

街角からみた景気判断、景気ウォッチャー調査について

- 既存統計との比較による景気動向との関連性 -

主任研究員 桜井 昭

はじめに

1. 景気ウォッチャー調査の特徴
2. 既存統計との比較

おわりに

はじめに

景気状況が厳しいなか、特に近年のように経済構造変化が激しい時期においては、政府による適切な経済運営、あるいは企業の経営活動・計画にあたり、景気動向の早期かつ的確な把握が極めて重要となっている。しかし、一方、わが国におけるこれまでの各種経済統計は、必ずしも景気の実態を十分に反映しておらず、景気動向把握の観点から十分ではないとの指摘がされている。また、内閣府でも、景気動向の早期把握等に関して議論がなされてきたところである。

こうしたなか、内閣府（当時は経済企画庁）は、平成12年1月から「景気ウォッチャー調査」を開始した。この調査は、元々は、平成11年5月の経済企画庁の堺屋長官の下に開催された「動向把握早期化委員会」の報告「景気動向の早期把握等に関する今後の課題」で提案されたものであり、その主目的は、迅速にかつ国民一般に近い立場にいる人々の実感を反映した景気動向把握を行い、既存統計による景気動向把握を補完することにある。

景気ウォッチャー調査は、例えば、百貨店の売場主任、ホテルスタッフ、タクシー運転手など、経済活動の現場で働く人々を「景気ウォッチャー」として委嘱し、これらの人々から、毎月、それぞれの仕事や仕事を通じて接するお客さんの様子に基づく景気判断を報告してもらう調査である。いってみると、普通の人々（一般の国民）の景気に対する感覚を集約したものであるという意味で、これまでの経済統計とは一味違っている。街角からみた景気判断といわれる所以である。

景気動向に関する経済指標といわれるものは数多くあるが、調査目的や方法などの違いにより、それぞれの指標の動きにクセがでてくる。指標を利用する側からいえば、その特性を踏まえて景気判断に活用することが不可欠といえる。この景気ウォッチャー調査が始まってからようやく1年ほどになるが、本稿においては、既存の景気動向に関する統計資料と比較することにより、景気ウォッチャー調査による景気判断のポイントを考えてみたい。

1. 景気ウォッチャー調査の特徴

まず、景気ウォッチャー調査の特徴と考えられる点をいくつかまとめてみた。なお、景気ウォッチャー調査の概要については表1を参照していただきたい。

速報性が高い調査

景気ウォッチャー調査は、各月の25日から月末まで実施されるが（毎月の同じ時期に実施）その結果は翌月の15日前後には公表される。これは、調査者の評価を専用電話により直接収集し、DIの算出をはじめ短時間で調査結果を集計できる体制をとっているためである。調査から公表までわずか2週間程度ということで、総合的な景気動向調査としては、調査から公表までの時間が最も短く、速報性の高い調査となっている。このような短期間で結果の公表される調査は、個別的な調査においても自動車販売統計など極めて限られている。

現場の人々の個人の判断を重視した調査

景気ウォッチャー調査のウォッチャーは、会社や団体の経営者や代表ではなく、お客さんの様子がわかるなど、景気を反映する現象を観察できる現場の人々である。それらの人々に、ウォッチャーが属する会社の状況ではなく、仕事の現場から知られる地域の景気状況を尋ねている。このことは、会社の業況判断を問う「ビジネスサーベイ」とは大きな違いである。

なお、ウォッチャーの人選であるが、景気に関連する業種の中から、景気に関連する現象を観察できる立場にあり、かつ、それを地域の景気動向との関連で解説できる能力のある等の基準で、各地域のシンクタンクが人選した方を景気ウォッチャーとして内閣府から委託している。

方向性判断と水準判断で景気を評価

景気の現状については、質問1の水準判断と質問2の方向性判断の2通りの聞き方をしており、そのうち、集計値の利用としては質問2を採用し、質問1は参考として位置づける方法をとっている。これは、景気が良いか悪いかを聞くのと、前年同月や前月という特定の時点と比べて良くなっているか悪くなっているかと聞くのとでは大きな違いがあるため、景気ウォッチャー調査ではこの両者を聞き分けている。

（参考）景気ウォッチャー調査の質問

- | |
|--|
| 質問1：景気の現状判断（水準判断）（今月の景気は良いか、悪いか） |
| 質問2：景気の現状判断（方向性判断）（今月の景気は3か月前と比べて良くなっているか、悪くなっているか） |
| 質問3：質問2の回答の判断理由 |
| 質問4：景気の先行き判断（方向性判断）（2～3か月後の景気は今月と比べて良くなっているか、悪くなっているか） |
| 質問5：質問4の回答の判断理由 |

ここで、質問2では3か月前との比較で聞いているのに対し、質問1は判断基準の選択を含めてウォッチャー各自のあるがままの判断を聞いている。また、景気ウォッチャー調査では、景気判断をする設問と同時に、その理由を尋ねている（質問3、質問5）。そのため、景気の変化だけでなく、その背景を具体的に分析することが可能である。

家計を重視したウォッチャーの構成

景気ウォッチャー調査は、家計動向関連、企業動向関連、雇用関連の3つの分野で構成され、調査者数はおおむね7：2：1の割合である。それぞれの分野ごとに特徴的な動向を把握することができる。全体結果としては、家計消費関連のウェイトが高いため、家計消費の動向を強く反映したものになる。

また、企業関連は各地域の地場産業を中心としており、一般の企業調査との比較では中小企業調査に近いと考えられる。雇用関連は求人動向をみるものであるが、これは地域の景気実感に敏感に反映するものと考えられる。

地域ごとの景気動向把握が可能

景気ウォッチャー調査では、全国値と同時に、地域ブロック別の数値も公表している。地域ごとにウォッチャーの分野別構成がほぼ同じであるので、景気動向の地域比較が可能である。ただし、これまでの1年においては、調査手法を確立するために試験的に一部の地域で立ち上げる方式をとっている点に留意しておく必要がある。

平成12年1～9月までは、北海道、東北、関東、東海、近畿、九州の6地域（各地域100人ずつの計600人の体制、ただし1月は関東を除いた5地域）。10月以降は、北陸、中国、四国、沖縄を加えて調査地域を全国に広げ、ウォッチャーの人数が1,500人に拡大された。

表1 景気ウォッチャー調査の概要

(1)調査目的

地域の景気に関連の深い動きを観察できる立場にある人々の協力を得て、地域ごとの景気の的確かつ迅速な把握に資するとともに、政府としての景気に関する判断材料の裾野の拡大を図るための基礎資料を得ることを目的とする。

