

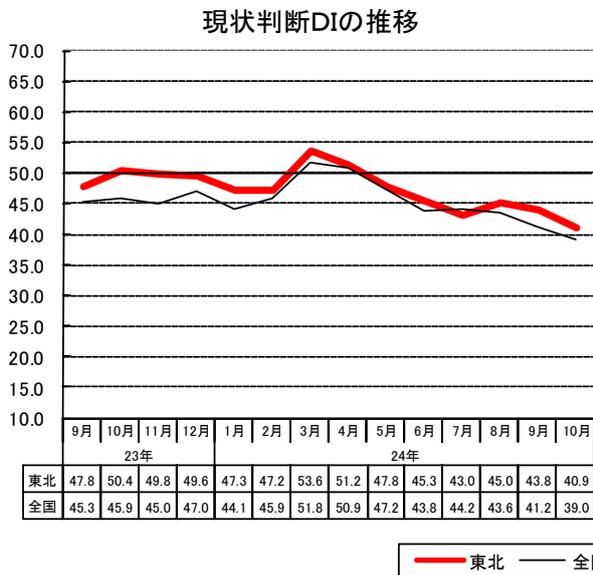
報道機関各位

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10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㈱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10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）

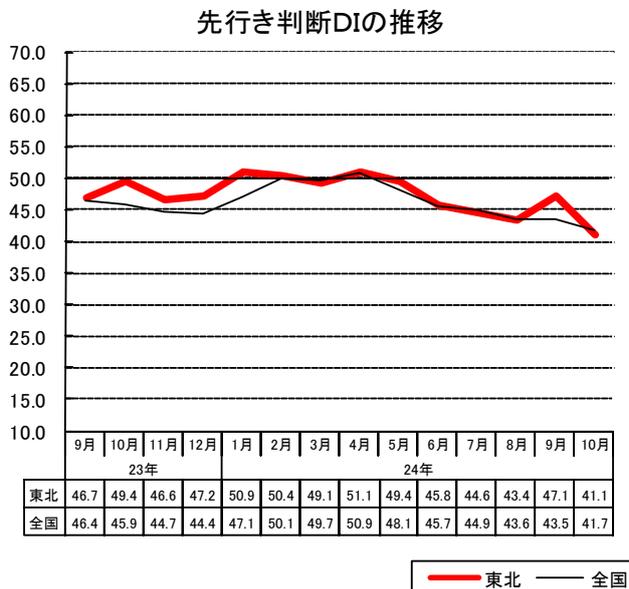
現状判断DI「40.9」（▲2.9）は、2か月連続で前月を下回り、景気判断の基準となる50を6か月連続で下回った。



- ・家計動向…気温の低下に伴い、秋冬商材の売上が増加した業種がある。一方、競合店との価格競争により客単価や売上の低迷が生じている業種もあり、後者のマイナスの影響をより強く反映した結果となっている。DIは「41.0」（▲1.1）と2か月連続で前月を下回り、基準値50を6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「37.2」（▲7.9）と2か月連続で前月を下回り、基準値50を7か月連続で下回った。
- ・雇用動向…DIは「47.7」（▲4.6）と2か月連続で前月を下回り、基準値50を16か月ぶりに下回った。
- ・プラスのキーワード：気温の低下、復興需要
- ・マイナスのキーワード：買い控え、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「41.1」（▲6.0）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6か月連続で下回った。



- ・家計動向…消費者の生活防衛意識から、買い控えが予想される。DIは「40.2」（▲6.0）と2か月ぶりに前月を下回り、基準値50を30か月連続で下回った。
- ・企業動向…受注環境が厳しく、回復が見込めない状況にある。DIは「42.1」（▲7.3）と2か月連続で前月を下回り、基準値50を2か月連続で下回った。
- ・雇用動向…DIは「44.3」（▲4.6）と2か月連続で前月を下回り、基準値50を2か月連続で下回った。
- ・プラスのキーワード：気温の低下
- ・マイナスのキーワード：買い控え、政局、競争

## <参 考>

### ■DIの推移

#### (1) 現状判断(方向性)DI

|          | 23年  |      |      |      | 24年  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|          | 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   | 10月  |
| 東北現状     | 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 | 40.9 |
| 家計動向関連   | 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 | 41.0 |
| 企業動向関連   | 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 | 37.2 |
| 雇用関連(参考) | 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 | 47.7 |

#### (2) 先行き判断DI

|          | 23年  |      |      |      | 24年  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|          | 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   | 10月  |
| 東北先行き    | 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 | 41.1 |
| 家計動向関連   | 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 | 40.2 |
| 企業動向関連   | 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 | 42.1 |
| 雇用関連(参考) | 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 | 44.3 |

### ■調査の概要

調査期間 平成24年10月25日～31日

回答者数 204/210名、回答率97.1%(全国1,874/2,050名、91.4%)

