

# 景気ウォッチャー調査

## Economy Watchers Survey

令和4年12月調査結果

令和5年1月12日



内閣府政策統括官  
(経済財政分析担当)

## 今月の動き (2022年12月)

12月の現状判断DI(季節調整値)は、前月差0.2ポイント低下の47.9となった。

家計動向関連DIは、サービス関連等が低下したものの、小売関連が上昇したことから上昇した。企業動向関連DIは、製造業等が低下したことから低下した。雇用関連DIについては、低下した。

12月の先行き判断DI(季節調整値)は、前月差1.9ポイント上昇の47.0となった。

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

なお、原数値で見ると、現状判断DIは前月差0.7ポイント低下の49.0となり、先行き判断DIは前月差0.1ポイント低下の46.3となった。

今回の調査結果に示された景気ウォッチャーの見方は、「景気は、持ち直しの動きがみられる。先行きについては、持ち直しへの期待がある一方、価格上昇の影響等に対する懸念がみられる。」とまとめられる。

## 目 次

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

## 調査の概要

### 1. 調査の目的

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

### 2. 調査の範囲

#### (1) 対象地域

北海道、東北、北関東、南関東、甲信越、東海、北陸、近畿、中国、四国、九州、沖縄の12地域を対象とする。各地域に含まれる都道府県は以下のとおりである。

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

平成12年1月調査の対象地域は、北海道、東北、東海、近畿、九州の5地域。

平成12年2月調査から9月調査までの対象地域は、これら5地域に関東を加えた6地域。

平成28年4月調査より、南関東のうち東京都分の別掲を開始。

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

平成29年10月調査より、現行の地域区分を正式系列として実施。

#### (2) 調査客体

家計動向、企業動向、雇用等、代表的な経済活動項目の動向を敏感に反映する現象を観察できる業種の適当な職種の中から選定した2,050人を調査客体とする。調査客体の地域別、分野別の構成については、「III. 景気ウォッチャー（調査客体）の地域別・分野別構成（34頁）」を参照のこと。

### 3. 調査事項

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

#### 4. 調査期日及び期間

調査は毎月、当月時点であり、調査期間は毎月 25 日から月末である。

#### 5. 調査機関及び系統

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

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

#### 6. 有効回答率

地域	調査客体	有効回答客体	有効回答率	地域	調査客体	有効回答客体	有効回答率
北海道	130 人	111 人	85.4%	北陸	100 人	85 人	85.0%
東北	189 人	172 人	91.0%	近畿	290 人	255 人	87.9%
北関東	129 人	111 人	86.0%	中国	170 人	164 人	96.5%
南関東	330 人	296 人	89.7%	四国	110 人	88 人	80.0%
東京都	157 人	142 人	90.4%	九州	210 人	180 人	85.7%
甲信越	92 人	82 人	89.1%	沖縄	50 人	43 人	86.0%
東海	250 人	227 人	90.8%	全国	2,050 人	1,814 人	88.5%

(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）

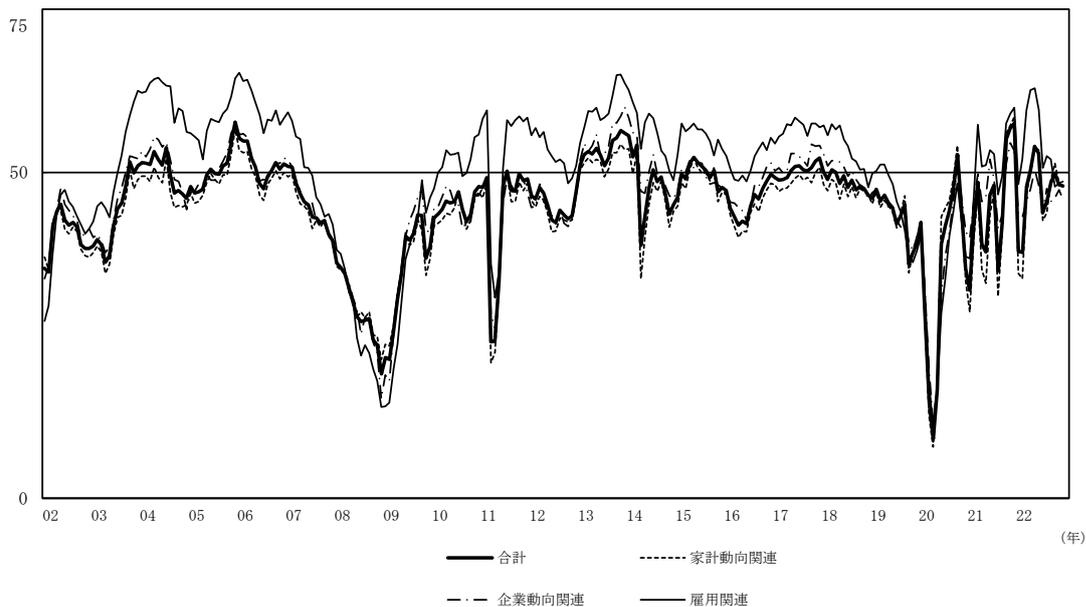
3か月前と比較しての景気の現状に対する判断D Iは、47.9となった。家計動向関連のD Iは上昇したものの、企業動向関連、雇用関連のD Iが低下したことから、前月を0.2ポイント下回り、2か月連続の低下となった。

図表1 景気の現状判断D I（季節調整値）

(D I)	年	2022						(前月差)
	月	7	8	9	10	11	12	
合計		43.8	45.5	48.4	49.9	48.1	47.9	(-0.2)
家計動向関連		42.6	43.8	48.8	51.4	48.3	48.6	(0.3)
小売関連		43.3	44.7	47.6	48.8	46.6	48.6	(2.0)
飲食関連		30.8	37.1	56.7	61.0	47.9	47.9	(0.0)
サービス関連		44.3	44.6	50.3	56.8	52.6	50.1	(-2.5)
住宅関連		40.9	39.4	44.1	39.7	44.4	42.0	(-2.4)
企業動向関連		44.3	47.5	45.5	46.1	47.3	45.8	(-1.5)
製造業		44.1	47.0	44.1	45.4	46.5	43.4	(-3.1)
非製造業		44.8	48.0	46.8	46.6	48.0	47.7	(-0.3)
雇用関連		50.7	52.5	52.0	47.8	48.3	47.8	(-0.5)

(D I)

図表2 景気の現状判断D I（季節調整値）



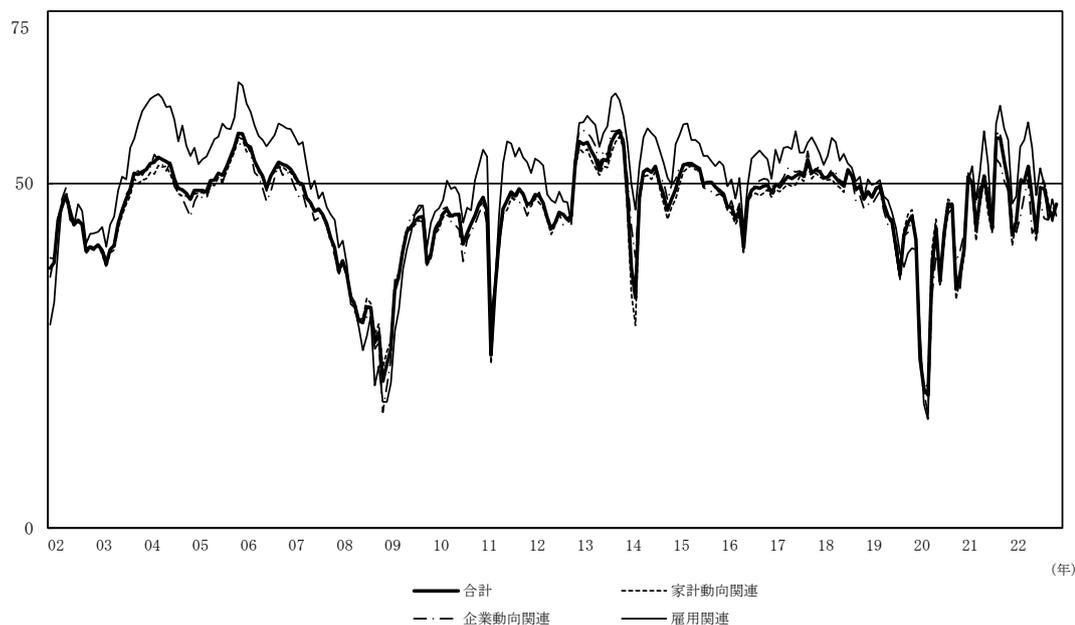
## 2. 景気の先行き判断D I (季節調整値)

2～3か月先の景気の先行きに対する判断D Iは、47.0 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1.9ポイント上回った。

図表3 景気の先行き判断D I (季節調整値)

(D I)	年	2022						(前月差)
	月	7	8	9	10	11	12	
合計		42.8	49.4	49.2	46.4	45.1	47.0	(1.9)
家計動向関連		41.6	49.6	50.5	47.2	44.3	47.3	(3.0)
小売関連		42.0	48.8	47.8	47.3	44.4	47.9	(3.5)
飲食関連		44.5	51.5	57.0	53.8	43.0	45.9	(2.9)
サービス関連		41.2	52.2	56.2	46.6	45.5	47.8	(2.3)
住宅関連		37.4	43.0	41.1	41.2	39.8	40.8	(1.0)
企業動向関連		43.8	47.3	44.9	44.7	46.3	46.9	(0.6)
製造業		44.4	47.7	42.6	44.2	45.8	46.7	(0.9)
非製造業		43.6	47.0	47.1	45.0	46.8	47.4	(0.6)
雇用関連		48.3	52.2	49.8	44.8	47.7	45.3	(-2.4)

図表4 景気の先行き判断D I (季節調整値)



(参考) 景気の現状判断D I・先行き判断D I (原数値)

(現状判断)

図表5 景気の現状判断D I  
(D I) 年 2022

	月	7	8	9	10	11	12
合計		43.5	44.8	49.6	51.1	49.7	49.0
家計動向関連		41.8	42.8	49.4	51.6	49.3	49.2
小売関連		42.0	43.3	48.6	49.0	47.6	48.8
飲食関連		32.6	35.6	51.4	58.1	50.5	50.8
サービス関連		44.1	44.3	51.6	57.2	53.5	51.4
住宅関連		40.9	39.3	45.2	42.4	44.9	41.7
企業動向関連		45.1	47.1	48.3	48.0	49.2	47.5
製造業		44.3	46.5	47.7	47.8	48.4	46.1
非製造業		46.2	47.9	49.1	48.3	50.0	48.6
雇用関連		50.8	52.8	53.9	53.7	53.3	51.1

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
2022	10	5.2%	26.7%	41.0%	21.2%	5.9%	51.1
	11	3.8%	25.2%	42.9%	22.0%	6.0%	49.7
	12	3.0%	25.1%	42.9%	23.1%	5.9%	49.0

