

経済レポート

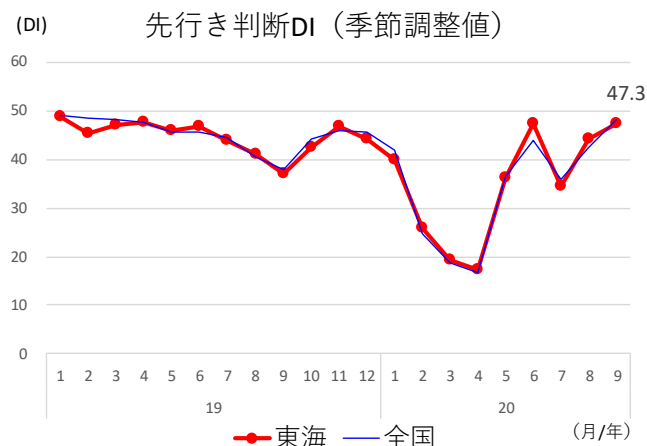
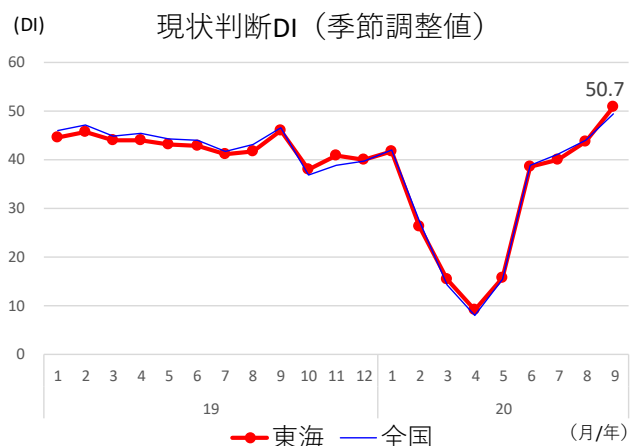
景気ウォッチャー調査(東海地区:2020年9月)

～ 現状判断、先行き判断ともに上昇が続く ～

調査部 主任研究員 塚田裕昭

- 10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9月¹の

**現状判断DI(季節調整値)は、前月差+7.0ポイントの50.7と5ヵ月連続で上昇した。
先行き判断DI(季節調整値)は、前月差+3.2ポイントの47.3と2ヵ月連続で上昇した。**



- 当社では、東海地区の景気ウォッチャーの見方を

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、持ち直している。先行きについては、感染症への懸念が続く中で、Go To キャンペーンなど施策への期待もみられる。

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、持ち直しへの期待がみられるものの、厳しい状態がしばらく続くとの見方が多い。」

- 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、持ち直している。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)

