

2022年11月24日

～第76回 静岡県版 景気ウォッチャー調査(2022年10月)～

飲食業 サービス業が急回復するも 景況感は改善に至らず

静岡経済研究所（理事長 馬瀬和人）では、10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—

- 2022年10月調査の現状判断指数は49.8と、前回7月調査（42.6）から+7.2ポイント上昇したものの、景気の横ばいを示す指数「50」にはわずかに届かなかった。
- 家計消費関連では、コロナ感染者数が減少し、消費喚起策により飲食業、サービス業が大きく改善した。事業所向けビジネス関連では、原材料価格の高騰や円安の影響が継続し、悪化判断となった。雇用関連では、製造業やサービス業、飲食業で求人が増加し、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49.8と、現状判断（49.8）と同水準になった。
- 家計消費関連では、年末需要を見込む飲食業、サービス業や全国旅行支援を期待する観光需要により、改善判断となった。事業所向けビジネス関連では、物価上昇の影響で受注の減少や価格転嫁できない状況を懸念し、悪化判断となった。雇用関連では、観光、飲食業界の求人の回復を見込むが、製造業を中心に海外情勢の不透明感や原材料価格の高騰などへの懸念が高まり、悪化判断に転じている。

※本件のお問い合わせ先 担当（福村 萌）

今月の定例調査

第76回 静岡県版 景気ウォッチャー調査 (2022年10月)

飲食・サービスが急回復するも、景況感は改善に至らず

現状判断 (D. I. =49.8)

飲食・サービスは大幅に改善するも、全体は横ばいの50に届かず

- ・家計消費関連 (D. I. =52.2) 公的な需要喚起策により、飲食・サービス関連が改善
- ・事業所向けビジネス関連 (D. I. =38.8) 原材料価格の高騰や円安の影響で取引が停滞、悪化判断
- ・雇用関連 (D. I. =54.5) 製造業やサービス業、飲食業で求人が増加し、改善判断

先行き判断 (D. I. =49.8)

物価上昇に伴う消費や受注の減少を懸念、全体では現状判断と同水準に

- ・家計消費関連 (D. I. =53.6) 飲食・サービスで年末の消費や観光需要を見込み、改善判断
- ・事業所向けビジネス関連 (D. I. =37.5) 取引先は物価上昇による悪影響を懸念、悪化判断
- ・雇用関連 (D. I. =47.7) 飲食・サービスで回復を見込むが、先行きを懸念し悪化判断

概況

2022年10月調査の現状判断指数は49.8と、前回7月調査(42.6)から+7.2ポイント上昇したものの、景気の横ばいを示す指数「50」にはわずかに届かなかった(図表1、2)。「家計消費関連」では、コロナ感染者数が減少し、消費喚起策により飲食・サービス関連が大きく改善した。一方、「事業所向けビジネス関連」では、原材料価格の高騰や円安の影響が継続し、悪化判断となった。「雇用関連」では、製造業やサービス業、飲食業で求人が増加し、改善判断となった。

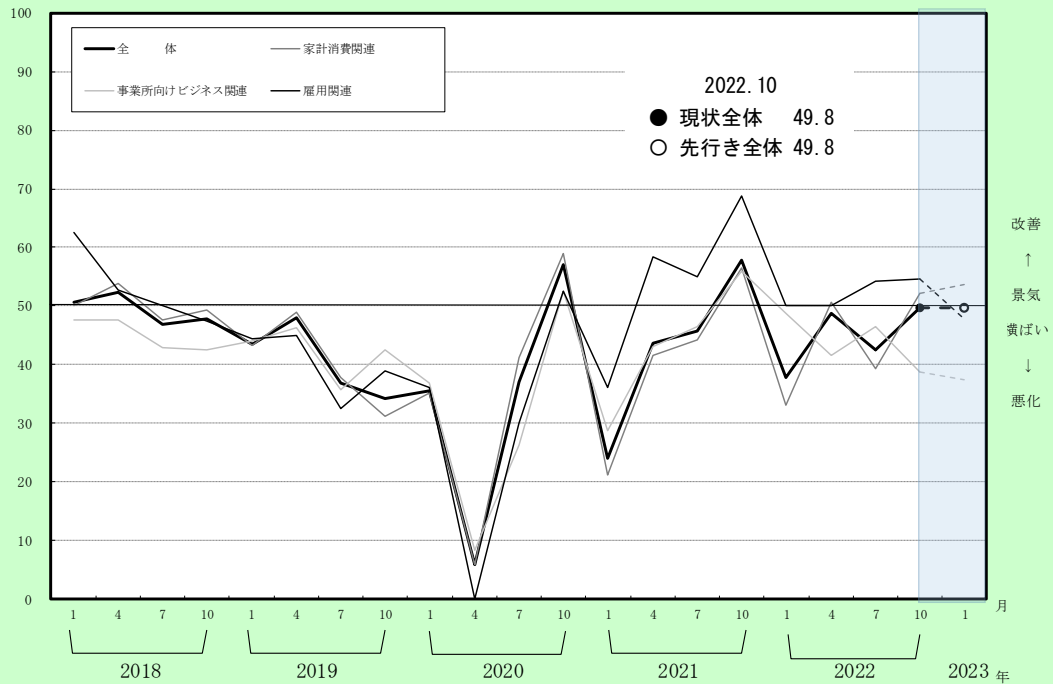
先行き判断指数は49.8と、現状判断(49.8)と同水準になった(図表1、4)。「家計消費関連」では、年末需要を見込む飲食・サービス関連や全国旅行支援を期待する観光需要により、改善判断となった。一方、「事業所向けビジネス関連」では、物価上昇の影響で受注の減少や価格転嫁できない状況を懸念し、悪化判断となった。「雇用関連」では、観光・飲食業界の求人の回復を見込むが、製造業を中心に海外情勢の不透明感や原材料価格の高騰などへの懸念が高まり、悪化判断に転じている。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断は、新型コロナウイルスの感染者数減少や、公的な需要喚起策の効果がみられたが、改善には至らなかった。

