

## 第14回「ふくしま景気ウォッチャー調査」アンケート結果について

当研究所では、街角の景況感調査として、標記アンケートを10月に実施しました。内閣府の景気ウォッチャー調査では県別の数値が公表されていないことから、同調査の「福島県版」として「家計動向関連」について当研究所で独自に実施しているものです。本調査は2014年6月に開始、以降、4月と10月の年2回、回答対象者を一般消費者と身近に接している小売業や飲食業などの家計動向関連の方に限定し実施しております。今回は特別調査として前回（2020年4月実施）に引き続き「新型コロナウイルス感染拡大による影響」について尋ねております。

今般、調査結果をとりまとめましたのでお知らせいたします。なお、詳細は当研究所機関誌「福島の進路」12月号(11月26日発行)に掲載いたします（当研究所ホームページでもご覧いただけます）。

福島の進路

検索

### 1. 消費動向

ウォッチャー（アンケート調査回答者）が、日々の仕事を通じて接しているお客さまの様子などから把握できる消費動向（購買状況）について尋ねた。

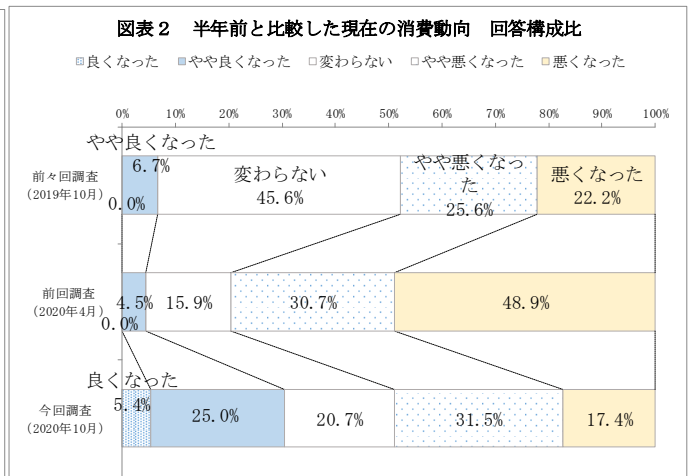
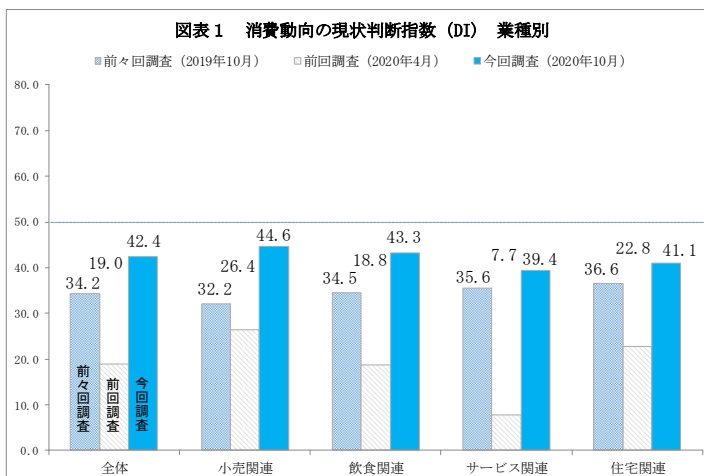
#### (1) 消費動向の現状判断（半年前と比較した現在）

**過去最も低い判断指数となった前回調査から一転して大幅に良化した。**

- 消費動向の現状判断指数は、全体で42.4（前回調査比+23.4ポイント）と過去最も指数が低かった前回調査から一転して大きく上昇した（図表1）。ただし、判断指数は横ばいを示す50を下回り、11回連続で下降局面であると判断された。
- プラス判断したウォッチャーの割合が約3割まで増加するとともに、マイナス判断したウォッチャーの割合が約5割まで減少したことで、判断指数が良化した（図表2）。

#### ◇業種別

- 旅館・ホテルや飲食店においてG o T oキャンペーンが実施されていることなどから、判断指数はサービス関連39.4（同+31.7ポイント）、飲食関連43.3（同+24.5ポイント）と大幅に良化した（図表1）。



