

SCBSHINKIN
CENTRAL
BANK**産業企業情報****2022-18****(2022.12.6)****信金中央金庫****SCB 地域・中小企業研究所**〒103-0028 東京都中央区八重洲 1-3-7
TEL. 03-5202-7671 FAX. 03-3278-7048
URL <https://www.scbri.jp>**改善進む消費関連業種の景況感～ホテル・宿泊業などの回復を期待～****視 点**

信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」をみると、消費関連4業種（小売業、飲食店、サービス業、ホテル・宿泊業）の景況感は、新型コロナウイルス感染拡大の影響で経済活動が大きく抑制された2020年4～6月に大きく悪化した。ただ、その後は回復基調にある。本稿では、4業種の主要なD Iの最近の動きを概観するとともに、関連する経済データとの連動性を確認しつつ、消費関連業種の景況感等の先行きを占った。

要 旨

- 消費関連4業種の主要なD I（業況判断、売上額判断、収益判断）は、2005年3月期以降、概ね同様の傾向で推移してきたが、足元の回復局面では、売上額判断D Iと収益判断D Iに比べて業況判断D Iの回復が限定的となっている点が特徴的である。
- 背景に、業績数字に依拠していよう売上額判断D Iと収益判断D Iとは異なり、業況判断D Iは、経営者の主観的な感覚に基づく部分が多い点がある。最近の業況判断D Iの回復の遅れは、コロナ禍の反動もあって、財務面からみた業績が回復に向かっているのとは裏腹に「かつての経営環境に戻った」と実感できていない中小企業者の心情を表している可能性がある。また、企業活動が回復基調をたどるなか、人手不足感が強まっていること、コスト高につながる物価上昇の動きがみられることなども、経営者の心理に影を落としていよう。
- 小売業、飲食店、サービス業の業況判断D Iは、内閣府「消費者態度指数（2人以上の世帯）」にやや遅れる形で動く傾向がみられる。最近、消費者態度指数は急低下しており、今後を占ううえでやや気がかりな動きといえる。小売業とサービス業の売上額判断D I、収益判断D Iと連動性の高い経済データとして、総務省「総消費動向指数（名目）」の前年同期比上昇率が挙げられる。また、飲食店の場合、総務省「サービス産業動向調査」の飲食店売上高の前年同期比上昇率との連動性が高くなっている。
- 4業種の主要なD Iは、今後も各業種における消費動向に左右されよう。当研究所では、今後も新型コロナウイルスの感染一服と再拡大に左右される可能性があるが、「振幅を伴いつつも家計の消費行動は正常化に向かう」と予想している。
- ホテル・宿泊業の主要なD Iは、上記の経済データ以上に、観光庁の公表する客室稼働率（＝利用客室数÷総客室数）との連動性が高くなっている。客室稼働率は延べ宿泊者数との連動性が高い。今後の感染状況に注意を要するが、政府の「全国旅行支援」や水際規制緩和はホテル・宿泊業の業況に追い風となろう。

