



最近の地域経済の動向

— 「緊急事態宣言」再発出を受けて景気は二番底の可能性も—

主席研究員 木下 茂

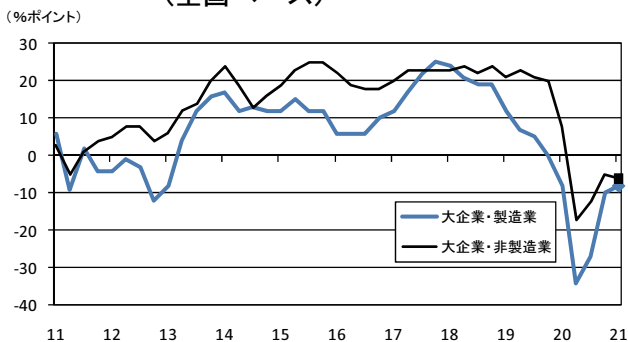
目 次

1. 昨年12月にかけて景況感は改善
2. 日銀は3地域の景気判断を上方修正
3. 設備投資計画は下方修正が続く
4. 年末までの景況感改善には世界経済の持ち直しと「Go Toキャンペーン」が寄与
5. 政府は「緊急事態宣言」を再発出、景気は二番底へ向かう可能性も

1. 昨年12月にかけて景況感は改善

昨年12月の日銀短観によれば、注目度の高い大企業・製造業の業況判断D Iは-10と前回昨年9月の-27から17ポイントの大幅改善となった。また、大企業・非製造業も-5と前回9月の-12から7ポイントの改善となった。先行き（今年3月までの見通し）については、製造業が-8までの小幅改善を見込んでいる一方で、非製造業は-6と若干の悪化を予想している。やはり新型コロナウイルス感染症の拡大による将来不安から、企業は先行きについて慎重にみているということであろう（図表1）。

（図表1）日銀短観における企業景況感の推移（全国ベース）



（注1）直近部分は21年3月までの見通しを表示
（注2）日銀のデータより作成

以上のような全国ベースの企業景況感の動きを念頭に置きつつ、日銀の主要支店が公表している地域別の業況判断D Iの動きをみると、新型コロナウイルス感染症の影響への警戒感から昨年3月以降悪化した景況感は概ね6月で底をつけ、9月から12月にかけて明確

（図表2）地域別業況判断D Iの推移

		20/3月	6月	9月	12月	21/3月(序)	
		(%ポイント)				変化幅	変化幅
北海道	全産業	-7	-26	-19	-10	(9)	-18 (-8)
	製造業	-12	-32	-25	-13	(12)	-29 (-19)
	非製造業	-6	-23	-17	-9	(8)	-18 (-9)
東北	全産業	-8	-31	-24	-10	(14)	-17 (-7)
	製造業	-12	-42	-37	-14	(23)	-17 (-3)
	非製造業	-6	-25	-18	-7	(11)	-17 (-10)
北陸	全産業	-9	-39	-42	-39	(3)	-42 (-3)
	製造業	-14	-46	-47	-30	(17)	-25 (5)
	非製造業	-5	-32	-29	-16	(13)	-24 (-8)
関東甲信越	全産業	-3	-30	-27	-17	(10)	-18 (-1)
	製造業	-11	-38	-38	-22	(16)	-19 (3)
	非製造業	4	-25	-21	-13	(8)	-18 (-5)
東海(3県)	全産業	-11	-41	-38	-18	(20)	-20 (-2)
	製造業	-17	-52	-45	-16	(29)	-17 (-1)
	非製造業	-2	-29	-31	-19	(12)	-21 (-2)
近畿	全産業	-10	-36	-39	-36	(3)	-39 (-3)
	製造業	-16	-42	-39	-24	(15)	-24 (0)
	非製造業	-3	-31	-25	-16	(9)	-21 (-5)
中国	全産業	-1	-31	-27	-10	(17)	-14 (-4)
	製造業	-8	-40	-35	-12	(23)	-15 (-3)
	非製造業	5	-23	-21	-7	(14)	-13 (-6)
四国	全産業	0	-22	-22	-11	(11)	-20 (-9)
	製造業	-1	-22	-19	-12	(7)	-19 (-7)
	非製造業	0	-22	-22	-10	(12)	-19 (-9)
九州・沖縄	全産業	-4	-27	-30	-27	(3)	-30 (-3)
	製造業	-5	-31	-29	-13	(16)	-14 (-1)
	非製造業	-4	-24	-19	-6	(13)	-12 (-6)

