

## 経済レポート

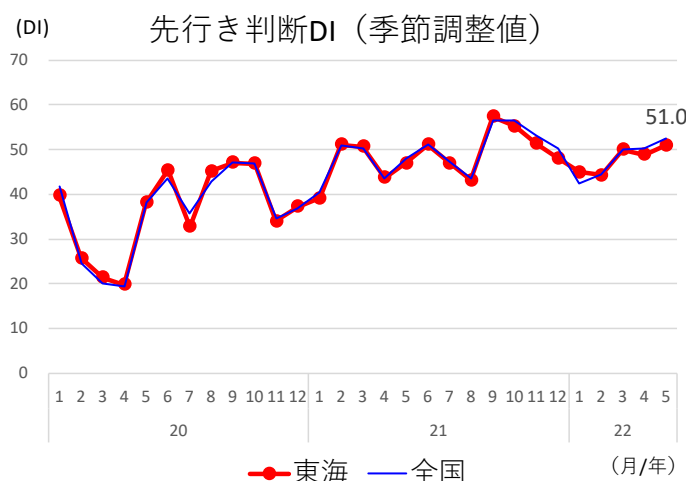
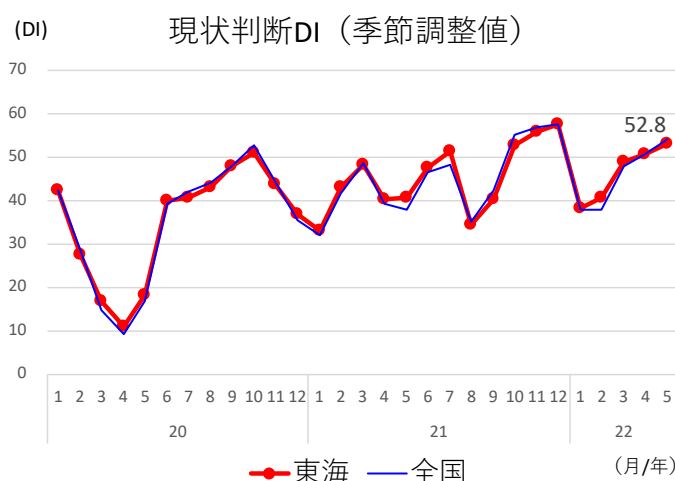
# 景気ウォッチャー調査(東海地区:2022年5月)

～GWの人流の戻りにより現状判断は改善が続き、先行き判断も改善～

調査部 主任研究員 塚田裕昭

- 6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5月<sup>1)</sup>の

**現状判断DI(季節調整値)は、前月差+2.3ポイントの52.8と4ヶ月連続で上昇した。**  
**先行き判断DI(季節調整値)は、前月差+2.2ポイントの51.0と2ヶ月ぶりに上昇した。**



- 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は残るものの、人流の増加により景況感は持ち直している。先行きについては、持ち直しへの期待がある一方、物価上昇の悪影響への懸念がみられる。**

とまとめた。

(前月のまとめ)

「新型コロナウイルス感染者数が下げ渋るものの、人流の増加により景況感は持ち直している。先行きについては、持ち直しへの期待がある一方、物価上昇の悪影響への懸念がみられる。」

- 内閣府では、全国調査での景気ウォッチャーの見方を

**景気は、緩やかに持ち直している。先行きについては、緩やかな持ち直しが続くとみているものの、ウクライナ情勢や中国におけるロックダウンに伴う影響も含め、コスト上昇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)

