

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	その他専門店〔食品〕 （経営者）	・これまでの動きは静かであるが、2月以降には例年並みの受注もあり、少しは上向きになる。
		高級レストラン（支配人）	・予約が比較的堅調に入っている。また、婚礼の予約も入っているため、少しは良くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・この先3、4か月の入込は、現時点では前年を多少上回っている。これは10数年来無かったことであるが、前年実施した大浴場のリニューアルが功を奏している。また、女性客の日帰り利用は好調を維持している。
		住宅販売会社（従業員）	・客単価は低いものの、20代の1次取得者の伸びが好調である。
変わらない		一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・近所の繁華街ではスタンドバーが建ち並んできたが、そのような低価格の店にばかり客が集まっている。財布のひもが非常に固くなっているため、歓送迎会の季節になっても不景気な状態は変わらない。
		百貨店（経営者）	・現在強まっている客の生活防衛意識を払しょくできるような材料が無く、状況はあまり変わらない。
		百貨店（売場担当）	・原油高騰に伴う生活用品や食料品の値上げは、ミドルからシニアが中心の婦人服売場の客に多大な影響を与えている。そのような状況下であり、景気が回復する兆しは全くみえていない。
		スーパー（店長）	・来月からはビールの値上げもあり、原油高に由来する物価高の影響は改善の見込みが無い。
		スーパー（店長）	・競争の激化、原油高、商品値上げなどの影響は今後も続き、1月と同様に来客数が低調な状態が継続する。
		スーパー（総務担当）	・光熱費の高騰や加工食品の価格上昇などで、食料品の販売環境は大変厳しい状況に変わりない。今般の冷凍ギョウザの薬物中毒発生から、中国産など輸入品への不信感が拡大し消費が抑制される懸念はある。
		コンビニ（経営者）	・季節的には上向いていくものの、近隣のテナントビルが2件取壊し予定で空室になっており、また他のビルでも空室が目立っているなど、来客数が伸びることは考えにくい状況である。
		コンビニ（エリア担当）	・売上は前年比でほぼ横ばいの状態で推移しているが、今のところ上向きな兆候はみられない。
		コンビニ（店長）	・原油価格が更に上がらないとは言えないが、景気はすでに悪くなっているためこれ以上は悪くならない。消費者の二極化が進み、そのバランスを保ったまま悪い状態が変わらない。
		家電量販店（店長）	・競合店が1店撤退したこともあり、現在のところは好調に推移しているが、株安などの影響もあり、今後はあまり期待できない。
		住関連専門店（経営者）	・ガソリンや灯油を始め様々な商品の値上げがあるため、周囲の人は1円でも安い物を探し回っている。当店の扱う耐久消費財はすぐに必要となるものではないため購入が後回しになり、今月のような厳しい状態が長く続く。
		その他専門店〔呉服〕 （経営者）	・地域の高齢化が進み、「最近は葬式が多く経費が掛かる」という声もあり、売上に結び付いていかない。
		一般レストラン（経営者）	・身の回りの人も、ほとんどが「景気が良い方向に転換するのは難しい」という意見である。
		観光型旅館（経営者）	・ほぼ前年並みに予約が入っている。旅行業関係者、金融関係のトップは今年前半の景気を厳しくみているため、当社としては営業に力を入れて後戻りの無いようにしていく。
		美容室（経営者）	・来客数、客単価、売上のすべてで低迷が長期化しており、底の状態であることからこれ以上悪くはならない。
		やや悪くなる	
商店街（代表者）	・灯油代など燃料費の値上がりがかつて家計を直撃しており、財布のひもは固くなっているため当分の間消費は冷え込む。		
百貨店（売場主任）	・春の訪れが早いという3か月予報であるが、客の春物衣料に対する関心は高くない。		
百貨店（企画担当）	・ガソリンや灯油、小麦などの商品でも値上げがあり、消費マインドは一層の冷え込みが懸念される。		

百貨店（営業担当）	・冬物衣料品のセールが終了し春物のプロパー販売が勝負の時期になるが、苦戦を予想している。衣料品は完全に「後回し」の心理が醸成されており、春到来が遅い東北においては、なおのこと「後回し」の意識が強く作用する。
百貨店（販促担当）	・春から値上がりする品目がかかなり多くなること、送料などでは値上げせざるを得ないことなどから、商売は非常に厳しい状況になる。株価が安定しなければ、客の持っている不透明感に拍車を掛ける。
スーパー（経営者）	・これから各種商品の売価を上げざるを得ないが、その影響が懸念される。
スーパー（店長）	・灯油、ガソリンなど光熱費高騰のほか相次ぐ商品値上げにより、消費者の買い控えが強くなっていく。
スーパー（店長）	・食料品、公共料金、タクシー料金などの値上げが続々とあるが、収入は増えていない状態からして景気は悪くなる。スーパーでは目玉商品は価格据置きにするなど、すべてで価格転嫁できるわけではなく、ますます収益を圧迫する。
スーパー（店長）	・中国産冷凍食品による薬物中毒が発生したことにより、中国産の食品全般に対する不信感が増幅されるため、小売業にとっては逆風となる。また、ガソリン、灯油の高騰に加え、様々な商品で値上げがあり、買い控えの傾向が強まっていく。
衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇によって、消費者は「必要な時に必要な物だけを買う」という傾向が更に強まっていく。
