

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている やや良く なっている	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・競合店が破産し、その分の客が当店に流れており、上向きである。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・たばこ増税に向けた特需で、通常月の1.5倍は売上があると見ていたが、通常の給料週と同じような動きであり、25日を境に特需がある。これにより売上の前年比を押し上げてはいるが、来月反動が来るため、どちらとも言えない。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・当業界は、昔から6月は数量的にトップシーズンであり、今年も昨年に続き、前年実績を上回っている。去年は関西の客、今年は関東の客の割合が高い。ほとんどで芸者が入り、二次会まで流れ、パブリック部門でも多少の活気がある。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・ネットワーク関係の受注額が、依然としてベースは低いものの、4月に比べ増加している。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・依然として、商店街の衣料、飲食、食品、サービス業では、来客数の減少が続き、競争力の低下が見られる。特に飲食関係の来客数減少はこれまで以上に顕著である。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・返礼ギフトなどの目的買いの客は、来店し買物をしているが、来客数は減少しており、特に土日の来客数の減少が目立つ。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・客単価は上昇しているが、その上昇分でカバーしきれないほど来客数が減少している。
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・業界全体が苦戦している中、ワールドカップ特需のあった昨年実績をクリアしており、善戦している。 ・中元商戦も、いろいろな仕掛けが効を奏し、出足が好調で、昨年比2けたの伸びである。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・今月に入り、賞与が出ている企業も多いが、なかなか賞与を当てにした大きな買物は少なく、月末から始まるクリアランスセールを待って、慎重に買物を控えている。
		百貨店（販促担当）	お客様の様子	・引き続き、ラグジュアリー部門では、前年比2けた増で伸びているが、中間プライスゾーンに関しては動きが今いちである。 ・セールは初日、2日と調子は良いが、長続きせず、売上の2極化が進んでいる。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・今月に入り、株価の上昇など、マクロ的には明るい材料が多少は見え始めてきているが、一般客の様子は変わっておらず、買物動向にも変化がなく、一品単価の下落が続いているため、売上自体は少なくなっている。
		スーパー（企画担当）	単価の動き	・夜間の客数が増えたこともあり、今月に入ってから一品単価の落ち込みが大きくなっている。 ・来客数は前年並みを維持しているが、売上は前年実績を大きく下回っている。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・当社の弁当販売数量が、ここ2年続けて前年割れで、回復の兆しが見えない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来月からのたばこ増税による駆け込み需要で、後半に入り、たばこのまとめ買いが増え、その分売上は伸びているが、スーパーの長時間営業店が今月も増え、売上全体としては変わらない。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・商品価格が安いスーパーの長時間営業が、じわじわと影響しだしている。特に商品を値下げする夜の時間帯の客が減っている。		
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・父の日は前年並みに来客数があったり、半袖商品が早めに動き出しているが、ビジネス衣料全体では良いとは言えない状態である。		
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・昨年の新型車の反落の影響もあるが、今年は新車・中古車共に受注販売が伸び悩んでいる。 ・サービス在庫状況は前年超えて順調に推移している。		

	乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・輸入車の販売では、6～7月は第二需要期として、台数が多く売れるのだが、今年は魅力的な限定車を発売しても、来場はあっても成約に結び付かず、商談時間が長くなる傾向である。
	その他専門店 [呉服](経営者)	お客様の様子	・農家で、稲作をしている人は、3割減反が響き、購買力の低下が続いている。 ・先行き不安や年金問題などで、高額商品が動かない。
	その他専門店 [酒](営業担当)	販売量の動き	・依然、需要は低迷しているが、販売努力によって上昇している分と、減少している分でプラスマイナス0で推移している。
	その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・必要最低限のものは買うが、今必要の無いものは買わない傾向が続いている。ガソリンスタンドでも特に車にかかる費用を抑える傾向が強い。
	高級レストラン (支配人)	販売量の動き	・レストランは全体的に、前年並みの売上を確保できている。 ・宿泊は、サッカーワールドカップの影響分を除けば、前々年並の予約数であり、変わらない。 ・宴会は、一般宴会は増えたものの、婚礼が減少し、苦戦している。
	その他飲食[そば] (経営者)	来客数の動き	・ここ3か月、来客数、単価共に横ばい状態である。5月に閉店した2店舗に今月中旬にコンビニが出店したため、すべてのコンビニが出揃い、周りはコンビニだらけである。
	都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・SARSの影響もまだ残っており、延期やキャンセルとなった宿泊やレセプションが戻っていない。一般の宴会などは減少のままで、単価も下がったままであるが、今年前半は婚礼部門で頑張り、その不足分を補い、売上は保っている状態である。
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・消費マインドの冷え込みにより、ホテル来館者が減少している上に、外食についても低価格指向が定着し、厳しさが増している。 ・質的な部分の充実を図り、付加価値をつけて競争力を磨き、選ばれる商品の提供に一段の努力が必要な段階である。
	通信会社(経営者)	お客様の様子	・いろんな商品やサービスの低価格化が進んでいるが、消費者は更なる値下がりを待っており、それに伴って購入も待っている状態である。
	遊園地(経営者)	来客数の動き	・梅雨にしては降水量が少なく、団体客も今月にずれ込んだため、前年を若干上回る状況である。ただし、単価は団体客の比率が高い分、2～3%低下している。
	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・受注状況は前年に比べ104%、3か月前との比較では100%である。
やや悪くなっている	商店街(代表者)	お客様の様子	・金がかからず、家族で遊べるイベントはないかという照会が多くなっている。
	一般小売店[医薬品] (経営者)	お客様の様子	・6月は梅雨時期であり、身体の不調になる人が多いが、今年は空梅雨で、気温も普通で、皆さん調子が良いらしく、具合が悪くなる人が少なく、当店の来客数、販売量、売上などが減少している。
	スーパー(経営者)	来客数の動き	・既存店の来客数の伸び率が、3か月前と比べ、2～3ポイント下がった状態である。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・当市南部に、中堅スーパーが進出し、南と北で、価格競争が激化している。単価下落が一時期よりは、落ち着いているが、半額は普通、3分の1の価格で特売を行うなど、小売には厳しい状態が続いている。
	スーパー(店長)	単価の動き	・今までの価格を更に下回っても、商品が動かない状況で、どこまで行けば下げ止まるのか先が見えない。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・来客数は横ばいで、一人当たり買上点数も減少しており、客単価も低下している。 ・客はチラシを持って買い回っており、けして良いとは言えない。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・2キロ商圏内に競合店が出店し、来客数が10%ほど減少している。
	スーパー(総務担当)	販売量の動き	・買上点数が、減少している。 ・デフレに慣れていて、少しでも単価が上がると客は離れる。

		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・バーゲンの売り方には非常に反応が良いので、バーゲンの前倒しで売れている。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・夏物バーゲンの時期になり、価格指向で購入する層が急激に増加し、反面価値指向購入層が減少し、売上絶対額確保になっていない。
		乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・新機種を発表したにもかかわらず、来場者数、受注数共に期待外れである。
		自動車備品販売店 (経営者)	お客様の様子	・取引先の整備工場が、車検の仕事を取るため、営業時間を深夜まで延長して操業しており、競争が厳しくなっている。
		住関連専門店 (経営者)	単価の動き	・購入単価が、毎月低下している。また高級品の販売量も減少しており、買い控えはまだまだ厳しい。
		観光型旅館 (経営者)	単価の動き	・人数を追いかけ過ぎると、単価が割れる。割れ過ぎた単価では経費倒れで利益が確保できない。人数だけに偏りすぎでは残らないというのが実感である。
		都市型ホテル (経営者)	来客数の動き	・今月は総会シーズンであり、各団体や企業の総会はあったものの、昨年に比べ、来客数は少ない。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・披露宴は、ようやく前年並に戻っているが、SARSなどの外的要因が安心しているにもかかわらず、下期の婚礼が去年を大きく下回っている。客が日を選ぶのに慎重である。
		旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・6月は夏休みの家族旅行の申込の問い合わせが多い時期であるが、申込自体が少ない。逆に今月下旬になって、夏休みの旅行のキャンセルが多発している。
		タクシー運転手通信会社 (営業担当)	単価の動き お客様の様子	・新規参入企業があり、増車が続けている。 ・経費節減を主とした質より経費重視のネットワーク構築が増えてきている。
		美容室 (経営者)	単価の動き	・来客数に大きな変化はないが、単価の安い店や商品に集中し、ファミリーカットなど、親子で安くカットできるサービスなどに客が集中している。
	悪くなっている	一般小売店 [雑貨] (企画担当)	単価の動き	・客単価が下落を続け、来客数の動きも鈍くなっており、景気は悪い方向に動いている。
		スーパー (経営者)	お客様の様子	・給与デフレによる買い控え、必要なものを厳選しての購入、無駄なものは一切買わないという客の様子である。
		スーパー (店長)	競争相手の様子	・売上が好調だった青果物も、野菜の相場が下がっている。果物はメロンとアメリカンチェリーが売上不振である。さくらんぼは好調であるが、果物全体の売上は低下している。 ・競合店が出店しており、その影響が大きい。
		スーパー (総務担当)	単価の動き	・今月は、加工食品以外の平均単価がほとんどの部門で前年を割り、特に生鮮はマイナス2.3%と大きく割り込んでいる。客単価では、前月より1%、前年より0.8%低下しており、悪い。
		観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・前年対比で、3か月連続、来客数と売上が減少している。日帰り客は増えているが、売上を回復させるには至っていない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は賞与支給月であるにもかかわらず、客が少ない。1日20時間くらい流しても、平均20回弱程度しか客を乗せられない。利用客の多かった週末も通常と変わらず少ない。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	食料品製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・6月はキャンペーンと新製品投入によりそこそこの数量を確保している。
	変わらない	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・東京向け出荷は増加しており、東京を除く県外も堅調であるが、県内需要は、飲食店を中心に縮小している。
		食料品製造業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・依然として低価格帯商品へのシフトと集中化が続いている。
		電気機械器具製造業 (経営者)	取引先の様子	・ますます受注先の状況がコストだけに集中し、厳しくなっている。ロット数が細切れになり、管理コストが上昇し、採算が取れない状況である。
		建設業 (経営者)	受注価格や販売価格の動き	・受注価格に下げ止まり感が出てきており、多少なりともこれ以上悪くはならないという雰囲気である。
		輸送業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・輸入、特に中国からの輸入量が復調傾向に入っている。

