

# 最近の地域経済の動向

## —強まる感染「第7波」への懸念—

主席研究員 木下 茂

### 目次

1. 景況感は製造業が悪化、非製造業は改善
2. 日銀は7地域の景気判断を引き上げ
3. 今年度の設備投資は増額見込み
4. 9月に向けて高まる製造業の改善期待
5. 強まる感染「第7波」への懸念

## 1. 景況感は製造業が悪化、非製造業は改善

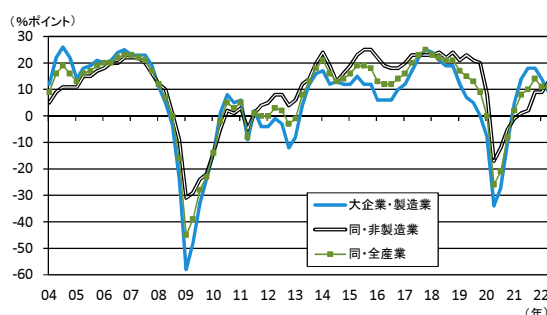
6月の日銀短観（7月1日公表）によれば、注目度の高い大企業・製造業の業況判断DIは+9と前回3月の+14から5ポイント悪化した。一方、大企業・非製造業は+13と前回の+9から4ポイント改善した。この間、製造業と非製造業を合わせた全産業は前回の+11から変わらずであった。先行き（9月までの見通し）については、製造業が+10と1ポイントの改善、非製造業が+13と横ばい、全産業も+11と横ばいを予想している（図表1）。企業は先行きについてやや慎重にみているようである。

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DIの動きをみると、東北、関東甲信越、東海、近畿、中国で製造業が悪化したものの、全体としては非製造業を中心に景況感の改善が目立つ結果となっている。もっとも、先行きについては多くの地域において一段の悪化が予想されている（図表2）。

## 2. 日銀は7地域の景気判断を引き上げ

日銀は、7月11日に公表した「地域経済報告（さくらレポート）」において、全9地域のうち7地域の景気判断を引き上げた。3月

（図表1）日銀短観における企業景況感の推移



（注1）直近部分は9月までの見通しを表示  
（注2）日銀のデータより作成

（図表2）地域別業況判断DIの推移

		21年9月	12月	22年3月	6月	9月(予)	
					変化幅	変化幅	
北海道	製造業	9	12	-11	-4	(7)	-5 (-1)
	非製造業	-11	-6	-10	-1	(9)	-5 (-4)
	全産業	-6	-1	-10	-1	(9)	-5 (-4)
東北	製造業	1	2	0	-5	(-5)	-3 (-2)
	非製造業	-8	-5	-9	-3	(6)	-8 (-5)
	全産業	-5	-2	-6	-4	(2)	-6 (-2)
北陸	製造業	6	7	0	0	(0)	7 (7)
	非製造業	-12	-7	-12	-7	(5)	-13 (-6)
	全産業	-4	-2	-7	-4	(3)	-5 (-1)
関東甲信越	製造業	10	10	6	5	(-1)	2 (-3)
	非製造業	-5	0	0	6	(6)	2 (-4)
	全産業	1	5	3	6	(3)	3 (-3)
東海(3県)	製造業	1	-2	-2	-3	(-1)	-3 (0)
	非製造業	-11	-7	-4	-1	(3)	-4 (-3)
	全産業	-5	-4	-2	-2	(0)	-4 (-2)
近畿	製造業	3	7	5	-1	(-6)	-2 (-1)
	非製造業	-6	4	-3	3	(6)	-3 (-6)
	全産業	-1	5	1	1	(0)	-2 (-3)
中国	製造業	1	6	7	0	(-7)	2 (2)
	非製造業	-7	4	-2	3	(5)	0 (-3)
	全産業	-3	5	2	2	(0)	1 (-1)
四国	製造業	-7	1	-9	-4	(5)	-5 (-1)
	非製造業	-9	-8	-8	0	(8)	-7 (-7)
	全産業	-8	-4	-9	-2	(7)	-6 (-4)
九州・沖縄	製造業	-3	1	-3	1	(4)	3 (2)
	非製造業	-10	-1	-6	7	(13)	5 (-2)
	全産業	-7	0	-5	5	(10)	4 (-1)

