

2025 年 11 月 25 日

～第88回 静岡県版 景気ウォッチャー調査(2025年10月)～

足元は停滞するも、景況改善への期待感広がる

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、その内容をお知らせします。

—現状判断—

- 2025 年 10 月調査の現状判断指数は 44.8 と、前回 7 月調査（42.2）から +2.6 ポイント上昇したものの、景気の横ばいを示す指数「50」を下回った。
- 「家計消費関連」では、物価高に伴う節約志向の高まりにより、住宅関連以外のすべての分野が振るわず、全体の景況感は 5 期連続で悪化となった。「事業所向けビジネス関連」は、指数はやや上向いたものの、受注量の減少などにより景況感は 9 期連続で「50」を下回った。「雇用関連」では、人件費の上昇などコスト高が重石となり、求人を控える動きが顕在化し、4 期連続で悪化となった。

—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 52.0 と、現状判断（44.8）から +7.2 ポイント上昇し、改善に転じる見通し。
- 「家計消費関連」は、年末年始のイベントや冬季賞与の増加などで消費活動の活発化が見込まれ、改善に転じる見通し。「事業所向けビジネス関連」では、人件費や原材料価格の高騰など厳しい環境が続くものの、新政権による景気刺激策への期待感が高まり、改善に転じるとみられる。「雇用関連」では、最低賃金の引上げによる求人数の減少が懸念され、引き続き悪化の見通し。

※本件のお問い合わせ先 担当（白鳥 真一郎）

〈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の景気見通し調査（B. S. I）（2026 年 1～6 月期 B. S. I.）」

「県内世帯の消費動向アンケート調査」

「静岡県内企業経営者アンケート調査」（資料投函予定）

第88回 静岡県版 景気ウォッチャー調査 (2025年10月)

足元は停滞するも、景況改善への期待感広がる

現状判断 (D. I. = 44. 8)

物価高で消費マインドが低迷、6期連続で悪化

- ・家計消費関連 (D. I. = 46. 1) 節約志向の高まりを背景に、住宅関連以外すべてが悪化
- ・事業所向けビジネス関連 (D. I. = 38. 2) 厳しい受注環境が継続し、9期連続で悪化
- ・雇 用 関 連 (D. I. = 47. 7) コスト高で企業の採用意欲が抑制され、改善に至らず

先行き判断 (D. I. = 52. 0)

賞与増、新政権の景気刺激策への期待から、改善の見通し

- ・家計消費関連 (D. I. = 52. 9) 年末年始のイベントや冬季賞与増への期待から改善
- ・事業所向けビジネス関連 (D. I. = 51. 3) 新政権による景気刺激策への期待から改善
- ・雇 用 関 連 (D. I. = 47. 7) 最低賃金の引上げによる求人減などを懸念し、悪化が続く

概況

2025年10月調査の現状判断指数は44. 8と、前回7月調査(42. 2)から+2. 6ポイント上昇したものの、景気の横ばいを示す指数「50」を下回った(図表1、2)。

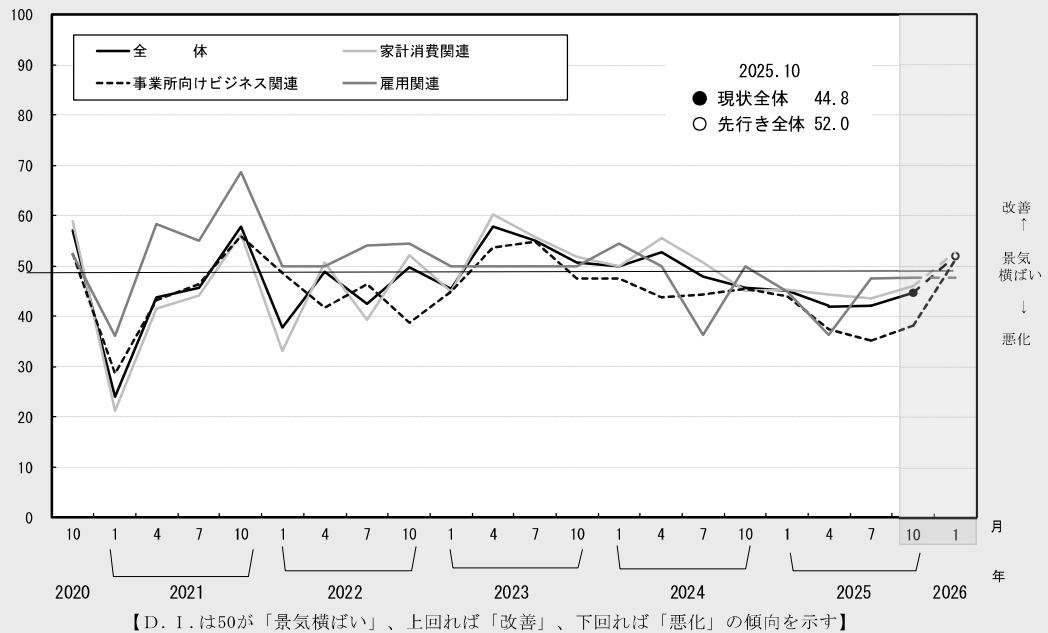
「家計消費関連」では、物価高に伴う節約志向の高まりにより、住宅関連以外のすべての分野が振るわず、全体の景況感は5期連続で悪化となった。「事業所向けビジネス関連」は、指数はやや上向いたものの、受注量の減少などにより景況感は9期連続で「50」を下回った。「雇用関連」では、人件費の上昇などコスト高が重石となり、求人を控える動きが顕在化し、4期連続で悪化となった。

