

## 経済レポート

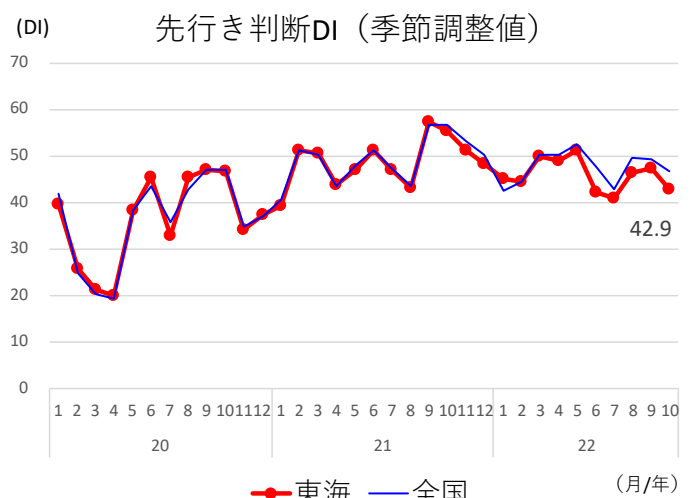
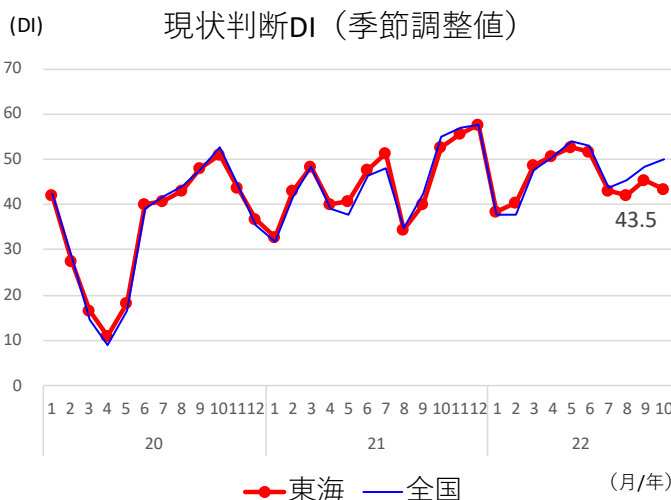
# 景気ウォッチャー調査(東海地区:2022年10月)

～ウィズコロナの中、物価上昇の影響でDIは現状、先行きともに低下～

主任研究員 塚田裕昭

- 11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10月<sup>1</sup>の

**現状判断DI(季節調整値)は、前月差-1.7ポイントの43.5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-4.4ポイントの42.9と3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

**ウィズコロナで消費の一部に回復がみられる一方、物価上昇の影響で景況感の持ち直しの動きが鈍化している。先行きについても、物価上昇の影響が懸念されている。**

とまとめた。

(前月のまとめ)

「新型コロナウイルス感染拡大が落ち着き、景況感は持ち直しの動きがみられる。先行きについては、全国旅行支援への期待がみられる一方、物価上昇による収益の悪化が懸念されている。」

- 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、持ち直しの動きがみられる。先行きについては、持ち直しへの期待がある一方、価格上昇の影響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)

