

2022年8月26日

～第75回 静岡県版 景気ウォッチャー調査(2022年7月)～

第7波で小売・飲食が再び低迷、悪化判断続く

静岡経済研究所（理事長 馬瀬和人）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—

- 県内景気の「現状判断指数（方向性）」は42.6と、前回4月調査（48.8）から△6.2ポイント低下し、景気の横ばいを示す指数「50」を3期連続で下回った。
- 家計消費関連では、物価上昇に伴う購入点数の減少に加え、コロナ第7波によって客足が遠のき、小売・飲食関連が大幅に低下した。事業所向けビジネス関連は、受注の減少や原材料価格高騰の影響を受けて悪化判断となった。雇用関連では、製造業を中心に求人が増加し、改善判断となった。

—先行き判断—

- 2～3カ月先の景況感を示す「先行き判断指数（方向性）」は39.1と、現状判断を△3.5ポイント下回り、悪化判断となった。
- 家計消費関連では、小売・飲食関連を中心に長引く物価上昇やコロナの影響で来客数の減少を危惧し、引き続き悪化判断となった。事業所向けビジネス関連では、コロナ第7波、資材品や原油価格の高騰などのマイナス要素が重なり、悪化判断が続く。雇用関連でも、コロナ感染再拡大による求人の減少を懸念し、悪化判断に転じている。

※本件のお問い合わせ先 担当（増田 翔太郎）

第7波で小売・飲食が再び低迷、悪化判断続く

現状判断 (D. I. =42.6)

3期連続の悪化判断、家計消費関連の急激な悪化が響く

- ・家計消費関連 (D. I. =39.3) 物価上昇や感染再拡大により、小売・飲食が大きく悪化
- ・事業所向けビジネス関連 (D. I. =46.4) 受注の減少や原燃料価格の高騰が影響し、悪化判断
- ・雇用関連 (D. I. =54.2) 製造業を中心とした求人増を受け、改善判断

先行き判断 (D. I. =39.1)

指数はさらに低下、物価上昇や感染状況が見通せず、悪化判断続く

- ・家計消費関連 (D. I. =37.9) 感染再拡大による来客数の減少を危惧し、悪化判断が続く
- ・事業所向けビジネス関連 (D. I. =40.5) 複数のマイナス要素が重なり、先行き不透明で悪化判断
- ・雇用関連 (D. I. =43.8) コロナ感染再拡大による求人減を懸念、悪化判断に転じる