キーワード**消費関連業種、業況判断D I、消費者態度指数、総消費動向指数、飲食店売上高、客室稼働率**

目次

1. 消費関連4業種の主要なD Iの動き
 2. 主要なD Iと経済データの連動性
 3. 消費関連4業種の主要なD Iの先行きについて
- おわりに

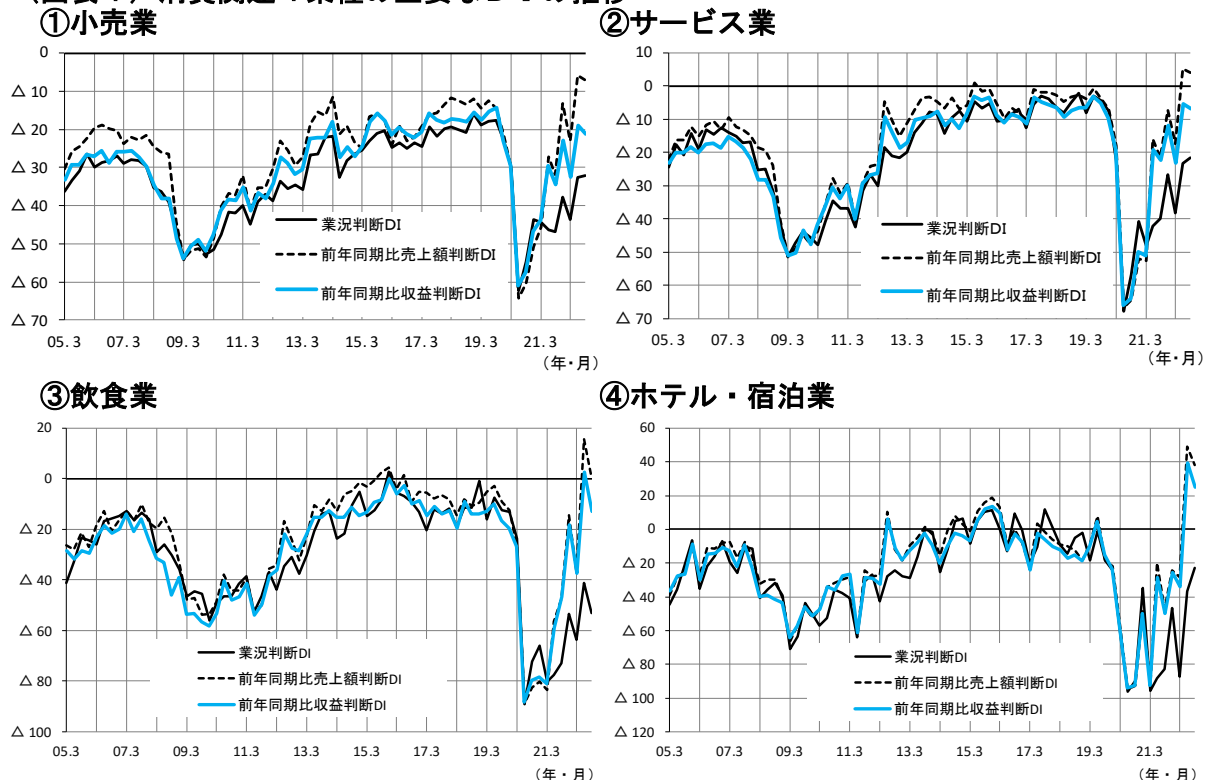
1. 消費関連4業種の主要なD Iの動き

消費関連4業種（小売業、サービス業、飲食店、ホテル・宿泊業）について、信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」（景況調査）の業況判断D I、前年同期比売上額判断D I、前年同期比収益判断D Iの推移をみると、いずれも概ね同様の傾向で推移してきた（図表1参照）。

3つのD Iについて、4業種のデータがそろそろ2005年3月期以降の推移を追うと、2008年にリーマンショックの影響で急低下したが、2009年中には底を打った。2010年以降は、2011年3月に東日本大震災に見舞われながらも、2013年度からのアベノミクス政策の効果などから2019年半ばまで回復基調をたどった。その後、足元までをみると、新型コロナウイルスの感染拡大と、それに伴う活動制限措置発動の影響により、2020年6月に大幅な低下を余儀なくされたが、ホテル・宿泊業以外の3業種は2020年6月期、ホテル・宿泊業は2021年3月期をボトムに回復基調に転じている。

足元でみられる特徴的な動きとして、売上額判断D I、収益判断D Iに比べ業況判断D Iの回復が限定的となっている点が挙げられる。

（図表1）消費関連4業種の主要なD Iの推移

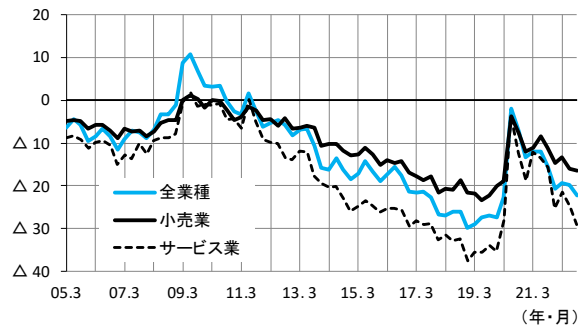


（備考）1. 飲食店は小売業、ホテル・宿泊業はサービス業の内訳分類
 2. 以下、業況判断、売上額判断、収益判断の3つのD Iの出所は信金中央金庫「全国中小企業景気動向調査」

売上額判断D I と収益判断D I は、業績数字など客観的なデータに依拠する部分が多いと考えられる。それに対して業況判断D I は、経営者の主観的な感覚に基づく部分が多いと思われる。

最近の業況判断D I の回復の遅れは、コロナ禍の反動もあって、財務面からみた業績が回復に向かっているのとは裏腹に「かつての経営環境に戻った」と実感できていない中小企業者の心情を表している可能性がある。また、企業活動が回復基調をたどるなか、人手不足感が強まっていること（図表2参照）、コスト高につながる物価上昇の動きがみられることなども、経営者の心理に影を落としていよう。

