

経済レポート

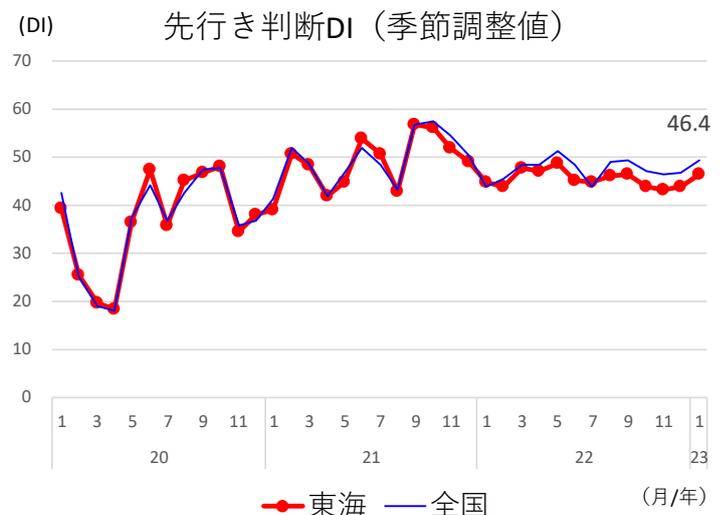
景気ウォッチャー調査(東海地区:2023年1月)

～人流が戻るも物価上昇に懸念～

主任研究員 塚田裕昭

- 2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1月¹の

**現状判断DI(季節調整値)は、前月差-0.3ポイントの48.8と2ヶ月連続で低下した。
先行き判断DI(季節調整値)は、前月差+2.6ポイントの46.4と2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

人の流れが戻ってきており、景況感に持ち直しの動きがみられる。先行きについては、新型コロナウイルス感染症の5類移行やインバウンド回復などが期待される一方、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)

「人の流れが戻ってきており、景況感に持ち直しの動きがみられる。先行きについては、物価上昇の影響が懸念されている。」

- 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、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。

とまとめている。

(前月のまとめ)

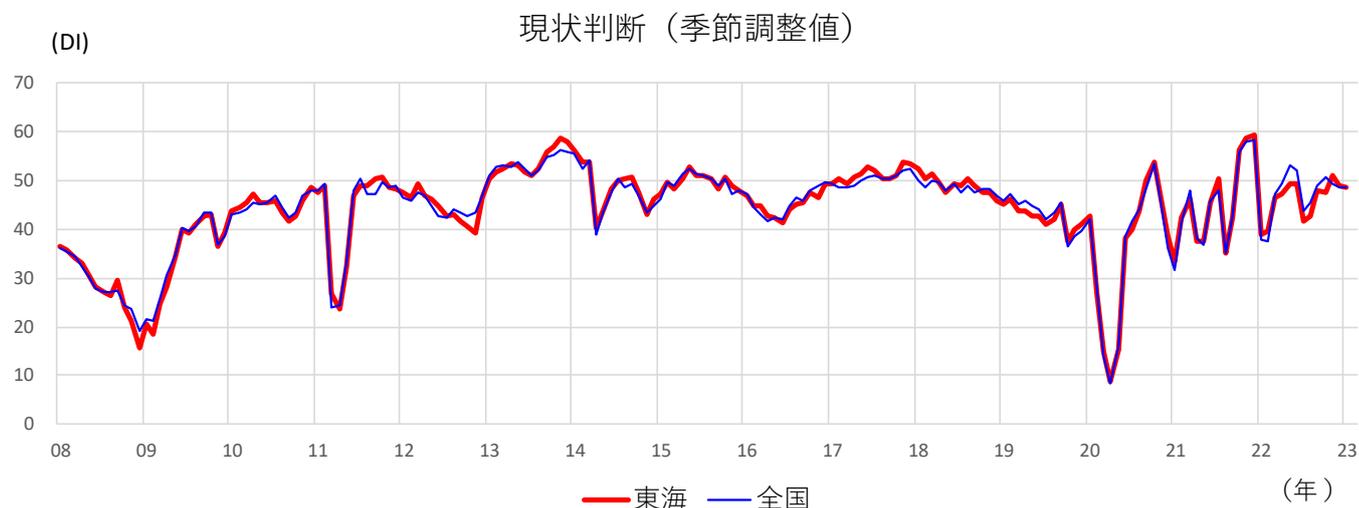
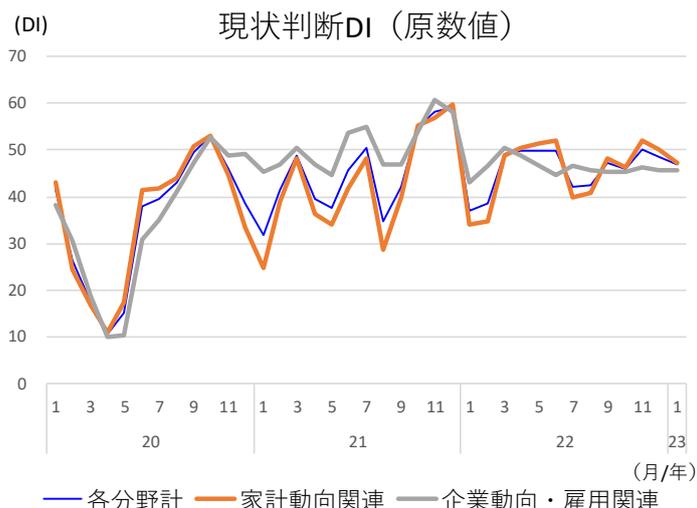
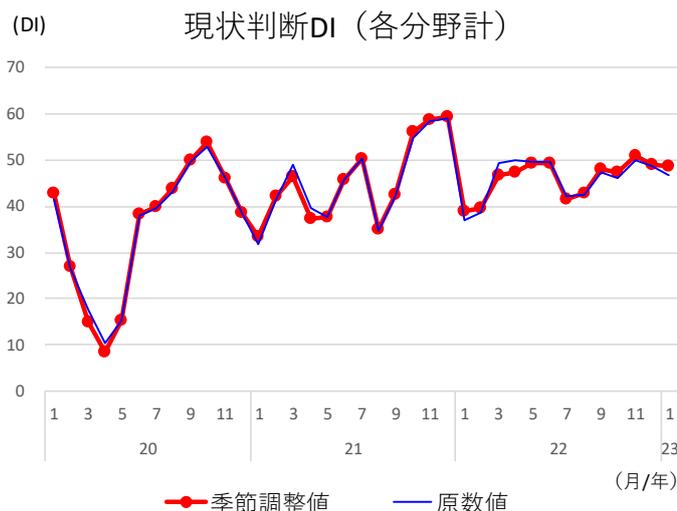
「景気は、持ち直しの動きがみられる。先行きについては、持ち直しへの期待がある一方、価格上昇の影響等に対する懸念がみられる。」