（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

下旬にまん延防止等重点措置が解除されたことに伴い、サービス中心に個人消費が持ち直していることを反映させた。また、半導体関連需要が引き続き旺盛であることなどから、設備投資も堅調さを維持していることも寄与した。

ここで、同報告に掲載されている消費動向についての企業からのコメントによれば、行動制限の解除を受けて外出意欲が回復しており、飲食店や百貨店などで客足の増加がみられるという。また、県民割などの支援策の効果から旅行需要が持ち直しており、宿泊客も大きく増加しているとのことである。

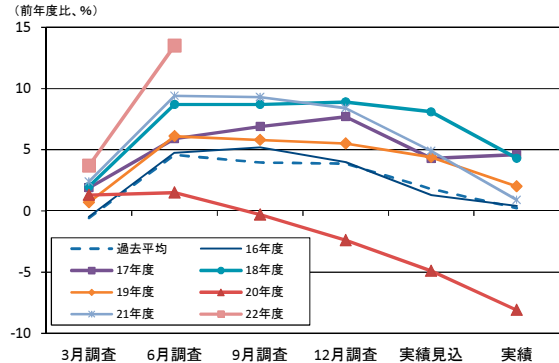
一方、乗用車販売については、需要は堅調なもの、メーカーからの納車遅延が続いており、販売台数も減少しているとの声もあった。また、家電販売については、エネルギー価格の上昇を受けて省エネ効果の高い白物家電への買い替えが増加しているとの声がある一方、上海のロックダウンに端を発した供給網全般の混乱による製品の入荷遅れや在庫不足を指摘する報告も上がっている。

この間、値上げラッシュとなっている食料品については、購入点数の減少や低価格帯商品への需要シフトが生じているという。こうした状況を受け、小売店はプライベートブランド商品の価格を据え置くなど慎重な価格設定を行っている模様である。

### 3. 今年度の設備投資は増額見込み

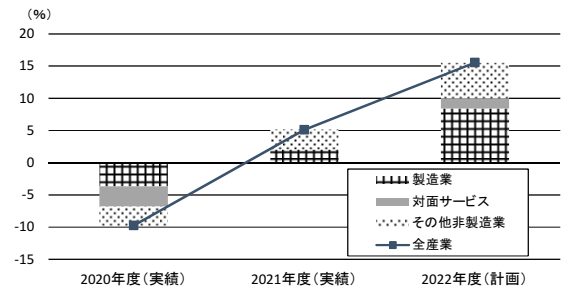
次に企業の設備投資計画をみると、金融機関を含む全産業ベースで前年度比13.5%の増額計画となっている。特に前回3月調査の同3.7%増から大きく上方修正されている点が目を引く。これについてはベースとなる前年度実績の下方修正の影響も大きい、この点を考慮しても強めの結果といえよう(図表3)。また、業種別では、コロナ禍の影響で落ち込ん

(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) 企業の業種別設備投資計画(前年度比)



- (注1) 対面サービスは運輸・郵便、対個人サービス、宿泊・飲食サービスの合計
- (注2) 日銀短観のデータより作成

でいた対面サービス業種が同10.0%増と増額計画としている点も指摘できよう(図表4)。

以上を踏まえつつ地域別の企業設備投資計画をみると、全産業でみれば全地域で前年度比プラスの計画となっている。3月調査と比較しても全地域で上方修正されているほか、北海道、東北、北陸、近畿、中国、九州・沖縄では特に製造業において前年度比2桁増の計画となっている点も目を引く(図表5)。

(図表5) 地域別の企業の設備投資計画

(前年度比、%)

		21年度	22年度(a)	(前年度調査)(b)	
					a-b(%pt)
北海道	製造業	-33.8	32.0	7.6	24.4
	非製造業	16.4	9.5	-10.0	19.5
	全産業	-4.1	15.9	-4.9	20.8
東北	製造業	7.5	33.1	19.8	13.3
	非製造業	7.5	-15.0	-12.3	-2.7
	全産業	7.5	16.0	9.6	6.4
北陸	製造業	13.1	26.5	4.9	21.6
	非製造業	5.6	7.4	3.9	3.5
	全産業	9.4	17.4	4.5	12.9
東海(3県)	製造業	-0.3	8.3	0.9	7.4
	非製造業	-1.6	6.7	0.6	6.1
	全産業	-0.7	7.8	0.8	7.0
近畿	製造業	2.6	13.2	6.0	7.2
	非製造業	-10.0	7.7	-1.8	9.5
	全産業	-2.6	11.1	2.9	8.2
中国	製造業	3.8	19.3	1.3	18.0
	非製造業	-6.7	11.0	-0.4	11.4
	全産業	0.0	16.7	0.8	15.9
四国	製造業	3.8	-2.8	-5.0	2.2
	非製造業	-4.9	9.9	7.4	2.5
	全産業	0.7	1.5	-1.1	2.6
九州・沖縄	製造業	16.8	21.2	6.0	15.2
	非製造業	2.5	8.7	-8.8	17.5
	全産業	12.4	17.7	1.7	16.0

