

S E R I NEWS RELEASE

平成20年11月21日
財団法人 静岡経済研究所
理事長 古知弘行

〒420-0853 静岡市葵区追手町1-13
アゴラ静岡 5階

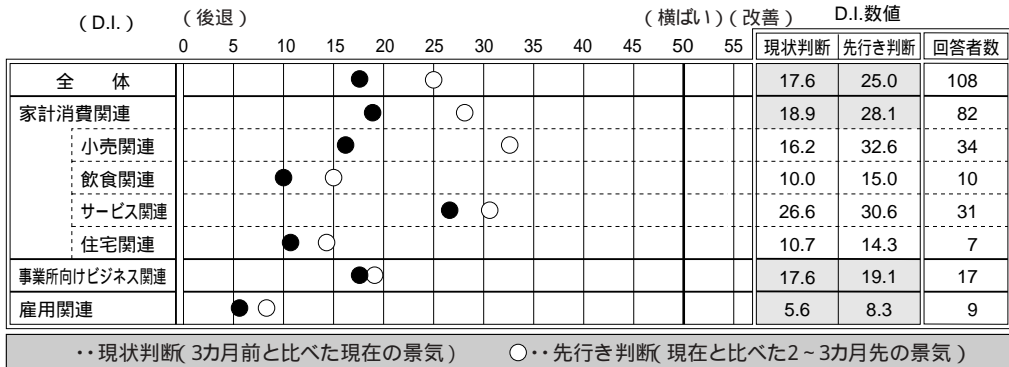
TEL 054-250-8750
FAX 054-250-8770

定例調査

第20回 静岡県版「景気ウォッチャー調査」結果(平成20年10月実施)

世界的金融不安の中、消費マインドが冷え込み 景況感の悪化が深刻に

分野別にみる景気判断指数(D.I.)



3カ月前との比較でみた景気の「現状判断指数(方向性)」は17.6と、“景気横ばい”を示す指数「50」を大きく下回り、調査開始(平成16年1月)以来の最低を記録した前回調査(22.9)より、さらに5.3ポイント下降した。

また、2~3カ月先の「先行き判断指数(方向性)」も25.0と、前回調査(26.2)に比べて1.2ポイント低下している。金融危機による株価の急落や円高の進行、物価の上昇などの不安材料が、家計の消費意欲や企業の経営環境を直撃しており、ウォッチャーは引き続き景気が停滞するものとみている。

さらに、現時点での景気の「水準判断」も17.8と、前回調査(22.6)から4.8ポイント低下。すべての分野において水準判断が30を下回り、特に雇用関連においては10を下回るなど、景気が悪いと感じる回答が大勢を占めた。

「現状判断」は17.6と、景況感はさらに後退

今回調査（平成20年10月実施）では、景気が3カ月前と比べて“良くなっているか悪くなっているか”を聞いた「現状判断指数」は17.6と、調査開始（16年1月）以来、最も低くなった。これは、過去最低であった前回調査（22.9）から、さらに5.3ポイントの下降となり、分野別でもすべての分野で過去最低を記録し、景況感の悪化は深刻度を増している（表題図、図表1）。

分野別の動向

家計消費関連（D.I. = 18.9）・・・家計消費関連全体では18.9と、前回調査（23.8）に比べ4.9ポイント下降した。小売関連（16.2）や飲食関連（10.0）では、「値上げ傾向の中で財布のひもが固くなり、購入点数が減少している」（食品販売）や、「客単価が低下し、高価格設定の料理が出ない」（割烹）など、消費意欲の減退を示すコメントが聞かれた。また、サービス関連（26.6）では、「秋の行楽シーズンであっても、安・近・短の旅行が多く、売上が伸びない」（旅行代理店）など、書き入れ時でも苦戦している様子や、住宅関連（10.7）でも、「売上悪化の底が見えない」（住宅販売）など、幅広い分野で厳しい声が挙がっている。

