

経済レポート

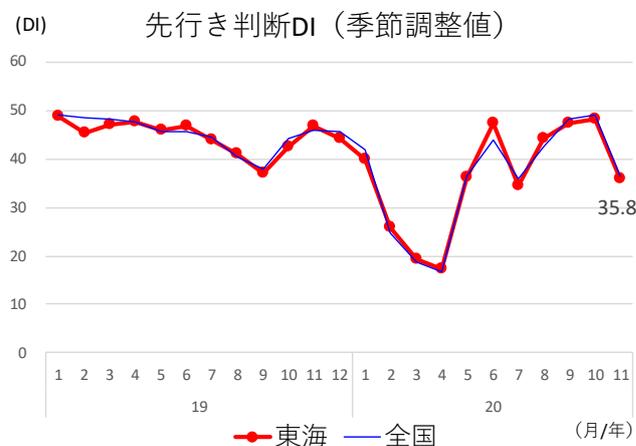
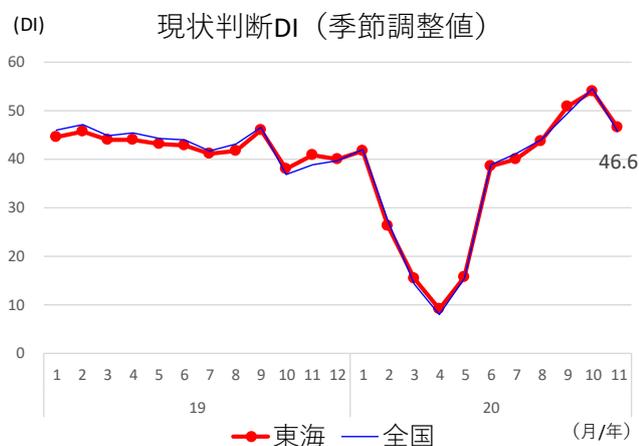
景気ウォッチャー調査(東海地区:2020年11月)

～ 新型コロナウイルス第3波により現状判断、先行き判断とも低下に転じる ～

調査部 主任研究員 塚田裕昭

- 12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11月¹の

**現状判断DI(季節調整値)は、前月差-7.5ポイントの46.6と7ヶ月ぶりに低下した。
先行き判断DI(季節調整値)は、前月差-12.5ポイントの35.8と4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

新型コロナウイルス第3波拡大により、景況感は再び悪化している。先行きについては、感染再拡大による景気悪化が懸念されている。

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が残る中で、持ち直しに弱さがみられる。先行きについては、感染症の動向に対する懸念が強まっている。

とまとめている。

(前月のまとめ)

