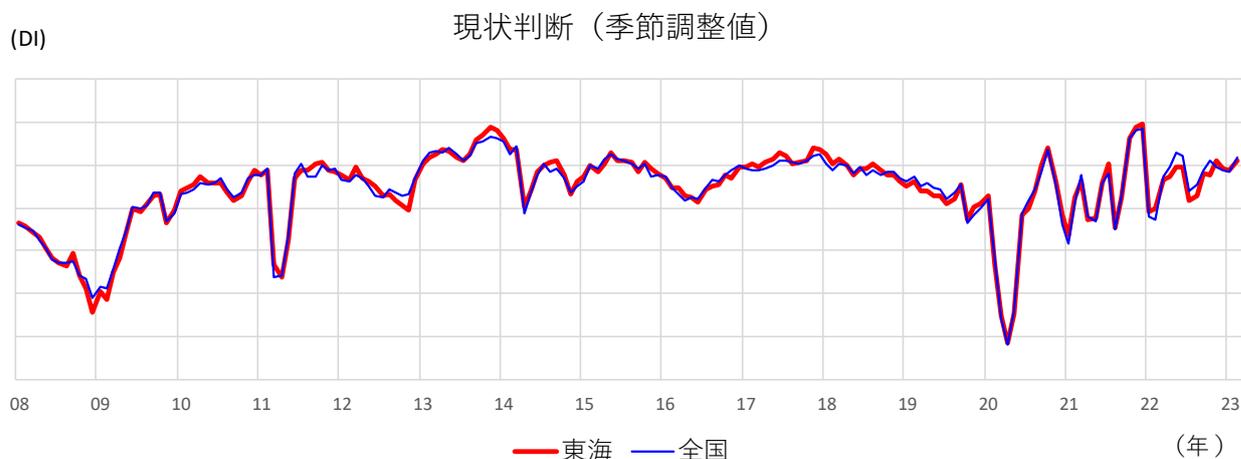
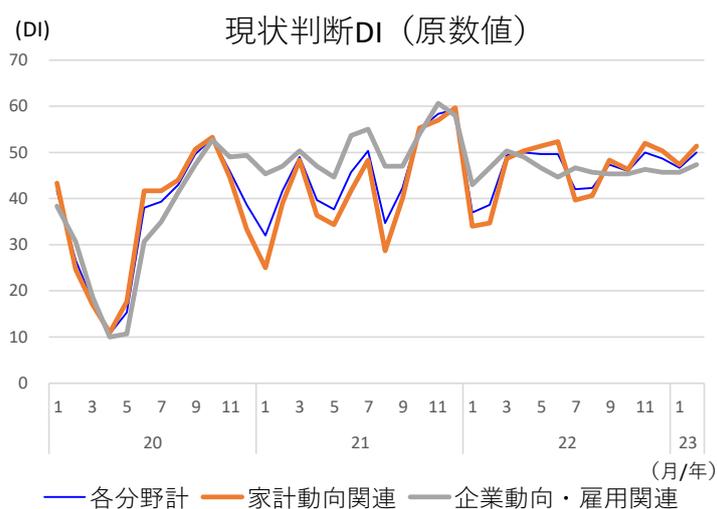
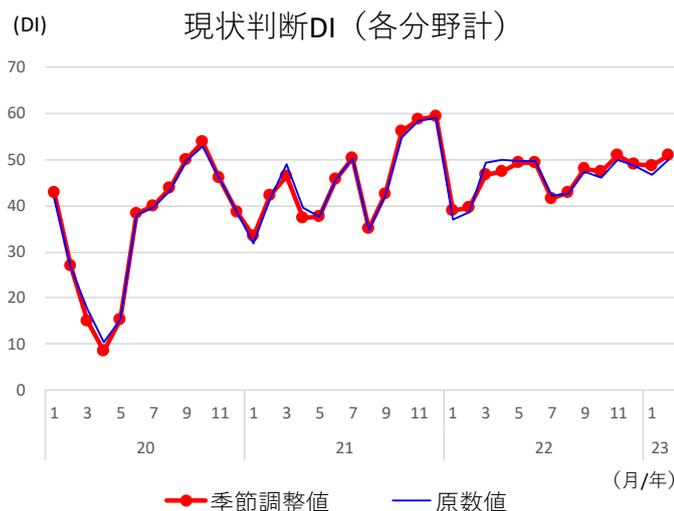




## 1. 景気の現状判断(3ヶ月前との比較、方向性)

### (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51.1と3ヶ月前ぶりに上昇し、横ばいを示す50を3ヶ月前ぶりに上回った。
- 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+4.0ポイントの51.3と3ヶ月前ぶりに上昇し、横ばいを示す50を2ヶ月前ぶりに上回った。企業動向関連と雇用関連からなるDI<sup>3</sup>は、同+1.5ポイントの47.3と2ヶ月連続で上昇したが、横ばいを示す50を11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231、うち家計関連156、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】