先行き判断指数は52. 0と、現状判断(44. 8)から+7. 2ポイント上昇した(図表1、4)。「家計消費関連」は、年末年始のイベントや冬季賞与の増加などで消費活動の活発化が見込まれ、改善に転じる見通し。「事業所向けビジネス関連」では、人件費や原材料価格の高騰など厳しい環境が続くものの、新政権による景気刺激策への期待感が高まり、改善に転じるとみられる。「雇用関連」では、最低賃金の引上げによる求人数の減少が懸念され、引き続き悪化の見通し。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断は、物価高に伴う消費行動の抑制が景況感を下押ししたほか、企業では受注量の減少が続き、全体の景況感は停滞から抜け出せない状況。今後については、年末年始のイベントや冬季賞与の増加などによる需要拡大に加えて、新政権の景気刺激策への期待が重なり、景況感は改善する見通し。

(白鳥 真一朗)

図表 1 現状判断指数（D.I.）の推移と先行き判断指数（D.I.）



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=70）
 - （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=24）……………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=19）……………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：2025年10月下旬
- (5) 回答状況：調査対象108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92.6%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

現状判断物価高で消費マインドが低迷、6期連続で悪化

家計消費関連（D. I. =46.1）

節約志向の高まりを背景に、住宅関連以外すべてが悪化

家計消費関連の現状判断は、46.1と前回（43.6）から+2.5ポイントの上昇となったが、5期連続の悪化となった。

【小売関連】（43.8） 前回（42.7）から+1.1ポイント上昇したものの、悪化が続いている。「開催したイベントが好調に推移し、来店客が増えた」（百貨店）といった声が聞かれたが、「食料品を中心とした値上げに伴う買い控えが生じ、買上点数が伸び悩んだ」（スーパー）や、「値上げの影響により、高単価商品の売行きが鈍い」（文房具販売）など、物価高による消費マインドの低下を嘆く声が多く寄せられた。

【飲食関連】（42.3） 前回（41.7）から+0.6ポイント上昇したが、悪化が続く見通し。「レジャーシーズン到来に伴い、外食の機会が増えた」（割烹）といった声が聞かれた一方、「値上げをしたが、客単価は下がっている」（飲食店）や、「客数・客単価ともに減少傾向にある」（飲食店）など、客単価の下落に悩む様子がうかがわれた。

【サービス関連】（47.9） 前回（43.0）から+4.9ポイント上昇したものの、悪化となった。「インバウンド客の客単価が上昇し、売上全体をけん引している」（観光ホテル）と、一部に明るい声も聞かれたが、「物価高により、来場者数、売店売上等の伸びが今一つ」（観光施設）、「プレー単価は低下傾向」（ゴルフ場）、「出費がかさみ、化粧品購入を控える傾向がある」（エステティック）など、節約志向の高まりを憂うコメントが散見された。

【住宅関連】（52.8） 前回（50.0）から+2.8ポイント上昇し、改善に転じた。「住宅ローンの申し込み件数の増加」（住宅・マンション販売）や、「富裕層向けのマンション販売は好調を維持」（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	2023年	2024年				2025年			2025年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		50.7	50.0	52.7	47.9	45.7	45.0	42.1	42.2	44.8	+2.6
家計消費関連		51.8	50.0	55.6	50.7	45.2	45.4	44.4	43.6	46.1	+2.5
	小売関連	49.0	49.0	46.7	52.1	40.0	44.2	38.0	42.7	43.8	+1.1
	飲食関連	43.2	46.2	57.1	51.8	50.0	45.5	55.8	41.7	42.3	+0.6
	サービス関連	55.2	48.0	60.2	47.0	48.1	46.9	45.5	43.0	47.9	+4.9
	住宅関連	60.0	63.9	62.5	55.6	44.4	44.4	40.6	50.0	52.8	+2.8
事業所向けビジネス関連		47.6	47.5	43.8	44.3	45.5	44.0	37.5	35.2	38.2	+3.0
雇用関連		50.0	54.5	50.0	36.4	50.0	45.0	36.4	47.5	47.7	+0.2
全国※		49.9	47.4	50.2	48.3	46.6	45.5	44.6	45.5	48.5	+3.0

