

# 景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

平成 26 年 4 月調査結果

平成 26 年 5 月 12 日



内閣府政策統括官  
(経済財政分析担当)

## 今月の動き (2014年4月)

4月の現状判断DIは、前月比16.3ポイント低下の41.6となり、2か月ぶりに低下した。

家計動向関連DIは、消費税率引上げ後の駆け込み需要の反動減がみられたこと等から小売関連などを中心に低下した。

企業動向関連DIは、駆け込み需要の反動の影響もあり受注や生産に一服感がみられたこと等から低下した。

雇用関連DIは、一部で求人増勢に一服感がみられたこと等から低下した。

4月の先行き判断DIは、前月比15.6ポイント上昇の50.3となり、5か月ぶりに上昇した。

先行き判断DIについては、消費税率引上げ後の駆け込み需要の反動減やマインド低下の影響が薄れていくとの期待等から、家計動向部門、企業動向部門及び雇用部門で上昇した。

以上のことから、今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「景気は、緩やかな回復基調が続いているが、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動により、このところ弱い動きもみられる。先行きについては、緩やかに回復していくと見込まれる」とまとめられる。

## 目 次

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

## 調査の概要

### 1. 調査の目的

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

### 2. 調査の範囲

#### (1) 対象地域

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

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

#### (2) 調査客体

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

### 3. 調査事項

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

### 4. 調査期日及び期間

調査は毎月、当月時点であり、調査期間は毎月25日から月末である。

## 5. 調査機関及び系統

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

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

## 6. 有効回答率

地域	調査客体	有効回答客体	有効回答率	地域	調査客体	有効回答客体	有効回答率
北海道	130人	113人	86.9%	近畿	290人	260人	89.7%
東北	210人	208人	99.0%	中国	170人	163人	95.9%
北関東	200人	181人	90.5%	四国	110人	92人	83.6%
南関東	330人	300人	90.9%	九州	210人	180人	85.7%
東海	250人	223人	89.2%	沖縄	50人	42人	84.0%
北陸	100人	98人	98.0%	全国	2,050人	1,860人	90.7%

### (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 . 「 . 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、41.6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16.3ポイント下回り、2か月ぶりの低下となった。また、横ばいを示す50を15か月ぶりに下回った。

図表1 景気の現状判断D I

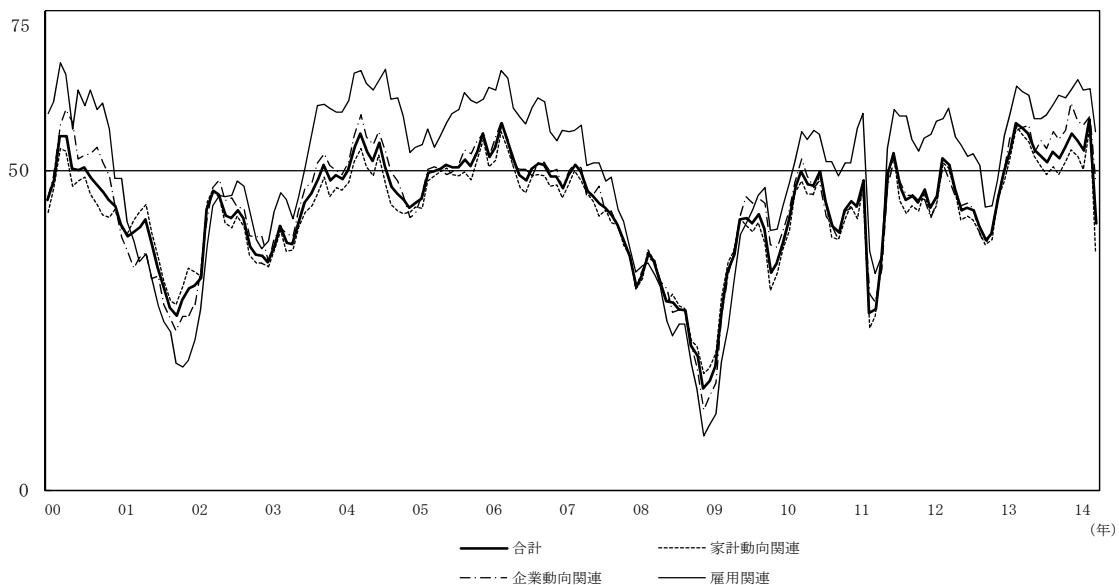
(D I)	年	2013	2014				(前月差)	
	月	11	12	1	2	3	4	
合計		53.5	55.7	54.7	53.0	57.9	41.6	(-16.3)
家計動向関連		51.3	53.1	52.2	50.2	57.0	37.2	(-19.8)
小売関連		52.3	53.7	54.0	52.3	60.7	31.9	(-28.8)
飲食関連		48.1	52.4	45.7	42.2	48.8	48.1	(-0.7)
サービス関連		51.0	53.2	50.5	47.5	52.5	44.1	(-8.4)
住宅関連		45.5	46.8	50.0	50.6	50.3	44.7	(-5.6)
企業動向関連		56.3	60.4	57.7	57.0	58.4	48.5	(-9.9)
製造業		57.3	60.5	57.7	55.2	57.0	50.0	(-7.0)
非製造業		55.9	60.5	57.5	58.8	59.6	47.5	(-12.1)
雇用関連		61.3	62.5	64.2	62.6	62.8	55.9	(-6.9)

図表2 構成比

年	月	良く なっている	やや良く なっている	変わらない	やや悪く なっている	悪く なっている	D I
2014	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
	4	1.7%	16.6%	41.1%	27.8%	12.8%	41.6
(前月差)		(-6.7)	(-18.2)	(0.5)	(15.3)	(9.1)	(-16.3)

(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、50.3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15.6ポイント上回り、5か月ぶりの上昇となった。また、横ばいを示す50を4か月ぶりに上回った。

図表4 景気の先行き判断D I

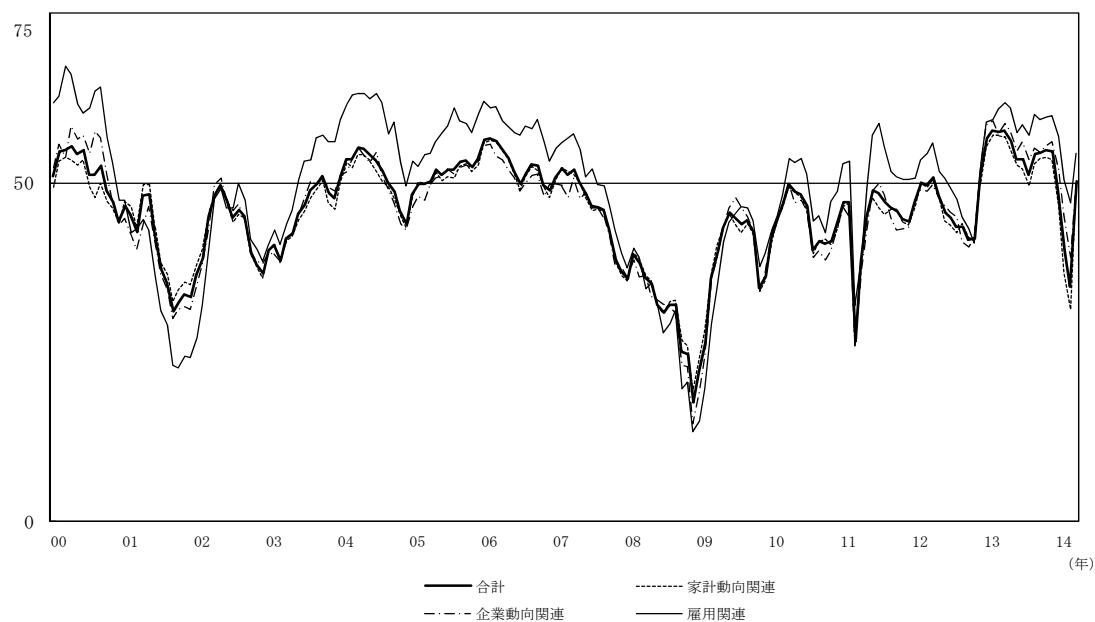
(D I)	年	2013	2014					(前月差)
	月	11	12	1	2	3	4	
合計		54.8	54.7	49.0	40.0	34.7	50.3	(15.6)
家計動向関連		53.8	53.4	46.8	36.7	31.3	49.8	(18.5)
小売関連		56.5	56.5	47.0	32.8	25.6	50.1	(24.5)
飲食関連		47.8	43.3	39.2	32.8	32.2	46.8	(14.6)
サービス関連		50.7	50.4	48.3	44.1	41.2	50.7	(9.5)
住宅関連		48.7	48.1	45.7	43.6	39.5	46.2	(6.7)
企業動向関連		55.5	56.2	52.0	45.1	39.0	49.9	(10.9)
製造業		55.8	57.4	52.1	44.0	40.2	50.4	(10.2)
非製造業		55.5	55.4	52.3	45.9	38.1	49.7	(11.6)
雇用関連		59.7	60.0	56.8	50.5	47.1	54.4	(7.3)

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	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
	4	1.9%	25.6%	49.0%	18.5%	4.9%	50.3
(前月差)		(0.6)	(15.2)	(19.9)	(-25.3)	(-10.4)	(15.6)

(D I)

図表6 景気の先行き判断D I



## II. 各地域の動向

### 1. 景気の現状判断D I

前月と比較しての現状判断D I（各分野計）は、全国 11 地域で低下した。最も低下幅が大きかったのは四国（24.6 ポイント低下）、最も低下幅が小さかったのは北海道（11.9 ポイント低下）であった。

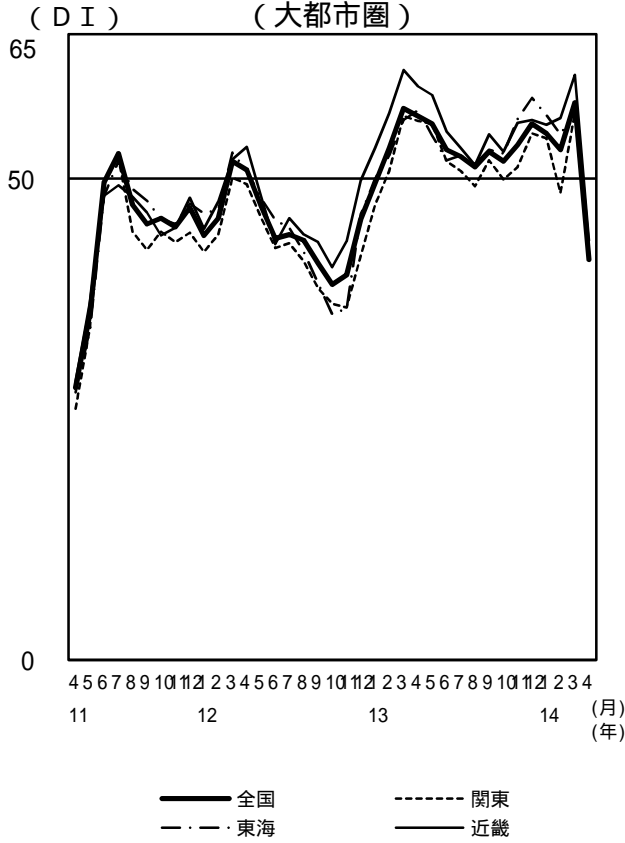
図表7 景気の現状判断D I（各分野計）

(D I)	年 月	2013 11	12	2014 1	2	3	4	(前月差)
全国		53.5	55.7	54.7	53.0	57.9	41.6	(-16.3)
北海道		52.8	55.6	54.6	56.0	53.3	41.4	(-11.9)
東北		50.7	52.9	52.1	50.0	57.8	40.0	(-17.8)
関東		51.2	54.7	54.2	48.5	56.8	42.2	(-14.6)
北関東		51.0	53.0	52.5	45.2	53.9	38.3	(-15.6)
南関東		51.3	55.6	55.3	50.5	58.5	44.5	(-14.0)
東海		56.2	58.4	56.6	54.6	57.0	43.2	(-13.8)
北陸		52.8	55.8	52.0	54.5	54.5	41.3	(-13.2)
近畿		55.8	56.1	55.6	56.3	60.8	43.6	(-17.2)
中国		54.6	56.9	56.4	56.7	58.5	39.3	(-19.2)
四国		53.9	57.8	54.3	54.1	63.2	38.6	(-24.6)
九州		55.8	56.1	55.3	53.4	58.3	40.4	(-17.9)
沖縄		50.6	51.3	56.3	60.1	63.8	46.4	(-17.4)

