

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)	・これから各地で夏祭りがあるので例年活気がでる。プリント関係も伸びが予測できる。新製品も出るのでハードの動きにも期待が持てる。
		スーパー (総務担当)	・失業率も徐々に改善傾向にあり、小売業としては、消費者の購買意欲が増していく。
		衣料品専門店 (店長)	・秋の新作の紹介キャンペーンが、すでに比較的順調に動いている。
		衣料品専門店 (店長)	・クールビズをきっかけに、普段、白または白地に柄物ものシャツしか着なかったアダルト層が、秋冬以降も色物、柄物等抵抗なく受け入れ、着こなしの幅が広がることが予測される。
		住関連専門店 (経営者)	・秋物商品が8月から展開されるが、現在、秋物に対する問い合わせが昨年より多くなっている。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	・秋冬物の動きとしては、各メーカーで例年より新商品に力を入れており、販売に反映されるのではないかと予測される。ただ、相変わらずの低価格で売れることに変わらない。一部企業ではデザイン重視のところが出てきている。
		観光型ホテル (経営者)	・万博後の東北地方への観光客の期待が大きい。10月以降の予約数は前年を上回っている。
		通信会社 (営業担当)	・通信業界において、新サービスの切替えに各社とも力を入れていく。代理店への手数料、工事費等が多額なため、関連する企業は雇用の拡大、売上げが見込まれる。
	変わらない	一般小売店 [茶] (経営者)	・今回の景気回復は、表面上のものであって、基本的なものではない。当地区の下請け業者では注文が増加していると聞いているし、当店で若干プラスがあるが、一概に景気が良くなったとは言えない。
		一般小売店 [スポーツ用品] (経営者)	・梅雨明けが遅くなっているために夏物の販売が悪いので、秋冬物に転換する時期が難しい。
		一般小売店 [雑貨] (企画担当)	・現在の個人消費は、通信関連等特殊なものを除くと、一高一低で、天候要因に大きく左右される動きが続く。
		百貨店 (売場主任)	・ボーナス支給後の余裕も客からは全然感じられず、依然として客の財布のひもは固く、当面良くなる要素は見当たらない。
		百貨店 (売場主任)	・今後、別会場での婦人服バーゲンが続いていくが、衝動買いは期待できない。元売場では、秋物の展開となるが、天候次第で大きく左右される。
		百貨店 (企画担当)	・地域の経済事情、客の様子、商品の問題の中で、これから秋口にかけて良くなるという要素を探ることが難しい状況で、いかに現状維持していくかが重要となっている。
	百貨店 (売場担当)	・洋服や小物でも客のシビアな視線が続く。客のニーズを早めに察知することが大切となっている。秋物は早めに展開しているので、何度か客の目にとまることで販売に結びつくと期待している。	
	百貨店 (販促担当)	・来客数減の傾向に歯止めがかからない。来客をいかに維持していくかという現状であるが、まだ震災の影響が長引いている。	
	スーパー (経営者)	・中越地震の復旧はこれから本格的になってくる。求人も活発であり降雪時までは消費は活発である。	
	スーパー (経営者)	・先日、駅の西口に大型店が出て、また、スーパーが撤退する店舗ビルに別の店が入ることが決まっても、さほど騒ぎになっていない。少し落ち着いてきている。	
	スーパー (経営者)	・全国の夏の賞与が少し良いと聞かれるが、当地域の賞与は、全国的伸びほど期待できない。また、昨年のような猛暑ではなく今後の推移についても楽観できない。競争原理による一品単価の推移もこのままである。原油価格の高騰により、多少のインフレ、物価上昇が出てきて、消費のブレーキにもつながり、好転はしない。	
	スーパー (店長)	・前年の8月は連日30 を越える猛暑であった。夏物商品で大きく売上げているが、今年は平年並みの予想のため前年の売上を確保するのが難しい。	

スーパー（店長）	・ドラッグスーパー、センター等続々と出店があり、目玉品も今日はここの店舗、明日はあそこの店舗というような状況で、価格は超が付くほどのものでないと売れない。粗利確保を考えると、売上減もやむをえない状況である。
スーパー（総務担当）	・原油高の影響がじわじわ効いている。ガソリン、軽油等燃料代の増と、年金の負担増、そして、電気料金の値上げと石油製品の値上がりは、仕入価格や管理費を押し上げ、経営に悪い影響が出始める。雇用の改善が進んでいるようだが、消費拡大に結びつくような効果は見られない。
コンビニ（エリア担当）	・景気が良いのは一部の地域の一部の企業のみである。可処分所得が減る中で、特に地方の経済は良くない。夏場は天候に期待するところであるが、景気は変わらない。良くなる理由が見当たらない。
コンビニ（エリア担当）	・客数の前年割れが慢性的に続いている。顧客は出費を差し控える傾向が強く、必要最低限の利用が続く。
コンビニ（エリア担当）	・気温が昨年並みであれば、売上の増加も期待できるが、競争激化と99円ショップの進出など、大幅に売上を落とす要因が出てきている。
衣料品専門店（経営者）	・真夏で、背広を脱ぐ場合がないが、クールビズで背広を着る人よりも、シャツの方に消費を費やす人が増えている。変わらないと予測するが、悪くならなくてもおかしくない状況である。
乗用車販売店（経営者）	・車検を受けて保有延長するケースが多く、新車代替サイクルが確実に伸びている。ガソリン価格の高値安定により走行距離数が伸びず、台替えに結びつかない状況にある。また、客からこの時期に新車に代替えしなくてもという声が多く聞かれ、この傾向が続く。
