

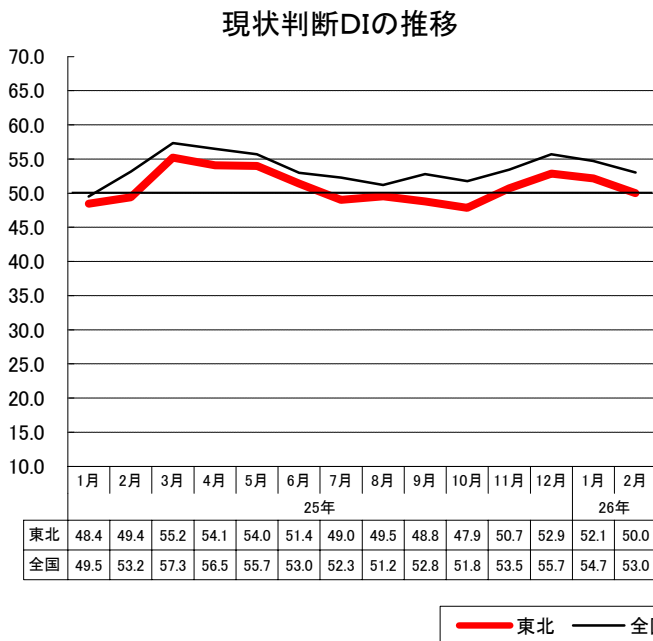
報道機関各位

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 26 年 2 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 26 年 2 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「50.0」(▲2.1)は、2か月連続で前月を下回ったものの、4か月連続で景気判断の基準となる 50 以上となった。



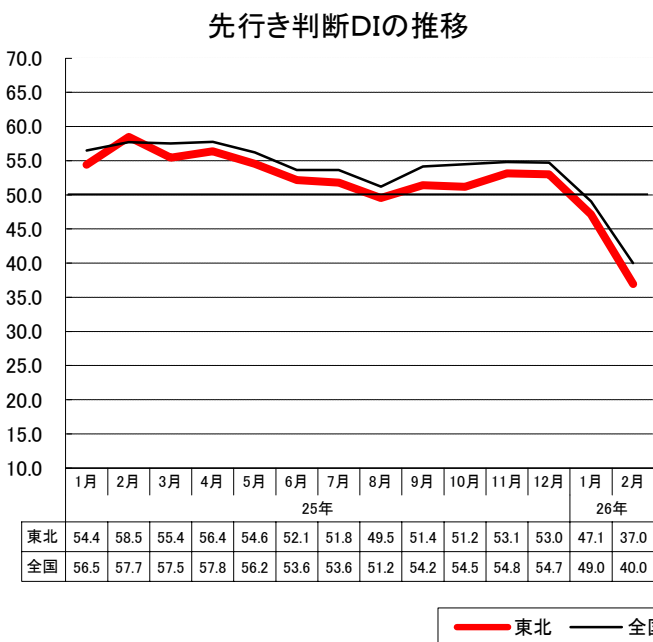
・家計動向…消費税増税前の駆け込み需要により百貨店等は好調を維持している。一方で、2週続けての週末の大雪により、ホテルやレストラン等の幅広い業種で来客数が大きく減少している。DIは「45.9」(▲2.4)と2か月連続で前月を下回り、基準値 50 を 8 か月連続で下回った。

・企業動向…前月に引き続き、建設業を筆頭に、多くの業種で受注・販売環境が好調を維持している。DIは「59.5」(±0.0)と前月から横ばいで、基準値 50 を 14 か月連続で上回った。

・雇用動向…DIは「59.1」(▲4.5)と7か月ぶりに前月を下回ったものの、基準値 50 を 14 か月連続で上回った。

**2. 先行き判断(2~3か月前の見通し、方向性)**

先行き判断 DI「37.0」(▲10.1)は、3か月連続で前月を下回り、景気判断の基準となる 50 を 2 か月連続で下回った。



・家計動向…消費税増税後の買い控えへの強い懸念がうかがえる。DIは「34.8」(▲10.2)と2か月連続で前月を下回り、基準値 50 を 2 か月連続で下回った。

・企業動向…消費税増税後の受注減が懸念されている。DIは「43.5」(▲7.7)と3か月連続で前月を下回り、基準値 50 を 15 か月ぶりに下回った。

・雇用動向…DIは「38.6」(▲14.8)と2か月連続で前月を下回り、基準値 50 を 15 か月ぶりに下回った。

## <参 考>

### ■D Iの推移※

#### (1) 現状判断(方向性) D I

	25年												26年	
	1月	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
東北現状	48.4	49.4	55.2	54.1	54.0	51.4	49.0	49.5	48.8	47.9	50.7	52.9	52.1	50.0
家計動向関連	45.3	46.4	53.6	52.6	52.1	51.0	47.6	48.4	47.6	45.4	48.4	49.1	48.3	45.9
企業動向関連	53.6	55.5	57.3	56.0	59.5	51.8	53.0	51.2	50.6	50.6	53.6	60.4	59.5	59.5
雇用関連(参考)	59.1	58.0	61.4	60.2	55.7	53.4	51.1	53.4	53.4	59.1	60.2	63.6	63.6	59.1

