

経済レポート

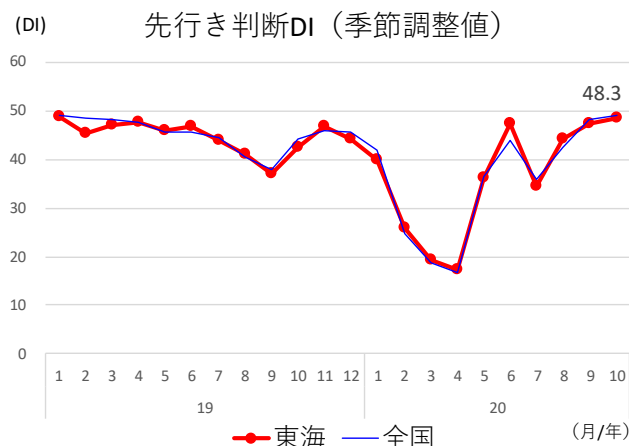
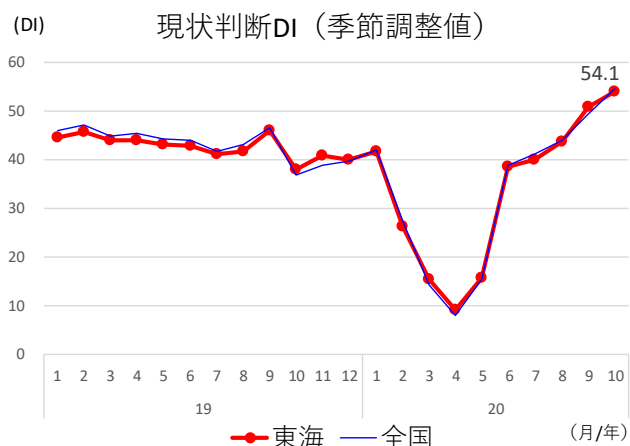
景気ウォッチャー調査(東海地区:2020 年 10 月)

～ 現状判断、先行き判断ともに上昇が続く ～

調査部 主任研究員 塚田裕昭

- 11 月 10 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 10 月¹の

現状判断DI(季節調整値)は、前月差+3.4 ポイントの 54.1 と 6 ヶ月連続で上昇した。
先行き判断DI(季節調整値)は、前月差+1.0 ポイントの 48.3 と 3 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

新型コロナウイルス感染症の影響による厳しさは残るものの、持ち直している。先行きについては、感染症への懸念が続く中で、Go To キャンペーンなど施策への期待もみられる。

とまとめた。

(前月のまとめ)

「新型コロナウイルス感染症の影響による厳しさは残るものの、持ち直している。先行きについては、感染症への懸念が続く中で、Go To キャンペーンなど施策への期待もみられる。」

- 内閣府では、全国調査での景気ウォッチャーの見方を

新型コロナウイルス感染症の影響による厳しさは残るものの、着実に持ち直している。先行きについては、感染症の動向を懸念しつつも、持ち直しが続くともみている。

とまとめている。

(前月のまとめ)

「新型コロナウイルス感染症の影響による厳しさは残るものの、持ち直している。先行きについては、感染症の動向を懸念しつつも、持ち直しが続くともみている」

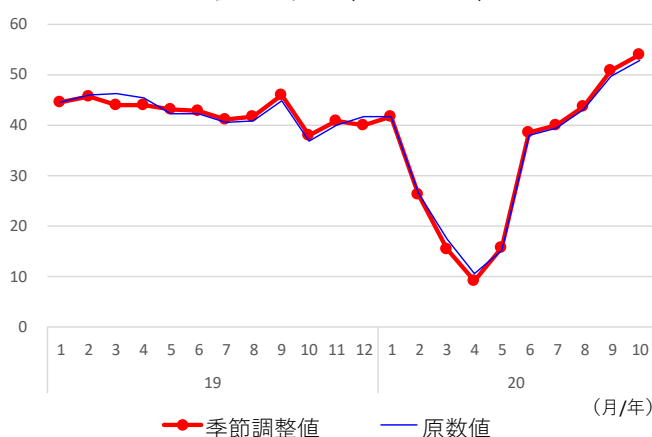
¹ 調査期間は毎月 25 日～月末

1. 景気の現状判断(3ヶ月前との比較、方向性)

