

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（ - : 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	観光型旅館（スタッフ）	・新体制下での団体営業戦略がようやく芽を出し始め、期初より回復する見通しである。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・新幹線延伸開業の効果を享受できるようなイベントを官民挙げて展開中であり、来客数の増加が期待される。
		百貨店（売場担当）	・2月は来客数が落ち着き、春物の動きはまだ鈍く、冬物セールも売れないため、年間のなかで売上が低く厳しい月だが、前々年は大雪の影響で例年以上に大きな打撃を受けたことから、今年はどうか雪が降らない限り、前年以上の売上は確保できる。また、3月はここ数年、オケージョンニーズに買い控えがみられ、節約や着回しをして物を買わない傾向がみられたが、少しずつ回復の兆しがあるため、今年は良くなる。
		百貨店（販促担当）	・12月のように、クリスマスなどの大きなオケージョンがある月は客の動きが非常に活発だが、オケージョンが弱い月の売上の推移によっては、まだ手放しでは喜べない状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・客も初売りに前年以上の期待感を持っているように見受けられることから、これをきっかけにマスコミ報道等によって景気回復ムードが高まればと期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・最大需要期である2、3月に合わせた商品投入などにより、やや持ち直すのではないかと予想している。
		乗用車販売店（経営者）	・年末に投入する新型車の影響と地域特性から、2～3か月先はわずかながら改善が期待できる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・新年度に向け人の動きに合わせて物は動くが、前年を超えるような売上にはならない。就労人口が減り、新入社員も少ないなかで、経費節減による企業の買い控えの傾向は更に高まると予想される。
		通信会社（営業担当）	・今年4月実施の道路交通法改正により、運送業からの駆け込み需要の増加が予想され、多少の期待もてる。
		住宅販売会社（経営者）	・今春以降の受注確保予定はあるが、年末年始の景気不透明感から1月一杯までの受注が見えない。
	変わらない	商店街（代表者）	・現在の生活者は非常に健全な消費志向を続けており、これは今年も変わりそうにない。小型店では良品販売を心がけ、いたずらに価格競争に持ち込まないよう考えている。急激に良くなることはないが、悪くもならないだろうと予想している。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・今後も消費マインドが低迷した状態が続く。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		百貨店（売場主任）	・春物の需要期になり、特にマザーニーズ、フレッシューズなど、オケージョン対応の商品に期待している。
		百貨店（企画担当）	・リーマンショック以降、弱含みの景気が常態化していることが気掛かりで、政府の景気対策に期待している。
		百貨店（営業担当）	・個々の施策については前年プラスアルファの取り組みを行っていくが、全体的な流れに大きな変化はないと予想される。ただし、婦人服の売上の好調が続けば、良化も期待される。
		百貨店（経営者）	・新幹線が延伸開業するも、観光シーズンは終わっており、今後2～3か月は大きなプラス要素もなく、今月同様の状況が続くことが予想される。
		百貨店（経営者）	・暖冬で前売りが厳しく、今後はクリアランスセールによる値引き販売が中心となる。そのため、商品量や来客数、客単価の増加がなければ、売上を前年と同額まで引上げるのは難しく、粗利益額を確保することも厳しくなる。
スーパー（店長）		・クリスマスや年末の単価だけは上がっているものの、その分普段の買物はかなり切り詰め、慎重になる。	
スーパー（店長）	・商圏内の競合状況は変わらない。さらに、正月明けの儉約ムードにより低単価のチラシ等でなければ集客が難しい状況になっている。景気回復の兆しもみえず、消費は低迷している。		
スーパー（店長）	・競合店がオープンしたこともあり、下がった数値は戻らず、現在の状況が続くことが予想される。		

スーパー（店長）	・人口が減少するなか、競合店は確実に増えており、販促策の強化は今後も続けなければならない。客は、より安い店、あるいはポイントなどがよりお得な店を買い回りしているため、既存店で今以上の売上と利益を確保するのは極めて難しくなる。
スーパー（営業担当）	・家電エコポイントの需要も一段落し、今後、景気浮揚が期待できる大きな要因は見当たらない。
コンビニ（経営者）	・上向きトレンドとはいえにくいものの、高単価商品が予想より出ており、改善の兆しがみられる。