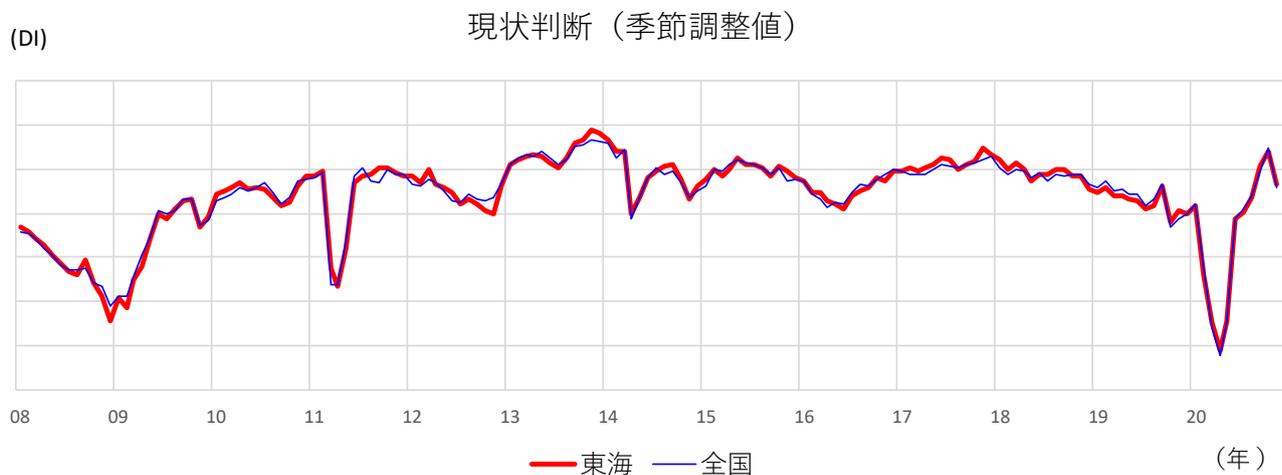
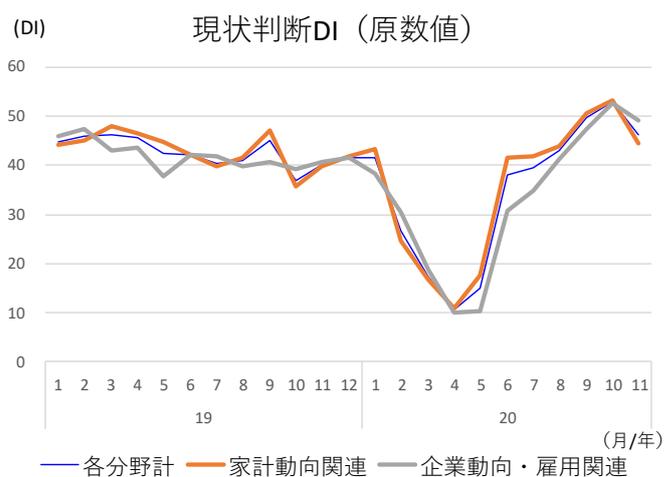
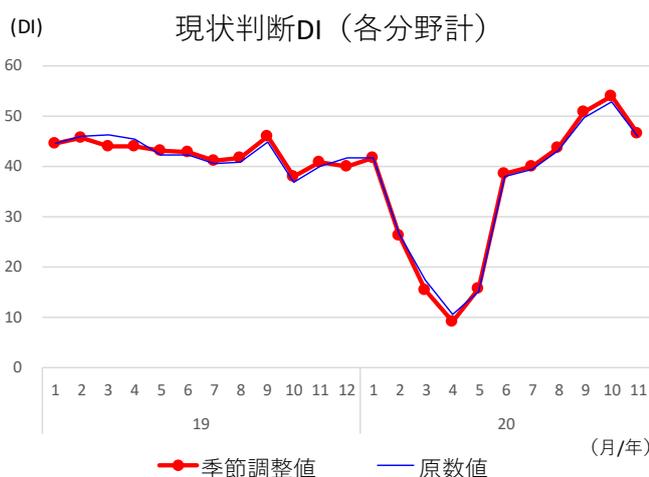
「新型コロナウイルス感染症の影響による厳しさは残るものの、着実に持ち直している。先行きについては、感染症の動向を懸念しつつも、持ち直しが続くともみている。」

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-7.5ポイントの46.6と7ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を3ヶ月ぶりに下回った。新型コロナウイルス第3波の拡大により悪化方向の回答が大幅に増加した。
- 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-8.5ポイントの44.6と7ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を3ヶ月ぶりに下回った。また、企業動向関連と雇用関連からなるDI³は、同-3.6ポイントの49.0と7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228、うち家計関連152、企業・雇用関連76。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】