(2)調査の範囲

対象地域

北海道、東北、北関東、南関東、東海、北陸、近畿、中国、四国、九州、沖縄の11地域が対象、各地域に含まれる都道府県は以下のとおりである。（なお、平成12年1月調査の対象地域は、北海道、東北、東海、近畿、九州の5地域、平成12年2月調査から9月調査までの対象地域は、これら5地域に関東を加えた6地域である。）

地 域	都道府県
北海道	北海道
東 北	青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島、新潟
関 東	北関東 茨城、栃木、群馬、山梨、長野
	南関東 埼玉、千葉、東京、神奈川
東 海	岐阜、静岡、愛知、三重
北 陸	富山、石川、福井
近 畿	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山
中 国	鳥取、島根、岡山、広島、山口
四 国	徳島、香川、愛媛、高知
九 州	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島
沖 縄	沖縄
全 国	平成 13 年 2 ~ 9 月までは、北海道、東北、関東、東海、近畿、九州の 6 地域の計（1 月は関東を除いた 5 地域の計）、 10 月以降は、上記の北海道～沖縄の計。

調査客体

平成 12 年 9 月までは、家計消費、企業活動、雇用動向等、代表的な経済活動項目の動向を敏感に反映する現象を観察できる業種の適当な職種の中から選定した 1 地域当たり 100 人、合計 600 人（平成 12 年 1 月は 500 人）である。平成 12 年 10 月以降は 1,500 人を調査客体としており、その地域別構成は以下のとおりである。（調査客体の地域別、分野別の構成については表 2 を参照のこと）

地 域	対象数	地 域	対象数	地 域	対象数
北海道	125 人	東 海	200 人	四 国	100 人
東 北	200 人	北 陸	100 人	九 州	200 人
北関東	80 人	近 畿	200 人	沖 縄	25 人
南関東	170 人	中 国	100 人	全 国	1,500 人

(3) 調査事項

景気の現状に対する判断（方向性）

の理由

景気の見通しに対する判断（方向性）

の理由

景気の現状に対する判断（水準）

(4) 調査の期日及び期間

調査期間は毎月、当月時点であり、調査期間は毎月 25 日から翌月 1 日である。

(5) D I の算出方法

景気の現状、または、景気の先行きに対する 5 段階評価に、それぞれ以下のように点数を与え、この点数で回答結果の構成比（%）を加重平均して D I を算出する。

評価	良く なっている (良い)	やや良く なっている (やや良い)	変わらない (どちらとも いえない)	やや悪く なっている (やや悪い)	悪く なっている (悪い)
点数	+ 1	+ 0 . 7 5	+ 0 . 5	+ 0 . 2 5	0