(先行き判断)

図表7 景気の先行き判断D I  
(D I) 年 2022

	月	7	8	9	10	11	12
合計		42.6	47.6	49.3	48.2	46.4	46.3
家計動向関連		41.7	47.0	50.0	48.6	45.6	45.9
小売関連		42.1	45.7	47.0	47.6	45.4	47.0
飲食関連		41.6	46.2	57.1	57.5	45.8	41.6
サービス関連		42.1	50.9	55.8	49.6	46.8	46.1
住宅関連		36.7	42.5	42.0	42.4	40.9	40.3
企業動向関連		43.8	47.0	46.2	46.7	47.0	46.3
製造業		45.4	48.4	45.9	47.1	46.3	44.9
非製造業		42.9	45.8	46.8	46.4	47.6	47.8
雇用関連		46.0	52.4	51.4	48.9	50.4	48.6

図表8 構成比

年	月	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	D I
2022	10	3.4%	23.8%	42.3%	23.0%	7.4%	48.2
	11	2.2%	19.6%	46.9%	24.3%	7.0%	46.4
	12	2.3%	19.5%	46.7%	24.3%	7.2%	46.3

## 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、6 地域で上昇、6 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 (4.4 ポイント上昇)で、最も低下幅が大きかったのは四国 (3.6 ポイント低下)であった。

図表9 景気の現状判断D I (各分野計)(季節調整値)

(D I)	年	2022						
	月	7	8	9	10	11	12	(前月差)
全国		43.8	45.5	48.4	49.9	48.1	47.9	(-0.2)
北海道		50.4	50.2	49.8	50.5	46.2	50.6	(4.4)
東北		41.5	44.6	46.1	47.0	43.3	42.0	(-1.3)
関東		42.8	43.3	45.9	48.1	46.8	47.8	(1.0)
北関東		39.6	40.7	40.8	47.0	41.9	46.2	(4.3)
南関東		44.0	44.2	47.9	48.5	48.6	48.3	(-0.3)
東京都		46.4	50.4	52.5	53.5	55.1	54.1	(-1.0)
甲信越		47.5	45.4	51.6	50.6	49.5	46.0	(-3.5)
東海		42.9	42.1	45.2	43.5	47.6	47.2	(-0.4)
北陸		42.0	41.4	43.7	49.7	49.7	48.1	(-1.6)
近畿		39.2	42.0	48.2	48.9	49.4	52.0	(2.6)
中国		44.8	47.6	47.2	49.9	48.4	48.7	(0.3)
四国		47.4	45.9	45.8	53.8	52.7	49.1	(-3.6)
九州		46.8	48.6	49.7	55.2	52.8	54.9	(2.1)
沖縄		55.0	59.5	57.7	61.9	57.7	59.2	(1.5)

### 2. 景気の先行き判断D I (季節調整値)

前月と比較しての先行き判断D I (各分野計)は、全国 12 地域中、10 地域で上昇、2 地域で低下であった。最も上昇幅が大きかったのは北関東 (6.8 ポイント上昇)で、最も低下幅が大きかったのは沖縄 (4.2 ポイント低下)であった。

図表10 景気の先行き判断D I (各分野計)(季節調整値)

(D I)	年	2022						
	月	7	8	9	10	11	12	(前月差)
全国		42.8	49.4	49.2	46.4	45.1	47.0	(1.9)
北海道		47.9	51.9	52.6	48.5	45.7	46.5	(0.8)
東北		39.9	49.3	48.6	46.3	40.2	44.8	(4.6)
関東		42.5	48.7	47.6	44.8	42.9	45.9	(3.0)
北関東		41.5	50.1	47.5	43.0	40.0	46.8	(6.8)
南関東		42.9	48.2	47.7	45.5	43.9	45.5	(1.6)
東京都		44.8	53.0	52.8	53.4	51.5	51.0	(-0.5)
甲信越		43.8	49.6	51.0	50.6	46.1	47.3	(1.2)
東海		40.7	46.3	47.3	42.9	42.5	42.9	(0.4)
北陸		44.7	49.3	50.9	45.4	45.2	45.1	(-0.1)
近畿		42.4	48.9	49.7	44.7	45.7	47.0	(1.3)
中国		41.7	49.7	47.9	47.2	47.7	49.1	(1.4)
四国		45.5	49.7	49.8	50.1	46.6	47.4	(0.8)
九州		46.4	54.5	53.5	51.5	51.0	52.2	(1.2)
沖縄		51.7	53.2	61.8	57.9	57.6	53.4	(-4.2)

(参考) 景気の現状判断D I ・先行き判断D I (原数値)

(現状判断)

図表 11 景気の現状判断D I (各分野計)(原数値)

(D I)	年	2022					
	月	7	8	9	10	11	12
全国		43.5	44.8	49.6	51.1	49.7	49.0
北海道		52.3	49.8	49.1	49.6	44.5	49.8
東北		42.9	45.5	48.7	49.1	44.3	42.6
関東		41.3	43.6	48.7	49.8	48.2	47.7
北関東		39.2	40.9	43.9	48.7	45.1	47.7
南関東		42.1	44.6	50.6	50.2	49.4	47.6
東京都		45.0	48.8	55.7	55.5	54.6	53.2
甲信越		47.4	46.0	54.8	52.0	50.0	46.0
東海		42.1	42.4	47.4	45.9	50.1	48.7
北陸		41.8	41.7	47.8	53.0	52.2	48.8
近畿		40.2	43.5	49.9	49.9	49.8	50.9
中国		43.9	45.4	48.2	50.6	49.2	48.3
四国		47.1	45.5	48.4	54.3	52.5	49.7
九州		45.3	46.5	53.1	58.9	55.8	54.7
沖縄		53.1	55.1	62.8	65.5	63.4	61.0

(先行き判断)

図表 12 景気の先行き判断D I (各分野計)(原数値)

(D I)	年	2022					
	月	7	8	9	10	11	12
全国		42.6	47.6	49.3	48.2	46.4	46.3
北海道		45.3	48.8	48.6	47.1	46.9	49.3
東北		40.3	47.6	47.7	46.8	39.7	43.9
関東		41.6	47.3	47.3	46.4	44.5	44.8
北関東		40.9	46.6	46.9	43.7	41.7	45.7
南関東		41.9	47.6	47.4	47.5	45.6	44.5
東京都		45.1	52.2	52.3	53.7	52.0	49.1
甲信越		42.2	46.3	48.6	49.2	46.1	46.6
東海		42.2	43.6	46.9	44.5	44.6	43.8
北陸		42.3	46.8	51.4	48.4	46.1	43.5
近畿		41.5	46.5	49.4	47.5	47.2	46.4
中国		41.9	49.8	49.4	48.9	48.5	47.6
四国		46.0	44.9	48.9	50.8	47.8	46.3
九州		45.2	52.5	55.3	54.5	53.4	51.1
沖縄		51.9	55.1	62.8	60.1	57.9	54.7

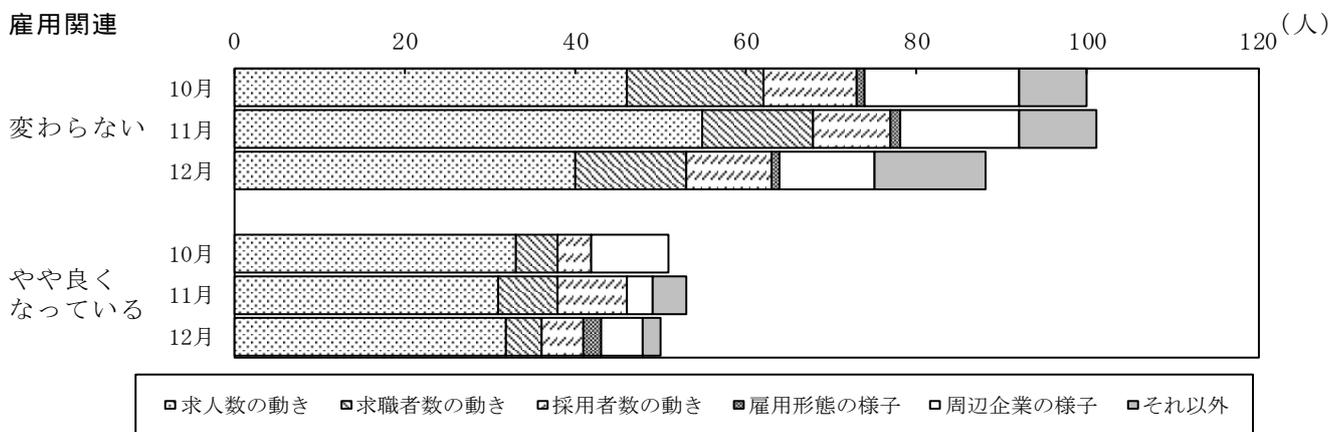
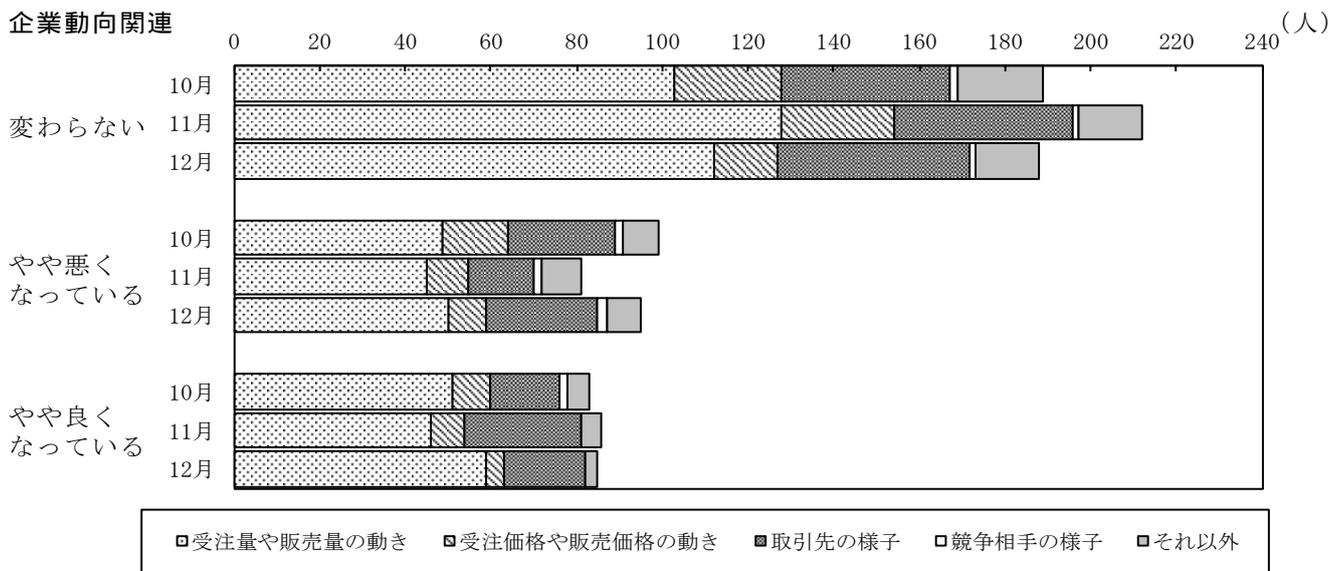
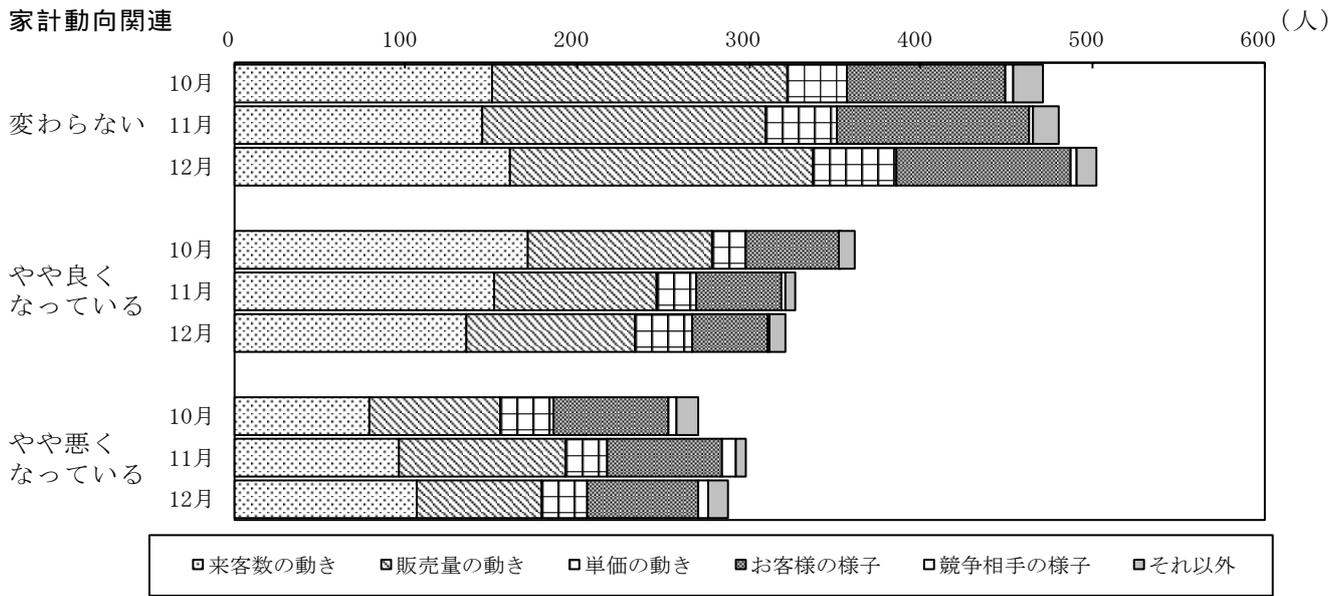
### III. 景気判断理由の概要

