

景気ウォッチャー調査

Economy Watchers Survey

令和元年9月調査結果

令和元年10月8日



内閣府政策統括官
(経済財政分析担当)

今月の動き (2019年9月)

9月の現状判断DI(季節調整値)は、前月差3.9ポイント上昇の46.7となった。

家計動向関連DIは、住宅関連が低下したものの、小売関連等が上昇したことから上昇した。企業動向関連DIは、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、低下した。

9月の先行き判断DI(季節調整値)は、前月差2.8ポイント低下の36.9となった。

家計動向関連DI、企業動向関連DI、雇用関連DIが低下した。

なお、原数値で見ると、現状判断DIは前月差3.1ポイント上昇の45.7となり、先行き判断DIは前月差2.4ポイント低下の36.7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、「このところ回復に弱い動きがみられる。なお、消費税率引上げに伴う駆け込み需要が一部にみられる。先行きについては、消費税率引上げや海外情勢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	105 人	80.8%	北陸	100 人	92 人	92.0%
東北	189 人	173 人	91.5%	近畿	290 人	256 人	88.3%
北関東	129 人	115 人	89.1%	中国	170 人	165 人	97.1%
南関東	330 人	298 人	90.3%	四国	110 人	92 人	83.6%
東京都	150 人	141 人	94.0%	九州	210 人	183 人	87.1%
甲信越	92 人	89 人	96.7%	沖縄	50 人	37 人	74.0%
東海	250 人	230 人	92.0%	全国	2,050 人	1,835 人	89.5%

(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）

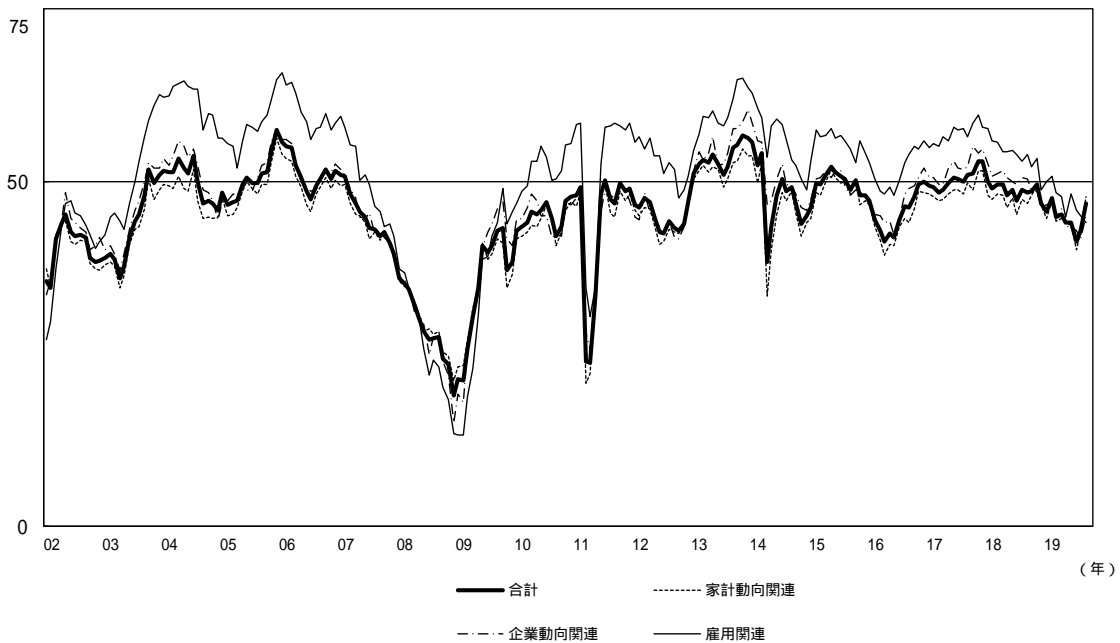
3か月前と比較しての景気の現状に対する判断D Iは、46.7となった。雇用関連のD Iは低下したものの、家計動向関連、企業動向関連のD Iが上昇したことから、前月を3.9ポイント上回り、2か月連続の上昇となった。

図表1 景気の現状判断D I（季節調整値）

(D I)	年 2019							(前月差)
	月 4	5	6	7	8	9		
合計	45.3	44.1	44.0	41.2	42.8	46.7	(3.9)	
家計動向関連	44.7	44.1	43.6	40.0	42.8	47.7	(4.9)	
小売関連	43.6	43.4	43.8	39.0	42.6	50.0	(7.4)	
飲食関連	42.3	40.7	43.0	40.0	39.3	42.6	(3.3)	
サービス関連	47.5	47.2	43.7	41.1	43.9	45.5	(1.6)	
住宅関連	44.7	41.3	41.7	43.2	42.7	42.1	(-0.6)	
企業動向関連	46.0	43.5	43.5	42.8	41.7	45.1	(3.4)	
製造業	44.9	42.9	44.3	41.3	38.8	43.3	(4.5)	
非製造業	47.2	44.5	42.8	43.7	43.8	46.1	(2.3)	
雇用関連	47.8	44.9	48.1	45.8	45.0	44.0	(-1.0)	

(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)

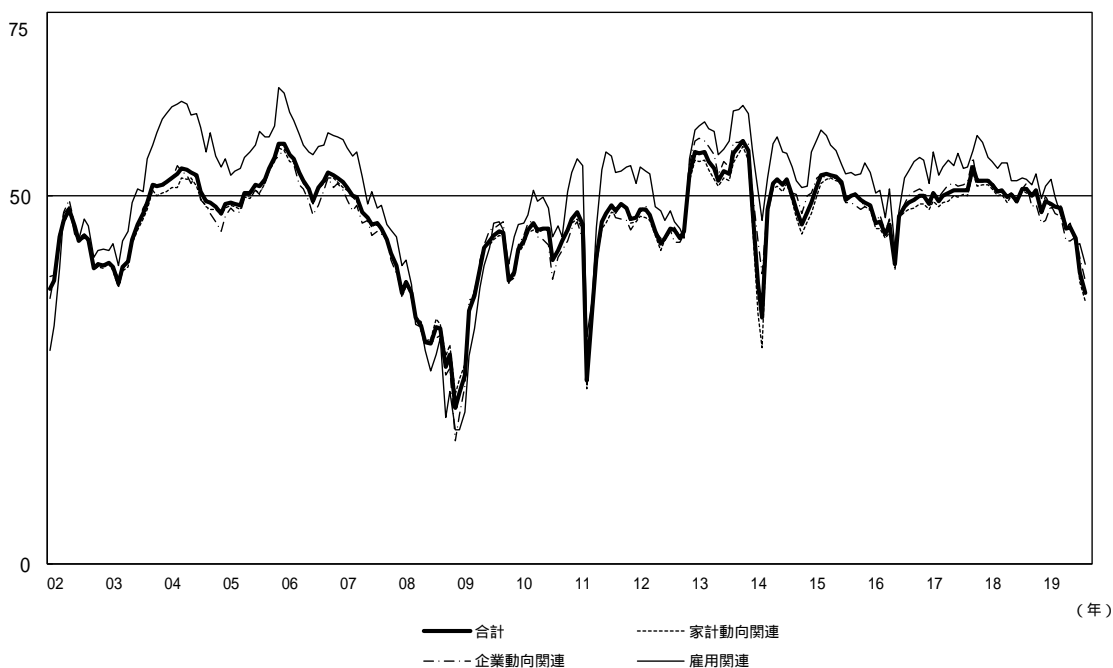
2～3か月先の景気の先行きに対する判断D Iは、36.9となった。家計動向関連、企業動向関連、雇用関連のすべてのD Iが低下したことから、前月を2.8ポイント下回った。

図表3 景気の先行き判断D I (季節調整値)

(D I)	年 2019							(前月差)
	月 4	5	6	7	8	9		
合計	48.4	45.6	45.8	44.3	39.7	36.9	(-2.8)	
家計動向関連	48.8	46.1	46.2	44.4	38.4	35.7	(-2.7)	
小売関連	49.7	46.8	47.3	45.1	36.1	32.6	(-3.5)	
飲食関連	47.5	45.0	45.7	37.0	39.1	36.9	(-2.2)	
サービス関連	48.5	45.9	44.9	45.4	42.8	40.8	(-2.0)	
住宅関連	43.5	42.0	43.9	42.1	39.5	39.9	(0.4)	
企業動向関連	47.3	44.0	44.0	44.5	41.7	38.6	(-3.1)	
製造業	46.7	42.6	42.7	42.6	40.5	39.3	(-1.2)	
非製造業	47.9	45.1	44.8	46.1	42.6	37.8	(-4.8)	
雇用関連	47.4	45.7	46.4	43.4	43.5	40.8	(-2.7)	

(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 2019

	月	4	5	6	7	8	9
合計		47.0	44.3	43.3	41.7	42.6	45.7
家計動向関連		47.2	44.8	43.0	40.9	42.7	46.4
小売関連		46.0	44.4	43.6	40.2	42.8	49.2
飲食関連		46.8	42.0	41.6	39.8	38.6	38.8
サービス関連		49.9	47.2	42.4	42.1	43.6	44.0
住宅関連		46.6	41.3	42.7	42.7	42.4	40.3
企業動向関連		46.5	42.8	43.0	42.8	41.3	44.7
製造業		45.2	40.9	42.5	40.9	38.6	42.9
非製造業		47.9	44.7	43.4	44.1	43.3	45.8
雇用関連		47.1	44.0	45.9	44.7	44.6	43.1

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
2019	7	1.2%	10.7%	49.5%	31.0%	7.6%	41.7
	8	1.5%	11.7%	48.7%	31.7%	6.4%	42.6
	9	4.0%	14.9%	46.9%	28.4%	5.8%	45.7

(先行き判断)

