

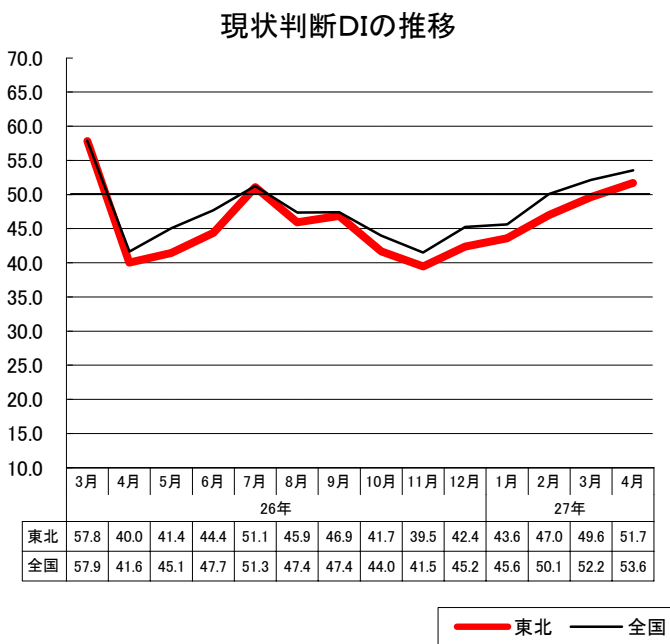
報道機関各位

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 27年4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 27年4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「51.7」(+2.1)は、5か月連続で前月を上回り、景気判断の基準となる 50 を9か月ぶりに上回った。



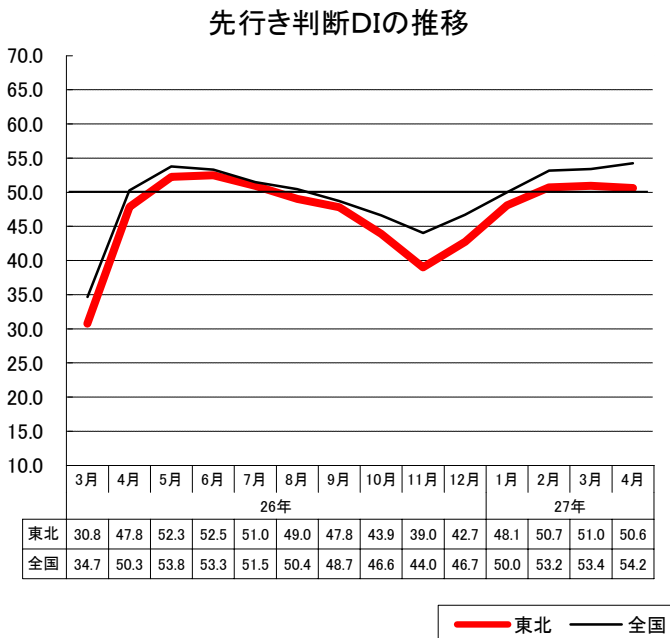
・家計動向…スーパー、百貨店等で、売上が伸びており、DIに改善がみられた。DIは「51.6」(+2.5)と5か月連続で前月を上回り、基準値 50 を13か月ぶりに上回った。

・企業動向…非製造業のDIが前月から横ばいであるが、製造業では、改善している。DIは「53.0」(+2.4)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。

・雇用動向…DIは「50.0」(▲1.1)と2か月ぶりに前月を下回ったものの、2か月連続で基準値 50 以上となった。

2. 先行き判断(2~3か月先の見通し、方向性)

先行き判断 DI「50.6」(▲0.4)は、5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…コンビニ、衣料品専門店、百貨店等、小売関連にDIが低下した業種が多い。一方、サービス関連と飲食関連ではDIが改善した業種が多い。DIは「50.7」(▲0.5)と5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…非製造業のDIが前月から横ばいであるが、製造業では、改善が見込まれている。DIは「51.2」(+1.8)と3か月ぶりに前月を上回り、2か月ぶりに基準値 50 以上となった。

・雇用動向…DIは「48.9」(▲3.4)と、5か月ぶりに前月を下回り、基準値 50 を3か月ぶりに下回った。

<参 考>

■DIの推移※

(1) 現状判断(方向性)DI

	26年												27年			
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月		
東北現状	57.8	40.0	41.4	44.4	51.1	45.9	46.9	41.7	39.5	42.4	43.6	47.0	49.6	51.7		
家計動向関連	55.4	35.9	37.8	43.5	49.8	44.8	46.2	40.2	38.6	41.3	42.5	46.0	49.1	51.6		
企業動向関連	65.5	46.4	44.0	42.9	52.4	47.0	50.0	44.0	40.5	44.6	44.6	50.0	50.6	53.0		
雇用関連(参考)	59.1	54.5	60.2	53.4	56.8	51.1	45.5	46.6	43.2	45.5	48.9	47.7	51.1	50.0		

