一般財団法人静岡経済研究所 理事長 一 杉 逸 朗 静岡市葵区追手町1-13 TEL 054-250-8750 FAX 054-250-8770

2019年8月23日

~第63回 静岡県版 景気ウォッチャー調査(2019年7月)~

景気後退感が鮮明に 先行きに対しても厳しい見方が

静岡経済研究所(理事長 一杉逸朗)では、7月下旬に実施した「景気ウォッチャー調査」の結果をとりまとめましたので、ご案内します。

現状判断 (概要)

- ○家計消費関連で、消費増税前の駆け込み需要が限定的な中、天候不順による来客数の減少などが響き、悪化判断が拡大した。
- ○県内景気の「現状判断指数(方向性)」は36.9と、前回4月調査(48.0)から△11.1ポイント低下し、景気の"横ばい"を示す指数「50」を5期連続で下回った。

先行き判断 (概要)

- ○消費増税後の消費意欲の減退を懸念する声が家計消費関連や事業所向けビジネス関連に 多く、悪化判断が続く見通し。
- \bigcirc 2~3カ月先の景況感を示す「先行き判断指数(方向性)」は40.6と、前回調査(45.8)から \triangle 5.2ポイント低下し、2期連続で「50」を下回った。

※本件のお問い合わせ先 担当(東 陽之)

今月の定例調査

第63回 静岡県版景気ウォッチャー調査(2019年7月)

景気後退感が鮮明に、先行きも厳しい見方

2019年7月調査の現状判断指数は36.9で、前回4月調査(48.0)から△11.1ポイント低下し(図表1、2)、景気の"横ばい"を示す指数「50」を5期連続で下回った。また、2~3カ月先の景況感を示す先行き判断指数も40.6と、前回調査(45.8)から△5.2ポイント低下し、2期連続で「50」を下回った。(図表1、4)。

現状判断については、家計消費関連において、消費増税前の駆け込み需要が限定的な中、 天候不順による来客数の減少などが響いたほか、事業所向けビジネス関連も、コスト上昇 に伴う利益幅の縮小などにより悪化判断が拡大した。雇用関連も、求人の減少により悪化 判断が強まった。

先行きについては、消費増税後の消費意欲の減退を懸念する声が家計消費関連や事業所向けビジネス関連に多く、悪化判断が続く。雇用関連も、世界情勢の不透明感から求人を控える動きが続き、引き続き悪化判断となった。

<調査結果の要旨>

(D.I.は次頁「調査の要領」参照)

|現状判断(D.I.=36.9)| 駆け込み需要は限定的、天候不順が響き5期連続で悪化

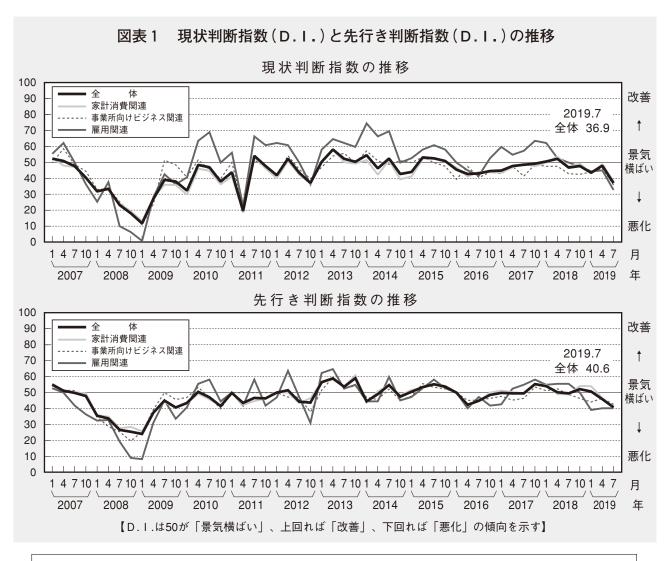
- ・家計消費関連 (D.I.=37.8) 天候不順の影響大きく、全分野で不調
- ・事業所向けどシネス関連 (D.I.=35.7) コストの上昇に伴う利益幅の縮小により悪化判断
- ・雇 用 関 連 (D.I.=32.5) 求人の減少傾向により悪化判断が拡大