- 11月に入り新型コロナウイルス第3波が拡がり、感染者数が7、8月の第2波を上回る水準になったことから、外出が抑制されて悪化方向の回答が急増した。

□	コンビニ (店長)	・新型コロナウイルス感染の再拡大により周辺の人出が著しく減っている。拡大が続けばこの傾向は変わらないと思う。
□	乗用車販売店 (従業員)	・新型コロナウイルス感染防止対策に十分気を付けた上でやっと接客ができるようになってきたと感じていた矢先に、また感染者が増加する事態となってしまった。客との面談も難しくなり、イベントも縮小され、ますます新たな客に会う機会が作れない。
▲	百貨店 (総務担当)	・11月前半は一時的な寒さもあり衣料品を含め好調であったが、新型コロナウイルスの感染拡大が明らかになるにつれて来客数も減り、外出自粛傾向が鮮明となり、売上も徐々に減少している。旅行客やGo To Eatキャンペーンの客も少なくなりつつあり、売上増加の要因が減って厳しさが更に増している。
▲	コンビニ (商品企画担当)	・秋の行楽シーズンを迎えたものの、新型コロナウイルスの感染再拡大によるGo Toキャンペーンのエリア縮小などにより、来客数が伸び悩んでいる。現時点では冬季に向けて感染者数縮小も見込めないことなどから、年内の景気回復は厳しいと想定する。
▲	その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当)	・新型コロナウイルス禍による業績悪化により、冬のボーナスや残業代へ影響があるという客が増えてきた。実際にそれに備えて消費意欲は減退している様子である。
×	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルスの感染再拡大の影響が大きい。飲食店ではキャンセルが相次いでいる。衣料品店や百貨店等でも来客数、売上共に良くない状況である。
×	一般レストラン (従業員)	・年末に向けて徐々に入っていた予約がほぼキャンセルになってきている。
×	美容室 (経営者)	・新型コロナウイルスの影響により、外出を自粛する人が多く来客数が少ない。

- 観光関連では、GO TO キャンペーンにより3ヶ月前に比べれば改善しているとの回答が複数みられるが、足下では悪化している模様だ。

○	観光型ホテル (経営者)	・Go Toキャンペーンの影響により6割ほどの宿泊者数に戻ってきた。現在は新型コロナウイルスが再拡大しており、これがなければ8割程度の宿泊者数が視野に入っていたが、今後の感染状況により動きは変わってくる。
○	都市型ホテル (総支配人)	・Go Toキャンペーンで、10~11月の週末は良かった。新型コロナウイルス感染が拡大し、11月後半から急激に宿泊は失速している。宴会は、年始までほぼない。レストランは、昼間のみ若干客が入る。