事業所向けビジネス関連（D.I. = 17.6）・・・現状判断指数は17.6と、前回（25.0）を7.4ポイント下回った。「新聞折込広告の出稿回数が減り、サイズダウンが目立つ」（広告代理店）、「倒産による貸し倒れが急激に増加している。代金の回収率が悪化する一方である」（給食弁当）など、業績が悪化している。

雇用関連（D.I. = 5.6）・・・現状判断指数は5.6と、前回（9.4）と比べ3.8ポイント下降した。「事業主から雇用調整の動きがでている。毎日問い合わせがある状況」（職業紹介）、「業務量の減少に伴い、既存ユーザーの派遣契約終了事例が発生してきた」（人材派遣）、「正社員・非正規社員を問わず、中途採用募集広告が激減」（求人情報誌）と、雇用者数の削減が始まっている様子が見られる。

「先行き判断」は25.0と、8期連続で下落

一方、2～3カ月前の景気が今月と比べて“良くなるか悪くなるか”を聞いた「先行き判断指数」は25.0となり、前回（26.2）に比べて1.2ポイント下降し、過去最低を記録した（表題図、図表2）。「悪くなる」「やや悪くなる」と回答した割合は67.6%と、多くのウォッチャーが景気の先行きについて悪化を懸念している。

分野別の動向

家計消費関連（D.I. = 28.1）・・・家計消費関連全体では28.1と、前回調査（27.2）に比べて+0.9ポイントとわずかに上昇した。内訳をみると、小売やサービス関連

図表1 現状判断指数D.I.の推移

分野	H18.10月	H19.1月	H19.4月	H19.7月	H19.10月	H20.1月	H20.4月	H20.7月	H20.10月	
									今回	前回比
全体	50.7	52.5	51.0	47.7	40.3	31.6	33.3	22.9	17.6	5.3
家計消費関連	49.7	52.7	48.1	47.2	39.9	31.9	32.7	23.8	18.9	4.9
小売関連	50.0	49.3	47.1	43.8	39.3	34.7	33.6	19.3	16.2	3.1
飲食関連	42.9	61.1	54.2	55.6	40.6	30.6	28.1	25.0	10.0	15.0
サービス関連	50.0	53.2	48.4	48.3	40.3	32.0	33.1	27.5	26.6	0.9
住宅関連	53.6	57.1	45.0	50.0	40.0	21.9	32.1	28.6	10.7	17.9
事業所向けビジネス関連	50.0	50.0	58.8	48.7	44.4	32.8	33.3	25.0	17.6	7.4
雇用関連	60.0	55.6	62.5	50.0	36.1	25.0	37.5	9.4	5.6	3.8

図表2 先行き判断指数D.I.の推移

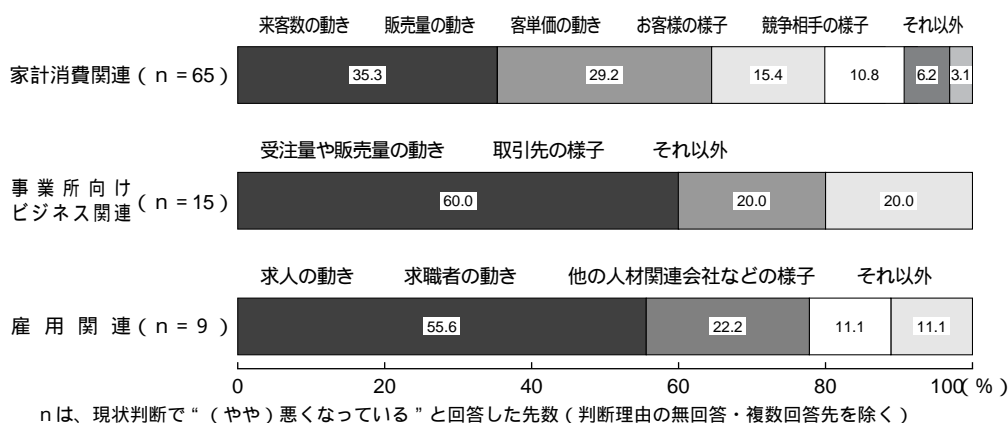
分野	H18.10月	H19.1月	H19.4月	H19.7月	H19.10月	H20.1月	H20.4月	H20.7月	H20.10月	
									今回	前回比
全体	57.2	55.1	51.2	49.8	47.8	35.2	33.5	26.2	25.0	1.2
家計消費関連	59.5	55.7	51.3	50.3	49.4	35.6	34.6	27.2	28.1	+0.9
小売関連	61.8	55.4	52.1	47.2	45.7	32.3	35.0	22.1	32.6	+10.5
飲食関連	60.7	44.4	54.2	50.0	57.1	33.3	21.9	22.2	15.0	7.2
サービス関連	57.8	60.5	51.6	55.0	53.3	42.2	34.7	33.3	30.6	2.7
住宅関連	53.6	50.0	40.0	45.0	40.0	25.0	46.4	32.1	14.3	17.8
事業所向けビジネス関連	47.4	53.9	51.5	51.3	47.2	34.4	28.3	25.0	19.1	5.9
雇用関連	57.5	52.8	50.0	41.7	36.1	32.1	32.5	18.8	8.3	10.5

