

平成 29 年 2 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 53 回

## 「静岡県版 景気ウォッチャー」調査(平成 29 年 1 月)

～内外情勢の不透明感強まり、景況感は停滞が続く～

#### 現状判断

平成 29 年 1 月実施の「静岡県版 景気ウォッチャー」調査では、内外情勢の先行き不透明感が強まり、消費マインドが回復していないことなどから、県内景気の「現状判断指数（方向性）」は 44.9 と、前回 10 月調査(44.6)からは+0.3 ポイント上昇したものの、景気の横ばいを示す指数「50」を 5 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も 49.8 と、前回 10 月調査(48.5)から+1.3 ポイント上昇したが、トランプ新大統領の政策運営など海外情勢の不透明感が一段と強まったことなどから、4 期連続の悪化判断となった。

担当：大石史子



第53回 静岡県版「景気ウォッチャー調査（平成29年1月）」

内外情勢の不透明感強まり、景況感は停滞が続く

平成29年1月調査の現状判断指数は44.9で、前回10月調査（44.6）から+0.3ポイント改善したが（図表1、2）、景気の“横ばい”を示す指数「50」を5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も49.8と、前回10月調査（48.5）から+1.3ポイント上昇したが、4期連続で「50」を下回った（図表1、4）。

現状について悪化判断が続いた要因は、内外情勢の先行き不透明感が強まり、消費マインドが回復していないことが挙げられる。家計消費関連では小売関連を中心に客数、販売量ともに振るわず、事業所向けビジネス関連では受注量の減少により売上が伸び悩んだ。

先行きについては、大河ドラマ「おんな城主 直虎」の放映開始で西部地域を中心に観光客の増加が期待され、サービス関連を含む家計消費関連に回復の兆しがみられる。一方、トランプ新大統領の政策運営など海外情勢の不透明感が一段と強まり、事業所向けビジネス関連、雇用関連の2分野では悪化判断が続いている。消費マインドの停滞や人手不足など、景気回復に向けた明るい材料が乏しいなか、消費意欲を喚起する施策の着実な推進が強く求められる。

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.=44.9）** 雇用は改善続くも、全体では悪化判断が続く

- ・家計消費関連（D.I.=43.5） 住宅の改善が一服、小売関連も悪化
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=42.9） 好転材料に乏しく、悪化判断が続く
- ・雇用関連（D.I.=60.0） 業種を問わず求人が増加し、大幅に改善

