

2021年2月24日

～第69回 静岡県版 景気ウォッチャー調査(2021年1月)～

コロナ感染再拡大で過去最大の下落幅を記録

静岡経済研究所(理事長 一杉逸朗)では、1月中旬に実施した「景気ウォッチャー調査」の結果をとりまとめましたので、ご案内します。

現状判断(概要)

- 県内景気の「現状判断指数(方向性)」は24.0と、前回10月調査(57.0)から△33.0ポイントと調査開始(2004年1月)以来、過去最大の下落幅を記録し、景気の“横ばい”を示す指数「50」を再び下回った。
- 家計消費関連において、Go To キャンペーンの一時停止などによる急激な落ち込みがみられた。事業所向けビジネス関連と雇用関連も持ち直しの兆しが見えた状況が一転し、悪化判断となった。

先行き判断(概要)

- 2～3カ月先の景況感を示す「先行き判断指数(方向性)」は37.4と、前回調査(47.0)から△9.6ポイント落ち込み、8期連続で「50」を下回った。
- 新型コロナウイルスによる経済低迷の長期化懸念など、サービス関連を中心に先行きがまったく見えず、悪化判断が続く見通し。

※本件のお問い合わせ先 担当(中澤 郁弥)

第 69 回 静岡県版 景気ウォッチャー調査 (2021 年 1 月)

コロナ感染再拡大で、過去最大の下落幅を記録

2021年1月調査の現状判断指数は24.0で、前回10月調査(57.0)から△33.0ポイントと、調査開始(2004年1月)以来、過去最大の下落幅を記録し、景気の“横ばい”を示す指数「50」を再び下回った(図表1、2)。また、2～3カ月先の景況感を示す先行き判断指数は37.4と、前回調査(47.0)から△9.6ポイント落ち込み、8期連続で「50」を下回った(図表1、4)。

現状判断については、年末年始のコロナ感染再拡大の影響が大きく、家計消費関連において、サービス関連を中心にGo To キャンペーンの一時停止による宿泊予約の取消しが相次ぐなど、急激に悪化した。事業所向けビジネス関連と雇用関連についても、持ち直しの兆しが見えた状況が一転し、再び「50」を大幅に下回る悪化判断となった。

先行きについては、家計消費関連では、首都圏などを対象に緊急事態宣言の1カ月延長が決まったことで、サービス関連を中心に新型コロナウイルスによる経済低迷の長期化が懸念され、悪化判断が続く。事業所向けビジネス関連や雇用関連においても、感染の収束が見込めないことから、引き続き悪化判断となった。

< 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.=24.0) 過去最大の下落幅となり、全分野で悪化判断に転じる

- ・家計消費関連 (D.I.=21.1) 新型コロナの感染再拡大により、大幅に悪化
- ・事業所向けビジネス関連 (D.I.=28.8) 受注の減少が続き、悪化判断に転じる
- ・雇用関連 (D.I.=36.1) 全体的に新規求人数は減少傾向にあり、再び悪化判断に

