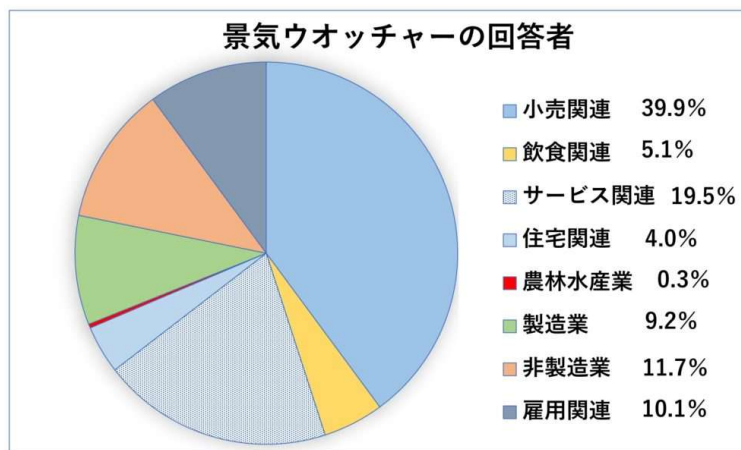


## 景気ウォッチャー調査 12月の結果・回答者はかなり敏感に反応

2021年1月21日

先日12月の「消費動向調査」結果をご紹介しましたが、今日は同じ内閣府が行っている消費動向調査であるところの「景気ウォッチャー」調査の結果をご紹介します。以前にもご紹介していますが、「消費動向調査」が一般の消費者の立場からどう感じているかを調査しているのに対し、「景気ウォッチャー調査」では、小売店や飲食、観光などのサービス業、企業関係者（製造業/非製造業）、雇用関係者など、消費者に物やサービスを提供する側の人たちの感じ方を調べているものです。この「景気ウォッチャー」の調査対象者の内訳は下図のようになっており、小売り業が4割、飲食・サービスが2.5割、企業が2割、雇用関係が1割と、景気をより敏感に感じることをできる人を多めに調査しているというところでしょうか？ [調査結果\(全体版\) \(cao.go.jp\)](http://cao.go.jp)



### 有効回答率

地域	調査客体	有効回答客体	有効回答率	地域	調査客体	有効回答客体	有効回答率
北海道	130人	105人	80.8%	北陸	100人	88人	88.0%
東北	189人	175人	92.6%	近畿	290人	242人	83.4%
北関東	129人	111人	86.0%	中国	170人	166人	97.6%
南関東	330人	293人	88.8%	四国	110人	90人	81.8%
東京都	153人	136人	88.9%	九州	210人	174人	82.9%
甲信越	92人	83人	90.2%	沖縄	50人	40人	80.0%
東海	250人	227人	90.8%	全国	2,050人	1,794人	87.5%

### DIの算出方法

景気の現状、または、景気の先行きに対する5段階の判断に、それぞれ以下の点数を与え、これらを各回答区分の構成比(%)に乗じて、DIを算出している。

評価	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
	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
	(良い)	(やや良い)	(どちらともいえない)	(やや悪い)	(悪い)
点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

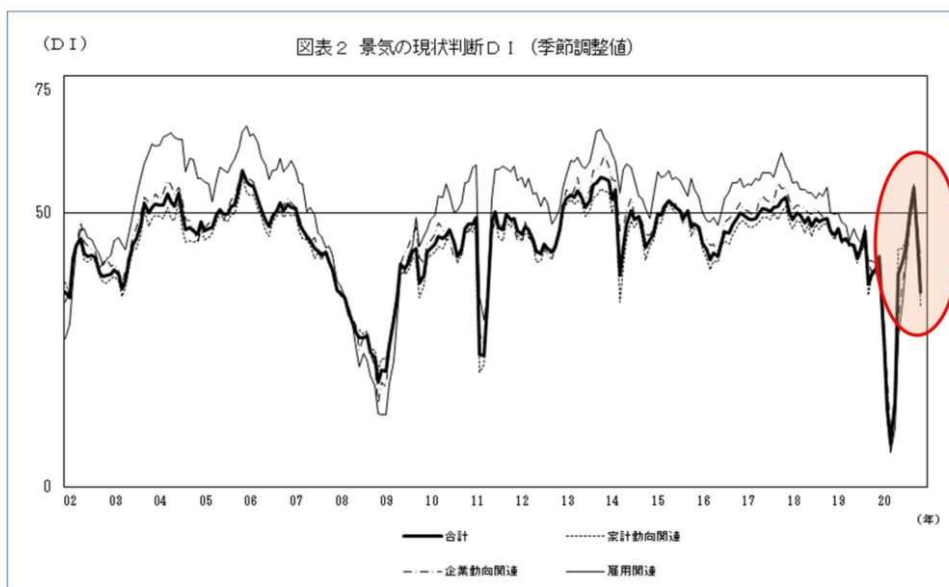
この「景気ウオッチャー調査」の10月結果は、全体で50を越えました。特に飲食が60を超え、「景気がもどった」と報道されました。このDIと呼ばれる数値は、回答のうち「良い」には1.0を、「やや良い」には0.75を、「どちらでもない」には0.5を、「やや悪い」には0.25を、「悪い」には0をかけて、平均してそれに100をかけるということで、わかりやすく言えば、全員が「良い」と答えれば100、「悪い」と答えれば0ということですので、50はちょうど全員が「どちらでもない」と答えた場合に相当しますので、10月は、「まあ普通の状態」と感じる人が多いほどに回復したということでした。