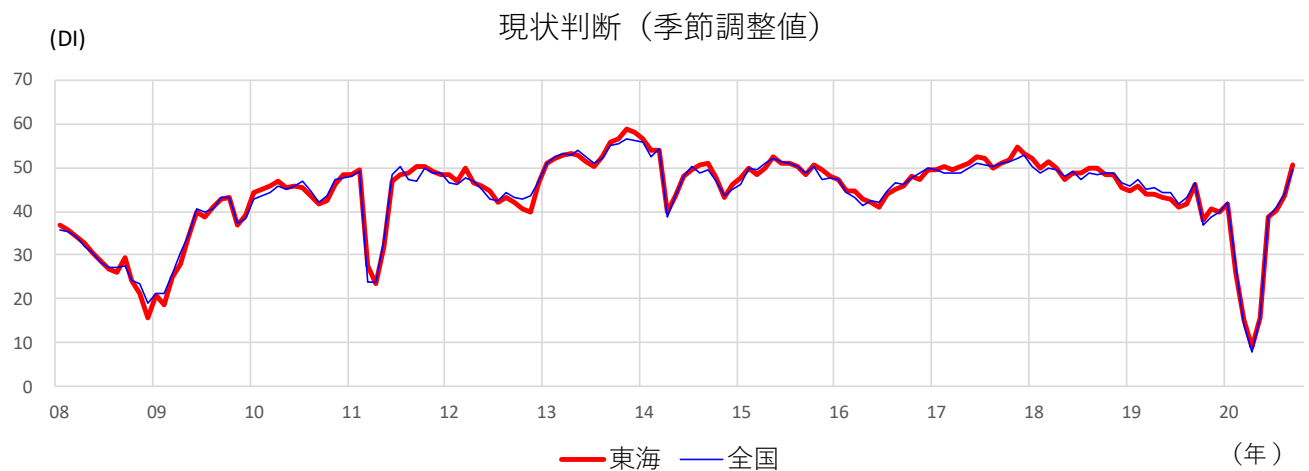
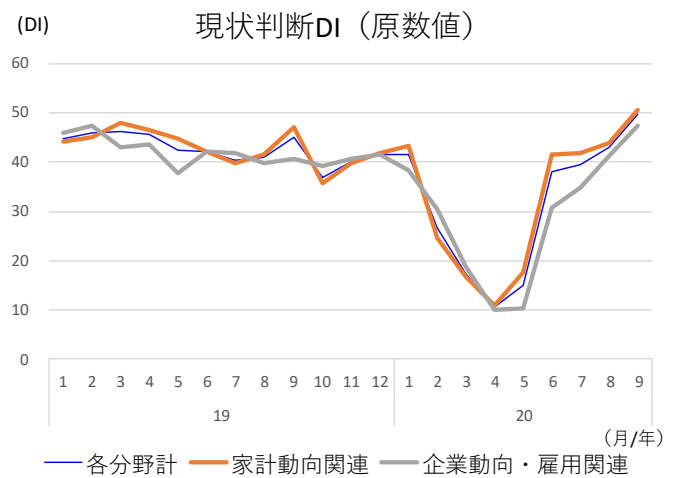
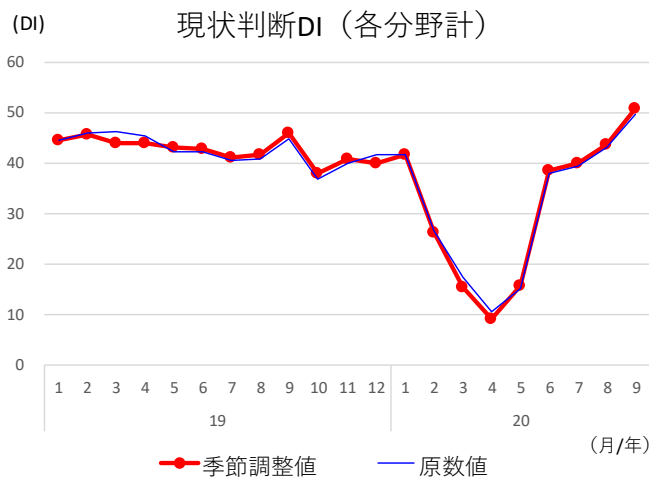
「新型コロナウイルス感染症の影響による厳しさは残るものの、持ち直しの動きがみられる。先行きについては、感染症の動向を懸念しつつも、持ち直しへの期待がみられる。」

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+7.0ポイントの50.7と5ヶ月連続で上昇し、横ばいを示す50を30ヶ月ぶりに上回った。悪化方向の回答(「やや悪くなっている」「悪くなっている」)が減少し、改善方向の回答数(「やや良くなっている」「良くなっている」)が増加した。
- 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+6.8ポイントの50.7と5ヶ月連続で上昇し、横ばいを示す50を29ヶ月ぶりに上回った。また、企業動向関連と雇用関連からなるDI³は、同+6.1ポイントの47.3と5ヶ月連続で上昇となったが、横ばいを示す50を22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224、うち家計関連150、企業・雇用関連74。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】

- 乗用車販売店の好調を示すコメントが増えてきている。取り扱い車種によって温度差はあるようだが、全体として改善している模様だ。

◎	乗用車販売店（経営者）	・9月に入って明らかに来客数が増えてきた。新型コロナウイルスが多少落ち着いていることで人の動きも活発になっている。買換えを検討する客も増えてきた。
◎	乗用車販売店（従業員）	・新型車効果もあり、新車の販売台数は県内全店で好調であり、前年比130%に達している。新型コロナウイルスによる減販の反動かと思われる。

- Go To Travel キャンペーンの恩恵を指摘する声が散見される。9月は連休もあったことから、旅行レジャー関連で改善がみられたようだ。

○	旅行代理店（経営者）	・Go To Travelキャンペーンの宣伝効果で高級旅館やホテルでおいしいものを食べたい、ワンランク上のホテルに泊まりたいという動きがみられる。人気的高级旅館は混み合っている。感染予防を促しながら、旅に出たい客層の予約の取り込みを急いでいる。
○	その他レジャー施設 〔鉄道会社〕（職員）	・新型コロナウイルス対策の方法が浸透した結果なのか、1列車当たりの乗客数が若干であるが増え、ある程度外出控えが緩くなったと感じる。また、Go Toキャンペーンの効果で観光列車の予約が上向いている。
□	都市型ホテル（総支配人）	・宿泊は、新型コロナウイルス感染者数が落ち着いてきたことやGo To Travelキャンペーンの効果もあり、8月より良い。ただし、高級ホテル、旅館はGo To Travelキャンペーンで割安感があり、大きな恩恵を受けているが、ミドルクラスのホテルは価格が大幅に下落して厳しい。宴会は、来年1～2月までの案件がほぼキャンセルとなっている。