の一部では、「クリスマスや年末年始を迎え、贈答品などが動きそう」(雑貨販売)や、「年末シーズンで来客数・客単価が良くなる見込み」(美容室)と、年末年始のイベント需要に期待を寄せている。一方で、「ボーナスの減額が予想され、年末商戦に大きく響きそう」(アパレルおよび飲食業)、「予約の動きが止まった」(観光ホテル)など、厳しい見通しも多く聞かれた。また、「輸入食品の異物混入事件などで消費者の不安が高まっている」(スーパー)や「株価低迷・円高からくる景気減退感が、飲食業へ与える影響は大きい」(外食チェーン)など、社会情勢や金融経済環境の不安材料が、消費マインドに与えるマイナス影響を危惧する声も強い。

事業所向けビジネス関連(D.I.=19.1)・・・事業所向けビジネス関連では、先行き判断は19.1と、前回(25.0)より5.9ポイント低下した。「消費の冷え込みにより、受注量が減少すると思われる」(情報サービス)や、「自動車部品製造業の受注減少により、企業の設備投資は減少傾向にある。取引先の信用リスク不安が高まる見通し」(リース)など、さらなる需要減退が懸念されている。

雇用関連(D.I.=8.3)・・・雇用関連は8.3と、前回(18.8)より10.5ポイントと大きく下降した。「新規求職者数の増加傾向に歯止めがかからない」(職業紹介)、「決算の状況次第では8年前のようにリストラを行う企業が増える。事実、実施している企業もすでにある(人材派遣)など、雇用情勢の悪化に危機感を抱いている。

図表3 「景気が(やや)悪くなっている」と判断した理由



来客数と販売量の減少が影響し、景況感が悪化

次に、景気の現状判断(方向性)が3カ月前と比べて“(やや)悪くなっている”としたウォッチャーに、その判断理由を聞いたところ、家計消費関連では、「来客数の動き」(35.3%)、「販売量の動き」(29.2%)との回答が多く挙がった(図表3)。また、事業所向けビジネス関連では、「受注量や販売量の動き」(60.0%)と「取引先の様子」(20.0%)が多く、雇用関連では「求人の動き」(55.6%)が最も多かった。

家計消費関連における「来客数の動き」では、「来客数が、ぐっと減っている」(外食チェーン)、「3カ月間の入込客数が減少している」(観光ホテル)、「単価・客数・売上のいずれも大幅に前年を下回っている」(家電量販店)などの声が挙げられた。

