

報道機関各位

財団法人東北活性化研究センター
「内閣府 景気ウォッチャー調査 平成23年12月東北分
(新潟を含む東北7県)」について

財団法人東北活性化研究センター（会長：高橋宏明・東北電力㈱取締役会長）は、このほど、「内閣府 景気ウォッチャー調査 平成23年12月東北分（新潟を含む東北7県）」についてとりまとめましたのでお知らせいたします。

【基調判断】

●今月の基調判断…東北地域の景気は

「東日本大震災の影響があるなか、持ち直しの動きは緩やかになっている」

（据え置き）

- ・建設・住宅等の震災復興関連で堅調な動きがあり、冬物衣料等の季節商材にも一部動きがみられるものの、風評被害や円高の影響に加え、低価格志向や買い控えの傾向も続いており、客足や売上には厳しさもうかがえる。一方、先行きは円高や消費税増税論議などの懸念材料に加え、低価格志向や買い控えの傾向と風評被害は解消されないが、建設・住宅等の震災復興関連の需要が見込まれるほか、年度替わりの需要期やエコカー補助金制度復活への期待がうかがえる。このことから、総合的には東日本大震災の影響があるなか、持ち直しの動きは緩やかになっていると判断される。

【調査結果のポイント】

(1) キーワード

- ・プラスのキーワード
…復興需要（現状、先行き）、冬物（現状、先行き）、天候（現状）
- ・マイナスのキーワード
…低価格志向・買い控え（現状、先行き）、消費税増税（先行き）、為替・株式（先行き）

(2) 現状判断（3か月前との比較、方向性）

- ・現状判断DI「49.6」（▲0.2）は、2か月連続で前月を下回るもののほぼ横ばいである。また、景気判断の基準となる50を2か月連続で下回る。
- ・家計動向は、復興需要や年末商戦、衣料等で一部に動きがみられるものの、低価格志向や買い控えの傾向が根強いことに加え、消費税増税論議や風評被害が尾を引き、客足や売上に厳しさもうかがえる。DIは「46.7」（▲1.7）と2か月連続で前月を下回り、景気判断の基準となる50を5か月連続で下回った。
- ・企業動向は、農業における風評被害や自動車部品など製造業における円高の影響が続いているほか、一部で供給過剰や価格競争により販売単価が低迷しているものの、震災復

興関連で建設や住宅、飲食・小売などに動きがある。DIは「51.3」(+0.7)と小幅ながら2か月連続で前月を上回り、景気判断の基準となる50を7か月連続で上回った。

- ・雇用動向は、建設や住宅等の震災復興関連の求人を中心に動きがあり、有効求人倍率は上向きの傾向が続いている。しかしながら、短期の募集が多いなど、雇用環境が厳しい状況は変わらない。DIは「65.5」(+8.4)と2か月ぶりに前月を上回り、景気判断の基準となる50を6か月連続で上回った。

(3) 先行き判断(3か月先の見通し、方向性)

- ・先行き判断 DI「47.2」(+0.6)は、2か月ぶりに前月を上回るもののほぼ横ばいで、景気判断の基準となる50を5か月連続で下回る。
- ・家計動向は、一部で引き続き震災復興関連の需要が見込まれるほか、年度替わりの需要期やエコカー補助金制度復活に期待があるものの、低価格志向や買い控えの傾向は続き、風評被害や消費税増税論議などによる消費への影響も懸念されている。DIは「44.3」(▲1.4)と2か月連続で前月を下回り、景気判断の基準となる50を20か月連続で下回った。
- ・企業動向は、円高や欧州の信用不安などを背景とした先行き不透明感は払拭されず、景気回復の材料に乏しいとの見方もあるが、建設や住宅、飲食・小売などは、引き続き震災復興関連の需要が見込まれる。DIは「51.3」(+5.0)と2か月連続で前月を上回り、景気判断の基準となる50を4か月ぶりに上回った。
- ・雇用動向は、円高の継続や欧州の信用不安などのマイナス材料から、雇用環境の大幅な改善は期待できないとの見方があるものの、震災復興関連を中心に求人の堅調な動きが続く。DIは「58.3」(+4.7)と2か月ぶりに前月を上回り、景気判断の基準となる50を8か月連続で上回った。

以上

<添付資料>

- 調査結果の概要

<お問い合わせ先>

財団法人 東北活性化研究センター(担当:木村)
〒980-0021 仙台市青葉区中央2-9-10
TEL: 022-222-3394 FAX: 022-222-3395

