

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〔スポーツ用品〕（経営者）	・サッカー日本代表のオリンピック出場が決まり、ワールドカップの予選も始まるので、少しは盛り上がってくる。
		一般小売店〔カメラ〕（店長）	・12月には新製品が出そろうため、カメラ販売関係は順調に進む。
		衣料品専門店（店長）	・単価の高いアウター、コートなどの季節商材の出足が良く、これからの寒さの到来とともに需要が増える。
		乗用車販売店（経営者）	・新型の小型車は動きがまずまず良く、若干ではあるが他の車種にも相乗効果がみられるようになっている。年明けから3月の需要期に向けて今よりも動きが良くなって来る。
		高級レストラン（支配人）	・この先の予約入込状況が例年より早まっている。予約を取れる日のほうが少なくなってきており、景気回復を予感させる。
		観光型旅館（経営者）	・予約状況は前年同期を上回っている。本年3月（能登半島地震）と7月（中越沖地震）に日本海側で連続して地震が発生したこと、及び冬場の強風などの風評が、この先どのように影響するか注目している。
	住宅販売会社（従業員）	・長期管理客及び新規客からの受注の見通しが立っている。	
	変わらない	商店街（代表者）	・ボーナス商戦が始まるものの、期待が持てるのは中央資本や大手企業の人に限られるのではないかと危惧している。地域において恩恵は特定の人に限られ、全体的には今一つである。
		商店街（代表者）	・冬モードになったことで季節商材の動きが活発になることが見込まれるものの、灯油代など暖房費の高騰の影響が大きいため、ボーナス商戦はあまり期待できない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・冬物商材のピークを迎えるが、年賀状関連書籍や雑誌の低単価化により、冊数の伸びはあるものの、金額は横ばいで推移する。
		百貨店（経営者）	・今の経済情勢からすれば、客は我慢できるものは我慢する傾向となる。欲しい物であれば高くても買う、ということがまれにあっても、全体の消費が拡大することは無い。
		百貨店（売場担当）	・1月のセールを待って12月は買い控える傾向が例年より多くなる。1月のセールに対しても値段に対してシビアで、吟味に吟味を重ねて購入する客が多くなりそうである。
		百貨店（経営者）	・季節商材については動きが継続していくが、原油高などが消費動向に影響を及ぼす可能性は払しょくできず、歳暮、年始などへの支出を削減する動きになるのではないかと懸念している。また、携帯電話の新機種発売が若年層の衣料品購入に影響する可能性もある。
		コンビニ（エリア担当）	・売上、来客数は、ここ数か月ずっと前年割れの状態が続いているが、100%以上に回復する見込みは無い。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送の開始や寒さの到来により、映像関係や季節商材の動きは現在の好調を維持したまま年末年始の商戦を迎えるが、それを上回るような特別なものは無い。
		家電量販店（従業員）	・このところ液晶テレビの動きが良くなっているが、単価が大きく下がっているために売上の伸びは小さい。暖房機も、寒さが続いた数日は一時的に増えたが、通期では前年を下回っている。
		乗用車販売店（経営者）	・東京モーターショー効果及び季節需要が一巡した後を支える要素が不透明である。新型車効果も長く続かない傾向であり、ガソリン高騰もあって、若者のクルマ離れ、使用年数の長期化などの傾向が急転する見込みは少ない。
		乗用車販売店（経営者）	・依然として売れ筋商品は小型車が中心である。既存客でも他社との比較をしていくことがほとんどで、最安値で購入したいという心理がより強くなっている。購入予定客のほとんどは車検切れ、事故など必要に迫られた人たちである。
住関連専門店（経営者）		・住宅の新築は建築確認申請が変わったことで前年度比50%もダウンしている。この先は不要期に入ることもあり、厳しさは続く。	
その他専門店〔酒〕（営業担当）	・選挙が行われるかどうかは気になるところであるが、選挙が無いとすれば年明けは大きな変動要因が無い。		

	一般レストラン（経営者）	・予約の状況からすればこれからも変わらない。60代の客の来店状況はランチタイムを中心に変わらないが、30代、40代の客の予約状況は芳しくない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・食品製造会社の大型新年会が復活したが、ゼネコンを中心とした建設業からの受注は低迷が続く。
