

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<br>動向<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる   | 商店街（代表者）                | ・新規出店により閉店していた店舗のシャッターが上がることから、商店街への集客に期待できる。   |
|                |  | 百貨店（営業担当）               | ・景気は回復していないものの、客の反応には節約の反動や買っつきかけを探す様子が見られる。  |
|                |  | 乗用車販売店（経営者）             | ・冬のボーナスが影響するものの、環境対応車の減税や補助金と新型車投入の効果が続き、販売台数は前年を上回って推移する。  |
|                |  | 乗用車販売店（経営者）             | ・環境対応車への減税や補助金が続くため、年度中は環境対応車の需要が続く。また東京モーターショーの規模は縮小されているものの、開催後の各社の新型販売攻勢による相乗効果も期待できる。                       |
|                |  | 住関連専門店（経営者）             | ・取引先では景気が回復している業者も見られるため、今後受注の回復に期待している。  |
|                |  | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | ・先行きは不透明であるものの、インフルエンザ関連や冬期の商品が販売につながり、年末に向けて売上に期待できる。  |
|                |  | 一般レストラン（経営者）            | ・先行きに不透明感はあるものの、通りの往来は回復傾向にあり、客から景気の底打ちの話も聞かれるため、今後の景気回復に期待している。  |
|                |  | 観光名所（職員）                | ・1,000人単位の大きな予約が受注できる見込みであり、予約状況は前年を上回っている。   |
|                | 変わらない  | 商店街（代表者）                | ・景気の低迷が続いて消費者は堅実な消費を取り戻しており、デフレが続くなかで経営の工夫に迫られ、今後も厳しい状況が続く。   |
|                |  | 商店街（代表者）                | ・前月に地元商工会が発売したプレミアム付商品券は、消費者から好評であり、今後の売上に期待できる。  |
|                |  | 一般小売店〔書籍〕（経営者）          | ・公共事業の削減や雇用の低迷などで、消費マインドは冷え込んでおり、今後も競合店との低価格競争が続く。  |
|                |  | 一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）      | ・製造業の下請会社が多く、景気回復を実感するまでには当分時間がかかる。   |
|                |  | 百貨店（売場主任）               | ・大型催事、お歳暮、クリスマス商戦に期待するものの、消費者の低価格志向にあわせた品ぞろえとなることから、売上の回復には期待できない。  |
|                |  | 百貨店（企画担当）               | ・年末にかけてクリスマスやお歳暮商戦はあるものの、消費者の節約志向が続き、個人消費の低迷が続く。  |
|                |  | 百貨店（経営者）                | ・新型インフルエンザの流行が一段落しても、全体的な景況感は今後も厳しい状況が続く。   |
|                |  | 百貨店（売場担当）               | ・得意客に変化はないものの、一般客は来店回数、買上点数共に減少しており、 unnecessary 買物を控える傾向が続く。さらに、量販店などでは品質の良い低価格品を提案しており、客の低価格志向による百貨店離れが懸念される。 |
|                |  | 百貨店（経営者）                | ・所得の低迷と低価格競争の影響により、客は必要な物以外の購入を控え、さらなる価格低下を期待して様子見が続く。  |
|                |  | スーパー（店長）                | ・来客数、買上点数は前年並みで推移するものの、1品単価の前年割れ傾向は今後も続く。年末にかけて、高価格商品の価格下落や買い控えが予想され、売上の低迷が懸念される。                               |
| スーパー（店長）       | ・景気が良くなる要因がみられず、当分状況に変化はない。  |                         |   |
| スーパー（店長）       | ・前年に比べて来客数の減少を上回って客単価が低下しており、当分この傾向は続く。                              |                         |   |
| スーパー（店長）       | ・イベントの期間は売上に期待できるものの、年末商戦まで財布のひもが固くなり、消費が冷え込む懸念がある。                  |                         |   |