図表7 景気の先行き判断D I
(D I) 年 2019

	月	4	5	6	7	8	9
合計		48.5	46.4	46.3	43.9	39.1	36.7
家計動向関連		49.2	47.1	46.9	43.5	37.5	35.4
小売関連		50.4	47.8	48.1	43.8	35.0	31.9
飲食関連		45.9	45.1	44.9	36.5	37.5	37.9
サービス関連		48.8	46.9	45.2	45.3	42.3	41.1
住宅関連		44.5	43.3	45.0	41.7	39.2	39.0
企業動向関連		47.0	44.5	45.0	44.6	42.1	38.8
製造業		46.3	42.8	43.4	44.2	41.9	39.7
非製造業		47.6	46.0	46.0	45.0	42.0	38.0
雇用関連		47.1	45.7	45.7	44.7	43.6	40.1

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
2019	7	1.5%	15.9%	46.8%	28.2%	7.6%	43.9
	8	1.2%	11.6%	40.1%	36.8%	10.3%	39.1
	9	1.1%	8.7%	37.9%	40.2%	12.0%	36.7

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、11 地域で上昇、1 地域で低下であった。最も上昇幅が大きかったのは北海道(8.0 ポイント上昇)で、最も低下幅が大きかったのは中国(0.3 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 2019							
	月 4	5	6	7	8	9	(前月差)	
全国	45.3	44.1	44.0	41.2	42.8	46.7	(3.9)	
北海道	49.6	48.0	47.9	42.8	41.3	49.3	(8.0)	
東北	44.8	40.8	40.7	38.0	41.2	46.2	(5.0)	
関東	44.3	45.1	43.6	40.8	44.7	46.6	(1.9)	
北関東	42.3	44.6	42.5	38.3	43.4	44.5	(1.1)	
南関東	45.1	45.2	44.0	41.8	45.2	47.4	(2.2)	
東京都	49.4	47.8	45.8	41.8	45.8	49.8	(4.0)	
甲信越	41.1	40.4	39.2	34.1	38.7	42.8	(4.1)	
東海	44.2	43.0	43.1	40.6	41.5	46.6	(5.1)	
北陸	46.0	47.4	46.3	42.6	43.5	46.0	(2.5)	
近畿	47.2	45.1	45.0	43.8	45.3	50.4	(5.1)	
中国	45.4	43.6	44.8	44.7	45.1	44.8	(-0.3)	
四国	45.4	44.5	44.8	41.5	42.3	45.3	(3.0)	
九州	44.4	41.8	44.8	42.3	40.0	45.5	(5.5)	
沖縄	55.1	51.0	49.0	46.3	42.6	45.0	(2.4)	

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北陸(5.2 ポイント上昇)で、最も低下幅が大きかったのは近畿(5.1 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 2019							
	月 4	5	6	7	8	9	(前月差)	
全国	48.4	45.6	45.8	44.3	39.7	36.9	(-2.8)	
北海道	49.5	46.2	46.9	44.3	41.5	42.1	(0.6)	
東北	47.1	45.5	43.2	43.4	37.9	33.1	(-4.8)	
関東	46.3	44.1	43.9	43.7	39.7	37.0	(-2.7)	
北関東	44.5	43.5	42.3	44.5	37.1	36.9	(-0.2)	
南関東	47.0	44.4	44.6	43.4	40.7	37.0	(-3.7)	
東京都	49.0	46.3	49.4	46.7	43.5	38.5	(-5.0)	
甲信越	46.2	41.6	39.3	41.5	37.4	34.4	(-3.0)	
東海	48.0	45.1	46.9	43.8	40.3	36.6	(-3.7)	
北陸	48.1	45.7	46.5	42.5	33.0	38.2	(5.2)	
近畿	51.0	47.5	49.8	46.3	42.3	37.2	(-5.1)	
中国	46.9	46.4	45.7	46.7	41.3	37.3	(-4.0)	
四国	51.7	45.8	46.2	43.9	37.0	36.8	(-0.2)	
九州	48.2	46.1	47.9	44.7	39.1	36.2	(-2.9)	
沖縄	53.9	49.4	47.5	47.0	45.3	42.0	(-3.3)	

(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	2019					
	月	4	5	6	7	8	9
全国		47.0	44.3	43.3	41.7	42.6	45.7
北海道		50.9	48.9	49.1	45.0	42.6	47.1
東北		47.2	42.4	40.7	39.2	42.5	45.1
関東		45.8	45.5	43.0	41.0	43.8	46.1
北関東		43.8	45.3	42.1	40.0	43.3	43.9
南関東		46.5	45.5	43.3	41.4	44.0	47.0
東京都		50.7	48.6	44.8	41.8	44.0	49.5
甲信越		43.1	41.3	38.9	36.4	39.4	42.4
東海		45.5	42.3	42.2	40.5	40.9	44.9
北陸		47.5	46.8	44.6	41.8	43.4	45.1
近畿		48.8	44.4	44.5	43.9	44.7	48.6
中国		47.4	44.4	43.9	44.2	43.5	44.2
四国		46.6	42.7	44.4	42.2	41.8	44.6
九州		47.3	42.7	42.6	41.1	39.7	45.5
沖縄		54.2	50.0	45.5	45.4	42.3	44.6

(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	2019					
	月	4	5	6	7	8	9
全国		48.5	46.4	46.3	43.9	39.1	36.7
北海道		51.6	48.6	49.1	43.8	39.8	38.1
東北		47.2	46.4	44.7	43.3	36.6	32.5
関東		46.8	45.5	44.8	43.2	39.3	36.7
北関東		46.3	45.1	43.4	44.1	35.6	36.7
南関東		46.9	45.6	45.3	42.9	40.7	36.7
東京都		48.6	47.7	49.6	46.1	43.1	38.3
甲信越		46.6	42.8	40.7	40.7	37.4	34.3
東海		48.3	46.4	47.1	43.1	39.5	36.6
北陸		48.0	46.2	45.4	41.8	34.1	36.7
近畿		50.9	47.3	50.0	44.6	41.1	37.6
中国		47.7	46.7	45.5	46.7	40.9	37.1
四国		52.0	45.8	46.4	44.3	37.0	37.5
九州		48.3	47.1	47.0	45.1	39.6	37.8
沖縄		52.8	48.6	47.4	47.4	44.2	40.5

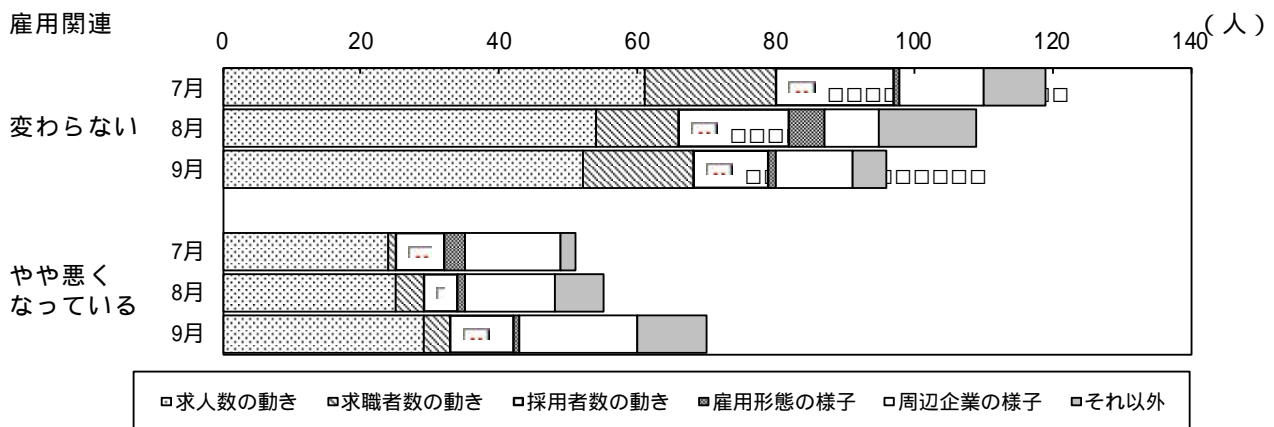
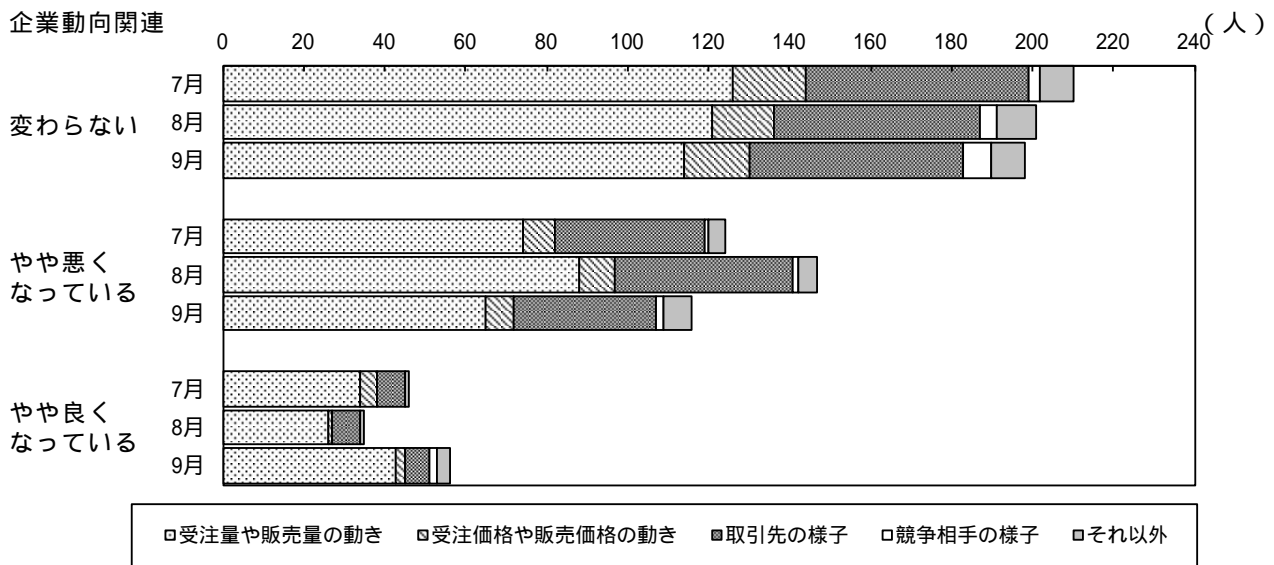
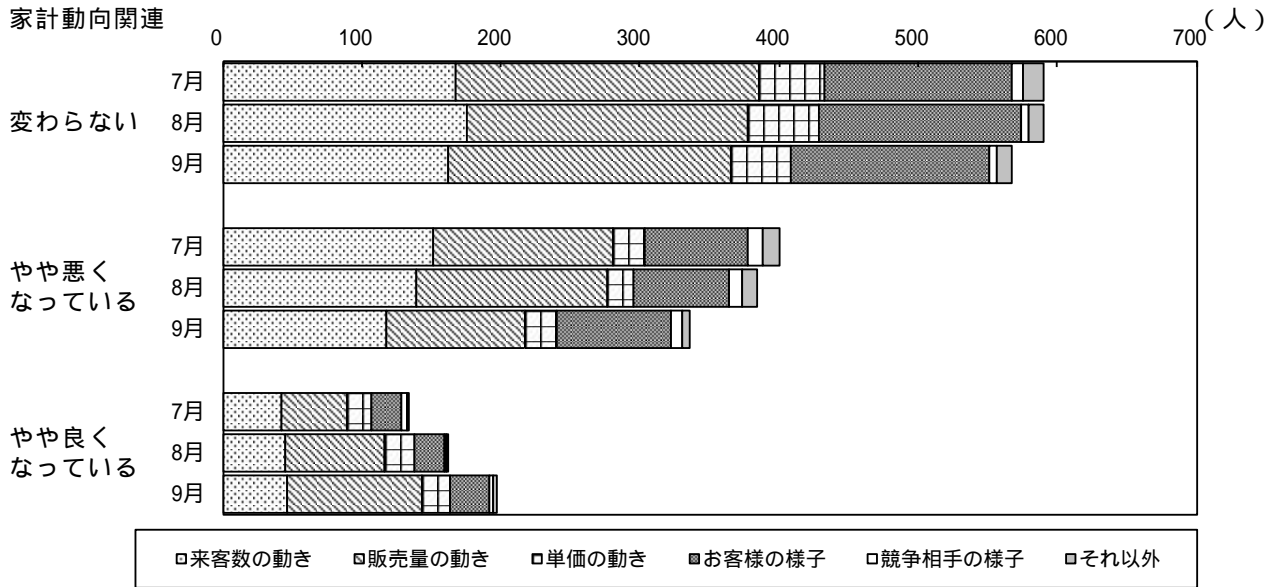
III. 景気判断理由の概要