<現状判断の理由>

- ・家計消費関連・・・「販売量」と「来客数」の減少が響く
- ・事業所向けどシネス膜・・・「受注量」の減少や「取引先の様子」から、悪化判断
- ・雇 用 関 連・・・求人を控えるなど「求人の動き」が鈍化

先行き判断 (D.I.=40.6) 消費増税後の消費意欲減退を懸念し悪化の見通し

- ・家計消費関連 (D.I.=40.1) 駆け込み需要への期待あるが、多くは反動減を不安視
- ・事業所向けどシネス関連 (D.I.=42.5) 好材料見当たらず、悪化の見通し続く
- ・雇 用 関 連 (D.I.=40.0) 景気の先行き不透明感から、求人意欲の減退見込む



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にしている。

(2) 調査 計法: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=72)

(内訳) 小売関連 (n=29) …… 百貨店、スーパー、乗用車販売など

飲食関連 (n=9) ……… 飲食店、外食チェーンなど サービス関連 (n=25) …… 観光ホテル、旅行代理店など

住宅関連 (n=9) …… 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カ月先の予想)

(4) 調査時点:2019年7月下旬

(5)回答状況:調査対象108名のうち、有効回答を寄せていただいた方は103名で、有効回答率は95.4%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	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
価	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 駆け込み需要は限定的、天候不順が響き5期連続で悪化

家計消費関連(D.I.=37.8) 天候不順の影響大きく、全分野で不調

家計消費関連の現状判断は37.8と、前回から△11.2ポイント低下し、横ばいを示す「50」を5期連続して下回った。40を割り込んだのは2014年10月以来20期ぶり。内訳をみると、小売関連(37.1)では、「2020年のオリンピック、消費増税前の駆け込み需要でエアコンやテレビが良く売れる」(家電量販店)との明るい声が聞かれた一方、「天候不順で野菜・果物の売れ行きが悪い」(果物店)、「雨天が多く、昨年に比べ客数の減少が顕著」(スーパー)など天候の影響から悪化判断となった。飲食関連(36.1)では、「天候不順による予約キャンセルがあった」(外食チェーン)などの声が聞かれた。また、サービス関連(39.0)では、「7月は長梅雨で客足が伸び悩んだ」(観光ホテル)、「静岡デスティネーションキャンペーンの上積みがなくなった」(同)などの声が聞かれ、前回から△16.0ポイントと大幅に低下した。住宅関連(38.9)では、「消費増税前の影響か、高額な土地の取引が多くなっている」(住宅・マンション販売)との声がある一方、「消費増税前の駆け込み需要の効果はまだ感じられない」(同)など、増税前の特需は限定的で悪化判断となった。

事業所向けビジネス関連(D.I.=35.7)コストの上昇に伴う利益幅の縮小により悪化判断

事業所向けビジネス関連は35.7と、前回から△10.6ポイント低下し、横ばいを示す「50」を16期連続して下回った。「消費増税に伴う駆け込み需要など特需は発生していない。受注単価はシビアになっている」(印刷)、「仕入価格が高騰しているものの、売価に転嫁できていない」(同)などの意見が挙げられた。

雇用関連(D.I.=32.5) 求人の減少傾向により悪化判断が拡大

雇用関連は32.5と、前回から△12.5ポイント低下し、4期連続の悪化判断となった。「製造業からの求人が減少しており、求人を中止する企業も増えた」(人材派遣)、「一部業種を除き、正規社員の求人が明らかに減少している」(求人情報誌)など、前回に引き続き、求人数の減少を指摘する声が聞かれた。

調査時期	201	7年	2018年				2019年		2019.7月	
分野	7月	10月	1月	4月	7月	10月	1月	4月	今回	前回比
全 体	48.6	49.3	50.7	52.4	47.3	47.8	43.5	48.0	36.9	△ 11.1
家計消費関連	49.3	47.6	50.0	53.8	48.3	49.3	43.2	49.0	37.8	△ 11.2
小売関連	40.8	46.4	48.3	45.8	46.0	48.3	40.8	44.0	37.1	△ 6.9
飲食関連	47.2	50.0	40.6	56.3	53.1	46.9	41.7	46.9	36.1	△ 10.8
サービス関連	56.0	44.2	52.8	58.0	46.9	47.1	44.0	55.0	39.0	△ 16.0
住宅関連	60.0	57.5	55.0	65.0	55.0	60.0	50.0	50.0	38.9	△ 11.1
事業所向けビジネス関連	41.3	48.8	47.6	47.6	42.9	42.5	44.0	46.3	35.7	△ 10.6
雇用関連	57.5	63.9	62.5	52.8	50.0	47.5	44.4	45.0	32.5	△ 12.5