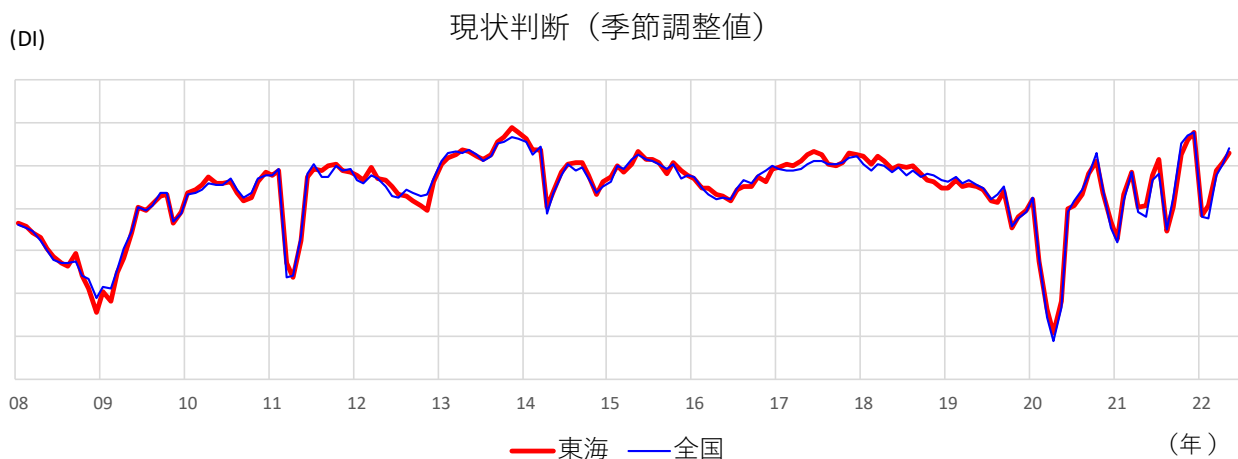
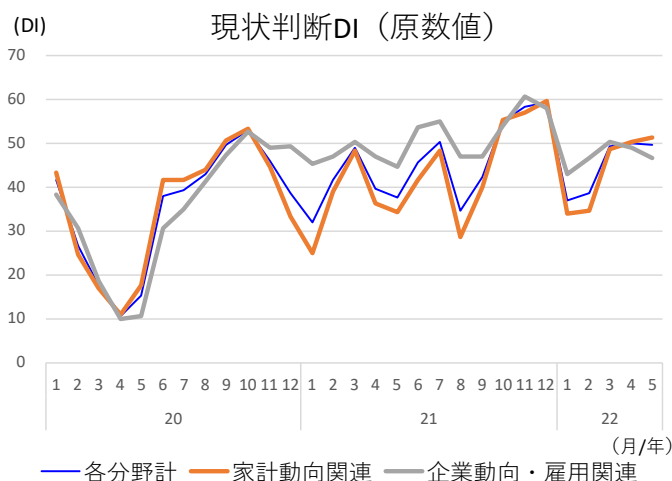
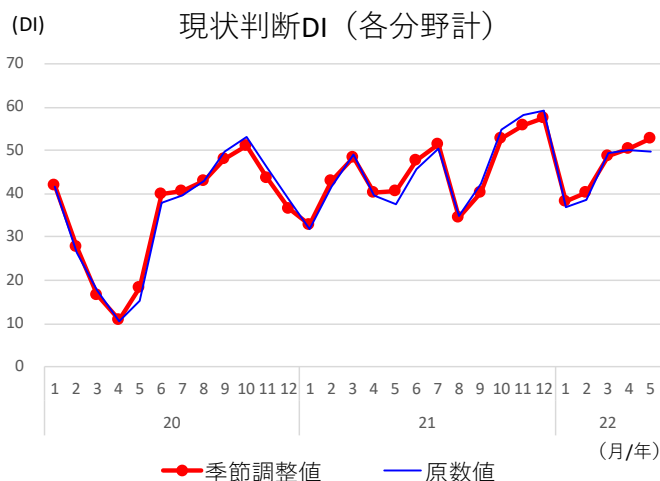
「景気は、新型コロナウイルス感染症の影響は残るものの、持ち直しの動きがみられる。先行きについては、感染症の動向への懸念が和らぐ中、持ち直しへの期待がある一方、ウクライナ情勢による影響も含め、コスト上昇等に対する懸念がみられる。」