（注1）地域区分は日銀による
（注2）日銀各支店の短観及び調査統計局のデータより作成



に改善したことがわかる。もっとも、先行き予想をみると、全国ベースの大企業同様慎重な見方がとられている、地域によっては今年3月にかけて明確な景況感の悪化を見込んでいる、といった点が目を引く（図表2）。

2. 日銀は3地域の景気判断を上方修正

この間、日銀は、1月14日に公表した「地域経済報告（さくらレポート）」において、北陸、四国、九州・沖縄の3地域の景気判断を上方修正した。年末までの消費や生産活動の持ち直しを反映させたようである。

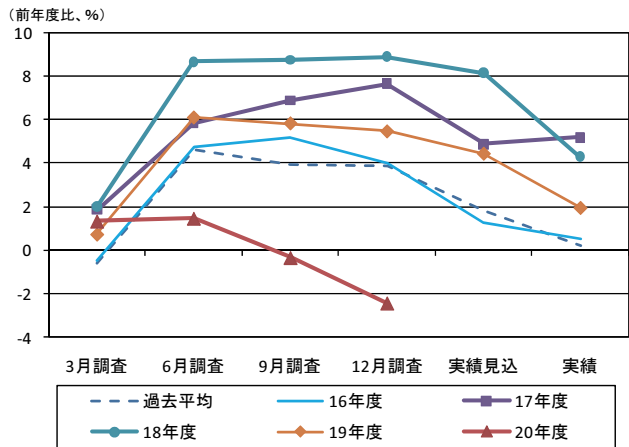
同報告に掲載されている企業からのコメントをみると、自動車については、国内外の販売の回復を受けて、完成車メーカー、関連部品産業ともに生産が持ち直しているという。半導体分野についても、データセンター、5G関連の需要拡大が指摘されている。

一方、消費動向についてのコメントをみると、巣ごもり需要や在宅勤務の拡大を背景とした家電・パソコンの販売好調を指摘する声があるほか、食料品販売においても、外出回避の影響から内食・中食需要は引き続き強いという。一方で、外食や宿泊においては、「Go To キャンペーン」の効果から持ち直しの動きがみられていたものの、年末にかけては同キャンペーンの一時停止を受けて予約キャンセルが急増しているという。

3. 設備投資計画は下方修正が続く

次に企業の設備投資計画をみると、年度初め時点では底堅さをみせていた企業の設備投資スタンスもかなり慎重化しているようだ。まず、全国ベースの計画をみると、今年3月及び6月時点では前年度比+1%台のプラスとなっていたが、9月調査では小幅ながら同マイナスに転換、12月調査でも同2.4%と期を追ってマイナス幅を広げている（図表3）。

（図表3）日銀短観における企業の設備投資計画



- （注1）全産業+金融機関（全規模）
- （注2）「ソフトウェア投資額・研究開発投資額を含み、土地投資額は含まない」ベース。16年12月調査以前は研究開発投資額を含まない
- （注3）日銀短観のデータより作成