図表 2 現状判断指数 D. I.の推移

<現状判断の理由>

家計消費関連・・・「販売量」と「来客数」の減少が響く

家計消費関連は、"(やや) 悪くなっている"の判断理由として、「販売量の動き」を挙げる声がもっとも多く、「客は、セールでもまとめ買いなどせず、必要最低限のものしか購入していない」(文房具販売)などの声が聞かれた。また、飲食関連を中心に、「ゴールデンウイークが終わってから来客数が激減している」(飲食店)など、「来客数の動き」を挙げる意見も聞かれた。

事業所向けビジネス関連・・・「受注量」の減少や「取引先の様子」から、悪化判断

事業所向けビジネス関連では、"(やや)悪くなっている"の判断理由として、「用紙等の原価が高騰し、収益を圧迫している。受注件数もシビアになっている」(印刷)など「受注量や販売量の動き」を挙げる声が多く、「取引先に元気がない」(広告)など「取引先の様子」を挙げる声もあった。

雇用関連・・・求人を控えるなど「求人の動き」が鈍化

雇用関連では、"(やや) 悪くなっている"の判断理由として、「求人の動き」を挙げる 声が多く、「2018年12月以降、新規求人数は前年を下回って推移している」(職業紹介)、「求 人を控える動きが見られる」(人材派遣)などの声が聞かれた。

図表 3 景気の現状判断理由

<家計消費関連(n=66)>

(水川/// · / / / / / / / / / / / / / / / / /										
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=8)	5	2	0	0	0	1				
変わらない (n=25)	11	6	1	6	0	1				
(やや)悪くなっている (n=33)	11	15	4	1	1	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=1)	0	0	1	0	0
変わらない (n=8)	6	0	1	0	1
(やや)悪くなっている(n=11)	6	2	2	1	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=0)	0	0	0	0	0	0
変わらない (n=3)	3	0	0	0	0	0
(やや)悪くなっている (n =7)	5	1	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 消費増税後の消費意欲減退を懸念し悪化の見通し

家計消費関連(D.I.=40.1) 駆け込み需要への期待あるが、多くは反動減を不安視

家計消費関連の先行き判断は40.1と、前回調査(46.5)から△6.4ポイント低下し、横ばいを示す「50」を2期連続で下回った。内訳をみると、小売関連(41.1)では、「消費増税前の駆け込み需要は期待できる。増税後は、キャッシュレスによるポイント還元制度の成果に期待」(商店街)との声がある一方、「消費増税後、消費者の節約意識がさらに加速しそう」(スーパー)といった慎重な声も多くあった。飲食関連(44.4)では、「消費増税前の駆け込み需要とその後の反動減が予想される」(外食チェーン)との声があったほか、サービス関連(40.0)でも、「消費増税前の9月は駆け込み需要がありそうだが、その後の反動が不安」(観光施設)など、消費増税後の反動を懸念する声が多かった。住宅関連(33.3)では、「消費増税後は景気が落ち込む見込み」(住宅・マンション販売)、「消費増税後、消費者の購買意欲はさらに低下する」(同)という不安から、悪化へと後退する見通し。

事業所向けビジネス関連(D.I.=42.5) 好材料見当たらず、悪化の見通し続く

事業所向けビジネス関連は42.5と、前回から△3.8ポイント低下し、引き続き悪化判断となった。「消費増税により消費が減退し、景気が悪化すると予想される」(税理士事務所)や「消費増税、人手不足、ガソリン高騰等、企業にとってのプラス材料がない」(社労士事務所)といった声が聞かれた。

