

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	住関連専門店 （経営者）	お客様の様子	・新築の需要は減っているという声もあるが、リフォーム関係で工務店や大工が忙しいところが大部分あり、それに伴って家具や仏壇の売上が伸びている。
	やや良くなっている	一般小売店〔カメラ〕（店長）	お客様の様子	・ハードの販売は、新製品の発売を控えていることもあり少し停滞気味である。写真関係は、好天などもあり旅行・イベントなどに出かけた写真が多く、前年より好調である。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・サンダル、ショルダーバック等軽装のものが売れている。夏物なので単価は低いが、まとめ買いが多い。特に婦人服売場は土日に関係なく他の売場よりも盛り上がっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・前年4月に続き、前年5月も消費税総額表示による消費への影響、税まる飲みによる単価の下落で売上に影響が出たが、今年は既存店で、買上点数前期比101%、客数前期比102%、売上前期比102%と好調に推移している。
	スーパー（総務担当）	来客数の動き	・既存店の来客数が徐々に上がり始めている。まだ100%を超えるまでではないが、戻りつつある。	
	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・女性を中心とした客層が拡大したこと、価格先行ではなく、気に入った商品を購入する傾向が増えている。	
	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・春先からの新型車効果が継続している。コンパクトカー辺りだった売れ線商品が、単価の高いクルマにシフトしてきた。	
	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・5月の連休の来客数は少し増加し、他社の新型車との価格競争の中で、利益は取りにくいだが、昨年の台数は確保できた。	
	その他専門店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィークの売上が例年以上だった。天気が良く行楽日和だったので買い物する客は少ないと思っていたが、ショッピングセンターでゴールデンウィークを過ごす客が増えた。	
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・方面に特徴的なものはあるが、海外旅行個人部門については、前年を上回っている。	
	通信会社（営業担当）	それ以外	・例年より雪解けが遅く住宅建築等の工事が遅れていたがやっと動き出し少しずつ明るさが出てきている。関連の業種も波及効果が期待できる。	
	観光名所（職員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークを境に団体、個人客ともに動きが活発になってきている。しかし、昨年と比較するとあまり変わらない。	
	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・ゴールデンウィークイベントにおいて、多くの来客数があったが、受注につながる顧客数は以前より減少している。しかし、当月から3か月後の受注予定を前年と比較すると確実に良くなっている。	
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・売上は、曜日、天候、業種に限らず各商店でまちまちである。強いところは、強い、弱いところは弱いという状況がここ2年位続いている。
商店街（代表者）		販売量の動き	・町内大型店のイベント効果があるので、来客数および商品によっては購買単価の上昇も見られるが、購買頻度と単価の下落が解消されていないのが散見される。	
商店街（代表者）		お客様の様子	・4月に県内の産直業者を対象に2日間のイベントを実施し、来客数は前年同月比100%を超えたが、売上増加にはつながらず、消費動向の盛り上がりには欠けている。	
一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）		お客様の様子	・不景気に慣れてしまっている感じがする。5月中旬の寒さは結構厳しいものがあり、夏物の出足が悪い。	

百貨店（売場主任）	単価の動き	・ゴールデンウィークは、昨年と違い桜満開の時期と重なり、行楽に行く人が多く、来客数が非常に少なかった。毎年好調に推移していたゴールデンウィーク中の物産催事も来客数がいまひとつであった。母の日需要は、エプロンが好調だったが、その他は非常に単価が低く盛り上がり欠けた。中旬以降は非常に厳しい日が続いた。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・今年のゴールデンウィークは、長期型で桜の時期が重なり郊外型の連休となった。したがって、中心商店街の来客にとって厳しいものであった。また、弁当、惣菜関係は動いたがその他はあまり芳しくなかった。
百貨店（広報担当）	お客様の様子	・上旬のゴールデンウィークは、来客数、売上とも比較的好調に推移した。中旬からは、物産催事は前年増を維持したが、低温の影響で婦人服、子供服が不振で、最終的に来客数は前年を上回ったが、売上は前年を割り込む結果となった。