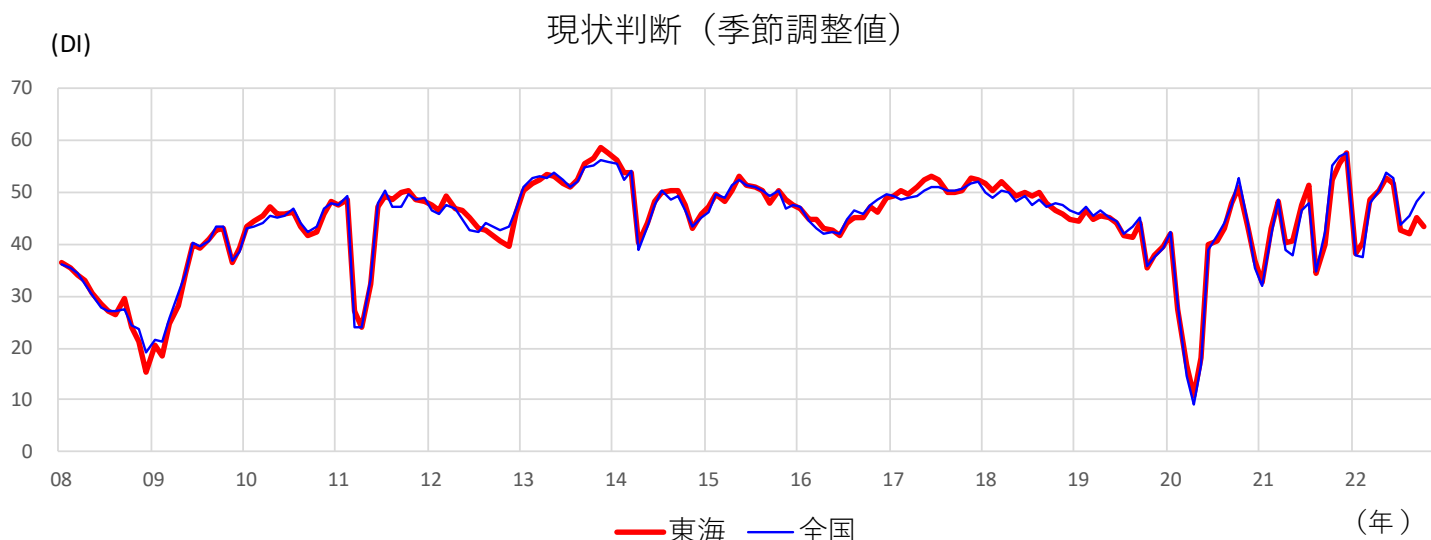
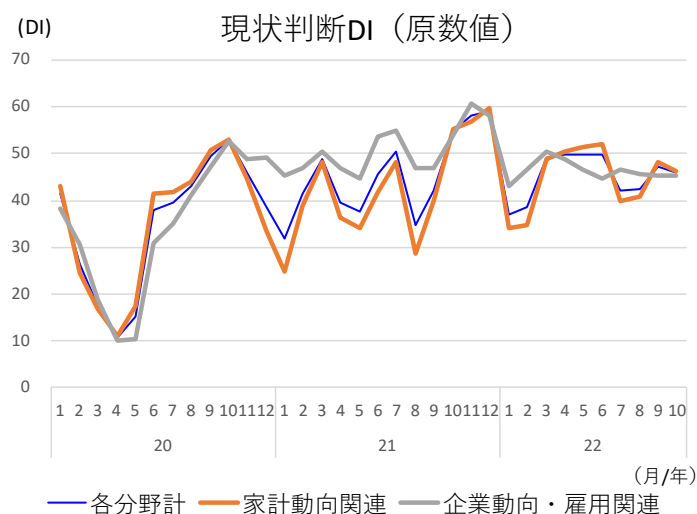
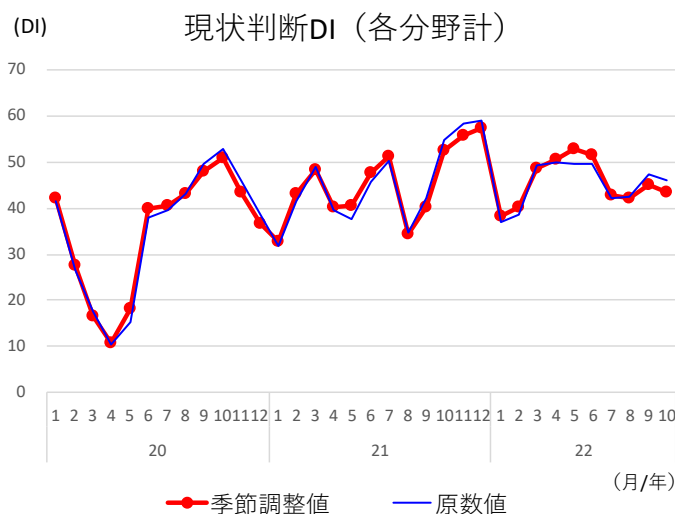
「景気は、持ち直しの動きがみられる。先行きについては、価格上昇の影響等を懸念しつつも、持ち直しへの期待がみられる。」