概況

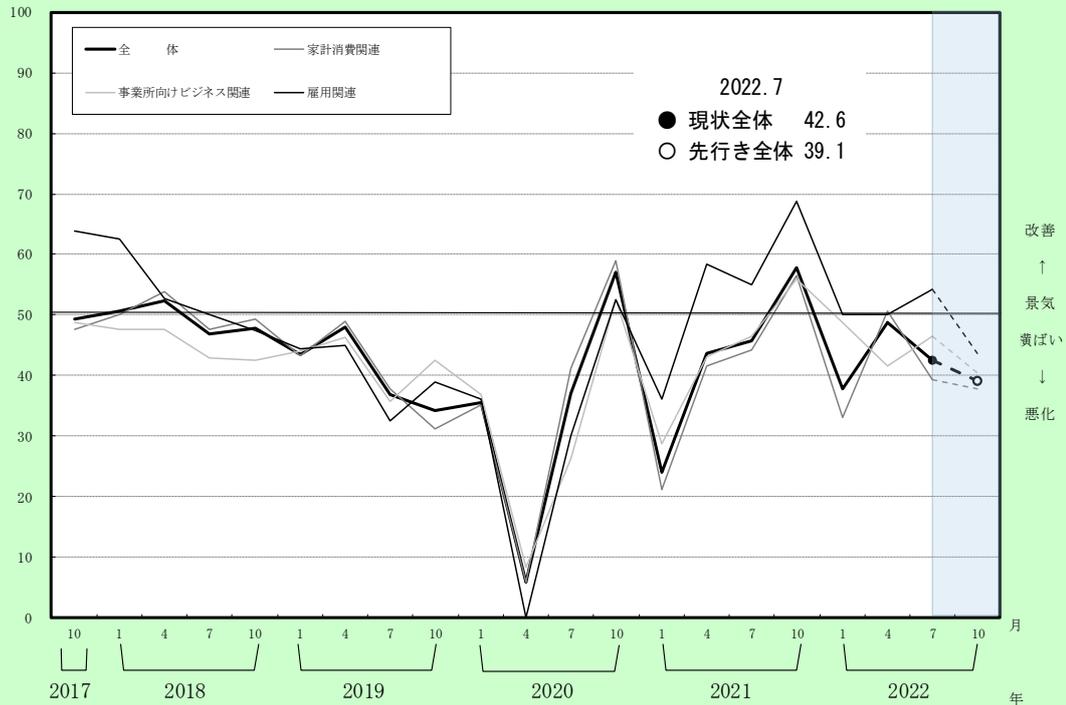
2022年7月調査の現状判断指数は42.6と、前回4月調査(48.8)から△6.2ポイント低下し、3期連続で景気の横ばいを示す指数「50」を下回った(図表1、2)。「家計消費関連」では、物価上昇に伴う購入点数の減少に加え、コロナ第7波の襲来で客足が遠のき、小売・飲食関連が大幅に低下した。「事業所向けビジネス関連」は、受注の減少や原燃料価格高騰の影響を受けて悪化判断となった。一方、「雇用関連」では、製造業を中心に求人が増加し、小幅ながら改善判断となった。

先行き判断指数は39.1と、現状判断42.6を△3.5ポイント下回った(図表1、4)。「家計消費関連」では、小売・飲食関連を中心に長引く物価上昇やコロナの影響で来客数の減少を危惧し、引き続き悪化判断となった。「事業所向けビジネス関連」では、コロナ第7波の襲来、資材品や原油価格の高騰などのマイナス要素が重なり、悪化判断が続く。「雇用関連」でも、コロナ感染再拡大による求人の減少を懸念し、悪化判断に転じている。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断は、物価上昇による消費者の買い控えに加え、新型コロナウイルス感染再拡大による人々の行動自粛が影響し、悪化判断となった。今後については、第7波の一刻も早い収束により消費活動の持ち直しが期待されるが、広範に及ぶ物価上昇や、部品不足・原燃料価格高騰による製造業の停滞など、構造的な要因が引き続き景況感回復の足かせになりそうである。

(増田 翔太郎)

図表1 現状判断指数（D. I.）の推移と先行き判断指数（D. I.）



【D. I. は50が「景気横ばい」、上回れば「改善」、下回れば「悪化」の傾向を示す】

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=68)
 - (内訳) 小売関連 (n=27) ……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=22) ……観光ホテル、旅行代理店など
 - 住宅関連 (n=10) ……不動産販売、住宅販売など
 - ・事業向けビジネス関連 (n=21) ……印刷、広告代理店、運輸など
 - ・雇用関連 (n=12) ……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：2022年7月下旬
- (5) 回答状況：調査対象107名のうち、有効回答を寄せていただいた方は101名で、有効回答率は94.4%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。

評価	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
	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 3期連続の悪化判断、家計消費関連の急激な悪化が響く

家計消費関連 (D. I. =39.3)

物価上昇や感染再拡大により、小売・飲食が大きく悪化

家計消費関連の現状判断は39.3と、前回 (50.7) から△11.4ポイント低下し、悪化判断に転じた。

【小売関連】(39.8) 前回 (55.2) から△15.4ポイントと大きく低下。「お客様は食品の値上げを意識しており、少しでも安い物を買いたいという思考が強くなっているように感じる」(スーパー) や、「コロナの感染拡大により、来客数が減少」(スーパー) など、物価高や感染再拡大などの要因により、消費者の購買行動が慎重になっていると指摘する声が聞かれた。