	タクシー運転手	・国土交通省からタクシーの新規参入、増車を規制する措置が出されるが、現状の台数がすぐに減るわけではなく、厳しい状況は続く。
	タクシー運転手	・現在の悪い状況のまま変わらない。年末恒例のイベントに期待はしているものの、街を走っているとパソコン教室やコンビニなどで閉店、廃業しているのが目立っているなど、今後改善するような兆候は無い。
	通信会社（営業担当）	・12月には携帯電話の新商品が出るが、購入時の料金プラン選択制も始まり、買い換えサイクルは長くなる。販売量が変わらなくても、コストダウンを課せられており、粗利のアップにはならない。
	美容室（経営者）	・冬のボーナスシーズンへの期待感はあるものの、地元企業ではなかなか難しい情勢に見受けられるため、現実的に考えれば来客数が前年を下回っている現状がまだ続く。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・ガソリンだけではなく、生活にかかわる諸物価が上がっていることを客は体感している。ボーナス商戦も期待薄であり、一部の商店では商品構成を変えたり、価格帯を変更したりしている。間違いなく景気は悪い方向に向かっている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・原油価格の高騰に伴い、医薬品も値上げをせざるを得ないというメーカーもあり、実際に一部では値上げが始まっている。一時的なものとはいえ客の買い控えが進む。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当店の商品構成は、大型量販店との安値競争から離れたものになっているが、それでも11月に入ってから客の消費意欲減退を強く感じている。他店で購入しているというよりは、支出そのものを強く絞っているという状況がうかがえる。
	百貨店（広報担当）	・原油価格の高騰に伴う日用品、食料品、ガソリン代などの値上げがあるため、消費抑制傾向が強まる。
	百貨店（営業担当）	・年金問題、株価低迷、社会保障費の負担増など様々なネガティブ要因が存在しており、簡単に消費マインドが改善するとは到底考えられない。また、本格的な冬を迎えるにあたり、原油価格高騰の影響が憂慮される。
	百貨店（経営者）	・これから本格的な冬の季節になるが、ガソリン、灯油価格に加え、食料品など様々な分野においても値上げされていることから、家計に大きく影響する。
	スーパー（店長）	・食料品から灯油まで、生活必需品のほぼすべてで値上げがあり、しかも住民税の増税などで所得が目減り感もあることから、生活が大変になってきている様子がありありと分かる。格差がますます広がり、景気が良くなる見込みは全く無い。
	スーパー（店長）	・寒い地域の住人にとって灯油やガソリンの値上げは家計に大きく響くことから、消費が冷え込む大きな要因になる。
	スーパー（店長）	・灯油、ガソリンの値上げ、一部食料品の値上げ傾向はこの先も落ち着く見通しが立たない。年明けからは粉関係、ラーメン関係の値上げも予定されていることから、景気はやや悪くなる。
	スーパー（店長）	・みかんは価格が安いこと、また地域特産の西洋なし「ル・レクチェ」は不作であったことなど、果物類の売上不振が続く。また、前年より雪が多くなることで足回りが悪くなり、来客数が減少する懸念がある。
	コンビニ（エリア担当）	・原油価格の高騰に伴い、ガソリン、灯油の価格が上昇しており、12月以降更に値上げされると言われている。これらは最寄り品の購買に少なからず影響があり、客単価の減少傾向に拍車を掛ける可能性があることから、大いに心配している。
	コンビニ（店長）	・我々流通業は、9、10月は前年実績を維持できていたが、印刷業界や建築業界などの話を聞くとすでに9月から悪かったとのことで、11月はその厳しさが全社的、全国的に表面化してきた。背景は灯油代などの値上げが消費者心理に影響したものととらえており、寒さが本格化するこの先についての見通しは非常に厳しい。

	衣料品専門店（店長）	・客から例年以上に「初売りはもっと安くなるんでしょ」と言われることもあり、バーゲンを期待している様子がかげえる。バーゲン期でも商品が動けば良いのだが、このままではその時期ですら動かないのではないかと懸念している。
	衣料品専門店（総務担当）	・客の動きをみてみると、冬物用品にお金を使うのが減っていくような雰囲気である。
	乗用車販売店（経営者）	・前月の新車販売台数は東京モーターショー効果もあって辛うじて前年を上回ったものの、今月は再び厳しい状況になっている。ガソリン代の高騰が追い討ちを掛け、更に厳しい状態になる。揮発油税の減免等、思い切った景気対策が望まれる。
	乗用車販売店（従業員）	・本社が東京にある会社では地方の営業所に車の購入決定権が無くなり、今後の販売台数に影響する。
