

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	一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・ボーナス支給が始まり、また、最近では客の買上点数も増加傾向にあるため、売上が増加する。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車効果が続くうちは他の車種の拡販、サービス部門の増益、用品の増販など相乗効果も期待できる。
	やや良くなる	一般小売店〔カメラ〕 （店長）	・旅行などを予定している客が多いように見受けられる。また、今年は国体が開催されるため、その特需も見込まれる。
		衣料品専門店（店長）	・夏物の動きが良く、今後も半袖シャツ、サマーフォーマル、サマースーツなどの需要が伸びて、プラスアルファの要因になる。
		衣料品専門店（店長）	・猛暑が予想され、季節商材がよく動いており、今後につながる。
		家電量販店（店長）	・猛暑が予想されているため、エアコンの売行きが良くなる。また、当地域でも地上デジタル放送の開始が近付いていることから、大画面テレビの販売増加も見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・新規客を中心に、若干ではあるが市場が動いてきている。
		その他専門店〔化粧品〕 （経営者）	・天候が安定していることもあり、客の流れが良くなってきており、商店街を買い回る客も以前より増えている。このチャンスをいかしていけば、夏には集客効果のあるイベントも多いため、各店舗の対応次第では売上を伸ばすことは可能である。
		高級レストラン（支配人）	・レストランのほか、宿泊部門、婚礼部門の改装が順次続くため、集客が高まる。
		一般レストラン（経営者）	・来月以降は予約が増えており、多少は見通しに明るさを感じる。
		その他飲食〔弁当〕 （スタッフ）	・新幹線の建設工事も完成に向けて本格的になっており、また、この先は夏祭り、お盆と続くことから、今よりは活気付く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・9月のオープンに向けて結婚式場の全面改装に着手することから、受注件数の増加につながる。
		観光名所（職員）	・前年同時期と比較すると、予約状況が10～15%程度伸びている。良好な天候が続けば、フリー客も順調に移移する。
		住宅販売会社（従業員）	・長期管理客が動き始め、今年から来年にかけての着工に向けて調整に入っており、受注見通しが立つようになってきた。
変わらない	商店街（代表者）	・話題となっていた団塊世代の退職も始まっているはずだが、今のところ消費上は効果となって表れていない。それよりも、住民税の増額ショック、じわじわきている物価上昇など不安材料のほうが多く、前途視界不良の状態が続く。	
		・梅雨入り後も好天が多く、清涼飲料水、ピヤガーデン、一部の夏物衣料などで動きがみられるものの、総体的には消費者の購買力は回復していない。	
	一般小売店〔茶〕（経営者）	・漁業の盛んな街であるが、今年は初がつおのこともニュースにもならず、どうしたことかと話している。建築ラッシュもばたりと止まり、新築1年未満の物件が売りに出されたりしている。都会から戻ってきたと思われる人の新しい店が、若い人向けに万単位の服を売っているが、果たして地元で買う人がいるか疑問である。危ういバランスの上に地域経済が成り立っており、この状況はしばらく変わらない。	
	一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・選挙の投票日が夏休みになり、イベントが中止や延期ということもあって、個人消費が伸びない。	
	百貨店（広報担当）	・売上が前年を上回ることが厳しい状況が続いており、業界全体でも明るい話題が無いことから、今後についても変わらない。	
	百貨店（営業担当）	・ギフト需要、歳時記関連は底堅く、8月中旬のお盆のころまではある程度の数字を見込めるが、それ以降に関しては天候や選挙結果、株価などに大きく影響されるため、判断が難しい。	
	百貨店（経営者）	・2、3か月後は秋物商品が実需期に移行するころであるが、最近では季節が変わるから季節商材が売れる、というような状況にはない。たんに無いものなど、客が欲しいと思うような商品は売れる可能性もあるが、全体的に消費を拡大させていこうという雰囲気は無い。	

百貨店（売場担当）	・今年の夏は暑いと言われており、秋冬物商戦に大きく影響を与える懸念がある。また、客は付加価値のある物や、新鮮さを感じる物への反応は良いが、そうでない物に関しては代替となる物を多数持っているため、購入量が極端に増えるということは考えられない。
