

平成21年 2月23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

# S E R I NEWS RELEASE

## 定例調査

第21回 静岡県版「景気ウォッチャー調査」結果(平成21年 1月実施)

## 雇用不安が広がる中、消費マインドが低下し 景況感はさらに悪化

### 分野別にみる景気判断指数 (D.I.)

	現状判断D.I. (3カ月前と比べた現在の景気)		先行き判断D.I. (現在と比べた2~3カ月先の景気)		回答者数
	数値	方向性	数値	方向性	
全 体	11.2	▼	23.6		112
家計消費関連	12.6	▼	25.3		85
小売関連	13.9	▼	25.7		36
飲食関連	4.5	▼	10.0	▼	11
サービス関連	12.1	▼	29.8		31
住宅関連	21.4		25.0		7
事業所向けビジネス関連	10.3	▼	25.0		17
雇用関連	0.0	▼	7.5	▼	10

D.I.数値
80以上 ▲
55~80
45~55
20~45
20未満 ▼

D.I.は50が「景気横ばい」、上回れば「改善」、下回れば「悪化」の傾向を示す。

3カ月前との比較でみた景気の「現状判断指数(方向性)」は11.2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)以降で最低を記録した前回調査(17.6)を、さらに6.4ポイント下回る結果となった。

また、2~3カ月先の「先行き判断指数(方向性)」も23.6と、前回調査(25.0)に比べて1.4ポイント低下している。消費者が買物、外食、旅行などを控え、また、企業も本格的な雇用調整、減産を実施するなど、ウォッチャーは、今後も景気の悪化が続くと予想している。

さらに、現時点での景気の「水準判断」は11.4と、前回調査(17.8)から6.4ポイント低下した。特に、飲食関連は4.6、雇用関連は2.5と著しく低い値となり、すべての分野で15を下回るなど、景気の悪化は幅広い分野に及んでいる。

## 「現状判断」は11.2と、景況感はさらに悪化

今回調査（平成21年1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11.2となった。これは、調査開始（16年1月）以来、過去最低であった前回調査（17.6）をさらに6.4ポイントも下回るもので、景況感はさらに悪化している（表題図、図表1）。

### 分野別の動向

**家計消費関連（D.I. = 12.6）**・・・家計消費関連全体では12.6と、前回調査（18.9）に比べ6.3ポイント下降した。小売関連（13.9）では、「販売の中心は低価格商品であり、テレビやパソコンといった高額商品の販売が鈍化している」（家電量販店）など、年末商戦時期にも関わらず売上が伸びなかった状況がうかがえる。飲食関連（4.5）でも、「正月を過ぎてからは来店客数、予約数が激減している」（外食チェーン）など、消費者の外食離れを嘆く声が多かった。また、サービス関連（12.1）では、「販売量が減少している。お得意様も旅行を控える、または、規模を縮小しての実施傾向にある」（旅行代理店）など、安・近・短志向が進んで売上が伸び悩む現状や、住宅関連（21.4）でも、「モデルルームへの来客数が大幅ダウン、販売量も低下している」（住宅販売）など、非常に厳しい状況であることがうかがえる。

**事業所向けビジネス関連（D.I. = 10.3）**・・・現状判断指数は10.3と、前回（17.6）から7.3ポイントと大きく下降した。「自動車メーカーの折り込みの出稿が大幅に減少している」（広告代理店）、「自動車関連業種をはじめ、各業種ともに運送量が減少している」（運送）など、自動車関連の製造業をはじめとする企業の業績悪化が、ビジネスに深刻な影響を与えているとの意見が多かった。

**雇用関連（D.I. = 0.0）**・・・現状判断指数は0.0と、すべてのウォッチャーが“悪くなっている”と回答している。「ほとんどの産業で求人数が大幅に減少している」（職業紹介）、「派遣契約の終了が相次いでいる。また、求人案件がまったくない」（人材派遣）と、求職者にとっては厳しい状況となっている。

## 「先行き判断」も23.6と、今後も停滞感が続くと予想

一方、2～3カ月先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」も23.6となり、過去最低を記録した前回（25.0）を1.4ポイント下回った（表題図、図表2）。景気回復のための好材料がまったくないことから、ウォッチャーの約9割が、今後も景気は「悪くなる」「やや悪くなる」と回答している。