(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) 日銀各支店のデータより作成

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、通信・車載向け電子部品の旺盛な需要拡大を受けて能力増強投資を実施するとの声があるほか、飲食では外食需要の回復を見込んで新規出店を再開するというコメントもあった。また、人出不足対応や業務効率化のための省人化・デジタル化投資も行っていくという声もあった。

一方で、原材料価格高騰に伴う収益環境の悪化、資材価格の上昇による建設費用の高まりなどを背景に投資を先送りするという声もあったほか、建設資材の調達遅れから完成時期の延期を余儀なくされているというコメントもみられた。

#### 4. 9月に向けて高まる製造業の改善期待

以上、6月までの企業の景況感は、製造業においては上海におけるロックダウンの影響が下押し要因になった一方、非製造業においては3月下旬にまん延防止等重点措置が解除されたことを背景に個人消費が持ち直していたことなどがプラスに作用した。

ここで、改めて今回の調査で景況感が大きく改善した地域・業種をみると、やはり各地域の「宿泊・飲食サービス」や「対個人サービス」など対面サービス関連業種の改善が目立っている(図表6)。

また、9月までの見通しについては、上海におけるロックダウンの影響が出ていた「輸送用機械」、「電気機械」、「はん用・生産用・業務用機械」のほか、引き続き対面サービス

(図表6) 業況判断D Iの改善幅が大きかった地域・業種(3月→6月)

(%ポイント)

四国/宿泊・飲食サービス	50
北海道/宿泊・飲食サービス	47
中国/宿泊・飲食サービス	44
北海道/対個人サービス	38
北陸/対個人サービス	38
北陸/宿泊・飲食サービス	36
北陸/食料品	33
近畿/宿泊・飲食サービス	33
九州・沖縄/宿泊・飲食サービス	27
中国/食料品	26
北陸/木材・木製品	25
東海/宿泊・飲食サービス	25
東海/繊維	23
東海/不動産	23
九州・沖縄/対個人サービス	23
東北/対個人サービス	21
北陸/不動産	21
近畿/対個人サービス	21
九州・沖縄/運輸・郵便	21
北海道/食料品	20
東北/対事業所サービス	20
北陸/輸送用機械	20
四国/電気機械	20
東北/宿泊・飲食サービス	18
九州・沖縄/はん用・生産用・業務用機械	18

(注1) 地域別・業種別D Iの改善幅が大きい地域・業種を25まで表示

(注2) 日銀各支店のデータより作成

(図表7) 業況判断DIの改善期待が大きい  
地域・業種 (6月→9月見込み)  
(%ポイント)

中国/自動車	52
東北/輸送用機械	33
北海道/宿泊・飲食サービス	31
北陸/電気機械	28
北陸/木材・木製品	25
中国/宿泊・飲食サービス	24
四国/はん用・生産用・業務用機械	23
九州・沖縄/宿泊・飲食サービス	21
北陸/輸送用機械	20
東北/繊維	19
北陸/宿泊・飲食サービス	19
東海/自動車	19
東海/電気機械	18
北陸/物品賃	17
東海/鉄鋼	17
九州・沖縄/紙・パルプ	17
北海道/対個人サービス	16
北海道/窯業・土石製品	15
北海道/物品賃	15
北陸/鉄鋼	15
四国/宿泊・飲食サービス	15
東北/宿泊・飲食サービス	14
東海/小売	14
九州・沖縄/輸送用機械	14
北陸/対個人サービス	13

