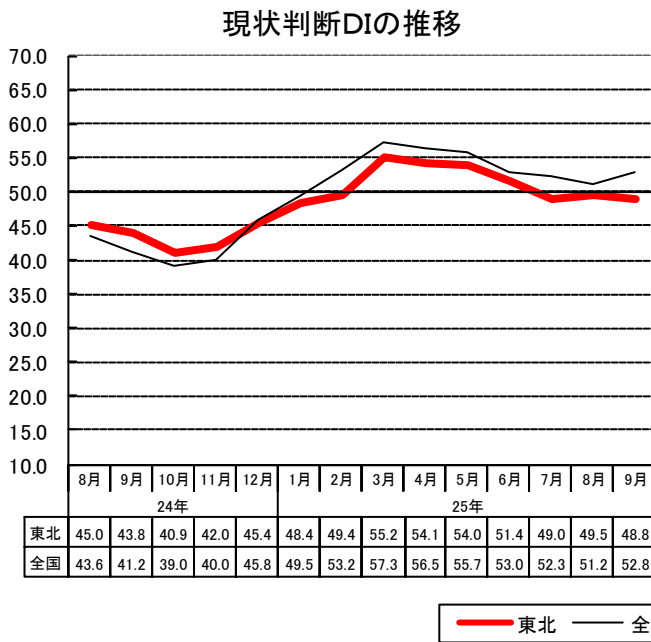


公益財団法人東北活性化研究センター
 「内閣府 景気ウォッチャー調査 平成 25 年 9 月東北分
 (新潟を含む東北 7 県)」について

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 25 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「48.8」（▲0.7）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 3か月連続で下回った。



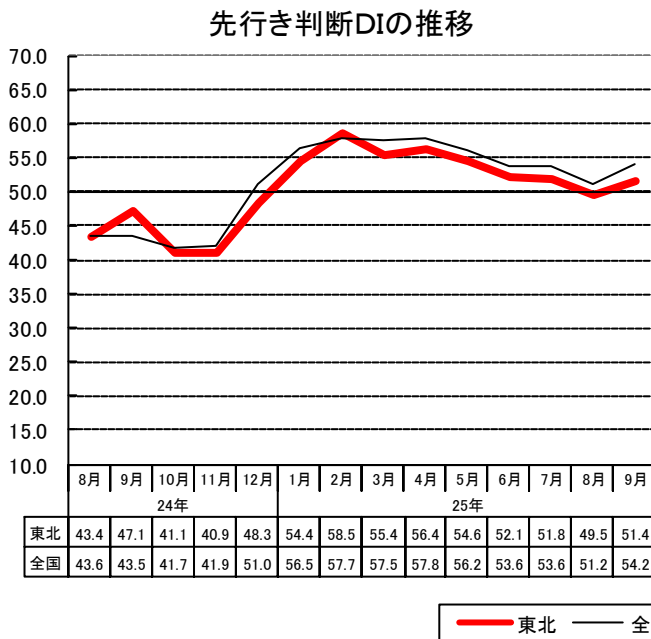
・家計動向…秋物が堅調に推移し、自動車や住宅関連では消費税増税前の駆け込み需要もみられた。一方で、台風や大雨が客足を鈍らせている。野菜の高騰も消費に悪影響を与えた。DI は「47.6」（▲0.8）と 2 か月ぶりに前月を下回り、基準値 50 を 3 か月連続で下回った。

・企業動向…製造業で受注・販売環境が悪化した業種があったものの、全体としては、良い状況に変わりはない。DI は「50.6」（▲0.6）と 2 か月連続で前月を下回ったものの、基準値 50 を 9 か月連続で上回った。