#### (2) 先行き判断D I

	25年												26年	
	1月	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
東北先行き	54.4	58.5	55.4	56.4	54.6	52.1	51.8	49.5	51.4	51.2	53.1	53.0	47.1	37.0
家計動向関連	52.9	58.4	53.6	54.7	53.5	50.3	49.7	47.2	50.0	51.0	51.6	52.1	45.0	34.8
企業動向関連	59.5	61.6	61.0	60.7	57.1	57.7	58.5	54.2	54.8	50.0	57.7	54.3	51.2	43.5
雇用関連(参考)	54.5	53.4	56.8	59.1	56.8	53.4	53.4	55.7	54.5	54.5	54.5	56.8	53.4	38.6

※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 26 年 2 月 25 日～28 日

回答者数 209/210 名、回答率 99.5%(全国 1,880/2,050 名、91.7%)

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」

（建設業）…大型の復興関連公共工事の受注が確定してきている。

##### ○「やや良くなっている」

（百貨店）…消費税増税前の駆け込み需要とみられるが、食料品、寝具、家庭用品、時計の売上が前年と比較して伸びている。客の様子を見ても、計画的な目的買いが多く、買い求めている商品群が共通している。

（家電量販店）…生活必需品の冷蔵庫や洗濯機のなかで、単価の高い省エネハイグレードモデルの販売台数が伸びており、平均単価が上がってきている。

（乗用車販売店）…新型の軽自動車及びハイブリッド車の売行きが好調であることに加え、消費税増税の影響で前倒し受注が多い。ただし、3月納車が間に合わない車種が増えてきており、販売量は若干下降傾向にある。

（ショッピングセンター）…家具や家電、インテリア商品や、宝飾品、メガネ、印章等高単価品の売上が伸びている。一方、紳士服や日用品、食品等の売上苦戦により、館内全体の客単価としては微増となっている。

（食料品製造業）…前月は予算をほぼ達成、今月も達成している。市場に動きがうかがえる。

（金融業）…メガソーラー関連は引き続き好調である。土地取引が増加してきている。

（広告代理店）…印刷物やWebにおいて、消費税の変更に伴う修正依頼が出てきている。

（司法書士）…不動産業者や建築業者においては、ここ数年にない業績の上昇がみられたという声を聞く。

（新聞社[求人広告]）…募集広告の申込件数が増えている。業種も建設業や製造業、サービス業などにも広がってきている。

##### ○「変わらない」

（スーパー）…4月の消費税増税に伴い、中長期保存可能な加工食品、基礎調味料、嗜好品、菓子、冷凍食品や肌着、靴下、インナーなどの販売数量が伸びてきている。しかし、これは消費者の事前の防衛策であって景気が良くなっているとはいえない。

（観光型ホテル）…今月はあまり景気に左右されない還暦などの人生の節目の行事が多く、入込は多少良好である。しかし、大雪が2週続けて土曜日と重なり、アクセス不良のためキャンセルも発生している。

（通信会社）…中小企業を主とした法人顧客への営業を実施している。製造業は上向きだが将来に不安を感じており、新規事業の案を模索している状況である。小売業、卸業は単価の競争が激しく、景気の状態は現状維持である。

（美容室）…来客数は前年と同じような状況である。1人当たりの単価が低い上に来客数も増えていないので、売上はむしろ下がっている。

（設計事務所）…以前から依頼されている仕事をこなしている状況で、新たな仕事は増えていない。

（住宅販売会社）…消費税増税前の駆け込みがある。また、期後も計画受注ができています。

（繊維工業）…全体的には良い方向に向かっているが、2週続けて土日に記録的な大雪が降り、店頭での売行きが悪くなっている。

（一般機械器具製造業）…自動車部品は、消費税率引上げ前の駆け込み需要等もあり、堅調に動いている。

（コピーサービス業）…例年2月は案件の数が日増しに増えてくる時期であるが、それが無い。また、消費税増税前の駆け込み案件も少ない。

（飲食料品卸売業）…出荷量は堅調である。中旬には大雪の影響で流通の混乱もあったが、月末の出荷で取り戻し、回復している。

（職業安定所）…新規求人数は引き続き高水準の状態が続いている。加えて、震災がれき処理の終了に伴う

離職者を期待した求人が増えている。しかし、景気が良くなっているわけではない。

### ○「やや悪くなっている」

(商店街)…2月に入り寒い日の続くなか、特に週末2週続けての豪雪は客足への影響が大きくなっている。

消費税増税前の駆け込みで上向きになることを期待された売上は極端な下落となっている。

(コンビニ)…近隣のスーパーに消費税増税前の価格競争で客を奪われている。雪も解け来客数も伸びてきており、本来なら伸びてくる時期であるが、客単価や販売量を見る限り、厳しい状況には変わらない。

