

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	-	-
		商店街（代表者）	・当商店街において、シャッターが閉っていた2軒の店で改装工事が入っており、中元商戦に向けてオープンの予定であり、期待が持てる。
		商店街（代表者）	・2、3か月前は、ランチで弁当購入者が多かったが、最近では食堂にも客足が戻っている。夜の飲食街もビールの季節になってからは、客足が伸びている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・来客数も回復し、サッカーワールドカップ関連商品が売上の下支えをしてくれる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月を最低とし、サッカーワールドカップが終われば回復する。特に夏物商品が出回り始めれば良くなる。
		百貨店（広報担当）	・2、3か月後には、婦人物を中心とした店舗の一部リニューアルがほぼ終了し、新ブランドの導入も予定している。これが重衣料が動き出す時期と結び付き、状況が改善され、良くなる。
		百貨店（売場担当）	・社内では、売れる店舗や売れる商品など先の見通しを的確に捉えているため、売れないような方策は取らず、良くなる。
		スーパー（経営者）	・客の厳しい消費行動は依然として続いているが、最悪の状況からは反転し、回復に向かっている。従来のようにただ単純に価格に敏感で、安ければ良いというムードが後退し、良い商品が売れるようになりつつある。
		衣料品専門店（店長）	・低価格商品への集中が一段落し、付加価値の高い商品が動き出している。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の発売予定があり、またマイナーチェンジもあるため、期待できる。
		観光型ホテル（経営者）	・11月までの入込み客数は、国体のためにいろいろな面で失敗した前年よりも好調である。 ・相変わらず公的機関の視察旅行的なものが、増えないながらも継続されている。 ・経営している3軒のホテルのうち1泊5万円の最高級ホテルが、オープン10年にして過去最高の成績をあげている。
		通信会社（経営者）	・客の中で、現行料金と変わりなければ、新しいシステムへ変更するという動きが出てきており、多少費用がかかっても、取り替えようとする動きが増えてくる。
競馬場（職員）	・新しい商品である新馬券が全国発売になるため、売上増が期待できる。 ・サッカー一色であった世間の目が他にも向けられる事が追い風になる。		
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・客の話では、市中に仕事の種が無く、動きが鈍いということである。 ・サッカーワールドカップにおける韓国とは対照的に消費者心理は冷え込んでいる。
		百貨店（売場主任）	・中元商戦や、夏物のクリアランスが始まり、売上を期待したいが、来客数は期待できず、買上単価も期待できない。
		百貨店（販促担当）	・サッカーワールドカップが一段落しても、その反動で夏物商品のクリアランスが当たるとは思えない。しかし各取引先ブランドの晩夏や初秋の仕掛けが充実しており、例年より内容の濃い展開になり、プラスマイナスで変わらない。
		スーパー（経営者）	・ここ数年下がり続けてきた商品単価などが、3、4月を底に、5、6月から上昇に転じている。しかし為替が120円を切る円高となっているため、どう展開するか分からないが、下げ止まりだけは確実である。
		スーパー（経営者）	・サッカーワールドカップで明るくなることを期待していたが、価格競争は依然続いており、このままの状態が続く。
		スーパー（店長）	・これまで前年割れを続けてきた1人当たりの買上点数が5%増となり、来客数も5%増であり、一品単価の2%減をカバーしている。買上点数が増加したことは明るい材料である。
		スーパー（店長）	・買上点数が増加し、来客数も微増であるが、一品単価の下落が大きく、それが客単価にも反映している。この状態はまだ続く。

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
		スーパー（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・下期から立地法施行以降の出店が増加し、ますます価格引き下げの要因となる。 ・売り方提案、品揃え見直しは進めるが改善は見込めない。
		コンビニ（エリア担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・来客数の増加よりも客単価の低下が大きい状況が続いている。
		乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・客の声や、同業他社の声を聞くと、個人需要においては車検受けの保有延長が増えており、法人需要においては減車傾向にある。耐久消費財としての車は、他の消費財に比較し、最後の回復になる。
		住関連専門店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・商品が秋物に変わっても、慎重な購買行動に変化はない。
		その他専門店〔家電〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・もう夏物商戦に入り、エアコンなどの高付加価値商品を用意しているが、依然として単機能の商品しか売れない。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・これから中元時期に入るが、中元は前年に落ちるところまで落ちており、大きくまた落ち込むとは思えず、天候不順になると、飲み屋の需要が低下するため、それが懸念材料である。