（図表2）小売業とサービス業の人手不足（過剰－不足）判断D I の推移



（備考）1. 内訳としての飲食店、ホテル・宿泊業の人手不足（過剰－不足）判断D I は非開示
2. 出所は図表1の出所と同じ。

2. 主要なD I と経済データの連動性

ここでは、消費関連4業種の業況判断D I、売上額判断D I、収益判断D I と、各種経済データの動きの連動性を概観する。

（1）小売業、飲食店、サービス業

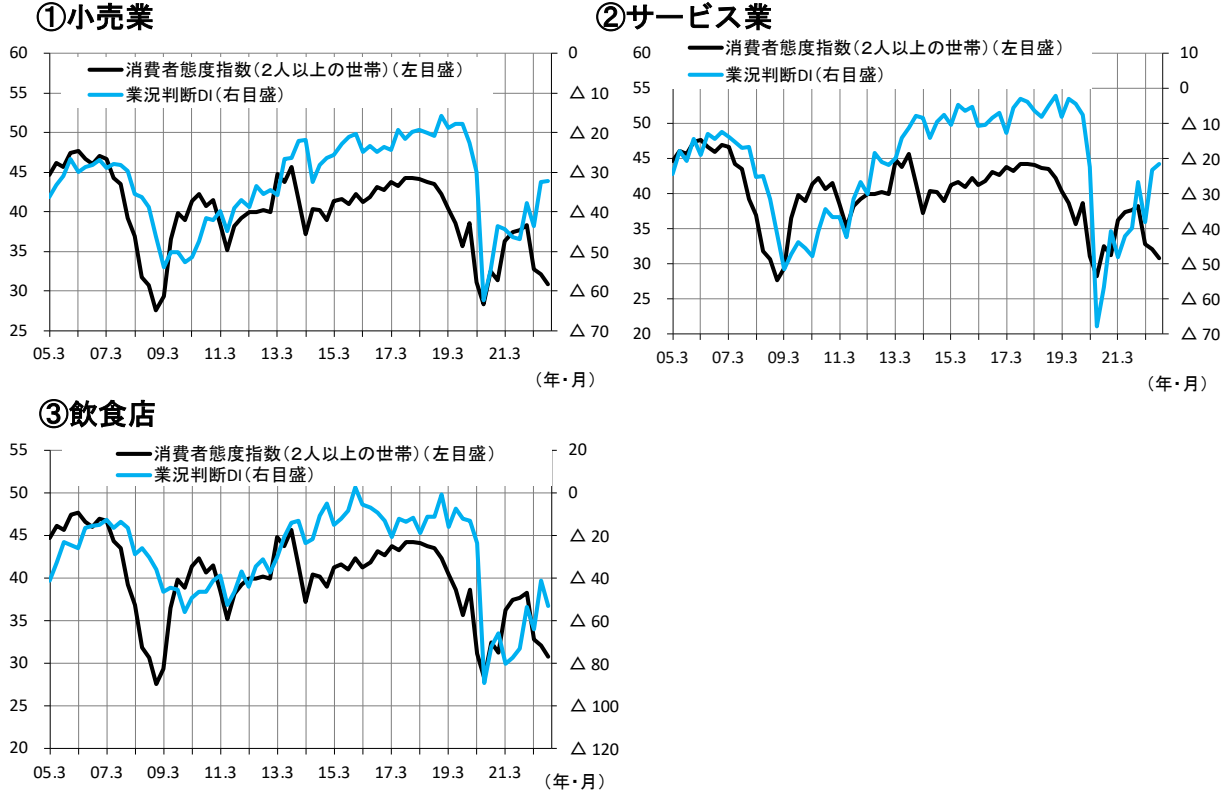
イ. 業況判断D I

長期的な変遷を追うと、4業種のうち小売業、飲食店、サービス業の業況判断D I は、内閣府「消費者態度指数（2人以上の世帯）」にやや遅れる形で動く傾向がみられる（図表3参照）。また、第2次安倍内閣発足当初の2013年3月期からコロナ禍で大きく落ち込んだ2020年3月期まで、業況判断D I が消費者態度指数よりも堅調な動きを示してきたことが特徴の1つとなっている。

消費者態度指数は、「暮らし向き」「収入の増え方」「雇用環境」「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標についてアンケート形式で尋ねた結果を数値化し、適宜合成して求められるが、尋ねているのはいずれも今後半年間の見通しである。このことが、いま（調査時点）のコンディションを表す業況判断D I に先行して動く傾向がみられる一因と考えられる。

また、2013年から2020年にかけて、業況判断D Iの方が消費者態度指数よりも堅調に推移した一因は、「この時期に拡大をみせた『インバウンド消費』の動きを反映したか否か」にあると考えられる。当然ながら、業況判断D Iの調査対象は、消費財、サービスを供給する側の中小企業であり、インバウンド消費拡大の効果が数字に表れるといえる。一方、消費者態度指数においては、外国人を調査対象外としており、その意味で、国民の消費需要を色濃く反映したものだといえる。