	住関連専門店（経営者）	・商品の仕入価格が上昇している一方で、販売不振から原価を無視した投げ売りをしている競合先も多くあり、店の状況はますます悪い方向に向かう。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖房用灯油の最盛期を迎えるものの、11月に引き続き石油製品の卸価格は大幅な上昇が予想されるため、節約志向は一層高まる。販売業界は消費量の減少と価格転嫁の問題で苦しみそうな気配である。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・石油元売会社からの卸価格は上昇しているものの、その全部を販売価格に転嫁できない状況であり、販売会社は非常に苦戦している。このままの状況であれば店を畳むしかない、と考えているガソリンスタンドも相当ある。
	観光型旅館（経営者）	・宿泊客が連休や休前日に集中しており、平日の予約は全く無い状態である。米価の下落による農家の将来不安を反映して地元の農村部からの宴会や旅行の予約は無く、今後も期待できない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・国体が行われた期間はある程度のにぎわいがあったが、そのなかでも業績が悪くなっている業種もあり、全体的には衰退傾向が続き、ホテル利用の頻度を押し下げる。
	旅行代理店（従業員）	・景気が良くなる状況は見当たらず、年度末に向けてますます家計が引き締められていく雰囲気がある。
	テーマパーク（職員）	・仕入先から、仕入価格を上げたいとの相談が相次いでいる。
	遊園地（経営者）	・冬本来の寒さが到来することから、灯油、ガソリン代の高騰が家計に与える影響が懸念される。
悪くなる	一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・個人消費には節約ムードが高まっていたが、ここにきて民間設備投資や住宅着工の減少に伴い、建築業者などからの注文も落ち込み始めており、その傾向は今後も強まる。
	スーパー（店長）	・商品価格の値上げが多く、販売点数の動きが悪くなっている。灯油価格、ガソリン価格の高騰により、食品購入への影響も大きくなる。
	コンビニ（経営者）	・土木、建設などの業種がかなり冷え込んでいることが一番の要因である。また、ガソリン、灯油などの大幅な値上がりも人の動きを悪くする。
	衣料品専門店（経営者）	・2、3か月先は春物の時期になるが、春物は売れ筋商品が少ないため消極的に冬物処分セールを実施することになり、売上は伸びない。
	衣料品専門店（経営者）	・ガソリン、灯油などの値上がりに加え、年明けからは食料品など様々な商品の値上げが予定されている。客の生活防衛意識はますます高まり、衣料品への購買意欲は非常に弱くなる。
	乗用車販売店（経営者）	・前月から今月の受注状況は下降傾向に入っており、個人、法人共に需要回復のきっかけがつかめずにいる。その背景にはガソリン価格など諸物価の上昇があり、家計や企業収益を圧迫しているため節約ムードが高まり、車の代替需要、新規需要には至らない。
	乗用車販売店（経営者）	・11月に引き続き、12月もガソリン価格が上昇すると言われている。また、いきなりの大雪もあって、春までは購入を引き延ばしたいと言う客もあり、車両販売は難しい時期になる。政府には高騰するガソリン価格や、これからの季節には必需品となる灯油価格を引き下げる、何らかの対策を実施して欲しい。
	一般レストラン（経営者）	・同業者の話では、忘年会の予約がかなり減っているとのことである。本店の場合もちょっと少なくなっており、12月上旬が予約申込のピークではあるが、先行きがみえない。

		一般レストラン（経営者）	・客からは「新年会はやらなくなった」とよく聞かれるようになり、異動時期の歓送迎会も今年の3月がそうであったように、ほとんど期待できない。
		観光名所（職員）	・団体予約などの状況が、前年同期と比べても悪くなっている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ガス料金は秋に値上げしたばかりなのに1月から再び値上げされる。電気料金も1月から値上げとなり、光熱費や食費の大幅上昇が予想されるなかで、自動車の購入やその修理などは極端に控えられることから、案件自体が無く、見積さえ書けない状況となる。
