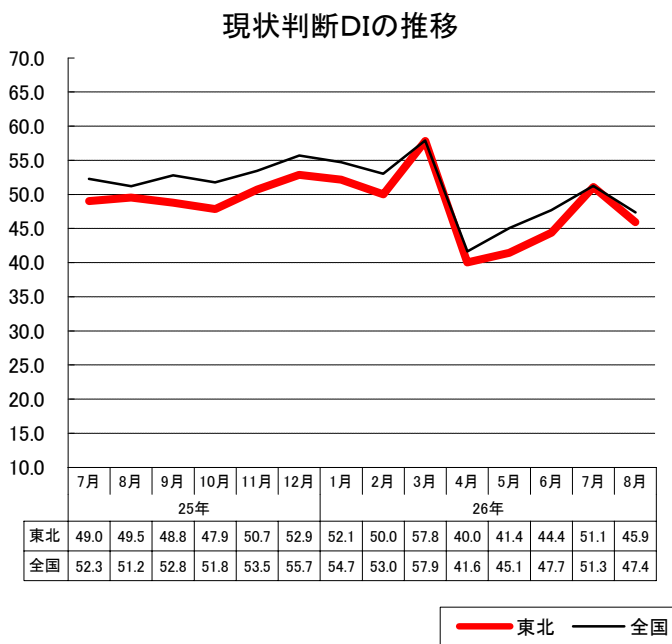


公益財団法人東北活性化研究センター
 「内閣府 景気ウォッチャー調査 平成 26 年 8 月東北分
 (新潟を含む東北 7 県)」について

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 8 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「45.9」(▲5.2)は、4か月ぶりに前月を下回り、景気判断の基準となる 50 を 2か月ぶりに下回った。



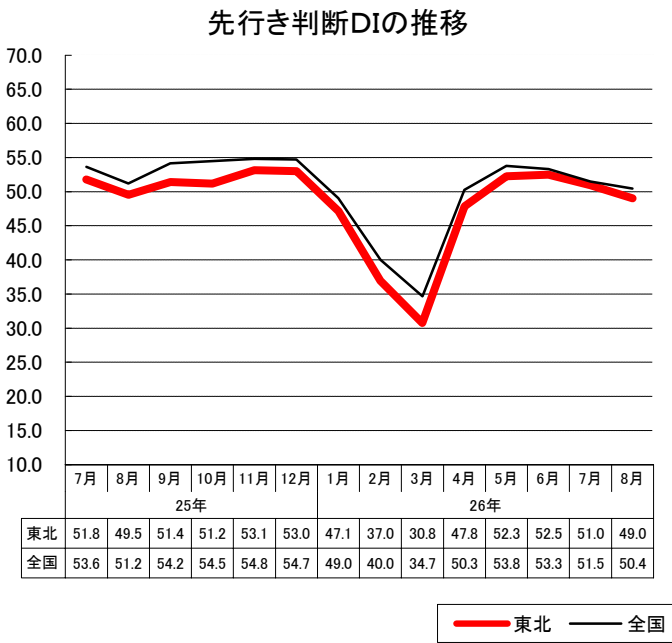
・家計動向…天候不順の影響により、コンビニ、百貨店等で、夏物商材の売上が伸び悩んでいる。DI は「44.8」(▲5.0)と 4か月ぶりに前月を下回り、基準値 50 を 5か月連続で下回った。

・企業動向…製造業、非製造業、共に DI が悪化している。特に、非製造業の中の広告代理店等で落ち込みの幅が大きくなっている。DI は「47.0」(▲5.4)と 2か月ぶりに前月を下回り、基準値 50 を 2か月ぶりに下回った。

・雇用動向…DI は「51.1」(▲5.7)と 2か月ぶりに前月を下回り、基準値 50 を 20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「49.0」(▲2.0)は、2か月連続で前月を下回り、景気判断の基準となる 50 を 4か月ぶりに下回った。



・家計動向…乗用車は改善が見込まれるが、コンビニを始めとして、小売関連で DI の悪化が懸念される業種が多くなっている。DI は「49.7」(▲0.6)と 2か月連続で前月を下回り、基準値 50 を 4か月ぶりに下回った。

