

## 経済レポート

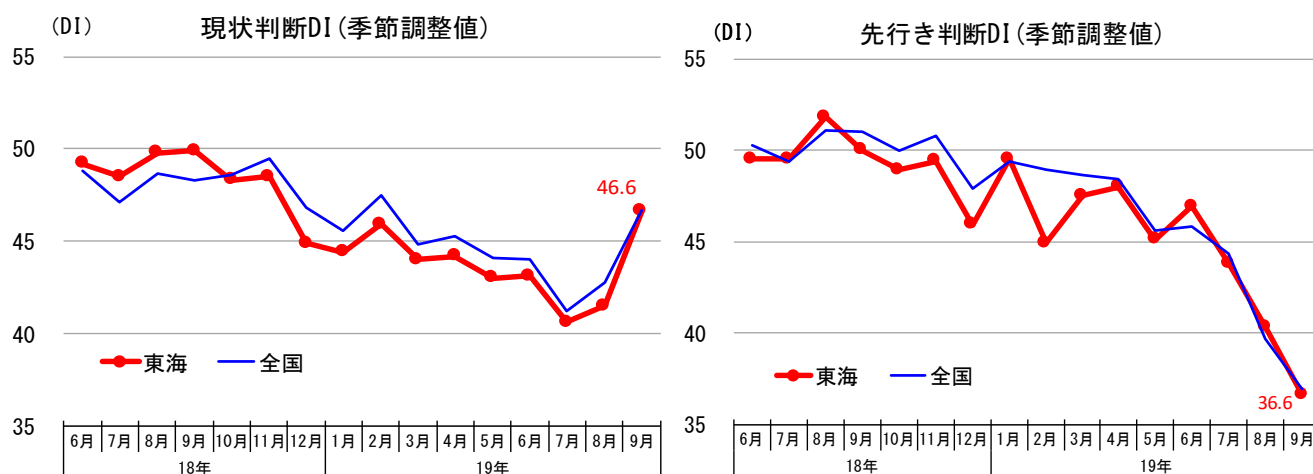
# 景気ウォッチャー調査(東海地区:2019年9月)

～ 現状判断DIは駆け込み消費で大幅改善、先行きは一段と悪化～

調査部 主任研究員 塚田裕昭

- 10月8日に内閣府が公表した「景気ウォッチャー調査」によると、東海地区の9月<sup>1</sup>の

現状判断DI(季節調整値)は、前月差+5.1ポイントの46.6と2ヶ月連続で上昇した。  
先行き判断DI(季節調整値)は、前月差-3.7ポイントの36.6と3ヶ月連続で低下した。



- 当社では、東海地区の景気ウォッチャーの見方を

弱い動きが見られる。先行きについては、消費税率引き上げによる節約志向の高まりや海外情勢等に対する懸念が高まっている。

とまとめ、基調判断を据え置いた。駆け込み消費により一時的に改善したものの基調は弱い。

(前月のまとめ)

「弱い動きが見られる。先行きについては、消費税率引き上げによる節約志向の高まりや海外情勢等に対する懸念がみられる。」

- 内閣府では、全国調査での景気ウォッチャーの見方を

このところ回復に弱い動きがみられる。なお、消費税率引上げに伴う駆け込み需要が一部にみられる。先行きについては、消費税率引上げや海外情勢等に対する懸念がみられる。

とまとめている。

(前月のまとめ)

