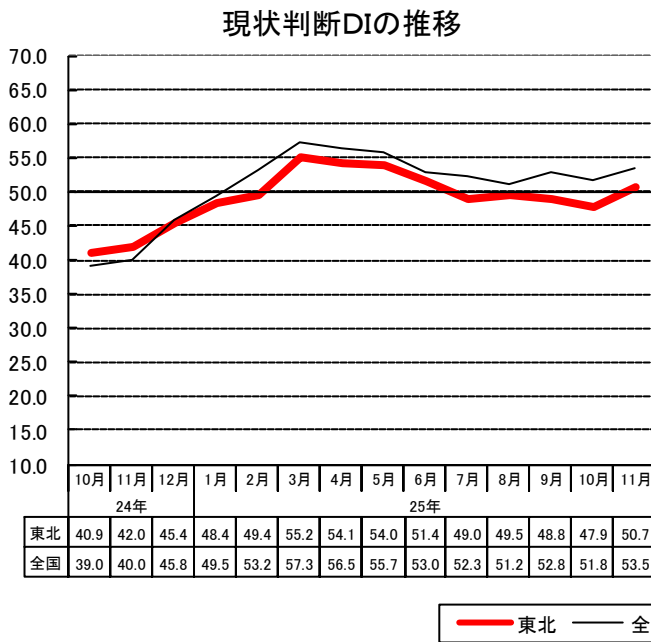


公益財団法人東北活性化研究センター
「内閣府 景気ウォッチャー調査 平成 25 年 1 1 月東北分
(新潟を含む東北 7 県)」について

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 1 1 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「50.7」（+2.8）は、3か月ぶりに前月を上回り、景気判断の基準となる 50 を 5か月ぶりに上回った。



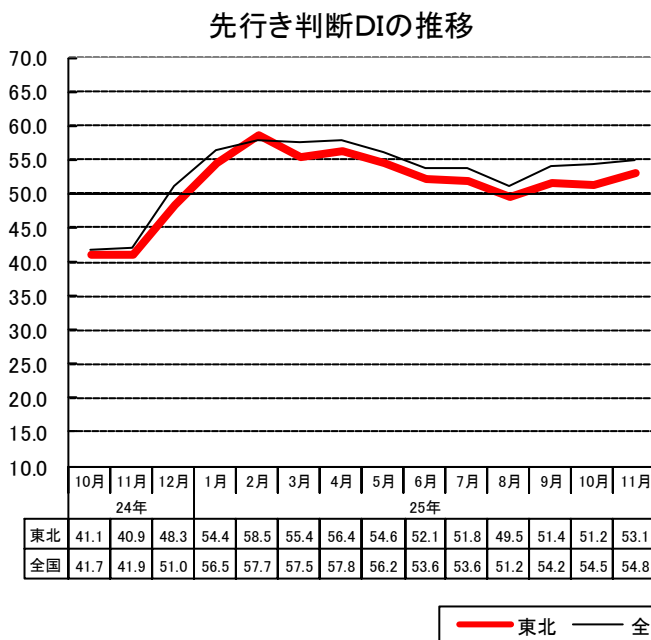
・家計動向…消費増税前の駆け込み需要により、自動車等の耐久消費材が順調である。反面、衣料品は防寒衣料の動きが悪い。DIは「48.4」（+3.0）と3か月ぶりに前月を上回ったものの、基準値 50 を 5 か月連続で下回った。

・企業動向…建設業を筆頭に、ほとんどの業種で、企業業績が良好に推移している。DIは「53.6」（+3.0）と4か月ぶりに前月を上回り、基準値 50 を 11 か月連続で上回った。

・雇用動向…DIは「60.2」（+1.1）と2か月連続で前月を上回り、基準値 50 を 11 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「53.1」（+1.9）は、2か月ぶりに前月を上回り、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…年末年始のセールに加え、消費増税前の駆け込み需要への期待感がみられる。DIは「51.6」（+0.6）と3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。

