

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	一般小売店〔カメラ〕（店長）	・この秋はデジカメ関係の新製品が多数発売されるため、販売増につながる。また、行楽のシーズンとなり写真のショット数も増える。
		百貨店（経営者）	・イベントを実施すると集客ができるので、9月以降はイベントを拡大する。客の買い物の仕方がシビアで必要以上のものは買わないというのが現状である。
		百貨店（売場担当）	・当社では、売れる商品、売れない商品の区別を明確にし、売れる商品をより売れるようなディスプレイをしたり説明をする等して、購買意欲を刺激するような展開をしているため、売上は取れていく。また催事等も計画しており、そのシャワー効果も期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・8月末から酒類販売を開始する店舗が数店あり、そこが売上をけん引する。
		乗用車販売店（経営者）	・9月から続々と新車のモデルチェンジが予定されている（2か月で4モデル）。不景気時に長くなった乗用車の代替を促進する材料が増える。また猛暑の影響で潤った企業、その社員の懐も緩くなる。
		スナック（経営者）	・今月はお盆明けから、人出が途絶えている。ある程度落ち込みは予測していたが、ここまでひどいとは思わなかった。今後は、今月の状況に比べれば少しは良くなる。
		観光型旅館（経営者）	・今年は夏の異常気象も無く、秋の紅葉が順調に綺麗になると予想されている。また、米も順調に生育しており秋の行楽シーズンはなんとか前年並みには回復すると考えている。
		通信会社（営業担当）	・投資案件に関わる商談の増加や、その価格も額が大きくなっており、将来的ここ数か月以降の決定案件も増え始めてきている。
		住宅販売会社（従業員）	・受注予定物件が確実に契約できている。
	住宅販売会社（従業員）	・個人はまだあわてずにじっくり検討している状況がうかがえるが、法人（店舗など）は大型物件の引き合いが拡大してきている。	
	変わらない	商店街（代表者）	・極端に少ない9～10月の予約状況を見ると、このまま悪くなると思われる。不景気な状態で世界的な大イベントがあると、テレビ中継の関係で外出する人が減り、大打撃となる。昔とは逆の現象である。
		百貨店（売場主任）	・婦人衣料の夏物処分が終わり、今後は秋冬物のプロパー販売となるが、消費者の生活防衛意識が高まっており、今後2～3か月はダウントレンドが続く。
		百貨店（販促担当）	・一昨年、昨年と同様に今年もフロアの全面改装があり、それにより売り尽くしセールで売上をヘッジし、改装オープンで秋のプロパー販売というパターンとなり、これが順調に行けば昨年並みの売上は確保できる。
		スーパー（経営者）	・当地の場合、秋の米や農作物、果物の作柄が景気に大きく影響を与える。今日も台風が来ており、気象の異常で、景気はあまり良くなならないような気がする。
		スーパー（経営者）	・基本的に客の購買スタンス、買い物動向については、食料品中心のスーパーマーケットでは、そう大きな変化は見られない。心配なのは原油価格高騰により石油製品や関連商品の値段が上がった時に客の動向にどう影響を与えるかということである。
		スーパー（店長）	・台風の影響で、果樹に大きな被害が出ている。農業県として、現在のところ米の作柄は良好であるが、今後の台風等により米にも影響が出るようであれば、農業収入減が消費低迷に直結し、不安である。
スーパー（店長）		・価格競争も収まらないままの石油製品の高騰で、包装資材の値上げにより経費までかさむ状況である。ガソリンの値上げ、ポリ袋の値上げで客の買い控えはまだ増える。	
スーパー（企画担当）	・商品面でこれといったヒット商品もなく、現在の売上トレンドは変わらない。今後こうした状況が続けば、流通業同士の競争も激しくなる。		

	コンビニ（エリア担当）	・末端のビジネスをしているが、そういった業界の中で、今後景気が良くなるというのは考えられない状況である。その要因は雇用の問題や年金の問題等であり、最寄品を扱っているため、必要以上に売れるとは考えにくい。逆に良くなる理由があるのなら教えてもらいたい。
	衣料品専門店（経営者）	・経験上、夏物の動きから、消費者の慎重な品選びに変化はなく、2～3か月先もやや悪いまま変わらない。
	衣料品専門店（店長）	・重衣料の販売不振が続いているが、ホワイトカラー客層の減少の影響が大であり、今後回復の期待は持てない。
	乗用車販売店（経営者）	・2～3の新型車の発売で、一時的には受注販売は上向くが、需要の基調としては現状と変わらずに推移する。
	その他専門店〔呉服〕（経営者）	・生活に無駄な金を使えなくなってきたり、売る側にとっては大変である。
	その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・全体的な流れとして小売業は注文先が仕事が無い状態では物の消費もない訳で また、官公庁がらみの仕事、注文でも利益が出せない程の金額のやりとりになっている以上、今後の流れは良くなるとは考えられない。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・秋口から冬場の需要期に向けて灯油等を中心に販売量が增加していくため、需要面では期待できるが、値上げによる大幅な価格改定が予想されその影響による需要減退の幅が予想できないため横ばいと推測する。価格がどれだけ転嫁できるかで収益が変わってくるためその部分が不透明となっている。