【調査結果の概要】

1. 今月の基調判断

景気ウォッチャーの判断によれば、東北地域の景気は、東日本大震災の影響があるなか、持ち直しの動きは緩やかになっているとのことである。

2. 今月のDI※

(1) 現状判断（方向性）DI

3か月前との比較である現状判断DIは、「49.6」（▲0.2）と2か月連続で前月を下回るもののほぼ横ばいで、景気判断の基準となる50を2か月連続で下回った。

	22年		23年											
	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
東北現状	42.0	45.1	42.8	48.9	16.8	23.5	35.7	52.8	59.5	49.9	47.8	50.4	49.8	49.6
家計動向関連	40.1	44.2	40.0	48.2	15.3	25.2	36.6	52.3	59.6	46.6	44.4	48.9	48.4	46.7
企業動向関連	45.1	47.6	44.5	50.0	18.2	23.1	36.5	59.9	57.5	52.5	52.6	50.0	50.6	51.3
雇用関連(参考)	47.6	46.6	57.1	51.2	23.8	13.6	28.6	42.9	63.1	66.7	60.7	60.7	57.1	65.5

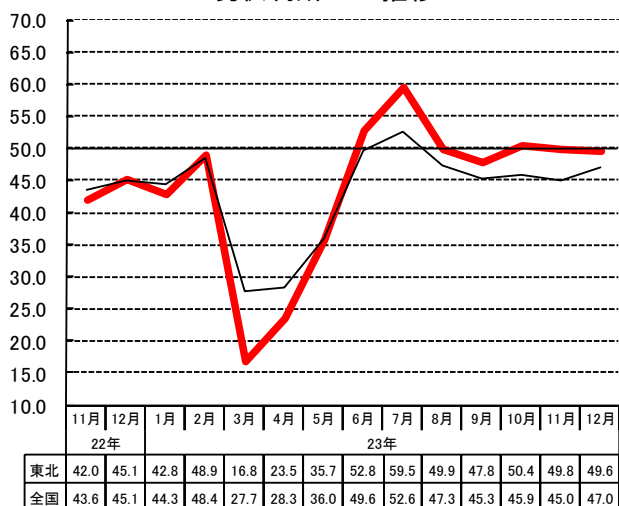
(2) 先行き判断DI

3か月先を予想する先行き判断DIは、「47.2」（+0.6）と2か月ぶりに前月を上回るもののほぼ横ばいで、景気判断の基準となる50を5か月連続で下回った。

	22年		23年											
	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
東北先行き	40.1	43.5	47.9	47.6	21.1	36.7	45.4	49.2	51.0	48.6	46.7	49.4	46.6	47.2
家計動向関連	40.7	42.6	47.5	47.4	20.7	36.1	43.5	47.1	47.4	45.4	45.3	49.6	45.7	44.3
企業動向関連	37.2	45.1	47.6	46.2	19.6	39.1	47.3	53.3	56.3	54.4	49.3	45.6	46.3	51.3
雇用関連(参考)	41.7	46.6	51.2	51.2	26.2	36.4	54.8	56.0	64.3	59.5	51.2	54.8	53.6	58.3

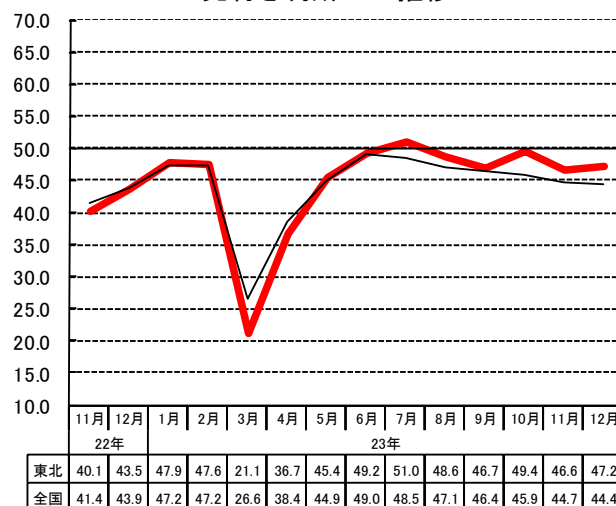
※DI（Diffusion Index）について…50を基準とし、50を超えると景気が良い方向にあることを示す。

