

2023年8月24日

～第79回 静岡県版 景気ウォッチャー調査(2023年7月)～

飲食関連を中心に 景況感は2期連続で改善

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—

- 2023年7月調査の現状判断指数は55.0と、前回4月調査（57.8）を△2.8ポイント下回ったものの、2期連続で景気の横ばいを示す指数「50」を上回った。
- 家計消費関連では、新型コロナの5類移行で人々の外出機会が増加し、飲食関連や小売・サービス関連で客足の回復を実感する声が多く聞かれた。事業所向けビジネス関連でも、イベントの再開や取引先企業の業績回復に伴う受注増加などで、引き続き改善した。雇用関連では、人手不足感が強まった一方で、一部で生産拠点の効率化・集約化や中小零細企業の廃業件数増加の影響があり、全体では横ばいとなった。

—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53.7と、現状（55.0）から△1.3ポイント低下した。
- 家計消費関連では、夏休みや秋の行楽シーズンでの需要回復を期待し、改善となった。事業所向けビジネス関連では、物価上昇に伴うコスト増加や荷動き停滞が懸念され、悪化に転じた。雇用関連では、インバウンドを含む観光客数の増加を追い風に求人数の増加が見込まれ、改善に転じた。

※本件のお問い合わせ先 担当（岩本 真弥）

〈9月の記者発表予告〉下記の調査について記者発表を予定しています

「静岡県内中堅・中小企業設備投資計画調査（2023年9月）」

「県内物流事業者の経営実態と『2024年問題』への対応に関する調査」

第79回 静岡県版 景気ウォッチャー調査 (2023年7月)

飲食関連を中心に 景況感は2期連続で改善

現状判断 (D. I. =55.0)

新型コロナの5類移行に伴う客足回復で改善

- ・家計消費関連 (D. I. =55.8) 外出機会の増加で飲食関連を中心に来客数が増加し、改善
- ・事業所向けビジネス関連 (D. I. =54.8) イベント再開や取引先企業の業績回復で、2期連続の改善
- ・雇用関連 (D. I. =50.0) 人手不足感が強まる一方、生産縮小等の影響もあり、横ばい

先行き判断 (D. I. =53.7)

行楽期の来客数増加への期待から改善が続く

- ・家計消費関連 (D. I. =56.2) 行楽シーズンの需要回復に期待がかかり、改善が続く
- ・事業所向けビジネス関連 (D. I. =46.4) 物価上昇に伴うコスト増加や荷動き停滞を警戒し、悪化に
- ・雇用関連 (D. I. =52.3) イベントや観光客増加による求人増加が見込まれ、改善へ

概況

2023年7月調査の現状判断指数は55.0と、前回4月調査(57.8)を $\Delta 2.8$ ポイント下回ったものの、2期連続で景気の横ばいを示す指数「50」を上回った(図表1、2)。「家計消費関連」では、新型コロナの5類移行で、人々の外出機会が増加し、飲食関連や小売・サービス関連で客足の回復を実感する声が多く聞かれた。

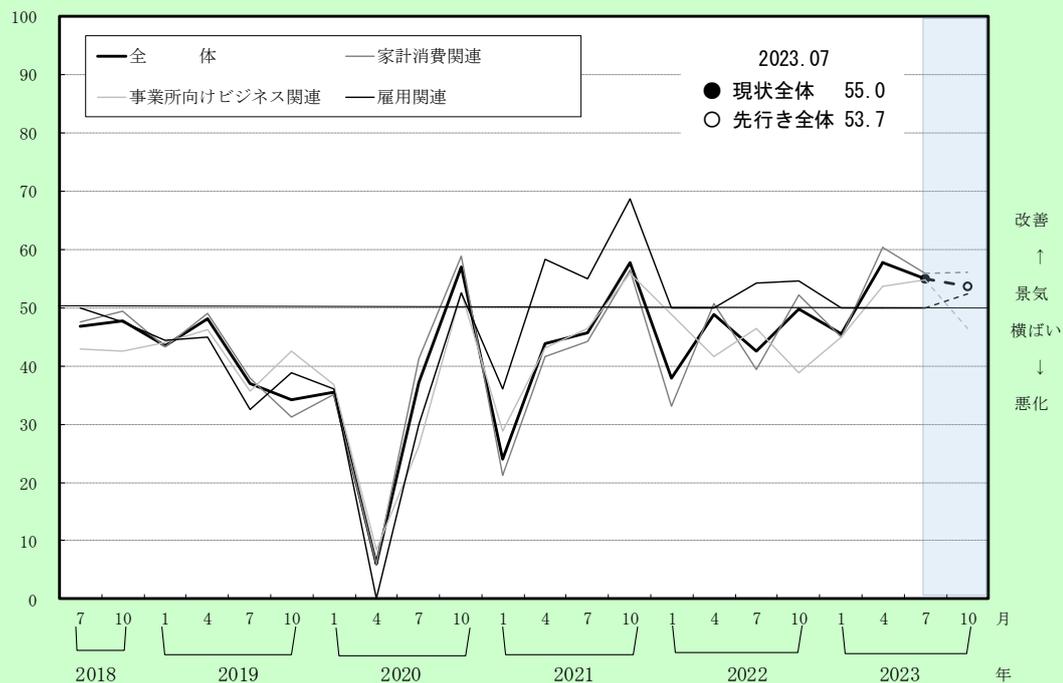
「事業所向けビジネス関連」では、コロナ禍で中止されていたイベントの再開や取引先企業の業績回復に伴う受注増加などで、引き続き改善した。「雇用関連」では、人手不足感が強まった一方、一部では生産拠点の効率化・集約化や中小零細企業の廃業件数増加の影響などもあり、全体では横ばいとなった。