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	○	・高級時計や海外のブランド品が品薄になるほど売れているほか、客が旅行の計画を立てたり、イベントに参加するようになってきたことから、外出用の婦人服の売上も回復基調にある。また、インバウンド売上も好調である（近畿＝百貨店）。
		□	・全国旅行支援が年末まで延長した効果もあり、大きな動きではないものの、地道に来訪客がある（北関東＝旅行代理店）。 ・新型コロナウイルス感染症による規制が緩和され、来客数は徐々に増加しているが、物価上昇による客の節約意識は根強い。特に趣味趣向の商品は動きが鈍い（中国＝スーパー）。
		▲	・新型コロナウイルス感染症第8波の感染拡大により、サービスキャンセルが増加傾向にあり、利用者数が減少している（九州＝その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕）。
	企業 動向 関連	○	・コロナ禍で混乱していたサプライチェーンの影響も落ち着き始め、当初の計画どおりの生産に戻りつつある（北関東＝一般機械器具製造業）。
		▲	・受注量が減少し、材料価格は高騰したまま落ち着いている。販売価格への転嫁がようやく追いついたが、販売量は低調に推移している（四国＝木材木製品製造業）。
	雇用 関連	□	・ホテル、旅館などの募集は依然として多いが、求職者からの応募がなく、マッチングに至っていない。派遣金額を上げて出ない（南関東＝人材派遣会社）。
先行き	家計 動向 関連	○	・全国旅行支援については年明けから割引額などが引き下げられるものの、行動制限がないなかで観光や外出を積極的に楽しむムードが加速していくとみられる。また、インバウンドも更に増加する（北海道＝観光名所）。 ・メーカーから、1～3月にかけて前年比で150%程度の新車配給ができるとの発表があり、相当分の売上や利益の確保に期待している（九州＝乗用車販売店）。
		□	・来年度も多くの飲食料品の値上げが予定されており、エネルギー価格も上昇傾向が続いているため、外食の利用頻度は良くても現状維持と予想される（近畿＝一般レストラン）。
		▲	・東北地方では、灯油代や電気代といった冬の光熱費の上昇に伴い、特に食品の節約が顕著になり、売上が厳しくなると予測している（東北＝スーパー）。
	企業 動向 関連	○	・新型コロナウイルス新規感染者数の増加も日常化し、人々の生活への大きな障害にならなくなってきたため、国内景気は経済活動の再開を背景に持ち直しつつある。企業の設備投資計画も依然として堅調である（東海＝輸送業）。
		▲	・エネルギー価格の上昇により製造経費や物流費が高騰しているが、製品の価格に転嫁することは難しく、粗利率が下がると推測する（四国＝食料品製造業）。
	雇用 関連	□	・求人者の多くは一定の受注があり業況はまずまずである。しかし、資材、燃料、電気等の価格高騰により収益が低下し、今後徐々に求人数を抑制する動きが出ることも懸念されることから、雇用状況も踊り場に入る可能性がある（東北＝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

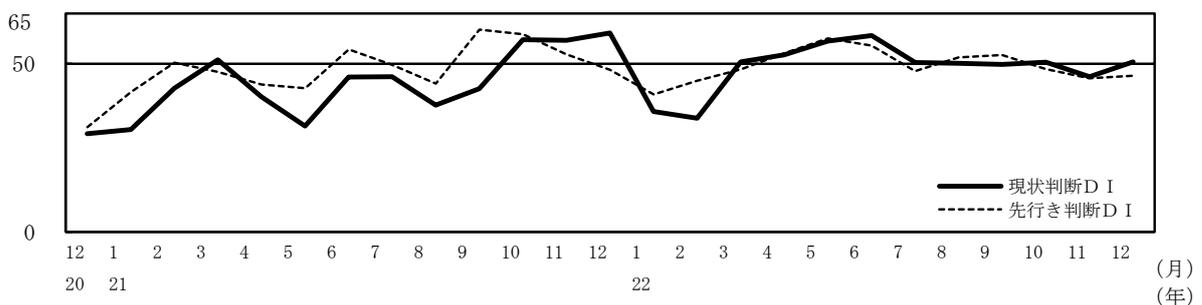


1. 北海道

(◎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		□	・ようやく新型コロナウイルス感染症の影響からの回復がみえてきたところに、各種値上げが相次いでいることから、再び景気が落ち込む状況となっている（旅行代理店）。
			○	・光熱費の高騰が続いているものの、冬物衣料の販売量が想定以上であり、景気がやや良い状況にある。リゾート地域の店舗では、海外からの客も増えていて、円安の恩恵も出ている。ただ、クリスマスギフトの需要をみると、比較的安価な商材を買う客もいることから、物価高騰の影響もみられる（衣料品専門店）。
			▲	・物価高、資材高の影響で住宅価格が上がったままであり、住宅を建てる人が減っている。また、住宅以外の物件についても計画の見直しや延期が増えている（住宅販売会社）。
	企業 動向 関連		□	・売上は3か月前と変わらないが、原材料やエネルギーなどの価格高騰が続いているため、利益の出ない構造にも変化がみられないままである（食料品製造業）。
			○	・冬本番を迎えたが、降雪による影響は例年ほどみられない。年内しゅん工の現場では計画を上回る利益が確保できる見込みであり、稼働中の現場も設計変更や追加工事による上積みが確実となっている（建設業）。
			▲	—
雇用 関連		□	・求人数は前年とほぼ同数であるが、応募者数の減少と採用決定率の低下がみられる。業種や職種による違いも大きくなりつつある（求人情報誌制作会社）。	
		○	・年末にもかかわらず駆け込みの求人が増えている。年末はボーナス支給後に退職者が増える傾向にあるが、新年までに人材の調達を終えておきたいという企業側の動きが強まっているとみられる。一方、求人ニーズが底堅いことから、こうした動きはアフターコロナを見据えた人材採用の動きにもみえる（人材派遣会社）。	
その他の特徴 コメント		○：全国旅行支援が客室の稼働を押し上げている。12月28日から1月9日にかけての期間は稼働が大きく落ちているが、外国人観光客の予約が前月よりも増えていることもあって、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいている（観光型ホテル）。 □：石油製品価格が高止まりしていることで客の節約志向が強くなっている（その他専門店 [ガソリンスタンド]）。		
先行き	家計 動向 関連		□	・メーカーからの値上がりの情報が相次いでおり、年明けも商材の価格高騰が収まらないとみられる。そのため、今後も買い控え傾向が続くことになる（その他専門店 [造花]）。
			○	・全国旅行支援については年明けから割引額などが引き下げられるものの、行動制限がないなかで観光や外出を積極的に楽しむムードが加速していくとみられる。また、インバウンドも更に増加する（観光名所）。
	企業 動向 関連		□	・資材価格の高騰や為替の変動が今後どのように影響してくるか不透明ではあるが、業種的に冬の期間は春に向けての準備期間であり、売上が大きく伸びることはない。また、地方都市においては人材不足も景気回復の足を引っ張る原因の1つとなっている（司法書士）。
			▲	・観光業や飲食店などのサービス業の景気は回復傾向にあるが、製造業はエネルギーや原材料の値上げなどに伴う製造原価の上昇が避けられず、製品を値上げしないと利益が確保できない状況となっている。今後も悪循環が続くとみられるため、景気はやや悪くなる（金属製品製造業）。
	雇用 関連		□	・今後の掲載申込件数は、若干の上積みもあるかもしれないが、しばらくは新型コロナウイルス感染症発生前の水準をベースに推移していくとみられる。当地の主力産業である建設業の動きが鍵を握ることになる（求人情報誌制作会社）。
	その他の特徴 コメント		○：行動制限が緩和されていることで、今後人々の行動がますます活発になる。また、来年以降、これまで中止されていたイベントが全面的に再開されることも期待できる。こうした動きに伴って、消費行動も活発になると見込まれる（百貨店）。 ▲：年明けから更なる商品価格の値上げが予定されており、一層の買い控えが懸念される。また、エネルギーコスト、特に電気料金の一段の値上げなどにより、消費マインドが低下することも見込まれる（スーパー）。	

