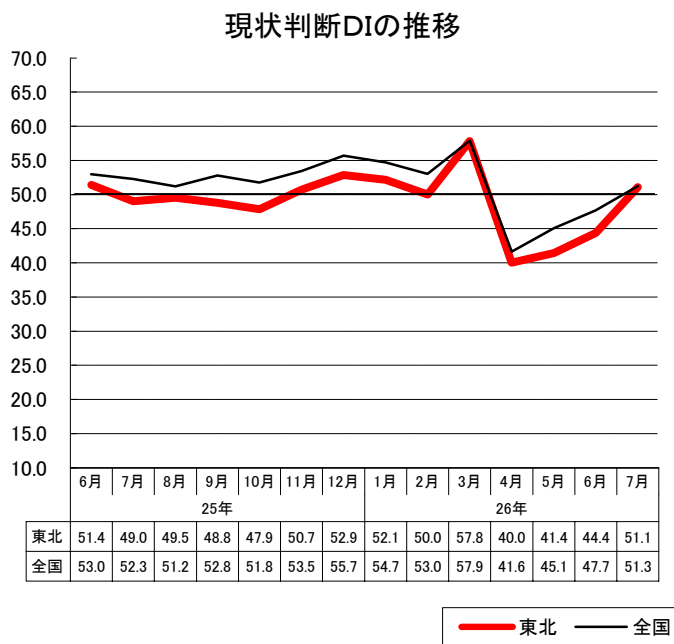


公益財団法人東北活性化研究センター  
 「内閣府 景気ウォッチャー調査 平成 26 年 7 月東北分  
 (新潟を含む東北 7 県)」について

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 7 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「51.1」(+6.7)は、3か月連続で前月を上回り、景気判断の基準となる 50 を 4 か月ぶりに上回った。



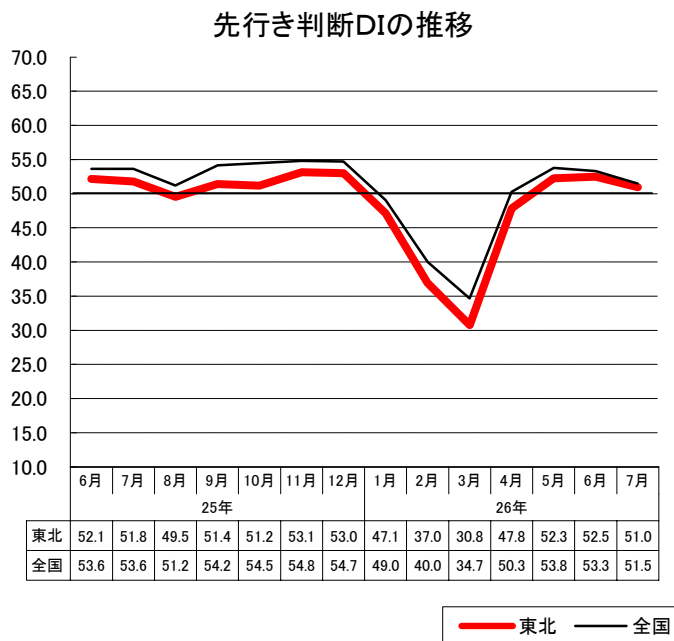
・家計動向…消費増税の導入月である 4 月に比べ、百貨店等で回復基調となっている。DI は「49.8」(+6.3)と基準値 50 を 4 か月連続で下回ったものの、3 か月連続で前月を上回った。

・企業動向…製造業、非製造業、共に DI の改善がみられる。特に、非製造業の中の広告代理店等で改善の幅が大きくなっている。DI は「52.4」(+9.5)と 4 か月ぶりに前月を上回り、基準値 50 を 4 か月ぶりに上回った。

・雇用動向…DI は「56.8」(+3.4)と 2 か月ぶりに前月を上回り、基準値 50 を 19 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「51.0」(▲1.5)は、4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 3 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が、百貨店は回復が見込まれる。DI は「50.3」(▲2.1)と 4 か月ぶりに前月を下回ったものの、基準値 50 を 3 か月連続で上回った。

・企業動向…製造業の DI は改善しているが、非製造業中、飲食料品卸売業等の DI が悪化している。DI は「52.4」(▲0.6)と 4 か月ぶりに前月を下回ったものの、基準値 50 を 3 か月連続で上回った。

・雇用動向…DI は「52.3」(±0.0)と前月から横ばいで、基準値 50 を 4 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

	25年							26年						
	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	7月
東北現状	51.4	49.0	49.5	48.8	47.9	50.7	52.9	52.1	50.0	57.8	40.0	41.4	44.4	51.1
家計動向関連	51.0	47.6	48.4	47.6	45.4	48.4	49.1	48.3	45.9	55.4	35.9	37.8	43.5	49.8
企業動向関連	51.8	53.0	51.2	50.6	50.6	53.6	60.4	59.5	59.5	65.5	46.4	44.0	42.9	52.4
雇用関連(参考)	53.4	51.1	53.4	53.4	59.1	60.2	63.6	63.6	59.1	59.1	54.5	60.2	53.4	56.8

