

経済レポート

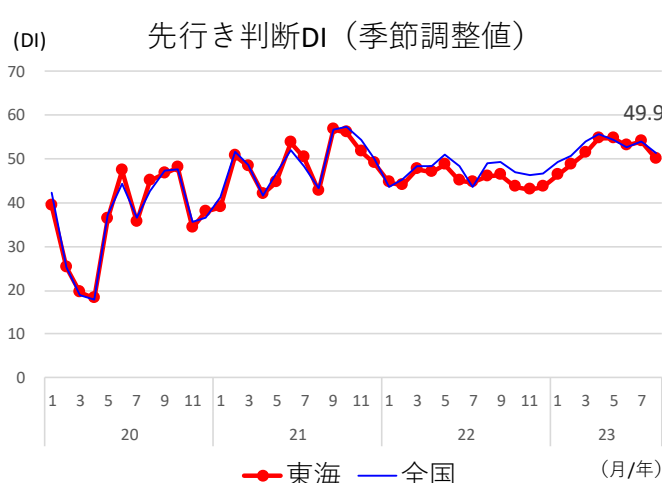
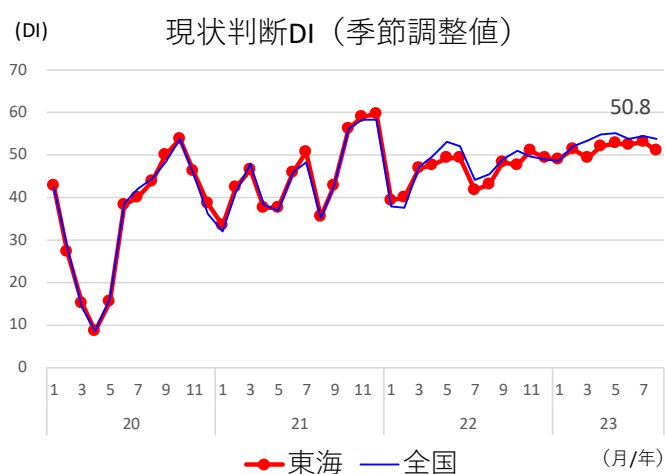
景気ウォッチャー調査(東海地区:2023年8月)

～現状判断、先行き判断ともに低下し、持ち直しの動きが鈍化～

主任研究員 塚田裕昭

- 9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8月¹の

**現状判断DI(季節調整値)は、前月差-2.0ポイントの50.8と2ヶ月ぶりに低下した。
先行き判断DI(季節調整値)は、前月差-4.1ポイントの49.9と2ヶ月ぶりに低下した。**



- 当社では、東海地区の景気ウォッチャーの見方を

景況感は持ち直している。先行きについては、持ち直しが期待される一方で、物価上昇や収益環境の悪化が懸念されている。

とまとめた。

(前月のまとめ)

「景況感は持ち直している。先行きについては、人手不足や物価上昇を懸念しつつも、持ち直しが続くともみている。」

- 内閣府では、全国調査での景気ウォッチャーの見方を

景気は、緩やかに回復している。先行きについては、価格上昇の影響等を懸念しつつも、緩やかな回復が続くとみている。

とまとめている。

(前月のまとめ)