先行き判断指数は53.7と、現状(55.0)から $\Delta 1.3$ ポイント低下した(図表1、4)。「家計消費関連」では、夏休みや秋の行楽シーズンでの需要回復を期待し、改善となった。「事業所向けビジネス関連」では、物価上昇に伴うコスト増加や荷動き停滞が懸念され、悪化に転じた。「雇用関連」では、インバウンドを含む観光客数の増加を追い風に求人数の増加が見込まれ、改善に転じた。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断は、新型コロナの5類移行を契機に外出機会が増え、飲食関連を中心に客足が大きく回復したことで、改善判断となった。

今後については、物価上昇への警戒感が強いものの、夏休みや秋の行楽シーズンを迎えて消費回復への期待が高まり、緩やかな改善基調を維持する見通し。(岩本 真弥)

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としている。
- (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=21) ……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：2023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 新型コロナの5類移行に伴う客足回復で改善

家計消費関連 (D. I. =55.8)

外出機会の増加で飲食関連を中心に来客数が増加し、改善

家計消費関連の現状判断指数は55.8と、前回(60.3)から△4.5ポイント下回ったものの、2期連続の改善となった。

【小売関連】(55.8) 前回(61.5)から△5.7ポイント低下したものの、2期連続で改善した。「コロナ5類移行により客足が大きく回復した」(商店街)、「外出着にこだわるお客様が増えている」(一般小売店)など、外出機会の増加で購買活動が活発化している一方、「値上げによる買い控えが起きている」(衣料品販売)、「天候不順、物価上昇などの要因も加わり、買い控えが続いている」(商店街)など、物価上昇が消費マインドの回復に水を差しているとの指摘もあった。

【飲食関連】(67.5) 前回(75.0)から△7.5ポイント低下したものの、2期連続で改善した。「コロナ関連の規制がなくなり、お客様の来店頻度が上がっている」(外食チェーン)や、「観光のお客様が増加している」(割烹)など、来客数が増加している模様。ただし、「首都圏の店舗と比較して、県内店舗の客足回復が想定より遅れている」(外食チェーン)との声も聞かれた。

【サービス関連】(54.5) 前回(59.8)から△5.3ポイント低下したものの、2期連続で改善した。「宿泊者や宴会出席者が顕著に増加している」(都市型ホテル)や「コンサートなどイベントの回数の増加に伴い、利用客が回復してきた」(タクシー)など来客数が回復する一方、「(家計が苦しいが)夏休みなので仕方なく、という感じ。秋以降は客足がピタリと止まる可能性もある」(観光ホテル)など、物価高や交通費負担増による家計圧迫で、本格的な消費回復を疑問視するコメントもあった。

図表2 現状判断指数D. I. の推移

分野	調査時期		2021年				2022年				2023年	
	7月	10月	1月	4月	7月	10月	1月	4月	今回	前回比		
全体	45.7	57.8	37.9	48.8	42.6	49.8	45.5	57.8	55.0	△ 2.8		
家計消費関連	44.3	56.4	33.1	50.7	39.3	52.2	45.0	60.3	55.8	△ 4.5		
小売関連	41.1	53.7	37.5	55.2	39.8	43.3	48.1	61.5	55.8	△ 5.7		
飲食関連	40.0	63.9	27.5	61.1	33.3	67.5	40.0	75.0	67.5	△ 7.5		
サービス関連	45.8	59.8	22.9	46.9	40.9	64.8	43.2	59.8	54.5	△ 5.3		
住宅関連	55.6	50.0	50.0	37.5	40.0	34.1	45.5	47.7	47.7	±0.0		
事業所向けビジネス関連	46.4	56.0	48.8	41.7	46.4	38.8	45.0	53.8	54.8	+1.0		
雇用関連	55.0	68.8	50.0	50.0	54.2	54.5	50.0	50.0	50.0	±0.0		
全国*	47.7	56.2	35.9	50.7	43.5	51.1	46.5	55.7	54.1	△ 1.6		

