

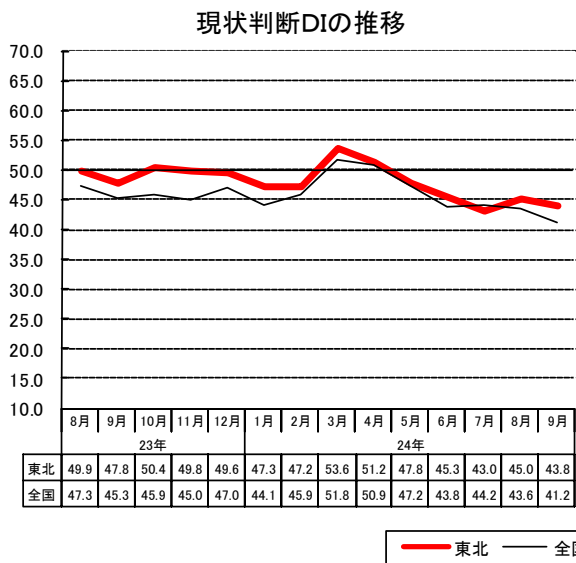
報道機関各位

公益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24年9月東北分  
 (新潟を含む東北7県)」について

公益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(株)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24年9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。

**1. 現状判断（3か月前との比較、方向性）**

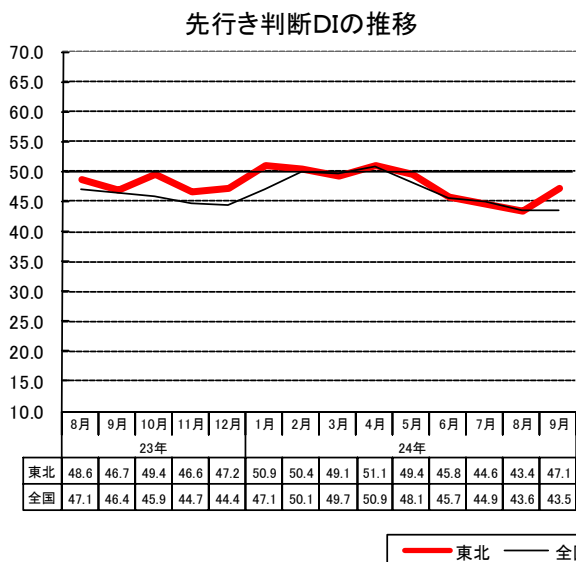
現状判断DI「43.8」（▲1.2）は、2か月ぶりに前月を下回り、景気判断の基準となる50を4か月連続で下回った。



- ・家計動向…厳しい残暑により、秋物商材の立ち上がりに遅れがみられる。DIは「42.1」（▲1.3）と2か月ぶりに前月を下回り、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…多業種にわたり、受注環境に厳しさがみられる。DIは「45.1」（▲1.2）と2か月ぶりに前月を下回り、景気判断の基準となる50を6か月連続で下回った。
- ・雇用動向…DIは「52.3」（▲1.1）と2か月ぶりに前月を下回ったが、景気判断の基準となる50を15か月連続で上回った。
- ・プラスのキーワード：（なし）
- ・マイナスのキーワード：天候、競争

**2. 先行き判断（2～3か月先の見通し、方向性）**

先行き判断DI「47.1」（+3.7）は、5か月ぶりに前月を上回ったものの、景気判断の基準となる50を5か月連続で下回った。



- ・家計動向…小売における前月の悲観が改善した。DIは「46.2」（+6.0）と5か月ぶりに前月を上回ったが、景気判断の基準となる50を29か月連続で下回った。
- ・企業動向…建築、建設関連の見通しは明るいですが、それ以外の多くの業種では需要の低迷もしくは悪化が見込まれている。DIは「49.4」（▲1.2）と2か月ぶりに前月を下回り、景気判断の基準となる50を2か月ぶりに下回った。
- ・雇用動向…DIは「48.9」（▲2.2）と2か月ぶりに前月を下回り、景気判断の基準となる50を2か月ぶりに下回った。
- ・プラスのキーワード：天候
- ・マイナスのキーワード：日中関係、競争、低価格志向