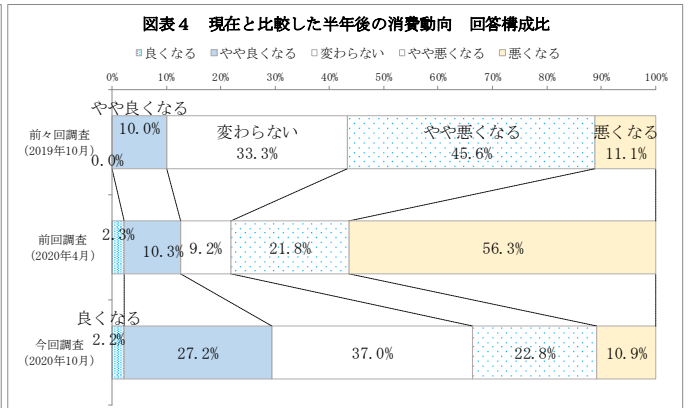
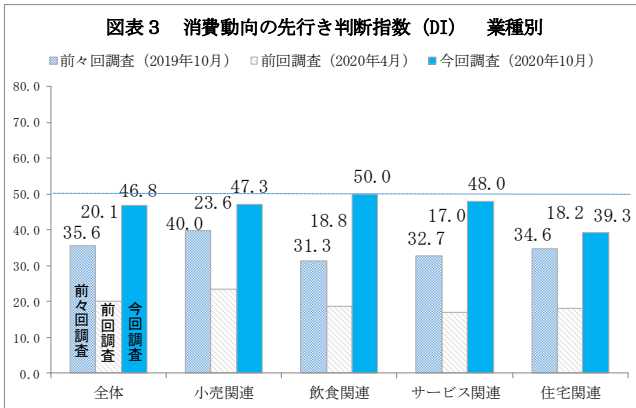
(2) 消費動向の先行き判断（現在と比較した半年後）

**現状判断同様に判断指数が大幅に良化しており、飲食関連の指数は横ばいを示す 50 に達した。**

- 消費動向の先行き判断指数は全体で 46.8（前回調査比+26.7 ㊦）と大きく上昇し、判断指数が良化したものの、横ばいを示す 50 を下回り依然として下降局面と判断されている（図表 3）。
- プラス判断した割合が前回調査の約 1 割から今回は約 3 割に増加する一方、マイナス判断した割合が前回の約 8 割から今回は約 3 割に減少しており、判断指数が大幅に良化した（図表 4）。

◇業種別

- 最も判断指数の高い飲食関連が 50.0（同+31.2 ㊦）と、横ばいを示す 50 に達するなど、すべての業種の判断指数が大幅に上昇した（図表 3）。



2. 景気動向

ウォッチャー自身の回りの景気（経済情勢）について尋ねた。

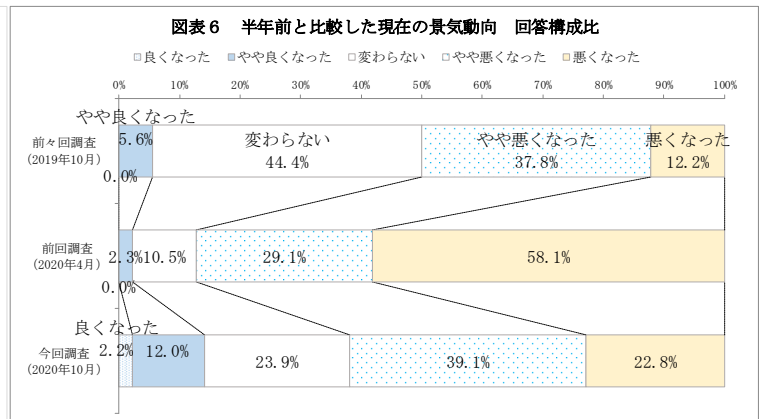
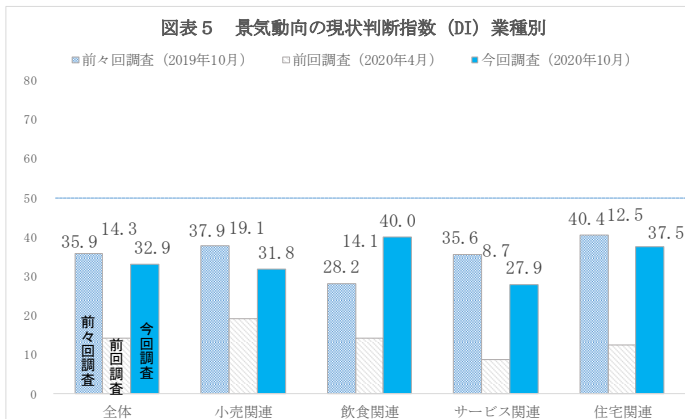
(1) 景気動向の現状判断（半年前と比較した現在）