乗用車販売店（経営者）	・新型車への反応が鈍くなり、期待した伸長計画に届かなくなってきた。来場数も前年並みに推移し震災特需も一巡した感じで、秋口までは良くて横ばいの状況が見込まれる。
乗用車販売店（経営者）	・8月の苦戦が予想される。9月が決算であり、6月に出た新型車、小型車200万円クラスを中心に売り上げたい。市内に他社のショールームが出来たためこれからは厳しい。
乗用車販売店（経営者）	・原油の高騰による燃料費増加で特に運送業の客からの値引き要請が懸念される。
住関連専門店（経営者）	・例年今の時期はオフシーズンに入るが、それにしても来客数が激減している現状であり、2、3か月後も回復の兆しは期待できない。
その他専門店〔呉服〕（経営者）	・家計費のやりくりで、一般衣料や寝具類は後回しになるので先行きが不安である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・8月も、販売価格の上昇が続くため、レジャー等の需要が減少する。また、市町村の合併が控えているために、公共事業の動きが遅い。総じて、需要の後退が続く。
一般レストラン（経営者）	・客の様子を見ていると景気の良い企業と悪い企業の差がある。東京の大手企業からは良い話が聞かれるが、地元の中小企業からは景気の悪い話しか聞かれない。コンピューター、薬品関係の企業は景気が良いようではある。
観光型旅館（経営者）	・インターネットでの空室販売や旅行雑誌での広告の反応は、20代～40代前半が相変わらずの低価格重視である。宿泊客数・休憩日帰り客数とも横ばいである。
都市型ホテル（経営者）	・市長選挙関連の会合が多くなっているが、依然として婚礼等の予約状況は芳しくない、一般宴会も低調で、予約状況を見るかぎり回復しておらず、厳しくなる。近隣に建築中のビジネスホテルが多数あり、宿泊も厳しくなる。全国大会等の大口予約もあるが、全体としては変わらず、むしろ厳しくなる。七夕祭りに昨年以上の期待感はない。
都市型ホテル（経営者）	・宿泊については、各大会等でやや良くなる。宴会については、個人消費の婚礼などは良くなっているが、一般企業関係の予約は良くない。
タクシー運転手	・お盆を控え、ますます客の財布のひもは締め、控えめな乗車が目立っている。
タクシー運転手	・今の悪い状態が続く。客は減るがタクシーが増える状態である。
テーマパーク（職員）	・愛知万博の影響か、個人客の数字が伸びない。来月はお盆を控えているので、期待したい。
遊園地（経営者）	・基調として大きな変化はないが、新球団のシーズンが終了するので影響が弱まる。

	住宅販売会社（従業員）	・税その他の負担増を見越してか、顧客が購入を決断するまでの時間が長くなっており、今後もこの状態は続く。	
やや悪くなる	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・雑誌の低迷が加速し悪影響を及ぼしている。特別に売上を伸張させる書籍も今のところ予定されず厳しい商戦を強いられる雲行きである。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・8月の七夕、お盆とお金を多く使う機会であるが、繁華街においてお金を使うことは極めて少ない。	
	スーパー（店長）	・今年のお盆商戦に対する期待感はあるが、今年は曜日回りが悪く、お盆期間中、長期の休みが取れず帰省客が減少すると想定され、大きな商品購入増は期待できない。	
	衣料品専門店（店長）	・現在は、政府の政策による瞬間的な軽衣料を中心とした売上が増えているが、秋以降の政策や自社内での商品で期待が持てるものがない。	
	住関連専門店（経営者）	・日本全体では、統計上は伸びているようであるが、強い地域は強く、弱い地域はますます弱くなる。	
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油高の影響が業界以外にも及び、単価が上昇し、客が買いにくくなっている。今後選挙があればもっと悪くなる。	
	タクシー運転手	・景気が低迷している中で、新規参入、増車と規制緩和により、台数が増えている。運転手がいないという中でまだ、新規参入が増えていくようである。	
悪くなる	スーパー（経営者）	・冷夏の傾向が濃厚になっているため、夏物商品、衣料品、飲料などの販売量が低下しており、8月までこの傾向が続く。ガソリン等の値上げにより、遠出をせず、また、可処分所得が減り、消費行動に結び付かず、マインドが低下する。	
	スーパー（経営者）	・昨年の猛暑に比べ、今年は異常気象で温度の高低差が大きい。また、競合店が10月に出店する。	
企業動向関連	良くなる	-	
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品については、今年の9月まで見た場合に当初計画を上回る計画値が出てきている。このまま円安で推移すれば、輸出の採算レートが大幅に改善される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・7月～9月は短納期で受注は断念した。10月以降の受注は少しずつ見えてきている。ただし、部材調達のリードタイムで完成納期が左右される。また、地元の手自動車、半導体メーカーが今年から来年にかけて増産の計画を発表している。地域の市場キャパシティが限られているため、人および調達加工部品に関しては、当社にとって悪影響になりそうである。
		広告業協会（役員）	・ここにきて、マンション販売に明るさが見えてきており、広告業界もその影響を受けて忙しくなっている。交通便利な沿線の開発が活発化しており比較的高い価格で取引されているようである。