<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+2.3ポイントの52.8と4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。行動制限のないゴールデンウィークで人流が増え、その後も相応の人出が続いたことにより景況感の改善が続いた。
- 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+1.0ポイントの51.3と4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。一方、企業動向関連と雇用関連からなるDI<sup>3</sup>は、同-2.3ポイントの46.7と2ヶ月連続で低下し、横ばいを示す50を2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228、うち家計関連153、企業・雇用関連75。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) 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】

- 今年のゴールデンウィークは行動制限がなかったことから人流が増え、ゴールデンウィーク後も相応の来客が維持できていたこともあって景況感が改善した。

◎	観光型ホテル（経営者）	・3か月前まではまん延防止等重点措置が継続的に発出され、2月は全く客がない状態であったが、解除以降春休みに入り個人客を中心に戻ってきた。4～5月には、地域観光事業などがかなり景気を刺激し、2月と比べると格段に景気が良くなっている。
◎	レジャーランド（職員）	・3年ぶりの行動制限のないゴールデンウィークとなり、その後も学校団体が堅調で、新型コロナウイルス発生前の9割近くの水準まで回復している。
○	百貨店（営業担当）	・5月に入り来客数が前年の2割増加となり回復傾向にある。特に、ゴールデンウィークや中旬の催事期間中は来客数の伸びが顕著であった。売上も前年より2けた増加で、3年前の売上を上回ってきている。
○	コンビニ（本部管理担当）	・世界経済にはネガティブなニュースが多いが、国内だけでみた場合、小売業界は売上回復の軌道を描いている。新型コロナウイルスの影響も軽減し、当社の直近の売上は前年比105%と好調である。人の動きが活性化し、当社だけではなく全国の小売業では、景気が上向きであると考察している。
○	高級レストラン（経営企画）	・ゴールデンウィークや週末は、新型コロナウイルス発生前の水準に近い来客数で推移している。一方、平日はまだランチタイムの利用に寄っているため、ディナーの来客数が回復していない。
○	タクシー運転手	・2月頃は、まん延防止等重点措置で夜は本当にがらがらの状況だったため、今と比べると相当の差がある。今は夜の客が随分あり、先日は2年ぶりに学会が開催されるなどイベントも多くなってきている。特に夜の客が少しずつ戻ってきたため、売上も随分助かっている。
○	テーマパーク（職員）	・ウィズコロナが定着しつつありゴールデンウィーク後も新型コロナウイルスの新規感染者数は余り増えず、地域観光事業などもあって少し安心感が生まれたのか、客足も伸びている。
▲	スーパー（販売担当）	・小売の現場では食品の値上げが増えてきており、需要の減少につながっている。家庭用品も4月の家庭紙を手始めに、原料、物流コストの上昇を理由に値上げが続いている。
▲	一般レストラン（経営者）	・5月に入りどのマスコミ等でも値上げの話題を取り上げている影響か、ゴールデンウィーク明けから例年と比べて売上が下がっている。明らかに来客数も減っており、何か対策をしていく必要がある。

