

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北開発研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		百貨店（企画担当）	・売上のマイナス幅縮小や買上点数の回復傾向が続いており、気候の変化により個人消費が活動的になるため、景気の回復に期待できる。
		百貨店（経営者）	・定価品の売上はまだまだ厳しいものの、催事や集客を狙った企画が顧客の来店につながる傾向がみられる。
		コンビニ（店長）	・客単価は低下しているものの、来客数に回復傾向がみられる。補正予算が成立したことで、周囲の建設業や印刷業の客に明るい雰囲気を感じられる。
		乗用車販売店（経営者）	・補助金が半年延長されたため、環境対応車の販売は引き続き好調に推移する。また、13年前に消費税の駆け込みで登録された自動車が、廃車買換えの補助対象となるため、一時的な盛り上がりにも期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・年間最大の需要期を迎えて、環境対応車への減税や補助金の効果が続くため、来客数、車検入庫数共に増加が期待できる。
		高級レストラン（支配人）	・来客数、客単価共に回復する傾向があり、今後の売上に期待できる。
	都市型ホテル（スタッフ）	・駅ビルを含めた改装とリニューアルオープンを予定しており、来客数の増加が予想される。	
	変わらない	商店街（代表者）	・空き店舗に出店した飲食店や県南からのアンテナショップでは、来客数、売上共に予想を上回る傾向が続いている。消費者の要望に合う商品を提供できれば、商店街の先行きにも期待できる。
		商店街（代表者）	・福袋、セール品、プレゼントなどに消費者が集中するなど、初売りでも節約志向が強まっており、価格の値下げやコスト削減で当分苦労が続く。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・学校の新学期が始まり、例年並みの売上で推移するものの、先行きの不安は続く。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気の底の悪い状況は続いているものの、悪化のテンポは弱まっており、これが続けば景気回復も期待できる。しかし、売上は一部の余裕ある層に支えられており、政府の景気対策により再度悪化の可能性もある。
		百貨店（広報担当）	・景気対策の具体的な状況が見えてくるまで、当分状況に変化はみられない。
		百貨店（営業担当）	・商品の価値が価格に見合えば、消費者の購入動機につながる。消費者に対して魅力的な商品が提供できれば、売上の回復が期待できる。
		百貨店（経営者）	・政策による効果に期待するものの、企業の業績の落ち込みが大きく、景気全体の押し上げには至らない。
		百貨店（売場担当）	・消費者には百貨店の安心感よりも自分が納得する買物をする傾向が強まっており、入学式や卒業式向けフォーマルウェアの買い控えが続くことから、来客数、買上点数共に今後も低迷する。
		百貨店（経営者）	・景気に持ち直しの傾向はあるものの、小売業のデフレ状態が続いて、メーカーは価格中心の戦略に切替えているため、売上の低迷が続く。
		百貨店（販促担当）	・全国的な傾向として、消費者の低価格志向が続く。
		スーパー（経営者）	・しばらくは売上が好転する要因がみあたらない。
		スーパー（店長）	・厳しい状況は変わらず、今後も消費は低迷する。付加価値のある商品を用意しても、消費者は低価格品への支持が高いため、客単価の落ち込みは当分続く。
スーパー（店長）		・消費者の低価格志向が強まる一方で、スーパーもチラシ特売品の値引きをしており、しばらく厳しい経営が続く。	
スーパー（店長）	・外的要因に変化がなく、景気回復の兆しはみあたらない。		
スーパー（営業担当）	・寒波により光熱費などの家計支出が増加しており、消費者の節約志向により売上が低迷する。		
コンビニ（経営者）	・景気が良くなる兆しはみあたらない。		
コンビニ（経営者）	・雇用環境の悪化や所得の減少などで消費の回復は期待できず、このまま厳しい状況が続けば、当店の雇用も見直しが必要になる。		
コンビニ（エリア担当）	・一部製造業では生産が回復しているものの、店舗の周辺では3次産業の比率が高く、波及効果には時間がかかる。		

コンビニ（エリア担当）	・客単価の下落と来客数の前年割れが続いているものの、悪いながらも数か月前から横ばいの状態が続き、悪化の懸念は弱まっている。	