図表8 景気の現状判断D I（家計動向関連）

(D I)	年 月	2013 11	12	2014 1	2	3	4	(前月差)
全国		51.3	53.1	52.2	50.2	57.0	37.2	(-19.8)
北海道		50.0	53.5	51.9	55.3	52.6	37.3	(-15.3)
東北		48.4	49.1	48.3	45.9	55.4	35.9	(-19.5)
関東		49.7	53.0	52.8	45.3	57.2	38.3	(-18.9)
北関東		49.1	51.7	50.4	41.3	53.7	34.7	(-19.0)
南関東		50.0	53.8	54.3	47.8	59.5	40.5	(-19.0)
東海		53.9	56.6	54.3	53.1	55.7	38.7	(-17.0)
北陸		50.4	52.2	49.6	52.2	52.9	36.8	(-16.1)
近畿		54.6	54.1	53.7	53.4	60.1	40.4	(-19.7)
中国		52.5	53.7	53.8	53.2	57.4	32.7	(-24.7)
四国		51.2	54.4	50.0	52.5	62.3	29.1	(-33.2)
九州		51.5	51.8	52.7	50.4	57.0	36.4	(-20.6)
沖縄		49.1	48.0	50.0	55.8	60.6	41.7	(-18.9)

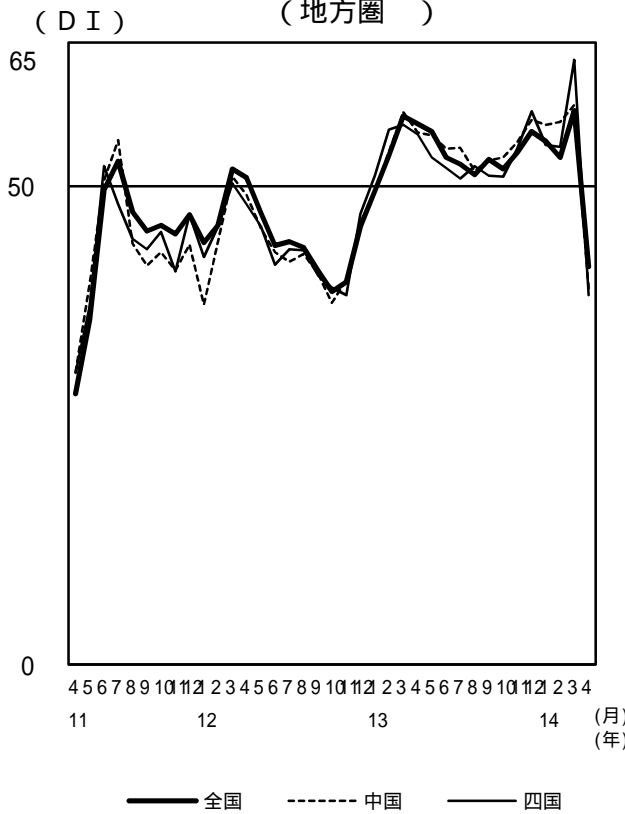
図表9 地域別DI (各分野計)  
(大都市圏)



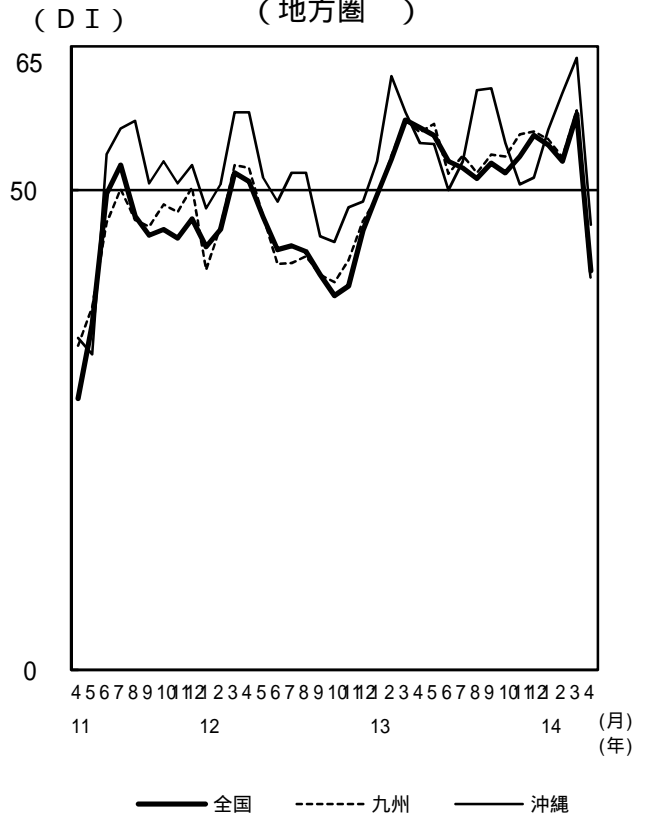
図表10 地域別DI (各分野計)  
(地方圏)



図表11 地域別DI (各分野計)  
(地方圏)



図表12 地域別DI (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 地域で上昇した。最も上昇幅が大きかったのは沖縄（18.8 ポイント上昇）、最も上昇幅が小さかったのは東海（13.3 ポイント上昇）であった。

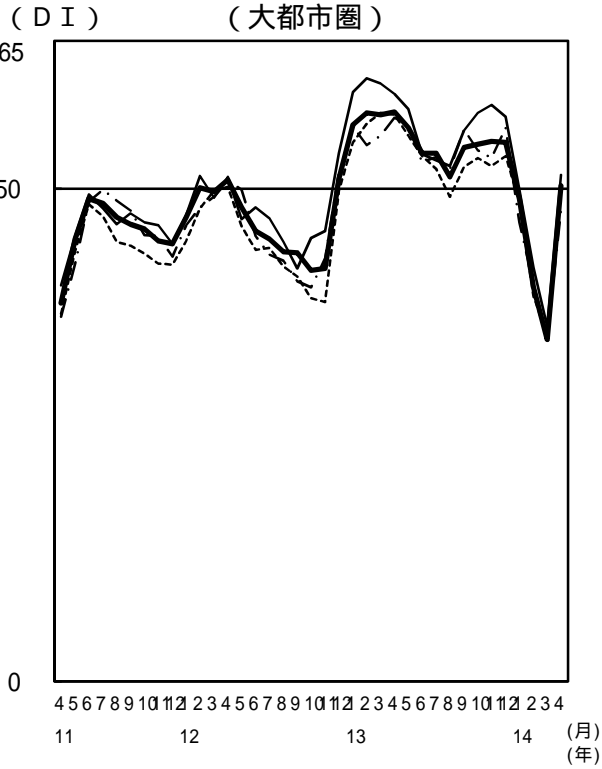
図表 13 景気の先行き判断D I（各分野計）

(D I)	年	2013		2014				
	月	11	12	1	2	3	4	(前月差)
全国		54.8	54.7	49.0	40.0	34.7	50.3	(15.6)
北海道		54.3	52.7	50.0	40.3	36.7	53.8	(17.1)
東北		53.1	53.0	47.1	37.0	30.8	47.8	(17.0)
関東		52.3	53.3	48.7	39.1	35.0	50.8	(15.8)
北関東		50.6	51.0	46.7	36.7	31.6	47.4	(15.8)
南関東		53.3	54.6	49.9	40.6	37.1	52.8	(15.7)
東海		53.1	56.2	46.6	40.4	34.6	47.9	(13.3)
北陸		55.3	52.3	50.0	37.8	32.8	50.0	(17.2)
近畿		58.5	57.3	49.9	42.0	36.0	51.4	(15.4)
中国		55.2	55.1	52.4	44.1	35.5	49.8	(14.3)
四国		58.4	56.5	47.0	36.1	33.8	48.9	(15.1)
九州		57.5	56.1	50.7	39.5	34.3	49.7	(15.4)
沖縄		56.5	53.1	49.4	49.4	41.9	60.7	(18.8)

図表 14 景気の先行き判断D I（家計動向関連）

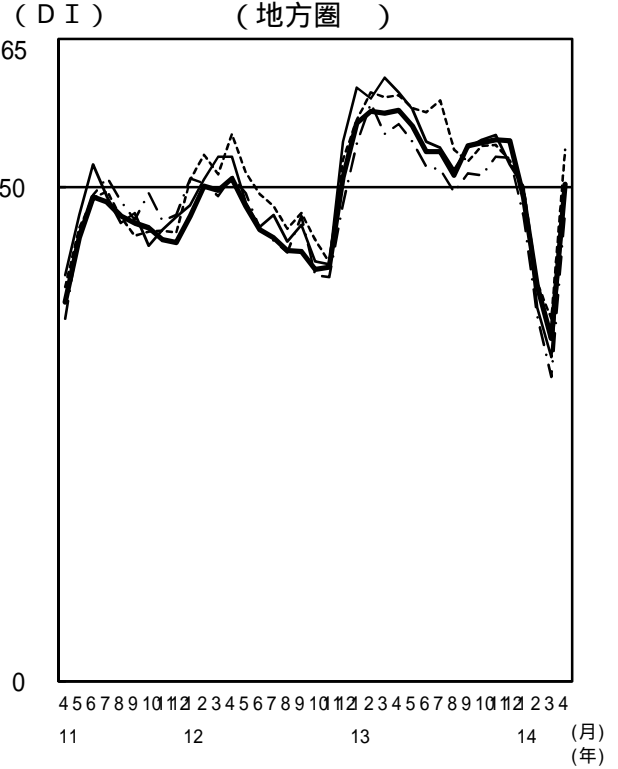
(D I)	年	2013		2014				
	月	11	12	1	2	3	4	(前月差)
全国		53.8	53.4	46.8	36.7	31.3	49.8	(18.5)
北海道		53.8	50.6	48.1	37.5	33.8	54.1	(20.3)
東北		51.6	52.1	45.0	34.8	29.3	48.1	(18.8)
関東		52.5	53.8	47.3	36.3	31.9	50.6	(18.7)
北関東		49.6	50.9	45.0	33.9	27.9	46.9	(19.0)
南関東		54.3	55.5	48.7	37.8	34.5	52.8	(18.3)
東海		51.8	55.3	45.9	37.6	31.5	47.2	(15.7)
北陸		53.3	48.9	46.0	32.2	28.6	48.2	(19.6)
近畿		57.0	55.8	45.2	37.9	32.2	50.6	(18.4)
中国		55.4	53.3	50.4	40.7	31.5	50.2	(18.7)
四国		58.3	51.6	43.2	33.3	29.9	48.8	(18.9)
九州		53.8	54.5	48.2	35.4	30.0	47.9	(17.9)
沖縄		55.6	50.0	49.0	42.3	35.6	59.3	(23.7)

図表15 地域別D I (各分野計)



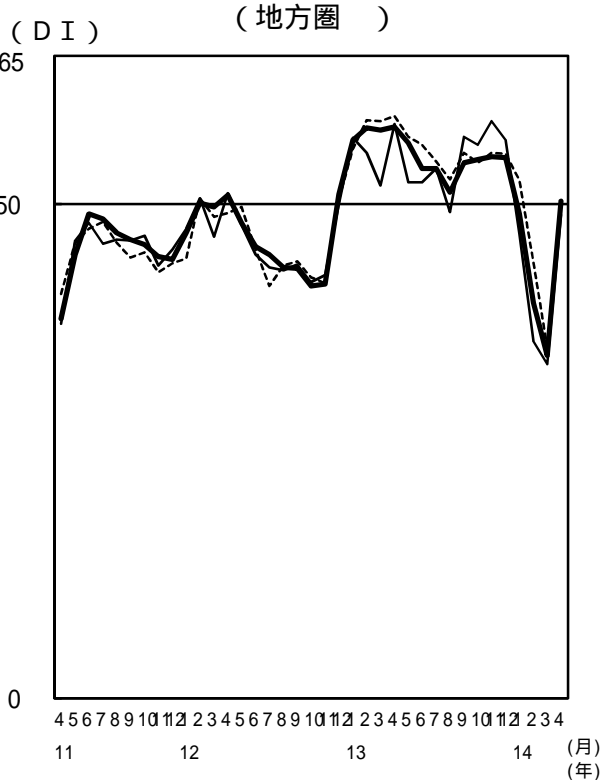
— 全国      - - - 関東  
- · - 東海      — 近畿

図表16 地域別D I (各分野計)



