

2023年11月27日

～第80回 静岡県版 景気ウォッチャー調査(2023年10月)～

物価高騰で小売や飲食の景況感が悪化、 全体では横ばいで推移

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—

- 2023年10月調査の現状判断指数は50.7と、前回7月調査（55.0）を△4.3ポイント下回ったものの、3期連続で景気の横ばいを示す指数「50」をわずかに上回った。
- 家計消費関連では、節約志向の強まりを受けて小売や飲食関連は来客数の減少や客単価の下落に直面し悪化に転じた一方、観光や宿泊などのサービス関連は、行楽需要拡大の恩恵を実感する声が多く聞かれ、全体の景況感はわずかに改善した。事業所向けビジネス関連では、受注量の減少や原材料価格高騰の影響が顕在化し、3期ぶりの悪化に転じた。雇用関連では、求人数は高止まりしているものの、経営環境の悪化で求人を控える中小企業も増えており、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52.5と、現状（50.7）から+1.8ポイント上昇した。
- 家計消費関連では、年末商戦や忘新年会の宴会需要拡大への期待から改善が続く見通し。事業所向けビジネス関連では、年末に向けた受注増加や荷動き活発化への期待から改善に転じる見込み。雇用関連では、対面型サービス業で求人数の増加が見込まれる一方、製造業で求人数の伸び悩みが懸念され、全体では横ばいとなった。

※本件のお問い合わせ先 担当（後藤 裕大）

〈12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

「静岡県内企業経営者アンケート調査」

「県内世帯の消費動向アンケート調査」

「第121回 静岡県内企業経営者の景気見通し調査（B. S. I）」

第80回 静岡県版 景気ウォッチャー調査 (2023年10月)

物価高騰で小売や飲食の景況感が悪化、全体では横ばいで推移

現状判断 (D. I. =50.7)

物価高騰に伴う消費意欲の低下が影を落とし、横ばい

- ・家計消費関連 (D. I. =51.8) 節約志向の強まりで小売や飲食は悪化に転じるも、サービス・住宅は改善
- ・事業所向けビジネス関連 (D. I. =47.6) 受注量の減少やコスト上昇を受けて悪化に転じる
- ・雇用関連 (D. I. =50.0) 求人数は高止まりするも、求人を探える企業も増えて、横ばい

先行き判断 (D. I. =52.5)

年末需要の盛り上がりを期待し、改善の見通し

- ・家計消費関連 (D. I. =53.2) 年末商戦や忘新年会の宴会需要拡大への期待から、改善が続く
- ・事業所向けビジネス関連 (D. I. =51.2) 年末に向けた受注増加への期待が高まり、改善へ
- ・雇用関連 (D. I. =50.0) サービス業で増加を見込むも、製造業は伸び悩み、全体では横ばい

概況

2023年10月調査の現状判断指数は50.7と、前回7月調査(55.0)を△4.3ポイント下回ったものの、3期連続で景気の横ばいを示す指数「50」をわずかに上回った(図表1、2)。

「家計消費関連」では、節約志向の強まりを受けて小売や飲食関連は来客数の減少や客単価の下落に直面し悪化に転じた一方、観光や宿泊などのサービス関連は、行楽需要拡大の恩恵を実感する声が多く聞かれ、全体の景況感はわずかに改善した。

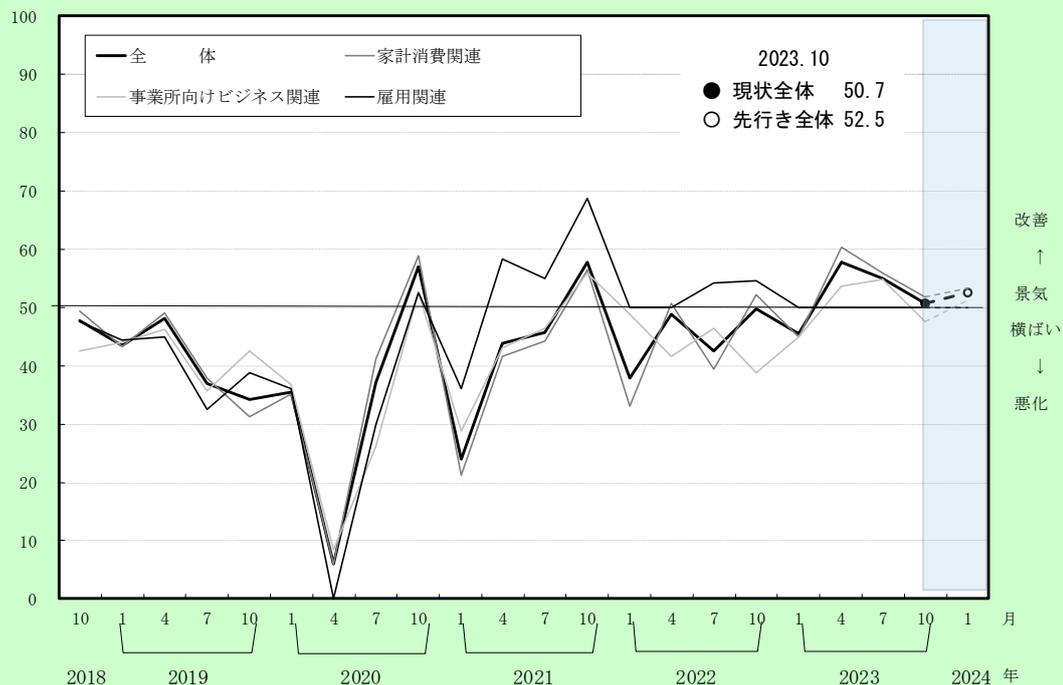
「事業所向けビジネス関連」では、受注量の減少や原材料価格高騰の影響が顕在化し、3期ぶりの悪化に転じた。「雇用関連」では、求人数は高止まりしているものの、経営環境の悪化で求人を探える中小企業も増えており、全体では横ばいとなった。