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		・消費税の引上げ前の駆け込み需要で月は売上が前年比 150%と大幅に伸長しており、特にテレビ、冷蔵庫、洗濯機等の大型家電の伸びが高い(中国=家電量販店)。
			・消費税増税前の買い込みで、日用品、酒がよく売れている(北海道=スーパー)。 ・消費税の引上げを意識した買物が増えている。特に化粧品、婦人の冬物衣料の前倒し購入や、宝飾や時計の高額品が売上を伸ばしている(北陸=百貨店)。
			・分譲住宅では、9月に入っても消費税増税前の駆け込み購入はみられず、増税後の住宅取得優遇策を選択する客の方が多い(南関東=住宅販売会社)。
	企業 動向 関連	○	・消費税率の改定の関係で、印刷物の受注が増加している(近畿=出版・印刷・同関連産業)。 ・公共工事、民間工事共に、動きが出てきた(四国=建設業)。
	雇用 関連		・求人进行引する製造業で、受注の見通し不安が続き、求人減が顕著となっている(甲信越=民間職業紹介機関)。
先行き	家計 動向 関連		・キャッシュレスポイントなどの施策があるためか、9月よりも10~11月の予約が堅調である(甲信越=観光型旅館)。
			・外国人観光客の動きに陰りがみられ、前年並みの来場者数となった。また、日韓関係の悪化や香港情勢などの影響により、今後、ますます来場者数が減少することが懸念される(北海道=観光名所)。 ・消費税増税に関して、軽減税率や各種緩和策が講じられるが、心理的には右肩下がりになる(北関東=コンビニ)。 ・9月の反動で、10月の消費税増税後の売上は期待できない(南関東=一般小売店[家電])。
			・米中貿易摩擦による影響は、底を打っている情報もあるが、中小企業へは、遅れて悪影響を及ぼされているかのように、いまだ底打ち感がない状況である(九州=電気機械器具製造業)。
	企業 動向 関連		・消費税増税前の駆け込み需要がほとんどないまま、増税後には買い控えが出ると予想され、多くのメーカーでは生産調整の指示が出ている(近畿=輸送業)。
	雇用 関連		・消費税増税が秒読み段階となり、求人側の採用意欲が下がっている。景気が上向く材料が見当たらない(北関東=職業安定所)。

図表13 現状判断の理由別（着目点別）回答者数の推移

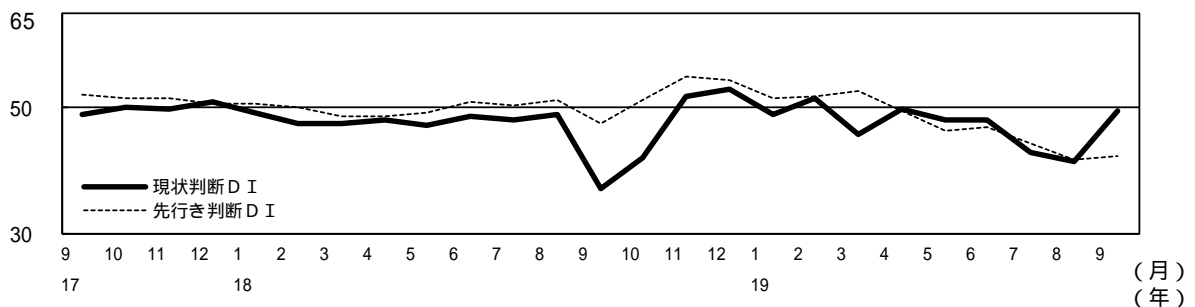


1. 北海道

(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			・前年は北海道胆振東部地震があったため、前年比などの数値では景況感が読めない状況にある。一方、消費税増税による駆け込み需要は、当業界では発生していないとみられる。報道などをみる限り、そうした客は量販店に流れている印象がある(コンビニ)	
				・国内旅行者による予約が減少している。外国人観光客については、アジア圏の客による予約や問合せが減少している。これらのことから、景気はやや悪くなっている(タクシー運転手)	
				・消費税増税前の買い込みで、日用品、酒がよく売れている(スーパー)	
	企業 動向 関連			・短期間ではあるが、全国的な残暑の影響で、飲料関連の駆け込み需要がみられた。一方、生乳は北海道での生産が好調なことから、本州方面向けの物流量が大幅に伸びている。ただ、物流量全体としては苦戦傾向にある(輸送業)	
				・8月まで特に目立った動きはなかったが、9月に入ってから消費税増税に伴う駆け込み需要がみられた(その他サービス業[建設機械リース])	
				・依然として景気回復感はなく、不動産取引も活発ではない。市街地の再開発などで中心部でのビル建設はみられるが、個人向けの住宅建て替えや新築、土地取得については先細り傾向にある(司法書士)	
	雇用 関連			・韓国人観光客が減っているため、観光関連業種に多少の影響が生じている。また、消費税増税の影響を様子見している企業が多く、正社員ニーズがやや落ち込んでいる(求人情報誌製作会社)	
				・外国人観光客相手の業界に陰りがみられる。先行投資で店舗拡大を続けてきた大手ドラッグストアも販売状況が見込みを下回っているとの話を聞く。これらの影響により、新卒採用における動きの悪さも感じられるようになってきている(学校[大学])	
	その他の特徴 コメント				：9月に入り、消費税増税前の駆け込み需要が出てきており、高額商材や消耗品の動きが活発になった(百貨店) ：管内における観光客の入込について、韓国人観光客の落ち込みによる影響が出てきている(旅行代理店)
	先行き	家計 動向 関連			・外国人観光客の動きに陰りがみられ、前年並みの来場者数となった。また、日韓関係の悪化や香港情勢などの影響により、今後、ますます来場者数が減少することが懸念される(観光名所)
				・冬季の観光シーズンに向けて、韓国人観光客が回復する見通しが立たない。また、香港のデモの影響に加えて、台湾や中国における景気悪化の懸念などから、全体的に外国人観光客の予約が伸びていない状況にある(観光型ホテル)	
企業 動向 関連				・年度内の工事量はほぼ確定しており、予定どおりの完工高が積み上がる見通しにある(建設業)	
				・9月は多くのプラス要因があったが、今後については、今月を上回るほどの要因が見込めない(広告代理店)	
雇用 関連				・建設業や介護関係において、技術的・専門的職業の有効求人倍率が引き続き高止まりしている。業種全体にわたって人手不足の状況にあることから、今後も景気は変わらない(職業安定所)	
その他の特徴 コメント				：基幹産業の農業において、作物の生育が堅調に推移していることから、農家を中心に今後の消費活動が活発になることが見込まれる(新聞社[求人広告]) ×：消費税増税により、今後の消費は間違いなく落ち込むことになる(衣料品専門店)	

(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)



