

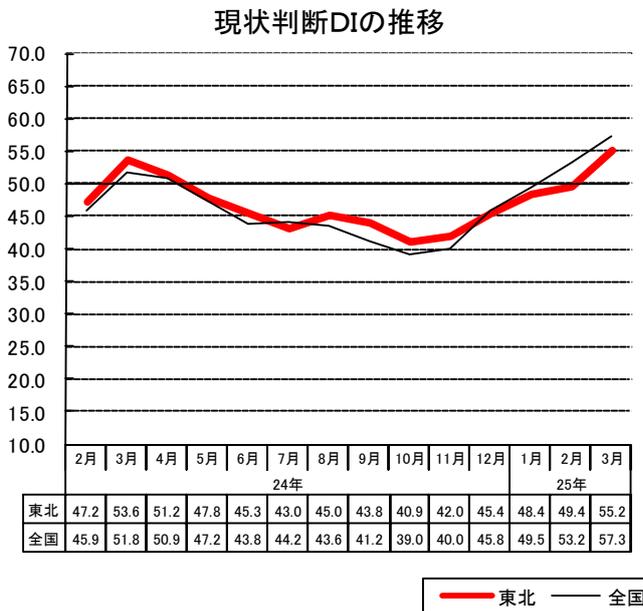
報道機関各位

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 3 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 25 年 3 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「55.2」（+5.8）は、5か月連続で前月を上回り、景気判断の基準となる 50 を 11 か月ぶりに上回った。



・家計動向…前半、寒さが春物の動きに水を差したものの、後半は寒さが和らいで売上のトレンドが改善した。DIは「53.6」（+7.2）と 2 か月連続で前月を上回り、基準値 50 を 11 か月ぶりに上回った。

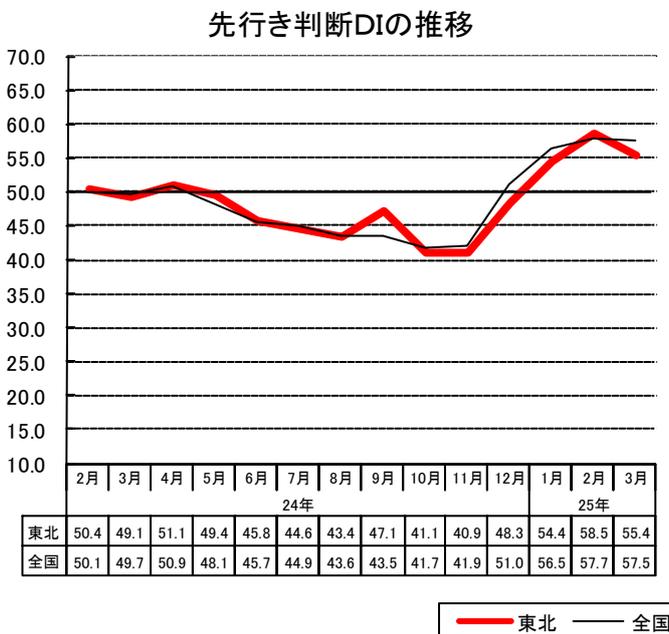
・企業動向…多業種にわたり、受注・販売環境が良くなった。DIは「57.3」（+1.8）と 5 か月連続で前月を上回り、基準値 50 を 3 か月連続で上回った。

・雇用動向…DIは「61.4」（+3.4）と 2 か月ぶりに前月を上回り、基準値 50 を 3 か月連続で上回った。

- ・プラスのキーワード：経済政策
- ・マイナスのキーワード：寒さ

**2. 先行き判断（2～3か月先の見通し、方向性）**

先行き判断 DI「55.4」（▲3.1）は、4か月ぶりに前月を下回ったものの、景気判断の基準となる 50 を 3か月連続で上回った。



・家計動向…円安に伴う灯油、ガソリン、食料品等の値上げによる消費マインドの低下が懸念されている。DIは「53.6」（▲4.8）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。

・企業動向…被災地での復興事業における人手不足、資材の高騰が懸念されている。DIは「61.0」（▲0.6）と 5 か月ぶりに前月を下回ったものの、4 か月連続で基準値 50 以上となった。

・雇用動向…DIは「56.8」（+3.4）と 2 か月ぶりに前月を上回り、基準値 50 を 4 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：値上げ

## <参 考>

### ■D Iの推移※

#### (1) 現状判断(方向性) D I

	24年												25年		
	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	3月	
東北現状	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	55.2	
家計動向関連	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	53.6	
企業動向関連	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	57.3	
雇用関連(参考)	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	61.4	

#### (2) 先行き判断D I

	24年												25年		
	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	3月	
東北先行き	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	55.4	
家計動向関連	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	53.6	
企業動向関連	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	61.0	
雇用関連(参考)	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	56.8	

