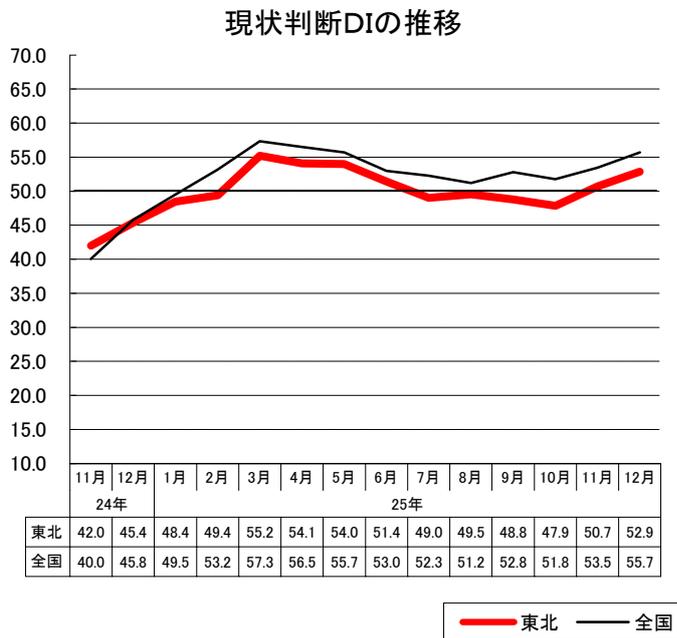


公益財団法人東北活性化研究センター
 「内閣府 景気ウォッチャー調査 平成25年12月東北分
 (新潟を含む東北7県)」について

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12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「52.9」(+2.2)は、2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。



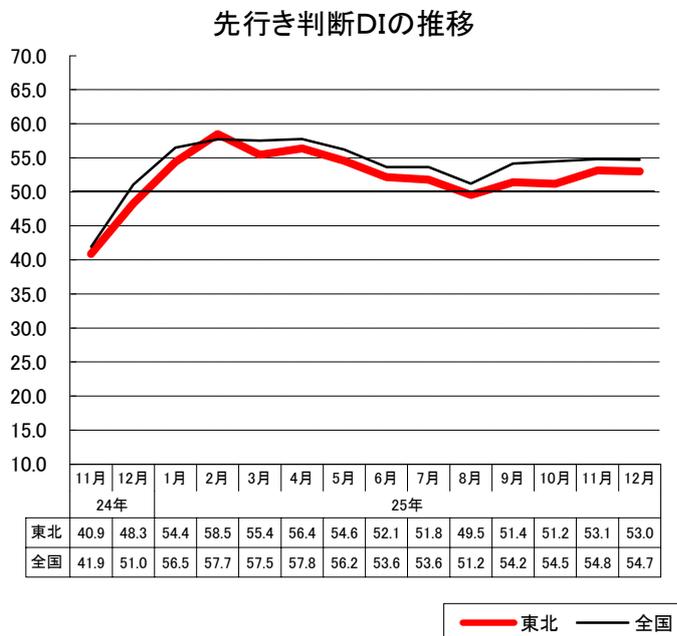
・家計動向…消費税増税前の駆け込み需要により、自動車や百貨店の高額品等が好調となっている。一方、レストラン、ホテル、旅館が振るわなかった。DIは「49.1」(+0.7)と2か月連続で前月を上回ったものの、基準値50を6か月連続で下回った。

・企業動向…円安の進行により、自動車関連産業はじめ全体的に景気判断が良くなっている。DIは「60.4」(+6.8)と2か月連続で前月を上回り、基準値50を12か月連続で上回った。

・雇用動向…DIは「63.6」(+3.4)と3か月連続で前月を上回り、基準値50を12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「53.0」(▲0.1)は、2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4か月連続で上回った。



・家計動向…消費税増税前の2、3月を控え、駆け込み需要への期待が強まっている。DIは「52.1」(+0.5)と4か月連続で前月を上回り、4か月連続で基準値50以上となった。

・企業動向…多くの業種で消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。一方、増税による消費低迷への懸念も一部で見られる。DIは「54.3」(▲3.4)と2か月ぶりに前月を下回ったものの、13か月連続で基準値50以上となった。

・雇用動向…DIは「56.8」(+2.3)と4か月ぶりに前月を上回り、基準値50を13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											
	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	12月
東北現状	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	52.9
家計動向関連	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	49.1
企業動向関連	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	60.4
雇用関連(参考)	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	63.6

(2) 先行き判断D I

	24年		25年											
	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	12月
東北先行き	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	53.0
家計動向関連	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	52.1
企業動向関連	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	54.3
雇用関連(参考)	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	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 12 月 25 日～31 日

回答者数 209/210 名、回答率 99.5%(全国 1,855/2,050 名、90.5%)

