

2024年2月26日

～第81回 静岡県版 景気ウォッチャー調査(2024年1月)～

家計消費関連が伸び悩み、 全体の景況感は横ばいで推移

静岡経済研究所（理事長 馬瀬和人）では、1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—

- 2024年1月調査の現状判断指数は50.0と、前回10月調査（50.7）を $\Delta 0.7$ ポイント下回り、景気の横ばいを示す水準となった。
- 「家計消費関連」では、住宅で着工戸数や商談件数の回復など、底打ちの兆しがみられた一方、小売や飲食、サービス関連は、物価高による消費意欲の冷え込みやコロナ明けのリベンジ消費の一巡などを受けて悪化し、全体では横ばいとどまった。
- 「事業所向けビジネス関連」では、人手不足による受注機会の逸失などもあり受注量が伸び悩み、2期連続で悪化した。一方、「雇用関連」では、運輸や宿泊・飲食サービス業など非製造業を中心に採用意欲が高まり、5期ぶりに横ばいから改善に上向いた。

—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（50.0）から+3.7ポイント上昇した。
- 「家計消費関連」は、コロナ5類移行後初となる歓送迎会シーズンや、春休みの行楽需要増加への期待などから、改善に転じる見通し。「事業所向けビジネス関連」は、年度明けの需要に期待がかかるものの、先行き不透明感を払えず、悪化を見通す。「雇用関連」では、引き続き多くの業種で求人数が高止まりするとみられ、改善が見込まれる。

※本件のお問い合わせ先 担当（駒野 峻大）

〈3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」

第81回 静岡県版 景気ウォッチャー調査（2024年1月）

家計消費関連が伸び悩み、全体の景況感は横ばいで推移

現状判断（D. I. =50.0）

雇用は改善するも、サービス関連消費が悪化し、横ばい

- ・家計消費関連（D. I. =50.0）住宅に底打ち感出るも、サービスが悪化に転じ、横ばい
- ・事業所向けビジネス関連（D. I. =47.5）受注量の減少や人手不足の制約を受け、2期連続で悪化
- ・雇用関連（D. I. =54.5）非製造業を中心に採用意欲が高まり、改善に転じる

先行き判断（D. I. =53.7）

家計消費回復の期待が高まり、改善の見通し

- ・家計消費関連（D. I. =55.6）歓送迎会や春休みシーズンを迎え、消費回復への期待から改善
- ・事業所向けビジネス関連（D. I. =47.5）年度明けの需要に期待あるも、先行き不透明感拭えず悪化
- ・雇用関連（D. I. =52.3）旺盛な採用意欲を背景に、改善が続く

概況

2024年1月調査の現状判断指数は50.0と、前回10月調査（50.7）を△0.7ポイント下回り、景気の横ばいを示す水準となった（図表1、2）。

「家計消費関連」では、住宅で着工戸数や商談件数の回復など、底打ちの兆しがみられた一方、小売や飲食、サービス関連は、物価高による消費意欲の冷え込みやコロナ明けのリベンジ消費の一巡などを受けて悪化し、全体では横ばいにとどまった。

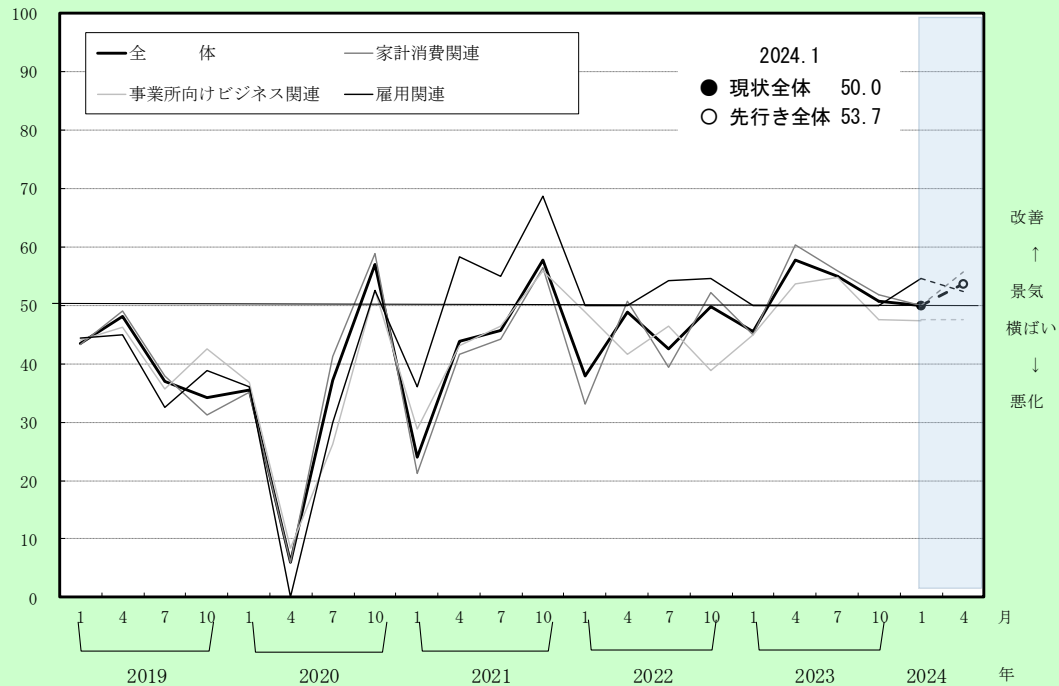
「事業所向けビジネス関連」では、人手不足による受注機会の逸失などもあり受注量が伸び悩み、2期連続で悪化した。一方、「雇用関連」では、運輸や宿泊・飲食サービス業など非製造業を中心に採用意欲が高まり、5期ぶりに横ばいから改善に上向いた。