※特徴的と思われる判断理由（ウォッチャーコメントからの抜粋）については、別紙をご参照ください。

## <参 考>

### ■DIの推移

#### (1) 現状判断(方向性)DI

	23年					24年								
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
東北現状	49.9	47.8	50.4	49.8	49.6	47.3	47.2	53.6	51.2	47.8	45.3	43.0	45.0	43.8
家計動向関連	46.6	44.4	48.9	48.4	46.7	43.9	43.0	52.3	50.2	47.0	42.7	41.0	43.4	42.1
企業動向関連	52.5	52.6	50.0	50.6	51.3	50.0	51.2	51.3	47.5	46.9	48.8	46.3	46.3	45.1
雇用関連(参考)	66.7	60.7	60.7	57.1	65.5	64.3	66.7	66.7	64.8	54.5	55.7	50.0	53.4	52.3

#### (2) 先行き判断DI

	23年					24年								
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
東北先行き	48.6	46.7	49.4	46.6	47.2	50.9	50.4	49.1	51.1	49.4	45.8	44.6	43.4	47.1
家計動向関連	45.4	45.3	49.6	45.7	44.3	48.4	48.2	46.9	49.5	49.3	43.8	43.3	40.2	46.2
企業動向関連	54.4	49.3	45.6	46.3	51.3	54.3	54.9	51.3	55.6	48.8	49.4	48.8	50.6	49.4
雇用関連(参考)	59.5	51.2	54.8	53.6	58.3	60.7	56.0	59.5	53.4	51.1	52.3	45.5	51.1	48.9

### ■調査の概要

調査期間 平成24年9月25日～30日

回答者数 206/210名、回答率98.1%(全国1,852/2,050名、90.3%)

以上

<お問い合わせ先>

公益財団法人 東北活性化研究センター(担当:佐藤(健))

〒980-0021 仙台市青葉区中央2-9-10

TEL:022-222-3394 FAX:022-222-3395

## <別 紙>

### ■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

##### ○「やや良くなっている」

（住関連専門店）…特に企画等に行っていないが、仏壇の売上が前月、前々月より伸びており、来客数も多くなっている。

（観光名所）…天候に恵まれたせいか、来客数は前々年まではいかなかったが、前年比オーバーできている。売店に関しては、来客数の前年比以上に売上が伸びている。ちょっと無駄買いをしてくれるようになったようである。

（司法書士）…開発業者による一定規模の土地取得などが見られ、新たな住宅分譲地の取引が見込まれる。

（新聞社〔求人広告〕）…リフォーム、建設関係が主であった求人業種は、タクシー、運送、福祉施設など業種が幅広くなり、求人広告量も増えている。

##### ○「変わらない」

（スーパー）…来客数は前期比 95%台、売上は同 85%と、買上点数の伸び悩みが原因で、客単価減、売上マイナスの状況は3か月前と変わらない状況である。競合店のチラシディスカウントや早朝割引等の影響で、チラシ商品以外の買上点数がマイナス傾向にある。

（住関連専門店）…当社は年配者の顧客が多いためか、特に今年の猛暑による来客数が極端に減少しており、その影響が最近まで続いた。多少は回復してきたが、遅れを当月だけではカバーしきれない。

（酒類専門店）…9月に入ると販売量がぐっと下がり消費が止まった感がある。お盆を過ぎて平常に戻ったということなのだろうが、今月は特に飲食店への販売量の減少が顕著になっている。このままの状況が続けばお得意先が閉店に追い込まれるなどの影響もあるのではと懸念している。

（通信会社）…例年であれば9月からは、新規加入者も徐々に増加していくところだが、猛暑が続いたせいか、生活必需品ではない有料テレビやインターネットといったエンターテインメントにお金をかける動きにブレーキがかかっている。また、大手の同業他社の値下げ競争にも巻き込まれ、解約者が若干増加している。

（テーマパーク）…復興支援を目的とした客は、お土産品の購入で単価が高いものの、一般旅行客等については、シビアな買い方をしており、総じて単価は上がっていない。

（食料品製造業）…季節限定の商品はそこそこ動いたが、お土産需要全体としては動きが良くない。

（出版・印刷・同関連産業）…今まで随意契約でもらっていた仕事が、見積競争をさせられたりしており、受注量が減ったりするケースが出てきている。

（建設業）…予測していたほど大手建設業向けの公共事業が出件していない。一方で、地元建設業向けの公共事業は多数出件しており、資機材や労務費は高止まりの傾向にある。全体的にこう着している状態と見ている。

