

報道機関各位

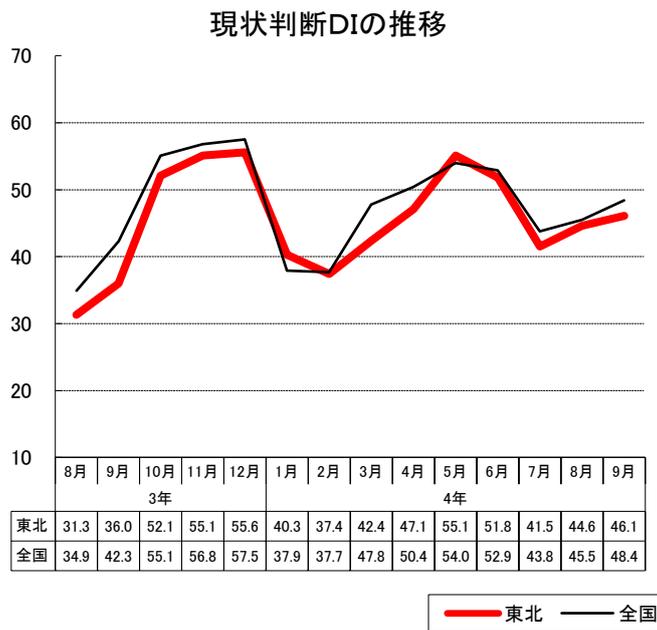
公益財団法人東北活性化研究センター
 「内閣府 景気ウォッチャー調査 令和4年9月 東北分
 (東北6県)」について

公益財団法人東北活性化研究センター（会長：増子 次郎 東北電力株式会社 会長）は、このほど「内閣府 景気ウォッチャー調査 令和4年9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

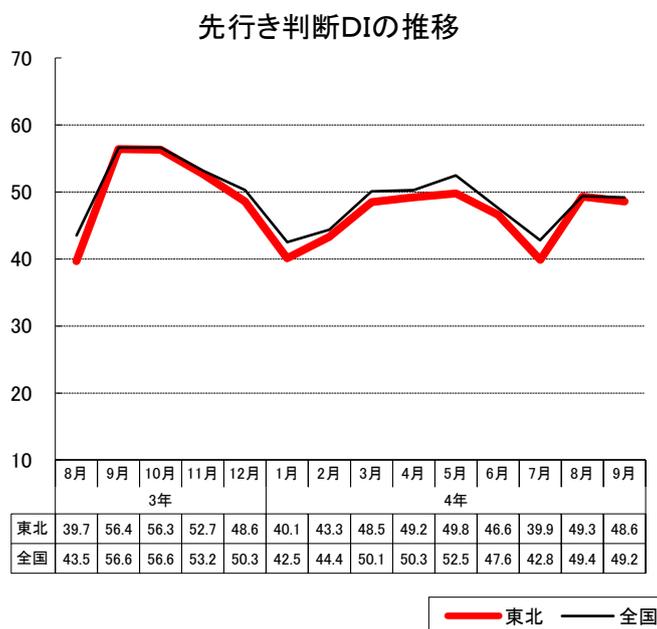
(1) 現状判断（3か月前との比較、方向性）

現状判断DIは「46.1」と2か月連続で前月を上回った。前月と比較し+1.5ポイント上昇した。



(2) 先行き判断（2～3か月先の見通し、方向性）

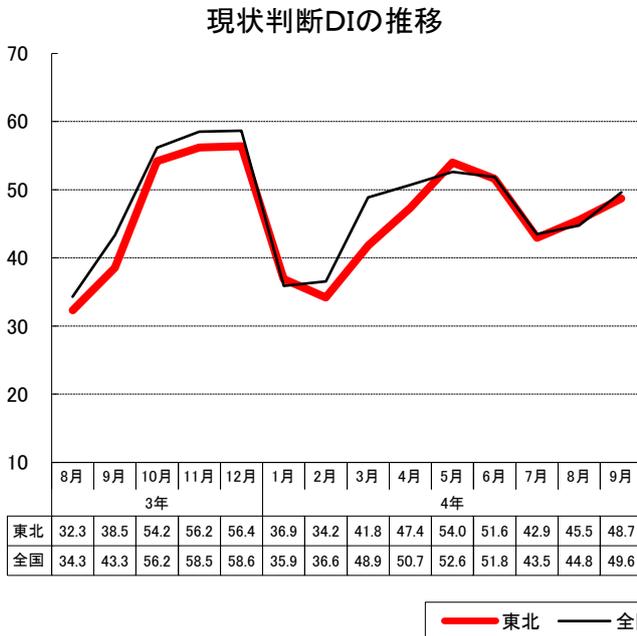
先行き判断DIは「48.6」と2か月ぶりで前月を下回った。前月と比較し▲0.7ポイント低下した。