コンビニ（経営者）	・求人情報誌の売行きが低調となっており、職についている人が増えつつあるのではないかと見ている。
コンビニ（エリア担当）	・良くなる理由も悪くなる理由も見当たらないため、変わらない。
コンビニ（エリア担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
コンビニ（店長）	・回復の兆しはほとんど見られない。
衣料品専門店（店長）	・1月以降は平年よりも寒くなるという長期予報による外部要因の後押しがある一方で、価格にシビアな客が増加している現状を考えると景気が上向いてくるとは考えにくい。
衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる予想が全くたたない。
衣料品専門店（総務担当）	・景気対策、雇用対策等が全く進展せず、経済の活性化も期待できないなかで、将来に対する不安から消費者の節約志向は続く。
家電量販店（店長）	・家電エコポイント需要も一段落し、落ち着く。
住関連専門店（経営者）	・売上が減少傾向にあることは変わらないが、安売り戦争に巻き込まれると、地方の業者は淘汰されてしまうので、得意な分野を更に強化し乗り切る。
住関連専門店（経営者）	・景気対策も思うように進んでおらず、先行きに不透明感が漂うなか、消費者の懐も耐久消費財の購入に至るほどは温まっていないようで、売上の大幅な回復は期待できない。
その他専門店〔呉服〕（経営者）	・客は我慢できるものは我慢するといっている。高齢化していることもあり、消費も減っている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・出費がかさむこの時期でさえ、消費者は必要なものには出すが、それ以外は徹底的に買い控える傾向が強く感じられ、今後の景気回復を期待する声はほとんど聞かれない。したがって、現状をどう乗り切っていくかで精一杯な状況は変わらない。
その他専門店〔靴〕（経営者）	・新幹線の延伸開業があり、人の動きは出てくるかもしれないが、それに伴う地元の消費活動へのプラス要因は見当たらない。
その他専門店〔酒〕（営業担当）	・現在の状況がしばらく続き、年度末を控えた取引先や他社の状況によっては、影響を受けることが予想される。短期間で市場や民間レベルで改善できる状況ではなく、かといって政府の景気対策も期待できない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格の高騰による仕入れ価格の上昇分を販売価格へ転嫁できず、粗利益が減少しており、冬の需要増も収益にうまく結び付いてない状況である。また、石油以外のタイヤなどの販売も一段落している。そのため、3月中旬までの春の需要が動き出すまでは厳しい状況が続く。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・客の財布のひもはかなり固くなっており、景気は悪い方向で変わりはない。仕入価格を販売価格に転嫁できないので、業者としてはかなり深刻な状態が続く。
高級レストラン（支配人）	・現政権は思うような力が発揮できず、外交も頼りなく、各種料金も値上げされるなかで、今後、景気が明るくなる要素が見当たらない。
一般レストラン（経営者）	・繁華街は依然として厳しく、仕入の業者からも伸び悩んでいるという話を聞く。この先もあまり期待はできない。
一般レストラン（支配人）	・地方の雇用環境が悪化しており、雇用対策がしっかりされなければ、現状維持で精一杯の状況が続く。
その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・新幹線の延伸開業はあったものの、集客のための施設はほとんど繁華街の方にあり、そちらには1月上旬にも新しい建物がオープンする予定だが、新しい企業の進出といった予定はなく、好景気は期待できない。
観光型ホテル（経営者）	・現在の入込は前年と比較できないくらい悪く、良くなる要素が見当たらない。
観光型ホテル（スタッフ）	・今のところ何とか前年を上回る状況であるため、年末年始は繁忙期であるものの、急激に状況が良くなるというわけではない。この先も、現状を維持するので精一杯という状況は続く。

	都市型ホテル（スタッフ）	・2か月先までの予約状況は前年同期比並みで、売上も前年並みで推移する見込みである。
	旅行代理店（店長）	・1～3月は旅行需要が低下するシーズンだが、2月のみ国内、海外共に先行受注で前年同期比を上回っている。1、3月の受注状況は国内、海外共に前年同期比を下回っており、相談件数、受注額共に伸び悩んでいる。
	タクシー運転手	・雇用環境は依然として悪く、仕事を探してもなかなか見つからないという話をよく聞く。不安材料ばかりが多く、好転する見通しが立たない。
	通信会社（営業担当）	・時期による浮き沈みが激しいため、景気が良いと判断できるような材料はまだ見当たらない。
	通信会社（営業担当）	・新幹線延伸開業の効果持続が期待されるものの、景気回復の要因は見当たらない。