(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)

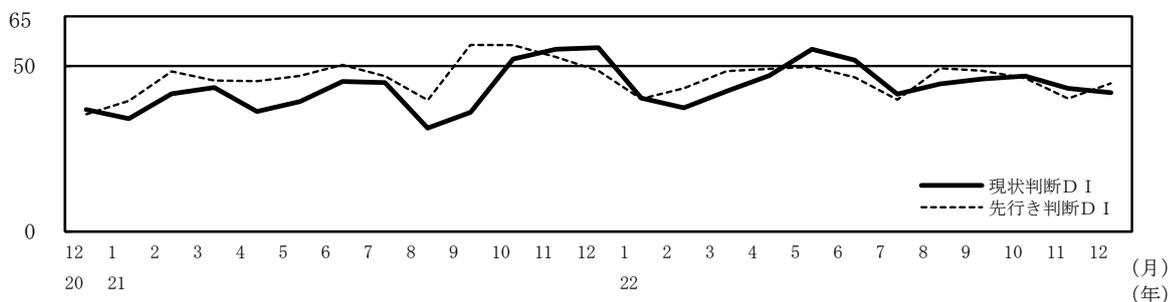


## 2. 東北

(◎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	□	・お歳暮ギフトはほぼ例年並みの販売量だが、今年は単価を下げて購入する客が多くみられた。また、飲食店向けは、クリスマスが週末だったこともあり、販売量は期待していたよりも伸びなかった（一般小売店〔酒〕）。	
		▲	・年末のボーナス商戦の時期ではあるが、初売りに向けての買い控えをしている客がいる。また、新型コロナウイルスの感染拡大の影響がある（家電量販店）。	
		○	・新型コロナウイルスの新規感染者数は相変わらず多いが、人の流れが良くなってきている。全国旅行支援の効果により、地域クーポン利用客も増えている（コンビニ）。	
	企業 動向 関連	▲	・値上げが必要な状況にもかかわらず、価格競争が発生している（出版・印刷・同関連産業）。	
		□	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているものの、人流はかなり戻っている。しかし、物価高騰のあおりを受けて消費マインドが冷え込み、企業の販促活動にマイナスの影響を及ぼしている。それにより、広告業界の業績は横ばいの状況が続いている（広告業協会）。	
		○	・新型コロナウイルス感染症への過剰な防衛意識が薄れ、年末ということもあり消費は上向き傾向にある（経営コンサルタント）。	
	雇用 関連	□	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの新規感染者数の急増により、求職者の動きは決して良い状況ではない（人材派遣会社）。	
		▲	・今月も売上が前年実績を下回っている。業種を問わず伸びに欠けている（新聞社〔求人広告〕）。	
	その他の特徴 コメント			□：例年12月は少し暇な時期になる。10月、11月と比べて団体客は減っているが、インバウンドが増えてきている。団体客が減った分をインバウンドが補って、景気は変わらない状況になっている（観光名所）。 ▲：コロナ禍での行動制限がないなかで来客数は増加していくとみていたが、前年比95%と減少しており、来店及び購買につながっていない。光熱費や物価の上昇により、生活必需品以外の購買は控える傾向にある（衣料品専門店）。
	分野		判断	判断の理由
先行き	家計 動向 関連	□	・燃料などの物価高が収まらないと景気は良くなる（観光型ホテル）。	
		▲	・東北地方では、灯油代や電気代といった冬の光熱費の上昇に伴い、特に食品の節約が顕著になり、売上が厳しくなると予測している（スーパー）。	
	企業 動向 関連	□	・値上げが続くため、景気は変わらないとみている（その他非製造業〔飲食品卸売業〕）。	
		▲	・半導体関連の生産調整が尾を引き、部品加工案件も伸び悩むことが予想される（一般機械器具製造業）。	
	雇用 関連	□	・求人者の多くは一定の受注があり業況はまずまずである。しかし、資材、燃料、電気等の価格高騰により収益が低下し、今後徐々に求人数を抑制する動きが出ることも懸念されることから、雇用状況も踊り場に入る可能性がある（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント			○：生産遅延が解消傾向にあり、このままのペースで車両生産が進めば、サービス部門に続き、新車部門、中古車部門共に収益が大きく改善することが見込まれる（乗用車販売店）。 ○：国際線が復便し、人流の増加が見込まれる（輸送業）。	

(D I) 図表15 現状・先行き判断D I（東北）の推移（季節調整値）

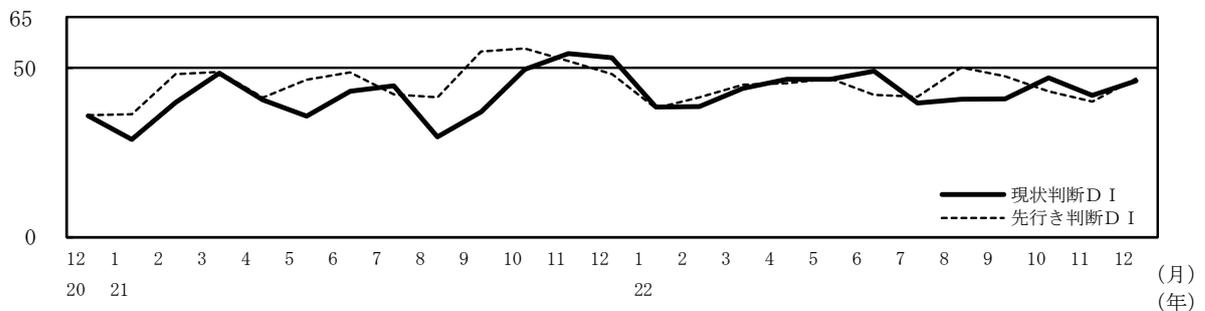


### 3. 北関東

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

	分野	判断	判断の理由	
	現状	家計 動向 関連		・耐久消費財の主要商材が前年を割り、全体的に客の需要が冷え込んで、前年比 93%で着地している（家電量販店）。
□			・全国旅行支援が年末まで延長した効果もあり、大きな動きではないものの、地道に来訪客がある（旅行代理店）。	
○			・車両遅延も解消され始め、登録できる車両が出てきて販売台数を確保できるようになってきている（乗用車販売店）。	
企業 動向 関連		□	・この2～3か月、取引先の様子や受注量の動き等は、上がったりがったり下がりたりを繰り返していて、全く予測がつかない（輸送用機械器具製造業）。	
		○	・コロナ禍で混乱していたサプライチェーンの影響も落ち着き始め、当初の計画どおりの生産に戻りつつある（一般機械器具製造業）。	
		▲	・今月予定していた業務が、取引先の新型コロナウイルス感染症り患の影響で、来月以降に延期となっている。前月以前に感染を理由に延期になった分は今月に実施できたが、取引の見直しにより継続できなかった業務もあり、その分、売上や利益が減少している（不動産業）。	
雇用 関連		□	・3か月前と比べて、新規求人数は、建設、卸売、医療、福祉で減少がみられ、全数では4.4%の減少となっている。ただし、前年同月比では13.2%増加し、14か月連続で前年を上回り、持ち直しの動きが広がりつつある（職業安定所）。	
		○	・取引企業の様子をみて、やや良くなっていると感じている（学校 [専門学校]）。	
その他の特徴 コメント			○：全国旅行支援の影響で、宿泊部門に関しては稼働率、単価共に高水準で推移している。また、料飲部門も数年ぶりの忘年会等のためか、高単価の受注が多い（都市型ホテル）。 □：原材料費や各種経費が増加し、経営は大変だが、ボーナスは前年並みか多少増加しているようである（社会保険労務士）。	
先行き		家計 動向 関連	□	・新型コロナウイルス感染症は落ち着かず、光熱費、その他諸物価の値上がりで、財布のひもは固くなる（一般小売店 [青果]）。
	▲		・契約更新時の入札で、コストアップを反映できない結果となるケースも散見される。一方で、新規の業務受託には人材確保がハードルとなっている。こうした両面から、収益悪化が今後も続くのではないかと懸念されている（その他飲食 [給食・レストラン]）。	
	企業 動向 関連	□	・新年に入り、新生活用品、テレビ、白物家電、冷蔵庫、洗濯機等の物量は、前年並みを確保予定である（輸送業）。	
		○	・取引先の発注計画により、やや良くなる（金属製品製造業）。	
	雇用 関連	□	・物価高騰の影響を加味して派遣先企業へ賃上げ交渉を開始しているが、要請に対する理解度にかい離がある。自動車販売店は、今後新車納期が短縮の見込みで、人材が必要になるものの、供給できる人材が不足している状況は変わらない（人材派遣会社）。	
	その他の特徴 コメント	▲	・来年3月末で派遣や請負契約が終了との連絡があったためである（人材派遣会社）。	
		○：新型コロナウイルスの新規感染者数は依然多いものの、行動制限が掛からないなかで、年末から1月の初商以降は、来店客数が前年を超えていくと想定できるため、やや良くなる（百貨店）。 ○：人流が活発になってきており、春に向けて各種催しも復活し、交流の機会が更に増えそうである。飲食店は必要な場である（一般レストラン [居酒屋]）。		