スーパー（経営者）	・主な客層である農家の状況は夏に向かい良くなってくるが、競合するショッピングモールは8、9月ごろには6～7割の店舗が開店することから、プラスマイナスで変わらない。
スーパー（店長）	・チラシ価格を強化すれば既存店も前期並みの売上を確保できるが、利益への影響が大きくなる。今後チラシ価格強化を継続するには、企業の体力勝負になってくる。
スーパー（店長）	・販促を仕掛けても、客は本当に必要な物しか買わないため、競合店との価格競争に巻き込まれて安くなった商品でも販売数が増えているということはない。今後もこのような傾向はまだ続く。
スーパー（店長）	・競合の状況など外的要因には変化が無く、横ばいで推移する。
スーパー（店長）	・当地区は木材産業と一次産業が中心であるが、輸入野菜も多く、また、天候の影響で野菜の相場が安くなっており、農家収入は増えないため景気は良くならない。
スーパー（総務担当）	・原油価格上昇の影響が広範囲に浸透し、仕入価格の上昇が平均単価を押し上げ始めている。また、依然として買上点数も伸びず、消費拡大につながる様子は無い。
スーパー（企画担当）	・仙台市内のスーパーはオーバーストアの状態となっており来客数は伸びない。競合店舗の出店が一巡する来春までは厳しいトレンドとなる。
コンビニ（経営者）	・競合店出店の影響は落ち着いてきたが、プラス要因も無いため横ばい状態が続く。電子マネーを導入したが、当店の場合は客の反応も今一つで、クレジットカードとの区別がよく認識されておらず警戒感が強い。したがって、客の囲い込み戦略も今のところ期待が持てない。
コンビニ（エリア担当）	・来客数や客単価に改善の兆しはあるものの、売上は前年実績まで回復していない。夏場の気候によっては季節商材の売上が伸びるのではないかと期待を持っている。
衣料品専門店（経営者）	・秋物商品の一部については値上げの話もある。原油高があらゆる方面に影響するため、景気は今までと同じく、やや悪いままで変わらない。
衣料品専門店（経営者）	・地方では景気回復の足取りが遅く、個人消費の拡大がみえてこない。住民税率のアップにより消費が冷え込む恐れがある。
衣料品専門店（店長）	・クールビズが浸透して夏のスーツ需要は年々縮小しているのに加え、競合店が閉店セールを実施していることから、当面の業績回復見込みはない。
衣料品専門店（総務担当）	・来客数、客単価、買上点数共に変化がみられず、今後も同じような状況が続く。
乗用車販売店（経営者）	・大都市と違い地方都市では景気が良くなる要素は無い。小さな市場規模での激しい競争に立ち向かっていかなければならず、経費を切り詰めて生き残っていく。
住関連専門店（経営者）	・景気はまだまだ冷え込んでいるが、公務員にはボーナスが支給されていることから、そこに活路を見いだしていく。
その他専門店[呉服]（経営者）	・問屋の話によると、他の店でも厳しい状況が続いているようである。
その他専門店[酒]（営業担当）	・3か月後は選挙の影響は無くなっていると思われるが、気候も安定して日本酒の消費が小休止になる時期でもあり、状況は変わらない。
高級レストラン（経営者）	・選挙が行われることもあり、景気が良くなる状況ではない。
一般レストラン（経営者）	・自分の身の回りに景気が良くなるような材料が見当たらず、飲食店については売上の良い店と悪い店の格差が大きくなっている。このような状況から、2、3か月先の景気が一気に良くなるようなことはない。
都市型ホテル（経営者）	・現状は来客数が伸びているが、これが一過性のものか、継続的なものか、判断がつかない。
都市型ホテル（スタッフ）	・景気は基本的には悪い方向に向かっているが、秋に開催される国体に向けて来県する人が増え、消費も増えるなど活性化する面もあり、相殺して変わらない。

	都市型ホテル（スタッフ）	・年金問題や住民税の増税、あるいは参議院選挙など政治的な問題が影響する可能性はあるが、総じて活況になるような要因が無く、今の状況が続く。いかに企業価値を向上させていくか、他社との差別化を図っていくかが重要である。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・来客数の伸びが順調な施設とそうでない所の差があり、業界全体での好不調の判断は難しい。	
	タクシー運転手	・新規参入の車両が増え、客は減るという悪循環に陥っており、景気が良くなるような気配はみえない。	
	タクシー運転手	・相変わらず前年同期の実績を下回る状態が続いている。前月から初乗り料金の値下げ競争が始まったこと、近い将来に新会社が設立されることなど、競争はますます激しさを増す。	
