

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	タクシー運転手	・人気キャラクターのテーマパークが着工するなど、人の動きに伴い乗客の増加が期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・夏のボーナスなど良い材料はないものの、低価格志向に歯止めがかかりつつあり、買い控えの反動で今後の売上に期待できる。
		商店街（代表者）	・シャッターを降ろしている空店舗が新装開店するなど、来街者の増加が期待できる。
		商店街（代表者）	・東北新幹線の延伸を見越したホテルや飲食関係の店舗が増えており、商店街は夜間の来客数が増加傾向にある。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・週末に限ると繁華街で人通りが回復しており、売上回復の兆しがみられる。
		百貨店（企画担当）	・所得の改善に伴い、消費マインドの回復が期待できる。
		百貨店（広報担当）	・来客数、客単価共に前年の水準に回復しており、消費者の購買意欲は今後も高まる。
		百貨店（営業担当）	・消費者の購買力は持ち直しているため、例年並みに天候が安定すれば、今後の売上は回復する。
		百貨店（経営者）	・アパレルメーカーは夏物衣料の生産を増やしており、気温が上昇すれば季節商材の売上に期待できる。
		百貨店（売場担当）	・買物全般を節約する買い方から、必要な買物にはお金をかける買い方になってきており、夏物衣料など今後の消費に期待できる。
		百貨店（経営者）	・子ども手当の支給による関連商品の動きが期待できるとともに、エコや健康関連商品への意識が強まるため、今後は売上に繋がる。
		百貨店（経営者）	・子ども手当の支給開始やエコカー購入補助金が継続されるため、今後の景気回復に期待できる。
		百貨店（販促担当）	・消費者に買物を楽しむ傾向がみられるため、ファッション部門の売上に今後期待できる。
		スーパー（経営者）	・子ども手当の支給が始まるため、商品によっては積極的な消費が期待できる。
		コンビニ（経営者）	・弁当やロールケーキなどの比較的単価の高い商品も販売量が増えており、二極化は続くものの、客単価の回復に期待できる。
		コンビニ（店長）	・デフレは続いているものの、建設関係の労働者を中心に、来客数が前年を上回る傾向にある。
		衣料品専門店（店長）	・天候が回復して平年並みの気温で推移すれば、春夏物の動きが期待できる。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度の効果がエアコンにも波及するため、季節商材の動きに期待できる。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送に対応するテレビの買換え需要は、今後も好調に推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金が延長されたため、7月ごろから駆け込み需要が予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・自治体のエコカー購入補助金の申請期限が近づき、駆け込み需要が見込まれる。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・天候不順による冷夏が懸念されるものの、独自サービスで季節商材の需要を販売増加につなげたい。	
	高級レストラン（経営者）	・来店客の様子では景気の底を脱しており、今後は緩やかながら景気回復が期待できる。	
	高級レストラン（支配人）	・市内のホテル業界は進出や撤退で転換期を迎えており、各店のサービス競争が激化しているため、法人宴会などの需要がしばらく増加する。	
	観光型旅館（経営者）	・団体客の減少や客単価の低下は続くものの、客室の改修や広告宣伝を強化しているため、個人客の予約が増加している。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・天候の回復に伴い、リニューアルした宿泊部門の予約が動き出している。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・今季から外販部門を新設したため、販路拡大と売上増加が期待できる。	
変わらない	商店街（代表者）	・消費マインドの冷え込みは底を打っているものの、店舗の管理指標はしばらく横ばいが予想される。	
	商店街（代表者）	・子ども手当の効果に期待している。	
	商店街（代表者）	・消費が回復する動きはみられず、景気は弱い状況が続く。	