	新聞販売店〔広告〕（店主）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・ある個展の開催にかかわったが、入場者数、売上ともに会場記録となっている。物が売れない時代でも、感動のある所に人は集まるということを実感した。 	
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・食品卸業界では、仕入先、取引先という棲み分けが無く、仕入先を同じにして、サービス競争や価格競争を行っているというのが現状である。 	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・住宅会社の受注数が、総数として減少している。会社により凹凸はあるものの、各社共新規受注数が減少している。 	
	その他企業〔管理業〕（従業員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・現在、工場が忙しいのは、岩手工場が地震で停止したためである。岩手工場が復旧すれば、通常の状態に戻る。 	
やや悪くなっている	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・業界全体、特に産地そのものが、前年比受注量が思わしくなく、業界は衰退しつつあり、どこで底を打つかつかめない状況である。 	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・4月以降、役所関係の発注量の削減が目立ち、売上に響いている。 ・少ない仕事の中にも、見積競争による売上の減少もある。 	
	電気機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・4～5月よりは確実に回復しているが、3か月前に比べれば、受注量、売上共にまだ下回っている。 	
	建設業（経営者）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・各種団体の会合に出席して、昨年との違いは、特に懇親会において、会場規模の縮小やコンパニオンの削減、料理の品数を減らすなどして、経費の縮減を図っている。 	
	広告代理店（従業員）	競争相手の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・価格競争の入札の時に、競争相手の金額が更に下がってきている。 	
	コピーサービス業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・受注量に若干の多い少ないはあるが、単価の下落が続いている。値引き競争が以前に比べ激しくなっている。 	
悪くなっている				
雇用関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	雇用形態の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・6月終了時のポリテクセンター研修生からの応募が多い。特に派遣でも可という人が随分いる。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・今期に入り、堅調に推移している。 ・勝ち組と呼ばれる世界的なシェアを持っている企業からの、継続的な注文が入っている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・業界によって、ばらつきはあるものの、メーカー、流通、フードサービスに回復の兆しが見られる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・派遣料金の単価がどんどん下がってきている。派遣料金は、賃金であり、その金額で働いてもいいという人が増えてはいるが、人件費や派遣料金に対するシビアな姿勢の企業が多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・5月に続き、今月も求人数が伸びず、低迷している。1月から4月にかけての回復傾向が止まっている状態である。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・雇用保険受給者は減少傾向にあるものの、雇用保険が支給終了となり、その後一般求職者として再び求職申込をする人が増えており、全体として求職者数が減少していない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・来春卒業予定の高卒用求人30%減少している。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・大型ショッピングセンターのオープンに伴う、パートを中心とした求人が提出され、対前年同月比で増加となっているが、求職者数も若干増えている。 	
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	<ul style="list-style-type: none"> ・派遣料金の下げ要請が強く、見直しを迫られている取引先が増えている。
新聞社〔求人広告〕（担当者）		求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求人広告件数が3か月前と比べ、26%減少している。 	
職業安定所（職員）		求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・求職者数も増加に転じ、雇用保険資格決定件数、需給実人員共に増加している。 	
悪くなっている	アウトソーシング企業（社員）	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・委託するよりも、自前でやろうというところが増えてきている。自前でやるところはサービス残業でやるわけで、景気は悪い。 	

	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・ 広告代理店の動きがかなりひどくなっている。営業もの、臨時もの問わずである。それだけ消費や小売の動きが少ない。それにより電波、新聞への広告出稿が悪くなっている。
--	----------------------	---------	---