

経済レポート

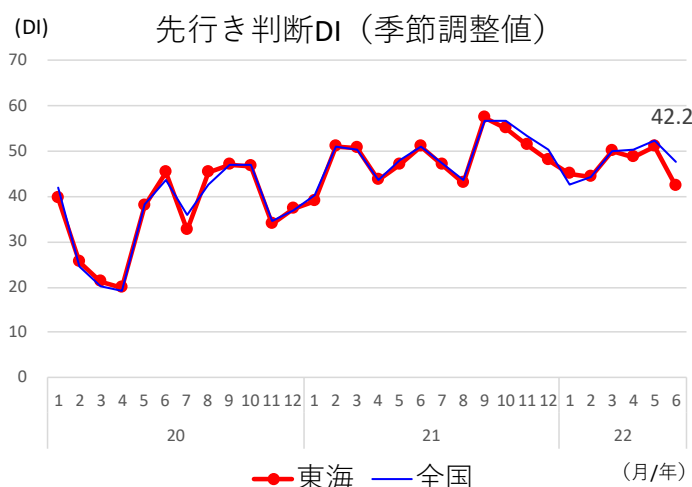
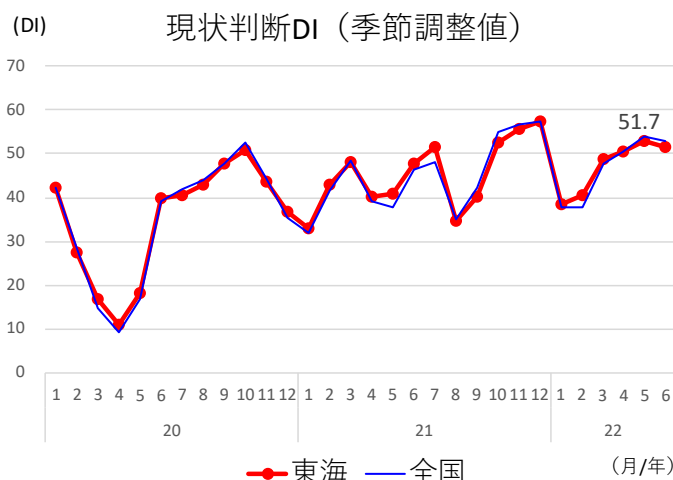
景気ウォッチャー調査(東海地区:2022年6月)

～物価上昇により先行きへの懸念が高まる～

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-1.1ポイントの51.7と5ヶ月ぶりに低下した。
先行き判断DI(季節調整値)は、前月差-8.8ポイントの42.2と2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

新型コロナウイルス感染の落ち着きによる人流の増加により景況感は持ち直している。先行きについては、物価上昇の悪影響への懸念が高まっている。

とまとめた。

(前月のまとめ)

「新型コロナウイルス感染症の影響は残るものの、人流の増加により景況感は持ち直している。先行きについては、持ち直しへの期待がある一方、物価上昇の悪影響への懸念がみられる。」

- 内閣府では、全国調査での景気ウォッチャーの見方を

景気は、緩やかに持ち直している。先行きについては、緩やかな持ち直しが続くとみているものの、ウクライナ情勢等に伴う影響も含め、コスト上昇等に対する懸念が強まっている。

とまとめている。

(前月のまとめ)