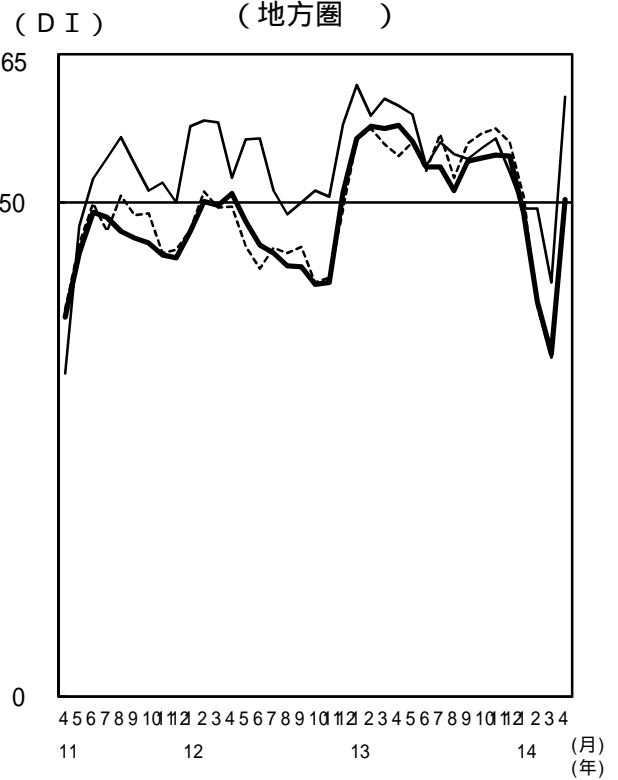
— 全国      - - - 北海道  
- · - 東北      — 北陸

図表17 地域別D I (各分野計)



— 全国      - - - 中国      — 四国

図表18 地域別D I (各分野計)



— 全国      - - - 九州      — 沖縄

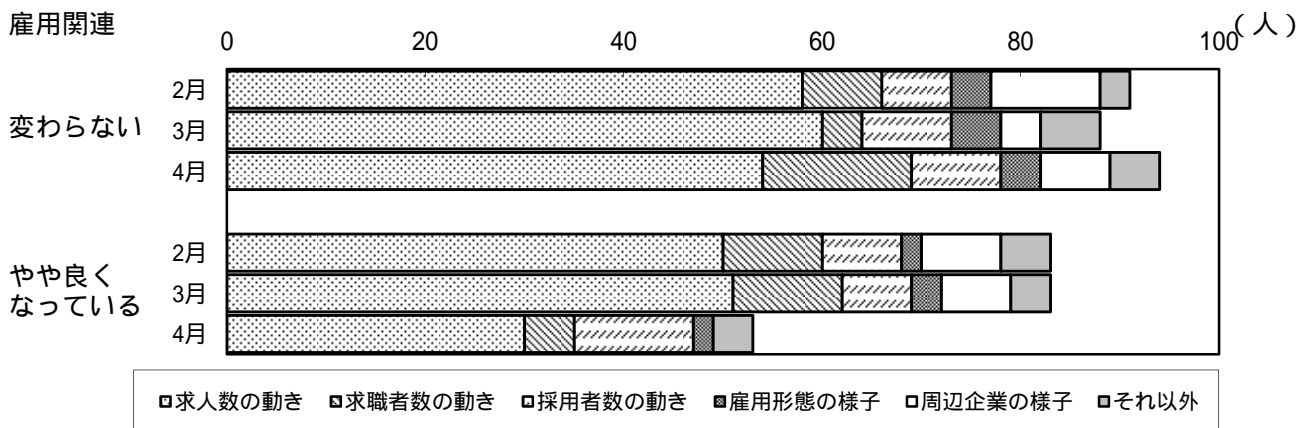
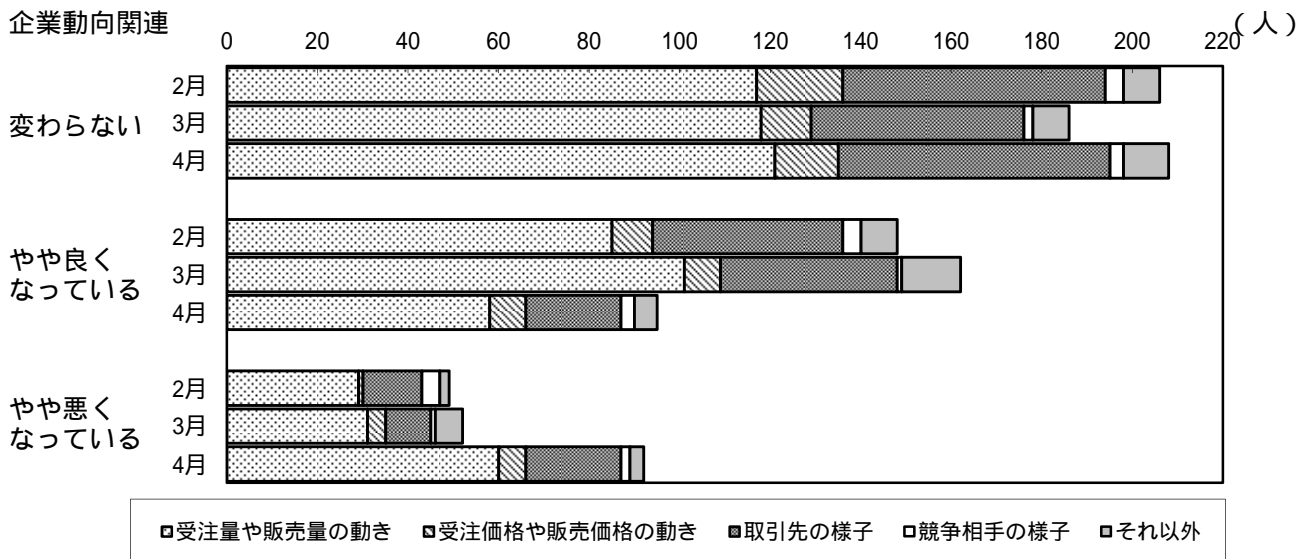
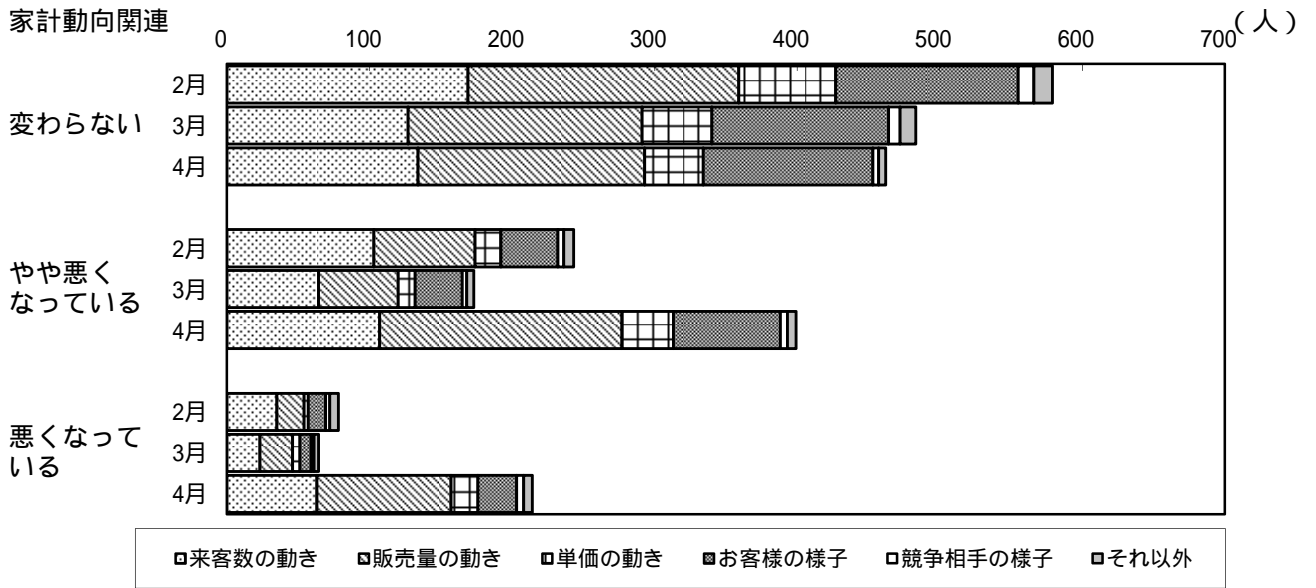
### III. 景気判断理由の概要

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		・客の受注状況が改善しているほか、消費税増税前の駆け込み需要の好影響も続いている。パソコンの基本ソフトのサポート終了による需要も継続している（近畿＝通信会社）。
		□	・消費税増税による駆け込み需要で、先月は前年比160～170%に伸びた。4月は前年同月比で約8割であり、駆け込み需要の影響が反映された結果となっている。ただし、潜在的需要はまだあるので、後半6～7月以降になれば持ち直すのではないかと考えている（南関東＝乗用車販売店）。 ・消費税増税前の駆け込みによる来店はほとんどなかったこともあり、4月以降もその反動はない。来客数は、ほぼ前年並みの動きで推移している（東海＝高級レストラン）。
		▲	・消費税増税後、来客数が減少し、4月下旬になっても前年同月を下回っている。あと1～2か月間経過しないと客数は増加しないと考えている（北陸＝スーパー）。 ・消費税増税の全体的な影響は想定範囲内ではあるが、来店客数や客単価は減少しており、大型テナントほど厳しい状況で推移している（九州＝百貨店）。
		×	・消費税増税前には、来客数と売上は前年の150%で推移していたが、増税後の4月は来客数が前年の70%、売上が80%になっている（中国＝家電量販店）。 ・消費税増税の影響で、特に買いだめの反動を受けた化粧品が苦戦している。店舗合計の前年同月比では▲6%と予測の範囲内である。店舗改装による集客やイベント誘致で落ち幅を縮小できている（沖縄＝百貨店）。
	企業 動向 関連	○	・消費税増税に伴う印刷物などの表示表記変更の仕事があり、非常に忙しかった前月に続き、今月も若干忙しくなっている（東北＝広告代理店）。
		□	・段ボール生産工場の3月の生産が消費税増税対策で増産となったため、4月は反動が出ると予想していたが、実際は落ち込みもなく順調な生産となった（北海道＝輸送業）。
		▲	・やはり消費税増税の関係なのか、4月の半ばからぐっと減速し、2割ぐらい売上が落ち込み始めている。回復するのは秋口かと思うので、それまでは辛抱かと思う（北関東＝電気機械器具製造業）。 ・3月は消費税増税前の駆け込み需要があったが、4月以降はその反動減がある。3か月平均すると前年並みに落ち着くものと思われる（四国＝繊維工業）。
	雇用 関連	×	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、今月前半は動きが非常に鈍かった（沖縄＝食品製造業）。
		□	・依然として企業の採用意欲は高いものの、一時期ほどの伸びはなく落ち着いてきている（中国＝民間職業紹介機関）。
	先行き	家計 動向 関連	▲
○			・消費増税前のまとめ買いによる家庭内在庫も2、3か月先には無くなるころなので、徐々に回復してくる（東北＝スーパー）。 ・賃金のベースアップや株価の下支えなど、前回の消費増税時よりも条件が良い。今月もその影響からか、増税の影響は少なくて済んでいる。夏には店側の仕掛けにもよるが、消費は回復しそうな気配がある（近畿＝百貨店）。 ・消費増税前の駆け込み需要の反動減が思ったほどなく、ボーナス商戦を迎える7月ごろから上向きになる可能性もある（九州＝家電量販店）。
□			・消費税増税の影響は当社では少なく、レストラン部門は前年並み又はやや上昇している。その他部門においても前年比を上回っており、大幅に状況が変わる要因は見当たらない（九州＝都市型ホテル）。
企業 動向 関連		▲	・消費増税前の駆け込み需要の反動減が予想より厳しい。2～3か月で回復する基調にはみえない（東海＝乗用車販売店）。
		○	・ものづくり助成金や設備投資促進税制などを最大限に利用し、競争力の強化と生産性向上のための大規模な設備投資を予定しており、これらの効果が夏から秋にかけて出てくる（近畿＝化学工業）。
雇用 関連		□	・輸送用機器関連と電子機器関連はともに、日本向けについては駆け込み需要の反動減があるが、世界的には堅調であると見込む（中国＝非鉄金属製造業）。
雇用 関連	□	・新規で入ってくる求人は引き続き前年を10%程度上回っており、消費税増税の影響はあまり感じないので先行きも変わらない（南関東＝民間職業紹介機関）。	