百貨店（販促担当）	お客様の様子	・来店の動機となる催し物によって集客が大きく左右されている。また、週末の郊外への客の流出に歯止めがかからない。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・既存店の客数が安定して前年を越えている。震災復旧の影響もある。また、買上点数も増加傾向にある。
スーパー（経営者）	販売量の動き	・4月末から5月は非常に天候不順で、山菜等が2週間近く遅れて出てきている。
スーパー（経営者）	来客数の動き	・雪も消え春らしくなってきたが、県全体の消費動向は回復の状況にない。特に中越地域は厳しく、その影響が県全体にマイナスに作用し、来客数、販売量ともにほとんど変化はない。
スーパー（店長）	販売量の動き	・客は安くて良い商品があれば、敏感に反応しまとめ買いする。したがって、売上は前年並みであるが、一品単価が下がっている。
スーパー（総務担当）	販売量の動き	・3月までの既存店客数伸び率が5%程あったが、4月からその伸び率が落ち、5月も同様の推移で、ちょうど前年並である。一品平均単価は生鮮食料品が依然前年割れ2%強の落ちを続けている。加工食品は12月からほぼ前年並みで推移している。全体では単価下落に歯止めが掛かった形だが、客数の落ち込み分買上げ点数も伸びていない。競合店の新規出店の影響で、競合の激化はさらに進むものと推測している。業績は既存店が横ばいなら健闘しているほうである。
スーパー（企画担当）	単価の動き	・平年よりも気温が低く、夏型の商品の動向が低迷しており、また、チラシを中心とした価格強化により単価の低下が続いている。
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・4月と同様に5月は、気温が低く、飲料、アイスクリーム、冷やし麺等の販売量が前年割れで、特に売上の構成比の高い飲料の減少が全体に大きく影響している。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・毎年ゴールデンウィークは客足が遠のくが、今年は特に桜の開花と重なり、行楽地はにぎわったが商店街は昨年より客足が遠のいた。
自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・取引先及び同業者は仕事が無いと言っている。業界では比較的例年は仕事が一息するが、それにしても全く無い事はなく、今年は例年より落込みが激しい。
住関連専門店（経営者）	お客様の様子	・今月は天候の不順にかなり左右されているが、客の夏物衣料への購買意欲があまり感じられない。実際の客単価も若干下がり気味となっている。
その他専門店 〔酒〕（営業担当）	販売量の動き	・全体的には、4月の選挙の影響でやや低調であったが、5月に入り連休が晴れたことから少し盛り返した。大体安定して推移している。
その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	お客様の様子	・今月は、連休明けから販売数量が落ち込んでいて、客の動きが悪い。軽油の販売についても、運送便の荷動きが悪く、また、官公庁の需要がないため土木、建築の動きも良くないため軽油需要が落ち込んでいる。また、元売各社の値上げの転嫁が連休明けからとなり、粗利益のかぶり分が発生しているため収益をきつくしている。総じて、状況は、あまり変わらない。

	高級レストラン (支配人)	販売量の動き	・宿泊稼働率は前年を5.4ポイント以上上回ったが、シングルユースが多く売上が6.3ポイント減であった。宴会については、婚礼と法人需要が減少しやや苦戦している。レストランウェディングについては、前年を上回っている。レストランは近隣の競合店集合エリアでの約40店舗のリニューアルオープンが影響し、カジュアルレストランが客数、客単価とも減少した。プレスステージレストランは客数が減少したが、客単価が上昇し、売上は前年を若干下回っている。
	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・3か月前の2、3月も決して良い状況ではなかった。今月も悪い方向で変わらない。ゴールデンウィーク以降の入込みは未だ経験のない状況であり、例年は、シーズンを迎え観光客の占める割合が大なのに、例年の半分位である。地元企業の総会等の会合の数は例年並である。
	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・5月は前年比で売上げが15%増となった。ゴールデンウィーク期間が長かったのが来客数の増加につながった。また、例年はゴールデンウィーク後の来客数の落ち込みが激しいが、今年は5月後半まで比較的好調であった事も影響している。今年に入ってインターネットの集客も伸びてきている。前年よりゴールデンウィークでの売上げを増やした業種の方が、ゴールデンウィーク後に観光に出てきたという面も見受けられる。
	都市型ホテル (経営者)	単価の動き	・宿泊数は若干伸びているが、単価が前年に比べ約100円減少し、売上の目標に届いていない。宴会についても来客数の動きとともに単価が減少し売上を落としている。単価の減少については3か月前とほとんど変わらない。