現状判断DIの推移



— 東北 — 全国

先行き判断DIの推移



— 東北 — 全国

3. 調査の概要

調査期間 平成23年12月25日～31日

回答者数 198/210名、回答率94.3%（全国1,828/2,050名、89.2%）

4. 特徴的と思われる判断理由（ウォッチャーのコメントから抜粋）

（1）現状判断理由

○「良くなっている」

（衣料品専門店）…リクルートの客や成人式の客など、震災需要以外でも来客数が順調に伸びている。

（飲食料品卸売業）…震災関連の出張者による夜間人口の増加を背景に、繁華街の飲食店向けの出荷は好調を維持している。また、忘年会シーズンも重なり、清酒は店頭の商品が不足する状況になっている。

（人材派遣会社）…震災雇用と関連のないオーダーが増え、順調に決まり始めている。様子見をしていた人材側もようやく動きを見せ始めており、1～3月までの激しい陣取り合戦が始まる気配がうかがえる。

○「やや良くなっている」

（百貨店）…秋冬物の基幹アイテムである婦人コートやセーター、ショートブーツの売上の伸びが顕著となっている。歳暮商戦も、中元期に見られた震災のお見舞返しの需要は激減したものの、前年を上回る伸びを示しており、1年間お世話になった方へのご挨拶といった意味合いの需要が増えている。

（スーパー）…クリスマス、年末年始と高単価の刺身盛り合わせ、すき焼き、寿司、オードブル等の家族で過ごすためのご馳走商品の売上が伸びている。また、お歳暮やおせちも好調となっている。

（家電量販店）…被災地の復興需要が見られる。暖房器具を中心に買換え需要の平均単価が上がっている。

（乗用車販売店）…軽自動車の新型車発売に伴い、販売が好調に推移している。また、相乗効果で、他車種の売行きも少し伸びてきている。

（靴専門店）…前年より早い積雪により、冬物商材の動きが活発となっている。

（広告業協会）…震災の影響で年末年始の広告受注状況はかなり悪くなると予想していたが、予想に反して例年通りに戻っている。年始の初売りなどは相当期待が持てそうだと、福袋などは前年以上の準備をしているようである。

（経営コンサルタント）…飲食店や小売店は前年比で大幅な増収となっているところが多くなっている。

（公認会計士）…クライアントの月次状況、決算状況を見ると、建設関係の設備会社、塗装会社、リフォーム会社等、また小売関係の生活用品小売会社等の業績が急速に改善している。

（新聞社〔求人広告〕）…スーパー、冠婚葬祭業、介護施設等で緩やかではあるが、求人の動きが見られる。また、求人広告のオーダーが増えてきている。

（職業安定所）…新規求人数が前年同月比で引き続き増加している。また、有効求人倍率も6か月連続で前月を上回っている。

○「変わらない」

（百貨店）…歳暮商戦は、前年より良い結果が残せそうである。来客数の増加に加え、海外ブランドの好調さが、1人当たり平均購入額や商品1点当たり平均単価のアップに寄与している。また、食品においても高単価商品が好調で、おせちとクリスマスケーキは前年比2割増しで推移している。

（スーパー）…日常の買物での節約傾向、低単価傾向は相変わらず続いている。ただし、年末のイベント時の家族での内食などには単価の高いワンランク上の商品を購入する傾向があるなど、お金の使い分けが明確になっている。

（衣料品専門店）…男性は長く着用できる、トレンドを加味した商品を、女性はタンス在庫にない、トレンドを加味した商品を中心に、比較的単価の高い商品を購入する傾向が強くなっている。

（乗用車販売店）…タイの洪水被害から生産、供給共に回復しつつあるものの、特に売れ筋である新型エコカーが供給不足で、客先への納期が遅れている。加えて、エコカー補助金制度の復活に伴い、年明け登録希望客が増えたことが重なり、販売及び売上の回復がやや遅れ気味である。

（住関連専門店）…客の買物姿勢は非常に慎重であり、まとめ買いをしない。また、新築の客が例年より少ない。

(ガソリンスタンド)…冬場に入り、寒波襲来に合わせて需要が増え、燃料の販売が好調である。また、冬タイヤの販売が好調に推移しているため、売上が伸びている。ただし、販売単価が下降気味であり、収益の面では厳しくなっている。一方、年末を迎えて需要が好調な灯油は、仕入れ価格が上がってきているものの、販売価格への転嫁が厳しく、収益が落ちてきている。総じて売上が好調なため、全体的には改善してきている。

(都市型ホテル)…宿泊に関しては、復興特需の関係で好調に伸びている。忘年会については、例年とほぼ同様の売上となっている。クリスマスやディナーショーなど各種イベントも売上は順調に伸びている。

