

平成 26 年 11 月 28 日

静岡経済研究所

NEWS RELEASE

一般財団法人静岡経済研究所
理事長 鈴木一雄
静岡市葵区追手町 1-13
TEL054-250-8750

第 44 回

「静岡県版 景気ウォッチャー」調査(平成 26 年 10 月)

～物価上昇や天候不順で、景況感は再び悪化～

- 平成 26 年 10 月実施の「静岡県版 景気ウォッチャー」調査では、消費増税や円安による物価上昇、台風などの天候不順による来客数の伸び悩みにより、県内景気の「現状判断指数（方向性）」は 42.7 と、前回調査（52.6）から $\Delta 9.9$ ポイント低下し、2期ぶりに横ばいを示す「50」を下回って、悪化判断に転じた。
- また、円安による輸入価格の上昇が今後も続くとの懸念から、2～3カ月前の「先行き判断指数（方向性）」も 47.4 と、前回調査（54.8）から $\Delta 7.4$ ポイント低下して「50」を下回り、悪化局面が続く見込み。

担当：後藤淳一

第44回 静岡県版「景気ウォッチャー調査（平成26年10月）」

物価上昇や天候不順で、景況感は再び悪化

平成26年10月調査では、**現状判断指数は42.7**と、**前回調査（52.6）から△9.9ポイント低下**し、2期ぶりに横ばいを示す「50」を下回り、悪化判断に転じた（図表1、2）。さらに、2～3カ月先の景況感を示す**先行き判断指数も47.4**と、**前回調査（54.8）から△7.4ポイント低下**して「50」を下回り、悪化局面が続く見込みだ（図表1、4）。

現状判断指数が前回より低下した主な要因としては、4月に実施された消費増税や円安による物価上昇や、台風などの天候不順による来客数の伸び悩みにより、家計消費関連が39.3（前回調査比△12.1ポイント）へと大幅に悪化したことが挙げられる。

また、先行き判断指数が低下したのは、円安による輸入価格の上昇が今後も続くとの懸念から、家計消費関連が前回調査比△6.6ポイント、事業所向けビジネス関連が同△7.0ポイント低下し、さらに求人の勢いに陰りがみられるとして雇用関連も同△15.0ポイントと、すべての分野で悪化見込みとなったことによる。

調査結果の要旨

現状判断（D.I.=42.7） 家計消費関連が大きく後退、雇用関連もひっ迫感薄れる

- ・家計消費関連（D.I.=39.3） 生活防衛で“財布のひも”固く、悪化判断に転じる
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=51.2） ほぼ横ばい判断も、業種間で大きな差
- ・雇用関連（D.I.=50.0） 需給のひっ迫感は薄れ、横ばい判断に