<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-1.7ポイントの43.5と2ヶ月前ぶりに低下し、横ばいを示す50を4ヶ月連続で下回った。全国が増加となる一方で東海は低下、DIの水準も他地域に比べて低い。物価上昇による家計の消費抑制、原材料価格上昇による企業の収益悪化が景況感の悪化につながっている。
- 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-2.2ポイントの46.2と3ヶ月前ぶりに低下し、横ばいを示す50を4ヶ月連続で下回った。一方、企業動向関連と雇用関連からなるDI<sup>3</sup>は、同+0.1ポイントの45.4と小幅ながら3ヶ月前ぶりに上昇したが、横ばいを示す50を7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227、うち家計関連151、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) 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】

- コロナ感染者数の落ち着きや全国旅行支援の影響で人流が戻る一方で、物価上昇による消費抑制が進んでおり、景況感の悪化につながっている。

◎	観光型ホテル（支配人）	・新型コロナウイルス感染症の第7波の収束に加え、全国旅行支援の開始により、来客数が増加している。
□	商店街（代表者）	・平日は横ばいであるが週末はとにかく人出がすごい。新型コロナウイルス感染症発生前の状態になってきている。ただし、購買単価は相変わらず低い。
▲	スーパー（店長）	・電気代の値上げや物価上昇による節約志向が更に強まっている。また、競合先の出店や百貨店が好調であること、外出や外食も戻りつつあることから、週末の来客数が減少し売上も減少している。
▲	コンビニ（企画担当）	・大きな落ち込みはないが、多少物価上昇の影響が出始めているのではないかと懸念がある。旅行者の利用が見込める店舗では上昇がみられるが、それ以外の店舗では回復が鈍化している。
▲	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・10月に入ってから来客数が減ってきている。平日より休日の来客が少なく、食事や観光に人が流れているような気がする。
×	一般小売店〔書店〕（営業担当）	・為替の影響で輸入商品の単価が上がっており、客の予算を圧迫している。
×	スーパー（店員）	・これまでも厳しかったが、商品原価が上がり値上げが生じて非常に商品の動きが悪くなっている。
×	衣料品専門店（販売企画担当）	・仕入単価がかなり上がり、販売価格に転嫁している。新型コロナウイルス感染症対策の規制緩和で少し良い兆しがみえていたが、今度はインフレに備えて財布のひもが固くなってきている。
×	その他専門店〔雑貨〕（店長）	・円安、物価上昇、全国旅行支援の開始や出入国規制緩和により、物販消費は減少し集客が落ちている。ターミナル駅周辺と比べると中心市街地への人流が少ない。

