

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	-	-
		スーパー（店長）	・競合出店も一段落し、競争によるディスカウント価格も底値になっている。これまで売上に大きく影響を与えてきた一品単価の低下が解消され、前年並みになる。このままで行けば、なんとか前年並みを維持できる。
		衣料品専門店（店長）	・顧客向けのマーケット、マーチャダイジングをしている店はしっかり客を確保しているため、当店も顧客向けのセールを実施すれば客は戻ってくる。
		衣料品専門店（店長）	・隙間を狙った商品、タンス在庫に無い商品の提案が受け入れられ、今後の商品構成の目処がついた。 ・販売後のアフターケアに実施しているDMが、来客頻度向上に効果を発揮している。
		乗用車販売店（経営者）	・1月に抑えられた需要の反動や、4月からの低排ガス車の優遇税制改正などの動きがあり、駆込み需要が予想されるため、一時的に景気が良くなる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・少なくとも、新年度に向け、各企業共新入社員が入ったりでユニフォームの切り換えがあると期待している。全体的に新入社員が減少してはいても、ユニフォームは長持ちするものでないので、切り換えが必ず来る。
	変わらない	住宅販売会社（経営者）	・展示場来場者数は減少しているが、出店ごとの地域格差があり、全体的には悪くはない。あとは営業力の発揮である。
		商店街（代表者）	・初売りやバーゲンの反動が出る時期であり、景気は春を迎えるまでは厳寒の状態である。
		商店街（代表者）	・忘年会に続き、新年会などの宴会でも、客単価が低く、3千円程度で飲み放題というパターンが多いため、忙しくても利幅が出ない。 ・温泉地などの広告を見ても、一泊二食付きで1万円を割り込み、極端な宿では5～8千円という企画が出ている。
		百貨店（企画担当）	・消費に奥行き、体力が無く、前半が良くても後半まで続かない。計画達成に向けこつこつ貯えた実績も、ちょっとした拍子で失ってしまい、予算を下回ってしまうという脆弱な消費構造である。
		百貨店（広報担当）	・価格消費の流れが終息しつつあり、欲しいものは多少高くても買うが、不要なものは安くても買わないという価値消費の傾向がますます強くなっている。価値消費が強まると、消費者の選択が厳しくなり、その対応を的確にしなければ、大量消費は期待できず、打開策を見出すのは難しい。
		スーパー（店長）	・年末は新幹線の影響で一時的に需要が増えたものの、今月は安価な商品で本当に必要なものでなければ手に取ってくれない状態に戻っている。 ・商品単価はまだまだ安くなりそうな勢いで、売上維持が難しい状況である。
		スーパー（店長）	・競合店対策としての価格対応はこれまで以上に続く。客単価低下、客単価前期割れはずっと続く。
		コンビニ（エリア担当）	・コンビニエンスストアにはプライベートブランドが無いため、既存商品の売上がポイントとなるが、現在は目新しいヒット商品が無いため、変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・低価格の新型車以外は軒並み大幅な前年割れを起こしており、法人需要も大幅に落ち込んでいる。このような市場実態は当面続く。		
乗用車販売店（経営者）	・新車、中古車に限らず、例年1月から出てくる新卒需要は、内定率が低いためか、成約数が例年より少ない。 ・季節要因でプラスになるが、従来よりも車保有期間が延びており、大きく壊れなければ買い替えには慎重であり、台数の伸びは期待できない。 ・現金で支払う客が増え、クレジット利用者数と逆転している。		
乗用車販売店（従業員）	・3月は自動車業界は最大の需要期であるが、それでも新型車の売行きが足踏み状態であり、それほど客の様子からも良くなるような雰囲気ではないので、変わらない。		

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
		高級レストラン（支配人）	<ul style="list-style-type: none"> ・一般宴会、婚礼予約の件数は月別に増減はあるが、総数では前年並みを確保できているため、基本的には変わらない。 ・宿泊については、現在同日比の予約状況は同じである。 ・レストランについては駅前デパートの改装オープンが4月であり、その時期になれば、カジュアルレストランの売上も回復する。
		一般レストラン（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・不況によって、当店のような小さなレストランでの結婚式需要の増加が見込まれるため、差し引き変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	<ul style="list-style-type: none"> ・昨年、当県では大きな倒産やリストラが相次いだが、もうマイナスの方向ではなくプラスの方向に向かう動きが出てきており、当ホテルでも、販売量が若干上向き、過去3年の比較でも良い。 ・6か月先も見えており、下げ止まっており、ベクトルは上向きつつある。
		遊園地（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・団体客については、旅行代理店からの問合せが一定程度あるが、基調が変わったかについては判断がつかない。
		設計事務所（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・客に出しているプランが、決まるとは思うが、いつになるか分からない。 ・変わらないでいて貰わないと、潰れそうである。
		住宅販売会社（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・決算対策のキャンペーンで、来客数は増加するが、値引やサービス工事の増加も予想されるため、売上利益を確保できるとは思えず、景気は変わらない。