表2 景気ウォッチャー(調査客体)の地域別・分野別構成

	北海道		東北		関東		北関東		南関東		東海		北陸		近畿		中国		四国		九州		沖縄		全国合計	
	125	100.0%	200	100.0%	250	100.0%	80	100.0%	170	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	200	100.0%	25	100.0%	1500	100.0%
合計	87	69.6%	139	69.5%	175	70.0%	57	71.3%	118	69.4%	140	70.0%	69	69.0%	136	68.0%	70	70.0%	70	70.0%	140	70.0%	17	68.0%	1043	69.5%
家計動向関連	47	37.6%	86	43.0%	100	40.0%	30	37.5%	70	41.2%	82	41.0%	41	41.0%	78	39.0%	43	43.0%	44	44.0%	87	43.5%	11	44.0%	619	41.3%
小売関連	7	5.6%	15	7.5%	22	8.8%	5	6.3%	17	10.0%	17	8.5%	8	8.0%	18	9.0%	9	9.0%	9	9.0%	18	9.0%	2	8.0%	125	8.3%
商店街・一般小売店	6	4.8%	5	2.5%	9	3.6%	3	3.8%	6	3.5%	7	3.5%	4	4.0%	4	4.0%	5	5.0%	4	4.0%	12	6.0%	2	8.0%	62	4.1%
商店街代表者	1	0.8%	10	5.0%	13	5.2%	2	2.5%	11	6.5%	10	5.0%	4	4.0%	10	5.0%	4	4.0%	5	5.0%	6	3.0%	0	0.0%	63	4.2%
一般小売店経営者・店員	6	4.8%	12	6.0%	16	6.4%	3	3.8%	13	7.6%	11	5.5%	5	5.0%	15	7.5%	7	7.0%	6	6.0%	15	7.5%	1	4.0%	94	6.3%
百貨店	6	4.8%	12	6.0%	16	6.4%	3	3.8%	13	7.6%	11	5.5%	5	5.0%	15	7.5%	7	7.0%	6	6.0%	15	7.5%	1	4.0%	94	6.3%
百貨店売場主任・担当者	7	5.6%	15	7.5%	11	4.4%	3	3.8%	8	4.7%	13	6.5%	8	8.0%	13	6.5%	8	8.0%	9	9.0%	14	7.0%	2	8.0%	100	6.7%
スーパー	6	4.8%	9	4.5%	13	5.2%	5	6.3%	8	4.7%	8	4.0%	4	4.0%	5	2.5%	3	3.0%	4	4.0%	9	4.5%	2	8.0%	63	4.2%
スーパー店長・店員	6	4.8%	9	4.5%	13	5.2%	5	6.3%	8	4.7%	8	4.0%	4	4.0%	5	2.5%	3	3.0%	4	4.0%	9	4.5%	2	8.0%	63	4.2%
コンビニエンスストア	4	3.2%	8	4.0%	11	4.4%	5	6.3%	6	3.5%	6	3.0%	3	3.0%	4	4.0%	4	4.0%	5	5.0%	7	3.5%	1	4.0%	51	3.4%
衣料品専門店	4	3.2%	8	4.0%	11	4.4%	5	6.3%	6	3.5%	6	3.0%	3	3.0%	3	3.0%	3	3.0%	4	4.0%	5	5.0%	1	4.0%	51	3.4%
衣料品専門店経営者・店員	5	4.0%	5	2.5%	5	2.0%	1	1.3%	4	2.4%	4	2.0%	3	3.0%	4	2.0%	3	3.0%	3	3.0%	3	3.0%	1	4.0%	40	2.7%
家電量販店	5	4.0%	5	2.5%	5	2.0%	1	1.3%	4	2.4%	4	2.0%	3	3.0%	4	2.0%	3	3.0%	3	3.0%	3	3.0%	1	4.0%	40	2.7%
家電量販店経営者・店員	7	5.6%	12	6.0%	10	4.0%	5	6.3%	5	2.9%	13	6.5%	6	6.0%	8	4.0%	6	6.0%	6	6.0%	9	4.5%	1	4.0%	77	5.1%
乗用車・自動車備品販売店	7	5.6%	12	6.0%	10	4.0%	5	6.3%	5	2.9%	13	6.5%	6	6.0%	8	4.0%	6	6.0%	6	6.0%	9	4.5%	1	4.0%	77	5.1%
乗用車・自動車備品販売店経営者・店員	5	4.0%	10	5.0%	12	4.8%	3	3.8%	9	5.3%	11	5.5%	4	4.0%	12	6.0%	3	3.0%	3	3.0%	8	4.0%	1	4.0%	69	4.6%
その他小売店	3	2.4%	5	2.5%	4	1.6%	2	2.5%	2	1.2%	3	1.5%	1	1.0%	2	1.0%	1	1.0%	1	1.0%	3	1.5%	0	0.0%	23	1.5%
住関連専門店経営者・店員	2	1.6%	5	2.5%	6	2.4%	1	1.3%	5	2.9%	6	3.0%	3	3.0%	3	3.0%	9	4.5%	2	2.0%	4	2.0%	1	4.0%	40	2.7%
その他小売店の動向を把握できる者	0	0.0%	0	0.0%	2	0.8%	0	0.0%	2	1.2%	2	1.0%	0	0.0%	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	0.4%
飲食関連	11	8.8%	12	6.0%	16	6.4%	6	7.5%	10	5.9%	12	6.0%	5	5.0%	12	6.0%	4	4.0%	4	4.0%	9	4.5%	1	4.0%	86	5.7%
高級レストラン経営者・スタッフ	4	3.2%	3	1.5%	2	0.8%	1	1.3%	1	0.6%	3	1.5%	1	1.0%	3	3.0%	2	2.0%	2	2.0%	2	2.0%	1	4.0%	23	1.5%
一般レストラン経営者・スタッフ	2	1.6%	5	2.5%	8	3.2%	2	2.5%	6	3.5%	4	2.0%	3	3.0%	6	3.0%	3	3.0%	2	2.0%	3	1.5%	0	0.0%	35	2.3%
スナック経営者	4	3.2%	3	1.5%	6	2.4%	3	3.8%	3	1.8%	5	2.5%	1	1.0%	1	1.0%	1	1.0%	1	1.0%	2	1.0%	0	0.0%	25	1.7%
その他飲食の動向を把握できる者	1	0.8%	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	0.2%
サービス関連	23	18.4%	33	16.5%	45	18.0%	16	20.0%	29	17.1%	34	17.0%	17	17.0%	38	19.0%	18	18.0%	17	17.0%	34	17.0%	4	16.0%	263	17.5%
旅行・交通関連	14	11.2%	16	8.0%	18	7.2%	6	7.5%	12	7.1%	15	7.5%	9	9.0%	17	8.5%	7	7.0%	6	6.0%	13	6.5%	3	12.0%	118	7.9%
観光型ホテル・旅館経営者・スタッフ	2	1.6%	6	3.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%	2	2.0%	2	2.0%	1	1.0%	2	1.0%	2	8.0%	22	1.5%
都市型ホテル・旅館経営者・スタッフ	0	0.0%	5	2.5%	6	2.4%	3	3.8%	3	1.8%	3	1.5%	2	2.0%	5	2.5%	1	1.0%	1	1.0%	3	1.5%	1	4.0%	27	1.8%
旅行代理店経営者・従業員	5	4.0%	2	1.0%	5	2.0%	2	2.5%	3	1.8%	7	3.5%	2	2.0%	4	2.0%	4	2.0%	1	1.0%	1	1.0%	3	1.5%	30	2.0%
タクシー運転手	7	5.6%	3	1.5%	7	2.8%	1	1.3%	6	3.5%	4	2.0%	3	3.0%	4	2.0%	3	3.0%	3	3.0%	5	2.5%	0	0.0%	39	2.6%
通信会社	1	0.8%	6	3.0%	5	2.0%	2	2.5%	3	1.8%	4	2.0%	2	2.0%	1	0.5%	5	5.0%	5	5.0%	6	3.0%	0	0.0%	35	2.3%
通信会社社員	1	0.8%	6	3.0%	5	2.0%	2	2.5%	3	1.8%	4	2.0%	2	2.0%	1	0.5%	5	5.0%	5	5.0%	6	3.0%	0	0.0%	35	2.3%
レジャー施設関連	3	2.4%	9	4.5%	11	4.4%	5	6.3%	6	3.5%	10	5.0%	4	4.0%	13	6.5%	4	4.0%	4	4.0%	11	5.5%	1	4.0%	70	4.7%
観光名所・遊園地・テーマパーク職員	2	1.6%	5	2.5%	1	0.4%	0	0.0%	1	0.6%	6	3.0%	2	2.0%	4	2.0%	1	1.0%	2	2.0%	2	1.0%	1	4.0%	26	1.7%
ゴルフ場経営者・従業員	0	0.0%	1	0.5%	4	1.6%	3	3.8%	1	0.6%	2	1.0%	0	0.0%	2	1.0%	1	1.0%	1	1.0%	3	1.5%	0	0.0%	14	0.9%
パチンコ店経営者・従業員	1	0.8%	0	0.0%	1	0.4%	0	0.0%	1	0.6%	2	1.0%	1	1.0%	0	0.0%	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	11	0.7%
競輪・競馬・競艇場職員	0	0.0%	3	1.5%	3	1.2%	2	2.5%	1	0.6%	0	0.0%	1	1.0%	3	1.5%	1	1.0%	1	1.0%	2	1.0%	0	0.0%	14	0.9%
その他レジャー施設職員	5	4.0%	0	0.0%	2	0.8%	0	0.0%	2	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	3	1.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	0.3%
その他サービス	5	4.0%	2	1.0%	11	4.4%	3	3.8%	8	4.7%	5	2.5%	2	2.0%	2	2.0%	2	2.0%	2	2.0%	4	2.0%	0	0.0%	40	2.7%
美容室経営者・従業員	5	4.0%	2	1.0%	4	1.6%	2	2.5%	2	1.2%	4	2.0%	2	2.0%	5	2.5%	2	2.0%	2	2.0%	4	2.0%	0	0.0%	30	2.0%
その他サービスの動向を把握できる者	0	0.0%	0	0.0%	7	2.8%	1	1.3%	6	3.5%	3	1.5%	0	0.0%	2	1.0%	1	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	10	0.7%
住宅関連	6	4.8%	8	4.0%	14	5.6%	5	6.3%	9	5.3%	12	6.0%	6	6.0%	8	4.0%	5	5.0%	5	5.0%	10	5.0%	1	4.0%	75	5.0%
設計事務所長・職員	2	1.6%	2	1.0%	7	2.8%	3	3.8%	4	2.4%	5	2.5%	1	1.0%	1	1.0%	1	1.0%	2	2.0%	4	2.0%	0	0.0%	26	1.7%
住宅販売会社経営者・従業員	4	3.2%	6	3.0%	7	2.8%	2	2.5%	5	2.9%	6	3.0%	5	5.0%	2	1.0%	3	3.0%	2	2.0%	6	3.0%	1	4.0%	45	3.0%
その他住宅投資の動向を把握できる者	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%	0	0.0%	2	1.0%	0	0.0%	1	1.0%	0	0.0%	4	0.3%
その他家計の動向を把握できる者	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
企業動向関連	25	20.0%	41	20.5%	51	20.4%	16	20.0%	35	20.6%	40	20.0%	21	21.0%	46	23.0%	20	20.0%	20	20.0%	40	20.0%	4	16.0%	308	20.5%

