

## 経済レポート

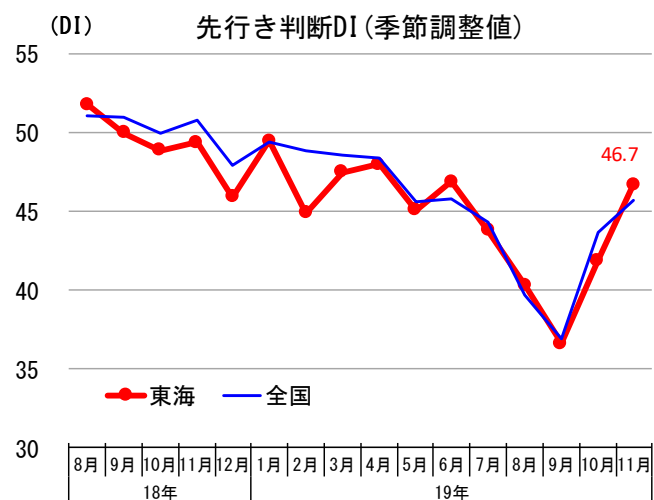
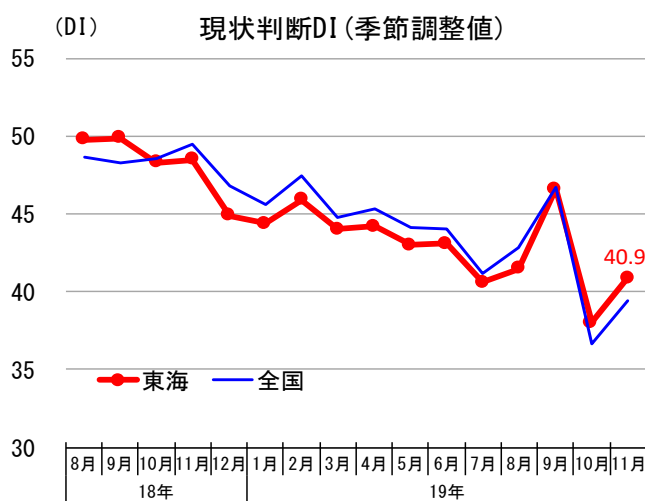
# 景気ウォッチャー調査(東海地区:2019年11月)

～ 現状判断、先行き判断ともに上昇～

調査部 主任研究員 塚田裕昭

- 12月9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11月<sup>1</sup>の

**現状判断DI(季節調整値)は、前月差+2.9ポイントの40.9と2ヶ月ぶりに上昇した。  
先行き判断DI(季節調整値)は、前月差+4.8ポイントの46.7と2ヶ月連続で上昇した。**



- 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、消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動減からの回復やポイント還元など各種対策による効果への期待が見られる。**

とまとめ、現状については判断を据え置いた。

(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高まっている。」

- 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の反動による影響が一部にみられる。先行きについては、海外情勢等に対する懸念もある一方、持ち直しへの期待がみられる。**

とまとめている。

(前月のまとめ)

