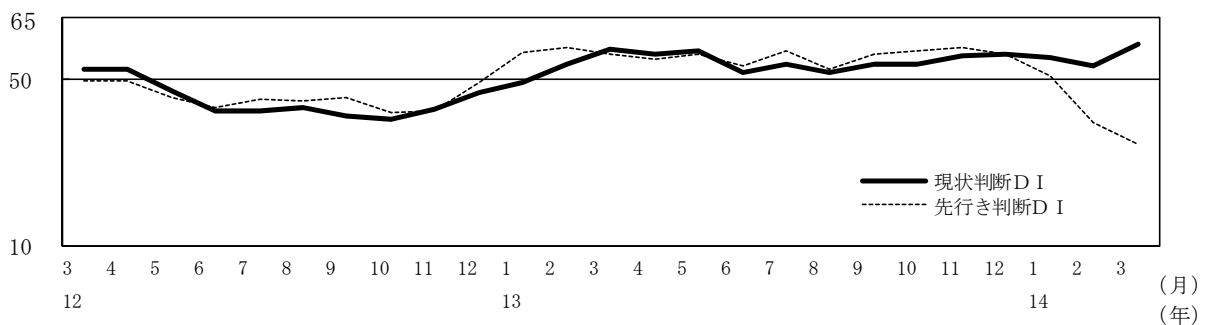


10.九州

(◎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	□
○			・3月は特にブライダル駆け込み需要が多かった。宿泊も好調を維持しており、東京、大阪からのビジネス客が多く宿泊している（都市型ホテル）。
▲			・例年に比べ気温の低い日が多く、春物衣料の動きが悪い。消費税増税前の駆け込み需要もほとんどなく、客の財布のひもは固い（商店街）。
企業 動向 関連		○	・消費税増税直前の駆け込み需要でほぼ全般の業種において売上高は3か月前と比べ増加している（金融業）。
		□	・自社の受注件数や問い合わせ件数に大きな変化がない（経営コンサルタント）。
		▲	・受注量が少ない。来月の予定が全くない。消費税増税前の駆け込み需要に伴う生産も全くなかった（繊維工業）。
雇用 関連		○	・欠員補充よりも、人員増員での注文が多くなっている。求人誌も先月に引き続き、厚くなっている（人材派遣会社）。
		□	・年度末繁忙期の需要増がほとんどない。通常月と全く変わらない（民間職業紹介機関）。
その他の特徴 コメント			◎：前月に続き、消費税増税前の駆け込み需要で耐久消費財の家具、家電、敷物の売上が著しく伸びているのに加え、化粧品、紳士婦人高級衣料・雑貨、美術・画廊、貴金属、時計、眼鏡も好調に推移している（百貨店）。 ×：3月になって新車受注台数が極端に減少した。消費税増税前の駆け込み需要が終了して、その反動減が顕著に表れた（乗用車販売店）。
先行き		家計 動向 関連	▲
	□		・コーヒーはし好品であるため、景気に左右されにくいというメリットはある。消費税増税に伴い若干の買い控えについて客の声を聞くので、短期的には若干売上の減少はあるが、将来的には変わらない（その他専門店 [コーヒー豆]）。
	企業 動向 関連	▲	・既に着工された建築物件を対象に売上は堅調であるが、先の物件を対象にした受注は今年に入ってずっと悪化している。このため今後生産量は減少し、その状態が長期化することを懸念している（鉄鋼業）。
		□	・今回の消費税増税はそこまで影響がないようである。商社のカタログ変更が心配であるが、市場としてはいくらか上向きである（窯業・土石製品製造業）。
	雇用 関連	□	・消費税増税後は、駆け込み需要の反動減も懸念されることから先行きは不透明である（職業安定所）。
		▲	・3月末で希望退職による大量解雇によって新規求職者数の増加が見込まれるとともに、新規求人数の増加も鈍化傾向にある（職業安定所）。
その他の特徴 コメント		：見積案件は普通に引き合いがある。しかし、材料や下請の単価の激増に伴い収益を圧迫してきている。公共工事も適正単価が低い。今後は消費税増税前の駆け込み受注の反動がどう出るか注意深く見守っていかなければならない。場合によっては景気は悪化する（建設業）。 ▲：現在の売上増加は、消費税増税前の駆け込み需要である。2～3か月後の見込みとしては、ほぼ前年に戻るか、それより少し下回ると予想している（衣料品専門店）。	