・雇用動向…DI は「53.4」（±0.0）と前月から横ばいで、基準値 50 を 9 か月連続で上回った。

2. 先行き判断（2～3か月先の見通し、方向性）

先行き判断 DI「51.4」（+1.9）は、5か月ぶりに前月を上回り、景気判断の基準となる 50 を 2か月ぶりに上回った。



・家計動向…ガソリンや食料品等の値上げによる節約傾向が懸念されているものの、消費税増税前の駆け込み需要への期待感がみられる。DI は「50.0」（+2.8）と 5 か月ぶりに前月を上回り、基準値 50 を 3 か月ぶりに回復した。

・企業動向…受注量の増加が見込まれる業種がいくつかみられる。DI は「54.8」（+0.6）と 2 か月ぶりに前月を上回り、10 か月連続で基準値 50 以上となった。

・雇用動向…DI は「54.5」（▲1.2）と 3 か月ぶりに前月を下回ったものの、基準値 50 を 10 か月連続で上回った。

<参 考>

■D Iの推移※

(1) 現状判断(方向性) D I

	24年					25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	45.0	43.8	40.9	42.0	45.4	48.4	49.4	55.2	54.1	54.0	51.4	49.0	49.5	48.8
家計動向関連	43.4	42.1	41.0	41.1	45.7	45.3	46.4	53.6	52.6	52.1	51.0	47.6	48.4	47.6
企業動向関連	46.3	45.1	37.2	42.5	43.1	53.6	55.5	57.3	56.0	59.5	51.8	53.0	51.2	50.6
雇用関連(参考)	53.4	52.3	47.7	46.6	47.7	59.1	58.0	61.4	60.2	55.7	53.4	51.1	53.4	53.4

(2) 先行き判断D I

	24年					25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	43.4	47.1	41.1	40.9	48.3	54.4	58.5	55.4	56.4	54.6	52.1	51.8	49.5	51.4
家計動向関連	40.2	46.2	40.2	39.2	47.4	52.9	58.4	53.6	54.7	53.5	50.3	49.7	47.2	50.0
企業動向関連	50.6	49.4	42.1	45.0	50.0	59.5	61.6	61.0	60.7	57.1	57.7	58.5	54.2	54.8
雇用関連(参考)	51.1	48.9	44.3	44.3	51.1	54.5	53.4	56.8	59.1	56.8	53.4	53.4	55.7	54.5

※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 9 月 25 日～30 日

回答者数 210/210 名、回答率 100.0%(全国 1,873/2,050 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」

（乗用車販売店）…消費税増税の論調が強くなってきている影響か、どうせ買うなら増税前にとという方が増えてきているようである。

（住宅販売会社）…消費税増税が現実化し、9月中の駆け込み受注が止まらない。

（建設業）…消費税増税に絡んで受注量が増えている。

（新聞社[求人広告]）…求人広告の申込件数が増えている。しかも正社員募集も増加している。

○「変わらない」

（商店街）…夏の猛暑、そして大雨被害と気候の急変から、生鮮商品の品薄感が価格に影響しやや買い控え傾向にある。また、秋野菜、キノコ、サンマ等の入荷が例年より遅くなっている。なお、最近めっきり秋めいて冬物婦人服が動き出している。

（カメラ販売店）…高額商品の動きは秋の紅葉撮影のための購入などでやや上向きで推移しているものの、低価格品はスマートフォンの影響で激減している。

（百貨店）…初秋物は堅調に推移している。ただし、例年に比べ残暑がなく、気温も低く夏物衣料が全く売れないため、トータルでは10%位下回る見込みである。寿司、米飯などは好調だが、原発汚染水問題の報道で鮮魚が特に厳しく、近県の果実、野菜、精肉など厳しい状況が続いている。

（スーパー）…台風などの天候異常により、野菜相場が高騰している。また、海水温が高いため、旬のサンマの入荷が減少し、高値である。また、公共料金の値上げ等マイナス要素が多すぎて、販売数に影響が出ている。