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」

（出版・印刷・同関連産業）…3か月前の売上高は前年を10%ほど下回っていたが、今月は前年を10%ほど上回っている。

（飲食料品卸売業）…地元向け出荷については前月、前々月と比べ大きな動きは見られないが、年末にきて首都圏への出荷が大きく伸びている。特に定番品の出荷に伸びがあり、料飲店向け、広域流通店舗向けの出荷が貢献している。

○「やや良くなっている」

（百貨店）…消費税増税前の需要なのか、高額な羽毛布団や敷布団などが活況となってきた。特に羽毛布団の販売数が伸びている。増税前の購入品が日々変化している。増税後の季節商材のまとめ買いや、買い置きが起こっている。

（乗用車販売店）…新型車の売行きが好調で、12月としては過去最高の受注獲得ができています。

（ショッピングセンター）…12月中旬以降、来客数が前年を上回っている。これは前年と比較して積雪量が少ないことが原因と考えられる。また、企業による歳暮需要、特に金券の購入金額が増加している。クリスマス直前になって、バーゲン価格となった品物を購入する方が多く見られる。

（通信会社）…加入促進イベントを毎週実施している。来客数は大幅に増加し、契約者数も徐々に増加している。

（観光名所）…現在開催中のイベント効果で、例年の同時期と比べ来客数が多くなっている。

（電気機械器具製造業）…半導体関連の大手工場の業務が増えたことで、関連する下請企業も仕事はきている模様である。

（輸送用機械器具製造業）…円安の進行により、自動車産業は凍結していた設備投資も段階的に行っており、中小企業への波及効果はゆっくりだが出ている。

（金融業）…新事業を始めるに当たっての設備投資、そして運転資金需要など、前向きな資金ニーズが始めている。

（人材派遣会社）…飲食店、外食産業を中心に中途採用が継続しているが、なかなか数の確保ができず、採用活動が継続している。

（新聞社[求人広告]）…求人広告の申込数が増えてきている。勤務地が首都圏の求人が多いことは気になるが、地元募集も確実に増えている。

（職業安定所）…有効求人倍率が2か月連続で上昇しており、過去2番目に高い倍率となっている。

○「変わらない」

（医薬品販売店）…来年4月の消費税率上昇を控え、駆け込み需要は来年3月でピークに達すると予想される。医薬品の購入間隔が数か月から半年間隔の客も多く、既にその助走的な傾向が始まっていると考えるべきだろう。しかし、現状はその割に振るわず、前年比など総合的に判断しても、来客数は横ばいで、単価はむしろ低下気味となっている。

（カメラ販売店）…高額商品は新商品の販売が好調である。しかし、低価格品の動きは鈍く、横ばいで推移している。

（スーパー）…特売やポイントセールなど販促策によって来客数、売上は上向いているが、1人当たりの買上点数は前年を割った状態が続いており、必ずしも景気が上向いているとはいえない。

（衣料品専門店）…来客数は戻りつつあるが、客単価が戻っていない。必要最低限の購買はまだ続いている。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。

- (住関連専門店) …今月も単価の高い商品の売行きが鈍く、単価の低い小間物商品がよく出ている。
- (パソコン専門店) …客は消費税率が上がる前の購入を考えているようだが、商品の供給や人手が足りず、納品や作業ができなかったりすることにより、売上には結び付いていない。
- (白衣・ユニフォーム専門店) …年末で防寒着の需要が高まると思っていたが、なかなか受注に結び付いていない。業種によっては、防寒着の貸与年数が2～3年となっているので、毎年の注文にはならないところが痛い。
- (設計事務所) …年末で慌ただしさはあるが、仕事量が増えているわけではない。今年中に終わらせて欲しいという要望があるための忙しさである。
- (土石製品製造販売) …賞与や給与が多少増加するなど、一部で上向き傾向はみられるが、雇用の面では人員削減があったりするなど、すべてにおいて上向きになっているわけではない。
- (一般機械器具製造業) …自動車部品は輸出が比較的堅調であることに加え、消費税増税前の駆け込み需要もあり、比較的堅調に動いている。
- (企画業) …見積査定基準が前年より厳しくなっており、問答無用で値引きを要求されることが多くなっている。

○「やや悪くなっている」

- (コンビニ) …年末商戦は3連休最後の23日にクリスマスパーティーをする家庭が多いことがうかがえた。近隣の大型ショッピングセンターに客を取られ、来客数は前年比、売上共に振るわない。コンビニおせちの予約も、品質は向上しているようだがまだ認知されておらず苦戦している。全体的な売上も前年比5%減少している。
- (一般レストラン) …12月は例年よりも客単価が3～4割低くなっている。来客数は伸びているので、景気が下がっているとは一概にはいえないが、来客数が多くても単価が悪いため前年よりも大分悪い状況である。
- (観光型旅館) …忘年会や新年会の予約が減ってきている。また、平日の入込も減少傾向にある。夕食時の飲み物の注文も控えめであり、全般的にリーズナブルな利用形態が多くなってきている。消費単価は減少傾向にある。
- (都市型ホテル) …当月の売上を左右する高額商品のおせちの販売個数が前年の2割減となっており、かなりの痛手となる。販売委託をしているデパートでも、他商品全体で80～90%とのことなので、大型正月連休が影響しているのかもしれない。
- (木材木製品製造業) …住宅部材の資材価格の高騰と商品価格の低迷で採算が悪化している。

