

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（広報担当）	・来客数が微減状況であるとはいえ、買上客数は増加しており、単価の下落もない。目的買いの動きが強くなり、夏のセールや中元商戦などで消費の活性化が期待できる。
		百貨店（売場担当）	・ボーナスの支給が始まり、まとめ買いが増えている。 ・消費性向の高まりを感じており、また購買を促す、魅力のある商品が増えている。
		スーパー（経営者）	・4月後半から来客数が増えている。まだ客単価は上がらないが、このまま来客数が増えれば前年水準を維持できる。
		コンビニ（エリア担当）	・当チェーンでは新規事業の導入が次々進んでおり、特にチケット販売での売上が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・商品を供給する側が、本当に客の欲しい商品を提供すれば景気は上向く。何も工夫をせず現状維持をしていれば、何も変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・今年は、リーズナブルな価格帯の新型車が立て続けに販売される予定であり、輸入車販売は期待できる。
		観光型ホテル（経営者）	・数か月先までの遠方客からの問合せが増え、料金も多少底上げの傾向にある。 ・地元の客は依然として低単価指向が変わらず、特にエージェント経由はその傾向が強い。
		観光型旅館（経営者）	・売上などは低調なままであるが、客の様子を見ると、悲観的な雰囲気は少なくなってきた。たまには楽しいことにも、お金を使ってみようという感じは出てきている。
		競馬場（職員）	・約1か月後に馬券の新商品が発売される。前評判が高く注目されているため、上向きになる。
	住宅販売会社（経営者）	・展示場によって差はあるが、全体的には成約に結びつくような客の動きが活発である。	
	変わらない	商店街（代表者）	・ワールドカップは、みやぎ国体と同様に、自治体のPRほどは効果が期待できない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・立地商店街の活性化イベントがこまめに実施されており、相乗り参加することで、今後順調な来客数の伸びが期待できる。
		一般小売店〔カメラ〕（店長）	・来客数が著しく減少しているということに加え、客の購買行動が一段と慎重で、同じ機材を購入するにしても他店と比較し、価格自体も低下しているため、粗利も減少するという厳しい状態が続く。
		百貨店（売場主任）	・県内では、地元の大手ゼネコン倒産の影響が当面続く。 ・今夏は冷夏予測が出ており、夏物商品の販売不振が予想される。
		百貨店（売場主任）	・特売会などを企画しており、売上増加を期待したいが、客に購買意欲が感じられず、シビアな買い方が続く。
		スーパー（経営者）	・客単価の下落幅と、来客数の増加が拮抗している。
		スーパー（経営者）	・客の動向や単価の動向が今後変化するとは考えられず、厳しい状況や客の堅実な購買行動が続く。
		スーパー（店長）	・来客数は前年実績を超え、一人当たりの買上点数も前年の5%増と回復の兆しはあるが、競合店との価格競争で一品単価が7%低下し、客単価も同様に前年実績割れを続けており、この傾向は今後も続く。
		スーパー（店長）	・価格競争がいまだに激しく、来客数、買上点数は前年並みであるが、一点単価の低下が全体の売上減少につながっており、この傾向はまだ続く。
スーパー（店員）		・来客数は大きく言えば右肩上がりであるがジグザグを描いており、売上はほぼ前年並みである。予算を超える月が少なく厳しいが、来客数の伸びに期待している。	
スーパー（企画担当）	・健康関連商品などの一部にヒット商品はあるが、全体的な売上をリードするものではなく、今後も競合などの厳しい環境が続く。		
コンビニ（エリア担当）	・企業のリストラが更に進む一方で、企業倒産やその予備軍を含め、楽観視はまったくできず、地方都市においては公共投資が一段と少なくなっている。		
コンビニ（店長）	・これ以上悪くはならないだろうという楽観的な考えと、客単価の回復が明るい材料である。来客数は減少してはいるが、これ以上悪くはならない。		

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
		衣料品専門店（経営者）	・良くなって欲しいとは思いますが、慎重な購買行動が習慣化しており、急激には変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・ここ2、3年続いていた買い控えが、今年は上向きに転じているため、天候に恵まれれば業績は好転する。しかし、天候不順となれば厳しくなる。
		衣料品専門店（店長）	・客一人当たりの買上点数が増えず、前年以上に商品仕入の選定に厳しいものがある。