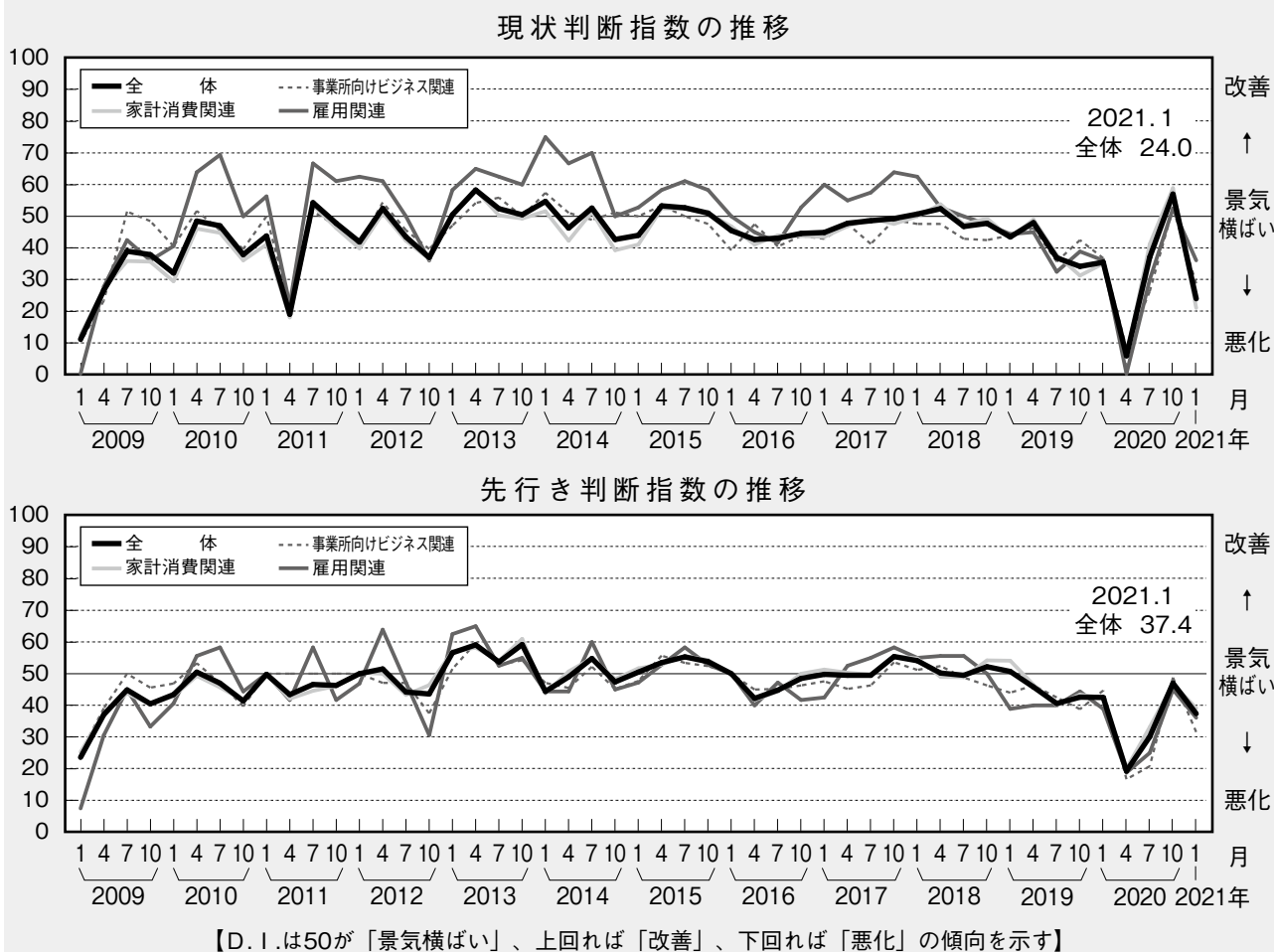
< 現状判断の理由 >

- ・家計消費関連・・・「来客数」や「販売量」の減少から、悪化判断
- ・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・・・「求人の動き」や「求職者の動き」から、悪化判断

先行き判断 (D.I.=37.4) 感染の収束が見通せず、さらなる悪化を懸念

- ・家計消費関連 (D.I.=39.1) コロナにより先行きがまったく見えず、悪化を見込む
- ・事業所向けビジネス関連 (D.I.=31.6) コロナの影響が長引き、悪化判断が続く
- ・雇用関連 (D.I.=36.1) 企業の業績悪化による求人数の減少を懸念

図表1 現状判断指数(D.I.)と先行き判断指数(D.I.)の推移



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=71)
 - (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=8) …… 飲食店、外食チェーンなど
 - サービス関連 (n=23) …… 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=20) …… 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：2021年1月中旬
- (5) 回答状況：調査対象103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97.1%である。

* 景気判断指数とは、景気の実況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	現状判断	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている
	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 過去最大の下落幅となり、全分野で悪化判断に転じる