(単位:人/%)

2. 既存統計との比較

次に、景気ウォッチャー調査（以下「本調査」と略記）の結果を、いくつかの代表的な既存統計と比較し、各統計調査との結果の整合性や乖離理由などを検討する。なお、本調査のD Iは、家計動向関連、企業動向関連、雇用関連の3つの分野で構成されていることから、合計だけでなく、分野ごとにもみていく。

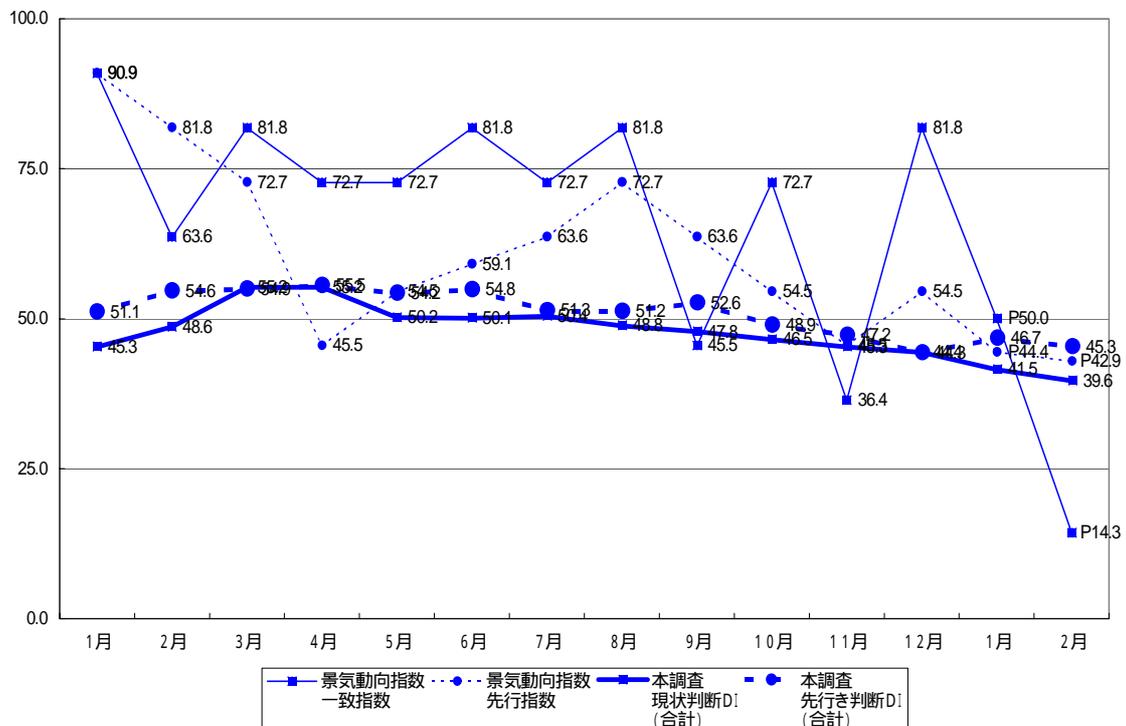
(1) 景気動向関連

景気との一致性をみるために、本調査の現状判断D I（合計）と先行き判断D I（合計）について、景気動向指数のD I（一致指数、先行指数）と比較した（図1）。指標をみるにあたり、景気がいいか悪いかは50%ラインが目安とされ、50を上回れば景気はよい方向、50を下回れば景気は悪い方向と判断できる。

景気動向指数のD I（一致指数）と本調査の現状判断D I（合計）を比較すると、景気動向指数が50を上回るにもかかわらず、本調査は50を下回る月がいくつかみられており、両者でやや異なる動きを示している（図1にある符号表を参照）。これは景気動向指数の一致指数が主に生産関連の指標で構成されるのに対し、本調査は家計動向関連を中心とした構成となっているという違いがあるためと考えられる。

景気動向指数のD I（先行指数）と本調査の先行き判断D I（合計）を比較すると、現状判断と同様、やや異なる動きがみられた。これは景気動向指数（D I）の先行指数の構成指標と本調査の構成が異なるためと考えられる。

図1 景気動向指数と本調査の比較



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
景気動向指数・一致指数	+	+	+	+	+	+	+
本調査・現状判断D I	-	-	+	+	+	+	+

8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
+	-	+	-	+	0	-
-	-	-	-	-	-	-

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
景気動向指数・先行指数	+	+	+	-	+	+	+
本調査・先行き判断D I	+	+	+	+	+	+	+

8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
+	+	+	-	+	-	-
+	+	-	-	-	-	-

注：表は変化方向をあらわす符号表（以下の図表も同様）。指数値が 50 を上回っていれば「+」、50 であれば「0」、50 を下回っていれば「-」とした。

資料：内閣府

このように、指標構成の違いにより両方でやや異なる動きとなっているが、現状判断における8月以降の景気の停滞、あるいは先行き判断における10月以降の景気低迷予測という景気の大きな流れについては、両方で一致している。