（通信業）…小案件ではあるが契約増傾向にあり、上半期は例年並に目標を達成できそうである。

（職業安定所）…新規求人は引き続き高水準で推移している。大きな企業整備もなく新規求職者が減少していることから、有効求人倍率は上昇傾向が続いている。

##### ○「やや悪くなっている」

（医薬品販売店）…3か月前と比べてやや来客数が落ちている。震災後の混乱時や店舗移転後ですら変わらず定期来店があった客が、最近来店が間遠になったり、途絶えてしまっていることに気が付くことが多い。それでも極端な来客数の減少に見舞われないのは、広告宣伝費だけは削らないでおり、一定の新客が入るためである。

（コンビニ）…客単価はほぼ 100%を維持しているが、来客数は前年比で5%ほど下回っている。

（衣料品専門店）…残暑が厳しすぎて、秋物の動きが例年に比べて遅くなっている。普通は気温が下がってしばらくたてば動き出すのだが、今年は終盤まで暑さが続いたので、秋物への移行には少し時間がかかるのではないかと。現状は苦戦している。

(乗用車販売店)…前年の9月は復興需要の発生、新車の生産回復により大きな成果を上げることができた。しかし、今年はエコカー補助金の駆け込み需要も勢いを失い、また、新型車販売があったにもかかわらず、来客数も大変少ないため、10%前後の販売ダウンになるのではないかとみている。

(靴専門店)…厳しい残暑で秋物商材が売れず大苦戦している。

(一般レストラン)…数年間同じような状況が続いているなかで、なおかつ、主婦の方たちの出足が以前にも増して鈍っているように感じる。以前はランチでもグラスワインなどを飲む客もいたが、いまはほとんどいないという状況に変わってきている。

(観光型旅館)…これから紅葉のシーズンであるが、例年より予約の動きが鈍い。忘年会などの予約を受け付ける時期に入っているが、宴会の動きも無いようである。ただ、直前の予約傾向が強まっているので、判断が難しいところである。

(観光型旅館)…休前日など売れやすい日はある程度埋まったが、平日は空室が多く目立つ。売れる日とそうではない日の差が激しく、なかなか安定しない。

(都市型ホテル)…中国4省からの経済ミッションと日本関係者約600名の会合で、各ホテル及び市内の経済効果が期待されたが、直前にキャンセルとなり穴埋めする手立てもなく痛手となる。

(食料品製造業)…9月に入っても真夏日が多く、小売店での商品の動きが悪い。

(繊維工業)…例年にないほどの猛暑が続いており、いまだ秋物商材が店頭で動いていない。

(輸送業)…主要荷主の生産調整があり、また、値引き要請に対して回答をしているがまともならず、更なる値引きを強力に要請されている。また、荷主の輸出用機械の商談が進んでいない様子がかがえる。

(広告業協会)…テレビ媒体の売上はスポットが8月下旬ごろから下降気味である。遊技場関係は自主規制や売上の伸び悩みから、出稿を減らしている。また、大型小売店、コンビニなどが6月ごろから前年比を割っていることもあって広告を手控えていることも要因となっている。

(人材派遣会社)…10月からの労働者派遣法改正に伴い、30日未満の期間の派遣が禁止され、その注文発注で企業側に不安感が蔓延している。実際、その対応に追われているものの、注文は途絶えている。

## ○「悪くなっている」

(百貨店)…厳しい残暑の影響が大きく、なかなか定価品が動かず、セールだけは前年を大幅にクリアしているような状況である。秋物の動きは鈍く、後半少しずつ涼しくなっても前半の負け分が大きく、負け分は埋められない事態になっている。特に、顧客の来店を促せず、前年の顧客売上が大きいブランドの負けが際立っている。前年比、予算比共に、9月は厳しい着地となりそうである。

## (2) 先行き判断理由

### ○「やや良くなる」

(寝具販売店)…来客数や電話の回数が増え、布団仕立ての注文が多くなってきている。

(百貨店)…9月の秋物の売上は前年比で大きく落としている。この反動が10~12月でくることは期待できる。ただし、9月同様に、天候や気温に大きく左右されることは明らかであり、10月が例年よりも暖かかったり、12月の降雪などにより、プラスにもマイナスにも転じる。しかし、少なくとも来月に関しては9月の未来店顧客の動員と秋物の動きの反動が期待される。

(乗用車販売店)…11月に軽の新機種が発売予定されており、かなり期待できる。これにより集客が期待でき、相乗効果で他車種の拡販に繋がると予想している。また、自社の拡販施策も展開し、盛り上げを図る。