		高級レストラン（支配人）	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント効果による来客数の増加はあるが、単価が上昇せず、売上増加になかなか結び付かない。
		一般レストラン（スタッフ）	<ul style="list-style-type: none"> ・サッカーワールドカップのために来客数が減少しているが、一時的な事なのか分からない。
		スナック（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・立地条件にもよるが、中心部の飲食街が忙しくならないと二次的な客の多い周辺地域の店は期待ができない。
		スナック（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・特に忙しくなるような要素が何もなく、薬品メーカーの接待における二次会禁止により、まだまだ悪くなる。
		その他飲食〔そば〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・ここ数か月、来客数、単価ともに大きな変化がなく、一定の水準を保っている。しかし7月は天候が不安定であり、それがどう来客数に影響を与えるか心配である。良い方向に向いて欲しいと思うが、客との会話でも良い話がない。
		都市型ホテル（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・前月同様にカラオケ業界、携帯電話、貴金属関係の展示会や新製品発表会の引合いが多い。 ・食品メーカーの一部で、問屋の会合を数年振りに再開している。 ・総体的に良い方向に向かっていようだが、館内レストランの売上が依然として前年実績を下回り、個人消費は回復の手応えは出ていない。
		観光名所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・さくらんぼ狩りの団体客が増えているだけで、他の団体客やフリー客が伸びていないため、今後入込数は増えないまま推移する。
		観光名所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・夏休みに向けた問合せや受注状況から、回復傾向が見られない。 ・サッカーワールドカップ後の個人客の増加に期待している。
		遊園地（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・競合他施設との共同キャンペーンが終盤となるが、他に決め手となる販促メニューが少なく、変化は期待できない。
住宅販売会社（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> ・販売量は、価格を下げた効果で受注はある程度増えているが、客の消費マインドの低迷によって受注量が減少しているため相殺されている。この状況は一進一退のまま続く。 		
やや悪くなる	一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・サッカーワールドカップも終わり、イベントが無くなってくると、辛くなる。 	
	スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・販売状況は、前年を上回っているが、今後競合店の出店などで競合化が激しくなるため、当店としては悪くなる。 	
	スーパー（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の状況は、買上点数が減少し、一品単価の下落が続いていて、来客数の伸びが止まりつつあるため、先行き不安である。 	
	家電量販店（店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・ボーナス商戦に入ったにもかかわらず、盛り上がりがなく、梅雨寒や冷夏予測などでエアコン販売も例年より立ち上がりが悪い。 	
	乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・消費の動きを左右する夏の賞与もほぼ額が決まり、サッカーワールドカップの特需も無いまま終了し、あらゆる面で今後が良くなる期待が無い中で、消費が回復する事は見込めず、ここ数か月続いている自動車の販売や単価低下に歯止めがかからない。 	
	乗用車販売店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・例年、需要期は3月とボーナス時期の6、7月であるが、今年のボーナスはあまり期待できず、200万円の車を購入するにも成約に時間を要している。 	

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
		住関連専門店（経営者）	・サッカーワールドカップの影響もほとんど無く、景気はこのまま悪い状態に向かう。
		観光型旅館（経営者）	・いろいろな手だてを打っているが、東北はまだ下げ止まりを実感できない事に加え、夏休みの家族客の予約の間際化でなかなか読めない事、9月の予約の足が進んでいない事に不安を感じている。 ・その先の10、11月の予約は先行しており、楽しみな状況であるが、9月は不安要素を抱えている。
		観光型旅館（経営者）	・昨年末から今年に入り、売上は低調ながらも底を打った感があったが、天候不順により農家関連の予約が鈍っている。 ・海外の不況や、政治不安から個人経営や個人商店の旅行も手控えられている。 ・秋には行楽地としての回復は見込めるが、それまでの間は売上が更に減少する。