先行き判断指数は52.5と、現状判断(50.7)から+1.8ポイント上昇した(図表1、4)。「家計消費関連」では、年末商戦や忘新年会の宴会需要拡大への期待から改善が続く見通し。「事業所向けビジネス関連」では、年末に向けた受注増加や荷動き活発化への期待から改善に転じる見込み。「雇用関連」では、対面型サービス業で求人数の増加が見込まれる一方、製造業で求人数の伸び悩みが懸念され、全体では横ばいとなった。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断は、物価高騰の影響に伴う節約意識の強まりで小売や飲食、事業所向けビジネスの景況感が悪化し、全体の景況感は横ばいで推移した。

今後については、物価上昇に対する懸念は依然として根強く残るものの、年末商戦や忘新年会シーズンを迎えた個人消費の盛り上がりを期待し、改善を見通す。

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=70)
 - (内訳) 小売関連 (n=25) ……百貨店、スーパー、乗用車販売など
 - 飲食関連 (n=11) ……飲食店、外食チェーンなど
 - サービス関連 (n=24) ……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：2023年10月下旬
- (5) 回答状況：調査対象110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91.8%である。

* 景気判断指数とは、景気の実況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 物価高騰に伴う消費意欲の低下が影を落とし、横ばい

家計消費関連 (D. I. =51.8)

節約志向の強まりで小売や飲食は悪化に転じるも、サービス・住宅は改善

家計消費関連の現状判断は51.8と、前回(55.8)を△4.0ポイント下回ったものの、3期連続の改善となった。

【小売関連】(49.0) 前回(55.8)から△6.8ポイント低下し、3期ぶりに悪化に転じた。「物価高の影響で節約意識が強まっている」(商店街)や「値上げの影響で、節約意識が強まっており、来客数が伸び悩んでいる」(食料品小売)、「物価高の影響で買い上げ点数が減少」(生花店)など、物価高騰に伴う消費マインドの冷え込みを指摘するコメントが多く寄せられた。

【飲食関連】(43.2) 前回(67.5)から△24.3ポイントと大幅に低下し、3期ぶりに悪化に転じた。「物価高の影響で来店頻度が落ちている」(飲食店)や「節約志向の高まりで、特に女性のお客様が減少」(飲食店)など、客足が遠のいている様子が見られる。また、「物価高の影響もあり、飲食代を少し抑えている様子」(飲食店)など、客単価も伸び悩んでいる。

【サービス関連】(55.2) 前回(54.5)から+0.7ポイント上昇した。「物価高の影響で、宴会需要に若干の影響が出ている」(都市型ホテル)といった声も聞かれたが、総じてみると「団体の宿泊客数が伸びている。特にコロナ明けで遠方からの団体が多い」(観光ホテル)や「シニア層および観光バスツアーの動きが回復している」(観光ホテル)など、秋の行楽シーズンを迎えて業況改善を実感するウォッチャーが多い。

【住宅関連】(60.0) 前回(47.7)から+12.3ポイント上昇し、改善に転じた。「出展住宅会社の成約(着工件数)が振るわない」(住宅展示場)とのコメントもみられたが、「住宅ローンの相談件数が増加基調」(住宅・マンション販売)や「大型の工事案件の引合いが増えている」(住宅・マンション販売)など、総体的に住宅購入意欲は改善に向かっているとの見方が多い。