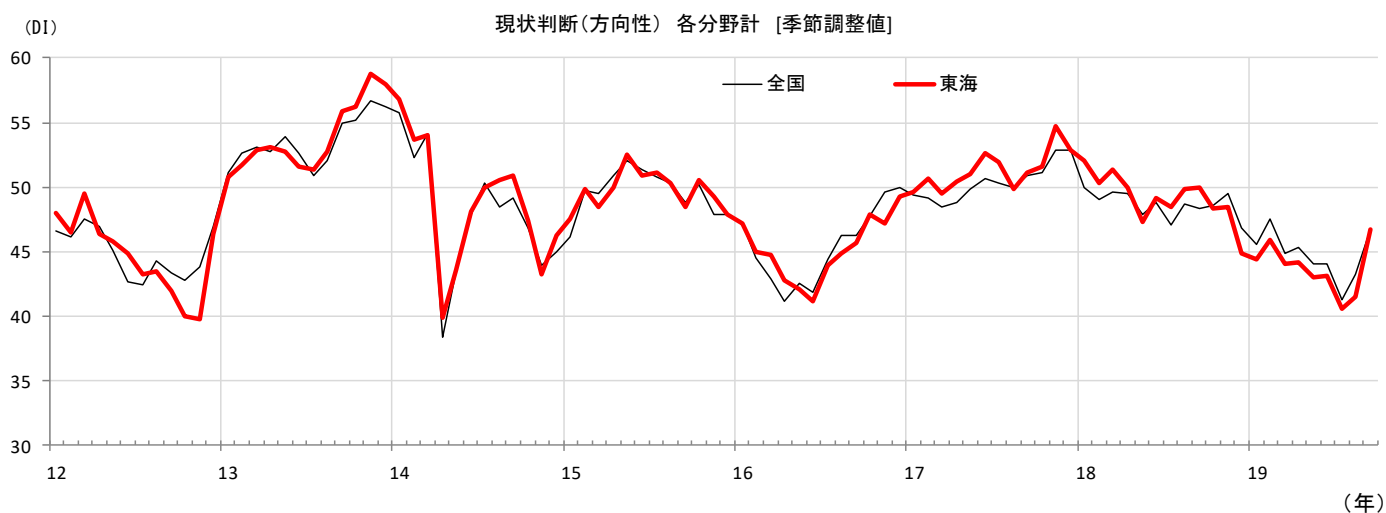
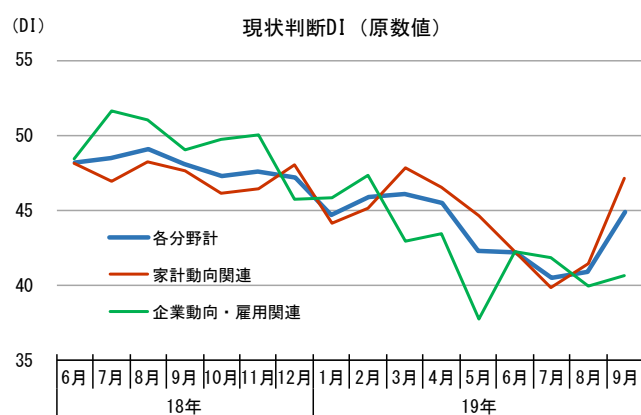
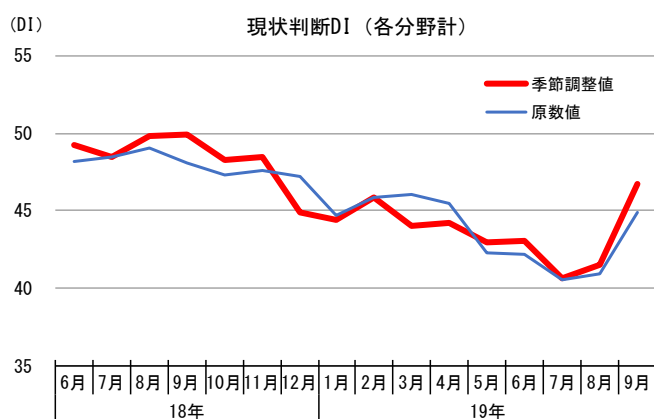
「このところ回復に弱い動きがみられる。先行きについては、消費税率引上げや海外情勢等に対する懸念がみられる。」

<sup>1</sup> 調査期間は毎月25日～月末

## 1. 景気の現状判断（3ヶ月前との比較、方向性）

### （1）DIの動向

- 3ヶ月前と比較しての景気の現状に対する判断DI<sup>2</sup>（季節調整値）は、前月差+5.1ポイントの46.6と2ヶ月連続で上昇し高い伸びとなったが、横ばいを示す50を18ヶ月連続で下回った。10月の消費税率引き上げを前に駆け込み消費が発生しDIを引き上げたが、持続性は期待できず基調は弱い。
- 部門別に見ると（原数値）、家計動向関連（小売、飲食、サービス、住宅関連）DIは、同+5.7ポイントの47.1と2ヶ月連続で上昇したが、横ばいを示す50を17ヶ月連続で下回った。また、企業動向関連と雇用関連からなるDI<sup>3</sup>は、同+0.7ポイントの40.6と3ヶ月ぶりに上昇したが、横ばいを示す50を10ヶ月連続で下回った。駆け込み消費により家計関連の上昇幅は大きかったが、企業・雇用関連の伸びは小幅にとどまった。



<sup>2</sup> 本調査のアンケート・サンプル総数は230、うち家計関連153、企業・雇用関連77。以下、先行き判断についても同様。

<sup>3</sup> 企業動向関連と雇用関連からなるDI（原数値）は、内閣府HPに掲載されている地域別の各分野合計値から家計動向関連の値を除いた上で、「景気ウォッチャー調査」のDI算出方法に従って当社調査部にて試算した。