		通信会社（営業担当）	・日々の営業の中で接する取引先の社内でのコスト削減が顕著で、安ければ良いという雰囲気であり、今後景気はますます悪くなる。
		美容室（経営者）	・サッカーワールドカップ終了と同時に、気分的に拡大している消費が元に戻り、ボーナスの支給状況も期待できない。
		住宅販売会社（従業員）	・4、5月の来客は、購入意欲が明確で、値引要求や色々な条件を付けければ成約に至っていた。今月の客は、価格を下げたりプレミアムを付けても動かず、購入自体に迷いを持っている。この状態は当面続く。
		悪くなる	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・品質で商品を選択する店や市場が拡大している。
		繊維工業（総務担当）	・冬物の生産、販売量共にピークとなりフル稼動するため、当月よりはいいが、円高により、海外製品の輸入量が更に増すため、国内繊維業界では危機感を抱いている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・電子部品関連の供給は、特需状態、踊り場の状況であり、PDAとモバイル機器への開発案件が多く、新しい製品として市場に出てくる事が期待できる。
		輸送業（従業員）	・輸出入企業のオーダーが引き続き入っており、海外工場のラインもフル稼動し、効率良く生産すべく態勢を整えているため、当面は部材供給が続く。
変わらない		農林水産業（従業員）	・農産物の作柄も良く、夏場の桃の販売価格も例年並みを維持できそうである。
		農林水産業（従業員）	・賃金が上がらない中、消費も伸びておらず、今後も伸びる要素はない。それに伴い農産物の購買能力も低下し、供給をしても値段が上がらず、むしろ販売価格は低下する。
		食料品製造業（経営者）	・今が最悪の時期と思いたいが、残暑が長引けば更なる悪化も懸念される。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・良くなる見通しがまったく見えてこない。 ・全体の仕事量が減っている中、競争が激しくなっている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・当社の受注残高が、前月比マイナスが続いているものの、マイナス幅は拡大しておらず、変わらない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・今後、受注減の可能性が出てきており、先行きが心配である。
		通信業（企画担当）	・自治体のe-Japan計画に基づく情報化の需要は高まるが、実際の金の動きは当分出てこない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・年度予算の縮減の影響で、またその消化で模様眺めが続いており、すぐに良い方向に転じる事はない。
やや悪くなる		建設業（経営者）	・仕事量が年々減少していることと、今後の見通しが暗いことから、採用抑制や早期退職などの人員削減で対応している会社が多い。
		コピーサービス業（経営者）	・3か月後は、法人や官公庁の予算が動き始める時期ではあるが、景気を左右するような大きな動きは考えられない。 ・個人客にしても客単価が低下している。
悪くなる		繊維工業（営業担当）	・市場は、個人消費の低下と輸入増により物余り状況である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・新技術の導入などにより、携帯電話向け部品の大幅受注増が予測され、明るい材料ではあるが、反面急激な円高が進み、輸出の採算が悪化しており、輸出比率の高い当社では収益が大幅に急激に悪化する。

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
		電気機械器具製造業 (経営者)	・10月以降の具体的な引合いは出ているが、直近の3か月以内では、顧客の担当窓口においても明確な情報が薄い。 ・最近3か月サイクルで景気変動しており、中小製造業は一喜一憂を通り越し、疲弊しきっているのが現状である。
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)	・取引の長い客でも、予想外の解約が出ており、新規注文や追加の引合いではカバーしきれない。
		人材派遣会社(社員)	・依頼される人材のスペックが高く、人集めが困難になっている。最も登録している人材が多い事務派遣は、先行きが暗い。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・仙台でサッカーワールドカップ第3戦、決勝トーナメント日本代表戦が開催されたが、一部の飲食業や流通業を除いて、景気回復に寄与していないため、これまでの状況は変わらず続く。
		職業安定所(職員)	・製造業、特に電気機械器具製造業において、ここ数か月は回復と思われる兆しが求人面で出ているが、求職者数が依然として高い水準で推移しているため、景気という点ではまだ横ばい状態である。
		職業安定所(職員)	・求人、求職に若干の改善は見られるが、有効求人倍率は12か月連続で前年実績を低水準で減少している。
		職業安定所(職員)	・新規求人は増加傾向にあるものの、求職者数も過去最高水準にあり、今後も事業主都合離職者の増加が見込まれる。
		職業安定所(職員)	・新規求人数は増加傾向にあるが、一方で大量解雇を予定している企業もあり、求職者の増加は続く。
やや悪くなる			
悪くなる			