		家電量販店（店長）	・ワールドカップを控え、ハイビジョンやプラズマテレビ等の高額商品の動きが顕著である。しかし、購買層から判断すると、一時的なものであり、ワールドカップが終了すれば、また元に戻る。
		乗用車販売店（経営者）	・小型の新型車が増えており、また景気底入れ宣言はマインド的に好影響をもたらすが、肝心の夏の賞与が県内企業では前年を上回る様子が無く、楽観的に見れば変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・見込度の高い客は増えているが、絶対数そのものが減少しており、受注台数も前年比70%程度である。
		乗用車販売店（従業員）	・販売量、来客数、販売単価、整備在庫などが悪く、客は車検は安い店で、買うのは中古車という状況である。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・農家の客が多く、減反や野菜の相場安などで収入が減少しているため、好転は望めない。
		一般レストラン（経営者）	・来客数はやや増加しているが、一人当たりの単価が低下しており、売上に変化はない。
		スナック（経営者）	・5店舗のテナントビルに入居しているが、去年2店舗が閉店し、先月1店舗閉店したため、ついでに立ち寄り客が減少する。
		観光型旅館（経営者）	・家族客の受入時期であるが、年々間際予約の傾向が強まっており、まだまだ見通しが立たない。 ・サマープランを早々に準備し、セールスを早目に仕掛けるとともに、テレビスポットの範囲を拡大し、早目の準備対策に徹する。
		都市型ホテル（経営者）	・携帯電話、遊戯業、家電、貴金属、カラオケなどの各業界から、新製品の発表会や展示会の受注が増えている。しかし、レストランの売上は、前年実績を下回っており、まだまだ個人消費は低迷を続ける。 ・消費者は将来不安があり、金は持っていないが現状である。発表会や展示会の受注はあるが、総体的には変わらない。
		通信会社（営業担当）	・単価が低下しており、売る側ではコスト割れ寸前のレベルでの競争が激しくなっており、それに加え市場が盛り上がりつつない状況で、変わらず厳しい。
		観光名所（職員）	・観光客の予約数はほぼ前年並みか、やや上回っているが、依然として低単価の要望が強い。
		住宅販売会社（従業員）	・戸建関係では値下げ圧力が特に強く、大型団地では500～700万円の値引で販売している。しかもこれは広告チラシとの二重価格になっている。この形での在庫のクリアランスが進めば、とりあえず悪化せず、現状が継続される。
		住宅販売会社（従業員）	・客には先行きへの不安感が根強くあり、契約に至らず途中で辞退するケースがしばしばある。これは今後もまだ続く。
	やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・競合店が民事再生法の認可を受け、店の再生に向けて動き出しており、市内においても競争が激しくなり、ますます厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・昨年は天候に恵まれ好調であったが、今年はこのままの天候であれば前年水準は見込めない。人事を尽くして天命（天候）を待つといった状況である。
		衣料品専門店（経営者）	・依然として買い控えが続いている中、夏物商戦も終わりに近づいている。
		衣料品専門店（店長）	・冷夏予測もあり、夏物商戦の苦戦が予想される。
		家電量販店（店長）	・現在は、ワールドカップ関係の特需で売れている商品が多々あるものの、それ以外の商品は相変わらず低迷しているので、今後は現在の反動で悪化する。
		乗用車販売店（従業員）	・販売量ならびに販売単価が低下している。低額商品についてはやや動きが出ているが、中間の250、350、500万円クラスは販売台数が著しく落ちている。1000万円クラスは販売台数がもともと少ないためあまり変化はないが、中間クラスの動きが非常に悪い。
		スナック（経営者）	・当店の客の多くは接待利用であるが、接待が急激に減少しており、これからまだまだ悪くなる。

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
企業 動向 関連		通信会社（営業担当）	・今月も新規参入業者が出ており、料金面での価格破壊を行っているため、それに対抗せざるを得ず、通信業界はますます厳しくなる。
	悪くなる	-	-
	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・高品質商品の首都圏向け出荷が順調に伸びており、全体としてもやや良くなる。
		木材木製品製造業（経営者）	・在庫調整が進行しつつあり、販売単価等の改善が進む。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品の供給増が続いており、このまま良い方向に向かう。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・先行きは不透明であるが、受注増に対応するため予算外の投資が必要になっている。