	経営コンサルタント	・仙台市は新市長が誕生するので、ある種の期待感が醸成される。	
変わらない	輸送業（経営者）	・相変わらず、ガソリンの高騰、運賃の値下げが続く。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・スタッフ募集チラシが時々入ってきている。電子部品組み立てなどパート、アルバイト中心の限られた分野であり、自営業者の中には、本業で間に合わないで生活の足しとして配達を希望してくる人が何人もいる。購買力がそれほどアップしたとは思われない。	
	公認会計士	・製造業は総じて持ち直し傾向にあるが、サービス関連の業種については、今後も厳しさが続く。	
	司法書士	・所得税に関する住宅取得控除の漸減と、不動産登記の登録免許税特例期間満了により、年末に向けての需要が拡大するとも思われるが、需要を喚起するだけのインパクトに欠け、さらに不動産登記登録免許税については特例廃止後も新たな特例ができるものという期待感もあり、不動産市場の低迷傾向に歯止めはかからない。	
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・新製品のライフサイクルが非常に短く、処分品が多くなる傾向にあり、今後の対処が難しい。	
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・特産物である早生種の桃の販売価格が今年の8割程度となっている。梅雨明けが大分遅れているのでその分価格が下がっている。これが9月まで続くことが非常に危惧される。	
	食料品製造業（経営者）	・9月から盛業期に入るものの、原料値上げに伴う、商品価格の値上げについて量販店および消費者がどこまで受け入れてくれるか大いに不安である。	

	食料品製造業（経営者）	・昨年末から上昇している原料価格が秋口から更に上昇しそうであり、これ以上上がると販売価格の見直しも必要になる。	
	繊維工業（総務担当）	・繊維業界そのものの不況が進む。また、消費の低迷が更に業界に悪影響を及ぼす。繊維業界のメーカー、アパレルの淘汰が進む。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・業界では受注競争が激しく、受注価格が低下している中で、ガソリンの値上げ、経費増分を価格に転嫁できないため、従来の利幅が確保できず収益は悪化傾向にある。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・ガソリン価格はあまりにも高止まりしている。また、電気料金値上げの情報などにより厳しくなる。	
	建設業（従業員）	・公共工事が減少している。新規物件の設計業務が、前年比2～3割の減少との情報があり、その後発注されるであろう工事も減少することになる。	
	建設業（企画担当）	・自治体の発注予定物件が先細り状態であり、民間投資でのコスト競争が激化している。	
	広告代理店（営業担当）	・全般的に得意先の広告予算のボリュームが減少してきている様子がうかがわれる。	
	コピーサービス業（経営者）	・東北は夏祭りのシーズンに入り、コピーサービス、OA機器の販売が落ち込む時期であるが、現在の売上の推移からみると、落ち込みはひどくなる。全体の需要量が減少しているのが現状である。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・原油価格の高騰が関連商品にもっと拡大されて転嫁される時期にきている。	
	悪くなる		
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・かなりの規模の業務集約がなされる計画があり、派遣社員の受け入れが、秋以降見込まれる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・新規コールセンターや受注センターが夏以降立上げ予定という情報があり、それに伴い大量受注の可能性があるため未経験者でも就業できる環境を確保することが今後の課題である。
		人材派遣会社（社員）	・今まで契約社員や派遣社員でまかなっていたところの正社員ニーズが出てきている。正社員の採用に関する問い合わせの数も1.2倍～1.3倍となっており、今後もこの傾向が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・市長選の動きによって、新しい景気対策、雇用対策が打ち出され、回復の傾向が強まる。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣先である企業は請求金額を下げる要請がまだ強く、逆に雇用情勢が好転しているなか、支払い金額を下げてしまうと登録者が集まらない。このように需要と供給のアンバランスの状況が続く。	
	アウトソーシング企業（社員）	・9月以降他県からの依頼が増える可能性もあり、このままで推移できるのではないかと予測する。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告は、タクシー運転手やパチンコ店員の募集が多かったが、最近は事務営業職の求人も増えてきた。しかし、全体の件数は増える傾向にない。	
	職業安定所（職員）	・建設業や製造業の求人に安定性が見られず、大量離職者発生が懸念される。	
	職業安定所（職員）	・100名超の事業所の閉鎖や休業での雇用調整の計画が出るなど不安定要因がある。	
	やや悪くなる		
	悪くなる		