雇用関連(D.I.=40.0) 景気の先行き不透明感から、求人意欲の減退見込む

雇用関連は40.0で前回と同値となり、悪化判断が続いた。「消費増税や世界経済の先行き不透明感から、求人を控える動きが続いている」(求人情報誌)や「製造業を中心に正規募集の手控え傾向が続く。新卒についても採用意欲は低下しそう」(同)などの意見が挙がった。

						•				
調査時期	201	7年		2018年			2019年		2019.7月	
分野	7月	10月	1月	4月	7月	10月	1月	4月	今回	前回比
全 体	49.5	55.4	54.1	50.2	49.0	52.2	50.7	45.8	40.6	△ 5.2
家計消費関連	49.7	55.6	54.8	49.0	48.3	54.2	54.1	46.5	40.1	△ 6.4
小売関連	44.8	49.1	49.1	46.7	43.5	50.9	50.0	46.6	41.1	△ 5.5
飲食関連	44.4	65.6	56.3	43.8	50.0	53.1	58.3	46.9	44.4	△ 2.5
サービス関連	53.0	59.6	56.7	48.0	50.0	55.2	55.0	45.0	40.0	△ 5.0
住宅関連	60.0	55.0	65.0	62.5	57.5	62.5	60.0	50.0	33.3	△ 16.7
事業所向けビジネス関連	46.3	53.6	51.2	52.4	48.8	46.3	44.0	46.3	42.5	△ 3.8
雇用関連	55.0	58.3	55.0	55.6	55.6	50.0	38.9	40.0	40.0	+ 0.0

図表 4 先行き判断指数 D.I.の推移

総 括 景況感は総じて悪化、消費増税対策による反動減緩和に期待

今回の景気判断を総括すると、まず現状判断指数は36.9と前回調査48.0から△11.1ポイントの大幅な低下となった。「家計消費関連」「事業所向けビジネス関連」「雇用関連」の3分野でいずれも40を割り込み、景気後退感が鮮明となった。「家計消費関連」では、大型連休後の弱含みの地合いに天候不順が重なり、「事業所向けビジネス関連」では、取引先の予算削減や原価の高騰が利益を圧迫した模様。「雇用関連」では、製造業をはじめとする求人数の減少がみられるなど求人の動きが鈍く、悪化判断となった。

先行き判断指数も40.6と、前回調査(45.8)から△5.2ポイント低下し、一段と厳しさを増すとの見方が多い。「家計消費関連」では、消費増税後の対策に期待する声があるものの、増税後の反動を懸念し、悪化の見通しとなった。「事業所向けビジネス関連」では、コスト上昇の影響が続くことが見込まれ悪化判断が続き、「雇用関連」では、海外情勢の不透明さに加え、消費増税後の動きを見据え、製造業を中心に求人を控える見方が強まり、引き続き悪化判断となった。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断は、好材料が見当たらない中、家計、企業ともに悪化が続いている。消費増税に伴う消費減退に加え、米中貿易摩擦や中国経済の減速など世界情勢の不透明感が増しており、先行きについても、慎重な見方にならざるを得ない。今後は、ポイント還元制度をはじめ2兆円規模とされる消費増税対策の効果的な実施に期待が集まる。

(東 陽之)

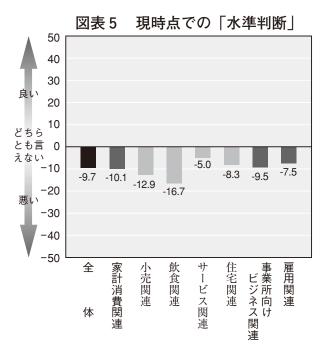
く参考>

現時点の景気は、飲食関連で"悪い"判断が目立ち、全体でも低水準

回調査 (△2.9) を△6.8ポイント下回り、基準値「0」を下回った (図表 5)。 内訳をみると、家計消費関連は△10.1となった。とりわけ、飲食関連 (△16.7) や小売関連 (△12.9) で "悪い"の判断が目立つ。事業所向けビジネス関連も△9.5で "悪い"という判断が続き、雇用関連も△7.5と "悪い"との判断となった。

現時点での景気が"良いか悪いか"

を聞いた「水準判断」は△9.7と、前



※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。