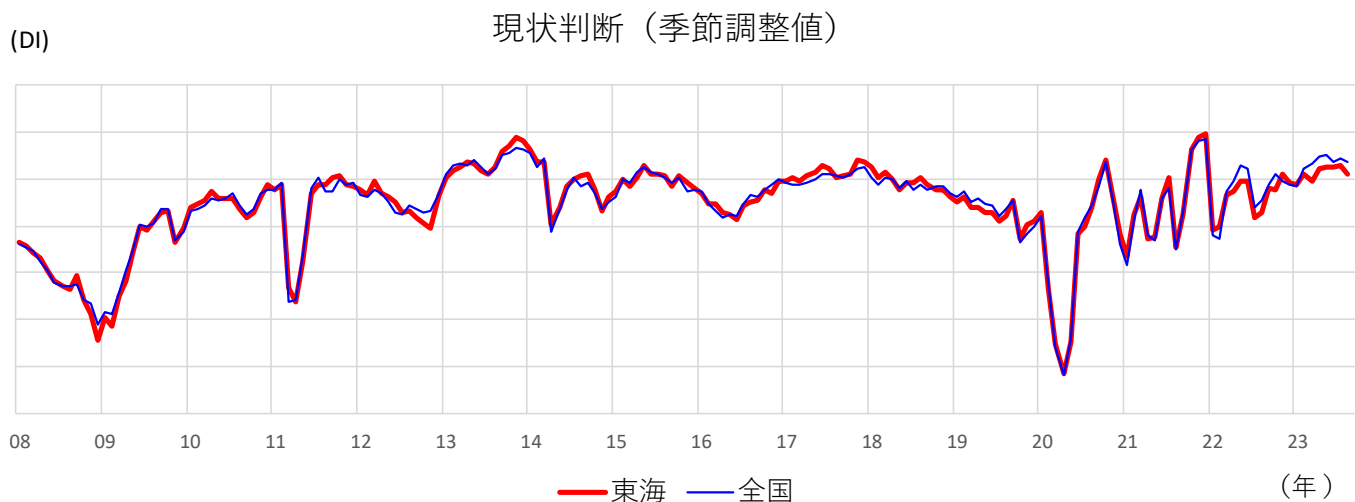
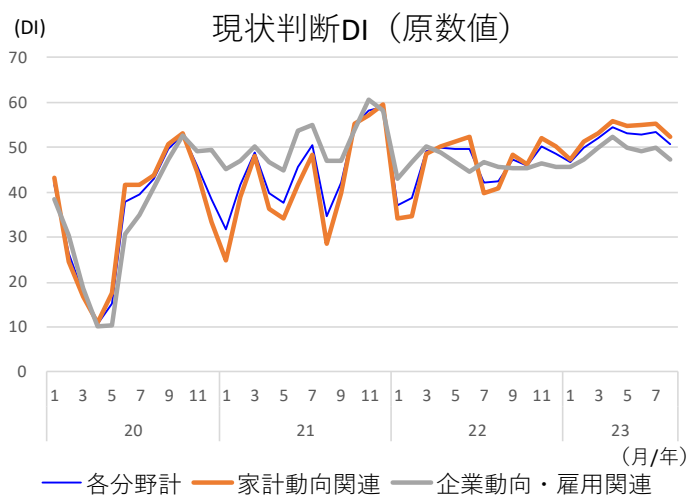
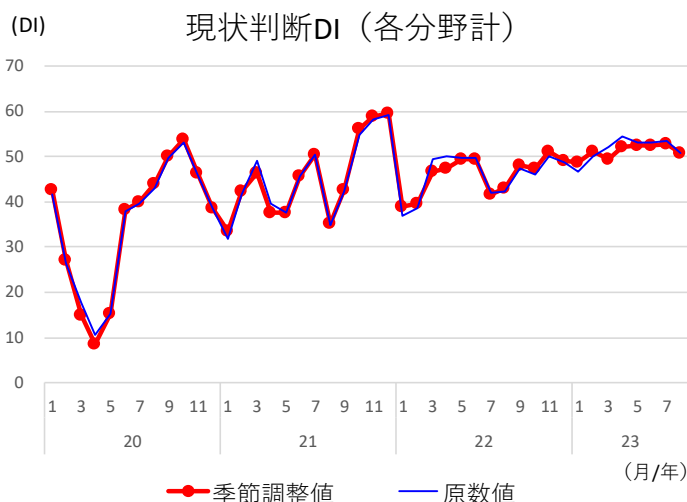
「景気は、緩やかに回復している。先行きについても、緩やかな回復が続くとみている。」

¹ 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DI²(季節調整値)は、前月差-2.0ポイントの50.8と2ヶ月ぶりに低下したが、横ばいを示す50を5ヶ月連続で上回った。
- 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-3.0ポイントの52.3と3ヶ月ぶりに低下したが、横ばいを示す50を7ヶ月連続で上回った。企業動向関連と雇用関連からなるDI³は、同-2.7ポイントの47.3と2ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を2ヶ月ぶりに下回った。



