

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） | ・中心街区の商店街では、高速道路料金引下げによる効果が薄く、来客数の減少傾向が続いているが、景気に底打ち感が見え始めている。 | | |
| | | 商店街（代表者） | ・定額給付金の給付により消費がやや回復する。 | | |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・定額給付金の給付により、一時的ではあるが消費が回復する。 | | |
| | | 百貨店（販促担当） | ・これまで苦戦していた衣料部門では、若年層をターゲットにした分野で回復の兆しがみられるなど、長く続いていた客の買い控え傾向に歯止めが掛かる。 | | |
| | | 百貨店（経営者） | ・定額給付金の給付やプレミアム付商品券の発行などにより、若干の消費回復が期待できる。 | | |
| | | 家電量販店（店長） | ・政府の追加経済政策として、省エネ家電の普及促進を目的に導入されるエコポイント付与の効果で売上の増加が期待できる。 | | |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・環境対応車への減税に続き、補助金の支給が決定されれば、これまで買い控えしていた客に動きが出てくる。さらに自動車メーカー各社の新型車投入による相乗効果も期待できる。 | | |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・環境対応車への減税や補助金の効果により、今後売上は増加する。 | | |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・環境対応車に対する減税や補助金などの発表が追い風となり、消費者の乗換え需要は確実に増加する。 | | |
| | | その他専門店〔食品〕（経営者） | ・地元客向けの新製品や、高速道路料金引下げ効果で増加した観光客向けの廉価なパック詰商品の販売によって、売上減少に歯止めが掛かる。 | | |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・定額給付金の給付が始まることから、消費者の購買意欲は少なからず上昇する。さらに大河ドラマによる経済効果により地域全体の景気が回復に向かう。 | | |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・客単価は低下傾向にあるが、今後は客のニーズに合わせた商品をいち早く提供することで来客数の増加が期待できる。 | | |
| | | その他飲食〔弁当〕（スタッフ） | ・当地域では5月から定額給付金の給付が始まることから、消費はある程度回復する。 | | |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・下旬開催のイベントに対する客の反応が良くなっていることから、今後も積極的なイベント展開により不況による閉塞感からの脱却が期待できる。 | | |
| | | 観光名所（職員） | ・来客数、客単価共に前年を上回っており、このような状況は今後も続く。 | | |
| | | 美容室（経営者） | ・定額給付金の給付により一時的ではあるが消費回復効果が見込める。 | | |
| | | その他住宅〔リフォーム〕（従業員） | ・薄利多売の競合店の影響で厳しい状況が続くものの、今後消費はやや回復する。 | | |
| | | 変わらない | 変わらない | 商店街（代表者） | ・中心街区が一体となって郊外の大型店対策を進めていかなければ、今後も厳しい状況が続く。 |
| | | | | 商店街（代表者） | ・定額給付金の給付は明るい話題であるが、景気全体を押し上げるまでには至らない。 |
| 一般小売店〔書籍〕（経営者） | ・定額給付金の給付により、一定の消費回復効果が期待できるが、所得減少などの他要因により、売上は前年並みに推移する。 | | | | |
| 一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者） | ・高速道路料金引下げにより、客は郊外の大型店に行きやすくなることから、中心街区の商店街は景気対策の恩恵を全く享受できず、厳しい状況が続く。 | | | | |
| 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・景気回復の材料が見当たらず、周辺の飲食店では売上低迷が続く。 | | | | |
| 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・政府の景気対策によりある程度の消費回復効果は期待できるが、中長期的には厳しい状況が続く。 | | | | |
| 百貨店（売場主任） | ・相変わらず客の生活防衛意識は高く、高額商品の売行きは悪いものの、安くて良い物への購買意欲は高まっており、今後に期待が持てる。 | | | | |