**前回調査比すべての業種で判断指数が上昇しているものの、判断指数の水準は低い。**

- 景気動向の現状判断指数は全体で 32.9（前回調査比+18.6 ㊦）と大きく上昇したが、判断指数が横ばいを示す 50 を大きく下回り下降局面と判断された（図表 5）。
- マイナス判断した割合が前回の約 9 割から今回約 6 割に低下しているものの、依然としてマイナス判断したウォッチャーが多かった（図表 6）。

◇業種別

- すべての業種が前回調査に比べ判断指数が上昇しているが、判断指数の水準は低い（図表 5）。



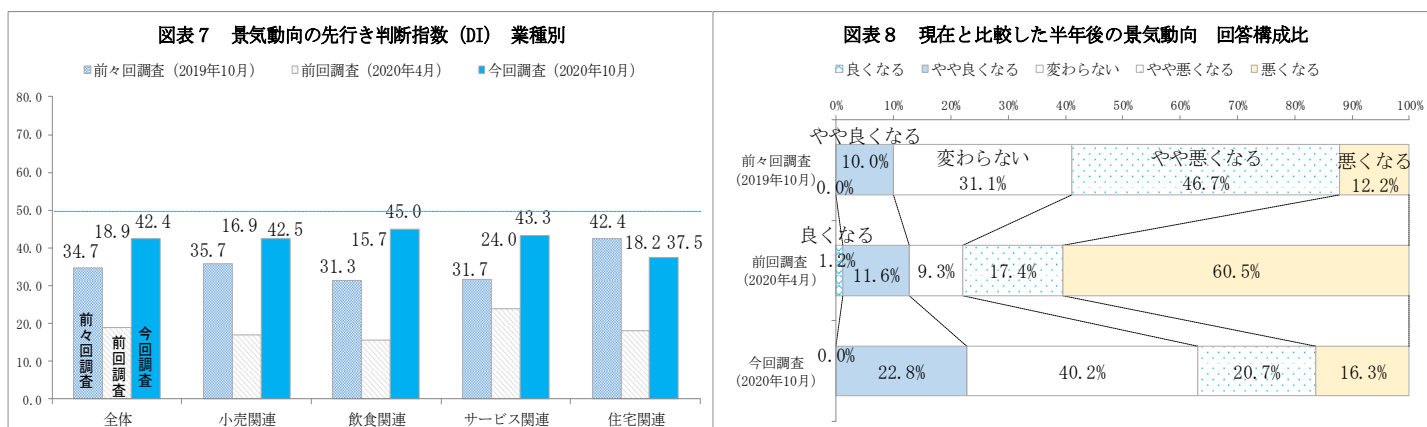
## (2) 景気動向の先行き判断（現在と比較した半年後）

**マイナス判断するウォッチャーの割合が減少し、判断指数が良化した。**

- ・景気動向の先行き判断指数は全体で 42.4（前回調査比+23.5 ㊦）と、判断指数が大きく良化したものの、横ばいを示す 50 を大きく下回り下降局面であると判断された（図表 7）。
- ・プラス判断したウォッチャーの割合が前回の約 1 割から今回約 2 割に増加、マイナス判断したウォッチャーの割合が前回の約 8 割から今回約 4 割に減少したことで、判断指数が大きく良化した（図表 8）。