※内閣府「景気ウォッチャー調査」(原数値) は50以上

【住宅関連】(47.7) 前回(47.7)と同水準だった。「顧客の給与アップが住宅価格の高騰に迫りついておらず、現場来場者数が減少している」(住宅・マンション販売)や「お客様の動きは以前より活発になってきたが、価格が上がっているため購入意欲が削がれている」(住宅・マンション販売)など、住宅価格の高騰が購入意欲を鈍らせている模様。

事業所向けビジネス関連 (D. I. =54.8)

イベントの再開や取引先企業の業績回復で、2期連続の改善

事業所向けビジネス関連の現状判断指数は54.8と、前回(53.8)から+1.0ポイント上昇し、横ばいを示す「50」を2期連続で上回った。「催事や競技大会などが中止されずに行われるようになった」(イベント・展示場)や、「コロナ禍で事業が停滞していた取引先からの受注が回復基調にある」(印刷)など、イベント再開や取引先企業の業績回復が景況感を底支えしている。また、「10月のインボイス制度実施に向け、企業が発行する伝票関係の改定発注が増えている」(印刷)と、新制度導入に伴う受注増加を挙げる事業者もあった。

雇用関連 (D. I. =50.0)

人手不足感が強まる一方、一部で生産縮小や廃業等の影響もあり、横ばい

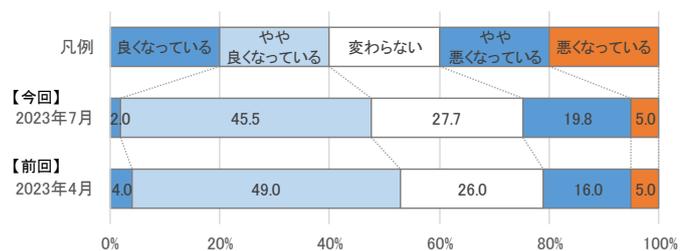
雇用関連は50.0と、前回(50.0)と同水準となった。「多くの業界で人手不足感が顕著に表れている」(人材派遣)や「人材難に陥る会社も出てきている」(人材派遣)など、人材獲得競争が激化している一方で、「県東部の大手製造業で派遣契約終了があった」(人材派遣)や「中小零細企業の廃業が目立つ」(職業紹介)など、事業所の生産縮小や廃業件数の増加による影響もあり、全体では横ばいとなった。

<現状判断の回答構成比>

現状判断の全体の回答構成比をみると、「良くなっている」が△2.0ポイント、「やや良くなっている」が△3.5ポイント減少したのに対し、「変わらない」と「やや悪くなっている」がそれぞれ+1.7ポイント、+3.8ポイント上昇し、現状判断の分布は前回調査に比べ、やや下方にシフトしている(図表3)。

分野別では、家計消費関連の小売関連で“(やや)良くなっている”の割合が前回の57.7%から42.3%と△15.4ポイント減少、サービス関連も△15.4ポイント低下した。事業所向けビジネス関連では、“(やや)良くなっている”が+7.4ポイント増加し、“(やや)悪くなっている”が△1.4ポイント減少した。雇用関連は、“悪くなっている”との回答がなくなり“(やや)悪くなっている”のウエートが高まる一方、“(やや)良くなっている”も減少、その結果、全体で横ばいとなった。

図表3 現状判断の回答構成比



調査時期	2023年4月 (%)	2023年7月 (%)	差 (ポイント)
良くなっている	4.0	2.0	△ 2.0
やや良くなっている	49.0	45.5	△ 3.5
変わらない	26.0	27.7	+1.7
やや悪くなっている	16.0	19.8	+3.8
悪くなっている	5.0	5.0	±0.0

先行き判断 行楽期の来客数増加への期待から改善が続く

家計消費関連 (D. I. =56.2)

行楽シーズンの需要回復に期待がかかり、改善が続く

家計消費関連の先行き判断指数は56.2と、現状(55.8)からやや上昇し、引き続き改善した。

【小売関連】(59.6) 現状(55.8)から+3.8ポイント上昇し、改善が続く。「夏休みの外出動向や10月の最低賃金引上げなどを踏まえると、消費はやや上向きそう」(スーパー)や、「賃金上昇に伴い、消費活動の活性化が期待される」(住宅・マンション販売)など消費回復への期待が高まっているほか、「メーカーからの商品供給が安定しつつある」(乗用車販売)など、自動車の供給制約の緩和に伴う販売増加を見込む声もあった。

