

経済レポート

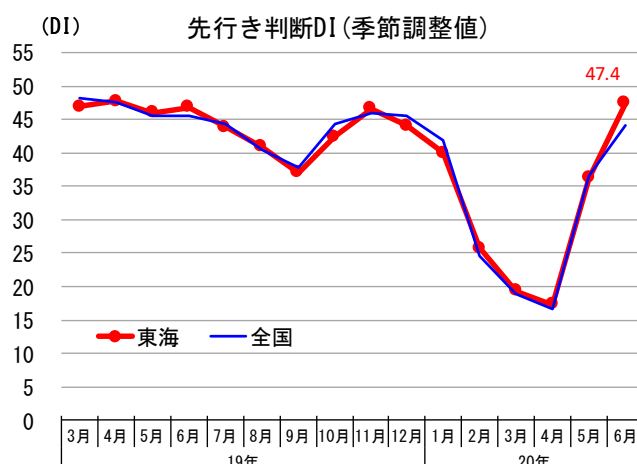
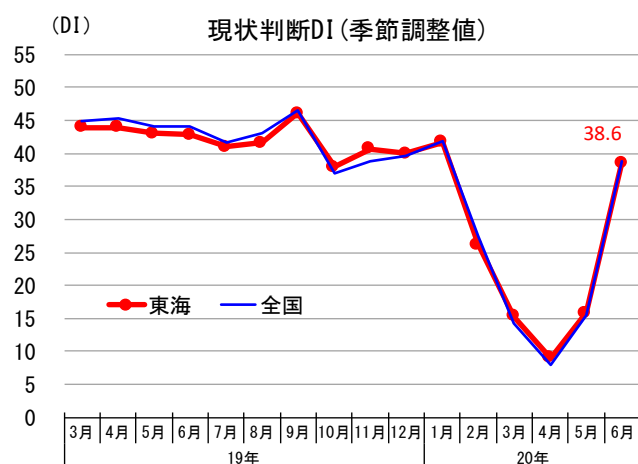
景気ウォッチャー調査(東海地区:2020年6月)

～ 現状、先行きとも2ヶ月連続で上昇 ～

調査部 主任研究員 塚田裕昭

- 7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6月¹の

現状判断DI(季節調整値)は、前月差+22.8ポイントの38.6と大幅に上昇した。
先行き判断DI(季節調整値)は、前月差+11.2ポイントの47.4と大幅に上昇した。



- 当社では、東海地区の景気ウォッチャーの見方を

コロナウイルス感染症の影響により厳しい状況が続いているが、景況感は大きく改善している。先行きについては、感染再拡大への懸念は残るものの改善が見込まれている。

とまとめた。

(前月のまとめ)

「コロナウイルス感染症の影響により極めて厳しい状況にある中、緊急事態宣言の解除もあり底打ちから改善の動きがみられる。先行きについては、厳しい状態がつづくものの改善が見込まれる。」

- 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、感染症の動向を懸念しつつも、持ち直しが続くともみている。

とまとめている。

(前月のまとめ)

