

報道機関各位

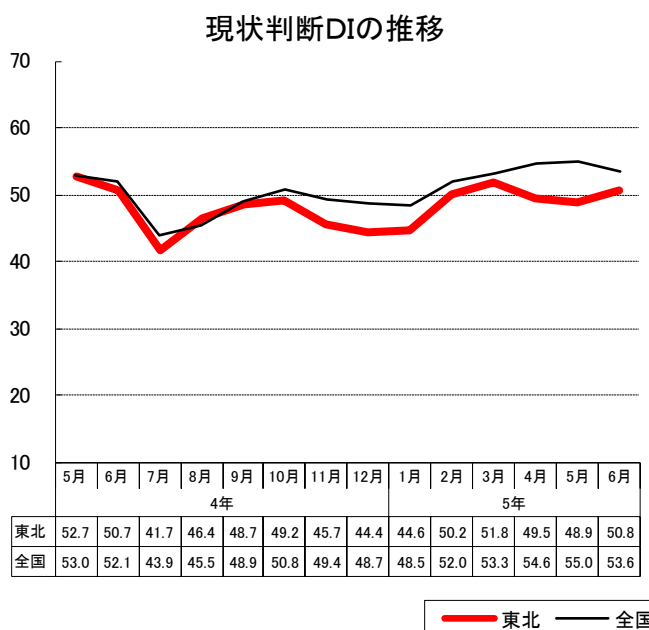
公益財団法人東北活性化研究センター
 「内閣府 景気ウォッチャー調査 令和5年6月 東北分
 (東北6県)」について

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5年6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

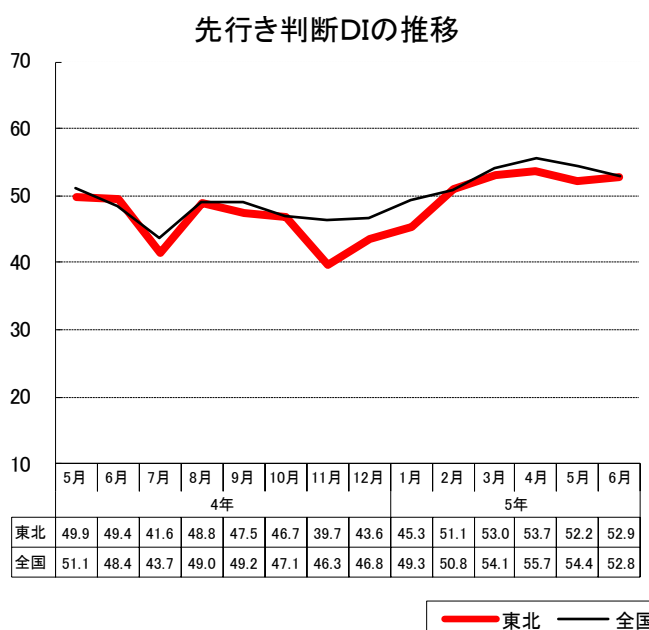
(1) 現状判断（3か月前との比較、方向性）

現状判断DIは「50.8」と3か月ぶりに前月を上回った。前月と比較し+1.9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）

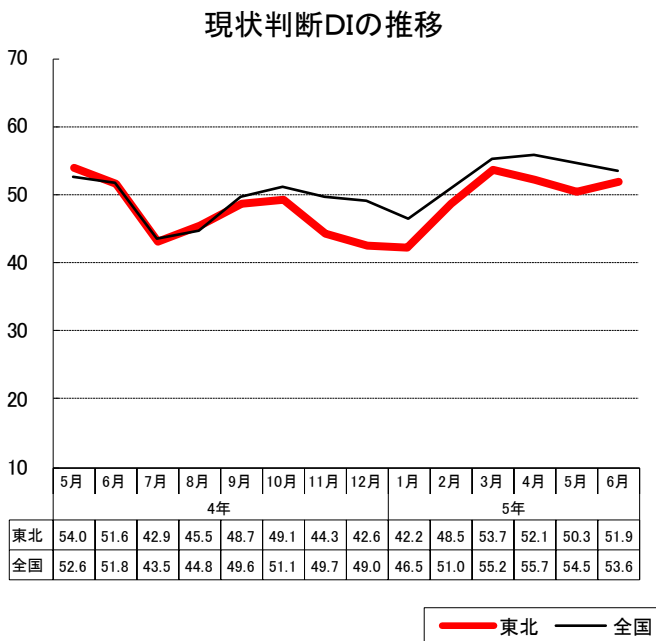
先行き判断DIは「52.9」と2か月ぶりに前月を上回った。前月と比較し+0.7ポイント上昇した。



