

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	-	-
		百貨店（販促担当）	・ 厳しい社会情勢のなか、無理して節約していた層の購買意欲が高まりつつあり、今後は更に高額商品の動きが良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・ 一部製造業では増産の動きもあり、今後は、物流や商流の回復が期待できるが、消費の末端である小売の現場で回復を実感するためには更に時間を要する。
		衣料品専門店（経営者）	・ 周囲では景気回復の要素はないという見方が大勢を占めているが、今後は政府による景気対策の効果が徐々に現れて回復に向かう。
		家電量販店（店長）	・ 省エネ家電へのエコポイント制度の効果は年末まで続き、今後も来客数、売上共に増加する。
		乗用車販売店（経営者）	・ 環境対応車への減税や補助金効果により、前年並みまで売上の回復が見込まれているが、市場全体を押し上げるまでには至らない。
		乗用車販売店（経営者）	・ 環境対応車への減税や補助金に伴う受注の増加は、需要の先食いとの見方もあるが、少なくとも年内は活況を呈する。
		乗用車販売店（経営者）	・ 環境対応車への減税や補助金が消費者に更に浸透することから、売上が増加する。
		乗用車販売店（経営者）	・ 環境対応車への減税や補助金効果による特需は、もう少し続きそうである。ただし、需要がハイブリッド車のみ集中しているため、各社とも早急な対策を迫られている。
		高級レストラン（経営者）	・ 中旬から売上が回復しつつあり、今後も景気は少しずつ改善していく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 国体の開幕に伴い、市内や近郊のホテルはほぼ満室状況となっていることから、今後に期待が持てる。
		通信会社（営業担当）	・ 環境対応車への減税などの景気対策や、夏のボーナス支給により若干の消費回復が期待できる。
		通信会社（営業担当）	・ 政府による景気対策の効果がようやく現れてきており、今後に期待できる。
変わらない		商店街（代表者）	・ ほとんどの商店では下旬からバーゲンに入り、客に動きが出てきているが、来客数は依然として前年を下回っており、秋口までは一進一退の状況が続く。
		商店街（代表者）	・ 客の節約志向は相変わらず強く、景気対策による減税や補助金の恩恵を受けるエコ商品の取扱がない小売店では、景気回復は期待できない。
		商店街（代表者）	・ 商店街の各商店では、割引セールやポイント倍増セールにより集客に努めているが、逆に客単価の低下やコストアップの要因となっていることから、景気回復の実感はなく、今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・ 定額給付金の給付は、ある程度の消費刺激にはつながるが、景気の下支えになるほどではなく、消費マインドは冷え込んだままの状況が続く。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ 政府では景気は底入れしているとの判断を示しているが、製造業の業況は悪化が続いており、今後も厳しさを増す。例年、東北の夏祭り開催期間中は、周辺の繁華街はにぎわいをみせるが、今年は期待できない。
		百貨店（売場主任）	・ 景気の先行き不安の高まるなか、所得水準が高い客も、衣料品に関してはシビアな買い方になっており、今後もこの傾向は続く。
		百貨店（営業担当）	・ 株価は上昇しつつあるが、ボーナスの減額などの影響もあり、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（経営者）	・ 景気回復の兆しは全く感じられず、消費者の低価格志向は今後も続くことから、価格に割高感がある百貨店への客足の回復は期待できない。
		百貨店（売場担当）	・ 客は、商品の価値と価格のバランスを更にシビアな目で見極めており、7～8月のセール期間であっても、本当に必要な物のみを購入する傾向が続く。
		百貨店（経営者）	・ 売上は増加傾向にあるが、中元商戦は法人関係の落ち込みが予想され、苦戦を強いられる。
		百貨店（経営者）	・ 夏のボーナスを減額する企業が多く、生活防衛型の消費傾向は今後も続くことから、客単価の回復にはかなりの時間を要する。
		スーパー（店長）	・ 客の節約志向が高まり、競合店との価格競争の激化も予想されることから、買上単価は今後も下落傾向が続く。