(2) 先行き判断DI

	26年												27年			
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月		
東北先行き	30.8	47.8	52.3	52.5	51.0	49.0	47.8	43.9	39.0	42.7	48.1	50.7	51.0	50.6		
家計動向関連	29.3	48.1	51.7	52.4	50.3	49.7	47.9	43.5	38.1	41.8	47.3	51.0	51.2	50.7		
企業動向関連	31.5	44.0	52.4	53.0	52.4	46.4	51.2	45.2	40.5	44.6	51.8	50.0	49.4	51.2		
雇用関連(参考)	38.6	53.4	55.7	52.3	52.3	50.0	40.9	44.3	42.0	45.5	46.6	50.0	52.3	48.9		

※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 27 年 4 月 25 日～30 日

回答者数 208/210 名、回答率 99.0%(全国 1,856/2,050 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 : 022-225-1426 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」

（商店街）…消費税増税直後の苦境にあった前年とは比較できないが、生活雑貨を中心に実績が伸びているようである。また、月の後半に入って好天が続いており、ファーストフード関係の客足が伸びている。

（医薬品販売店）…前年と比べることはできないが、前々年と比べても販売量の動きは好調であり、5%ほど増加している。また、来客数も3%ほど増加しており、良い状況である。

（百貨店）…前年は消費税増税の影響による買い控えで大きく売上を落としており、その反動により、売上の前年比は当然大きくプラスとなっている。しかし、その要因を除いても、来客数の増加や、日用品である食品の売上が伸びている。また、ブランド品、時計といった高額商材にも動きが出ていることから、景気は上向きになっているようである。

（スーパー）…既存店の売上の上昇幅が、前年4月の消費税増税による落ち込み幅よりも上回っている。

（家電量販店）…ここ3か月のなかで少し景気が良くなっているのか、パソコン、テレビなどは高単価なもの売れている。また、冷蔵庫、洗濯機、エアコンも単価の高い状態が続いており、購買意欲が持ち直していることが客の様子からうかがえる。

（観光名所）…客単価が順調に伸びていたところに、天候に恵まれて来客数も増加している。この相乗効果により、非常に良い状態が続いている。

（電気機械器具製造業）…特定用途向けの半導体製品の受注が徐々に増加傾向にある。また、汎用品に大きな変化はないものの、好調に推移している。

（輸送業）…一部の荷主から増産計画が発表されている。

（飲食料品卸売業）…前年の消費税増税後の反動減の影響もあり、今月は好調な出荷となっている。また、今年は花見や歓送迎会が積極的に開催されており、飲食店向けの出荷好調の要因となっている。

（職業安定所）…解雇などの会社都合による離職者が減少しており、その傾向は長期間継続している。

○「変わらない」

（コンビニ）…消費税増税から1年が経過して、消費税増税前の駆け込み需要の影響が強く反映された前年と比べると、免許品などが安定した販売量となっている。ただし、同業店舗の出店があり、限られたパイのなかでの厳しい競争が続いている。

（衣料品専門店）…高校制服は堅調であるが、法人関連の作業服や制服は低調に推移している。

（住関連専門店）…客は、購入を決めるまでに非常に時間をかけるようになっている。

（食品専門店）…依然として客足が鈍いままである。また、し好品に対してはまだまだ節約の意識がうかがえる。

（高級レストラン）…来客数は順調に推移している。しかし、それに伴う客単価が、例年並みもしくは若干下回っている状況である。

（一般レストラン）…会社関係の歓送迎会、学校関係のPTA、スポーツ系の集まりなどは例年と変わらずに行われている。二次会への流れもそこそこにあり、飲食関係はそれなりに収益をあげたようである。ただし、このような集まりに時間と予算を取られて、フリーの夜の部は動きが鈍い。そのため、平均すると大きな変化にはなっていない。

（観光型ホテル）…休日の関係で満館の日も増えつつあるが、月全体では相変わらず前年比ぎりぎりの集客状況である。

（旅行代理店）…国内旅行は堅調であるが、例年と違ってゴールデンウィークの海外旅行の動きが思わしくない。そのため、プラスマイナスゼロとなり状況は変わらない。

（タクシー運転手）…客からは、自分の懐事情に見合うタクシーを選んで乗っている様子がうかがえる。

(通信会社) …春のキャンペーンを展開しており、新規加入者は若干増加している。しかし、解約者が微増しているため、実質的に大きな変化はない。毎週ショッピングセンターなどの店頭で、限定の特典をプラスした加入促進イベントも展開しているが、なかなか新規獲得数につながらない。