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「51.9」と3か月ぶりに前月を上回った。前月と比較し+1.6ポイント上昇した。



○家計動向関連…乗用車・自動車備品販売店、コンビニ、商店街等の業種でDIが前月を下回ったが、百貨店、観光名所・遊園地・テーマパーク、一般レストラン等の業種でDIが前月を上回った。

DIは「50.7」(+2.3)と、3か月ぶりに前月を上回った。

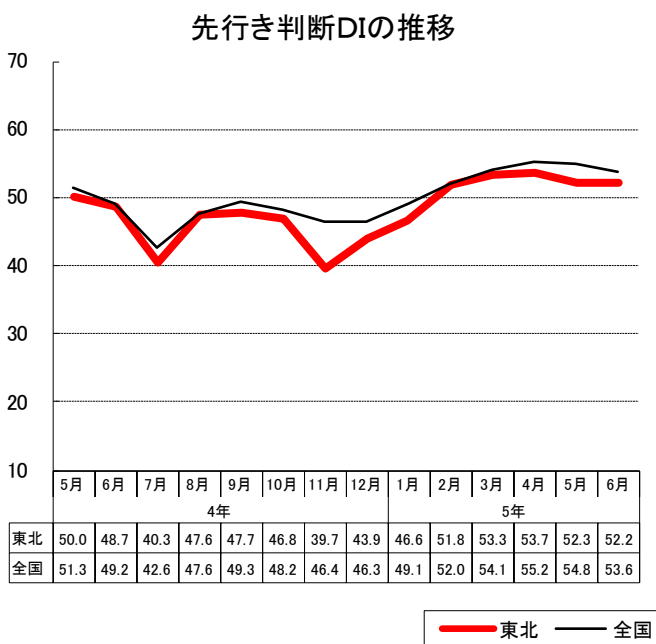
○企業動向関連…輸送用機械器具製造業、司法書士・経営コンサルタント・会計事務所、広告代理店・広告業協会等の業種でDIが前月を下回ったが、一般機械器具製造業、出版・印刷・同関連産業、電気機械器具製造業等の業種でDIが前月を上回った。

DIは「52.7」(+2.7)と、3か月ぶりに前月を上回った。

○雇用関連…DIは「57.9」(▲3.9)と、5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「52.2」と2か月連続で前月を下回った。前月と比較し▲0.1ポイント低下した。



○家計動向関連…百貨店、コンビニ、商店街等の業種でDIが前月を下回ったが、乗用車・自動車備品販売店、スーパー、家電量販店等の業種でDIが前月を上回った。

DIは「51.5」(+0.6)と、2か月ぶりに前月を上回った。

○企業動向関連…電気機械器具製造業、金属製品製造業、輸送用機械器具製造業等の業種でDIが前月を上回ったが、金融業、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「52.7」(±0.0)と、前月から横ばいとなった。

○雇用関連…DIは「55.3」(▲3.9)と、3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

	4年								5年					
	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
東北現状	54.0	51.6	42.9	45.5	48.7	49.1	44.3	42.6	42.2	48.5	53.7	52.1	50.3	51.9
家計動向関連	54.6	51.1	41.3	42.8	47.4	47.6	42.7	42.5	39.9	47.5	53.3	51.8	48.4	50.7
企業動向関連	51.4	50.0	46.5	49.3	52.1	49.3	45.9	41.2	47.3	50.0	55.6	51.4	50.0	52.7
雇用関連(参考)	55.3	57.9	46.1	55.3	50.0	57.9	51.3	46.1	46.1	51.3	52.6	55.3	61.8	57.9

