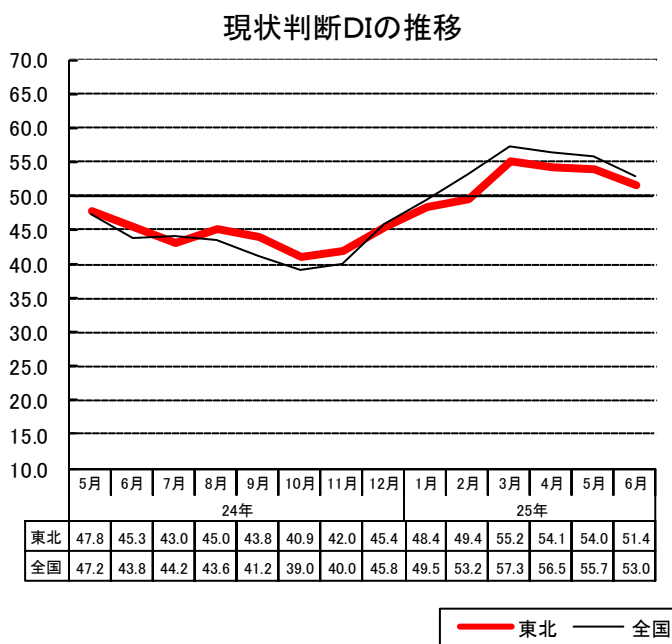


公益財団法人東北活性化研究センター  
 「内閣府 景気ウォッチャー調査 平成 25 年 6 月東北分  
 (新潟を含む東北 7 県)」について

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 6 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「51.4」（▲2.6）は、3か月連続で前月を下回ったものの、景気判断の基準となる 50 を 4 か月連続で上回った。



・家計動向…円安による物価上昇により、生活用品は不調であるが、家電は好調である。DI は「51.0」（▲1.1）と 3 か月連続で前月を下回ったものの、基準値 50 を 4 か月連続で上回った。

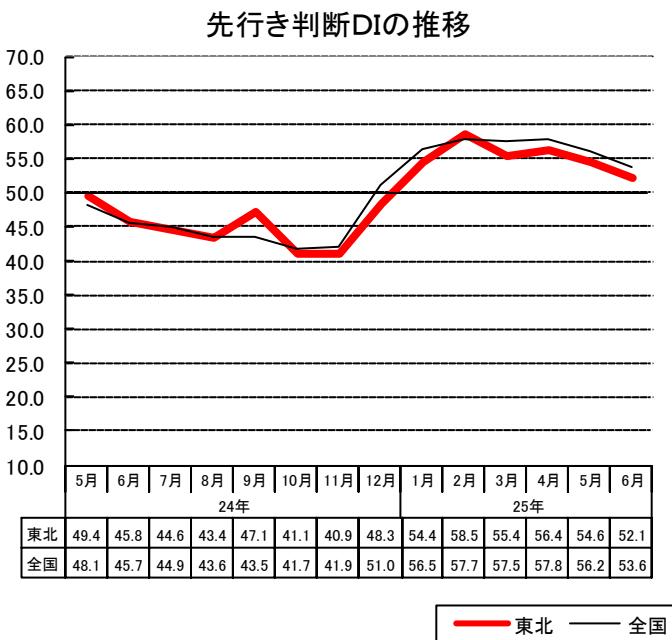
・企業動向…円安による原材料高が懸念されるものの、多くの業種の景気判断はプラスである。DI は「51.8」（▲7.7）と 2 か月ぶりに前月を下回ったものの、基準値 50 を 6 か月連続で上回った。

・雇用動向…DI は「53.4」（▲2.3）と 3 か月連続で前月を下回ったものの、基準値 50 を 6 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：物価上昇、原材料高

### 2. 先行き判断（2～3か月先の見通し、方向性）

先行き判断 DI「52.1」（▲2.5）は、2か月連続で前月を下回ったものの、景気判断の基準となる 50 を 6 か月連続で上回った。



・家計動向…スーパーの消費は低迷するものの、家電は期待が持てる。DI は「50.3」（▲3.2）と 2 か月連続で前月を下回ったものの、基準値 50 を 6 か月連続で上回った。

・企業動向…政府の経済政策により、時間はかかるが、景気の好転が期待できる。DI は「57.7」（+0.6）と 4 か月ぶりに前月を上回り、7 か月連続で基準値 50 以上となった。

