

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〔書籍〕 （経営者）	・夏の繁忙期に入る。ヒット作に貢献する映画等のメディアも多く予定されており、売り上げ増が期待される。
		一般小売店〔カメラ〕 （店長）	・取引件数の増加が今後に繋がる。これから、行楽・レジャーシーズンに入るのでさらに期待できる。愛知万博や各種イベント、新製品などもあるので昨年より期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・今の状況でいくと大分夏らしく暑さを取り戻してきた。昨年同様暑さが続くという想定のもと品揃えの見直しを図っている。昨年は早期切り上げた夏物を8月いっぱい継続する計画である。昨年同様、残暑が厳しくなればそこそこの売上は確保できる。
		衣料品専門店（店長）	・暦通りに気候が推移し、夏物商品が活発に動いていることやクールビズ効果でアダルトからシニア層がシャツ中心に色物、柄物等着こなしの幅を広げている状態が今後も続く。
		乗用車販売店（経営者）	・昨年は集中豪雨や新潟県中越地震などで非常に厳しい状態であったが、本年度はこの復旧作業で土木・建設ともかなり忙しい状態である。
		高級レストラン（支配人）	・夏の東北の祭りの期間の観光客、特に関西方面からの客の出足は早く、昼食団体は、既に現段階で8月6日～8日まで予約で満席となっており、今後期待できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼減少の対策として、年齢層を絞りクラシカルムードを前面に出し、昔ながらの和装挙式やブライダル専門学校の学生による演出を取り入れたブライダルフェアの効果か、7～10月の受注件数は前年比200%を超えている。アンケート結果から当地ではハウスウェディングブームは意外に早く終わる気配である。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場来客数は少ないが、確実に受注確約が取れている。
	変わらない	商店街（代表者）	・なんとなく数字が改善されていることが感じられているが、商店街全体で消費がこれから先良くなっていくのかというと、まだ大きな変化はなく、緩やかな上昇基調が続けば御の字である。
		商店街（代表者）	・地区内の大型店では、中元セールで活況を呈しているが、対前年比をクリアすることに四苦八苦している。個々の中小の店では未だ中元セールという感じが見られない。
		一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・これから七夕やお盆の時期は人だけはたくさん出るが、売上にはつながらないと飲食店のオーナーは話している。
		一般小売店〔雑貨〕 （企画担当）	・夏季のボーナス、社会保険、個人の税金が可処分所得の減少につながることから、個人消費のしっかりした伸びがつつくとは考えづらい。
		百貨店（売場主任）	・クリアランスセール自体は、売上、来客数も含め大いに期待できるが、必要なもの以外は買わないという傾向はますます強くなり、単価ダウンは免れない。
		百貨店（企画担当）	・真夏に向けて中元商戦とクリアランスの動きが大きなポイントとなる。浴衣、水着の動きは現状では厳しい。
		百貨店（売場担当）	・衣類では、ニットの半そで等の売れ行きが悪く問屋に発注しにくい状況にあり、2、3か月後に秋物を早めに展開し、客の目を引き付けたいが未知数である。天候によっても変わる。
百貨店（販促担当）	・5月、6月とマイナス幅が徐々に縮小し、中元商戦の立ち上がりも昨年と同じ売上推移である。しかし、6月下旬からのクリアランスセールの集客力が年々落ちてきている。		
百貨店（経営者）	・6月は天候に恵まれ、夏物の動きが良くなってきた。しかし、社会、経済状況を見ると必要なものは購入するが、個人消費がどんどん増えるとは想定できない。		
スーパー（経営者）	・一個当たりの商品単価は、ほぼ横ばいである。来客数と買上個数はわずかながら上昇傾向が見られる。東北全体の流通業の売上高としては、前年比マイナスで推移しているのに対して当社は若干プラスで推移している。異常気象の推移によるがこのまま変わらない。		
スーパー（経営者）	・新潟県中越地震に関わる復旧工事で土木建築が活況であり、これが全体を支えている。1、2年は続くと思われる。		

スーパー（経営者）	・今の状況が急速に好転するとは考えられない。客の動向、販売点数の動きからは、楽観的予測はできない。農作物の安値、ガソリンの値上がり等が家計に及ぼす影響は少なくなく、今後の消費動向については厳しい状況が続く。	
スーパー（店長）	・超目玉品のような価格、ポイントを倍にするセール等に反応する客はいるが、その他の施策には無反応の客が多く苦戦が続く。	
スーパー（店長）	・例年であればボーナスで消費の拡大を期待するが、支給額の減少、社会保険の天引き等で手取りが少なくなり、消費が進まない。	
スーパー（総務担当）	・消費の景況は依然として同じ傾向が続いているが、競合店と商圈の食い合い競争が今後益々増えて行くものと考えているので、企業としての真価が強く問われるようになると予想される。	
スーパー（企画担当）	・客単価が低下していた傾向に加え、来客数の減少が続いている。客の購買の引き締めは依然として強く、今後も大きな変化は見込めない。	
衣料品専門店（経営者）	・2～3か月先は秋物の時期となる。期待しているが、現在、歩行者や来客数の減少が続いており、その時に増加傾向に回復するかは不安である。慎重に想定すれば変わらず悪いままである。	