（図表4）地域別の企業の設備投資計画

		(前年度比、%)			
		19年度	20年度(a)	(6月時点)(b)	a-b(%pt)
北海道	全産業	20.0	-10.3	-5.1	-5.2
	製造業	18.9	2.6	11.7	-9.1
	非製造業	20.6	-17.5	-14.6	-2.9
東北	全産業	-0.9	-2.6	0.6	-3.2
	製造業	-1.7	-4.4	6.7	-11.1
	非製造業	0.2	-0.4	-6.7	6.3
北陸	全産業	-16.5	-8.3	-4.2	-4.1
	製造業	-12.7	-12.7	-4.6	-8.1
	非製造業	-21.8	-1.6	-3.7	2.1
東海(3県)	全産業	2.0	-2.2	0.8	-3.0
	製造業	2.9	-4.0	-0.1	-3.9
	非製造業	-0.3	2.8	3.3	-0.5
近畿	全産業	3.2	3.5	5.6	-2.1
	製造業	0.8	2.5	4.8	-2.3
	非製造業	7.4	5.1	6.8	-1.7
中国	全産業	0.7	-0.9	3.1	-4.0
	製造業	2.1	-2.3	2.5	-4.8
	非製造業	-2.0	2.0	4.3	-2.3
四国	全産業	-5.5	1.7	3.4	-1.7
	製造業	-7.2	5.5	7.6	-2.1
	非製造業	-2.4	-5.1	-4.0	-1.1
九州・沖縄	全産業	11.8	-7.3	4.5	-11.8
	製造業	17.2	-3.9	12.1	-16.0
	非製造業	2.1	-14.2	-10.9	-3.3

- （注1）ソフトウェア・研究開発を含み、土地投資額を除くベース。ただし、北陸のみソフトウェア・研究開発を含まず、土地投資額を含むベース。また、九州・沖縄は電気・ガスを除くベース
- （注2）日銀本店及び各支店のデータより作成



(図表 5) 業況判断D I の改善幅が大きい地域・業種 (20年 6月→12月)

	(%ポイント)
北陸/木材・木製品	100
東海/自動車	97
北陸/宿泊・飲食サービス	90
北陸/非鉄金属	86
中国/宿泊・飲食サービス	85
東海/非鉄金属	72
中国/自動車	71
東北/鉄鋼	64
東北/非鉄金属	64
北海道/宿泊・飲食サービス	60
四国/宿泊・飲食サービス	60
東海/鉄鋼	58
東北/輸送用機械	56
北陸/電気機械	51
九州・沖縄/宿泊・飲食サービス	50
東北/業務用機械	45
東海/紙・パルプ	45
近畿/鉄鋼	45
中国/木材・木製品	44
北海道/電気機械	43
東北/宿泊・飲食サービス	42
近畿/宿泊・飲食サービス	42
東北/対個人サービス	41
東北/その他製造業	40
東海/電気機械	40
九州・沖縄/対個人サービス	40
九州・沖縄/小売	38
北海道/小売	36
東北/繊維	36
東北/窯業・土石	36
中国/その他製造業	36
東海/宿泊・飲食サービス	35
中国/電気機械	35

(注 1) 地域別・業種別D I の改善幅が大きい地域・業種を33まで表示

(注 2) 日銀各支店のデータより作成

以上を踏まえつつ地域別の企業設備投資計画をみると、近畿と四国は依然前年度比プラスを維持しているものの、その他の地域は同マイナスとなっている。また、昨年6月時点の計画に比べ全地域で下方修正されていることがわかる(図表 4)。

ここで、さくらレポートにおける設備投資についての企業のコメントをみると、製造業では、自動車関連や電子部品・デバイスにおいて需要回復を受けて能力増強投資を実施し

(図表 6) 業況判断D I の改善幅が大きい地域・業種 (20年12月→21年 3月見込み)

	(%ポイント)
北陸/鉄鋼	57
中国/鉱石・採石業・砂利採取業	28
北海道/対個人サービス	27
東北/業務用機械	27
北陸/金属製品	24
東海/対個人サービス	24
北陸/輸送用機械	20
北陸/その他製造業	20
近畿/金属製品	20
四国/その他製造業	20
北陸/食料品	17
北陸/紙・パルプ	17
近畿/非鉄金属	15
中国/紙・パルプ	15
北海道/木材・木製品	14
東北/木材・木製品	14
東海/化学	14
中国/卸売	14
近畿/紙・パルプ	13
東海/金属製品	12
北陸/対個人サービス	11
中国/はん用生産用業務用機械	11
近畿/輸送用機械	9
九州・沖縄/不動産	9