	美容室（経営者）	・過去の経験からすると、業界としての好不調の周期は1年程度である。3か月先の9月でおよそ1年となるが、それまでは現在の状態が続く。	
	美容室（経営者）	・客からは「会社の景気が変わらない」と聞かされており、当店の売上も横ばいが続いていることから、景気は回復しない。	
やや悪くなる	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・相当な話題性を持ったヒット作が出てこないと売場全体が沈滞しそうであるが、今のところ期待薄である。	
	一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・5月までは天候によって消費が一高一低という動きであったが、6月後半からは天候要因に限らず来客数の減少が目立つようになってきている。年金問題が将来に不安を与えていることから、個人消費の動きは慎重になってくる。	
	スーパー（経営者）	・年金問題はしばらく尾を引く。また、ひき肉偽装による食に対する消費者の不信感、県民税、市民税の増税など、心理的にも消費にブレーキが掛かるような話題が多いため、明るい見通しを立てにくい。唯一の希望といえば、猛暑による夏物商材の動向だけである。	
	スーパー（経営者）	・ラニーニャ現象による猛暑と、地方におけるボーナス支給の減少がマイナス要因となる。	
	スーパー（店長）	・7月上旬には1次商圏内に同規模の競合店が出店するため、影響は必至である。店舗過剰の状況になる。	
	コンビニ（経営者）	・天候次第という面もあるが、定職に就いている人が少なく、景気は不安定である。	
	衣料品専門店（店長）	・今年の夏は、暑さが続きそうな予想もあり、バーゲンが一段落した後も暑さが続くと秋物の立ち上がりは順調にはいかない。	
	乗用車販売店（経営者）	・自動車市場の低迷は構造的なものであり、すぐに解決できる問題ではない。当分の間は5～10%程度の前年割れ状態が続く。	
	乗用車販売店（経営者）	・新型車イベントの端境期となり、冷え込んだ需要を喚起する材料に乏しい。	
	住関連専門店（経営者）	・ハウジングメーカー数社の話では、新築住宅の着工が思わしくないということであり、家具などの売上も伸びない。	
		観光型旅館（経営者）	・7、8月に向けた予約の動きが低調である。インターネットで首都圏や関東圏からの予約は入るが、地元客の予約が少ない。
悪くなる	スーパー（店長）	・来月は3店目となる競合店が出店することから、低価格化が進み客単価は更に下落する。	
	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏物の動きが例年より早いため、予想のとおり猛暑となれば商品が品薄になってしまい、売れる物が無くなってしまふ恐れもある。	
	一般レストラン（経営者）	・客からは、税金の負担増、見通しの悪さなどの話をよく聞く。そのため、当店のよう個人消費型の店では、景気が良くなる状態ではない。	
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・政府、地方自治体の発注も遅れており、その上低価格化が一層強まっている。金利高、ガソリン高、及び諸原料高で民間の販売額、販売量共に減少傾向が強く、今後の景気は悪くなる。経営を引き締める動きが強まっている。	
企業動向関連	良くなる	-	
	やや良くなる	広告代理店（従業員）	・宮城デスティネーションキャンペーンの動きが活発化してきており、受注機会が増加している。仙台市中心部のマンション販売広告なども、まだ好調である。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・果樹の作柄は、今のところ平年並みである。一番先に出荷する桃の販売価格に期待している。
		食料品製造業（経営者）	・7月には参議院選挙があり、中元の売上に影響する可能性が高い。

	電気機械器具製造業（経営者）	・前年同月との比較で、製品の受注が30%程度ダウンし、先行きの見通しが立っていないため、我々の対応策として、人材派遣の整理を前提に、思い切った施策を実施する。現在は客先の情報を集めている状況である。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・製品価格の急激な回復は期待できないため、コスト削減努力を継続し、しばらくは我慢の状態が続く。	
	建設業（経営者）	・資材価格の上昇傾向は続いているが、それ以上に客の新築、リフォームに関する意欲は強い。	
	建設業（企画担当）	・大型プロジェクト案件の予定があり、受注量は確保できる見通しである。ただし、医薬関係、電子関係の一部で設備投資が活発であるものの、し烈なコスト競争が予想されるため、利益確保には懸念が残る。	