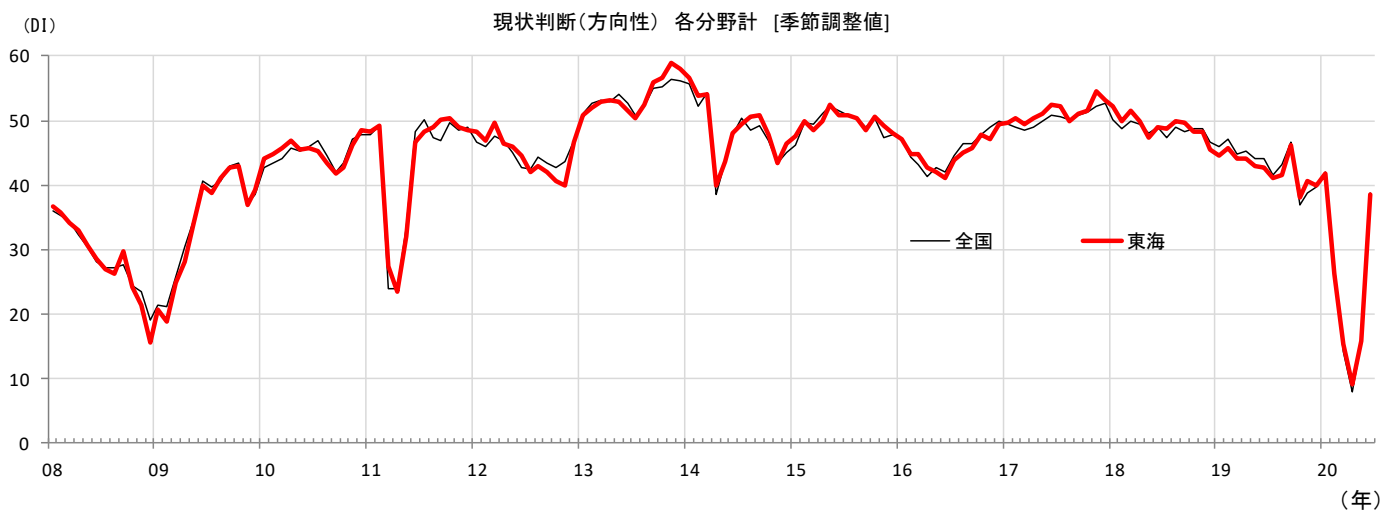
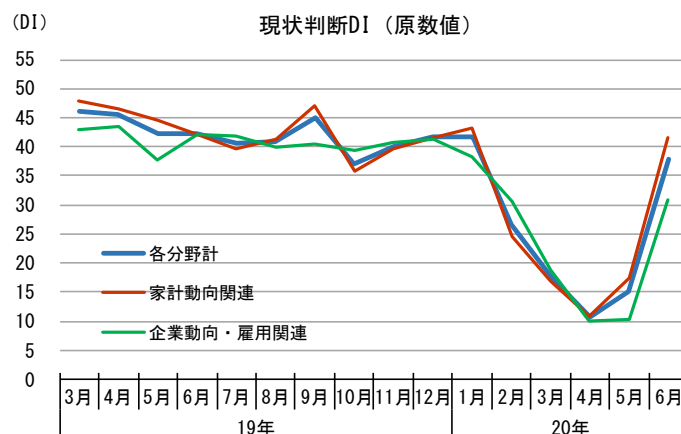
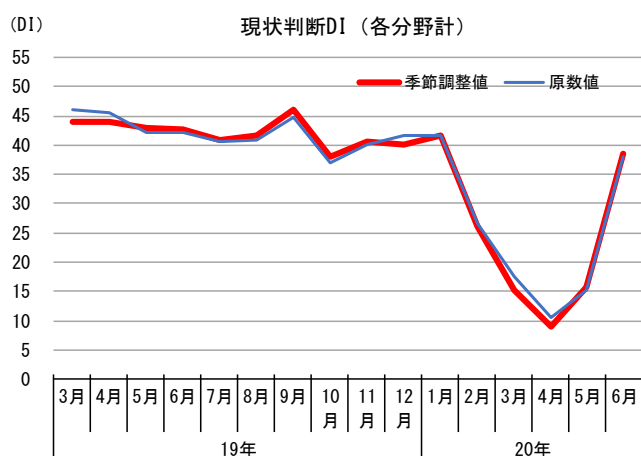
「新型コロナウイルス感染症の影響により、極めて厳しい状況にあるものの、悪化に歯止めがかかりつつある。先行きについては、厳しさが続くものの、持ち直しへの期待がみられる。」

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+22.8ポイントの38.6と2ヶ月連続で上昇、上昇幅も大幅に拡大したが、横ばいを示す50を27ヶ月連続で下回った。緊急事態宣言解除翌月の調査であり、比較対象である3月の水準が著しく低かったことから、景況感は大きく改善した。
- 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+24.1ポイントの41.6と2ヶ月連続で上昇、上昇幅も拡大したが、横ばいを示す50を26ヶ月連続で下回った。また、企業動向関連と雇用関連からなるDI³は、同+20.4ポイントの30.8と2ヶ月連続で上昇、上昇幅も拡大したが、横ばいを示す50を19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155、企業・雇用関連78。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】

- 3カ月前と比べると改善しているものの水準は低いとのコメントが多い。

| | | |
|---|--------------------|---|
| ○ | 一般小売店〔高級精肉〕(常勤監査役) | 新型コロナウイルスのどん底からは回復しつつあるが、実際はそこまで良くはない。 |
| ○ | 百貨店(業績管理担当) | 緊急事態宣言、移動自粛の解除があり、客の消費マインドが回復しつつある。それでも新型コロナウイルス発生前の来客数、売上にはまだまだ及ばない。集客力のある物産展が3密のおそれから開催できず来客数減少の要因になっている。 |
| ○ | 乗用車販売店(従業員) | 新型コロナウイルスの関係で新車の販売台数が大幅に落ち込んでいたが、徐々に回復しつつある。前年比では2割程度落ち込んでいる。 |