家計消費関連 (D.I.=21.1) 新型コロナの感染再拡大により、大幅に悪化

家計消費関連の現状判断指数は21.1と、前回から△37.8ポイントと大幅に低下し、横ばいを示す「50」を再び下回り、悪化判断に転じた。内訳をみると、小売関連(26.7)では、「コロナへの警戒のためか、商店街へ訪れる人が減少した」(靴販売)や、「コロナ再拡大により入店客、売上が大幅に減少。3密を気を付けてか年始の初売りも前年から減少」(百貨店)など、来店客の減少が顕著だった。飲食関連(12.5)とサービス関連(7.6)は下落幅が特に大きく、「客足が多少戻りつつあったが、Go To キャンペーンの一時的停止により減少に転じた」(外食チェーン)や、「12月に入った時点で1月の予約はすでに満室であったが、Go To キャンペーンの停止により9割がキャンセル」(観光ホテル)、「Go To キャンペーンの停止、首都圏への緊急事態宣言の影響により、客足が減少した」(同)など、Go To キャンペーンに振り回された様子が多くの回答者からうかがえた。住宅関連(42.5)では、「イベントを実施しても来場者が少ない」(住宅・マンション販売)など、来客数の減少を嘆く声が多く挙がった。

事業所向けビジネス関連 (D.I.=28.8) 受注の減少が続き、悪化判断に転じる

事業所向けビジネス関連は28.8と、前回から△23.7ポイント低下し、横ばいを示す「50」を再び下回った。「従来あった案件がなくなり、見積り価格の下げ合いが始まった」(印刷)や、「周りの状況を見る限り、仕事量が元に戻っているようにはまったく感じられない」(社労士事務所)など、受注の減少に悩まされている様子である。

雇用関連 (D.I.=36.1) 全体的に新規求人数は減少傾向にあり、再び悪化判断に

雇用関連は36.1と、前回から△16.4ポイント低下し、悪化判断に転じた。「製造業についてはコロナ前に戻りつつある企業が増えた」(職業紹介)と、業種によっては改善の兆しが見え始めたが、「新規求人数は、コロナの再拡大により減少が止まらず、前年同月比で15カ月連続で減少している」(同)など、求人数の減少を指摘する声が多かった。

図表2 現状判断指数D.I.の推移

分野	調査時期	2019年				2020年				2021.1月	
		1月	4月	7月	10月	1月	4月	7月	10月	今回	前回比
全体		43.5	48.0	36.9	34.2	35.5	6.0	37.1	57.0	24.0	△33.0
家計消費関連		43.2	49.0	37.8	31.3	34.9	5.9	41.2	58.9	21.1	△37.8
	小売関連	40.8	44.0	37.1	26.8	33.0	9.4	44.2	55.0	26.7	△28.3
	飲食関連	41.7	46.9	36.1	30.6	30.6	0.0	37.5	59.4	12.5	△46.9
	サービス関連	44.0	55.0	39.0	35.0	38.5	0.0	38.0	63.6	7.6	△56.0
	住宅関連	50.0	50.0	38.9	35.0	35.0	15.0	42.5	60.0	42.5	△17.5
事業所向けビジネス関連		44.0	46.3	35.7	42.5	37.5	8.3	26.3	52.5	28.8	△23.7
雇用関連		44.4	45.0	32.5	38.9	36.1	0.0	30.0	52.5	36.1	△16.4

<現状判断の理由>

家計消費関連…「来客数」や「販売量」の減少から、悪化判断

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」との回答がもっとも多く、「県のコロナ警戒レベル引上げ等により、客足が減少」(百貨店)や、「新型コロナウイルス感染拡大に伴って、外食への警戒感が強くなり来客数が減っている」(割烹)など、新型コロナの感染再拡大の影響を挙げる声が多かった。また、「Go To トラベルの一時停止により、販売量が激減した」(旅行代理店)など、「販売量の動き」を指摘する意見もあった。

