

平成 27 年 8 月 28 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 47 回

「静岡県版 景気ウォッチャー」調査(平成 27 年 7 月)

～個人消費に力強さ欠くも、先行きに期待感～

現状判断

県内景気の「現状判断指数（方向性）」は 52.7 と、景気の横ばいを示す指数「50」を 2 期連続で上回ったものの、個人消費に力強さを欠き、前回調査からは $\Delta 0.6$ ポイント低下した。

先行き判断

2～3 カ月先の「先行き判断指数（方向性）」は 55.3 と、3 期連続の改善判断となった。インバウンド消費やプレミアム付商品券に対する期待から、家計消費関連で指数の上昇が続いている。

担当：安藤洋平、清亮介

第47回 静岡県版「景気ウォッチャー調査（平成27年7月）」

個人消費に力強さ欠くも、先行きに期待感

平成27年7月調査では、**現状判断指数は52.7**となり、景気の“横ばい”を示す指数「50」は2期続けて上回ったが、**前回4月調査（53.3）からは△0.6ポイント低下した**（図表1、2）。一方、2～3カ月先の景況感を示す**先行き判断指数は55.3**と、**前回調査（53.5）から+1.8ポイント上昇し、3期連続の改善判断となった**（図表1、4）。

現状判断指数が引き続き「50」を上回りながらも、前回より低下した要因としては、家計消費が力強さを欠き、家計消費関連のうち特に小売関連（前回調査比△3.6ポイント）で落ち込んだことが挙げられる。

先行き判断指数が上昇した要因としては、「プレミアム付商品券」等の政策効果や拡大が続くインバウンド消費への期待から、家計消費関連（前回調査比+2.7ポイント）が上向いたことが挙げられる。

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.=52.7） 家計消費関連の改善幅縮小、事業所関連は横ばい判断に

- ・家計消費関連（D.I.=52.4） 小売関連は悪化、サービス関連では改善続く
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=50.0） 大きな改善材料がなく、横ばい判断に
- ・雇用関連（D.I.=61.1） 求人・求職者の動きがともに活発に

