

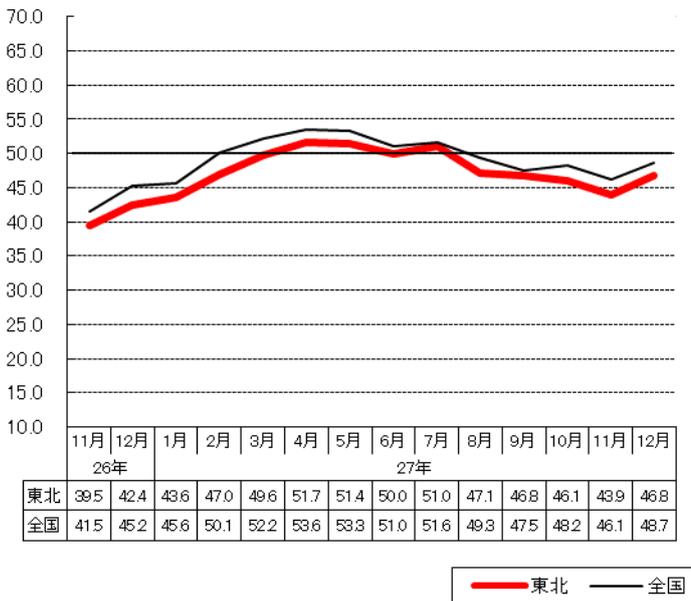
公益財団法人東北活性化研究センター
「内閣府 景気ウォッチャー調査 平成 27 年 1 2 月東北分
(新潟を含む東北 7 県)」について

公益財団法人東北活性化研究センター（会長：海輪 誠・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 1 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 は「46.8」と5か月ぶりに前月を上回った。前月と比較し+2.9 ポイントとやや上回ったが、5か月連続で景気判断の基準となる 50 を下回った。

現状判断DIの推移



・家計動向…住関連専門店、高級レストラン、衣料品専門店等の業種で DI が前月から下回ったが、百貨店、一般小売店、観光型ホテル等で DI が前月を上回った。DI は「45.7」(+3.4)と5か月ぶりに前月を上回ったが、基準値 50 を7か月連続で下回った。

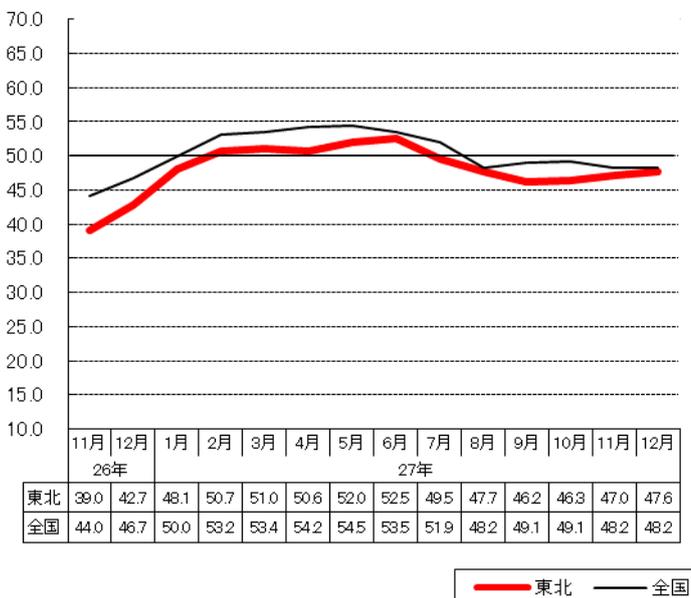
・企業動向…出版・印刷・同関連産業、輸送業等で DI が前月を上回ったが、その他企業動向を把握できる者、司法書士・経営コンサルタント、農林水産業従事者等の業種で DI が前月から下回った。DI は「47.4」(▲0.2)と2か月ぶりに前月を下回り、基準値 50 を5か月連続で下回った。

