

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	-	-
		一般小売店〔カメラ〕 （店長）	・今後もデジタルカメラ関係の新製品の発売があるため、販売が更に伸びる。 ・9月は天候が悪く、写真の需要が少なかったが、今後は行楽シーズンになるため、写真の需要が伸びる。
		百貨店（企画担当）	・巨大ショッピングセンターのオープンと、それに対抗した中心商店街の大型店の大型リニューアル、報道機関の報道などで、客の消費活動が活発化している。今後の秋冬商戦や歳末商戦に大きな期待を持てる。
		百貨店（広報担当）	・総選挙後の状況と株価のレベルにより、予断を許さないものの、様々な仕掛けが競合する歳末商戦とその時期から地域で行われる大きなイベントでの活性化に多少期待できる。
		百貨店（経営者）	・一時的なセールで10月の売上は期待できるが、それ以降は積極的な新規イベントで集客体制を組むため、昨年よりやや良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・消費者の価値に見合った価格、又はタンス在庫に無い商品であれば、購入したいとする傾向があり、この傾向に沿える商品の提供を続けていけば必ず売上が上向くと確信している。
		乗用車販売店（経営者）	・今年新型車も無く、前年実績と横ばいで需要が推移しているが、年度末に近づき、平成9年4月の消費税アップ時の駆け込み購入したユーザーが一斉に3回目の車検を迎えるため、車輛の平均保有年数が7年であり、時機である。
	乗用車販売店（経営者）	・10月に新型車投入の予定があり、受注増が見込まれる。	
	スナック（経営者）	・同業店の人も言っているが、夜の繁華街への人出が少しずつ戻ってきている。	
	変わらない	商店街（代表者）	・政府統計などでは、景気が回復していると盛んに言われているが、サラリーマンの実質所得が増えておらず、消費に反映するわけがなく、また選挙の年は売上が悪いというジレンマもあり、良くはならない。
		百貨店（売場主任）	・10月も、駅ビルのリニューアルが予定されており、商環境はますます厳しくなる。
		百貨店（企画担当）	・競合店も、当社と同じような催事を組んできており、市内における集客や売上は激戦化し、ここ数か月は売上が伸びず結局は変わらない状態になる。
		百貨店（企画担当）	・世間一般では、株価の上昇はあったにせよ、地域的には地価の下落や駅前空洞化など、この先厳しいと感じている。
		百貨店（売場担当）	・全体的に、少なくなった給料の中でのやりくりによる買物であり、賞与を当てにした購入はせず、イベントでは集客にはつながっても売上には結び付かない。
百貨店（販促担当）		・今年の秋冬商材は、これといったヒットアイテムが見当たらず、プロパーの打ち出しのフェアやコレクション関連も、良いところ悪いところの差が広がっている。	
スーパー（経営者）		・株価が上昇するなど若干明るい気配はあるが、日常性の高い小売業では、雇用や賃金など分かりやすい部分での明るさが出て来なければ、回復には向かわない。	
スーパー（経営者）	・マクロの景気が多少上向きつつあっても、食を中心とした日々の消費動向は、それらと直接的な関連をせず、好転はしない。単価の下落傾向はやや鈍化しているが、その流れは依然根強く、今後客が景気動向に左右されるということは考えられず、現在の状況は堅調に継続する。		
スーパー（店長）	・競合各社で、売上確保並びに集客目的での価格ディスカウントが強まっており、今後も一品単価の下落が続く。		
コンビニ（エリア担当）	・基本的に完全失業率などの数字は、見掛け上改善されているような感じはするが、末端の小売ではそうではないと見ている。厳しい状態は当面続く。		
コンビニ（エリア担当）	・秋になり、気温の低下とともに来客数は確実に減少する。しかし昨年より経営体質の強化を図っているため、昨年並みの利益は確保できる。		
乗用車販売店（経営者）	・12月になれば雪が降るため販売は厳しくなるが、10～11月はこの順調な流れに乗り、走り続けたい。メーカーでは低金利対策を12月まで続ける予定であり、これらを有効に使って、この好調な波を続けていきたい。		

	<p>その他専門店〔家電〕 （経営者）</p> <p>高級レストラン（支配人）</p> <p>観光型旅館（経営者）</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>タクシー運転手</p> <p>通信会社（営業担当）</p> <p>テーマパーク（職員）</p> <p>住宅販売会社（従業員）</p>	<p>・販売量はあっても単価の低下が著しく、売れる商品と売れない商品との差が拡大している。例えばプラズマテレビは売れるがパソコンが低迷しているなど、全体的には伸びが無く、近い将来の先行きが不透明であるし、今後良くなるような兆候も無い。</p> <p>・宿泊の予約状況は、前年同日比でほぼ変わらずか、やや上回る程度であり、宿泊では変わらない。