（2）家計動向関連

家計動向関連では、家計調査（総務省）における家計消費支出（名目金額指数・季節調整値）、消費動向調査（内閣府）における消費者態度指数（季節調整値）と比較した。

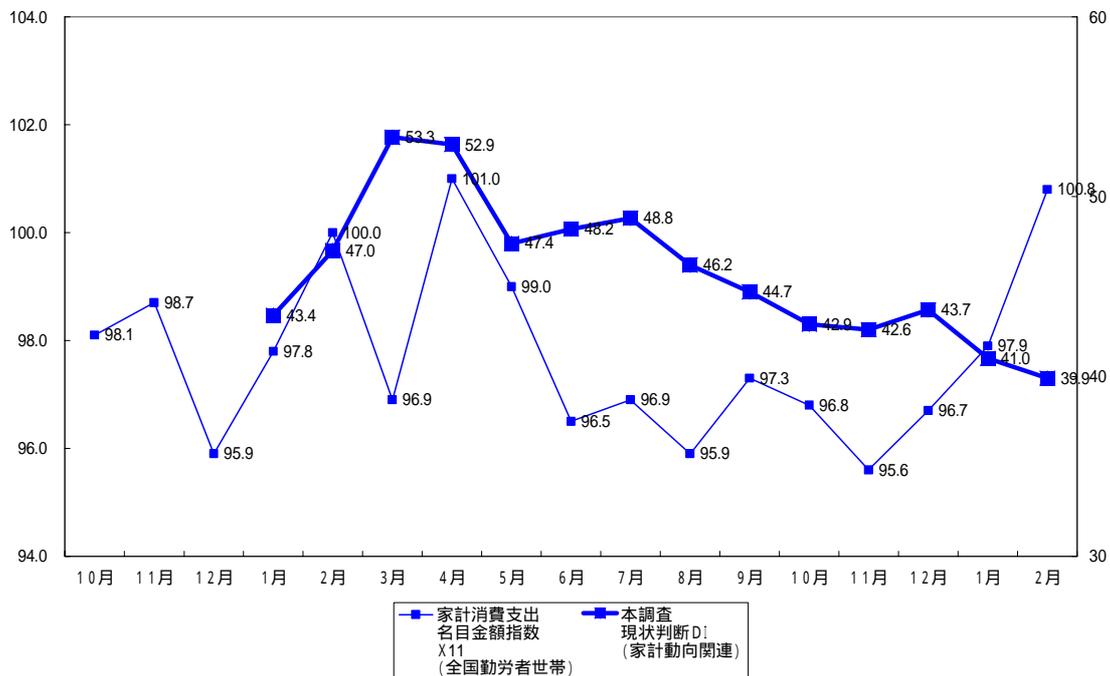
家計消費支出（家計調査・総務省）（図2）

本調査における指標は、3か月前との比較による景気の実況判断であるので、家計調査における勤労者世帯における1か月当たり家計の消費支出（名目金額指数・季節調整値）を3か月前と比べ、その変化方向の違いを比較してみた。

消費支出は3か月前と比べて、12年1～4月までは一進一退、5～12月までは9月を除いてマイナス、13年1～2月はプラスといった推移を示している。本調査における現状判断D I（家計動向関連）は、1、2月と50を下回った後、3、4月は50を上回ったが、5月以降は50を下回った状況が続いている。

両者を比較すると、2、9月を除いて平成12年は一致した動きとなっていたが、平成13年では2か月連続して異なる動きとなった。これは、本調査におけるウォッチャーに、例えばユニクロやしまむら等の低価格品を扱う店が含まれていないことが1つの要因と考えられる。

図2 家計消費（勤労者世帯における1か月の消費支出）と本調査の比較



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
家計消費支出・季節調整値	-	+	+	+	-	-	-
本調査・現状判断D I	-	-	+	+	-	-	-

8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
-	+	-	-	-	+	+
-	-	-	-	-	-	-

注：家計消費支出（季節調整値）は3か月前と比べて上昇していれば「+」、下降していれば「-」とした。現状判断D Iは50を上回っていれば「+」、下回っていれば「-」とした。

資料：「家計調査」（総務省）

消費動向調査（内閣府）（図3）

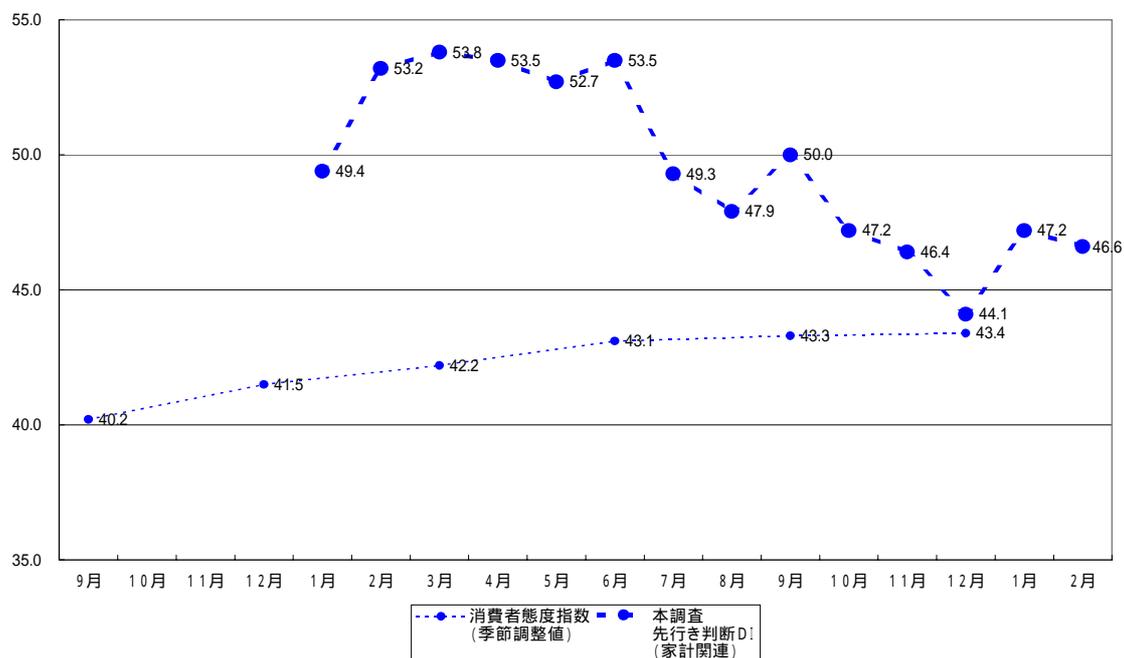
消費動向調査における各調査項目は、今後半年間に今よりもどのように変化するかを尋ねたものであり、本調査における「景気の先行き判断」の3か月後よりはやや将来を尋ねた質問である。また、調査対象は全国の一般世帯（ただし単身世帯及び外国人世帯を除く）を対象とした世帯調査である。これらの違いを前提として、本調査における先行き判断と比較してみる。

消費者態度指数は40前後と50を下回る状況が続いている。数値自体は6月までは緩やかな上昇傾向であったが、7月以降は横ばいで推移し、消費者意識の改善はあまり進んでいない。一方、本調査の先行き判断D I（家計動向関連）は、1月を除いて2～6月まで5か月連続して50をやや上回っていたが、7月以降は50を下回る状況が続いている。