### 【企業動向・雇用関連】

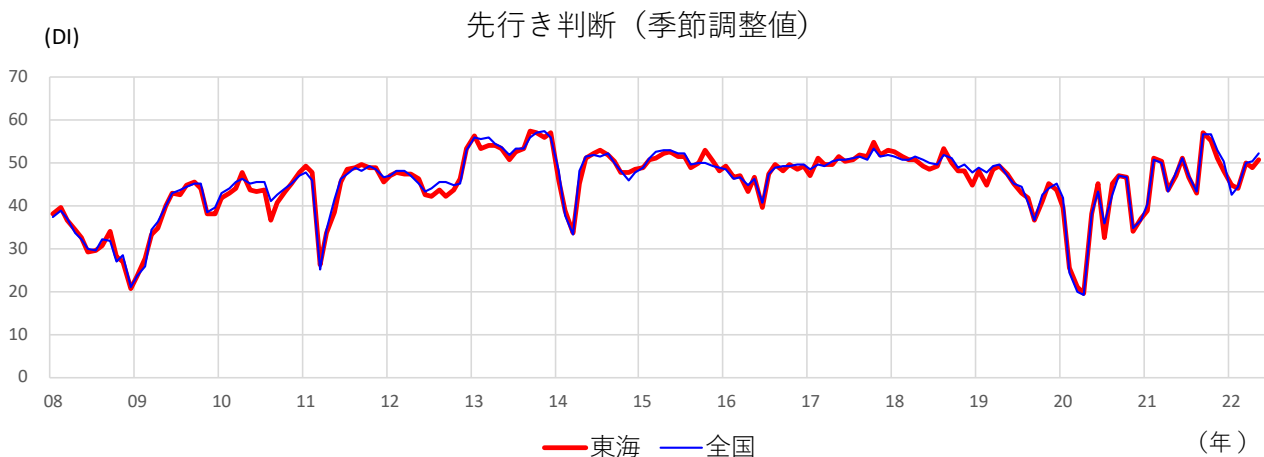
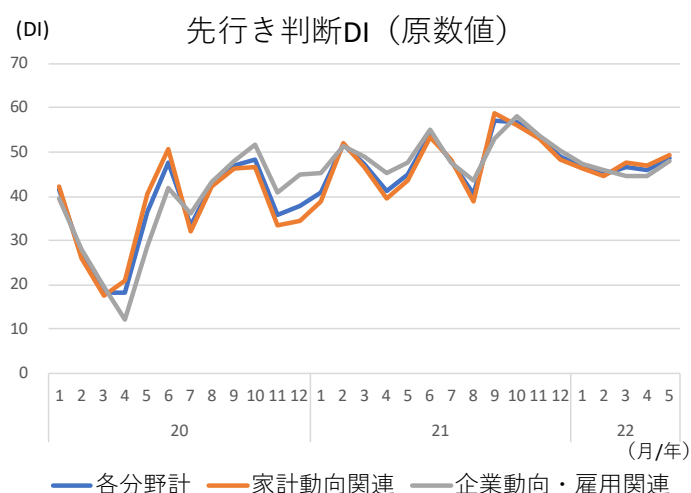
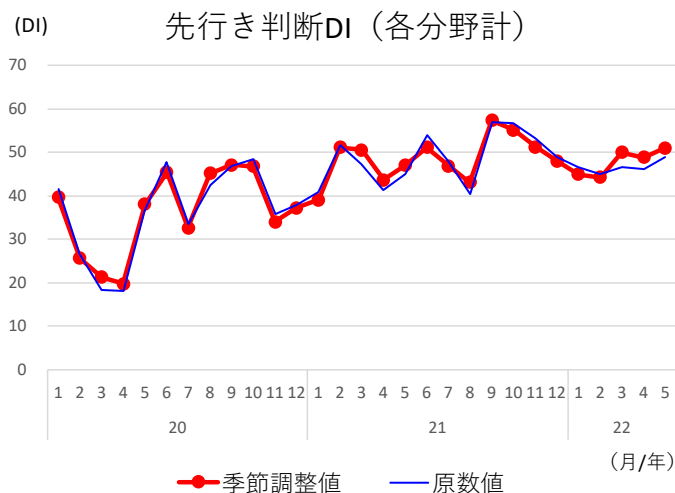
- 家計関連が改善となる一方、企業関連は、原材料価格の上昇、半導体不足などにより改善方向の回答が減少し、景況感が悪化した。

○	職業安定所（職員）	・求人数が若干増加して求職者数が若干減少した結果、求人倍率が改善している。
□	人材派遣会社（企画統括）	・求人数の増加に対して求職者の動きが鈍く、成約につながっていない。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・いろいろな原材料の価格が非常に上がっている。
□	輸送業（経営者）	・自動車関連を中心に、中国からの輸入停滞で生産ができず物量が下がっている。下げ幅は荷主により異なるが、稼働が半分程度のところも出てきている。
□	輸送業（エリア担当）	・新型コロナウイルスの影響は改善するものの、半導体不足の影響で動きが鈍い。
▲	化学工業（営業担当）	・原油価格が高騰しており、容器のプラスチック原料も値上がりしている。全てを客には転嫁できていないため、収益をひっ迫している。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・エネルギー価格や円安等による材料価格の高騰を通じて製品の部品単価が上がり、それを販売価格にそのまま転嫁できないため、非常に困難な状態である。客先業界全体が低調ななかでは競争が激しく、原価上昇は全体の利益を押し下げたため、非常に大きな問題になっている。
×	金属製品製造業（経営者）	・材料価格、電気・燃料価格の高騰に対応する販売価格への転嫁ができていない。

