

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
家計 動向 関連	良く なっている	乗用車販売店 （経営者）	来客数の動き	・新型ハイブリッド車の発売や、県独自で実施している環境対応車への購入補助策が功を奏し、来客数や新車の引き合いが増加している。	
	やや良く なっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・高速道路料金引下げや定額給付金の給付の効果が現れており、商店街への客足が徐々に戻ってきている。ただし、高級飲食店や、高額商品の取扱店は依然として低迷している。	
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・新型インフルエンザの感染拡大の影響で、低単価ではあるがマスクの売行きが良くなっており、店頭にはぎわっている。	
		百貨店（広報担当）	販売量の動き	・定額給付金の給付が始まり、消費マインドに回復の兆しが出てきている。	
		百貨店（販促担当）	販売量の動き	・百貨店の売上に占める割合が高い婦人服の売上が伸びている。	
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・着回しの効くブランドや、客の呼び込みがしっかりできているブランドが好調で売上が前年を上回っているが、着回しの効かないブランドや、夏物ファッションでフリー客を取り込めないブランドは苦戦している。また、市内のホテルを会場に行っている催事も年々来客数が減少しており、苦戦している。	
		百貨店（経営者）	来客数の動き	・買上単価は上昇していないものの、来客数は増加傾向にある。	
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・吟味して買物する客の消費傾向に変化はなく、買上点数、買上単価は依然として低迷しているが、消費マインドは回復傾向にあり、買上率が上昇している。	
		衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ようやく気温が上昇し、初夏物を目当てに来店する客が少しずつ増加している。	
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・省エネ家電のエコポイント制度などの政策により、客の購買意欲が高まっている。	
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・環境対応車への補助金目当ての購入が増加している。客は車種の選定に時間を掛けており、購入までの期間が長くなっている。	
		乗用車販売店（経営者）	それ以外	・環境対応車への補助金制度が導入されることから、客に動きが出てきている。	
		その他専門店〔化粧品〕（経営者）	来客数の動き	・市内で使える11億円のプレミアム付き商品券を発行しているが、中心商店街では、同商品券の取り込み策を展開し、3億円程度回収している。	
		その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・高速道路料金引下げや大河ドラマ効果により観光客が増加しており、当地域に経済効果をもたらしている。	
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	来客数の動き	・客足が少しずつ戻ってきているが、客の財布のひもが固い状況に変わりなく、風評に消費マインドが左右されやすい状況が続いている。	
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客単価は相変わらず低迷しているが、景気に底打ち感が広がっており、企業関係の接待や家族の会食などの来客数が増加している。	
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・リニューアル効果もあり、婚礼や一般宴会の取り込みに成功し、宴会部門の売上が増加している。	
		遊園地（経営者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は前年よりも天候に恵まれたため、来客数は4年ぶりの高水準となり、前月までの落ち込みをカバーしている。	
		変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、商店街では各種イベントを展開したものの、来客数は横ばいで推移している。
			商店街（代表者）	お客様の様子	・5月の定額給付金の給付に合わせ、商店街独自の10%のプレミアム付き商品券を販売したところ、3日で完売し、商店街の売上に貢献している。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子		・新型インフルエンザの感染拡大の影響で、関連商品の売上が増加しているが、そのような特殊要因を除けば、景気に変化はみられない。		
百貨店（売場主任）	お客様の様子		・仕事や会議用のスーツ、ブラックフォーマルなどの商品の動きが良くなっているが、それ以外の商品は、必要な物以外は購入しない客の消費傾向が相変わらず続いている。		

スーパー（店長）	単価の動き	・客の節約志向が続いており、1品単価が下落傾向にある。
スーパー（店長）	来客数の動き	・高速道路料金引下げの効果により、ゴールデンウィーク期間中は帰省客の増加を期待していたが、逆に流出商圏となってしまう、売上が減少している。
スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は前年並みで推移しているが、客の節約志向の高まりを背景に、低単価商品や特売品の販売構成比が上昇していることから客単価が低下しており、前年に比べて売上がやや減少している。
スーパー（店長）	販売量の動き	・特売品や新型インフルエンザ関連商品の動きは良くなっているが、それ以外の商品は客の買い控え傾向が続いており、来客数、売上共に前年並みに推移している。
スーパー（総務担当）	単価の動き	・新型インフルエンザ対策の備蓄用として加工食品の缶詰、レトルト、冷凍食品などの保存系食品の買上点数が伸びている。買上単価は、生鮮食品では前年並みで推移する一方で、加工食品では低下が進んでおり、全体では前月よりやや低下し、前年並みとなっている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・売上は前年比110%、来客数は同105%と引き続き好調を維持している。タスポ導入から1年経過しているが、たばこの売上も同107%と好調に推移している。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は前年並みに推移しているが、買上単価が前年に比べ5%低下している。客の生活防衛意識は依然として高く、100円の菓子や調味料などの低単価商品を中心に購入する傾向が続いている。
コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・来客数は前年並みで推移しているものの、客の低価格志向に変化がみられず、客単価は依然として前年を下回る状況が続いている。
衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・定額給付金やプレミアム付き商品券を利用する客はいるが、来客数の増加までには至っていない。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・例年、気候が温暖になり、売上が伸びる時期であるが、落ち込んだままの状況が続いている。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・景気低迷が続く、先行き不安が高まるなか、消費支出を抑制する傾向が強まり、学校用品などの必需品についても低価格の物に移行している。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・環境対応車への減税や補助金制度、さらには新型ハイブリッド車の発売が追い風になり、ハイブリッド車の大量受注を確保している。ただし、全体の需要減少に歯止めが掛からず、販売や試乗実績は前年比90%程度にとどまっている。
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・環境対応車への減税など効果により来客数が増加しているが、売上が伸びていない。前年12月から販売台数は前年比2割減の状況が続いており、さらに小型車の比率が上昇しているため単価も大幅に低下している。
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・自動車業界では、ハイブリッド車のみが売れ、それ以外は厳しい状況が続いている。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・仏壇仏具は、我慢可能な商品であり、本当に必要な人以外は購入しない傾向にあることから来客数が低迷している。
その他専門店【呉服】（経営者）	お客様の様子	・客は、当店の主力商品である衣料品や布団の購入を先送りし、今ある物を我慢して使っている様子がうかがえる。
その他専門店【酒】（経営者）	お客様の様子	・一般家庭では、これまで安価な発泡酒や第三のビールが需要の中心となっていたが、ここにきてビールを購入する客が増加している。依然として厳しい状況は続いているものの、定額給付金の給付効果もあり、客からは景気に対する悲観的な声が聞かれなくなっている。
その他専門店【白衣・ユニフォーム】（営業担当）	販売量の動き	・主力商品である制服は、低価格品への移行が進んでおり、業種別では、建設業関係の動きが悪くなっている。一方で、病院の白衣や事務服のクリーニング付リースが増加している。
その他専門店【ガソリンスタンド】（営業担当）	販売量の動き	・ガソリンなどの燃料油の販売量が前年を若干下回っている。また、燃料油以外のタイヤやオイルなどは安価な商品に需要が偏っており、交換サイクルも長期化している。

	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ディナータイムの来客数が、前年に比べて大幅に下回る状況が続いている。
	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数が多い時と少ない時の差が大きく、全体では前年をやや下回っている。
	一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けから消費が縮小し、売上、客単価共に低下している。
	その他飲食[弁当] (スタッフ)	お客様の様子	・売上の低迷が長期間にわたり続いている。
	観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・ゴールデンウィークや高速道路料金引下げの影響で、4月より売上が多少増加しているが、前年を下回る状況が続いている。
	旅行代理店(店長)	販売量の動き	・新型インフルエンザの世界的な感染拡大により、海外旅行の見合わせが増加している。さらにその後の国内感染により国内旅行の取消や計画見合わせ、延期が予想以上に発生している。
	タクシー運転手	単価の動き	・ゴールデンウィーク終了後、タクシーの乗り控えが顕著になっている。
	タクシー運転手	来客数の動き	・乗車客が減少し続けており、特に夜間の客の落ち込みが大きい。
	通信会社(営業担当)	販売量の動き	・春先の需要期が終了し、携帯電話の売上が極端に落ち込んでいる。特に、客の買換えサイクルの長期化に伴い、機種変更の需要が落ち込んでいる。
	観光名所(職員)	販売量の動き	・来客数及び土産品の売上は前年並みで推移している。
	美容室(経営者)	販売量の動き	・美容室は高速道路料金引下げによる経済効果は全く享受できず、客の回転率が上がらない状況が続いている。
	その他サービス[自動車整備業] (経営者)	お客様の様子	・来客数、売上共に落ち込んだまま回復していない。廃業や倒産、撤退、統廃合により、法人客の減少も目立っている。
やや悪くなっている	一般小売店[書籍] (経営者)	来客数の動き	・来客数、客単価、買上単価共に低下傾向にある。
	スーパー(経営者)	来客数の動き	・客単価は横ばいで推移しているものの、買物頻度が低下している。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・消費者の低単価志向の高まりを背景に、商品の値下げが相次いでいることから、買上点数の増加策を実施しても、客単価の低下をカバーできない状況にある。したがって、全店舗ベースでは売上が前年並みを維持しているものの、既存店ベースでは前年を下回る状況が続いている。
	コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・タスポ効果が一巡し、売上は前年を下回っている。
	コンビニ(エリア担当)	単価の動き	・依然として客単価が回復せず、厳しい状況が続いている。特に中旬から25日までの売上及び客単価の低下が目立っている。
	衣料品専門店(経営者)	来客数の動き	・高速道路料金引下げに伴い、客は郊外に流れ、ゴールデンウィークや休日の売上が減少している。
	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・高速道路料金引下げの影響で、消費支出が行楽に回り、衣料品の売上が減少している。30代の来客数が激減しており、帰省客の来店も例年より減少している。
	住関連専門店(経営者)	単価の動き	・特別優待セールの実施により、前年に比べて来客数は増加しているが、買上単価が20%低下している。
