

景気ウォッチャー調査について

平成26年3月24日

内閣府

政策統括官（経済財政分析担当）

景気ウォッチャー調査の概要

○調査の目的・範囲

地域の景気動向を迅速かつ的確に把握するため、タクシー運転手や百貨店・スーパーの店員、中小企業の経営者・従業員など景気に敏感な職場で働く人々(景気ウォッチャー)が肌で感じた景気判断について調べる「景気ウォッチャー調査」を毎月実施し、公表(全国11地域、合計2,050人)。

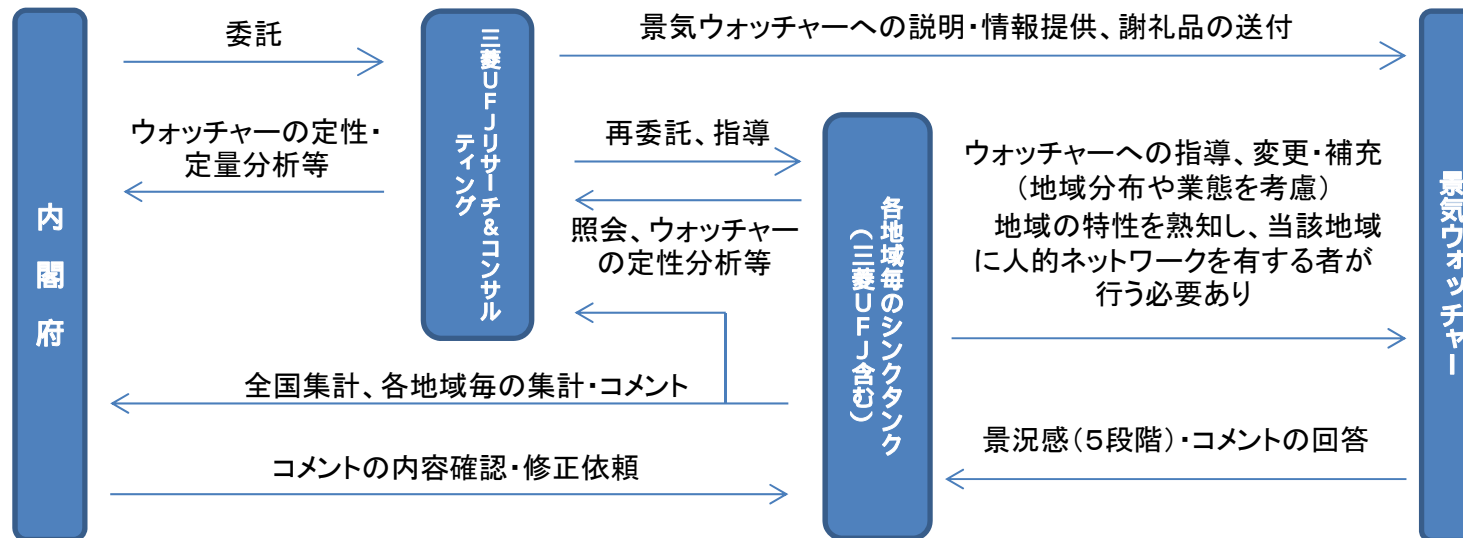
○主な調査事項

「景気の現状に対する判断及びその理由(コメント)」と「景気の先行きに対する判断及びその理由(コメント)」

○調査期日及び期間

調査期間は毎月25日から月末。公表は翌月の第6営業日。

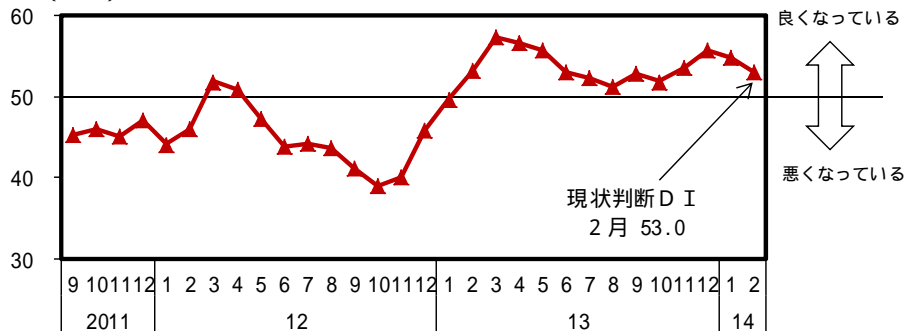
○調査の流れ(主な作業)