(一般レストラン)…少し早いようだが、年末に向けての動きが出てくる。当店においても年々、忘年会の予約がくるのが早くなっている。それと同時に、時期を早くする会社も出てきており、年末に集中はするが、それ以外の月や平日にも分散してきているといった良い傾向が見受けられる。

(観光型旅館)…10月下旬から11月中旬にかけて、既に満室の日もあり、予約が順調に伸びている。これからは、売れる日をいかにつめて売り切るか、売れない日をいかに売っていくかが勝負になる。

(建設業) …遅れ気味ではあるものの、議会承認期限等の関係もあり、年末に向けて大手建設業向けの公共事業が多数出件すると予測される。また、資機材高騰については供給サイドの施策が功を奏せば、ある程度の供給は確保できる見込みである。このため労務費高止まりに対する懸念はあるものの、景気は上昇傾向になっていくものと推測される。

(輸送業) …貨物がわずかながら仙台空港に戻っている。仙台空港の国際便は中国及び韓国が主要な位置を占めるので、懸念材料として、日中韓関係の紛争がある。

(人材派遣会社) …雇用のミスマッチが続いているが、1～3月の契約終了月の前後には、年度末とも重なり人材市場にも動きがあると予想される。派遣登録スタッフからは派遣と紹介予定派遣の両方への問い合わせも多くなり、直接雇用を派遣会社へ期待する者も増えてきている。

## ○「変わらない」

(百貨店) …この時期のファッション消費の落ち込み分は10月にずれ込むとみている。その分の伸びは期待できるものの、高額商品については新商品提案にも、前年既に購入したからとの声も聞かれ、一服感も感じられる。その後の年末クリスマスシーズンへの期待の声もあり、全体的には横ばいと判断する。

(スーパー) …来客数の落ち込みはさほど大きくはないものの、点数及び1点単価が落ち込み、客単価トータルでの落ち込みが目立つ。年末を控え、買い控えの傾向がますます強まる。この状況は変わらないとみている。

(衣料品専門店) …このままの気候で中期予報通り一気に寒くなると、秋を飛ばして冬物商材需要となり、秋物商材の滞留が懸念される。

(白衣・ユニフォーム専門店) …従業員1人にかかる金額が下がってきているようである。また出入りの激しい業種だとレンタルへの切替え等も進んでいる。販売だけの業種は難しくなるであろう。

(都市型ホテル) …宿泊に関してはある程度着地目標が立てられる現状でもある。その点については良い流れのなかで変わらない。ただ、全体的に会合の数が減少しており、料飲及びレストラン部門を含め、宴会の見込は決して良くない。婚礼については、東京電力福島第一原子力発電所の問題もあり、総体的な数字の落ち込みがあるので、判断材料としては除いている。これらを総合すると、そうそう大きくは変わらないものの好転もしないとみている。

(テーマパーク) …復興支援を目的とした団体予約は入っており、入込人数は固い数字を維持できる見込みだが、元々安い料金設定の客であり、消費単価はあまり上がらないことも予想される。

(職業安定所) …製造業の大手企業の生産拠点再編により、大量解雇者が発生しており、その影響による景況感の悪化から、一般求人、学卒求人共に減少している。

## ○「やや悪くなる」

(コンビニ) …前年の震災後特需の影響が続くことに加え、同業他社の新規大量出店によるシェアの縮小が予測される。

(乗用車販売店) …エコカー補助金が切れ、本格的に需要が減ってくると予想している。低燃費が売りの新型車を投入してばん回を図るが効果は未知数である。

(広告業協会) …大型小売店などは猛暑の関係で秋冬物の出足が鈍いこともあり広告を控えているので、10月以降は引き合いが少ない。好調の自動車販売、住宅販売は広告をしなくても売れるので期待できない。

(飲食料品卸売業) …悪くなる要因は企業間の競争もあるが、やはりスーパーの価格の安さ、卸問屋の納価の安さである。それ以上に消費者の目が肥えてきて、とにかく安いところ安いところと購買が先走っているようであり、今後はなおさらそういった傾向が強くなるのではないかと。それにより、我々も販売が厳しくなる、そういう状況である。

(職業安定所) …中国での企業活動の影響や、半導体業界の不振などで、多少悪化していくのではないかと推測される。

## ○「悪くなる」

(一般機械器具製造業) …円高の定着と中国問題が長期化することが懸念されることから、輸出環境が更に悪化するものと予測している。

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