※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 3 月 25 日～31 日

回答者数 207/210 名、回答率 98.6%(全国 1,854/2,050 名、90.4%)

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

##### ○「良くなっている」

（旅行代理店）…法人営業部門において、価格を比較する見積競合が例年に比べ少なく、企画や質重視の傾向がある。

##### ○「やや良くなっている」

（商店街）…前半は気候が厳しいこともあり苦戦の店もあった。後半になり、身の回り品店や飲食店に動きがみられる。

（医薬品販売店）…前年は20%オフの年度末セールを4日間行った。今年は15%オフのセールを4日間行ったが、今年は15%にもかかわらず前年よりも販売量及び来客数が増えている。客の商品を買い求める姿からは、景気がやや良くなっている様子がうかがえる。

（百貨店）…売上のトレンドが若干ではあるが改善している。来客数は食品が厳しく前年を割っているが、被服履物や、美術貴金属の客単価アップに支えられ、3か月前より総売上ではトレンドが改善している。

（乗用車販売店）…エコカー補助金終了後の反動減が落ち着き、コンパクトカーを中心に新車販売が上向ってきている。

（一般レストラン）…3か月前と比べ、来客数は増え、予約の申込もやや増えている。

（観光型旅館）…個人型の予約申込が順調に伸びている。4月の平日は厳しいが休前日はすでに満室の日もある。また5月のゴールデンウィークも順調で、このペースで予約が発生すれば4月の早い段階での満室が見込まれる。

（通信会社）…年末年始商戦で購買意欲も高まっていた時期に比べ、更に新規客の申込が増えている。ここ1、2か月停滞していた状態から一気に上向いて動き出し、顧客単価も上がってきている。

（木材木製品製造業）…住宅部材の需要がおう盛で、価格面の改善も進んでいる。

（広告業協会）…マスメディアは新聞、テレビ共に回復し好調を維持している。また、地元の広告主が積極的に出稿を増加させている。業種的には通販、小売、不動産、遊技場関連などが挙げられる。

（経営コンサルタント）…市中心部の専門店では、バーゲン品ではなく定価品を買う客が増えている。

（人材派遣会社）…景気が良くなると、採用が難しくなるため、関東や首都圏の企業が説明会を地方、仙台でも開催し始める。その傾向が見られてきているので、景気は上向きようである。

（新聞社[求人広告]）…求人広告の申込件数が増えている。業種も介護関連や建設業に特化していたが、サービス産業の求人も多くなってきた。

##### ○「変わらない」

（百貨店）…前半は暴風雪等の影響もあり、大きく前年割れの状況であったが、後半は徐々に春物季節商材が動き始め、回復傾向がある。ただし、トータルではまだ厳しい状況が続いており、特に食品の客単価ダウンが止まっていないため、3か月前と変わらない。

（スーパー）…1点単価が上がり買上率も増えてきているが、来客数が不足している。依然として競合店との特売による客の取り合いが続いている状況で、消費者の購買動向は価格に左右されている。

（コンビニ）…引き続き好調を維持している。客単価は前年比99%とダウンしたものの、買上点数が104%と好調である。なかでも、夜間の買上点数が高く、次いで午後から夕方が高くなっている。前年取り組んだ、午後から夕方にかけての売上アップ対策が功を奏している模様で、午後の客層は婦人、高齢者である。特に総菜系がよく出ている。

（衣料品専門店）…寒さや雪の影響で来店は顧客の方が多く、フリー客の来店がかなり減少している。

（家電量販店）…単価の下落は一層スピードを上げて進んでいる。安い物から売れていく。高級家電はまだまだ底上げが難しい状況である。

(都市型ホテル) …本来であれば3月はもっと景気が上向いてこないといけないのだが、3月の第2週まで週末だけ寒波が集中してしまったため、どこにも出かけられない状況が続き、購買意欲もかなりそがれてしまった。ホテルの利用客も足が遠のいてしまった。中盤以降に盛り返したとしても、前半のマイナスの要素が大きい。

(遊園地) …震災から3年目に入った。梅の開花が1か月遅れになるなど寒さが続いているが、小中高生やファミリーを中心に底堅く、前年を少し上回っている。

(美容室) …単価的には前年とほぼ同じ水準で、横ばいで年明けから今に至るまできている。なかなか単価的には上がっていかない状況である。

(農林水産業) …米価は低調に推移しているものの、宅配米に関しては引き合いが強くなってきている。

(土石製品製造販売) …復興事業の建設工事がますます増えている。ただ、予算額が少ないなかでの工事となり、景気の上昇には繋がっていない。

(企画業) …震災復興のための住宅受注が思うようにできていない。公的な復興住宅は上限額が決められ、また支払も完工時払いなので資金繰りが大変である。正直なところ、入札には参加しない業者が多いとの業界関係者の声もある。また、原材料不足及び工賃上昇で利益率が大幅に低下している。