(木材木製品製造業)…住宅部材の供給過剰により販売単価が低迷し、採算が悪い。

(一般機械器具製造業)…自動車部品については、受注はやや回復してきているが、輸出については現状の為替水準では全く採算が取れない状況にある。

(建設業)…災害廃棄物関連案件の大型出件が一巡しつつあるが、その他の震災関連対応は継続して出件している。

(企画業)…津波で被災した住宅の改修が一段落し、改修に比べて受注価格が高額となる新築需要が増えている。需要に供給が追いつかない現状となっている。

(職業安定所)…建設業で、震災復旧のための求人が増加している。新規求人数は前年同月比で大幅に増加し、8か月連続での増加となっている。

(職業安定所)…タイの洪水被害の影響から、国内で代替生産するために製造業の派遣求人が増加している。ただし、これも一時的なものであり、需要が回復しているためではない。また、自動車関連産業は受注が止まった状態で、厳しい状況が続いている。

○「やや悪くなっている」

(百貨店)…来客数の減少により生鮮3品を中心とした食品が厳しい。原発関連の報道がなされる度、その対象となった商品の買上点数が減少している。また、復興イベントなどは一極集中であり、人の流れも商品の量もそちらに集中するため大変厳しい。

(スーパー)…競合店のチラシ価格が非常に強くなってきており、客もチラシ価格で店舗を使い分ける傾向が強くなってきているなど、生活防衛感が強まっている様子が見られる。

(コンビニ)…客単価は前年比100%を維持しているが、来客数が伸びず前年割れをしている。また、客は必要以外のものを買わなくなっている。

(酒類専門店)…パックや地元の定番商品の動きが良い反面、利益率の高い商品が非常に苦戦している。売上平均単価が非常に下がっている。売上を確保しても、非常に苦しい状況が続いている。

(観光型旅館)…ここにきて直近の予約キャンセルが増えており、キャンセル後の空室が売れない状況である。近隣の旅館では、思い切った価格施策で集客を図っているようだが、赤字商品を販売することはできず、その値段にはついていけない。

(食料品製造業)…年末の歳暮ギフトの市場が縮小しているようで、ギフト商品の受注が年々落ちている。

(飲食料品卸売業)…商品の販売価格は、価格競争が激しいことに加え、1人当たりの買上単価及び買上点数が低くなっており、全体的に前年割れをしているという話をよく聞く。

○「悪くなっている」

(スーパー)…9月に大手チェーン店、11月に地元のスーパーマーケットがオープンしたことで価格競争が激化しており、原価割れを起こしている。

(住関連専門店)…歳末企画では来客数も少なく、販売量も前年及び前月と比較しても激減している。受注も前年比50%程度となっている。

(農林水産業)…りんごの注文は例年の2、3割程度となっている。加えて、風評被害も続いているため、販売単価も例年より1割程度安く設定している。

(2) 先行き判断理由

○「良くなる」

(乗用車販売店) …1月の初売り、2～3月の需要期に加え、エコカー補助金制度の復活が後押しになり、かなり良くなることが期待できる。

○「やや良くなる」

(百貨店) …震災から1年を迎える3月までは、衣料品や生活用品の買換え需要は続く。また、3月の新生活準備の需要は伸びることが予想される。

(衣料品専門店) …寒波の後押しもあり、トレンドに敏感な層に加え、一般客による普段着需要が増えることが予想される。

(通信会社) …12月が予想を上回る回復だったことから、3月に向けて新規加入も上向きの傾向で推移するとみている。特に3月は、年度末の異動や入学及び進学などの効果もあり、上向きが予想される。

(建設業) …高速道路整備の大型案件や除染関連事業の出件等が見込まれる。

(広告業協会) …来年は地元水産加工品の復興、被災3県での地上デジタル放送への移行、不動産市場の活性化などがあり、広告市場は活況を呈することが予想される。

(人材派遣会社) …建設、建築、資材及び設備に関連した業界で、引き続き高い需要が期待できる。

(職業安定所) …4月以来、求人倍率が上昇傾向にある。この流れは当分変わらないとみている。

○「変わらない」

(百貨店) …1月セール、2月以降は卒業及び入学、マザーニーズ、新生活とイベント、打ち出しが盛り沢山となっている。ひとつひとつしっかり計画し、修正していくことで、今年の4月から続く前年及び予算のクリア連続達成は必至である。天候にもよるが、流れに乗っているため、この春の商戦は変わらずに行けるのではないかとみている。