(衣料品専門店)…消費税増税前の駆け込みを期待していたが、増税後に対しての生活防衛意識が高く、逆に来客数が減少している。

(酒類専門店)…例年通りの販売量だが、前月あたりから洋酒、ワインに始まり清酒、食品と原料価格高騰を理由に値上げが相次いでいる。得意先からも値上げの通知をする度にうんざりされてしまう。以前は値上げ前にある程度の在庫を抱えるという得意先も少なくなかったが、今の状況ではそこまでの余裕と力がない。飲食店などからの発注単位もケースから本単位が当然の傾向になってきている。

(一般レストラン)…大雪の影響とオリンピックの観賞のせい、極めて低調である。前年に比べても落ち込みはひどく、かなり厳しい月となっている。

(都市型ホテル)…2月の予算は低い設定ではあったが、週末2週に渡る大雪の影響で土日のレストランはガラガラの状態であった。15日の大雪では宴会のキャンセルも相次いだ。

### ○「悪くなっている」

(医薬品販売店)…2度の大雪の影響が出ている。また、中旬からはオリンピックで深夜テレビ放送がされたので、夜間の客は全くといっていいほどおらず、来客数は前年比2割ほどの落ち込みとなっている。

## (2) 先行き判断理由

### ○「やや良くなる」

(スナック)…歓送迎会シーズンに入り、団体客の利用が増えてくることが予想される。既に予約も少しずつ入ってきている。4月過ぎころまでは良い方向でいけそうである。

### ○「変わらない」

(寝具販売店)…消費税増税で買物を控える客が増える。

(都市型ホテル)…消費税増税を控えて4月に予定されているものが3月に実施されることを希望しているが、3月の予約状況は芳しくない。加えて4～6の第1四半期についても、主力の宴会、婚礼共に例年と比較しても低調に推移しており、大変心配している。

(住宅販売会社)…受注は順調だが、業者の手が不足していて現場の動きが悪く、完成売上が伸びない。

(電気機械器具製造業)…携帯電話、スマートフォン、PC、タブレットなどの携帯端末機器の新製品開発動向に大きな変化見通しが無い。各分野の割合に変化はあるが、トータルボリュームに変動が見られない状況が続くとみられる。

(建設業)…消費税増税の影響が多少あるとみられるが、官の出件量は現状維持が続くと予想される。

(公認会計士)…人不足、資材不足が解消されない限り、建設関係の業績は現状維持とみられる。小売、サービス関連の会社も業績は落ち着いており、2～3か月での業績回復は難しい。

### ○「やや悪くなる」

(スーパー)…3月は4月からの消費税増税前のまとめ買い特需により、若干景気も持ち直すと思われるが、4月以降の買い控え、買上点数の減少による売上低迷が懸念される。

(タクシー運転手)…消費税率引上げ後はもうタクシーには乗らないという客もいる。税率の引上げは財布のひもを締めさせつつある。

(競艇場)…消費税増税の影響で娯楽やレジャーにかかる金額が抑えられる。

(木材木製品製造業)…住宅着工の受注量が減少に転じており、部材の販売減が想定される。

(一般機械器具製造業) …新興国経済に陰りが出てきていることによる輸出の減少と、消費税率引上げによる反動等による受注減が考えられる。

(広告業協会) …消費税増税後の反動で経済的に落ち込むことが予想されているが、その対策に広告費をかけようという企業や団体は見当たらない。増税後2～3か月は静観しようというムードが伝わっている。

(新聞社[求人広告]) …消費税増税の影響は大きい。買い控えが採用意欲減退につながりそうである。

(職業安定所) …新規求人数は増加傾向にあるものの、人出不足、コスト高、消費税増税後の反動等により、今後を懸念する企業が多い。

## ○「悪くなる」

(百貨店) …消費税増税の影響が出る。現在好調な高額品、化粧品、生活用品の反動減とともに、衣料品などの買い控えも予測され、相当の影響を受けることが予想される。

(コンビニ) …消費税増税前にもかかわらず、価格改定の際に値上げ商品が目立ってきている。規格変更という名目での値上げが相次いでいる。来客数が増えないなかでこれに3%の増税では購買意欲も減退するのではないかと。

(衣料品専門店) …4月からの消費税増税により、生活防衛意識はますます強まり、必要最低限のものしか買わなくなる。衣料品に関しては単価、販売量共に低下する。

(乗用車販売店) …消費税増税に間に合わないと判った時点で購入を控える客が増えてきている。各社、3月成約の客に対しては、納期遅れ値引きとして増税分を負担するとの触れ込みをしている。4～6月は確実に販売量が落ち込むことが予測されることから、3月中にできるだけ受注を獲得する必要があり、そのための施策を検討している。

(白衣・ユニフォーム専門店) …繁忙期と重なる時期だけにどうなるのか全く読めない。しかし、消費税増税前の駆け込みがあればあるだけ、その後は受注数が減ることは目に見えている。

(出版・印刷・同関連産業) …現在、消費税増税前の駆け込み需要が起きている。4月以降はその反動が出て、景気は落ち込む。

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