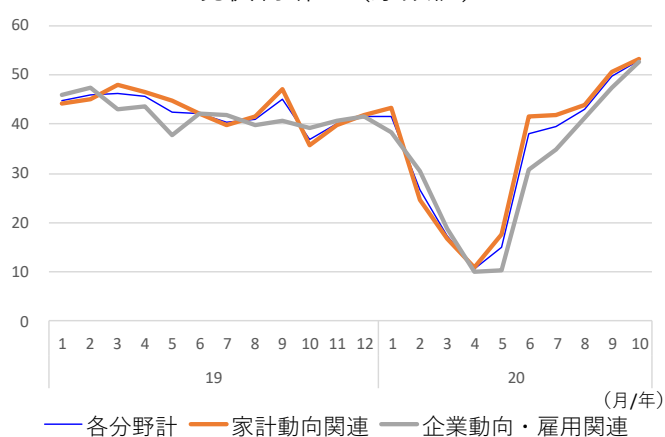
(1) DIの動向

- 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+3.4ポイントの54.1と6ヶ月連続で上昇し、横ばいを示す50を2ヶ月連続で上回った。GO To Travelキャンペーンで東京が追加となったことや地域共通クーポンの付与などから、改善方向の回答数(「良くなっている」「やや良くなっている」)が増加した。
- 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+2.4ポイントの53.1と6ヶ月連続で上昇し、横ばいを示す50を2ヶ月連続で上回った。また、企業動向関連と雇用関連からなるDI³は、同+5.3ポイントの52.6と6ヶ月連続で上昇し、横ばいを示す50を26ヶ月ぶりに上回った。

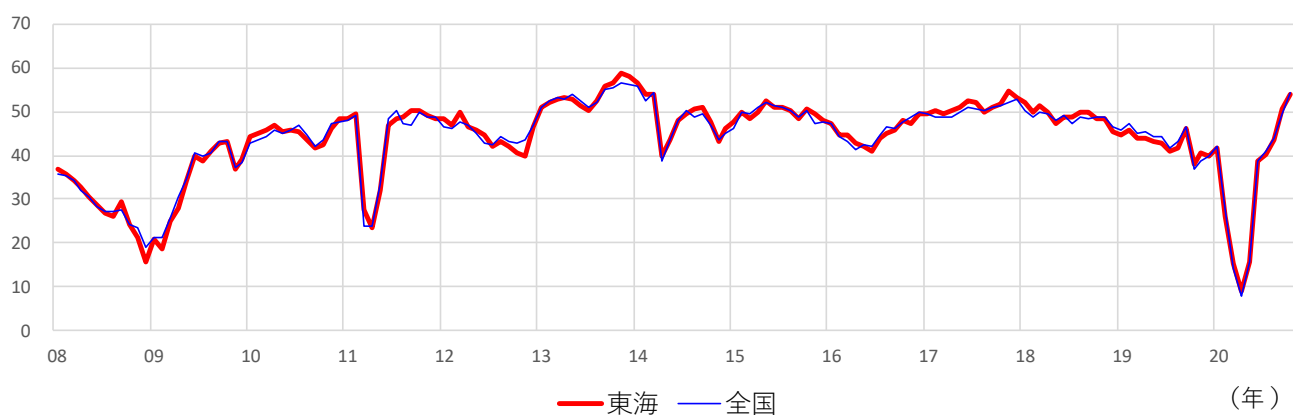
(DI) 現状判断DI(各分野計)



(DI) 現状判断DI(原数値)



(DI) 現状判断(季節調整値)



² 本調査のアンケート・サンプル総数は229、うち家計関連151、企業・雇用関連78。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) 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月に引き続き、Go To Travel キャンペーンの恩恵を指摘する声が多く見られる。10月は、東京が追加となったことや、地域共通クーポンの付与などから一段と効果が出てきたようだ。

◎	コンビニ（商品企画担当）	・10月よりGo To Travelキャンペーンに東京都が追加されるなど、3か月前と比べて明らかに来客数が伸長している。
○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの恩恵が9月より出始め、10月に東京も加わって週末のにぎわいは前年比80%くらいにまで戻った。しかし、マイカー利用による個人旅行がほとんどであり、団体旅行は修学旅行がところどころで、一般の団体やインバウンドは皆無に等しい。
○	旅行代理店（経営者）	・Go To Travelキャンペーン開始後しばらくして鈍化したが、10月より東京が追加され需要が急増した。また、テレビ報道によるネガティブキャンペーンも減少した。
○	旅行代理店（営業担当）	・今月からGo To Travelキャンペーンに地域共通クーポンが付くようになり、劇的に個人旅行の申込みは増加している。一方、団体旅行は依然として様子見の状態が続いている。企業や組織団体が動き始めるようになって初めて旅行業界の景気が回復してきていると感じられる。
○	レジャーランド（職員）	・ハロウィーンイベントは開催できないが、修学旅行の団体客が例年より増加している。10月から地域共通クーポンの付与が始まり、日帰り施設、宿泊施設共に客単価が上昇している。