2. 原数値

(1) 現状判断（3か月前との比較、方向性）

現状判断DIは「48.7」と2か月連続で前月を上回った。前月と比較し+3.2ポイント上昇した。



○家計動向関連…一般小売店、スーパー、美容室等の業種でDIが前月を下回ったが、一般レストラン、衣料品専門店、旅行代理店等の業種でDIが前月を上回った。

DIは「47.4」(+4.6)と、2か月連続で前月を上回った。

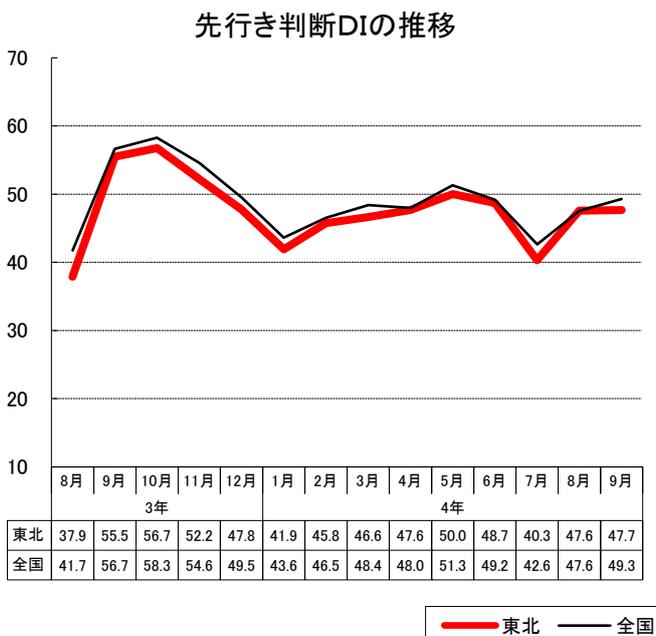
○企業動向関連…農林水産業、金属製品製造業、広告代理店・広告業協会等の業種でDIが前月を下回ったが、司法書士・経営コンサルタント・会計事務所、出版・印刷・同関連産業、一般機械器具製造業等の業種でDIが前月を上回った。

DIは「52.1」(+2.8)と、2か月連続で前月を上回った。

○雇用関連…DIは「50.0」(▲5.3)と、2か月ぶりで前月を下回った。

(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「47.7」と2か月連続で前月を上回った。前月と比較し+0.1ポイント上昇した。



○家計動向関連…衣料品専門店、百貨店、乗用車・自動車備品販売店等の業種でDIが前月を下回ったが、一般小売店、観光型ホテル・旅館、コンビニ等の業種でDIが前月を上回った。

DIは「46.3」(+2.0)と、2か月連続で前月を上回った。

○企業動向関連…司法書士・経営コンサルタント・会計事務所、輸送用機械器具製造業、一般機械器具製造業等の業種でDIが前月を上回ったが、その他非製造業[飲食料品卸売業]、広告代理店・広告業協会、食料品製造業等の業種でDIが前月を下回った。

DIは「52.1」(▲4.0)と、2か月ぶりで前月を下回った。

○雇用関連…DIは「47.4」(▲3.9)と、2か月ぶりで前月を下回った。

<参 考>

■D I の推移（原数値）

（1）現状判断（方向性）D I

	3年					4年								
	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	9月
東北現状	32.3	38.5	54.2	56.2	56.4	36.9	34.2	41.8	47.4	54.0	51.6	42.9	45.5	48.7
家計動向関連	29.6	36.8	51.8	54.3	55.4	33.6	31.0	42.5	46.8	54.6	51.1	41.3	42.8	47.4
企業動向関連	37.5	43.4	56.6	55.1	56.6	40.0	38.6	40.0	47.1	51.4	50.0	46.5	49.3	52.1
雇用関連(参考)	40.0	40.0	64.5	69.7	62.5	51.3	46.1	40.8	51.3	55.3	57.9	46.1	55.3	50.0

（2）先行き判断D I

	3年					4年								
	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	9月
東北先行き	37.9	55.5	56.7	52.2	47.8	41.9	45.8	46.6	47.6	50.0	48.7	40.3	47.6	47.7
家計動向関連	36.6	53.9	53.7	50.4	45.7	40.9	45.1	46.4	47.0	49.1	48.3	38.3	44.3	46.3
企業動向関連	43.8	56.6	58.1	54.4	51.5	45.0	47.9	45.0	47.1	47.1	47.1	45.8	56.1	52.1
雇用関連(参考)	36.3	62.5	72.4	59.2	54.2	42.1	46.1	51.3	52.6	60.5	53.9	42.1	51.3	47.4