先行き判断指数は53.7と、現状判断（50.0）から+3.7ポイント上昇した（図表1、4）。「家計消費関連」は、コロナ5類移行後初となる歓送迎会シーズンや、春休みの行楽需要増加への期待などから、改善に転じる見通し。「事業所向けビジネス関連」は、年度明けの需要に期待がかかるものの、先行き不透明感を払えず、悪化を見通す。「雇用関連」では、引き続き多くの業種で求人数が高止まりするとみられ、改善が見込まれる。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断は、物価高による消費マインドの冷え込みで家計消費関連が盛り上がりを欠き、全体的に停滞感が漂う状況となった。

今後については、引き続き物価高や人手不足がボトルネックとなるものの、大企業を中心とした賃上げ機運の広まりや、歓送迎会など宴会需要の盛り上がり、春休みシーズンの旅行需要の拡大などに伴う家計消費の回復に期待がかかる。

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=71)
 - (内訳) 小売関連 (n=24) ……百貨店、スーパー、乗用車販売など
 - 飲食関連 (n=13) ……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=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：2024年1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102名で、有効回答率は92.7%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 雇用は改善するも、サービス関連消費が悪化し、横ばい

家計消費関連 (D. I. =50.0)

住宅に底打ち感出るも、サービスが悪化に転じ、横ばい

家計消費関連の現状判断は50.0と、前回 (51.8) から△1.8ポイント低下し、横ばいにとどまった。

【小売関連】(49.0) 前回 (49.0) と同水準となり、2期連続で悪化した。「商品単価は上昇したが、1人当たりの購入点数が減少したため、売上高は減少」(スーパー) や、「値上げを実施したことで、購入点数が減り客単価もやや低下」(生花店)、「再三の値上げで、お客様が付いてきていない」(靴販売) など、物価高騰に伴う節約意識の強まりで、来客数や販売数量の減少を指摘するコメントが多く寄せられた。

【飲食関連】(46.2) 前回 (43.2) から+3.0ポイント上昇したものの、2期連続で景気の横ばいを示す指数「50」を下回った。「週末の来客数や、団体の宴会件数が伸びていない」(飲食店) や「昨年よりも年始の来客数が減少」(飲食店) など、節約志向の強まりなどを受けて、書き入れ時である年末年始の来客数が伸び悩んだ。

【サービス関連】(48.0) 前回 (55.2) から△7.2ポイント低下し、悪化に転じた。「暖冬で、シニア層の観光需要が旺盛」(観光ホテル) などのコメントも聞かれたが、「コロナ5類移行直後にみられた特需が落ち着き、来客数はコロナ前の8割程度にとどまる」(カルチャーセンター) など、コロナ明けのリベンジ消費が一巡した模様。「NHK大河ドラマの放映終了で重要な誘客コンテンツが消失した」(観光ホテル) ことも景況感を押し下げた。

【住宅関連】(63.9) 前回 (60.0) から+3.9ポイント上昇し、改善が続いている。「第3四半期の戸建て住宅の受注が、数年ぶりに前年を上回った」(住宅・マンション販売) や、「住宅ローンの相談件数が増加基調」(住宅・マンション販売) など、住宅市場に底打ち感が出ている。