### ◇業種別

- ・最も高い飲食関連が 45.0（同+29.3 ㊦）となるなど、いずれの業種も前回調査に比べ大幅に上昇し、小売、飲食、サービスの 3 業種の指数については 40 台となった（図表 7）。



## 3. 地域別の消費・景気動向

**消費・景気動向の現状・先行きとも、すべての地域の判断指数が前回比上昇した。**

### ◇消費動向の現状判断

いわき 46.4（前回調査比+28.6 ㊦）、県北 45.2（同+26.7 ㊦）など、すべての地域において大きく上昇した（図表 9）。

### ◇消費動向の先行き判断

すべての地域で大きく上昇しており、特にいわき 55.4（同+32.2 ㊦）、相双 50.1（同+42.9 ㊦）は 50 を超えて上昇局面にあると判断された（図表 9）。

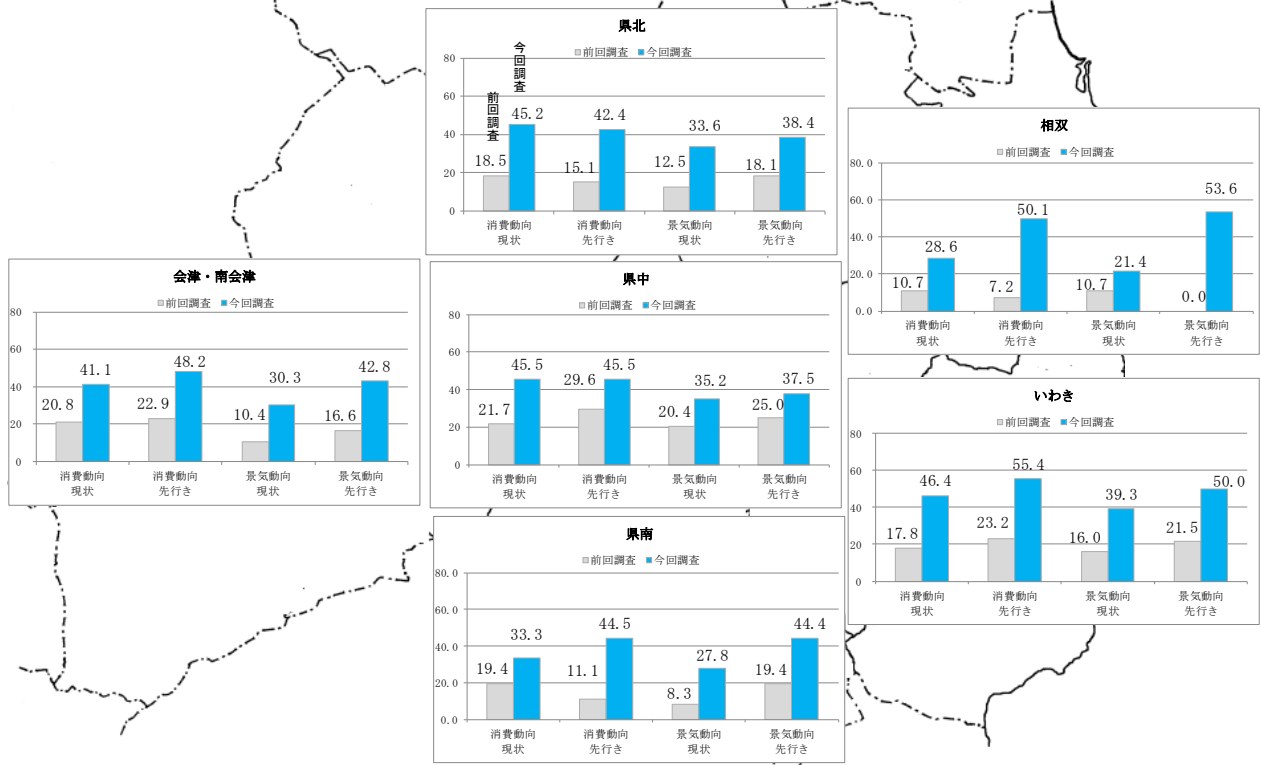