- 種々の小売店から来客数が増えたとのコメントが出てきている。

○	百貨店（計画担当）	・新型コロナウイルス禍について客も対応に慣れがみられるようになり、世間の風潮もあるのか、ここ1週間ぐらいは来客数も増加傾向にある。
○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス禍の状況にあって、朝と夕方の来客数が、7～8月に比べて増加傾向にある。通勤・通学客が少しずつ戻っていると思われる。

【企業動向・雇用関連】

- 自動車、情報関連などで回復傾向が指摘されている。

○	化学工業（営業担当）	・自動車に関わる業界が徐々に回復傾向にある。また、5Gに関わる電材需要は引き続き好調である。
□	電気機械器具製造業 （総務担当）	・リモートワークや映像コンテンツの普及拡大により、通信を支えるネットワークインフラの構築やメンテナンス事業の分野では、総じて受注は好調である。

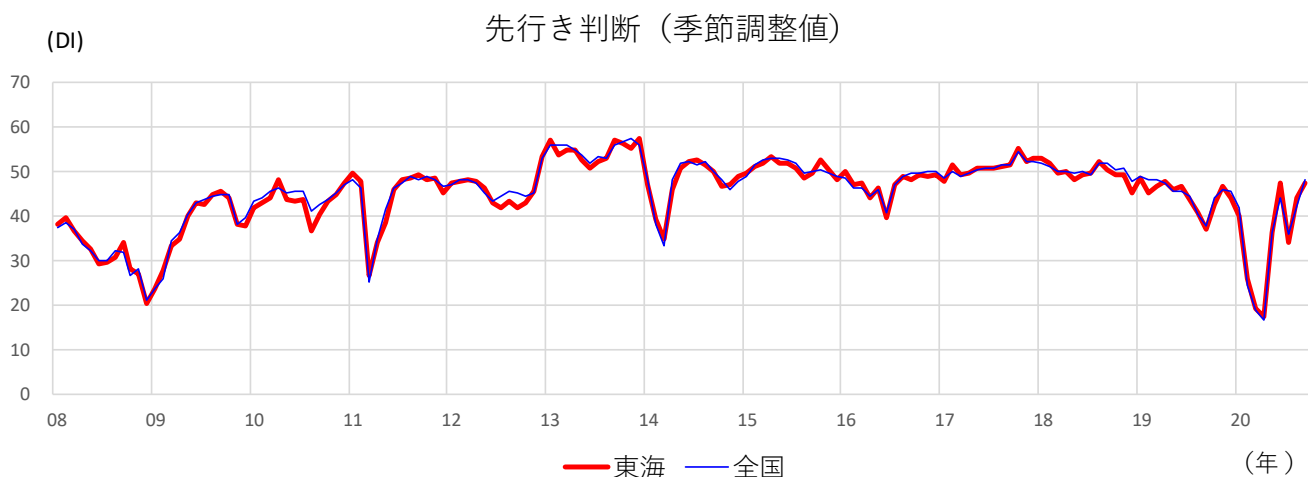
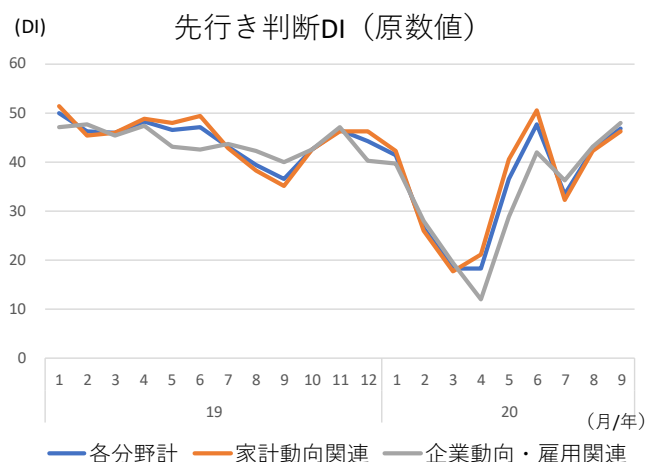
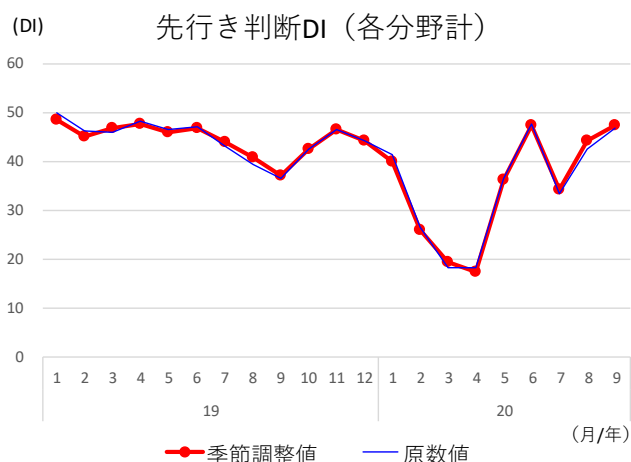
- 雇用関連でも回復を指摘する声がある。

