

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	-	-	
		商店街（代表者）	・ガソリンや灯油価格が低下し、食品の値上げも落ち着いてきていることから、消費者の不安感は徐々に払しょくされ、今後景気はやや上向く。 ・3月に新酒が入ってくるため、現在よりは売上が増加する。	
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・健康栄養食品や雑誌・コミック、DVD等の我慢できる物の売上は落ちているが、タスポ効果による新規客の増加により、主力商品の売上が好調を維持しており、今後もこのような傾向が続く。	
		コンビニ（経営者）	・健康栄養食品や雑誌・コミック、DVD等の我慢できる物の売上は落ちているが、タスポ効果による新規客の増加により、主力商品の売上が好調を維持しており、今後もこのような傾向が続く。	
		乗用車販売店（経営者）	・年間で最も需要が見込める3月を前にして、新型のハイブリッドカーが発売されることから、来客数の増加が十分期待できる。	
		住宅販売会社（従業員）	・四半期程度先の受注件数が見えてきており、今後は若干良くなる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・年末に新たに撤退した店もあり、年明けの開店は不透明な状況にある。商店街及び社会全体で抜本的対策を打ち出さない限り、今後の景気回復は困難である。	
		百貨店（営業担当）	・景気後退で地域にも暗いムードがまん延しており、短期間での回復は困難である。	
		スーパー（店長）	・前月から実施しているポイント販促や価格強化により、既存店の来客数、売上共に前年に比べて増加しているが、販促期間が終了すれば売上は再び減少する。	
		衣料品専門店（店長）	・来客数は増加しているものの客単価が低下しており、この傾向は今後も続く。	
		乗用車販売店（従業員）	・県の景気対策の一環で、低公害車への買換えには、消費税分の5%が還付されるにもかかわらず、客の動きが出てこないことから、今後も厳しい状況が続く。	
		一般レストラン（経営者）	・一般の予約客が減少しており、今後も売上低迷が続く。	
		スナック（経営者）	・新年会の来客数が例年より少ないことから、春先の人事異動に伴う歓送迎会も期待できない。	
		旅行代理店（従業員）	・景気が上向く材料が全くないことから、今後も悪いまま現状を維持する。	
		タクシー運転手	・仙台・宮城デスティネーションキャンペーンが終了し、今後は乗客数が減少する。	
		美容室（経営者）	・売上や来客数、客単価が低下するなか、政府の減税対策による消費回復を期待している。	
			商店街（代表者）	・例年より暖冬傾向にあることから、冬物商材の売行きが悪く、春物への転換も時期尚早であることから、今後は、冬物の在庫処分でのぐしかなない。
		やや悪くなる	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・政治不安や雇用不安により、消費マインドは更に冷え込む。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）		・景気が回復する材料が全く見当たらないため、今後も客の買い控え傾向が続く。	
	百貨店（広報担当）		・雇用不安や景気の先行き不透明感から、必要な物だけを購入するという買い控え傾向が今後も続く。	
	百貨店（販促担当）		・春物商戦の動きが例年より遅くなっており、3月人形の売行きも低迷していることから、今後も厳しさを増す。	
	百貨店（経営者）		・雇用不安や賃金削減などの環境にあるなか、客は進学や就職などに優先支出することから、その他の個人消費に向けられる支出はますます減少する。	
	百貨店（経営者）		・景気の先行き不透明感や、マスコミによる不況報道の影響により、消費マインドは更に減退する。	
	スーパー（経営者）		・雇用不安が広がり、買上点数の減少や価格競争の激化が懸念される。	
	スーパー（店長）		・雇用情勢の悪化や所得減少に伴い、客の節約傾向が強まり、売上や客単価が今後更に低下する。	
	スーパー（店長）		・来客数は前年を上回っているが、買上点数が伸びず、特に牛肉や嗜好飲料の動きが悪くなっている。このような傾向は今後も続く。	
	スーパー（店長）		・電機や自動車製造業においてリストラが行われるなど、景気回復の兆しは全くみえないことから、衣、食、住における消費の冷え込みは今後も続く。	

スーパー（総務担当）	・地域では、食料品以外の製造業各社で雇用調整を進めており、今後、正社員の解雇や派遣社員の雇止めが本格化すると、消費は更に縮小する。しばらくは失業給付期間があるため、食料品への影響は最小限となるが、国内外の景気対策による需要回復は相当の期間を要することから、今後も厳しい状況が続く。
コンビニ（エリア担当）	・郊外立地の店舗の客層は、業況が悪化している建築や物流の関係者が多いことから今後売上の減少が懸念される。
コンビニ（店長）	・店を利用する建設業関係者の話では、受注減少により決算を乗り切れない建設会社が数多く出てくるとのことであり、今後も厳しい状況が続く。
衣料品専門店（経営者）	・世界同時不況や政治不安など、先行き不透明な状況が続くことから、今後も景気回復は望めない。
衣料品専門店（総務担当）	・消費マインドが冷え込んだまま今後も回復しない。
