

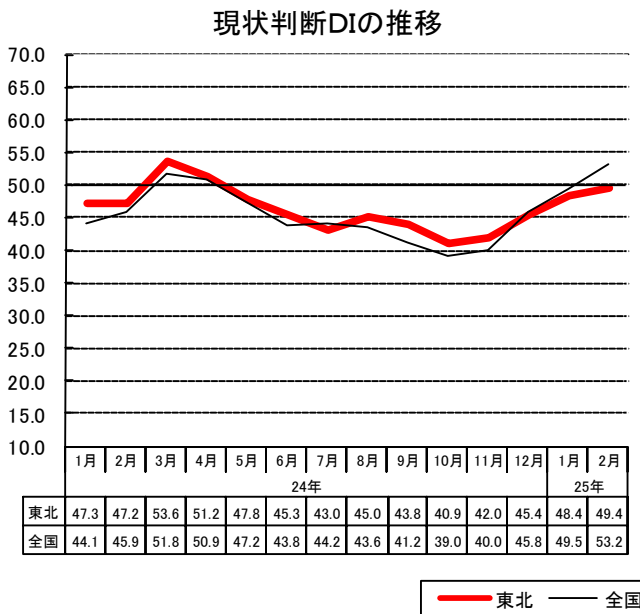
報道機関各位

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 25 年 2 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 25 年 2 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「49.4」（+1.0）は、4か月連続で前月を上回ったものの、景気判断の基準となる 50 を 10 か月連続で下回った。



- ・家計動向…株高により消費マインドの向上がみられたが、降雪などにより、春物の立ち上がりに悪影響を与えた。DIは「46.4」（+1.1）と2か月ぶりに前月を上回ったものの、基準値 50 を 10 か月連続で下回った。

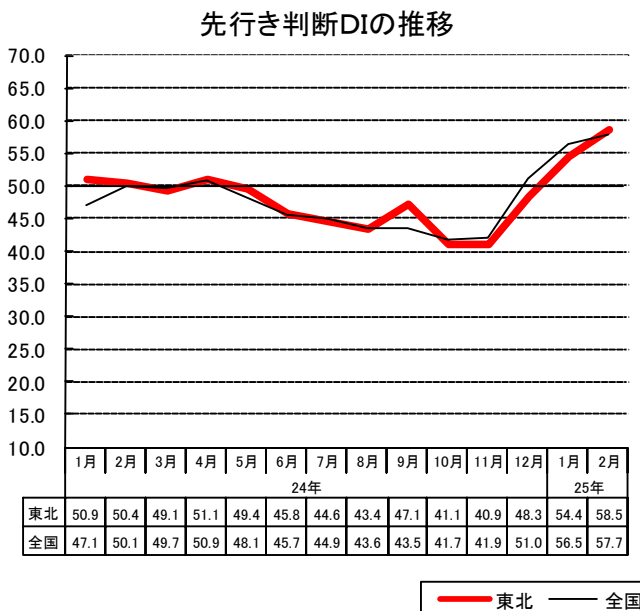
- ・企業動向…建設、住宅が好調な動きを示した。DIは「55.5」（+1.9）と4か月連続で前月を上回り、基準値 50 を 2 か月連続で上回った。

- ・雇用動向…DIは「58.0」（▲1.1）と3か月ぶりに前月を下回ったものの、基準値 50 を 2 か月連続で上回った。

- ・プラスのキーワード：円安・株高
- ・マイナスのキーワード：大雪

2. 先行き判断（2～3か月前の見通し、方向性）

先行き判断 DI「58.5」（+4.1）は、3か月連続で前月を上回り、景気判断の基準となる 50 を 2 か月連続で上回った。



- ・家計動向…自民党政権後の消費マインドの改善に対する期待感がみられる。DIは「58.4」（+5.5）と3か月連続で前月を上回り、基準値 50 を 2 か月連続で上回った。

