

平成 27 年 5 月 29 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 46 回

「静岡県版 景気ウォッチャー」調査(平成 27 年 4 月)

「現状」は 3 期ぶり、「先行き」は 2 期連続の改善判断

- 平成 27 年 4 月実施の「静岡県版 景気ウォッチャー」調査では、消費増税の影響が薄まり、個人消費が堅調に推移していることや、売上水準が回復してきていることなどから、家計消費関連が大幅に改善し、県内景気の「現状判断指数(方向性)」は 53.3 と、景気の横ばいを示す指数「50」を 3 期ぶりに上回った。
- 一方、2～3 カ月先の「先行き判断指数(方向性)」も 53.5 と、2 期連続の改善判断となった。賃金上昇への期待やレジャーシーズンの到来、ボーナス商戦への動きなどから、家計消費関連、事業所向けビジネス関連、雇用関連のすべての分野で改善判断となった。

担当：長島友生・安藤洋平

第46回 静岡県版「景気ウォッチャー調査（平成27年4月）」

景況感は回復基調、今後の個人消費の伸びに期待

今回平成27年4月調査では、**現状判断指数は53.3**で、**前回平成27年1月調査（44.0）から+9.3ポイント上昇**し、景気“横ばい”を示す指数「50」を3期ぶりに上回った（図表1、2）。さらに、2～3カ月先の景況感を示す**先行き判断指数も53.5**と、**前回調査（50.5）から+3.0ポイント上昇**し、2期連続の改善判断となった（図表1、4）。

現状判断指数が上昇した要因としては、消費増税の影響が薄まり、売上水準が回復してきていることや、インバウンド客が増加していることなどが挙げられ、家計消費関連は52.5（前回調査比+11.4ポイント）と、大幅な改善がみられた。

また、先行き判断指数が上昇した主な要因としては、賃金上昇への期待に加え、レジャーシーズンの到来やボーナス商戦に向けた動きが挙げられ、家計消費関連、事業所向けビジネス関連、雇用関連のすべての分野で改善判断がみられる。

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.=53.3） 家計消費関連が持ち直し全分野で上昇

- ・家計消費関連（D.I.=52.5） 飲食・サービス関連が大幅に改善
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=53.4） 景況感は小幅改善も回復実感が乏しい
- ・雇用関連（D.I.=58.3） 引き続き求人動きが活発