- 新型コロナウイルス感染症の影響が緩和されてきたとの声が多く、改善方向の回答が増えた。一方、自動車販売は品不足で思うように販売できない状況が続いている模様だ。

○	一般小売店 [生花] (経営者)	・少しずつではあるが、販売量は増えてきている。値上げも余りしないように頑張っているが、仕入価格は確かに10~20%上がっているため厳しい。
○	百貨店 (販売担当)	・新型コロナウイルス感染症の影響は余り感じられなくなっている。客の購入マインドが大きく変化している。値上げ前の駆け込み需要もあり、高額品の動きも良い。
○	都市型ホテル (営業担当)	・新型コロナウイルスの報道も下火になって、客のマインドも少しずつ改善してホテル利用にも前向きになっている。宿泊、料飲部門は新型コロナウイルス感染症発生前並みに改善し、最も悪化していた法人営業も新型コロナウイルス感染症発生前と比べ80%くらいまで回復しつつある。
□	スーパー (店員)	・極端な買い控えの動きは見られないが、価格の優等生とみられた卵の価格上昇が激しい。野菜や果物などは天候のお陰で安価であるが、いろいろな物の値上げの影響が買物点数に少しずつ出ている。
□	衣料品専門店 (販売企画担当)	・人件費を上げているが、売上はそれほど増えず厳しい状況が続いている。仕入価格の上昇を価格に転嫁していることも、今一つ売上が上がらない原因の1つである。
□	家電量販店 (フランチャイズ経営者)	・来客数は減っているが、エアコンや冷蔵庫など単価の高い商品が例年より売れている結果、売上は横ばいである。電気代の上昇と白物商材自体の値上がり予想で、壊れていなくても買換える客が増えている。
▲	乗用車販売店 (営業担当)	・繁忙期となるこの時期に商品がなく、商談も盛り上がりせず、受注も落ちている。メーカーからも年間計画がおおよその台数でしか提示されず、4月以降に少しずつ回復していく予測という根拠のない展望で、前年同期より厳しい。