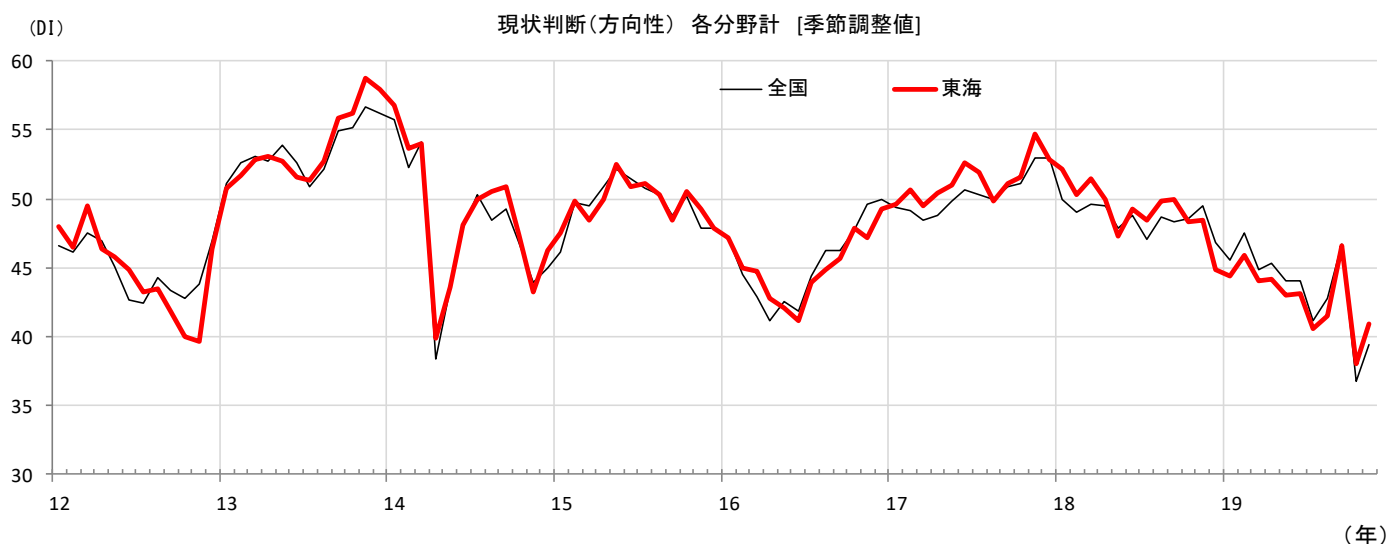
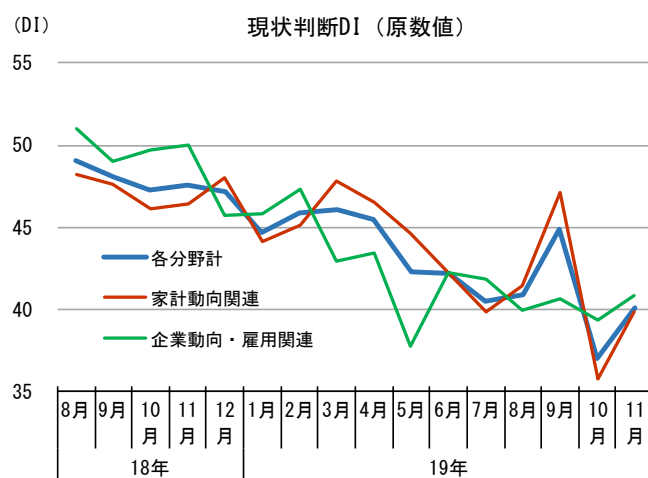
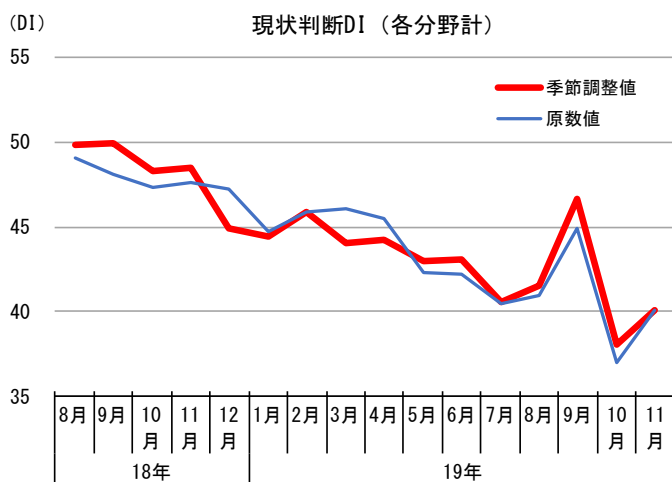
「このところ回復に弱い動きがみられる。なお、消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動や台風19号等による影響が一部にみられる。先行きについては、海外情勢等に対する懸念もある一方、持ち直しへの期待がみられる。」

<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+2.9ポイントの40.9と2ヶ月前りに上昇したが、横ばいを示す50を20ヶ月連続で下回り、引き続き低水準となった。悪化方向の回答(「悪くなっている」「やや悪くなっている」)から「変わらない」へのシフトが増えたことによりDIが改善したが、水準は14年の消費税引き上げ直後並みの低水準にとどまっている。
- 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+4.0ポイントの39.8と2ヶ月前りに上昇したが、横ばいを示す50を19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+1.5ポイントの40.8と2ヶ月前りに上昇したが、横ばいを示す50を12ヶ月連続で下回った。



<sup>2</sup> 本調査のアンケート・サンプル総数は225、うち家計関連149、企業・雇用関連76。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】**

- 消費税率引き上げによる落ち込みは、各種対策の効果もあって、あまり見られないとの声が散見される。

□	コンビニ(企画担当)	消費税率が変更されたが、軽減税率の導入によりコンビニの売れ筋商品はほとんどが増税にならなかった。また、キャッシュレス決済による販促も行われ、増税による落ち込みは発生していない。
□	コンビニ(店長)	キャッシュレス・消費者還元事業制度により、キャッシュレスの客が徐々に増えており、11月単月では、前年同月並みまでに回復しつつある。
□	その他飲食[仕出し](経営者)	今のところ消費税増税による影響は出てきていない。各施策などの効果かもしれない。
□	その他飲食[ワイン輸入](経営企画担当)	政府による消費税還元の施策に加え、民間企業各社のポイントバックのキャンペーンにより、今のうちに購入しようとする消費者が増えている。
□	旅行代理店(営業担当)	軽減税率のお陰で消費の落ち込み阻止には一定の効果が出ている。バーコード支払、クレジット支払等のキャッシュレス払いによるポイント還元もその一端を担っている。この制度が終了する来春以降は不安である。

