

(6) 東 海



東海地域では、景気は新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、持ち直しの動きがみられる。

- ・ 鉱工業生産は持ち直している。
- ・ 個人消費は持ち直している。
- ・ 雇用情勢は感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる。

(注) 下線を付した箇所は、前回からの変更のあった箇所を表す(は上方に変更、 は下方に変更)。

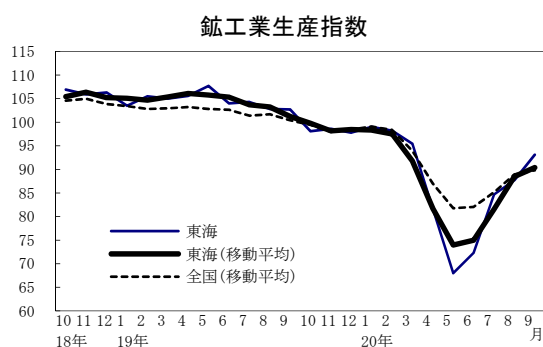
前回からの主要変更点

	前回 (令和2年9月)	今回 (令和2年12月)	
景況判断	新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、このところ持ち直しの動きがみられる	新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、持ち直しの動きがみられる	→
鉱工業生産	一部に持ち直しの動きがみられる	持ち直している	↑
個人消費	このところ持ち直している	持ち直している	→
雇用情勢	感染症の影響により、弱い動きとなっている	感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる	↑

1. 鉱工業生産の動向

鉱工業生産は持ち直している。

7－9月期の鉱工業生産は、「輸送機械」は乗用車、自動車部品等が増加したこと、「鉄鋼・非鉄金属・金属製品」は鋼板、特殊鋼鋼材等が増加したこと等により、前期比 19.6%増となった。



- (備考) 1. 2015年＝100、季節調整値。東海の最新月は速報値。
 2. 全国及び東海の太線は中心3か月移動平均。
 直近月は2か月平均。
 3. 東海は内閣府にて算出。

域内主要業種の動向(季節調整値、前期(月)比) (%)

	付加価値 ウェイト	生産				
		4－6 月期	7－9 月期	7月	8月	9月
輸送機械	40.1	▲39.4	49.5	40.0	6.8	10.3
電子デバ、電気・機械通信	13.3	▲11.5	5.5	4.1	4.5	0.9
石油・石炭、化学、プラスチック	13.0	▲11.3	4.3	4.4	▲0.7	5.6
鉄・生産・業務用機械	11.2	▲11.2	▲2.6	0.0	▲0.8	1.1
鉄鋼業、非鉄金属、金属製品	6.4	▲26.1	21.2	18.4	8.5	5.8
鉱工業	100.0	▲24.2	19.6	17.2	3.5	6.2