(D I) 図表29 現状・先行き判断D Iの推移

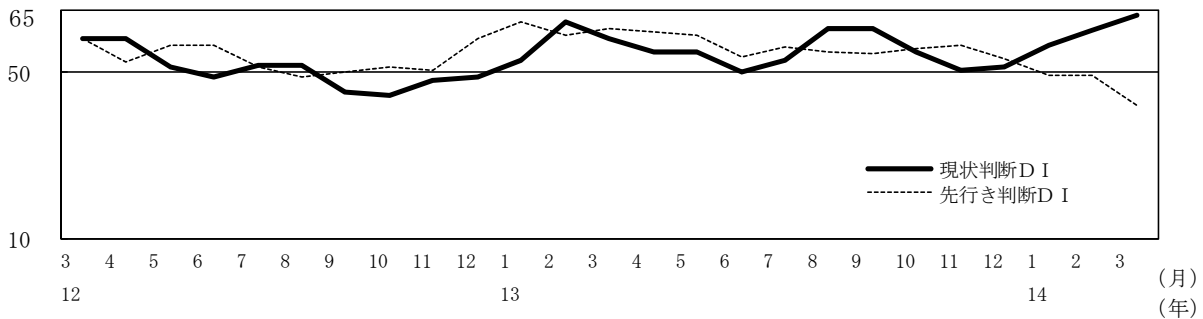


11. 沖縄

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由
	現状	家計 動向 関連	○
□			・住宅の消費税増税前の駆け込み需要は前年9月に終わっているが、来場者数が前年と同程度になっている（住宅販売会社）。
▲			・3か月前の稼働率は前年同月実績並みであったが、今月の稼働率は前年同月実績を下回る見込みである（観光型ホテル）。
企業 動向 関連		□	・取引案件は安価な金額で安定している。小規模の案件でとどまっている。とりあえず仕事は確保できているのが現状である（通信業）。
		◎	・消費税増税前の需要が大きく、家電、日用雑貨、建築資材とあらゆる物の動きが活発化していることに加え、年度末の需要が重なったこともあり繁忙期になっている（輸送業）。
		○	・新築1棟当たり及び、リフォーム1件当たりの受注単価が高額になっている（建設業）。
雇用 関連		○	・2015年度の新卒者対象の求人数が増えている。業界問わず、人材確保に苦戦している様子である（学校 [専門学校]）。
	□	・企業の求人数は、堅調に推移している。即就業の案件も増加している（人材派遣会社）。	
その他の特徴 コメント		○：消費税増税前の駆け込み需要が予測を上回り、非食品が既存店で前年比106.6%、食品が前年比103.4%と伸長している（スーパー）。 ○：観光客のレンタカー利用が伸びており、前年比112%で推移している。県内入域観光客数も伸びているものと思われ、要因の1つとして、消費税増税前の駆け込み需要も多少あるものと予測される（その他のサービス [レンタカー]）。	
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減や新税率に伴う価格表示（本体と税込表示）による混乱、また新年度の出費も重なるため、しばらくは購買意欲が低下するとみられる。価格訴求や付加価値をつけた販促を継続して客離れを減少させていくしかない（コンビニ）。
		□	・消費税増税の影響も一部あるにせよ、観光客の入域数が堅調であるとの情報もある。そのため今後2か月ほどは景況感が変わらない（一般小売店 [菓子]）。
	企業 動向 関連	□	・県内景気が上向き傾向にあるとの報道はあるが、BtoBのビジネスとしては実感が無い（広告代理店）。
		○	・延期されていた公共工事の着工が予定され、やや増の見込みである（窯業・土石製品製造業）。
	雇用 関連	○	・前年同月比で求人件数が微増している。今後も、上げ止まりや減少するというより、現状同様微増すると予測される（求人情報誌製作会社）。
	その他の特徴 コメント		▲：日常的に使うものであれば、3%の値上げでも販売量が落ちはしても無くなることは無い。趣味的なもの、旅行などの娯楽的な分野は全体に販売量が少なくなるとみている（旅行代理店）。 ×：消費税増税前の駆け込み購入でお金を使い過ぎ、外食の回数や使用金額はしばらくは確実に落ちそうである（その他飲食 [居酒屋]）。