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-0.3ポイントの48.8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。
- 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-2.9ポイントの47.3と2ヶ月連続で低下し、横ばいを示す50を3ヶ月ぶりに下回った。企業動向関連と雇用関連からなるDI³は、同+0.1ポイントの45.8と小幅ながら2ヶ月ぶりに上昇したが、横ばいを示す50を10ヶ月連続で下回った。



² 本調査のアンケート・サンプル総数は233、うち家計関連156、企業・雇用関連77。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】

➤ 人の流れは戻ってきている一方、物価上昇により人々の財布のひもは固いようだ。

○	スーパー (店長)	・買い控えにより買上点数は減少しているが、商品値上げにより1品単価は上がっており、客単価は前年より伸びている。
○	旅行代理店 (営業担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりで余りにしなくなった感があり、個人旅行を中心に全国旅行支援を利用して旅行に出掛ける人が微増している。観光地には中国以外の、特に韓国を中心にインバウンドの団体が戻ってきている。売上は、新型コロナウイルス感染症発生前の70~80%くらいまで戻ってきている。
○	テーマパーク (職員)	・インバウンドが新型コロナウイルス感染症発生前の3割ほど戻ってきた。
○	その他レジャー施設 [鉄道会社] (職員)	・鉄道旅客のうち定期券収入、定期券外旅客運賃並びに雑収入のいずれも10%ほどの回復があり、やや好調といえる。観光列車や団体客の伸びは今一つながら、まずまずの状況である。
□	商店街 (代表者)	・日用品類の価格や光熱費の上昇によって、客には金銭的な余裕がなくなっていることを強く感じる。不急の商品や耐久消費財の売上がほとんどない。
□	スーパー (営業企画)	・依然として売上は前年割れをしている。来客数、客単価共に前年を下回った状態である。客単価は買上点数の減少によるもので、各種値上げにより1品単価は上昇しているが、無駄な物の買い控えが定着している様子である。
□	家電量販店 (フランチャイズ経営者)	・来客数は前年比85%で推移している。前年と比べエアコンやテレビの大型商品が売れているため売上額は前年並みだが、来客数の落ち込みが気掛かりである。10年に1度の寒波もあるが、閑散期の2月に向けて販促を強化したい。
□	乗用車販売店 (従業員)	・半導体等の問題もあるが、ついに自動車も値上げが始まった。車種によっては数十万円価格が上がるものもあり、これから新車を検討する客には良い材料ではない。新型車が出るのは期待が持てるが、納期が1年以上掛かる場合、納車の頃にはその車種がマイナーチェンジする時期でもあるため、悩みは尽きない。
▲	その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当)	・前年秋から年末は値上げが見込まれる商品の買い置きが増え、販売量は多かった。しかし、年明け以降は販売数量は5%程度マイナスとなっている。値上げをした分、売上は前年を上回っているが、販売数量の減少が気掛かりである。

