

平成 29 年 5 月 25 日

# 静岡経済研究所

## NEWS RELEASE

一般財団法人静岡経済研究所

理事長 鈴木一雄

静岡市葵区追手町 1-13

TEL054-250-8750

FAX054-250-8770

### 第 54 回

## 「静岡県版 景気ウォッチャー」調査(平成 29 年 4 月)

～消費者の節約意識根強く、景況感は悪化判断が続く～

#### 現状判断

平成 29 年 4 月実施の「静岡県版 景気ウォッチャー」調査では、節約意識の根強さから家計消費関連が盛り上がりを欠き、県内景気の「現状判断指数（方向性）」は 47.8 と、前回 1 月調査(44.9)からは+2.9 ポイント上昇したが、景気の横ばいを示す指数「50」を 6 期連続で下回った。

#### 先行き判断

一方、2～3 カ月先の景況感を示す先行き判断指数は 49.5 と、前回 1 月調査(49.8)から△0.3 ポイント下降し、5 期連続で「50」を下回った。全体としてはわずかながら悪化判断となるも、円安・株高を背景に企業業績や個人消費回復への期待感が高まってきている。

担当：吉原正信



第54回 静岡県版「景気ウォッチャー調査（平成29年4月）」

## 消費者の節約意識根強く、景況感は悪化判断が続く

平成29年4月調査の現状判断指数は47.8で、前回1月調査（44.9）から+2.9ポイント上昇したが（図表1、2）、景気の“横ばい”を示す指数「50」を6期連続で下回った。一方、2～3カ月先の景況感を示す先行き判断指数は49.5と、前回1月調査（49.8）から△0.3ポイント下降し、5期連続で「50」を下回る悪化判断となった（図表1、4）。

現状判断については、雇用関連は改善基調が続いているものの、節約意識の根強さから家計消費関連が盛り上がりを欠き、事業所向けビジネス関連でも仕入れコストの販売価格転嫁が進まなかったことなどから、全体として悪化判断となった。

先行きについては、事業所向けビジネス関連で価格競争の強まりへの懸念から悪化判断が続く一方、雇用関連は引き続き労働力需要の増加が見込まれ、家計消費関連では小売・飲食関連の夏場商戦に期待が掛かる。全体としては、わずかながら悪化判断となるも、円安・株高基調を背景に企業業績や個人消費回復への期待感が高まってきている。

### 調査結果の要旨

#### <D.I.は次頁「調査の要領」参照>

#### 現状判断（D.I.=47.8） 雇用関連は改善するも、全体では悪化判断が続く

- ・家計消費関連（D.I.=46.9） 住宅関連は改善続くも、小売関連は低迷
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=47.6） コスト増や受注量減少で、悪化判断が続く
- ・雇用関連（D.I.=55.0） 人手不足から求人が増加し、改善判断