消費者態度指数の値が低い理由としては、消費動向調査は世帯調査であり、主な回答者である主婦層の生活感を反映するのに対して、本調査は、結果として現われた消費行動の観察に基づき判断がなされているという違いがあるためと考えられる。

両者を比較すると、1～6月までは消費者態度指数の緩やかな上昇傾向に対し、本調査の先行き判断D I（家計動向関連）が50を上回っている。9月以降の消費者態度指数の横ばい傾向時には、本調査の先行き判断D I（家計動向関連）は50を下回り、停滞傾向を示している。このように、変化の大きさに違いはあるものの、方向性については両者で一致した動きとなっている。

図3 消費者態度指数（季節調整値）と本調査の比較



資料：「消費動向調査」内閣府

(3) 企業動向関連

企業動向関連では、業界景気B S I（法人動向調査・内閣府）、鉱工業生産指数（経済産業省）と比較した。

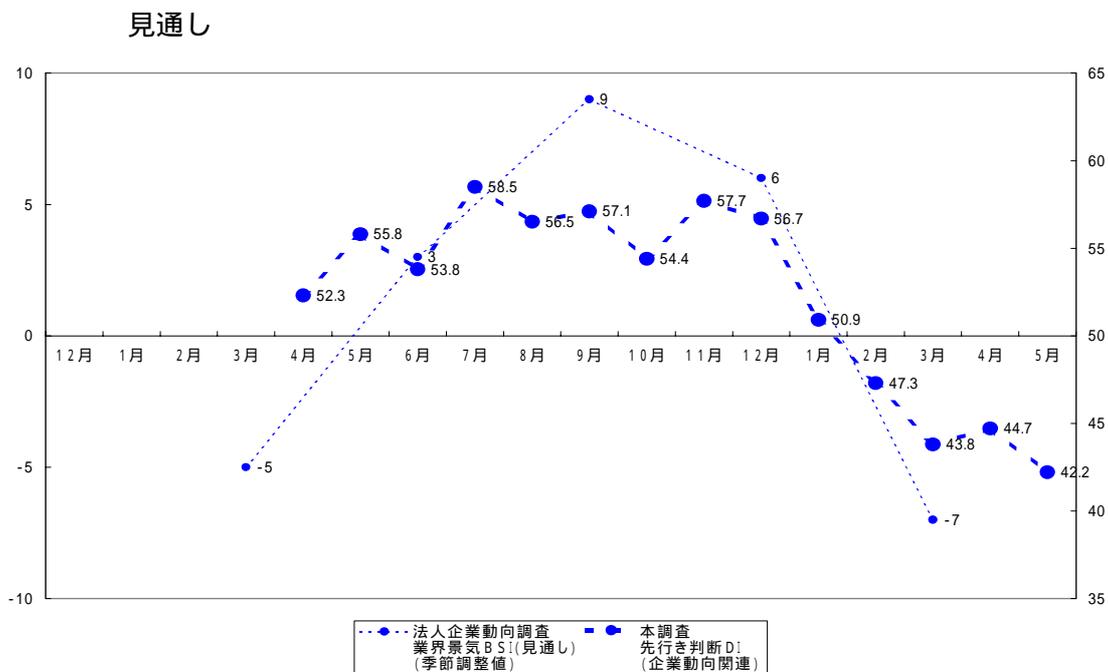
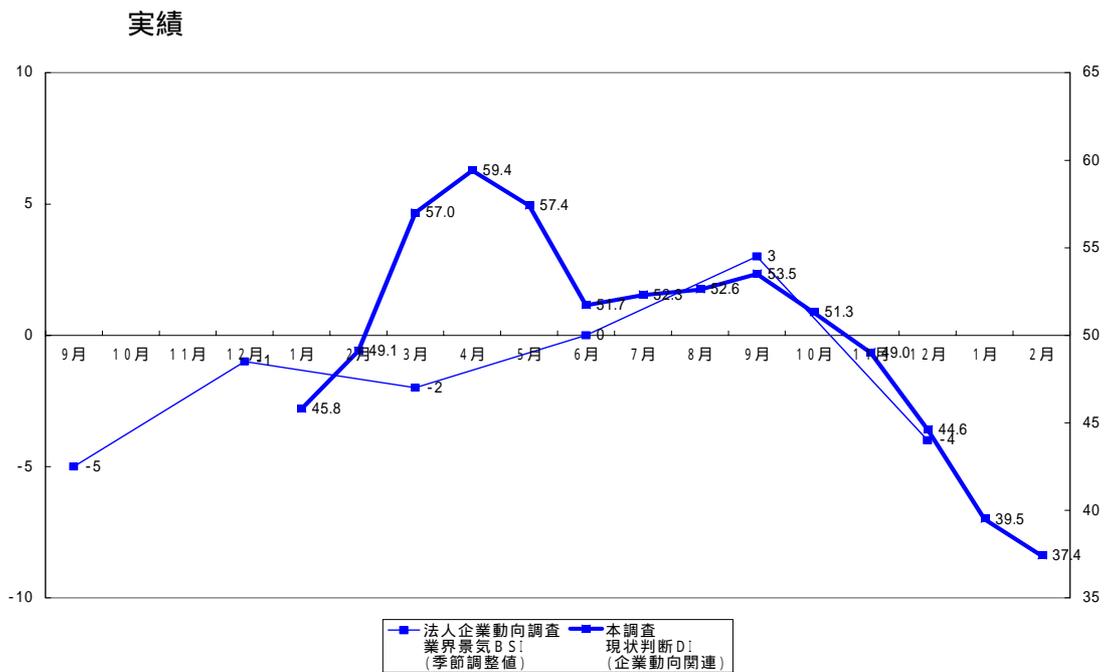
業界景気B S I（法人企業動向調査・内閣府）(図4)

法人企業動向調査における業界景気B S I（季節調整値）は、1～3月はマイナス、4～6月はゼロ、7～9月はプラス、10～12月はマイナスと変動している。本調査における現状判断D I（企業動向関連）は、1、2月は50を下回った後、3～10月は50を上回り、11～2月は再び50を下回った。このように、方向性は両者でほぼ一致していると考えられる。

また、法人企業動向調査における業界景気B S Iの来期見通しは、4～6月、7～9月、10～12月に改善が見込まれた後、1～3月はマイナスとなっており、本調査の先行き判断D I（企業関連）と一致した動きを示している。

このように、法人企業動向調査における業界景気BSIと本調査は、ほぼ一致した動きを示した。ただし、法人企業動向調査は資本金1億円以上の大企業が中心であるのに対し、本調査における企業動向関連は地場産業的な中小企業が多いという点には留意しておく必要がある。