#### (2) 先行き判断D I

	25年							26年						
	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	7月
東北先行き	52.1	51.8	49.5	51.4	51.2	53.1	53.0	47.1	37.0	30.8	47.8	52.3	52.5	51.0
家計動向関連	50.3	49.7	47.2	50.0	51.0	51.6	52.1	45.0	34.8	29.3	48.1	51.7	52.4	50.3
企業動向関連	57.7	58.5	54.2	54.8	50.0	57.7	54.3	51.2	43.5	31.5	44.0	52.4	53.0	52.4
雇用関連(参考)	53.4	53.4	55.7	54.5	54.5	54.5	56.8	53.4	38.6	38.6	53.4	55.7	52.3	52.3

※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7月 25 日～31 日

回答者数 209/210 名、回答率 99.5%(全国 1,887/2,050 名、92.0%)

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 : 022-225-1426 FAX : 022-225-0082

## <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」

（百貨店）…4月は消費税増税の影響で大きく売上を落としていたが、6月後半からは季節の変わり目ということもあり売上が回復してきている。時計、宝飾、呉服などの高額商材についてはまだ戻りきっていないが、衣料品などは順調に回復している。また、影響が大きいと思われた化粧品についても、メイクアップ商品を中心に想定より早く回復しつつある。

##### ○「やや良くなっている」

（コンビニ）…天候が比較的安定しており、飲料などの夏季需要が増えてきている。

（家電量販店）…来客数は少ないままであるが、一般的に高付加価値モデルが人気であり単価が高いものが良く売れている。

（酒類専門店）…今年は、前年に悩まされた夕方からのゲリラ豪雨が少なく、ビアガーデンなども好調である。特に生ビールの動きが良い。今まではバラでの発注が多かった他のアルコールに関しても、ケース発注が目立ってきている。お中元に関しても、単価が落ちる事もなくほぼ平年並みの販売量となっている。

（観光型旅館）…低単価志向は相変わらずである。しかし、来客数の動きは順調であり前年比を上回る結果が続いている。可処分所得の占める割合が増えてきたのではないかとみている。

（都市型ホテル）…宿泊、一般宴会は昨年比、予算共に好調な数字となっている。ホテル主催のイベントチケットの売行きも良く、今月末に販売したうな重も好調に販売できている。梅雨が明けて夏祭り前であるがホテルに限らず人出は多い。

（旅行代理店）…4月は消費税増税もあり今まで感じたことの無い急ブレーキがかかっていた。しかし、ここにきて夏場の商品の売行きなどが良い形に戻ってきている。

（テーマパーク）…消費税増税直後の4月と比較すると、消費者の動きは活発化しており景気はやや回復傾向にあるとみている。

（土石製品製造販売）…正社員の雇用はまだまだ少ない状況であるが、給与や賞与は徐々に上がってきている。

（電気機械器具製造）…6月中旬以降受注が回復してきている。

（建設業）…復興関連事業の発注がコンスタントに推移している。

（金融業）…介護関連施設及び分譲地の資金需要などの大口案件が出てきている。

（広告業協会）…広告出稿は消費税増税後の落ち込みもなくなり、ボーナス商戦も前年並みに戻っている。新聞、テレビ、ラジオ、新聞折込なども前年を上回る業績をあげている。しかし、大型生活用品店の開店があったものの広告全般の底上げには結びついていない。

（経営コンサルタント）…賞与支給が7月に集中しているため消費マインドは高まっている。

（企画業）…チラシやイベントなどの広告関係の需要が増えつつある。

（新聞社[求人広告]）…流通関連企業の求人件数が増えている。新規出店のスーパーマーケットが複数件あり採用意欲が高い。

（職業安定所）…小売業で新規開店のための大量求人が出るなど業務拡充の動きがある。

##### ○「変わらない」

（商店街）…販売店、消費者共に消費税増税に対する抵抗感が無くなってきているが、全体的な節約志向から消費が盛り上がらない。

（カメラ販売店）…低価格商材の動きが良くなってきて販売量は回復傾向にある。しかし、高額商材の動きが鈍く売上の回復がみられない。

(衣料品専門店) …来客数は回復してきている。しかし、客は安く付加価値の高い物を購買する傾向が強く単価は上昇していない。

(通信会社) …他社競合となることが多い。客は価格に非常に敏感であり、少しでも価格を下げるように要求されている。

(住宅販売会社) …過去に競合する事の無かった大手メーカーが価格帯を下げた商品の提供で下層価格帯に参入している。その予定以上の受注に苦戦している。

(人材派遣会社) …応募者数が激減しており、事務職の中途採用の募集であってもなかなか採用できない企業が増えてきている。

## ○「やや悪くなっている」

(スーパー) …消費税増税から4か月近く経過して客の消費行動が明らかに変化している。集客手段として使っている日替り目玉商品は、以前であれば衝動買いや家庭に在庫があっても購入するケースが多かったが、販売量を見ると今はそのような行動が少なくなっており、自分に必要のない商品はいくら安くしても売れなくなっている。