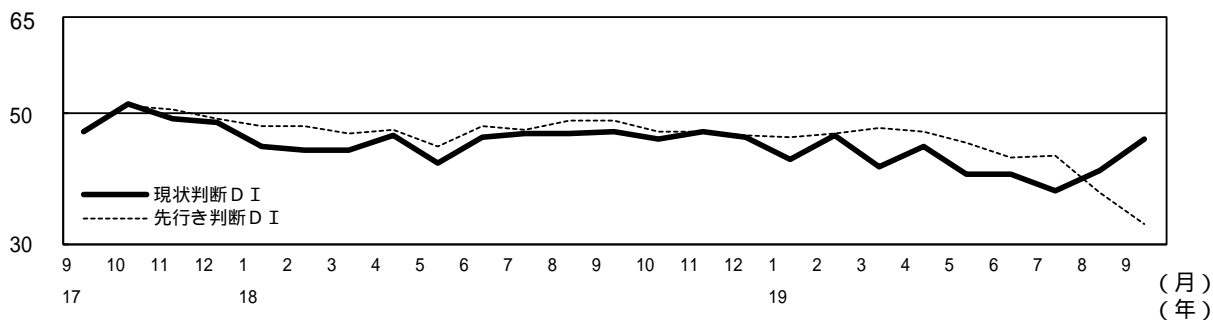
2. 東北

(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	
			・10月に消費税の引上げとなるが、前回、前々回の増税時には駆け込み需要で大量に購入した客がタクシーを利用するという恩恵を受けたが、今回はそのような兆しが全くみられていない(タクシー運転手)。
			・9月後半より消費税の引上げ前の駆け込み需要が増えてきている。化粧品や宝飾品、時計などの高額商材や、ちょうど季節の変わり目の需要と重なった衣料品が好調に動いている(百貨店)。
企業 動向 関連			・3か月前と比較して特に状況に変化はない(輸送業)。
			・足元の個人消費は堅調ながら、米中貿易摩擦の影響を受けやすい精密部品製造業を主体に、有効求人倍率が今年当初のピーク時に比べて低下基調に入っている(金融業)。
雇用 関連			・消費税の引上げ前の駆け込み需要があり、販売量が増加している(食料品製造業)。
			・同一労働、同一賃金への対応がまだまだの状態のため、求人数の増加がみられず、むしろ減っているようにも見受けられる(人材派遣会社)。
その他の特徴 コメント		・製造業でも電気機械製造業、電子部品製造業からの求人が出てこない(職業安定所)。 ：消費税の引上げ前の駆け込み需要があり、現時点で前年比120%となっている(一般小売店[医薬品])。 ：販売台数は新車、中古車共に前年を上回っている。サービス部門でも、比較的高額なスタッドレスタイヤなどの販売が好調であり、収益も前年を上回っている(乗用車販売店)。	
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連		・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が出てくるとみている。今後、東京オリンピックの需要が伸びてくるとみているが、増税の影響のほうが大きいのではないかと危惧している(家電量販店)。
			・当商店街の固定客は生活必需品の購入が多いため、消費税の引上げ後も消費の動きに大きな変化はないとみている(商店街)。
	企業 動向 関連		・消費税の引上げ直後は大きな買物をしなくなるため、景気は若干落ち込むのではないかとみている(電気機械器具製造業)。
			・消費税の引上げ後は一時的に景気が落ち込むとみている。ただし、受注予定に大きな変動はなく、景気は横ばいで推移するとみている(建設業)。
雇用 関連		・消費税の引上げにより買い控えなどが発生するため、景気はやや悪くなるとみている(学校[専門学校])。	
その他の特徴 コメント		：旅行シーズンのため、団体客の来客数が増えることで、売上及び単価の上昇を見込んでいる(テーマパーク)。 ：防寒衣料の売込みに注力している。また、異なる税率の処理やクレジットの還元をマニュアル化して対処する予定である(衣料品専門店)。	

(D I)

図表15 現状・先行き判断DI(東北)の推移(季節調整値)



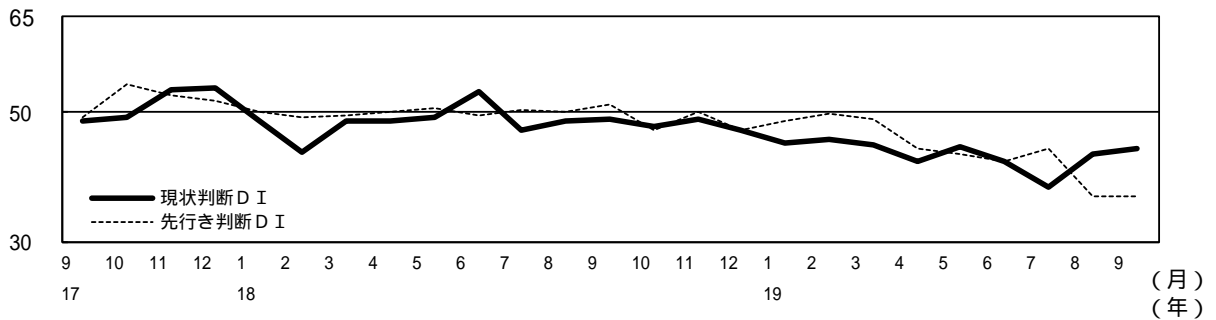
3. 北関東

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

		分野	判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連			・ 気温の高い状況が続いていることも影響しているのかもしれないが、とにかく人の動きがない。客が来店したときの対応というよりも、前段階の人の動きが全くなく、ひどい状況である。どんな手を尽くしても、打開策が見つからない(衣料品専門店)
				・ 消費税増税がいよいよ来月に迫り、様子見状態にある。動きはみられない(住宅販売会社)
				・ 衣料品等への天候の影響は少なかったが、野菜などの生鮮食品にはマイナスの影響が大きかった。お彼岸等の歳時記商材の動きが前年より良かったことに加え、給与支給日前後から、消費税増税前の駆け込み需要が増えてきたのか、日用品等も前年を上回っている(百貨店)
	企業 動向 関連			・ 前年同期と比べると売上は良いものの、景気が良いとは判断できない(窯業・土石製品製造業)
				・ 取引先の要望で受託業務を削減し、売上が減少している。新規の顧客開拓を行ったり、上期末にスポット業務なども行ったが、トータルでは減少分の補てんには足りていない(不動産業)
	雇用 関連			・ 北米向け自動車輸出が、93か月連続で前年超えとなっている(輸送用機械器具製造業)
その他の特徴 コメント			・ 例年同時期と比べて長期派遣の求人数が減少している(人材派遣会社)	
			・ 高校生への求人も前年並みのものである。職種の偏りは例年どおりと感じる(学校[専門学校])	
				： 前年を上回った月は5月だけで変化はない。台風予報の影響で、来場者キャンセルが発生することもあったが、当ゴルフ場では台風の影響が全くなかった。客の動きは、天候や天気予報に左右され易い(ゴルフ場) ： 従業員の退職により人員が減ったため、従業員の希望で完全予約制にしたので、飛び込みの客もなく、当然来客数、売上共に減っている。大手と中小企業の明らかな差は経営者の意欲をなくさせる。起業した以上努力をしてはいるが、何をどうするか疑問になりつつある。将来の見通しは大変暗い業界となっている(美容室)
先行き	家計 動向 関連			判断の理由
				・ 相変わらず、人手不足が続いているため忙しく感じるが、売上は上がっていない(設計事務所)
	企業 動向 関連			・ 消費税増税で販売価格が上昇しており、旅行商材の買い控えがあるようである(旅行代理店)
				・ 人員不足で新規受注は難しいため、変わらない(建設業)
	雇用 関連			・ 消費税率の引上げが現実のものとなり、直後の影響として、消費、生産財共に、需要が落ち込むとみられる(経営コンサルタント)
その他の特徴 コメント			・ 消費税増税が秒読み段階となり、求人側の採用意欲が下がっている。景気が上向く材料が見当たらない(職業安定所)	
				： 休日ごとに天候不順となるので、来園者数が増加するとは思えない(テーマパーク) ： 消費税増税に関して、軽減税率や各種緩和策が講じられるが、心理的には右肩下がりになる(コンビニ)

(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)