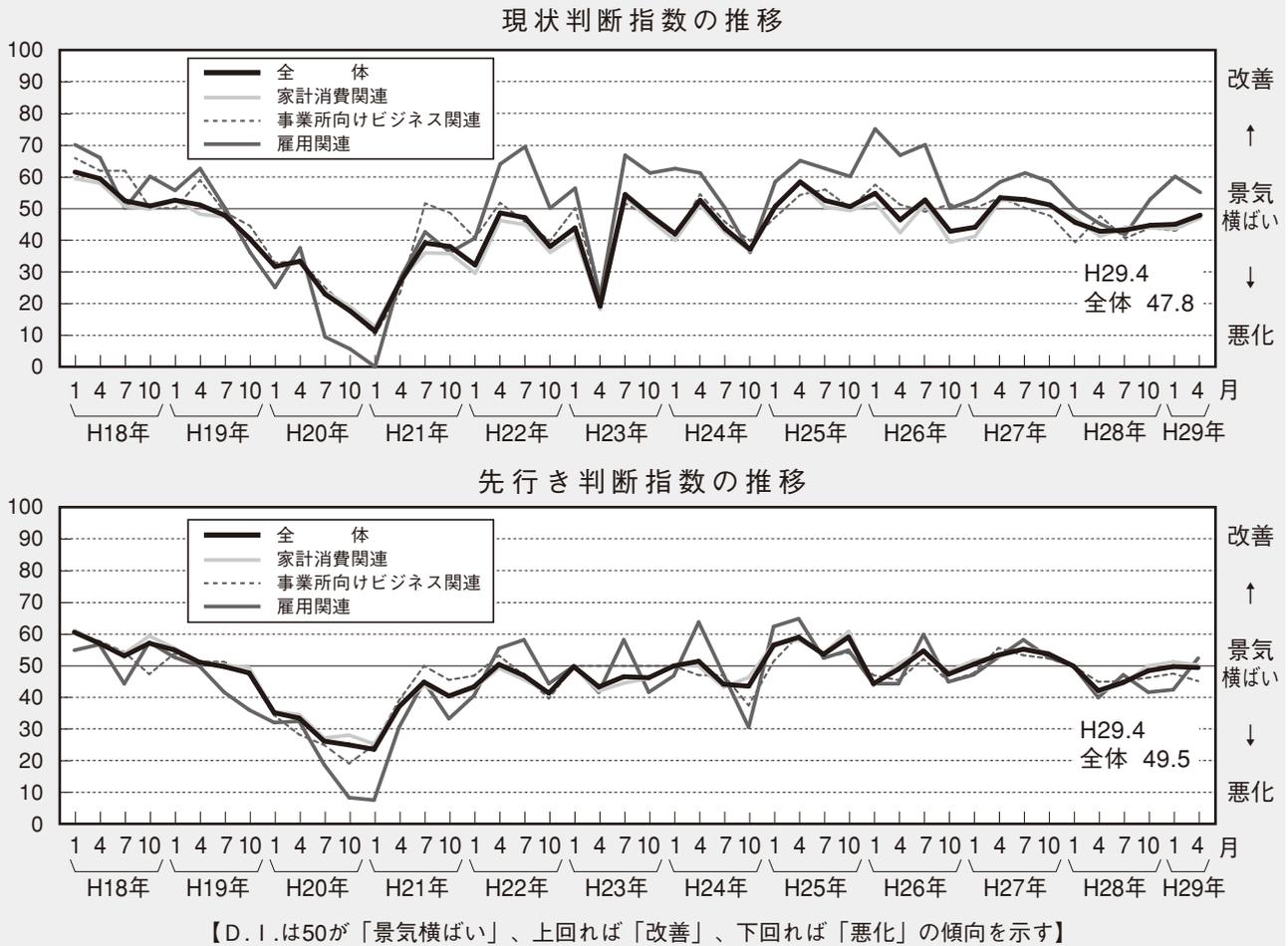
#### <現状判断の理由>

- ・家計消費関連・・・小売関連を中心に「来客数」と「販売量」が減少
- ・事業所向けビジネス関連・・・「受注量」や「販売量」の減少から、悪化判断
- ・雇用関連・・・「求人」の増加から、改善判断

#### 先行き判断（D.I.=49.5） 家計消費関連は小幅ながら改善、対事業所は悪化が続く

- ・家計消費関連（D.I.=50.3） 小売、飲食を中心に、夏のボーナス商戦に期待
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=45.2） 好転材料に乏しく、悪化見通し
- ・雇用関連（D.I.=52.5） 転職市場の活性化を期待する声あり、改善見通し

図表1 現状判断指数(D.I.)と先行き判断指数(D.I.)の推移



### 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=72)
      - (内訳) 小売関連 (n=28) 百貨店、スーパー、乗用車販売など
      - 飲食関連 (n=9) 飲食店、外食チェーンなど
      - サービス関連 (n=26) 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=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カ月先の予想)
  - (4) 調査時点：平成29年4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103名で、有効回答率は95.4%である。
- \* 景気判断指数とは、景気の状態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	現在の景気 (水準判断)	良い	やや良い	どちらとも 言えない	やや悪い	悪い
	現状判断	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
	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 雇用関連は改善するも、全体では悪化判断が続く