一般小売店〔書籍〕 （経営者）	・建設業の談合問題により、雇用情勢が厳しさを増しており、消費マインドは今後も低迷する。
一般小売店〔スポーツ用品〕 （経営者）	・全体的に明るい話題がなく、先行きは不透明である。
一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・天候不順の影響もあり、景気の回復は期待できない。
一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・子ども手当の支給は消費のプラス要素になるものの、混沌とした世相は消費者の先行き不安につながる懸念がある。
百貨店（売場主任）	・大型物産催事への集客は期待できるものの、衣料品の売上は天候次第で変動するため、暑い夏を期待している。
スーパー（経営者）	・デフレが続いて、買上点数、売上共に低迷する。
スーパー（経営者）	・野菜価格の高騰を除くと1品単価は低下しており、消費者の来店頻度も減少傾向が続く。
スーパー（店長）	・1品単価、販売数量共に低迷する一方で、暖房費やガソリン代の値上がりが消費者の生活費を圧迫しており、景気は負のスパイラルからしばらく抜け出せない。
スーパー（店長）	・来客数を維持するためにチラシ等の低価格戦略を続けており、客単価、売上利益共に前年並みで推移する。
スーパー（店長）	・景気の先行きは不透明であり、消費はしばらく低迷する。
スーパー（店長）	・必要な物以外は消費者の買い控えが続いており、景気の上向きは期待できない。
スーパー（総務担当）	・子ども手当支給への期待感が薄れており、デフレの傾向がしばらく続くため、景気回復は当分見込めない。
スーパー（営業担当）	・ガソリン価格が上昇しており、食料品の支出を抑制する傾向はしばらく続く。
コンビニ（エリア担当）	・子ども手当の支給や高速道路料金の変更による消費への効果は不透明である。
コンビニ（エリア担当）	・セールや新商品の投入にも消費者の反応が弱く、厳しい店舗経営はしばらく変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・同業社との競合関係に変化はないものの、例年並みの売上は期待できる。
衣料品専門店（経営者）	・価格重視の傾向が続くため、買上単価はしばらく低迷する。
衣料品専門店（経営者）	・中小企業では受注価格が落ち込んでおり、景気回復には時間がかかる。
衣料品専門店（経営者）	・景気の悪化が続いているため、季節の変わり目に見られる季節商材などの小幅な動きもなくなっている。
衣料品専門店（店長）	・来客数は回復しているものの、客単価や1品単価の回復には時間がかかる。
衣料品専門店（総務担当）	・学生向け商材でさえ動きが悪い、家庭全般での節約志向はなかなか回復しない。
家電量販店（店長）	・不安定な政治要素や企業決算の状況など、所得の増加が期待できないため、しばらく景気は変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金の駆け込み需要には期待するものの、所得の減少で消費マインドが低迷しているため、本格的な市場回復には時間がかかる。
乗用車販売店（経営者）	・車検や定期点検でも価格競争が強まっており、景気回復には程遠い。
乗用車販売店（経営者）	・現在の状況から、ボーナス商戦にも例年ほど期待はできない。
住関連専門店（経営者）	・小売店が実施する売上対策の効果が、経営が安定してきている。
その他専門店〔呉服〕 （経営者）	・先行きに不安があるため、消費を控える傾向は続く。
その他専門店〔パソコン〕 （経営者）	・得意客からの注文は増えているものの、顧客数が限られるため、売上の回復は期待できない。
その他専門店〔食品〕 （経営者）	・子ども手当の支給に一時的な効果は期待できるものの、景気の先行きが不透明なために、不安定な消費活動はしばらく続く。
その他専門店〔酒〕 （営業担当）	・景気低迷の長期化が消費者も企業も疲弊させており、短期的な売上対策などでは収益確保が難しい状況になっている。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕 （営業担当）	・夏物の商材は、低価格なうえに一般衣料品と需要が重複するため、売上の回復にはつながらない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕 （営業担当）	・消費が伸び悩むなか、石油製品の価格上昇や高速道路料金の変更が影響して、販売量の落ち込みが懸念される。