- 定額給付金の効果を指摘する声が複数みられる。

| | | |
|---|----------------|--|
| ○ | 百貨店(総務担当) | 売上は、インバウンド客の売上が剥落しているため前年並みの確保は難しいものの、少しずつではあるが回復をしている状況である。また、政府の給付金がこの地域でも支給され始めたこともあり、消費意欲が落ち込んでいるようにはみえない。 |
| ○ | 家電量販店(店員) | 景気の傾向としては、若干良くなっているように見受けられる。3か月前は新型コロナウイルス禍の中でどうなることかと思われたが、10万円の給付金があり、外出せず自宅にいてエアコンやテレワークによるPC・関連商品の動きが良く全体を押し上げた。来客数は若干の伸びにとどまったが、特に機能の良い商品を購入する傾向が強く、単価を大きく押し上げる結果となった。 |
| ○ | その他専門店〔雑貨〕(店員) | 緊急事態宣言解除後は、以前と比較して販売量は増加している。特別定額給付金の影響もあるのではないかと見受けられる。 |

【企業動向・雇用関連】

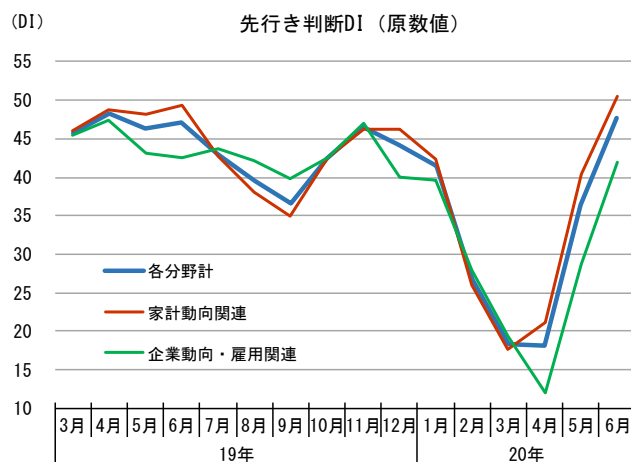
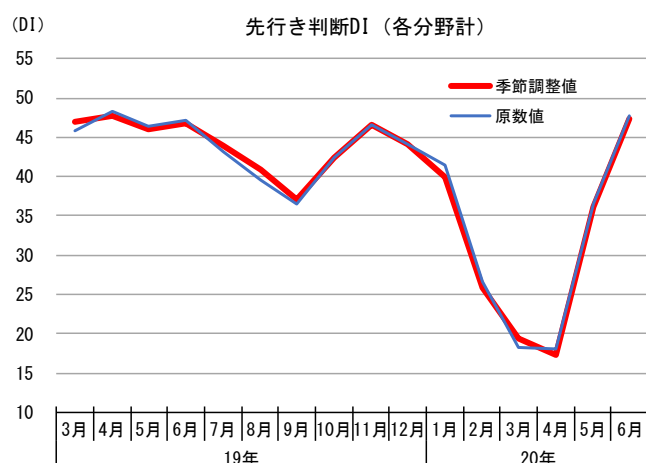
- 良くなっているとの声もあるが、家計関連に比べると厳しめのコメントが散見される。

| | | |
|---|--------------------|--|
| ○ | 建設業(役員) | 6月に入り新型コロナウイルス対策の自粛解除に伴い客が少しずつ動き出し、来場者数や契約が伸びてきた。特に、実需として必要な客は動いている。 |
| □ | 広告代理店(制作担当) | 新型コロナウイルス禍での緊急事態宣言は解除されても、客側が積極的な行動を控えているため、広告業界そのものが足踏み状態となっている。 |
| ▲ | 輸送業(エリア担当) | 毎日の取扱荷物量は3か月前より5%減少している。新型コロナウイルスも終息の見通しが立たないため、ヒトモノも動かず全体的に上向き要素がない。購買意欲も落ちていることから、この状況は続くと考える。 |
| × | 輸送用機械器具製造業(経営者) | 業界の目安である工作機械の月次動向が下がり、上向き気配がない。設備関連も半分以下の状態である。取引先の訪問も規制されたまま、取引先の正確な状態もつかめない。 |
| × | 輸送用機械器具製造業(総務経理担当) | 完成車メーカーの生産ラインがストップしており、部品供給の下請会社も生産量が少なくなっている。 |
| × | 職業安定所(職員) | 前月と比較し、新規求職者の増加に加え、新規求人数の大幅な減少がみられる。 |