| スーパー（総務担当）     | ・企業の収益環境と雇用環境は厳しい状況が続いており、商工会が発行したプレミアム付き商品券も効果は期待できないため、当分状況は変わらない。 |                         |   |
| スーパー（営業担当）     | ・製造業の雇用は厳しい状況が続く、消費の回復には当分時間がかかる。                                    |                         |   |
| コンビニ（経営者）      | ・当店のアルバイト求人には学生よりも30～40代の応募が増えており、所得の低迷や失業者の増加は今後も続く。                |                         |   |
| コンビニ（エリア担当）    | ・デフレの進行、来客数と客単価を改善する有効な策はなく、当分景気が回復する兆しはみあたらない。                      |                         |   |
| 衣料品専門店（経営者）    | ・客や同業者と話をしても、景気は悪いままで回復の兆しはみられない。                                    |                         |   |

|                        |   |
|------------------------|---|
| 衣料品専門店（経営者）            | ・一部の企業では業績が回復しているものの、売上の前年割れが続くなか、民間企業の冬のボーナス減額が決まるなど、景気回復の兆しはみあたらない。                                 |
| 衣料品専門店（経営者）            | ・当分景気回復には期待できない。  |
| 衣料品専門店（店長）             | ・価格志向の強い客層と商品の良さを理解して購入する客層とに分かれてきており、高価な商品の購入につながる後者の客層は来客数が減少する傾向にある。                               |
| 衣料品専門店（店長）             | ・冬物バーゲンを計画しているものの、客の財布のひもは固く、値引き商品でも必要な物を選んで買う傾向が続く。  |
| 衣料品専門店（総務担当）           | ・週末でも売上の低迷が続いており、今後の消費活性化は期待できない。   |
| 家電量販店（店長）              | ・景気低迷によるボーナス減額の影響から、年末にかけて売上は低迷する。  |
| 乗用車販売店（経営者）            | ・例年冬期の自動車販売は落ち込むが、国の環境対応車への減税や補助金、及び1月で県の補助金が期限となるため、駆け込み需要により販売台数は好調に推移する。                           |
| 乗用車販売店（経営者）            | ・例年同様、冬へ向かう年末にかけて需要が減少し、年明け後には購入予定者の増加が予想される。   |
| その他専門店〔呉服〕（経営者）        | ・今後も季節衣料の動きが悪く、客は必要な状況になるまで我慢するため、当分買い控えが続く。  |
| その他専門店〔酒〕（経営者）         | ・ボーナスの減額により、本格的な年末商戦の期間も売上は厳しい状況が続く。年末だからぜいたくをしようという消費者は減少し、必要最低限の生活水準を守る節約志向は強まる。                    |
| その他専門店〔食品〕（経営者）        | ・年末に向けて買い控えが弱まり、売上の回復に期待する。   |
| その他専門店〔酒〕（営業担当）        | ・政治、経済共に先行きに不透明感があり、地方の販売は厳しい状況が続いているため、同業者では首都圏の販売に力を入れる企業が増えている。                                    |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・冬場の需要期に向けて原油価格、仕入価格共に上昇傾向にあるものの、末端の販売価格には転嫁できず、需要の減少もあり厳しい経営が続く。長期予報では暖冬であり、灯油の販売にも期待できず、明るさが見えてこない。 |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・元売業者からは仕切価格で販売されるものの、価格競争により週末のガソリン価格が値下がりするため、適正な利益が取れず、厳しい経営は今後も続く。                                |
| 高級レストラン（経営者）           | ・今後景気が良くなる要因がみあたらない。  |
| 一般レストラン（経営者）           | ・年末に向けて、出控えや買い控えが強まることから、売上は低迷する。   |
| 一般レストラン（経営者）           | ・忘年会シーズンに入るものの、予約日は偏る傾向があり、全体的な売上は低調に推移する。  |
| 一般レストラン（スタッフ）          | ・先行きに変化の兆しはみられないため、来客数は前月並みで推移する。   |
| その他飲食〔弁当〕（スタッフ）        | ・1品単価の下落が続いており、景気回復の兆しはみられない。   |
| 観光型ホテル（経営者）            | ・女性の日帰り客が増加傾向にあるものの、地元客の予約数は前年並みで推移する。  |