(注1) 地域別・業種別DIの改善幅が大きい地域・業種を25まで表示

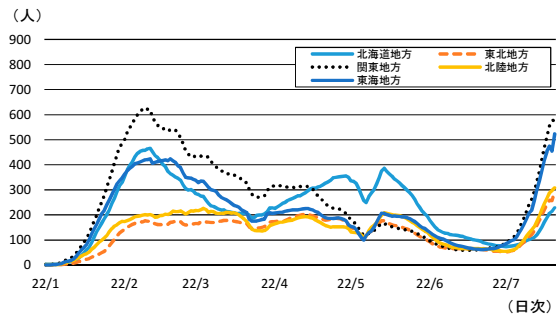
(注2) 日銀各支店のデータより作成

関連業種での改善期待が高いことがわかる  
(図表7)。

## 5. 強まる感染「第7波」への懸念

今後についての差し当たりの注目点はここにきて急増している新型コロナウイルスの国内新規感染者数の動向であろう(図表8、9)。5月の大型連休後も新規感染者数が比較的落ち着いていたこともあり、政府では現行の県民割に代えて、対象エリアを全国に拡大する「全国旅行支援」を7月前半から実施する方向で調整していたが、直近の新規感染者数増加を受けて延期されることになった。現行の県民割は8月末まで延長されるものの、地方の観光地などの期待は相応に大きかったとみられ、今後の景況感悪化要因になる可能性が高いだろう。

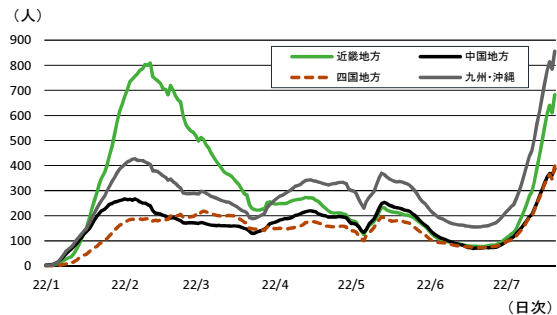
(図表8) 地域別新規感染者数の推移①



(注1) 人口10万人当たり、7日間合計

(注2) NHKウェブサイト、総務省のデータより作成

(図表9) 地域別新規感染者数の推移②



(注1) 人口10万人当たり、7日間合計

(注2) NHKウェブサイト、総務省のデータより作成

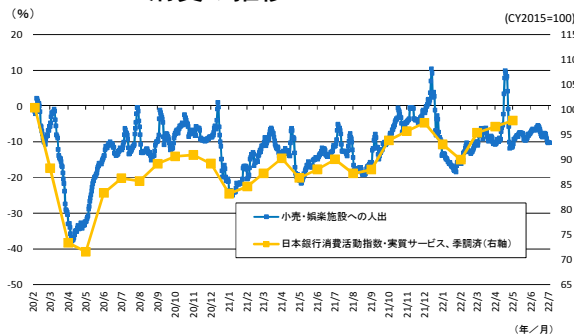
また、新規感染者数の増加を受けて人々が外出を自主的に控える可能性があり、このことが改めて消費活動萎縮につながるリスクがある。今年の3月以降足元まで基調としては人出と消費の持ち直しが続いてきたとみられるが(図表10、11)、直近では新規感染者数の急増を受けて人出の持ち直しの動きが一服している地域も散見される(図表12、13)。「第6波」の局面においては新規感染者数の増加率が高い地域ほど消費の減少率が大きいという関係が観測されていたこともあり(図表14)、当面の個人消費については慎重にみておくべきだろう。

さらに、上海におけるロックダウンの影響の長期化リスクについても留意が必要だろう。同要因の供給網への影響については、短



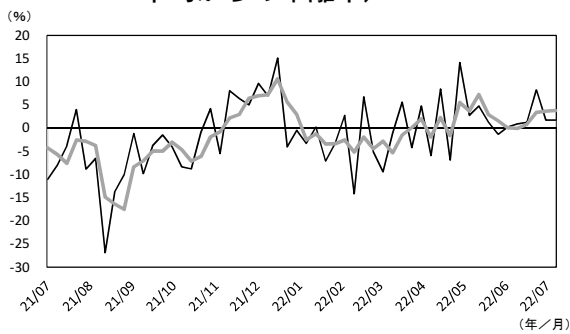
観のようなサーベイデータだけでなく、5月の鉱工業生産が前月比-7.5%となるなどいわゆるハードデータでも確認されているところであるが、今回の短観における9月にかけての見通しでは、特に製造業で供給制約の緩和を期待する見方が景況感予測に反映されているようである。もっとも、この点についてのさくらレポートにおける企業のコメントをみると、供給網の混乱長期化を覚悟する声もあがっている。こうした点も今後の不透明要因といえよう。(7月20日 記)