・雇用動向…DI は「52.3」(+4.6)となり、基準値 50 を2か月ぶりに上回った。

2. 先行き判断（2～3か月先の見通し、方向性）

先行き判断 DI は「47.6」と3か月連続で前月を上回った。前月と比較し+0.6 ポイントとわずかに上回ったが、6か月連続で景気判断の基準となる 50 を下回った。

先行き判断DIの推移



・家計動向…高級レストラン、タクシー、観光型ホテル等の業種で DI が前月から下回ったが、コンビニ、旅行代理店、百貨店、住宅販売会社等で DI が前月を上回った。DI は「46.6」(+1.3)と2か月ぶりに前月を上回ったが、基準値 50 を6か月連続で下回った。

・企業動向…農林水産業従事者等の業種で DI が前月を上回ったが、それ以外の業種では前月から DI が横ばいもしくは下回った。DI は「46.1」(▲5.1)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「56.8」(+6.8)と、2か月連続で前月を上回り、基準値 50 を2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

	26年		27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	39.5	42.4	43.6	47.0	49.6	51.7	51.4	50.0	51.0	47.1	46.8	46.1	43.9	46.8
家計動向関連	38.6	41.3	42.5	46.0	49.1	51.6	53.0	48.6	48.7	46.2	45.6	44.9	42.3	45.7
企業動向関連	40.5	44.6	44.6	50.0	50.6	53.0	46.4	55.4	56.1	47.5	48.7	47.5	47.6	47.4
雇用関連(参考)	43.2	45.5	48.9	47.7	51.1	50.0	51.1	48.9	56.0	52.3	51.1	51.1	47.7	52.3

(2) 先行き判断D I

	26年		27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	39.0	42.7	48.1	50.7	51.0	50.6	52.0	52.5	49.5	47.7	46.2	46.3	47.0	47.6
家計動向関連	38.1	41.8	47.3	51.0	51.2	50.7	52.8	51.0	49.3	46.9	45.0	45.9	45.3	46.6
企業動向関連	40.5	44.6	51.8	50.0	49.4	51.2	50.0	56.5	48.2	49.4	46.8	46.3	51.2	46.1
雇用関連(参考)	42.0	45.5	46.6	50.0	52.3	48.9	51.1	54.5	53.6	50.0	52.3	48.9	50.0	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 27 年 12 月 25 日～31 日

回答者数 200/210 名、回答率 95.2%(全国 1,819/2,050 名、88.7%)

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: 萱場 喜樹)
〒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」

（医薬品販売店）…12月は客が多くのお買物をする時期である。売り出しを月に2回行っているが、それ以外の平日でもそれなりの売上が確保できている。プレミアム付商品券の影響もあるが、販売量、客単価の動きも良い傾向にある。

（百貨店）…大雪で大幅に落ち込んだ前年の来客数との比較ではあるが、それを差し引いても、クリスマスや年末のお買物ということもあり、客の様子からも景況感がかなり改善されていることがうかがえる。また、これに比例して販売量、売上共に好調に推移している。

（一般レストラン）…忘年会シーズンであり、例年どおりはかなり忙しい日が続いている。

（観光名所）…今年は降雪が少なく道路状況が良好なこともあって、イベント効果とあわせて好調である。

（住宅販売会社）…塩漬けの大型宅地が評価されており、不動産の売買と賃貸住宅の受注が予定されている。

（土石製品製造販売）…社員優遇制度が徐々に良くなってきている。また、賞与の増額など、一時的ではあるが景気の回復がみられている。

（アウトソーシング企業）…今月は、例年と比較しても仕事が途絶えることがなく、年末ぎりぎりまで仕事がある状況である。

○「変わらない」

（商店街）…12月に年末大抽選会を行ったがそれほどの盛り上がりにはならなかった。また、例年にない暖冬の影響により冬物衣料、暖房器具、除雪器具などの売上は大幅に減少しており、婦人冬物衣料では、初売りに向けて値引きセールの準備をしている店もある。