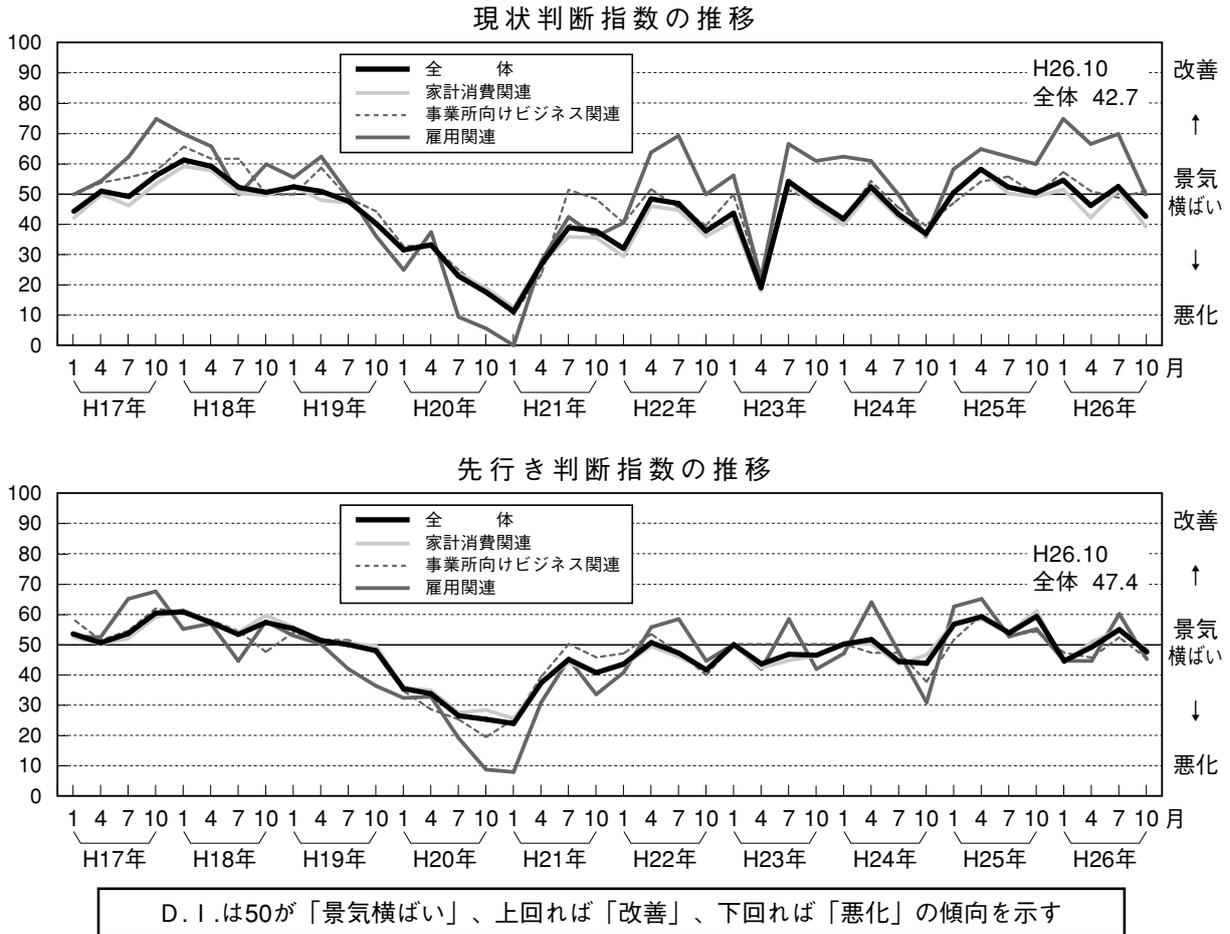
<現状判断の理由> 来客数、販売量、受注量の減少が悪化の要因

- ・家計消費関連…悪化理由に「来客数」や「販売量」の減少を指摘
- ・事業所向けビジネス関連…「受注量や販売量の動き」で明暗分かれる
- ・雇用関連…「求人の動き」に改善と悪化の両面が生じ横ばいに

先行き判断（D.I.=47.4） 景気先行きへの不透明感が増して悪化判断

- ・家計消費関連（D.I.=48.3） 年末年始の繁忙期だが、消費低迷やコスト上昇を懸念
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=45.2） 好転材料が乏しい中、目立つコスト上昇要因
- ・雇用関連（D.I.=45.0） 求人の勢いに陰り、年末年始後の減少を懸念

図表1 現状判断指数(D.I.)と先行き判断指数(D.I.)の推移



調査の要領

- (1) 調査目的：景気に関連した動きを観察できる立場にある人の協力を得て、景気動向を的確かつ迅速に把握し、景気動向判断を調査することを目的としている。
- (2) 調査対象・法：経済活動の動向を敏感に反映する事象を観察できる業種から選定した担当者にアンケート調査
 - ・家計消費関連 (n=75)
 - (内訳) 小売関連 (n=31) 百貨店、スーパー、乗用車販売など
 - 飲食関連 (n=10) 飲食店、外食チェーンなど
 - サービス関連 (n=26) 観光ホテル、旅行代理店など
 - 住宅関連 (n=8) 不動産販売、住宅販売など
 - ・事業所向けビジネス関連 (n=21) 印刷、広告代理店、運輸など
 - ・雇用関連 (n=10) 人材派遣、職業紹介など
- (3) 調査事項：現在の景気の水準について/景気の現状に対する判断 (3カ月前との比較)/その判断理由と、追加説明および具体的状況の説明など (自由回答)/景気の先行きに対する判断 (2～3カ月前の予想)
- (4) 調査時点：平成26年10月下旬
- (5) 回答状況：調査対象113名のうち、有効回答を寄せていただいた方は106名で、有効回答率は93.8%である。

*景気判断指数とは、景気の現状や先行きに対する判断を点数化 (下表) し、それらに各判断の構成比 (%) を乗じて指数 (D.I.) 化したものである。これにより、判断指数 (方向性) においては、50を上回れば「改善」、下回れば「悪化」の傾向を示すこととなる。