- ・企業動向…被災地で多くの工事・業務発注が見込まれるほか、デスティネーションキャンペーンに料飲店、観光ホテル等が期待を寄せている。DIは「61.6」（+2.1）と4か月連続で前月を上回り、3か月連続で基準値 50 以上となった。

- ・雇用動向…DIは「53.4」（▲1.1）と4か月ぶりに前月を下回ったものの、基準値 50 を 3 か月連続で上回った。

- ・プラスのキーワード：円安・株高、自民党政権、雪解け
- ・マイナスのキーワード：（なし）

<参 考>

■D Iの推移※

(1) 現状判断(方向性) D I

	24年												25年	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
東北現状	47.3	47.2	53.6	51.2	47.8	45.3	43.0	45.0	43.8	40.9	42.0	45.4	48.4	49.4
家計動向関連	43.9	43.0	52.3	50.2	47.0	42.7	41.0	43.4	42.1	41.0	41.1	45.7	45.3	46.4
企業動向関連	50.0	51.2	51.3	47.5	46.9	48.8	46.3	46.3	45.1	37.2	42.5	43.1	53.6	55.5
雇用関連(参考)	64.3	66.7	66.7	64.8	54.5	55.7	50.0	53.4	52.3	47.7	46.6	47.7	59.1	58.0

(2) 先行き判断D I

	24年												25年	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
東北先行き	50.9	50.4	49.1	51.1	49.4	45.8	44.6	43.4	47.1	41.1	40.9	48.3	54.4	58.5
家計動向関連	48.4	48.2	46.9	49.5	49.3	43.8	43.3	40.2	46.2	40.2	39.2	47.4	52.9	58.4
企業動向関連	54.3	54.9	51.3	55.6	48.8	49.4	48.8	50.6	49.4	42.1	45.0	50.0	59.5	61.6
雇用関連(参考)	60.7	56.0	59.5	53.4	51.1	52.3	45.5	51.1	48.9	44.3	44.3	51.1	54.5	53.4

※D I (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。

■調査の概要

調査期間 平成 25 年 2 月 25 日～28 日

回答者数 209/210 名、回答率 99.5%(全国 1,871/2,050 名、91.3%)

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

○「良くなっている」

（飲食料品卸売業）…被災地復興計画がようやく青写真になってきたからだろうか、県内の飲食店向け、スーパーマーケット等の小売向け出荷が好調である。県外出荷は好調とまでいかないまでも、まずまずの出荷量である。

○「やや良くなっている」

（家電量販店）…白物家電にやや持ち直しの傾向が見られる。特に洗濯機、冷蔵庫、高級クリーナー等々の購入が以前よりも増えている。

（高級レストラン）…年度末に向けて、食事会や宴席の本数が増えてきている。日中の動きも主婦層を中心に来客数が増えている。

（木材木製品製造業）…住宅部材の需要がおう盛であり、かつ販売単価の改善も進んでいる。

（建設業）…自治体発注の大型公共工事等の受注が堅調である。

（広告業協会）…テレビ、ラジオ、新聞、雑誌のマスコミ4媒体はラジオを除き震災以前に戻りつつある。

3月の季節的要因も加わっているが業種も広汎にわたっているのが今回の特徴である。不動産関係は依然好調であるが、東北以外の地域からの新規参入企業が増えている。震災後の復興需要が続くのを見込んでの進出とみられる。

（人材派遣会社）…建設関連やコールセンターを中心に企業からの注文依頼が増えている。

（新聞社〔求人広告〕）…運送、医療関係に加え、サービス業においても求人の動きが出てきている。

○「変わらない」

（百貨店）…前半はバレンタイン需要など前年を5%上回ったが、後半は降雪量が多く、足元が悪くなり、シニア層の買上の落ち込みが顕著となっている。一部輸入品の値上げもあり、値上げ後の動向が懸念されたが、値上げ数日後にはほぼ前年並みに回復している。