企業 動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・これまではデフレ状態であったため、原材料価格などのコストアップを受注価格に転嫁できずにいたが、インフレが進めば値上げがしやすくなる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・農業、特に米については米価下落に対して何らかの政策が執られる模様であるが、いずれにせよ所得向上にはつながらず、うまくいっても現状維持にとどまる。
		食料品製造業（総務担当）	・業界として製品値上げの動きが本格化してくるが、値上げ幅はコストアップを吸収するレベルにとどまる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・発注側は仕入価格を徹底的にたたいて利益を維持しようという発想のままであり、中小企業やベンチャー企業の状況が良くなる材料は見当たらない。
		輸送業（従業員）	・輸出入共に取扱数量は横ばい傾向である。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・目前に歳暮商戦を控えており百貨店ではすでにギフトコーナーを開設するなどしているが、前年の出足に比べ受注状況が著しく悪い。
		食料品製造業（経営者）	・売上を前年並みに確保できたとしても、原材料や資材の高騰で利益確保が難しくなっている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・為替相場の変動による業績悪化、及び自動車メーカーの海外生産移管に伴う国内需要の減速が懸念される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先からは既存製品のコストダウンの要求が多く、新製品への引き合いは期待できない状況である。仕入価格は上昇し販売価格は低下するという方向であり、社内の合理化だけでは採算を取ることが難しくなっている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・原油価格の高騰が続き、エネルギー費用や、その影響を受ける部材、原材料価格の上昇が懸念されるため、現状維持では済まない。
		建設業（企画担当）	・原油高などに伴う原材料のコストアップが、収益への影響として出始めている。また、価格競争も激しく、受注価格への転嫁がどこまでできるのかが大きな課題となっている。
		広告代理店（営業担当）	・年末年始の広告宣伝活動が、全般的に苦戦している。
悪くなる	輸送業（経営者）	・冬場は燃料使用量が増加するが、軽油価格が大幅に上昇している。	
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末にかけては受注見込みが相当あり、今月の不調は一過性のものとなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車や半導体製造機器などの超大型工場の誘致が決まり、それに伴い住宅関連などが動き始めており、雇用面でも不動産関係を中心に期待が高まっている。地元の対応も動きだしており、その動きが表面化すれば雇用面も活性化する。
		職業安定所（職員）	・新規求職は長期的に減少しており、新規求人は増加傾向にあることから、求人倍率も前年に比べて上昇傾向が続いている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人ニーズが派遣から正社員、契約社員などの直接雇用に変化している取引先もあり、そのような企業に派遣スタッフとして働いていた人が応募しているものと推測される。今後の派遣登録者の確保は更に厳しくなる。
		人材派遣会社（社員）	・正社員の雇用については、それほど活発化している話を耳にしない。
		職業安定所（職員）	・原油価格高騰の影響や経済情勢に明るい兆しが見えないことなど、新規求人数が増加する材料は見当たらない。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・小規模ではあるが事業所閉鎖、自己破産手続き開始などでの離職者が目立つようになってきており、今後も増加が予想される。	

	職業安定所（職員）	・ 建築確認許可の遅れから売上が前年度の80%まで落ち込み、従業員に対して休業を検討したい、という相談を住宅関連の会社から受けているなど、建設関係を中心に厳しい状況が続く。
	職業安定所（職員）	・ 前年同月比で新規求人が増加している業種は、飲食店、宿泊業、医療福祉に限られている。派遣、請負など非正規求人の減少が顕著であり、また、1件当たりの求人数の激減が特徴的である。
	職業安定所（職員）	・ 大量離職者、及び失業保険受給資格決定件数が増加しているなど、雇用の動きにマイナス面の影響が出てくる。不振の業種が特定されていないこともあり、予測が難しい状況になっている。
悪くなる		