(D I) 図表30 現状・先行き判断D Iの推移

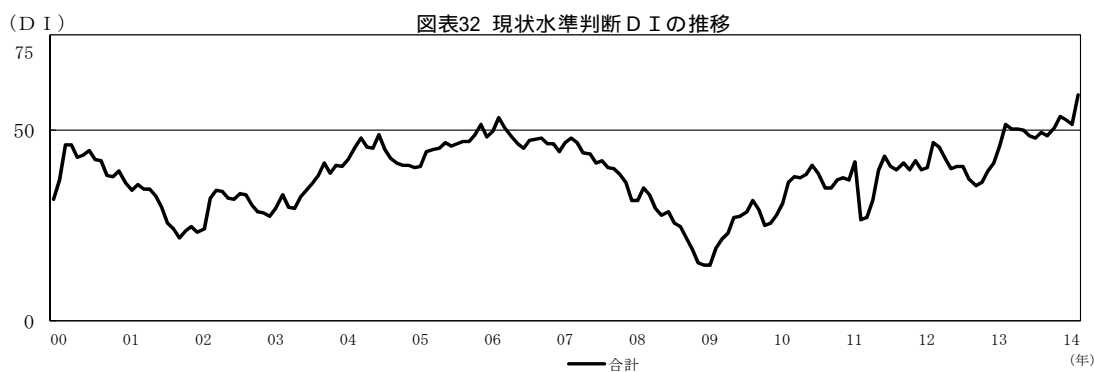


(参考1) 景気の現状水準判断D I

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	2013			2014		
	月	10	11	12	1	2	3
合計		48.5	50.6	53.6	52.8	51.4	59.1
家計動向関連		45.3	48.2	50.7	49.5	47.7	58.0
小売関連		43.8	48.0	50.1	50.6	49.7	62.2
飲食関連		39.5	42.1	49.7	42.0	38.0	49.1
サービス関連		48.0	49.9	52.2	48.3	45.5	52.7
住宅関連		53.7	48.4	50.6	51.9	49.1	50.3
企業動向関連		52.1	53.0	58.1	56.9	56.0	59.9
製造業		50.3	53.3	57.5	58.8	55.5	58.5
非製造業		53.7	52.9	59.0	55.5	56.7	61.4
雇用関連		61.4	60.6	62.4	65.2	65.3	64.7



図表33 景気の現状水準判断D I (各分野計)

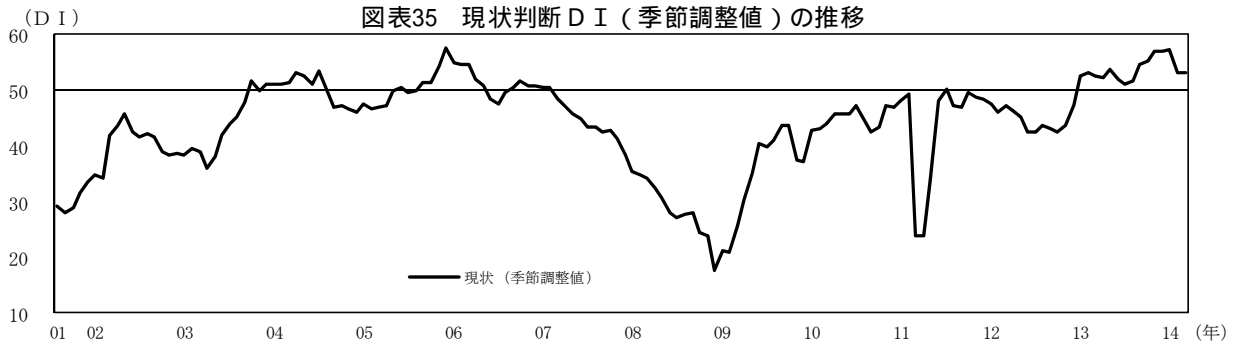
(D I)	年	2013			2014		
	月	10	11	12	1	2	3
全国		48.5	50.6	53.6	52.8	51.4	59.1
北海道		53.3	51.5	55.6	53.7	56.3	59.1
東北		45.1	48.2	50.1	50.6	47.6	58.8
関東		46.5	47.4	50.7	51.5	46.0	56.5
北関東		43.7	45.7	47.2	49.0	41.0	54.1
南関東		48.1	48.4	52.6	52.9	49.1	57.9
東海		48.8	52.6	56.5	54.8	54.1	59.3
北陸		50.3	50.5	53.0	52.3	52.3	55.3
近畿		48.8	51.7	54.9	51.7	56.2	61.8
中国		51.3	54.3	56.5	58.0	55.0	61.7
四国		46.4	49.5	54.9	51.4	51.6	61.5
九州		50.4	53.3	54.9	53.4	50.9	59.9
沖縄		53.7	53.0	53.8	54.4	59.5	63.1