（衣料品専門店）…前年よりも秋らしい気候となり、カジュアル衣料を中心に立ち上がりを見せているが、単価が稼げるビジネス衣料の立ち上がりが遅れている。

（家電量販店）…来客数が回復せず、前年割れが続いている。消費するものに魅力がないことも一部あると思うが、スマートフォンだけは好調に推移している。

（ガソリンスタンド）…暖房用の燃料の販売は前年比 100%前後で推移している。しかし、除染事業や解体工事、新築等で今まで順調であった軽油販売の需要が一段落している。そのため、販売全体からすると低調となっている。原油価格が上がっていることによる需要抑制効果が出てきている。

（ショッピングセンター）…来客数の伸び悩みがある。台風や大雨の影響での外出が控えられた影響は大きい。9月は稲刈りのシーズンであり、家族総出での作業のためか、主要購買層である 30~60 代の客層は少ないように見受けられる。

（都市型ホテル）…食材、ワイン等の値上がりに伴い、料金設定を変更した。相変わらず婚礼による売上は悪いが、法要の受注により前年並みにはなっている。

（通信会社）…株価は上がっているが、景気が向上しているのは一部企業だけである。客の様子を見ても景気が向上しているようには見えない。

（観光名所）…前半の3連休は台風の影響で極端に来客数が少なかった。後半の3連休は天候に恵まれ、前年に若干届かない程度まで回復したが、月全体では前年より悪化しそうである。

（食料品製造業）…牛タンは全国的にも人気だが、特に東京駅周辺の売店で結構な人気がある。その売上が全体的に大きく寄与し、前年比で数%の伸びを示している。

（一般機械器具製造業）…自動車部品は国内、輸出向け共に比較的好調に推移しており、計画を上回る水準で動いている。

（通信業）…スマートフォン需要が上向いてきており、顧客単価が上昇しつつあるが、競合他社との競争が激化しており、販促コストも増えてきている。

(飲食料品卸売業) …前月、前々月から引き続き、良い水準で出荷が動いている。特に今月は3連休が多く、旅行者が多かったことの効果か、JR駅内の売店、空港ビルの店舗などからの受注に大きな伸びがある。
(職業安定所) …新規求人総数が増加しており、有効求人倍率も好転しているが、依然として業種による温度差が目立っている。

○「やや悪くなっている」

(コンビニ) …前年の記録的残暑の裏年のため、飲料やアイスの落ち込みが大きい。来客数への影響も顕著に表れている。

(住関連専門店) …今月はお彼岸を挟んだ月なので、仏具関係の売上増加を見込んでいたが、来客数が少なく、販売に結び付いていない。

(一般レストラン) …芋煮会などの需要が、店舗型から自分たちでやるスタイルに変わってきているためか、週末になると各自川原等で芋煮会をしているようで、店への予約が減っている。また、消費税率の上昇に気にしている人もいるようである。

(観光型ホテル) …今月は3連休が2回も続いたが、団体客はほとんどなく、個人客でカバーしている。宿泊客数はもちろん館内の消費額も伸びず、全店の売上が大幅にダウンしている。

(美容室) …婚礼シーズンに入っても、式場で結婚式を挙げるケースが減ってきたようで、我々美容師、着付け師の出番もなくなりつつある。結婚式にお金をかけず、その分実生活に回そうとする若者が多くなったからのようである。それだけ余裕がなくなってきたということではないか。

(農林水産業) …米の余剰在庫により、25年産米の買取価格が低下している。

(土石製品製造販売) …大雨による水害の復旧作業に加え、台風による建物被害、道路の修復工事が次々とあり、終わりが無い。電気料金や燃料の高騰から、発注先に受注価格の値上げを提示するも、合意が得られず契約に至らないケースが多い。

(人材派遣会社) …アベノミクスは小売業と消費者には恩恵がなく、消費税増税などの不安から飲食及びサービス系商店は求人募集に対して消極的になっている。

(2) 先行き判断理由

○「良くなる」

(輸送用機械器具製造業) …客先の設備投資増強による波及効果が確実に出てきている。

○「やや良くなる」

(衣料品専門店) …冬物で単価が上がることで消費税率アップ前に買物をしようという心理がはたらくのではないかと予想する。

(乗用車販売店) …消費税の動向に左右されるとみられるが、今後発売予定の新型車の効果も相まって販売台数の増加が見込まれる。

(ショッピングセンター) …前年の9月よりも残暑が緩やかであり、パンプスやショート丈のブーツ等の靴や靴下、バック等、秋物の服飾雑貨の動向が好調である。今後、付随して衣類の売上も伸長が予想される。