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」

（寝具販売店）…ふとん仕立てとそれに伴う二次製品の売上が好調である。

（衣料品専門店）…気温の低下に伴って、ジャケットやコートなどの高単価な商品の動きが前年に比べ好調である。価格も前年より若干アップしているものが売れている。

（靴専門店）…購入客数の減少が続いているが、客単価が上がっているため売上は前年並みで推移している。良い商品の購入には財布のひもがゆるくなる傾向がある。

（人材派遣会社）…大卒の新卒採用において、内定を出した後に辞退が起こった際に、追加の募集をする企業が増えている。

##### ○「変わらない」

（商店街）…イベントが毎週のように行われており来街客は多いが、若干潤っているのはファストフード店関係で、一般物販にまでは効果が浸透していない模様である。

（医薬品販売店）…売上は通常と変わらないが販売量の動きが悪くなっている。必要なものしか買わないとか余分なものは次回にまわす、というようになっている。

（百貨店）…9月の高気温による衣料を始めとする秋物季節商材不振の反動で今月は季節商材が動いているが、食品は変わらず厳しい状況で客単価のダウンが続いている。景気そのものは3か月前と変わらず厳しい状況である。

（スーパー）…競合店間のチラシディスカウント合戦が激しく、チラシ投入日でのチラシ商品の反応だけは良く、チラシ以外の商品の買上点数が伸び悩んでおり、客単価減に繋がり、売上低迷という悪循環が続いている。

（観光型旅館）…宿泊客数は好調に推移している。来客数の上昇に伴い、売上も順調である。しかし、販売単価の下落を客数でカバーしている状態であり、売上の構成や収益の構造、人員配置や業務内容など運営の面では問題が山積している。

（都市型ホテル）…宴会及び宿泊部門は、大型ケータリング、全国大会に伴う宿泊で好調に推移しているが、法人、ビジネス客は低迷している。レストラン部門もディナータイムは振るわない。

（通信会社）…年間で10月は、4月の次に新規加入者が見込める時期であるが、新規客は3か月前と変わらないままで推移している。また、解約者の増加が依然止まらない状況である。

（遊園地）…好調だった昨年と比べると10%以上下がっているが、土日が1回少ないこともあり想定内である。一方で、フリーパス券の比率が上がり、単価は堅調である。

（設計事務所）…まだ罹災した住宅の建て替えや津波で流された建物の建て替えの依頼がある状況だが、一時期ほどの仕事量にはなっていない。

（電気機械器具製造業）…予想以上にパソコンの販売台数が伸びず、販売量が当初の見通しに至っていない。円高の状況も変わらず、業績が伸び悩んでいる。

（建設業）…公共の改修工事が出てきている。また、民間のリフォーム工事は1件当たりの金額は少ないが、件数が多くなってきている。

（職業安定所）…求人数は増加しているものの非正規求人が多く、内容的には正社員を採用できる状況まで事業所の業況は回復していない。

##### ○「やや悪くなっている」

（コンビニ）…売上の前年割れが続いている。来客数、客単価共に下がっている。昨今の禁煙ブームによるたばこの売上低下の影響が大きい。

（家電量販店）…復興需要等はあるようだが単価は下がってきている。3か月前と比較しても、点数、単価

どちらも下がっている。また、福島県内における暖房機器の売行きは、まだ寒くないということもありあまり良くない。そして、堅調だった白物家電も前年より若干落ちている。単価ダウンが顕著になっている。(乗用車販売店) …エコカー補助金終了後、新車購入目的での来店客が激減し、販売台数も落ち込んでいる。(一般レストラン) …レストランという業種においては特に、なかなか客足が向かず、低空飛行が慢性化している状態である。何か特別なきっかけがないと盛り返してくることはなく、今のところその気配は全くない。

(都市型ホテル) …復興支援客を中心に宿泊、会合と幅広い利用が続いていたが、今月から来客数、売上共に前年割れで、来月以降の予約状況も前年同時期に比べやや少なめになってきている。

(旅行代理店) …東北6県のなかでも県によってばらつきがある。福島などでは復興関連の案件が出てきたりしているが、全体的にはやや悪くなっている。

(タクシー運転手) …乗客が非常に少なく、午前0時を過ぎると人影が見えないような状態である。8月までは日勤者と夜勤者では夜勤者のほうが良かったのだが、最近は夜勤者のほうの稼ぎが悪くなっている。

(美容室) …来店サイクル自体が3か月前よりも多少伸びてきており、財布のひもも固いほうに進んでいるようである。

(一般機械器具製造業) …自動車部品についてはエコカー補助金打ち切りによる国内需要の反動減と中国市場の悪化による輸出環境の悪化がある。

(輸送業) …主要荷主の生産調整が来年3月まで続くことが決定している。また、製品の販売も苦戦している。そういった影響が大きく、明るさがみられない。

(広告業協会) …新聞広告のうち、旅行業は上期は良かったが下期は中国、韓国との領土問題などで旅行商品を東南アジアなどに切替えて出稿しているが集客はいまいちのようである。また、遊技場関連は規制も絡み出稿は減っている。電力の出稿が激減しており、中小の広告会社はかなり厳しい。