## 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+2.2ポイントの51.0と2ヶ月ぶりに上昇し、横ばいを示す50を上回った。インバウンド規制の緩和、新型コロナウイルス感染者数の減少などが期待される一方、物価上昇による消費抑制が懸念されている。
- 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+2.3ポイントの49.2と2ヶ月ぶりに上昇したが、横ばいを示す50を6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48.0と7ヶ月ぶりに上昇したが、横ばいを示す50を5ヶ月連続で下回った。



## (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】

- インバウンドの規制緩和に期待する声が複数見られ、改善方向の回答が増加したが、物価上昇による消費抑制が懸念されている。

◎	百貨店（販売促進担当）	・インバウンドの規制緩和でますます来客が増えそうである。
○	百貨店（企画担当）	・ゴールデンウィーク前から、特に百貨店の中心客である中高年層の消費者の動きが活発化し、ファッション関連商材も動き始めた感がある。ゴールデンウィーク後も、新型コロナウイルスの感染拡大は予測を下回っており、中間層にも動きが見えつつある。
○	百貨店（営業担当）	・来客数は増加傾向にある。ただし、物価高に伴う景気減速やアフターコロナの新しい生活様式により、一気に回復していかない。
○	都市型ホテル（営業担当）	・国内の飲食需要の回復に加え、インバウンドに期待する。
○	旅行代理店（営業担当）	・現在問合せを頂いている団体がそのまま実施に至ってくれば、多少は回復傾向にあると考えてもよい。
○	テーマパーク（職員）	・今後新型コロナウイルスの感染が収束し、インバウンドも増えてくる可能性がある。
▲	スーパー（店長）	・原料の価格高騰により様々な物の値上げが相次いでおり、買い控えによる買上点数が減少している。この状態はしばらく続くと思われる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・半導体不足からくる新車の供給状況は、ウクライナ問題などによりここ数か月でますます悪化している。メーカーでは今後最低1年は改善しないと予想しているようである。
▲	その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・物価の上昇は広範囲にわたるため、買い控えが進む。

### 【企業動向・雇用関連】

- 新型コロナ感染者数の減少、半導体等部品供給の改善への期待からD Iは上昇したが、物価上昇による消費の落ち込みへの懸念もみられる。

○	電気機械器具製造業（経営者）	・取引先のメーカーがそろそろ設備投資を始めるということから、ある程度の販売台数が出るのではないかと期待を込めて、やや良くなると思っている。
○	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・海外からの部品や半導体の供給なども、今よりは改善されると思われ、完成車メーカーの生産も増えていくと考えられる。
○	広告代理店（制作担当）	・新型コロナウイルス新規感染者数の減少と、4回目のワクチン接種が開始されたこともあり、今まで中止されていた夏開催の企画等も再開され始めている。
○	職業安定所（職員）	・新規求人数は一部の職種を除き全体的に伸びてきている。新型コロナウイルスの感染対策も徐々に緩和されるなか、外国人観光客の入国を6月から再開するなど地域経済の活性化が見込まれ、サービス業を中心に求人の回復が見込まれる。
□	一般機械器具製造業（営業担当）	・円安で設備を売りやすい状況だが、輸送費と部材費が高騰しているため、利益の確保が難しい。部材が入らないので設備の製造が遅れており、輸送も混んでいて予定が立てられないため、受注に至らない案件も出ている。
□	輸送業（エリア担当）	・移動やマスクの制限が緩和するとEC市場は一時よりは減少するが、人が動けば荷物の量も増えていく。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・当社でも3割近く値上げをしているため、その分物価が上がり消費が落ち込むのではないかと懸念する。

## 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。