### ◇景気動向の現状判断

すべての地域が大きく上昇しているものの、最も高いいわきでも 39.3（同+23.3 ㊦）にとどまっており、依然として判断指数の水準は低い（図表 9）。

### ◇景気動向の先行き判断

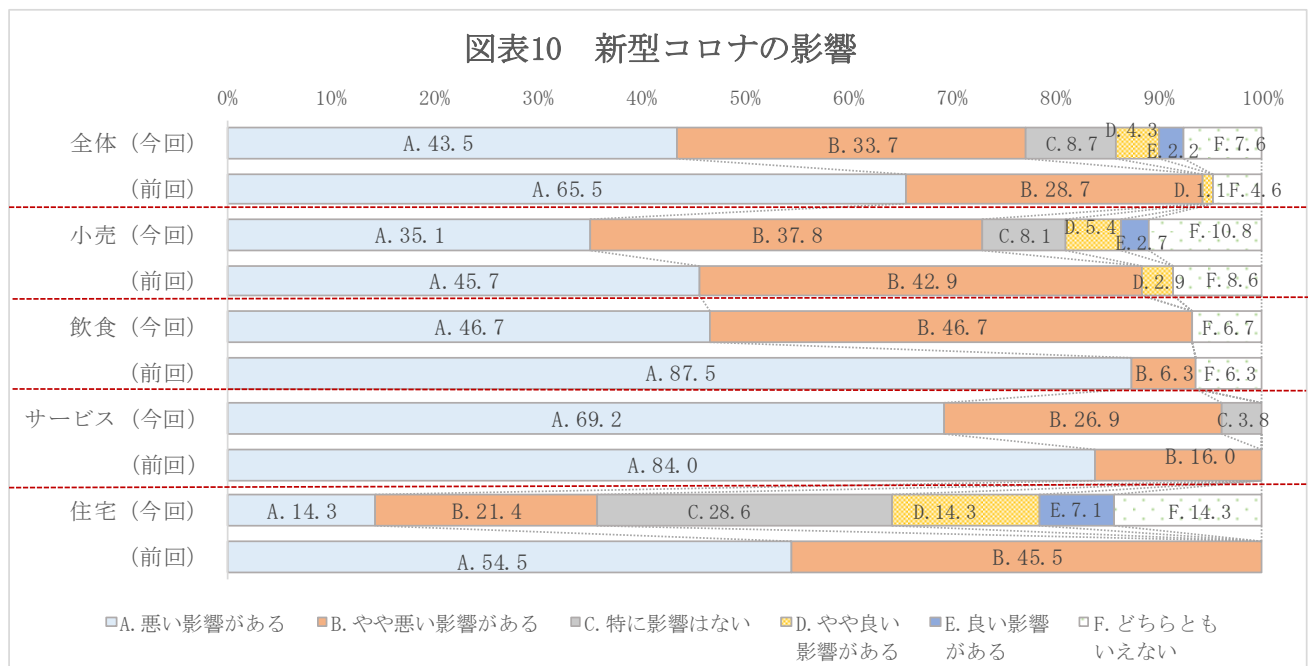
最も判断指数が高い相双では 53.6（同+53.6 ㊦）と上昇局面であると判断されるなど、すべての地域の判断指数が上昇した。ただし、県中、県北の判断指数は 30 台にとどまるなど、地域別に大きな差がみられる（図表 9）。

図表9 地域別の消費動向・景気動向判断指数 (DI)



#### 4. 新型コロナウイルス感染拡大による影響（自社の業況への影響）

◇ 全体では「悪い影響がある」または「やや悪い影響がある」とマイナス回答したウォッチャーが合わせて77.2%（前回調査比△17.0%）と、前回調査よりも減少したものの、約8割と大勢を占めた（図表10）。