	通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料が見当たらない。
	通信会社（営業担当）	・政府の景気対策がよく見えないため、現在の状況は変わらない。
	通信会社（営業担当）	・好感度は大手企業の一部に限られ、企業の大半は停滞感が蔓延しており、新幹線延伸開業の効果に期待したいが、飛躍につながる材料に乏しく、当面は我慢が続く。
	遊園地（経営者）	・年明けは、自動車関連工場の本格稼働で人口が約4千人増加する反面、春にかけて新規競合施設が開業の見込みであるなど、よし悪し両面あるが、消費の現状はなかなか変わりにくい。
	美容室（経営者）	・現在の客の動向からすると、現在の状況は変わらないことが予想される。
	設計事務所（経営者）	・例年、年度末にかけて仕事量は減るが、今年度は予定も立たない状況であり、厳しくなることが予想される。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・政治の動向から期待がもてず、諦め感があり、消費マインドは上がらない。
	商店街（代表者）	・今月はクリスマス、年末と消費が喚起される時期にもかかわらず、実用品や日常の食品の購入が中心だったことから、1月以降も消費の低迷が懸念される。
	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今は年末で売上は上がっているが、来月以降はまた売上が落ち込むことが予想される。
	一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・冬のボーナスが良かったという印象もなく、あるいは今年の昇給も期待できないというなかで、個人消費は盛り上がりにつなげ、局面によってはじり貧になることが予想される。
	百貨店（経営者）	・政局が不安定であり、明確な景気対策が出ていないなかで、家電エコポイント終了に伴う反動減も予想される。また、世界的な株価低迷も続いていることから、先行きは不透明である。
	スーパー（経営者）	・単価は低下し、来客数及び購買力が減少している現在の状況は続く。
	コンビニ（エリア担当）	・気温が若干高めである現状を考えると、気温が平年並みかそれ以下に下がった場合、更に来客数が減少することが危惧される。短期間での回復は見込めない。
	コンビニ（エリア担当）	・県内の消費人口の減少に歯止めがかかっておらず、売上は前年比で伸長したものの、予断を許さない。
	衣料品専門店（経営者）	・春物へと移行していくが、スプリングコートなど高単価商品の売上が年を追うごとに減少している。今年もそのような商品の売上は見込めない。
	乗用車販売店（経営者）	・先行きに対する不安感、ガソリン価格の上昇、客の生活防衛意識の高まりに加え、エコカー購入補助金による先食いの影響もあり、環境対応車の新型車が発売されても代替需要の喚起にはつながらず、前年比の20～30%前後で推移することが予想される。
	乗用車販売店（経営者）	・景気が悪いという感覚を持つ客が多く、必要でないものは我慢する傾向にはあるものの、春の需要期に向け、足代わりとなっている軽自動車の動きに期待している。
	その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・今期、地方では耐震工事等が行われており、付随業者は幾分回転が良くなっているが、次年度の仕事はないことが懸念されており、厳しい状況が予想される。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・地元のボーナス支給額は悪く、年末年始にある程度出費をしたとしても、その後の消費は引き締め傾向が強まると予想される。
	一般レストラン（経営者）	・良い材料がない。消費者は緊縮の状態に慣れているので、財布のひもはますます固くなることが予想される。
一般レストラン（スタッフ）	・今年は消費税の引上げも予想され、先行き不安の状態は続くため、支出を抑える動きは更に強まり、景気は悪くなることが予想される。	

		スナック（経営者）	・忘年会も例年と比べて予想以上に少なかったため、年明けの新年会なども前年ほどは見込めず、売上も思ったようには伸びないことが予想される。
		観光型旅館（経営者）	・正月も3日には半数の部屋が空室になるなど、1月以降の宿泊旅行へのマインドは極端に低くなっている。
		都市型ホテル（経営者）	・新年会の予約状況を見ると、企業では例年と変わらないが、各種団体では前年より減少しており、利用数の減少は続くことが予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新幹線延伸開業の効果がでない限り、明るい材料はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏以降、落ち込みの激しい宿泊部門は、販売価格をぎりぎりまで落として対応しているものの、回復の兆しがみえない。また、プライダルプレビューを毎週開催しているが来客数は少なく、成約率も低い傾向が続く。