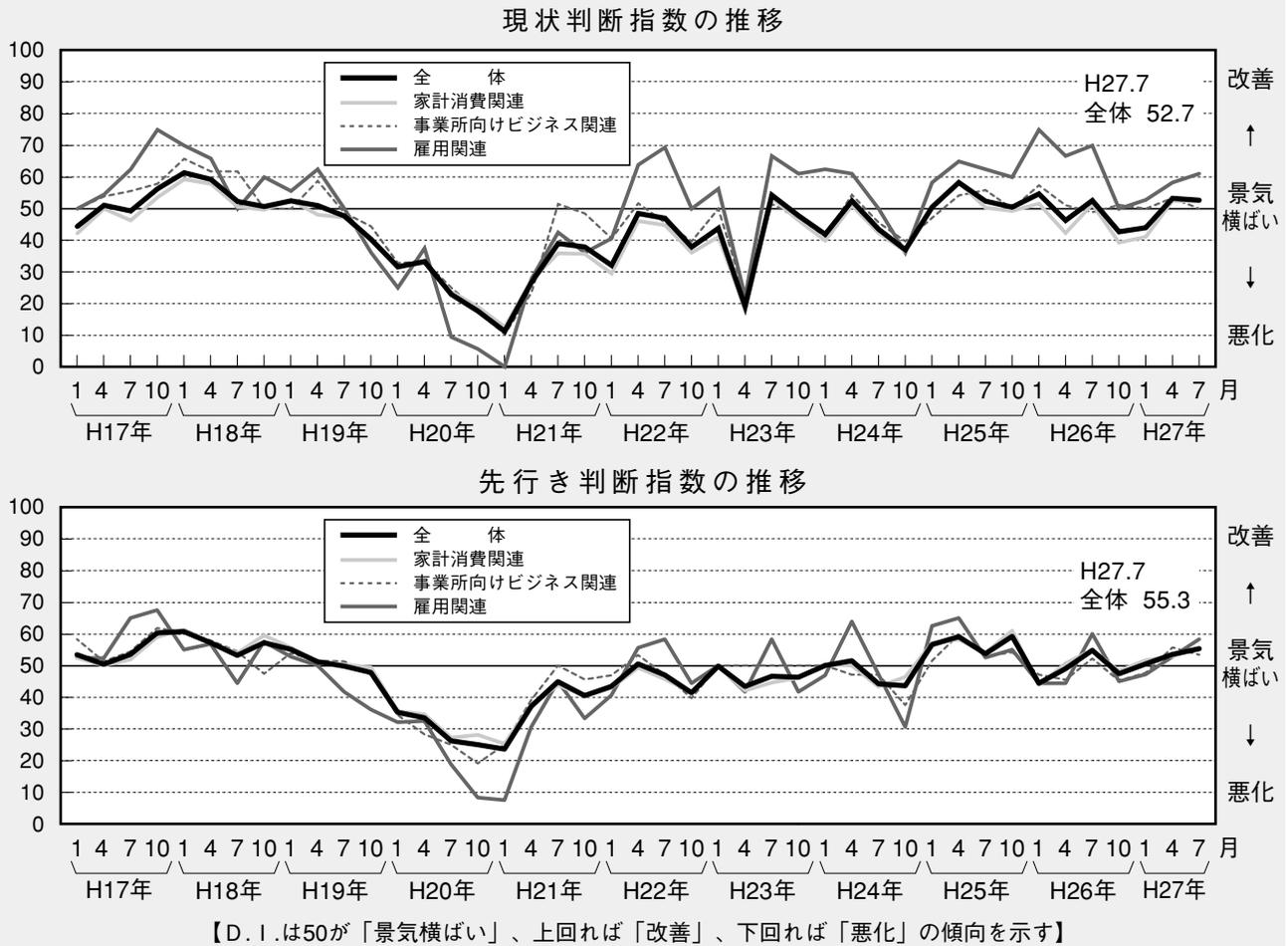
<現状判断の理由> 改善が続く主な理由は販売量と求人の増加

- ・家計消費関連・・・猛暑で「販売量」が増加、「来客数」には悪影響も
- ・事業所向けビジネス関連・・・「受注量や販売量」は総じて横ばい
- ・雇用関連・・・幅広い業種で「求人」が増加

先行き判断（D.I.=55.3） インバウンド消費等の好材料がそろい、改善期待高まる

- ・家計消費関連（D.I.=55.6） プレミアム付商品券とインバウンド消費が好材料
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=53.4） 改善基調が続くも、先行きにやや不透明感
- ・雇用関連（D.I.=58.3） 求人増で改善傾向が続く

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=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7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103名で、有効回答率は93.6%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 家計消費関連の改善幅縮小、事業所関連は横ばい判断に

家計消費関連（D.I.=52.4）・・・小売関連は悪化、サービス関連では改善続く

家計消費関連の現状判断指数は52.4と、横ばいを示す「50」を2期続けて上回ったものの、前回比では△0.1ポイント低下した。内訳をみると、小売関連（46.4）は、長雨と猛暑の「天候不順により来店客数が減少した」（百貨店）とみられ、前回調査（50.0）から△3.6ポイント低下した。飲食関連（52.8）では前回比+2.8ポイント上昇しているが、「売上単価は良くなっても、利用客数は減っている」（外食チェーン）という声もあり、本格的な回復にはまだ時間がかかりそう。一方、サービス関連（57.7）は、「静岡空港利用によるインバウンドツアーの宿泊が、静岡市内のホテルにも入りだしていることで、市内全体の稼働率が上がっている」（ビジネスホテル）など、観光関連産業を中心に改善の動きが広がっている。また、住宅関連（55.6）では、「戸建住宅、マンションともに購入の意思決定をするお客様が増えている」（住宅・マンション販売）と、前回比では△3.8ポイント低下したものの、引き続き好調な様子だ。

事業所向けビジネス関連（D.I.=50.0）・・・大きな改善材料がなく、横ばい判断に

事業所向けビジネス関連は50.0で、前回比△3.4ポイント低下し、横ばい判断となった。「ボーナス商戦時期についても、期待するほどの盛り上がりはなかった」（印刷）や「広告主サイドから広告展開の積極化の話がない」（広告）といった状況から、期待通りには業績が改善していない様子がうかがえる。

雇用関連（D.I.=61.1）・・・求人・求職者の動きがともに活発に

雇用関連は61.1と、前回から+2.8ポイント上昇した。「通常、夏の時期は求人も求職者も減少する傾向にあるが、今年はこちらも比較的活発な印象を受ける」（人材派遣）など、労働市場の動きが活発になっている。