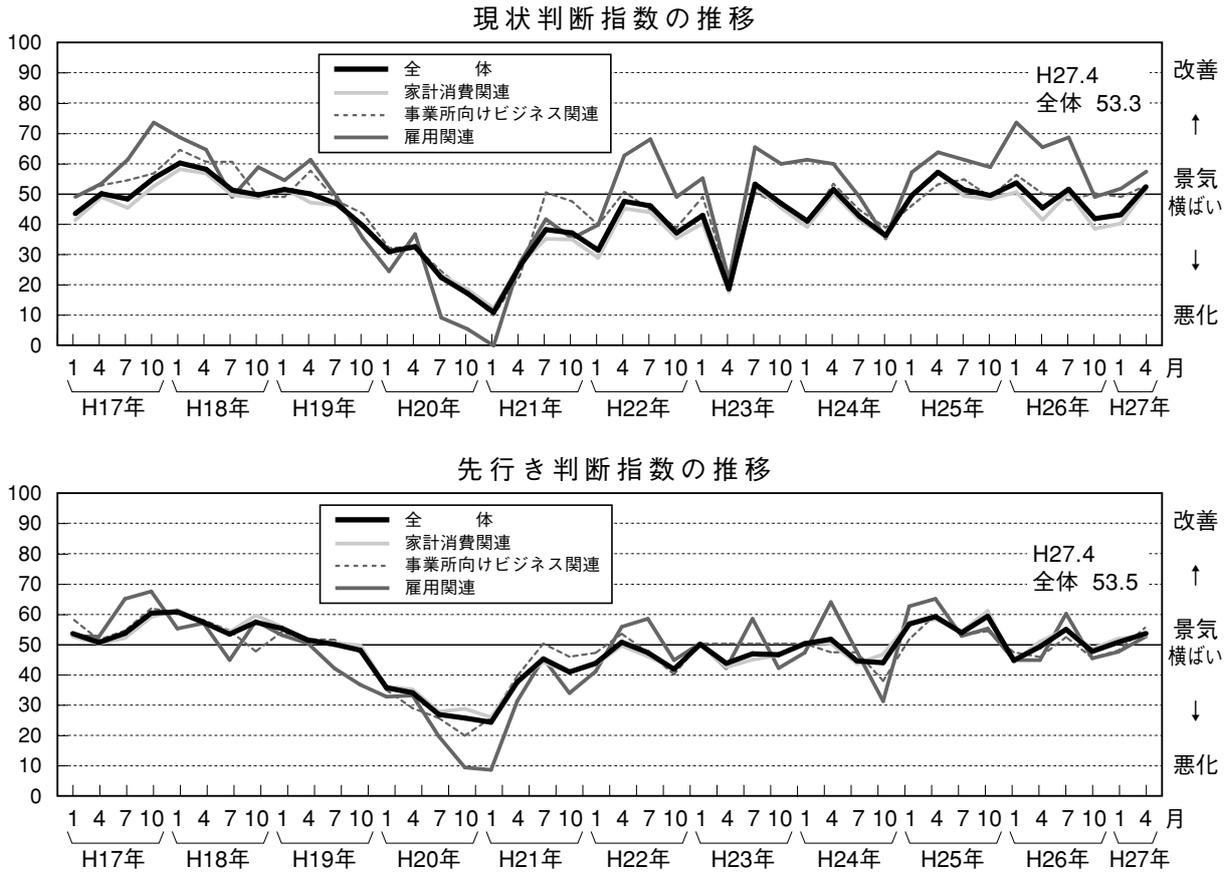
<現状判断の理由> 家計消費関連の改善理由は来客数の増加

- ・家計消費関連・・・「来客数の動き」に明るさが戻る
- ・事業所向けビジネス関連・・・「受注量や販売量」に大きな動きみられず
- ・雇用関連・・・「求人数」は増えているが、業種や地域に偏りもみられる

先行き判断（D.I.=53.5） 賃上げへの期待などから全分野で指数「50」以上に

- ・家計消費関連（D.I.=52.9） 賃上げへの期待から小売・飲食関連で改善
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=55.7） 印刷・広告関連で受注量の増加を見込む
- ・雇用関連（D.I.=52.8） 改善が見込まれるものの、労働需給のミスマッチを懸念

図表1 現状判断指数(D.I.)と先行き判断指数(D.I.)の推移



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=27) 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=8) 不動産販売、住宅販売など
 - ・事業所向けビジネス関連 (n=22) 印刷、広告代理店、運輸など
 - ・雇用関連 (n=9) 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：平成27年4月下旬
- (5) 回答状況：調査対象111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91.0%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
評価	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 家計消費関連が持ち直し全分野で上昇

家計消費関連（D.I.=52.5） 飲食・サービス関連が大幅に改善

家計消費関連の現状判断は52.5と+11.4ポイント上昇し、横ばいを示す「50」を3期ぶりに上回り、改善判断に転じた。内訳をみると、小売関連（50.0）では、前回調査（44.0）よりも+6.0ポイント上昇しているが、「消費者は衣料品を中心に購買意欲の盛上がり感が欠けている」（百貨店）など、季節衣料の動きに必ずしも手応えを感じていない様子もうかがえる。飲食関連（50.0）では前回比+13.9ポイント上昇しているが、「お客様の反応は、商品単価を上げて抵抗が少なく受け入れられていると感じる。これが継続できるかは、これからの景気に左右されると思われる」（外食チェーン）といった慎重な声も挙がっている。一方で、サービス関連（53.8）では、「競合他社の集客状況も上向いている様子がかげえる」（観光ホテル）や「インバウンド客の中で、個人の利用者が少しずつ増加している」（ビジネスホテル）など、景況感に改善がみられる。また、住宅関連（59.4）では、「住宅展示場の来場者数、資料請求数と新規見込客数は増加傾向にある」（住宅・マンション販売）といった明るい声が聞こえる。

事業所向けビジネス関連（D.I.=53.4） 景況感は小幅改善も回復実感が乏しい

事業所向けビジネス関連は53.4で、前回比+3.4ポイント上昇した。ただし、「東京方面の受注や見積りは増えているが、地元静岡では、それほどの動きはみえない」（印刷）や「物価は上昇しているが、その他にあまり変化がみられない」（ソフト開発）など、大きな改善は実感できていないとの声も多い。

雇用関連（D.I.=58.3） 引き続き求人の動きが活発

雇用関連は58.3と、前回から+5.5ポイント上昇した。「求人広告の出稿量が増えてきている」（求人情報誌）や「引き続き、全産業において採用意欲が高まっている」（職業紹介）など、求人の動きは活発な状況が続いている。

