

平成 28 年 3 月 2 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 49 回

「静岡県版 景気ウォッチャー」調査(平成 28 年1月)

～暖冬により個人消費落ち込み、先行きも不透明感漂う～

現状判断

県内景気の「現状判断指数（方向性）」は 45.5 と、家計消費関連の業況が暖冬などにより 1 年ぶりに悪化判断に転じたことなどから、景気の横ばいを示す指数「50」を 1 年ぶりに下回り、前回調査からは△5.5 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 50.0 と横ばい判断となり、株価の下落などで先行き不透明感が強まった結果、前回調査から△3.8 ポイント低下した。

担当：清亮介

第49回 静岡県版「景気ウォッチャー調査（平成28年1月）」

暖冬により個人消費落ち込み、先行きも不透明感漂う

平成28年1月調査では、**現状判断指数は45.5**と、景気の“横ばい”を示す指数「50」を1年ぶりに下回り、**前回10月調査（51.0）から△5.5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50.0**と横ばい判断となり、**前回調査（53.8）からは△3.8ポイント低下した（図表1、4）**。

現状判断指数が悪化判断に転じた要因は、家計消費関連の業況が暖冬などにより1年ぶりに悪化判断に転じたことと、事業所向けビジネス関連の業況が受注減と販売不振により悪化したことが挙げられる。

先行き判断指数が低下した要因としては、年初来の株価の下落などにより先行き不透明感が強まった結果、家計消費関連（前回調査比△4.3ポイント）を中心に全ての分野で前回より低下し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.=45.5） 家計消費関連が悪化に転じ、全体でも悪化判断へ

- ・家計消費関連（D.I.=46.8） 家計消費落ち込み、小売・サービス関連が悪化判断
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=39.3） 受注の低迷に伴い、3年3カ月ぶりの低水準
- ・雇用関連（D.I.=50.0） 求職者が減少し、採用に結びつかず横ばい判断に