- 一方で、キャッシュレス決済のポイント還元の対象でない場合などでは、増税後の販売の落ち込みも指摘されている。

▲	百貨店(総務担当)	消費税増税後、来客数自体が落ち込み、消費税増税の影響がない食品も影響を受けている。百貨店はキャッシュレス還元の対象外であり、その影響も1つではないかと推定している。また、宝飾や時計などの高額品がなかなか回復せず、クリスマス商戦等も盛り上がり欠けている。
▲	乗用車販売店(従業員)	前月から継続して、消費税増税の影響を受けている。若干来客数は回復しつつあるが、財布のひもは固く、販売台数は前年割れ、工場への入庫台数も減っており、瞬間の数値をみると、リーマンショックに次ぐ低迷ぶりとなっている。
×	乗用車販売店(従業員)	消費税増税後から目に見えて販売台数が減少しており、前年比70%前後で推移している。

**【企業動向・雇用関連】**

- 自動車関連の動きが鈍化しているとの指摘がある。

▲	一般機械器具製造業(営業担当)	北米自動車向け設備投資は引き合いも激減し、あったとしても既存設備の改造ばかりで新規設備導入の話がない。
▲	電気機械器具製造業(総務担当)	車関係では、受注量が前年比で減っており、取引価格も一律カット要望が出るなど、来年にかけて厳しい動きが見込まれる。

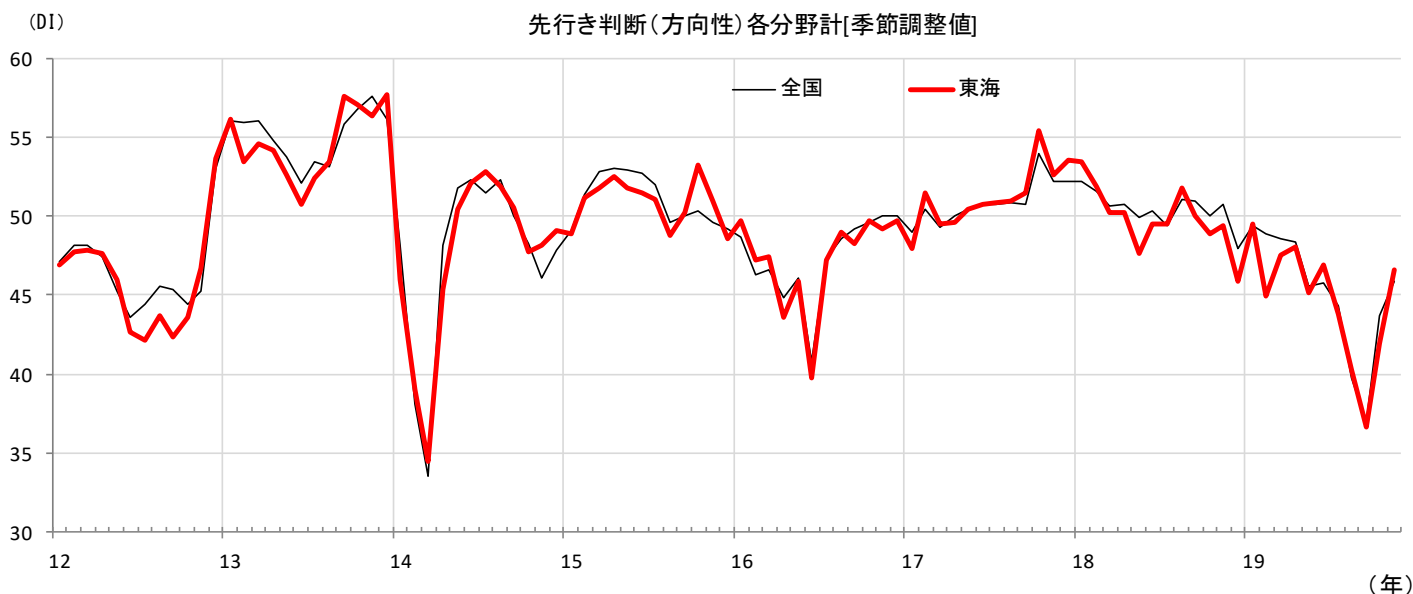
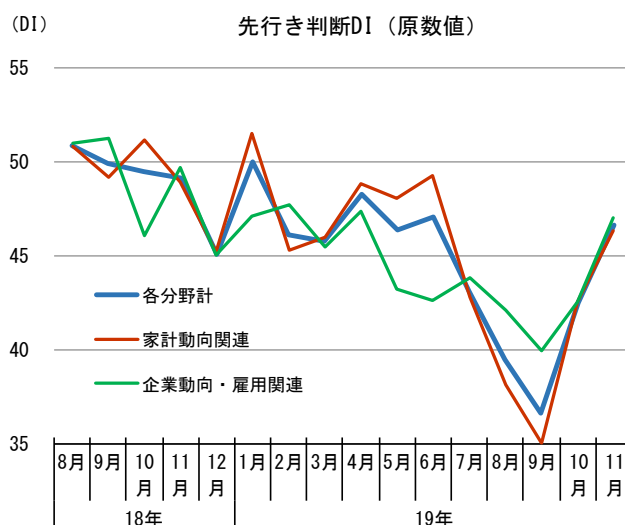
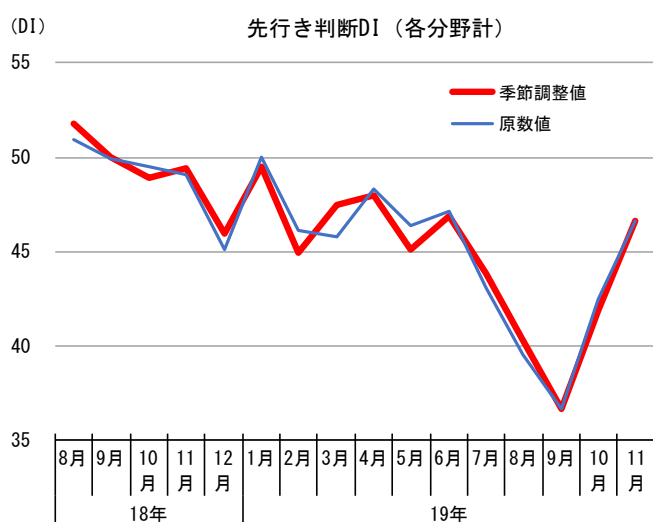
- 雇用関連では「変わらない」と回答しつつも、内容は悪化を示すものが散見されるようになってきている。