（スーパー）…来客数は安定している。しかし、暖冬の影響で野菜、精肉、練り物、スープなどの、鍋物関係の商品が苦戦している。

（乗用車販売店）…3か月前と比べても販売量はなかなか伸びていない。また、現在乗っている車よりも小さい型を購入する客が多い。

（高級レストラン）…クリスマス商材や年末商材に好反応がみられている。特に高単価なものが大きく販売数を伸ばしている。

（観光型ホテル）…年末年始の繁忙期のため、週末の来客数はほぼ均衡している。しかし、年末年始は曜日の関係から休日が少なくっており、全体的な来客数は減少している。

（旅行代理店）…国内旅行は堅調であるものの、パリのテロ以降、海外旅行において年末のチャーター便が空いているという、今までになかった現象が起きている。景気が後退しているわけではないが、不透明感がある。

（通信会社）…政府の各種施策は効果が薄い。客の様子をみても消費需要は横ばいとなっている。

（美容室）…年末は客の予約が少ない状況である。また、着付けの客も年々減少しており、来客数は増えていない。

（設計事務所）…今月は景気を判断するだけの仕事量を持っていない。年明けにどのような仕事が入ってくるかによって判断が分かれるという状況である。

（食料品製造業）…歳暮商戦はあまり芳しくないまま終了している。また、おせち商戦の動きも出足が良くない状態である。

（建設業）…大型公共工事の発注は散見されているが、前年同期と比較して、非常に低い発注件数で推移している。

（金融業）…暖冬の影響で雪が少なく、除雪業者が打撃を受けている。

(経営コンサルタント) …おせち料理などは高いものから売れている。一方で正月は家で過ごすといった堅実な消費動向も目立っている。

(飲食料品卸売業) …最繁忙期を迎えているが、忘年会の予約も繁華街の人出も少なく、料飲店向けの出荷が前年を下回っている状況である。

(職業安定所) …求人は高止まりしているものの、求職者の減少もあり、求人倍率は依然として高い。しかし、全体の4割を非正規求人が占めており、見た目ほどの景気の好調感はない。

○「やや悪くなっている」

(コンビニ) …依然として身の回りに景気の良い話がない。当店においてもクリスマス商戦、年末年始商戦が苦戦しており、前年比も下降傾向が続いている。

(家電量販店) …暖冬の影響もあり、季節商材である暖房用品などの売行きが良くない。その他のテレビ、AV機器関係も含めて前年比95~98%で推移しており、年末にもかかわらず客の購買マインドはやや慎重な状況にある。

(住関連専門店) …当店は小規模であり客層は知人や地元の人が多いため、商品構成は客が必要とする商品をストックしている。ただし、小額の商品が多いためある程度の売上にしかならない。

(ガソリンスタンド) …暖冬の影響により暖房用の灯油の販売量が減少しており、前年比80%前後で推移している。また、原油安の影響で販売単価も下落しており、収益を圧迫している。

(都市型ホテル) …法人などの団体客の宴会予約件数が、前年同時期と比べて減少している。また、来月以降の予約件数も前年同時期と比べて減少気味である。

(広告業協会) …今年は9月ごろから徐々に広告出稿が少なくなっている。大口の広告主である、大型小売店、自動車メーカー、自動車販売店などが広告を見合わせているのが要因であり、12月に入ってから特に悪くなっている。

(新聞社[求人広告]) …衣料品や飲料品の売行きが暖冬により不振であり、年末の売上が伸び悩んでいる小売店が多くなっている。そのため、採用にも慎重になっている様子である。

○「悪くなっている」

(衣料品専門店) …今月末からようやく例年並みの寒さになっているが、10月から暖かい日が続いていたため、冬物に対する客の動きが完全に鈍っている。来客数も減少しており、特に防寒衣料が売れていない状況である。

(2) 先行き判断理由

○「やや良くなる」

(コンビニ) …競合店の影響があるものの、冬が終われば来客数も戻ってくる。また、除雪費や光熱費の負担も軽減するため、経費面においても経営が多少は楽になる。さらに、今年は暖冬のため、例年に比べて早い春が売上に良い影響を与えるのではないかと期待している。