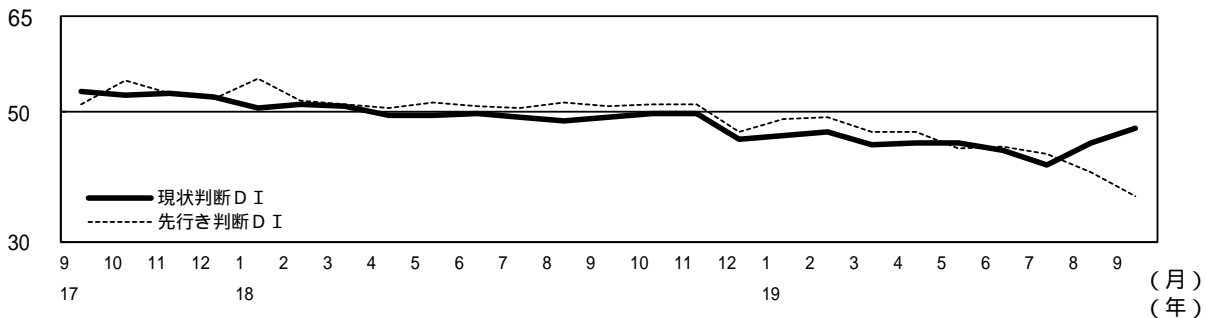


4. 南関東

(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	
			・分譲住宅では、9月に入っても消費税増税前の駆け込み購入はみられず、増税後の住宅取得優遇策を選択する客の方が多い(住宅販売会社)。
			・消費税増税前の駆け込み需要により呉服、美術、特選品の高額商材が前年比130~200%で推移している。また、これまでインバウンド客の減少で苦戦していた化粧品も、前年比110%と国内客の需要が復活している(百貨店)。
企業 動向 関連			・9月末に決算を迎えるが、前年より収入は減少、人件費は増加の見込みである(輸送業)。
			・10月1日から消費税が上がるが、8月に続き、9月も駆け込み需要らしきものはない。全体的にやや落ち込んでいる(プラスチック製品製造業)。
雇用 関連			・消費税増税前の駆け込み需要でやや良くなっている(其他製造業[化粧品])。
		・最近、周辺企業では新規採用の動きが少なくなっている。採用が一巡し、採用計画をストップし始めている企業が多いように感じる(求人情報誌製作会社)。	
	その他の特徴 コメント		・企業側の採用意欲が明確に落ちているとまではいえないが、面接通過などのプロセス指標において、一部減速感が出ている(民間職業紹介機関)。 ：来月から消費税増税になるものの、レストラン事業については客の具体的な駆け込み需要があったかどうかは実感できなかった。景気の変動は感じられない(一般レストラン)。 ：当社はメーカーなので、国内景気はもとより、海外のマーケット動向も気になる。現状は決して良い環境とはいえない(電気機械器具製造業)。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連		・9月の反動で、10月の消費税増税後の売上は期待できない(一般小売店[家電])。
			・消費税増税後しばらくは買い控えが起きる(衣料品専門店)。
	企業 動向 関連		・消費税増税前の駆け込み需要の反動で、依頼が減る。また、原材料費の値上げも実施され、受注量、利益共に圧縮、減少傾向が予想される(其他サービス業[廃棄物処理])。
			・消費税が上がったとしても、物が売れないという危機感から値下げをと思うので、物価は上がりも下がりもしない(建設業)。
雇用 関連		・人材不足が改善される見込みはなく、今の状況が続くそうである(人材派遣会社)。	
	その他の特徴 コメント		：10月からの消費税増税に伴い、コンビニのキャッシュレス決済のポイント2%還元があり、客の動向が変わることに期待している(コンビニ)。 ：前年と比べ、新規求職者数に大きな動きはみられないが、新規求人数は減少傾向にある(職業安定所)。

(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)

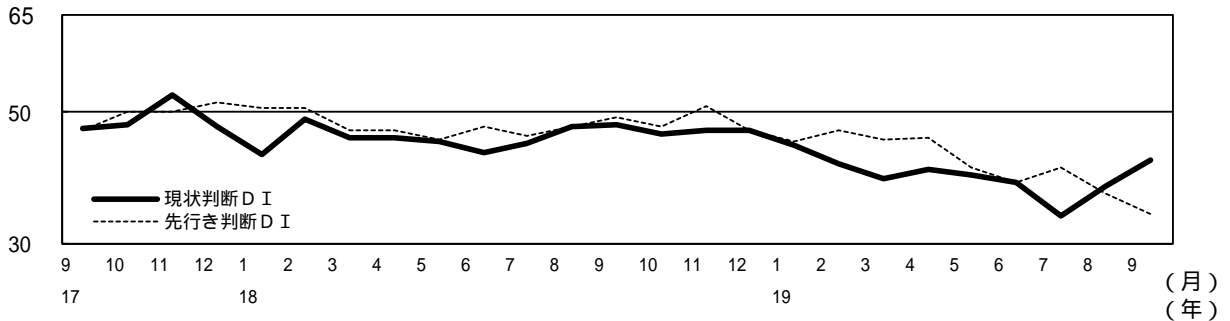


5. 甲信越

(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			・新規の顧客がなかなか獲得できないなか、既存のリピーター客の高齢化なども原因の一つと考えられるが、寸法直しなどの修理部門は、ある程度の需要はある。ただし、オーダー部門が伸びない。同業他社や卸業の反応も良くない(衣料品専門店)。 ・既存別荘の取壊し件数が、前年に比べて増加している(住宅販売会社)
				・販売量が増加しており、消費税増税前の駆け込み需要を感じる(乗用車販売店)
		×		・本当に景気が悪い上に、10月の消費税増税で、どうなるか心配なことがたくさんある。競争相手がどうなっているかも気になっている(スナック)
	企業 動向 関連			・年末商材や受注品対応で、例年同様、繁忙期となる(窯業・土石製品製造業)
				・消費税増税前で、数多く展示会が企画された。宝飾業界では増税前の駆け込み需要の影響は少ないとはいえ、集客、売上共に前年並みには確保できている。卸売では地金の高騰により、収益が圧迫されている。香港での展示会は、デモの影響が大きく、売上は大幅減である(その他製造業[宝石・貴金属])
				・消費税増税前の特需は期待できないが、主力商材に注力することで、前年比で何とかプラスを保っている状態である(食料品製造業)
雇用 関連			・中国向けの出荷の落ち込みで、製造業求人への減少傾向が続いている。一方、サービス、運輸、建設業等の採用意欲は、相変わらず高水準で推移している(職業安定所) ・求人をけん引する製造業で、受注の見通し不安が続く、求人減が顕著となってきている(民間職業紹介機関)	
その他の特徴 コメント				：消費税増税による駆け込み需要特需で、集客、売上共に、好調に推移している(家電量販店) ×：職種が駆け込み需要とは関係がなく、2週連続の連休も天候に恵まれず、最悪である(商店街)
先行き	家計 動向 関連	分野	判断	判断の理由
				・駆け込みの反動減に、価格競争が加わる。一層、消費者の混乱が起きるのではないか(スーパー)
	企業 動向 関連			・消費税増税の影響も少なく、ゴルフ場の予約は好調である(ゴルフ場)
				・受注工事があるので変わらないが、その後は分からない(建設業)
	雇用 関連			・受注は、徐々に回復してきているが、目標には届いていない(電気機械器具製造業)
				・10月から増税となり景気低迷が予測されるため、企業は数か月間は現体制の人員で対処し、今後の景気動向を見ながら求人募集を考えるのではないか(求人情報誌製作会社)
その他の特徴 コメント				：キャッシュレスポイントなどの施策があるためか、9月よりも10~11月の予約が堅調である(観光型旅館) ×：ラグビーワールドカップや開催まで1年を切った東京オリンピックに沸く東京周辺と違い、大型商業施設の撤退など、当地域には明るい話題がない(都市型ホテル)

(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)

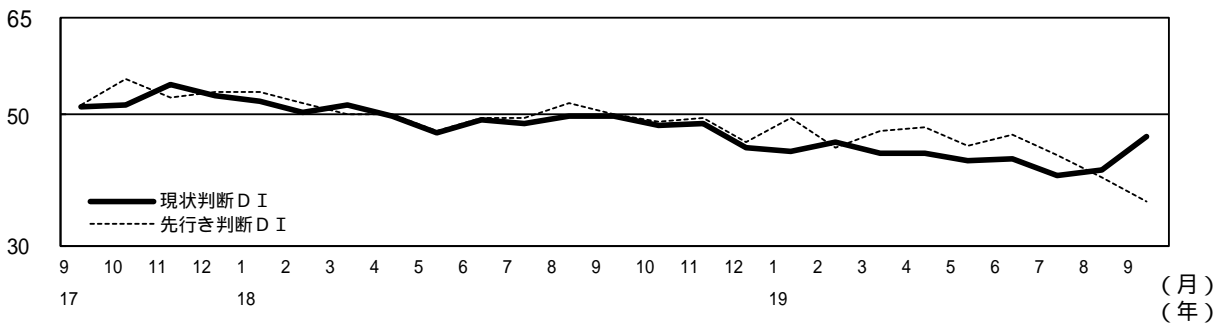


6. 東海

(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			・消費増税前の駆け込みでまとめ買いの需要が見込まれるが、前回より盛り上がり欠けそうな雰囲気である。良い方に考えれば、増税後も変わらずに推移しそうな食品が軽減税率なことが、雰囲気を緩和している(コンビニ)。
				・消費増税もあり、周りで景気の良い話は聞かない(設計事務所)。
				・消費増税前の駆け込みは、化粧品、アクセサリーや海外高級品などが短期間で大きな売上の伸びを示し、短期集中の状況であった(百貨店)。
	企業 動向 関連			・6~8月と受注量は下がった。9月は多少上向きだが、6月からのトータルでみると前年並みといったところである(輸送業)。
				・受注量、販売量は本来ならば季節要因で平常時より10%ほど上向く月に入っているが、現状は辛うじて平月並みになっているので、実質10%弱の落ち込みである(鉄鋼業)。
				・消費増税前なので買いだめをしているという話を多方面から聞く(輸送用機械器具製造業)。
雇用 関連			・消費増税と同一労働同一賃金の法施行により、派遣人材の活用を各社が控える傾向がある(人材派遣会社)。	
			・有効求人倍率は依然として高水準で推移しており人手不足感が強い。新規求人数についても目立った動きはみられない(職業安定所)。	
	その他の特徴 コメント		:消費増税前に、少し単価の高い商品の購入や、カットだけでなくカラーやパーマをする客が今月は多い(美容室) :受注量が減少している。良くない状況である(金属製品製造業)	
先行き	家計 動向 関連			・この先2~3か月を考えると、消費増税が引上げとなり物価も上昇するので、個人客は贈答品の購入を控えたり、付き合いを狭くする。法人客も無駄遣いをしなくなる。個人、法人共に消費が落ち込むので、景気はやや悪くなる(一般小売店[贈答品])。
				・相変わらず必要な物以外は買わない状況が続いている(商店街)。
	企業 動向 関連			・冬場は1年のうちで一番受注量、販売量が多い季節だが、消費増税、米中貿易摩擦、日韓関係悪化等により、景気は余り変わらない(パルプ・紙・紙加工品製造業)。
				・消費増税後の買い控え、消費マインドには冷え込みが予測される(食料品製造業)。
	雇用 関連			・工作機械・装置・FA産業などの景況感をみると、設備投資の抑制が強まるなか、採用に投資をする企業は下降局面を今後迎えることも想定される(民間職業紹介機関)。
その他の特徴 コメント			:消費増税後が不安だと皆言っている。恐らくしばらくは買い控えがあるだろう(衣料品専門店) :消費増税で、企業だけでなく個人消費も落ちる(通信業)	