	その他飲食〔そば〕（経営者）	・昼の営業をしていなかった近所の居酒屋が、今月からランチを始め、価格も採算が合うのか疑問を持つほど低く設定している。周辺のオフィス人口が増えていない中で客の奪い合いとなり、先行きは厳しい。
	観光型ホテル（経営者）	・現在での入込数は、9、10月は前年比10%減、11月は団体客、12月は地元の忘年会の客で、前年比10%程度増加している。なおインターネットの予約は右肩上がり増加している。
	通信会社（営業担当）	・良くなる雰囲気があるが、ここに来てまた石油の値上げが発表され、良くなる雰囲気に水を差す。また、市町村合併の問題で負債が大きい市町村等の名前が上がるようになり、公共工事がさらに削られる雰囲気がある。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・小売業に限って言えば、良くなる要素よりも悪くなる要素の方が多い。ガソリンの値上げ等は必ず消費に影響を及ぼし、一部の高級店を除き大部分の店では苦戦を強いられる。
	スーパー（経営者）	・客数の増加はみられるが、秋に向かい、農産物が前倒しになっており高値が予想される。消費税の総額表示で価格が高いというイメージが未だに払拭されない。こうしたことから買上個数の減少が今後も続く。なかなか景気回復、個人消費の回復には至っていない。年明け頃まではこうした傾向が続く。
	スーパー（店長）	・昨年24時間営業を始めたが、1年経過してプラスアルファの売上に底が見えてきた。企業の乱立により購買場所が増え、固定客の獲得がさらに困難になっている状況である。
	スーパー（総務担当）	・原油高で燃料費、ガソリン、ガス等の料金が上がり始め、直接消費者の財布を直撃し買い控えも予想される。また10月には社会保険料も上がる。景気が大してよくなるもなく、商品の一品単価も低下している中で、公共性の高いものだけがなぜ上がるのか。会社も今まで以上にコスト削減のために、パート比率を引き上げていく様にならなければならなくなって来たように感じられる。それは被雇用者所得水準を抑える事でもある。
	スーパー（総務担当）	・当県は台風15号の塩害や果樹の落果等の影響が出ている。特に塩害では野菜等が品薄状態になり、米にも白穂が出て収穫が減少する見通しであり、やや下向きのマインドとなる。
	コンビニ（店長）	・猛暑だった今年の夏のような、ドリンクやアイスクリーム等の商材の特需は期待できない。また反動も手伝って、後は悪くなる。
	衣料品専門店（店長）	・秋物のスタート時であるが、接客の中で個人消費の冷え込みが感じられ、やや厳しくなる。

		<p>その他専門店〔酒〕（営業担当）</p> <p>その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）</p> <p>都市型ホテル（経営者）</p> <p>タクシー運転手</p> <p>住宅販売会社（経営者）</p>	<p>・地元では台風15号での塩害等農家に悪影響が出ており、状況によっては悪くなりそうな様相である。</p> <p>・原油高が続き、先行き不安である。各種業種の単価が上がり、これ以上ガソリンや軽油の値段が上がれば、買い控え等が起き、景気は悪くなる。</p> <p>・これから先の婚礼受注が芳しくない。また一般会合や展示会の予約状況も芳しくなく、売上増は期待できない。地元の中規模のバス会社倒産等相変わらず倒産が続いており、一部回復している企業はあるものの、全体ではレストランの動きや予約状況から回復の兆しはない。</p> <p>・日々の客の少ない現状、今後まだ増車が予定されている等、悪くなる要因はあるものの、良くなるような要因は見当たらない。</p> <p>・展示場来場者、客はじっくり時間をかけて検討するようになり、まさにローン減税効果需要の反動落ちが始まっている。</p>
	悪くなる	<p>スーパー（店長）</p> <p>自動車備品販売店（経営者）</p>	<p>・競合店が相次いで開店予定であり、影響が懸念される。オーバーストアの状態がまた一段と強まる。</p> <p>・今季は台風の影響で近隣の農家が打撃を受けている。稲作や果樹等の農家収入が減る懸念が出ており支出を今以上に抑える。</p>
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		<p>農林水産業（従業者）</p> <p>食料品製造業（経営者）</p> <p>食料品製造業（経理担当）</p> <p>繊維工業（総務担当）</p> <p>広告代理店（従業者）</p> <p>経営コンサルタント</p> <p>公認会計士</p> <p>司法書士</p> <p>その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）</p> <p>その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）</p> <p>その他企業〔企画業〕（経営者）</p>	<p>・今年とはとても暑い夏で、桃の売行きが良く、価格高もこのまま持続すると期待できる。</p> <p>・9月中旬以降になれば、秋冬商品の本格的な需要期に入り、売上増も期待できるが、今年は再び主原料のすり身価格が高騰し、トレイやラップ類の石油関連資材の値上がりもあるため、収益面では厳しいものが予想される。</p> <p>・需要期に入るため、小売店における商品の動きが良くなる。また原料事情としては原料の米が今秋は安くなっており、それらがプラスに働く。