【企業動向・雇用関連】

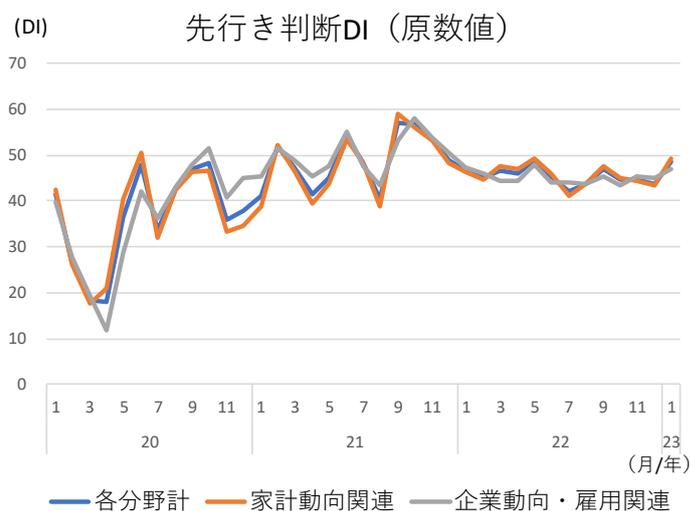
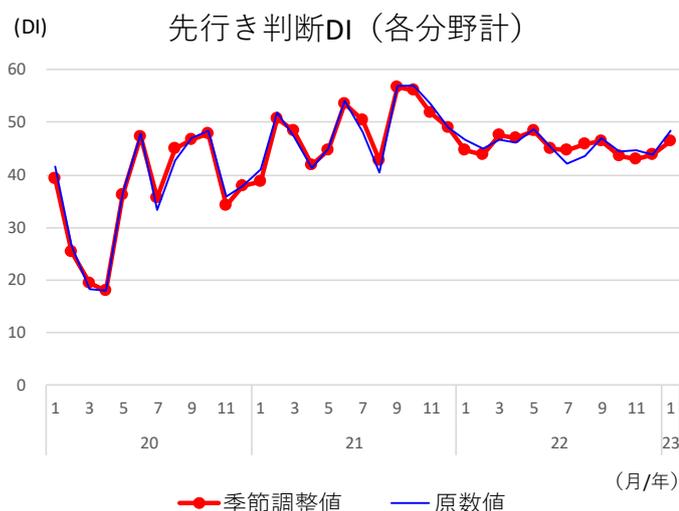
➤ 販売量が伸びない中、原材料価格の高止まりで収益的に厳しいとの声が多い。

○	人材派遣会社 (営業担当)	・派遣業界において、4月転職希望者の争奪戦が始まってきている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったわけではなく、ここ3年のなかで回復しているだけである。
□	食料品製造業 (経営企画担当)	・多様な商品が値上げされるなかで、生活者の商品を選択する目は一層厳しくなっている。食品においては、嗜好性の強い物への買い控え傾向は否めない。
□	パルプ・紙・紙加工品製造業 (顧問)	・受注量、販売量は3か月前と余り変わらない。原材料の価格高騰が続いているため採算面では悪化しており、景気は余り変わらない。
□	化学工業 (営業担当)	・食品添加物・香料・色素などの食品関係は、人の動きも増え回復傾向にある。半導体向け電材需要は低調が続いている。特に自動車向けが悪い。
□	電気機械器具製造業 (総務担当)	・原材料価格は高止まりし、電力料金も上がりコストアップは避けられないが、価格転嫁は競合相手もあり思うようには進んでいない状況である。客の設備投資状況は変わらないものの、適正利益を確保するまでには時間が掛かりそうである。
□	輸送業 (経営者)	・消費財、生産財共に荷動きは低調のまま変わらない。特に今年は、旧正月前後の輸出入物量に増加がみられない。
▲	鉄鋼業 (経営者)	・製造業全体の停滞感が継続しているため、良くなる傾向は見受けられない。
▲	金属製品製造業 (従業員)	・各地の建設需要が旺盛なのか、せつかく仕事量はたくさんあっても原材料の価格高騰分を転嫁できず、収益性はかなり悪くなっている。
×	輸送業 (エリア担当)	・1日当たりの取扱物量は3か月前と比べて更に減少している。1月になってから荷動きが本当に低迷しており、寒い週などは特に荷動きがほとんどストップしている。1日当たりの取扱物量は前年の10%以下で、3月に向けて果たして荷物量は伸びていくのか懸念している。