・企業動向…製造業、非製造業、共に DI の悪化が懸念されている。特に、非製造業は、ほとんどの業種で DI が低下している。DI は「46.4」(▲6.0)と 2か月連続で前月を下回り、基準値 50 を 4か月ぶりに下回った。

・雇用動向…DI は「50.0」(▲2.3)と、2か月ぶりに前月を下回ったものの、5か月連続で基準値 50 以上となった。

<参 考>

■DIの推移※

(1) 現状判断(方向性)DI

	25年						26年							
	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	8月
東北現状	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	45.9
家計動向関連	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	44.8
企業動向関連	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	47.0
雇用関連(参考)	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	51.1

(2) 先行き判断DI

	25年						26年							
	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	8月
東北先行き	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	49.0
家計動向関連	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	49.7
企業動向関連	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	46.4
雇用関連(参考)	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	50.0

※DI (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 8 月 25 日～31 日

回答者数 209/210 名、回答率 99.5%(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 : 022-225-1426 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

○「やや良くなっている」

（高級レストラン）…地方なので帰省客が多く、ホテルやレストランを利用している。

（観光型旅館）…今月は夏休み、七夕、お盆とイベントが多い。募集型企画旅行やツアーの団体客が無い代わりに、中年以上の家族旅行や個人客が多い。家族構成も4～5名で客室利用の効率も良く、宿泊単価にもあまりこだわらない。忙しかったが明るい月となっている。

（電気機械器具製造）…新規製品開発が活発化してきている。開発委託の頻度が増加し、その納期の前倒し要求も厳しくなっていることから上向きにあるとみている。

○「変わらない」

（百貨店）…食料品、生活用品に関しては確実に回復傾向にある。しかし、百貨店が主力とする衣料品の動きが悪く、夏物衣料に関しては7月後半にやや回復が見られたものの、8月に入ってから天候要因もあり動きが鈍い。

（衣料品専門店）…長雨が続き夏物商材の動きが不安定である。一方で秋物商材が動きはじめてきており、プラスマイナスゼロである。

（家電量販店）…台風などの影響でお盆の前後あたりからエアコン、扇風機などの動きが少し止まっているが、テレビ、AV機器、パソコン、冷蔵庫などは前年をクリアしている。また、県内全体で来客数が前年比95%前後で推移している。

（通信会社）…新規に申込や契約をする客は増えていないが、解約する客が大幅に減少している。客の増減数からみると3か月前と比較して改善されている。

（観光名所）…来客数の少ない状況が続いている。夏休み期間も雨が多く非常に苦戦している。

（食料品製造業）…今月の前半は七夕を含めて大きく売上を落としたものの、10日以降はお盆の帰省により前年をクリアしている。ただし、月のトータルでは前年を少し下回るものとみている。

（人材派遣会社）…求職者が前年より減少しており、求人と求職のアンマッチがある。

（職業安定所）…建設関係、水産加工関係では、人材不足、作業員不足で受注を増やせていない。多くの事業所で設備があるのにフル稼働ができずに生産量を増やせない状況が続いている。また、資材や燃料費の高騰による負担感が大きいという事業所も多い。

○「やや悪くなっている」

（医薬品販売店）…販売量の動きが少し停滞している。必要なものは買うがそれ以上の買上、プラスワンの商品がなかなか動かないので今月は苦戦している。

（スーパー）…競合各社をみても前年以上にチラシ価格を強化しているが、来客数、買上点数共に増加しない状況が続いている。賃金の上昇は一部の企業に限られており、消費税増税の影響がじわじわと出て不必要な支出は抑えられている。

（コンビニ）…天候が不安定な日々が続いており、主力の飲料部門を中心とした夏季商材の売上の伸びに繋がらずに客単価に影響が出ている。

（乗用車販売店）…ガソリン価格の高騰が自動車の販売減に直結している。

（一般レストラン）…4～6月は、消費税増税の影響による急激な悪化を懸念していたがさほどの停滞はみられなかった。しかし、7～8月ではなんとなくブレーキが踏まれており、天候不順の影響もあるのかじわじわと駄目になっている感がある。今後に不安を残す夏である。