スーパー（店長）	・競合店との競争環境下において来客数を維持するため、1品単価を引下げせざるを得ない状況にあることから、今後も厳しさを増す。
スーパー（店長）	・来客数が横ばいで推移しており、今後もこのような状況が続く。
コンビニ（経営者）	・政府の政策をみても希望が持てない状況にあり、今後1年は景気低迷が続く。
コンビニ（経営者）	・タスポ効果は一巡しているが、売上、来客数共に好調に推移しており、今後もこの状況が続く。ただし、客単価が毎月低下しており、必要な物以外買い控える客の消費傾向は今後も続く。
コンビニ（経営者）	・例年、気温が上昇すればドリンク系の売行きが良くなるが、客の節約志向が高まりにより、売上は低迷する。
コンビニ（経営者）	・来客数が伸びておらず、今後も横ばいの状況が続く。
コンビニ（経営者）	・景気は底打ちしているとの報道もあるが、給与、ボーナス共に上昇しておらず、生活防衛型の消費傾向は今後も続く。
コンビニ（エリア担当）	・政府による景気対策の効果は限定的であり、当店への恩恵は期待できない。今後、梅雨が明け、本格的な夏を迎えるが、好天が続けば景気の押し上げ要因となる。
コンビニ（店長）	・コンビニ業界では、省エネ家電のエコポイント制度や環境対応車への減税などの景気対策による恩恵を享受できず、さらにボーナスの減額により消費は盛り上がり欠けていることから、今後しばらくの間は厳しい状況が続く。
衣料品専門店（経営者）	・小売業者の廃業により、卸売業者は事業縮小や廃業に追い込まれており、今後も期待できない。
衣料品専門店（店長）	・物寄りで商品を選択する客層が増加する一方で、価格にシビアな客層も依然として多いことから、本格的な消費改善には、今後かなりの時間を要する。
衣料品専門店（店長）	・秋物衣料の立ち上がり時期となるが、消費マインドは落ち込んだまま回復せず、今後も客の財布のひもは緩むことはない。
衣料品専門店（店長）	・夏のボーナスが出ない企業が多く、客の買い控え傾向は今後も続くことから、スーツの需要回復には今後相当の時間を要する。
衣料品専門店（総務担当）	・来客数に大きな変動はないが、売上が低迷しており、今後も厳しい状況が続く。
乗用車販売店（経営者）	・政局が安定し、更に効果的な経済政策を実施しなければ、景気回復は期待できない。
住関連専門店（経営者）	・景気は回復基調にあるという見方もあるが、全く実感できない。周辺の小規模小売店では、廃業や休業、倒産に追い込まれており、このような傾向は今後も続く。
その他専門店〔呉服〕（経営者）	・年金が目減りし、客の購買意欲が減退していることから、今後も厳しい状況が続く。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	・贈答品の売上は、これ以上落ち込みようがないほど低迷しているため、今後も横ばいで推移する。また、衆議院の解散総選挙が実施されれば、消費者は行動を控えることから、地方の飲食店に悪影響を及ぼす。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・景気が回復する兆しは全くみえず、厳しい状況は今後も続く。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・景気低迷が続くなか、ガソリン等の売上減少は今後も続き、歯止めが掛からない。さらに原油価格の上昇局面は今後も続くことから、販売価格に適切に転嫁できるのか懸念される。
一般レストラン（経営者）	・景気の底打ち宣言が出されているが、政治不信などにより景気の先行きは不透明な状況にあり、実体経済は今後も厳しい状況が続く。
スナック（経営者）	・例年、7～8月は売上が減少する時期となるが、既にかなり落ち込んでおり、今後も低迷したまま推移する。
その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・夏祭りが開催される時期となるが、新型インフルエンザの影響もあり、来客数、売上の低迷は今後も続く。
観光型ホテル（経営者）	・このところ芸子が入るような宴会が多少増加しているが、相変わらず館内消費が低迷している。今後の入込は前年並で推移すると予想している。
観光型ホテル（スタッフ）	・解散総選挙が実施されれば、消費者は飲食を控える傾向にあることから、今後はどのような努力しても現状維持が精一杯である。
観光型旅館（経営者）	・景気はやや底打ちの様相を呈しているが、回復までには至らない。

