

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 令和 元年11月 東北分
 (東北6県)」について

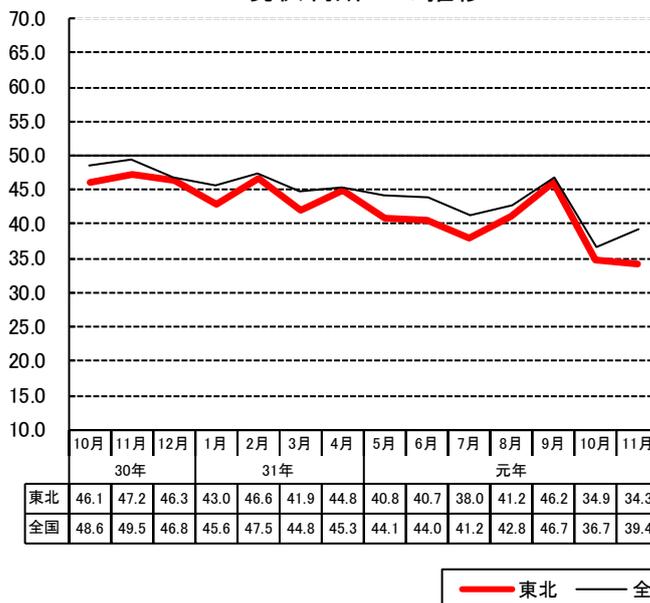
公益財団法人東北活性化研究センター（会長：佐竹 勤 株式会社ユアテック 取締役社長）は、このほど「内閣府 景気ウォッチャー調査 令和 元年11月 東北分（東北6県）」について、とりまとめましたのでお知らせいたします。

1. 季節調整値

(1) 現状判断（3ヶ月前との比較、方向性 季節調整値）

現状判断DIは「34.3」と2ヶ月連続で前月を下回った。前月と比較し▲0.6ポイントとわずかに下回った。

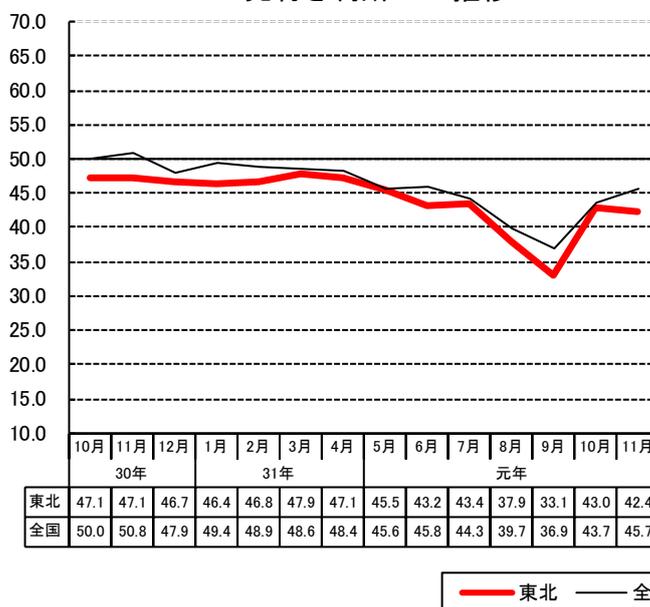
現状判断DIの推移



(2) 先行き判断（2～3ヶ月前先の見通し、方向性 季節調整値）

先行き判断DIは「42.4」と2ヶ月ぶりに前月を下回った。前月と比較し▲0.6ポイントとわずかに下回った。

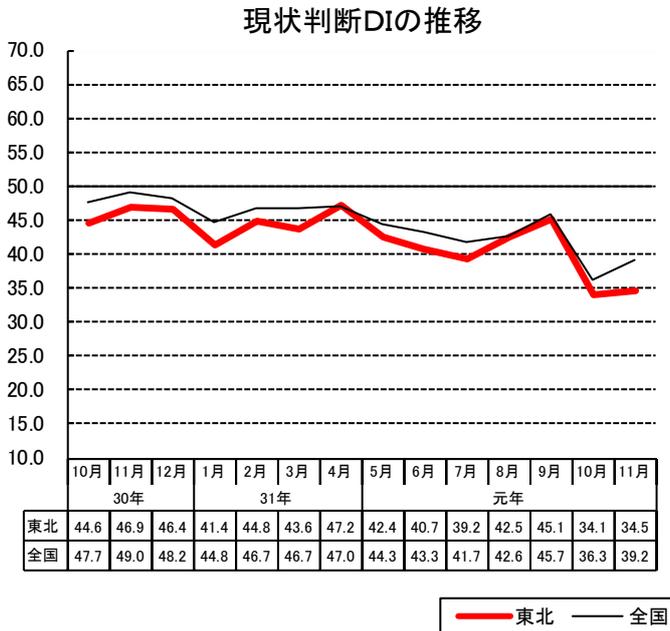
先行き判断DIの推移



2. 原数値

(1) 現状判断 (3ヶ月前との比較、方向性)