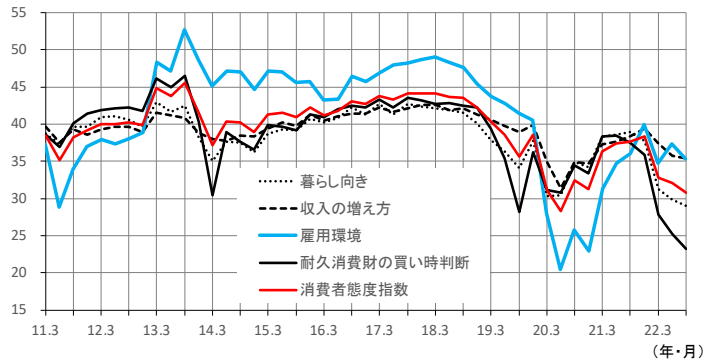
(図表3) 3業種の業況DIと消費者態度指数(2人以上の世帯)の推移



(備考) 1. 消費者態度指数は季節調整済みで、3、6、9、12月の月次データを四半期データとしてグラフに使用
2. 出所は内閣府「消費動向調査」

なお、2022年に入り、消費者態度指数は急低下している。4項目の消費者意識指標の動きに着目すると、「耐久消費財の買い時判断」と「暮らし向き」の落ち込みが相対的に大きくなっており、供給制約(半導体不足による自動車や家電製品などの生産停滞、在庫不足による納品待ち時間の長期化)、物価

(図表4) 消費者態度指数(2人以上の世帯)の消費者意識指標の推移(季節調整済)



(備考) 図表3の備考に同じ。

上昇懸念などが消費者マインドに影を落としている様子がうかがえる(図表4参照)。前述の業況判断DIへの先行性に鑑みれば、やや気掛かりな動きといえる。

ロ. 売上額判断DI、収益判断DI

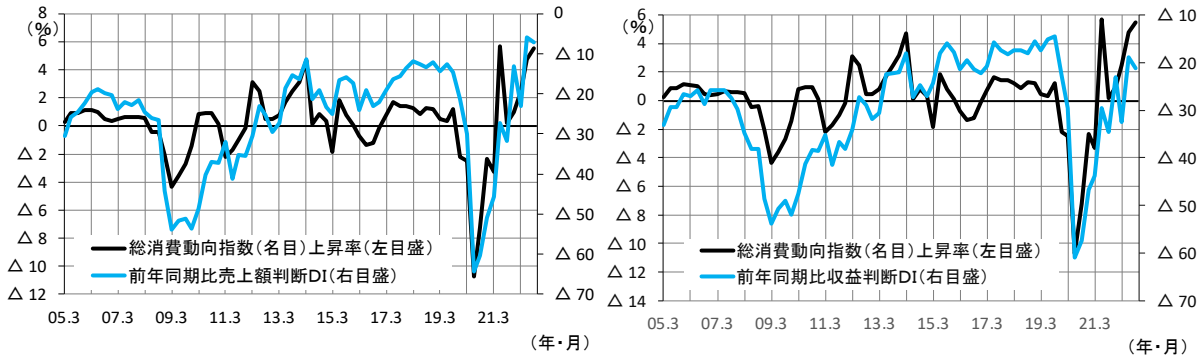
小売業とサービス業の売上額判断DI、収益判断DIと連動性の高い経済データとして、総務省「総消費動向指数¹(名目)」の前年同期比上昇率が挙げられる。また、飲食店の場合、総務省「サービス産業動向調査」の飲食店売上高の前年同期比上昇率との連

¹ 我が国における世帯全体の消費支出総額を月次で推定し、基準年の平均月額を100として指数化したもの。

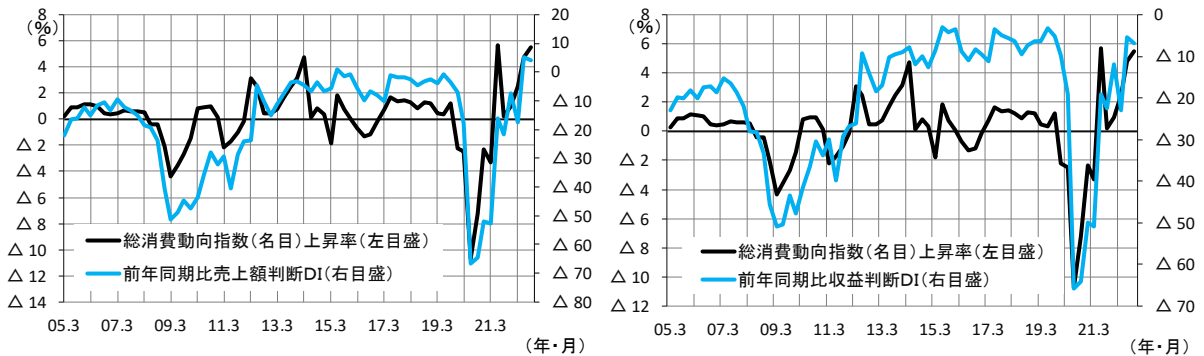
動性が高くなっている。消費全体の動きを色濃く反映する「総消費動向指数」よりも連動性がより高いことが窺え、理にかなった動きととらえられよう（図表5参照）。