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+11.2ポイントの47.4と大幅に上昇したが、横ばいを示す50を21ヶ月連続で下回った。足下の水準が低いため、改善を見込む回答が増えるとともに悪化を見込む回答が減って、DIは大きく改善した。
- 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+10.2ポイントの50.6と3ヶ月連続で上昇し、横ばいを示す50を17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+13.2ポイントの42.0と2ヶ月連続で上昇したが、横ばいを示す50を21ヶ月連続で下回った。



(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】

- 現状の水準が低いので、方向感としては良くなるとの声が多い。Go Toキャンペーンへの期待もある。

| | | |
|---|-------------|---|
| ◎ | 乗用車販売店(従業員) | 景気が悪いのは原因がはっきりしている。新型コロナウイルスの影響はまだあるが、現在は落ち着いてきているため、これから1~3か月は良い状態が続くと見込まれる。 |
| ○ | 商店街(代表者) | 今が最低のときである。10万円の給付で多少は周りも含めて良くなる。 |
| ○ | 乗用車販売店(従業員) | 前年比では大幅に落ち込んでいるが、新型コロナウイルス感染拡大の時期からは徐々に新車の販売台数は回復しつつある。この数か月の新車販売台数が落ち込みすぎて、今よりは良くなるという意味合いもある。 |
| ○ | 観光型ホテル(経営者) | Go To Travelキャンペーンの客の動きがあり、少しずつ景気は回復すると考えるが、まだまだ弱い回復基調が続くと考える。 |

- 第2波への懸念の声も散見される。

| | | |
|---|----------------|--|
| □ | 乗用車販売店(営業担当) | 外出自粛明けで消費は回復してくるとみられるが、新型コロナウイルスの第2波の心配もあり、先行きが読めない。 |
| ▲ | 一般小売店[生花](経営者) | 新型コロナウイルスの第2波の心配もあり、外に出ることを控える傾向はしばらく続く。景気の回復は望めない。 |

【企業動向・雇用関連】

- 先行きは改善するとの見方が増えているが、家計関連に比べると割合は小さい。

| | | |
|---|--------------------|---|
| ○ | 輸送用機械器具製造業(総務経理担当) | 自動車メーカーの生産量が増加すると考えており、受注量も増加する。 |
| ○ | 輸送業(従業員) | 7月になれば少しずつ荷動きが回復しそうだという話を数社から聞いている。具体的な依頼も数社からきているが、それが7月だけの話なのか今後は上向きになるのかは、当面様子見といったところである。 |

- 自動車、機械といった当地の主要産業について慎重な見方もある。

| | | |
|---|-----------------|--|
| □ | 一般機械器具製造業(営業担当) | 自動車の販売状況が好転しないと設備投資も増えない。設備投資が増えるまでには、もう少し時間が掛かりそうである。 |
| □ | 人材派遣会社(営業担当) | 新型コロナウイルスの影響で各社は人材採用を新規に検討する余地がなく、特に派遣については契約満了で終了するケースが目立つ。自動車関連や機械関連の企業では顕著に現れている。 |
| ▲ | 電気機械器具製造業(経営者) | 業種によっては少し仕事量が増えたが、メインとなる工作機械、自動車関係については、週休3日等まだ先がみえない状況が続いており、しばらく売上は減少傾向となる。 |

- 第2波への懸念も散見される。

| | | |
|---|-------------------|---|
| □ | 人材派遣会社(企画統括) | 新型コロナウイルスの二次感染拡大の不安は残っており、景気動向は不透明な状況が続くと思われる。 |
| ▲ | 金融業(従業員) | 最悪の状況からは少し良くなってきたものの、いろいろな業種が例年に比べると低迷している。新型コロナウイルスの第2波も予想されたり今後の見通しも立たない状況で、完全復活には時間が掛かる。 |
| × | パルプ・紙・紙加工品製造業(顧問) | 新型コロナウイルスの第2波が心配されるなかで、取引先の生産量減少、休日の増加、資金繰りの悪化や雇用確保の問題で景気悪化が当分続くものと見受けられる。 |

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、信頼できると思わ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。