| 観光型ホテル（スタッフ）           | ・得意先の状況は前年より回復しているものの、今後受注につながる販売量が回復するまでには当分時間がかかる。  |
| 都市型ホテル（スタッフ）           | ・政権交代による政策の行方や実行力を消費者は様子見しており、景気の低迷や新型インフルエンザの流行など将来の不安要素があり、消費マインドは低迷する。                             |
| 都市型ホテル（スタッフ）           | ・今後も法人宴会の受注は低迷する。   |
| 旅行代理店（従業員）             | ・消費者の必要な物だけ買う傾向は、旅行でも顕著に見られるため、景気回復は期待できない。   |
| タクシー運転手                | ・ボーナス減額など所得の減少により、乗り控えが懸念される。   |
| タクシー運転手                | ・倒産や閉店が続いており、イベント開催や自治体の企業誘致に期待している。  |
| タクシー運転手                | ・正規雇用だけでなく臨時雇用も減少している状況が続いており、景気が回復する兆しはみられない。  |
| 通信会社（営業担当）             | ・ボーナスの減額など所得の伸びには期待できないため、今後も売上は低迷する。   |
| 通信会社（営業担当）             | ・景気回復の具体的な要因がみあたらないため、当分変わらない。  |
| 通信会社（営業担当）             | ・即効性のある景気対策の実施でもない限り、景気回復は期待できない。   |

|        |                      |   |
|--------|----------------------|---|
|        | 通信会社（営業担当）           | ・景気がよくなるような材料はみあたらない。   |
|        | 通信会社（営業担当）           | ・自動車工場の進出に伴う住宅関連の投資に期待感はあるものの、現地企業は投資に慎重な傾向が続く。   |
|        | 遊園地（経営者）             | ・冬はシーズンオフになるものの、冬のボーナス減額や新型インフルエンザの流行により、来客数の減少が懸念される。  |
|        | 設計事務所（経営者）           | ・小口の受注はあるものの、大口の仕事は低迷しており、今後も先行きは不透明な状況が続く。   |
| やや悪くなる | 商店街（代表者）             | ・来客数は例年と比べて低迷しており、今後も厳しい状況が続く。  |
|        | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）      | ・年末にかけて支出を控えているため、必要な物しか買わない客の傾向は今後も続く。   |
|        | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）      | ・客の先行きに対する不安感が増す一方であり、景気が回復する兆しはみられない。  |
|        | 百貨店（広報担当）            | ・冬のボーナスの増額は期待できず、消費マインドが低下する。   |
|        | 百貨店（経営者）             | ・新型インフルエンザ流行の不安材料があり、買い控えの傾向が強まることから、売上は低迷する。   |
|        | スーパー（経営者）            | ・消費者の低価格志向の強まりにより、競合店との低価格競争は厳しくなる。   |
|        | スーパー（店長）             | ・低価格商品への客の支持が強く、特売商品も品目を増やしている状況であり、今後も売上は減少する。   |
|        | コンビニ（経営者）            | ・周辺のテナントビルから会社に移転するなど来客数の減少要因があり、客単価の低下が続くことから、今後も売上の落ち込みが予想される。  |
|        | コンビニ（経営者）            | ・年末にかけて失業者の増加が予想され、売上の落ち込みが懸念される。   |
|        | コンビニ（店長）             | ・企業の業績悪化から冬のボーナスは減額され、消費者の低価格志向と買い控えが強まる。   |
|        | 衣料品専門店（経営者）          | ・この冬の暖冬傾向と消費者の節約志向により、防寒衣料の買い控えが予想される。  |
|        | 家電量販店（店長）            | ・会社の生産調整により所得が減少するなど、景気の悪化により一般消費者の生活はますます悪くなる。   |
|        | 乗用車販売店（経営者）          | ・環境対応車への減税や補助金は一定の効果を挙げているものの、年度末に向けて受注の低迷が懸念される。売れ筋の小型車は、販売単価、利益共に低く、客のコスト意識や節約志向の高まりにより、今後も利益の上がない厳しい状況が続く。 |
|        | 乗用車販売店（従業員）          | ・環境対応車に対する県の補助金の期限は近付いているが、駆け込みなどの販売台数の増加は今後も期待できない。  |
|        | その他専門店〔パソコン〕（経営者）    | ・一部の企業では業績が回復しているものの、周囲の企業へは影響がなく、地方の景気は悪くなる。   |