## (2) ウォッチャーのコメントから読み取る景気動向

(注) コメント引用部左側の記号は以下の通り

◎: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

### 【家計動向関連】

- 9月は、消費税率引き上げ前の駆け込みによる改善を指摘する声が増えた。一方で、盛り上がりには欠くとのコメントも多数あった。

◎	百貨店(業績管理担当)	9月中旬以降、消費税増税前の駆け込み需要がようやく現れてきた。
◎	家電量販店(店員)	消費税引上げの影響で9月は来客数が前年比1.3倍になり、3か月前に比べれば異常な状況になっている。来客数と単価が共に前年を超えている。
□	商店街(代表者)	消費税増税前の駆け込み需要が、全くといいほどなかった。
□	乗用車販売店(営業担当)	9月決算の時期であり、消費税引上げ前であることを考えると、客の購買意欲は弱い。
▲	スーパー(経営者)	来月から消費税が2%引上げとなるが、駆け込み需要は余り盛り上がらなかった。家庭の収入が伸びないため消費に使う金が限定され、お買得商品を販売している店に集中している。消費者は、新聞、テレビ、スマートフォン等の情報から景気が良くないと知り、財布のひもも固くなり、景気は徐々に悪くなっている。
▲	乗用車販売店(営業担当)	消費税引上げに伴い自動車に関する税制が変更され、商品によっては増税後の方が安くなるとの情報が出ているため、客も静観している様子で、いわゆる駆け込み需要はないに等しい。
▲	スーパー(経営者)	中小小売店の店主は、9月に入って急に来客数が減少していると言っている。消費税引上げの関係で、大手に客が行っているのではないかと危惧している。

### 【企業動向・雇用関連】

- 企業動向関連では、消費増税に関するコメントは家計部門ほど多くなく、総じて盛り上がりには欠けたようだ。

○	電気機械器具製造業(営業担当)	消費税引上げ前の駆け込み需要で良くなっている。
□	広告代理店(制作担当)	消費税の引上げ率が中途半端なためか、駆け込み需要による広告出稿はほとんどない。
□	その他非製造業[ソフト開発](経営者)	消費税引上げ前の駆け込み投資はない。経営者は既に景気は下降と感じており、無理して投資をせず抑える方向に向かっている。
▲	通信業(法人営業担当)	消費税増税前に、設備投資等の引き合いがあると期待していたが、全くない。法人税減税でも内部留保最大でも、設備投資もなく新規事業投資もない。少し日本経済が心配になる。