	輸送業（従業員）	・既存荷主の取扱量は横ばい傾向である。新規客はなかなか獲得に至っていない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・集金先や取引先との会話からは、リストラや賃金のベースダウンなど暗い話しか聞かれず、消費活動も弱い。このように、現在の不活発な状況が2、3か月後に改善する兆しは無い。	
	公認会計士	・これまで好調に推移してきた電子部品製造では、発注元の生産調整により受注量が計画の90%台にとどまるなど、今後の発注にも懸念がある。	
	コピーサービス業（経営者）	・仙台市内はビルの建設ラッシュで見掛けは活性化しているが、中央企業の進出が多く、地元の業者への還元はほとんど無い。ビルが完成した後の状況は変わってくることもあるが、地元企業の場合、しばらくは現状のまま推移する。	
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・暑い夏が予想され、日本酒の売上につながる要素は見当たらない。その他酒類の販売活性による景気進ちょくを見極めたい。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・取引先には中小企業が多いが、春の昇給が前年並みに少ない所が多く、景気が良くなるような判断材料が少ない。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・牛タン原料の相場が高いままで、製品価格も値上げしたままであるが、このままでは客の牛タン離れがますます進行する。米国からの牛肉輸入の条件が緩和されない限り状況は悪化する。	
	食料品製造業（総務担当）	・暑い夏が予想され、需要が低迷する。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・所得税の定率減税の廃止により増税感が出て個人消費に悪影響を与える、とみている人が多い。景気はしばらく低迷する。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品については、次期モデルの一部について、原価上昇が収益圧迫の要因になる。また、携帯電話用部品については、引き続き低調に推移する。	
	輸送業（経営者）	・原油価格の動向が不透明であることに加え、荷主との価格交渉も成立のめどが立たない。	
	通信業（営業担当）	・既存契約の維持にも苦勞しているなか、新規受注を目指すには価格低減の他にこれといった施策が無く、依然として収益的に厳しく、容易に追加設備投資を行える状況にはない。	
	広告業協会（役員）	・消費状況は二極分化しており、大衆商品を扱う業種は苦戦が続いている。このため、広告業界はマス媒体への出稿減少が続き、苦境に立たされる。	
		悪くなる	
		良くなる	
雇用関連	やや良くなる	-	
	人材派遣会社（社員）	・コールセンター、ヘルプデスク等アウトソーシングの宮城進出が再燃しつつある。また、メガバンクの集約に伴う派遣社員増員の話も聞こえている。	
変わらない	職業安定所（職員）	・今秋、市内に新しくショッピングセンターがオープンする予定であり、そこで働く人の求人が今後増えてくる。	
	人材派遣会社（社員）	・企業の採用意欲は高まっているが、それに見合う人材は多くはない。よって、爆発的な景気上昇には成り得ない。	
	人材派遣会社（社員）	・直接雇用（正社員・契約社員）に切り替えようとする動きは、今後もまだみられない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中央資本の大型流通業やマンションなどを手掛ける不動産会社の進出の話題があるものの、それらが地元企業の活性化に結び付くにはまだ時間が掛かるため、2、3か月先では景況感が浮上するとは言い難い。	
	職業安定所（職員）	・新規求人の中では派遣求人の割合が高く、企業が当面の労働力を派遣に求めていることから、非正規社員から正規社員へと雇用形態が移行する状況はみられない。	

	職業安定所（職員）	・ 今月の有効求人倍率の低下は、前年同月には大量の臨時求人があったことからの反動もあり、それほど深刻に受け止める必要はないが、好材料も無く現状のまま推移する。製造業での大幅な減少が気になるが、この点も前年からの反動という面もある。
	職業安定所（職員）	・ 求人数の減少はあるものの、求職者も減少している。
やや悪くなる	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	・ 業種間格差が拡大している。特に、老舗といわれる地元資本企業の営業不振が顕著である。
悪くなる		