### 家計消費関連（D.I.=46.9）住宅関連は改善続くも、小売関連は低迷

家計消費関連の現状判断は46.9と、前回より+3.4ポイント上昇したものの、横ばいを示す「50」を下回り、引き続き悪化判断となった。内訳をみると、小売関連（42.0）では、「気温低下により、春物衣料が伸び悩んだ」（百貨店）、「消費の節約志向が続く」（商店街）など消費者の儉約姿勢がみられ、悪化判断が続いた。飲食関連（50.0）では、「良くも悪くもなっていない。3月の歓送迎会は例年通りの客入り」（飲食店）と、繁忙時期でありながら盛り上がりを欠いた様子である。サービス関連（48.1）は、「大河ドラマの影響で、客数が増加している」（観光ホテル）といったコメントがみられる一方で、「法人関係は使用頻度を控え、規模も縮小傾向にある」（都市型ホテル）など、改善と悪化で意見が分かれた。一方、住宅関連（55.6）は、「ゴールデンウィークまでに契約をする方が例年に比べると多い」（住宅・マンション販売）と、低水準で続く住宅ローン金利も寄与し、好調を維持している。

### 事業所向けビジネス関連（D.I.=47.6）コスト増や受注量減少で、悪化判断が続く

事業所向けビジネス関連は47.6と、前回から+4.7ポイント上昇したものの、横ばいを示す「50」を下回り、引き続き悪化判断となった。「資材のコストが上がっているが、製品価格に転嫁することができず、厳しい状況下での受注活動が続いている」（印刷）などの意見が寄せられた。

### 雇用関連（D.I.=55.0）人手不足から求人が増加し、改善判断

雇用関連は55.0と、前回から△5.0ポイント低下したものの、前回調査に続き改善判断となった。「求人企業の動きが活発。人材確保のため、あらゆる手段を利用している」（求人情報誌）などの意見が挙がった。

図表2 現状判断指数D.I.の推移

分野	調査時期	H27.4月	H27.7月	H27.10月	H28.1月	H28.4月	H28.7月	H28.10月	H29.1月	H29.4月	
										今回	前回比
全体		53.3	52.7	51.0	45.5	42.7	43.1	44.6	44.9	47.8	+ 2.9
家計消費関連		52.5	52.4	51.0	46.8	41.1	44.0	43.8	43.5	46.9	+ 3.4
	小売関連	50.0	46.4	46.6	41.3	36.6	38.0	41.1	36.7	42.0	+ 5.3
	飲食関連	50.0	52.8	50.0	52.5	40.0	55.6	35.0	42.5	50.0	+ 7.5
	サービス関連	53.8	57.7	51.0	44.0	43.3	42.3	42.0	48.1	48.1	+ 0.0
	住宅関連	59.4	55.6	65.0	63.9	50.0	49.7	66.7	52.5	55.6	+ 3.1
事業所向けビジネス関連		53.4	50.0	47.6	39.3	47.5	40.5	43.8	42.9	47.6	+ 4.7
雇用関連		58.3	61.1	58.3	50.0	45.5	41.7	52.8	60.0	55.0	△ 5.0

## <現状判断の理由>

### 家計消費関連…小売関連を中心に「来客数」と「販売量」が減少

家計消費関連は、“(やや)悪くなっている”の判断理由として、小売・サービス関連を中心に「来客数の動き」、「販売量の動き」が多く挙げられた。「ネット販売や競合店に顧客をとられている」(文房具販売)、「人気商材が限定されており、幅広く売上げが見込めない」(宝飾品販売)などの意見があった。

### 事業所向けビジネス関連…「受注量」や「販売量」の減少から、悪化判断

事業所向けビジネス関連では、“変わらない”や“(やや)悪くなっている”の判断理由として、「受注量や販売量の動き」が挙げられ、「リピート案件でも数量が減ることが多い」(印刷)、「新しい広告展開がない」(広告)などの声が聞かれた。