	都市型ホテル（経営者）	・周辺の県外資本の進出企業では、週休3日から2日に戻すところが始まっており、出張による宿泊者数の増加が期待できるが、客単価の低迷は今後も続く。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊者及び一般宴会の出席者の減少が今後も続く。
	旅行代理店（店長）	・旅行需要喚起のための様々な販促策を実施しているが、客の反応が鈍く、ピーク期である7～9月の先行受注が大変厳しい状況にある。
	旅行代理店（従業員）	・景気は下げ止まりしているが、回復の兆しが見えてこない。
	タクシー運転手	・客の乗り控えは今後も続く。
	通信会社（営業担当）	・景気が回復するような好材料が見当たらず、今後も厳しい状況が続く。
	通信会社（営業担当）	・景気は底を打ち、回復基調にあるものの、ガソリン価格の上昇に伴う消費マインドの低下が懸念される。
	観光名所（職員）	・客単価はやや上昇傾向にあり、来客数の落ち込みをある程度カバーできるが、売上はやや落ち込む。
	遊園地（経営者）	・今年のお盆時期は曜日配列が悪いものの、9月の5連休は来客数の増加を期待できる。
	美容室（経営者）	・定額給付金の給付やボーナスの支給は、消費全体の底上げに寄与するが、美容業界への効果は薄く、売上は今後も横ばいで推移する。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・環境対応車への減税や、省エネ家電のエコポイント制度による効果も限界があり、ボーナス支給による消費回復も期待できない。消費回復のためには、猛暑の夏を期待するしかない。
	設計事務所（経営者）	・先行き不透明な状況のなか、今後も現状維持が精一杯の状況にある。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・政府の景気対策の一環として耐久消費財への優遇税制を実施しているが、効果は限定的であり、商店街への恩恵は期待できない。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来客数が、回復基調にあった前月から急激に落ち込みをみせるなど、今後も安心できる状況にはなく、厳しい状況が続く。
	百貨店（広報担当）	・ボーナスの減額が予想されることから消費マインドの冷え込みは今後も続く。
	スーパー（経営者）	・ボーナスの減少に伴い、消費マインドは更に冷え込む。
	スーパー（店長）	・既存店の売上が前年を下回る状況が続いており、ここ3か月は悪化傾向にある。ボーナスの減額などに伴う収入減少により、今後も更に厳しさを増す。
	スーパー（店長）	・不安定な雇用情勢や、ボーナス等の所得減少に伴い、消費者の先行き不安が高まることから、消費マインドは更に冷え込む。一方で、衆議院議員選挙の動向によっては、景気動向は大きく変わる可能性がある。
	スーパー（総務担当）	・これまでは、雇用調整助成金により雇用が維持され、消費の底割れを防いでいたが、ボーナスの減額や、大手家電や弱電系メーカーでは従業員の解雇や離職が進んでおり、さらに下請や関連企業への影響も懸念されることから、消費環境の改善にはかなりの時間を要する。
	コンビニ（エリア担当）	・客の買上単価が低下しており、この傾向は今後更に強まる。
	衣料品専門店（経営者）	・クリアランスセールが今後本格化するが、客は価格に対してシビアになっており、売上増加は期待できない。
	乗用車販売店（従業員）	・ボーナス支給月であるにもかかわらず、販売量が伸び悩んでいることから、今後も厳しさを増す。
	住関連専門店（経営者）	・中央資本の店舗に対抗するため様々な試みをしているが、効果は薄く、売上増加につながらないことから、今後も厳しさを増す。
	その他専門店〔化粧品〕（経営者）	・ボーナス支給額の減少に伴い、所得が貯蓄に回り、消費が低迷する。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・7月から大幅な値上げが予定されており、客の財布のひもはますます固くなることから、今後も厳しさを増す。
	一般レストラン（経営者）	・政府では景気は底入れしているとの判断を示しているが、客の様子からは、底打ち感はいまだ感じられず、今後も厳しさを増す。
	一般レストラン（経営者）	・今後連休が多い月が続くことから、サラリーマンの客が多い当店は休業せざるを得ない状況となり、さらにレジャー支出の増加に伴い、客の飲食回数の減少が懸念される。