□	人材派遣会社(企画統括)	求人数が前年同期比で減少してきている。
□	民間職業紹介機関(営業担当)	来年を見据えた景況感の不確実性を加味して、企業側が採用に慎重な姿勢に転じている。

## 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+4.8ポイントの46.7と2ヶ月連続で大幅に上昇したが、横ばいを示す50を14ヶ月連続で下回った。消費増税の反動減からの回復、ポイント還元など各種施策の効果、年末年始という季節要因への期待などがDIを押し上げた。
- 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+3.8ポイントの46.3と2ヶ月連続で上昇したが、横ばいを示す50を10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+4.5ポイントの47.0と2ヶ月連続で上昇したが、横ばいを示す50を14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】

- 消費税率引上げ前の駆け込み需要の反動減からの回復やポイント還元など各種施策による改善を期待するコメントが散見される。年末年始という季節要因への期待もある。

◎	乗用車販売店(経営者)	消費税増税後の影響は、3か月ほどで回復していくものと見込んでいる。
○	百貨店(業績管理担当)	消費税増税の反動減からの回復が見込まれる。また、クリスマス、正月が近づき、消費者の購買意欲が回復する。
○	コンビニ(商品企画担当)	年末に向け、キャッシュレス促進のポイント還元等の効果により、若干ではあるが回復傾向になるのではないかと見込む。
○	高級レストラン(経営企画)	年末年始を迎え、また、消費税増税への慣れとキャッシュレス、ポイント還元などの対策が当面の消費を支えてくれる。

- 良くも悪くもない、変わらないとのコメントも多い。

□	コンビニ(エリア担当)	思ったより消費税増税の影響はないが、逆に良くなる要因も見当たらないので、しばらくは現状が続く。
□	乗用車販売店(従業員)	悪くなる要素が具体的になく、良くなる要素もないので、現状が維持される。

- 一方で、消費増税の悪影響が続くという悲観的な見方もある。

▲	商店街(代表者)	消費税増税の負担感がじわじわ効いてくる。5%還元も当店の客には、余り効果がない。
---	----------	--

### 【企業動向・雇用関連】

- 自動車関連のコメントを見ると、北米で改善期待があるが、中国は厳しそうだ。

○	一般機械器具製造業(営業担当)	北米では1月から新年度が始まる会社が多いので、自動車部品用設備投資の予算獲得のための問合せが増えている。
○	アウトソーシング企業(エリア担当)	自動車メーカーにもよるが、下期に向けた国内需要、海外輸出共に上向きに推移すると予想され、生産体制を整えるため人材確保にも動きがみられる。
▲	輸送用機械器具製造業(総務経理担当)	中国の出資先で原材料の鉄材の値段が低下している。やはり、景気が悪くなっており、この流れが続いていく。

## 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、信頼できると思わ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。