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



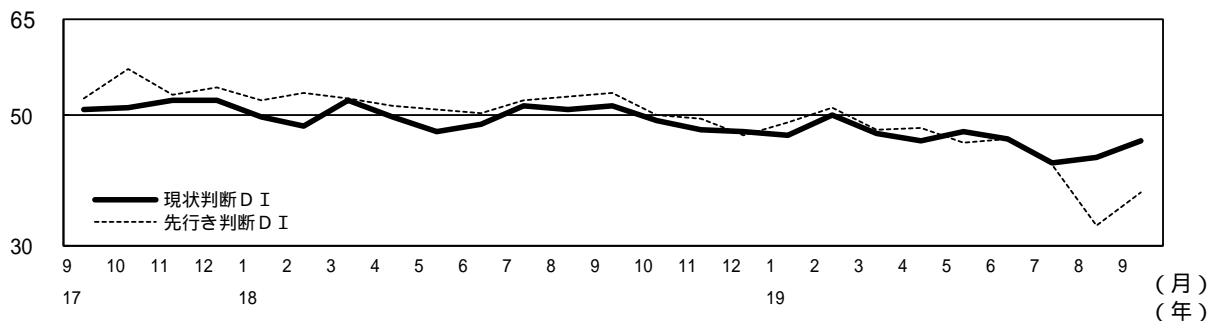
7. 北陸

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

		分野	判断	判断の理由
現状	家計動向 関連			・消費税の引上げ前の駆け込み需要で近所のドラッグストアやホームセンター、スーパー等は行列ができるほど来客数が増えている。ただし、コンビニは食品が主で、トイレットペーパー等は高品質、高価格で緊急時に購入する傾向があるため、駆け込んで購入すべき商品がほとんどない。駆け込み需要による景気の良さはほぼない(コンビニ)。
				・夏に金を使ったことと、10月に消費税の引上げで10%となることから、節約傾向である(タクシー運転手)。
				・消費税の引上げを意識した買物が増えている。特に化粧品、婦人の冬物衣料の前倒し購入や、宝飾や時計の高額品が売上を伸ばしている(百貨店)。
	企業動向 関連			・6月決算の法人の事業報告は悪くないが、相変わらず解散登記の依頼が多い(司法書士)。
				・受注状況は分野によっては米中貿易摩擦の影響を受け、減少に転じているものがある。また、原材料費や物流費の高騰も影響を及ぼしつつある(プラスチック製品製造業)。
				・生産量が増えている(化学工業)。
雇用 関連			・消費税の引上げを前に流通でも家電などは好調だと聞かすが、その他の流通や住宅、自動車業界では全く動きがなく、むしろ前年を割っているという話を聞く(新聞社[求人広告])。	
			・紹介予定派遣や派遣の求人数が減少している。最近6か月で最も少ない(民間職業紹介機関)。	
その他の特徴 コメント				：消費税の引上げ前の駆け込み需要がある(家電量販店) ：消費税の引上げにより若干の駆け込み需要がみられる(住関連専門店)。
先行き	家計動向 関連			・消費税の引上げとなれば、個人客の買い控えが見込まれるので、しばらく販売は悪くなると考える(乗用車販売店)。
				・10月の消費税の引上げがあり、消費者は慎重に買物をしているようである(衣料品専門店)。
	企業動向 関連			・当社は輸出比率が比較的高いため、関税問題や為替動向に対しての不安定要素がある。国内市場全体においても特に活性化に向かう要素は少ない状況である(精密機械器具製造業)。
				・消費税の引上げ前の駆け込み需要が限定的であったことから、消費税の引上げ後の需要減少も限定的と楽観的に考えている取引先が多い。ただし、一部の小売店は消費意欲が回復しない状況のまま、年末商戦に突入する可能性があることを懸念している(金融業)。
	雇用 関連			・8月は減少傾向だった求人数が、9月に入り再び増加した。一部の製造業で人員整理があり、不安要素はあるものの、大きな変動はないと考える(職業安定所)。
その他の特徴 コメント				：新商品が発売され来客数は増加しているが、完全予約商品のため販売に至っていない。しばらくこの状況が続くそうである(通信会社) ×：消費税の引上げによる景気の冷え込みがあるとみている(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)

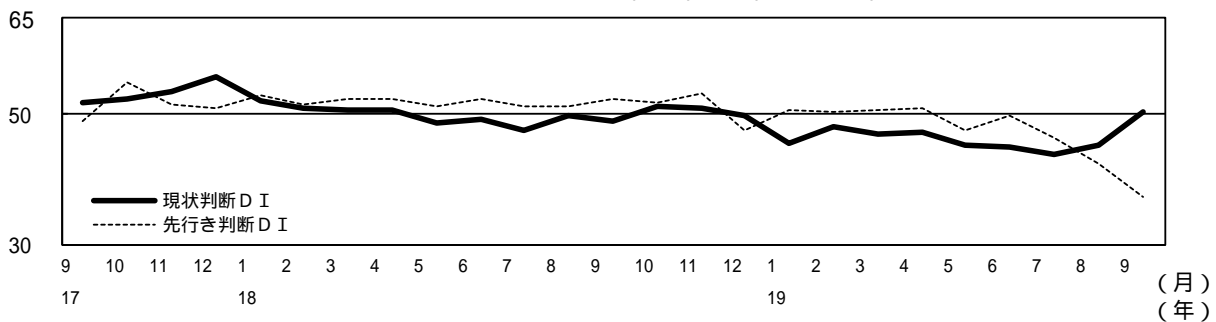


8. 近畿

(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		・消費増税による影響は今のところない。先々に大きな申込みがあるわけでもなく、安い申込みが中心の状況は変わっていない(旅行代理店)。
			・9月は3連休が2度あり、新築マンションの販売では集客が増えると予想されたが、実際は少なく、契約数が伸びていない(住宅販売会社)。
			・前年の台風の影響による反動と、消費増税前の駆け込み需要により、特選インポート洋品や宝飾品、化粧品の動きが大変好調である。一方、婦人服ではミセスやシニアゾーンで多少の駆け込み需要がみられるが、気温が高かったため、衣料品全体では苦戦している(百貨店)。
	企業動向関連		・前月は受注量が今年で一番落ち込んだが、今月も良くはない(窯業・土石製品製造業)。
			・受注量、見積件数が少なくなっている。設備投資にかかわる見積りが減ってきている(その他非製造業[機械器具卸])。
	雇用関連		・消費税率の改定の関係で、印刷物の受注が増加している(出版・印刷・同関連産業)。
		・新聞広告の推移をみても、特に変わらない。関西の地元企業の動きが鈍く、ラグビーワールドカップによる盛り上がりも期待できない(新聞社[求人広告])。	
その他の特徴コメント			・求人数は前年比でマイナスの動きが続いている(人材派遣会社)。
			：消費増税前の駆け込み需要は、予想したほど出なかったが、取引先によっては10月分を先行発注する動きもあり、売上目標は大幅に達成できている(化学工業)。 ：残暑が続く、近距離、遠距離を問わず、客の乗車機会は減っていないが、営業収入は前月並みである(タクシー運転手)。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連		・消費増税後は、消費者の財布のひもは固くなる。特に、生活必需品以外の購入は慎重になる(スーパー)。
			・10~11月の先行予約の状況は前年よりも良くない。これから間際予約をどれだけ取れるかに左右される(観光型ホテル)。
	企業動向関連		・消費増税による影響で、景気の先行きは不透明であるが、当社の取引先の受注状況に変化はなく、横ばいと判断している(金融業)。
			・消費増税前の駆け込み需要がほとんどないまま、増税後には買い控えが出ると予想され、多くのメーカーでは生産調整の指示が出ている(輸送業)。
雇用関連		・求人数、求職者の動きから判断すると、今後も状況に変化はない(職業安定所)。	
その他の特徴コメント			：長期的な視点で見れば、消費増税の影響は必ず出る(テーマパーク)。 ：10月からは、消費増税に伴って飲食業界の売上が減少する見込みのため、自然と飲料水の売上も減少傾向となる(食品製造業)。

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの(近畿)推移(季節調整値)