		一般レストラン（スタッフ）	・製造業の景気は底打ちの様相を呈しているが、ボーナスの減額など、所得減少により客の財布のひもは更に固くなることから、今後も厳しさを増す。
		都市型ホテル（スタッフ）	・当地域への観光客が増加し、年間最大の経済効果を期待できる時期となるが、企業の業況低迷が続いていることから、売上は3か月前より若干増加する程度で推移する。
		タクシー運転手	・客との会話から、景気が回復するような材料は見当たらず、底打ちするのは当面先となる。
悪くなる		一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・個人所得が伸びないなか、消費者の節約志向が高まり、貯蓄率も上昇することから、個人消費は縮小する。
		スーパー（経営者）	・政府では、景気は底入れしているという見方をしているが、ボーナスの減額などに伴い個人消費は低迷しており、デフレ傾向も強まっていることから、今後も売上の回復は困難である。
		スーパー（経営者）	・高速道路料金引下げ効果も加わり、お盆期間中は売上増加が見込まれるが、前後の買い控えが顕著となることから、全体的には減少となる。
		衣料品専門店（店長）	・企業業績の悪化に伴うボーナスの減額により、衣料品のなかでも単価が比較的高いスーツの売上が減少しており、今後もこの傾向は顕著になる。
		自動車備品販売店（経営者）	・ボーナスの減額の影響で、住宅ローンの支払が厳しくなっていることから、生活防衛型の消費傾向に拍車がかかる。また、環境対応車への減税や補助金の効果で新車への乗換えが増加していることから、ディーラーを除く民間整備工場では、少なくとも今後3年間は車検入庫が大幅に減少する。
		住関連専門店（経営者）	・個人所得が減少し、先行き不安が高まっていることから、家具などの耐久消費財の買い控えは今後も強まる。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・企業の業況悪化に伴い、個人所得が減少していることから、今後も厳しさを増す。
		旅行代理店（従業員）	・秋から冬にかけて新型インフルエンザの世界的な感染拡大が予想されることから、海外旅行の需要は今後更に縮小する。
		タクシー運転手	・中心市街地ではコンビニなどの店舗の閉店が増加しており、今後も景気回復するような明るい要素が見当たらない。
	住宅販売会社（従業員）	・受注の絶対量が低迷しており、先行き不透明な状況が続く。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・果物の生育が順調であり、特に桃はお盆前の出荷が可能となることから、期待が持てる。
		農林水産業（従業者）	・農業分野に対して、政府は農機リース料の支援事業などの多くの政策を打ち出していることから、今後期待が持てる。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・景気は今後回復基調に転じると予想している取引先が増加している。
		輸送業（経営者）	・主要荷主の減産は6月で底打ちし、7月以降は回復に向かうことから、輸送量の増加が期待できる。
		広告業協会（役員）	・広告代理店各社のボーナスは、前年比30%カットされるなど、景気回復の実感はないが、東京地区の広告出稿数が底を打ち、7月からは反転する兆しをみせているため、今後期待が持てる。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅メーカーの景気が上向いており、今後もこの傾向は続く。また、大多数の企業ではボーナスが減額となっているが、消費刺激には多少なりとも寄与する。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・当店の主力商品である牛たんは、百貨店では贈答用商品として扱われているが、中元セールや夏祭り、お盆時期の売上は、悪いながらも前年並みに推移する。
		食料品製造業（総務担当）	・当面は需要を刺激する要素は見当たらず、原材料の大幅な値上げも予測されることから、今後も厳しい状況が続く。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・今後のプラス要素としては、選挙関連の受注が多少増加する程度である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が低迷するなか、突発的な注文をとりながら食いつなぐ状況が続いており、今後も回復の兆しがみえない。