・雇用動向…DI は「53.4」（▲3.4）と 2 か月連続で前月を下回ったものの、基準値 50 を 7 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：物価上昇

## <参 考>

### ■D Iの推移※

#### (1) 現状判断(方向性) D I

|          | 24年  |      |      |      |      |      |      |      | 25年  |      |      |      |      |      |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|          | 5月   | 6月   | 7月   | 8月   | 9月   | 10月  | 11月  | 12月  | 1月   | 2月   | 3月   | 4月   | 5月   | 6月   |
| 東北現状     | 47.8 | 45.3 | 43.0 | 45.0 | 43.8 | 40.9 | 42.0 | 45.4 | 48.4 | 49.4 | 55.2 | 54.1 | 54.0 | 51.4 |
| 家計動向関連   | 47.0 | 42.7 | 41.0 | 43.4 | 42.1 | 41.0 | 41.1 | 45.7 | 45.3 | 46.4 | 53.6 | 52.6 | 52.1 | 51.0 |
| 企業動向関連   | 46.9 | 48.8 | 46.3 | 46.3 | 45.1 | 37.2 | 42.5 | 43.1 | 53.6 | 55.5 | 57.3 | 56.0 | 59.5 | 51.8 |
| 雇用関連(参考) | 54.5 | 55.7 | 50.0 | 53.4 | 52.3 | 47.7 | 46.6 | 47.7 | 59.1 | 58.0 | 61.4 | 60.2 | 55.7 | 53.4 |

#### (2) 先行き判断D I

|          | 24年  |      |      |      |      |      |      |      | 25年  |      |      |      |      |      |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|          | 5月   | 6月   | 7月   | 8月   | 9月   | 10月  | 11月  | 12月  | 1月   | 2月   | 3月   | 4月   | 5月   | 6月   |
| 東北先行き    | 49.4 | 45.8 | 44.6 | 43.4 | 47.1 | 41.1 | 40.9 | 48.3 | 54.4 | 58.5 | 55.4 | 56.4 | 54.6 | 52.1 |
| 家計動向関連   | 49.3 | 43.8 | 43.3 | 40.2 | 46.2 | 40.2 | 39.2 | 47.4 | 52.9 | 58.4 | 53.6 | 54.7 | 53.5 | 50.3 |
| 企業動向関連   | 48.8 | 49.4 | 48.8 | 50.6 | 49.4 | 42.1 | 45.0 | 50.0 | 59.5 | 61.6 | 61.0 | 60.7 | 57.1 | 57.7 |
| 雇用関連(参考) | 51.1 | 52.3 | 45.5 | 51.1 | 48.9 | 44.3 | 44.3 | 51.1 | 54.5 | 53.4 | 56.8 | 59.1 | 56.8 | 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 6 月 25 日～30 日

回答者数 210/210 名、回答率 100.0%(全国 1,868/2,050 名、91.1%)

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」

（コンビニ）…来客数が前年を越える店舗が増えている。

（家電量販店）…苦戦していたテレビが大分持ち直してきており、テレビの売上が前年と同数くらいまで伸びてきている。4Kテレビなどの新製品により、需要が少しまた伸びてきているようである。その他のエアコンや冷蔵庫などの白物家電も好調に推移している。

（乗用車販売店）…新型軽自動車効果で新車受注が増加し、来場数も増えてきている。

（住関連専門店）…広告に多少反応しているようで、前年実績を若干上回っている。新築住宅の増加など、消費税増税前の駆け込み需要が影響しているようである。

（遊園地）…梅雨入りが遅く、雨も少なく推移している。また、日曜日が1日多いこと、学校・団体が復調していることから、低調だった前年より15%ほど好転している。

（新聞社[求人広告]）…数はまだ少ないが、徐々に新規広告主からの問い合わせ、掲載の申込みも来ている。

##### ○「変わらない」

（医薬品販売店）…3か月前と比べても、前年同月と比べても、来客数、単価共にほとんど変わらない。

しかし、固定客が変わらず来店しているということではなく、客の入れ替わりが激しい印象を受ける。広告宣伝効果で新客が入り売上を維持しているが、それがなければ一方的に落ちていくのではないかと考えられる。従来の固定客からは「値段が高くて手がとどかない」などと言われ、客の懐具合が厳しいことがうかがえる。