衣料品専門店（店長）	・これからは卒業式、入学式需要がターゲットになるが、所得や税制問題が不安定であるため、子供のためにスーツを購入する資金が順調に回ってくるか懸念を持っており、予断を許さない状況になる。
衣料品専門店（店長）	・入学式や入社式などでスーツの需要は増える時期になるが、客単価の低下が著しいため、売上は低下する。
乗用車販売店（経営者）	・中越沖地震復興も落ち着き、ガソリン高騰による燃費の良い車への台替えも一段落する。新型車攻勢も無く、需要は一時的に厳しくなる。
乗用車販売店（経営者）	・決算時期に入るので高額商品の需要は増える見込みだが、現状の来客数からすれば例年並みの売上は期待できそうにない。メーカー側でも市場喚起のためマルチ車を投入する予定ではあるものの、影響は小さいものと見込まれる。
乗用車販売店（従業員）	・ガソリン、灯油、電気代などが高く出費が増えるため、今後の景気が上向くことはない。
住関連専門店（経営者）	・建築確認遅れの問題で新築が減っていることもあるが、地方ではそれ以外の要因に連鎖反応するような懸念がある。
その他専門店〔化粧品〕（経営者）	・中心市街地の商店では客を「生活者」ととらえているが、生活に必要な実需品の値上がりは目を見張るものがあり、ファッションやぜいたく品に関する消費は弱まる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・これだけ高値が続けば客が買い控えるのも当然である。今後、この業界がどうなるのか不安がいっぱいであり、景気はだんだんと悪い方へ向かう。
一般レストラン（スタッフ）	・株価の低下も進んでおり、そのようなことを聞かされると消費は引き締められる。
その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・バイオ燃料などの影響もあって食料品の仕入価格が上昇しており、製品価格への転嫁は避けられなくなっている。それが客の購買意欲を後退させることになり、景気は悪くなっていく。
都市型ホテル（経営者）	・宿泊に関しては、新規参入ホテルの影響で供給過多の状態であり、ネット予約の料金低下がみられることから今後の客単価は低下する。宴会は異動時期を迎え歓送迎会などの利用が見込まれるものの、新年会と同様に客単価の低下は厳しいものとなる。
都市型ホテル（スタッフ）	・地下道の運用開始以降は交通量が減っていることなど、駅前地区全体の売上が落ちていく懸念がある。
都市型ホテル（スタッフ）	・政令都市移行1年目で変化に期待しているが、ビジネス客の動きに変わりはなく、逆にそれを当て込んで新規に参入してくるホテルは建設中の4件を含め増加しており、ますます競争が激しくなる。
都市型ホテル（スタッフ）	・マスコミで言われているような先行き不安の情報が、客の心理にも影響してくる。また、仕入価格も値上げが目立ってきているが、果たしてこれを価格に上乗せできるものか悩んでいる。
旅行代理店（従業員）	・原油高に伴い家計の出費がかさむとみている人が多いことから、旅行に対する出費は控えらる。

	通信会社（営業担当）	・1月はそこそこだったが、それでも前年より2割下回っており、先行きはもっと厳しくなる。
	テーマパーク（職員）	・景気悪化の報道が心理的な負担となり、消費に影響する可能性がある。
	遊園地（経営者）	・一部の仕入先から値上げの通知があり、今後の価格設定が難しくなり収益に響いてくる。
悪くなる	スーパー（経営者）	・所得が増加しない状態で物価が上がっているため、買い控え傾向はますます強まる。一品単価が上昇しても、買上点数の減少が予想されるため客単価は上がらない。
	スーパー（経営者）	・季節は冬から春になるが、商品の値上げはますます本格化してくることから、生活防衛型消費がまだまだ強まる。
	スーパー（店長）	・ガソリン、灯油が高値であることに加え商品の値上がりもあり、買上点数は減少していく。
	スーパー（店長）	・原価高騰による各種商品の値上げが今後も拡大していくため、客の買い控えの動きも更に強まっていく。また、チラシ特売品の売上に占める比率が高まり、粗利益も低下していく。
	コンビニ（経営者）	・原料高やサブプライムローン問題などもあるが、近所の大型スーパーが移転することになり、市街地が暗くなる。
	衣料品専門店（経営者）	・3、4月ころには諸物価の値上がりも出そろってくるため、買い控えが更に強まって今より悪くなる。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・原油高騰から食料品も値上げが相次ぎ、衝動買いや大量購入などは全くみられなくなっているが、ついにはビールも2、3月から価格が上がるため、客の買い控えが顕著になる。
	その他専門店〔酒〕（営業担当）	・これから先も段階的に値上がりが進行することが想定され、アルコール飲料は真っ先にその影響を受け、景気は鈍化する。
	一般レストラン（経営者）	・増税の議論や諸物価の値上がりが響き、景気は悪くなる。客からも、ガス、電気、灯油などの値上げの話題が多く聞かれるようになってきている。
		観光名所（職員）
企業 動向 関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
やや悪くなる	変わらない	-
	農林水産業（従業者）	・燃料価格の高騰は当面続くと予想されることに加え、農産物価格の下落基調は変わらない。
	木材木製品製造業（経営者）	・2、3か月の間に受注量、販売単価など市場が回復することは難しく、厳しさは継続し状況はしばらく変わらない。