図表2 現状判断指数D. I. の推移

分野	調査時期	2022年				2023年				2024年1月	
		1月	4月	7月	10月	1月	4月	7月	10月	今回	前回比
全体		37.9	48.8	42.6	49.8	45.5	57.8	55.0	50.7	50.0	△ 0.7
家計消費関連		33.1	50.7	39.3	52.2	45.0	60.3	55.8	51.8	50.0	△ 1.8
	小売関連	37.5	55.2	39.8	43.3	48.1	61.5	55.8	49.0	49.0	±0.0
	飲食関連	27.5	61.1	33.3	67.5	40.0	75.0	67.5	43.2	46.2	+3.0
	サービス関連	22.9	46.9	40.9	64.8	43.2	59.8	54.5	55.2	48.0	△ 7.2
	住宅関連	50.0	37.5	40.0	34.1	45.5	47.7	47.7	60.0	63.9	+3.9
事業所向けビジネス関連		48.8	41.7	46.4	38.8	45.0	53.8	54.8	47.6	47.5	△ 0.1
雇用関連		50.0	50.0	54.2	54.5	50.0	50.0	50.0	50.0	54.5	+4.5
全国 [※]		35.9	50.7	43.5	51.1	46.5	55.7	54.1	49.9	47.4	△ 2.5

※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. =47.5）

受注量の減少や人手不足の制約を受け、2期連続で悪化

事業所向けビジネス関連の現状判断は47.5と、前回（47.6）から△0.1ポイント低下し、2期連続で悪化した。「プロモーションの依頼が増加」（印刷）といったコメントもみられたが、「採用難で、新たな仕事を受けられない状況が続いている」（倉庫）や、「クライアントの予算が増えていないので、受注件数や受注額が伸び悩んでいる」（印刷）など、人手不足による受注機会の逸失を含めて、受注量の伸び悩みを嘆くコメントが多く聞かれた。

雇用関連（D. I. =54.5）

非製造業を中心に採用意欲が高まり、改善に転じる

雇用関連は54.5と、前回（50.0）から+4.5ポイント上昇し、改善に転じた。「輸送量の増加などによる運転手不足のため、運輸業の求人が増加」（職業紹介）や、「国内旅行やインバウンド増加により、宿泊・飲食サービス業の求人が増加」（職業紹介）など、非製造業を中心に採用意欲が高まりつつある様子がうかがえる。また、「賃上げが進んだことで条件の良い企業への転職機運が高まっており、転職活動を行う人が増えている」（人材派遣）など、転職市場も活性化しつつある様子。

<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、“変わらない”が△8.4ポイントと大きく減少するとともに、“良くなっている”と“悪くなっている”の両極も△1.0ポイントと微減。それらが、“やや良くなっている”（+3.7ポイント）、“やや悪くなっている”（+6.7ポイント）にシフトし、全体としては分布が悪化方向に振れた（図表3）。

分野別では、家計消費関連は“（やや）良くなっている”の割合が前回の31.4%から29.6%へと△1.8ポイント減少した。内訳をみると、住宅関連の同割合が+27.8ポイント、飲食関連が+4.9ポイント増加した一方、サービス関連が△17.7ポイントと大きく減少し、家計消費関連全体の景況感を下押しした。

また、事業所関連では、“変わらない”が△26.7ポイントと大幅に減少し、“やや良くなっている”（+10.7ポイント）と“（やや）悪くなっている”（+15.9ポイント）に割れ、下方にシフトした。

雇用関連は、“やや良くなっている”が+16.4ポイント増加した。

図表3 現状判断の回答構成比

現状判断		現状判断				
		い良 るく な っ て	い良 るく や な っ て	変 わ ら な い	い悪 るく や な っ て	い悪 るく な っ て
分 野		分 野				
		全 体	回答割合(%)	0.0	29.4	43.1
前回調査との差(p)	△1.0		3.7	△8.4	6.7	△1.0
家計消費 関連	回答割合(%)	0.0	29.6	43.7	23.9	2.8
	前回調査との差(p)	△1.4	△0.4	△2.0	3.9	△0.1
事業所向け ビジネス 関連	回答割合(%)	0.0	25.0	40.0	35.0	0.0
	前回調査との差(p)	0.0	10.7	△26.7	20.7	△4.8
雇 用 関 連	回答割合(%)	0.0	36.4	45.5	18.2	0.0
	前回調査との差(p)	0.0	16.4	△14.5	△1.8	0.0

先行き判断家計消費回復の期待が高まり、改善の見通し

家計消費関連 (D. I. =55.6)

歓送迎会や春休みシーズンを迎え、消費回復への期待から改善

家計消費関連の先行き判断は55.6と、現状判断 (50.0) から+5.6ポイント上昇し、改善に転じるとみられる。

【小売関連】(55.2) 現状判断 (49.0) から+6.2ポイント上昇し、改善に転じる見通し。「バレンタインで自分用ギフトの需要増加が見込まれる」(百貨店)や「春の入学・入社シーズンで売上増加が期待できる」(靴販売)など、需要回復を期待するコメントが目立った。

