

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 | 百貨店（経営者） | ・売場改装に対する客の反応も良く、購買にも結び付いてきている。これからは秋冬ファッションの本番を迎え、懸念材料も少なく一層の伸びが期待できる。 |
| | | スーパー（店長） | ・店舗改装中であるが、11月にはオープンするため、改装後は好調に推移する。 |
| | やや良くなる | 商店街（代表者） | ・商店街内で改装をしている店舗が2、3軒あり、その効果が表れて来街者が増加する。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（経営者） | ・新規店が順調にいき売上増に貢献する。集客がまだまだ伸びる。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・客の健康志向が強く、健康に関する商品がプラスで動く。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・客は若い人を中心にファッションに新しさを求めている。つまり、従来のは古いという感覚を持っているので、新しいスーツへの買換え需要が動きとして出てきた。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・価格重視からファッション重視へ客層が変化している。また、スポーツカジュアル中心に業態変更したことも、時間の経過とともに確実に浸透している。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・季節商品は天候に左右されるが、テレビは年末に向けて新製品が続々出ている。その中で単価のダウンが進み、32型以上の大型でも価格を抑えたものが多いので動きが良くなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・ここ半年くらいほとんどなかった新型車イベントが10月以降多くあり、小型車志向は変わらないと思われるが販売台数の増加は期待できる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・年末に向けて拡販キャンペーンが予定されており、勢いづく。 |
| | | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | ・制服の貸与、支給が鈍くなっていたが、我慢の限界で制服の貸与をしなければならなくなったところもあり、冬用衣料は上向く。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・おせち料理、クリスマスケーキなど年末商品の予約受付開始を10月からに早め、早期の完売を目指している。 |
| | | スナック（経営者） | ・秋らしくなって人の動きも出てきたことから、この先2、3か月は盛り返してくる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・この先3か月は団体客の予約が例年より多く、明るい見通しである。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・当方からのアプローチが多かったためか、単価はともかく問い合わせの件数が少しずつ増えている。 |
| | | 観光名所（職員） | ・予約状況が前年同日より良くなっており、見通しが明るい。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・連続で実施している内覧会の集客が良く、新規顧客が取得できており、受注の伸びが期待できる。 | |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・1年前と比べると最悪の状態は脱したが、日々の売上が安定しないこともあり、好況感はない。また、売れ筋もすぐ変わるため、店側としては今まで以上に仕入れに気を遣っている。しばらくはこの状態が続く。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・各家庭では不景気ながらも、欲しいものは多少高くても買う工夫をしている。価値観が変わったなかで、景気が悪いまま落ち着いてきた状態である。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・飲酒運転の取締りが非常に厳しくなり、一時的ではあるが繁華街から人の波が消えた。客である飲み屋のマスターやママは「これからの商売は難しい」といっている。「早めに店をやめれば良かった」とぼやいている人も多くなってきた。 |
| 一般小売店〔雑貨〕（企画担当） | | ・現在の所得環境からみて、物の消費、特に生活必需品については抑制する方向にあり、大幅な伸びは考えられない。 | |
| 百貨店（売場主任） | | ・リニューアルにより売上増につながったが、この効果が2、3か月は持続する。 | |
| 百貨店（営業担当） | | ・ショッピング、品目ごとの好不調の格差が大きい傾向が続いており、「店舗でトータルすればせいぜい前年並み程度」という流れはしばらく変わりそうもない。 | |
| 百貨店（販促担当） | | ・中元商戦の結果からみると、歳暮商戦も苦戦が予想される。また、秋冬物にも目立ったヒット作がなく、今秋に売場改装した部門を中心に売上を構成していくしかない。 | |
| スーパー（経営者） | | ・秋から冬にかけて大型店の出店が数件予定されているものの、来客数、客単価、一点単価が前年並みを維持していることから、この傾向が続く。 | |