(注 1) 地域別・業種別D I の改善幅が大きい地域・業種を24まで表示

(注 2) 日銀各支店のデータより作成

たとの声があるほか、5G対応の設備投資も出ている模様である。非製造業では、宿泊や飲食において、売上回復の見通しが立たない中で予定していた客室・店舗の改装を凍結ないし先送りしたとのコメントもある一方で、非接触・非対面顧客対応のためのデジタル投資に踏み切るという声も散見される。

今後については、機械受注等先行指標に底入れの動きが出ているものの、一方で新型コロナウイルス感染症の拡大に歯止めがかかっていないこと、これを受けて政府が「緊急事態宣言」を再発出(11都府県を対象、本稿執筆時点)したこと等を勘案すると、設備投資を控える動きは継続するものと思われる。



4. 年末までの景況感改善には世界経済の持ち直しと「Go Toキャンペーン」が寄与

ここで地域別・業種別D Iについて、昨年6月から12月までの改善幅が大きい順に並べた図表5をみると、各地域の製造業の各業種に加え、「宿泊・飲食サービス」が上位に並んでいることが確認できる。製造業の景況感改善については、中国を中心とした世界経済持ち直しに伴い、輸出や生産活動が回復している状況を反映しているものとみられる。また、「宿泊・飲食サービス」の景況感改善については「Go Toキャンペーン」開始に伴う旅行・外食需要の回復を受けたものとみられる。

次に、昨年12月から今年3月にかけての見通しにつき上と同様に改善幅の大きい順に並べた図表6をみると、やはり製造業の各業種が景況感の改善を見込んでいる一方、非製造業の改善を見込む動きは目立たない点が対照的である。この点は、新型コロナウイルス感染症拡大の動きが将来期待に対して影響を及ぼしていると考えられる。特に、各地域の「宿泊・飲食サービス」を抽出してみると、今年3月にかけて景況感が再び悪化する見通しになっていることがわかる（図表7）。

5. 政府は「緊急事態宣言」を再発出、景気は二番底へ向かう可能性も

今後については、やはり新型コロナウイルス感染症の影響の行方がポイントになるとみられる。世界的には、米国や欧州中心に新規感染者数拡大に歯止めがかかっておらず、英国やドイツでは店舗営業や外出制限の再強化や延長が実施されているところである。日本国内では、昨年末から年初にかけて新規感染者数の増加が一段と加速しており、政府はこれを受けて1月8日から2月7日まで東京、埼玉、千葉、神奈川について「緊急事態宣言」

（図表7）「宿泊・飲食サービス」の業況判断D I推移

(%ポイント)

	20年9月	12月	21年3月 (見通し)
北海道	-73	-32	-52
東北	-80	-45	-52
北陸	-73	-10	-55
名古屋	-70	-50	-55
近畿	-76	-43	-64
中国	-67	-6	-33
四国	-80	-40	-65
九州・沖縄	-83	-44	-48

(注) 日銀各支店の短観データより作成

（図表8）今回の「緊急事態宣言」の概要

対象地域、期間	<ul style="list-style-type: none"> ・東京、神奈川、埼玉、千葉（1月8日～2月7日） ・大阪、兵庫、京都、愛知、岐阜、福岡、栃木（1月14日～2月7日） 	
感染防止策	外出	・20時以降自粛要請
	通勤	・テレワークで出勤者数7割減
	飲食店、カラオケボックス	<ul style="list-style-type: none"> ・営業は20時まで ・酒類の提供は11～19時 ・宅配、テイクアウトは時短要請の対象外
	イベント	・上限5,000人または収容率50%まで
	教育	・小中高など休校要請せず