【企業動向・雇用関連】

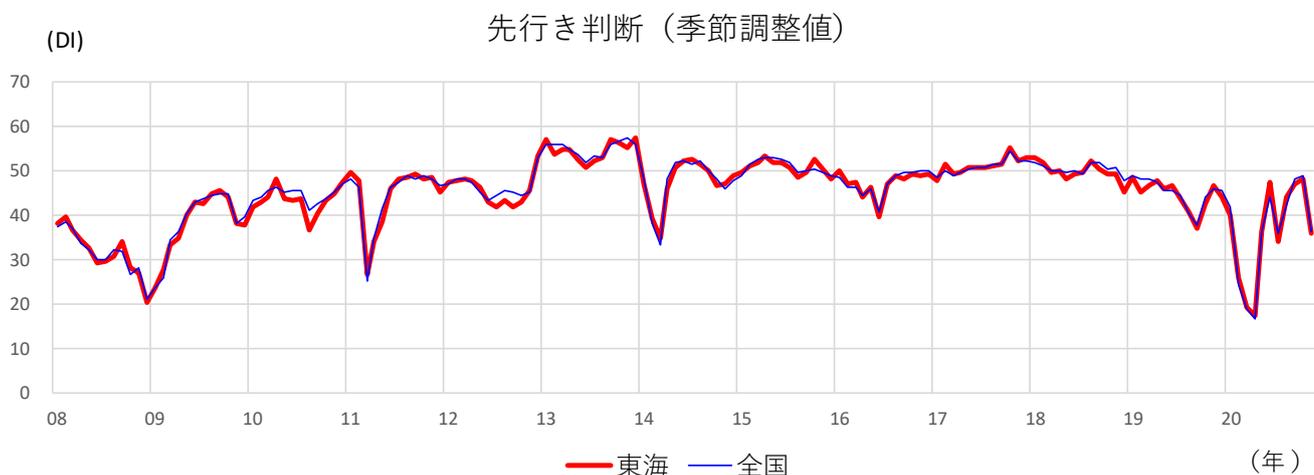
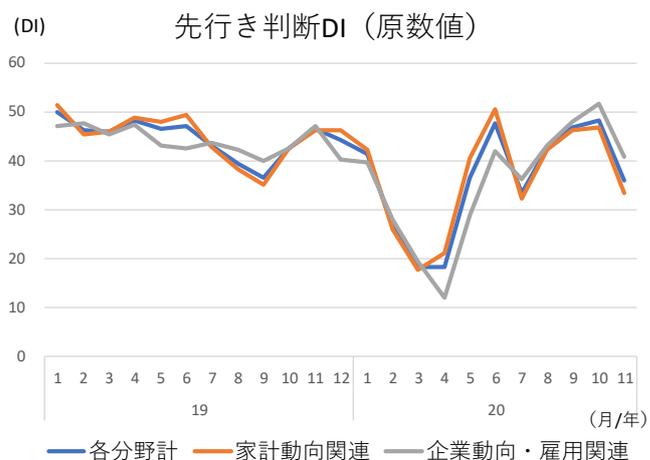
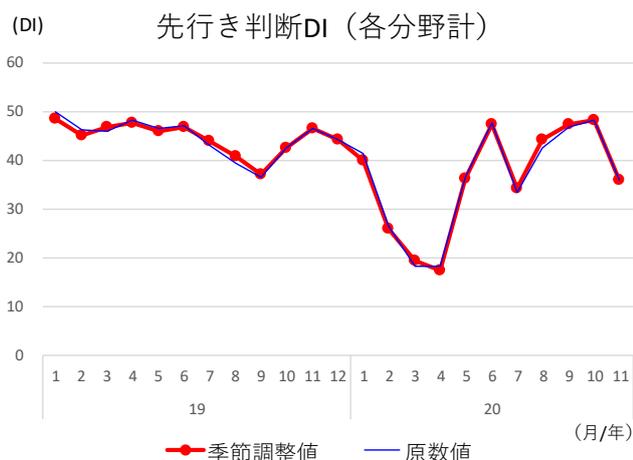
- 受注については3ヶ月前に比べれば増えているとの回答が複数見られ、家計動向関連に比べると新型コロナウイルス感染再拡大による悪化の程度は抑えられている。

○	化学工業 (営業担当)	・電子材料関係の容器出荷は好調を継続している。自動車向けも回復傾向である。ただし、業務用洗剤・香料といった外食産業向けの需要は低調が続いている。
○	一般機械器具製造業 (営業担当)	・北米自動車向け部品メーカーでは少し仕事が戻ってきたのか、例年の水準よりは低い但至少受注、引き合い共に増えている。
□	輸送業 (従業員)	・巣籠りで個人消費は伸びても、企業間の物量は鈍化傾向にある。そのため、企業の設備投資もない。新型コロナウイルス禍のなか、大型消費が伸びていない。
▲	金属製品製造業 (従業員)	・本来なら年度末に向けた仕事の繁忙感が出てきても良いところだが、余りその感じもなく、先の仕事に対する不安感が大きくなってきている。
×	金融業 (従業員)	・新型コロナウイルスの影響で、飲食店がこれからというときに時間規制の要請があり、現状としては全く良くない状況で困っている。自動車関係の一部では持ち直しており、工場等は回り始めている。

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-12.5ポイントの35.8と4ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を26ヶ月連続で下回った。新型コロナウイルス第3波の拡大への懸念から、先行きを懸念する回答が急増した。
- 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-13.3ポイントの33.4と4ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を5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-10.8ポイントの40.8と4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) 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】