	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・レストラン関係は前月に引き続き利用人員が増加する等少人数グループの利用が活発になっているが、館外のレストランが逆に人数を減らし、全体としては横ばい状況である。業種間格差、同じ会社の中でもセクション間格差がますます拡大し、安定しない状況であるが、最悪の状況を脱した感がある。
	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・ゴールデンウィークに期待していたが、桜と重なり天候も良く、計画数字に追いつかなかった。昨年入場者数の85%で終わった。
	遊園地(経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィークは天候に恵まれ、前年比約2%の微増となったが、その後団体客の動きが良くなく、月間では7%下回る見込みである。
	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・展示場を新規オープンしたので集客実績はそれなりに上がってきているが、見学だけなどで具体的な住宅取得志向に乏しい来場者が多く、なかなか成約に結びつかない。
やや悪くなっている	一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・5月に入り、花粉症が収まり来客数が減っている。飲食店のオーナーの話からは、ゴールデンウィークが終わった途端に来客数が減っており、お金が無くなって遊びに行けないとの声が聞かれるとのことであった。
	スーパー(店長)	来客数の動き	・一次商圏内の競合店が、ディスカウントチラシ及び企画対応型に変化しており、販促企画によっては、客数、売上に大きく影響を与えている。
	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク前後から先週位まで、スーツを求める来客数が非常に厳しい。長期の休みで他への支出があったとも考えられるが、生活が厳しい140代、50代のファミリー層の来店が激減している。
	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・寒さが続き、なかなか暖かにならないため、客の春物及び夏物への購買意欲がわかず、来客数が少ない。
	その他専門店[白衣・ユニフォーム](営業担当)	販売量の動き	・天候の不順で、まだこの時期になっても暑くならず、夏物の動きが良くない。夏物は秋冬物に比べ単価が低く売上も3か月前に比べ低い。
	一般レストラン(経営者)	来客数の動き	・ディナータイムの来客数が極端に少ない。近隣の飲食店からも同じ声が聞かれる。ゴールデンウィーク後の状態は厳しく、今後も続く。

		都市型ホテル (経営者)	販売量の動き	・イベントを実施しているが、婚礼の組数の回復がない。一般宴会の件数、単価も減少し、レストランの客数も減少している。特に遅い時間帯での客数が極端に減少している。会社接待での会食、家族のホテルでの会食も減少している。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・一般宴会は、総会シーズンということもあり、前年並みに推移しているが、婚礼、宿泊の激減により低い設定の売上目標にも届かない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・客が少なくなっており、空車のタクシーが多い。客待ちをするにも、他のタクシーがあふれていて、場所を確保できない状況である。
	悪くなっている	住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・今月から来月にかけて決算セールスの企画をスタートしたが、来客数の動きが鈍い。特別値引きをしても購入するケースが少ない。
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・前年比70%、3カ月前比52%の受注にとどまった。ここ数年なかった現象である。客の動きがないわけではなく、決断に時間がかかっている状態が続いている。
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 (経営者)	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィークの動きも良かったが、連休後もまずまずの動きである。しかし、販売ルートによって差があり、デパート関係では動きが良くない。
		通信業(営業担当)	取引先の様子	・新年度に入り、各ユーザにおいて経費削減と業務効率化を目的とした新たな通信網を検討し始める動きがある。ただし、目的が上記の2点であるため、契約の切替えというケースも少なくない。
		その他企業[企画業](経営者)	受注量や販売量の動き	・取引先の多くの住宅会社において、リフォーム需要が増えており、関連する商品購入、設備機器購入が増えている。
	変わらない	木材木製品製造業(経営者)	取引先の様子	・住宅部材の製品需要は引き続きおう盛である。