- (備考) 1. 地域における付加価値ウェイトの高い5業種。
 2. 7－9月期、9月は速報値。
 3. 業種は内閣府にて分類。

2. 個人消費の動向

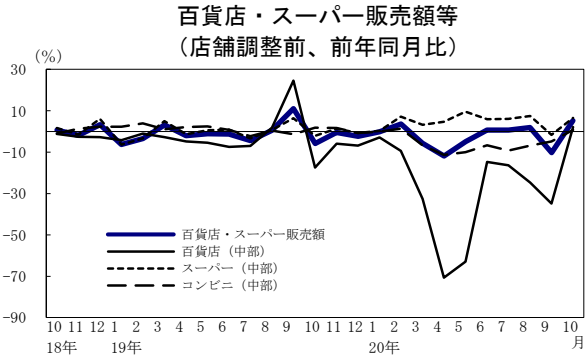
個人消費は持ち直している。

(1) 地域別消費総合指数（RDEI（消費））

7－9月期は前期比6.0%増となった。

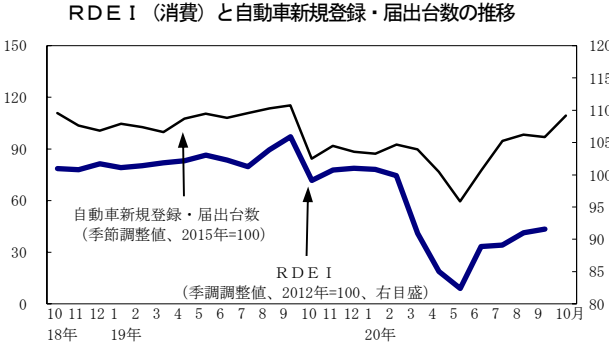
(2) 百貨店・スーパー販売額

百貨店・スーパーは、4－6月期は前年同期比5.3%減、7－9月期は同2.7%減となり、減少幅が縮小している。



	2020年7-9月	2020年7月	8月	9月	10月
RDEI（消費*1）	6.0	0.3	2.1	0.6	—
百貨店・スーパー*2	▲2.7	0.7	1.9	▲10.3	5.3
百貨店*3	▲25.6	▲16.3	▲24.7	▲34.8	2.1
スーパー*3	3.9	6.1	7.5	▲1.7	6.5
コンビニ*3	▲6.9	▲9.2	▲6.8	▲4.8	0.7
乗用車*4	▲15.1	▲15.1	▲15.3	▲14.9	33.4
(季節調整値)*4	35.7	22.2	3.9	▲1.5	12.9

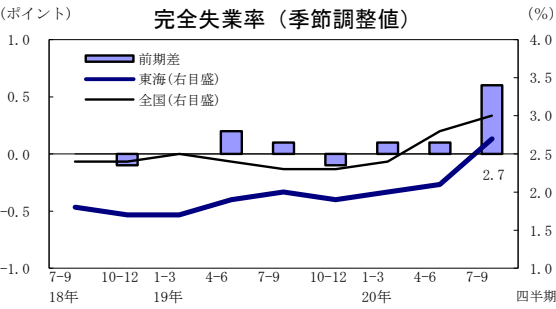
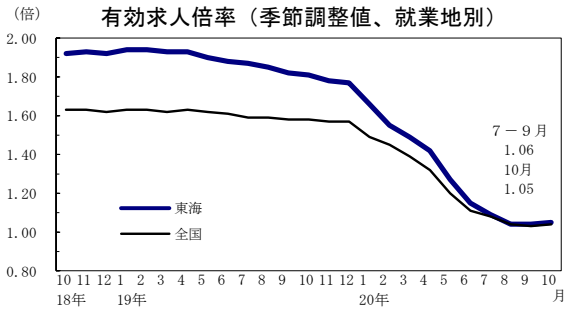
- (備考) 1. 季節調整前(前期(月)比 (%)
2. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)
- 百貨店・スーパーは内閣府にて算出。
- 2020年10月は速報値。
3. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)
- 百貨店、スーパー及びコンビニは、経済産業省の中部（富山、石川、岐阜、愛知、三重）の値。
- 2020年10月は速報値。
4. 乗用車は、新規登録・届出台数（上段は前年同期(月)比 (%)）



3. 雇用情勢

雇用情勢は感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる。

有効求人倍率は低下している。完全失業率は前期を上回っている。



(13) 景気ウォッチャー調査（令和2年10月調査）景気判断理由の概要

6. 東海

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野	判断	判断の理由
現 状	家計 動向 関連	○
		□
		▲
		×
	企業 動向 関連	□
		○
		▲
	雇用 関連	□
		○
	その他の特徴 コメント	◎：10月よりG o T o T r a v e lキャンペーンに東京都が追加されるなど、3か月前と比べて明らかに来客数が伸長している（コンビニ）。 ○：9月以降、政府の新型コロナウイルス対策であるG o T o E a tキャンペーンなどG o T oキャンペーンの効果が、販売量から実感できる（その他飲食〔ワイン輸入〕）。
先 行 き	分野	判断
	家計 動向 関連	□
		▲
	企業 動向 関連	□
		○
	雇用 関連	□
	その他の特徴 コメント	○：G o T oキャンペーンの追い風もあり、現在よりも良くなる。新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、地域限定クーポン等も購買力につながっており、まだ良くなる状況が続くと判断する（観光型ホテル）。 ○：完成車メーカーの生産動向やスクラップ価格が少し高くなっているため、景気は良くなると思われる（輸送用機械器具製造業）。

(D I) 現状・先行き判断D I（東海）の推移（季節調整値）