	<p>その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）</p> <p>一般レストラン（経営者）</p> <p>一般レストラン（経営者）</p> <p>一般レストラン（経営者）</p> <p>一般レストラン（スタッフ）</p> <p>スナック（経営者）</p> <p>観光型ホテル（経営者）</p> <p>観光型ホテル（スタッフ）</p> <p>都市型ホテル（経営者）</p> <p>都市型ホテル（スタッフ）</p> <p>旅行代理店（店長）</p> <p>旅行代理店（従業員）</p> <p>タクシー運転手</p> <p>通信会社（営業担当）</p> <p>通信会社（営業担当）</p> <p>通信会社（営業担当）</p> <p>テーマパーク（職員）</p> <p>美容室（経営者）</p> <p>設計事務所（経営者）</p>	<p>・元売りによる価格改定の影響が懸念されるものの、販売価格、来客数共に不安定な状況がしばらく続く。</p> <p>・消費者が外食や高額品を手控える傾向はしばらく続く。</p> <p>・来客数が増えて忙しくなる日はあるものの、客からは不景気の話が多く、先行きに明るさはみられない。</p> <p>・航空旅券の予約状況を聞いたところ、例年の行楽シーズンに比べると空いており、消費者の節約志向は依然として続いている。</p> <p>・値下げ販売による来客数の維持が続いており、良くなる兆しはみあたらない。</p> <p>・ゴールデンウィーク後は、例年同様に客足の低迷が予想される。</p> <p>・経費節減の影響で団体客の予約は低迷しており、今後増える要素もみあたらない。</p> <p>・来客数の減少は底を打っているものの、ガソリン価格の上昇や高速道路料金の見直しによる影響が懸念される。</p> <p>・ゴールデンウィーク以降の予約客は前年並みで推移している。</p> <p>・先行予約からは下げ止まりが感じられ、今後の売上が期待できる。</p> <p>・団体旅行の先行受注は増加しているものの、個人旅行は国内、海外共に前年を割り込んでいる。</p> <p>・高速道路料金の割引で休日の観光地が混雑するなど、旅行の移動費にも節約志向は続いているため、景気は当分変わらない。</p> <p>・過剰なタクシー台数を減車する計画はあるものの、解消される見込みはない。</p> <p>・ガソリン価格の値上げなどが消費動向に影響して、景気の先行きは不透明である。</p> <p>・相変わらず景気回復の要因がみあたらない。</p> <p>・デフレ傾向が続いているため、景気回復はしばらく期待できない。</p> <p>・子ども手当の支給開始による一部消費への効果は期待できるものの、デフレや買い控えの改善にはつながらない。</p> <p>・サービス業の景気回復は、一般企業の回復に比べて時間がかかる。</p> <p>・景気の先行きを判断する材料はみあたらない。</p>
やや悪くなる	<p>一般小売店〔酒〕（経営者）</p> <p>一般小売店〔雑貨〕（企画担当）</p> <p>コンビニ（経営者）</p> <p>コンビニ（経営者）</p> <p>衣料品専門店（店長）</p> <p>乗用車販売店（経営者）</p> <p>住関連専門店（経営者）</p> <p>住関連専門店（経営者）</p> <p>その他専門店〔靴〕（経営者）</p> <p>その他飲食〔弁当〕（スタッフ）</p> <p>観光型旅館（経営者）</p> <p>遊園地（経営者）</p> <p>競艇場（職員）</p> <p>その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）</p>	<p>・たばこの値上げが発表になり、禁煙による売上への影響が懸念される。</p> <p>・政治経済が混とんとしており、参議院選挙に向けて個人消費は手控えが予想される。</p> <p>・買上点数が増加に転じているものの、来客数の減少と不安定な天候による影響が懸念される。</p> <p>・求職者の増加により、消費環境は徐々に悪化していく。</p> <p>・天候不順が続くと、春夏物の買換え時期を逸したままクールビズ商戦に突入するため、今後の売上が懸念される。</p> <p>・エコカー購入補助金の効果は薄れており、節約志向の強い消費者は買い回りや値引き要求を続けているため、売れるのは利幅の少ない小型車が多くなる。</p> <p>・商店街の店舗閉店に伴う通行量の減少に加えて、金融機関の住宅ローン査定が厳しくなるなど、家具の売上は今後更に厳しくなる。</p> <p>・地方の中小企業では景気回復に時間がかかり、消費者の先行き不安が続くため、耐久消費財の購入はしばらく減少する。</p> <p>・参議院選挙など景気の先行きは不透明である。</p> <p>・郊外の量販店が低価格販売を強化しているため、中心街区の集客は今後も減少する。</p> <p>・景気回復が報道されているものの、地方経済や観光に効果があらわれるのは時間がかかる。</p> <p>・ゴールデンウィークのアルバイト募集にも例年を上回る応募があり、雇用情勢や地域経済はしばらく厳しくなる。</p> <p>・個人所得が減少する一方で税負担が増加するため、趣味やレジャーにはますますお金が回らなくなる。</p> <p>・消費者には先行き不安が続いており、金融緩和や子ども手当が支給されても、消費にはつながらない。</p>