住関連専門店（経営者）	・金融不安や、製造業の雇用問題などにより、客の財布のひもはますます固くなることから、短期間での景気回復は困難である。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・地域の中小企業だけでなく、大企業の倒産や経営危機に関する情報が頻繁に聞こえてきており、今後の見通しも全く不透明な状況にあることから、消費者の買い控えは深刻なものになる。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	・春先に地方や国政選挙が行われるため、飲食店の売上が落ち込む。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・市況価格の下落幅が、卸価格の下落幅より大きいことから、価格が変動するたびにマージンが圧縮されており、今後も厳しさを増す。
高級レストラン（支配人）	・宿泊客の減少に伴い、レストランへの来客数が減少しており、今後もこの傾向が続く。
その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・企業倒産や派遣社員の解雇に伴い失業者が増加することから、今後消費は更に減退する。
観光型ホテル（経営者）	・新聞紙上等の不況報道による風評により、旅行マインドが冷え込み、企画商品を作ってもなかなか売上には結びつかない状況にある。辛うじて女性の日帰り客が堅調であるが、厳しい状況は今後も続く。
観光型ホテル（スタッフ）	・景気の先行き不透明感により、特に企業や団体利用が減少する。
タクシー運転手	・派遣労働者の雇止めが3月にピークとなり、首都圏から東北に帰ってくる失業者が増加することから、不況感は更に拡大する。
通信会社（営業担当）	・3～4月は、携帯電話の売上が増加する時期であるが、製造業の業況が落ち込んでいることから期待はできない状況にある。
通信会社（営業担当）	・景気が良くなる要素が全く見当たらないことから、今後もますます厳しくなる。
通信会社（営業担当）	・政府の景気回復の具体策がいまだに見えてこないことから、今後も景気は厳しさを増す。
通信会社（営業担当）	・大手企業では決算の下方修正や人員削減が行われ、連鎖倒産も増加することから、今後も景気は悪くなる一方である。
観光名所（職員）	・県内への観光客自体が減少しており、今後、予約やフリー客が増加する見込みはない。
悪くなる	・企業の決算期である2～3月の売上は最悪の状況となる。
商店街（代表者）	・客の買上単価の低下傾向は今後も続く。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・先行き不安があるなか、消費者は耐え忍んでいる状況にあり、今後も厳しさを増す。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・マスコミによる過度な不況報道の影響により、金銭的に余裕のある消費者でも、消費マインドが冷え込み、出費を控える傾向が強まる。
一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・政府の景気対策が、企業業績の悪化に追い付いていない状況のなか、今後は社会保障、特に年金改革の道筋を付けなければ、個人消費が上向くのは困難である。
百貨店（企画担当）	・売上低迷が続いており、底が見えない状況にある。民間企業の業績悪化や雇用情勢の悪化が今後も続くことから、景気回復は望めず、しばらくは悪い状態が続く。
百貨店（経営者）	・取引先の景気の状態が悪いことから、今後、取引条件の悪化に伴う収益悪化が懸念される。
スーパー（経営者）	・今後も売上減少や競争激化が顕著となり、デフレ傾向が強まる。

スーパー（経営者）	・建設業や農業関連の従事者が多い地域であり、今後雇用情勢の悪化が懸念されることから、生活防衛型の消費傾向が強まる。
スーパー（店長）	・大手企業の系列会社や下請企業の倒産が相次いでおり、今後景気はますます冷え込む。
スーパー（店長）	・ガソリンや食品価格の値上げは落ち着いているが、株安や雇用情勢の悪化に伴い、今後も消費マインドは低下する。
コンビニ（経営者）	・製造業のリストラの波が当地域にも及んでおり、また、周辺の飲食店でも年明けから明らかに来客数が減少しているなど、景気が回復する兆しが見えてこない。
コンビニ（経営者）	・企業業績の悪化に伴う失職者の増加により、来客数が減少する。
コンビニ（経営者）	・製造業では、非正規社員のみならず正規社員も削減され、失業者が増加することから、生活防衛型の購買傾向が強まる。
衣料品専門店（経営者）	・今後、春物の時期に入るが、雇用不安の高まりに伴い、消費マインドが落ち込むことから一段と厳しい状況となる。
衣料品専門店（経営者）	・例年、年度末は、卒業式や入学式、入社式などに関連したスーツやコートなどの高単価商品の動きが良くなるが、今年は、販売数量、単価共に期待できない。
衣料品専門店（店長）	・年度末はフレッシュマン商戦が行われ、年間最大の繁忙期となるが、今年は、親世代が不景気の影響を大きく受けて、財布のひもが固くなっており、例年よりも厳しい商戦となる。
衣料品専門店（店長）	・大企業が決算期を迎え、赤字決算に関する報道も多くなることから、消費マインドは抑えられ、景気は上向きにならない。
衣料品専門店（店長）	・今後更に雇用情勢が悪化することから、消費マインドは更に冷え込む。
乗用車販売店（経営者）	・個人客は収入や雇用不安、法人客は資金繰り不安を抱え、消費マインドは一段と冷え込むことから、売上は更に減少する。