	その他専門店[パソコン] (経営者)	競争相手の様子	・同業他社では、全くといいほど、受注がない状況が続いている。
	一般レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・関西地域での新型インフルエンザの感染拡大の影響で、外食を控える消費傾向が強まっており、来客数が減少している。
	観光型ホテル(経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク期間中は、満室が3日間のみであり、例年よりも厳しい状況となっている。さらに新型インフルエンザ感染拡大の影響で、関西方面からの客のキャンセルが相次いで発生しており、入込は前年に比べて20%の減少となっている。

		都市型ホテル (経営者)	単価の動き	・高速道路料金引下げの効果により、ゴールデンウィーク期間中は、一般の宿泊客が増加してある程度の客単価を確保できたが、その後のビジネス宿泊客の客単価が低下している。また、宴会部門でも単価が前年に比べ5～6%低下しており、ホテル全体の売上は前年を下回っている。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・上旬は高速道路料金引下げの効果もあり、宿泊、宴会、レストランの各部門は好調に推移していたが、新型インフルエンザの発生により、下旬に予約が入っていた全国大会がキャンセルになるなど、予想外の展開となっている。
		都市型ホテル (スタッフ)	それ以外	・新型インフルエンザへの過剰反応により、出張の自粛など、人の移動に多大な影響が出始めており、宿泊客数や宴会人数が減少している。
悪く なっている		商店街(代表者)	来客数の動き	・天候が良い日が続いているが、来客数は減少している。
		一般小売店[医薬品](経営者)	お客様の様子	・新型インフルエンザの感染拡大に伴い、マスクや消毒薬を買い求める客が増加しているが、品切れのため売上には全く貢献していない。
		一般小売店[雑貨](企画担当)	来客数の動き	・来客数の減少に加え、買上点数が減少しており、客単価が低下している。
		百貨店(企画担当)	単価の動き	・前年の秋以降、売上低迷が続いているが、ここにきて来客数や買上点数、客単価が更に低下している。
		百貨店(経営者)	お客様の様子	・来客数に大きな落ち込みはないが、不要不急な物の買い控えに加え、食料品の客単価も低下しており、客の財布のひもがこれまで以上に固くなっている。
		スーパー(経営者)	単価の動き	・客の可処分所得の減少に加え、競合店との競争激化により、売上、客単価共に低下している。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・ゴールデンウィーク明けから消費者の財布のひもは再び固くなり、安い物を買って回る消費傾向が顕著になっている。
		衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・周辺地域の工場が次々に閉鎖し、地域全体の景況感が更に悪化していることから、来客数が減少している。
		住関連専門店(経営者)	販売量の動き	・前年に比べて売上が大幅に減少しており、人員削減などあらゆる経費削減に努めている。政府が打ち出した省エネ家電のエコポイント制度は、ポイント付対象外の耐久消費財業界に深刻な影響を与えている。
		観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・新型インフルエンザの感染拡大に伴うキャンセルは発生していないが、新規予約の動きは非常に悪くなっており、前年比で20%以上の落ち込みとなっている。
		都市型ホテル(スタッフ)	来客数の動き	・景気の状態は、最悪の事態から脱しつつあるという見方が強まっているが、消費者の財布のひもは依然として固く、必要な物のみを購入する客の消費傾向が顕著となっていることから客単価が低下している。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・新型インフルエンザの影響で海外旅行、国内旅行共にキャンセルが相次いでおり、例年に比べて取扱量が減少している。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・新型インフルエンザ発生に伴い、売上が更に減少している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・乗客数の減少というより、街中のタクシー台数が増加して、客待ちする場所が少なくなっていることが、売上減少の要因となっている。また、経営悪化のため健康保険料を支払えないタクシー会社が出てきている。
	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・客の所得減少に伴う受注キャンセルや、ローコストの住宅メーカーとの競り負けにより、これまでにないほど新規受注が落ち込んでいる。	
企業 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	食料品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・高速道路料金引下げの効果により、ゴールデンウィークや休日の売上が前年より増加している。一方で平日の売上や、百貨店のインスタショップの売上は相変わらず低迷している。
		電気機械器具製造業(企画担当)	それ以外	・受注量は低水準のまま安定して推移している。

	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・必要に迫られて新築やリフォームを実施するケースが増加している。また、業者によって受注状況にばらつきが出てきている。
	その他非製造業 〔飲食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・出荷の状況は依然として厳しい状況にあるものの、やや回復傾向にある。
変わらない	農林水産業（従業者）	それ以外	・前年の桃、りんごなどの果樹全般の価格低下により、生産資材に資金を回す余裕がなく、厳しい状況が続いている。
	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・直売所に出荷している農産物は、相変わらず安い生産者の物が売れているが、直接購入したいという消費者が、徐々に増加している。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・牛タン業界は、価格高騰により客離れがかなり前から進んでおり、土産販売、レストラン共に低迷が続いている。