乗用車販売店（経営者）	・新型車の動きは良いものの、大半を占めている既販車の動きが鈍く、全体の販売量としては前年並みに推移する。	
乗用車販売店（経営者）	・新型車効果も一段落し、震災復興による買い換えも一巡する。継続して好況は期待できるが、現在の伸び以上にならない。	
乗用車販売店（経営者）	・新型車導入によるCM効果は期待できるが、以前のように即決するケースは少なく契約までに時間がかかっている。新型車導入により急激に契約台数が伸びるのではなく、一台ずつの積み重ねで計画が達成される。	
住関連専門店（経営者）	・まだまだ耐久消費財の需要の掘り起こしは望めない状況である。年度後半に景気回復するという見方があるが、家具関係の重要は伸び悩みである。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格が高値安定で推移しており、高値が今後しばらく続く見通しである。消費の減少は続きそうで需要の回復が早急には望めない。価格の転嫁も苦戦が予想され、収益の落ち込みと、販売数量の減少とが景気の足を引っ張る。	
スナック（経営者）	・来客数を見ると、どんどん団体客が少なくなっている。1～2人の客が多く、会社の飲み会も減っている様子を見ると当分はこのままである。	
その他飲食〔そば〕（経営者）	・現在来客数、単価ともにほとんど変化はない。6月下旬から始めた夏向けのメニューが好調なので7月に向けて期待しているが様々な状況を考えて難しい。	
その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・売上は、前年から95%で推移し、弁当、惣菜などの特別提供品の広告などいち早く実施しているがあまり効果は現れず、この傾向は3か月後も変わらない。	
観光型旅館（経営者）	・行政のバックアップのおかげで、道路の真中に出来た足湯やオープンカフェとその前庭の足湯等、そぞろ歩きの楽しい温泉地づくりは着々と進み、評判が良い。当社としても、来客数を増やすために、忘年会の企画など早め早めの対応につとめていく。	
都市型ホテル（経営者）	・1月から6月までの婚礼の実績は昨年を大きく下回っているが、来月以降、年度の後半は組数も増加し、予約状況は昨年並まで回復できる見込みである。一般宴会も今までは低調であったが、10～11月と全国大会等の大口需要を控えているのでなんとか昨年並まで回復できればと予測するが、あくまで単発的なものであり、依然として地元企業は元気がなく、個人利用も低調であり、全体的な回復感はない。	
通信会社（営業担当）	・設備投資案件の動きがかなり鈍くなっている。天候等の不安定要素による農作物関係の業態からの期待と失望感が高くなっている。	
美容室（経営者）	・マスメディアの宣伝効果、ニュース等での情報が、消費者に景気が良いというイメージを与えている。地元企業としては状況に変化はないが、消費者側に底上げの意識がある。	
やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・ガソリン価格が急上昇しており、消費マインドに水を差す。

		百貨店（広報担当）	・紳士服等に買い換え需要、衣替え需要による若干の改善が見られるが、慎重な個人消費がより一層慎重になることが予想される。税負担に対するサラリーマン層の不安は看過できない状況にある。
		スーパー（店長）	・空梅雨で野菜の今後の動向が危惧される。野菜が高騰すれば、買上げ全体に及ぼす影響は大きい。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズの影響で、軽量衣料、特にスラックス、シャツ、下着の動きが良くなっているが、秋以降このような特需がなくなり、売上の期待ができない。
		住関連専門店（経営者）	・都市間競争または都市の中でも地域の格差、特に郊外型と中心街における客の流れが相当変化している。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・これから先、通常では飲食店が期待される。中元では酒は期待できない。飲食店は天候が順調であれば期待できるが、現在のように天候不順であると落ち込むことが想定される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・これまでの状況判断の大きな要素は客単価の低減であったが、最近はこちらに加えて、来客数の減少がみられている。
	悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・先行きの不透明感が、売上、来客数、客単価に現れている。客の財布の紐は固い。夏の気候によって期待できる部分はあるが、瞬間的な事象であり、総体的には良い方向に向かわない社会情勢にある。
		衣料品専門店（経営者）	・本来、夏物のジャケット、ワイシャツ、ネクタイを取り揃えて販売しているが、クールビズの影響でバランスが崩れており、悪い方向に向かっている。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズの影響で、ジャケット等に目を向けるよりも今のままで我慢するというように、スーツの需要が減っていき、苦戦すると想定している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・3か月先は、冬物の販売時期であるが、品物の動きがあまり良くないと予想される。10月の衣替えに向けて9月は例年品物が動く時期であるが、暑さが長引くと衣替えの意識が低くなり、受注数が減ると予想される。単価の面でもあまり高いものは売れないということから、良い状況ではない。