図4 法人企業動向調査と本調査の比較



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
法人動向・業界BSI（実績）	-			0			
本調査・現状判断DI（企業）	-	-	+	+	+	+	+

8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
+		-				
+	+	+	-	-	-	-

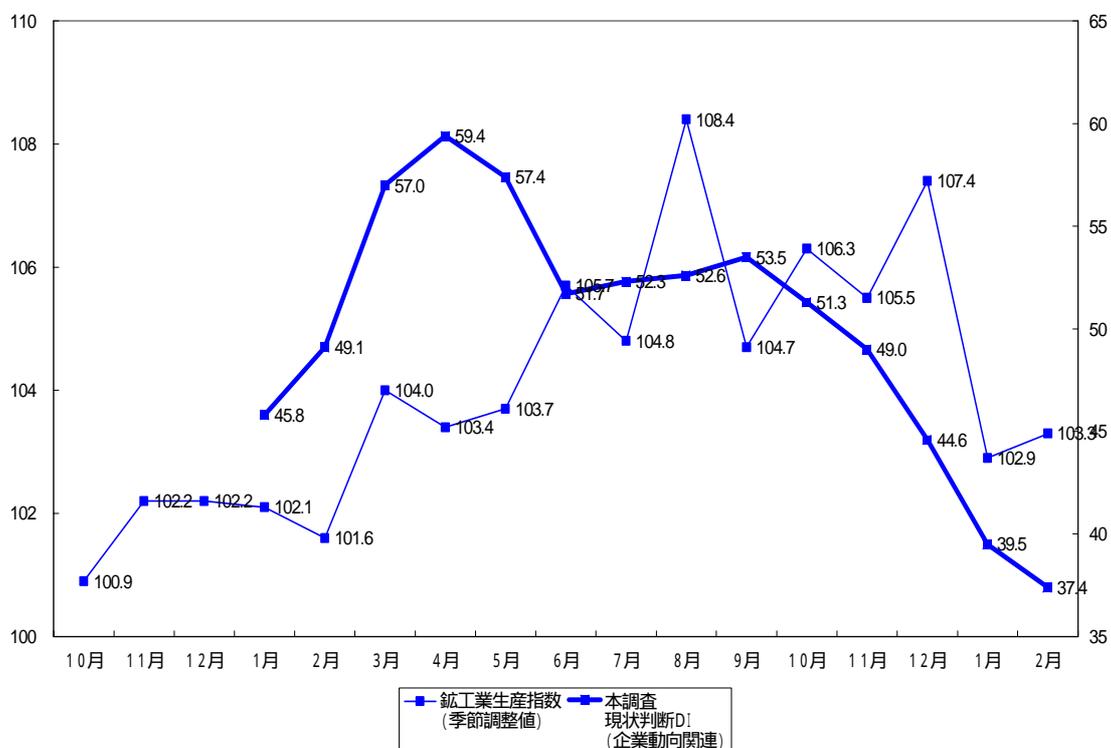
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
法人動向・業界BSI（見通し）	+			+			
本調査・先行き判断DI（企業）	+	+	+	+	+	+	+

11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
+		-				
+	+	+	-	-	-	-

注：法人企業動向調査は、BSIが0を上回っていれば「+」、0であれば「0」、下回っていれば「-」とした。本調査は、現状判断DIが50を上回っていれば「+」、下回っていれば「-」とした。
 また、本調査の先行き判断は2～3か月先の予測を聞いていることから、比較のために各月を3か月ずつ後方に移動させている（例：1月の数値を4月としている）。

資料：「法人企業動向調査」（内閣府）

図5 鉱工業生産指数（季節調整値）と本調査の比較



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
鉱工業生産指数（季節調整値）	+	-	+	+	+	+	+
本調査・現状判断D I（企業）	-	-	+	+	+	+	+

8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
+	-	+	-	+	-	-
+	+	+	-	-	-	-

注：指数が3か月前と比べて上昇していれば「+」、下降していれば「-」とした。現状判断D Iは50を上回っていれば「+」、下回っていれば「-」とした。

資料：「鉱工業生産動向」経済産業省

鉱工業生産指数（経済産業省）(図5)

鉱工業生産指数（季節調整値）を3か月前と比べてその推移をみると、1～10月までは概ねプラスで推移（2月と9月を除く）、11月以降はマイナスで推移（12月を除く）している。本調査の現状判断D I（企業動向関連）は、1、2月は50を下回った後、3～10月までは50を上回り、11月以降は再び50を下回っている。

このように、両者はほぼ一致した動きを示していると考えられる。ただし、本調査は非製造業のウォッチャーも対象にしていること、製造業のウォッチャーは地場産業的な中小企業経営者の比重が高いことなどには留意しておく必要がある。

（4）雇用関連

雇用動向関連では、新規求人倍率、有効求人倍率（職業業務安定統計・厚生労働省）、雇用者数（労働力調査・総務省）と比較した。

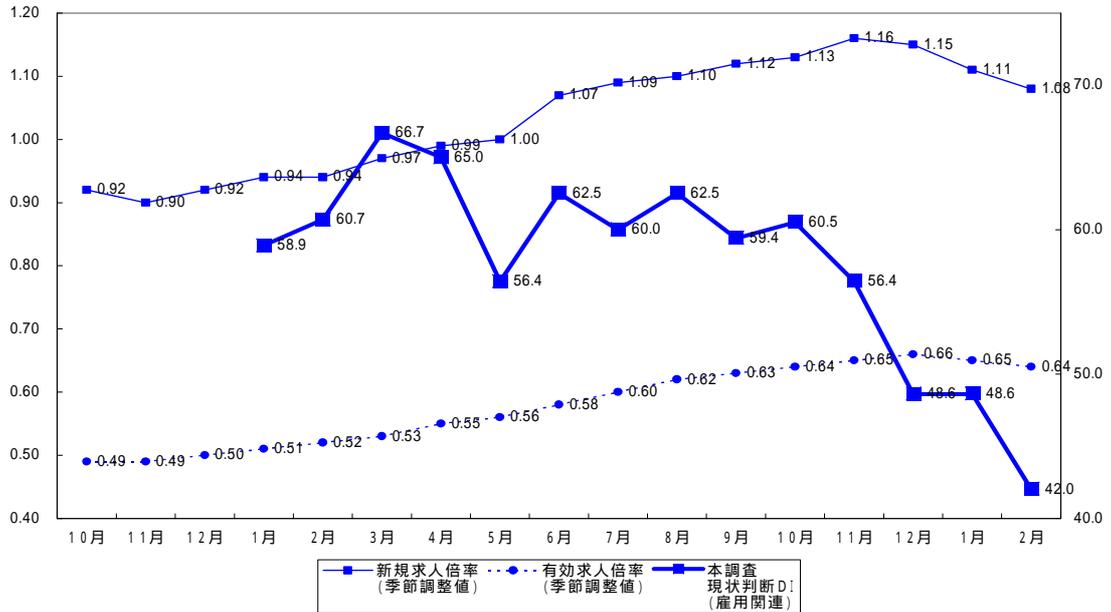
新規求人倍率、有効求人倍率（職業業務安定統計・厚生労働省）(図6)