（図表5）3業種の売上額判断DI・収益判断DIと各種経済指標の推移

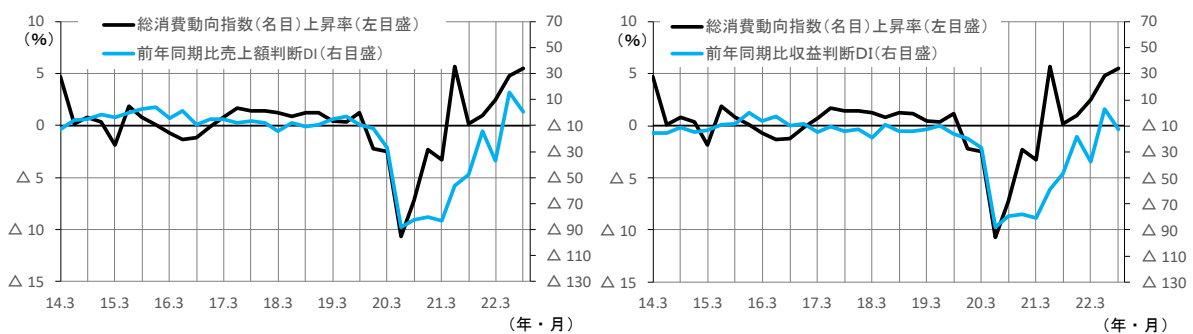
①小売業：対総消費動向指数（名目）前年同期比上昇率



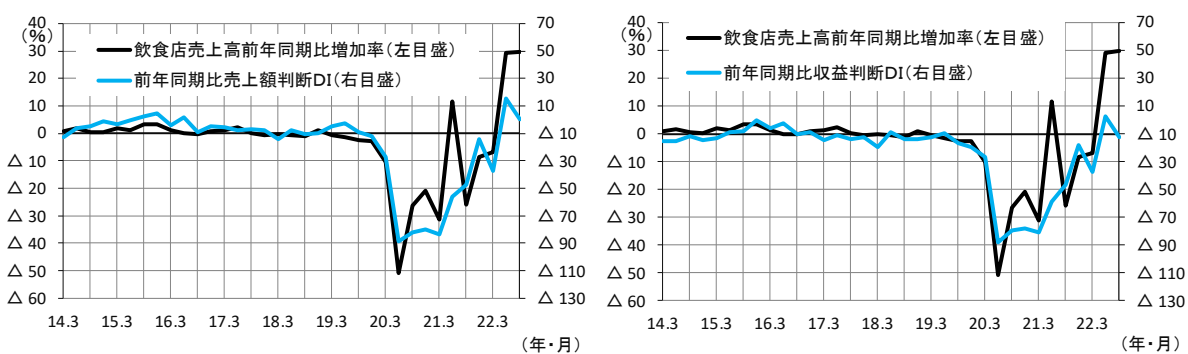
②サービス業：対総消費動向指数（名目）前年同期比上昇率



③飲食店：対総消費動向指数（名目）前年同期比上昇率



：対飲食店売上高前年同期比増加率



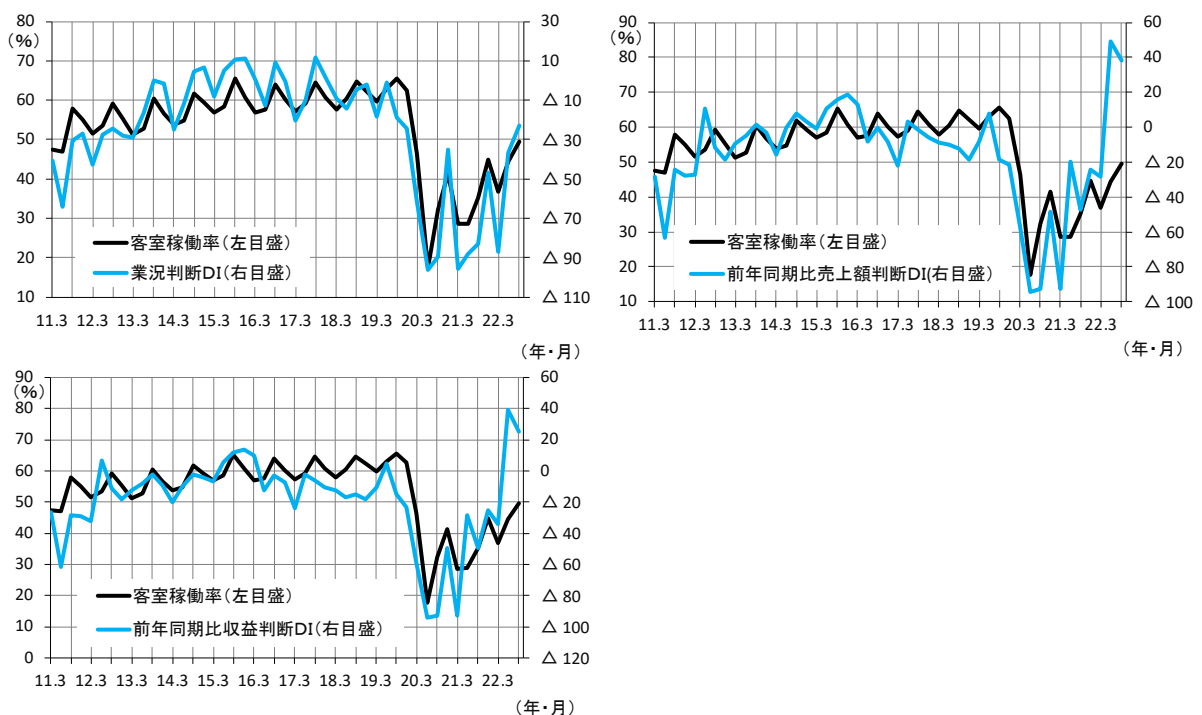
（備考）1. 飲食店売上高前年同期比増加率は、月次売上高の四半期平均の増加率で、2022年9月期は速報値
2. 出所は総務省「消費動向指数」、「サービス産業動向調査」