図表2 現状判断指数D.I.の推移

分野	調査時期	H25.4月	H25.7月	H25.10月	H26.1月	H26.4月	H26.7月	H26.10月	H27.1月	H27.4月	
										今回	前回比
全体		58.3	52.4	50.5	54.7	46.3	52.6	42.7	44.0	53.3	+9.3
家計消費関連		58.3	50.3	49.3	51.6	42.3	51.4	39.3	41.1	52.5	+11.4
	小売関連	55.8	45.8	50.9	52.6	29.0	50.8	37.9	44.0	50.0	+6.0
	飲食関連	63.6	57.5	46.4	50.0	61.1	53.6	40.0	36.1	50.0	+13.9
	サービス関連	56.3	50.0	45.5	52.7	50.0	49.0	39.4	37.0	53.8	+16.8
	住宅関連	66.7	58.3	58.3	47.5	50.0	57.5	43.8	50.0	59.4	+9.4
事業所向けビジネス関連		54.2	55.9	50.0	57.4	51.1	48.9	51.2	50.0	53.4	+3.4
雇用関連		65.0	62.5	60.0	75.0	66.7	70.0	50.0	52.8	58.3	+5.5

<現状判断の理由> 家計消費関連の改善理由は来客数の増加

家計消費関連・・・「来客数の動き」に明るさに戻る

家計消費関連は、“変わらない”（n=37）との回答が最も多い中で、“（やや）良くなっている”（n=20）の回答数が、“（やや）悪くなっている”（n=10）を上回った（図表3）。“（やや）良くなっている”の判断理由としては、「来客数の動き」を挙げる声が多く、「気候が暖かくなってきたせい、外に行こうという気持ちがおこり受講生が増えている」（カルチャーセンター）や「アジア、特に中国からの宿泊客が増加している」（都市型ホテル）といった意見があった。

事業所向けビジネス関連・・・「受注量や販売量」に大きな動きみられず

事業所向けビジネス関連では、“変わらない”（n=14）とする回答が最も多かった。その判断理由としては、「受注量や販売量の動き」を挙げる声が多く、「受注量に大きな変動がない」（ソフト開発）や「クライアントの企業規模により、販売・広告宣伝にかかる費用の差が出てきた。大手企業から少しずつ増加傾向にあるが、中小は渋い状況」（印刷）などの意見が挙がった。

雇用関連・・・「求人数」は増えているが、業種や地域に偏りもみられる

雇用関連では、“変わらない”（n=6）との回答が最も多く、次いで“（やや）良くなっている”（n=3）の回答となり、“（やや）悪くなっている”との回答はなかった。判断理由としては、「求人の動き」を挙げる声が多く、具体的には、「求人の多い業界、少ない業界、地域が出てきている」（人材派遣）といった意見もあるが、全体としては改善傾向にある。

図表3 景気の判断理由

<家計消費関連（n=67）>

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=20）	11	4	2	0	1	2
変わらない（n=37）	16	9	5	6	0	1
（やや）悪くなっている（n=10）	3	3	2	0	2	0

<事業所向けビジネス関連（n=20）>

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）	2	1	1	0	1
変わらない（n=14）	7	2	5	0	0
（やや）悪くなっている（n=1）	1	0	0	0	0

<雇用関連（n=9）>

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=3）	3	0	0	0	0	0
変わらない（n=6）	5	0	0	1	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 賃上げへの期待などから全分野で指数「50」以上に

家計消費関連（D.I.=52.9）賃上げへの期待から小売・飲食関連で改善

家計消費関連の先行き判断は52.9と、前回調査（51.7）を+1.2ポイント上回り、引き続き改善判断となった。内訳をみると、前回調査では「50」を下回っていた小売関連（52.8）と飲食関連（55.6）で改善がみられ、「ベア実施などにより消費意欲の向上が一部分では期待できる」（百貨店）との声が聞かれた。ただし、「大企業、首都圏では、賃上げと株高の影響で景気は良くなっていくと思われるが静岡県下ではまだまだ実感できるレベルにない」（外食チェーン）との声も出ており、本格的な消費拡大には時間がかかることも予想される。前回調査から△5.6ポイント低下したサービス関連（50.0）では、「6月から7月の予約の入り方がやや低調」（観光ホテル）と、夏場の集客を不安視する声も聞かれる。また、住宅関連（59.4）の指数は前回と同じであるが、「エコポイント復活等経済対策の恩恵を受け、2015年は足元の状況からプラスに改善するのではないか」（住宅・マンション販売）など、改善を期待する声がある。

事業所向けビジネス関連（D.I.=55.7）印刷・広告関連で受注量の増加を見込む

事業所向けビジネス関連は55.7で、前回は+8.0ポイント上昇した。「広告、販促費にかける予算は官民ともに旺盛」（印刷）や「夏に向けてのプロモーションの話が各社より入っている」（広告）など、印刷・広告関連で期待感が高まっている。