(注) 政府発表資料などより作成

を発出した。また、13日には大阪、兵庫、京都、愛知、岐阜、福岡、栃木も対象地域に加えられた（期間は1月14日～2月7日）。

今回の同宣言においては昨年4～5月時のものと比べ、時短営業の対象を飲食店に絞るなど限定的な内容となっている（図表8）。とは言え、消費者のマインドに与える影響は大きいとみられるほか、今回の対象地域は消費シェアの大きい都市部を含んでおり（11都府県の民間最終消費の対全国シェアは2017年度で59.3%）、今年1～3月期における日本全体の経済活動への影響が懸念される。

ここで、対面サービス消費の動向と連動性が高い小売・娯楽施設への人出の動きを確認すると、年初にかけてマイナス幅が広がって

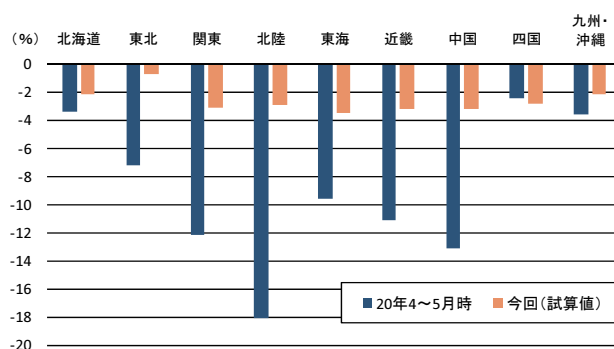


おり（末尾参考図表）、昨年春ほどではないにせよ、全国的に対面サービスを中心に消費活動が抑制される可能性は高いと思われる（図表9）。

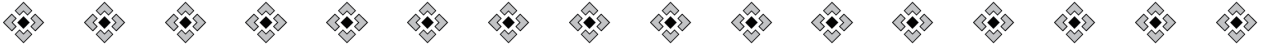
この点から、3月にかけての企業の景況感は12月時点の予想から大きく下振れる一方、日本全体の1～3月期のGDP成長率もマイナス成長となるとみられることから、昨年末にかけての国内景気の持ち直しはいったん頓挫し、目先二番底をつけにくい可能性も意識しておくべきだろう。