図表19 現状判断の理由別（着目点別）回答者数の推移

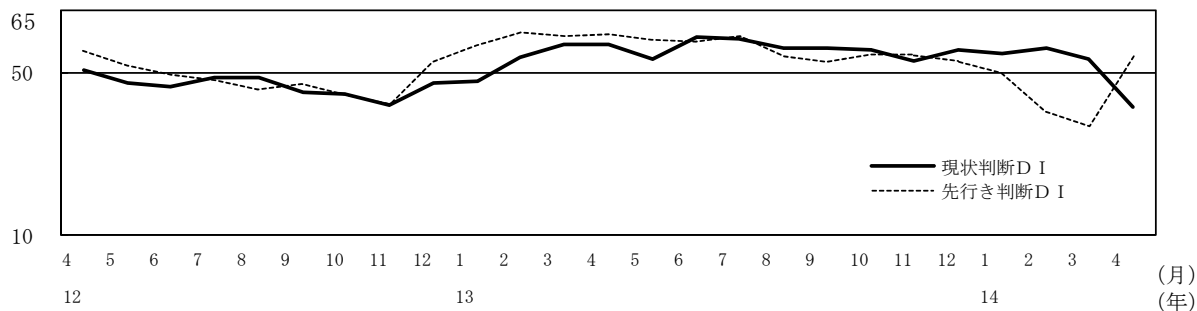


# 1. 北海道

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由	
	現状	家計 動向 関連	□	・今前半は消費税増税の影響もあり、非常に売上が良くなく、10日ごろまでは前年比80%程度で推移していた。ただ、その後の回復が意外と早く、後半になってから盛り返してきている。月全体では普段の月とあまり変わらない売上となっている（一般小売店〔酒〕）。
▲			・3月の消費税増税前の駆け込み需要の反動で、来客数が減少しており、客単価も低下している。特に高額商材はほとんど売れていないのが現状である（商店街）。	
×			・4月1日から消費税が増税されたことで、客の様子が一変した。春物を含めて衣料品の動きが非常に厳しい状況にある。来客数は前年比90%台で推移しているが、売上が大きく減少しており、前年比80%台前半になりそうである（百貨店）。	
企業 動向 関連		□	・段ボール生産工場の3月の生産が消費税増税対策で増産となったため、4月は反動が出ると思っていたが、実際は落ち込みもなく順調な生産となった（輸送業）。	
		▲	・消費税増税により住宅着工が落ち込んでいる。個人消費も百貨店や乗用車の売上に反動減がみられる。建設技能者などの人手不足感も強く、工事の遅れが出ている（金融業）。	
		○	・前年度の積み残しによるものが大半であるが、やや良い状況にある（その他サービス業〔ソフトウェア開発〕）。	
雇用 関連		□	・求人数に関しては、各種景気動向の発表と同じように、年初から底堅く推移しており、経済状況が一段上がっている（求人情報誌製作会社）。	
		○	・企業側の採用活動が非常に活発である。内定出しも前年より時期が早いうえ、件数も増えている。各企業の採用予定人数も概ね増加している（学校〔大学〕）。	
その他の特徴 コメント			◎：求人数ニーズは、心配された消費税増税の影響を感じることもなく推移している。先行きの不安はまだあるにしても、目先の忙しさや人手不足を解消しようとする動きに変化はみられず、むしろもう一段強くなった感さがある（求人情報誌製作会社）。 ○：平日は相変わらず閑散とした日もあるが、土日は海外旅行、国内旅行の申込が増えている。金額だけではなく、内容重視の相談も多く、結果的に単価の高い商品も売れている（旅行代理店）。	
先行き		分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・身の回りの人の給料に変化がない状況であることから、生活を守るために安売り商品を追い求めるという行動は今後も変わらない（商店街）。	
		○	・消費税増税により消費行動が大きく変化しているが、すべてを節約するとは考えにくく、節約するものと、お金を掛けるものとの消費の二極化が進む。また、来客数は4月を除き上昇傾向にあったため、今後、景気はゆっくりと上向くことになる（スーパー）。	
	企業 動向 関連	□	・個人消費は雇用が改善していること、夏の賞与の増額が見込まれることなどから、消費税増税後の反動減は徐々に薄れる（金融業）。	
		○	・客先の仕事量は充分確保されていることから、5月中旬から従来どおりの景況感に戻るようになる（その他非製造業〔鋼材卸売〕）。	
	雇用 関連	□	・前月のように極端に求人数を増やしたり、減らしたりした業種もなく、全業種を通じて高い求人件数を維持しているため、今後しばらくはこの状態で推移する（求人情報誌製作会社）。	
その他の特徴 コメント			▲：客の消費税増税に対する意識が非常に強く、特に平日の売上が大幅に落ち込んでいることから、主婦層の買い控えを感じる。被服需要の低さを考慮すると、支出の優先度は低く、先行きの景気が上向きとはならない（衣料品専門店）。 ▲：円安による燃料価格の高騰が続いていることや、消費税増税後の増税分を価格に転嫁できない零細企業などで企業活動に悪影響が生じること、消費者の買い控えなどによる企業収益の悪化が懸念されることなどから、今後についてはやや悪くなる（職業安定所）。	

(D I) 図表20 現状・先行き判断D Iの推移



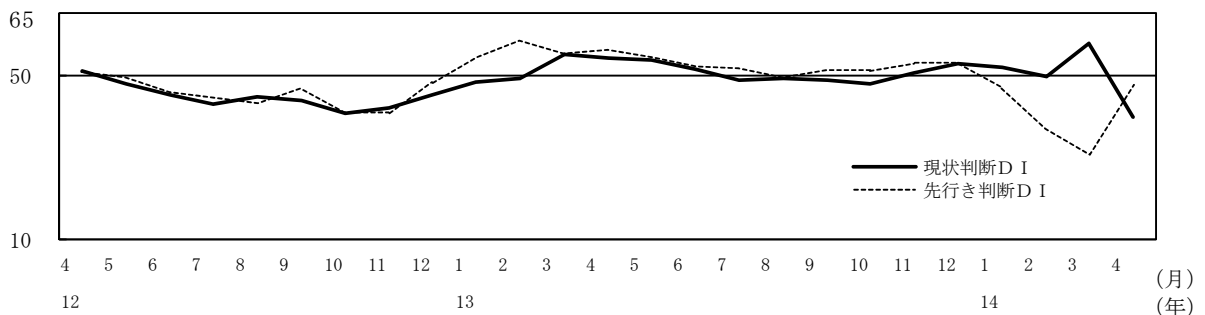


2. 東北

(◎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	□	・消費税増税に伴い、メニュー内容も増税分の値上げを実施したが、宿泊数、宴会数、レストラン来客数に変化は見られない（都市型ホテル）。	
		▲	・消費税増税によるマイナスの影響が、3月の駆け込み需要のプラスの影響を上回り、トータルでマイナスの状況にある。特に、4月第1週の来客数及び販売点数に大きな影響が出ている（百貨店）。	
		×	・来客数、売上共に過去最低の状況である。客が0人の日が5日も発生している。消費税増税前の駆け込み需要で、宿泊レジャーに回るお金が減少し、地域の他の観光施設も軒並み売上が減少している（観光型旅館）。	
	企業動向 関連	□	・同業他社では消費税増税後に受注量が減少している話を聞くが、当社では消費税増税前と同じように受注量は順調に推移している（建設業）。	
		▲	・自動車部品については、消費税増税前の駆け込み需要の反動減の影響が出てきている。それに加えて新興国経済の陰りによって、輸出環境がやや悪化してきている（一般機械器具製造業）。	
		○	・消費税増税に伴う印刷物などの表示表記変更の仕事があり、非常に忙しかった前月に続き、今月も若干忙しくなっている（広告代理店）。	
	雇用 関連	□	・求人数は増加しているものの、全国平均には及んでいない。また、正社員以外の求人の割合が高い（職業安定所）。	
		○	・震災復興に関連した仕事が増えている（アウトソーシング企業）。	
	その他の特徴 コメント			○：今年は雪解けが早かったため、客の動きも例年より早い。消費税増税の影響を懸念したが、飲食店などへ足を運ぶ消費者も増加傾向にあり、それに伴い全体的な販売量も増えている。特に今月はビール類の販売量が増加している。ただ、状況がいい店と悪い店の差が更にはっきりしている傾向がみられる（その他専門店 [酒]）。 ▲：消費税増税前の駆け込み需要時の各商店の売り込み姿勢に比べ、4月はあきらかに近い弱腰感がうかがわれる。商店街への来街者数も2割程度減少している。消費税増税への過剰反応のようにも見受けられる（商店街）。
	先行き	分野	判断	判断の理由
家計動向 関連		□	・消費税増税の影響は少しずつ落ち着いてくるが、地方ではベースアップなどができる企業は限定されており、購買意欲がすぐに向上するとは考えにくい（百貨店）。	
		○	・消費税増税前のまとめ買いによる家庭内在庫も2、3か月先には無くなるころなので、徐々に回復してくる（スーパー）。	
企業動向 関連		□	・消費税増税の影響により、住宅部材の販売量は2、3か月は低迷すると予想している（木材木製品製造業）。	
		▲	・マンション建築工事や道路補強工事などは前年度中に終わっているものが多く、消費税増税後の発注は少ない状態である（土石製品製造販売）。	
雇用 関連		□	・管内では、堅調な求人数が激減する要素は見受けられないが、消費税増税による卸売・小売業を中心とした買いだめや買い控えにかかる業績増減の影響も考えられるため、プラスマイナスで変わらない（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント			○：消費税増税前の駆け込み需要の反動は、想定していたよりは小さい。逆に消費税増税後の対策のため、原価低減、付加価値拡大など、各企業の施策が活発であり、新製品開発サイクルも短くなる傾向があるため、総合的に考えて徐々に景気は良くなっていくと予測している（電気機械器具製造業）。 ▲：5月以降の予約は多少入っている。しかし、消費税増税による出費の増加に対して消費者は防御の体制に入っていくとみられるので、2、3か月後は今月よりも渋い状況に変わっていくと予想している（一般レストラン）。	