（スーパー）…集客状況は安定しているが、買上点数、1品単価、客単価の減で売上ダウンの流れは変わっていない。買物における客の節約傾向が続いている。

（コンビニ）…既設店舗の来客数の前年割れが継続している。

（衣料品専門店）…週末の度に降雪があり、来客数の減少につながる要因はあったが、この時期売れてよい品目が売れないといったこともあり、景気が改善されている様子はいかたがえなない。

（乗用車販売店）…年度末商戦に突入し、客は少しずつ店頭に戻りつつある。しかし、今月の大雪の影響を受け思ったほど増えず、新車の受注販売共に、2、3か月前と比べて減少幅は縮小しつつあるものの、前年に比べ20%前後ダウンする見通しである。

（食品専門店）…冬期間のガソリン、灯油のコストアップ、電力会社の値上げ申請などで消費者の意識が明らかにマイナスになっている。そのため、来客数も販売量も落ち込んでいる。

（都市型ホテル）…現金収入の外販事業が定着し、県内の自治体、団体主催イベントへの飲食出店依頼が増え、売上も前年比250%と驚異的に伸びている。しかし、売れ残り等廃棄処分の製品も多く、人件費及び諸経費など収支を精査する必要がある。柱となる一般宴会の法人利用は伸び悩む。

（観光名所）…天候不順により、JR等の交通機関を利用して訪れた客は少なくなっている。しかし、団体客の利用が増加したため、来客数は前年同時期を上回っている。

（住宅販売会社）…予定していた受注が順調に契約に至っている。

（通信業）…全体では減少傾向にあるが、一部の大口顧客からの引き合いがあり、これをカバーする形になっている。

(企画業)…震災関連需要はあるものの、基礎用生コンの高騰や資材調達のひっ迫、職員の賃金高騰と不足、外注工事の遅延や順番待ちなど供給体制を整わせることに困難を極め、利益率の激減状態が続いている。
(職業安定所)…求職者数は前年比で増加傾向に転じているものの、求人数の増加は続いており、有効求人倍率はほぼ1倍で推移している。

○「やや悪くなっている」

(百貨店)…16日以降は寒波の影響もあり客足が減っている。冬物クリアランス、春物定価品共に動きが止まり苦戦している。売上の前年比は3か月前よりも厳しい状況である。
(スーパー)…週末ごとに寒波の影響で雪が降り、来客数が減少している。なおかつ、夕方の道路状況により客の買い回りが狭くなっている。
(コンビニ)…連日の大雪に加え、近隣の競合オープンの影響がまだまだ続いている。雪の対処で朝の来客数とシニア層の来客が著しく減少している。
(ガソリンスタンド)…長引く寒波の影響で暖房用の燃料の需要は堅調に推移しているが、ここに来て円安の影響で原油の輸入価格が上がってきており、価格転嫁とのタイムラグが発生して収益を圧迫している。また、単価の値上がりで、需要を抑制しようとする意識が高まってきており、販売量も頭打ちの傾向が強まってきている。
(観光型ホテル)…震災から約2年たったことと冬の寒さにより厳しい入込であり、前年11月以降、前年比で右肩下がり傾向である。かろうじて例年の人生の節目の厄払いや同級会など、地元のリピーターが善戦している。
(通信会社)…来月の繁忙期を見越して買い控えをしているためか、販売量が減少している。
(美容室)…最近、結婚式に招待され髪をセットされた方に、着物を着ることを勧めたが、着物の購入も着付け料も出費がかさむのでスーツで行くとのことだった。まだまだ余分な出費は抑えようとする傾向があるようである。
(出版・印刷・同関連産業)…3か月前の受注残は前年を上回っていたが、今月の受注残は過去数年を下回る95%くらいになっている。