※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. =38.2）

厳しい受注環境が継続し、9期連続で悪化

事業所向けビジネス関連の現状判断は38.2と、前回（35.2）から+3.0ポイント上昇したものの、9期連続で悪化した。「プロモーションに力を入れる企業が増加しており、提案の機会も増えている」（印刷）と前向きに捉える事業者もあるが、「既存の仕事がなくなり、新規受注も増えない」（広告）や、「コストダウンの圧力が強い。他社との相見積もりが増えている」（倉庫）など、受注環境の厳しさを訴えるコメントが多くみられた。

雇用関連（D. I. =47.7）

コスト高で企業の採用意欲が抑制され、改善には至らず

雇用関連は47.7と、前回（47.5）から+0.2ポイントとわずかに上昇したものの、景気の横ばいを示す「50」を下回った。「キャリア採用へのシフト及び既存従業員へのスキルアップ研修などへの需要が高まっている」（人材派遣）や、「派遣満了の3年を迎えるまでに、良い人材は直接採用したいという希望が増えている」（人材派遣）など、長期目線で人材への投資を増やす企業が増加している様子がうかがわれるも、「物価の高止まり、人件費上昇と働き方改善などへの対応から、現状維持を志向する企業が多く、新規求人は減っている」（職業紹介）など、企業の採用意欲抑制を背景に景況感が改善するまでには至っていない。

＜現状判断の回答構成比＞

現状判断全体の回答構成比をみると、“やや悪くなっている”（△13.1ポイント）から“変わらない”（+12.7ポイント）にウエートが移り、分布としては小幅ながら改善方向にふれた（図表3）。

分野別では、家計消費関連は“やや悪くなっている”（△8.6ポイント）から“やや良くなっている”（+4.3ポイント）、“変わらない”（+2.8ポイント）へのシフトがみられた。内訳として、飲食関連の

“やや悪くなっている”が△19.2ポイント減少し、“変わらない”が+12.9ポイント増加したことで家計消費関連全体の景況感を押し上げた。

また、事業所関連では、“やや悪くなっている”（△21.5ポイント）から、“変わらない”（+29.2ポイント）へと大きくシフトした。雇用関連は、“やや良くなっている”（△20.0ポイント）と“やや悪くなっている”（△20.9ポイント）から“変わらない”（+40.9ポイント）へのシフトがみられた。

図表3 現状判断の回答構成比

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
分 野	回答割合(%)	0.9	16.0	48.0	31.0	4.0
	前回調査との差(p)	△ 0.1	△ 0.7	+12.7	△ 13.1	+1.0
全 体	回答割合(%)	1.4	21.4	41.4	31.4	4.3
	前回調査との差(p)	△ 0.0	+4.3	+2.8	△ 8.6	+1.4
家計消費関連	回答割合(%)	0.0	5.3	47.4	42.1	5.4
	前回調査との差(p)	±0.0	△ 8.3	+29.2	△ 21.5	+0.9
事業所向けビジネス関連	回答割合(%)	0.0	0.0	90.9	9.1	0.0
	前回調査との差(p)	±0.0	△ 20.0	+40.9	△ 20.9	±0.0
雇用関連	回答割合(%)					
	前回調査との差(p)					

先行き判断賞与増、新政権の景気刺激策への期待から、改善の見通し

家計消費関連（D.I.=52.9）

年末年始のイベントや冬季賞与増への期待から改善

家計消費関連の先行き判断は52.9と、現状判断（46.1）から+6.8ポイント上昇し、改善に転じる見通し。

【小売関連】（46.9） 現状判断（43.8）から+3.1ポイント上昇するものの、悪化が続く見込み。「冬のボーナス増加が見込まれるものの、値上がりで高額品の売行きは伸び悩みそう」（百貨店）や、「食品を中心とした物価の上昇が続いているため、買上点数の伸び悩みを予想」（スーパー）といった、物価高の影響が続くとの見方が多い。

【飲食関連】（57.7） 現状判断（42.3）から+15.4ポイントと大きく上昇し、改善に転じる見通し。「物価が上がり続けており、外食を控える傾向にある」（飲食店）といった声も聞かれたものの、「ボーナス支給後の年末年始の帰省や、忘年会などによる消費増に期待」（割烹）や、「例年売上が上がるボーナス時期と、家族単位での注文が増えやすい冬休みに期待」（飲食店）など、年末需要の盛り上がりにより期待が寄せられている。