（1月22日 記）

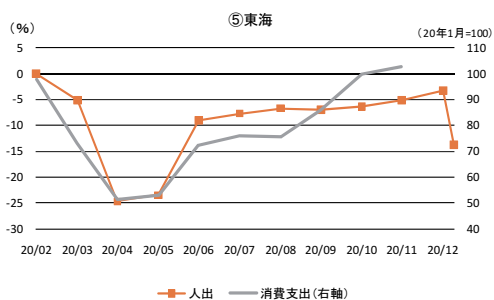
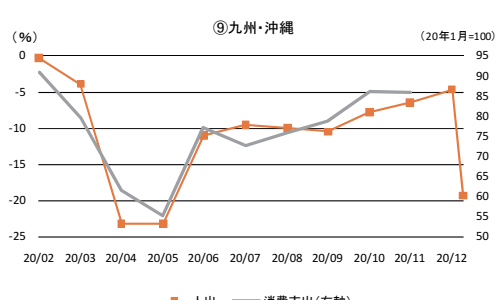
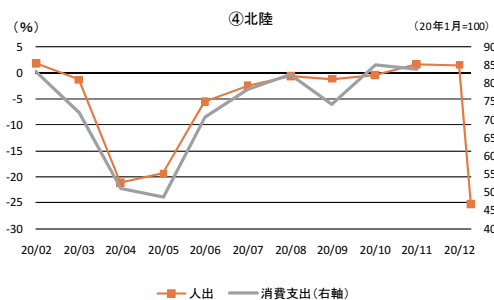
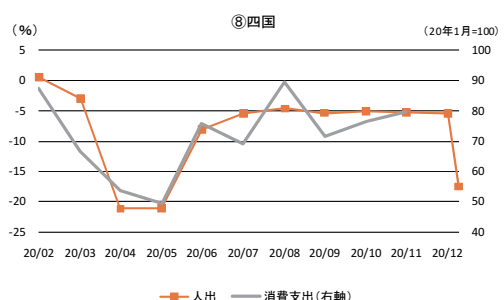
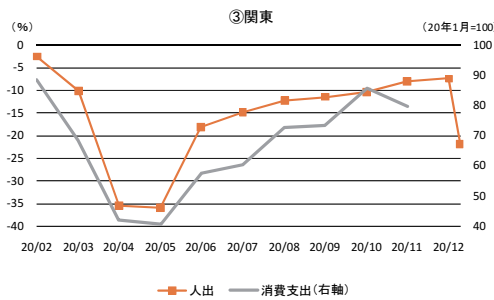
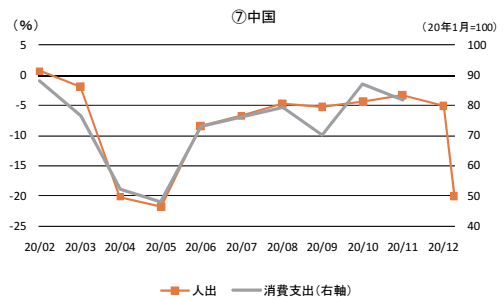
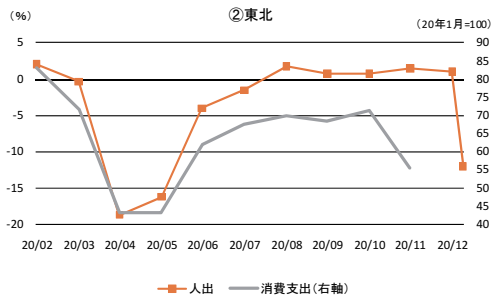
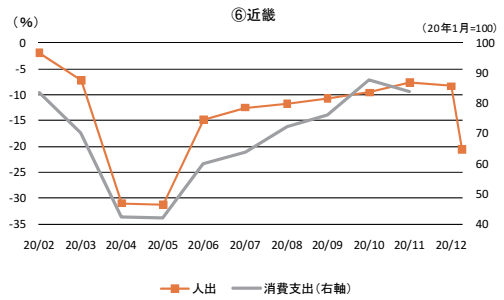
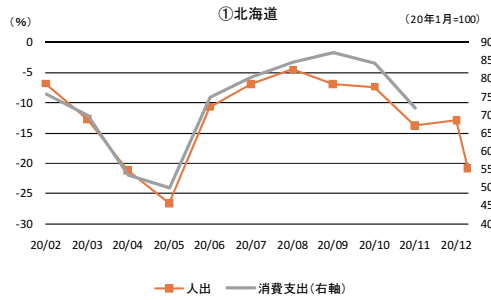
（図表9）「緊急事態宣言」下の消費支出



- （注1）消費支出計、季調値ベース
- （注2）「20年4～5月時」は名目消費支出の20年4～5月平均値と1～3月平均値を比較した減少率
- （注3）「今回（試算値）」はサービス消費（外食、交通、教養娯楽サービス）支出が年明け後も小売・娯楽施設への人出と連動すると仮定し、これをベースに消費支出全体へのマイナス寄与を計算したもの（21年1月/20年10～11月対比）
- （注4）地域区分は総務省による
- （注5）総務省「家計調査」のデータを元に作成



(参考図表) 小売・娯楽施設への人出とサービス消費支出の推移 (地域別)



- (注1) 「人出」は年初5週の中央値からの増減率、直近は今年1/1～1/17の平均値を表示
- (注2) サービス消費支出は一般外食、交通、教養娯楽サービスの合計、原数値
- (注3) 地域区分は総務省による
- (注4) google、総務省のデータより作成