### 分野別の動向

**家計消費関連（D.I. = 25.3）**・・・家計消費関連全体では25.3と、前回調査（28.1）

図表1 現状判断指数D.I.の推移

分野	H19.1月	H19.4月	H19.7月	H19.10月	H20.1月	H20.4月	H20.7月	H20.10月	H21.1月	
									今回	前回比
全体	52.5	51.0	47.7	40.3	31.6	33.3	22.9	17.6	11.2	6.4
家計消費関連	52.7	48.1	47.2	39.9	31.9	32.7	23.8	18.9	12.6	6.3
小売関連	49.3	47.1	43.8	39.3	34.7	33.6	19.3	16.2	13.9	2.3
飲食関連	61.1	54.2	55.6	40.6	30.6	28.1	25.0	10.0	4.5	5.5
サービス関連	53.2	48.4	48.3	40.3	32.0	33.1	27.5	26.6	12.1	14.5
住宅関連	57.1	45.0	50.0	40.0	21.9	32.1	28.6	10.7	21.4	+ 10.7
事業所向けビジネス関連	50.0	58.8	48.7	44.4	32.8	33.3	25.0	17.6	10.3	7.3
雇用関連	55.6	62.5	50.0	36.1	25.0	37.5	9.4	5.6	0.0	5.6

図表2 先行き判断指数D.I.の推移

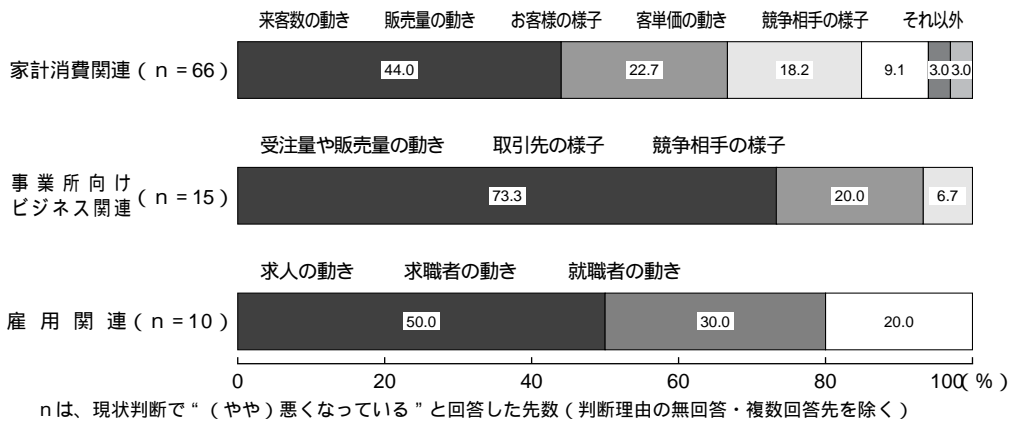
分野	H19.1月	H19.4月	H19.7月	H19.10月	H20.1月	H20.4月	H20.7月	H20.10月	H21.1月	
									今回	前回比
全体	55.1	51.2	49.8	47.8	35.2	33.5	26.2	25.0	23.6	1.4
家計消費関連	55.7	51.3	50.3	49.4	35.6	34.6	27.2	28.1	25.3	2.8
小売関連	55.4	52.1	47.2	45.7	32.3	35.0	22.1	32.6	25.7	6.9
飲食関連	44.4	54.2	50.0	57.1	33.3	21.9	22.2	15.0	10.0	5.0
サービス関連	60.5	51.6	55.0	53.3	42.2	34.7	33.3	30.6	29.8	0.8
住宅関連	50.0	40.0	45.0	40.0	25.0	46.4	32.1	14.3	25.0	+ 10.7
事業所向けビジネス関連	53.9	51.5	51.3	47.2	34.4	28.3	25.0	19.1	25.0	+ 5.9
雇用関連	52.8	50.0	41.7	36.1	32.1	32.5	18.8	8.3	7.5	0.8