- 自動車販売が上向いてきているとの声も散見される。

◎	乗用車販売店（従業員）	・当自動車メーカーだけかもしれないが、販売台数は大変好調であり、前年比でも130%以上で推移している。現行の車も売れており、さらに新型車も好調なことが、販売台数が好調であることの原因でもある。
○	乗用車販売店（経営者）	・人出が増えてきており、車の買換え等の前向きな話も多くなってきた。
○	乗用車販売店（経営者）	・7月に比べれば来客数が増えてきている。仕事量は増えているが、前年に比べると格段に少ない。

【企業動向・雇用関連】

- 製造業を中心に、受注がもどってきているとのコメントが複数みられる。

◎	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・自動車部品については新型コロナウイルス発生以前に戻ってきており、前月については単月で利益も出た。
○	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・新型コロナウイルスの影響により7月の受注量、販売量は前年比80%であったが、10月は持ち直して95%まで回復した。
○	電気機械器具製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で2～3割弱減少していた売上、受注量並びに販売量が少し戻り、売上は新型コロナウイルスによる減少前と同程度に戻ってきている。

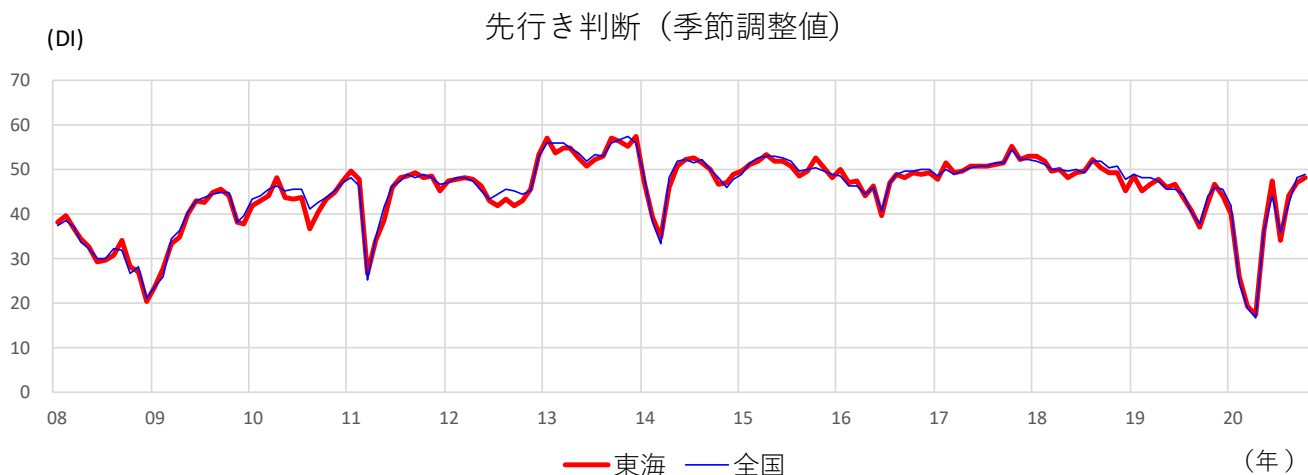
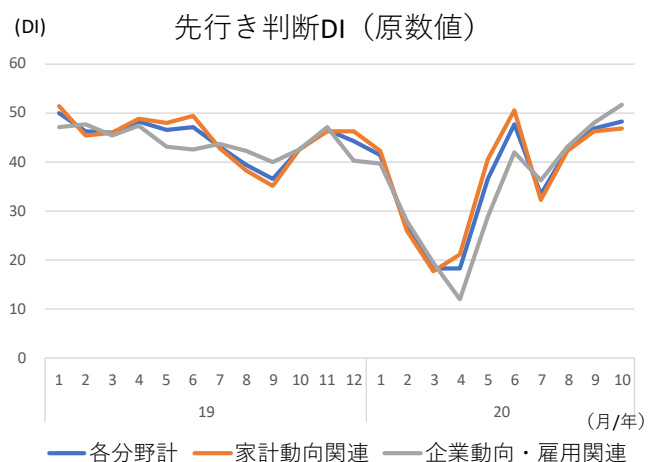
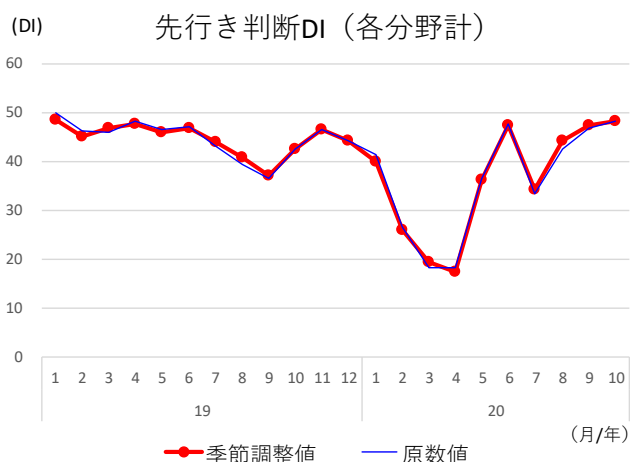
- 航空業界の不振など業種によっては回復の遅れがみられる。