		住宅販売会社（従業員）	・受注件数に占める低価格住宅の割合が高く、売上額の伸びにつながらない。	
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・所得の減少による生活保護受給者が増加しており、先行き不安は更に強まる。	
		スーパー（店長）	・特売企画への消費者の反応が悪く、来客数、1品単価共に低下傾向にある。	
		スーパー（店長）	・天候不順が続いて、農家の収入が影響を受けるため、地域経済の悪化が懸念される。	
		自動車備品販売店（経営者）	・エコカー購入補助金による買換えの影響はしばらく続き、車検及び定期点検の入庫はしばらく変動する。	
		一般レストラン（経営者）	・低価格商品への需要はあるが、利益が取れる高価な商品には消費者の反応が悪いため、利益確保が一段と難しくなる。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・15か月続いた売上の前年割れが増加に転じ、受注が回復傾向にある。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・低価格志向から品質重視の高級志向へ移行しており、電気機械や自動車関連などでは需要が拡大する傾向にある。	
		建設業（経営者）	・住宅版エコポイントの効果から、新築やリフォーム工事の受注に明るさがみられる。	
		建設業（企画担当）	・凍結されている設備投資にも動きがみられ、また着工計画情報が増加している。	
		通信業（営業担当）	・決算が予想を上回る見込みであり、今後の景気回復が期待できる。	
		広告業協会（役員）	・消費の回復に伴い、首都圏ではメディア媒体の広告受注が回復しており、地方にも影響が波及しつつある。	
		広告代理店（経営者）	・予算削減を理由に前年中止された案件で、発注が復活するケースが増えている。	
		広告代理店（経営者）	・東北新幹線延伸やディステーションキャンペーンに伴い、観光関係の仕事が増えている。	
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・前年を底にして景気は回復傾向にあり、しばらくは徐々に良くなっていく。	
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・日本酒はし好品であるため、景気回復に伴い需要回復が期待できる。	
	変わらない		農林水産業（従業者）	・気温差の激しい日が続いて、果物の開花が遅れているため、収穫期への影響が懸念される。
			食料品製造業（経営者）	・前年を上回っている売上の傾向は、今後もしばらく期待できる。
			食料品製造業（経営者）	・高速道路料金の変更が予想されるため、観光客の動向や受注量への影響が懸念される。
		食料品製造業（総務担当）	・消費者の節約意識が続く一方で、業界内の競争は激化しており、当分売上の回復は期待できない。	
		繊維工業（営業担当）	・受注量はしばらく変化がみられない。	
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工が堅調に推移しているため、部材の販売価格は改善が続く。	
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・選挙対応の受注が見込まれるため、受注は例年並みで推移する。	
		土石製品製造販売（従業員）	・短期間での大幅な景気回復は期待できない。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・エコカー購入補助金の終了による需要減は懸念されるものの、自動車部品の受注は今後も比較的堅調に推移する。	
		建設業（従業員）	・民間企業の設備投資は、今後の動向が不透明である。	
		輸送業（経営者）	・前年から取引先の物流が低迷しており、しばらく横ばいで推移する見通しである。	
		金融業（営業担当）	・景気変化する要因はみあたらない。	