## 5. まとめ

- ◇ 内閣府の景気ウォッチャー調査（2020年10月調査、毎月実施）における家計動向関連調査では、景気の現状判断DIが55.1（前月比+4.8㊦）、景気の先行き判断DIは49.1（同+0.6㊦）となっている。調査時期が内閣府と当研究所で異なっているものの、当研究所調査では現状判断DIが42.4（前回調査比+23.4㊦）、先行き判断DIが46.8（同+0.6㊦）と、本県における消費動向の判断指数は全国同様に4月時点の低い水準を脱している。
- ◇ 当アンケートは現在（10月）と半年前（4月）との比較である。前回調査は、休業要請などから旅館・ホテルや飲食店が休業となり、その影響が他の業種にも及んでいた時期であったことで、過去最も低い判断指数となった。今回調査は、「（消費動向が）良くなった」または「やや良くなった」とプラス判断するウォッチャーが増加し、判断指数が大きく上昇することとなった。ただし、マイナス判断するウォッチャーは約5割に上っており、厳しい状況を示していることに変わりはなく、悪い水準の中で変化方向が良くなったということになる。
- ◇ 消費喚起策として、GoToキャンペーンが行われ、当アンケートでも旅館・ホテル業において、消費動向の現状判断指数が大幅に良化するなど、その効果は現れているものとみられる。また、その他福島市のエールクーポンなど市町村独自の支援策も行われている。キャンペーン実施等の行政による支援は無期限ではないことから、コロナ禍での新しい生活様式を守ったうえで、消費者側からも消費活動を盛り上げていく必要があるのではないかとと思われる。

※DI（Diffusion Index）…本調査では、現在と比較した半年前または半年後の方向性を点数化し、50を上回れば上昇局面、50を下回れば下降局面と判断している（P5の5番の判断指数の算出方法を参照）。

以上

○調査要領

1. 調査対象者

県内の景気の動きを実態面から敏感に観察できる立場の方132名

2. 回収状況

有効回答数 96 名 回答者の業種・地域内訳は6・7のとおり  
回収率 72.7 %

3. 調査時期

2020年10月  
(年2回、4月と10月に実施)

4. 調査内容

- (1) 半年前と比較した現在の消費動向
- (2) (1)の判断理由
- (3) 現在と比較した半年後の消費動向
- (4) (3)の判断理由
- (5) 半年前と比較した現在の景気動向
- (6) 現在と比較した半年後の景気動向
- (7) 新型コロナウイルスの影響

※(1)(3)(5)(6)は5段階評価による回答とする。

※本稿では、消費動向は日々の仕事を通じて接する顧客の様子から把握できる購買状況、景気動向は回答者の身の回りの経済情勢のことを指す。

5. 判断指数(DI値)の算出方法

5段階の回答区分に、それぞれ下図のとおり点数を与え、それらに各回答区分の構成比(%)を乗じてDI値(Diffusion Index)を算出する。

DI値は50を判断の目安としており、50を上回っていれば上昇局面、50を下回っていれば下降局面と判断する。

回答区分	良くなった 良くなる	やや良くなった やや良くなる	変わらない	やや悪くなった やや悪くなる	悪くなった 悪くなる
点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

6. 調査回答者の所属分野・業種

分 野	調査対象者の代表的な業種
小売関連 (38名)	一般小売店 スーパーマーケット コンビニエンスストア など
飲食関連 (17名)	料理店 酒場 など
サービス関連 (27名)	旅館・ホテル タクシー 娯楽 理美容 など
住宅関連(14名)	住宅・不動産販売

7. 対象地域の区分

地 域 (調査回答者数)	市 郡 名
県北(26名)	福島市、二本松市、伊達市、本宮市、伊達郡、安達郡
県中(24名)	郡山市、須賀川市、田村市、岩瀬郡、石川郡、田村郡
県南(9名)	白河市、西白河郡、東白川郡
会津・南会津(15名)	会津若松市、喜多方市、耶麻郡、河沼郡、大沼郡、南会津郡
相双(7名)	南相馬市、相馬市、双葉郡、相馬郡
いわき(15名)	いわき市

本件に関する質問・お問い合わせ先  
担当：高橋  
TEL 024-523-3171 (9:00~17:00)