今後については、年末消費に期待がかかる一方で、コロナの再拡大やインフルエンザの同時流行、物価上昇に伴う消費の冷え込みなどが足かせとなる可能性がある。

(福村 萌)

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・方法：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=69)
 - (内訳) 小売関連 (n=26) ……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=22) ……観光ホテル、旅行代理店など
 - 住宅関連 (n=11) ……不動産販売、住宅販売など
 - ・事業所向けビジネス関連 (n=20) ……印刷、広告代理店、運輸など
 - ・雇用関連 (n=11) ……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10月下旬
- (5) 回答状況：調査対象104名のうち、有効回答を寄せていただいた方は100名で、有効回答率は96.2%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 飲食・サービスは大幅に改善するも、全体は横ばいの50に届かず

家計消費関連 (D. I. =52.2)

公的な需要喚起策により、飲食・サービス関連が改善

家計消費関連の現状判断は52.2と、前回(39.3)から+12.9ポイントと大きく上昇し、改善判断となった。

【小売関連】(43.3) 前回(39.8)から+3.5ポイント上昇したものの、悪化判断となった。「来店頻度が高まった」(商店街)という声がある一方、「値上げにより客単価が下がっている」(文房具販売)など、人流は戻っているものの物価上昇による買い控えにより売上の増加につながらず、苦しい状況が続いている。

【飲食関連】(67.5) 前回(33.3)から+34.2ポイントと大幅に上昇し、改善判断に転じた。「全国旅行支援や自治体による需要喚起策の影響か、平日休日ともに1日の売上が伸びている」(外食チェーン)や、「コロナ第7波が落ち着き、静岡市応援キャンペーンやしずおか食ベトクキャンペーンで外食への意欲が上がってきている」(飲食店)、「宴会が入るようになってきた」(飲食店)など、需要を盛り上げる公的施策により来客数が増加しているという声が多く聞かれた。

【サービス関連】(64.8) 前回(40.9)から+23.9ポイントと大幅に上昇、改善判断となった。「10月に始まった全国旅行支援の反響は予想より大きく、期間中の予約の受付状況は急速に回復している」(観光ホテル)や、「全国旅行支援が開始され、ビジネス・観光客の利用が高まり、宿泊需要が旺盛となっている」(ビジネスホテル)など、全国旅行支援の効果を実感する回答が多かった。

【住宅関連】(34.1) 前回(40.0)から△5.9ポイントと、家計消費関連の中で唯一低下した。「資材等の値上げが止まらず、業界景気も停滞」(住宅・マンション販売)や、「諸物価の高騰が消費マインドを下げ、商談数や受注数が減少した」(住宅・マンション販売)など、建築資材の高騰で客足が鈍り、受注が落ち込んだ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			2022.10月	
		10月	1月	4月	7月	10月	1月	4月	7月	今回	前回比		
全体		57.0	24.0	43.8	45.7	57.8	37.9	48.8	42.6	49.8	+7.2		
家計消費関連		58.9	21.1	41.6	44.3	56.4	33.1	50.7	39.3	52.2	+12.9		
	小売関連	55.0	26.7	42.0	41.1	53.7	37.5	55.2	39.8	43.3	+3.5		
	飲食関連	59.4	12.5	37.5	40.0	63.9	27.5	61.1	33.3	67.5	+34.2		
	サービス関連	63.6	7.6	41.3	45.8	59.8	22.9	46.9	40.9	64.8	+23.9		
	住宅関連	60.0	42.5	45.0	55.6	50.0	50.0	37.5	40.0	34.1	△5.9		
事業所向けビジネス関連		52.5	28.8	43.2	46.4	56.0	48.8	41.7	46.4	38.8	△7.6		
雇用関連		52.5	36.1	58.3	55.0	68.8	50.0	50.0	54.2	54.5	+0.3		
全国*		53.6	30.1	39.4	47.7	56.2	35.9	50.7	43.5	51.1	+7.6		