現状判断DIは「34.5」と2ヶ月ぶりに前月を上回った。前月と比較し+0.4ポイントとわずかに上回った。



○家計動向関連…コンビニ、旅行代理店、高級レストラン等の業種でDIが前月を下回ったが、一般小売店、通信会社、衣料品専門店、家電量販店等の業種でDIが前月を上回った。

DIは「34.4」(+0.9)と2ヶ月ぶりに前月を上回った。

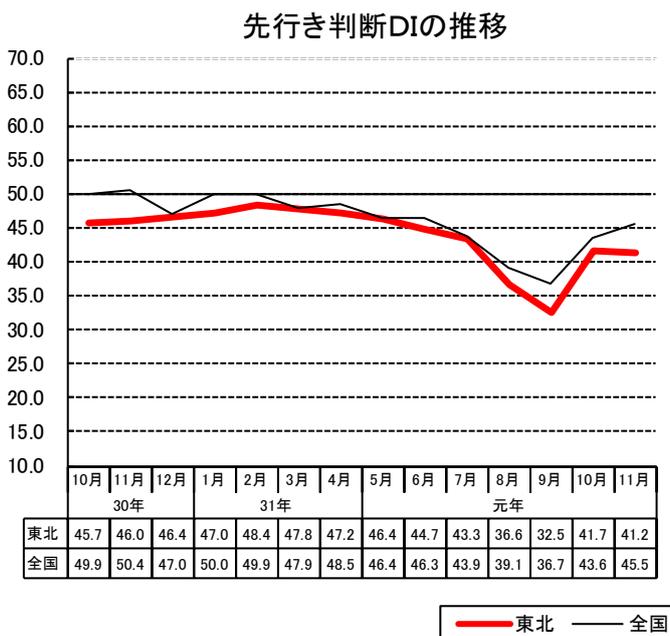
○企業動向関連…農林水産業、電気機械器具製造業、建設業等の業種でDIが前月を下回ったが、食品品製造業、金融業、広告代理店等の業種でDIが前月を上回った。

DIは「35.0」(+1.4)と2ヶ月ぶりに前月を上回った。

○雇用関連…DIは「34.2」(▲4.7)と、3ヶ月連続で前月を下回った。

(2) 先行き判断 (2~3ヶ月前の見通し、方向性)

先行き判断DIは「41.2」と2ヶ月ぶりに前月を下回った。前月と比較し▲0.5ポイントとわずかに下回った。



○家計動向関連…高級レストラン、衣料品専門店、百貨店等の業種でDIが前月を下回ったが、乗用車販売店、観光型ホテル、旅行代理店等の業種でDIが前月を上回った。

DIは「41.5」(+1.0)と2ヶ月連続で前月を上回った。

○企業動向関連…農林水産業、司法書士・経営コンサルタント等の業種でDIが前月を上回ったが、広告代理店、輸送業、金融業等の業種でDIが前月を下回った。

DIは「41.4」(▲5.7)と2ヶ月ぶりに前月を下回った。

○雇用関連…DIは「39.5」(+0.6)と2ヶ月連続で前月を上回った。

<参 考>

■DIの推移（原数値）

（1）現状判断（方向性）DI

	30年			31年				元年						
	10月	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
東北現状	44.6	46.9	46.4	41.4	44.8	43.6	47.2	42.4	40.7	39.2	42.5	45.1	34.1	34.5
家計動向関連	42.3	44.7	45.2	39.3	44.1	42.1	47.6	42.1	40.0	38.1	43.0	45.0	33.5	34.4
企業動向関連	46.5	50.0	46.6	42.9	42.1	43.1	46.5	41.4	41.9	40.7	39.6	46.4	33.6	35.0
雇用関連(参考)	55.0	55.0	53.8	51.3	53.8	53.8	45.6	46.3	43.4	43.4	44.4	43.1	38.9	34.2

（2）先行き判断DI

	30年			31年				元年						
	10月	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
東北先行き	45.7	46.0	46.4	47.0	48.4	47.8	47.2	46.4	44.7	43.3	36.6	32.5	41.7	41.2
家計動向関連	45.0	44.9	45.6	47.3	48.5	48.7	48.4	46.0	44.9	43.1	35.2	31.7	40.5	41.5
企業動向関連	45.8	48.6	45.3	43.6	44.1	45.8	43.8	47.1	42.6	43.6	37.5	33.6	47.1	41.4
雇用関連(参考)	50.0	47.5	53.8	51.3	56.3	46.3	45.6	47.5	47.4	44.7	44.4	36.1	38.9	39.5