に比べて 2.8ポイント低下した。小売や飲食関連では、「高額商品のみならず、中級商品の動きも弱くなっており、生活防衛色が強くなっている」(一般小売店)や、「景気後退の際には消費者が最初に削減する分野であり、また、それを覆すような新アイテム、動向もない」(外食チェーン)などの声が聞かれた。一方で、「3月になれば、一人暮らしに向けたテレビ、冷蔵庫などの売上が伸びる」(家電量販店)、「卒業、入学シーズンが近づくので、来客数、客単価ともに少し伸びることが見込めそう」(美容室)など、新学期に向けての需要に期待する意見もあった。

**事業所向けビジネス関連 (D.I. = 25.0)**・・・事業所向けビジネス関連では、先行き判断は25.0と、前回(19.1)より5.9ポイント上昇し、下げ幅は縮小した。しかし、「広告用印刷物の受注は、まったく見通しがたたない」(印刷)や、「企業の新規設備投資導入の見送りや延期の影響により、リース案件は一段と減少傾向にある。特に、自動車関連部品製造業の設備投資の落ち込みは、より一層厳しくなっている」(リース)など、さらなる景気の落ち込みを懸念する声も多かった。

**雇用関連 (D.I. = 7.5)**・・・雇用関連は7.5と、前回(8.3)を 0.8ポイント下回った。「2010年度新卒採用について、企業が抑制の傾向を強め始めた。次年度の経費を抑えるための企業のリストラは、派遣社員にとどまらないものと思われる」(求人情報誌)など、今後の雇用情勢に不安を抱く意見が多かった。

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に歯止めがからず、景気はさらに低迷

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」(44.0%)や「販売量の動き」(22.7%)との回答が多かった(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」(73.3%)と「取引先の様子」(20.0%)が多く、雇用関連では「求人の動き」(50.0%)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、「年末年始の商店街への来客数は、ここ数年では一番少ない」(商店街)「来客数、販売量、客単価すべてが減っている」(一般小売店)など、来客数が減少している姿が浮き彫りとなった。

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、「ソフトウェア開発受託案件の減少傾向が見られる。また、ソフトウェア製品売上についても、各企業で投資抑制が見られ、減少傾向にある」(情報サービス)や「不動産取引件数が減っている」(司法書士事務所)「取引先の様子」では、「値引き要請や商談進捗の遅れが発生している」(情報サービス)などの回答があった。

さらに、雇用関連における「求人の動き」では、「製造業については、契約の約60%が平成21年3月までに終了が決定している。また、新規依頼についても、現在は皆無である」(人材派遣)などの声が寄せられ、雇用情勢の悪化が顕著となった。

以上、株価低迷などの世界的な金融不安が消費マインドを低下させ、また、追い打ちをかけるように円高が企業の収益を圧迫し、企業は本格的な雇用調整や減産に踏み切っている。このような状況から、景気が「悪い」と感じるウォッチャーが増え、景況感的大幅に後退した(次項 参考 参照)。企業の雇用調整は、非正規社員だけでなく正社員にも及んでおり、また今後は、製造業だけでなく幅広い業種に拡大していく

可能性がある。雇用に対する不安はさらなる消費マインドの低下を招き、政府の景気対策にも、実施時期や効果も含めて未知数の部分が多いなど、回復のための好材料がないことから、今後も引き続き景気の低迷が続くものと予想される。

### 参考 現時点での景気の「水準判断」は、15を下回る

なお、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11.4となり、前回（17.8）に比べて6.4ポイント低下し、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一段と大きく上回った（**図表4**）。特に、飲食関連は4.6、雇用関連は2.5と著しく低い値となり、また、すべての分野で15を下回るなど、景気の悪化は幅広い分野に及んでいる。

**図表4 現時点での「水準判断」指数**

分野	指数D.I.
全体	11.4
家計消費関連	12.1
小売関連	11.8
飲食関連	4.6
サービス関連	14.5
住宅関連	14.3
事業所向けビジネス関連	13.3
雇用関連	2.5

### 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21年1月下旬
- (6) 回答状況：調査対象114名のうち、有効回答を寄せていただいた方は112名で、有効回答率は98.2%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。

評価	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
価値	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