- ▶ 新型コロナウイルス感染拡大による悪化を見込む声が大半である。ボーナスカットなど所得減となる中で各種キャンペーンの終了も見込まれ、悲観的な見方が増えた。

▲	百貨店 (総務担当)	・移動自粛などもあり、来客数の減少による売上への影響は厳しい。最繁忙期である12月が一番売上の多い月であり、影響が大きいと想定される。また、暖冬となるようであり、冬物衣料や雑貨の販売が更に厳しくなる見込みである。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・サポカー補助金も終わる時期であり、新型コロナウイルスの影響がまだ続いているであろうから、景気が良くなるとは思えない。
▲	その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当)	・残業の減少など、実際に手取りが減っていることを実感している客が増えている。確実に消費意欲は減退しており、売上への影響は必至である。
×	乗用車販売店 (従業員)	・本来ならボーナス時期でもあり、12月以降は盛り上がるのだが、客の話を聞いていると今年はボーナスカットの会社も多く、全く期待できる状況ではない。この地域では自動車は生活必需品であるが、最初に節約するのは自動車の維持費になる。維持費の安い車へ買換えができないため、点検、車検、修理代を始め、自動車保険代、ガソリン代等、車に関する費用を節約するという声が多い。新型コロナウイルスの感染者が急増している現在、不透明感という言葉では表せないような危機感を持っている。
×	一般レストラン (従業員)	・来客数が少しずつ戻ってきたところで新型コロナウイルスの第3波である。ほとんどの補助金を使い、融資も残高が少なくなってきた。景気回復はまだ見込めない。
×	観光型ホテル (支配人)	・ここ2か月ほどはGo Toキャンペーンが良い影響をもたらしているが、2~3か月後という、もうGo Toキャンペーンが終わる時期であり、現時点で2月の予約状況は前年の1割にも満たない厳しい状況である。つかのまのぬか喜びで終わってしまうかと思うと、この先は非常に気が重い。
×	旅行代理店 (経営者)	・Go To Travelキャンペーンの一部地域除外や期日終了に伴い、再び売上が悪化すると考えられる。

【企業動向・雇用関連】

- ▶ 新型コロナウイルス第3波拡大による受注減、設備投資抑制、求人減など、先行きを懸念する声が多くみられる。

□	一般機械器具製造業 (営業担当)	・自動車向けの製造業が集中している米国中西部で新型コロナウイルスの流行が再燃しており、客先や代理店が次々と自宅勤務に切り替わっている。この状況では設備投資の話は進まない。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業 (顧問)	・受注量、販売量が多少回復傾向にあるものの、新型コロナウイルス第3波の影響が次第に大きくなり、今後は景気が悪くなると思われる。
▲	電気機械器具製造業 (経営者)	・新型コロナウイルス第3波による影響が今後考えられる。製造業は稼働日数等の調整が入り、受注量の減少が見込まれる。
▲	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・Go Toキャンペーンの求人への効果が出る前に、新型コロナウイルスの感染状況の悪化から自粛に揺り戻しとなったため、景気全般に良い兆しはない。本来は書き入れ時の年末年始に向けても売上が見通せない状況から、企業の業績悪化は更に続くと考えられる。
▲	職業安定所 (次長)	・新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向であり、先行き不透明感から新規採用をする事業者数の減少が見込まれるため、景気はやや悪くなると判断した。緊急事態宣言のような政策が発動されると、景気は更に大きく後退すると考える。
×	鉄鋼業 (経営者)	・当地域や我が国の工業も引っ張っている自動車生産が、現状より若干落ち着き、年末年始の動きが全く活発化しないことから、今年は、例年起こる動きが全く停滞している。
×	公認会計士	・新型コロナウイルス第3波が経済に与える影響が大きい。ここまでの新型コロナウイルスによるダメージは、助成金や給付金でしのいでいるが、所詮は負債であり将来の返済は厳しい。新型コロナウイルスによる中小企業の淘汰が進む可能性がある。

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	+0.75	+0.5	+0.25	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。