(旅行代理店) …消費税が8%に上がる前に需要が少し伸びてくるとみられる。一時的なものかもしれないが、景気は2、3か月後はいったん良くなる。ただし、4月以降が心配である。

(リフォーム業) …消費税増税の動きに反応したリフォームの問い合わせが急増している。

(輸送業) …10月以降の物量増が見込まれる状況にある。また、2020年東京オリンピックの開催も決まり、環境的にも明るさがうかがえるようになってきている。

(広告代理店) …消費税率変更に伴い、表示変更による案件が、今後増加する。

(金属工業協同組合) …受注案件(見積)は増加してきているが、同業他社の新規参入等から価格競争がきびしい。

○「変わらない」

- (医薬品販売店)…ガソリンやパンなど生活必需品の値上げがニュースになっており、年金暮らしの客層は、早くも節約など生活防衛に走っている様子である。
- (家電量販店) …今すぐ買わなければならないような商品があまりない市場のなかで、買換え需要の奮起が必要になるが、これといった商品も思い浮かばない。
- (観光名所) …団体客の予約も例年より少ない状況であり、今後も厳しい状況が続くそうである。
- (農林水産業) …これからふじりんごの収穫に入るが、品質はととも良く、販売単価に期待したい。しかし、ももは風評被害の影響があったので、りんごにもあるのではないかと不安である。
- (建設業) …メーカーからは10月からの資材値上げを通告されている。また、技術者不足等も考えられるので、現在受注量はあるが、将来的な景気は不安である。
- (通信業) …既存契約維持には厳しい環境であることに変わりがなく、設備統合など効率化の施策を打っていないことには、先行きの見通しが立てられない状況である。
- (コピーサービス業) …消費税の動きで変わる可能性はあるが、現在のところは大きく景気に変化する状況ではない。企業関連の購入状況や設備投資の状況を見ても、期待感は薄い。また、来客数も減少傾向にあるのが現状である。
- (人材派遣会社) …求人への依頼が増加する要素が無く、求職者の希望とのミスマッチが継続している状況から考えると、大きな変化は無い。宮城以外の東北5県ではこの状況がより深刻である。
- (職業安定所) …公共工事の増加を見込んだ建設業からの求人はあるものの、他の業種からの求人は増えていない。
- (民間職業紹介機関) …求人動向は相変わらず特定業種に偏っている。全般的には変化が見受けられない。

○「やや悪くなる」

- (コンビニ) …客の財布のひもがゆるむ傾向はなく、必要なものだけの購入で余計なものは買わない。たばこも低単価のものに流れていて、客単価を落としている。
- (酒類専門店) …輸入酒を先頭に値上げの通知が多々来ている。値上げ幅も、大きいものでは約千円上がる商品もある。消費者からはしかたがないと言われるが、これからどこまで消費者が受け入れてくれるか不安である。世間では前向きな話も聞くが、地方はまだまだ先行き不透明である。
- (都市型ホテル) …9月の電気料金に続き、10月以降の食品関係の値上げは、飲食業には非常に大きなダメージになる。これから法人需要が活発化するが、規模が縮小しているなかで数をこなさなければならない。さらに、単価も依然低迷しており、婚礼についても規模が非常に小さくなっている。

○「悪くなる」

- (スーパー) …今後、競合他社の出店が予定されており、競争がますます厳しくなるなか、円安の影響により仕入原価が上がり、粗利益が取りづらい状況にある。さらに、電気料金などの値上げによる販売管理費の増加と経営的にはかなり厳しくなることが予想される。

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