評価	現在の景気 (水準判断)	良い	やや良い	どちらとも言えない	やや悪い	悪い
	現状判断	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
	先行き判断	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
	点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

現状判断 家計消費関連が大きく後退、雇用関連もひっ迫感薄れる

家計消費関連（D.I.=39.3） 生活防衛で“財布のひも”固く、悪化判断に転じる

家計消費関連は39.3と、前回調査から△12.1ポイント低下し、横ばいを示す「50」を大きく下回った。内訳をみると、小売関連（37.9）では、「いまだに増税の影響もあり、消費が鈍いと感じる」（書籍・CD販売）など、4月の消費税増税などにより物価が上昇する中で、消費者の“財布のひも”が固くなっているとの指摘が目立った。飲食関連（40.0）でも、「もう一杯、もう一品の注文がとりにくい」（外出チェーン）など、消費に慎重な姿勢がうかがえる。また、サービス関連（39.4）を中心に「週末がらみの2度の台風の影響で集客が悪かった」（観光施設）など、天候の影響を指摘する声も多い。住宅関連（43.8）では、「住宅展示場への来場者数は増加しているものの、商談数、受注数は増えていない。少ない商談客を猛烈な競争で奪い合っている」（住宅・マンション販売）のが現状のようである。

事業所向けビジネス関連（D.I.=51.2） ほぼ横ばい判断も、業種間で大きな差

事業所向けビジネス関連は51.2と、わずかに改善判断となった。「登記の依頼件数が、3カ月前の半分にまで減少」（司法書士事務所）など低調な業界がある一方で、「3カ月前より規模の大きい商談が増加し、受注できている」（ソフト開発）など活況を呈する業界もあり、業種によるバラツキが大きい。

雇用関連（D.I.=50.0） 需給のひっ迫感は薄れ、横ばい判断に

改善判断が7期続いていた雇用関連だが、前回調査から△20.0ポイントと大幅に低下、今回は50.0と横ばい判断にとどまった。「今までと比べ、求人の動きが鈍くなっている」（職業紹介）、「時間外労働が増加傾向にあるが、増員への動きは消極的」（人材派遣）など、正社員の採用に慎重な姿勢がうかがえる。

図表2 現状判断指数D.I.の推移

分野	調査時期	H24.10月	H25.1月	H25.4月	H25.7月	H25.10月	H26.1月	H26.4月	H26.7月	H26.10月	
										今回	前回比
全体		37.0	50.5	58.3	52.4	50.5	54.7	46.3	52.6	42.7	△ 9.9
家計消費関連		36.5	50.3	58.3	50.3	49.3	51.6	42.3	51.4	39.3	△12.1
	小売関連	33.6	50.0	55.8	45.8	50.9	52.6	29.0	50.8	37.9	△12.9
	飲食関連	33.3	46.2	63.6	57.5	46.4	50.0	61.1	53.6	40.0	△13.6
	サービス関連	34.3	49.1	56.3	50.0	45.5	52.7	50.0	49.0	39.4	△ 9.6
	住宅関連	59.4	61.1	66.7	58.3	58.3	47.5	50.0	57.5	43.8	△13.7
事業所向けビジネス関連		39.7	47.1	54.2	55.9	50.0	57.4	51.1	48.9	51.2	+ 2.3
雇用関連		36.1	58.3	65.0	62.5	60.0	75.0	66.7	70.0	50.0	△20.0

<現状判断の理由> 来客数、販売量、受注量の減少が悪化の要因

家計消費関連…悪化理由に「来客数」や「販売量」の減少を指摘

家計消費関連では、“(やや)悪くなっている”(n=38)が“(やや)良くなっている”(n=11)を大きく上回った(図表3)。“(やや)悪くなっている”の判断理由としては、「週末などに商店街を歩く人の数が著しく減っている」(外食チェーン)など「来客数の動き」を挙げる意見と、「来客数はやや増加しているが、消費増税の影響か売上が伸長していない」(百貨店)など「販売量の動き」を挙げる意見が多かった。

事業所向けビジネス関連…「受注量や販売量の動き」で明暗分かれる

事業所向けビジネス関連では、“(やや)良くなっている”(n=8)が最も多かったものの、“変わらない”(n=6)と“(やや)悪くなっている”(n=6)にも回答が分散した。判断理由としては、“(やや)良くなっている”では「年末までの広告需要は昨年度より高く、広告枠の残りが少なくなっている媒体もある」(広告)、“(やや)悪くなっている”では「経費節減という理由で発注数量や仕様の見直しがある」(印刷)など、いずれも「受注量や販売量の動き」を挙げる声が多かった。