### 雇用関連…「求人」の増加から、改善判断

雇用関連では、“(やや)良くなっている”や“変わらない”の判断理由として、「求人の動き」が挙げられ、「企業からはいろいろな求人媒体を利用しても人が集まらないとの声が聞かれる」(職業紹介)などのコメントがみられた。

図表3 景気の現状判断理由

#### <家計消費関連(n=65)>

景気の判断理由	来客数の動き	販売量の動き	客単価の動き	お客様の様子	競争相手の様子	左記以外
(やや)良くなっている(n=7)	3	2	2	0	0	0
変わらない(n=42)	20	11	4	5	2	0
(やや)悪くなっている(n=16)	8	5	2	0	0	1

#### <事業所向けビジネス関連(n=19)>

景気の判断理由	受注量や販売量の動き	受注価格や販売価格の動き	取引先の様子	競争相手の様子	左記以外
(やや)良くなっている(n=5)	4	0	1	0	0
変わらない(n=8)	6	1	1	0	0
(やや)悪くなっている(n=6)	5	1	0	0	0

#### <雇用関連(n=10)>

景気の判断理由	求人の動き	求職者の動き	就職者の動き	窓口の繁忙度合い	他の人材関連会社等の様子	左記以外
(やや)良くなっている(n=2)	1	0	1	0	0	0
変わらない(n=8)	5	2	1	0	0	0
(やや)悪くなっている(n=0)	0	0	0	0	0	0

※nは、回答先数

※判断理由の無回答・複数回答先を除く

## 先行き判断 家計消費関連は小幅ながら改善、対事業所は悪化が続く

### 家計消費関連（D.I.=50.3）小売、飲食を中心に、夏のボーナス商戦に期待

家計消費関連の先行き判断は50.3と、前回調査（51.3）から△1.0ポイント低下したものの、横ばいを示す「50」を引き続き上回った。内訳をみると、小売関連（51.8）では、「株価上昇に伴う個人消費の改善に期待」（スーパー）、「昇給率が上昇した企業のニュースなどにより、購買の機運が向上してくると思う」（ガソリンスタンド）といった明るい声も聞かれた反面、「天候の不良により、果物、野菜の収穫が遅れたり、量が減り、価格が高騰すると予想されるので、あまり販売量は期待できない」（果物店）など、天候面でのマイナス要因を挙げる声もあった。飲食関連（50.0）では、「ボーナス時期ということもあり、当社の予約数も前年並みを確保しているの、多少売上げが伸びると期待している」（外食チェーン）、「気候が良くなるにつれ、ビールなどのアルコール飲料の注文が増えることに期待したい」（飲食店）など、夏場商戦に向けた期待感が高まっている。一方、サービス関連（48.1）では、「レゴランド開業による影響で、入園者数の減少が予想される」（観光施設）など、県外動向を踏まえた意見がみられた。住宅関連（52.8）は、「先行きが良くなる材料がない。だからといって、悪くなる傾向も今のところない」（住宅・マンション販売）など、現状と変わらず推移する見通しが多い。

### 事業所向けビジネス関連（D.I.=45.2）好転材料に乏しく、悪化見通し

事業所向けビジネス関連は45.2と、前回から△2.4ポイント低下。「少ないパイを価格競争で取り合いになってきている」（印刷）など、悲観的な意見が目立った。

### 雇用関連（D.I.=52.5）転職市場の活性化を期待する声あり、改善見通し

雇用関連は52.5と、前回から+10.0ポイントと上昇し、改善見通しとなった。「賃金等の条件面で改善が加速すれば、転職市場も活発になる」（職業紹介）など、先行きの雇用情勢に期待する声が多かった。