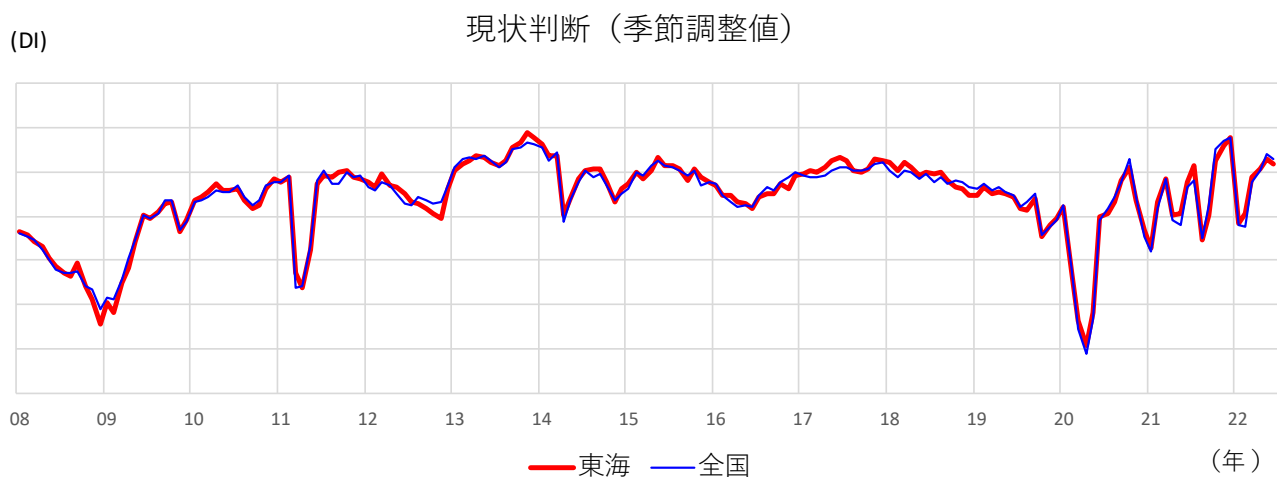
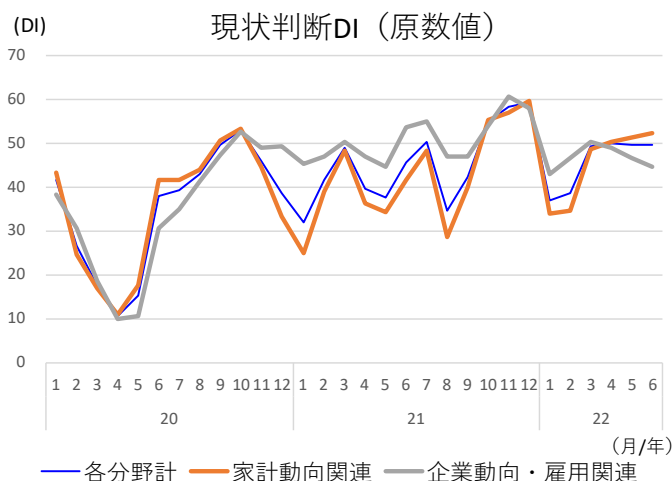
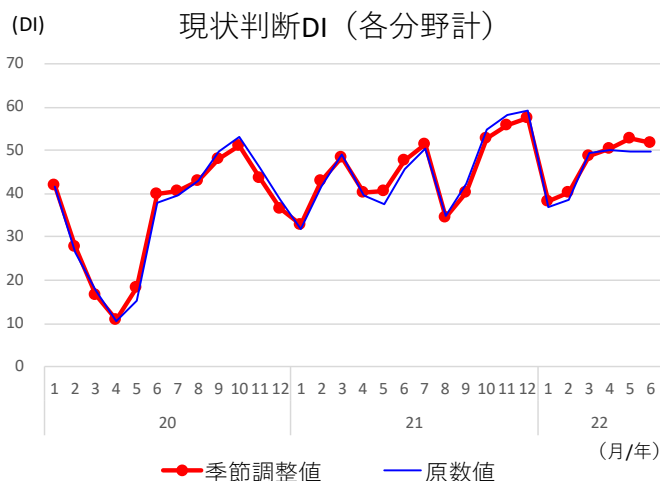
「景気は、緩やかに持ち直している。先行きについては、緩やかな持ち直しが続くとみているものの、ウクライナ情勢や中国におけるロックダウンに伴う影響も含め、コスト上昇等に対する懸念がみられる。」

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-1.1ポイントの51.7と5ヶ月前に低下したが、横ばいを示す50を3ヶ月連続で上回った。持ち直しが続いているものの、動きは鈍化している。
- 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+0.9ポイントの52.2と5ヶ月連続で上昇し、横ばいを示す50を3ヶ月連続で上回った。一方、企業動向関連と雇用関連からなるDI³は、同-2.1ポイントの44.6と3ヶ月連続で低下し、横ばいを示す50を3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221、うち家計関連147、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) 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】