○	アウトソーシング企業 （エリア担当）	・自動車生産業種全般において販売が回復してきたことから、8月は前年比90%程度、9月は同100%まで回復している。ただし、最大手自動車メーカー関連に依ることで、その他のメーカーは、まだまだ厳しい状況が続くと見込まれる。
○	新聞社〔求人広告〕 （営業担当）	・少しずつ街のにぎわいも戻ってきており、回復傾向にあるように思われる。それに伴って求人活動を始めるところも出始めている。

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+3.2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24ヶ月連続で下回った。「悪くなる」との回答が減少し「やや良くなる」との回答が増えたことがDIの改善につながった。
- 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46.3と2ヶ月連続で上昇したが、横ばいを示す50を3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+4.8ポイントの48.0と2ヶ月連続で上昇したが、横ばいを示す50を24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】

- ▶ Go To キャンペーン等、各種施策の効果への期待がみられる。一方、施策には期待するものの、先行きは「変わらない」との回答も散見される。

○	商店街 (代表者)	・Go To キャンペーンがプラス要因となり、地域共通クーポンなどを利用できるので景気は良くなるを考える。その一方で、キャンペーンを行うことにより新型コロナウイルスに関する新たな問題点も出てくると思われる。
○	百貨店 (総務担当)	・冬のボーナスには期待ができないが、年末に向けて少しずつ消費マインドも上向きになるものと想定している。特に海外旅行がないなかで、レジャーに消費されていた金を買物に回ることを期待し、Go To Travel キャンペーンやGo To Eat キャンペーンなどの施策にもうまく乗っていききたい。
○	都市型ホテル (営業担当)	・10月からの東京からのGo To Travel キャンペーン需要を期待している。一時的なことだが、ホテルは少しにぎわってきた。宿泊、レストランは今後も好調に推移しそうである。
□	スーパー (商品開発担当)	・新型コロナウイルスの影響は依然続くと思われるが、各種キャンペーンもあり、外出や外食は以前より増える傾向にあるのではないかと。スーパー等で購入する商品も、新型コロナウイルス発生以前の平常時と変わらなくなるため、景気としては現状とさほど変わらないと思われる。
□	旅行代理店 (営業担当)	・Go To Travel キャンペーンの東京追加後の感染動向が非常に気になる。着地型に取り組んでいない地方の旅行業者にはマイナス要素でしかないが、国内全体の旅行ムードが盛り上がることで発生する需要を期待している。

- ▶ 新型コロナウイルス感染拡大を懸念する声は引き続き多い。インフルエンザの流行も懸念材料だ。

□	商店街 (代表者)	・寒くなると新型コロナウイルスの感染拡大の不安がある。この何か月間で受けたダメージが大きかったため、どれだけ消費者が金を使ってくれるか不安である。
□	その他専門店 [貴金属] (経営者)	・これからのインフルエンザや新型コロナウイルスの流行、特別定額給付金や助成金の効果に限界が発生し、非常に厳しい年末商戦が予測される。
▲	コンビニ (企画担当)	・年末に掛けてインフルエンザと新型コロナウイルスの影響がより大きくなることが予測され、現在よりも外出を控える傾向が強くなると考えられる。
×	一般小売店 [和菓子] (企画担当)	・新型コロナウイルス感染の再拡大のおそれがあり、景気はそこでまた下がると思う。

【企業動向・雇用関連】

- ▶ コロナ感染拡大の懸念が残る中、新しい日常、ウィズコロナでの回復が期待されている。

○	食料品製造業 (経営企画担当)	・新型コロナウイルス禍の影響は依然注視する必要があるものの、新しい日常に向けて社会全体が適応しつつあると感じる。緩やかな回復が期待できるのではないかと。
○	通信業 (総務担当)	・新型コロナウイルス感染対策にも皆が慣れてきて、ウィズコロナで社会生活が復活していくと感じる。
○	民間職業紹介機関 (支社長)	・街の人の出方が大分変わってきた。働き方の変化についても、一時しのぎではなく、この状態を前提とした再構築が進みつつある。
□	建設業 (役員)	・新型コロナウイルスに対して、第2波も少しずつ落ち着きが出てきているなか、客側も慣れてきている感じがする。集客の落ち込みもないので例年並みに成約できている。ただし、今後、緊急事態宣言等が出ると厳しくなると考える。

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。