² 本調査のアンケート・サンプル総数は224、うち家計関連150、企業・雇用関連74。以下、先行き判断についても同様。

³ 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) 現状判断理由の概要

(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】

➤ 人の流れの増加による改善を指摘する声がある一方、台風、ガソリン価格の高騰の悪影響が指摘されている。

○	乗用車販売店（営業担当）	・少しずつだが車両の生産が回復傾向にある。モノがないなかで商談するのとモノがあって商談するのでは、話の盛り上がり方も含め全く違う。稼働日数の少ない8月の割には、販売量も増えている。
○	その他小売 [ショッピングセンター]（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症へ移行後、徐々に商業施設への来客数も増加している。ただし、物価高騰の影響があるのか、来客数に比して購買は伸びていない様子である。
○	旅行代理店（営業担当）	・旅行業界はほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っている。国内旅行は新型コロナウイルス感染症発生前をしのぐ勢いがある。強いて言えば、海外旅行がまだ新型コロナウイルス感染症発生前の半分程度である。様々な規制も無くなって出掛けやすくなっているため、上向きに回復している。
□	スーパー（経営者）	・今月はお盆に台風が直撃し、店舗が休業となり大打撃であった。
□	コンビニ（商品企画担当）	・新型コロナウイルス感染症発生前と比較して遜色がない程度の人流ではあるものの、ここ3か月間では来客数に大きな変化はみられない。
□	コンビニ（本部管理担当）	・売上は前年比107.1%と絶好調で、ここ数年で1番の売上をたたき出した。恐らく当社だけではなく小売業界全体で、好天候やコロナ禍のダメージ軽減を要因に、ここ数年来の売上になったとみる。ただし、経費高騰もあり利益ベースでは伸び率が低調であった。売上好調という実態と利益が出ないという体感が良くない意味で折り合わず、景気の動向は変わらない。
□	乗用車販売店（販売担当）	・これまでは車検を機に買換える客が多かったが、ここ最近は買換えではなく車検を通して乗り続ける客がかなり増えている。将来の不安があるためではないかと推測する。
▲	商店街（代表者）	・ロシアの内政問題やガソリン価格高騰の影響で、少し景気が悪くなったと皆が言っている。
▲	一般レストラン（経営者）	・ガソリン価格の高騰が大きい。助成延長という話だが、いつまで続くか分からない。ガソリン価格の税制度を根本的にもう少し何とかしてもらえれば、市民からも良くなったという声が聞こえてくると考える。
×	商店街（代表者）	・原料資材の価格高騰により利益が減っている。その分を価格に反映して売りたいが、価格競争が厳しくなかなか値上げができない。非常に厳しい状況である。