それでは、12月はどのような結果だったのでしょうか？12月は11月に比べて約10ポイント低下し、総合では35.5となりました。特に落ち込みが大きかったのが飲食業とサービス関連で11月からは約20ポイント、企業の非製造業や雇用関連も11月からは約10ポイント落ち込みました。

図表1 景気の現状判断DI (季節調整値)

(DI)	年 月	2020 7	8	9	10	11	12	(前月差)
合計		41.1	43.9	49.3	54.5	45.6	35.5	(-10.1)
家計動向関連		43.3	45.3	50.3	55.1	44.4	33.0	(-11.4)
小売関連		43.3	46.6	47.6	53.7	44.3	37.6	(-6.7)
飲食関連		41.3	38.9	55.0	80.4	35.9	15.4	(-20.5)
サービス関連		45.0	45.5	54.2	58.2	46.6	26.7	(-18.9)
住宅関連		37.8	42.3	52.5	48.3	45.3	38.8	(-6.5)
企業動向関連		37.8	41.1	47.4	53.0	48.1	41.5	(-6.6)
製造業		36.9	41.1	49.5	53.5	48.6	46.6	(-2.0)
非製造業		38.5	40.9	45.3	52.2	47.6	37.9	(-9.7)
雇用関連		33.8	41.2	47.0	53.8	48.1	39.8	(-8.3)

2002年からの経過の図をみても、10月以降の落ち込みの勾配はかなり急激で落差が大きいものであることがわかります。



一方で、先行き判断 DI については、少し傾向が違いました。先行き DI とは「今から 2-3 ヶ月先はどうですか？」との質問ですが、この数値については 11 月とあまり変わらない結果でした。これは予想というよりも期待・希望、それもかなり強い気持ちが込められたものが背景にあるように感じます。12 月から 2-3 ヶ月で飲食店の営業がかなり戻ってこれる状態になるのを想像するのは難しい気がしますが、当事者はそう願わずにはられないのではないのでしょうか？

図表 3 景気の先行き判断 DI (季節調整値)

(DI)	年 月	2020					12	(前月差)
		7	8	9	10	11		
合計		36.0	42.4	48.3	49.1	36.5	37.1	(0.6)
家計動向関連		35.8	42.5	48.5	49.1	35.1	36.2	(1.1)
小売関連		35.3	43.1	47.6	48.6	37.3	37.8	(0.5)
飲食関連		33.7	40.0	50.6	48.1	22.1	27.9	(5.8)
サービス関連		37.8	43.1	50.9	50.4	32.9	34.5	(1.6)
住宅関連		34.4	38.1	42.5	48.0	41.2	38.6	(-2.6)
企業動向関連		37.6	42.4	47.4	48.3	39.7	40.0	(0.3)
製造業		38.8	44.3	49.5	48.5	42.6	43.4	(0.8)
非製造業		36.4	41.2	45.6	48.4	37.3	37.6	(0.3)
雇用関連		33.7	41.7	48.9	50.8	38.2	37.3	(-0.9)

先日ご紹介した「消費動向調査」の 12 月の消費者態度指数の数値は、11 月に比べて 1.9 ポイント下落の結果でした。調査時期はほぼ同じですので、「景気ウォッチャー」との違いは、立場の違いによるところが大きいと思われます。コロナに翻弄されてきた飲食業やサービス業の人たちは、だからこそこうした厳しい状況でも先行きに期待をせざるを得ないのかもしれない。