(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）

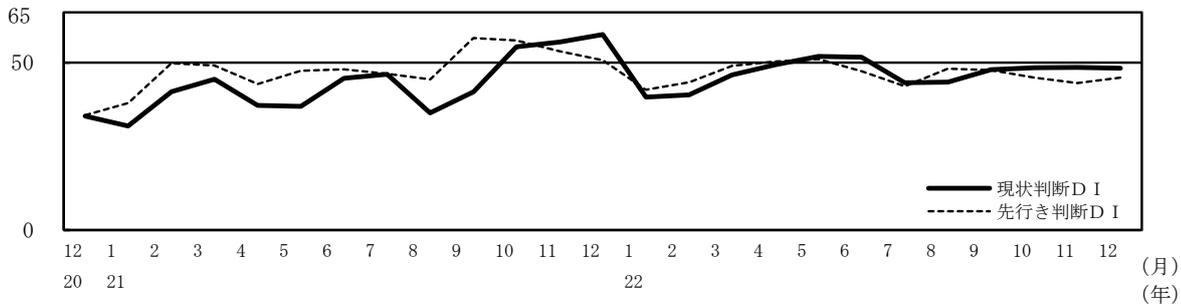


4. 南関東

(◎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	□	・来客数は増えてきたものの、物価高の影響か購入金額が伸びない。また、衣料品メーカーの生産量が例年より少なく、売れ筋商材の品切れが起きている（衣料品専門店）。	
		▲	・3か月前比及び前年比でも微減傾向にある。灯油も前年比で減少している（その他専門店 [ガソリンスタンド]）。	
		○	・行動制限のないクリスマス及び年末商戦を迎え、売上は順調に伸びている。また、来客数も増加している。年末年始の帰省増加の影響か、お歳暮ギフトは前年割れで終了している。また、インバウンド需要の拡大に加え、化粧品や宝飾品、ブランド時計などが好調である（百貨店）。	
	企業動向関連	□	・化粧品容器の受注は、新型コロナウイルス感染症の影響で下げ止まったまま、相変わらず回復傾向がみられない。医療品容器に関しては、新型コロナウイルス感染症の治療優先で世界的に滞っていた手術が再開されたことで、徐々に回復しているようである（プラスチック製品製造業）。	
		○	・年末の繁忙期で、前年より受注件数が増えており、資材価格高騰分をクライアントも理解してくれて、値上げできている（出版・印刷・同関連産業）。	
		▲	・金属加工の中小企業では、材料費、電気代やガソリン価格の値上がり激しく、対応ができていない。さらに、求人問題も大きく、賃金を上げないと人も来ないということで人件費を含めた経費のインパクトが大きい。ただし、更なる受注減少につながりかねないため、受注価格への転嫁はなかなかできない（経営コンサルタント）。	
	雇用関連	□	・ホテル、旅館などの募集は依然として多いが、求職者からの応募がなく、マッチングに至っていない。派遣金額を上げて出てこない（人材派遣会社）。	
		▲	・新規求人数の伸びが減速している。ここ5か月ほど飲食、宿泊業、小売、卸売業の求人数が全体をけん引してきたが、直近2か月で急速に落ち込んでいる（職業安定所）。	
	その他の特徴コメント			□：価格で優位性がなければ相手にしてもらえない。値下げ要求の底が見えない（通信会社）。 ▲：資材高騰により、コストダウンが難しい（住宅販売会社）。
	先行き	分野 判断		判断の理由
家計動向関連		□	・年明け以降も商材の値上げが控えているため、客が価格により敏感になってくる（スーパー）。	
		▲	・電気代など光熱費の高騰や全ての製品の値上げなどが断続的に進んでおり、生活も徐々に厳しくなってくる（一般レストラン）。	
企業動向関連		□	・荷主の輸出量は引き続きない。また、国内出荷量も低迷していて増えない。したがって、今後も景気は現状のまま変わらない（輸送業）。	
		▲	・取引先からの依頼が多少減ってきている。また、2～3月の受注量の巻き返しが難しい（その他サービス業 [ソフト開発]）。	
雇用関連	□	・人材業界では大きな不安要素もないので、しばらく現状のままではないか（求人情報誌製作会社）。		
その他の特徴コメント			○：業界的には全国旅行支援により若干上向きになりつつあり、春先の旅行需要と合わせて更に上向く（旅行代理店）。 ○：新型コロナウイルスの新規感染者数が増えつつも、経済の足を引っ張るほどではなく、サロン業界の業績も落ち着いている。中国への渡航などが活性化するなかで、春に向けて一定の戻りが期待できる（その他製造業 [化粧品]）。	

(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)

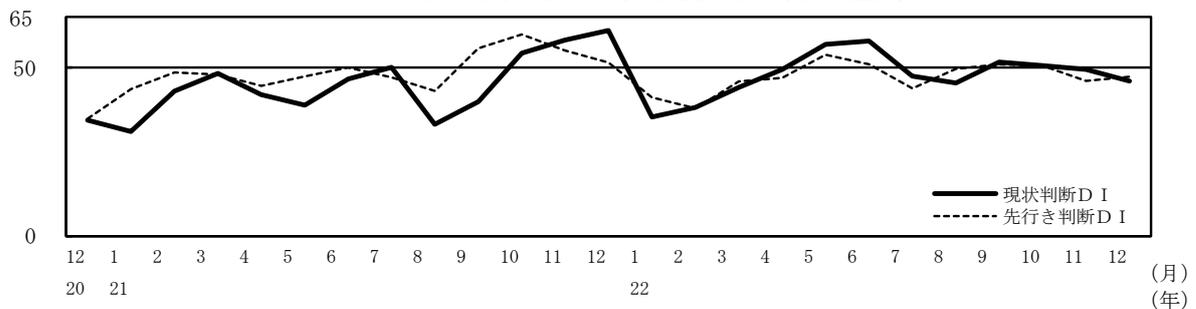


5. 甲信越

(◎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	□	・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしている割には、人が出るようになってきている。ただし、宴会は多くない。前年よりは良くなっているが、終わりが見えない(スナック)。	
		▲	・このところ、物価高の影響で買上点数が若干減っている(百貨店)。	
		○	・3か月前はまだ新型コロナウイルス感染症の影響が強く残っていたため、現在よりも大幅に落ち込んでいた。今月も新規感染者数は増加傾向にあるが、個人利用は各助成制度のお陰で、落ち込みは少ない。しかし、団体や法人利用ははまだ動きが鈍い状況ではある(都市型ホテル)。	
	企業 動向 関連	□	・折込チラシの出稿量が減少している。紙媒体ではなくインターネット広告への移行が進み、更に紙代の値上げにより出稿費用が増加していることも背景にあると考えられる(新聞販売店[広告])。	
		○	・止まっていた電子部品の入荷があり、生産に追われている(電気機械器具製造業)。	
		▲	・機械の洗浄洗剤などの価格がいまだに上がっており、もはや2倍近い価格にまでなっている(食料品製造業)。	
	雇用 関連	□	・経済状況が悪化しており、収入減少のため就労条件の見直しで右往左往する状況が続いている。また、求職者も変わらずにいる(人材派遣会社)。	
		▲	・実際に掲載依頼が増えている(求人情報制作会社)。 ・行動規制緩和に加えて全国旅行支援や自治体独自の割引の実施、インバウンドの増加による観光需要や消費拡大により、卸、小売業や関連サービス業では景気が上向いている。ただし、物価高騰や円安等の影響から、製造業を中心に減速傾向となっている。新型コロナウイルスの感染第8波に入り、行動自粛による飲食店への影響も大きい(職業安定所)。	
	その他の特徴 コメント			▲：コロナ禍に加えて強烈な寒波の襲来で、クリスマスも歳末ムードもなく、街への人出がゼロになっている。悪条件続きで、せっかくの支援金もいきっていない(商店街)。 ▲：大雪の影響もあり、来客数が減少している(家電量販店)。
	先行き	家計 動向 関連	□	・新型コロナウイルスの感染状況はある程度落ち着き、重症者も減少していくことで来客数は増加するが、原材料費や光熱費の高騰がいつまで続くのか不透明である(観光名所)。
▲			・実質的な家計の可処分所得低下で、徐々に財布のひもが固くなるように感じている(スーパー)。	
企業 動向 関連		□	・ワークショップの予約の動きはややあるので期待感はあるが、商材受注は見込めない(窯業・土石製品製造業)。	
		▲	・資材や紙の価格上昇によって、景気の良くなる見通しが立たない(出版・印刷・同関連産業)。	
雇用 関連		□	・原油価格高騰等が及ぼす企業の生産活動への影響が懸念されるが、今後2～3か月の間は変わらない(職業安定所)。	
その他の特徴 コメント			○：諸物価が上がるなかで、給料も何とか多少は上がっていく傾向なので、春先に期待している(商店街)。 □：今後、極端に良くなるとか悪くなる状況は余りないので、難しいところだが、動き自体は変わらないのではないかと(コンビニ)。	

(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)

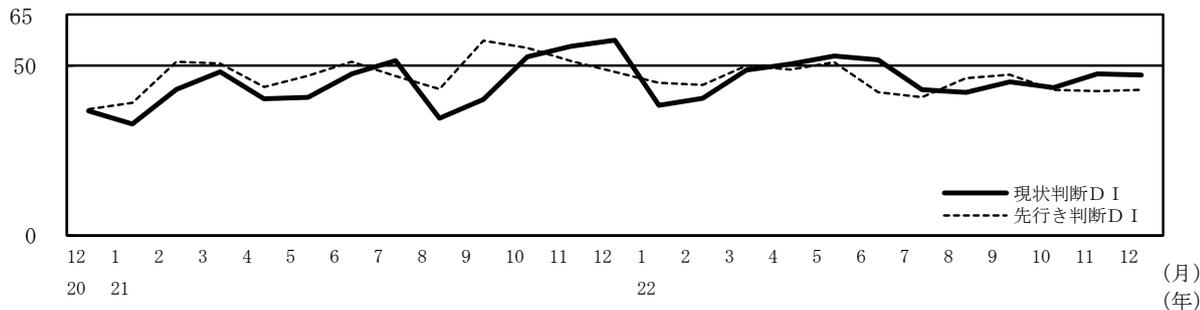


6. 東海

(◎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		□	・商品の値上げで1品当たりの単価は上がっている分、節約志向により必要品以外での買い控えが続いている（スーパー）。
			○	・新型コロナウイルス感染症第8波の影響が懸念されたが、12月に入り徐々に客足は伸び始めた。購入意欲の高い客が多いが、回遊する様子は余りみられなかった。高額品は好調に推移し売上をけん引した。インバウンドは増加傾向にある（百貨店）。
			▲	・消費者物価の上昇で、客が店で使う金額が1000円落ちている（一般レストラン）。
	企業 動向 関連		□	・一時の円安は落ち着いたものの、輸入原材料は高止まりしており、一方で販売価格への転嫁は以前の契約を盾に進まないところも多い。需要が落ちているわけではないが、適正な利益を得られるまでは、景気が良いとは言い難い（電気機械器具製造業）。
			○	・原材料価格の高騰による物価高の影響で、必要最低限の購買しかできなくなっているため、消費が冷え込んでいる。安価な物を最小限購入するマインドが広がっており、気持ちの高揚につながらない（通信業）。
			○	・円安の懸念はあるが、以前と比べると新型コロナウイルス感染症に対する行動規制が緩和されており、全国旅行支援なども幸いし、一般客が金を使う流れができてきている（金融業）。
雇用 関連		□	・前年同期比でみると求人数は増加しているが新規求職者数は減少しており、成約数はやや減少している（人材派遣会社）。	
		○	・有効求人数が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいてきており、製造業などではその水準を超える状況にある（職業安定所）。	
		▲	・値上げラッシュの影響による製造業等におけるコスト増加が響き、利益率の大幅な減少が多く見受けられた（人材派遣業）。	
その他の特徴 コメント		○：新型コロナウイルス感染症は拡大中であるが、客のマインドが緩和されてきている。法人宴会は、直前のキャンセルもあるが新規受注も増加傾向にある（都市型ホテル）。 ▲：クリスマス前後の寒波及び大雪による土日のクローズがあり、今月は大きく入場者数を下げた。天候不順により良くなかった3か月前よりも状況が悪く、景気は良くない（ゴルフ場）。		
先行き	家計 動向 関連		□	・新車販売における納期改善の兆しが少しみえてきたが、毎月状況が変わるため予想が困難である（乗用車販売店）。
			▲	・寒波が続く予想と、値上げがまだ続くようである。これでは2～3か月先に良くなるとは考えられない（観光名所）。
	企業 動向 関連		□	・基本的な流れが大きく変わる兆候がない。過度な円安に収束の気配が感じられることは、国内経済の安定感醸成につながっている（化学工業）。
			▲	・原材料は本年度2回の値上げがあったが、製品価格への2回目の転嫁は非常に難しい。受注量や販売量も更に減少し採算面でも悪化傾向になり、景気は今よりやや悪くなる（パルプ・紙・紙加工品製造業）。
	雇用 関連		□	・2月は4月入社に向けた転職活動が活発になり、2～3月にかけては、人員配置の兼ね合いから求人が増加する傾向にある（求人情報誌）。
	その他の特徴 コメント		○：新型コロナウイルス新規感染者数の増加も日常化し、人々の生活への大きな障害にならなくなってきたため、国内景気は経済活動の再開を背景に持ち直しつつある。企業の設備投資計画も依然として堅調である（輸送業）。 □：財布のひもの固さはなかなか変わりそうにない（一般小売店 [高級精肉]）。	