		通信会社（営業担当）	・政府は法人税を5%下げることによって景気回復を期待しているようだが、一方で財源確保のために国民の税負担の増加が懸念されており、消費マインドは更に低下する。
		通信会社（営業担当）	・エコポイント終了の影響で、家電メーカーへの需要が減少し、全体的な景気は落ち込むことが予想される。
		観光名所（職員）	・前年同時期の予約状況よりマイナスになっている。それと同時に客単価が落ちているので、売上の落ち込みが予想される。
		その他住宅[リフォーム]（従業員）	・春先から回復の見通しではあるものの、需要閑散期の後半にあたることから、今月ほどの動きは見込めない。
	悪くなる	一般小売店[医薬品]（経営者）	・年末年始のにぎわいもなくなり、これまで同様景気が悪くなる。
		スーパー（経営者）	・ガソリン、灯油価格の上昇に伴う消費マインドの低下が懸念される。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイントが半減した影響で、悪くなることが予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・客から、今は買うべきではないという話を頻繁に聞くことから、今後一層厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が何もない。
		その他サービス[自動車整備業]（経営者）	・景気が良くなり、消費が活発化するきっかけが何も見当たらない。円高にもかかわらず、年明け早々に原油が値上がりしそうな情勢で、景気は更に悪化するのではと懸念している。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		電気機械器具製造業（企画担当）	・現在が景気の底であり、今後は良くなるしかない状況であるため、円高による業績悪化は改善すると予想される。
		建設業（経営者）	・少ない問い合わせや来店客のなかにも、春になったら、あるいは退職したら工事を始めたいという人が出てきているので期待している。
		金融業（広報担当）	・新幹線延伸開業の効果が、徐々に波及していくと予想される。
		広告業協会（役員）	・テレビ出稿する業種が増えつつあり、このまま推移すれば久しぶりに前年比で2けたの伸びが期待できる。
		その他企業[工場施設管理]（従業員）	・取引先では本社からライン増設の話も出ており、年明けの見通しは明るい。
	変わらない	農林水産業（従業員）	・畑作の戸別所得補償で転作作物の蕎麦が対象となる見込みだが、米価は相変わらず厳しいので、変わらない。
		食料品製造業（経営者）	・現状の動きでは明るい材料がなく、良くなる見込みはない。
		食料品製造業（総務担当）	・売上増加は期待できず、原材料費の価格上昇によるコストアップにより、収益確保は厳しい。
		繊維工業（経営者）	・原材料が上がるような心配が出てきているなか、個人消費は一向に活発になりそうもなく、停滞感が続くことが予想される。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工数が比較的安定的に推移する。
		建設業（従業員）	・民間設備投資の上昇感が見られないので、現在の状況は変わらない。
		輸送業（経営者）	・前年比からは収入増となっているが、車両機械、軽油等の価格が上昇傾向にあることから、経費増が見込まれており、収支的に非常に厳しい状況が続くと予想される。
		通信業（営業担当）	・取引先の契約に積極的な姿勢はうかがえるが、契約締結の条件は依然として厳しいものがあり、景気が上向き要素が見当たらない。
		金融業（営業担当）	・当分の間は現在の状態が続くと予想される。

	広告代理店（経営者）	・ 広告出稿を今以上に押し上げる新しい素材が見つからない。
	司法書士	・ 不動産取引が低迷しており、住宅着工も横ばいで推移するなかで、地元銀行による住宅ローンのほかにローンの貸出しを専門に行うモーゲージバンクによる住宅ローンも増加しており、住宅ローン市場において従来とは異なる動きが出てくる。
	公認会計士	・ 業種別にみると建設関係の落ち込みが激しく、小売関係も売上減少が続いていることから、景気が良くなる要因は見当たらない。
	コピーサービス業（経営者）	・ 年度末が近付いていることもあるが、国の予算の状況からみると、まだごたごたしているため、良くなるとは考えづらく、現在と同じ状況で推移することが予想される。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・ 年間で最も販売ボリュームが大きい今月、一般酒販店から広域流通やチェーン店への売場変化が顕著に現れている。今後も一般酒販店の不振は続き、年明けからの廃業や倒産が危惧される。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・ 住宅の受注環境が好転するとは思えないが、これまでのような傾向で推移するとみている。