【飲食関連】(33.3) 前回 (61.1) から△27.8ポイントと急激に低下。「コロナ感染者が増加に転じ、第7波と言われるようになってから客足が鈍ってきている」(外食チェーン) や「7月下旬からの感染急拡大により、客足が鈍り始めた」(外食チェーン) と、第7波の襲来で、客足にブレーキが掛かり始めた様子が見え始める。

【サービス関連】(40.9) 「新型コロナウイルス感染再拡大や商材値上げの影響などにより、来場者数や売店・レストラン等での消費意欲は低調であり、本格的な回復には至っていない」(観光施設) や「コロナ感染の拡大にかなり敏感になっていることもあり、キャンセルが多く出てきている」(観光ホテル) など、依然として厳しい状況が続いているという回答が多かった。

【住宅関連】(40.0) 「戸建て分野では、価格上昇とコロナ禍により商談が進まず、商談数、受注数が減少した」(住宅・マンション販売)、「建物は原材料の高騰を理由に価格の上昇傾向が続いている。住宅価格の上昇から購入をためらう気配がある」(住宅・マンション販売) など、商談機会の減少に加え、価格の上昇から顧客が購入に踏み切れないという声が聞かれた。

図表2 現状判断指数D. I. の推移

分野	調査時期		2020年		2021年		2022年		2022. 7月	
	7月	10月	1月	4月	7月	10月	1月	4月	今回	前回比
全 体	37.1	57.0	24.0	43.8	45.7	57.8	37.9	48.8	42.6	△ 6.2
家計消費関連	41.2	58.9	21.1	41.6	44.3	56.4	33.1	50.7	39.3	△ 11.4
小売関連	44.2	55.0	26.7	42.0	41.1	53.7	37.5	55.2	39.8	△ 15.4
飲食関連	37.5	59.4	12.5	37.5	40.0	63.9	27.5	61.1	33.3	△ 27.8
サービス関連	38.0	63.6	7.6	41.3	45.8	59.8	22.9	46.9	40.9	△ 6.0
住宅関連	42.5	60.0	42.5	45.0	55.6	50.0	50.0	37.5	40.0	+2.5
事業所向けビジネス関連	26.3	52.5	28.8	43.2	46.4	56.0	48.8	41.7	46.4	+4.7
雇用関連	30.0	52.5	36.1	58.3	55.0	68.8	50.0	50.0	54.2	+4.2
全国※	41.3	53.6	30.1	39.4	47.7	56.2	35.9	50.7	43.5	△ 7.2

※内閣府「景気ウォッチャー調査」(原数値) は50以上

事業所向けビジネス関連 (D. I. =46.4)

受注の減少や原燃料価格の高騰が影響し、悪化判断

事業所向けビジネス関連は46.4と、前回(41.7)から+4.7ポイント上昇したものの、横ばいを示す「50」には届かなかった。「発注数量、発注頻度ともに減少している」(印刷)や、「燃料費、電気代等の高騰により収益が圧迫されている」(倉庫)など、受注の減少や原燃料価格高騰による利益の縮小を挙げる声が聞かれた。

一方、「9月以降のイベント・集客の案件が増えた」(広告)や、「不動産業者から土地(特に開発した分譲地)の所有権移転登記の依頼がコロナ前の水準に戻っている」(司法書士事務所)など、一部に改善の動きもみられた。

雇用関連 (D. I. =54.2)

製造業を中心とした求人増を受け、改善判断

雇用関連は54.2と前回(50.0)から+4.2ポイント上昇し、改善判断となった。「新規求人数に大きな増減の変化がない」(職業紹介)や「求人に対する問い合わせ状況に大きな変化はない」(人材派遣)など、景況感が変わらないとする回答が多い。しかし、「卸小売業、製造業などで求人が増加している」(職業紹介)や「日本国内の部品調達は徐々に正常に戻りつつあり、製造業を中心にやや良くなってきている」(職業紹介)など、雇用情勢の好転を感じているウォッチャーの声を反映し、雇用関連全体では改善判断となった。