（百貨店）…気温が高くなってきており、夏物の動きが堅調である。婦人服は前月まで動きの鈍かった主力アイテムのカットソー、ブラウスが売上を伸ばしている。また、時計宝石などもボリュームゾーンのプライスの動きが見られる。一方で100万円を超える高額品はあまり動きがない。生活用品は震災後2年が経過し一段落したためか前年比マイナスである。

（スーパー）…4か月連続で1品平均単価が前年割れとなっている。また、来客数の伸びもなく、買上点数の伸びも微々たるものである。消費の停滞感がみられる。

（コンビニ）…競争環境の変化で来客数が減少しているなか、単価を上昇させるべく高付加価値・高単価商品の品ぞろえを増やしているが、まだ単価向上は見られない。

（衣料品専門店）…クールビズ需要も一回りし、ビジネスマンも買足しが多くなり、客単価が低くなっている。

（食品専門店）…さくらんぼシーズンで県内の観光地はにぎわうはずなのだが、他県からの人の流れが悪い。そのため売上も伸びない。また、景気については、家庭での日常品の値上げが来店客の財布を固くしているようである。

（白衣・ユニフォーム専門店）…仕事の量は例年と変わりなく忙しくしているが、単価の下落と注文の単位が非常に細かくなっていることにより、思ったほど売上が伸びていない。

（高級レストラン）…アベノミクスによって期待感が高まっていたが、上層経済の動きばかりで、生活者の実感がない。逆に物価・月料金の値上げがあり、期待が消滅した。

（都市型ホテル）…一般宴会は、高単価な周年パーティーや学会の大型ケータリングパーティーが柱となり予算は達成するも、宿泊・レストラン部門は振るわず未達成である。

（設計事務所）…状況は変わらない。まだ罹災住宅の場所を移しての新築の仕事が続いている。

（電気機械器具製造業）…取引先のものづくりをしている中小企業は受注量の減少とコストダウン要請で疲弊している。景気が悪いのが実情である。

(通信業) …株価の下落、円高への戻りなど、先行き不安な状況になっており、心理的に保守的な行動が見られる。

(金融業) …建設関連では資材高騰の影響が出てきている。メガソーラー関連の需要は引き続きある。

(企画業) …地場の工務店は震災関連の需要に満杯だが、工賃や材料費の値上がりから利益が期待したほど上がらない。また、供給量に限度があるため数で確保することも難しい。

(職業安定所) …建設関係の企業では公共事業の増加を見越して新規に従業員を採用しようとする動きがあるものの、原材料や燃料を輸入品に頼っている企業では円安による価格上昇が経営を圧迫しているとの話が多い。

## ○「やや悪くなっている」

(観光型ホテル) …デスティネーションキャンペーンのせい、あるいは梅雨の割には天気が良いせい、例年よりは県外ナンバーの車などが多く見受けられる。しかしながら、宿泊客は減っている。

(旅行代理店) …販売量を見ても、3か月前と比べ伸びが大分少なくなっている。要因はいろいろあるが、円安に動いている海外旅行や、物価が上がってきていることで財布のひもが固くなっているのかもしれない。

(通信会社) …新規加入が減少している。今月からサービスメニューを見直し、料金の値下げや商品のパワーアップをして、さらに新商品のメニューを広告展開しているが、反応が悪い。

(観光名所) …季節的に来客の多い時期ではないが、前年と比較して動きが少なく、低調に推移している。

(農林水産業) …肥料価格や燃料価格が上昇してきている。

(広告業協会) …好調を続けていたマンション販売も、ここへきて落ち着いてきている。戸建住宅は依然として好調を維持している。このような状況から不動産販売に関する出稿は少ない。大型小売店は前年のようなブームは終わり、売上では前年を割るところも出てきている。

(コピーサービス業) …法人関係の来客が減少しており、個人客で何とか売上が保たれている。また、訪問販売は消耗品等の小さな商品が抑えられている状況である。

(人材派遣会社) …採用に難航する企業からの注文は増えているが、マッチする求職者の確保が相変わらず苦戦している状況である。業績回復、向上による採用増注文は比較的少ない。