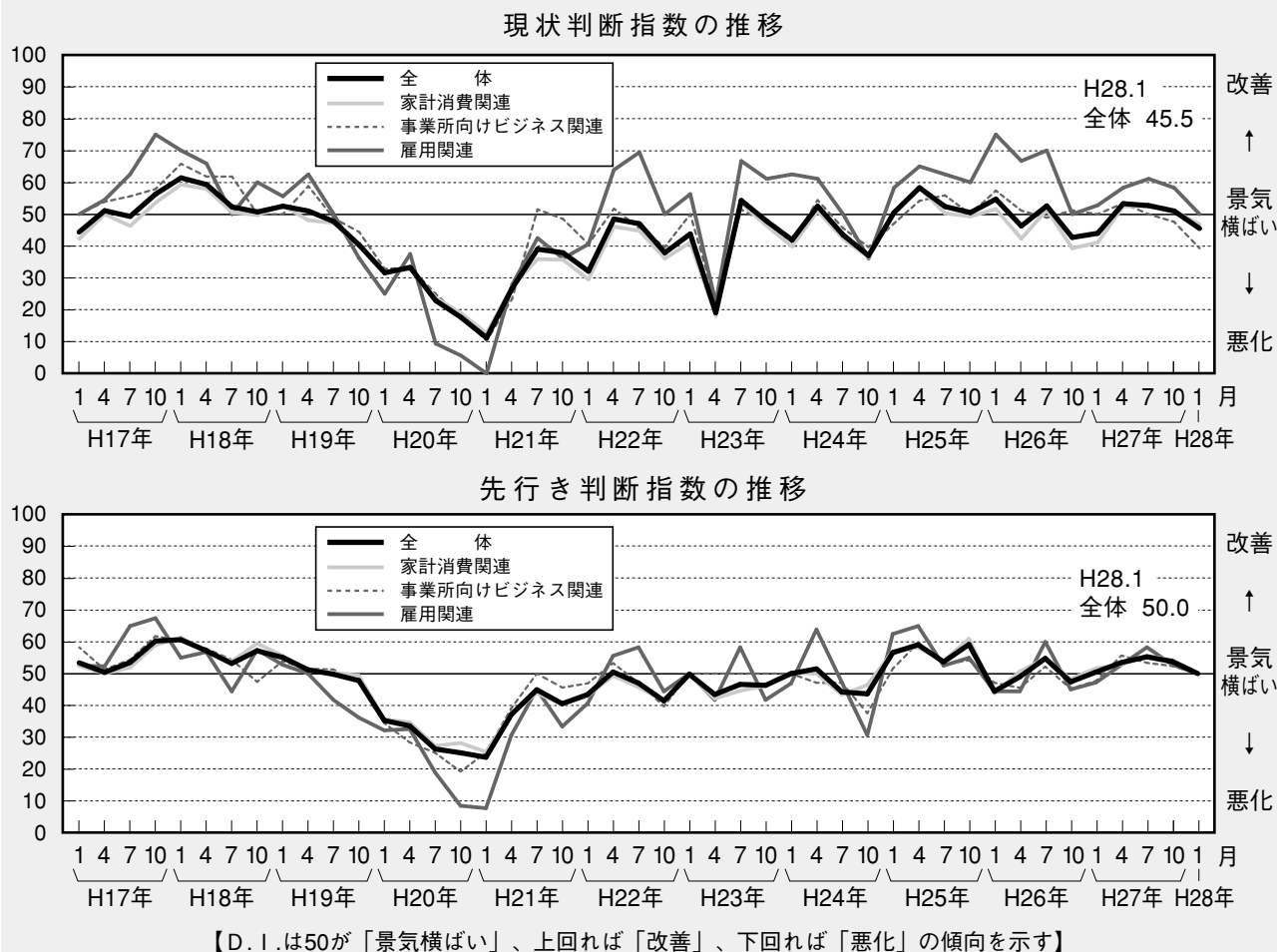
＜現状判断の理由＞ 「来客数」の減少により、悪化に転じる

- ・家計消費関連…サービス関連を中心に「来客数」が減少
- ・事業所向けビジネス関連…「受注量や販売量」が大きく減少
- ・雇用関連…「求人」が、非製造業で増加するも、製造業では減少

先行き判断（D.I.=50.0） 新年度に向けた期待あるも、全分野で横ばいの見通し

- ・家計消費関連（D.I.=50.0） 小売とサービス関連が後退し、停滞の見通し
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=50.0） 年度末の需要に期待がかかるも、横ばいに
- ・雇用関連（D.I.=50.0） 雇用情勢は、現状維持が続く見通し

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=26) 百貨店、スーパー、乗用車販売など
 - 飲食関連 (n=10) 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=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カ月先の予想)
- (4) 調査時点：平成28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100名で、有効回答率は90.9%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

家計消費関連が悪化に転じ、全体でも悪化判断へ

家計消費関連（D.I.=46.8）家計消費落ち込み、小売・サービス関連が悪化判断

家計消費関連の現状判断は46.8と、前回より△4.2ポイント低下し、横ばいを示す「50」を1年ぶりに下回った。内訳をみると、小売関連（41.3）は、暖冬の影響により「冬物重衣料品の売上が落ち込んでいる」（百貨店）、「鍋つゆ、おでん種などの冬物商品の販売が不振」（スーパー）など、季節商品の販売量が減少し、前回に続き悪化判断となった。飲食関連（52.5）では、「ここ3カ月の来客数、組数ともに前年同時期に比べ、月平均で5%弱増えている」（居酒屋）と明るい声が聞かれたが、サービス関連（44.0）では、「インバウンド客数が後退している」（観光ホテル）、「暖冬の影響で利用客が減っている」（タクシー）など、来客数が減少し、悪化判断に転じた。一方、住宅関連（63.9）では、「マイホームセンターの来場者数、案件相談件数ともに増えているとの声が多く、消費増税を見据えた動きが徐々に出てきている」（住宅・マンション販売）など、足元の景況は好調を継続している。

事業所向けビジネス関連（D.I.=39.3）受注の低迷に伴い、3年3カ月ぶりの低水準

事業所向けビジネス関連は39.3と、前回から△8.3ポイント低下しマイナス幅が拡大、3年3カ月ぶりの低水準となった。「クライアントからの広告出稿量が増えない」（広告）や「年末の繁忙期を過ぎ、例年1～2月は売上低調な時期のため、業況が悪くなっている」（運送）など、景況が悪化している。

雇用関連（D.I.=50.0）求職者が減少し、採用に結びつかず横ばい判断に

雇用関連は50.0と、前回から△8.3ポイント低下し、横ばい判断となった。「求人数は若干増加傾向を示している一方、求職者は減少傾向」（職業紹介）など、求職者数が減少している。