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの推移

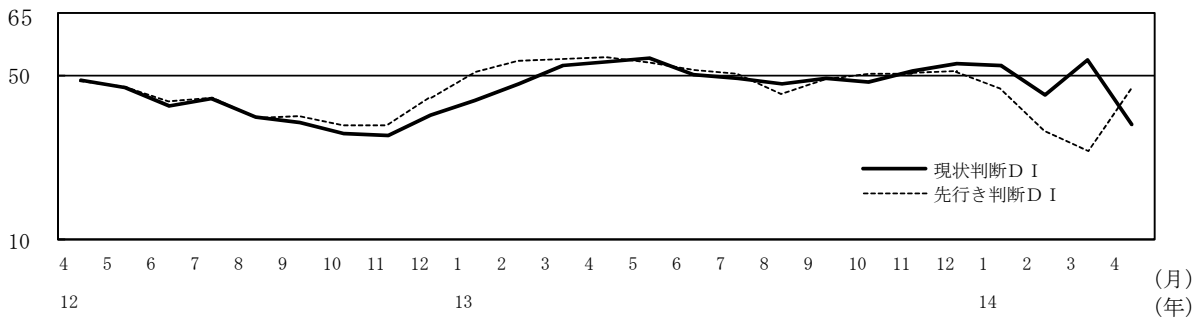


### 3. 北関東

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由	
現状	家計動向関連	□	・来客数に関しては例年より若干ではあるが上向きに転じている。しかし、単価、販売量等はすべて横ばいの状態が続いているので、変わらない(その他サービス[立体駐車場])。	
		▲	・消費税増税前に売れた化粧品をはじめとする消耗品関連の売上ダウンが顕著である。各商品とも徐々に持ち直しつつあるが、消費税増税の影響は大きい(百貨店)。	
		×	・車の販売及びサービス工場併設の店舗であるが、今月とはかく悪い。3か月前は良かったが、3割～4割減の話ではなく、今月は6～7割減少という状況である。サービスの在庫も少なく、車の販売も悪い(乗用車販売店)。	
	企業動向関連	□	・オリンピック関連で東京のビルの解体工事を請負うなど忙しい業種が一部あるが、全体的に大きな動きはない(社会保険労務士)。	
		▲	・やはり消費税増税の関係なのか、4月の半ばからぐっと減速し、2割ぐらい売上が落ち込み始めている。回復するのは秋口かと思うので、それまでは辛抱かと思う(電気機械器具製造業)。	
		○	・大手自動車メーカーの3か月見通しでは、4月の消費税増税での反動で4～5月は大幅に落ち込んでいるが、非常に高水準の中での落ち込みなので、フル生産が続いている(輸送用機械器具製造業)。	
	雇用関連	▲	・4月の消費税増税により小売業全般の売上が低迷、パートやアルバイトなどの募集も前月と比べると少なくなっている。今後も積極的に求人をする企業はあまり望めない(求人情報誌製作会社)。	
		□	・3月末の求職者の採用率は例年どおりであり、求人市場の状況に変化はない(学校[専門学校])。	
	その他の特徴コメント			◎：このところ好調で、12～13年ぶりに売上が元に戻っている。これが長く続けば良い(人材派遣会社)。 ○：4月前半は消費税増税の影響により厳しい状況だったが、その後は販促効果もあり、集客増及び販売量の増幅につながっている(スーパー)。
	先行き	分野	判断	判断の理由
家計動向関連		□	・アベノミクスの経済効果は都市部ばかりで、地方の末端の業者においてはなかなか表れてこない(一般レストラン)。	
		○	・消費税増税の影響も落ち着いて、エアコン、冷蔵庫等の動きに期待できると思う(一般小売店)。	
企業動向関連		□	・消費税増税の影響はそれほどないように思う(窯業・土石製品製造)。	
		○	・市内及び周辺エリアを対象としたミニコミ紙の4月の広告売上料は前年を上回り、5月も上回る見込みである。量販店の店長の中には、4～5月は買いだめの反動で落ちるが、戻りは早いのではないかと楽観視している人もいる(新聞販売店[広告])。	
雇用関連		□	・一部企業において、受注増に積極姿勢を取りつつある背景も感じられるが、消費税増税による影響で、経営者が慎重姿勢を崩さない傾向が目立つ(民間職業紹介機関)。	
その他の特徴コメント			◎：6月以降は新車販売が出てくるので様変わり状況になってくる。当社始まって以来の受注量を抱え、現在フル生産の状況が続いており、在庫積み増しという形で動いている。これは北米を中心とした輸出が好調なためであり、3か月くらいはフル生産の状況が続いていく。国内については新車効果がこれから出てくるかどうかというところが非常に興味のあるところである(輸送用機械器具製造業)。 ○：消費税増税後の反動減の期間はさほど長くなく、落ち着きを感じると共に徐々に消費等も持ち直し、企業の投資活動も起きてくると考えられる(経営コンサルタント)。	

(D I) 図表22 現状・先行き判断D Iの推移

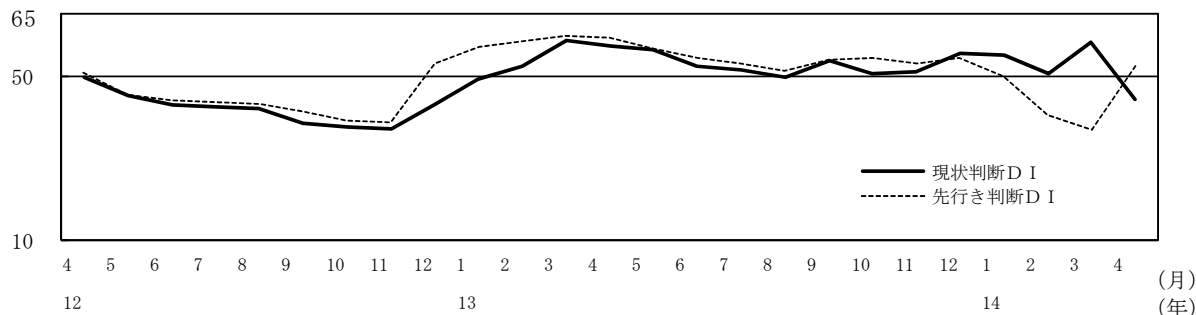


#### 4. 南関東

(◎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	□	・消費増税による駆け込み需要で、先月は前年比 160~170%に伸びた。4月は前年同月比で約8割であり、駆け込み需要の影響が反映された結果となっている。ただし、潜在的需要はまだあるので、後半6~7月以降になれば持ち直すのではないかと考えている(乗用車販売店)。	
		▲	・客は、消費増税前の駆け込み需要の反動により当面は買い控えをしている様子で、今まで以上に価格にシビアになってきている(スーパー)。	
		×	・想定されていたことではあるが、宝飾品、特選などの高額品、化粧品、肌着など消耗品を中心に、消費増税前の駆け込み需要の反動減が出ている(百貨店)。	
	企業 動向 関連	□	・一部の業態いわゆる復興関連の対策事業など、景気に活発な影響が出ているところも出てきているが、当業界では景気の先行きははっきり見えない(電気機械器具製造業)。	
		○	・消費増税後も、売上は前年と比べそれほど落ち込んでいない(税理士)。	
		▲	・消費増税に伴う駆け込み需要の影響から、スーパーやガソリンスタンド等の小売業を中心に業況が悪化している。建設、不動産は増税の影響は少ないものの、中小企業金融円滑化法で持ちこたえてきた企業の一部に事業継続を断念する動きが見られる(金融業)。	
	雇用 関連	□	・新卒求人獲得数は前年同月比で微増の状況であり、大きな変化はない(学校[専修学校])。	
		○	・各企業とも欠員補充に際して、人材派遣の利用をここ数年凍結していたが、業務繁忙に伴う欠員補充のため、人材派遣を再度利用する企業が増え、求人数の増加につながっている(人材派遣会社)。	
	その他の特徴 コメント			◎：サラリーマン等の来客数が増えてきて、順調に前年をクリアするようになってきている。前年比10~20%のプラスと、景気が多少戻ってきたような感じである(一般レストラン)。 ○：取引先が将来のことを見据えた、事業の根幹に影響の出るようなプロジェクトを動かそうとしている様子で、目先の利益だけを考へてはいないようなので、やや良くなっている(設計事務所)。
	先行き	家計 動向 関連	□	・まだ消費増税の影響が不透明なため、景気は変わらない(コンビニ)。
○			・現在でもトレンド性の強い一部のファッションアイテムは前年を上回る実績を残していることや、来客数はほぼ前年並みの水準で推移していることから、2~3か月先には消費増税に伴う駆け込み需要の反動減は一段落し、緩やかな回復に向かうと思われる(百貨店)。	
企業 動向 関連		□	・景気回復と聞いてもう長い、地方での営みにはいまだ全く波及がなく、恐らく今後も波及はないだろうと感じている(広告代理店)。	
		○	・現在の状況は、消費増税による一時的なものだと思うので、少し良くなる(食料品製造業)。	
雇用 関連		□	・新規で入ってくる求人は引き続き前年を10%程度上回っており、消費増税の影響はあまり感じないので先行きも変わらない(民間職業紹介機関)。	
その他の特徴 コメント			◎：4月の売上状況から判断すると、消費増税の影響は早い時期になくなるのではないかと。ゴールデンウィークの消費喚起次第である。5月に回復基調に入り、6月は平時に戻ると考えている(百貨店)。 ○：新商品の開発と海外への輸出の増強に取り組んでおり、じわじわとその効果が表れるものと期待している(電気機械器具製造業)。	

(D I) 図表23 現状・先行き判断D Iの推移

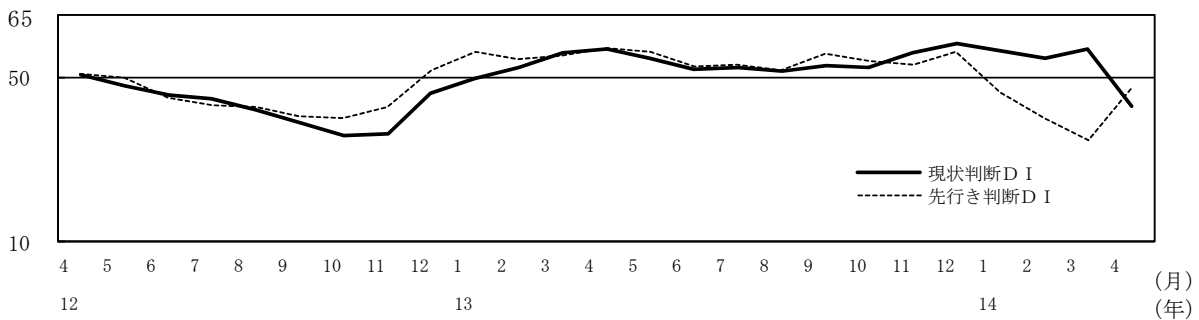


5. 東海

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由	
現状	家計 動向 関連	□	・消費税増税前の駆け込みによる来店はほとんどなかったこともあり、4月以降もその反動はない。来客数は、ほぼ前年並みの動きで推移している（高級レストラン）。	
		▲	・消費税増税後の反動もあり、高額品を中心に幅広い商品群で大きな影響が出ている。日を追うごとに数字は良くなりつつあるが、影響は長引きそうである（百貨店）。	
		×	・新車販売台数は、前月までの受注残に助けられて何とか数字を残すことができたが、純受注台数は2割弱落ち込んでいる。新型車両が発表されたにもかかわらず、店頭には活気がない（乗用車販売店）。	
	企業 動向 関連	□	・4月第1週は、消費財の荷量が激減したが、2週目以降は前年並みで推移している。輸出入関連の荷動きは落ち込むことなく好調を維持している（輸送業）。	
		○	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で受注量が一気に減ることを心配したが、特段落ち込むこともなく、前年と同程度の受注量で推移している。客先の生産量も、3月ほどの勢いはないが特に落ち込んではいない（窯業・土石製品製造業）。	
		▲	・消費税増税の影響により、3月下旬からオーダー数が減少している（輸送用機械器具製造業）。	
	雇用 関連	□	・自動車生産に関しては、4月以降、消費税増税前の駆け込み需要の反動が予想されたが、新型車種で増税前の受注残があるため、それほど落ち込みはない（アウトソーシング企業）。	
		○	・求人数は前年度よりも更に増加する傾向にあり、大企業だけでなく中小企業にまで採用のすそ野が広がっている（民間職業紹介機関）。	
	その他の特徴 コメント			○：夜の繁華街は相変わらず人出が少ないが、前年同月よりは、やや人出がある。高速道路を利用する中距離の客が多少増加しているため、1乗車あたりの単価は少し上昇し、売上も少し良くなっている（タクシー）。 □：取引先の自動車部品メーカーでは、4月以降も高い稼働率を維持している（金融業）。
	分野		判断	判断の理由
先行き	家計 動向 関連	□	・2か月先までの予約状況を見ると、予算にはあと一歩であるが、現時点で前年実績をクリアできる模様なので、景気は変わらないとみる。食堂の利用は、個人客と法人客はともに冷え込んでいるが、一般宴会の予約が確実に入っている。また、宿泊も横ばいを維持している（観光型ホテル）。	
		▲	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減が予想より厳しい。2～3か月で回復する基調にはみえない（乗用車販売店）。	
	企業 動向 関連	□	・大型プロジェクトも動き出すので仕事量に不安はないが、材料高などにより収益に繋がるかが心配である（金属製品製造業）。	
		▲	・4月には思ったほど消費税増税の影響は少なかったが、この先は業種によって変化が出てくると思われる。価格転嫁のできない小規模事業者にとっては、回復どころか先行きは落ち込むとの予想で、賃金上昇という声は聞かない（会計事務所）。	
	雇用 関連	□	・消費税増税の影響が懸念されたが、4月以降も企業からの引き合いは衰えることなく、好景気感が持続している。当面は現状を維持すると思われる（人材派遣会社）。	
その他の特徴 コメント			○：消費税率引上げ後の国内自動車販売台数の減少は想定範囲内であり、今後は新車種投入効果により徐々に持ち直してくると予想する（金融業）。 □：今年のゴールデンウィークの傾向が「プチゼいたく」と総称されるように、客の傾向は普通より少しぜいたくな旅行を志向している。海外旅行需要が減少している一方、飛行機を利用した沖縄や北海道方面の旅行が増えている。家計にも少し余裕が生じていると思われる（旅行代理店）。	