○「悪くなっている」

(観光型旅館)…例年より多くの休館日を設定したため、基本的に売上が少ない。また、オフシーズンの主力となる団体客の取り込みに失敗したことも大きく影響している。

(2) 先行き判断理由

○「良くなる」

(建設業)…新年度に入って早々に防潮堤の災害復旧、復興まちづくり、復興道路の早期整備、新エネルギー関連施設整備など、幅広い分野での工事及び業務発注が見込まれている。
(飲食料品卸売業)…料飲店、観光ホテル等、4月からのデスティネーションキャンペーンに期待が高まっている。前回のキャンペーン時も酒類の出荷に大きな影響があった経験があるので、十分に対応準備をして臨みたい。

○「やや良くなる」

(百貨店)…低気温のなかでも、春物やギフト需要は徐々にではあるが活発になってきている。先月に引き続き、消費者の景気への期待感もあり、プラスに転じていくとみている。また、中心部の人口も微増となっており、入店客数にもプラスの影響が出ているが、まだ購買にはつながらない下見段階の客も多くなっている。
(コンビニ)…出店数も順調に増えている。また、既存店のハード面の強化やテレビCMの投入も実施しており、今後來店数の増加が考えられる。

(衣料品専門店) …以前よりも比較的単価の高い商品を購入する消費者が増えてきている。特に入卒、セレモニー用途での購入に顕著に現れている。

(家電量販店) …家電のテレビを中心とした冷え込みが既に底を迎えているので、これから白物家電及びタブレット関係のパソコンの伸びが期待でき、景気はやや持ち直すことが見込まれる。

(通信会社) …全体的に景気が上向いているため、その勢いに引っ張られるように少しずつ新規の加入者も増加していく。その勢いに新年度スタートの効果も重なって、これまで経費節約で解約していた客も財布が緩んできたのか少しずつ戻り始めている。

(テーマパーク) …現在は卒業旅行シーズンで学生が多く利用しているが、単価が上昇中である。3月は春休み、その後のゴールデンウィークと大型連休がひかえており、景好感のなかで推移すると予想される。

(土石製品製造販売) …消費税増税前のマンション新築工事や、新築物件の建設事業が多々ありそうな状況であり、発注も増えると見込んでいる。

(広告業協会) …今後は震災3周年記念復興イベントやスポーツイベント、宮城・仙台地区におけるデスティネーションキャンペーンなどが控えており、広告界は好調に推移するものとみられる。

○「変わらない」

(スーパー) …灯油、ガソリン等の生活物資の値上げに比較して、所得は減少傾向にあり、節約志向は続いている。価格に対する客の意識も今までより高く、厳しさは増しているようである。この状況からはなかなか脱却できそうにない。

(乗用車販売店) …4月以降、自賠責保険の値上げなど不安材料もあるが、継続するエコカー減税を追い風に低燃費車の販売は堅調に推移するとみられる。

(都市型ホテル) …被災地の特需で、宿泊、レストラン、会合等すべての部門で来客数が増加していた状況が落ち着き、今年に入ってから来客数は前年を下回り始めているが、売上自体は極端な落ち込みはなく、来月以降の予約状況も前年に近い状況で推移している。

(住宅販売会社) …増税前の駆け込みで受注量は増える予定だが、客単価が下がっているため、受注額としての伸びはあまり期待できない。

(企画業) …資材供給や職員の不足はこの先まだ続くと予想されることから、現状からの好転は望めない。

(金属工業協同組合) …震災復興関連にかかわる事業分野は忙しくなるが、海外向け、特に半導体関連が底から浮上するにはかなりの時間を要する。内需向け新規開拓がなかなか難しい。

(職業安定所) …新規求人数は引き続き前年同月より増加するものとみるが、介護関係の求人は増えていて製造関係は減少しているなど、業種に偏りがある。

○「やや悪くなる」

(観光型旅館) …ネットの予約サイトや自社HPへのアクセス数が落ちてきており、この先の宿泊を伴う旅行マインドが低い。

(職業安定所) …新年度からの受注減が予想されるとのことで、企業からの休業などの雇用調整の相談が増加している。

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