図表2 現状判断指数D.I.の推移

分野	調査時期								H28.1月	
	H26.1月	H26.4月	H26.7月	H26.10月	H27.1月	H27.4月	H27.7月	H27.10月	今回	前回比
全 体	54.7	46.3	52.6	42.7	44.0	53.3	52.7	51.0	45.5	△ 5.5
家計消費関連	51.6	42.3	51.4	39.3	41.1	52.5	52.4	51.0	46.8	△ 4.2
小売関連	52.6	29.0	50.8	37.9	44.0	50.0	46.4	46.6	41.3	△ 5.3
飲食関連	50.0	61.1	53.6	40.0	36.1	50.0	52.8	50.0	52.5	+ 2.5
サービス関連	52.7	50.0	49.0	39.4	37.0	53.8	57.7	51.0	44.0	△ 7.0
住宅関連	47.5	50.0	57.5	43.8	50.0	59.4	55.6	65.0	63.9	△ 1.1
事業所向けビジネス関連	57.4	51.1	48.9	51.2	50.0	53.4	50.0	47.6	39.3	△ 8.3
雇用関連	75.0	66.7	70.0	50.0	52.8	58.3	61.1	58.3	50.0	△ 8.3

＜現状判断の理由＞「来客数」の減少により、悪化に転じる

家計消費関連・・・サービス関連を中心に「来客数」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、「来客数の動き」を挙げる意見がサービス関連を中心に多く、「年末年始を含み、来場者数が減少している」（観光施設）などの声が聞かれた。また、小売関連では「気候の変動が大きく、農作物の出来が売上に影響している」（食品）など、「販売量の動き」を挙げる意見も聞かれた。

事業所向けビジネス関連・・・「受注量や販売量」が大きく減少

事業所向けビジネス関連では、“（やや）悪くなっている”の判断理由として、「受注量、売上高ともに前年度を割っている」（印刷）など、「受注量や販売量の動き」を挙げる意見が多く聞かれたほか、「取引先の様子」を挙げる声も聞かれた。

雇用関連・・・「求人」が、非製造業で増加するも、製造業では減少

雇用関連では、“（やや）良くなっている”と“（やや）悪くなっている”の判断理由として、「求人の動き」を挙げる意見が多く、「医療・福祉、建設、卸・小売などでは、人手不足により募集意欲が高い」（職業紹介）との声もあるが、「製造業の求人が減速している」（求人情報誌）などの意見もみられた。

図表3 景気の現状判断理由

＜家計消費関連（n＝66）＞

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＝18）	9	5	0	3	0	1
変わらない（n＝25）	7	10	5	3	0	0
（やや）悪くなっている（n＝23）	16	5	0	1	0	1

＜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＝1）	0	0	1	0	0
変わらない（n＝10）	7	0	3	0	0
（やや）悪くなっている（n＝9）	5	0	3	0	1

＜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）	2	0	0	0	0	1
変わらない（n＝3）	2	1	0	0	0	0
（やや）悪くなっている（n＝3）	2	0	0	0	0	1

※ 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 新年度に向けた期待あるも、全分野で横ばいの見通し

家計消費関連（D.I.=50.0）小売とサービス関連が後退し、停滞の見通し

家計消費関連の先行き判断は50.0と、前回調査（54.3）から△4.3ポイント低下し、横ばい判断となった。内訳をみると、小売関連（47.0）では、「株価の不安定感と品物の価格上昇に伴い、購買意欲の減退が懸念される」（宝飾品販売）など、最近の経済情勢などにより、先行きへの慎重な意見が多くみられた。飲食関連（52.5）では、「歓送迎会シーズンになるので、大型宴会など売上の増加が見込める」（外食チェーン）と、年度末に向けた需要を期待する声が聞かれた。サービス関連（48.0）では、「桜まつりなどの観光シーズン到来により、来客数の増加が見込まれる」（観光施設）と、春の行楽シーズンに期待する声があるものの、「花見などのイベント・行楽は以前ほど期待できない」（タクシー）など、改善と悪化の意見が混在した。一方、住宅関連（61.1）では、「来年4月に消費増税が行われると、注文住宅は今年9月までの契約が税率8%の対象となるので、徐々に良くなるのはほぼ確実」（住宅・マンション販売）と、消費増税前の駆け込み需要に対する期待が高まっている。

事業所向けビジネス関連（D.I.=50.0）年度末の需要に期待がかかるも、横ばいに

事業所向けビジネス関連は50.0と、前回から△2.4ポイント低下し、横ばい判断となった。「年度末に向け、官公庁および学校関係の動きが期待できる」（印刷）などの声がある一方、「メーカーの生産調整により、自動車関連の荷主からの受注が減少する」（運送）などの声も聞かれた。

雇用関連（D.I.=50.0）雇用情勢は、現状維持が続く見通し

雇用関連も50.0と、前回から△2.8ポイント低下し、横ばい判断となった。「株価などで先行き不透明感が強まり、中小企業では正規社員雇用へ積極的に踏み切ることができない」（人材派遣）など、当面は現状維持が続くとの声が聞かれた。