| | |
|------------------------|---|
| スーパー（経営者） | ・マクロ的に景気が良くなっているといわれるが、個人所得には大きな変化はない。ガソリンなど石油製品価格の高騰もあるが、7、8月の消費動向の推移からして大きく好転することも、後退することも考えにくく、食品販売では上下の幅が少なく安定的に推移する。 |
| スーパー（店長） | ・新店効果、リニューアル効果で来客数こそ横ばいであるものの、原油の高止まりによる原価値上げの商品が増え、そのまま販売価格に反映できない。また、客の買い控えもより顕著になっており、この傾向はしばらく続く。 |
| スーパー（店長） | ・灯油の需要期であり、原油高が他の消費支出に悪影響を及ぼすため、厳しい状況が続く。 |
| スーパー（企画担当） | ・競合各社の販促による客の獲得競争が激しくなっており、単価の低下に歯止めが掛からない。 |
| コンビニ（経営者） | ・ボージョレーヌーパー、クリスマス、年末商戦など大型商品がそろそろ時期だが、百貨店や競合するコンビニも新しいラインナップで迫ってくるので、1人勝ちの状況にはならない。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・同業他社のコンビニ、飲食店などとの競争が激化しており、前年比100%を超えるようなめどは3か月先も立たない。 |
| コンビニ（店長） | ・来客数が減っている反面、客単価はますますであることから、当地域でも個人間の格差が広がっている。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・地方は景気が低迷したままであり、企業間の格差も広がりつつある。特に小売業では中央街区が寂れ厳しい状況である。新政権に期待するところが大きい。 |
| 家電量販店（従業員） | ・小型暖房器具の動きが早く出始めたが、全体的な単価が非常に低い状態はこのまま続く。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・10、11月に発売される新型車により一時的に新車市場は上向くが、客の様子は自動車よりも他の商品への関心が高く、2、3か月後には現状の市場レベルに戻る。 |
| その他専門店〔パソコン〕（経営者） | ・高額、高級志向の客以外は慎重で、商品が安い市場価格で出回っていることを熟知している。販売業者の利益率は以前と変わらない。 |
| その他専門店〔酒〕（営業担当） | ・酒類関係は厳しい状態が続いている。年末にかけては動きが出てくる時期であるが、歳暮需要はあまり期待できない。 |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・来月以降のガソリン価格が若干下がるとしても、客は非常に敏感になっている。大幅な値下げがなければ回復は難しい。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・景気が回復しているといわれて久しいが、地方の経済はまだ低調である。客のオーダーの仕方をみても、派手な食事をする人は少ない。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・ホテル自体は善戦しているが、関係する業者が廃業したり、業務縮小したりするなど、消極的な会社が増え、取り巻く環境は揺れ動いている。厳しい波が小さな会社へとし寄せられる状態が、ここ数年の中でも顕著になっている。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・忘年会は官公庁を中心にかなり動く気配があるが、婚礼の落ち込み分まではカバーできない。 |
| タクシー運転手 | ・現在の悪い状態が続く。東京では燃料代の高騰による初乗り運賃の値上げもあるようで、いずれ東北でも値上げするだろうが、それでも良くなることはない。 |
| 通信会社（営業担当） | ・一部建設業において設備投資の計画を確認したが、その他の業界は先々不安の様子である。 |
| 遊園地（経営者） | ・灯油の値上がり表面化してきて、家庭への影響が懸念されるため、全体的には楽観できない。 |
| 美容室（経営者） | ・来客数の前年比マイナスが数か月続いており、この傾向が年末まで続く。 |
| 美容室（経営者） | ・これから秋に向けて婚礼シーズンとなるが、最近では式を挙げる人が少なく美容の仕事は減る一方である。この先の景気回復はすぐにはみられない。 |
| その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・材料などの仕入コストは上昇しているが、販売価格がなかなか上がらない。販売量もなかなか増加しない。 |
| 商店街（代表者） | ・当月オープンした郊外型大型店の影響が徐々に出てくるため、売上高、来客数ともに下降線をたどる。 |
| 一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者） | ・土日に店舗前の国道をみても人がほとんど歩いていない。郊外店にも調査に行ったが、それほどの来客数ではなかった。どこに客が行っているのかわからないので、手の打ちようがない。 |