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

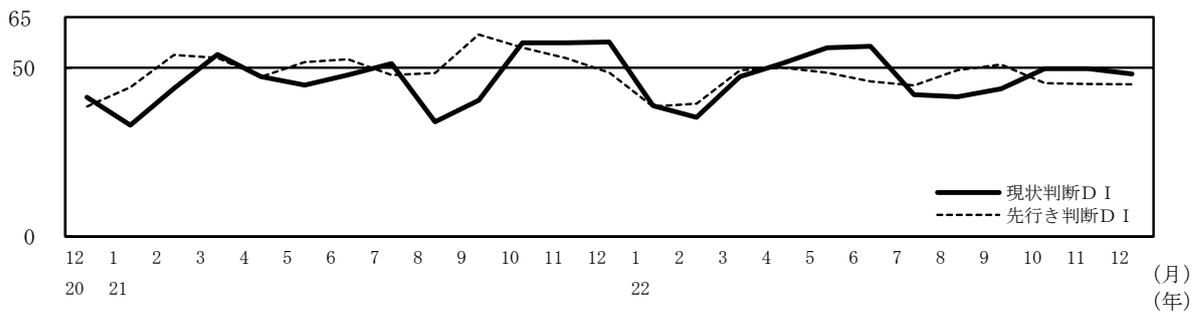


7. 北陸

(◎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	□	・バーゲンセール等でそれなりの人出があったときでも、結果をみると期待したほどの売上はない。財布のひもが固いのと客単価の減少によると考える（商店街）。	
		▲	・12月は元々閑散期であり、旅行に出掛ける人は3か月前より少ない。全国的に新型コロナウイルスの新規感染者数は増えつつあるが、キャンセルが増大するまでには至っていない（旅行代理店）。	
		○	・ウィズコロナのなかで行動制限も特になく、全国旅行支援の追い風もあり、国内の個人旅行を中心に前年同月と比べて客の動きは堅調である（テーマパーク）。	
	企業 動向 関連	□	・アウトドアやスポーツ関連を中心に受注は引き続き堅調であり、国内のファッション衣料や自動車関連にも明るい兆しがみられる。一方で原材料価格が高騰し、特に電気料金の値上げが深刻さを増している（繊維工業）。	
		▲	・物流業者では燃料費の高騰に対して荷主へのサーチャージをお願いしているが、快諾を得られない状況が続いており、業績を圧迫している（輸送業）。	
		○	・ばらつきはあるものの、販売量が上向きの客先が増加している（精密機械器具製造業）。	
	雇用 関連	□	・求人数は前年同月とほぼ変わらない（職業安定所）。	
		○	・年末年始に向けて第二次産業の企業を中心にUターンやIターンの求職者を狙った求人広告の申込みが増加している。2024年問題に向かうロジスティクス企業などにも求人を検討する動きが見られ、人材の確保などに向けて求人市場が活性化している印象を受ける（新聞社 [求人広告]）。	
	その他の特徴 コメント			◎：今月は週末に観光客が多く、忘年会も盛んである。売上も上がっており、前年の2倍近くと良くなっている（タクシー運転手）。 ▲：今年はスタッドレスタイヤへの交換作業が例年と比較して遅かった。新車の購入を諦めた客が多く、同時期の新車における装着が減ったことが要因とみている。タイヤの新規購入者も減少しており、我慢して使用しているようである。交換作業を依頼されたタイヤをみると、古いタイヤを装着する客も多い（自動車備品販売店）。
	先行き	家計 動向 関連	□	・住宅価格が上昇したため需要は減るとみていたが、金利の先高感が出てきたため、客は金利の低いうちに購入しようとの思いが強くなっているようにみえる（住宅販売会社）。
▲			・長期予報によるとこの冬は大雪の可能性が高く、外出を控える行動が強まると考える。それに加えて電気料金や物価の上昇で、生活防衛意識が極めて高いため、消費は更に冷え込む（百貨店）。	
企業 動向 関連		□	・原材料価格が高止まりしているため販売価格を改定せざるを得ず、その影響が売上に及ぶことを懸念している。本格的な回復にはまだ時間が掛かる（プラスチック製品製造業）。	
		▲	・来年以降も電気料金を中心に経費増加が見込まれており、利益率が悪化すると考える（金融業）。	
雇用 関連		□	・物価が上昇するなかで、大手企業が賃上げを行っているニュースはあるが、中小企業で同様に行われているようにはみえない（職業安定所）。	
その他の特徴 コメント			□：景気が良くなる材料がない。来客数は、新型コロナウイルスの感染再拡大と物価高の影響で落ちるとみている（家電量販店）。 ▲：全国旅行支援が一時休止し、年始以降の宿泊予約の入込みが鈍い。北陸地区でのインバウンド需要は回復しておらず、国内宿泊需要においては全国旅行支援の縮小とあわせて、日用品の物価高や今後の燃料費高騰による旅行に対する意欲の低下を懸念する（都市型ホテル）。	

(D I) 図表20 現状・先行き判断D I（北陸）の推移（季節調整値）

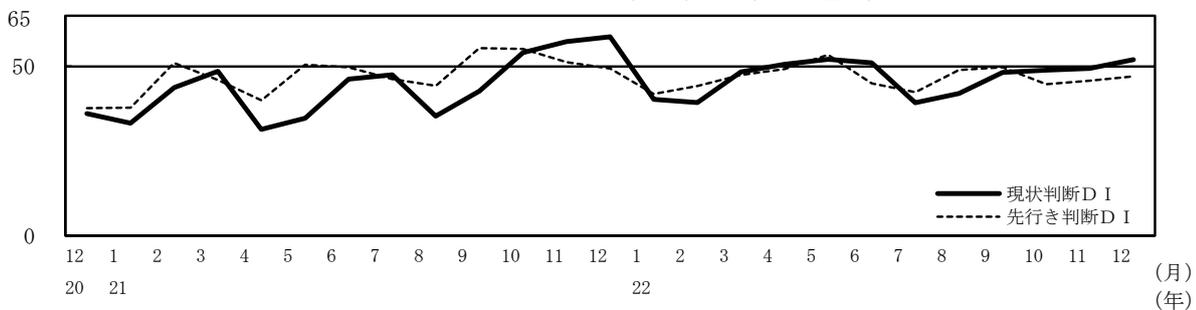


8. 近畿

(◎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	□	・値上げラッシュが収まらない。1件当たりの客単価も上がらず、伸び悩んでいる（一般小売店 [菓子]）。	
		○	・高級時計や海外のブランド品が品薄になるほど売れているほか、客が旅行の計画を立てたり、イベントに参加するようになってきたことから、外出用の婦人服の売上も回復基調にある。また、インバウンド売上も好調である（百貨店）。	
		▲	・全国旅行支援は延長されるが、物価の上昇で消費マインドは低く、年末年始の旅行の動きも物足りない（旅行代理店）。	
	企業 動向 関連	□	・建設資材価格の高騰や不安定な納期のため、設備投資の予算と実態との乖離が大きい。工期も確約できないため、苦慮している（建設業）。	
		○	・量販店の店頭販売は厳しい印象を受ける一方、百貨店向けは前年比で好調なほか、イベントの開催や法人客からの注文の復活などが顕著であり、全体としては良くなっている（その他非製造業 [衣服卸]）。	
		▲	・取引先による在庫調整の動きがみられる（金属製品製造業）。	
	雇用 関連	□	・新規求人数は前年比で増えているが、卸売・小売業は減っている。製造業でも業種による差が出てきている（職業安定所）。	
		○	・相変わらず求人が多く、求職者が仕事を選べる状況である（人材派遣会社）。	
	その他の特徴 コメント			○：以前と比べて、人の動きがかなり増えている。百貨店などのタクシー乗り場での回転が格段に早くなっているが、その反面、22時以降は人の動きがかなり落ちてくる（タクシー運転手）。 ▲：市場全体は動き出しているが、靴に関しては上向く状況にない。コストの上昇を吸収できるだけの価格転嫁も難しい状況にある（その他製造業 [履物]）。
	分野		判断	判断の理由
先行き	家計 動向 関連	□	・来年度も多くの飲食料品の値上げが予定されており、エネルギー価格も上昇傾向が続いているため、外食の利用頻度は良くても現状維持と予想される（一般レストラン）。	
		▲	・円安や食品の値上げ、電気料金の上昇などで、消費にブレーキが掛かると考えられる。自宅などでの節約につながる消費は伸びるが、その他の商品は厳しいと予想される（スーパー）。	
	企業 動向 関連	□	・年末年始に向けて改善が進むとみられた収益が、急激に悪化している。原材料価格の上昇傾向が頭打ちとなるなど、明るい要素もあるが、年度末に向けて先の読みにくい状況が続く（化学工業）。	
▲		・経費や原材料費の値上がりはどう対応するかが課題であるが、現実には販売価格の値引きを求められており、厳しい状況である（繊維工業）。		
雇用 関連	□	・来年3月の年度末までは今のような力強い動きが続く。企業は人材確保に向けて動いているが、マッチングする人材の確保が難しい状況が続いている。企業に長期派遣の利用は少なく、短期の利用で様子を見ている（人材派遣会社）。		
その他の特徴 コメント			□：物価の上昇で家電価格も値上がりし、購入に当たって客に慎重な素振りがみられる。また、天候などに左右される季節商材の動きにも不安がある（家電量販店）。 ▲：全国旅行支援の延長による予約の増加を期待していたが、10～11月と比べて、新規の予約受注ペースは鈍化している（都市型ホテル）。	

(D I) 図表21 現状・先行き判断D Iの(近畿)推移(季節調整値)