※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 令和 元年 11月25日～30日

回答者数 174/189名、回答率92.1%（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：伊藤 好春）
〒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）…11月は、消費税の引上げで一時期遠のいた客が戻り、高額商材を購入したことで前年同月並みの売上となっている。

（家電量販店）…消費税の引上げの影響は想定よりも弱く、売上の前年比も10%の低下にとどまっている。そのため、影響は余り長引かないとみている。

○「変わらない」

（衣料品専門店）…気温の低下とともに冬の防寒着需要が一気に高まっており、順調に推移している。ただし、秋冬物の立ち上がりからのマイナス分をカバーするには至っていない。

（住関連専門店）…消費税の引上げの影響は落ち着いてきたものの、来客数が増えないので大変である。

（ショッピングセンター）…消費税の引上げで消費は多少冷え込むとみていたが、客の購買意欲にそれほど変化はなく、売上にもさほど影響はない様子である。

（タクシー運転手）…地元は空港と大きな駅があるため流入観光人口も多く、タクシーで東北地方を巡る客が多い。特に紅葉時期の10～11月はピークであり、県を跨いで移動する客も多いため忙しい時期である。ただし、今年は距離も短く、総合的に単価の高いタクシーを利用する旅行者は少なくなっている。

（通信会社）…客の話からは、購買意欲に余り変化はみられていない様子である。

（住宅展示場運営会社）…消費税の引上げ以降も客の住宅購入数に大きな変化はない。増税時に駆け込み需要がなかっただけに、今後の動向を注視している。

（食料品製造業）…台風被害により売上が前年同月比で10%以上減少した9～10月に比べて、11月はそこまで悪くはない。ただし、前年同月比はやはり下回っている。

（金融業）…医療介護、福祉関連を主体に設備投資意欲は相応の水準を維持している。一方、自然災害などを要因として一次製品の末端価格は高値で推移しており、消費税の引上げのタイミングと合わせて消費マインドは決して高くない状態である。

（広告代理店）…台風19号被害の影響もあり、イベントなどの中止が相次いでいる。

（経営コンサルタント）…年末商戦までの端境期であることに加えて、特に心理面において台風19号の被害の影響が続いている。

（職業安定所）…年末商戦のアルバイト求人により新規求人数は増加したものの、正社員の求人数が余り増えていないことから、景気は余り変わっていないとみている。

○「やや悪くなっている」

（商店街）…キャッシュレス決済を利用する買物客が増加している。ただし、消費税の引上げ以降は消費者の購買意欲が減少しており、商店街の各店舗の売上が減少している。

（百貨店）…消費税の引上げ後の極端な落ち込みからは回復してきているものの、高額商材の動きは鈍く、増税前の水準には戻っていない。また、食料品は軽減税率措置があったが、来客数が減少しており、販売量への影響も出てきている。

（スーパー）…11月に入り生鮮食料品の客単価及び買上点数が伸びているものの、加工食品、菓子、住居関連商品が落ち込んでいる。消費税の引上げの影響が残っているのか、低価格商材しか伸びていない。

（乗用車販売店）…新規の来客数は減少したままである。商談の件数は変わらずに提案件数は維持しているものの、実績は伸び悩んでおり1件の商談が長くなっている。

（観光型旅館）…消費税の引上げや台風被害の影響といったマイナス要因がまだ続いているのか、来客数、売上共に微減の状態である。

(都市型ホテル) …10～11月は、宿泊部門は前年並みであるものの、宴会部門が前年を下回っているため、全体として下降傾向にある。地元の事情で宴会が欠かせない12月の予約は順調であるが、秋口に数字を伸ばせなかったことが全体の売上に影響しているとみている。

(観光名所) …様々な自然災害のせいか、予約なしの日本人客が減少している。台湾を中心としたインバウンド客は増えているため、来客数自体は増えているが、土産物購入という点では日本人客よりも落ちている。そのため、景気自体は少し下向きとなっている。

(美容室) …再来店の来客数が前年と比較してかなり減少している。消費税の引上げで減少した来客数が回復することに期待をしたが、それほど回復していない。

(農林水産業) …お歳暮用のふじりんごについて、個人販売向けの価格に消費税の引上げ分を転嫁したところ、注文数が約10%減少している。また、数量を減らしたり、同じ数量でも単価の安いものを選ぶ客が増えている。

(電気機械器具製造業) …半導体価格が徐々に低下している。その影響は業績、ボーナスにも及んでいる。

(建設業) …工事受注は他社との競争が激しさを増しており、受注金額が厳しい状況になっている。

(新聞社[求人広告]) …台風19号被害の復旧に時間が掛かっている。流通業を中心に採用の短期募集が減少しており、年末商戦への盛り上がりもない状態である。

○「悪くなっている」

(コンビニ) …消費税の引上げ後は来客数の動きが鈍くなっている。キャッシュレス還元も、都市部は好調であってもそれ以外の地方では逆風でしかない。高齢者には還元が全くない場合もあるため、高齢者が多い県では増税はマイナスでしかない。