➤ 客足の戻りは続いているようだが、まだ本来の水準までは戻っていないようだ。

○	百貨店 (総務担当)	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向で、これまで消費を控えていたことに加え短い梅雨や猛暑もあり、来客数や売上も好調に推移している。特に、海外特選ブランドや時計を中心に、高額品の消費需要が旺盛である。
○	家電量販店 (フランチャイズ経営者)	・今年は空梅雨で気温も高く、エアコン、扇風機等季節商材が売れている。コロナ禍、半導体不足、上海のロックダウンによる3重苦でタイトな商品供給も価格維持にはプラスに働き、売上増加につながっている。
○	高級レストラン (経営企画)	・来客数は前年比で大きく改善傾向にある。特に週末の集客は、新型コロナウイルス発生前まで戻ってきている。一方、平日及びディナータイムの回復は遅れている。
○	都市型ホテル (総支配人)	・まん延防止等重点措置が3月で解除となり、観光需要喚起策の効果もあって週末の宿泊は比較的好調である。平日は、出張客の戻りが鈍く競争も激化して単価が低迷している。レストランは、ランチは徐々に増えているが、ディナーは依然厳しい。宴会は徐々に戻りつつあるが、会食は少なく会議中心で規模も小さい。
□	乗用車販売店 (経営者)	・半導体不足に加え中国でのロックダウンの影響で、新車の納期が遅い状態が続いている。
□	バー (経営者)	・食事中心の店には客足が戻ってきている様子だが、2件目に利用される店では、まだまだ客足は鈍い。1件目で飲み終わる様子である。
□	その他飲食 [ワイン輸入] (経営企画担当)	・春から商材の値上げが多く当社でも価格を改定した。販売量は5%程度減ったものの、値上げ幅も同程度で、売上には影響がなかった。当然、値上げは販売に悪影響であるが、消費者も昨今の状況をよく理解しており、多少の値上げは覚悟している様子である。
▲	一般レストラン (従業員)	・あらゆる商品が値上がりしたりガソリン価格が高騰したりで客が嘆いている。したがって、来客数も減っている。
×	商店街 (代表者)	・資材や原材料の価格高騰により、仕入価格が軒並み上がっている。値上げ幅が大きすぎて販売価格に全てをすぐには転嫁できず、売っても赤字が増えていくだけであり、非常に苦しい状況である。