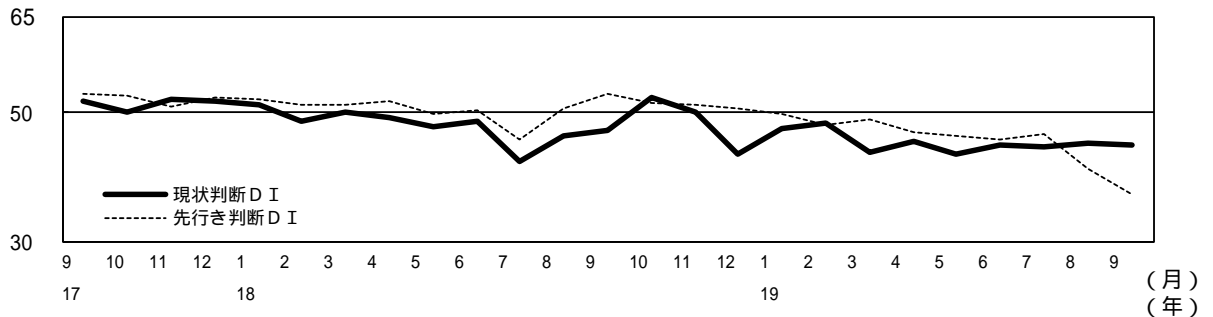


9. 中国

(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		・消費税の引上げ前で、今月は回数券の購入等が多く客単価がアップしているが、来客数はやや下がり気味である（その他レジャー施設 [温泉センター]）。
			・9月に入り、特に飲みに出掛ける客が減少している。製造業や建設業等の客が減少し、一般的に悪くなっている（タクシー運転手）。
			・消費税の引上げ前の特需で非食品を中心に買いための傾向が強くなっている。また、まとめ買いの傾向が月の後半になるにつれてどんどん強くなっており、販売量も増加している（スーパー）。
	企業 動向 関連		・消費税の引上げ前の駆け込み需要を見込んでいたが、いつもの期末需要程度の伸びしがなく、状況は変わらない（輸送業）。
			・在庫調整局面が継続しており新規注文が抑制されている。在庫処分の動きもあり市況も下がり気味である（鉄鋼業）。
	雇用 関連		・来客数や成約件数が2割程度増えている（不動産業）。
		・有効求人倍率がやや低下し、景気が下降基調のようだが、実際には求人数は増加し、求職者がそれ以上に増加している状態である。まだまだ景気は堅調に推移している（新聞社 [求人広告]）。	
その他の特徴 コメント			・地元完成車メーカーなど自動車関連は確実に求人ニーズが減ってきている。現状そこまで極端な営業はないが裾野が広い分野のため、影響は出てくる（人材派遣会社）。
			：消費税の引上げ前の駆け込み需要で今月は売上が前年比150%と大幅に伸長しており、特にテレビ、冷蔵庫、洗濯機等の大型家電の伸びが高い（家電量販店） ：消費税の引上げ前で特選ブランド、時計、家具家電など一部需要が高まっているが、衣料品全般が苦戦しており、全体では上向いていない（百貨店）。
先行き	分野		判断の理由
	家計 動向 関連		・消費税の引上げで、買い控えや節約思考の客が増える。2%の還元があるが、いかにしてキャッシュレス決済化を推進していくかが鍵となる（コンビニ）。
			・前年の自然災害による住宅の復旧工事について動きが出てきてはいるが、建築全般でみるとコストアップ、施工者年齢アップ、人手不足感があり、仕事のスピード感がなくなってくる（設計事務所）。
	企業 動向 関連		・受注量は横ばいか若干上向き方向にあるが、人手不足から原価が上昇しているため収益は横ばいで変わらない（建設業）。
			・消費税の引上げ前のシステム変更も含め、今後の消費者の動向に懸念がある（食料品製造業）。
雇用 関連		・新卒求人では、大学等求人から従業員確保につながりやすい高卒求人へシフトする動きがあり、高卒求人数も前年同期比で1割強増加していることから、すぐに景気悪化につながる要因は見受けられない（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント			：新型車の効果と消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で販売量が落ち込む（乗用車販売店） ：例年であれば、10月以降、韓国からの利用が増えるが、今年は予約が少ないため、先行きが不透明である（ゴルフ場）。

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

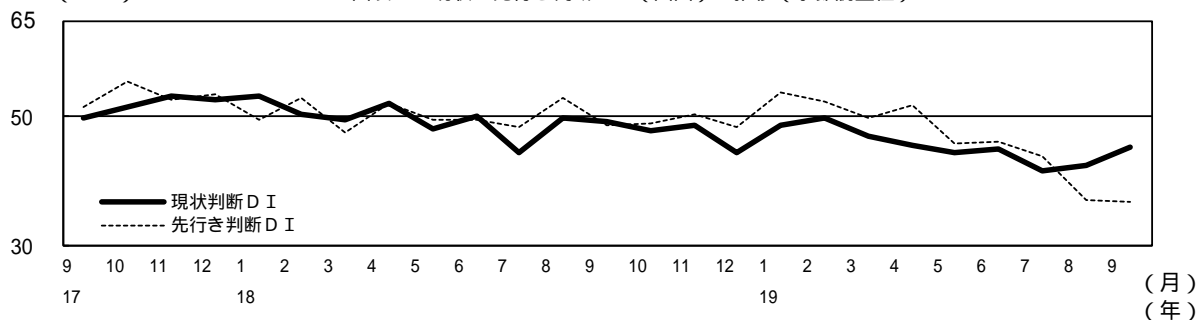


10. 四国

(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		・消費税増税前の駆け込み消費はほとんどない。前年をやや下回って推移している(衣料品専門店)。
			・入場者数は減少傾向にあり、それに比例して売上額も減少傾向にある(競輪競馬)。
			・9月に入り、高額品に加えて化粧品や婦人服などその他のアイテムにも消費税増税前の駆け込みがみられるようになり、好調に推移している(百貨店)。
	企業 動向 関連		・受注量は安定しているが、人手不足のために生産量、販売量が落ち込んでいる(鉄鋼業)。
			・10月の消費税増税を前にした駆け込み需要の影響と思われる物量の増加が見られたのは9月下旬に入ってからであり、かつ極めて小幅な増加にとどまった。販売店などが集客を狙って定期的に大幅値引きを強調したチラシを配布している事や、消費税増税後に始まるキャッシュレス決済時のポイント還元制度を控え、消費者の購買動向は落ち着いている(輸送業)。
	雇用 関連		・公共工事、民間工事共に、動きが出てきた(建設業)。
		・消費税の増税前で、生産現場での需要が一時的に増えているが、残業程度であり、増員までにはいたらない(人材派遣会社)。	
		・消費税増税前で景気が今月は良くなっているが、来月以降は不透明である(学校[大学])。	
その他の特徴 コメント			：消費税増税前の駆け込み需要は化粧品等でみられたが、その他の部門ではみられなかった。景気は良くも悪くもない(その他小売[ショッピングセンター]) ：取引先をモニタリングしたところ、業績が悪化している会社が目立った(金融業)
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計 動向 関連		・消費税増税でポイント還元の施策はあるが一時的なものなので、消費の冷え込みはより一層厳しくなる(コンビニ)。
			・10月からの消費税増税の影響がどうなるのか分からない。客の話を聞いていると最初は動かないだろう(美容室)。
	企業 動向 関連		・原料高による販売価格の上昇や、消費税増税等による買い控えの影響が大きくなる(食品製造業)。
			・消費税増税後は一般的に財布のひもが固く、各広告主も慎重になっている(通信業)。
雇用 関連		・キッチンペーパーの受注量が増え、製造が追い付いていない。キッチンペーパーの需要は今後も拡大するだろう。フェイスマスクは新規取引先ができ販路拡大が期待できる(パルプ・紙・紙加工品製造業)。	
		・企業側の採用ニーズは増えているが、求職者の数は減っており、人材の採用がますます難しくなってくる(求人情報誌)。	
その他の特徴 コメント			：消費税増税前の駆け込み需要があり、前倒しで売上が上がっているため、10月以降については前年割れが予測される(家電量販店) ：食品分野は軽減税率もあり横ばいと想定している。日用品、農業用は消費税増税後の反動がありそうだ(化学工業)

(D I) 図表23 現状・先行き判断D I (四国)の推移(季節調整値)