(酒類専門店) …10月は消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減もあって売上が落ち込んだが、今月は客の財布のひもが固く、全般的に消費が控えられている印象を強く受ける。

(高級レストラン) …同業者の様子も非常に良くない状態である。7月頃から悪くなり始めておりそこから抜け出せていない。12月の予約状況も悪く非常に厳しい状態となっている。

(旅行代理店) …台風19号の影響で受注済み案件が取消になったうえ、その後の受注量も回復していない。

(人材派遣会社) …採用数や取引数が軒並み減少傾向であり、決して好景気とはいえない。

(2) 先行き判断理由

○「やや良くなる」

(乗用車販売店) …被災車両の保険が下りるまでにおおむね2～3か月掛かる見込みであることから、台風の影響で被災した車両に関わる売買の状況は徐々に回復していくとみている。

○「変わらない」

(百貨店) …年末年始の消費喚起で一時的に前年並みに戻る可能性はある。ただし、節約志向は強いままであり、その後の消費マインドが冷え込むことが懸念される。そのため、しばらくは現状維持で推移するとみている。

(スーパー) …来客数と比較して1品単価が低く、売上が伴っていない。この状況は今後も続くとみている。

(衣料品専門店) …暦どおりに気温が推移すれば平年並みの需要が見込める。ただし、暖冬になると消費者の冬物購入のモチベーションが下がり、不安定な売上になるとみている。

(観光型ホテル) …10月の台風の影響がまだ残っているのか、旅行や泊りでの会合を控える傾向がみられている。逆に復興関係の業種は忙しく、旅行をしたくても行けない状況のようである。

(旅行代理店) …これからは冬に向かって旅行業界は閑散期を迎える。良い材料もなく、旅行需要は例年並みに低下するため、景気が良くなるとは考えにくい。

(テーマパーク) …卒業旅行シーズンとなり若者客が増える時期であるが、若い客層は余り商品を購入しない。購入しても低単価の商品が多く、景気が良くなる要因ではない。

(食品製造業) …ラグビーワールドカップが終わり、東京オリンピックに期待したいが、特に東北が注目される要因はない。また、冬季は観光客の動きに期待ができない。

(出版・印刷・同関連産業) …これから年度末に向けて繁忙期を迎えるが、学校関係の仕事が働き方改革や少子化の影響で少なくなっている。

(広告代理店) …東京オリンピックに向けての期待感はあるが、恩恵は首都圏だけという危惧含みの様相を呈している。

(人材派遣会社) …採用要件がどのように変化をするのか未知数である。しかし、人手不足は継続しているため、求人数はそこまで悪化しないとみている。

(労働局) …製造業において、売上不振を理由に従業員を休業させる企業が増加している。この状態はしばらく続くとみている。

○「やや悪くなる」

(コンビニ) …一時期は右肩上がりに増えていたキャッシュレス決済だが、面倒なのか所持金を全てチャージすることに抵抗があるのか、ここにきて現金払いの客が増えてきている。そのため、ポイント還元を実感しにくくなっており、増税の印象が強くなっている。景気が悪くなるとまではいわないものの、若干低下傾向になるとみている。

(輸送業) …主要製造業取引先の減産が続いている。輸出中心の機械装置も減っており、国内輸送が中心の建設関連資材も減っている。

(金融業) …東京オリンピック関連の需要に期待がある一方、米中貿易摩擦などの外的要因や、足元マーケットの鈍い動きが続く見込みなど、事業者のマインドが高まる環境ではない。

(コピーサービス業) …毎月のように仕入先から商品及び物流費の値上げの案内が届いている。当社でも春からの配送費の一部有料化をお願いしているが、理解を得られているのは半数にとどまっている。そのため、非常に厳しい状況である。

(職業安定所) …台風 19 号による水害の影響で、相当数の事業所で休業などの雇用調整が想定されている。また、カーナビなどの製造業では、今後 3 か月で大規模な人員整理を予定している。中国や欧州の動きに不安感を抱く事業所も増加している。

○「悪くなる」

(酒類専門店) …客の財布のひもの固い状態が長引くのではないかと危惧している。景況次第ではあるが、一般消費者の意識が戻るには時間が掛かるとみている。

(高級レストラン) …ここ 2～3 か月は景気が上向く材料がないため、厳しいとみている。

(金属製品製造業) …カメラ業界全体の減産はまだ始まったばかりである。これから更に減産は進んでいく。

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