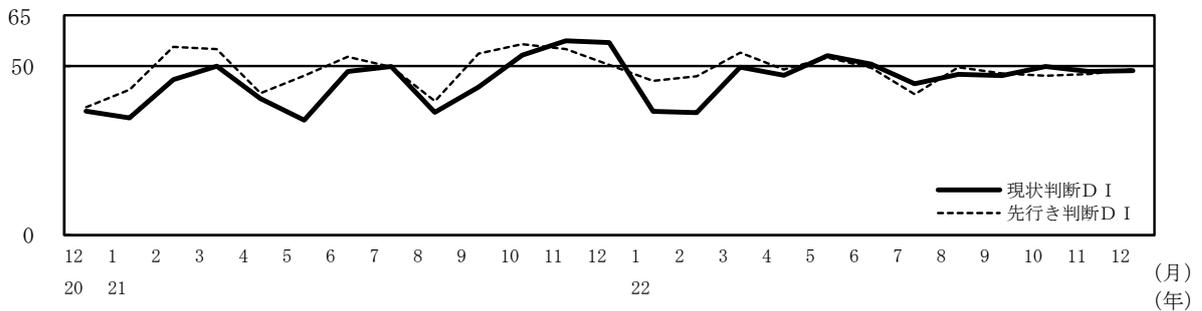


9. 中国

(◎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	□	・新型コロナウイルス感染症による規制が緩和され、来客数は徐々に増加しているが、物価上昇による客の節約意識は根強い。特に趣味趣向の商品は動きが鈍い（スーパー）。	
		▲	・度重なる物価上昇の影響で客の財布のひもが固くなっている（住宅販売会社）。	
		○	・忘年会があり、人出も多く、夜間はタクシーが不足している（タクシー運転手）。	
	企業 動向 関連	□	・各取引先の荷動きに目立った様子はなく、大きなプラス要素もないため、景気は変化していない（輸送業）。	
		▲	・正月用商品の価格を10～15%値上げした影響で、物流が減少している。また、23、24日の物流寸断により、厳しい状況になっている（食料品製造業）。	
		○	・3か月前と比べて来客数は約1%の増加、契約件数は約10%の増加となっている（不動産業）。	
	雇用 関連	○	・新年度に向け、各企業の求人が活発化しており、採用数も増加傾向にある（民間職業紹介機関）。	
		□	・新規求人数は毎月前年を上回っているが、ここ2か月は応募件数や就職件数が前年を下回っている。人手不足が継続しているため、景気に余り変化はない（職業安定所）。	
	その他の特徴 コメント			□：ステイホームを強いられていた頃と比べると、人の動きは出てきたが、光熱費を始めとする物価の上昇で客の買い控えの傾向がみられる（衣料品専門店）。 ▲：電気料金や物価の上昇が景気に悪影響を与えている（その他小売 [ショッピングセンター]）。
	分野		判断	判断の理由
家計 動向 関連	□	・例年2月はオフ期で厳しい経営環境となるが、3月は全国旅行支援や自治体独自の支援策による需要喚起で観光客の動向に期待できる（都市型ホテル）。		
	▲	・全国旅行支援の割引率が下がり、新型コロナウイルス感染症発生前においても閑散期であった時期なので、もう少し消費の後押しになる話題が欲しい（高級レストラン）。		
企業 動向 関連	□	・日本銀行による長期金利の変動許容幅の拡大が企業の設備投資等経済活動の抑制につながる可能性があり、企業の収益回復のスピードは鈍化する（金融業）。		
	▲	・受注量や販売量の動きが悪いため、今後、景気はやや悪くなる（一般機械器具製造業）。		
雇用 関連	□	・今年度は高卒採用や大卒の理系採用に苦戦している企業が多数ある。高卒採用の苦戦は、大学への進学率の向上、高校生の絶対数の減少が主な理由である。理系採用に関しては、メーカーを中心に理系獲得に苦戦しており、今後更に加速する見込みである。メーカーによっては人数の確保が困難であるため、技術職を希望する文系の学生も同時に募集し、時間をかけて技術職として育成する動きもある（求人情報誌製作会社）。		
その他の特徴 コメント			□：セレモニー用の洋服を購入する際に、一式購入ではなく、必要な一部だけを購入する客が増加している。プレクリアランスセールに入っても、一部を購入する購入スタイルに変化がないため、今後も景気は良くならない（百貨店）。 □：物価高、ガソリン価格の高騰が続き、客の出控えも予想されるため、景気はなかなか上向きにならない（テーマパーク）。	

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

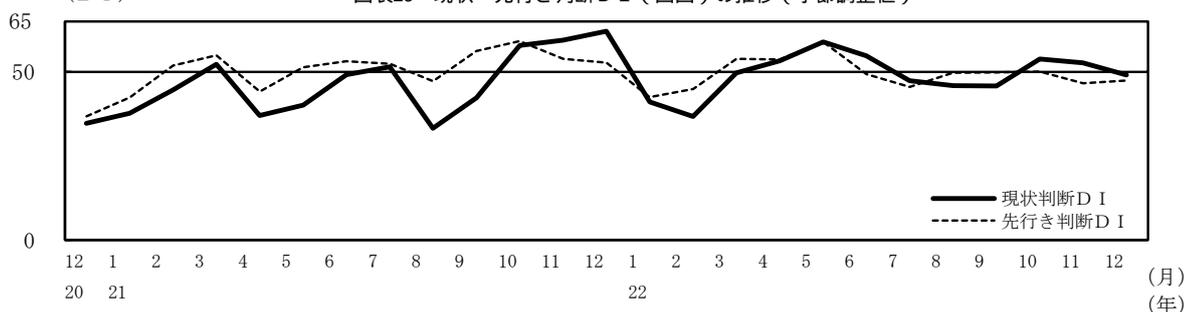


10. 四国

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由
現状	家計動向関連	□	・全国旅行支援の効果により集客は好調である(観光型旅館)。
		▲	・食料品の売上は余り変わらないが、急を要さない雑貨品やし好品、果物の売上が減少している(スーパー)。
		○	・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、以前よりも観光地での人の動きが活発である(観光遊園地)。
	企業動向関連	□	・年末繁忙期でありながら発着する貨物共に増加は見受けられず、臨時便対応を行うこともなく、コロナ禍による消費低迷が強い(輸送業)。
		○	・売上については、新規需要に加えて、既存取引先に回復感がみられることから、全体的に前年比で増加している。店舗に来店客が増加していることも要因である。ただし、内容的には選択眼が厳しくなっており、目新しいものや価格的に値上げ幅が納得できるもの以外は売れない(繊維工業)。
		▲	・受注量が減少し、材料価格は高騰したまま落ち着いている。販売価格への転嫁がようやく追い付いたが、販売量は低調に推移している(木材木製品製造業)。
	雇用関連	□	・新規求人数は前年同月比で増加、前月比でやや減少した。それに対し、新規求職者数は前年同月比、前月比共に減少している。その結果として新規求人倍率が押し上げられているだけであり、一概に景気が上向きとはいえない(職業安定所)。
		○	—
		▲	・印刷の紙代や、イベント時の資材が高騰している。また車業界では生産台数の減少に伴い販売台数が減少し、住宅関連では資材の高騰の影響があり、いずれも広告を自粛及び削減する要因となっているため、広告業界も先行きは楽観できない(新聞社[求人広告])。
	その他の特徴コメント	×	・製造業・サービス業共に求人数が減少しており、景気の悪化がみられる(人材派遣会社)。
□ : 12月は後半にかけて積雪の影響で客足が徐々に遠のき、横ばいより少し悪いという状況で推移している(衣料品専門店)。 ▲ : 販売数や来客数に大きな変化はみられないものの、廉価のサービス比率の高まりや買い控え客が増加している(通信会社)。			
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	□	・商店街の幾つかの飲食店で新年会の予約がキャンセルになったという話を聞いた。経営者マインドが下がることが、消費者の購買意欲にも悪影響を及ぼしているように感じており、依然として厳しい状況が続くと予想する(商店街)。
		▲	・市場の入荷量が減少しているため、客に予約購入を勧めているが、購入を迷うケースが増えている。クリスマスや正月等の大きなイベントの時期でも、予約数は前年よりも伸び悩んでおり、今後も景気の回復は余り期待できない(一般小売店[生花])。
	企業動向関連	□	・客の販促広告やイベント等の数は回復傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症やエネルギー価格の高騰等の影響により慎重な姿勢の客も依然として多く、今後も全体としては余り変わらないと推測する(広告代理店)。
		○	・世界情勢が大きく変わらなければという前提ではあるが、為替動向が落ち着いてきていることや、原油やナフサの価格が少し値下がり傾向であることは、景気が少し良くなる方向に向かう材料となると思う(化学工業)。
	雇用関連	□	・当県の製造業においては、受注量や人材採用数が増加傾向にあり、景気は緩やかに回復している。一方、観光業においては、全国旅行支援により一定程度の回復はあったものの、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加を受けて、更なる打撃が見込まれており、大幅な回復は更に先になるため、状況は余り変わらない(求人情報誌)。
その他の特徴コメント	○ : 来月にはモデルチェンジを予定している車両の発表があり、遅れていた新車の納期も改善される見込みであるため、景気が回復することを期待している(乗用車販売店)。 ▲ : エネルギー価格の上昇により製造経費や物流費が高騰しているが、製品の価格に転嫁することは難しく、粗利率が下がると推測する(食料品製造業)。		

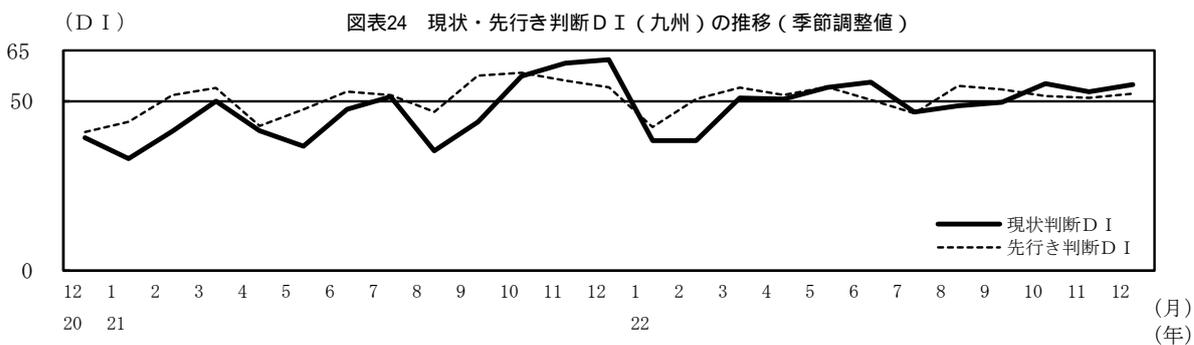
(D I) 図表23 現状・先行き判断D I (四国)の推移(季節調整値)