・企業動向…ほとんどの業種で、景気判断がプラスとなっている。DIは「57.7」（+7.7）と2か月ぶりに前月を上回り、12か月連続で基準値 50 以上となった。

・雇用動向…DIは「54.5」（±0.0）と前々月から横ばいで、基準値 50 を 12 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										
	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	11月
東北現状	40.9	42.0	45.4	48.4	49.4	55.2	54.1	54.0	51.4	49.0	49.5	48.8	47.9	50.7
家計動向関連	41.0	41.1	45.7	45.3	46.4	53.6	52.6	52.1	51.0	47.6	48.4	47.6	45.4	48.4
企業動向関連	37.2	42.5	43.1	53.6	55.5	57.3	56.0	59.5	51.8	53.0	51.2	50.6	50.6	53.6
雇用関連(参考)	47.7	46.6	47.7	59.1	58.0	61.4	60.2	55.7	53.4	51.1	53.4	53.4	59.1	60.2

(2) 先行き判断D I

	24年			25年										
	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	11月
東北先行き	41.1	40.9	48.3	54.4	58.5	55.4	56.4	54.6	52.1	51.8	49.5	51.4	51.2	53.1
家計動向関連	40.2	39.2	47.4	52.9	58.4	53.6	54.7	53.5	50.3	49.7	47.2	50.0	51.0	51.6
企業動向関連	42.1	45.0	50.0	59.5	61.6	61.0	60.7	57.1	57.7	58.5	54.2	54.8	50.0	57.7
雇用関連(参考)	44.3	44.3	51.1	54.5	53.4	56.8	59.1	56.8	53.4	53.4	55.7	54.5	54.5	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 11 月 25 日～30 日

回答者数 208/210 名、回答率 99.0%(全国 1,860/2,050 名、90.7%)

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」

（一般レストラン）…客単価が3か月前と比べ3～4%上がっている。

（建設業）…同業者の復興案件等の受注が堅調に推移している。

○「やや良くなっている」

（百貨店）…今月は地元プロ野球球団の優勝セールや優勝パレードの影響もあり、セールを中心に売上が伸びている。消費者は何かの購買動機があれば積極的に購買するという流れは続いている。ただし、気温がなかなか下がらないために、基幹アイテムであるコートの売行きが伸び悩むなど一部商品で前年を下回っているものもある。

（乗用車販売店）…各企業の上期業績回復によって、冬のボーナスも改善傾向にあり、エコカー新型車の投入もある。そして、消費税増税前の駆け込み需要も徐々に顕在化し始め、来場者数も増え、受注も順調に伸びている。ただし、販売面ではハイブリッド車の供給不足で登録できず、前年割れと苦戦している。

（住関連専門店）…3か月前よりは物の動き、来客数、客の様子も大分活気付いてきている。それが、販売量にもつながり、売上高も上がっている。

（ショッピングセンター）…消費税増税前の住宅建築等に伴い、耐久消費財を購入する様子が多く見られる。また、年末のボーナスを見込み、宝飾等の高額品の動向が回復傾向にある。セール期間中の来客数は増加傾向にあるが、通常期間中はその反動も出る。

（観光名所）…来客数は前年同時期とさほど変わっていないが、客に購買意欲があるのか単価は上がっている。前年並みの乗船人数であるが単価が上昇しているため、売上は前年並み以上となっている。

（リフォーム業）…受付件数は予算を達成していないものの、前年実績を上回っている。供給は予算、前年共に超過している。

（通信業）…地域ごとにおけるイベント等の影響も多少あるが、顧客の契約更新に対する姿勢が柔軟になってきている。

（飲食料品卸売業）…地元プロ野球球団の日本シリーズ進出、優勝に伴い、テレビ観戦の影響で飲食店向けは振るわなかったものの、一般小売店向け並びに駅構内などの土産店向けの出荷が好調となっている。また、首都圏向けの清酒の出荷は、冬らしい天候の早来が好影響を与えている。