(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

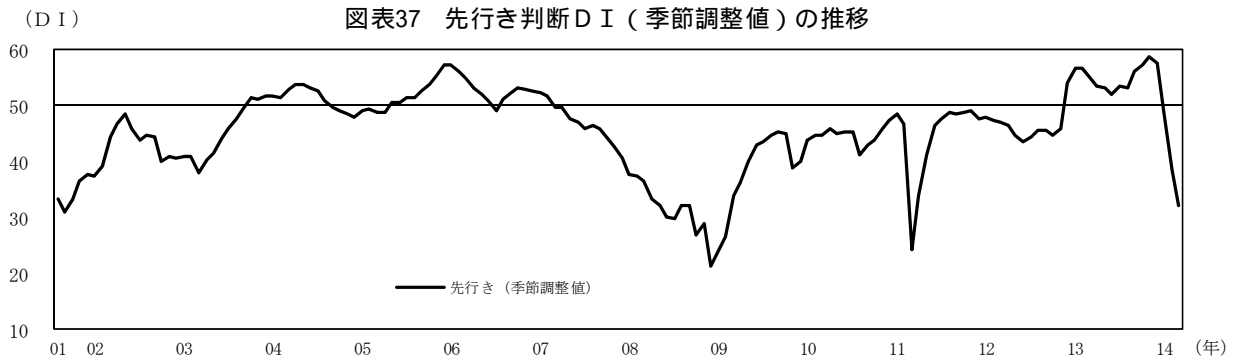
図表34 現状判断D I (季節調整値)

(D I)	年 月	2013 10	11	12	2014 1	2	3
現状 (季節調整値)		55.1	56.9	56.9	57.4	53.0	53.2



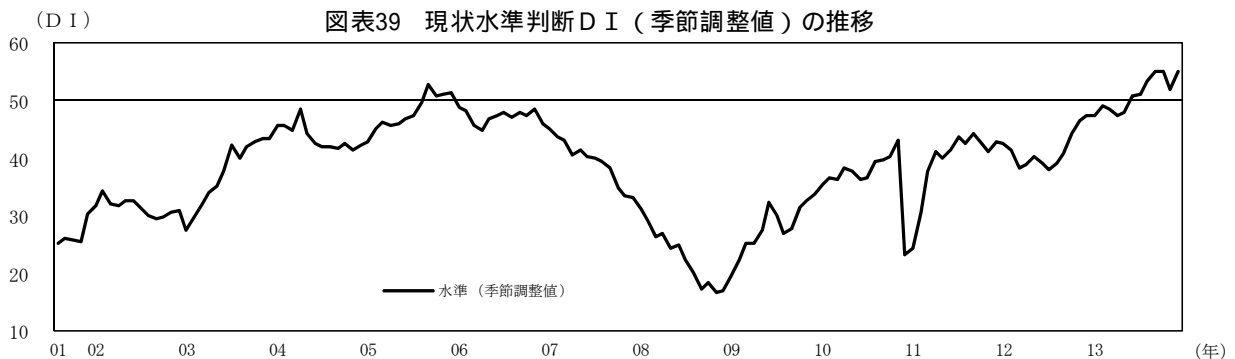
図表36 先行き判断D I (季節調整値)

(D I)	年 月	2013 10	11	12	2014 1	2	3
先行き (季節調整値)		57.2	58.7	57.4	48.9	38.7	32.1



図表38 現状水準判断D I (季節調整値)

(D I)	年 月	2013 10	11	12	2014 1	2	3
水準 (季節調整値)		51.0	53.4	55.0	55.1	51.8	55.0



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 10	11	12	2014 1	2	3
現状	-3.3	-3.4	-1.2	-2.7	0.0	4.7
先行き	-2.7	-3.9	-2.7	0.1	1.3	2.6
水準	-2.5	-2.8	-1.4	-2.3	-0.4	4.1

(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 ma =MSR	seasonal ma =MSR	seasonal ma =MSR
③ヘンダーソン 移動平均項数	13項	9項	13項
④特異項の管理限界	下限 1.5 σ 上限 2.5 σ	下限 1.5 σ 上限 2.5 σ	下限 1.5 σ 上限 2.5 σ
その他	Maxlead=3 の MARP が最少	Maxlead=3 の MARP が最少	Maxlead=3 の MARP が最少

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