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、“(やや)悪くなっている”の判断理由として、「新型コロナ感染症の影響で取引先の状況が良くなく、受注量、販売量が5月以降落ち込んだままで、回復の兆しが見えて来ない」(印刷)など「受注量や販売量の動き」を挙げる声が多かった。

雇用関連…「求人の動き」や「求職者の動き」から、悪化判断

雇用関連では、“(やや)悪くなっている”の判断理由として、「求人の動き」や「求職者の動き」を挙げる声が多かった。「求人提出件数が前年同月と比較して減少が続いている」(職業紹介)や、「接客、飲食等のコロナの影響を受けた業界の求職者が増加」(人材派遣)など、就労機会が減少している様子がうかがえる。

図表3 景気の現状判断理由

<家計消費関連(n=69)>

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=4)	1	3	0	0	0	0
変わらない(n=12)	6	5	0	1	0	0
(やや)悪くなっている(n=53)	37	8	2	3	1	2

<事業所向けビジネス関連(n=17)>

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)	1	0	0	0	0
変わらない(n=5)	2	1	2	0	0
(やや)悪くなっている(n=11)	7	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=2)	2	0	0	0	0	0
変わらない(n=2)	1	0	1	0	0	0
(やや)悪くなっている(n=5)	2	2	0	1	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

感染の収束が見通せず、さらなる悪化を懸念

家計消費関連 (D.I.=39.1) コロナにより先行きがまったく見えず、悪化を見込む

家計消費関連の先行き判断は39.1と、前回調査(46.8)から△7.7ポイント低下し、横ばいを示す「50」を8期連続で下回り、悪化判断となった。内訳をみると、小売関連(37.5)では、「年度末の売上が見出せない」(文房具販売)や、「初売りが終わり、本来は期末セールに向かって良くなるはずだが、コロナの影響で来店客の減少に歯止めがきかない」(乗用車販売)など、年度末需要の消失を懸念する回答がみられた。飲食関連(40.6)とサービス関連(39.1)では、「見通しが立たないのでなんとも言えない」(飲食店)や、「とにかくひどい状態で、まったく見通しが立たない」(都市型ホテル)など、新型コロナウイルスの影響が大きく、先を見通せないとの声が多く挙がった。住宅関連(42.5)は、「展示場来場客は減少しているが、商談客は減っていない傾向が続いている」(住宅・マンション販売)など、「変わらない」とする回答があった一方、「ワクチン接種がスムーズに実施され効果が得られる前に、消費が激しく落ち込みそう」(住宅・マンション販売)など、消費の停滞を懸念している。

事業所向けビジネス関連 (D.I.=31.6) コロナの影響が長引き、悪化判断が続く

事業所向けビジネス関連は31.6と、前回調査(48.8)から△17.2ポイント低下し、11期連続で悪化判断となった。「第3波の収束が見通せない中で、企業の設備投資マインドの冷え込みの長期化が懸念される」(リース)など、新型コロナウイルスの影響が続く限り改善は難しいとの意見が聞かれた。

雇用関連 (D.I.=36.1) 企業の業績悪化による求人数の減少を懸念

雇用関連は36.1と、前回調査(45.0)から△8.9ポイント低下し、横ばいを示す「50」を9期連続で下回った。「新型コロナウイルスの収束の見通しがまったく立たない中で、求人減少傾向が止まる事がまったく予想できない」(職業紹介)など、企業業績の悪化による求人数の減少を指摘する声が聞かれた。