【企業動向・雇用関連】

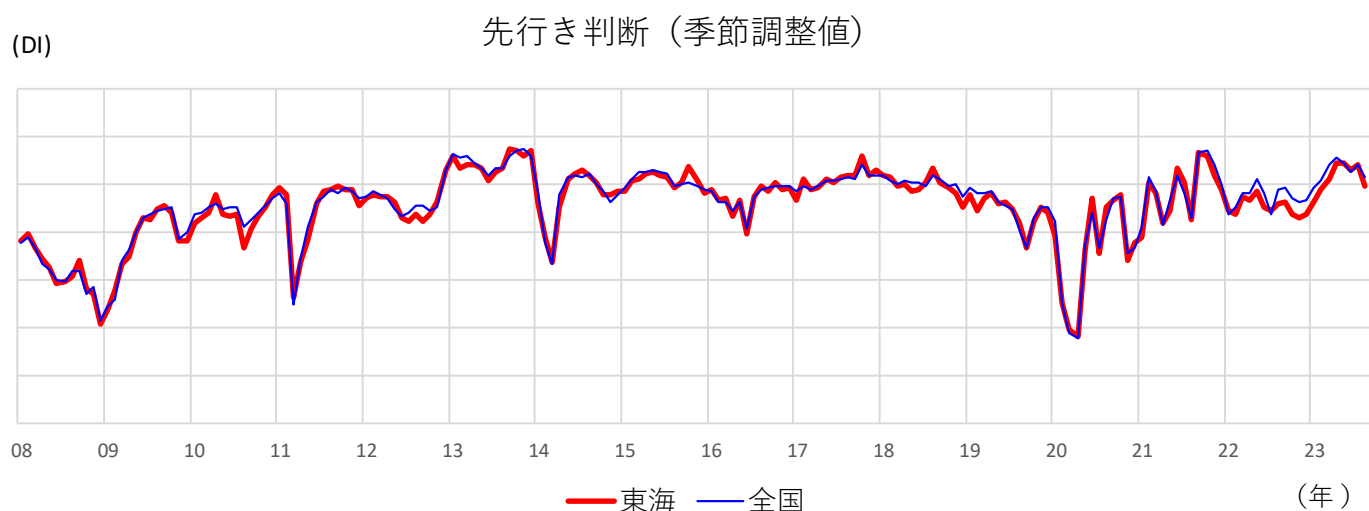
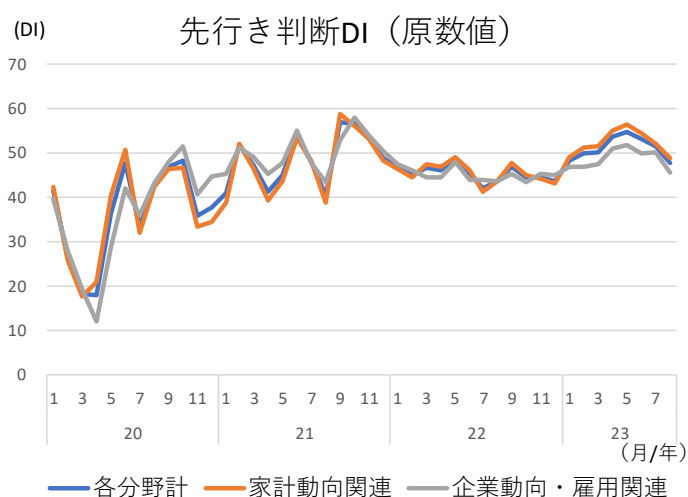
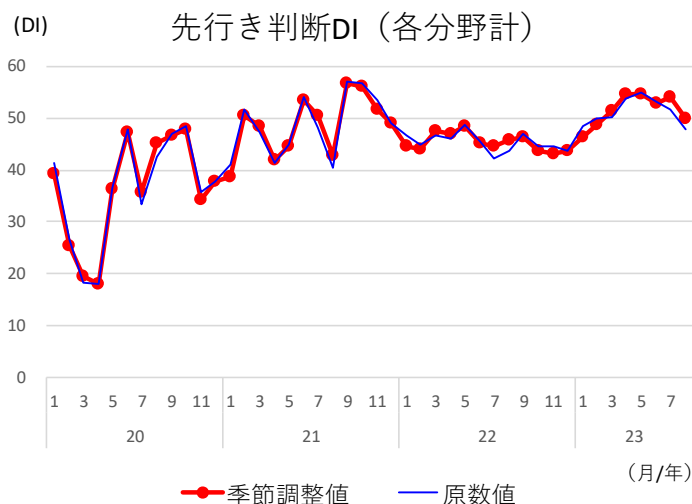
➤ 改善方向のコメントが減り、3ヵ月前と変わらないとのコメントが増加した。

□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・猛暑、物価高や買い控え等のためか、受注量、販売量が一般的に伸びず横ばいであり、景気は3ヵ月前と余り変わらない。
□	金属製品製造業（従業員）	・引き続き受注量はエリアを問わず多く、仕事をこなすのが精一杯だが、価格転嫁が進まないことと固定費など経費増加のため、利益は減少傾向が続く。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の収束に伴い、客先業界ではやや良い状態が3月から8月まで続いている。お盆前はある程度受注があったが、8月後半は今のところ少ない。この2～3か月の受注量は変わらない。
□	公認会計士	・取引先の売上推移をみると、前年よりは回復傾向だが3ヵ月前とは余り変わっていない。また、業種によって大きな差がある。国内消費は少しずつ戻っているが、海外と取引している業種は、円安の影響で売上こそ多少回復傾向にあるものの利益ベースではほぼ変わらない状態である。
□	職業安定所（所長）	・有効求人数及び有効求人倍率は前年を上回り人手不足の状態は続いている。将来を見据えた人材確保の動きも変わりはないが、このところ増加傾向にあった新規求人数が前年比でやや減少傾向にある。とりわけ、建設業、卸売業、小売業、運輸業で新規求人数の減少幅が大きい。
▲	化学工業（営業担当）	・半導体向け電子材料薬品の需要が低調である。特に中国向けが減少している。また、8月は稼働日の影響で容器の出荷量が減少した。
▲	一般機械器具製造業（営業担当）	・引き合いは減っていないが、設備の価格競争が一段と厳しくなっており、なかなか受注につながらない。
▲	輸送業（経営者）	・製造業を中心に出荷量が落ちている。特に住宅などの建材系での落ち込みが激しい。また、燃料コストの上昇や人手不足が続き利益を押し下げている。
▲	職業安定所（職員）	・飲食・宿泊業以外の業種では求人が減り始めており、特に製造業での求人減少が長期化しつつある。