### 【企業動向・雇用関連】

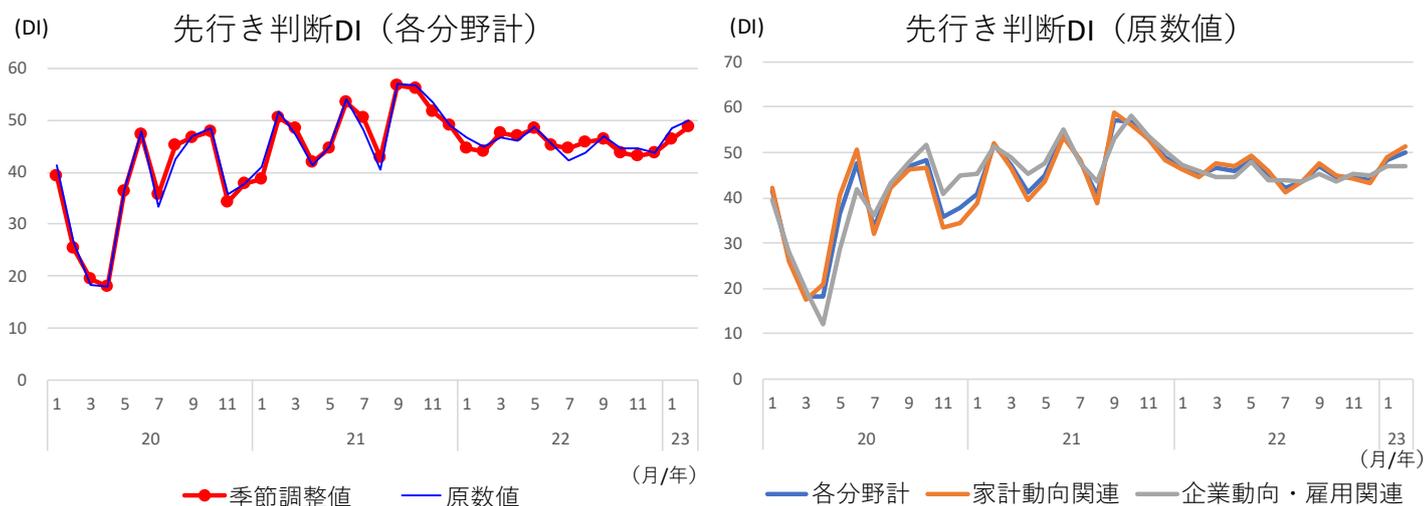
- 原材料価格の上昇で収益的に厳しいとの声を引き続き多く見られる。

○	会計事務所 (職員)	・物価が上がっていることから、賃上げを考える顧問先は多い。既に冬のボーナスとは別に物価手当のような特別手当を出すところも出てきた。また、来店客の戻りが十分ではない飲食店も、コロナ禍で広まった宅配業者による出前が定着し、売上を支えるようになってきている。
□	電気機械器具製造業 (総務担当)	・原材料や電力料金のアップにより製造コストを抑えるのに四苦八苦している。価格転嫁も通信関連市場では競合相手もあり、思うようには進んでいない。
□	公認会計士	・中小企業も少し前に値上げを行ってきたが、それ以上に価格高騰の幅が大きく利益を圧迫している。人材の獲得が難しい状況であり、機会損失を起こしている企業も少しある。材料などの仕入れや新規客の獲得等は3か月前と比べると少し落ち着いてきているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比較するとまだ回復しきれていない状況である。
□	人材派遣業 (営業担当)	・決して景気が上向いているとはいえないが、企業の人材不足がより深刻化しているため、求人自体に減少傾向は見受けられない。物価上昇のあおりを受けているため、人材が確保できたとしても景気回復には直結せず、目の前の受注等に対応するまでとなっている。
▲	鉄鋼業 (経営者)	・大企業の生産需要は若干回復しているが、中小零細企業の需要は伸びるどころか減退している。
▲	電気機械器具製造業 (経営者)	・素材価格の高騰により受注が減少した。
▲	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・素材の値段が高騰し、売上はそれほど増えていないため、結果的に業績は下がり気味である。これで出荷数が減ればかなりの打撃である。

## 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+2.4ポイントの48.8と3ヶ月連続で上昇したが、横ばいを示す50を15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+2.3ポイントの51.3と2ヶ月連続で上昇し、横ばいを示す50を15ヶ月ぶりに上回った。企業動向関連と雇用関連からなるDIは、同-0.1ポイントの47.0と2ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を14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類移行後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。家計動向関連全体では、先行き改善を見込む声が優勢となっている。

○	百貨店（営業企画担当）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症になりマスクを外す人が多くなれば変わる。
○	コンビニ（店長）	・インバウンドが各方面で少しずつ動き出していることと、新型コロナウイルス感染症の終息まではいわずともウィズコロナの状況が続けば、これから少しずつ良くなる。
○	家電量販店（フランチャイズ経営者）	・白物商材の値上がりが続き販売数量の減少を補う。電気代の値上げが省エネ家電の需要を喚起する。
○	乗用車販売店（販売担当）	・人気車種がデビューしたため注文が増えている。2～3か月後の入荷のためこれからも注文が増える見込む。
○	都市型ホテル（総支配人）	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和による客の戻りを期待したい。ただし、仕入コストの大幅な増加と人手不足を価格に転嫁できず、収益状況は厳しい。
□	乗用車販売店（経営者）	・相変わらず新車の納期は車種によっては1年以上となっており先が見通せない状況が続いている。この状況はあと1年くらい続くとの見方もある。新型車の値上げもじわじわと進んでおり、受注状況に影響が出ないか心配である。
▲	スーパー（店員）	・卵の価格上昇がしばらく続く予想されるため、マヨネーズなど関連する商品の値上げが回避できない状況になっている。ほかにもアイスや飲料関連も仕入業者から値上げの告知がきているため、しばらくは我慢が続く。
▲	衣料品専門店（販売企画担当）	・食品価格が上がっていることが、衣料品に回す金を減らしている。

### 【企業動向・雇用関連】

- 原材料価格上昇分の価格転嫁が進み収益面での改善を期待する声がある一方、価格上昇による需要減により収益的には厳しくなると懸念する声もある。企業動向・雇用関連では、先行きについてはまだ慎重な見方が優勢となっている。

□	パルプ・紙・紙加工品製造業（顧問）	・原材料の値上げ分について、大手企業が4月の年度替わりから製品価格の修正に応じてくれるようで少し潤うが、景気は今と余り変わらない。
□	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客の生産計画3か月先くらいまで、低いまま継続することが確定している。
□	輸送業（従業員）	・恐らく受注量は増えていくが、支出もかなり増えているため、忙しいだけでもうからない状態になっていくのを危惧している。
□	金融業（企画担当）	・中小企業にも原材料費の上昇分を価格転嫁できる兆しが出てきていること、給与面でも交渉できる雰囲気になっていることから、当面は現状と変わらないが、少しずつ良くなる方向に向かう。
□	人材派遣会社（営業担当）	・賃上げ気運もみられるが、対応できるのは一部の大企業のみで、所得アップは限定的である。
□	職業安定所（職員）	・オンライン化が進むなか、企業としては社員の若返りに向けた採用を検討しているところも多いが、求職者数は高齢者が増加し若年者が減少していることから、なかなか採用に結び付かないようである。
▲	金属製品製造業（従業員）	・春先以降、材料の価格高騰がまた続くという見方もあり、仕事量もやや落ち込む傾向があるため、収益性は落ちる懸念がある。
▲	電気機械器具製造業（経営者）	・素材の価格上昇分がそろそろ製品価格にも転嫁される時期になり、需要が減少する。
▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	・素材、運賃も高騰し、売上が下がれば更に厳しい状態になる。電力、燃料や運搬費の価格が高騰したままでは、先行きはやや悪くなる。

## 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. 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。