【企業動向・雇用関連】

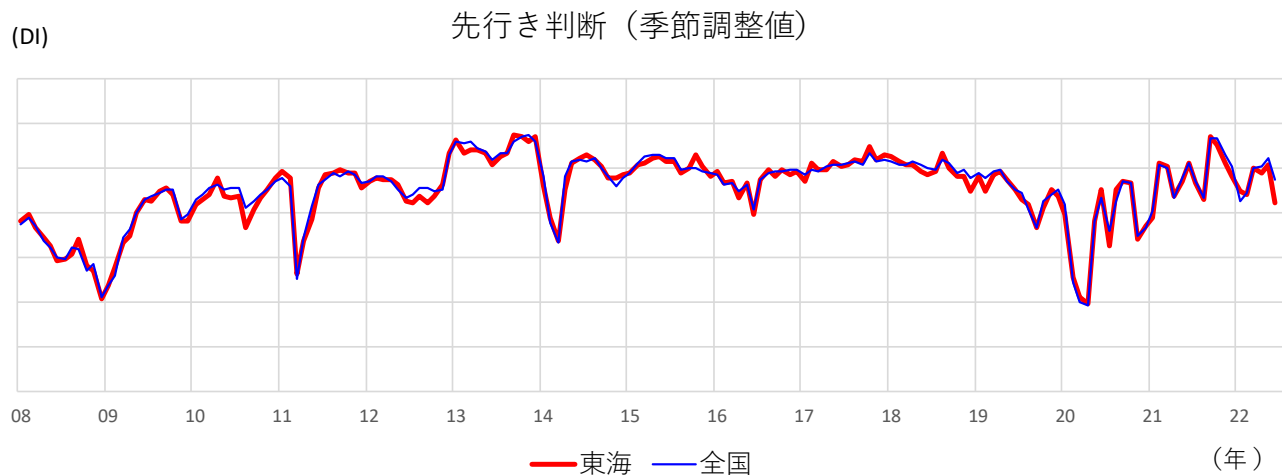
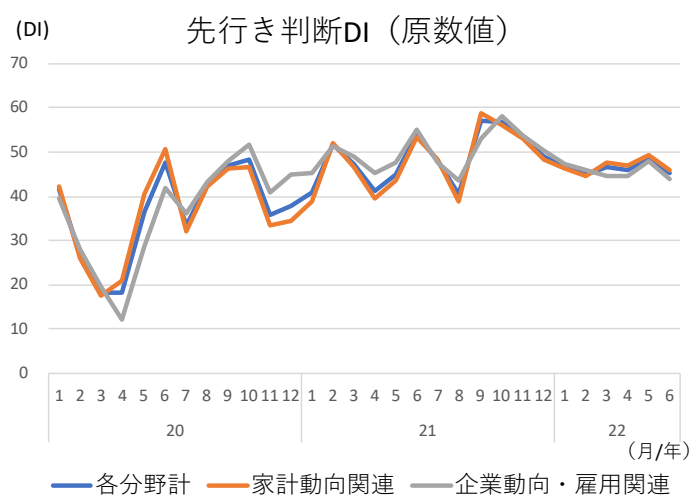
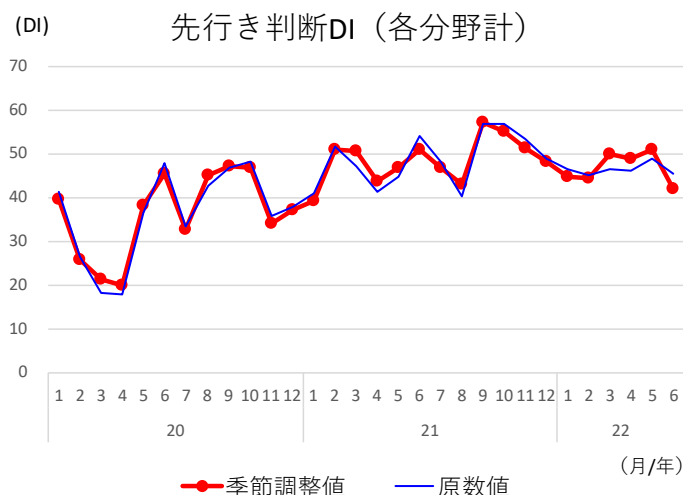
➤ 家計関連が改善となる一方、企業関連は、原材料価格の上昇、部品不足などにより改善方向の回答が減少し、景況感が悪化した。物流の減少を指摘する声もある。

□	電気機械器具製造業 (経営者)	・鋼材価格が1.5倍程度まで上がり、価格転嫁も進んでいるが、受注量、生産量共に横ばいが続いているため、それほど変わっていない。
□	建設業 (役員)	・分譲住宅の完成在庫物件の販売が伸びた。資材の高騰などで旧物件に割安感が出てきた結果である。
□	職業安定所 (職員)	・新規求人数は、3か月前と比べると若干下回っているが前年比では上回っている。産業別では、製造業全体では増加しているが、食品、自動車関連以外は減少しているなど業種によってばらつきがある。
▲	化学工業 (営業担当)	・国産ナフサ価格の高騰により、電力費や仕入製品が値上がりしている。全ての販売製品には値上げ分を転嫁できていないため、収益を圧迫している。
▲	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・鋼材、チップ類が不足気味で、取引先の生産が停滞している。
▲	輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	・6月の一部で休業を行った。そのため、売上は前年比で約8~9%減少となった。
▲	輸送業 (経営者)	・量販店向けの1店舗当たりの荷量が、前年比で5%ほど下がっている。様々な物が値上げされるなかで消費者の買い控えが始まったのではないかと。

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-8.8ポイントの42.2と2ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を2ヶ月ぶりに下回った。物価上昇による消費抑制やコスト増などを懸念する声が高まっている。
- 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-3.1ポイントの46.1と2ヶ月ぶりに上昇し、横ばいを示す50を7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-4.1ポイントの43.9と2ヶ月ぶりに低下し、横ばいを示す50を6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】