(2) ホテル・宿泊業

ホテル・宿泊業の場合、業況判断DI、売上額判断DI、収益判断DIいずれにおいても、上記の経済データ以上に、観光庁「宿泊旅行統計調査」から得られる客室稼働率（利用客室数÷総客室数）との連動性が高くなっている（図表6参照）。

なお、客室稼働率は回復基調をたどっているものの、足元の水準自体、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年当時に比べ低くなっている。前年同期との対比で増収増益となっていることを反映し、売上額判断DI、収益判断DIは急回復しているが、コロナ禍前の水準を回復していないとみられ、このことが業況回復の足かせになっていると推察される。

(図表6) ホテル・宿泊業の主要なDIと客室稼働率の推移



- (備考) 1. 客室稼働率は、月次の延べ宿泊者数と客室稼働率から四半期の客室稼働率を信金中央金庫が推計。なお、推計に使用した元データは2次速報値
 2. 出所は観光庁「宿泊旅行統計調査」

3. 消費関連4業種の主要なDIの先行きについて

本稿2. でみたとおり、消費関連4業種のうち、小売業、サービス業、飲食店の業況判断DIは、消費者態度指数にやや遅れて動く傾向がある。2022年に入り、消費者態度指数は急低下しているが、当研究所では個人消費の先行きについて、「この先も新型コロナウイルスの感染一服と再拡大が繰り返される可能性があり、感染拡大局面では個人消費の勢いが鈍るとみられるが、振幅を伴いつつも家計の消費行動は正常化に向かう」

と予想している²。

また、売上額判断D I、収益判断D Iは、実際の消費活動を表す代表的な経済データである総消費動向指数（名目）と高い連動性がみられる。消費の腰折れが回避される姿を前提とすれば、これら3業種の代表的なD Iも、先行き回復基調で推移することが期待できよう。

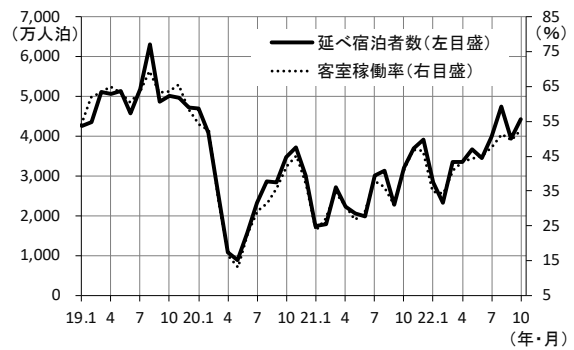
一方、ホテル・宿泊業の業況判断D I、売上額判断D I、収益判断D Iは、客室稼働率との連動性が高いが、ここ数年の客室稼働率は、需要動向を表す延べ宿泊者数とほぼ平行に推移している（図表7参照）。

2011年からの外国人の延べ宿泊者数の推移を年次ベースで追うと、新型コロナウイルス感染拡大前の2019年まで、日本人を上回る増加を示していたが³、2020年、2021年には厳格な渡航制限措置の影響により大幅減を余儀なくされている（図表8参照）。

最近の動きを月次のデータでみると、外国人については低調な状態が継続しているが、日本人については回復基調をたどっていることが確認できる（図表9参照）。

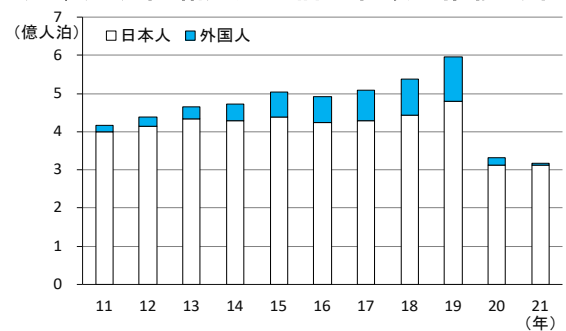
政府は10月11日から、「全国旅行支援」の実施を開始するとともに、訪日外国人観光客に係る水際対策を緩和した。今後の感染状況いかんといった面はあるものの、いずれも延べ宿泊者数の増加につながる対応であり、客室稼働率の上昇を通じてホテル・宿泊業の業況改善をもたらすことが期待される。また、国内での観光関連消費が盛り上がり、ホテル・宿泊業以外の消費関連産業の業況にも追い風となろう。