| 百貨店（企画担当） | ・製造業の在庫調整が進み、早期の景気回復を期待していたが、夏のボーナスが減額になる見込みであり、回復までには時間を要する。景気が上向くような明るい話題も乏しく、消費マインドは落ち込んだままの状況が続く。 | | | | |

| | |
|------------------------|--|
| 百貨店（広報担当） | ・定額給付金の給付に伴い一時的に消費は回復するが、ボーナスの減額などのマイナス要因も多く本格的な景気回復までには至らない。 |
| 百貨店（経営者） | ・プライダルの動きが全くない状況のなか、夏のボーナスの減額が予想されることから、当面は現在の悪い状況が続く。 |
| 百貨店（売場担当） | ・高速道路料金引下げや、大河ドラマの効果もあり、ゴールデンウィーク期間中は来客数の増加が期待できるが、衣料品は依然として節約対象となっており、売上増加は見込めない。 |
| 百貨店（経営者） | ・3月期決算では業績悪化している企業が多く、夏季賞与も期待できないことから、厳しい状況は今後も続く。 |
| スーパー（店長） | ・消費者の生活防衛意識は相変わらず高く、競合店との値下げ競争が激化していることから、買上点数、客単価共に落ち込んでいる。定額給付金の給付の効果も全く感じられず、今後もこのような傾向が続く。 |
| スーパー（店長） | ・価格訴求を強化せざるを得ない状況となっており、特売品も値下げしている状況にあることから、1品単価の下落傾向は今後も続く。 |
| スーパー（店長） | ・競合店のプライベートブランド商品の値下げによる競争激化や、新型インフルエンザの発生による輸入豚肉の風評被害が懸念され、今後も景気回復は期待できない。 |
| スーパー（総務担当） | ・新型インフルエンザの影響で、5月は加工食品やマスクなどの日用品の需要が一時的に高まるが、この特殊要因がなくなれば、前年並みに推移する。 |
| コンビニ（経営者） | ・来客数、客単価、買上点数共に前年を上回っているが、今後は、日用雑貨品の値下げが相次ぎ、売上は横ばいで推移する。 |
| コンビニ（経営者） | ・周辺は製造業が多いことから、業況が回復しない限り、売上低迷が続く。 |
| コンビニ（経営者） | ・来客数は前年に比べ2%の増加が見込まれるが、客単価の低下傾向は今後も続く。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・郊外立地の店舗を中心に、高速道路料金引下げによる効果が現れるが、景気全体を押し上げるまで至らない。また、5月以降はタスポ導入から1年を経過することから、売上は前年を下回って推移する。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・客の生活防衛型の消費傾向は今後も続き、定額給付金の給付やプレミアム付き商品券の発行などの消費刺激策は、期待通りの効果は得られない。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・今後も消費マインドは落ち込んだまま回復しないことから、売上の増加は期待できない。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・来客数が増加しているものの、1品単価や買上点数が低下傾向にあることから、売上は横ばいで推移する。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・依然として不景気感が強く、当面消費回復は見込めない。 |
| 衣料品専門店（総務担当） | ・定額給付金の給付が開始されているが、消費活性化の効果はあまり期待できない。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・政府による環境対応車への購入支援策の効果を最大限発揮させるため、低年式車を保有する客に対して乗換えを進めるダイレクトメールを発送することから、売上の増加が期待できる。 |
| 乗用車販売店（従業員） | ・環境対応車に対する減税や助成など、政府や県による景気対策の効果はある程度あるものの、客の財布のひもが固い状況は今後も続き、売上は横ばいのまま推移する。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・売上が今以上に減少することは考えられず、今後は悪いながらも横ばいの状態が続く。 |
| その他専門店〔化粧品〕（経営者） | ・プレミアム付き商品券の効果により中心街区では多少活気が出てきており、今後もイベントの開催などを通じて来客数の増加傾向が続く。 |
| その他専門店〔呉服〕（経営者） | ・景気が回復するような好材料が乏しく、今後も厳しい状況が続く。 |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・需要低迷で価格上昇が見込めないことから、今後半年程度は非常に厳しい状況が続く。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・現在は景気の底であり、売上が落ち込んだまま状況は今後も続く。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・政府の消費刺激策による効果は、一時的なものに過ぎず、景気全体を押し上げるには至らない。 |