	木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・住宅部材の需給バランスが改善されず、収益性が悪化している。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が落ち込んだまま回復していない。
	土石製品製造販売（従業員）	受注量や販売量の動き	・取引先に対してセメント価格の値上げを要請する日々が続いているが、需要減を背景に市況上伸に至らず、厳しい状況が続いている。
	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・自動車部品の受注量は、前年の50%程度で推移している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・発注元企業の業況悪化に伴い、取引量が低迷しており、半導体業界などは特に厳しい状況にある。
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が前年を下回る状況が続いている。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・ボーナスの減額に伴い、住宅ローンの条件変更の申出が増加している。
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・緊急保証制度の活用により、倒産件数は小康状態を保っているが、企業収益の回復をつかがわせる動きは特に見当たらない。
		コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き
やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・ここにきて小学校やPTA関係の小さい仕事でも、競争見積りが導入され、仕事を奪われるケースが出てきている。
	輸送業（従業員）	取引先の様子	・企業の生産調整により、輸出入の全体数量が大幅に落ち込んでおり、先がみえない状況にある。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・企業の経営環境は厳しさを増しており、広告宣伝費が減少している。折込チラシは2～3割減少し、当店の経営圧迫要因となっており、新聞広告も大幅に減少して新聞のページ数が6～8ページも縮小している。
悪くなっている	繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費マインドは落ち込んだまま回復せず、売上が減少している。
	建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・工事の出件数が減少しており、4月以降の受注額は前年に比べて30%程度と厳しさを増している。
	広告業協会（役員）	取引先の様子	・新聞、テレビ、ラジオなどのマスコミ媒体や、交通広告、折込チラシ、屋外広告物への広告出稿の引き合いが依然として低迷しており、広告業界は厳しさを増している。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・国内景気が低迷するなか、新型インフルエンザが発生し、人が集まる施設や店舗の来客数が激減している。
	公認会計士	取引先の様子	・建設関係の取引先では、売上減少あるいは粗利幅の落ち込みにより、赤字決算のところが多くなっている。
	協同組合（職員）	受注量や販売量の動き	・受注低迷が続いており、厳しさを増している。
雇用関連	良くなっている	-	-
	やや良くなっている	-	-
	変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き

	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・慌てて就職するよりも失業給付金の受給を優先する求職者が増加しており、ハローワークは受給手続きで混み合っている。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業では業務量が増加しても現状の人員でまかなおうとする傾向が強まっており、派遣需要は低迷している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・企業では、ビジネスの新規展開よりも人件費などの経費削減を優先していることから、求人意欲は減退したまま回復していない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・前年比の新規求人数の減少幅が縮小傾向にある一方で、新規求職者数が増加している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業関係、特に電機、機械器具製造関係の求人数が前年に比べて大幅に減少している。
やや悪くなっている	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・政府による定額給付金の給付や減税対策が功を奏して、景気の底打ち感が出てきているものの、地域の求人数の動きを見ると、雇用情勢は依然として厳しさを増している。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人数は、前年を下回る状況が続いており、失業給付金の受給者数が前年比で25%増加している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は3か月連続で前年を下回り、有効求人数も相変わらず減少傾向が続いている。有効求人倍率は低下傾向が続いており、総じて低調状態で長引いている。
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・派遣スタッフの稼働者数が、毎月100名以上減少している。
	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・コンサルティング会社からの派遣依頼が激減している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・民事再生法の適用や破産申請する企業が相次ぎ、離職者が増加していることから、雇用情勢は厳しさを増している。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年に比べて50%減少しており、回復の兆しがみられない。また、新卒者の新規求人数も同様に減少している。
	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・雇用調整の動きが全業種に広がっている。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・常用の新規求職者数は8か月連続で増加しており、離職理由を見ると事業主都合が前年に比べて54%の大幅な増加となっている。