景気ウォッチャー調査(平成26年2月)

景気の現状判断：高水準ながら2か月連続で低下

(DI)



<現状判断コメント> (◎:良、○:やや良、□:不変、▲:やや悪、×:悪)

[家計関連]プラス要因：駆け込み需要等もあって、家電を中心に売上が増加

- ◎ 消費税増税前の駆け込み需要が徐々に増えている。特に冷蔵庫、洗濯乾燥機等の買換え促進が顕著に表れている(北海道=家電量販店)。
- 消費税増税を意識して、缶ビールやカップ麺など、ケース単位の販売商品も動いている(中国=スーパー)。

[家計関連]マイナス要因：自動車販売の増勢が鈍化したことや、大雪の影響で客足が鈍化

- ▲ ハイブリッド車を希望しても消費税増税前までの登録は不可能であったり、ガソリン車でも納期が間に合わない車種が出てくるなど消費税増税前の駆け込み需要は減っている(東海=乗用車販売店)。

[企業関連]プラス要因：生産や受注の増加

- 消費税増税前の駆け込みで、特に白物家電や新生活、生活インテリア雑貨等の物量が増大し、例年比2割増となった。また、大雪により雪かき、長靴などの需要が増え、メーカー直送便も大幅に増えた。しかしながら雪による路線運行停止などで荷が滞り、厳しい面もあった(北関東=輸送業)。

[企業関連]マイナス要因：一部の企業で受注や生産の増加に一服感

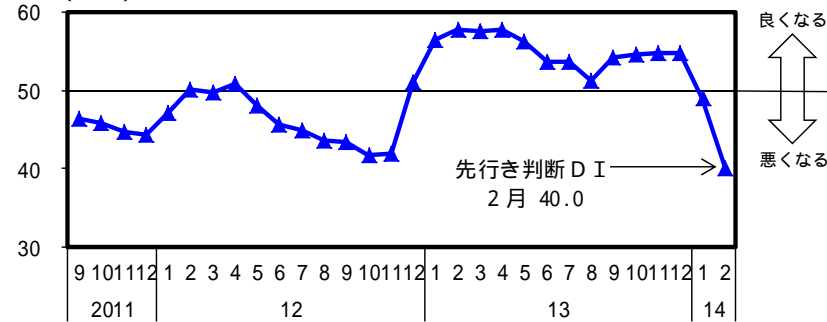
- ▲ 12月から毎月、受注量・販売量とも前年比で10%ほど落ちている。消費税増税前の駆け込みでの素材手配が一服していることと、メーカー主導で材料単価の引上げが終了したためと思われる(東海=鉄鋼業)。

[雇用関連]マイナス要因：一部で求人増勢に一服感

- 求人数は前年比では増加したものの、前月比では若干減少している。自動車販売では、納車時期の関係から消費税増税前の駆け込みに終息の気配もある(北関東=職業安定所)。

景気の先行き判断：3か月連続で低下

(DI)



<先行き判断コメント> (◎:良、○:やや良、□:不変、▲:やや悪、×:悪)

[家計関連]プラス要因：景気回復が持続することへの期待感

- 消費税増税による予約状況への影響はほとんどないとみている。景気回復により、来場者も若干上向くとみている(四国=ゴルフ場)。

[家計関連]マイナス要因：消費税率引上げ後の需要の反動減やマインド低下への懸念

- ▲ 消費税増税後の4月から数か月は、どうしても売上の反動減は避けられない。ただし、どのぐらいの下げ幅になるかは、政府の経済対策の効果や当社の増税後の対策によって変わるので、予想がつかない(近畿=百貨店)。
- × 消費税増税後の反動減が発生する。ただし、落ち込みを最小限にできるように海外からの旅行者対応、新サービス等でカバーしていく(南関東=家電量販店)。