<現状判断の回答構成>

現状判断の回答構成をみると、「良くなっている」との回答はなくなり、「やや良くなっている」(17.8%)が前回比△12.7ポイントと大きく減少した。一方で、「変わらない」が+7.3ポイント増えて4割を超えるとともに、「やや悪くなっている」(33.7%)が増加し、全体として景況感の悪化につながった。

家計消費関連では、飲食関連で「(やや)悪くなっている」が前回の0%から55.5%に急増、小売関連も同割合が24.1%から44.4%へと20.3ポイント増えている。事業所向けビジネス関連は「やや良くなっている」(23.8%)が微増して小幅ながら改善傾向。雇用関連については、「変わらない」が33.3%から66.7%へと増加、「やや悪くなっている」から判断を変えたウォッチャーが多く、改善判断となった。

図表3 現状判断の回答構成

調査時期 回答	2022年 4月 (%)	2022年 7月 (%)	差 (ポイント)
良くなっている	1.9	0.0	△ 1.9
やや良くなっている	30.5	17.8	△ 12.7
変わらない	34.3	41.6	+7.3
やや悪くなっている	27.6	33.7	+6.1
悪くなっている	5.7	6.9	+1.2

先行き判断 指数はさらに低下、物価上昇や感染状況が見通せず、悪化判断続く

家計消費関連 (D. I. =37.9)

感染再拡大による来客数の減少を危惧し、悪化判断が続く

家計消費関連の先行き判断は37.9と、現状判断(39.3)を△1.4ポイント下回り、悪化判断となった。

【小売関連】(35.2) 「新型コロナウイルス感染再拡大の懸念から、外出控えが予想される」(百貨店)や「10月にも値上げが多く予定されており、収入が増えない状況で電気料金等の負担も重なり、家計の苦しさは増していくと予想される」(スーパー)といった、感染再拡大や物価上昇の余波を危惧する意見が聞かれた。

【飲食関連】(33.3) 「コロナ再拡大、円安による商品値上げなど、消費をけん引するワード・雰囲気が見えてこない」(外食チェーン)や「コロナの感染拡大だけでなく、物価の上昇が顕著になってきており、今以上の客数減少が予想される」(外食チェーン)など、値上げによる客離れを懸念する声が聞かれた。

【サービス関連】(40.9) 「感染再拡大により、宴会(料飲)部門は壊滅的」(観光ホテル)や「新型コロナウイルス感染症への警戒感はいまだに根強く残り、本格的な市民の消費マインド回復を見込むことができない」(観光施設)など、新型コロナの影響の深刻さを物語る声が多く挙がった。

【住宅関連】(42.5) 「住宅価格上昇に加え、金利上昇が顕著となれば、購入意欲はさらに減退すると思われる」(住宅・マンション販売)など、住宅取得のハードルが高まることによる購入意欲の低下が不安視されている。

事業所向けビジネス関連 (D. I. =40.5)

複数のマイナス要素が重なり、先行き不透明で悪化判断

事業所向けビジネス関連は40.5と、現状判断(46.4)から△5.9ポイント低下し、悪化判断となった。「資材品の値上げとコロナ第7波の影響で、市場の動向が鈍く受注にも影響が出ており、先の予測が立てにくい」(印刷)や、「新型コロナウイルス第7波の流行、原油高、資材高騰等、依然として経済活動の先行きが不透明」(リース)など、複数のマイナス要素が重なり、先行きが見えないという声が大勢を占めた。

雇用関連 (D. I. =43.8)