（図表7）延べ宿泊者数と客室稼働率の推移

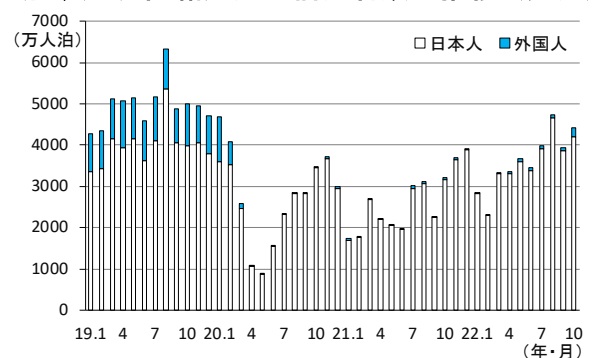


（備考）1. 2022年10月の数字は1次速報値、他は2次速報値
2. 図表8、9とも出所は観光庁「宿泊旅行統計調査」

（図表8）国籍別延べ宿泊者数の推移（年次）



（図表9）国籍別延べ宿泊者数の推移（月次）



（備考）図表7の備考1に同じ。

² 信金中央金庫 地域・中小企業研究所「経済見通し No. 2022-3」（2022年11月17日付）を参照

³ 2019年の延べ宿泊者の対2011年比増加数は、外国人が9,724万人泊と、日本人の8,144万人泊を上回っている。

おわりに

思えば、国民のワクチン接種の浸透を経て、特に2022年に入り、しだいにコロナ禍前の日常を取り戻しつつあった日本社会も、ここにきて新型コロナウイルス感染第8波の影響が気になるところである。他にも、ウクライナに対する地政学リスクの表面化、物価高の影響など、日本人の個人消費をめぐる環境には懸念材料もある。しかし、円ドル相場の影響もあって海外旅行が難しい分、国内旅行が見直されよう。加えて、10月には訪日外国人旅行者数が回復し、この傾向が今後も続くと期待され、彼らの旺盛な消費活動が経済活性化の一助になると期待したい。

一方、こうした消費関連業種の懸念材料の1つに人手不足がある。コロナ禍に見舞われて一度大きく減少した従業員を、業況改善後、にわかには補充しづらいことなどから、しだいに人手不足がネックとなる恐れがある。もっとも、それが社会全体の賃上げにつながる可能性もある。今後の消費関連業種の展開が注目されよう。

以上
(間下 聡)

本レポートのうち、意見にわたる部分は、執筆者個人の見解です。また当研究所が信頼できると考える情報源から得た各種データなどに基づいてこのレポートは作成されておりますが、その情報の正確性および完全性について当研究所が保証するものではありません。