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+2.6ポイントの46.4と2ヶ月連続で上昇したが、横ばいを示す50を14ヶ月連続で下回った。
- 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+5.8ポイントの49.0と4ヶ月ぶりに上昇したが、横ばいを示す50を14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+2.0ポイントの47.1と2ヶ月ぶりに上昇したが、横ばいを示す50を13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】

- 新型コロナウイルス感染症の5類への移行、インバウンドの回復などへの期待がある一方、物価上昇による消費抑制が懸念されている。

○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類第5類への移行決定に伴い、インバウンドの回復と、国内の消費回復のプラス効果が、景気の押し下げを上回るのではないかと考える。
○	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が2類相当から5類感染症に下がると人の動きが多少良くなるので、それにつれて売上、来客数共にやや良くなる。
○	乗用車販売店（従業員）	・中古車の市場価格が落ちてきた。これは新車の供給が増えてきたことを意味する。すぐにはいかないまでも、これから先は新車の供給が増えるのではないかと期待している。
○	都市型ホテル（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染状況が一段落し、5月に感染症法上の分類を5類に引き下げる効果で、客の意識が良い方向に向かうと予想する。中国以外からのインバウンドにも期待が持てる。
□	商店街（代表者）	・急激な物価上昇に所得の増加が追い付いていない。中小企業従業員の可処分所得が増えない限り景気の上昇は見込めず、数か月では状況は変わらない。
□	百貨店（計画担当）	・コロナ禍の影響は余りなくなってきたが、物価高の影響などにより商品の値上げが続いており、消費マインドが上がってくるのか疑問を感じている。
□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類感染症になったとしても、現状でも客の動きは以前に戻っており来客数が今以上に増えるとは考えられないため、今と変わらない。
□	乗用車販売店（従業員）	・今後の新しい賃金にもおおよその目算が立ち、自動車販売店も決算販売の真っ最中となる。しかし、客の求める車と登録可能な車両のアンマッチは続くため、なかなか販売は厳しい環境に置かれている。物価上昇もまだまだ続くだろうし、客の購買意欲にはまだ盛り上がりを感じられない。
▲	一般レストラン（経営者）	・光熱費など全ての値上がりがかつ過ぎて、財布のひもが緩まないのは仕方がない。当分の間は景気が上向くことはなく、気持ちばかりが焦る。
×	コンビニ（店長）	・仕入商品の値上げにより販売量が落ち、光熱費の上昇や配送費用の高騰で販売経費が上がり、利益率の下落を実感する。

【企業動向・雇用関連】

- 持ち直しへの期待もみられる一方、コストアップによる収益減、自動車生産の停滞などが懸念されている。

◎	輸送業（エリア担当）	・他社の値上げを受け、運送業界全体が値上げして適正な利益が生まれるようになるかと考える。
◎	職業安定所（職員）	・海外からの渡航制限が大幅に緩和され、外国人労働者等の入国が一層進むことで、人手不足感も緩和されると考えられる。
○	化学工業（営業担当）	・自動車向け以外の電材需要は一部回復の見込みである。
○	通信業（総務担当）	・サービス業界の業績向上が期待できる。
○	人材派遣会社（営業担当）	・先行して客から聞いている4月以降の案件は、例年より若干多く感じる。本当に人手が不足する領域や客にない技術領域であれば、外部人材を活用する機会が増えると予想する。
□	窯業・土石製品製造業（社員）	・前年10月頃の急激な円安で原料価格が大幅に上昇したが、円相場が落ち着き今後しばらくは上がらないと思われるため、現状維持と考える。
□	電気機械器具製造業（総務担当）	・半導体等電子部品の供給不足により通信系機器の納期が遅れており、はっきりとした見通しが立てづらい。業績への影響がどの程度になるか不安である。
▲	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・現在の景気も悪いが、2～3か月先も原材料価格の値上げ分を製品価格へ転嫁できず、収益面で悪化して景気はやや悪くなると見込む。
▲	鉄鋼業（経営者）	・当地域の傾向として、自動車業界の生産量が上向くと全体が上向く傾向があるが、その兆候はない。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・下半期にかけて素材価格が2割近く上がっている。今後生産される製品はその分を価格転嫁して販売されるため、需要は落ち込むのではないかと。

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. 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ので、当社までご連絡下さい。