### 【企業動向・雇用関連】

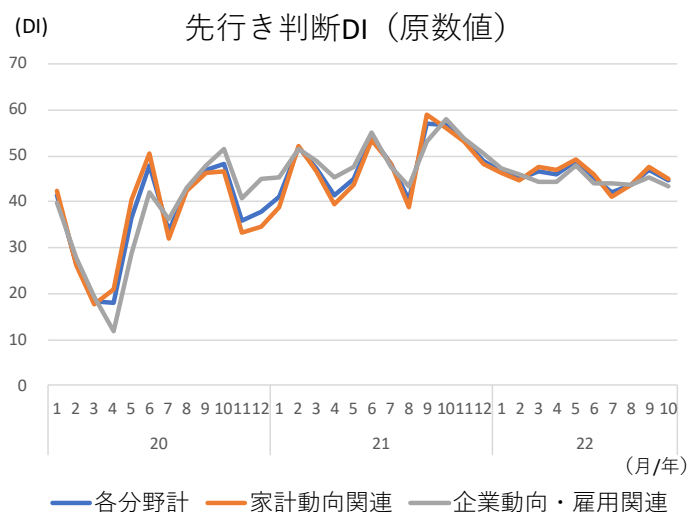
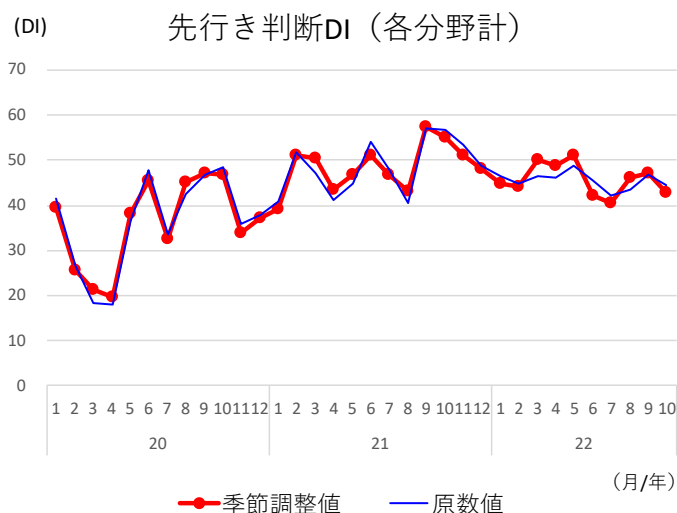
- 円安、半導体不足、原材料価格高騰により、製造業を中心に景況感の悪化を指摘するコメントが散見される。

□	輸送業（従業員）	・客先からの依頼は着実に増えている。忙しさは新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったと見てよい。ただし、支出の方はそれと同等かそれ以上に増えている。以前ほどの利益は出していない。
▲	食料品製造業（営業担当）	・受注量、販売量共に前年比で減少している。単価が上がっていることもあり、消費が伸びない。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・円安、半導体不足、原材料その他資材の高騰等があり、また、自動車関連への販売量の減少で全般的にみても景気はやや悪くなっている。
▲	化学工業（営業担当）	・半導体向けの需要が減速し、容器の出荷量が減少している。
▲	窯業・土石製品製造業（社員）	・どこの客も稼働率が下がっており、受注量が減っている。一部部品の入手難による生産ストップが、自動車のみならず装置メーカーにも広がっており、稼働率低下に至っている。注文があるのに生産ができず、他の部品の注文も手控えるため、景気悪化につながっている。
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・原材料不足を要因とする価格の高騰に円安が加わり、二重苦となっている。価格転嫁により適正利益を確保したいが、時間が掛かりそうである。
×	鉄鋼業（経営者）	・販売数量は前年比2割以上の大幅にダウンしている。売上金額は価格上昇で前年比1割ほどアップしている。企業経営としては、仕入れ圧迫度が大きく上昇して厳しさを増している。

## 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-4.4ポイントの42.9と3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。物価上昇による家計の消費抑制、円安、半導体不足、資材価格上昇による企業の収益環境の悪化が懸念されている。
- 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、同一2.7ポイントの45.0と3ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を11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、同一1.9ポイントの43.4と2ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を10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】

- 全国旅行支援により観光関連の戻りが期待される一方、サービス消費増加によるモノの消費の減少、供給要因による販売機会の喪失、物価上昇による家計の消費抑制などが懸念されている。