(旅行代理店) …海外情勢不安を受けて、一時的に旅行を手控えている様子がうかがえるものの、2~3か月先の先行受注はやや持ち直してきている。

(農林水産業) …暖冬の影響で、春先の作付けが前倒し気味となり、順調に進むとみている。

(新聞社[求人広告]) …当地域では初売りの動向がその年の景気を占う指標となる。また、2~3か月先には北海道新幹線開業などの大型のイベントが続くため、プラスに動くことを期待している。

(民間職業紹介機関) …新年度の生産量増加に向けて製造業が求人を増やしている。ただし、求職者がなかなか集まらない状況にある。

○「変わらない」

(百貨店) …暖冬の影響によりブーツ、手袋、マフラーなどの防寒商品の売行きが悪く、在庫を抱えたままクリアランスセールを迎えなくてはならない。例年以上の割引率で初売りをスタートするため、瞬間的な売上は期待できるが、冬物処分が長引くことも見込まれており、客の購買意欲がプラスに働くような要因が見当たらない。

(スーパー) …石油価格の下落が続いており、本格的な冬を迎える当地方においては、光熱費の削減分が他の消費に回ることを期待している。しかし、暖冬傾向が続くと冬物商材全般の消費が鈍くなるため、景気は変わらないのではないかと。

(衣料品専門店) …暖冬対策として、ある程度気候に左右されにくい小物やボトムなどのアイテムを強化しているが、やはり冬らしい気候が続かないと冬物商戦は厳しい状態となる。反面、春物の立ち上がりは早くなるのが期待されるが、予想は難しく、現在の状況が大きく変わるとは考えにくい。

(高級レストラン) …1～2か月先の予約の動きは、前年に比べて非常に弱い状況である。ただし、11～12月をみていると3日前～当日予約が増えていることもあり、どちらともいえない。

(一般レストラン) …この先は歓送迎会や入学の時期になることから、余程のことがない限り飲食店において客の動きが悪くなることはない。

(テーマパーク) …来客数はほぼ予定どおりの動きである。しかし、購入数や購入単価が大きく上向くような傾向はない。

(食料品製造業) …ここ数か月の動きはなかなか厳しく、景気回復の兆しが見当たらない。

(経営コンサルタント) …暖冬で雪が降らない状況が続くと、スキー場を始めとした冬型ビジネスへの打撃が大きくなるとみている。

(飲食料品卸売業) …先行きの不透明感、消費税率10%への引上げの不安感から節約志向は継続し、外食への支出の総額は控え目のまま低調に推移するものとみている。

(職業安定所) …求人者の状況はここ数か月変わりなく増加傾向にある。また、現在のところ企業の大規模な創業及び大規模な人員整理はない。求人者の好調感はあるものの、内容として、正社員求人よりパートなど非正規求人者の割合が多いため応募者の反応は鈍く、景気が大きく改善するというほどの印象はない。

○「やや悪くなる」

(酒類専門店) …今年の天候は非常に極端な動きをすることから、今から覚悟をしている。このまま暖冬が続いた場合、地元経済にも悪影響がでるとみている。

(観光型ホテル) …新年会や送別会の減少傾向が年々顕著になってきており、先々の予約状況は前年よりやや少ない。

(電気機械器具製造業) …半導体製品価格の下落傾向は、半導体市場のワールドワイド上での大きな流れであり、数か月で急激に状況が改善することはない。

(建設業) …現時点で今年度の大型公共工事の発注はほぼ完了しており、年度内の景気上昇は考えにくい。

○「悪くなる」

(広告業協会) …前年と比較して正月広告の出稿が減少している。また、初売り広告は金額的に前年を下回っている。さらに、1月以降の広告引き合いが極端に少なくなっていることが懸念材料である。今後は一般企業からの出稿は期待できないため、自治体、行政の広報活動に期待するしかない。

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