（2）先行き判断D I

	4年								5年					
	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
東北先行き	50.0	48.7	40.3	47.6	47.7	46.8	39.7	43.9	46.6	51.8	53.3	53.7	52.3	52.2
家計動向関連	49.1	48.3	38.3	44.3	46.3	45.7	37.9	41.8	45.2	51.3	51.8	52.9	50.9	51.5
企業動向関連	47.1	47.1	45.8	56.1	52.1	48.6	43.9	48.0	52.0	48.6	56.9	54.2	52.7	52.7
雇用関連(参考)	60.5	53.9	42.1	51.3	47.4	50.0	42.1	48.7	44.7	60.5	55.3	57.9	59.2	55.3

※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5年6月25日～30日

回答者数 169/189 名、回答率 89.4%（全国 1,848/2,050 名、90.1%）

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」

（人材派遣会社）…人の動きが活発になり、飲食業や小売店では業績が拡大している。製造業は、仕入原価は高いものの販売量が増えており、調子が良い。また、建設業も仕事が復活している。あらゆる業種・業界で良い傾向になっている。

○「やや良くなっている」

（一般小売店[医薬品]）…来客数は減少しているが客単価が上昇しており、今月の売上はここ半年間で最も良くなっている。

（百貨店）…新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、外出需要が高まり、ファッションアイテムを中心にニーズが増えている。

（住関連専門店）…客の購買意欲、購入金額がコロナ禍の落ち込んでいた時期と比べると少し上向いている。

（高級レストラン）…インバウンドが増えており、外国人客が増えている。グループ客、個人客共に増えている。

（遊園地）…学校団体が新型コロナウイルス感染症発生前に近い状況になってきており、前年を上回っている。

（美容室）…客との会話で、旅行などに出掛けるという話が多く出る。

（その他住宅[住宅展示場運営会社]）…来場組数は前年同月比110%で推移している。

（職業安定所）…新規求人数が増加に転じている。求人数は、宿泊業・飲食サービス業で増えている。製造業では食料品・飲料製造で増加しているが、電子部品・機械器具製造では減少している。

○「変わらない」

（商店街）…観光客が増加傾向にあり街中のにぎわいが戻っているが、恩恵を受けているのは人気飲食店等だけであり、景気に大きな変化はない。

（コンビニ）…単価が上昇した分、売上は増加している。新型コロナウイルス感染症は落ち着いたものの、来客数の増加はみられない。

（家電量販店）…エアコン等の買換え需要は例年並みだが、新築需要は減少している。観光旅行に関心が向いているため、家電製品の買換え需要は伸びていない。

（乗用車販売店）…現在、車両生産が堅調であるため、今までの受注残分で売上がある程度見込める状況である。一方で、新規受注は軟調である。

（その他専門店[酒]）…値上げは一通り落ち着いた。動きは全体的に緩慢だが、県外都市部の飲食店では動きが出てきている。

（一般レストラン）…来客数は低調である。パーティー、演奏会、ウェディングといった団体の予約がぽつぽつ入ってきているため、何とか営業している。

（旅行代理店）…国内、海外旅行の個人、団体それぞれの受注状況は3か月前とほぼ同じ水準で推移している。

（通信会社）…契約や売上増加につながる来店が増えていない。

(出版・印刷・同関連産業) …新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行したものの、物価高騰などの影響で売上には反映されていない。

(一般機械器具製造業) …相変わらず客先の設備投資の動きは鈍く、部品加工の見積件数も横ばいの状況である。

(通信業) …顧客対応はほぼ対面になっており、営業活動がしやすくなっている。

(広告業協会) …街中や観光地の人出は順調に回復し、イベントも通常開催され、景気は上向いている。しかし、エネルギー価格を含め、各種値上げが足かせとなって広告出稿を控える企業も多く、広告業界全体としては上向きとはいえない。

(公認会計士) …顧客の月次決算状況から判断している。小売、飲食、サービス業は売上の増加等業績の改善傾向がみられる。製造、建設業は一定の利益等を確保しており、全体的にはやや良くなっている。

(新聞社[求人広告]) …求人広告の件数は増えているが少しである。新型コロナウイルス感染症の影響はほぼなくなっているものの、求人以外の広告では、チラシのサイズ縮小や、物価高騰の影響を受けた広告費削減などの動きが多く、厳しい状況が続いている。