	金属工業協同組合（職員）	・ 受注量が毎月変動があり、安定した受注態勢が取れないなかで、在庫調整の動きが見られることから、受注が減少する。
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・ 今年の4月までは良くなることに期待が持てず、むしろ悪くなっていくことが予想される。今の政権とアメリカとの貿易関係を見る限り、明るい見通しはない。
	食料品製造業（総務担当）	・ 少し高めの商品を何点が発売し、そこその売上を確保しているものの計画は未達の状況が続いており、既存商品の落ち込みをカバーするには至らない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・ 受注が確保できるかどうか不安を抱えた企業が多く、数か月先が見通せない状況が続く。
	広告代理店（経営者）	・ 新幹線延伸開業後、それに代わる新規案件は期待できない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・ お盆、歳末、年始など特別の状況下では持ち直すものの、その後は手控え感が強く、広告を出す方も消費者の側も抑える傾向が続く。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・ 同業他社や付き合いのある会社の社長に話を聞いても、皆一様にボーナスを出せない状況にある。そんな状況では当面、購買力は上向かない。
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、低価格車为中心で、採算性が悪くなっている。加えて、現状の為替水準が続くようであれば、非常に厳しい状況が続くと予想される。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）
		・ 県内各都市で再開発の計画がまとまってもテナントが埋まらず、企業も依然として様子見のなかで、一部の製造業では雇用を再開する動きも出てきており、年度末にかけて今後の推移を見守りたい。
		人材派遣会社（社員）
		・ 一旦採用を停止していた企業が新卒採用を再度検討する案件が増えてきており、期待が持てる。
		職業安定所（職員）
		・ 新規求人数が5か月連続で増加しており、今後もこの傾向は続く。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・ 取引先のほとんどは減員を検討しており、増員の話は極めて少ない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 新年度は統一地方選挙や県知事選挙などがあり、景気に対するプラス要因はない。また、観光面では世界遺産登録やブレイクステーションキャンペーンなどの話題は出てくることと予想されるが、景気を大きくけん引する材料とはならず、現在の状況が続く。
	職業安定所（職員）	・ 求人が少なくなる時期であり、求人が大幅に増加するような要因は期待できない。
	職業安定所（職員）	・ 新規求人数は前年比で4か月ぶりに減少に転じているが、月間有効求人数は4か月連続で増加している。有効求人倍率はわずかな上昇が続いているものの、今後の動向については予断を許さない。
	職業安定所（職員）	・ 休業などの雇用調整を新規に実施する企業数は減少傾向にあるものの、継続実施している企業数は減少しない。
	職業安定所（職員）	・ 新卒者の採用意向について事業所に話を聞くと、「良い学生、生徒」がいれば検討するが、先行きが見通せないため積極的に採用しようという企業はほとんどみられず、期待できない。
	職業安定所（職員）	・ 円高、デフレといった懸念材料があり、雇用情勢の急激な改善は難しい。

	職業安定所（職員）	・現状より更に悪くはないが、良くなる要因も見当たらない。
	職業安定所（職員）	・中小企業緊急雇用安定助成金の利用が、ほとんど減少することなく続いている。
やや悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	・先行きが良くなる様子もなく、年度末に向け状況は更に悪くなる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・初売りが間もなく始まるが、専門店等も景品を抑えており、今一つ盛り上がらない状態である。初売りはその年の流通関係の景気を占うといわれているが、家電エコポイントも縮小し、消費が盛り上がり、低迷した状態が続くことが予想される。ただし、今年は大規模な自動車関連工場の本格稼働などもあるので、多少の期待が持てる。
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末にかけて契約切れが続く。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業活動が萎縮しており、年度内は投資も採用も控える企業が多くなる。