やや悪くなる

| | | | |
|----------------|--------|----------------------|---|
| | | 百貨店（売場主任） | ・集客が期待できる大型催事はあるが、客の購買意欲が今一つである。暖冬傾向ということで、コートなど冬物の売行きに不安がある。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・灯油の値上がりなどもあり、寒くなると暖房費など諸々の負担が増えるので、消費に影響が出る。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・大型ショッピングセンターがオープンした影響が2、3か月は続き、中心商店街への客の戻りはしばらく望めない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・9月に競合店がオープンしたが、10月にさらにもう1店舗オープンするため、今以上に市場のパイが分かれる状態が続く。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・前年のように雪が降ると来客数が減り、期待できなくなるので、11月までに小型車を中心に販売台数を伸ばすよう攻勢をかけていく。 |
| | | その他専門店〔靴〕（経営者） | ・大型ショッピングセンターのオープンで影響が出る。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・仕事量が減ってきているので、個人の収入も減る方向になることから、景気は悪いほうに傾いていく。 |
| | 悪くなる | 一般レストラン（経営者） | ・毎日仕入れに行っている市場では、魚屋、八百屋を含むすべての問屋で売上が下がっている。また、飲食店街では和食、洋食ともに全然良くないようである。長年営業している感覚からすると年末にかけて景気は良くならない。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 広告代理店（従業員） | ・全体的に広報物の動きは活発で、今後期待が持てる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・携帯電話の番号ポータビリティ制度が始まることから、広告の出稿が増える。 |
| | | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・景気回復の恩恵が少しずつ実感できるようになってきた。今後、年末の最需要期に向けた新商品発売もあり期待できる。 |
| | 変わらない | 農林水産業（従業者） | ・天候不順による農作物の価格上昇が期待できるものの、農業政策の転換による不安がある。 |
| | | 食料品製造業（経理担当） | ・お歳暮シーズンであり1年の最需要期であるが、ギフト市場が縮小しており、そのパイの中での競争が厳しく、受注の好転を期待できない。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・年末の仕事が若干見込まれるが、全体としての売上にはあまり影響しない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・仕事量は確保できるが、不採算機種が多く苦慮している。中小企業にとっては決して景気が上向きではない。正社員では利益が出ないため契約社員を雇い、固定費の変動費化を進めている。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・事業の好況感を相殺する形で、株価の低下傾向とガソリンの高止まりがある。 |
| | | 建設業（企画担当） | ・地域差はあるが、設備投資の動きは現実的になっている。しかし、受注競争が激しいため価格面において厳しい状況になっており、適正価格でない状況での景気回復には問題が多い。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・輸出は増加傾向になりつつあるが、航空貨物専用定期便の休止に伴う影響が徐々に出てきている。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・回線の販売量は増加傾向にあるものの、他事業者との競合案件が多く、販売単価を下げなくてはならないことに加え、仕入単価は下げられず、なかなか利益へつながらない。 |
| | | 広告業協会（役員） | ・流通関係の広告出稿は予算的に変わらず、年末にかけてもあまり期待できない状況にある。 |
| | | 経営コンサルタント | ・株価の低迷や原油価格の高止まりなど、景気の足を引っ張る要素が多い一方で、企業の足腰はそこそこに強く、現状で踏みとどまる。 |
| | やや悪くなる | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・自動車部品、民生機器ともに高水準で推移しているが、国内の自動車販売に陰りがみえていたことが気掛かりである。 |
| | | 建設業（従業員） | ・公共投資の減少、業界の低価格競争といった状況が続いている。 |
| | | コピーサービス業（経営者） | ・大手企業の支店は購買意欲もおう盛だが、地元企業は意欲の向上がみられない。大手、中堅ゼネコンからの発注は9月にしては多いが、地場の中小ゼネコンは厳しい状況にあり仕事量も少ない。 |
| | 悪くなる | | |
| 雇用 関連 | 良くなる | 職業安定所（職員） | ・有効求人倍率が極端に上昇している。また、正規社員の求人も多い。 |
| | やや良くなる | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・郊外型大型店のオープンが来春あり、それに付随する求人も計画されている。 |

| | | |
|--------|----------------|---|
| | 職業安定所（職員） | ・米、りんごの収穫時期になり、臨時ではあるが関連産業からの求人がある。また、1か月後に市内に大型スーパーが出店するため、雇用がいくらかでも増える。 |
| 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・2、3か月先の引き合いも活発になっているので、現状の「やや良い」状態が変わらない。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・マンションやパチンコ店の建設が目立つが、雇用拡大の大きな要因にはなっていない。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・下期にかけて流通や娯楽施設の新規オープン予定があるものの、地元老舗企業の閉店、倒産も聞こえている。明暗が交錯している状況である。 |
| | 職業安定所（職員） | ・新規求人が増加傾向であるが、零細企業において倒産や解雇が散見されており、動向を注視していく必要がある。 |
| | 職業安定所（職員） | ・有効求人倍率が16か月連続で全国平均を下回る0.4倍台で推移している。 |
| やや悪くなる | | |
| 悪くなる | アウトソーシング企業（社員） | ・3か月後には来年度の年間契約の準備が始まるが、一度崩れた価格の値上げは難しい。 |