| 一般レストラン（スタッフ） | ・所得減少に伴い消費マインドは冷え込んでおり、今後とも来客数の減少傾向が続く。 |

| | | |
|--------|------------------------|--|
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・高速道路料金引下げや定額給付金の給付、大河ドラマ効果を期待しているが、今のところ予約状況は上向かず、さらに選挙が始まれば一般宴会への悪影響が懸念される。 |
| | 旅行代理店（店長） | ・国内旅行の売上は前年並みで推移するが、海外旅行は燃油サーチャージの負担低減もしくは廃止によりリピーターの動きが良くなり、前年を上回って推移する。 |
| | タクシー運転手 | ・新幹線から降車する客の様子をみると、行楽を近場で済ます傾向が見受けられ、この傾向は今後も続く。 |
| | 通信会社（営業担当） | ・定額給付金の給付により消費回復効果が期待できる。 |
| | 通信会社（営業担当） | ・景気が底打ちする兆しは全くみられず、今後も厳しい状況が続く。 |
| やや悪くなる | 百貨店（営業担当） | ・景気悪化の連鎖反応であらゆる業界が厳しい状況にあり、景気回復のための材料が見当たらない。 |
| | スーパー（店長） | ・近隣に開店した競合店への客の流出を防ぐため、重点商品の価格引下げを実施しているが、1品単価が低下するため、売上は減少する。 |
| | コンビニ（エリア担当） | ・買上点数、1品単価共に下げ止まり感がみられず、今後も客単価は低下する。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・サマーセールでは、買上点数は前年並みとなる見込みであるが、1品単価が低下する。 |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・地方の中小企業、特に小売業では、価格競争の激化で大企業に太刀打ちできない状況にあり、今後も厳しさを増す。 |
| | 衣料品専門店（店長） | ・クールビズが前年以上に浸透し、サマースーツの需要が減少する。 |
| | 乗用車販売店（経営者） | ・環境対応車への減税や補助金への関心が、個人、法人問わず高まっているが、環境対応車への極端ともいえる需要の偏りが生じており、売上全体では、前年を20%程度下回る見込みとなっている。 |
| | 住関連専門店（経営者） | ・定額給付金の給付などの政策によりある程度の消費回復が見込まれるが、地方では資本力のある大型店が市場を独占しており、今後も厳しさを増す。 |
| | 住関連専門店（経営者） | ・景気低迷や雇用情勢の悪化に伴い、客の財布のひもは更に固くなることから、耐久消費財の売上は減少する。 |
| | その他専門店〔パソコン〕（経営者） | ・客は価格にシビアで今後も出費を抑制する傾向が続くことから、景気回復は困難である。 |
| | その他専門店〔酒〕（営業担当） | ・景気の先行き不透明な状況が長引くなか、客はより安価な物を求める傾向が強まり、デフレが進行する。 |
| | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・景気の先行き不安が高まるなか、ガソリン需要は更に減退する。 |
| | スナック（経営者） | ・景気が底打ちするような明るい話題も見当たらないことから今後も売上は減少する。 |
| | 観光型ホテル（経営者） | ・イベントを企画しても客の反応が薄く、落ち込んでいる旅行マインドが回復する要素は全く見当たらない。 |
| | 観光型ホテル（スタッフ） | ・小売業や製造業の業況が悪化し、レストランへの不安も高まっていることから、来客数は今後も減少する。 |
| | タクシー運転手 | ・就職説明会の会場から乗車した客によると、説明会の参加企業は非常に少なく、狭き門となるとのことである。若年層の就職が厳しい状況下で、今後景気が良くなることは考えにくい。 |
| | 通信会社（営業担当） | ・受注が回復するような好材料は見当たらず、今後もじわじわと厳しさを増していく。 |
| | 遊園地（経営者） | ・景気対策の効果が消費全体に波及することを期待しているが、底打ちする時期が不透明である。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・今後も受注量の減少が続くものの、長期管理客からの受注が順次入ることから大きな落ち込みとはならない。 |
| 悪くなる | 商店街（代表者） | ・これまで経験がないほど来客数が落ち込んでいる状況にあるが、5月は更に減少し、その後の回復は見込めない。 |
| | 一般小売店〔雑貨〕（企画担当） | ・雇用環境の悪化や所得低迷が続くなか、今後個人消費が上向く要素は見当たらない。さらに新型インフルエンザなどの外部要因も出てきており、景気の先行きは不透明な状況にある。 |