(新聞社〔求人広告〕) …前年と比べて、積極的な広告展開が減少してきているようである。新規オープンの店舗も必要最小限の宣伝費で集客反応を見てから、次の広告宣伝を検討するような状態である。

## ○「悪くなっている」

(コンビニ) …競争店の新規出店が多く、既存店舗の売上の前年比が下がっている。

(通信業) …経費削減を優先し、新規の投資を先送りにする傾向がある。

(飲食料品卸売業) …当社もそうだが、スーパーや酒屋など取引先全般において、来客数、買上単価共に前年比で1割くらい減っており、そういった傾向は徐々に強くなっているという話をよく聞く。

## (2) 先行き判断理由

### ○「やや良くなる」

(ショッピングセンター) …気温が低下してきたことにより、衣料品の売上高が回復傾向にある。

(電気機械器具製造業) …Windows 8の発売で、今後PC需要の拡大が予想される。また、携帯機器分野でもタブレット端末、スマートフォンの需要拡大の見通しがあるため、それは直接我が社の業績アップにつながると考えている。我々が携わっている電子機器分野の活性化が、日本全体の景気に与える影響は非常に大きいとみている。

(人材派遣会社) …一時激減した事務派遣契約数がハイペースで増加し始めている。特に年末を控えての建材、資材等の業界が多く、復興計画が具体的に動き始めたのがよく分かる。市郊外のロケーションで車通勤必須のエリアがメインなので、求職者の反応は弱いですが、順次決定してきており、席が埋まり始めている。

### ○「変わらない」

(書籍販売店) …家庭消費は順調のようなので、このままでいけば少しは良くなるとみられる。しかし、解散総選挙などがあれば、微妙に作用することも考えられる。

(百貨店) …ここ数か月同じような傾向が続いていて回復の兆しがみえない。また、商圈内に新店舗やショ

ショッピングモールがオープン、またその予定もあり、客の分散化が予想される。

(スーパー) …来客数及び単価の減少で相変わらず売上は厳しい状態である。当社を含め、各社販促の強化、てこ入れをしているが、価格競争の激化ばかりが目立つ。客は節約志向で無駄なものは買わない傾向がますます強くなっていて、この状態は今後も変わらないとみている。

(衣料品専門店) …1か月遅れて訪れた秋物需要も短命で、秋飛ばしで冬物需要へと切替わりつつある気配がある。冬物商品が立ち上がる一方、秋物処分による利益率悪化が予想される。

(観光型ホテル) …ようやく震災前の来客数が戻ってきたが、内容を見ると従来の特に第一次産業の方々が少ない傾向がある。やはり、リピーターが完全に戻っていないのが多少気がかりである。

(設計事務所) …今、現場サイドではコンクリートが入ってこない状況が続いているようである。それに人手不足も重なって新築等の着工時期が確定できず、設計のほうにも影響が出てくるのではないかと。

(広告代理店) …見積競争増大の傾向はこのまま続くものと判断する。厳しい状況は変わらない。

(職業安定所) …有効求人数は前年同月比で増加傾向を続けている。一方で、有効求職者数は前年同月比で減少傾向が続いている。このため、有効求人倍率は上昇傾向にあるものの景気が良くなっている実感がわいてこない。

### ○「やや悪くなる」

(コンビニ) …同業者間の出店競争に拍車がかかっていることに加え、プライベートブランド商品の販促による客単価の減少が懸念される。

(乗用車販売店) …エコカー補助金終了後の影響が懸念されるほか、新型車効果も薄れてくる頃である。現在の新車受注は減少傾向にあり、販売回復には時間がかかりそうである。

(靴専門店) …今年の冬は暖冬予想で、ブーツ、スノートレシューズ、長靴等の冬物商品が苦戦しそうである。

(都市型ホテル) …忘新年会は団体、協会、官公庁を中心に予約が入り始めてきたが、一般法人は出足が鈍い。また、オフシーズン対策として、春先から宿泊セールスを強化していた近隣国のインバウンドがほぼ見込めなくなった。

(農林水産業) …前年に畑作物の農業者戸別補償が導入されたことにより、転作作物のソバの作付けが増え、価格が大幅に下落している。また、今年の収量も長引いた残暑の影響で減少している。

(公認会計士) …沿岸部関係の復興建設が、資材不足、人手不足、新規工事の未着工でなかなか進まない。景気が良くなるには、もう少し時間が掛かりそうである。

(金属工業協同組合) …見積り依頼による受注獲得率は通常は30%強だが、それが20%程度と低くなっている、少ないパイを巡り価格等の競争が激しい。半導体、電機、建機、自動車等々、当地域の製造業の受注環境は非常に厳しくなっている。

(新聞社〔求人広告〕) …前年は復興への願いもあり急激に売上も伸びたが、今年は社会全体の様子をうかがっているような状態である。広告の申込具合から見ても今年いっぱいはこの状況は続きそうである。

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