○「やや悪くなっている」

(スーパー) …1品単価は上がっているが買上点数が落ちている。値上げ品が更に増えて、全体的に買物金額が下がっている。

(電気機械器具製造業) …半導体、特にメモリ関連の顧客において、ネガティブな投資計画や開発計画の見直しが見受けられる。少しずつ上向き期待も持っていたが、3か月前と比べてやや悪くなっている。

(輸送用機械器具製造業) …取引先に動きがなく、売上が伸びない。若干のマイナスになる見込みである。

(2) 先行き判断理由

○「やや良くなる」

(一般小売店[寝具]) …ようやく仕立ての注文が出てきている。粗利の上がる仕事ができるようになるため期待が持てる。

(スーパー) …コロナ禍も落ち着き、夏休み、帰省需要が高まりそうである。食品小売業は帰省需要が高まれば多くの商品が売れるため、景気は上向きとみている。

(乗用車販売店) …今後の受注次第だが、受注残で納期遅れがあった車種の入庫見込みに加え、主要車種のフルモデルチェンジと新型車の追加で市場環境は良くなるとみている。

(一般レストラン) …物価高騰が負担になっているため、新型コロナウイルス感染症発生前までは戻っていないものの、少しずつ来客数が増えており、景気は良くなるとみている。

(テーマパーク) …この先、夏休みや秋の行楽シーズンが始まるため、来客数の増加が期待できる。

(食料品製造業) …人の動きが活発化しているため、売上は前年より伸びるとみているが、人件費や電気代のアップで利益的には厳しい。

(輸送用機械器具製造業) …客先状況は少し先に上向きという情報がある。引き合いも増えてきているため、良くなる見込みである。

(新聞社[求人広告]) …イベントが通常開催されるようになり、様々な広告の引き合いは増加傾向にあるため、徐々に回復に向かうとみている。インバウンド需要に対する関心も高まっている。

○「変わらない」

(百貨店) …緩やかではあるが来客数は増加している。新型コロナウイルスの感染状況が収まりつつあるとはいえ、旅行等の遠出というよりは近場の商業施設やイベントで過ごす傾向があり、来客数の増加は今後もしばらく続くとみている。

(コンビニ) …物価がこれだけ上がってくると、客が余分な買物をすることは期待できない。3か月後は台風シーズンだが、逆に晴れ間が続いて気温が下がらなければ景気はかなり良くなるため、そうなることを期待したい。

(家電量販店) …食品や電気料金等の値上がりで節約意識が高まっており、旅行以外の需要は減少するとみている。

(金属製品製造業) …受注は好調なものの、購入費の増大が予想される。

(電気機械器具製造業) …半導体関連顧客の投資マインドがポジティブに変わる材料が顧客から出でならず、3か月後も景気は変わらないとみている。

(建設業) …人手不足をすぐに解消できる見込みがないため、当面の景気は変わらない見通しである。

(金融業) …夏祭りの効果でインバウンド需要は好調を維持すると予想している。一方で、一般消費は好転のきっかけも見込めず現状程度で推移すると予想している。

(広告業協会) …旅行関連、娯楽施設、イベント告知の広告出稿は順調に回復する見通しである。しかし、エネルギー等の価格高騰の影響を受ける企業は広告費を削減する傾向にあり、広告業界全体としては横ばいの状況が続くとみている。

(人材派遣会社) …コロナ禍からの立ち上がりで求人数は増加しているものの、賃金アップが物価高騰に追い付いていないため、実体経済はそれほど回復していない。また、インバウンド需要などが旺盛になっているものの、恩恵を受ける業界は限定されている。今後景気が良くなるかは不透明な状況である。

(職業安定所) …求人数が求職者数を上回っている状態が続いている。しかし、全ての業種で光熱費の高騰が収益を圧迫しており、個人消費の回復は物価上昇の影響を受けている。景気は変わらないとみている。

○「やや悪くなる」

(商店街) …エネルギー価格や材料費の値上げ分を吸収し切れないため、ますます苦しくなるとみている。

(設計事務所) …工事価格の高騰で建築を諦める客が多くなっているため、価格が落ち着くまでは発注量が増えないとみている。

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