</p> <p>・宴会では、一般宴会の予約は増加しているが、婚礼の予約件数が減少しており、一件当たり単価の関係で多少下回る。</p> <p>・レストランでは、カジュアルレストランの好調が持続する。また、苦戦している中華系も販促対策でそこそこ戻ると見ており、全体ではあまり変わらない。</p> <p>・10月は夕方振りに、前年実績、目標ともに超える見込みである。ただし11月や12月の忘年会などはまだまだ追い込み不足である。</p> <p>・東京では景気回復の兆しが出ているようだが、東京は外国と同じである。地方はふたを開けるまでどころか、ふたを閉めるまで分からないというのが実情である。</p> <p>・来月も今月同様に、1,000人規模の全国大会の大口があり、婚礼も昨年並みを維持しそうである。その他の小口が期待できないため、総体ではあまり変わらない数字に落ち着く。</p> <p>・総選挙や県議会選挙などがあり、過去の例からも宴会が頻繁に起こり得る環境ではなく、一般宴会は控え目となるが、披露宴はあまり変わらない。当社では倒産ホテルの影響で、問い合わせは多いが、それと景気とは関係がない。</p> <p>・2～3か月前と比較しても、乗客数が減少しており、前年と比較しても1割近く乗客数が減少している。</p> <p>・同業の1社が9月から値下げを行い、この影響が出ており、近く新規に3社がタクシーに参入する。客が減少しているのに、台数ばかりが増え、どんどん厳しくなる。</p> <p>・顧客単価の低下が依然続いているが、このところ受注が伸びており、全体では横ばいになる。</p> <p>・安い企画商品からどんどん売れていく。なるべく金を使わない安・近・短の傾向が出ている。</p> <p>・住宅ローン減税の期限延長がほぼ決まったことと、住宅公庫金利が更に上昇するという不安から、駆け込みで展示場来場者数が増加している。しかし、冬場を迎えオフシーズンになるため、相殺されてあまり変わらなくなる。</p>
やや悪くなる	<p>コンビニ（エリア担当）</p> <p>衣料品専門店（店長）</p> <p>家電量販店（店長）</p> <p>乗用車販売店（経営者）</p> <p>高級レストラン（支配人）</p> <p>観光型ホテル（経営者）</p> <p>住宅販売会社（経営者）</p>	<p>・過去の経験から、農業県では米の不作や農作物の不作が発生した年は、必ず財布のひもが固くなり、買物を控える。</p> <p>・30～40歳代のビジネスマン客層の来客数減少が続いている。こうした客層がボリュームとして動く年末に向けては、大幅な来客数増は難しいと考えられるため、厳しくなる。</p> <p>・冷夏の影響がかなりあり、先行き不安を持っている農家が増えており、見通しはかなり暗い。</p> <p>・6～8月の長雨、冷夏の影響による農作物の不作が決定的となり、例年に比べ、購買意欲の低下が顕著に感じられる。</p> <p>・忘年会と年末商品の予約状況が厳しく、前年実績を上回るのは難しい。</p> <p>・宮城県北部地震の影響を忘れかけた時期に、このたびの北海道の地震である。これでは関東や関西の客は北を向かない。</p> <p>・売上の的には少ないが、地元の女性の日帰り客と家族中心の団体が多少健闘している。</p> <p>・住宅ローン減税の反動落ちが心配である。それに加え、住宅ローン金利も上昇しており、これが建築意欲に水を差すことが懸念される。現在の住宅ローン減税のような対策の実施を希望している。</p>
悪くなる	<p>商店街（代表者）</p> <p>一般小売店〔書籍〕 （経営者）</p>	<p>・冷夏により、米作が指数77の著しい不作で、今後東北ではじわじわと影響が出てくる。</p> <p>・当商店街でも、冷夏による夏商戦の不振に加え、周辺農家の農作物の不作が、更に輪をかけて大きく影響してくる。</p> <p>・今年は去年の秋のような超ベストセラによる売上の底上げは見込めず、8%程度の自然減が予想される。</p>

		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・9月末の仮決算では、厳しい状況の同業者もあり、倒産するところも出てくる。 ・11月9日の総選挙に向け、繁華街は厳しい状況になると予想している。
		スーパー(経営者)	・競争の激化は今後も続くが、今夏の冷害による農産物の不作が深刻化するため、可処分所得は減少する一方であり、景気が上向くということはない。 ・消費の減少は、設備投資が増えているという統計が出ているが、東北ではその兆候が出ておらず、悪化の一途である。
		スーパー(店長)	・米が不作で、値上がりが必要である。現在、米が売れ続け、消費者の買い置きが見られる。また農家の買い控えを予想している。
		スーパー(店長)	・いよいよ来月、競合店が出店する。ディスカウントストアが2店舗、同業のスーパーが1店舗出店するため、価格競争に突入する。