(図表10) 小売・娯楽施設への人出とサービス消費の推移



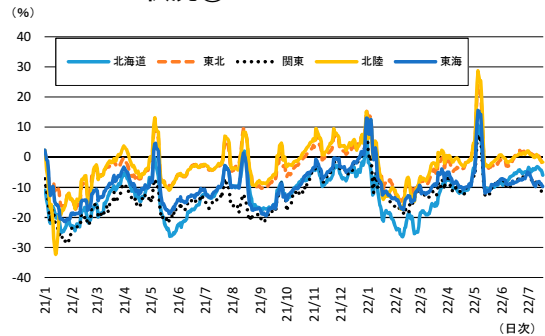
(注1) 人出は1～2月の中央値対比。後方7日移動平均  
(注2) グーグル、日銀のデータより作成

(図表11) 週次の消費金額の動き (2016～18年平均からの乖離率)



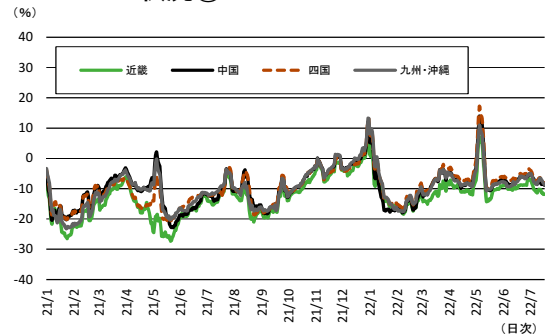
(注1) 直近週は7/7～7/13  
(注2) 太線は後方3週移動平均  
(注3) リフィニティブのデータより作成

(図表12) 地域別の小売・娯楽施設への人出の状況①



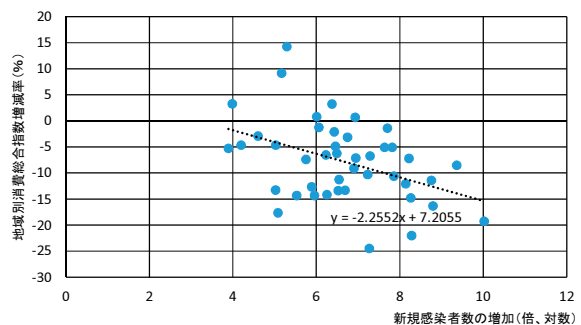
(注1) 20年1～2月の中央値対比。7日移動平均  
(注2) グーグルのデータより作成