衣料品専門店（経営者）	・消費者を刺激するような春物の売れ筋商品はなく、売上の増加要因がみあたらない。	
衣料品専門店（経営者）	・新政権には期待するものの、地方の中心市街地は小売業を中心に空洞化しており、景気回復には程遠い。	
衣料品専門店（経営者）	・特に景気が回復する理由がないため、悪い状況は当分続く。	
衣料品専門店（店長）	・必要な物は買う消費者の意識が来客数増加に現れているものの、商品単価の下落傾向に歯止めがかからない。	
衣料品専門店（総務担当）	・デフレの傾向から消費者の低価格志向が強くなり、買上点数、客単価共に回復が見込めない。	
家電量販店（店長）	・家計所得が横ばいが右肩下りの状況であり、一旦冷え込んだ消費マインドは当分回復しない。	
乗用車販売店（経営者）	・新車の販売台数が伸びる季節になるが、減税や補助金による販売促進で売上は折込済みであり、今後の更なる効果は期待できない。	
乗用車販売店（経営者）	・国の補助金が延長されたため、年度末の駆け込み需要は期待できない。	
乗用車販売店（従業員）	・決算時期を迎えて、来店数や見込み客が低迷しており、売上の回復は期待できない。	
住関連専門店（経営者）	・新入学や異動に伴う需要も低価格品で済ます傾向があり、売上の増加は期待できない。	
その他専門店〔呉服〕（経営者）	・個人所得が低迷しており、消費者の購買力は当分改善しない。	
その他専門店〔靴〕（経営者）	・明るい材料はみあたらず、政治的にも世の中が不安定である。	
その他専門店〔酒〕（営業担当）	・飲食店からの受注が減少し、店頭では低価格品に売上が集中するため、売上の低迷は少なくとも春先まで続く。先行きが不透明な状況であり、さらなる悪化も懸念される。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・景気の先行き不透明感と地元経済の低迷が続き、景気回復の兆しはみあたらない。消費マインドの冷え込みは深刻であり、得意先の与信状況がよくないため、今後も綱渡りの経営が続く。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・週末と平日とでガソリン価格に変動があり、適正な利益が確保できない厳しい経営が続いているため、先行きは不安である。	
スナック（経営者）	・年末年始の動向から、年度末の季節的な需要にもあまり期待できず、売上はしばらく低迷する。	
観光型ホテル（経営者）	・日帰り客は健闘しているものの、来客数は年々下降傾向が続いており、今後も売上は低迷する。	
都市型ホテル（スタッフ）	・円高、株安、デフレなどの景気の先行き不安による消費者の生活防衛意識は強く、企業の生き残りは厳しい。	
都市型ホテル（スタッフ）	・近隣の美術館で展示会が開催されることから、開催期間中はレストラン売上に期待できるものの、他部門では明るい話題がない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・経費削減や参加者数が予定を下回るなど、法人会合は受注件数が増加しても売上につながらない傾向は当分続く。	
旅行代理店（店長）	・節約志向の影響で、航空機を利用する国内旅行は売上が低迷しており、ファミリーや若年層にはネット予約が浸透していることから、今後も旅行代理店は厳しい経営が続く。	
タクシー運転手	・景気が良くなる傾向や材料はまだみあたらない。	
タクシー運転手	・乗客数の減少傾向は続き、具体的な対策が見つけられないため、売上の回復は当分難しい。	
通信会社（営業担当）	・デフレ対策などの経済政策の効果には時間がかかる。	
通信会社（営業担当）	・好調な業種では一部消費に波及するものの、多くの消費者の財布のひもが固く、景気の低迷は続く。	
通信会社（営業担当）	・新幹線開業に期待は高まるものの、しばらくは景気回復の要因が見当たらない。	
観光名所（職員）	・新しい企画への予約は期待を下回るものの、全体的な予約数は前年並みで推移している。	
設計事務所（経営者）	・得意先ごとに業況は異なるものの、今後の受注量が変化する要因はみあたらない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費者の様子からは先行きへの不安が感じられ、今後も需要の減少が続く。
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・政権交代後の経済不安が広がり、企業倒産や雇用環境の悪化が続くため、今後も売上は減少する。