| | スーパー（経営者） | ・可処分所得が依然として低迷しており、今後も売上、客単価共に低下する。 |
| | スーパー（経営者） | ・建設業や製造業における雇止めの増加や、賃金低下が影響して、今後も消費マインドが低下する。 |
| | コンビニ（経営者） | ・雇用情勢の悪化に伴い、客の購買力が低下することから、売上が減少する。 |

| | | | |
|----------------|--------|-------------------------|--|
| | | 衣料品専門店（店長） | ・例年ボーナス商戦では、特に40～60代の客の動きが良くなるが、今年は企業の業績悪化に伴うボーナス減額の影響で、スーツにかけられる予算が抑制され、厳しい商戦となる。 |
| | | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | ・ガソリン価格の上昇や新型インフルエンザなど、景気後退要因はあるが、回復要因が見当たらないため、夏物衣料の1品単価の低下が懸念される。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・梅雨に入り、歓送迎会などの行事もないことから飲食店の売上が落ち込む時期となるが、今年は解散総選挙が実施されるため更に落ち込む。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・ゴールデンウィークなどの連休以外は予約が全くない状況にあり、政府による景気対策の効果が現れるのもかなり先になる。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・宿泊部門では、底打ち感がみられず、前年末から続いている売上の減少が今後も続く。宴会部門においても企業の総会関係の予約状況から売上減少が見込まれる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・新型インフルエンザの影響で売上減少が懸念される。 |
| | | タクシー運転手 | ・ゴールデンウィークは、高速道路料金引下げ効果により遠出する消費者が増加するが、家計も圧迫されることから、売上は更に減少する。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・定額給付金の給付程度では景気回復は望めず、今後も消費は低迷する。自動車などのリーディング産業が通常稼働の状態にならない限り、消費の回復は困難である。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | | |
| | 変わらない | 農林水産業（従業者） | ・桃の花の開花が例年より5日早まり、お盆前の出荷が可能となることから、収入の増加が期待できる。 |
| | | 木材木製品製造業（経営者） | ・初めて住宅を購入する層の可処分所得は低迷しており、住宅需要が回復する環境にないことから、今後も需給バランスの悪い状況が続く。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・政府や世界各国の景気対策に期待感はあるものの、景気回復局面において地方経済の回復は遅れることから、当面は厳しい状況が続く。 |
| | | 建設業（経営者） | ・住宅ローン減税や金利引下げの効果により、今後景気は上向く。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・取引先や関係企業グループの業況から、今後景気が上向くような要素は見当たらない。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・取引先の広告費削減により新規案件がほとんどない状況が今後も続く。 |
| | | 経営コンサルタント 司法書士 | ・雇用環境が改善しない限り今後の景気回復は見込めない。 ・景気回復するような好材料が乏しいことから、今後も厳しい状況が続く。 |
| | | コピーサービス業（経営者） | ・政府による景気対策の効果が当業界に波及するまで、今後かなりの時間を要する。 |
| | | その他企業〔企画業〕（経営者） | ・取引先の印刷会社では、受注量の減少や価格の引下げにより、今後も厳しい状況が続く。 |
| | やや悪くなる | 農林水産業（従業者） | ・果樹の休眠期に高温が続き、授粉期に降雨が続いたことから、収穫量の大幅な減少が見込まれる。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・景気低迷が徐々に家計に影響を及ぼすことから、現在横ばいで推移している受注量は減少に転ずる。 |
| | | 食料品製造業（総務担当） | ・例年、夏季は需要が落ち込む時期であるが、今年は景気悪化の影響も加わり、売上は更に減少する。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・売上減少分を新規事業でカバーしていかなければ、今後も厳しさを増す。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・中小企業では、取引先の業況悪化により受注量が大幅に減少していることから、今後倒産が増加する。 |