（旅行代理店）…今月に入ってから売上の伸びが3か月前と比較して鈍化してきている。

（リフォーム業）…前月に続き今月も供給数が前年を下回っている。また、消費税増税直後から受付数が減少し続けている。

(出版・印刷・同関連産業) …受注残高が10%程度減少している。同業他社もかなり落ち込んでおり、金額の小さな仕事に手を出してきているので競争が激しくなっている。

(土石製品製造販売) …最近の大雨や台風の影響で、道路補強工事などが思うように進んでいない。また、震災以降の受注価格もまだまだ安い状態が続いている。

(輸送業) …業界的には回復傾向にあるものの、首都圏など大都市への集約化が進んでおり、地方は取り残されつつある。

(金融業) …売上が伸び悩んでいる。

(経営コンサルタント) …夏休み終了間近の商業集積はどこも閑古鳥が鳴いている状況である。

(新聞社[求人広告]) …求人広告は増加しているが人が集まらない。都会で収入の良い仕事へ人が流れているようである。

○「悪くなっている」

(商店街) …食事時間である夜の人出が非常に少なくなっている。

(靴専門店) …例年より気温が上がらず、サンダルを始めとする夏物商品の動きが鈍い。

(広告業協会) …広告の落ち込みは2～3か月は続くが、その後は回復に向かうだろうと予測していた。しかし、大型小売店は戻っている様子があるものの、自動車、不動産は広告の出稿が著しく減少しており、7～8月も依然として戻らない状況が続いている。

(2) 先行き判断理由

○「やや良くなる」

(乗用車販売店) …車両販売の下げ止まりがみえ始めており、改善の方向に向かうとみている。

(住関連専門店) …客の動向をみると買い控えから買換え需要で来客数が増えてきているので、現在よりは若干良くなる。

(電気機械器具製造業) …新規製品開発が活発化してきている状況が今後も続いていくとみており、その結果が我々の業界全体の業績を押し上げる可能性に期待している。

(人材派遣会社) …今の大学3年生に向けて、1年半先の採用を見越したインターンシップを各企業がかなり積極的に実施している。前年の2～3割増しの企業が始めており、今まで以上に景気は上向くのではないかとみている。

○「変わらない」

(百貨店) …なかなか景気が上向きになるという要素が見当たらない。さらに、ガソリン価格の高騰や物価が上昇してきているなかで、慎重な客の購買行動はしばらく続く。

(スーパー) …消費税増税後は客の財布のひもが固くなっている。まだまだ今年いっぱい影響が残るとみており景気は変わらない。

(衣料品専門店) …次の消費税増税が控えており、消費者の財布のひもは一層固くなる。

(家電量販店) …消費税増税後の影響は薄れてきているが、天候に左右される商品の動向が不透明である。

(建設業) …工事消化のピーク状態が続いているが、技術者、労務者不足と東京オリンピック関連工事による影響に不安がある。

(職業安定所) …受注は回復傾向にあるものの、人材確保が困難な状況が続いている。原材料費や燃料費の高騰などのため、収益は伸び悩んでおり、景気の回復の見通しは立っていない。

○「やや悪くなる」

(コンビニ) …競争環境が悪化している。

(酒類専門店) …例年、お盆を過ぎると販売量も減少する。それに加えて、何ものなれば消費者は動かないという雰囲気がぬぐえず好景気の実感はない。

(観光型旅館) …引き続き予約状況は低単価志向であり、付帯をつけても高単価商品は敬遠されている。販売量を低単価商品で増やすやり方は現時点で限界がある。旅行シーズンも終わり冬季に入るので後は下がっていくのみである。

(美容室) …年配の客が多く来店するが、消費税増税で物価も上がる一方であり、なかなか働いていた時のようには美容院に来られなくなったと会話している。

(食料品製造業) …今後は一部の原材料の価格高騰が予定されている。労働者不足も現実になりつつある。

(出版・印刷・同関連産業) …3か月先までの受注残と件数が減少しており心配している。

(広告業協会) …今後は地元企業からの広告出稿は期待できない。中央からの出稿は明るさが少し見えているので後半に期待している。

(新聞社[求人広告]) …消費動向、景気動向のバロメーターである求人数が前年度に比べて4割減となっている。消費税率10%の再増税への対応もあり、秋口から厳しくなる見込みである。

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