(職業安定所) …企業整備にかかる離職者が発生しているものの、新規求職者の減少傾向は続いている。また、新規求人についても高水準で推移しており、3か月前の状況とあまり変わらない。

### ○「やや悪くなっている」

(スーパー) …商圈内人口に対してオーバーストア状態である。さらに、競合店の新規出店の影響もあり、価格競争が激化している。買上点数は前年をオーバーしているが、1品単価及び客単価がダウンと悪循環に陥っている。

(ショッピングセンター) …売上高の前年比が3か月前と比較して低下傾向にある。

### ○「悪くなっている」

(寝具販売店) …3月に入っても客の反応は悪い。電話もこなければ、訪問しても勧める商品に対する反応は良くない。震災前の景気に戻ったようである。就進学用の寝具も量販店等に押されて、専門店での購入は少ない。

## (2) 先行き判断理由

### ○「良くなる」

(飲食料品卸売業) …4月から行われるデスティネーションキャンペーンへの期待は大きく、観光施設や料飲店での需要が見込まれる。

### ○「やや良くなる」

(テーマパーク) …現在の好況感が継続する。さらに、風評による買い控えが徐々に薄くなり消費単価が上がる傾向は続く。

(金属工業協同組合) …半導体関連の客先からの5～6月の発注計画の見込みが増加予想であり期待したい。しかし、依然として短納期、低価格である。

### ○「変わらない」

(百貨店) …一部企業の業績回復や株価の回復といった良い要素もある一方で、電気料金や原材料の高騰ということもある。一般消費者がどこまで自分の所得のなかで支出が消費に向いていくかという部分はまだ判断がつかない。

(スーパー) …円安等の影響もあり、4月ごろから油、粉物の価格高騰等も考えられるため、客が必要なものの以外は節約する傾向はより強くなる。また、競合店間のチラシ価格合戦はより激化し、業績向上に厳しい環境になる。

(衣料品専門店) …春物商品の立ち上がりとその後の動向を見る限り、実売期での苦戦が予想される。また、

ビジネス用途でのニーズが減少していることから、今後も苦戦が予想される。

(家電量販店) …夏の電力値上げに向けて、客は節電タイプの冷蔵庫やエアコンといったものに興味を示している。今のところそれらの需要は大きく伸びておらず、テレビ需要の落ち込みをカバーはしていないが、少し景気が上向きになっていることをうかがわせる。春先の需要は良くもならず、悪くもならずで、このままの状況が続くのではないか。

(乗用車販売店) …株価、円安、賃金面で先行きに明るさが見えているものの、エコカー補助金並びに復興需要の発生で先食いしており、今後も受注、販売共に10~20%前後くらいの前年割れで推移するものと考えている。

(都市型ホテル) …当地では景気回復の実感は全くない。逆に円安によるガソリン価格の高騰など、ゴールデンウィークを控え遠方からの宿泊客への影響が懸念される。

(通信会社) …景気の回復感が浸透してきており、これまでの安価なサービス商品より、やや高めのサービス商品の販売数が増えている。今後はしばらく、これまで増加していた解約者が減り、新規客は少ないながらも安定していくとみられる。

(食料品製造業) …4月から始まるデスティネーションキャンペーンでどれだけ観光客が来るかで売上は左右される。円安で資材関係の値上げ要請がきており、コストアップになりそうである。

(出版・印刷・同関連産業) …広告宣伝は印刷物からインターネットなど他の媒体にどんどん変わってきているようである。

(土石製品製造販売) …これから新年度に向けて、復興事業予算が大きく占めることが予想される。道路設備工事や、マンション建設が多々あるため、人手がまだまだ足りないくらいである。しかし、復興へ向けての工事で景気が上向きとなるのはまだまだ先ではないか。

(建設業) …多くの出件が見込まれるが、技術者不足及び労務者不足の影響が懸念される。

(輸送業) …現状が大きく変わる要素は無い。物量は減少傾向であり、現状が続くものとみられる。

(企画業) …復興に関する住宅需要は、一部には見られるものの、被災地では宅地利用計画が遅々として進んでいないため、受注数の停滞感はまだ継続すると考えられる。

(人材派遣会社) …引き続き中堅中小企業から採用の意向、問い合わせが入り続けていることもあり、現在の良い状況とそれほど変わらない。

(職業安定所) …新規求人数は依然として高水準で推移するとみられる。一方で、新規求職は時期的要因もあり、一時的には増加するとみられるが、状況が大きく変化するとは考えにくい。

## ○「やや悪くなる」

(衣料品専門店) …前々年からの震災特需が一巡し、ここ1、2年でスーツを作られた方が多くなっている。買換えのニーズがあっても、毎日スーツを着るビジネスマンは購入するだろうが、そんなに使用しない方は我慢するのではないかと予想している。

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