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	○	・パートナー、家族、友人など複数名での来店が目立っている。旅行や帰省用の土産にギフトを探す客が多い(百貨店)。	
		□	・今月は、新型コロナウイルス感染症の第8波の影響で、少人数の客は入っているが、団体客は余り利用がない(高級レストラン)。	
		▲	・新型コロナウイルス感染症第8波の感染拡大により、サービスキャンセルが増加傾向にあり、利用者数が減少している(その他サービスの動向を把握できる者[介護サービス])。	
	企業 動向 関連	□	・コストが高くなっており、価格転嫁ができない状況に苦しんでいる(農林水産業)。	
		○	・家電販売はほぼ横ばいで推移しており、百貨店やスーパーマーケットでは売上が持ち直している。また、旅行商品の販売や飲食店の売上も増加しており、雇用環境も改善傾向がみられる(金融業)。	
		▲	・3か月前との比較では、円安の影響による物価上昇などもあり、景気は後退している。特に製造業では、燃料や原料の価格高騰もあり厳しさを感じる(その他サービス業[物品リース])。	
	雇用 関連	○	・特にパートの求人数の増加が継続している。有効求人倍率は3か月連続で前年を超え、新規求人倍率は11か月ぶりに2倍を上回っている(職業安定所)。	
□		・物価高騰により、就職状況は変わらずやや悪い(学校[専門学校])。		
▲		・鉄道やバスのダイヤ改正で本数が削減されている。特に夜間、最終時間の繰上げで、忘年会や新年会が多い年末でも22時台に利用者が少ない。駅前のバスも繰上げや削減となっており、しばらくはこうした状況が続くと予想される(新聞社[求人広告])。		
その他の特徴 コメント		○：寒さが厳しくなるにつれ、1品単価は低めであるが、まとめ買いの客が目立つようになっている(商店街)。 ○：全国旅行支援の後押しもあり、稼働は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っている(都市型ホテル)。		
先行き	家計 動向 関連	□	・物価の上昇により買い控えの影響が現れている。購入金額の単価が減少し、ついでに購入されていた菓子も需要がなくなっている。元の売上に戻るには相当な時間を要する(一般小売店[茶])。	
		○	・メーカーから、1～3月にかけて前年比で150%程度の新車配給ができるとの発表があり、相当分の売上や利益の確保に期待している(乗用車販売店)。	
	企業 動向 関連	□	・海外での生産が減り国内での生産が戻りつつあるが、新型コロナウイルス感染症の影響で生産数はやはり落ちる見込みである。全体的に維持することが精一杯で、悪化しないようにしている(繊維工業)。	
		○	・このまま新型コロナウイルス感染症の規制緩和が進んでいけば、景気は上向いていく(広告代理店)。	
	雇用 関連	□	・業界的に求人数は動きがあるが、求職者の動きは相変わらず慎重で、募集を掛けても求人に応答がない。就業開始までに時間が掛かるため景気は変わらない(人材派遣会社)。	
その他の特徴 コメント		○：大規模な再開発工による関係者の利用や外国人観光客の増加により、景気は良くなると予想される(コンビニ)。 □：全国旅行支援の終了後が不透明であり不安である。しかし、団体客が少しずつ動き出しており期待したい(観光型ホテル)。		

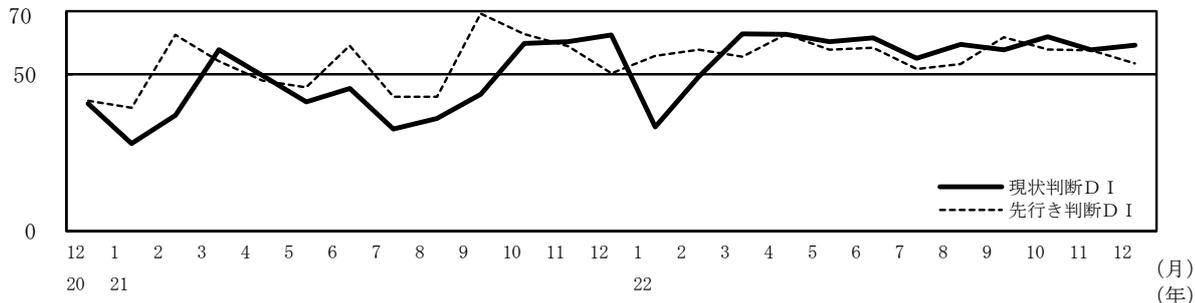


12. 沖縄

(◎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	○	・前年末よりも注文数は多い。この時期は元より沖縄は観光客が増えるので、客先はその準備をするため注文数が増える（その他専門店 [陶器]）。	
		▲	・来客数や販売数の落ち込みがみられるため商業施設など店外での営業を強化する対策を行っているが、12月では販売数が前年を下回る結果となっている。新型コロナウイルス感染症の影響は少なくなっているため物価高や手続のオンライン化による来客数の減少などが影響しているとみられる（通信会社）。	
	□	・建売住宅や分譲マンションの販売状況が予想以上に苦戦している（住宅販売会社）。		
	企業 動向 関連	○	・契約の客の動きが確実になっている。若干契約量が増えている（建設業）。	
		□	・見積り、受注、生産とも3か月前と比較し、同様に推移している（窯業土石業）。	
	—	—		
	雇用 関連	□	・どの業界でも人手不足ということもあり、前月同様、例年以上の求人がある（学校 [専門学校]）。	
○		・新規含め派遣依頼は幅広い業種からきている。ようやく社会が動き出している雰囲気がある（人材派遣会社）。		
その他の特徴 コメント		○：プライベートブランド商品を中心に値上げを価格にうまく転嫁することができている。元々定価販売を行っていたため、他業種に比べ抵抗が少ないと推測している（コンビニ）。 ○：12月も全国旅行支援の効果で来客数が増え、売上アップにつながっている（衣料品専門店）。		
先行き	家計 動向 関連	□	・年明けも商品値上げの情報が製造メーカーやニュース報道からあり、単価アップによる売上の伸びは現状どおり期待できる。しかし全て売価に反映させることが難しかったり、また電気料金高騰などの影響で経営環境が厳しい状況にある（スーパー）。	
		○	・海外からの観光客数が増加し、免税売上が増加する。また、全体的な商品の値上がりにより商品単価が上昇する（家電量販店）。	
	企業 動向 関連	○	・引き続き円安の影響もあって国内の観光客数は増加傾向であり、来年は海外からの観光客も徐々に回復し、観光関連を中心に景気が上向きになりそうである（食料品製造業）。	
		□	・特段現状と変わらないと考えている（輸送業）。	
	雇用 関連	□	・人手不足が深刻なので、条件を上げられる事業所は人員を確保できるが、条件を上げられないところは、人員確保が非常に厳しいとみている（職業安定所）。	
	その他の特徴 コメント		□：新型コロナウイルス感染症に関する制限緩和は期待しているが、消費財の値上げによる悪影響が拭えないため、景気の変化はみられないと予測している（百貨店）。 ▲：国内を中心に観光客が戻りつつあるなか、県内企業の販促活動も少しずつ活発になっているが、原材料の価格高騰の影響による収益悪化や人材不足を懸念する動きもあり、今後の販促投資はやや厳しくなると推察している（広告代理店）。	

(D I) 図表25 現状・先行き判断D I（沖縄）の推移（季節調整値）



(参考) 景気の現状水準判断D I

現在の景気の水準自体に対する判断は、以下のとおりであった(注)。

図表 26 景気の現状水準判断D I (季節調整値)

(D I)	年	2022					
	月	7	8	9	10	11	12
合計		42.5	42.9	45.2	47.0	43.7	44.0
家計動向関連		40.4	40.8	44.6	47.1	42.4	43.4
小売関連		40.6	40.7	43.2	43.4	38.8	42.7
飲食関連		33.0	34.4	41.0	49.8	38.8	39.7
サービス関連		42.0	43.0	49.1	55.2	50.6	46.2
住宅関連		39.5	40.0	40.8	41.0	41.5	39.9
企業動向関連		44.3	45.2	44.3	44.6	45.0	44.6
製造業		44.1	45.3	44.5	45.3	45.1	43.7
非製造業		44.8	45.1	44.6	44.3	45.1	45.3
雇用関連		52.5	52.0	51.1	50.8	49.4	47.3



図表 28 景気の現状水準判断D I (各分野計)(季節調整値)

(D I)	年	2022					
	月	7	8	9	10	11	12
全国		42.5	42.9	45.2	47.0	43.7	44.0
北海道		45.4	47.0	48.1	49.0	44.6	47.9
東北		41.8	43.9	42.8	45.2	37.3	38.3
関東		40.0	41.8	43.1	46.4	42.5	43.1
北関東		39.8	42.1	40.9	46.7	37.6	42.7
南関東		40.1	41.7	43.9	46.3	44.4	43.3
東京都		43.8	47.0	47.3	47.9	46.7	46.7
甲信越		41.3	40.1	42.8	44.6	42.4	40.8
東海		40.1	40.2	40.5	41.1	41.6	41.2
北陸		39.8	39.1	43.2	45.6	45.9	45.8
近畿		39.0	40.8	44.6	47.0	43.0	43.8
中国		39.8	44.7	43.2	46.4	42.9	42.3
四国		43.0	44.0	45.5	48.8	44.6	44.9
九州		45.8	45.8	44.8	53.3	49.7	50.6
沖縄		46.0	46.0	50.1	53.6	51.1	52.9

図表 29 景気の現状水準判断 D I (原数値)

(D I)	年 月	2022 7	8	9	10	11	12
合計		41.2	41.5	44.9	47.8	46.2	46.8
家計動向関連		38.8	39.3	43.8	47.6	45.2	46.4
小売関連		38.4	39.3	43.0	45.3	42.5	45.8
飲食関連		33.4	31.8	40.1	47.5	43.7	45.2
サービス関連		40.9	41.3	46.9	53.2	51.8	49.1
住宅関連		39.6	39.3	41.7	42.8	42.2	39.7
企業動向関連		43.8	43.5	44.8	46.3	46.3	46.5
製造業		43.3	43.6	45.2	46.8	47.4	46.5
非製造業		44.5	43.3	45.1	46.0	45.6	46.4
雇用関連		51.6	51.5	51.8	52.7	52.2	50.0

図表 30 景気の現状水準判断 D I (各分野計)(原数値)

(D I)	年 月	2022 7	8	9	10	11	12
全国		41.2	41.5	44.9	47.8	46.2	46.8
北海道		49.0	47.3	47.9	48.7	43.4	48.6
東北		42.2	44.0	44.2	47.7	41.7	41.9
関東		38.9	40.5	43.7	47.0	45.0	45.3
北関東		37.9	40.0	40.8	46.6	42.7	45.7
南関東		39.3	40.7	44.8	47.1	45.8	45.1
東京都		42.4	45.2	49.2	51.0	50.8	50.2
甲信越		41.4	39.8	43.8	45.5	45.2	42.7
東海		38.9	39.8	43.2	43.7	45.1	46.8
北陸		40.7	38.2	44.0	45.6	47.5	47.6
近畿		40.0	39.6	45.5	47.3	46.1	47.4
中国		40.6	41.9	43.9	46.8	46.2	45.3
四国		42.8	42.3	45.7	48.1	46.7	46.9
九州		45.2	44.2	47.6	56.2	54.1	53.3
沖縄		45.0	44.2	52.4	56.5	56.1	55.8

(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。