(スーパー) …競合店との価格競争は激化し、現状同様厳しい状況が続くとみている。消費も正月のイベント明け以降は節約ムードになり、通常消費に戻る。

(衣料品専門店) …冬物セールの反応から、販売量は今後も伸び悩むと予想している。春物の本格的な動きにはまだ早く、売上アップは期待できない。

(一般レストラン) …客の様子を見ていても、羽目を外さなくなっている。この先も、高価なレストランなどに足を運ぶ人が増えるとは考えられず、現状のような状態が続く。

(観光型旅館) …春に大型の予約が決まっており、売上として見込んでいる。人件費等の経費削減策も終了し、減額していた給与も元に戻る予定である。しかし、これまでのマイナス分を埋め合わせるのみであり、給与が戻っても消費にはつながらない。苦しいという感覚はぬぐえない。

(都市型ホテル) …宿泊に関しては好調のまま推移している。比較的直近での予約が多いため判断しにくい面もあるが、現在の好調が持続するとみている。

(遊園地) …東日本大震災でキャンセルとなった近隣の小学校の修学旅行について、各県の旅行代理店を訪問してPRをしてきた。大半は戻りそうな見通しであるが、戻るまで年数がかかりそうなどころも少ない。

(住宅販売会社) …受注量はあるが、震災により作業員が不足しており、現場の進捗に支障が出ている。

(電気機械器具製造業) …タイの洪水被害の影響がまだ残り、電気製品の生産回復に至らないことが要因となり、製品価格の回復は当分先の見通しとなる。また、円高による輸出事業への影響は半年先まで続くと予想される。

(金融業) …エコカー補助金制度の復活や春先以降の住宅需要も期待されるが、欧州の信用不安や海外経済の不確実性など景気下振れリスクも否めず、総じて現状のまま推移する。

(飲食料品卸売業) …年が明けても、復興関連での人や物の動きは活発な状況が続く、中心市街地の飲食店や納入する小売店の忙しさは続くと思われる。また、被災地における仮設店舗などでの営業再開

が増えており、飲食や小売に関しても見通しは明るい。

(金属工業協同組合) …受注に動きは見られるものの、安定しておらず、受注量の増減が激しいといったこともあり、先行きは全く不透明である。

(人材派遣会社) …住宅関連や小売店の求人数は相変わらず堅調であるが、電力会社や金融関連機関のシステム投資が控えられている。

(職業安定所) …円高や欧州の信用不安等により、先行きの不安材料が解消されず、労働力需要は依然として弱含みである。

(職業安定所) …新規求人数は増加しているものの短期の募集も多く、また、求職者数も増加してきており、雇用環境が良くなる材料は見当たらないが、急激に悪化することも考えにくいことから、あまり変化はないとみている。

○「やや悪くなる」

(商店街) …震災復興税や消費税増税など、消費を抑制する話題が多すぎるため、やや悪くなる。

(医薬品販売店) …全般的に何か悪い方向に向かっているという印象がぬぐえない。来客数、販売量、客単価、共にあまり良くなく、必要な物だけを買うといったつましい買い方をしているのが現状である。今後もそれは変わらない。

(スーパー) …景気は依然として低迷した状態にあり、買い控えの傾向は長期間続きそうである。来客数こそ前年並みで推移しているが、1品単価及び客単価は上がらず、売上は回復しないままである。競合店の出店も迫っており、売価も下げざるを得ない状況が続き、ますます厳しくなるとみている。

(酒類専門店) …春先の異動シーズンまで好転する材料に乏しく、風評によると思われる消費の落ち込みや、仕入価格が高騰する可能性がある。政府や県などの対応も期待できない状況では、厳しい見方をせざるを得ない。

(観光型ホテル) …例年利用してくれている団体においても、縮小並びに中止となっているものが多々ある。また、農家や漁家が楽しみにしている1泊温泉も例年と比べ数が減っている。週末はそこそこの入込であるが、本当の意味での好転はまだ先である。

(電気機械器具製造業) …復興景気がある一方で、リスク分散や事業継続計画の関連で発注が外部へ流れている状況が増えてきており、やや悪くなる。

(職業安定所) …派遣求人減少し、求人数はこのまま推移していくとは考えられない。ただし、震災復興関連での求人が増加してくれば、この限りではない。

○「悪くなる」

(スーパー) …価格競争が激しさを増していることに加え、今後の増税や手取り収入の減少が懸念材料となっている。

(コンビニ) …子どもが新学期を迎える前に引越しをするというような話もまだ耳にするので、この先も景気の低迷が続く可能性が高い。

(一般機械器具製造業) …欧州の信用不安等により先行きは不透明である。また、輸出環境が極めて厳しい状況が続くと予測している。

東北地域に関する解説は、当センターの責任でまとめたものです。

以上