一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・天候や消費者の買い控えなど、先行きは不透明であり、来客数、買上点数共に低迷する。
百貨店(売場主任)	・企画している物産催事に集客を期待するものの、セール品の更なる値下げを期待する消費者や目的買いの消費者が増えており、売上が悪化する。
スーパー(総務担当)	・補正予算が決まり、一部製造業では受注が回復しているものの、雇用の改善には時間がかかる。また、失業給付の期限切れに伴い、消費への悪影響が懸念される。
コンビニ(経営者)	・客単価の下落に加えて、来客数に頭打ちの傾向がみられる。特に朝の客層は財布のひもが固く、主力の米飯類も前年割れするなど、売上がプラスに転じる要因はみあたらない。
コンビニ(経営者)	・雇用環境の悪化から失業者が増加しており、来客数の前年割れは当分続く。
衣料品専門店(経営者)	・消費者は価格の引下げを待つ傾向が強く、正価での販売は難しくなるため、客単価は今後も下落する。
衣料品専門店(店長)	・フレッシュアーズ商戦を迎えるものの、若年層の人口減もあり、来客数、客単価共に落ち込みが予想される。
衣料品専門店(店長)	・フレッシュアーズ需要の時期になるものの、就職率が低下しており、売上への影響が懸念される。
家電量販店(店長)	・初売りなどの特別なことがないと、消費者の財布のひもは固くなり、売上は悪化する。
乗用車販売店(経営者)	・就職率と有効求人倍率の低迷や企業収益の悪化により、新規見込客や法人需要にも期待できない。さらに、消費者の慎重な買物が交渉期間を長期化しており、低価格車への販売台数の偏りも当分続く。
乗用車販売店(経営者)	・補助金の終了による新車販売台数の減少が懸念される。
住関連専門店(経営者)	・産業基盤のない地方都市は、景気回復につながる要素がみあたらない。解雇による人件費の圧縮や経費削減など、更なる経営改善に迫られている。
その他専門店〔食品〕 (経営者)	・原油価格の上昇に加え、春闘の賃上げが望めないことなどから、先行きへの不安感は強まる。
一般レストラン(支配人)	・景気の先行き不安が続くため、消費者は出控えなどで無駄な出費を抑える。
その他飲食〔弁当〕 (スタッフ)	・高卒の就職内定率が低下しており、若年層を中心とした購買力の低下が懸念される。
観光型旅館(経営者)	・前年の夏以降、予約が例年を下回る傾向が続いており、回復は当分期待できない。
都市型ホテル(経営者)	・新年会などの宴会予約等はあるものの、宿泊部門や飲食部門では客単価、来客数共に落ち込んでおり、厳しい状況が続く。
旅行代理店(従業員)	・依然として景気の先行きは不透明であり、回復の要因はみあたらない。
遊園地(経営者)	・春休みなどで来客数の増加に期待するものの、個人消費が回復する材料は少ない。
美容室(経営者)	・補正予算が成立したものの経済への刺激は期待できず、健康保険料などの引上げ等支出増加の影響で、一段と消費者の生活防衛意識が強まる。
悪くなる	<p>商店街(代表者)</p> <p>・高額な商品やサービスに対する需要がなく、消費の落ち込みは当分続く。</p> <p>一般小売店〔医薬品〕 (経営者)</p> <p>・先行きに悲観的な客が多く、今後も景気は悪化する。</p> <p>一般小売店〔雑貨〕 (企画担当)</p> <p>・株価の低迷など先行き不安が広がっており、今後も個人消費は冷え込む。</p> <p>スーパー(経営者)</p> <p>・消費者の可処分所得が減少しており、景気の先行きに見通しが立たないため、来客数、販売量、客単価共に今後も低迷する。</p> <p>スーパー(経営者)</p> <p>・補正予算などの公共事業発注には時間がかかるため、デフレスパイラルへの懸念が続き、地元の消費は悪化する。</p> <p>スーパー(店長)</p> <p>・月を追うごとに来客数と1品単価が落ち込んでいるため、今後も売上は悪化する。</p> <p>スーパー(店長)</p> <p>・近隣に大型流通店の出店計画があり、来客数の減少が予想される。</p> <p>高級レストラン(経営者)</p> <p>・景気回復が見込めず、企業の新年度予算でも交際費の削減が予想されるため、売上は減少する。</p> <p>一般レストラン(経営者)</p> <p>・飲食店の努力は限界を超えており、政府の景気対策がなければ3か月先の見通しも不安である。</p> <p>観光型旅館(経営者)</p> <p>・例年に比べて、農家の女性グループの予約や旅行の問い合わせが激減している。</p>