（新聞社[求人広告]）…求人数そのものは増えていないが、小売店を中心に地元の中小企業等の求人広告が目立ってきている。少しずつだが、やっと地元動きが出てきている。

（職業安定所）…有効求人倍率は前年比増加を続け、有効求職者数は減少を続けている。有効求人倍率は1倍を超え、緩やかに上昇を続けている。

○「変わらない」

（スーパー）…競合店対策として販促策を強化しているため、既存店売上高は前期実績を上回っている。しかし、円安の影響による原料高により仕入値入率の低下、販促コストの増加、電気料金の値上げなど販売管理費が増大しており、売上、利益の伸び以上に費用の増加が大きくなってきている。

（コンビニ）…競争環境が激しくなっており、更に客の選択の余地が広がり、来店頻度及び購買点数の減少がみられる。

（白衣・ユニフォーム専門店）…注文は変わらずにあるが、とにかく利益が出ない。競合他社との見積りでかなり厳しい状況にある。

（ガソリンスタンド）…石油製品の販売業務をやっているが、季節柄寒くなってきているため販売量は順調だが、マージンが低下してきている。仕入れの上昇が販売価格の転嫁になっていないことが大きな要因である。

(観光型旅館) …客の動きはほとんど変化が無い。休日前日や連休に集中し、平日はあまり動きがないという状況が続いている。

(旅行代理店) …小売や自動車関連が好調持続しており、インセンティブやキャンペーンの相談が続いている。

(通信会社) …顧客の設備投資意欲に関して、依然としてあまり良い変化はない。

(美容室) …夏以降、客の回転数が若干鈍化してきており、その影響で前年と比べて来客数が少なくなっている。

(住宅販売会社) …9月までの消費税に絡まなかった顧客の動きが散漫で、契約に至るまでの時間が長くなっており、受注の伸びが止まっている。

(木材木製品製造業) …木材の住宅部材は、供給過剰により販売単価が低下し、収益が悪化している。

(一般機械器具製造業) …自動車部品の国内生産は良好に推移している。また、輸出環境も円安によって良好に推移している。

(コピーサービス業) …設備投資の動きは若干見られるものの、ゼネコン関連に偏っている状況である。

(人材派遣会社) …大学生の新卒採用において、例年11月まで大学4年生を採用する企業は少ないのだが、今年はサービス、外食、アミューズメントを中心に採用を継続している企業が多い。

○「やや悪くなっている」

(衣料品専門店) …気温は下がってきているが、コートなどの防寒衣料の動きが悪く、単価が下がっている。結果的に売上は前年を下回っている。

(都市型ホテル) …前月に引き続き、デパート地下のデリカ総菜部門とレストラン利用客の動きが非常に悪い。特にデリカ部門については大幅な前年割れとなり、危機感を抱いている。利用数、単価共に下がっており、消費者マインドの冷え込みがみられる。それに加えて、食品表示問題について、当社でも発覚しており、客のホテルを見る目が厳しくなっている。

(設計事務所) …全体的に図面を書く仕事が少なくなっており、あっても短時間で終わるような小規模なものになっている。

(2) 先行き判断理由

○「やや良くなる」

(百貨店) …これからのクリスマス、年末商戦、初商、3月までは、消費税増税前の駆け込み需要や、耐久性のある商品、自分へのご褒美といった部分への消費は見込め、2、3か月という短期的な部分でいえば今よりは多少需要としては伸びていく。ただし、4月以降に反動がくることは明らかである。

(家電量販店) …当県は震災からの復興需要で新築需要が増えている。また、この先2、3か月間は消費税増税前の駆け込み需要により、前年比で2けたの伸びを期待している。少しずつ伸びて、3月がピークになるとみている。ただ、4月以降の反動は注意していかなければならない。

(乗用車販売店) …消費税増税とクリーンディーゼル補助金締め切りの駆け込み需要が本格化することが予想されることに加えて、初売効果が上乘せとなり、現在よりも若干上向き傾向になることが考えられる。