[企業関連]プラス要因：景気回復が持続することへの期待感

- 円安により大手輸出企業は良くなっているようなので、徐々に全体的にも良い方向に向かうことを期待したい。(東北=繊維工業)。

[企業関連]マイナス要因：消費税率引上げ後の需要の反動減やマインド低下への懸念

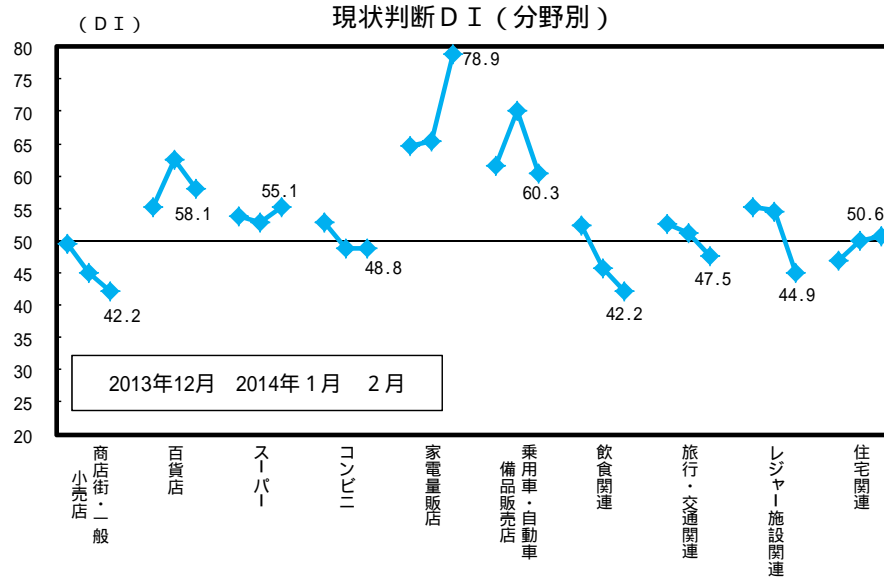
- ▲ 自動車輸出については、円相場が102円くらいで安定しており米国景気も堅調のため問題は少ないが、国内需要が消費税増税の影響で落ち込むため、トータルでは悪くなる(東海=輸送用機械器具製造業)。

[雇用関連]マイナス要因：消費税率引上げ後の需要の反動減やマインド低下への懸念

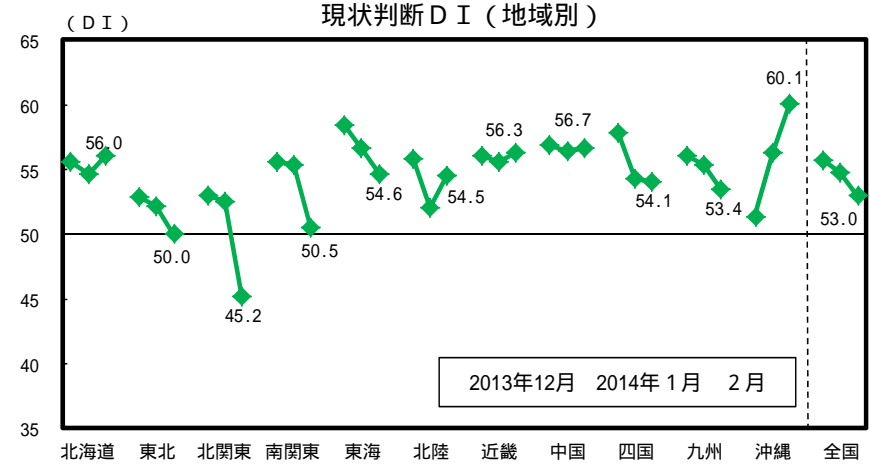
- 消費税増税前の一時的な需要で売上は向上しているようであるが、増税後の需要先食いと懸念から設備投資や人員増を検討している企業は少ない(四国=人材派遣会社)。

景気ウォッチャー調査(平成26年2月)