新規求人倍率（季節調整値）、有効求人倍率（季節調整値）ともに、12年1～12月までは上昇基調を示していたが、13年1月になり下降傾向となった。これに対して、本調査の現状判断D I（雇用関連）は12年1～11月まで50を上回っていたが、12年12月以降は50を下回っている。このように、両者はほぼ一致した動きを示しているといえる。

雇用者数（労働力調査・総務省）(図7)

雇用者数（季節調整値）を3か月前と比べると、1～3月までは減少、4～11月は上昇（8月を除く）、12月～2月は減少している。これに対して本調査における現状判断D I（雇用関連）は12年1～11月は50を上回ったが、12月～2月は50を下回っている。平成12年1～3月でみられるように連続して違いがみられるが、これは、本調査における雇用関連業種は主として企業の求人動向に関連した業種であり、必ずしも雇用者数の動向とは一致しないためと考えられる。

図6 新規求人倍率、有効求人倍率（季節調整値）と本調査の比較

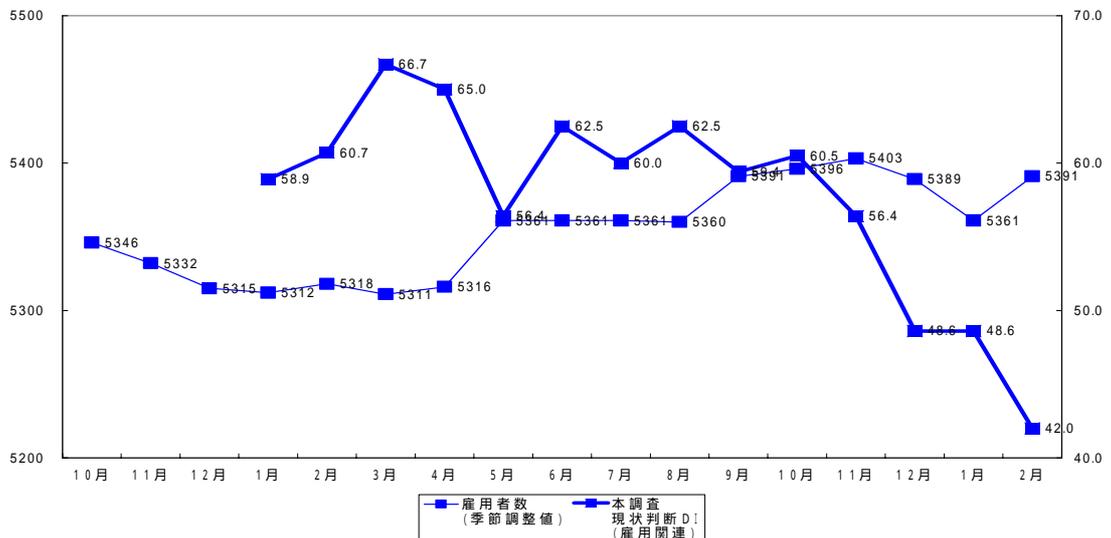


	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
新規求人倍率・季節調整値	+	+	+	+	+	+	+
有効求人倍率・季節調整値	+	+	+	+	+	+	+
本調査・現状判断DI (雇用)	+	+	+	+	+	+	+

8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
+	+	+	+	+	-	-
+	+	+	+	+	+	-
+	+	+	+	-	-	-

注：数が3か月前と比べて上昇していれば「+」、下降していれば「-」とした。現状判断DIが50を上回っていれば「+」、下回っていれば「-」とした。 資料：「職業業務安定統計」（厚生労働省）

図7 雇用者数（季節調整値）と本調査の比較



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
雇用者数・季節調整値	-	-	-	+	+	+	+
本調査・現状判断D I（雇用）	+	+	+	+	+	+	+

8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
-	+	+	+	-	-	-
+	+	+	+	-	-	-

注：数が3か月前と比べて上昇していれば「+」、下降していれば「-」とした。

現状判断D Iが50を上回っていれば「+」、下回っていれば「-」とした。

資料：「労働力調査」（総務省）

（5）まとめ

景気ウォッチャー調査のD Iは、ウォッチャーの構成を反映した結果を示していると考えられ、景気動向の判断を行ううえで次の点に留意する必要がある。

本調査のD I（合計）は、家計動向関連、企業動向関連、雇用関連の3つの分野で構成され、調査者数は概ね7：2：1の割合である。家計動向関連を中心とした構成となっているため、景気動向関連をあらわす統計とは必ずしも一致しない場合がある。

本調査の現状判断D I（家計動向関連）は、消費動向関連の統計とほぼ一致した動きを示す。ただし、同じマインド調査である消費者態度指数（消費動向調査）は値自体が低く推移しており、これは、消費動向調査は世帯調査であり、主な回答者である主婦層の生活感を反映するのに対して、本調査は、結果として現れた消費行動の観察に基づき判断がなされているという違いがあるためと考えられる。

本調査の現状判断D I（企業動向関連）は、企業動向関連の統計とほぼ一致した動きを示したが、本調査の企業動向関連においては地場産業的業種の比重が高いというサンプル構成の違いには留意しておく必要がある。また、本調査におけるD Iは、製造業だけでなく非製造業を含んでいる。

本調査の現状判断D I（雇用関連）は、ウォッチャーが主として企業の求人動向に関連した業種であるため、求人に関する統計とはよく一致している。しかし、雇用者数とは必ずしも一致せず、企業における雇用の需給そのものを反映した指標というわけではない。

おわりに

本稿においては、本調査と既存統計調査の動きを比較することにより、整合性及びその乖離理由などを検討してきた。しかし、本調査は内閣府で試験的に立ち上げたこともあり、サンプル数や対象地域などについて変動したことに加えて、まだ1年程度のデータの蓄積しかない。そういう面では、指標に対して評価をするにはやや早尚であったかもしれない。

景気ウォッチャー調査は、景気動向の早期把握ということでは極めて有効かつ唯一のものであり、新しい統計として着目されている。今後、更にデータが蓄積されることにより、景気ウォッチャー調査についての評価が高まっていくことを期待する。

（さくらい あきら）