	やや悪くなる	百貨店（売場主任）	<ul style="list-style-type: none"> ・返礼ギフト、新入学、新生活とモチベーション需要がピークとなり、売上を期待したいが、単価、数量などは最低限度のシビアな買い方が主流となる。 ・自家需要対応の商品を買い求める方には、ヒット商品や話題の商品がないと難しい。
		スーパー（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・松が明けた頃から、買上点数が減少している状態が続いており、悪くなる。
		スーパー（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・今後を取り巻く状況や、収入に関する項目などが好転する材料は無い。今後具体的な賃金交渉や賃金改定の話が出てくれば、一段と厳しい話ばかりになる。一品単価はますます下落し、収入面経済面での環境は悪化し、消費は更に冷え込む。
		スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・スーパーセンターを中心とする競合の出店情報があり、客は単価の安い店に流れる。
		スーパー（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・年末年始の需要期に、在庫を抱え、予想以上にはけなかった企業が、これから資金の支払い時期になるため、資金ショートが懸念される。
		スーパー（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・価格の引下げも限界に近く、チラシでの集客も以前ほどの効果が得られなくなっている。 ・3月には大型競合店の出店が計画されており、回復は極めて厳しい状況である。
		家電量販店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・良くなる材料が見当たらず、兆しもまったく感じられず、昨年はサッカーワールドカップなどのエポックもあったが、今年はそれも無い。
		乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス売上はほぼ前年並みであるが、今年の小雪による板金売上の減少に加え、低価格車指向による車輛売上の減少が見込まれる。
		住関連専門店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・今年の春はこれといったファッショントレンドが見当たらないため、新しい需要が見込めない。 ・新卒者の就職難から、スーツ需要も見込めない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・12月商戦は活発であるが、その後の反動が例年より大きいいため、不安を感じている。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・現在行っている閉店セールが、2月末まで続くため、その後の売上に影響が出る。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・客の動きが買い控えになっており、現場での必需品購入においても鈍くなっている。灯油と冬場商品がなくなる時期で、売上が減少し、粗利益も減少する。
		観光型ホテル（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・2月以降の予約状況は、組合関連の会合が極端に減少し、1割減である。3月の歓送会の予約はほとんど無く、4月は選挙があり最悪である。 ・辛うじて女性グループの日帰り客は好調である。
		観光型ホテル（スタッフ）	<ul style="list-style-type: none"> ・2、3か月先の予約状況は、去年から毎月、前年比と前月比が低下を続けている。

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	
		観光型旅館（経営者）	・節約を基調としながらも、経費をかける時には思い切っ かけようと、今月中旬から3月末までの長期企画を実施 しているが、2か月半という長期であり、追い込みがきつ い。 ・地元客が主体のこの時期に、地元景気が厳しく盛り上 がりに欠けているのが、先行きの厳しさを感じさせる。	
		観光型旅館（経営者）	・ここ数か月間の予約状況は、週末や休日前日、連休は 数か月前から予約が集中しており、平日は閑散としてい る。 ・平日の予約のタイミングも2～3日前の直前予約が多 く、売上予想が立てにくい。 ・当日客は減少しており、平日の売上減少は今後も続 く。 ・観光温泉地の町作りのために、観光客誘致の企画を行 っているが、増客よりも観光客の減少を食い止めるので 精一杯である。	
		都市型ホテル（経営者）	・新年会が一段落し、現在年間の予約見通しを立ててい るが、昨年の予約状況より1割減少している。 ・市場全体のパイが小さくなっており、各社が生き残り をかけてセールスを展開している。また同業者の新規参 入が予定されており、ますます業界は厳しい状況に追 いつかたれ、経済が良くならない限り、まだまだ厳し い状態が続く。	
		通信会社（営業担当）	・IP電話の普及が、加速的に広まっており、料金的 に現状よりかなりの値下となる。それにより売上が減 少し、結果的に景気は悪くなる。	
		テーマパーク（職員）	・近隣のホテルや旅館を見ても、価格競争が始まっ ており、不景気な状況である。	
	悪くなる	スーパー（経営者）	・アメリカの動向による石油製品の値上げと先行き 不安、ドラッグストアなどの競合店の出店などにより 悪くなる。	
		一般レストラン（経営者）	・昨年暮れあたりから、社用で使っていた建築会社 がまったく来店しなくなった。常連客の来店回数が減 少している。	