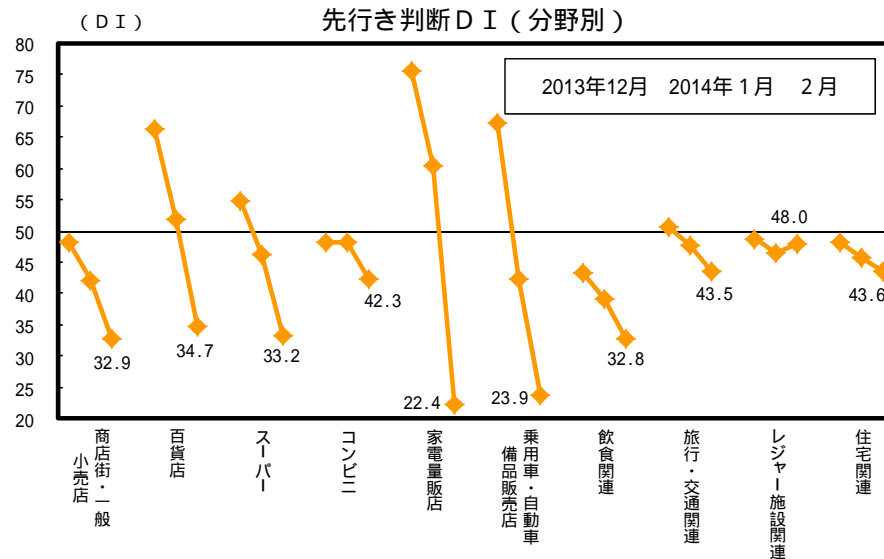
現状判断は家電、スーパー等で上昇



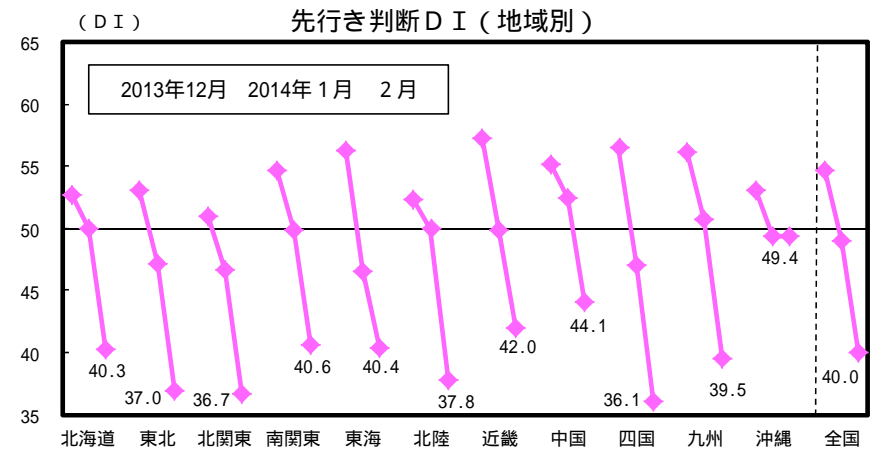
現状判断は北関東、南関東で大幅に低下



先行き判断は家電、乗用車、百貨店等で大幅に低下



先行き判断は沖縄以外で大幅に低下



景気ウォッチャーの注目度

○新聞やテレビ等の様々なメディアにて調査結果は報道されており、注目度は高い。特に、先行き判断DIは消費税率引き上げ後の駆け込み需要の反動減を分析する観点から注目が集まっている。