○	旅行代理店 (営業担当)	・全国旅行支援が続く限りは旅行業の業績は上向きと考える。ただし、今発生している旅行案件も、新型コロナウイルス感染症の第8波が襲来すると半分は取消しが見込まれるため、今後の新型コロナウイルスの感染状況、第8波の動向に注視していかななくてはならない。
□	スーパー (店員)	・まだまだ値上がりが続いているため、客は最低限の物しか購入せず、やはり高い物や必需品以外の物は買いが薄くなってきて、非常に売行きが悪い。
□	コンビニ (本部管理担当)	・売上は好調であるが、原価率の高騰で利益の捻出に苦しむ。世間にはぎわいを取り戻し、小売業界は活気が戻り復調気配であるが、手元に残る利益次第では、景気の後退を予見させる。
▲	家電量販店 (フランチャイズ経営者)	・今までは在宅需要で家電が売れたが、新型コロナウイルス感染症の第7波も少し落ち着き、外食や観光の方に人が流れている。周りでも新型コロナウイルス感染者が増え、感染したことを言えるほどにコロナ慣れしている。需要の先食いや値上げの影響もあり、家電は売れなさそうである。
▲	乗用車販売店 (従業員)	・新型車種が導入されても発売されて1か月で半年待ちになってしまい、さらに、高額な人気車種の多くは納期が掛かるため受注停止になっており、欲しくても車を買えない状況である。このままでは、車を売りたいとしても売ることができない。
▲	一般レストラン (経営者)	・マスコミ等による諸物価上昇の報道の影響が分からないが、消費者が余り金を使わないようになってきた。冬に向けてできる対応を考えて、営業をしていきたい。
▲	その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当)	・光熱費や様々な物の値上げが相次ぎ、購入数や予算を減らしたいという客が増えている。
×	住宅販売会社 (経営者)	・新築住宅が値上がりし、売行きが悪い。

### 【企業動向・雇用関連】

- 円安、半導体不足、原材料価格高騰により景況感の悪化が見込まれている。

□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (顧問)	・年末年始は例年なら荷動きが活発な時期となるが、今年は2回目の原材料価格の値上げがあり、製品価格への転嫁は非常に難しく収益面で圧迫を受ける。景気は今と変わらず、悪い状況が続く。
□	化学工業 (営業担当)	・引き続き半導体向けは生産調整が続く見通しであり、状況は変わらない。2023年春先から需要回復を見込む。
□	窯業・土石製品製造業 (社員)	・部品の安定供給が短期的には望めず、現在の生産調整はしばらく続きそうである。
□	金属製品製造業 (経営者)	・原材料価格が高止まりであるため、利益の確保が難しい状況が続く。
□	一般機械器具製造業 (営業担当)	・北米の客からは、金利上昇により設備購入の資金調達が難しく発注できないという情報が入ってくるようになった。円安で価格競争力は高まっているが、設備投資需要が弱まっているため、状況は変わらないと判断する。
□	人材派遣会社 (営業担当)	・円安の影響か、各メーカーが材料や原料のコストを気にしており、派遣活用にシビアになっている。円安は更に進む様相で、メーカーの派遣活用は様子見が続くと見込む。
▲	電気機械器具製造業 (経営者)	・鉄鋼価格だけでなくこん包資材、電気料金やいろいろな経費が増加し、鉄鋼価格分の価格転嫁のみでは吸収し切れず、今後受注量が減る。販売価格に価格転嫁された分、価格高騰が見込まれ、その状況で需要そのものが減少すると考える。
▲	新聞社 [求人広告] (営業担当)	・政府の景気対策はあっても局所的である。ここ最近のマイナス要素は改善されず、全体を浮揚させるまではいかない。人材不足感はあるが、採用についてもコストについても非常にシビアになっている。
×	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・更に半導体の入荷が悪くなり、生産コストでも電力、油、素材価格、切削工具などの値上がりが見込まれている。機械の値段も軒並み上昇し、見積りと購入価格に高額な差異が出ている。

## 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。