		建設業（経営者）	・建設業者によって景況感にはばつきがみられるが、業界全体の景気回復は今後も時間を要する。
		建設業（従業員）	・民間企業の設備投資意欲の向上が業況改善の契機となるが、先行き不透明な状況にある。
		建設業（企画担当）	・景気の底打ち感はあるものの、受注回復までには今後かなりの時間を要する。

	通信業（営業担当）	・現状維持も厳しい状況のなか、景気回復要因は全く見当たらない。
	広告代理店（経営者）	・企業の広告予算が縮小しており、目新しい広告素材も見当たらないことから、今後も厳しい状況が続く。
	広告代理店（経営者）	・現在の景気は最悪の状況にあり、これ以上悪くなることは考えられない。
	経営コンサルタント	・近い将来、明るい展望を見込んでいる企業が散見されるが、希望的観測の域を脱しておらず、実需に結び付くのが不透明な状況にある。
	公認会計士	・政府では景気は底入れしているとの判断を示しているが、地方への波及にはかなりの時間を要する。
	コピーサービス業（経営者）	・選挙が始まるが、今後も受注増加は期待できず、売上は横ばいで推移する。
やや悪くなる	輸送業（従業員）	・輸送量の減少に伴い、代理店の撤退が相次いでおり、今後しばらくは厳しい状況が続く。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・売上の減少幅は拡大傾向にあり、今後も上向く気配は感じられない。
	その他企業〔管理業〕（従業員）	・フラッシュメモリーなどの半導体関連の受注は、例年の3分の1程度まで落ち込んでおり、今後も過剰在庫のため仕事が激減する見込みとなっている。
	協同組合（職員）	・組合企業の一部では受注が若干回復しつつあるが、量産できるほどの状況にはない。取引先からは20%のコストダウンを求められるなど、企業体力は減退しており、今後、手形の不渡りを出す危険性も高まっている。
悪くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品については、7～8月の受注状況をみると、当初計画を更に下回る見込みとなっている。
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）	・これから一時帰休を実施する取引先もあり、景気の底打ちはかなり先となる。
	人材派遣会社（社員）	・生産が回復し、物流に動きが出てこない限り、求人数の増加は見込めない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・株主総会シーズン終了後からの求人回復を期待しているが、地元での回復はかなり先となる。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数の増加傾向は落ち着いてきているが、新規求人数が増加するような好材料は見当たらないため、再就職が厳しい状況は今後も続く。
	職業安定所（職員）	・事業縮小に伴う解雇者数が依然として高い水準で発生しており、今後も厳しい状況が続く。
	職業安定所（職員）	・雇用調整を実施する企業数と調整規模は比較的落ち着きをみせており、今後もこの傾向が続く。
	職業安定所（職員）	・景気が底打ちしているとの見方が強まっているが、地方ではいまだに厳しい状況にあり、来年にかけて大量離職の発生が見込まれている。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数は増加幅に縮小傾向が見られる一方で、新規求人数は相変わらず減少傾向で推移しており、増加に転じるにはかなりの時間を要する。
	職業安定所（職員）	・ボーナスの減額に伴い個人消費は一層の引き締め感があり、製造業は受注見通しも立てられない状況にあることから、今後も雇用情勢は厳しさを増す。
やや悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	・官公庁関係のイベント減少に伴い、今後も議事録作成にかかわる派遣依頼数は減少する。
	職業安定所（職員）	・新たに休業や雇用調整を実施する企業が増加しており、雇用情勢は今後も厳しさを増す。
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・9月の中間決算期に派遣契約を終了したいという企業からの相談が相次いでいる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方の製造業では、在庫調整が完了していないところが多いことから、今後も雇用情勢は厳しさを増す。