(D I) 図表24 現状・先行き判断D Iの推移

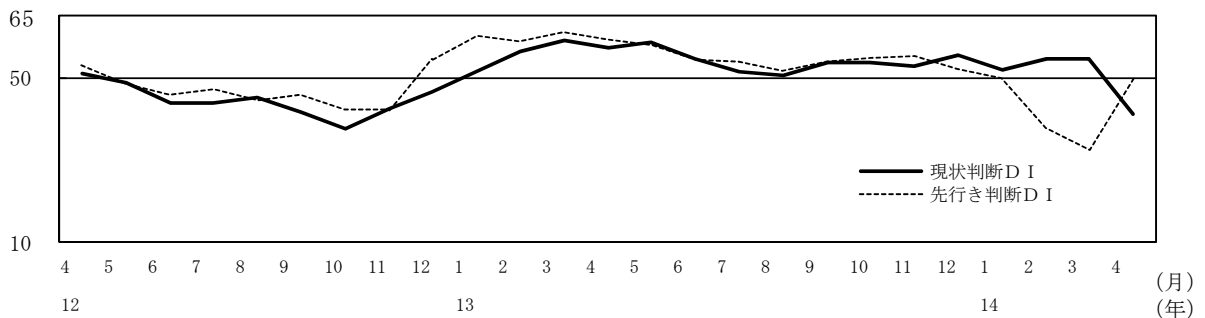


6. 北陸

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由	
現状	家計動向 関連	▲	・消費増税後、来客数が減少し、4月下旬になっても前年同月を下回っている。あと1～2か月間経過しないと来客数は増加しないと考えている（スーパー）。	
		□	・消費増税の影響も想定していたほどではなく、極端な買い控えは少ない。特に低価格な商材について節約するという意識は弱い（百貨店）。	
		×	・今年4月の売上は催事などの要素を除くと前年同月比で15%低下している。また、3月と比較して、消費増税の反動による影響が出ている（衣料品専門店）。	
	企業動向 関連	□	・一部、消費増税前の駆け込み需要や消費増税後の反動などはあったが、全体的には比較的堅調に推移している（精密機械器具製造業）。	
		▲	・4月の消費増税から幾分販売量の減少がみられる。ただし、想定していたほどの落ち込みではなく、影響は小さい（食料品製造業）。	
		○	・4～6月の受注量は前年同月比で5～6%増加している。状況は少しは前向きになりつつある（繊維工業）。	
	雇用 関連	□	・4月の求人広告売上は、前年同月比7割であった。全体としては3か月前とほとんど変わっていない（新聞社 [求人広告]）。	
		○	・新規求人数は前年同月比3.1%増加した。そのうちサービス業においては、前年同月比6.9%増加した（職業安定所）。	
	その他の特徴 コメント		○：北陸新幹線工事関連で事業の動きがある。また一般の建設業界でも退職した技術者、建築士などの資格者に復帰の要請があるほど人手不足とのことである（司法書士）。 ▲：欧州の暖冬の影響を受けて、主力のウィンタースポーツ関係の受注が前年同月を下回る状況となっており、受注面で苦勞している。全体的にコストが上昇しており、単価についての改善が必要だが、単価交渉についても成果は限定的である（繊維工業）。	
	先行き	家計動向 関連	□	・客が新税率に慣れるまでしばらくかかりそうである。また、消費増税前に購入された分の反動から回復するまでに3か月以上要すると考えている（家電量販店）。
○			・消費増税後の反動は、一部の商品にみられる程度で、全体を引き下げるまでには至っていない。総じて緊縮感は薄く、5月以降のベースアップによる消費拡大効果や、夏のボーナス消費に期待が持てる（その他小売 [ショッピングセンター]）。	
企業動向 関連		□	・為替、株価も安定した状態が続いており、現在の引き合い状況からも、今後2～3か月の状況は急激に変動しないと考えられる（一般機械器具製造業）。	
		○	・消費増税の影響が不透明であるが、当面は業界全体の工事施工能力が手一杯で、受注価格競争の緩和状態が続くと考えられる（建設業）。	
雇用 関連		□	・求人広告の件数は3月は突出しているが、半年前から漸減傾向にある。ただし、新卒採用に対する企業の意識は非常に高く、合同企業説明会は盛況である（新聞社 [求人広告]）。	
その他の特徴 コメント		○：事前先行予約の状況を見ると、国内の客の動きはやや不透明ではあるものの、この先2～3か月は団体客を中心に前年同月を上回る状況である。また、インバウンド客については引き続き順調に推移すると考えられることから、この先2～3か月の状況は現在よりやや向上で推移すると考えている（テーマパーク）。 □：全国大会などのイベントが、来春の北陸新幹線開業以降の開催になり、宴会、宿泊関係が非常に厳しくなると想定されるが、ビジネス客、インバウンド宿泊などの増加により全体としては状況は変わらない（都市型ホテル）。		

(D I) 図表25 現状・先行き判断D Iの推移



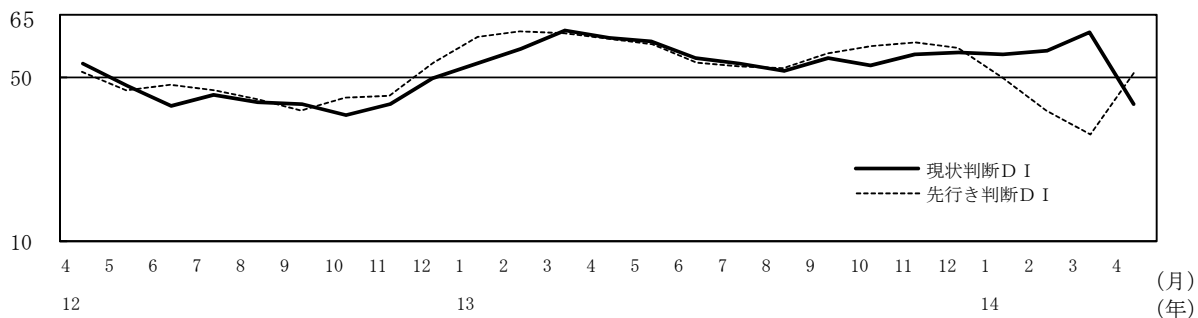
7. 近畿

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由	
現状	家計 動向 関連	▲	・消費増税前の駆け込み需要は前回よりも多かったが、増税後の落ち込みは前回よりも小さい。ただし、12~13%は前年の売上を下回っている（百貨店）。	
		□	・消費増税の影響で多少の売上減を予想していたが、たばこのまとめ買いの反動を除けば、来客数、客単価ともにほぼ変化しておらず、消費増税の影響はほとんど感じられない（コンビニ）。	
		○	・客の受注状況が改善しているほか、消費増税前の駆け込み需要の好影響も続いている。パソコンの基本ソフトのサポート終了による需要も継続している（通信会社）。	
	企業 動向 関連	□	・消費税率の引上げによる駆け込み受注の反動減で、一時的に落ち込んでいる（金融業）。	
		▲	・4月からの価格改定を機に、朝夕刊をセットで購読していた読者が、夕刊を止めて、朝刊だけの購読に切り替える動きが増えている（新聞販売店 [広告]）。	
		○	・消費増税による駆け込み需要が多少あり、今月の荷動きは悪くなると考えていたが、予想したほどではない。業務用の商品で1か月ぐらいの在庫分を増税前に購入した顧客もあったが、20日過ぎには新たな発注も入ってきた。意外にほかの商品の荷動きも良くなっている（食料品製造業）。	
	雇用 関連	□	・阿倍野地区での商業施設の開業効果で、求人数に良い影響が出ている。飲食店をはじめとする求人募集が増え、現場をみても新しい顔ぶれが目につく。肝心なのはこの効果が継続することであり、そのためには大型プロジェクトが常に新しい情報を発信しながら、売上を確保することが求められる（新聞社 [求人広告]）。	
		○	・毎年4月は落ち込みが激しいが、今年に限っては大きな落ち込みはない（人材派遣会社）。	
	その他の特徴 コメント			▲：消費税率の引上げによって購入意欲が低下し、販売台数が減っている（乗用車販売店）。 ▲：ゴールデンウィークは日並びも悪く、予約は前年を10%程度下回っている。消費増税で3月に普段よりもお金を使った客が多く、その反動減も影響している（旅行代理店）。
	先行き	家計 動向 関連	□	・想像していたよりも、消費増税による消費者の購買意欲への影響は小さい（住関連専門店）。
○			・賃金のベースアップや株価の下支えなど、前回の消費増税時よりも条件が良い。今月もその影響からか、増税の影響は少なく済んでいる。夏には店側の仕掛けにもよるが、消費は回復しそうな気配がある（百貨店）。	
企業 動向 関連		□	・海外輸入原料の高騰分を、販売価格に転嫁できない状況が続いている（化学工業）。	
		○	・ものづくり助成金や設備投資促進税制などを最大限に利用し、競争力の強化と生産性向上のための大規模な設備投資を予定しており、これらの効果が夏から秋にかけて出てくる（化学工業）。	
雇用 関連		□	・4月に入っても新規求人数は大きな動きもなく、ほぼ前年並みである。窓口での聴取によると、消費増税の影響は少ないといった声や、影響があっても業績は前年の90~95%で推移するとの声が多い（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント			○：消費増税の影響については、想定以上に早く回復の兆しがみられる。賃金のベースアップからボーナス時期へとスムーズに移行できれば、良い方向に向かうことが期待される（スーパー）。 □：食品の場合は賞味期限のある物とない物があり、賞味期限のない物は消費増税前にかなり動いたため、増税後の荷動きは悪いと聞いている。賞味期限のある物は、先行きも安定した荷動きとなる（食料品製造業）。	

(D I)