□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・航空業界が思わしくないため、その影響が出始めている。
□	窯業・土石製品製造業（社員）	・地元の陶磁器関係は回復の兆しがないが、耐火物関係は、自動車関係が動き始め、リチウムイオン電池やハードディスクに関係する製品も活況を呈している。
▲	鉄鋼業（経営者）	・季節要因として9月～年末は、他の月より月商が2～3割上昇するのが常であるが、今年は上昇しそうにない。つまり例年の2～3割以上のダウンになりそうである。

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+1.0 ポイントの48.3と3 ヶ月連続で上昇したが、横ばいを示す50を25 ヶ月連続で下回った。各種キャンペーンへの期待がみられる一方、新型コロナウイルス感染拡大を懸念する声は引き続き多い。
- 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+0.4 ポイントの46.7と3 ヶ月連続で上昇したが、横ばいを示す50を4 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+3.6 ポイントの51.6と3 ヶ月連続で上昇し、横ばいを示す50を25 ヶ月ぶりに上回った。



(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】

➤ Go To キャンペーン等、各種施策の効果への期待が引き続きみられる。

◎	旅行代理店（経営者）	・来年1月まではGo To Travelキャンペーンの実施が決まっているため、半年は大丈夫だと思う。しかし、その後のことは心配になる。
○	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルス対策に消費者が慣れて来店への抵抗感が薄れてきたように思う。また、Go To キャンペーンや各種地域共通クーポンの効果が徐々に現れると見込んでいる。
○	スーパー（店員）	・Go To Eatキャンペーンのプレミアム付食事券の効果なのか、飲食店の購買が新型コロナウイルス騒動の時期に比べて戻ってきた。
○	衣料品専門店（売場担当）	・政府による様々な景気回復策に加え、年末年始商戦も行われることから、現状より僅かではあるが回復すると思われる。

➤ 新型コロナウイルス感染拡大を懸念する声は引き続き多い。

□	商店街（代表者）	・今のところ少しずつ動きは出てきたが、2～3か月では余り変わらないと思う。新型コロナウイルスが冬に拡大するとどうなるか分からない。
□	百貨店（販売担当）	・今後の新型コロナウイルスの状況は予測できないが、再びピークが来なければ客足は今よりも伸びてくる。しかし、大幅な回復とまではいかず、ゆっくり徐々にという点は変わらないと考える。
□	コンビニ（商品企画担当）	・新型コロナウイルス感染の拡大いかんによって、移動の自粛などによる影響が想定される。特に、冬季は新型コロナウイルスに加えてインフルエンザの流行も懸念されることから、引き続き注視する必要がある。

➤ 年末年始商戦への懸念もみられる。

□	タクシー運転手	・この時期は忘年会等の予約の話をよく聞いていたが、今年は全く聞かない。例年は1番忙しい時期であるが、今年は非常に厳しくなると思う。金曜日は少し人が戻ったように感じるが、まだ夜の繁華街は人が少なく、売上も前年比7割ほどが実状である。
▲	百貨店（総務担当）	・冬季ボーナスが減少となる見込みであり、ボーナス商戦やバーゲンセールなどは厳しいと想定される。また、年末年始は混雑を避けようという動きが見込まれ、福袋やセールでの売上確保ができるか懸念される。

【企業動向・雇用関連】

➤ ウィズ・コロナでの回復が期待されている。

○	食料品製造業（経営企画担当）	・Go To キャンペーンの効果か、街の人出も戻りつつあるなかで、感染拡大を防止しつつ緩やかな回復を期待するムードが一層高まっていると感じられる。
○	化学工業（総務秘書）	・希望的観測もあるが、年内は宴会等を自粛し新年以降は解禁する会社もあると聞く。また、航空会社や鉄道会社の巨額赤字で、人的交流を再開すべきという世論も高まると推察する。手洗いやマスクのお陰で新型コロナウイルスによる死者数は少ない事実も判明しており、感染防止と経済の両立への機運が高まっている。
○	会計事務所（職員）	・予防対策をしながら日常生活を送るなど、消費者の新型コロナウイルスに対する考えが変化してきており、今後は景気も少しずつ回復していくと思われる。
○	民間職業紹介機関（営業担当）	・年末に向けて組織体制の整備のため、徐々に採用を検討し始めている中小企業が増加基調にある。

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（方角性）
（２） 景気の先行きに対する判断（方角性）
（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。当社までご連絡下さい。