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		
	10月	1月	4月	7月	10月	1月	4月	7月	今回	前回比	
全体	57.8	37.9	48.8	42.6	49.8	45.5	57.8	55.0	50.7	△ 4.3	
家計消費関連	56.4	33.1	50.7	39.3	52.2	45.0	60.3	55.8	51.8	△ 4.0	
小売関連	53.7	37.5	55.2	39.8	43.3	48.1	61.5	55.8	49.0	△ 6.8	
飲食関連	63.9	27.5	61.1	33.3	67.5	40.0	75.0	67.5	43.2	△ 24.3	
サービス関連	59.8	22.9	46.9	40.9	64.8	43.2	59.8	54.5	55.2	+0.7	
住宅関連	50.0	50.0	37.5	40.0	34.1	45.5	47.7	47.7	60.0	+12.3	
事業所向けビジネス関連	56.0	48.8	41.7	46.4	38.8	45.0	53.8	54.8	47.6	△ 7.2	
雇用関連	68.8	50.0	50.0	54.2	54.5	50.0	50.0	50.0	50.0	±0.0	
全国*	56.2	35.9	50.7	43.5	51.1	46.5	55.7	54.1	49.9	△ 4.2	

*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. =47.6）

受注量の減少やコスト上昇を受けて悪化に転じる

事業所向けビジネス関連の現状判断は47.6と、前回（54.8）から△7.2ポイント低下し、横ばいを示す「50」を3期ぶりに下回った。「対面型イベントの集客数が前年よりも増えたため、受注量が増加し、受注単価も上昇している」（印刷）など、ポジティブなコメントもあったが、「昨年末以降、化成品原材料の出荷量が減少」（倉庫）や、「原材料費の高騰を受注価格に転嫁できず、月間売上高も9月から頭打ちの状況」（印刷）など、受注量減少やコスト上昇に悩む事業者が多く、全体として悪化に転じた。

雇用関連（D. I. =50.0）

求人数は高止まりするも、求人を探える企業も増えて、横ばい

雇用関連は50.0と、前回（50.0）と同水準となった。「人材不足感が続いており、企業側の採用意欲はより高くなっている」（人材派遣）など、人手不足を背景に求人数は高止まりしている。ただし、「中小企業と大手企業の求人条件の差が拡大し、採用環境は厳しさを増している。円安や原材料価格の高騰も相まって中小企業の求人はやや減少」（職業紹介）など、経営環境の悪化で求人を探える中小企業が増えており、全体では横ばいとなった。

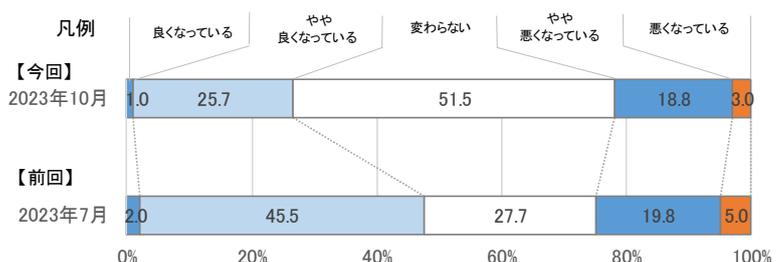
<現状判断の回答構成比>

現状判断の全体の回答構成比をみると、“良くなっている”、“やや良くなっている”がそれぞれ△1.0ポイント、△19.8ポイント減少したが、“やや悪くなっている”、“悪くなっている”もそれぞれ△1.0ポイント、△2.0ポイント減少している。“変わらない”は、+20ポイント以上増加しており、半数以上を“変わらない”が占める結果となった（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42.3%から20.0%へと△22.3ポイント減少したほか、飲食関連では同割合が△61.8ポイント、事業所向け関連でも△38.1ポイントと大幅に低下している。

家計消費関連の住宅関連では、“（やや）良くなっている”が+13.6ポイント増加し、“（やや）悪くなっている”が△17.3ポイント減少した。また、雇用関連では、“（やや）良くなっている”、“（やや）悪くなっている”がともに△16.4ポイント減少し、“変わらない”に回答が集まった。

図表3 現状判断の回答構成比



回答	調査時期	2023年7月 (%)	2023年10月 (%)	差 (ポイント)
良くなっている		2.0	1.0	△ 1.0
やや良くなっている		45.5	25.7	△ 19.8
変わらない		27.7	51.5	+23.8
やや悪くなっている		19.8	18.8	△ 1.0
悪くなっている		5.0	3.0	△ 2.0

先行き判断 年末需要の盛り上がりを期待し、改善の見通し

家計消費関連 (D. I. =53.2)

年末商戦や忘新年会の宴会需要拡大への期待から、改善が続く

家計消費関連の先行き判断は53.2と、現状判断 (51.8) からやや上昇し、改善が続く見通し。

【小売関連】(50.0) 現状判断 (49.0) から+1.0ポイント上昇し、横ばいとなった。「商品の値上がりが購買意欲を阻害している」(宝飾品販売) など、物価上昇を懸念する声が根強い一方、「ブラックフライデーやお歳暮商戦等を控え、売上アップが期待できそう」(食料品小売) など、年末に向けた需要拡大を期待するコメントもあった。