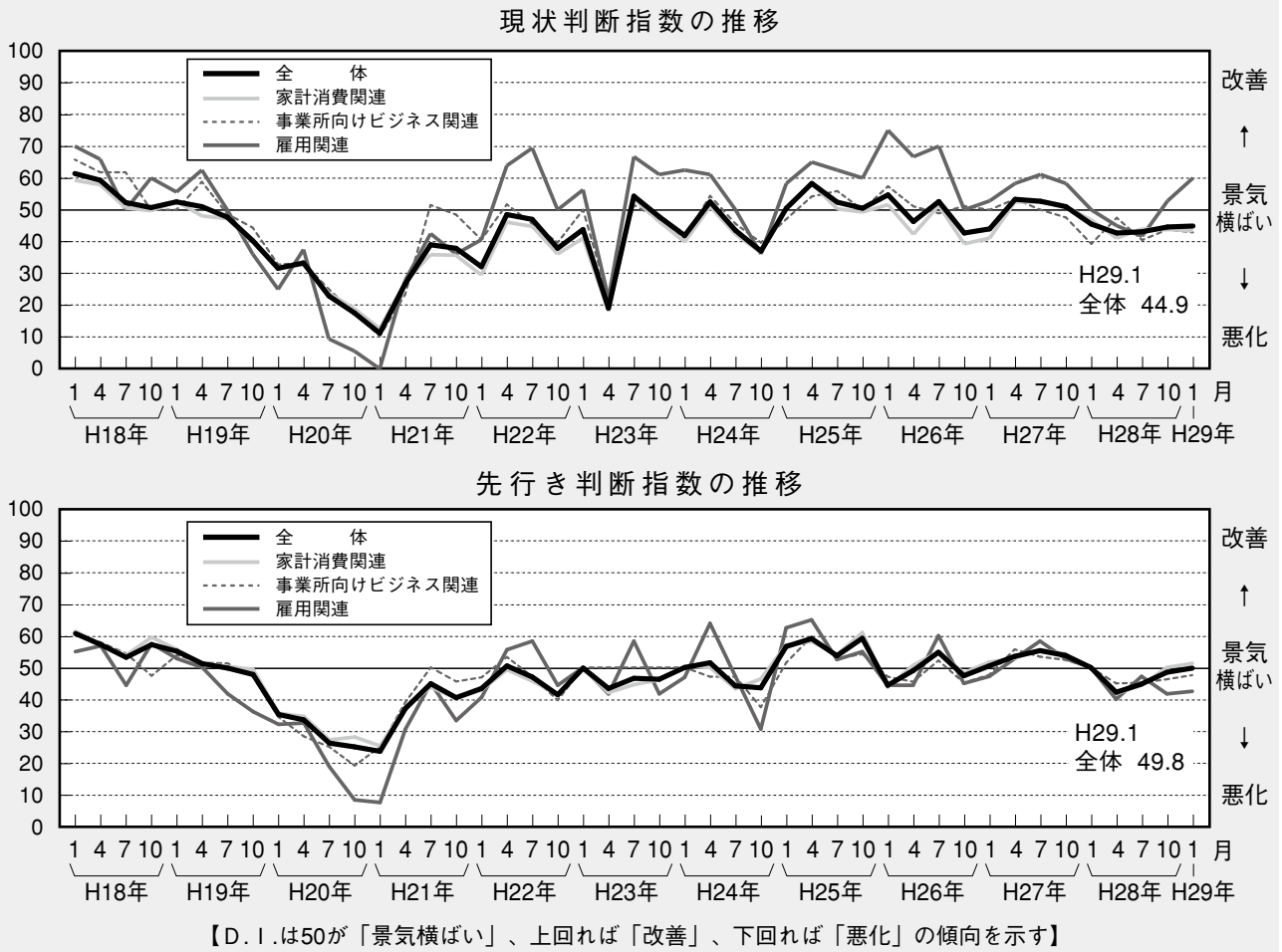
<現状判断の理由>

- ・家計消費関連・・・小売・サービス関連を中心に「来客数」と「販売量」が落ち込む
- ・事業所向けビジネス関連・・・「受注量」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.=49.8）** 海外情勢への不安が高まり、水面下での推移が続く

- ・家計消費関連（D.I.=51.3） サービス関連が上昇、全体でも改善の兆し
- ・事業所向けビジネス関連（D.I.=47.6） 受注の伸び悩みや原油価格の上昇が懸念材料
- ・雇用関連（D.I.=42.5） 内外情勢の不透明感を受けて、悪化見通し

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=77)
      - (内訳) 小売関連 (n=30) 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=27) 観光ホテル、旅行代理店など
      - 住宅関連 (n=10) 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1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108名で、有効回答率は100%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
点 数	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 雇用は改善続くも、全体では悪化判断が続く

### 家計消費関連（D.I.=43.5）住宅の改善が一服、小売関連も悪化

家計消費関連の現状判断は43.5と、前回より△0.3ポイント低下し、引き続き横ばいを示す「50」を下回る悪化判断となった。内訳をみると、小売関連（36.7）では、「食料品やセール品は堅調だが、高級品の売上が低下」（百貨店）、「買い控えが目立つ」（宝飾品販売）など、内外情勢の不透明感を受けて消費マインドが悪化した様子が伺える。飲食関連（42.5）では、「年末は好調だったが、年明けから来客数が極めて減少」（割烹）、「急に寒くなり、外に出ないようだ」（居酒屋）と、年明け以降気温の低い日が続き客足が遠のいたことなどが響き、悪化判断が続いた。サービス関連（48.1）は、「正月は天候に恵まれ、周辺旅館の宿泊者も増加し、来園者が増えた」（観光施設）といったコメントがみられた一方で、「年始の日並びが悪く、新年会の団体客が少なくなった」（観光ホテル）など、改善と悪化の意見が混在した。住宅関連（52.5）は、「展示場来客数が全体的に伸びている」（住宅・マンション販売）と、足元の景況は好調を維持しているが、前回調査からは低下した。

### 事業所向けビジネス関連（D.I.=42.9）好転材料に乏しく、悪化判断が続く

事業所向けビジネス関連は42.9と、前回から△0.9ポイント低下し、横ばいを示す「50」を下回り引き続き悪化判断となった。「印刷業界全体の構造不況が続いて、紙代などが上がってもなかなか受注価格に反映できない状況が続いている」（印刷）、「客先の閉店などが増えている」（広告）などの意見が挙げられた。