乗用車販売店（経営者）	・4月から実施される自動車優遇税制は歓迎すべきであるが、逆に3月までは買い控え傾向が強まる。
乗用車販売店（経営者）	・自動車販売店では、春の需要期を迎えるが、昨今の経済情勢から判断して期待はできない状況にある。
乗用車販売店（経営者）	・既存客のサービス在庫数は前年に比べ50%強と極めて憂慮すべき事態となっているが、整備の低価格化を図っても効果はなく、在庫数増加と収益性確保を両立させる対応策もないことから、今後も減少傾向が続く。
住関連専門店（経営者）	・様々な販売企画を実施しているが、必要なもの以外買わないという客の購買傾向が強まっており、売上につながらないことから、今後もますます厳しくなる。
その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・自治体や企業の設備投資の先送りによる建設関係や製造業の受注減少が、連鎖的に他業種の業況悪化につながり、一般消費者まで影響が波及することから、今後も買い控え傾向が強まる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・価格競争の激化に伴う赤字販売が続くなか、需要回復も期待できず、3月の決算期を乗り越えられないスタンドが増加する。
高級レストラン（経営者）	・先行き不安により、所得が安定している客まで出費を抑える傾向あり、今後も更に厳しさを増す。
一般レストラン（経営者）	・景気が良くなるような材料は全く見当たらず、年度末を迎えて更に状況は厳しくなる。
一般レストラン（経営者）	・今年度末に事業を縮小もしくは撤退するという客が多くなっていることから、今後も確実に景気は悪化する。
一般レストラン（経営者）	・消費者は様子見をしており、中心街への来客数が減少していることから、短期間での景気回復は考え難い。
観光型旅館（経営者）	・予約状況は芳しくなく、今後も厳しさを増す。今後は、営業マンの積極採用により、今年の後半以降の入込数増加を期待している。
観光型旅館（経営者）	・全体的に客の動きが悪くなっており、予約数の減少傾向は今後も続く。また、平日の予約は全くない日もあり、以前より直前予約の傾向が強くなっている。
都市型ホテル（経営者）	・宿泊関係では、周囲のホテルとの競争激化により価格が低下し、更に宿泊者数も減少していることから、今後かなりの売上減少が見込まれる。また、宴会部門では、3か月先までの予約数が前年に比べて1割以上の減少となっており、今後厳しさを増す。

		都市型ホテル（スタッフ）	・ 婚礼関係は、ブライダルフェアの回数を増やすなどの対策を取っているが来客数が少なく、受注件数が極端に減少していることから、今後も期待が持てない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 企業の業績悪化に伴い、会合などのキャンセルの増加や、出席人数の減少傾向が続く。
		タクシー運転手	・ 一部のタクシー会社では、料金を引き下げる動きがあり、景気が良くなる材料が見当たらないなか、今後も厳しさを増す。
		競艇場（職員）	・ 製造業の雇用削減や設備投資の削減などにより、労働者の所得減少に拍車がかかり、更なる遊興費の低下が見込まれる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ 定額給付金が支給されても、消費に回することは期待できない。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	建設業（経営者）	・ 資材の値上がりも一段落し、今後、景気刺激策である住宅減税の効果も見込めることから、ある程度の景気回復は見込める。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・ 消費者の買い控え傾向が続いており、しばらくは売上の回復は望めない。
		木材木製品製造業（経営者）	・ 住宅着工数が回復する見込みはなく、今後も厳しい状況が続く。
		土石製品製造販売（従業員）	・ 年度末にかけて予算消化のための工事が各地で行われるため、受注量は前年度並みとなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・ 資金が回らず、縮小均衡の悪循環に入りつつある。
		司法書士	・ 不動産取引は低調のまま推移しており、景気が回復するような材料が見当たらない。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・ 不景気により、最初に節約の対象となるのは酒代であることから、今後も厳しい状況が続く。ただし、必需品ではないにしろ消費者には欠かせない商材であることから、今後の下げ止まりに期待したい。
		やや悪くなる	食料品製造業（経営者）
		電気機械器具製造業（企画担当）	・ 作業量が落ち込んでおり、固定費を作業量に見合うレベルにするため、今後更に人件費などの削減を行う必要がある。
		輸送業（従業員）	・ 保税蔵置場内のテナント企業が撤退する予定となっている。
		金融業（広報担当）	・ 雇用情勢の急速な悪化に伴い、元々全国でも最低レベルにある当地域の雇用環境は、今後更に厳しさを増す。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・ 周辺の商店では廃業や身売りが増加しており、また、個人宅に集金に訪れる際も生産調整やリストラによる自宅待機で、普段在宅していない家族を見かけることが多くなっており、今後も希望が持てない状況にある。