また、事業所向けビジネス関連をみると、「受注量や販売量の動き」では、「静岡地区の受注量が10%程度減少。特に9月に入り、落ち込みが大きい」(印刷)や、「機械製造業からの受注が、昨年と比べて減っている」(税理士事務所)との声が聞かれ、一方、「取引先の様子」では、「一括請負ソフトウェア開発の商談が低迷している」(情報サービス)などの回答がみられた。

さらに、雇用関連における「求人の動き」では、「学校への秋口採用の求人依頼が急速に減少した。民間人材会社の引き合い(広告・派遣・ガイダンスなど)も減っている」(人材派遣)などの声が寄せられ、雇用情勢の厳しさが感じられる。

以上、金融危機による世界的な株価低迷、輸入食品の異物混入事件、政局不安といった多くの不安要素が、家計の消費意欲や企業の経営環境に暗い影を落とし、景況感は悪化の度合いを増している(次項 参考 参照)。ウォッチャーからは、所得の伸び悩みを見越して家計を引き締め、生活防衛に乗り出し始めた消費者の姿がうかがわれ、また雇用面では、現実に派遣契約の打ち切りや非正規社員の整理などの雇用調整が始

まった様子が聞こえてくるなど、景気後退を実感させるコメントが多く寄せられた。一方、前回調査まで景気の足かせとなっていた原油価格は落ち着きを見せるなど、一部では明るい材料もあることから、効果的な景気対策の実施により、一刻も早い景気回復が望まれる。

参考 現時点での景気の「水準判断」は、20を下回る

今月の景気は“良いか悪いか”を聞いた、現時点での景気の「水準判断」は17.8となり、前回（22.6）に比べて4.8ポイント低下し、引き続き現在の景気が悪いと感じている回答者が、良いと感じている回答者を大きく上回った（**図表4**）。特に、雇用関連（8.3）においては10を下回っており、雇用情勢の悪化に伴う勤労者層の消費マインド悪化が懸念される。

図表4 現時点での「水準判断」指数

分野	指数D.I.
全体	17.8
家計消費関連	18.6
小売関連	15.4
飲食関連	12.5
サービス関連	25.0
住宅関連	14.3
事業所向けビジネス関連	19.1
雇用関連	8.3

調査の要領

- (1) 調査目的：景気に関連した動きを観察できる立場にある人の協力を得て、景気動向を的確かつ迅速に把握し、景気動向判断を調査することを目的にしている。
- (2) 調査対象：家計消費、事業所向けビジネス、雇用など、経済活動の動向を敏感に反映する事象を観察できる業種から選定した担当者。

分野	ウォッチャーの代表的な業種
家計消費関連	
小売関連	百貨店、スーパー、乗用車販売、書籍販売など
飲食関連	飲食店、割烹、外食チェーンなど
サービス関連	観光ホテル、旅行代理店、カルチャーセンターなど
住宅関連	不動産販売、住宅販売、住宅展示場など
事業所向けビジネス関連	印刷、広告代理店、運輸、司法書士、情報サービスなど
雇用関連	人材派遣、職業紹介、求人情報誌など

- (3) 調査方法：各企業の担当者に対するアンケート調査
- (4) 調査事項：現在の景気的水準について 景気の現状に対する判断（3カ月前との比較）
その判断理由と、追加説明および具体的状況の説明など（自由回答）
景気の先行きに対する判断（2～3カ月先の予想）
- (5) 調査時点：平成20年10月下旬
- (6) 回答状況：調査対象116名のうち、有効回答を寄せていただいた方は108名で、有効回答率は93.1%である。
* 景気判断指数とは、景気の現状や先行きに対する判断を点数化（下表）し、それらに各判断の構成比（%）を乗じて指数（D.I.）化したものである。これにより、判断指数（方向性）においては、50を上回れば「改善」、下回れば「悪化」の傾向を示すこととなる。また、現在の景気（水準判断）については、指数が50を上回れば景気が「良い」、下回れば景気が「悪い」ということになる。

評	現在の景気（水準判断）	良い	やや良い	どちらとも言えない	やや悪い	悪い
価	現状判断	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
	先行き判断	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
	点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0