(住関連専門店) …一般住宅の建築がまだ出てきていないため、耐久消費財の動きが鈍く販売量が伸びていない。

(一般レストラン) …6月までの状況と比べるとかなり低調な雰囲気がある。ボーナスが入りにぎわいをみせている場所もあるが、レストランにはそれが反映されていない。来客数も減少しており苦戦を強いられている。

(タクシー運転手) …晴れの時はタクシーを利用しないで歩く方がほとんどであるように見受けられる。

(一般機械器具製造業) …自動車部品は、アセアン諸国の低迷が続いており輸出環境が悪化している。それに加えて国内では消費税増税後の反動減がまだ続いている。

## ○「悪くなっている」

(自動車備品販売店) …自動車補修部品関係の動きが非常に悪い。車検に入ってもエコカー減税時からの初車検が多いため交換部品がほとんどない状況である。

(高級レストラン) …市場に仕入れに行っても本まぐろなどの高級食材が全然売れていないようである。当店だけではなく他の店も悪いのではないか。

## (2) 先行き判断理由

### ○「やや良くなる」

(百貨店) …消費税増税後はひと月ごとに回復傾向にある。また、秋物衣料やリビング商品の新製品が従来より多く提案されてきており、消費喚起につながっていくとみている。

(都市型ホテル) …宿泊稼働は安定している。一般宴会やレストランの来客数も増加していることで期待感もあり上向いてきている。

(旅行代理店) …消費税増税後の様子見が一段落する傾向がみられるのではないか。

(繊維工業) …良くなるかとみているが、原油高、電気料金などの値上がり、労働者不足などが大きく懸念される。

(出版・印刷・同関連産業) …廃業した同業者の顧客を引き継いだため、その分はプラスに転じるものの、大きく伸びる要因が見当たらない。

(電気機械器具製造業) …会社の構造変化に伴い上半期から下半期にかけて給与体系も変わる。その影響は基本的にプラスに働くため景気はよくなる。

(広告代理店) …大型生活用品店の開業により地元商店街の動きが活発となり期待している。

(金属工業共同組合) …消費税増税前の駆け込み需要の落ち込みから持ち直してきており、受注案件が増加傾向にある。特に半導体製造関連などの秋口の案件が増加傾向にある。

(民間職業紹介機関) …正規社員の求人増まで結びつくかは不明であるが、製造業に回復傾向がみられる。

### ○「変わらない」

(コンビニ) …3か月前に比較して来客数、買上点数共に増加しており、消費税増税は完全に織り込み済みである。客単価が現状維持でも、景気は横ばいもしくは若干上向くのではないかとみている。

(乗用車販売店) …新規の客の来場が極端に少なくなっており、それが急に増えるというのは非常に考えにくい。

(ガソリンスタンド) …猛暑により燃料消費が増え販売量の増加が見込める。しかし、節約志向と相殺され変化は望めない。

(人材派遣会社) …登録者数の伸び悩みは今後も続く。

### ○「やや悪くなる」

(観光型旅館) …8月の入込は良好であるが9～10月は前年比を下回っている。日帰り客は奮闘しているものの、宿泊客と違って単価が低く売上増に繋がっていない。

(農林水産業) …燃料価格の高騰とそれに伴う農業関係資材価格の高騰が今後も続くとみている。

(新聞社[求人広告]) …動向的には、消費税率10%についての動きが再燃する秋口から更に落ち込むとみている。また、中東危機、資材の高騰、原油の高騰そして東京の給与ベースの高騰もあり、被災地側ではそれに対応しきれなくなっている。その反動が秋口から出てくるのではないかとみている。

### ○「悪くなる」

(商店街) …当店のような高単価の店の回復はしばらく期待できない。

(スーパー) …8月のお盆商戦を経て節約志向がさらに強まり、商品価格、原価などの値上げをなかなか転嫁しづらい状況にあって、客はさらに価格に敏感になり安い物を買う傾向にある。

(高級レストラン) …大企業中心の収益が地方の末端までに届くには相当の時間が掛かり、良くなる見込みはない。

(飲食料品卸売業) …今は円安が定着してガソリンなど身近な物の価格が上昇している。それが原因で消費に敏感になり一般の買上が減少している状況があるのではないか。これからも景気が良くなるとはなかなか考えにくい。

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