		その他企業〔管理業〕（従業員）	・ 景気回復の材料が全く見当たらないため、当面は悪い状況が続く。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・ ほとんどの果樹専業農家では、前年の豊作により販売価格が下落しているため、今後、資本投下して積極的な農業を展開することは困難な状況にある。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・ 地区内の同業者の話では、1月の売上は前年比で半分にも満たない状況になっている。今後は受注獲得競争の激化により、価格が一段と低下し、収益はますます悪化する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・ 自動車部品については、生産調整をせざるを得ない状況が続く。また、急激な円高により、損益分岐点を大きく下回る状況が続く。
		建設業（企画担当）	・ 手持の消化工事もことから製造業のような急激な落ち込みはないものの、今後受注環境がますます厳しくなる。
		輸送業（経営者）	・ 世界的な不況の影響が当地域にも顕在化し始めていることから、今後も物流の減少傾向が続く。
		通信業（営業担当）	・ 地元の優良企業からも値下げ要請をされるようになっていくことから、今後はこれまで以上に厳しい状況になる。
		広告業協会（役員）	・ 広告業界では人員削減や営業所の閉鎖などのうわさが飛び交っている。
		広告代理店（経営者）	・ 取引先の業績が悪化しており、今後の取引について強い値引き要求をされている。
		広告代理店（経営者）	・ 企業の広告宣伝費は今後も削減され、費用対効果を最大限求められることから、利益幅は更に圧縮される。
		経営コンサルタント	・ 自動車や電子部品関連の中小企業では、4月以降の受注予約が全くない状況にある。

		公認会計士	・消費や設備投資マインドが冷え込んでおり、今後景気が良くなることは考えられない。
		コピーサービス業（経営者）	・取引先では、危機意識がますます高まり、今年度予算化したものを抑制しながら消化する傾向が続く。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・国内需要の減退に伴い、今後はデフレ傾向が強まることから、将来の資金繰りを考慮した在庫管理が必要となる。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅関連はすそ野が広い業界であるため、今後見込まれる住宅着工数の大幅な減少に伴い、幅広い業種に悪影響を及ぼす。
		協同組合（職員）	・半導体、自動車、デジタル家電の需要が依然と冷え込んでおり、これから更に減産が予想されることから、受注量の確保は厳しい状況が続く。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	職業安定所（職員）	・景気が回復するような明るい話題が見当たらないため、悪い状況が今後も続く。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣契約の打切りや、料金の値下げ要求が相次いでおり、今後も一段と厳しくなる。
		人材派遣会社（社員）	・地元の自動車関連工場の大量解雇が今後消費を縮小させ、景気悪化のスパイラル現象を招く。
		アウトソーシング企業（社員）	・例年3月分の人材派遣の予約が入る時期であるが、今のところ予約がない状況にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・景気の底打ち感は見られず、今後も厳しさを増す。
		職業安定所（職員）	・工場閉鎖や派遣契約の打切りに関する話ばかりが聞こえてきており、今後も離職者が増加する。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求人倍率が、前年に比べて低下傾向で推移する。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の減少が続いており、企業からも先行きを危ぶむ声が多数聞かれる。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・4月から派遣社員の直接雇用が増加することから、派遣契約終了と逸材流出の痛手を負い、3か月先の景気は危機的状況となる。
		人材派遣会社（社員）	・景気が良くなるような好材料が見当たらず、これまで伸び続けていた事務系の人材派遣も頭打ちの状況にあることから、今後、接客や販売、介護、農業などの新たな分野において雇用創出する必要がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・京阪の景気的情勢がますます悪化の一途をたどっているため、支店経済の仙台圏にも今後、その影響が波及する。
		職業安定所（職員）	・雇用調整の動きが急速に高まっており、先行き不透明な状況が続く。
		職業安定所（職員）	・管轄する地域には首都圏の景況が直接影響する中小企業が多く、景気回復の見込みは薄いことから、今後も雇用情勢は悪化する。
職業安定所（職員）		・各種助成金の説明会に300社が出席するなど、今後休業を計画している事業所が多数見込まれる。	