</p> <p>・秋冬物は前年並みに何とか近づくと予想しているが、春夏は企画の段階から前年よりも多い状況で、前年実績を上回ると予想している。</p> <p>・売上そのものはあまり変わらないが、顧客からの引き合いが、3か月前から比べると増えてきている分、今後売上は増える。</p> <p>・設備投資が徐々に動きつつある。さらに金融機関の後押しがあれば中小企業が動き出す。</p> <p>・電子部品製造5部門のうち、4部門の売上が予算比155%と好調に伸びており、これは当面持続する見込みである。</p> <p>・通年、年末に向けて不動産業界は活性化する。また、破産等債務整理希望者も昨年より減少している。</p> <p>・8月中旬のお盆前まではとても暑く、昨年よりとても成績が良い。例年であれば盆を過ぎると天候は別にして、その反動が来るが、今年はそれ以降でも好調が続いており、今後もこの傾向で推移する。</p> <p>・酒類の消費傾向は、焼酎の供給力がどの程度上がってくるかが鍵である。また、清酒は需要の巻き返しを狙って、新商品の投入が多くなる。</p> <p>・夏物等の季節商品の売行きが良く、年末消費にも好影響が出るというこれまでの傾向から、よくなる。</p>
	変わらない	<p>出版・印刷・同関連産業（経営者）</p> <p>一般機械器具製造業（経理担当）</p> <p>建設業（経営者）</p> <p>金融業（営業担当）</p> <p>広告業協会（役員）</p>	<p>・1年を通じて、おおむね前年割れで推移しており、この状況に変わりはない。</p> <p>・自動車部品は輸出を中心に高水準で推移するが、現状の水準を大きく上回ることはない。携帯電話用部品は、現状の水準を維持する。</p> <p>・民間工事がやや増加傾向にあるようであるが、公共工事の発注量の減少により相殺される。</p> <p>・地方交付税の削減により、公共工事が少なく、今後もこの影響は無視できない。企業収益もやや持ち直し傾向にはあるが、設備投資には回らず、総じて横ばい状況が続く。</p> <p>・オリンピック終了後のテレビ広告の申込状況は思わしくない。下期はかなり厳しい見方を各局ともしている。</p>

	やや悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・先々の受注量は、9月、10月頃に設備関係で縮小傾向の情報が入っている。各取引先も最近在庫量を見て抑え気味で発注するような体制になってきている。今年5月頃比べ、今後は80%程度の受注量で推移すると見ている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体投資が行過ぎたという情報もチラホラ見受けられる。シリコンサイクル的にもそろそろ下降局面に転ずるのでは、という不安を感じる。
		建設業（経営者）	・当社においては、上期よりも下期の見通しの方が立っているが、これは時期がずれ込んだだけである。コンサルタント等は忙しくなっているというが、景気回復の実感はない。
		コピーサービス業（経営者）	・官公庁も独立行政法人化の動きに伴って予算の動きが悪く、買い控えの状態である。また民間企業においては購入意欲が減退したままである。コピーサービスに最も関わりのあるゼネコンの景気は不調である。
	悪くなる		
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・規模の程度はまちまちであるが、間接部署の人員合理化に伴う外注化の打診が続いている。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	・7月の県内有効求人倍率は2か月連続で改善している。主な要因は9月末にオープンする県南の大手スーパーセンターの320人の新規求人等である。その他に建設業、サービス業でも増加している。
	職業安定所（職員）	・事業所訪問等の情報で、求人増の話が、特に製造業で聞かれるようになっている。	
変わらない		人材派遣会社（社員）	・いわゆる「景気の良い」話はなく、コストダウン要求は厳しくなるばかりである。派遣社員の所得は低迷する一方で改善の見通しはない。
		人材派遣会社（社員）	・登録者の確保が懸念材料となっており、ここが上向かないと先々の業績は厳しくなる。
		人材派遣会社（社員）	・長期雇用が定着しつつあるため以前のように辞める人も少なくなり、急激な人員増員とはなり得ないと思う。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人意欲は更に高まっていくと考えられるが、広告掲載料金単価は各企業とも抑制傾向に変化はない。求人意欲が高いと言っても、優秀な戦力がいればという条件付きであり、人件費アップへの警戒感是不変わる。
		職業安定所（職員）	・地方にあっては、未だに企業倒産、事業所閉鎖や人員整理が収まりを見ない状況である。また需要があっても一時的で常用的雇用には結びついていない。
		職業安定所（職員）	・企業における固定費抑制の動きは継続しており、雇用形態においても非正規型の不安定要素が強くなっており、雇用環境は必ずしも改善していない。
		職業安定所（職員）	・求人は増加しているものの、就業場所が管外であったり、また県外の派遣請負会社からの大口求人目立ち、求職者が減少している中で就職数は減少し、必ずしも雇用の改善につながっていない。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-