		金融業（広報担当）	・景気回復は一部業種に限られ、緩やかな回復に留まっているため、全体的な景気回復にはしばらく時間がかかる。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・これ以上悪くならない水準まで地域経済は落ち込んでおり、好転の兆しはみあたらない。	
		経営コンサルタント	・政治の先行きは不透明なものの、景気には明るい兆しがみられる。	
		公認会計士	・中小企業の回復には、企業の設備投資や消費者の購買力が影響するため、もう少し時間がかかる。	
		コピーサービス業（経営者）	・自動車関連産業進出に伴う従業員の住宅需要により、不動産関連に動きがみられるため、今後の受注に期待できる。	
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・建築業の受注低迷や派遣社員の待遇見直しなどが影響して、景気の先行きは不透明である。	

		金属工業協同組合（職員）	・現在の受注量はやや増加傾向にあるものの、今後の受注量は不透明であり、原材料の値上がりも懸念される。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者） 食料品製造業（総務担当） 電気機械器具製造業（営業担当） 通信業（営業担当）	・天候不順の影響で、米の作付け遅れや減収が懸念される。 ・商談では低価格商品の提案を要望されることが多く、市場の低価格傾向はしばらく続く。 ・受注回復は一時的であり、収益が厳しい取引先は増加している。 ・業界の方向性を左右する再編の流れがあり、明るい要素がみあたらない。
	悪くなる	その他企業〔企画業〕（経営者） 司法書士	・リフォームや新築住宅の受注が低迷しており、資金繰りなどで厳しい経営が予想される。 ・債務整理や破産手続きの相談が増加しており、法改正により今後更なる増加が予想されるため、景気は一段と悪くなる。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・企業からの求人問い合わせが増加傾向にある。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所（職員）	・製造業関係の企業は受注が回復しているため、しばらく求人数は増加する。 ・自動車関連による工場進出が求人数増加に結び付いていないものの、関連産業での求人効果が期待できる。 ・自動車業界の生産状況がやや持ち直しており、関連する製造業では求人数の回復が期待できる。 ・新規求職者数が減少しているため、有効求人倍率がわずかながら上昇傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・雇用条件の厳しい求人ばかりが繰り返し募集されているため、景気回復の兆しはみあたらない。
		人材派遣会社（社員）	・支店の閉鎖が相次ぎ、テナントビルの入居率が低下するなど、景気の後退は潜在的に進んでいる。
		アウトソーシング企業（社員）	・新規部門には今後も期待できるが、既存部門の売上は回復の兆しがみられない。
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・景気回復の報道にも実感がなく、企業の採用意欲に変化はみあたらない。	
職業安定所（職員）		・有効求人倍率が2か月連続で前年を上回っているものの、談合疑惑の処分による失業者の増加が懸念される。	
職業安定所（職員）		・有効求人数は依然として減少傾向にあるものの、有効求人倍率の下降には一服感が感じられる。	
職業安定所（職員）		・景気回復の見込みはなく、しばらくは現状維持が続く。	
職業安定所（職員）		・求人数が増加傾向にあるものの、一方では企業整備件数が増加しており、厳しい雇用情勢は当面変わらない。	
職業安定所（職員）		・雇用調整実施事業所数はやや増えているものの、休業延べ日数や対象者数は減少傾向にある。	
職業安定所（職員）		・建設業などでは雇用調整を実施する中小企業が増えており、業種や企業規模等で業況の格差が広がりつつある。また、新卒者向け企業説明会の参加予定社数は低調に推移している。	
	職業安定所（職員）	・企業間で景況に温度差があり、地方の雇用環境は中央に比べて回復が半年以上遅れている。一部に受注が回復している企業はあるものの、長期的な需要ではないため雇用回復の見通しは暗い。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・現状を上回る求人数の増加はしばらく期待できない。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・前期末に人員削減と地方拠点の営業範囲を縮小しているため、業績は今後一段と悪化する。