図表2 現状判断指数D.I.の推移

分野	調査時期								H27.7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	52.4	50.5	54.7	46.3	52.6	42.7	44.0	53.3	52.7	△ 0.6
家計消費関連	50.3	49.3	51.6	42.3	51.4	39.3	41.1	52.5	52.4	△ 0.1
小売関連	45.8	50.9	52.6	29.0	50.8	37.9	44.0	50.0	46.4	△ 3.6
飲食関連	57.5	46.4	50.0	61.1	53.6	40.0	36.1	50.0	52.8	+ 2.8
サービス関連	50.0	45.5	52.7	50.0	49.0	39.4	37.0	53.8	57.7	+ 3.9
住宅関連	58.3	58.3	47.5	50.0	57.5	43.8	50.0	59.4	55.6	△ 3.8
事業所向けビジネス関連	55.9	50.0	57.4	51.1	48.9	51.2	50.0	53.4	50.0	△ 3.4
雇用関連	62.5	60.0	75.0	66.7	70.0	50.0	52.8	58.3	61.1	+ 2.8

<現状判断の理由> 改善が続く主な理由は、販売量と求人の増加

家計消費関連・・・猛暑で「販売量」が増加、「来客数」には悪影響も

家計消費関連は、“変わらない”（n=32）との回答が最も多い中で、“（やや）良くなっている”（n=21）の回答が、“（やや）悪くなっている”（n=12）を上回った（図表3）。“（やや）良くなっている”と判断した理由については、「販売量」の動きを挙げる意見が多く、「暑くなってきたので、ビールなどがよく売れる」（居酒屋）、「気温の上昇とともにエアコンの販売台数が増えている」（家電量販店）といった声が聞かれた。一方で、「気温が高すぎて、来店客が伸びない」（服飾販売）など、「来客数」については、猛暑のマイナス面も出ている。

事業所向けビジネス関連・・・「受注量や販売量」は総じて横ばい

事業所向けビジネス関連では、“変わらない”（n=10）とする回答が最も多く、“（やや）良くなっている”（n=6）と“（やや）悪くなっている”（n=6）の回答は同数となった。「取扱量は、増加する企業がある一方、減少する企業もあり、総じて横ばい」（運送）など、「受注量や販売の動き」が主な判断理由となっている。

雇用関連・・・幅広い業種で「求人」が増加

雇用関連では、“変わらない”（n=5）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。「業種を問わず、求人は増加傾向にある」（職業紹介）として、幅広い業種で「求人」が増加していることが理由として挙げられている。

図表3 景気の判断理由

<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=21)	8	8	1	2	0	2
変わらない(n=32)	10	10	3	6	2	1
（やや）悪くなっている(n=12)	7	4	0	1	0	0

<事業所向けビジネス関連(n=22)>

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

<雇用関連(n=8)>

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=5)	3	1	0	0	0	1
（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 インバウンド消費等の好材料がそろい、改善期待高まる

家計消費関連（D.I.=55.6）・・・プレミアム付商品券とインバウンド消費が好材料

家計消費関連の先行き判断指数は55.6と、前回調査（52.9）を+2.7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、小売関連（56.3）では、「プレミアム付商品券の利用による購買促進が考えられる」（百貨店）として、消費喚起を目的とした施策の効果が期待されている。飲食関連（52.8）では、「これから涼しくなり、来客数の増加が見込まれる」（飲食店）との声や、「シルバーウィークの盛り上がり後は、落込みも大きくなりそう」（外食チェーン）と、長期連休に期待しつつも、反動を不安視する声が聞かれた。サービス関連（53.8）では、「静岡空港等を利用したツアー宿泊が期待できることで、宿泊単価が上昇していきそう」（ビジネスホテル）と、インバウンド消費の拡大を見込んでいる。また、住宅関連（61.1）では、「分譲地への来場数も増えてくるのではないかと思う」（住宅・マンション販売）など、引き続き明るい見通しが続く。

事業所向けビジネス関連（D.I.=53.4）・・・改善基調が続くも、先行きにやや不透明感

事業所向けビジネス関連は53.4で、前回比△2.3ポイント低下した。「新しいCMの制作や媒体への出稿が決まっている」（広告）など、今後も改善が続くと見込まれるが、「取引先の売上が伸び悩んでいるため、広告費に予算をとってもらえない」（広告）と慎重な意見も挙がった。

雇用関連（D.I.=58.3）・・・求人増で改善傾向が続く

雇用関連は58.3で、前回から+5.5ポイント上昇した。「製造業の求人が増えていくと思われる」（人材派遣）や「求人は全体的に増加傾向にあり、この傾向は今後も続くと思込まれる」（職業紹介）など、これからも求人は増加するとの見方が強い。