※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 令和4年9月25日～30日

回答者数 171/189 名、回答率 90.5%（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：三浦 融）

〒980-0021 仙台市青葉区中央2-9-10

TEL：022-222-3394 FAX：022-222-3395

<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」

（衣料品専門店）…前年と大きく異なるのは冠婚葬祭についてである。結婚式の予定などが増えてきているため、スーツなどを扱う業界は景気が上向いてきている。

（食料品製造業）…人の動きが良くなったため、土産需要が好調である。駅、空港などの売上は前年の倍に近い。

○「やや良くなっている」

（百貨店）…物産展や期間限定ショップ等の各種催事がにぎわい、来客数が増えている。前年は大型催事が軒並み中止となったこともあり、売上も前年同月比で3割近く伸長している。

（コンビニ）…今月は近隣で土日のイベントが2回開催され、人の動きが良くなっている。制限はありながらも開催されれば人出が見込める状況にある。夜間の人の動きも徐々に良くなっている。

（一般レストラン）…新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や行動制限の解除などがあり、土日祝日を中心に一定数の客が戻ってきている。3か月前と比べると、少しずつ来客数が増えている。

（旅行代理店）…団体旅行の延期や中止は出ているものの、3か月前と比べれば伸びはある。また、学生の旅行が堅調である。個人旅行が低調のままである点は3か月前と変わらない。

（タクシー運転手）…季節が秋に変わり、多くの観光客が来ている。また、イベントやコンサート等の開催により、人の移動が増加している。営業収入は前年同時期と比べ約50%増加している。

（遊園地）…新型コロナウイルス感染症の第7波が次第に収まり、客の心理が好転している。3連休が2回もあって、新型コロナウイルス感染症発生前に近い水準になっている。

（その他住宅[住宅展示場運営会社]）…9月の来場組数が前年と同等で、単月でも今年度で2番目に高い来場組数となっている。祝日が多いだけではなく、住宅購入を考える客の動きが少し活発になった印象を受ける。

（出版・印刷・同関連産業）…新型コロナウイルスの新規感染者数の減少でイベントが徐々に再開しており、その影響が広告に出ている。

（一般機械器具製造業）…新規の開発案件の話は少ないため、先の見えない状況が続いているものの、受注量が少しずつ回復しつつある。

（公認会計士）…客の月次、決算状況から判断している。小売業、サービス業、飲食業は行動制限がなくなったので客が戻ってきており、徐々に売上が増加し、利益も回復傾向にある。建設関係は業種によるが一定程度の売上、利益を確保しており、3か月前よりは景気が良くなっている。

（職業安定所）…今夏は行動制限がなかったこともあり、外出機会が増加しており、前年と比べ宿泊業、飲食サービス業を中心に求人数が伸びている。

○「変わらない」

（商店街）…新型コロナウイルス感染症の第7波が収束傾向にあり、商店街の人出が戻りつつある。しかし、原材料価格の値上がり等により食料品を中心に値上げ傾向にあり、消費動向は横ばいである。

（乗用車販売店）…新車の生産台数は増えず、納期の長期化は変わっていないが、受注台数は前年並みで推移している。

（住関連専門店）…お彼岸までは必要な小物類の売上が堅調であったが、それ以降は下降の一途で、月の売上は例年並みの状況である。

(美容室) …今はブライダルも簡素化しており、花嫁の着付けといった仕事がなくなっている。

(金属製品製造業) …全体的な足元の受注は好調だが、製品によっては減産の話が届いている。減産の原因が販売不振なのか半導体を始めとした調達部品の不足なのかが分からず、慎重な情報収集が必要となっている。

(人材派遣会社) …求人は継続的にあるものの、売上が多くて求人するのではなく、人が足りないことによる求人である。業績は原材料価格の上昇により非常に利益を圧迫しているという状態である。求人はあるが、景気が良いとはいえない。

(新聞社[求人広告]) …求人広告はほぼ前年並みで推移しており、大きく増えることもない。ただし、多くの企業では人手不足が続いており、人材確保に苦戦している。

○「やや悪くなっている」

(スーパー) …9月に入り新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向になり、県外からの観光客や帰省も増え、消費の活性化を期待したが、値上げの影響が大きく買上点数が伸びてこない。特に加工品は価格競争が加速している。客単価は前年を維持しているが来客数の落ち込みが大きい。

(家電量販店) …客の消費意欲は減退しているようである。買換え商品に関しては単価がやや落ちている。新しい商品、伸びる商品は発生していない。客が買い控えをしている印象を受ける。