|        | 高級レストラン（支配人）         | ・新型インフルエンザの流行により外出が制限されるなど、外食や出張への影響が懸念される。   |
|        | 一般レストラン（支配人）         | ・新型インフルエンザの流行により、今後、来客数の落ち込みが予想される。   |
|        | 都市型ホテル（経営者）          | ・紅葉のシーズンに入るものの、客は新型インフルエンザの流行を懸念しており、予約の状況は前年に比べて10%以上の落ち込みが予想される。  |
|        | 旅行代理店（店長）            | ・新型インフルエンザの影響から宿泊を伴う個人旅行を控える傾向が続いており、今後の先行受注は前年に比べて67%と減少している。  |
|        | 競艇場（職員）              | ・20～40代の失業率や低所得者層の個人消費は今後も低迷し、景気の回復に時間がかかる。   |
|        | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・冬のボーナス支給以前に、年内の資金繰りも厳しい会社が多い。  |
| 悪くなる   | 一般小売店〔茶〕（経営者）        | ・ボーナスの減額などで年末年始に向けて余裕がなくなり、景気は一層悪くなる。   |
|        | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）      | ・若年層で定職につかないフリーターが増加しており、所得の低迷により節約志向が強まる。  |
|        | 一般小売店〔雑貨〕（企画担当）      | ・所得の減少や雇用環境の悪化により、消費者の財布のひもは固くなるため、消費マインドは低下する。   |
|        | スーパー（経営者）            | ・補助の削減など新政権による政策の変更により、消費者の可処分所得は減少が予想され、当分厳しい状況が続く。  |
|        | スーパー（経営者）            | ・新型インフルエンザの流行や、地元工場のリストラにより雇用情勢が悪化していることから、景気が悪くなる。   |
|        | スーパー（店長）             | ・企業の業績悪化で給料やボーナスが減額されており、消費者の低価格志向と消費マインドの低下により、1品単価、来客数共に落ち込みが懸念される。   |

|                |        |                 |   |   |
|----------------|--------|-----------------|---|---|
|                |        | コンビニ（エリア担当）     | ・所得の減少や新型インフルエンザ流行により、来客数の減少が予想される。また、例年であれば年末年始にかけて客単価は上昇するが、客単価の推移からは回復の兆しはみられず、逆に悪化が懸念される。 |   |
|                |        | 衣料品専門店（店長）      | ・冬のボーナス減額の影響により、客は初売りなどのバーゲンセールを見据えて、ボーナス商戦の買い控えが予想される。                                       |   |
|                |        | 家電量販店（店長）       | ・企業の経営不振による労働者の所得減少など、今後の収入の増加は期待できないため、景気は悪くなる。  |   |
|                |        | 住関連専門店（経営者）     | ・イベントやチラシ特売も来客数の増加につながらず、年末まで厳しい状況が続く。新政権による政策の見直しが行われているが、停滞感が個人消費に影響して買い控えが強まる。             |   |
|                |        | 一般レストラン（経営者）    | ・一部の業種で景気が回復しているものの、地方や全体には効果が及ばない。また、低価格品の売上は伸びているものの、低価格志向の助長は売手側の首を絞めかねず、景気回復の兆しはみられない。    |   |
|                |        | 観光型旅館（経営者）      | ・予約は土曜日のみで先行予約が少なく、予約全体が低調に推移しているため、年内は前年割れの状況が続く。  |   |
|                |        | 都市型ホテル（スタッフ）    | ・定例となっている大型新年会の取り止め、宴会の人員や予算の削減など厳しい予約状況であり、今後の新規受注は低迷が予想される。                                 |   |
|                |        | 旅行代理店（従業員）      | ・消費者の節約志向と出控えにより、今後の売上は悪くなる。  |   |
|                |        | 住宅販売会社（従業員）     | ・今年度内の現場工事分の受注は確保しているものの、翌年度繰越分の受注は見通しが立たない。  |   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる   | -               | -   |   |
|                | やや良くなる | 広告代理店（経営者）      | ・お歳暮キャンペーンなどの前年実績のない新規の広告受注があり、受注回復が期待できる。  |   |