		輸送業（従業員）	・輸出企業のオーダーが増え続け、航空会社も運賃値上げの検討を始めており、業界全体として動きが活発化している。
		通信業（企画担当）	・今後、自治体の情報化プロジェクトが具体的に進展するため、需要が増える。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・価値と価格のバランスが取れている商品は、動きが良くなっているが、価値のない商品はまったく動かず、二極化になっている。 ・総体的に物量が増えているので、良くなる。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・厳しいと言われている中、理由は分からないが、地元の住宅会社は受注棟数を増やしており、家具屋も売上を伸ばしている。	
	変わらない	農林水産業（従業員）	・設備投資の動きがなく、これといった需要も見込めない。また、秋になっても米価がそれほど変わらないと予想しているので、景気についても、それほど大きな変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体の業種が動き出しているとはいえ、限られたものであり、良くなったとは言い難い。 ・開発関係の受注は少しずつ入ってきているものの、組立て専業の業種は厳しく、依然としてスピードとコストの要求がきつい状況である。
		建設業（経営者）	・住宅のリフォーム関係工事が当面続く。
		広告代理店（従業員）	・得意先の販売量も伸び悩んでおり、現在の情報からも前年と変わらないため、このままの状況が続く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・景気が停滞している現状で、早急な回復は難しいが、閉鎖したデパートの元従業員が、自らの資金で新しいデパートを立上げ、チラシを出すなどして周辺商店街などでは活気が出ており、差し引き変わらない。
		その他企業〔管理業〕（従業員）	・業務が増えても、すぐに収入に結び付かず、また会社の方針として今年度中は賃金カットや時間外割増し率の削減が打ち出されているため、これが終わらなければ安心感が出ない。
	やや悪くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・販売数量が伸びず、販売価格が低下しているのに加え、為替が円高傾向で、一時は130～134円で動いていたのが、125円割れの水準まで来ており、輸出の採算が悪化し、企業収益の圧迫要因になっている。
		建設業（経営者）	・今年度の公共工事予算は前年より約10%減少の見通しで、当社の受注見通しも減少する。 ・最近では公共工事への登録、参入業者も減少している。
	悪くなる	食料品製造業（経営者）	・例年6、8月は最も厳しい不需要期であるが、今年は原料不足による高価格化で、近年にない厳しさが予想される。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・サービス業を中心に、県外からの進出企業が雇用を底上げしている。 ・正社員採用に動きつつある企業が多少増えている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・オーダー依頼数は底固く推移するが、競合案件の増加や派遣単価の下落は今後も続き、業界として良い材料が見当たらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の伸びも期待できず、建設業の倒産などが続き、明るい材料は少ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当社で掲載している求人広告数は、前年実績を下回るか横ばいの状態であり、急に上向くとは考えられない。
	職業安定所（職員）	・一部の企業において求人が活発になるなど、回復の気配は見られるが、全体としてまだ底を打った状況になく、求職者数の減少は当面望めない。	

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
		職業安定所（職員）	・ 経営基盤の弱い中小企業は、長引く不況で体力を消耗し、限界に来ている会社が多く、全体的に明るいニュースはあったにしても、雇用、失業情勢は変わらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者） 職業安定所（職員）	・ 3月末で契約終了となった派遣社員が多く、失業保険の給付期間が終了すれば、求職者数が増加する。 ・ 東北最大手の建設会社の民事再生法申請に伴い、今後大幅なリストラの可能性があり、下請や関連企業への影響が予想される。
	悪くなる	-	-