### 雇用関連（D.I.=60.0）業種を問わず求人が増加し、大幅に改善

雇用関連は60.0と、前回から+7.2ポイント上昇し、前回調査に続き改善判断となった。「人手不足感はますます強くなっており、業種職種を問わず求人は増加している」（職業紹介）などの意見が寄せられた。

図表2 現状判断指数D.I.の推移

分野	調査時期								H29.1月	
	H27.1月	H27.4月	H27.7月	H27.10月	H28.1月	H28.4月	H28.7月	H28.10月	今回	前回比
全体	44.0	53.3	52.7	51.0	45.5	42.7	43.1	44.6	44.9	+ 0.3
家計消費関連	41.1	52.5	52.4	51.0	46.8	41.1	44.0	43.8	43.5	△ 0.3
小売関連	44.0	50.0	46.4	46.6	41.3	36.6	38.0	41.1	36.7	△ 4.4
飲食関連	36.1	50.0	52.8	50.0	52.5	40.0	55.6	35.0	42.5	+ 7.5
サービス関連	37.0	53.8	57.7	51.0	44.0	43.3	42.3	42.0	48.1	+ 6.1
住宅関連	50.0	59.4	55.6	65.0	63.9	50.0	49.7	66.7	52.5	△14.2
事業所向けビジネス関連	50.0	53.4	50.0	47.6	39.3	47.5	40.5	43.8	42.9	△ 0.9
雇用関連	52.8	58.3	61.1	58.3	50.0	45.5	41.7	52.8	60.0	+ 7.2

## <現状判断の理由>

### 家計消費関連…小売・サービス関連を中心に「来客数」と「販売量」が落ち込む

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。「客単価、買い上げ点数は前年同月同様であるが、同一客の来店頻度が減少」(スーパー)、「牛肉価格の高騰が続き、売れ行きが低調であった」(精肉店)などの意見が挙げられた。

### 事業所向けビジネス関連…「受注量」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、「広告媒体の受注が思ったほど伸びていない」(印刷)、「受注量などに新しい変化(増減)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、「求人増、求職減で有効求人倍率が2カ月連続で2倍を超えた」(職業紹介)、「全業種で求人数が増加している」(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=74)>

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=10)	6	3	1	0	0	0
変わらない(n=42)	25	12	2	3	0	0
(やや)悪くなっている(n=22)	11	8	0	1	0	2

#### <事業所向けビジネス関連(n=21)>

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=2)	1	1	0	0	0
変わらない(n=12)	8	1	2	1	0
(やや)悪くなっている(n=7)	6	0	1	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=5)	5	0	0	0	0	0
変わらない(n=4)	2	1	1	0	0	0
(やや)悪くなっている(n=1)	1	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 海外情勢への不安が高まり、水面下での推移が続く

### 家計消費関連（D.I.=51.3）サービス関連が上昇、全体でも改善の兆し

家計消費関連の先行き判断は51.3と、前回調査（50）から+1.3ポイント上昇し、わずかながら改善の兆しがみられる。内訳をみると、小売関連（45.7）では、「来月も新型車発表を控えているので、好調維持が見込まれる」（乗用車販売）といった明るい声も一部で聞かれた反面、「株価の乱高下が予想され、好材料に乏しい」（宝飾品販売）、「天候不順の影響から野菜相場が高止まりしそう」（スーパー）など、消費者の購買意欲に影を落とす要素も挙げられた。飲食関連（50.0）では、「宴会がだんだん取れなくなっている」（飲食店）、「送別会に期待したいが苦戦しそう」（居酒屋）など、年度末に向けた需要も盛り上がり欠けるようだ。一方、サービス関連（56.7）は、「大河ドラマの影響で周辺旅館の客数および観光客の増加が期待される」（観光施設）など県西部を中心に観光客の増加が期待され、大幅な改善見通しとなった。住宅関連（55.0）は、「戸建展示場、マンションショールームともに来場者数は増えないが商談決定率は高くなっており、この傾向がしばらく続くと思われる」（住宅・マンション販売）など、底堅く推移する見通しとなった。

### 事業所向けビジネス関連（D.I.=47.6）受注の伸び悩みや原油価格の上昇が懸念材料

事業所向けビジネス関連は47.6と、前回から+1.3ポイント上昇したものの、引き続き悪化する見通し。「米国のTPP離脱など、米国第一主義政権のなか、自動車産業を中心に影響が予想される」（リース）ほか、「原油価格の上昇」（運送）なども懸念されている。