雇用関連…「求人の動き」に改善と悪化の両面が生じ横ばいに

雇用関連では、“変わらない”(n=4)が最も多く、“(やや)良くなっている”と“(やや)悪くなっている”は同数(n=3)だった。「介護分野、建設関連、小売業関連においては、人手不足の状況」(職業紹介)となる一方、「求人に頭打ち感があり、上昇する材料が見当たらない」(求人情報誌)など、改善、悪化とも「求人の動き」を判断理由に挙げる意見が多くみられた。

図表3 景気の判断理由

<家計消費関連(n=68)>

景気の判断理由	来客数の動き	販売量の動き	客単価の動き	お客様の様子	競争相手の様子	左記以外
(やや)良くなっている(n=11)	7	3	1	0	0	0
変わらない(n=19)	7	5	2	3	1	1
(やや)悪くなっている(n=38)	16	15	3	0	3	1

<事業所向けビジネス関連(n=20)>

景気の判断理由	受注量や販売量の動き	受注価格や販売価格の動き	取引先の様子	競争相手の様子	左記以外
(やや)良くなっている(n=8)	7	0	1	0	0
変わらない(n=6)	5	0	1	0	0
(やや)悪くなっている(n=6)	4	0	2	0	0

<雇用関連(n=10)>

景気の判断理由	求人の動き	求職者の動き	就職者の動き	窓口の繁忙度合い	他の人材関連会社等の様子	左記以外
(やや)良くなっている(n=3)	2	0	0	0	0	1
変わらない(n=4)	3	1	0	0	0	0
(やや)悪くなっている(n=3)	2	0	0	0	0	1

※nは、回答先数

※判断理由の無回答・複数回答先を除く

先行き判断 景気先行きへの不透明感が増して悪化判断

家計消費関連（D.I.=48.3）年末年始の繁忙期だが、消費低迷やコスト上昇を懸念

家計消費関連の2～3カ月前の先行き判断は48.3と、前回調査（54.9）を△6.6ポイント下回った。飲食関連（57.5）では、「忘年会、新年会のシーズン」（居酒屋）になることから、好転を期待する声が多かったものの、小売関連（45.2）では、「生活必需品の値上げが続いており、消費者は防衛的に財布のひもを締めてきて、売上数量が伸び悩む」（靴販売）や、「円安で輸入コストが高騰し、原価は上がっている」（花屋）など、消費マインド低下や原材料価格上昇を懸念する声が多く挙がった。住宅関連（46.9）でも、「原材料の高騰、職人不足等により建設コストが高くなっているが、売値が上昇していないため、利益確保が難しい」（住宅・マンション販売）と苦戦を予想する声が多い。一方、サービス関連（49.0）では、「年末年始、冬休みを迎え、来客の増加が見込める」（観光施設）、「貸切バスの料金値上げによる商品数の減少や、販売数の低迷により、団体やツアーが苦戦する」（観光ホテル）など、改善と悪化の見方が混在し、おおむね横ばい判断となった。

事業所向けビジネス関連（D.I.=45.2）好転材料が乏しい中、目立つコスト上昇要因

事業所向けビジネス関連は45.2で、前回（52.2）から△7.0ポイント低下した。「東京のメーカーの業績が良いようだが、地方は元気がない」（広告）なかで、「燃料費、人件費、外注費が上昇し、収益への影響が懸念される」（運送）など、コスト上昇による収益圧迫を懸念する意見が目立った。

雇用関連（D.I.=45.0）求人の勢いに陰り、年末年始後の減少を懸念

雇用関連は45.0で、前回（60.0）から△15.0ポイントの大幅な低下となった。「今までに比べ、求人企業に勢いがなさそう」（職業紹介）であり、「年末年始の繁忙期を越えたところから、求人が減っていく」（求人情報誌）ことが懸念される。