図表4 先行き判断指数D.I.の推移

分野	調査時期								H28.1月	
	H26.1月	H26.4月	H26.7月	H26.10月	H27.1月	H27.4月	H27.7月	H27.10月	今回	前回比
全 体	44.4	49.0	54.8	47.4	50.5	53.5	55.3	53.8	50.0	△ 3.8
家計消費関連	43.8	50.7	54.9	48.3	51.7	52.9	55.6	54.3	50.0	△ 4.3
小売関連	45.7	50.0	55.0	45.2	47.4	52.8	56.3	52.6	47.0	△ 5.6
飲食関連	38.9	47.2	57.1	57.5	47.2	55.6	52.8	60.0	52.5	△ 7.5
サービス関連	43.8	53.0	52.1	49.0	55.6	50.0	53.8	52.9	48.0	△ 4.9
住宅関連	42.5	50.0	60.0	46.9	59.4	59.4	61.1	57.5	61.1	+ 3.6
事業所向けビジネス関連	47.1	45.5	52.2	45.2	47.7	55.7	53.4	52.4	50.0	△ 2.4
雇用関連	44.4	44.4	60.0	45.0	47.2	52.8	58.3	52.8	50.0	△ 2.8

総括

足元の景況が後退する中、所得改善が景気回復のポイントに

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”を示す指数「50」を1年ぶりに下回り、前回調査からは△5.5ポイント低下した。「家計消費関連」では、暖冬による小売関連の売上不振に加え、インバウンドなどの来客数の減少によりサービス関連が悪化に転じたことで、景況感も悪化判断に転じた。また「事業所向けビジネス関連」でも、受注の低迷に伴いマイナス幅が拡大し、業況がさらに悪化。「雇用関連」では、求職者数が減少しているものの、横ばい判断にとどまった。

一方、先行きについては、前回調査から△3.8ポイント低下して50.0と、横ばい判断となった。「家計消費関連」では、4月からの新生活シーズンや春の行楽関連の需要を期待しつつも、小売やサービス関連を中心に先行き不透明感が強く、横ばい見通しとなった。「雇用関連」も、決め手を欠くため現状維持とする見方が強い。また、「事業所向けビジネス関連」も、年度末の需要に対する期待と慎重な意見が混在し、横ばい見通しとなっている。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断では、暖冬により季節感が薄れたことで、消費者の購買意欲の盛り上がりを欠き、足元の景況感は落ち込んでいる。また、先行きについては、春に向けて年度の切り替わりに関わる需要を期待するものの、中国経済の減速や世界的な株安などにより、先行き不透明感が強まり、景況感も後退している。消費を刺激するプラス材料に乏しい中、今後、冷え込んだ消費マインドを浮揚させ、景気を再び回復軌道に乗せるためには、所得改善がカギとなろう。

(清亮介)

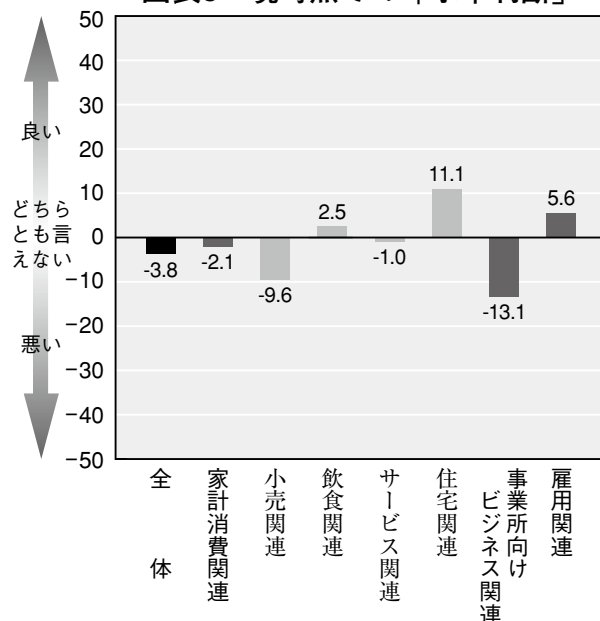
<参考>

現時点の景気は、家計消費関連が“悪い”に転じ、悪化判断に

1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△3.8と、前回調査（0.7）から△4.5低下し、基準値0を下回った（図表5）。

内訳をみると、小売関連（△9.6）のマイナス幅が大きく拡大した結果、家計消費関連が△2.1と“悪い”に転じた。また、事業所向けビジネス関連も△13.1と、大幅なマイナスになったが、雇用関連は+5.6と、引き続き“良い”と判断された。

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。