図表26 現状・先行き判断D Iの推移



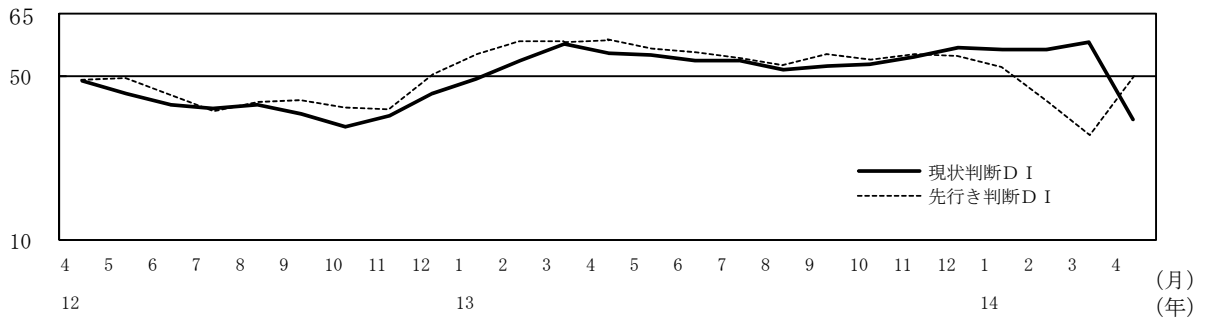
8 . 中国

(◎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		▲	・3月までは、売上が前年比で100%を超えている店舗が5割程度あったが、4月は消費税増税の実施もあり、100%を超える店舗は約3割となっている。テナントの店長も、4月当初はさっぱり客が来なかったと言っている（百貨店）。
			□	・駆け込み需要の恩恵を受けず消費税増税を迎えたので、当社では増税による月額支払料金アップのマイナスの影響は目立っていない（通信会社）。
			×	・消費税増税前には、来客数と売上は前年の150%で推移していたが、増税後の4月は来客数が前年の70%、売上が80%になっている（家電量販店）。
	企業 動向 関連		□	・自動車の生産台数は先月計画から上方修正となっていることや、建築関連も一時の様子見から再び堅調に荷動きし始めていることなど、消費税増税後に懸念された反動減は想定よりも小さい（鉄鋼業）。
			○	・国内造船各社の順調な新規受注に期待している。船価の問題はあるが、造船不況以降落ちていた建造ペースが、少しずつ戻りつつある（輸送用機械器具製造業）。
			▲	・3月は年度末で荷動きが活発であったが、4月に入り鈍くなっている（輸送業）。
	雇用 関連		□	・依然として企業の採用意欲は高いものの、一時期ほどの伸びはなく落ち着いてきている（民間職業紹介機関）。
			○	・自動車業界、福祉業界や建設業界といった特定の業種だけでなく、幅広い業種から多数の求人が発生している（人材派遣会社）。
		その他の特徴 コメント		□：4月には消費税増税の影響が出ると思っていたが、それほど大きな影響はない。建設業や製造業も、慌ただしい時期は過ぎたが、まだ忙しさの余韻が残っており、落ち着いた状態にはなっていない（会計事務所）。 ▲：消費税増税後の一時的な消費行動の抑制は想定範囲内であったが、ホテルではレストランの来客数が顕著に減少している。ただ法人企業の利用については、定例の受注を前年並みに受注している（都市型ホテル）。
	先行き	分野	判断	判断の理由
家計 動向 関連			□	・当店が取り扱う日用品や衣料品は一品当たりの単価が高くないため、消費税増税の影響は小さい。しかし、販売量が今後2～3か月で回復するとは思えず、当面は厳しい状況が続く（スーパー）。
			○	・前回の消費税増税時よりも回復が早い傾向がある。企業のベースアップも手伝って、6月後半から7月前半には前年ベースに戻る（その他小売[ショッピングセンター]）。
企業 動向 関連			□	・輸送用機器関連と電子機器関連はともに、日本向けについては駆け込み需要の反動減があるが、世界的には堅調であると見込む（非鉄金属製造業）。
			▲	・業種によっては人手不足で工事に着手できないところがある（建設業）。
雇用 関連			□	・消費税増税の影響は現時点ではほとんど感じられないが、一部の製造業では需要の先食いによる稼働率の低下が予想される（人材派遣会社）。
その他の特徴 コメント		□：ボーナス支給までは、景気は横ばいかマイナスと想定するが、ボーナス支給後は夏に向けて個人消費も若干上向きになる（旅行代理店）。 □：ゴールデンウィークが明けると、季節的に外食の機会が少なくなる。また、消費税増税により節約意識が出てくると思われ、景気動向は下降に向かう（一般レストラン）。		

(D I)

図表27 現状・先行き判断D Iの推移

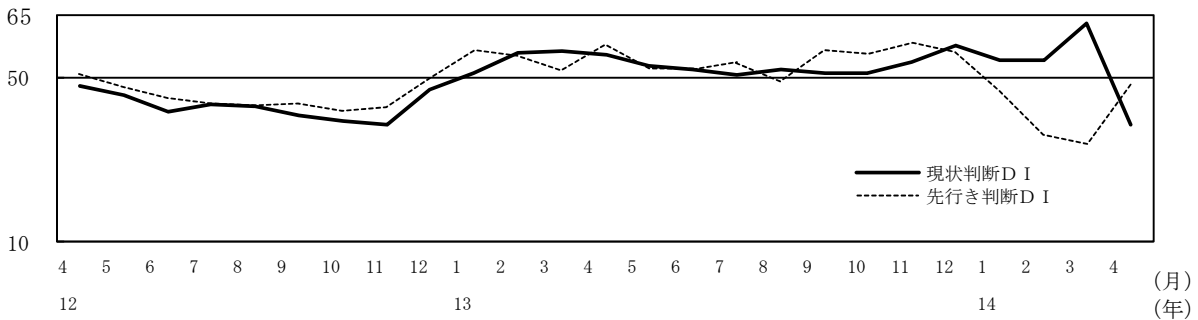


9 . 四国

(◎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	×
□			・消費税増税の影響はさほど無かった（その他飲食 [ファストフード]）。
▲			・消費税増税前の駆け込み需要がみられた化粧品、日用品に反動減が生じている（その他小売 [ショッピングセンター]）。
企業 動向 関連		□	・例年は手持ち業務量が減少する時期だが、今年は確保できている。競争相手や同業他社では、新卒採用増や賃上げなどの意欲も出ており、ここ10年間で最も景況感が良くなっている（建設業）。
		○	・消費税率引上げによる落ち込みは、予想したほどではなかった（パルプ・紙・紙加工品製造業）。
		▲	・3月は消費税増税前の駆け込み需要があったが、4月以降はその反動減がある。3か月平均すると前年並みに落ち着くものと思われる（繊維工業）。
雇用 関連		○ □	・消費税増税で求人数の減少が心配されたが、製造業では増加している（人材派遣会社）。 ・消費税増税に伴い、消費意欲は停滞している。特に自動車、家電、貴金属関係は大きく影響を受けている。おそらく3か月から半年は回復しないのではないか（人材派遣会社）。
	◎ ▲	— ・今月は介護老人施設などのオープンが多数あり、不動産以外では消費税増税による落ち込みは小さかった。求人広告も前月のレベルを維持した（新聞社 [求人広告]）。	
その他の特徴 コメント			▲：印刷サイズダウンあるいは回数減等により得意先の販促広告費が削減されている（広告代理店）。 ×：消費税増税前の駆け込み需要のあった商品部門に落ち込みがあった（スーパー）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連	□	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減がしばらく続きそうだ（乗用車販売店）。
		○	・消費税増税後の落ち込みが予想していたほどではなかったため、5月以降の回復は早いとみている（百貨店）。
	企業 動向 関連	□	・民間工事受注量は増えると思っているが、利益は見込めそうにない（建設会社）。
		○ ▲	・消費税増税の影響は大きくない。消費動向も衰えを感じていない（食料品製造業）。 ・造船関連の受注量はしばらくは減少する見込みである（鉄鋼業）。
	雇用 関連	□	・人材不足が解消されず、求人を出し続けなければならない企業が多い（求人情報誌製作会社）。
その他の特徴 コメント			○：日並びが良いとはいえない今年のゴールデンウィークは昨年より申込が少ないものの、早くも夏期の家族旅行の申込が増えつつある（旅行代理店）。 ▲：消費税増税の影響は大きく、少しでも安い店を探して客が流れる。生鮮商品においては品質を落とさず価格を維持した少量パックなどの商品へのシフトが進んでいこう（スーパー）。

(D I) 図表28 現状・先行き判断D Iの推移





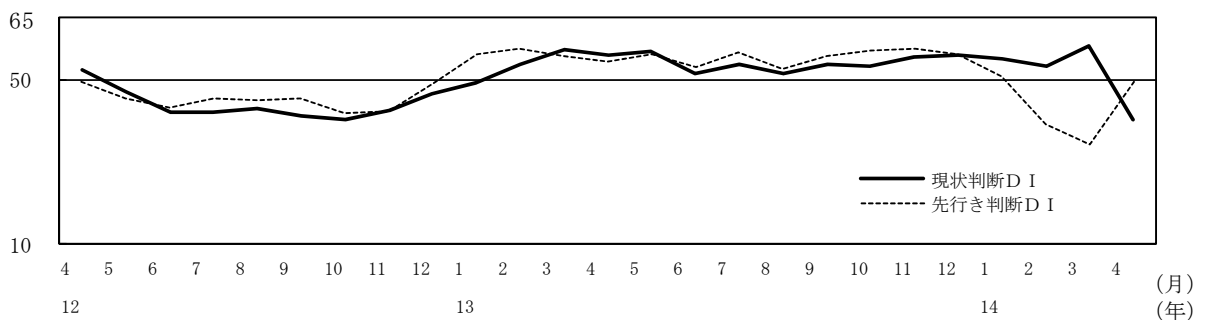
10.九州

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由	
現状	家計 動向 関連	▲	・消費増税の全体的な影響は想定範囲内ではあるが、来店客数や客単価は減少しており、大型テナントほど厳しい状況で推移している（百貨店）。	
		□	・来店客数にあまり変化はない。良くも悪くもなく落ち着いている。消費増税もあまり関係ないようだ（衣料品専門店）。	
		×	・消費増税前の駆け込み需要の反動減が予想以上に大きい。大型商品の成約率が大きく低下している（家電量販店）。	
	企業 動向 関連	□	・消費増税はあまり景気に影響していないようだ。悪いとも良いとも言えない（食料品製造業）。	
		○	・3月は消費増税前の駆け込み需要があったため、今月はその反動減を予測していた。しかし、前年と同程度の受注があり、それほどの落ち込みはなかった。3月の駆け込み需要の影響を除いても、1月以降、受注額、受注件数は確実に前年比10%程度伸びている（家具製造業）。	
		▲	・全業種で消費増税前に比べ、月次の売上高は減少している（金融業）。	
	雇用 関連	○	・雇用情勢は相変わらず上昇傾向にあり、雇用形態は派遣から契約以上の直接雇用案件が増えている（人材派遣会社）。	
		▲	・ここ半年程度、前年以上の求人依頼数であったが、4月は求人依頼数が前年割れとなっている（人材派遣会社）。	
			□	・求人数は前年同期比で増加しており、消費増税の影響は今のところみられない（職業安定所）。
		その他の特徴 コメント		□：4月の売上は消費増税の影響でかなりの落ち込みを予想していたが、落ち込みは予想より少なくほっとしている。ただ、鳥インフルエンザの発生により、スーパー向け商品の一部に少し影響が出ている。豚肉は加工メーカー筋の引き合いが相変わらず強く、対応できていない状況である（農林水産業）。 ▲：消費増税の影響で、客数は前年同月比で7%程度減少だったが、販売量が前年同月比10%超で減少している。特に、身の回り品の販売量が減少しており、前月まで続いた買いだめの影響が顕著に表れている（スーパー）。
先行き	分野	判断	判断の理由	
	家計 動向 関連	□	・消費増税の影響は当社では少なく、レストラン部門は前年並み又はやや上昇している。その他部門においても前年比を上回っており、大幅に状況が変わる要因は見当たらない（都市型ホテル）。	
		○	・消費増税前の駆け込み需要の反動減が思ったほどなく、ボーナス商戦を迎える7月ごろから上向きになる可能性もある（家電量販店）。	
	企業 動向 関連	□	・1～3月の出荷は順調であったが、新規物件の受注量が大きく落ち込んだ。4月に入って中・小物件を中心に受注量が回復してきたが、今後も続くのか不透明である。マンションの着工も一時期より減っているようで需要の把握が難しい（鉄鋼業）。	
		○	・企業の決算発表の時期になり、賃金のベースアップも期待される場所である。個人消費の下支えによる効果で景気は徐々に上向きになっていく（通信業）。	
	雇用 関連	□	・新規求人の状況から回復感がうかがえる。新規求職者数は今後一定数を保ち、大幅な増加はみられない（職業安定所）。	
	その他の特徴 コメント		○：主力車種のマイナーチェンジがあり商品力がアップした。新車は今より受注台数が伸びる（乗用車販売店）。 □：2～3か月経てば消費税8%にも慣れ、今月よりは客の動きも良くなる。また、消費増税前の駆け込み需要で購入された物も消耗してくるので、再び購入する機会も増えてくる（住関連専門店）。	

(D I)