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-4.1ポイントの49.9と2ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を6ヶ月ぶりに下回った。
- 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-3.4ポイントの48.8と3ヶ月連続で低下し、横ばいを示す50を7ヶ月ぶりに下回った。企業動向関連と雇用関連からなるDIは、同-4.7ポイントの45.6と2ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を5ヶ月ぶりに下回った。



(2) 先行き判断理由の概要

(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】

➤ ガソリン価格など物価上昇の悪影響が懸念されており、ここから良くはならない、変わらないとの声が散見される。

○	観光型ホテル（支配人）	・これまで回復が遅かった宴会利用の予約が好調である。忘年会シーズンは人手不足で、需要を取り込めるか懸念される。
□	商店街（代表者）	・ガソリン価格がかなり上がっているが、それに対して打ち手がみられない。この先には増税の可能性もあり、これでは皆、消費どころではなく節約志向となるのも無理もない。
□	一般小売店 [生花]（経営者）	・ガソリン価格の高騰、物価上昇が続くと購買意欲は湧かない。必要な物だけしか買わなくなる恐れがあり、良くなるとは思えない。
□	一般小売店 [和菓子]（企画担当）	・円安の影響、ウクライナ情勢や中国の状況など非常に不透明な部分が多く、先行きが見通せない。
□	百貨店（営業担当）	・来客数が増える傾向は変わらないが、モノからコトに購買の仕方が変化してきているのか、特に高額品を中心に買上率が下がってきている。
□	スーパー（経営者）	・期待はしたいが、食品値上げに続き天候不良で青果の価格も安定しない。人手不足で追い打ちを掛けられている。
□	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・7月はエアコンがよく売れたが8月に入って落ち着いてしまった。高単価のテレビが売れなくなっているため、前年比減少の状態が続くのではないか。
□	乗用車販売店（営業担当）	・十分といえるほどの供給には至っていないため、景気が良くなるほどではない。少しずつ回復を期待しながら、ある商品を販売していくしかない。
▲	商店街（代表者）	・家電製品等の値上がりが大きく、今までのようには買換えに結び付かない。
▲	コンビニ（商品開発担当）	・様々な値上げが続き購買意欲は低下へ向かう。生活に関する物の値上げも相次ぐ。また、中国からの観光客が減ることは大きなマイナス影響となる。以前の環境よりも悪くなる。

【企業動向・雇用関連】

➤ 受注の改善を見込む声がある一方で、エネルギー価格の高騰などで収益面での懸念が増している。

○	窯業・土石製品製造業（社員）	・今年に入って一部半導体関係で在庫過多になり、操業を半分に減らしていたが、予想より早めに在庫が解消されつつあり、注文が回復傾向にある。さらに、ニッケル水素蓄電池の製造に関係する消耗品の注文が5割以上増えている。
○	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車製造各社は年度末に向けて上向きと予想する。ただし、燃料全般、水道光熱費の値上がりや10月の最低賃金の上げ幅が過去最大で、中小企業においては特に人件費アップの影響が非常に大きな問題となる。
□	金属製品製造業（従業員）	・例年並みに忙しくなるという見方が多く、受注残からも仕事はありそうだが、利益につながらない懸念は強い。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	・海外向けの設備は、円安という追い風はあるが価格競争が厳しく、利益を確保して受注するのが難しい状況である。
□	電気機械器具製造業（経営者）	・前年から3割程度減少した状態がしばらく続く。客先の受注動向等をみても、この先3～4か月の年内一杯程度は横ばいとみる。
□	金融業（企画担当）	・企業が原価高騰を販売価格に転嫁でき、中小企業を中心に個人の賃金上昇が当たり前になってこない、引き続き現状の景気が続く。
□	新聞社 [求人広告]（営業担当）	・全体的には上向いてきたが、エネルギー価格や物価の上昇が急激で、どこまで今の状況が続くか不透明である。
▲	職業安定所（職員）	・物価高、資源価格の高騰を始め、事業運営を取り巻く環境が悪化しており、高齢の経営者等が事業継続を諦めて廃業したとの情報が複数聞こえてきている。
×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・物価が上昇しているにもかかわらず収入が増えない。ガソリン価格も非常に高い。

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 DI を算出している。回答者全員が「変わらない」と答えた場合、DI は 50 となるため、DI=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、執筆時点で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さまの決定、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、お客さま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。