		タクシー運転手	・街中のマンションやオフィスビルでは、入居が決まらず、電気が点かない部屋が多くみられる。		
		美容室（経営者）	・企業など景気全体の回復がみられても、当業界の景気回復には時間がかかる。		
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・景気対策や雇用対策の効果は不透明で、当分景気が良くなる気配は感じられない。		
		住宅販売会社（従業員）	・三隣亡の年回りであり、信心深い当地域では節分以降の受注が望めない。造成地の建売による対策にもあまり期待はできない。		
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-		
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工数に改善の兆しが見られる。		
		建設業（経営者）	・リフォームなどの工事受注が増えており、3か月先は明るい兆しが見られる。		
		建設業（企画担当）	・半導体工場の建設工事が動き出し、見通しが明るいことから景気の回復に期待できる。		
		広告代理店（経営者）	・期末に向けた広告受注のほか、新幹線延伸に伴う新規案件の受注が見込まれる。		
		広告代理店（経営者）	・東北新幹線延伸やデスティネーションキャンペーンの準備などによる受注が増加する。		
		金属工業協同組合（職員）	・厳しいコストダウン要請で、収益には結び付いていないものの、半導体関連や医療機器関連の受注量が増加傾向にある。		
変わらない	変わらない	食料品製造業（経営者）	・景気の悪化により受注量の回復は期待できず、デフレに対応した販売価格の引下げもできないため、売上の見通しが立たない。		
		食料品製造業（経営者）	・消費者の財布のひもは固く、イベント以外では買い控えの傾向が続く。		
		食料品製造業（総務担当）	・消費者は、不要不急のし好品などは買い控える傾向が続く。		
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・独自商品の自社開発などに取り組むものの、まだ景気が上向き要素がみあたらない。		
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・取引先では広告宣伝費を削減しており、広告料の引下げ、紙質の見直し、チラシ折込の範囲縮小などで経費削減の傾向は今後も続く。		
		土石製品製造販売（従業員）	・早期退職制度の導入や給与減額などの厳しい企業経営は続き、当分景気回復といえる状態にはならない。		
		電気機械器具製造業（企画担当）	・景気の悪化も底の状態が続いており、企業の強みを活かすべく持ち直しに取り組んでいる。		
		建設業（従業員）	・公共投資の先行きは不透明であり、また民間の設備投資は冷え込みが続いているため、新規物件の引き合いは極めて少ない。		
		金融業（営業担当）	・景気に変化する要因はみあたらない。		
		金融業（広報担当）	・地域全体の景況感が最低水準にあり、目に見える景気回復は考えにくい。取引先からのヒアリングでは、景気対策の息切れを心配する声も強い。		
		広告業協会（役員）	・広告業界では、従来のようにマス媒体での売上増加は期待できない。制作力の強化や独自コンテンツの開発に傾注し、広告会社の付加価値を提供していく。		
		経営コンサルタント	・消費マインドの回復には生活の安定が必要だが、政治が迷走しているため、景気回復には時間がかかる。		
		公認会計士	・公共事業の縮小や消費者の買い控えなどで明るい材料がなく、3か月程度でクライアントの状況は変わらない。		
		コピーサービス業（経営者）	・官公庁、民間企業共に予算執行を控えている様子があり、新年度の予算削減が懸念される。		
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅版エコポイントによる消費者の反応が見えないため、当分悪いままで変化がない。		
		その他企業〔管理業〕（従業員）	・業績の回復している企業もあるが、大規模なリストラの影響で再就職先が決まらない人が多いため、しばらく地域経済は厳しい状況が続く。		
		やや悪くなる	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・直売米の注文数が、今後も前年を下回って低調に推移する。