		その他飲食〔そば〕（経営者）	・今年に入ってからの客の話は、事務所の規模を更 に縮小すること、給料や手当てのカットなど厳しい話 ばかりである。周辺のオフィスビルの空室は去年より 更に増え、通りにも活気が無い。	
		タクシー運転手	・乗る人が少ない状況で、タクシー会社は増えてい る。少ないパイを皆で取り合っているため、この業界 はますます悪くなる。	
		通信会社（営業担当）	・IP電話化の流れが、今後ますます早くなり、客 単価の低下が急激に進む。	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・新年度に向けて、試作製品の動きが出てきてい る。大手企業が一掃のし過ぎで、自社での設計・製 造ができなくなり、開発からの丸投げが増加してい る。	
		広告代理店（従業員）	・年度末ということもあり、当社の繁忙期に入る が、昨年実績と比較しても、販売量は15%程度の減 であり、喜んでばかりもいられない状況である。	
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・スーパーの棚替に合わせ、春夏向け新商品など の商談時期に入っているが、どの程度定番採用にな るかポイントである。しかし消費の停滞感が強く、 多くの期待はできない。	
		食料品製造業（総務担当）	・酒類の増税に伴い、一時的に荷動きが活発化す るが、景気には悪影響である。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品、携帯電話用部品は好調が続くと 見ているが、アメリカのイラク攻撃が始まれば、そ の影響が出てくることや、為替相場などの輸出環 境が悪化しつつあるという懸念材料がある。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・受注量、価格共に低下したままの状態であり、 新しい製品の動きも少なく、先行きの心配の種はあ る。	
	やや悪くなる	コピーサービス業（経営者）	・現状より良くなることは、国、自治体、民間 大手の予算の流れから見ても、国の補正予算から 見ても考え難く、独立行政法人化の動きも予 算圧縮に向かうため、当社では厳しい状況が 続くと予想している。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・研究開発投資が具体的な成果が出るような形 で行われていないことが原因で、悪くなる。	
			電気機械器具製造業（総務担当）	・平成15年度の予算編成中であるが、前半の 受注量見通しは今期よりやや落ちると見ている。

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
		建設業（経営者）	・建設業は、重層下請構造であり、下に行くほど苦しんでいる。 ・工事の減少に伴い、各専門工事業者は仕事量確保のため価格競争に走り、単価が下がり工期も厳しいことを押し付けられ、これらについていけない業者も出てきている。
		輸送業（従業員）	・内需も厳しく、海外展開も苦心の策で行っている中、航空貨物輸送業界各社も最大限のコスト削減努力を続けているが、毎月のように家賃や倉庫料の値上げ交渉が続いている。
		金融業（営業担当）	・企業業績は依然として回復の兆しが見られず、雇用情勢も高校生の就職内定率が低調であるなどと厳しく、こういったマイナス要素は景気全体に重くのしかかってくる。
	悪くなる	繊維工業（総務担当）	・産地生え抜きの企業が破綻し、産地経済が混沌としている。淘汰された後の企業のサバイバルになることは必定であり、中小企業の将来が懸念される。
		建設業（経営者）	・製造関連工場の海外進出や、県、市町村の来年度の建設投資の減少などから、設計事務所やコンサルタントの仕事が減少しており、建築会社の仕事も減る。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末の季節需要もあるかもしれないが、官公庁関連のシステム会社への派遣や、アウトソーシングの相談など数十人単位の話が出てきている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・ゼネコンや銀行などの決算期を見てから判断するという客が多いため、それまではこのままの状態であるし、良い決算が出るとは思えないので、悪くなる。
		人材派遣会社（社員）	・各企業は、全国的な業務の集約化を図りつつあり、当地での仕事自体が減るか撤退する傾向があり、先々不安はある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・業種間での格差というよりは、同業者間での勝ち組、負け組が混在しており、一業種で括る事が困難になっている。プラスマイナスでは変わらない。
		職業安定所（職員）	・派遣や請負求人が増加しているが、就業場所が県外で、必ずしも地元雇用に結び付かないものや、欠員補充などが目立ち、状況に変化がみられない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・社員に代る労働力としての派遣利用が一般化し、雇用という面では不安定さを増す。
		職業安定所（職員）	・製造業における生産拠点の海外移転や、その影響によるリストラが収まっておらず、建設業の受注不振、小売業の売上不振が続いており、採用マインドの回復が無いまま、雇用保険適用事業所数、被保険者数共に、毎月減少を続けている。
	悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	・今後、良くはならない。当社では市町村の合併により客数が減るということもあり、また合併すると新しい事業に取り組まない傾向があるため、客が減って仕事も減るという状況になる。
		職業安定所（職員）	・不良債権処理に伴い、失業者の増加が懸念される。