(食料品製造業) …前年の4月は、消費税増税の影響で売上が落ち込んだ月である。そのため、前年比の売上は上向いているものの、一昨年との比較ではそこまで回復していない。

(出版・印刷・同関連産業) …前年は消費税増税前の駆け込み需要があり景気が良かった。しかし、今年は売上、受注残共に一昨年の水準に戻っており、良くも悪くも無い状況である。

(新聞社[求人広告]) …人手不足を感じていても、地方の企業は将来の景気予測において良くなる確信が持てないため、正規雇用に踏み込めない。そのような企業が周辺に多く見受けられる。

○「やや悪くなっている」

(乗用車販売店) …軽自動車税増税が始まり、商談の数がかなり減少している。

(都市型ホテル) …デスティネーションキャンペーンの恩恵は、宿泊部門とレストラン部門に表れているが、宴会部門と婚礼部門は全く伸びていない。結果として状況は悪くなっている。

(建設業) …年度初めであるので民間工事の新規発注に大きな変動はない。しかし、公共工事の新規発注が手控えられている状況である。

(広告業協会) …流通業、自動車業、不動産業などの柱となる業種が出稿を減らしている。そのため、マスメディアは3～4月の季節変動数の高い季節にもかかわらず前年を下回っており、テレビは特に伸びていない状況である。また、折込広告も前年割れの状態が続いている。

○「悪くなっている」

(人材派遣会社) …利益の縮小傾向により、3月は赤字決算で収束している。また、今月は年度末の契約終了が多く、状況は悪くなっている。

(2) 先行き判断理由

○「良くなる」

(建設業) …年度をまたいで公共工事が発注されている。また、新年度発注の公共工事の出件も発注が見込まれている。

○「やや良くなる」

(医薬品販売店) …客の購買意欲は通常の状態に戻っており、長く続いた不景気の感覚からいえば改善しているように見受けられる。しかし、一般的にはそうではないという意見もよく聞くため、徐々に社会全体に波及していくのではないかと懸念されている。

(旅行代理店) …デスティネーションキャンペーン効果もあり、国内旅行の需要が伸びている。

(設計事務所) …震災関連以外の仕事の話が出てきており、少しは先行きが良くなるとみている。

(土石製品製造販売) …今後は、冬期の除雪により壊れた道路舗装の修復工事などが多く発生する見込みである。

(電気機械器具製造業) …新入社員の採用が再開しており、設備投資の拡大の影響が徐々に業績を押し上げる傾向にある。

(飲食料品卸売業) …ゴールデンウィークの観光物産向け出荷に期待している。また、飲食店向けの出荷は好調が続いていることから、堅調な出荷を見込んでいる。

(職業安定所) …工場拡張により従業員を増やす予定の企業が数社あり、今後の求人数の増加を期待している。

○「変わらない」

(百貨店) …購買単価はやや改善傾向にある。しかし、来客数や買上率は伸び悩んでおり、客の消費動向が回復しているとは実感できない。

(スーパー) …都市部に本社がある大企業を除き、東北に本社がある企業では賃上げ率も低く、個人消費を押し上げるには至っていない。また、既存店の売上、買上点数、客単価を見ても横ばい状態は依然として続いており、景気が回復しているとはいえない。

(衣料品専門店) …シーズンの立ち上がりでは、顧客の来店により単価の上昇が図れる。ただし、セール期に入れば単価と来客数の減少により苦戦するとみている。

(乗用車販売店) …例年、ゴールデンウィーク以降から8月にかけて販売量が下降気味となるが、今年は新型車の発表により、若干カバーできるとみている。

(木材木製品製造業) …住宅の需要が伸びていない。価格競争が激化しており、収益の悪さが続くとみている。

○「やや悪くなる」

(コンビニ) …コンビニエンスストア本部の施策も目新しいものはなく、売上、利益共に上向く気配がない。

(住関連専門店) …商店街のなかにある大型店が閉店し、交通量が非常に減っている。

(観光名所) …この先は夏休みに入るまで比較的来客数の少ない時期となる。

(食料品製造業) …東北地方での販売量減少が続いており、回復の兆しがみえない。

(司法書士) …先行して取得する土地取引の件数が減少しているため、数か月先の新築住宅の着工数はあまり見込めないとみている。

(新聞社[求人広告]) …現在の求人における東京への一極集中の状況が続けば、かさ上げ工事や復興住宅建築に大いなる影響を与えて、地元はより深刻な状態に向かっていくのではないかとみている。

○「悪くなる」

(人材派遣会社) …年度末の契約終了などの影響は今後2～3か月は引きずるとみており、悪化傾向にある。

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