図表4 先行き判断指数D.I.の推移

分野	調査時期	H24.10月	H25.1月	H25.4月	H25.7月	H25.10月	H26.1月	H26.4月	H26.7月	H26.10月	
										今回	前回比
全体		43.6	56.6	59.1	53.7	59.2	44.4	49.0	54.8	47.4	△ 7.4
家計消費関連		46.4	57.1	58.2	54.0	61.0	43.8	50.7	54.9	48.3	△ 6.6
	小売関連	36.2	50.0	55.8	50.0	63.8	45.7	50.0	55.0	45.2	△ 9.8
	飲食関連	50.0	48.1	63.6	50.0	67.9	38.9	47.2	57.1	57.5	+ 0.4
	サービス関連	53.7	63.8	52.7	55.6	56.3	43.8	53.0	52.1	49.0	△ 3.1
	住宅関連	53.1	72.2	75.0	66.7	61.1	42.5	50.0	60.0	46.9	△13.1
事業所向けビジネス関連		37.5	51.5	59.7	52.9	54.2	47.1	45.5	52.2	45.2	△ 7.0
雇用関連		30.6	62.5	65.0	52.5	55.0	44.4	44.4	60.0	45.0	△15.0

県内景気の先行き 消費税率引上げ先送りで、消費マインド改善に期待

今回の景気判断について総括すると、まず現状判断では、前回調査から△9.9ポイント低下し、42.7の悪化判断となった。分野ごとにみると、「家計消費関連」では、生活防衛のために消費が抑制されたことに加え、台風など天候不順の影響も受けて、来客数や販売量が減少し、景況感は悪化に転じた。一方、「事業所向けビジネス関連」は、業種間で判断に差があるものの、全体ではほぼ横ばいに、また、「雇用関連」は、ここ数期のひっ迫感が薄れて横ばいとなった。

先行き判断をみても、消費停滞への懸念が強く、悪化判断となった。「家計消費関連」では、繁忙期を迎える飲食関連では改善を期待する声強いものの、小売関連や住宅関連は引き続き低調な見通し。「事業所向けビジネス関連」は、改善要因に乏しい中でコスト増加を懸念する声強く、また「雇用関連」も、建設・介護職など一部を除き求人に勢いがみられないことから、いずれも悪化が懸念されている。

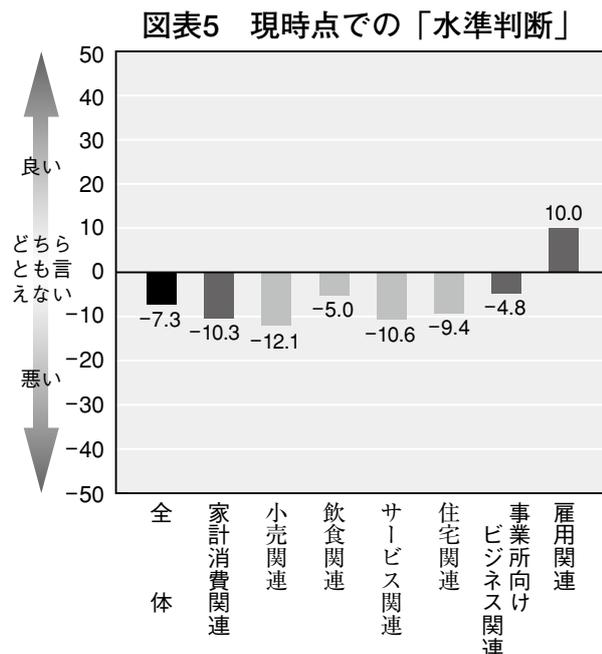
以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断では、家計の儉約志向や原材料価格の上昇などから、当面は厳しさが続く見通しである。こうした状況下、政府は景気失速を懸念して、消費税率引上げの先送りを決め、経済対策の実施に動いているが、国の政策と並んで民間企業には、今冬のボーナスや来春の賃金改定による実質賃金の上昇により、消費者の懐が暖まり、消費を充実させようとする機運が高まる好循環を作り出すことが期待される。
(後藤淳一)

<参考>

現時点の景気は、雇用関連を除いて全般に低水準

10月の景気が“良いか悪いか”を聞いた、現時点での景気の「水準判断」は△7.3であり、前回調査(△1.0)を△6.3下回った(図表5)。

内訳をみると、小売関連△12.1、サービス関連△10.6とマイナス幅が大きく、家計消費関連で△10.3となった。また、事業所向けビジネス関連も△4.8とマイナスだった。一方、雇用関連は+10.0とプラス判断となっている。



※現在の景気に対する判断を点数化して各判断の構成比を乗じた上で、「どちらとも言えない」をゼロとして数値化したもの。プラスであれば景気が「良い」、マイナスであれば景気が「悪い」ことを示す。