※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. =38.8)

原材料価格の高騰や円安の影響で取引が停滞、悪化判断

事業所向けビジネス関連の現状判断は38.8と、前回(46.4)から△7.6ポイント低下し、4期連続の悪化判断となった。「開催イベントの集客状況が改善されつつある」(広告)といった声がある一方で、「値上げによる影響で紙離れが加速している」(印刷)、「ウクライナ情勢と円安の影響による物価高で全体の景気は後退していると感じる」(ソフト開発)、「取引先では原材料高で価格競争も激しく、利益が上がらない」(社労士事務所)など、従前からの原材料価格の高騰や円安によるコストの増大が取引の停滞につながっている様子が見え始める。

雇用関連 (D. I. =54.5)

製造業やサービス業、飲食業で求人が増加し、改善判断

雇用関連は54.5と前回(54.2)から+0.3ポイント上昇し、改善判断が続いた。「製造業の求人が緩やかな増加傾向にある」(職業紹介)や、「サービス業の求人が回復している。特にアルバイトなど非正規社員の雇用の受け皿の1つであった飲食関連の求人が急激に増えた」(人材派遣)など、企業の採用意欲の回復を感じる意見が多く聞かれた。しかし、「求人数自体は毎月ほぼ同じ水準」(人材派遣)や、「求人は増えているが、有効な求職者が増えていない」(人材派遣)など、“変わらない”とする回答も多く、雇用関連全体では小幅な改善判断となった。

<現状判断の回答構成比>

現状判断の回答構成比をみると、“変わらない”が△11.6ポイント、“やや悪くなっている”が△8.7ポイント減少し、“(やや)良くなっている”が+19.2ポイントと大きく増加し、現状判断指数の上昇につながった。

家計消費関連では、飲食関連で“やや良くなっている”が前回の0%から80.0%に急増し、サービス関連でも、“(やや)良くなっている”が+45.5ポイントと大きく増加している。事業所向けビジネス関連では、“悪くなっている”が前回の0%から+15.0ポイント増加して悪化判断となった。雇用関連については、“やや良くなっている”が前回の25.0%から36.4%と+11.4ポイント増加したものの、“やや悪くなっている”も+9.9ポイント増加し、判断が分かれた。

図表3 現状判断の回答構成比

調査時期 回答	2022年 7月 (%)	2022年 10月 (%)	差 (ポイント)
良くなっている	0.0	3.0	+3.0
やや良くなっている	17.8	34.0	+16.2
変わらない	41.6	30.0	△ 11.6
やや悪くなっている	33.7	25.0	△ 8.7
悪くなっている	6.9	8.0	+1.1

先行き判断 物価上昇に伴う消費や受注の減少を懸念、全体では現状判断と同水準に

家計消費関連 (D. I. =53.6)

飲食・サービスで年末の消費や観光需要を見込み、改善判断

家計消費関連の先行き判断は53.6と、現状判断(52.2)から+1.4ポイント上昇し、横ばいを示す「50」を超え、改善判断となった。

【小売関連】(47.1) 「お歳暮等の年末需要で増加する見込み」(食料品小売)という声もあるが、「円安傾向が止まらない中で、食料品や水道光熱費などの値上げにより、消費の落ち込みが進むと思われる」(スーパー)といった、物価上昇の悪影響が続くと見通す回答が多く挙がった。

【飲食関連】(65.0) 「しずおか食ベトクキャンペーンや全国旅行支援で来客数や売上も多少増加すると思う」(外食チェーン)や、「年末年始にかかることもあり、物価高とはいえ個々に使いどころではしっかりと消費が見込まれると予想」(外食チェーン)など、不安要素はありつつも、年末需要や消費喚起策に期待を寄せる声が聞かれた。

【サービス関連】(60.2) 「全国旅行支援の割引期間が終わるタイミングで、予約の落ち込みが予想される」(観光ホテル)など、先行きを不安視する声も聞かれたが、「ワクチン接種率上昇を背景に、重症化リスクが低減しており、街中の人流増加が感じられる」(都市型ホテル)など、回復傾向が続くとの見方が多く、改善判断となった。