(2) 先行き判断理由

○「良くなっている」

- (乗用車販売店) …年初に予定されている新型車発表により、新規及び自社客誘因も更に見込まれる。消費税増税に刺激された代替マインドの上昇と年度最大需要期とが重なるので、かなりの期待が持てる。
- (住関連専門店) …消費税率が4月から上がるので、その前にある程度高額商品は動くと思われている。

○「やや良くなる」

- (百貨店) …消費税増税前の最後の駆け込み需要が見込まれる。特に学校制服など、従来は4月に計上していた商品が3月中に前倒しで計上されるケースが増えると予想される。また、高額品の家具、時計、宝飾や生活必需品の化粧品などの売上は増加するとみられる。
- (衣料品専門店) …世間一般でいわれているような、消費税増税前の駆け込み需要がどのように出るのか。3、4月に向かっては限定的にスーツが売れる時期なので、需要が一般の人にも膨らむのではないかと予測している。

- (家電量販店) …消費税増税を前に駆け込み需要が考えられる。既に新築需要もあるので、需要は底堅い。家電製品の柱であるテレビや冷蔵庫に関しては、テレビは回復気味、冷蔵庫は底堅いものの、すごく伸びたり悪くなったりするという極端なことはなく、なだらかな状況が当分続くともみている。
- (木材木製品製造業) …住宅部材の需給バランスが取れて、採算の改善が進む。
- (輸送用機械器具製造業) …円安の進行により、自動車産業は凍結していた設備投資も段階的に行っており、中小企業への波及効果はゆっくりだが出ている。
- (司法書士) …消費税増税にからんで、来年3月末日まで引き渡しの注文住宅に関する業務が終了するまでの需要は確保されている。
- (金属工業協同組合) …ここに来て、消費税増税前の駆け込み受注案件が目に見えて増えている。来年3月までの納期対応案件となっている。ただし、単価は依然として低単価である。
- (新聞社[求人広告]) …県外企業の季節従業員の求人数は明らかに改善している。消費増税前の駆け込み需要とも相まって3月末までは景気は上向きに推移するのではないかとみている。

○「変わらない」

- (コンビニ) …消費税増税に対する意識がより一層高まり、食料品等への出費抑制が懸念される。また、競合店の撤退により、一時的に来客数は増加したが、客単価及び購買点数はやや下がってきており、今後不安を残す形となっている。
- (ガソリンスタンド) …暖房用の燃料の出荷は気温の状態が大きく左右されるため、この先1か月の状況で業績は大きく左右する。また、消費税増税の影響が出るために、春のタイヤ等の出荷が早まるとみられる。前年より需要期が前倒しとなりそうである。
- (通信会社) …消費税増税を控えており駆け込み需要はあるものの、根本的な景気改善は期待できない。
- (住宅販売会社) …新築の受注量については鈍化するとみられるが、消費税増税前の3月末まではリフォームを含む短期工事のボリュームが多くなる。
- (食料品製造業) …既存品の販売は前年をキープするのが精一杯な状況である。新商品投入やキャンペーンで売上増加を図っても効果が薄い。
- (建設業) …消化能力が限界となっており、しばらくは現状維持が続くと予想される。
- (通信業) …既存契約更新には依然として慎重な姿勢がみられるが、営業フォローの効果で今のところ契約切替の兆しはみられない。
- (職業安定所) …前年に求人が非常に多かったことから前年比での減少傾向はここしばらく継続するとみられる。また、企業整備等の情報も少ないことから、求職者の急激な増加は考えにくく、年度末までこの状況は継続する。

○「やや悪くなる」

- (繊維工業) …天候の影響で店頭の販売が良くないので、先物の春物の展示会の受注が今までに無く悪くなっている。また、来年4月から消費税率が上がることで一般消費は冷え込むのではないかとみられる。
- (人材派遣会社) …東北全体の新規派遣登録者が前月比マイナス30%と依然伸び悩むなかで、成約率は前月比マイナス7%と鈍化している。

○「悪くなる」

- (コピーサービス業) …復興関連の仕事も我々の業界では少ない。今後も増えるような状況も確認できず、実感もない状況である。前年の売上の数字を守れるか、現状は不安な状況である。

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