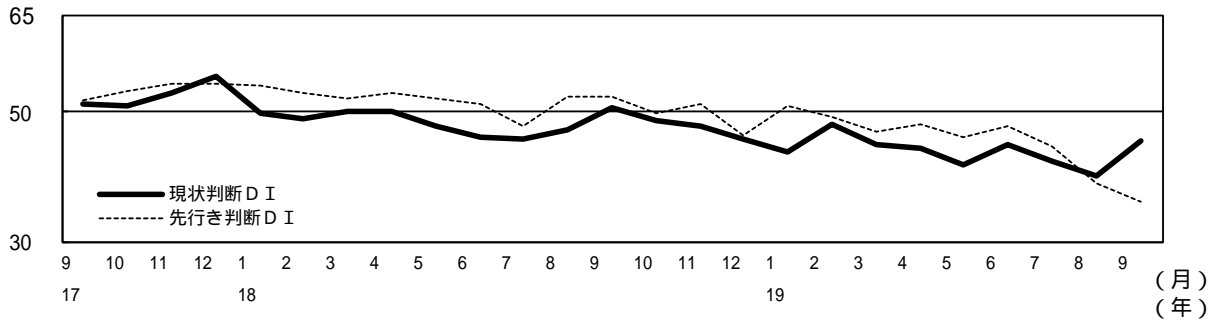


11.九州

(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		・月末の公共料金支払は増加しているが、買物客は近隣の量販店に流れている。消費税引上げの客への影響は、余り感じられない(コンビニ)。	
			・材料費、人件費、各種料金が上昇しているが、仕事の対価は上がっていない。また、生活用品等小売では、同額でも中身が減少しており、実質値上がりしている(設計事務所)。	
			・事業所が位置する中心市街地に、大型複合商業施設がオープンし、市外からの買物客で、人の流れに勢いを感じる。当該施設への集客が、周辺に好影響を与えている(観光型ホテル)。	
	企業 動向 関連		・10月から消費税引上げが実施されるが、倉庫内貨物の入出庫は、余り増加していない。また、例年であれば半期決算月により物量が増加するが、今年は、大きな動きがない状況である(輸送業)。	
			・日韓関係の悪化により、旅行客が減少し、小売業や観光地の収入が4割以上減少しており、悪い状況になっている(金融業)。	
			・消費税引上げ前の駆け込み需要により、納入件数が増加している(出版・印刷・同関連産業)。	
	雇用 関連		・求人数は横ばいで、求職者は、引き続き減少傾向にある。しかしながら、人手不足感も同時にあり、全体として景況感は、余り変化がない(職業安定所)。	
			・中心市街地再開発により、パスターミナル及び商業施設がオープンしている。来場者数もすぐに100万人を達成し、人の動きを実感できる。また、ラグビーワールドカップも開幕し、ファンゾーン等も盛り上がっている(新聞社[求人広告])。	
	その他の特徴 コメント			○：消費税引上げ前の駆け込み需要が、想定よりかなり上回っている。売上と入店客数の前年比に大きなプラスかい離が出ており、商品の単価も各カテゴリーで、ほとんどが前年を上回っている(家電量販店)。 ×：ラグビーワールドカップが開催されるが、日韓関係でインバウンドの動きがかなり落ち込んでおり、加えて、10月には消費税引上げを控え、消費者の気持ちが後ろ向きになっている(タクシー運転手)。
	先行き	分野	判断	判断の理由
家計 動向 関連			・消費税引上げの影響で、客の反応や客数等に影響が出ることが不安である(美容室)。	
			・食品スーパーマーケットのポイント還元対象店舗の線引きが曖昧である。また、規模の大きな会社が減資して承認されるなど差別化、区別化され、対象でない会社は特に深刻な問題になる(スーパー)。	
企業 動向 関連			・年度末までは、上昇傾向である。官公庁が、上半期までに発注できなかった分を繰越工事として発注することを期待している(建設業)。	
			・生産量の低迷が続いている。中国市場関連の問題で、受注量が激減している。これからの生産高が不透明な状態である(精密機械器具製造業)。	
雇用 関連		・新規注文が増えている一方で、契約終了により後任を入れず、業務の見直しや残った人数で進めていく企業も増えている(人材派遣会社)。		
その他の特徴 コメント			○：米中貿易摩擦による影響は、底を打っている情報もあるが、中小企業へは、遅れて悪影響を及ぼされているかのように、いまだ底打ち感がない状況である(電気機械器具製造業)。 ×：9月は、消費税引上げ前の駆け込み需要により、前年を大きく上回って推移しているが、10月以降は、前回の消費税引上げ時と同様に反動減少が見込まれる(百貨店)。	

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



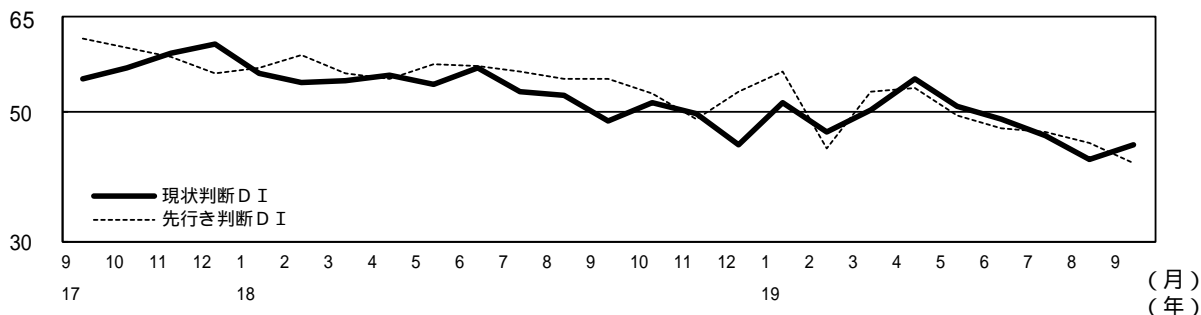
12. 沖縄

(良、 やや良、 不変、 やや悪、 ×悪)

		分野	判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連			・国内外の高額商品は売れないが、県内宿泊プランなどは前年と比べても好調である。しかし結局は薄利多売のような図式である(旅行代理店)。
				・住宅展示場への来場組数が前月比15%減と、4か月連続で減少している。同様に、前年同月比でも27%減である(住宅販売会社)。
		×		・新商品の発売や消費税増税前の駆け込み需要により月後半は販売量が増え、前年並みの結果となっている(通信会社)。 ・近年、商店街では物販店が閉店し、代わりに小規模の飲食店が多くなりつつあり、価格競争で客の奪い合いを起している状況が見受けられる(商店街)。
	企業 動向 関連			・公共工事向けの出荷は前年比減で、民間工事向けは前年比増となり、全体で前年比横ばいとなっている(窯業・土石製品製造業)。
				・約50社ほどで行っている人材育成研修で、消費税増税の関係から受注が一時的に増えているとの話を聞いている。主に業務用の食材の一括での手配等がある(輸送業)。
	雇用 関連			・求職者からの問合せが減少している(人材派遣会社)。 ・早くも2021年卒対象の就職イベントが走り出している。企業側も今年度の採用活動から次年度の採用活動にシフトチェンジをしている様子がみとれる(学校[専門学校])。
その他の特徴 コメント				：高価格帯のハイブランドの受注が好調を維持している(乗用車販売店)。 ：季節が変わったこと、韓国からの観光客数の減少で周辺の景気が衰退していること、また9月後半からは表通りに修学旅行生が増え始め、一般客が減少している感じがあることが影響している。台風などで天候が不安定だったことも原因とみている(衣料品専門店)。
先行き	家計 動向 関連			・現段階の予約状況から推測される今後2~3か月後の客室稼働率は、今月同様に前年実績を下回る見込みである。10月以降の団体旅行受注も今年は少なく、厳しい状況が続いている(観光型ホテル)。
				・国際情勢の影響でインバウンドの数もかなり落ち込んでいるし、消費税増税の影響も出てくると予想している(一般小売店[靴・袋物])。
	企業 動向 関連			・可能性の高い、真面目に住宅建築に取り組む客からの相談が増えている(建設業)。 ・県内企業の広告販促活動は、テレビ、ラジオ、新聞などのマス広告が微減状態にあることから、全体として自粛傾向にあると感じている。一部の県内企業からは、競争環境が厳しくなり減収になる可能性を示唆する声がある(広告代理店)。
				・これからの3か月は年末商戦を迎えるので今月よりは確実に売上は良くなるが、前年同期での比較で考えると、消費税増税実施後の落ち込みや当社における値上商品の落ち込みが予想される(食料品製造業)。
	雇用 関連			・新規求人数が減少傾向にある(求人情報誌製作会社)。
	その他の特徴 コメント			

(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	2019					
	月	4	5	6	7	8	9
合計		45.3	44.3	43.2	40.2	42.6	47.6
家計動向関連		43.6	43.8	41.9	37.2	41.4	48.4
小売関連		41.7	42.7	41.2	34.4	40.4	50.4
飲食関連		42.2	41.1	42.9	38.8	39.1	42.5
サービス関連		47.4	46.3	42.2	41.1	43.9	46.2
住宅関連		45.6	45.4	45.6	42.6	41.6	46.3
企業動向関連		46.9	43.4	43.8	44.7	43.0	44.7
製造業		46.4	42.2	42.7	42.7	40.9	41.6
非製造業		47.7	44.9	45.1	46.6	44.7	47.2
雇用関連		52.6	49.8	50.7	50.2	49.4	49.1



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	2019					
	月	4	5	6	7	8	9
全国		45.3	44.3	43.2	40.2	42.6	47.6
北海道		47.2	47.1	46.0	41.4	43.1	54.2
東北		43.8	43.4	38.1	34.0	40.2	47.4
関東		43.6	44.0	42.3	40.6	44.5	46.5
北関東		42.6	43.8	40.3	38.8	42.0	42.9
南関東		44.1	44.1	43.1	41.3	45.4	47.8
東京都		49.2	47.9	46.5	43.7	47.7	51.3
甲信越		40.7	40.2	39.0	31.8	38.8	44.2
東海		45.5	42.9	44.2	40.0	42.5	45.2
北陸		46.2	45.1	45.9	38.2	41.1	45.2
近畿		47.7	44.3	45.1	42.7	43.3	53.7
中国		46.7	44.1	43.1	45.4	43.6	46.4
四国		40.5	43.3	44.2	41.0	39.5	46.8
九州		43.9	42.4	43.2	40.6	40.2	45.4
沖縄		58.0	49.5	51.1	50.7	47.3	43.3

図表 29 景気の現状水準判断 D I (原数値)

(D I)	年 月	2019 4	5	6	7	8	9
合計		46.5	43.9	42.8	40.9	42.1	46.6
家計動向関連		45.1	43.5	41.6	38.5	41.4	47.1
小売関連		42.7	42.3	41.0	36.0	40.5	49.8
飲食関連		44.5	41.2	42.4	39.8	38.3	38.8
サービス関連		49.9	46.4	41.6	42.2	43.8	44.0
住宅関連		46.9	43.3	46.7	42.7	42.0	45.7
企業動向関連		47.6	42.6	43.1	44.2	41.2	44.6
製造業		46.8	41.0	41.1	42.2	38.4	41.2
非製造業		48.8	44.5	45.2	46.1	43.3	47.2
雇用関連		52.9	49.9	49.6	49.6	48.6	48.3

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	2019 4	5	6	7	8	9
全国		46.5	43.9	42.8	40.9	42.1	46.6
北海道		47.5	48.4	47.5	44.3	43.8	51.9
東北		46.0	43.2	38.6	35.4	41.2	46.7
関東		44.7	44.1	42.1	41.1	43.4	46.1
北関東		43.1	43.4	41.0	39.8	42.0	42.8
南関東		45.3	44.3	42.6	41.6	43.9	47.4
東京都		50.9	48.3	45.9	44.1	45.8	50.7
甲信越		42.8	40.7	38.3	34.0	39.4	44.1
東海		46.7	42.4	42.8	40.5	41.8	43.6
北陸		47.8	45.4	44.6	38.6	41.5	44.8
近畿		49.2	44.3	44.5	42.7	43.1	52.1
中国		47.9	45.6	43.3	44.2	42.7	45.8
四国		43.0	42.2	43.3	42.4	39.4	45.4
九州		45.5	42.1	42.2	40.4	39.1	44.9
沖縄		59.0	50.0	48.7	49.3	46.8	45.3

(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。