|                | 変わらない  | 食料品製造業（経営者）     | ・高速道路料金引下げの売上効果は続くものの、年末にかけてのお歳暮やギフトの売上は低迷が予想される。   |   |
|                |        | 木材木製品製造業（経営者）   | ・所得の低迷が続く、住宅の受注回復には当分時間がかかる。  |   |
|                |        | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・自動車部品の製造は当分回復傾向が続くものの、前年並みの生産量を回復するには時間がかかる。現在の為替水準が続くと、一段と輸出環境が悪化するため、採算面の悪化が懸念される。         |   |
|                |        | 建設業（経営者）        | ・公共工事の打切りや民間工事の減少により、今後も受注の低迷が予想される。  |   |
|                |        | 通信業（営業担当）       | ・上半期の売上目標は達成しているものの、取引先の反応は厳しく、今後も予算を許さない状況が続く。   |   |
|                |        | 通信業（営業担当）       | ・原油価格や日経平均株価の動向などから、景気回復の兆しはみられない。  |   |
|                |        | 金融業（営業担当）       | ・先行きが不透明であり、景気回復には時間がかかる。   |   |
|                |        | 金融業（広報担当）       | ・政策効果により一息ついた企業と収益環境が一段と悪化している企業があり、今後も同じ傾向で推移する。   |   |
|                |        | 広告業協会（役員）       | ・電子看板などの提案で新規広告主の開拓にも取り組んでいるが、マスコミ媒体の広告売上は落ち込んでおり、今後も受注の低迷は続く。                                |   |
|                |        | 広告代理店（経営者）      | ・景気回復の兆しはみあらず、当分厳しい状況で推移する。   |   |
|                |        | 経営コンサルタント       | ・県知事選で主要な選挙が終了したことから、今後、地域経済の雰囲気も安定する。  |   |
|                |        | 公認会計士           | ・消費支出の減少が続く、公共工事関係の支出が削減されることから、当分景気は回復しない。   |   |
|                |        | コピーサービス業（経営者）   | ・官公庁の発注停止が続く、建設関連の受注も低迷が予想される。  |   |
|                |        | その他企業〔企画業〕（経営者） | ・冬のボーナス減少による消費低迷で、取引先の受注回復は期待できない。  |   |
|                |        | その他企業〔管理業〕（従業員） | ・離職者は再就職先を見つけれない状況が続いており、今後のリストラで離職者の増加が予想されることから、景気の低迷が続く。                                   |   |
|                |        | 金属工業協同組合（職員）    | ・大手の製造業は、社内やグループ企業だけで受注に対応しており、中小企業には受注がまわらず、今後も厳しい状況は続く。                                     |   |
|                |        | やや悪くなる          | 農林水産業（従業者）  | ・豊作のなしは販売価格が前年を下回っており、今後出荷する主力のりんごも販売価格の低下が懸念される。 |
|                |        |                 | 出版・印刷・同関連産業（経理担当）   | ・取引先は、人員削減などで経費節減に取り組んでおり、受注回復には時間がかかる。           |

|          |        |                      |   |
|----------|--------|----------------------|---|
|          |        | 電気機械器具製造業（営業担当）      | ・好調な大企業でも受注量の減少が予想されており、中小企業の受注状況は今後悪くなる。                           |
|          |        | 電気機械器具製造業（企画担当）      | ・冬のボーナスの大幅減額が予定されており、景気は更に悪化が予想される。                                 |
|          |        | 建設業（従業員）             | ・公共投資、民間の設備投資共に動きがないため、今後の受注量増加は見込めない。                              |
|          |        | 輸送業（経営者）             | ・輸送関係では、明るい兆しがみられず、当分厳しい状況が続く。                                      |