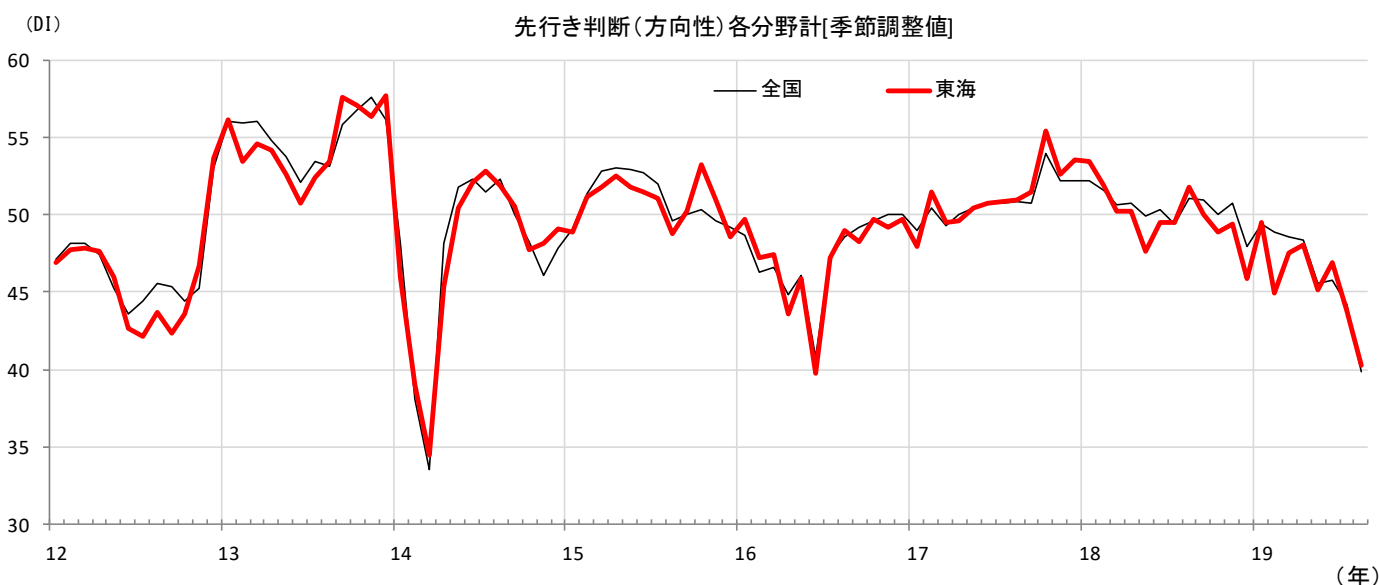
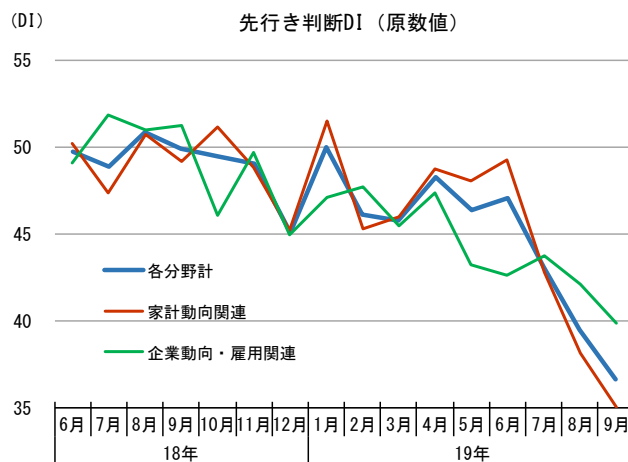
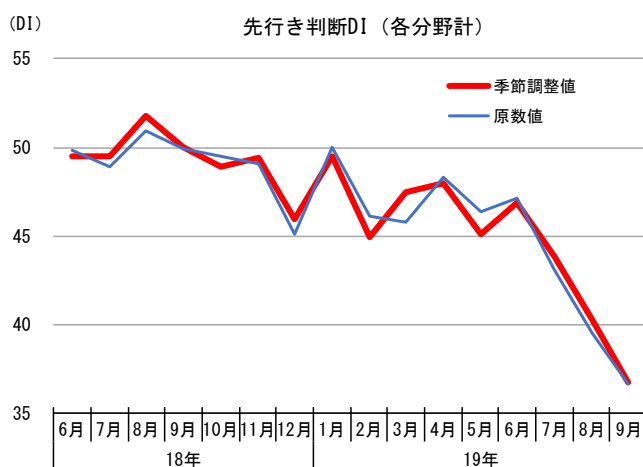
- 人手不足が続く一方で、求人が減っているという声が散見されるようになっている。

□	職業安定所(次長)	有効求人倍率は依然として高水準で推移しており人手不足感が強い。新規求人数についても目立った動きはみられない。
▲	新聞社[求人広告](営業担当)	特に製造業で求人数が減っている。新卒採用で採りきれなければ、次年度に先送りする企業が増えている。
▲	人材派遣会社(営業担当)	求人、求職共に都市部と地方での格差が拡大し、業種によってもかい離がある。全体でも派遣の契約開始、終了共に前年の1割減となっている。
▲	職業安定所(次長)	9月に入り、新規求人数が前年比で大幅な減少傾向にある。

## ➤ 2. 景気の先行き判断 (2~3ヶ月先の見通し、方向性)

### (1) DIの動向

- 2~3ヶ月先の景気の先行きに対する判断DI (各分野計: 季節調整値) は、前月差-3.7ポイントの36.6と3ヶ月連続で低下し、横ばいを示す50を12ヶ月連続で下回った。消費税率引き上げによる景気の落ち込みや不透明な海外情勢が引き続き懸念されている。
- 部門別に見ると(原数値)、家計動向関連(小売、飲食、サービス、住宅関連)DIは、同-3.1ポイントの35.0と3ヶ月連続で大きく低下し、横ばいを示す50を8ヶ月連続で下回った。企業動向関連と雇用関連からなるDIは、同-2.2ポイントの39.9と2ヶ月連続で低下し、横ばいを示す50を12ヶ月連続で下回った。