| | | 建設業（企画担当） | ・製造業の業況悪化に伴い受注が減少しており、景気回復にはかなりの時間を要する。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・国内需要の落ち込みにより、輸送量増加の見通しが立たない状況にあり、今後も厳しさを増す。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・景気回復の兆しがみられず、今後も厳しさを増す。 |
| | | 広告業協会（役員） | ・環境対応車への減税による販売促進効果が出てきており、広告出稿の増加が期待できる。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・入札案件の減少傾向は今後も続き、価格も更に低下する。 |
| | | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・消費者の低単価志向に応えられない小売店の廃業が増加する。 |
| | | 協同組合（職員） | ・減給や定期昇給なし、夏のボーナスカットという企業が大多数を占めており、今後も先行きの受注予想が全く付かない状況にある。 |

| | | | |
|-----------|----------------|--|---|
| | 悪くなる | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） 一般機械器具製造業（経理担当） 公認会計士 その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・1～3月の売上は前年比85%、4月は50%と低下幅が拡大しており、今後も厳しさを増す。 ・先行きに受注回復の兆しが全くみえず、当初計画を更に下回る見込みとなっている。 ・政府の財政出動の効果が現れるのは、半年以上先となり、地方では更に遅れることから、当面は厳しさを増す。 ・安心、安全で価格が安い物を購入する消費傾向が強まっており、今後もしばらくこの傾向が続く。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・景気の先行きを様子見している企業が多数あり、6月末での契約更新は不透明な状況にある。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・相変わらず職業安定所は混んでいるが、求職者は、失業しないことに重点を置いていることから仕事を選別している。自動車部品産業の一部で、雇用情勢が改善しつつあるという話も聞こえてくるが、地方に現れるのはかなり先となる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・雇用調整を実施した事業所から派遣の求人申込が開始しているが、6月まで請負や期間社員を中心に雇止めが続く。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人数が減少する一方で、求職者数は大幅に増加しており、今後もこの傾向が続く。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・企業による採用抑制傾向は今後も続く。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・企業の人員削減に伴い新規求職者数が増加しており、今後もこのような傾向が続く。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・一時帰休を実施する企業は減少せず、雇用調整助成金の活用を希望する企業からの相談が相次いでいる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・前年に比べ求人数が大幅に減少しており、今後も雇用情勢は厳しさを増す。 |
| 職業安定所（職員） | | ・業種を問わず、休業などの雇用調整の動きが更に広がる。また、前年に比べ正社員の求人が大幅に減少し、パートタイマーや期間雇用の求人が増加する。 | |
| 悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・派遣契約の打ち切りが相次ぎ、派遣スタッフの実稼働者数の減少が続くなか、新規や増員の相談案件も途絶えており、今後は更に厳しさを増す。 | |
| | アウトソーシング企業（社員） | ・官庁関係からの受注は前年並みであるが、一般企業からの受注が減少しており、今後改善する要素が見当たらない。 | |
| | 職業安定所（職員） | ・雇用調整助成金や中小企業緊急雇用安定助成金の利用が増加しているが、今後、雇用調整を予定している企業からの相談も引き続き増加している。 | |