(広告業協会) …年末、年始にかけての初売りセールは前年並みの動きだが、不動産、自動車販売は依然として好調なところから、今後は積極的な広告活動に動くものとみられる。

(金属工業協同組合) …受注量においては、自動車関連は元より半導体関連の動きが非常に活発になってきている。来年上期までは強気の受注計画が見られる。懸念材料は消費税増税がどう影響するかである。

(民間職業紹介機関) …自動車関連及び携帯電話関連の求人が増加傾向にある。

○「変わらない」

(商店街) …秋口に県外資本の郊外大型店立地が相次いだ。整備された郊外商圏における低価格での商品提供により、中心商店街はより苦境に立たされている。

- (スーパー) …消費税増税に対する意識の高まりにより、耐久消費財への出費が増えることが予想される。その分食品への出費は金額的に抑える傾向になるとみられる。現状よりも良くなる要因がない。
- (衣料品専門店) …消費税増税の決定以来、単価が前年を下回っている状態が続いている。増税直前では若干の駆け込み需要は期待できるが、2月までは単価の下落傾向が続くとみる。
- (都市型ホテル) …新年会が売上の柱となるが、現時点では定例の団体、協会以外の一般企業の動きは鈍い。ただ、建設関連の企業は各種会合で活発な動きをしている。
- (通信会社) …年末に向けては、キャンペーン効果もあり加入者が増えているが、増加が見込めるのはボーナス月の12月までである。年明けは、新規の加入増加要素が見当たらないため、現状維持で状況は変わらない。
- (住宅販売会社) …受注残は増えるが、現場は職人不足のため、完成工事量が増えない。
- (電気機械器具製造業) …半導体業界の状況は、これから2、3か月先では大きな変化がないとみられる。特に、モバイル機器、デジタル家電の新規開発量の大小がポイントになるが、現状は安定期に入っている。
- (建設業) …作業員不足、技術社員不足が顕著になっており、対応能力に限界がきている。
- (通信業) …年度末にかけて駆け込み需要の期待はあるが、顧客の契約更新に対する反応には楽観視できないものがある。
- (人材派遣会社) …小売業からの依頼増は、景況の高揚というより、人手が確保できないことが背景にある。状況変化の兆しがみえない。
- (職業安定所) …求人、求職共に季節的な変動は予想されるものの、他は特に目立った動きは無く、横ばいの状況と予想される。

○「やや悪くなる」

- (医薬品販売店) …ここ1年くらいで主要商品の原価が劇的に上昇し、これからも上昇が続くだろうと仕入先から通告されている。しかし売価への転嫁はほとんどできないままである。加えて消費税増税をにらんだ節約志向はもう既に始まっているようだが、来年4月以降は更に大きな消費低落に見舞われるのではないか。このような経営環境下で、当店としても積極的な投資どころではなく、諸経費のさらなる節減を図ろうとしているところである。こういった状況は、程度の差こそあれ物販業全般にいえるし、その影響を考えれば楽観できない。
- (一般レストラン) …例年1、2月あたりは景気が冷え込む。しかも、消費税増税前に色々な物を買ってしまおうということ、レストランで食事をするという方にはお金は回ってこないのではないか。また、現在は地元プロ野球球団の優勝に沸いているが、その反動でレストランは暇になるというか、非常に困った現象が起きることもある。財布の中身が増えない限りは、本格的に景気が良くなっていくことはない。
- (美容室) …客の話を聞いても、食料品や衣類は買わざるを得ず、美容室にかけるお金をそちらへ回さないとやっていけないという方が多数いる。この先、景気が良くなるという人は、まだそんなにいない。

○「悪くなる」

- (コンビニ) …競合各社の出店もあるが、昨今の従業員不足のため、近隣コンビニの募集時間給が高くなってきており、経営を圧迫してくるとみられる。

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