## (2) ウォッチャーのコメントから読み取る景気動向

(注) コメント引用部左側の記号は以下の通り

◎: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

**【家計動向関連】**

- 消費税率引き上げ後の景気の落ち込みを懸念するコメントが多数見られた。

□	一般小売店[結納品](経営者)	今でも景気が低迷しているところに、消費税引上げは厳しい。
□	衣料品専門店(売場担当)	消費税増税の影響による消費減は、前回増税時に比べると少ないが、一方で景気回復の兆しとなるような事案も見つからない。
▲	一般小売店[生花](経営者)	消費税が引上げとなり、しばらく景気は落ち込むとみられる。良くなることは、まずない。
▲	スーパー(商品管理担当)	消費税が引上げとなり販売に影響が出てくる。キャッシュレスは高齢者にはなじみが薄く、実際に使用はしていない。現金での購買である。政府の思惑どおりには動いていないと実感するので、若者中心の客が多い店舗以外は景気が良くならない。
▲	乗用車販売店(販売担当)	新型車が出ているにもかかわらず、販売量もそれほど伸びておらず、消費税増税前の駆け込み需要も予想より少ない。増税後は販売量も少し落ち込む。
×	商店街(代表者)	消費税引上げでも駆け込み消費をしなかった消費者が、今後消費に向かうとも考えられず、景気は落ち込む。

- 海外情勢への懸念も引き続き見られる。

□	一般小売店[和菓子](企画担当)	海外情勢が非常に不安定で、先行きが読めない。
□	コンビニ(企画担当)	消費マインドの消費税増税後の圧迫意識は少ないように見受けられる。それよりも貿易問題の先行きによっては、やや悪くなる。
▲	百貨店(経理担当)	世界経済の後退に伴う企業業績の悪化が冬のボーナスに影響を及ぼすおそれがあるほか、消費税引上げが、家計の緩やかな緊縮を招くと考える。

**【企業動向・雇用関連】**

- 消費増税や不安定な海外情勢による悪影響が懸念されている。

□	輸送業(エリア担当)	日米の関税問題、英国のEU離脱で先行き不透明なので、良い条件がない。
▲	輸送用機械器具製造業(管理担当)	消費税増税の影響で、景気低迷が続く。
▲	輸送業(経営者)	中国を中心に輸出入の減少に歯止めが掛からない。前年比で2割減に近づいている。
▲	輸送業(エリア担当)	日米、日韓、日中の貿易摩擦、不協和音が払拭しきれず、この先どうなるのかという不安感がある。先行きの見通しが立たないところで、経済もそれを反映している。この状況が続くと、ますます景気が落ち込んでいく。

- 同一労働同一賃金施行による企業の負担増を懸念する声が続く。

▲	人材派遣会社(社員)	消費税引上げと同一労働同一賃金の施行により、派遣活用を各社が控える傾向がある。
▲	人材派遣会社(営業担当)	大手企業ほど、同一労働同一賃金に向けたコスト上昇対策として、人員の抑制を検討している。

## 景気ウォッチャー調査について

- 景気ウォッチャー調査は、内閣府が月次で公表する景況調査で、百貨店売場担当者、タクシー運転手、企業経営者など地域の景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々に景気の方角性、水準についての見方を回答してもらい、その結果を集計公表するサーベイ調査である。
- 調査は毎月、当月時点であり、調査期間は毎月 25 日から月末である。
- 調査対象の職種によって、「家計動向関連」、「企業動向関連」、「雇用関連」に区分し、区分毎に、集計結果を公表している（地域別は各分野計、家計動向関連のみ公表）。
  - 「家計動向関連」：商店街代表者、百貨店担当者、タクシー運転手、美容室従業員など
  - 「企業動向関連」：製造業経営者、非製造業経営者など
  - 「雇用関連」：人材派遣会社社員、職業安定所職員など
- 主な調査項目は、次の 3 項目。
  - (1) 景気の現状に対する判断（方向性）
  - (2) 景気の先行きに対する判断（方向性）
  - (3) 景気の現状に対する判断（水準）
 (1) (2) については、判断の理由についても回答を求めている。
- 上記調査項目について、下記の 5 段階の判断を求め、回答結果をもとにそれぞれ点数を与え、これを各回答区分の構成比に乗じて D I を算出している。回答者全員が「変わらない」と答えた場合、D I は 50 となるため、D I = 50 が景気の横ばいを示すこととなる。

	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
評価	良くなる (良い)	やや良くなる (やや良い)	変わらない (どちらとも いえない)	やや悪くなる (やや悪い)	悪くなる (悪い)
点数	+ 1	+ 0. 7 5	+ 0. 5	+ 0. 2 5	0

(出所) 内閣府HP

- 全国各地の地域ブロック毎に集計・分析をおこなっており、東海地区は、岐阜、静岡、愛知、三重の 4 県が対象となっている。

※調査の詳細については、内閣府 HP、「景気ウォッチャー調査」報告書をご参照ください。

### － ご利用に際して －

- 本資料は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一した見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡下さい。