|          |        | 新聞販売店〔広告〕（店主）        | ・新聞購読数、チラシ折込数は右肩下がりが続いており、今後数か月での景気回復は見込めない。                        |
|          |        | 司法書士                 | ・住宅着工件数、土地の取引件数共に減少傾向にあり、登記所の不動産登記件数は低迷が予想される。                      |
|          |        | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・飲食店は来客数、客単価共に低迷が続き、繁忙期となる年末にかけて需要は落ち込むと予想される。                      |
|          | 悪くなる   | 繊維工業（営業担当）           | ・景気の先行きが不透明なため、消費者の購買意欲は低迷が続き、受注の回復は望めない。                           |
|          |        | 建設業（企画担当）            | ・新政府の予算見直しにより、公共工事だけでなく民間工事でも先送りが続いており、工事案件の受注も見通しが立たない。            |
| 雇用<br>関連 | 良くなる   | -                    | -   |
|          | やや良くなる | 人材派遣会社（社員）           | ・政権交代後の国や県の雇用促進施策により、今後官公庁からの求人が見込まれる。                              |
|          |        | 職業安定所（職員）            | ・一部の製造業や建設業では受注増により休業が中断され、雇用調整助成金の計画が減少する傾向にある。                    |
|          | 変わらない  | 人材派遣会社（社員）           | ・取引先では増員や組織拡大の計画はなく、今後の人員削減の検討をしている。                                |
|          |        | 人材派遣会社（社員）           | ・今後悪くなる要因も良くなる要因もみられない。   |
|          |        | 新聞社〔求人広告〕（担当者）       | ・米国の大手金融機関の破たんから1年過ぎ、全国資本の企業では前年に比べて回復しているものの、地方の経済に反映するまでには時間がかかる。 |
|          |        | 新聞社〔求人広告〕（担当者）       | ・個人消費が若干上向いているものの、企業の採用意欲は低調に推移しており、雇用の回復には時間がかかる。                  |
|          |        | 新聞社〔求人広告〕（担当者）       | ・取引先では、年末年始を乗り越えられるか、予断を許さない状況が続く。                                  |
|          |        | 職業安定所（職員）            | ・雇用調整を継続する企業は横ばいで推移し、新規申込みの企業は減少傾向にある。                              |
|          |        | 職業安定所（職員）            | ・有効求人倍率はわずかに回復傾向がみられるものの、新規求人数、有効求人数共に減少傾向が続いており、今後も厳しい状況は変わらない。    |
|          |        | 職業安定所（職員）            | ・今後も企業整備が見込まれ、有効求職者数は前年を上回って推移することが予想される。                           |
|          |        | 職業安定所（職員）            | ・増加傾向の新規求人数も前年を大きく下回る水準にあり、雇用調整を新規に実施する企業からの問い合わせが続いている。            |
|          |        | 職業安定所（職員）            | ・今後も企業整理が続き、求職者の増加が懸念される。   |
|          | やや悪くなる | 職業安定所（職員）            | ・冬季の求人数は減少する傾向があり、さらに駅前にある商業施設の閉鎖が決まるなど、今後も景気が上向く気配がない。             |
|          |        | 職業安定所（職員）            | ・円高により輸出企業は業績悪化しており、リストラを実施した企業では再度のリストラの検討をしている。                   |
|          |        | 職業安定所（職員）            | ・雇用調整を実施する企業や解雇などの相談件数が増加する傾向にある。                                   |
|          | 悪くなる   | 人材派遣会社（社員）           | ・先行きが不透明な状況であり、今後も派遣業の厳しい状況は続く。                                     |
|          |        | アウトソーシング企業（社員）       | ・例年受注している業務が減少しており、今後も受注の減少が予想される。                                  |