図表4 先行き判断指数D.I.の推移

分野	調査時期	H25.7月	H25.10月	H26.1月	H26.4月	H26.7月	H26.10月	H27.1月	H27.4月	H27.7月	
										今回	前回比
全体		53.7	59.2	44.4	49.0	54.8	47.4	50.5	53.5	55.3	+ 1.8
家計消費関連		54.0	61.0	43.8	50.7	54.9	48.3	51.7	52.9	55.6	+ 2.7
	小売関連	50.0	63.8	45.7	50.0	55.0	45.2	47.4	52.8	56.3	+ 3.5
	飲食関連	50.0	67.9	38.9	47.2	57.1	57.5	47.2	55.6	52.8	△ 2.8
	サービス関連	55.6	56.3	43.8	53.0	52.1	49.0	55.6	50.0	53.8	+ 3.8
	住宅関連	66.7	61.1	42.5	50.0	60.0	46.9	59.4	59.4	61.1	+ 1.7
事業所向けビジネス関連		52.9	54.2	47.1	45.5	52.2	45.2	47.7	55.7	53.4	△ 2.3
雇用関連		52.5	55.0	44.4	44.4	60.0	45.0	47.2	52.8	58.3	+ 5.5

総括

インバウンド消費等を契機とした、持続的な消費拡大に期待

今回の景気判断を総括すると、まず現状判断指数は、“景気の横ばい”を示す50を2期連続で上回ったものの、前回調査からは△0.6ポイント低下した。分野別にみると、「家計消費関連」は、天候不順による来客数減少などを背景に、小売関連で景況感が悪化に転じたものの、外国人観光客の利用が好調なサービス関連などで改善判断となった。「事業所向けビジネス関連」では、大きな改善材料がなく、横ばい判断となった一方、「雇用関連」では、改善判断が続いている。

また、先行きについても、全体として引き続き改善判断となった。内訳をみると、「家計消費関連」では、小売関連においてプレミアム付商品券による個人消費の押し上げが見込まれ、サービス関連ではインバウンド客とシルバーウィークを利用する観光客で需要が盛り上がりと予想している。一方、「事業所向けビジネス関連」は、改善基調ではあるが、取引先の売上減少など一部先行きを不安視する声も聞かれる。「雇用関連」では、今後も求人増加が見込まれることから、改善判断が続いている。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断では、ボーナスの上昇が家計消費の増加に結びついた実感がなく、加えて長雨と猛暑により足元の景気回復のスピードはやや鈍った。しかし、インバウンド消費、プレミアム付商品券等の明るい材料もあり、先行きの景気は引き続き改善に向かっていると見ている。今後はこれらの好材料を呼び水として、持続的な消費拡大の動きにつながっていくことが期待される。

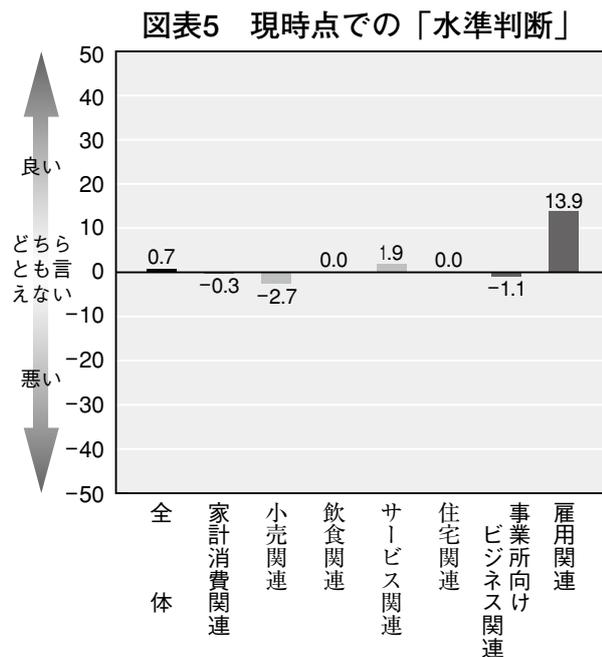
(安藤洋平・清亮介)

<参考>

現時点の景気は、全体として、“良い”と判断

7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+0.7で、前回調査を+0.7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(△2.7)はマイナスであったが、サービス関連(+1.9)がプラスとなり、全体で△0.3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+13.9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。