【住宅関連】(45.5) 現状判断(34.1)から+11.4ポイント増加したものの、悪化判断となった。「早めの持ち家取得を考える方が増える」(住宅・マンション販売)など、一部で前向きな回答もみられたが、「円安等の影響による物価高が家計を直撃している」(住宅・マンション販売)など、マイナス面を挙げる声が多く聞かれた。

事業所向けビジネス関連 (D. I. =37.5)

取引先は物価上昇による悪影響を懸念、悪化判断

事業所向けビジネス関連は37.5と、現状判断(38.8)を△1.3ポイント下回り、悪化判断となった。取引先では、物価上昇などを受けて事業拡大に慎重なスタンスが目立ち、「あまりにも値上げに関する話題が多く、広告もみんな控えめになっている感じがする」(広告)、「全般的な物価高により、消費マインドの冷え込みがさらに拡大しそう」(運送)など、先行きを不安視する声が聞かれた。

雇用関連 (D. I. =47.7)

飲食・サービスで回復を見込むが、先行きを懸念し悪化判断

雇用関連は47.7と、現状判断(54.5)を△6.8ポイント下回った。「サービス、観光は回復傾向だが、その他の産業は停滞しそう」(人材派遣)や、「ホテル、飲食業界の業況は良くなっているが、円安、製造原価の高騰、一部材料不足、海外情勢の不透明感等が重なり、先行きはさらに悪化を見込む先が多い」(職業紹介)など、飲食・サービス関連の求人の回復を見込む一方、先行きに対する不透明感から悪化とする意見も多かった。

<先行き判断の回答構成比>

先行き判断の回答構成比をみると、“変わらない”が+13.0ポイント増加した一方で、“(やや)良くなる”(△7.0ポイント)、“(やや)悪くなる”(△6.0ポイント)がともに減少し、判断指数は現状と同水準となった。

家計消費関連については、住宅関連で“変わらない”との回答が増加して5割を超え、“(やや)悪くなる”が現状から大きく減少したことで、先行き判断の改善につながった。事業所向けビジネス関連では“やや良くなる”とみるウォッチャーが現状から減少し、悪化判断が続く。雇用関連では、半数以上が“変わらない”と回答した中で、“やや良くなる”という見方が現状から減少したことで、悪化判断に転じている。

図表4 現状・先行き判断指数D. I.

分野	調査時期	2022.10月		
		現状	先行き	差
全 体		49.8	49.8	+0.0
家計消費関連		52.2	53.6	+1.4
小売関連		43.3	47.1	+3.8
飲食関連		67.5	65.0	△ 2.5
サービス関連		64.8	60.2	△ 4.6
住宅関連		34.1	45.5	+11.4
事業所向けビジネス関連		38.8	37.5	△ 1.3
雇用関連		54.5	47.7	△ 6.8
全国*		51.1	48.2	△ 2.9

図表5 現状・先行き判断の回答構成比

回答	調査時期	2022.10月		
		現状(%)	先行き(%)	差(ポイント)
良くなる (良くなっている)		3.0	1.0	△ 2.0
やや良くなる (やや良くなっている)		34.0	29.0	△ 5.0
変わらない		30.0	43.0	+13.0
やや悪くなる (やや悪くなっている)		25.0	22.0	△ 3.0
悪くなる (悪くなっている)		8.0	5.0	△ 3.0

※内閣府「景気ウォッチャー調査」(原数値)

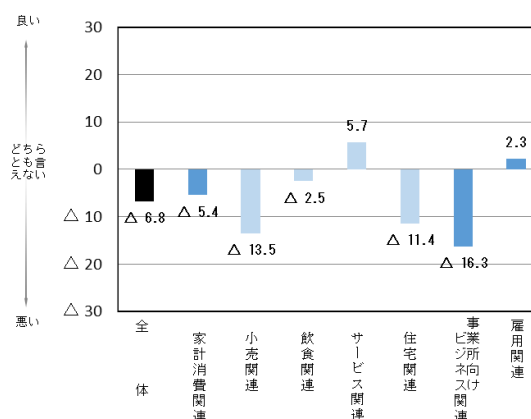
<参考>

現時点の景気は、サービス・雇用関連が“良い”との判断

現時点での景気が“良いか悪い”を聞いた「水準判断」は△6.8と、基準値「0」を下回った(図表6)。

家計消費関連では、小売関連で△13.5と落込みが目立つ。一方で、サービス関連(5.7)は2019年4月以来3年6か月ぶりに、“良い”との判断に転じた。事業所向けビジネス関連は△16.3と“悪い”、雇用関連は+2.3と小幅ながら“良い”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。