(高級レストラン) …物価高を受けて来客数は鈍くなっている。依然として新型コロナウイルス感染症を気にしている人も多くいる。

(電気機械器具製造業) …客からは投資を抑制しているという声が聞こえる。

(広告代理店) …急速な円安、株安で先行き不透明感が増し、受注量が減っている。

○「悪くなっている」

(一般小売店[医薬品]) …今まで新型コロナウイルス感染症対策商品として非常に売行きが良かった抗原検査キットや消毒用アルコール、マスクなどの動きがピタッと止まっている。

(スーパー) …9月の平均1品単価は前年比で約4%上昇している。買上点数は前年比6%強の減少である。買上点数ほどではないが、来客数も引き続き減少が続いている。客単価は前年比ではやや増加している。来店回数が確実に減少している上、買上点数も減っており、厳しい消費状況が続いている。

(農林水産業) …肥料価格の高騰が経営を圧迫している。インフレの割には米の価格がそれほど上がらず、更に経営を圧迫している。

(2) 先行き判断理由

○「良くなる」

(観光型旅館) …全国旅行支援が予定されているため、新型コロナウイルスの新規感染者数の爆発的増加がなければ良くなるとみている。

(新聞社[求人広告]) …9月に入って広告やイベント実施についての問合せが増えてきており、企業活動を活発化させようとしている様子が見られる。ウィズコロナもなじんできている。さらに、全国旅行支援や海外客の入国制限撤廃なども続くため、消費の活性化は進むとみている。

○「やや良くなる」

(一般小売店[酒]) …来月から施行されるアルコール飲料等の一斉値上げの影響を懸念している。しかし、祭り等のイベントも徐々に再開しているため、この流れで平日や週末に人が飲食店へ流れる状況ができればよい。数か月後には状況が変わってくることを期待したい。

(コンビニ) …新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に合わせて人の動きが活発化し、観光、イベント等への参加も積極的になってくることが予想される。また、リモートワークも減少傾向にあるとみ

られ、営業系での人の動きも活発化するとみている。

(旅行代理店)…全国旅行支援が発表されたため、それが本当に実行されていけばやや良くなる。ただし、海外旅行、訪日旅行がほとんどないため、大きく持ち直すことはない。

(一般機械器具製造業)…鋼材価格や電気代の上昇、人手不足などの不安要素は多々あるが、仕事量は増えつつある。チャンスを逃さないようにするしかない。

(公認会計士)…全国旅行支援が来月から導入されるため、サービス業関係は今よりも景気が良くなるとみている。円安による原料、小売物品の値上げ等により、小売関係はよくて現状維持とみる。建設関係は悪くなる要因がないため、全体としての景気はやや良くなるとみている。

○「変わらない」

(商店街)…新型コロナウイルス感染がまた拡大するのではないかと不安や円安、原材料の価格高騰による値上げにより、景気回復の兆しがみられない。

(輸送用機械器具製造業)…客先の動きが見えてこない。引き合い数の減少もあり、良い状況にはない。

(職業安定所)…雇用関係は改善しているものの、10月からの最低賃金改定や雇用保険制度改正により事業所負担が増加することから、求人数や設備投資に減速感が出てくる可能性があるため、変わらないとみている。

○「やや悪くなる」

(百貨店)…購買意欲が高まっているのは確かだが、上客を含む限定的な動きとみている。全体的には物価上昇による生活防衛も確実に進んでおり、今後の展開は不透明である。

(衣料品専門店)…物価が上昇することで消費が冷え込む可能性が高く、衣料品に大きな影響が出る可能性が高い。

(乗用車販売店)…メーカーからは9月より長納期を解消する旨の案内がきているが、二転三転するため余りあてにはできない。新車がこなければ中古車が生まれず、車両販売がなければ新規のサービス客が生まれず、楽観視はできない。

(設計事務所)…物価の上昇や資材不足もあり、発注物件数が伸びる要素が少ない。

(その他住宅[リフォーム])…住宅設備機器は給湯器を早めに交換する傾向が継続し、リフォームは物価高に伴い急ぎの工事以外は後回しになるとみている。

(食料品製造業)…製品価格の値上げによって取引がなくなってしまう事態も想定され、販売量の更なる悪化が見込まれる。売上減少や原材料価格等の高騰による利益減少も想定されるため、身の回りの景気は更に悪化するとみている。

(土石製品製造業)…原材料価格の値上がりが続いており、製品価格の更なる値上げも検討しているが値上げ浸透に時間が掛かり、収益の悪化が懸念される。先行きに明るい見通しがなく、非常に厳しい状況である。

(広告代理店)…引き続きの円安、株安不安で取引先の先行き不透明感が増している。

(その他非製造業 [飲食料品卸売業])…値上げ商品の更なる増加により、余り良くならない。

(人材派遣会社)…原料の価格高騰による企業業績の悪化、米国の利上げによる株価低迷など、方向感が難しい局面にある。一部好業績を継続する企業がある一方、業績悪化に傾く企業が増えるとみている。

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