➤ 人流の戻りへの期待がある一方で、物価上昇による消費抑制が懸念されている。

◎	観光型ホテル (経営者)	・2～3か月先の8～9月は、新型コロナウイルスの感染状況が収まり、全国旅行支援が拡大すれば、これまで2年半以上新型コロナウイルスの影響で外出していなかった反動で、客が出掛けるという希望もある。需要喚起策もあって外出需要は底固く、良くなるを考える。もっとも、新型コロナウイルスの感染状況がこのままか、それほど増えないことを前提にしているため、予測し切れない余地もある。
○	高級レストラン (経営企画)	・来店動機や来店人数に変化はあるものの、来客数としては、徐々に現状からの回復を見込む。一方で人手不足と物価高などが収益に重く押し掛かる。
□	商店街 (代表者)	・若年層の来客数は増えたが年配の来客数が増えてこないため、売上金額は余り伸びない。
□	百貨店 (経理担当)	・食品、ガソリンや生活用品など広範に及ぶ物価高は、今後も相当期間続くと予想され、コロナ禍の自粛での反動によって拡大傾向にある個人消費に、ブレーキが掛けると考える。
□	乗用車販売店 (経営者)	・部品不足や流通の遅れは相変わらずで、好転しそうな様子も見られないため、しばらくは変わらない状況が続く。
▲	商店街 (代表者)	・新型コロナウイルスの新規感染者数は横ばいかやや増加傾向にある。また、いろいろな物が値上がりしている。加えて、この暑さで外出を控えるようになり、余り良い状況ではない。
▲	スーパー (総務)	・新型コロナウイルスの影響は緩和されてきたが、世の中の物価が何もかも上がってきている。買い控えにより景気が悪くなりそうである。
▲	乗用車販売店 (営業担当)	・納期が掛かる上に、値上げの予定がある。生産が回復しつつあっても、客足が遠のいてしまう。
×	商店街 (代表者)	・物価高が非常に厳しく、必要最低限の日用品しか売れなくなりそうである。必要性の低い商品は、全く売れない状況が続くそうである。
×	観光型ホテル (支配人)	・個人宿泊は徐々にではあるが今後も増えていくと見込むが、食堂利用は今後も伸び悩む。今一度、商品内容と価格設定の見直しを迫られることになる。一般宴会は、第2四半期に入る来月以降も、向こう3か月の予約状況は全てが30%前後であるため、大変な厳しさを強いられることに間違いない。

【企業動向・雇用関連】

➤ 部品調達難、原材料価格高騰を懸念する声が続く引き続き多い。

□	一般機械器具製造業 (営業担当)	・円安は販売チャンスだが、物流費、材料費が高騰しているため、利益が出にくい状況がずっと続いている。電子部品が納入されてこないため製品が製造できず、納期が長くなっており、しばらくは好転する材料がない。
□	輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	・完成車メーカーへの部品、半導体の供給がどの程度回復するかに懸かっているが、大手自動車メーカーでは7月は5万台減産と言っているため、今の様な状態が2～3か月は続く。
□	建設業 (経営者)	・新型コロナウイルスの問題も少し落ち着いてきて、後は参議院選挙が終わり落ち着いてくればよいが、ウクライナ問題もあるため、もう少し世の中が落ち着かないと見通しが立たない。
□	輸送業 (従業員)	・我々の業界のみならず客先で話を聞いても、販売量は増えてもそれ以上に調達コストが上がってきている。正直な話、忙しくなっているだけでもうかっていない状態である。この様々な価格上昇は世界的に当分続くと思われる。
□	職業安定所 (職員)	・求人への改善傾向は続いているものの、新型コロナウイルスの感染拡大懸念が続くこと、ウクライナを始めとする海外情勢や円安の進行による物価の上昇は今後も一定期間続くと思われることから、景気が悪化する懸念は払拭されず、今後の景気の状況についてはどちらとも判断できない状況が続くと考えられる。
▲	金属製品製造業 (経営者)	・これから材料価格、電気料金やエネルギー価格が値上がりすることから、引き続き利益を圧迫すると考える。
▲	一般機械器具製造業 (経理担当)	・仕入りたい物が手に入らない。
×	食料品製造業 (営業担当)	・原材料価格の高騰により、販売単価に上乗せすれば更に大きく販売数量が下がる。

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。