## (2) 先行き判断理由

### ○「やや良くなる」

(家電量販店) …家電メーカーの新製品などの話題性のあるものが売れている。例えば、ノンフライヤーや布団用掃除機といった話題の商品は価格がやや高くても売れており、入荷待ちの状態である。良い商品はまだまだ売れてくる。また、4Kテレビを始め、単価の高いテレビなども売れてきている。エアコンもしかりである。省エネということがキーワードで、良いものが売れているので、徐々に景気は向上していくと予想している。

(乗用車販売店) …エコカー補助金の反動減を新型車効果でカバーできてきた。また、追加で新型車が投入される秋に向かって更に販売増が期待できる。

(土石製品製造販売) …前年に比べても、取引先の景気も良くなり、人員削減もなくなっている。賞与、給与と少しずつ上がってきていることから、景気は回復していることがうかがえる。

(一般機械器具製造業) …自動車部品については、国内向けの生産は減少するものの、輸出環境は為替、数量共に改善が期待できる。

(広告代理店) …現在、会社案内等をリニューアルする案件が増えているなど、広告費に予算が回り出している。広告費に予算が付くということは、今後の販促に期待が持てる。

## ○「変わらない」

(百貨店) …9月、10月は残暑、天候に大きく影響を受ける月である。一般の婦人プレタやハイグレードブランドではない一般の婦人服では、アベノミクスの効果は全くみられず、客の買い方は相変わらずシビアであることから、大きな伸びは期待できない。

(スーパー) …今後、円安による輸入原料の値上がりや電気料金の昼の時間帯の値上げ、さらに8月は食用油やマヨネーズなど油脂類の値上げが予定されている。この様な状況のなか、消費がすぐに回復するとは考えにくい。

(コンビニ) …アベノミクスに伴う効果というのは、地方都市ではまだ見られない。低価格志向が強いことから、客の賃金が上がっているとは思えないので変わらない。

(衣料品専門店) …夏物ビジネス用品の動きが悪い。また、スーツの販売数が低迷している。

(住関連専門店) …来年3月までは消費税増税前の駆け込み需要が出ると予想される。

(旅行代理店) …個人旅行の先行契約、団体の先行契約のいずれの動きを見ても、今の状況から急激に回復することはない。ここしばらくは変わらないで推移する。

(競艇場) …当社のような娯楽施設では、お金の使用を控えている方がまだ多い。2、3か月先もあまり変化は無い。

(木材木製品製造業) …住宅の需要は2、3か月、現状程度に順調に推移する。

(コピーサービス業) …我々の業界の景気が良くなるまでには時間が掛かりそうである。復興需要等も土木関連の業種が多少潤っているだけであり、我々は建築関連の動きが良くならないと景気が良くならない。現在のような状況はまだ続く。

(出版・印刷・同関連産業) …株式市場が安定しないと消費マインドが冷え、広告用のチラシ、印刷物が減少し、結果的に景気は悪くなっていきそうである。

(金属工業協同組合) …依然として、良い材料は見当たらない。円安の影響からか材料価格が上昇気味である。また、特殊材が入りにくくなっている。アベノミクス効果はない。

(人材派遣会社) …引き続き、景気はやや良い状況が続くとみられる。新卒採用において、大学3年生に向けた採用を意識したインターンシップを行う企業が例年に比べると2、3倍に増えていることにも着目している。

(職業安定所) …求人数の動きは変わらず高水準で推移している。特段求人が増加、減少する要因は見られず、このままで推移する。

## ○「やや悪くなる」

(ガソリンスタンド) …物が売れずに安売り合戦が始まっている。また、石油及び住宅設備関係共に酷い状況である。こういった市場環境の悪化により、数量、単価共に激減している。

(高級レストラン) …景気上昇が期待ほど伸びず、必要品のみの購入におさまり、娯楽・遊興用途の費用が縮小すると予想される。夏場の財布のひもは固くなるのではないかと。

(観光型ホテル) …選挙が近づくと必ずといっていいほど来客数が少なくなる。また、デスティネーションキャンペーンが終わるということもあり、予約状況がかなり悪くなっている。やはり、秋以降のシーズンまでは本格的な復活は期待が持てない。

(都市型ホテル) …宿泊部門は海水浴や花火大会等、ファミリー客に期待するも、週末以外はお盆期間も空室が目立つ。レストランは例年帰省客である程度の集客は見込めるが、宴会部門の予約状況にも目立った動きはない。

(食料品製造業) …相変わらず月間売上が前年を下回る月が続いている。さらに、円安による輸入材料の高騰も見込まれる。

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