	建設業（従業者）	・価格競争は一段落しそうな気配がみられる。その一方でサブプライムローン問題の影響から設備投資に陰りがみられ、計画中断、計画延期などが出始めており、全体的には変わらない。
	輸送業（従業者）	・年度末にかけても、取引先の動向に良い話が聞かれない。
	広告代理店（営業担当）	・3月決算期に向けた予算消的な案件が無く、また、4月以降の目新しい動きも今のところみられない。
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・主に桃やりんごを扱っている果物生産農家の収入は、前年比85～90%程度にとどまっており、今後の支出は抑制される。
	食料品製造業（経営者）	・今年に入りいろいろな食料品が値上がりしている。消費者の購買意欲が衰退傾向になり不安要素が大きい。原材料確保は価格、量とも見通しが厳しい。
	食料品製造業（総務担当）	・原材料のコストアップを吸収するため、春以降に末端製品価格の値上げを打ち出したが、消費者が離れていく心配がある。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・地場の企業は大手企業や量販店の低価格攻勢に耐えられず、廃業や赤字決算に追い込まれている。その結果広告宣伝費を掛ける余裕が少なくなっており、チラシやパンフレットなどの印刷受注は減少する。
	電気機械器具製造業（経営者）	・原価高騰の影響が業況に顕著に現れ始めており、先行きは大きい不安である。収益面の悪化だけではなく、仕事量を確保できるかどうかも心配になっている。周囲の様子は、好調であった自動車部品関連の工場も、最近では頭打ちの状態になってきている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・取引先の話から、半導体設備投資の下方修正が具体的な数値の形で読めるようになってきた。今後、生産計画は下方修正のリスクを盛り込む見直しを予定している。

	建設業（企画担当）	・証券化手法によるオフィス建設が仙台中心部で多くみられていたが、サブプライムローン問題が発生してからは、外資ファンドが新規プロジェクトに対する投資を手控える動きが出てきている。	
	輸送業（経営者）	・先行き不安から消費者の買い控えが起こり、物流までが縮小するのではないかと懸念を持っている。	
	通信業（営業担当）	・地域企業としての強みをPRしていきたいところだが、費用対効果的に現状では投資回収が難しく、これといった施策が見つからない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・当店のチラシ折り込みと購読料収入をみると、前年の9月以降下がりが続いている。そのグラフの線が、この先そのまま延びていくようになる。	
	コピーサービス業（経営者）	・仙台はビルの建設ラッシュであり、見掛け上は景気が良いように見えるが、現実には厳しい状態が続いている。新築に伴う什器（じゅうき）類の引き合いも極めて少ない。仙台は支店経済の街と言われるが、地元からの調達が増えなければ景気は良くならない。	
	悪くなる	繊維工業（営業担当）	・給料は変わらなくても、あらゆる物が値上がりしているため、景気は悪くなる。
		広告業協会（役員）	・現在の受注状態から推察するに、今年の上半期は期待できる状態にない。むしろ一段と厳しさが増してくる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・移動通信系の大型事務センター関連業務を正式に受託し、2、3か月先は繁忙期となる。その規模からして、身の回りの景気は良くなる。
		職業安定所（職員）	・大きな改善要素とは言えないまでも、6月に開店予定の大規模小売店の募集が始まる時期である。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・1人当たりの生産性を限界まで高め、それでもこなせないほどにまで仕事量が増えない限りは新たな投資も行われな ない。景気が上向き印象は持てない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・先行き不安の状態が改善せず求人を抑制する動きは強まるものの、流通業では出店計画に伴う採用が動き始めていることもあり、トータル的には変わらない。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率の水準が、好調であった前年のレベルになかなか戻らない。サービス業の求人倍率を押し上げていた、請負・派遣業の伸び悩みが目立っている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・好調を維持してきた輸出向けメーカーに陰りがみえ、東北にも影響が出てくる。
		人材派遣会社（社員）	・労働者側が契約更新を望まないケースが増えてきているため、代替の労働者確保に苦慮している。登録者の減少により、積極的な営業活動はあるか現状維持も困難な状況になりつつある。
		職業安定所（職員）	・求人数が減少し、正社員求人の割合も上がらない状況が続いており、さらに人員整理を予定している事業所がいくつかあるなど、改善の見通しが立たない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が減少しているだけではなく、新規求職者も増加傾向になってきたため、今後の推移は厳しさを増してくる。
	職業安定所（職員）	・秋口からの原油高、及びそれに伴う原材料高がコストアップ要因となっており、一方で製品価格への転嫁は進まないため、中小企業では経営が圧迫され経費の削減を迫られている。そのため、採用活動は停滞する。	
	悪くなる		