【飲食関連】(60.0) 現状(67.5)を△7.5ポイント下回ったものの、改善となった。「価格を上げて売上は伸びている」(レストラン)など、価格引上げの浸透が見込まれる一方、「コロナ感染者数の増加やガソリン代の高止まりなどで、明るい見通しが立てられない」(外食チェーン)など、先行きを不安視する向きも強まっている。

【サービス関連】(52.3) 現状(54.5)を△2.2ポイント下回ったが、わずかながらも改善となった。「夏休みシーズンの消費活性化が期待できる」(都市型ホテル)や「スポーツイベントが盛り上がり、利用客の増加が見込まれる」(タクシー)など、スポーツ観戦なども含めて観光需要の拡大を期待する声が多く聞かれた。

【住宅関連】(52.3) 現状(47.7)から+4.6ポイント上昇し、改善に転じる見込み。「物価の上昇率ほど消費者の所得は増加しておらず、一般消費者が購入可能な物件が減っていく」(住宅・マンション販売)など慎重な見方が根強いものの、「資材価格の高騰が一段落し、下落に転じたため、今後を期待している」(住宅・マンション販売)など、住宅価格の上昇に歯止めがかかり、取得意欲回復への期待が高まりつつある。

事業所向けビジネス関連 (D. I. =46.4)

物価上昇に伴うコスト増加や荷動き停滞を警戒し、悪化に転じる

事業所向けビジネス関連は46.4と、現状(54.8)を△8.4ポイント下回り、悪化に転じる見込み。「燃料価格や原材料価格の上昇、人材不足による人件費上昇が見込まれる」(倉庫)ほか「食料品などの値上げにより貨物量が減少する可能性がある」(運送)など、物価上昇に伴うコスト増加や荷動きの停滞を懸念する声が聞かれた。

雇用関連 (D. I. =52.3)

イベントや観光客増加による求人増加が見込まれ、改善へ

雇用関連は52.3と、現状(50.0)を+2.3ポイント上回り、改善に向かう見込み。「対面型イベントが復活し非正規雇用の求人はますます増加しそう」(人材派遣)、「インバウンドや観光客増加に伴い、求人の増加が見込まれる」(求人情報誌)など、イベントの増加や観光需要の高まりを受けて、求人数の増加が見込まれている。ただし、「最低賃金がさらに上昇すれば、主に中小・零細企業を中心に人件費の増加が見込まれ、経営が圧迫される可能性がある」(求人情報誌)との意見もあった。

<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+13.9ポイント増加して横ばい傾向が強まるとともに、“(やや)良くなる”が△11.8ポイント減少することから、判断指数は現状比でやや低下した(図表5)。

家計消費関連については、現状判断が高水準の飲食関連で“(やや)良くなる”の回答が大きく減少し、“変わらない”と“(やや)悪くなる”が増加したことが、先行き判断が低下した要因。事業所向けビジネス関連では、現状から“(やや)良くなる”が減少し“変わらない”が増加したことで全体的に低下した。雇用関連では、“(やや)悪くなる”の判断が減少したことで、改善に転じた。

図表4 現状・先行き判断指数D. I.

分野	調査時期	2023年7月		
		現状	先行き	差
全体		55.0	53.7	△ 1.3
家計消費関連		55.8	56.2	+0.4
小売関連		55.8	59.6	+3.8
飲食関連		67.5	60.0	△ 7.5
サービス関連		54.5	52.3	△ 2.2
住宅関連		47.7	52.3	+4.6
事業所向けビジネス関連		54.8	46.4	△ 8.4
雇用関連		50.0	52.3	+2.3
全国*		54.1	53.0	△ 1.1

図表5 現状・先行き判断の回答構成比

回答	調査時期	2023年7月		
		現状(%)	先行き(%)	差(ポイント)
良くなる (良くなっている)		2.0	4.0	+2.0
やや良くなる (やや良くなっている)		45.5	31.7	△ 13.8
変わらない		27.7	41.6	+13.9
やや悪くなる (やや悪くなっている)		19.8	20.8	+1.0
悪くなる (悪くなっている)		5.0	2.0	△ 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、全体ではやや“良い”との判断

現時点での景気が“良いか悪いか”を尋ねた「水準判断」は+3.2と、基準値「0」を2期連続で上回った(図表6)。

家計消費関連では、住宅関連で△2.3とマイナスとなった一方、飲食関連(+12.5)をはじめ、小売、サービス関連が“良い”と判断、全体では+2.9となった。事業所向けビジネス関連は基準値の0.0で、雇用関連については+11.4とプラスに転じた。

※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。

図表6 現時点での「水準判断」