図表4 先行き判断指数D.I.の推移

分野	調査時期	H27.4月	H27.7月	H27.10月	H28.1月	H28.4月	H28.7月	H28.10月	H29.1月	H29.4月	
										今回	前回比
全体		53.5	55.3	53.8	50.0	42.2	44.8	48.5	49.8	49.5	△ 0.3
家計消費関連		52.9	55.6	54.3	50.0	41.7	44.4	50.0	51.3	50.3	△ 1.0
	小売関連	52.8	56.3	52.6	47.0	37.5	40.7	49.1	45.7	51.8	+ 6.1
	飲食関連	55.6	52.8	60.0	52.5	52.5	41.7	52.5	50.0	50.0	+ 0.0
	サービス関連	50.0	53.8	52.9	48.0	39.0	44.2	48.0	56.7	48.1	△ 8.6
	住宅関連	59.4	61.1	57.5	61.1	50.0	58.3	55.6	55.0	52.8	△ 2.2
事業所向けビジネス関連		55.7	53.4	52.4	50.0	45.0	45.2	46.3	47.6	45.2	△ 2.4
雇用関連		52.8	58.3	52.8	50.0	40.0	47.2	41.7	42.5	52.5	+10.0

## 総括

### 個人消費を喚起する施策の実施に期待

今回の景気判断を総括すると、まず現状判断指数は47.8となり、“景気の横ばい”を示す指数「50」を6期連続で下回った。分野別にみると、「家計消費関連」では、天候不順や消費者の節約意識の根強さから、小売関連を中心に客数、販売量が振るわなかった。「事業所向けビジネス関連」では、受注量の減少や販売価格の低下を主因に売上げが伸び悩み、悪化判断が続いた一方、「雇用関連」は、人手不足感が一段と強まり求人が増加したことから、改善判断となった。

一方、今後についても、先行き判断指数は49.5と、前回調査から△0.3ポイント下降し、5期連続で「50」を下回った。「家計消費関連」では、住宅ローンの低金利が続く住宅関連や、夏場商戦に期待する小売関連で改善見通しとなったが、「事業所向けビジネス関連」では、価格競争の強まりを懸念する声が多く、悪化見通しが続いた。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断では、節約意識の根強さから家計消費を中心に慎重な姿勢が目立ったが、一方で、先行きについては、人手不足に伴う賃金の改善や、株高による消費マインド回復への期待感もみられることから、今後は、消費意欲を喚起する施策の実施が求められる。  
(吉原正信)

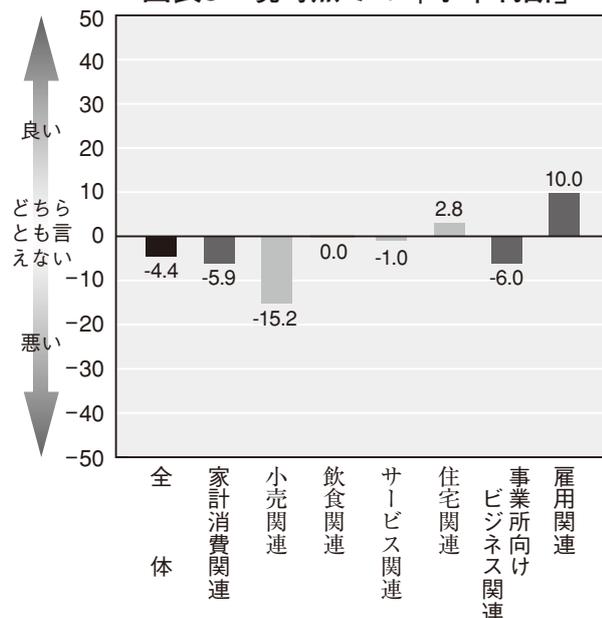
#### <参考>

#### 現時点の景気は、雇用で“良い”判断となるも、全体では“悪い”が続く

現時点での景気が“良いか悪い”を聞いた「水準判断」は△4.4と、前回調査(△8.3)から+3.9ポイント上昇したものの、引き続き基準値「0」を下回った(図表5)。

内訳をみると、家計消費関連は、小売関連(△15.2)のマイナスが大きく、全体では△5.9となった。事業所向けビジネス関連も△6.0で“悪い”と判断されたが、雇用関連は+10.0と“良い”と感じる人が多かった。

図表5 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。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。