雇用関連（D.I.=52.8）改善が見込まれるものの、労働需給のミスマッチを懸念

雇用関連は52.8で、前回から+5.6ポイント上昇した。同時に、「求人の増加傾向は、今後も続くことが予想される。しかし、企業が求めている人は、スキルがあるなど即戦力となる人材で、求人は増えても充足できないケースも増えている」（職業紹介）といった労働需給のミスマッチを懸念する声も多い。

図表4 先行き判断指数D.I.の推移

分野	調査時期	H25.4月	H25.7月	H25.10月	H26.1月	H26.4月	H26.7月	H26.10月	H27.1月	H27.4月	
										今回	前回比
全体		59.1	53.7	59.2	44.4	49.0	54.8	47.4	50.5	53.5	+ 3.0
家計消費関連		58.2	54.0	61.0	43.8	50.7	54.9	48.3	51.7	52.9	+ 1.2
	小売関連	55.8	50.0	63.8	45.7	50.0	55.0	45.2	47.4	52.8	+ 5.4
	飲食関連	63.6	50.0	67.9	38.9	47.2	57.1	57.5	47.2	55.6	+ 8.4
	サービス関連	52.7	55.6	56.3	43.8	53.0	52.1	49.0	55.6	50.0	△ 5.6
	住宅関連	75.0	66.7	61.1	42.5	50.0	60.0	46.9	59.4	59.4	+ 0.0
事業所向けビジネス関連		59.7	52.9	54.2	47.1	45.5	52.2	45.2	47.7	55.7	+ 8.0
雇用関連		65.0	52.5	55.0	44.4	44.4	60.0	45.0	47.2	52.8	+ 5.6

総括

回復に向かう消費者マインド、売上増加へのつながりを期待

今回の景気判断を総括すると、まず現状判断指数は、前回調査から+9.3ポイント上昇し、3期ぶりに“景気横ばい”を示す50を上回った。分野別にみると、「家計消費関連」は、一部で来客数の回復がみられる「飲食関連」と、外国人観光客の利用が好調な「サービス関連」などすべてで指数が上昇し、分野全体で改善判断となった。「事業所向けビジネス関連」では、横ばい判断を示すウォッチャーも多かったが、「雇用関連」では、活発な求人の動きを反映して指数が上昇している。

また、先行きについても、改善判断となった。内訳をみると、「家計消費関連」では、「小売関連」や「飲食関連」で、春の賃上げや夏のボーナス増加で需要が伸びるとみている。「事業所向けビジネス関連」では、レジャーシーズンや夏のボーナス商戦に向けて、印刷・広告関連で受注量増加の動きを期待している。「雇用関連」でも改善判断となったが、労働需給のミスマッチが課題となりそうである。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断では、大手企業だけでなく中小企業の一部でもベースアップの動きが広がりつつある中で、現状、先行きともに景況感は改善の方向に向かっている。今後は、こうした賃上げの動きを受けて、消費者マインドがさらに上向き、実際の消費行動に表れて売上増加につながっていくことが期待される。

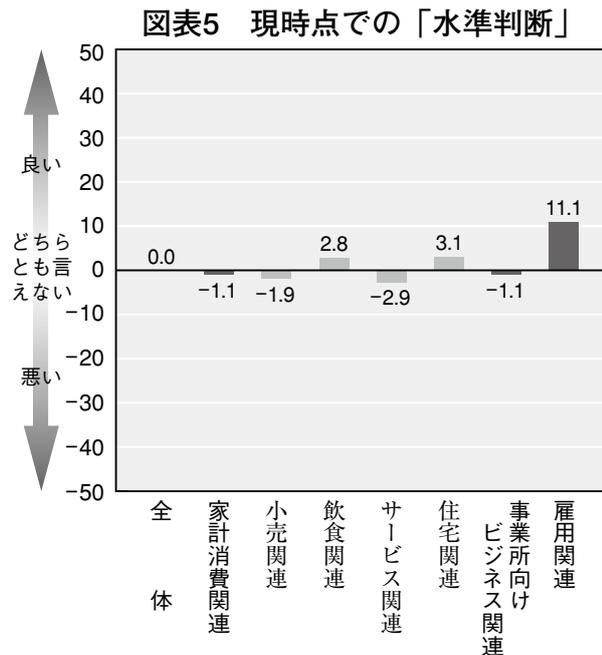
(長島友生・安藤洋平)

<参考>

現時点の景気は、“どちらとも言えない”と判断

4月の景気が“良いか悪いか”を聞いた、現時点での景気の「水準判断」は±0.0で、前回調査を+9.6上回った(図表5)。

内訳をみると、家計消費関連では小売関連(△1.9)とサービス関連(△2.9)でマイナスとなり、全体で△1.1となった。事業所向けビジネス関連も△1.1とマイナスになった一方、雇用関連は+11.1で、引き続き“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。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。