コロナ感染再拡大による求人減を懸念、悪化判断に転じる

雇用関連は43.8と、現状判断(54.2)を△10.4ポイント下回り、悪化判断に転じる。「コロナが落ち着けば、秋の国内旅行や観光に伴う移動などで求人も回復し、製造業の回復も見込める」(求人情報誌)と感染状況の鎮静化による好転を期待する声も一部にあるが、「コロナ第7波が日々猛威をふるっており、今後も宿泊、飲食業の求人に影響を与えることが懸念される」(職業紹介)など、事業活動の低迷に伴う求人の減少を不安視する意見が多く聞かれた。

<先行き判断の回答構成>

先行き判断の回答構成をみると、“良くなる”とする回答はなく、“やや良くなる”(10.9%)とした回答が現状判断(17.8%)から△6.9ポイント減少し、“変わらない”や“(やや)悪くなる”へと分散したことで、全体として悪化方向へシフトした。

家計消費関連については、小売関連や飲食関連で“(やや)悪くなる”と回答したウォッチャーがともに55.5%と半数を超え、先行きへの懸念が強まっている。事業所向けビジネス関連では、“(やや)良くなる”という見方が現状から大きく減少、先行き判断の悪化幅拡大につながった。雇用関連では、“(やや)良くなる”とみるウォッチャーがいなくなったことが、悪化判断に転じた要因となっている。

図表4 先行き判断指数D. 1.

分野	調査時期	2022.7月		
		現状	先行き	差
全 体		42.6	39.1	△ 3.5
家計消費関連		39.3	37.9	△ 1.4
小売関連		39.8	35.2	△ 4.6
飲食関連		33.3	33.3	+0.0
サービス関連		40.9	40.9	+0.0
住宅関連		40.0	42.5	+2.5
事業所向けビジネス関連		46.4	40.5	△ 5.9
雇用関連		54.2	43.8	△ 10.4
全国※		43.5	42.6	△ 0.9

※内閣府「景気ウォッチャー調査」(原数値)

図表5 先行き判断の回答構成

回答	調査時期	2022.7月		
		現状(%)	先行き(%)	差(ポイント)
良くなる (良くなっている)		0.0	0.0	+0.0
やや良くなる (やや良くなっている)		17.8	10.9	△ 6.9
変わらない		41.6	43.6	+2.0
やや悪くなる (やや悪くなっている)		33.7	36.6	+2.9
悪くなる (悪くなっている)		6.9	8.9	+2.0

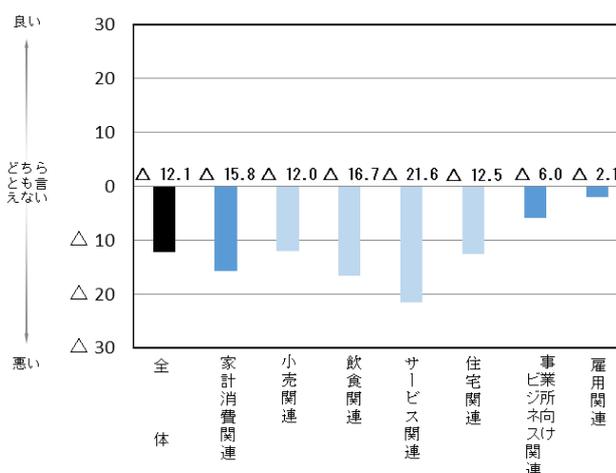
<参考>

現時点の景気は、2期連続して全分野で“悪い”との判断

現時点での景気が“良いか悪い”かを聞いた「水準判断」は△12.1と、基準値「0」を下回った(図表6)。

家計消費関連は△15.8と悪く、とりわけ、サービス関連(△21.6)の落込みが目立つ。事業所向けビジネス関連は△6.0、雇用関連も△2.1とマイナス幅は小さいが、2期連続ですべての分野で“悪い”との判断となった。

図表6 現時点での「水準判断」



※ 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で最大値は+50、最小値は△50。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。