### 雇用関連（D.I.=42.5）内外情勢の不透明感を受けて、悪化見通し

雇用関連は42.5と、前回から+0.8ポイント上昇したが、引き続き悪化見通しとなった。「年度末に入ること求人動きは落ち着くとみている」（求人情報誌）、「国内外の不透明感から新たに求人する企業が増えるかどうか懸念される」（職業紹介）など、先行きの雇用情勢は後退するとみている。

図表4 先行き判断指数D.I.の推移

分野	調査時期	H27.1月	H27.4月	H27.7月	H27.10月	H28.1月	H28.4月	H28.7月	H28.10月	H29.1月	
										今回	前回比
全体		50.5	53.5	55.3	53.8	50.0	42.2	44.8	48.5	49.8	+ 1.3
家計消費関連		51.7	52.9	55.6	54.3	50.0	41.7	44.4	50.0	51.3	+ 1.3
	小売関連	47.4	52.8	56.3	52.6	47.0	37.5	40.7	49.1	45.7	△ 3.4
	飲食関連	47.2	55.6	52.8	60.0	52.5	52.5	41.7	52.5	50.0	△ 2.5
	サービス関連	55.6	50.0	53.8	52.9	48.0	39.0	44.2	48.0	56.7	+ 8.7
	住宅関連	59.4	59.4	61.1	57.5	61.1	50.0	58.3	55.6	55.0	△ 0.6
事業所向けビジネス関連		47.7	55.7	53.4	52.4	50.0	45.0	45.2	46.3	47.6	+ 1.3
雇用関連		47.2	52.8	58.3	52.8	50.0	40.0	47.2	41.7	42.5	+ 0.8



## 総括

### 消費意欲を喚起する施策の推進に期待

今回の景気判断を総括すると、まず現状判断指数は44.9となり、“景気の横ばい”を示す指数「50」を5期連続で下回った。分野別にみると、「家計消費関連」では、内外情勢の先行き不透明感が強まり、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、受注量の減少を主因に売上が伸び悩み、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ため、大幅な改善判断となった。

一方、今後についても、先行き判断指数は49.8と、前回調査から+1.3ポイント上昇したものの、4期連続で「50」を下回った。「家計消費関連」では、観光を含むサービス関連がけん引し改善見通しとなったものの、「事業所向けビジネス関連」、「雇用関連」では、海外情勢の急変による企業活動への影響が不安視され、景況感は水面下での推移が続く。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断では、トランプ新大統領の政策運営に対する不安の強まりなどを受けて、慎重な見方が続いている。先行きについても、欧州各国での国政選挙などが予定され、海外の政治・経済情勢や金融市場の動向などに一層注意が必要となる。県内では、西部地域を舞台とした大河ドラマ「おんな城主 直虎」の放映開始などを背景に観光客の増加に期待がかかるものの、消費者の根強い節約意識や人手不足は引き続き景気回復の足かせとなる可能性が高く、2月に始まったプレミアムフライデーなど消費意欲を喚起する施策の着実な推進が強く求められている。

(大石史子)

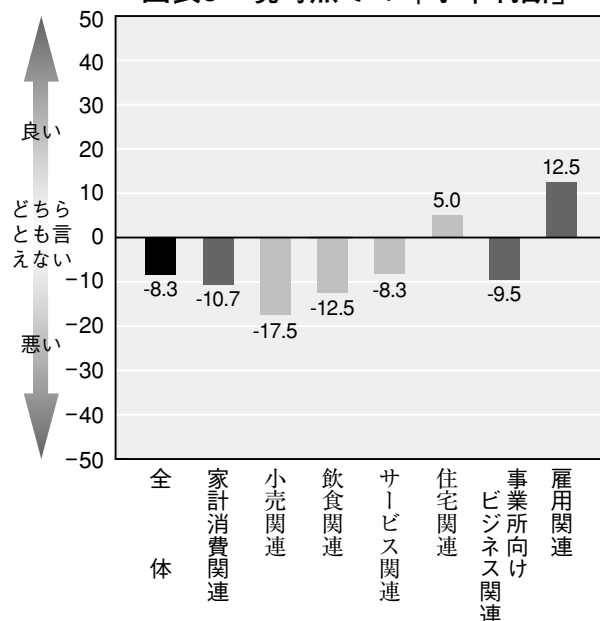
#### <参考>

#### 現時点の景気は、雇用関連で“良い”に転じるが、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△8.3と、前回調査(△7.4)から△0.9ポイント低下し、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(△17.5)のマイナスが大きく、全体では△10.7となった。事業所向けビジネス関連も△9.5で“悪い”と判断されたが、雇用関連は+12.5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。