図表29 現状・先行き判断D Iの推移

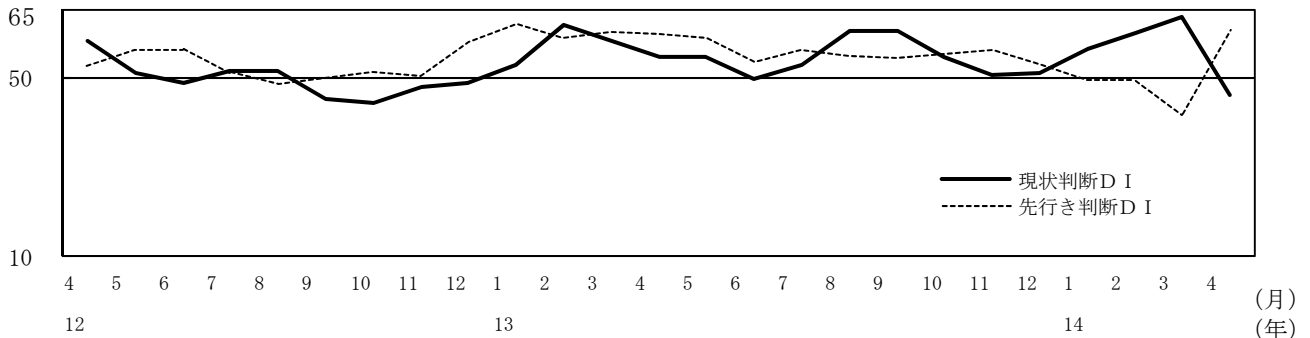


11. 沖縄

(◎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	□	<ul style="list-style-type: none"> <li>稼働率において3か月前と同様に前年同月実績を下回る見込みである。ゴールデンウィークの動きも、日並びの関係もあり、例年より稼働率が低い状況である(観光型ホテル)。</li> <li>消費税増税の反動減で、4月の既存店計売上は前年を4%ポイント程下回る見込みである(スーパー)。</li> </ul>
		▲	
		○	
	企業動向関連	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費税増税の影響で、特に買いだめの反動を受けた化粧品が苦戦している。店舗合計の前年同月比では▲6%と予測の範囲内である。店舗改装による集客やイベント誘致で落ち幅を縮小できている(百貨店)。</li> </ul>
		○	<ul style="list-style-type: none"> <li>前期着工予定の公共工事が、今月から着工となりやや良い状況である。公共工事は前年比で減少、民間工事は前年比で増加している(窯業・土石製品製造業)。</li> </ul>
		□	<ul style="list-style-type: none"> <li>仕事の確保は容易であるが、安価な案件である。この状況は以前より変わってない(通信業)。</li> </ul>
雇用関連	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費税増税前の駆け込み需要の反動で、今前半は動きが非常に鈍かった(食料品製造業)。</li> </ul>	
	▲	<ul style="list-style-type: none"> <li>新築の契約棟数及び契約金額が減少している(建設業)。</li> </ul>	
その他の特徴コメント	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業の求人は、堅調である。県内企業においてもパート、派遣社員から直接雇用への動きが少し見えてきている(人材派遣会社)。</li> </ul>	
○	<ul style="list-style-type: none"> <li>クライアントの業績は悪くなく、仕事量も増えているように見受けられるが、雇用に対して少し様子見、あるいは慎重になっているように感じる(人材派遣会社)。</li> </ul>		
○	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光客のレンタカー利用が好調に推移している。今年に入ってから台湾、韓国、香港等からの外国人観光客のレンタカー利用が増えている(その他のサービス[レンタカー])。</li> </ul>		
▲	<ul style="list-style-type: none"> <li>3月までのキャンペーンが終了したこともあり、4月に入り来客数が極端に減った。毎月の料金を下げるため、プラン内容を見直す客の来店は増えている。消費税増税もあり、支出を減らそうとしている傾向がうかがえる(通信会社)。</li> </ul>		
分野	判断	判断の理由	
先行き	家計動向関連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>1997年の消費税増税の際は、5月から前年並みの推移となった経緯がある。店舗改装による相乗効果も期待している。また、アジアからの観光客も増加傾向にあることから、5月以降は持ち直すものと予測している(百貨店)。</li> </ul>
		□	
	企業動向関連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>前期から延期されていた公共工事がしばらく続く見込みである(窯業・土石製品製造業)。</li> </ul>
		□	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費税増税の影響で民間物件は減少すると考えるが、公共工事は堅調に推移する見通しである(輸送業)。</li> </ul>
	雇用関連	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>新卒採用を見送っていた企業の新卒採用が増えてきている(学校[大学])。</li> </ul>
□		<ul style="list-style-type: none"> <li>派遣依頼もあるが、派遣契約終了も数件あるため、売上や稼働の増加はしばらくあまり期待できない。現状維持と予想している(人材派遣会社)。</li> </ul>	
その他の特徴コメント	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>4月も来客数は前年を超えており、2~3か月は来客数増加を見込んでいる(コンビニ)。</li> </ul>	
□	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費税増税に伴う消費マインドの低下を懸念する企業が多く感じる。それに伴い販促投資に対して慎重な企業が多く、先行きの景気は不透明である(広告代理店)。</li> </ul>		

(D I) 図表30 現状・先行き判断D Iの推移

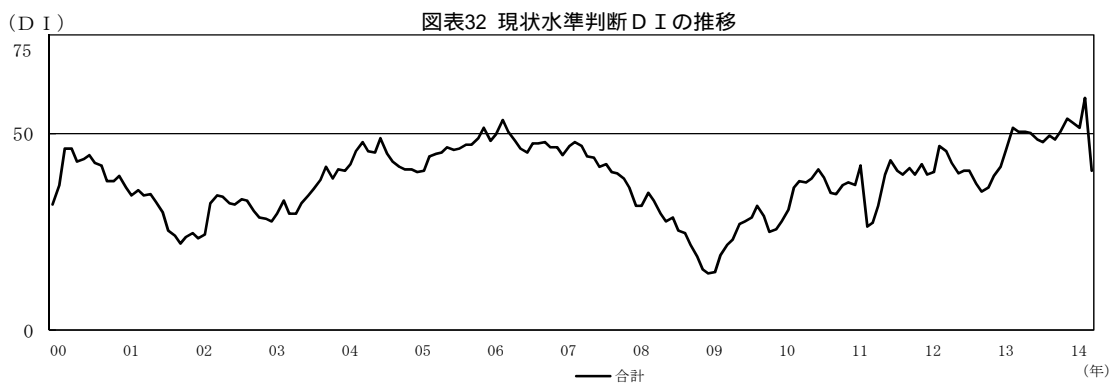


## (参考1) 景気の現状水準判断D I

現在の景気の水準自体に対する判断は、以下のとおりであった(注)。

図表31 景気の現状水準判断D I

(D I)	年 月	2013 11	12	2014 1	2	3	4
合計		50.6	53.6	52.8	51.4	59.1	40.6
家計動向関連		48.2	50.7	49.5	47.7	58.0	34.7
小売関連		48.0	50.1	50.6	49.7	62.2	28.0
飲食関連		42.1	49.7	42.0	38.0	49.1	45.2
サービス関連		49.9	52.2	48.3	45.5	52.7	43.6
住宅関連		48.4	50.6	51.9	49.1	50.3	47.6
企業動向関連		53.0	58.1	56.9	56.0	59.9	49.4
製造業		53.3	57.5	58.8	55.5	58.5	50.9
非製造業		52.9	59.0	55.5	56.7	61.4	48.4
雇用関連		60.6	62.4	65.2	65.3	64.7	60.0



図表33 景気の現状水準判断D I (各分野計)

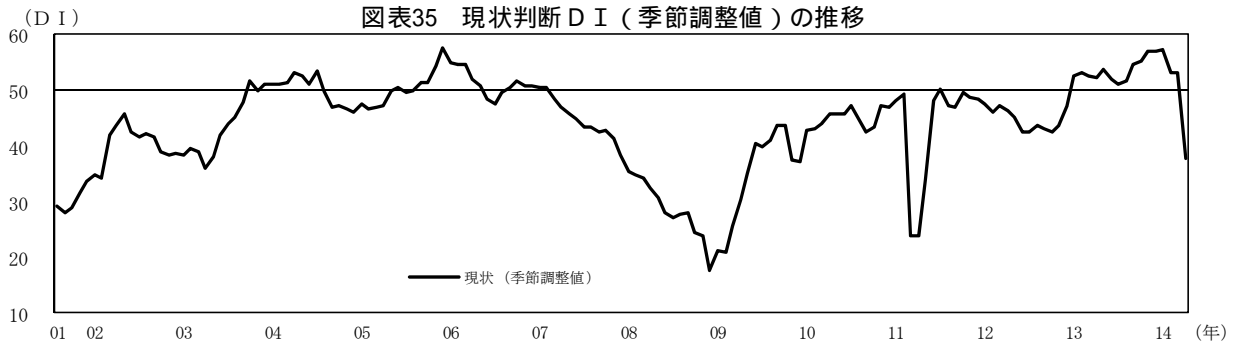
(D I)	年 月	2013 11	12	2014 1	2	3	4
全国		50.6	53.6	52.8	51.4	59.1	40.6
北海道		51.5	55.6	53.7	56.3	59.1	40.0
東北		48.2	50.1	50.6	47.6	58.8	37.4
関東		47.4	50.7	51.5	46.0	56.5	39.8
北関東		45.7	47.2	49.0	41.0	54.1	36.0
南関東		48.4	52.6	52.9	49.1	57.9	42.0
東海		52.6	56.5	54.8	54.1	59.3	42.5
北陸		50.5	53.0	52.3	52.3	55.3	42.1
近畿		51.7	54.9	51.7	56.2	61.8	44.0
中国		54.3	56.5	58.0	55.0	61.7	39.9
四国		49.5	54.9	51.4	51.6	61.5	38.0
九州		53.3	54.9	53.4	50.9	59.9	39.7
沖縄		53.0	53.8	54.4	59.5	63.1	45.8

(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

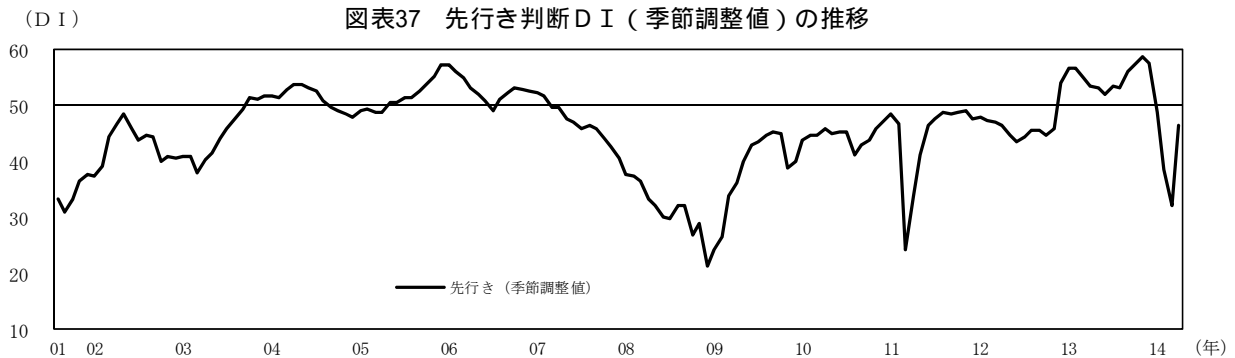
図表34 現状判断D I (季節調整値)

(D I)	年月	2013 11	12	2014 1	2	3	4
現状 (季節調整値)		56.9	56.9	57.4	53.0	53.2	37.8



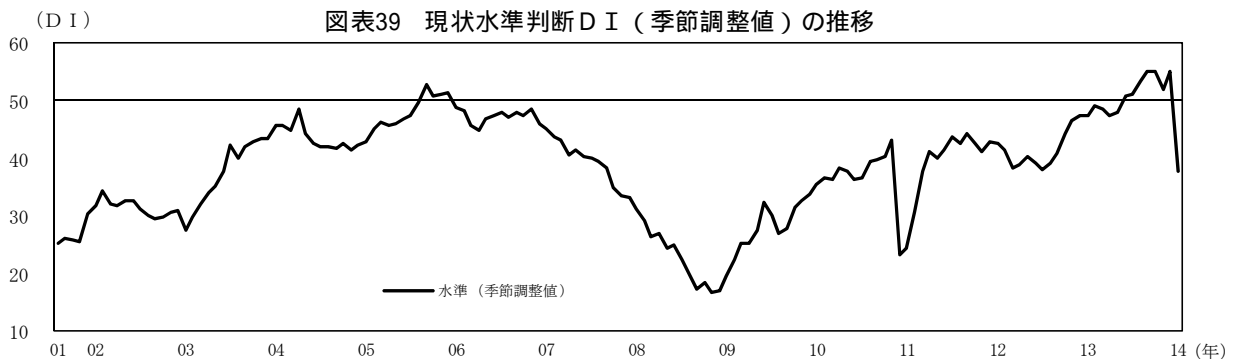
図表36 先行き判断D I (季節調整値)

(D I)	年月	2013 11	12	2014 1	2	3	4
先行き (季節調整値)		58.7	57.4	48.9	38.7	32.1	46.4



図表38 現状水準判断D I (季節調整値)

(D I)	年月	2013 11	12	2014 1	2	3	4
水準 (季節調整値)		53.4	55.0	55.1	51.8	55.0	37.7



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 11	12	2014 1	2	3	4
現状	-3.4	-1.2	-2.7	0.0	4.7	3.8
先行き	-3.9	-2.7	0.1	1.3	2.6	3.9
水準	-2.8	-1.4	-2.3	-0.4	4.1	2.9

(注) 季節調整値は原数値から季節指数を減算した値。

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

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