【飲食関連】(57.7) 現状判断 (46.2) から+11.5ポイント上昇し、改善に転じる見込み。「物価高で外食費を節約する人が増え、売上が伸びそうもない」(飲食店)といった慎重な声も聞かれたが、総体的にみると「歓送迎会による団体の宴会需要の増加を期待」(外食チェーン)や「年配客が戻ってきており、全体的な底上げを期待」(外食チェーン)など、コロナ5類移行後初となる歓送迎会シーズンに向けて、来客数の増加を期待するコメントが多く寄せられた。

【サービス関連】(56.0) 現状判断 (48.0) を+8.0ポイント上回り、改善を見込む。「伊豆半島は早咲きの桜の名所が多いため、人出が増える見込み」(観光施設)や「浜名湖花博2024の開催に伴う来訪者の増加が期待できる」(観光施設)など、花見・春休みシーズンに向けて来客数の増加が期待されている。

【住宅関連】(52.8) 現状判断 (63.9) から△11.1ポイント低下するものの、改善が続く見通し。「建築費高騰による購入意欲の減退が続く見込み」(住宅・マンション販売)と慎重な意見が寄せられた一方、「新年度に向けてお客様の動きが出てきそう」(住宅・マンション販売)や、「大企業を中心とした賃金上昇が追い風となりそう」(住宅・マンション販売)など前向きなコメントも散見され、期待と不安が入り混じっている。

事業所向けビジネス関連 (D. I. =47.5)

年度明けの需要に期待あるも、先行き不透明感拭えず悪化

事業所向けビジネス関連は47.5と、現状判断 (47.5) と同水準となり、悪化が続く見込み。「企業のシステム投資の動きが力強くなると想定される」(ソフト開発)など、年度明けの需要回復が期待されるものの、「自動車産業の品質不正問題の影響が広がる中、生産がどこまで回復するのか見通せない」(税理士事務所)、「今後、能登半島地震の影響が広がる可能性がある」(税理士事務所)など、先行き不透明感を拭えず、悪化の見通し。

雇用関連 (D. I. =52.3)

旺盛な採用意欲を背景に、改善が続く

雇用関連は52.3と、現状判断 (54.5) から△2.2ポイント低下するものの、景気の横ばいを示す指数「50」は上回る見通し。「先行きの不透明感から企業の求人は現状維持が続く」(人材派遣)といった慎重な意見もみられたが、「多くの業種で人手不足感があり、求人数が大きく減少するとは考えにくい」(職業紹介)など、企業の旺盛な採用意欲を背景に改善が続きそう。

<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△6.9ポイント減少し、“変わらない”が+4.0ポイント、“(やや) 良くなる”が+2.9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、住宅関連以外の分野で“(やや) 悪くなる”と“変わらない”の回答が減少し、“(やや) 良くなる”が増加したことで、先行き判断が上昇した。事業所向けビジネス関連では、回答構成に変化はなく、先行きは横ばいとなった。雇用関連では、“(やや) 良くなる”と“変わらない”が減少し、“(やや) 悪くなる”が増加したことで、先行き判断がやや低下した。

図表4 現状・先行き判断指数D. I.

分野	調査時期	2024年1月		
		現状	先行き	差
全体		50.0	53.7	+ 3.7
家計消費関連		50.0	55.6	+ 5.6
小売関連		49.0	55.2	+ 6.2
飲食関連		46.2	57.7	+ 11.5
サービス関連		48.0	56.0	+ 8.0
住宅関連		63.9	52.8	△ 11.1
事業所向けビジネス関連		47.5	47.5	± 0.0
雇用関連		54.5	52.3	△ 2.2
全国*		47.4	51.9	+ 4.5

図表5 現状・先行き判断の回答構成比

回答	調査時期	2024年1月		
		現状(%)	先行き(%)	差(ポイント)
良くなる (良くなっている)		0.0	3.9	+3.9
やや良くなる (やや良くなっている)		29.4	28.4	△ 1.0
変わらない		43.1	47.1	+4.0
やや悪くなる (やや悪くなっている)		25.5	19.6	△ 5.9
悪くなる (悪くなっている)		2.0	1.0	△ 1.0

※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、わずかながら“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」は基準値「0」をわずかに下回る△0.7となった(図表6)。

家計消費関連では、小売関連(△5.2)、飲食関連(△1.9)が“悪い”と判断、全体では△2.5となった。事業所向けビジネス関連は、“どちらとも言えない”と判断されたが、雇用関連は+9.1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」