【産業企業情報バックナンバーのご案内】

号 数	題 名	発行年月
2021-7	環境激変に挑む中小企業の「危機対応」②(建設業編) —同業者等との“連携”に見出す建設業の長寿企業の危機対応事例—	2021年 9月
2021-8	全国中小企業景気動向調査からみた中小企業の動向 —人手不足、仕入困難に悩まされる中小企業—	2021年 10月
2021-9	環境激変に挑む中小企業の「危機対応」③(商業編) —“不変の原理”を拠り所とする卸売業・小売業の長寿企業の危機対応事例—	2021年 12月
2021-10	全国中小企業景気動向調査からみた中小企業の動向 —仕入の困難と人手不足が深刻化—	2022年 1月
2021-11	中小企業における新型コロナウイルス感染拡大の影響と 「ポストコロナ」に向けた課題の整理	2022年 2月
2021-12	環境激変に挑む中小企業の「危機対応」④(飲食・宿泊業編) —新型コロナウイルス感染拡大に直面する飲食・宿泊業の長寿企業の危機対応事例—	2022年 3月
2022-1	ポスト・コロナを見据えた「脱炭素」の実現に向けて① —「脱炭素」の潮流—	2022年 4月
2022-2	全国中小企業景気動向調査からみた中小企業の動向 —仕入困難が深刻化—	2022年 4月
2022-3	ポスト・コロナを見据えた「脱炭素」の実現に向けて② —信用金庫として知っておきたい「脱炭素」のキーワード—	2022年 5月
2022-4	環境激変に挑む中小企業の「危機対応」(総括編) —事業存続の危機を乗り越えてきた長寿企業の“レジリエンス(復元力)” —	2022年 5月
2022-5	ポスト・コロナを見据えた「脱炭素」の実現に向けて③ —「地域脱炭素」の推進に向けた信用金庫への期待—	2022年 6月
2022-6	脱「価格競争」を実現する中小企業の「価値創造」とは(問題提起編) —付加価値額の確保・増大に向けて中小企業はいかに「価値創造」へ取り組むべきなのか—	2022年 6月
2022-7	脱「価格競争」を実現する中小企業の「価値創造」とは①(製造業編) —技術力やブランド力による「価値創造」が収益力向上へのキーワード—	2022年 6月
2022-8	ポスト・コロナを見据えた「脱炭素」の実現に向けて④ —企業における「脱炭素経営」の促進に向けて—	2022年 7月
2022-9	ポスト・コロナを見据えた「脱炭素」の実現に向けて⑤ —「地域脱炭素」に向けた地球温暖化対策の推進—	2022年 7月
2022-10	生の声から読み解く中小企業の実態 —全国中小企業景気動向調査(2022年4-6月期)より—	2022年 7月
2022-11	「新しい資本主義」で期待されるデジタル社会の実現 —セキュリティトークンの活用で期待される資金調達手段の多様化—	2022年 8月
2022-12	信用金庫の視点でひも解く 2022年版中小企業白書・小規模企業白書 —新たな時代へ向けた自己変革力・新たな時代へ向けた事業の見直しと地域内連携—	2022年 8月
2022-13	脱「価格競争」を実現する中小企業の「価値創造」とは②(建設業編) —適正な請負価格・工期を「価値創造」の突破口として好循環の経営サイクルへ—	2022年 9月
2022-14	ポスト・コロナを見据えた「脱炭素」の実現に向けて⑥ —脱炭素経営と中小企業—	2022年 10月
2022-15	中小企業の実情と新たな取り組み —全国中小企業景気動向調査(2022年7-9月期)コメントより—	2022年 11月
2022-16	サステナブルファイナンスの潮流① —ESG投資を巡る国内の動向—	2022年 11月
2022-17	中小企業におけるSDGsへの意識および取組状況の実態 —全国中小企業景気動向調査のアンケート結果より—	2022年 12月

*バックナンバーの請求は信金中央金庫営業店にお申しつけください。

信金中央金庫 地域・中小企業研究所 活動状況 (2022年11月実績)

○レポート等の発行状況

発行日	レポート分類	通巻	タイトル
22.11.2	産業企業情報	2022-15	中小企業の実情と新たな取組みー全国中小企業景気動向調査(2022年7-9月期)コメントよりー
22.11.4	ニュース&トピックス	2022-90	株式会社リンクアンドモチベーションのワークスタイル改革
22.11.4	内外金利・為替見通し	2022-8	政府は経済対策で物価高に対応し、日銀は景気優先で大規模緩和策を継続へ
22.11.8	ニュース&トピックス	2022-91	期待が高まるソーシャルボンドの普及に向けて
22.11.15	ニュース&トピックス	2022-92	注目を浴び始めた「生物多様性」
22.11.17	経済見通し	2022-3	実質成長率は22年度1.7%、23年度1.3%と予測ー世界経済の減速が下押し要因となるが、個人消費を支えに景気は回復基調を維持ー
22.11.21	産業企業情報	2022-16	サステナブルファイナンスの潮流①ーESG投資を巡る国内の動向ー
22.11.28	ニュース&トピックス	2022-93	人材マッチングによる中小企業の活性化に向けて①

○講演等の実施状況

実施日	講演タイトル	主催	講演者等
22.11.8	信用金庫の不動産活用の現状・動向	中国地区信用金庫協会	刀禰和之
22.11.9	内外経済・金融市場の現状と今後の見通し	長野県信用金庫協会	角田 匠
22.11.9	業界動向・ビジネスモデル等 (第7回経営戦略プランニング研修)	信金中央金庫 地域・中小企業研究所	刀禰和之
22.11.11	金融市場・経済指標の見方	瀧野川信用金庫	鹿庭雄介
22.11.16	業界動向・ビジネスモデル等 (第8回経営戦略プランニング研修)	信金中央金庫 地域・中小企業研究所	刀禰和之
22.11.24	内外経済の現状と2023年の展望	埼玉県信用金庫協会	角田 匠
22.11.28	ウィズ/アフターコロナを見据えた信用金庫経営の変化	四国地区信用金庫協会	刀禰和之
22.11.29	地域金融機関の課題、地域密着金融の取組み	静岡大学、 静岡県信用金庫協会	鉢嶺 実
22.11.30	業界動向・ビジネスモデル等 (第9回経営戦略プランニング研修)	信金中央金庫 地域・中小企業研究所	刀禰和之

<信金中央金庫 地域・中小企業研究所 お問い合わせ先>

〒103-0028 東京都中央区八重洲1丁目3番7号
 TEL: 03-5202-7671 (ダイヤルイン) FAX: 03-3278-7048
 e-mail: s1000790@FaceToFace.ne.jp
 URL <https://www.shinkin-central-bank.jp/> (信金中央金庫)
<https://www.scbri.jp/> (地域・中小企業研究所)