		電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・総体的にアップダウンはあるものの、受注量は落ち着いた状態にある。新札対応等の量産製品は4月に終了し、現在は、少量多品種の受注が続いている。価格は相変わらず厳しく、原材料のアップで付加価値は減少傾向である。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・景気の良い時と比較すると来客数、金額ともに少なく、工事範囲も小さい。受注量も弱く感じられる。
		輸送業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・原油高と客からの料金値下げの要求が続いている。
		輸送業(従業員)	取引先の様子	・輸入の取引量は好調だが輸出関連がやや減少傾向にある。
		広告代理店(従業員)	受注量や販売量の動き	・新規物件も増えているが、受注できなかった物件もあり、総体的な受注量は変わらない。ただし、4月以降単価の下落が更に進み、売上は下降傾向にある。特に官公庁の物件の下落は歯止めがかからない状態である。
新聞販売店[広告](店主)		受注量や販売量の動き	・ここ2、3か月、チラシ折込が増加傾向にあったが、連休や転勤等の時期が過ぎるとかなりの減少傾向にあり一定しない。しかし、前年、前々年同期と比較するとそれなりのレベルを維持しており、どちらともいえない。	
その他企業[管理業](従業員)		受注量や販売量の動き	・今月に入りセキュリティー関係での大きな契約が入り、会社内で活気が出てくる。	
やや悪くなっている	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・第1四半期は、売上、利益ともに目標を大きく下回っており、対策として新商品を4月から毎月3品投入しているが、原料資材の高騰もあって予想以上に苦戦している。	
	繊維工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・繊維業界、当産地ともに、2割減の受注量、販売量となっている。単一企業の努力で利益計上の所もあるが、全体的には低調である。	
	一般機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・自動車用の部品については、国内向けは計画を上回る水準で推移しているが、海外向けは北米市場にやや陰りが出ている。携帯電話用の部品については、依然低水準で推移している。	

		公認会計士	それ以外	・3月決算のクライアント9社のうち、黒字決算で法人税等を納付するのは3社のみであった。	
		その他非製造業 [飲食料品卸売業] (経営者)	受注量や販売量の動き	・日本酒は、前年からじわりじわりと下がり続けている。出口が見えない。	
	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 (社員)	雇用形態の様子	・非正規社員の雇用を増やしていくような新たな派遣のシステムを導入する取引先の引き合いが出てきている。	
		人材派遣会社 (社員)	雇用形態の様子	・派遣スタッフから正社員に登用されるケースが目立っている。さらに、紹介予定派遣の引き合いも増える一方で、各企業から雇用意欲の高まりが感じられる。	
		人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・テレマーケティング業界が右肩上がり、多少でも経験のある人材がいればすぐに決まるといった状況のため、人材確保のための募集戦略に力を入れている。	
		人材派遣会社 (社員)	それ以外	・各企業の求人意欲が活発になり、正社員一人当たりにかかる採用費用が増加している。	
		新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・求人数は3か月前に比べて良くなっているが、前月に比較して伸びが少なくなっている。採用ピークが過ぎたことによる一過性のものと見られる。	
	変わらない		人材派遣会社 (社員)	それ以外	・紹介予定派遣の依頼が引き続き好調である。紹介予定派遣のシステムの良さが浸透しているという要因もあるが、採用意欲の高い企業が多いことを表している。
			アウトソーシング企業 (社員)	それ以外	・市町村の減少で顧客が激減したが、その分、価格よりも質を求めるところも出てきている。
			職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・求人数は、常用、パートとも10%前後増加したことにより、12か月連続して増加したものの、増加幅が縮小傾向にある。一方求職者は、在職者、無業者からの求職の増加に加え、自己都合からの求職が増加に転じ、わずかであるが5か月ぶりに増加に転じた。
			職業安定所 (職員)	雇用形態の様子	・パート求人が増加している。各企業においても人手が必要である現象が見られるものの、直接雇用に踏み切れず、派遣会社を利用する企業が増加傾向にある。
		職業安定所 (職員)	採用者数の動き	・引き続き求人は増加傾向で推移しているが、非正規型雇用が増加していること、資格経験等を求める求人が多いこと等からミスマッチがあり、就職数では前年比で減少している。	
	やや悪くなっている	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・主力業種である製造業の求人が大幅に減少している。特に電気機械、情報通信機械の落ち込みが著しい。	
	悪くなっている	-	-	-	