(図表13) 地域別の小売・娯楽施設への人出の状況②



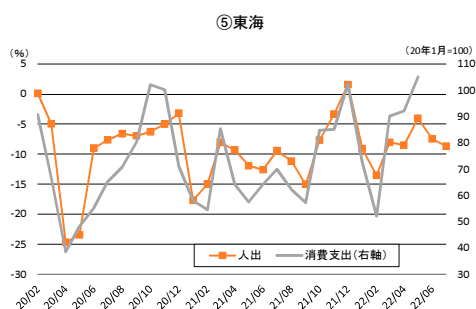
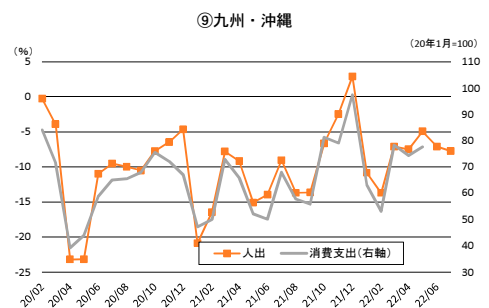
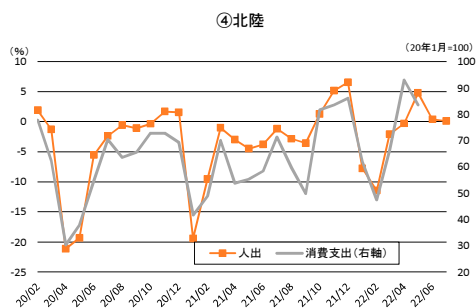
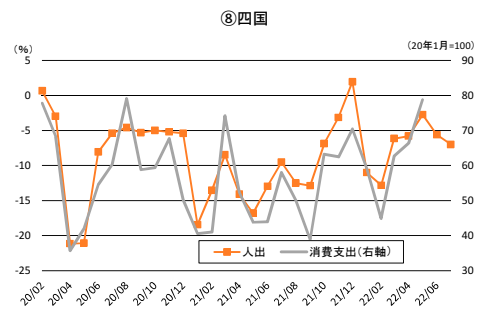
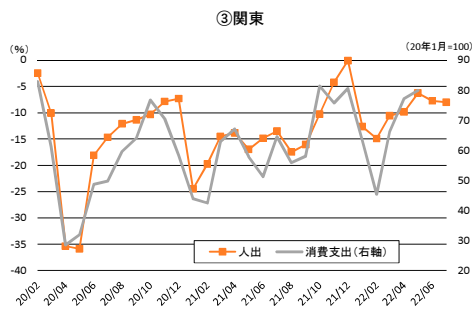
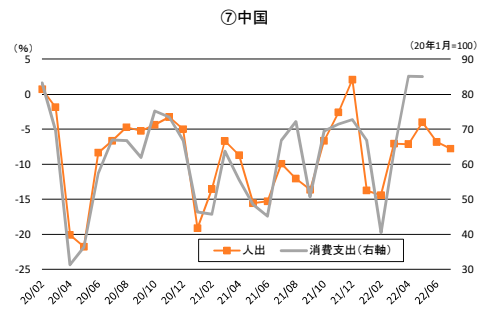
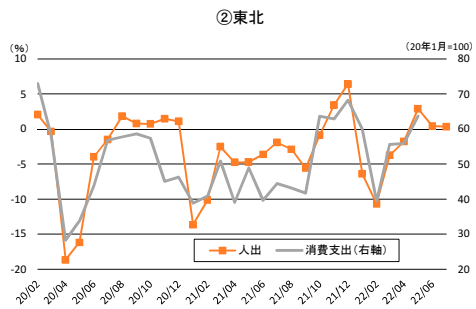
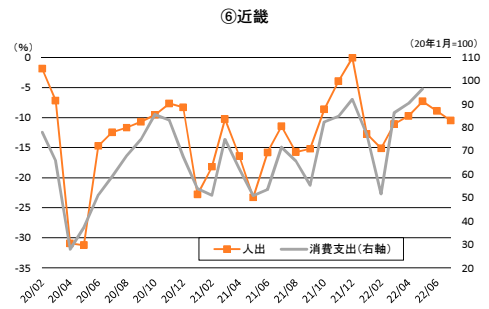
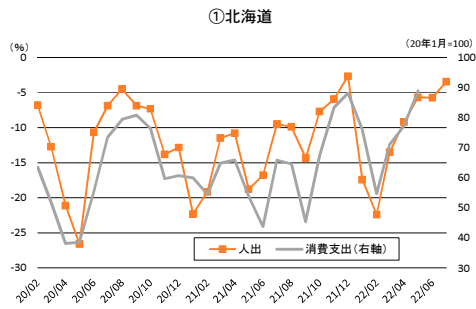
(注1) 20年1～2月の中央値対比。7日移動平均  
(注2) グーグルのデータより作成

(図表14) 「第6波」における新規感染者数と消費支出の関係 (43都道府県)



(注1) 鳥取、徳島、愛媛、大分の各県については2021年12月中の新規感染者数が0であったためサンプルから除いている  
(注2) 新規感染者数の増加=2022年2月平均値/2021年12月平均値  
(注3) 地域別消費総合指数増減率=2021年12月値に対する2022年2月値の増減率、年率換算  
(注4) NHKウェブサイト、内閣府のデータより作成

(参考図表) 小売・娯楽施設への人出と対面サービス消費支出の推移 (地域別)



- (注1) 「人出」は2020年1～2月の中央値対比
- (注2) データプロットは月次ベース、「人出」の直近は2022年7/1～7/11の平均値
- (注3) 対面サービス消費支出は一般外食、交通、宿泊料、パック旅行費の合計、原数値
- (注4) 地域区分は総務省による
- (注5) グーグル、総務省のデータより作成