図表4 先行き判断指数D.I.の推移

分野	調査時期	2019年				2020年				2021.1月	
		1月	4月	7月	10月	1月	4月	7月	10月	今回	前回比
全体		50.7	45.8	40.6	42.6	42.2	19.3	30.1	47.0	37.4	△ 9.6
家計消費関連		54.1	46.5	40.1	43.4	42.1	20.1	33.1	46.8	39.1	△ 7.7
	小売関連	50.0	46.6	41.1	40.2	44.6	15.6	35.0	48.3	37.5	△10.8
	飲食関連	58.3	46.9	44.4	44.4	36.1	17.9	31.3	50.0	40.6	△ 9.4
	サービス関連	55.0	45.0	40.0	47.0	40.4	19.4	34.8	43.2	39.1	△ 4.1
	住宅関連	60.0	50.0	33.3	42.5	45.0	37.5	25.0	47.5	42.5	△ 5.0
事業所向けビジネス関連		44.0	46.3	42.5	38.8	43.8	16.7	20.8	48.8	31.6	△17.2
雇用関連		38.9	40.0	40.0	44.4	38.9	18.8	25.0	45.0	36.1	△ 8.9

総括

新型コロナの感染再拡大により、県内景気は再び停滞

今回の景気判断を総括すると、まず現状判断指数は24.0と、前回調査57.0から△33.0ポイントと過去最大の下落幅を記録し、景気の横ばいを示す指数「50」を下回り、全分野で悪化判断に転じた。「家計消費関連」では、Go To キャンペーンの一時的停止などの影響で、来店客、販売量ともに減少し、景況感が悪化。「事業所向けビジネス関連」では、回り始めた経済が再び失速したことで受注量が減少し、「雇用関連」でも求人数の減少など企業の慎重な様子がうかがえた。

先行き判断指数は37.4と、前回調査（47.0）から△9.6ポイント低下し、引き続き悪化判断となった。「家計消費関連」では、新型コロナウイルスの影響が大きいサービス関連を中心に先行きがまったく見えない状態に陥り、年度末需要などにも期待ができず、厳しい見通しとなった。「事業所向けビジネス関連」では、新型コロナウイルスの影響が続く限り改善は見込めないとの声が挙がった。「雇用関連」も、企業業績の悪化による求人数の減少を懸念する声が聞かれた。

以上、静岡県内のウォッチャーによる景気判断は、新型コロナウイルスの感染再拡大による消費低迷や先行き不透明感から、再び悪化へと転じた。今後については、ウォッチャーの多くがさらなる悪化を懸念している。ワクチン接種がスムーズに進み一刻も早く感染が収まり、不安が解消されることが望まれる。

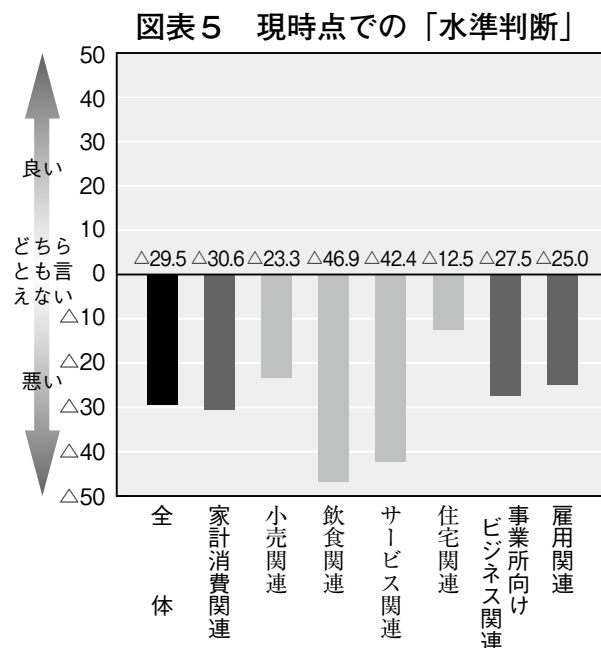
(中澤 郁弥)

<参考>

現時点の景気は、すべての分野で“悪い”との判断が続く

現時点での景気が“良いか悪い”を聞いた「水準判断」は△29.5と、基準値「0」を下回った（図表5）。

家計消費関連は△30.6で、とりわけ、飲食関連（△46.9）やサービス関連（△42.4）で、“悪い”との判断が目立つ。事業所向けビジネス関連も△27.5、雇用関連も△25.0と、すべての分野で“悪い”との判断となった。



※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で最大値は+50、最小値は△50。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。