【サービス関連】（55.2） 現状判断（47.9）から+7.3ポイント上昇し、改善に転じる。「物価高の影響による入館者数の減少傾向が続くそう」（観光施設）といったコメントも挙げられたが、「大規模イベントの開催が予定されているほか、インバウンドの団体客からの予約も増えている」（都市型ホテル）など、観光需要の回復を期待する声が聞かれた。

【住宅関連】（55.6） 現状判断（52.8）から+2.8ポイント上昇し、改善が続く。「中間層の不動産購入意欲が低下している」（住宅・マンション販売）といった懸念はあるものの、「新政権の経済対策に期待がかかる」（住宅・マンション販売）など、景気刺激策に期待する事業者が多い。

事業所向けビジネス関連（D.I.=51.3）

新政権による景気刺激策への期待から改善

事業所向けビジネス関連は51.3と、現状判断（38.2）から+13.1ポイント上昇し、改善に転じる見込み。「資材高騰や過度な価格競争などにより、厳しい受注環境が続く」（印刷）といった先行きを危惧する声は根強いものの、「採用意欲が高まっており、Webサイトや会社案内、資料作成の依頼が伸びそう」（印刷）など前向きなコメントも寄せられた。また、「新政権の景気刺激策の効果が出る可能性がある」（ソフト開発）など、新政権の経済政策に期待する様子もうかがわれた。

雇用関連（D.I.=47.7）

最低賃金の引上げによる求人減などを懸念し、悪化が続く

雇用関連は47.7と、現状判断（47.7）と同水準となった。「人件費が上昇する中、最低賃金の引上げも重なり、とくに中小企業の求人への影響が懸念される」（職業紹介）など、雇用情勢の先行き不透明感を指摘する声が多く聞かれた。

＜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”（△12.0ポイント）が低下し、“やや良くなる”（＋7.0ポイント）、“変わらない”（＋4.0ポイント）にシフトしたため、判断指数は現状比で上昇した（図表5）。

家計消費関連については、飲食関連を中心に“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“やや悪くなる”から、“変わらない”と“やや良くなる”にシフトしたことで先行き判断が上昇した。雇用関連では、“変わらない”が“やや良くなる”と“やや悪くなる”にシフトした。

図表4 現状・先行き判断指数D. I.

分野	調査時期	2025年10月		
		現状	先行き	差
全 体		44.8	52.0	＋7.2
家計消費関連		46.1	52.9	＋6.8
小売関連		43.8	46.9	＋3.1
飲食関連		42.3	57.7	＋15.4
サービス関連		47.9	55.2	＋7.3
住宅関連		52.8	55.6	＋2.8
事業所向けビジネス関連		38.2	51.3	＋13.1
雇用関連		47.7	47.7	±0.0
全国※		48.5	52.1	＋3.6

※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	2025年10月		
		現状(%)	先行き(%)	差(ポイント)
良くなる (良くなっている)		0.9	4.0	＋3.1
やや良くなる (やや良くなっている)		16.0	23.0	＋7.0
変わらない		48.0	52.0	＋4.0
やや悪くなる (やや悪くなっている)		31.0	19.0	△ 12.0
悪くなる (悪くなっている)		4.0	2.0	△ 2.0

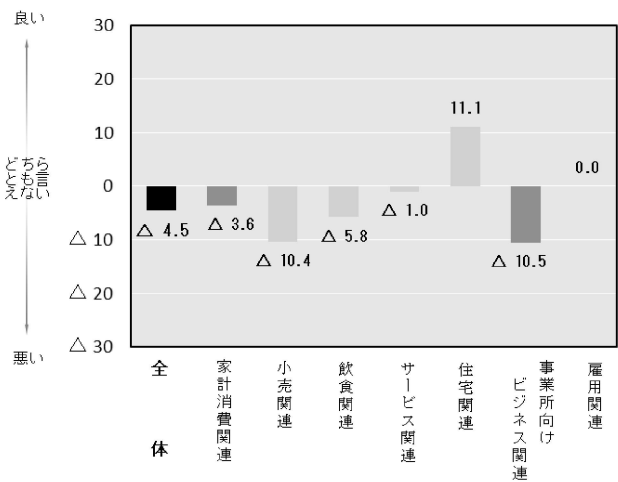
＜参考＞

現時点の景気は、住宅関連を除くすべての分野で“悪い”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」は基準値「0」を△4.5下回った（図表6）。

家計消費関連では、住宅関連を除き“悪い”と判断、とくに小売関連（△10.4）での落込みが目立ち、全体では△3.6となった。事業所向けビジネス関連は△10.5と“悪い”、雇用関連は±0.0と“横ばい”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。