○メディアでの報道件数は以下のとおり。

・平成26年1月調査(2月10日公表)	
新聞(全国紙、地方紙、専門紙等)	46
その他	16
合計	62

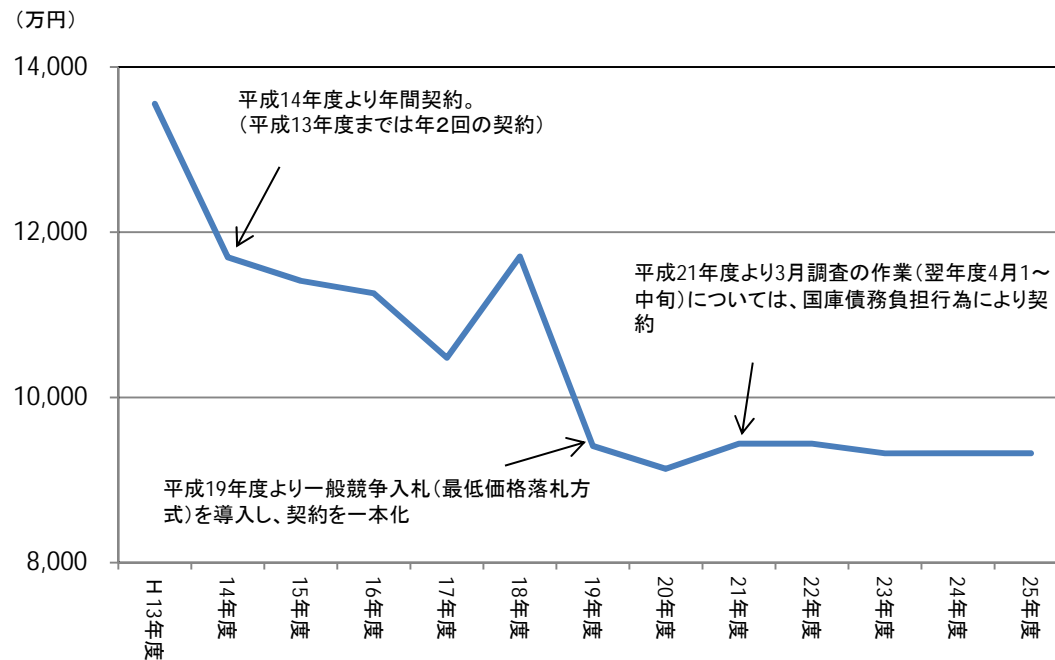
・平成26年2月調査(3月10日公表)	
新聞(全国紙、地方紙、専門紙等)	31
その他	15
合計	46

(日経テレコンにて「街角景気」を検索した結果)

これまでの改善の取組み

○これまでも入札方法や仕様書の改善等の取組みを実施し、経費を削減。

- ①平成13年度には契約金額が約1億3,500万円(10か所と随意契約)であったが、平成19年度に一般競争入札(最低価格落札方式)の導入と契約の一本化を行ったことにより、現在では、約9,300万円までに引き下げられている。



- ②景気ウォッチャーNews(ウォッチャーへの情報提供誌)の回数を年4回から2回にし、発送料等を削減(25年度)。

一社入札の改善への取組み

○一社入札についても、これまで改善に取り組んできたところ

- ①新規参入を促すために、入札参加が期待される者への個別に参加を呼びかけ(24年度)。
 - 来年度契約についても、これまで経済財政分析担当の請負業務の実績がある事業者等に入札説明会への参加を呼び掛けたところ(本年2月の入札説明会には2社が参加)。
- ②業務責任者の資格・実務経験については、「過去5年以内に同様の調査・分析を実施した経験を有するもの」から、「過去7年以内」に緩和(25年度)。

○ただし、以下のことから、一社入札の状況が継続

- 数値だけでは捉えきれない景気実感の把握のため、コメント収集・分析の重要性が高まる中、速報性の向上も求められたことから、平成19年度より、公表日を第9営業日から第6営業日に短縮するなど業務強度が上昇。
 - 現在、「全国津々浦々に景気回復を届ける」との政策目標の進捗確認のためや、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要とその反動減の状況把握のために、景気動向を的確かつ迅速に捉える必要性が一段と高まっているところ。
- このような業務を一般競争入札(最低落札価格方式)にて行っているために、現在の受注業者でも採算が厳しくなっており、応札可能な業者も利益にならない可能性があるため応札しない状況。
 - 市場価格調査についても、見積もり作成のコスト及び事業の採算性の観点から、複数社に依頼を断られている。
- なお、現在の落札価格程度での複数年契約については、賃金や物価上昇が見込まれる中、中長期的に収益を圧迫して入札者がいなくなる可能性があり、調査が継続できなくなることを懸念。

さらなる改善の方向性

- シンクタンクに個別に訪問し、作業内容を説明して入札を促す(本年夏から秋にかけて)。
- 作業を実施している地域のシンクタンク等の意見を伺う機会を設け、作業の改善方法について検討。
- ウォッチャーNewsの回数のさらなる削減(年2回→年1回)。