				一般機械器具製造業（経理担当）	・円高の影響で自動車部品の輸出環境が悪化しており、環境対応車への減税や補助金が終了した後の反動減が懸念される。
				輸送業（経営者）	・景気の回復や荷主の物量増加も期待できないなか、燃料費の上昇や社会保険料の負担増など、先行きの不安が増すばかりである。

		<p>通信業（営業担当）</p> <p>その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）</p>	<p>・競合他社の営業攻勢のなかで、新規契約の獲得が困難な状況は続き、既存契約の継続も今後は予断を許さない。</p> <p>・年末の売上が悪化した小売店では、買掛金の支払も厳しいほど体力を失っており、今後は廃業が増える懸念がある。</p>
	悪くなる	<p>農林水産業（従業者）</p> <p>新聞販売店〔広告〕（店主）</p>	<p>・農家の収入が激減しており、農協では農家の売掛金返済を3月末まで無利子で猶予することを決めた。</p> <p>・集金先での会話、スーパーなどの駐車台数の少なさ、チラシ折込の減少など、消極的な傾向が続いており、景気を上昇させる要素はほとんどない。</p>
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・周囲の企業では事業縮小の話が多く聞かれ、先行きは不透明である。
		人材派遣会社（社員）	・景気の回復が進まないため、就業者人数と給与水準はしばらく低迷する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・支店経済の仙台圏では、景気改善につながる起爆剤がみあらず、当分厳しい状況が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加要因がみあたらないため、当分景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率の回復傾向に一服感があり、新規求人数に減少がみられるため、当分注意が必要である。
		職業安定所（職員）	・先行きが不透明なことから、企業は採用を控える傾向が続き、求人数の回復は期待できない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・厳しい雇用情勢は消費の悪化を進めており、企業の採用担当からは自らの業界への悲観的な見通しも感じられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大型流通店の撤退や総合病院の病床減など、今後も一段と求人数の低迷が懸念される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・停滞感が地域経済に暗い影をおとし、デフレにより企業収益は低迷するため、雇用情勢は予断できない状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・流通業では売上の前年割れが続いており、店舗閉鎖などによる雇用面でのマイナスの影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・閉鎖や民事再生になるホテルがあり、従業員の解雇が予想されるため、一段と雇用環境は厳しくなる。
		職業安定所（職員）	・受注の低迷により、雇用調整助成金の新規利用が増加し、人員整理に追い込まれる事業所が発生している。また、百貨店の閉店や郊外大型流通店のテナント閉店など、小売業でも状況は悪くなっている。
職業安定所（職員）		・政府の経済対策が打ち出されたものの、新卒採用後の補充求人は見込めないため、求人数はしばらく減少する。	
職業安定所（職員）		・雇用調整の新規実施に関する企業からの相談が引き続き多い。	
職業安定所（職員）		・新規求人数が減少傾向で推移している。さらに、雇用調整を実施する企業からの相談や実施企業数は引き続き多く、さらに百貨店閉鎖に伴う多数の退職者が見込まれる。	
職業安定所（職員）		・企業では先行きの見通しが立たないことから、雇用環境は不透明である。	
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・事業所の閉鎖は更なる需要の減少につながり、売上は悪くなる。	
	アウトソーシング企業（社員）	・例年の年度末は数か月先まで予定が入るものの、現時点でも次年度の予定が入っていない。	