		観光型旅館(経営者)	・今までの経験から、米の出来が悪い年は、忘年会や新年会の予約が少ない。そろそろ忘年会の予約が入る時期であるが、全く予約がない。 ・地震の風評被害も尾を引いており、このままで推移すると、景気の悪い状況が年末年始以降も続く。
		タクシー運転手	・とにかく利用者がいない。また運転手が続々入社してくるが、売上が出せず次々辞めていっている。またその一方で台数は増えており、厳しいばかりである。
企業 動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	新聞販売店〔広告〕 (店主)	・ここ5～6か月間は、チラシ収入が安定しており、商業活動に変化はないが、金は天下の回り物であり、少しずつ成果が出てくる。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・例年、この時期から売上が減少するが、民間の動きは伸びる兆候もなく、どうしても記念誌などの単発ものの仕事がポイントになってくる。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・毎月受注変動があり、先が見えなくなっている。何を信じて部材手配をすれば良いのかまったく分からない。キャンセルと飛び込みが毎日発生しているのが現状である。 ・客先は丸投げで下請にリスク分を押し付けているというのが最近顕著である。
		建設業(経営者)	・見積依頼の件数は増加しているが、価格が低下し、トータルの受注額は増えておらず、2～3か月後も変わらない。
		建設業(経営者)	・宮城県北部地震の関係で、復旧工事や耐震関連で一部の業界では忙しくなっているが、一般的には変わらない。
		広告代理店(従業員)	・現在、他社の物件の見積引き合いが出ているが、逆に当社の物件も他社に見積引き合いが出ているということであり、総体では変わらない。
	やや悪くなる	繊維工業(総務担当)	・一時的かどうか、急速な円高のため海外製品の輸入が一段と増加する懸念がある。デフレ経済に歯止めがかかったというが、到底そうは思えない。
	悪くなる	広告代理店(営業担当)	・多くの得意先で、下半期の予算調整に時間を要しているためか、10月以降の発注にブレーキがかかっている。
		農林水産業(従業者)	・後半の桃に期待したものの、価格低迷で生産資材を購入するのも大変な状況で、来年の生産維持に悪影響を及ぼさないことを願っている。
		一般機械器具製造業 (経理担当)	・売上全体の20数%が輸出向けであり、現状の社内レート115円を上回る円高水準になっており、この状態が続けば収益が急激に悪化する。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社(社員)	・大手の半導体メーカーや、大手の電機メーカーや外資系企業などで増員の相談が増えている。 ・年末にかけて人の需要が活発化し、そうした計画を立てている企業も増えている。
		人材派遣会社(社員)	・提案次第で、派遣利用を前向きに検討する企業が多く、実際に派遣依頼も増えている。
	変わらない	求人情報誌製作会社 (編集者)	・冷害による農作物の不作や総選挙などで、景気の悪化を懸念する声が多く、企業の採用マインドも上がらず、景気としてはあまり変わらない。
		職業安定所(職員)	・求職者数は減少が続いているが、求職活動期間が長期化しており、特に中高年求職者には厳しい状況が続いている。
		職業安定所(職員)	・新規求人数が低迷状態であり、雇用保険の被保険者数も減少傾向に歯止めがかからず、総量としての雇用労働力が拡大できずにいる。

	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・求職者は正社員を希望する者が圧倒的に多いが、求人は正社員の募集割合が確実に減っている。 ・求人条件や内容が悪化しており、事業者側の採用基準が高くなっている。 ・特に若年者の求職活動と採用条件などのミスマッチは拡大傾向にある。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・派遣募集は3か月サイクルが比較的多く、9月頃に大量に募集をかけ、冬には現状維持の企業が多い。特に年末年始後は毎年動きが悪いことから、景気は良くならない。
	職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・企業整理による解雇者数が多く発生し、雇用保険受給者が増加し、求人倍率も低下する恐れがある。
悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	<ul style="list-style-type: none"> ・全国的に市町村の大型合併が次々行われる期限が迫り、全国的にマーケットが縮小してきており、他業者からも多方面に進出しており当社も多方面への進出を始めているが、経費がかかる割には利益が上がらないという状況になっていく。