【飲食関連】(54.5) 現状判断 (43.2) から+11.3ポイント上昇し、改善に転じる見込み。「少人数の宴会の予約は増えているものの、団体の宴会は伸びておらず、大幅な売上増加は見込めない」(飲食店) といった慎重な声も聞かれたが、全体としては「年末年始の忘新年会に期待」(割烹) や「年末年始の営業で多くの来店客が見込まれる」(外食チェーン) など、来客数の増加を期待するコメントが多く集まった。

【サービス関連】(54.2) 現状判断 (55.2) を△1.0ポイント下回ったが、指数50を上回り、改善となった。「年末年始の宿泊客の増加を期待」(都市型ホテル) や「学会やスポーツ大会等が多く開催されるため、安定した客数が見込まれる」(ビジネスホテル) など、冬休みシーズンやイベント開催に伴う宿泊客数の増加に期待が寄せられている。

【住宅関連】(57.5) 現状判断 (60.0) を△2.5ポイント下回るものの、改善が続く見通し。「昨年来の住宅の値上がりと、食品などの物価高によりお客様が建築時期の決定を躊躇している」(住宅・マンション販売) といったコメントもみられたが、「顧客ニーズは堅調」(住宅・マンション販売) など、住宅購入意欲は底堅く推移する見込み。

事業所向けビジネス関連 (D. I. =51.2)

年末に向けた受注増加への期待が高まり、改善へ

事業所向けビジネス関連は51.2と、現状判断 (47.6) を+3.6ポイント上回り、改善に転じる見込み。「年末に近づくにつれて、取引先に動きが出始めている」(印刷) や「年末に向けてイベントが増える時期で、催事・キャンペーン関連の引合いを期待している」(印刷) など、年末に向けた受注増加を期待するコメントが寄せられた。

雇用関連 (D. I. =50.0)

サービス業で増加を見込むも、製造業は伸び悩み、全体では横ばい

雇用関連は50.0と、現状判断 (50.0) と同水準となった。「インバウンドの増加により、宿泊・飲食業、サービス業で求人増加が見込まれる」(職業紹介) など、観光需要の回復で対面型サービス業などで求人数の増加が見込まれる一方、「消費が冷え込んでいるためモノが売れず、製造業も一時期ほどの忙しさではない」(人材派遣) など、製造業の伸び悩みを懸念する声が聞かれた。

<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、“(やや)悪くなる”が△1.0ポイント、“変わらない”が△5.0ポイント減少し、“(やや)良くなる”が+6.0ポイント増加したため、判断指数は現状比でやや上昇した(図表5)。

家計消費関連については、現状判断が低水準の飲食関連で“(やや)悪くなる”と“変わらない”の回答が大きく減少し、“(やや)良くなる”が増加したことが、先行き判断が上昇した要因。事業所向けビジネス関連では、“(やや)悪くなる”と“変わらない”が減少し“(やや)良くなる”が増加したことで、先行き判断が上昇した。雇用関連では、回答構成に変化はなく、先行きは横ばいとなった。

図表4 現状・先行き判断指数D. I.

分野	調査時期	2023年10月		
		現状	先行き	差
全体		50.7	52.5	+1.8
家計消費関連		51.8	53.2	+1.4
小売関連		49.0	50.0	+1.0
飲食関連		43.2	54.5	+11.3
サービス関連		55.2	54.2	△ 1.0
住宅関連		60.0	57.5	△ 2.5
事業所向けビジネス関連		47.6	51.2	+3.6
雇用関連		50.0	50.0	±0.0
全国*		49.9	49.6	△ 0.3

※内閣府「景気ウォッチャー調査」(原数値)

図表5 現状・先行き判断の回答構成比

回答	調査時期	2023年10月		
		現状(%)	先行き(%)	差(ポイント)
良くなる (良くなっている)		1.0	2.0	+1.0
やや良くなる (やや良くなっている)		25.7	30.7	+5.0
変わらない		51.5	46.5	△ 5.0
やや悪くなる (やや悪くなっている)		18.8	16.8	△ 2.0
悪くなる (悪くなっている)		3.0	4.0	+1.0

<参考>

現時点の景気は、3期ぶりに“悪い”との判断

現時点での景気が“良いか悪い”を尋ねた「水準判断」は△2.3と、基準値「0」を3期ぶりに下回った(図表6)。

家計消費関連では、住宅関連で+5.0、サービス関連で+2.1とプラスだったが、飲食関連(△13.6)や小売関連(△1.0)で“悪い”と判断、全体では△1.1となった。事業所向けビジネス関連(△8.3)も、“悪い”と判断されたが、雇用関連は+2.5で“良い”と判断された。

※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」