		一般レストラン（経営者）	・市場での魚屋、八百屋の様子、他の飲食店の様子を聞くと2、3か月で回復する気配はない。増税の話は一般の人の負担となり、購買力が落ちている。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		一般機械器具製造業（経理担当）	・携帯電話用の部品については、依然低水準で推移し、自動車部品については、比較的堅調に推移すると予測している。また、為替レートも社内レートを大きく上回る水準まで戻していることで輸出採算が大きく好転して全体の業績を押し上げる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・情報端末や医療機器が下期に向けての新製品開発で引き合いが出てきており、期待できる。しかし、コストの関係で厳しい受注競争が予想される。
		輸送業（従業員） 通信業（営業担当）	・デジタル機器関連の新製品の出荷が見込まれる。 ・愛知万博に加え、地元プロスポーツ関連や大河ドラマ関連の盛り上がりや夏祭関連での景気浮揚要因があり、それに付随してのビジネス関連分野で景気回復が期待される。
	変わらない	輸送業（経営者）	・ガソリンの値下げが続かない限り景気は良くならない。
		広告代理店（従業員）	・新球団効果も多少あるものの、落ち込み物件も予定されており、プラス・マイナスで変わらない。景気の回復は首都圏・大企業に限定されている。地方の中小企業はその影響を受けるものの、その回復影響は部分的にしか受けない。まだまだ厳しい状況にあることは間違いない。
		広告代理店（営業担当） 経営コンサルタント	・広告売上のかなりのシェアを占める通信関連、特に携帯電話の広告出稿量が非常に減っている。 ・夏の賞与が増えれば弾みがつくと思うが、知る限りでは、賞与を前年以上に支給する計画の企業は少ない。
		公認会計士	・製造業の一部には、需要量が増加し、それに対応する設備投資と雇用の増加があるが、サービス業は来客数が増えず厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・現在は、天候に恵まれているが、春先寒かった分果物の生育が昨年比で1週間位遅れている。その遅れのため、夏の桃の販売価格が下落することが予想される。
		食料品製造業（経営者）	・BSE問題以来、全く牛肉の輸入解禁の目処がたっていないことや米国での2例目の感染等が先行きの不安材料となっている。

		食料品製造業（経営者）	・原料が秋からまた値上げになりそうな動きがあり、これ以上の原料の高騰があると、コスト的に厳しくなる。
		繊維工業（総務担当）	・現在の日中関係の悪化から、生産の拠点が、国内回帰に一部動いている気配があるがまだ先は不透明である。産地全体では、まだまだ不況は続く。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・石油製品の値上げにより、原材料費が高くなっている。その分の価格値上げを販売先に要請できず、収益が悪化する。
		建設業（従業員）	・民間の建設設備投資はそれなりの動きが見られるが、公共投資の低迷はそれをも下回る状況である。
		広告業協会（役員）	・今年は当地において選挙を控えており流通関係はますます厳しいものと予想される。
		コピーサービス業（経営者）	・5月以降は特に動きが悪く、市場が活性化されていない状況である。仕事の絶対量が減っている。一部建設コンサルタント系列で多少動きが出ているのが救いであるが、将来の明るさを感じる動きはない。
	悪くなる	食料品製造業（経営者）	・原料、および資材の高騰問題により、9月以降の価格改定の影響が販売面にマイナス作用することは必至で、販売、収益両面で厳しい状況が予想される。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・繁忙期に入る業種や現在調整中で2～3月後に人を増やすところがある。
		人材派遣会社（社員）	・営業、販売、テレマーケティング職において、引き続き企業の採用意欲は強く、提案次第でまだまだマーケットは拡大する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・流通を中心として、京阪および他県からの出店が増えている。地元企業の流通の拡大はなく、閉店するところもあり、落ち込みを他県からの出店でカバーしている。しかし、地元企業の流通の回復の兆しが若干みられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・これ以上良くなることはない。ただ、求職者にあまり悲壮感はなく、仕事を選び好みしている余裕が老若男女を問わず感じられるので、全体とすると好況ではないか。
		人材派遣会社（社員）	・例年7月、8月は安定期に入るが9月が四半期にあたるため事務派遣・製造派遣ともに増員が見込まれる。ただし、長期休暇の影響で稼働日数にも限りがあるため動きとしては秋頃に期待される。
		人材派遣会社（社員）	・7月以降の企業における採用計画について、新卒採用、中途採用ともに大幅に上方修正している企業はそれほど多くない。
		アウトソーシング企業（社員）	・自治体の景気がかわらないのでそう大きな変化はない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・老舗の百貨店が店舗を閉鎖したり、ガソリンスタンド経営の会社が倒産しており、雇用情勢は明るい兆しが見えない。
		職業安定所（職員）	・求職者に在職者やパートを中心として増加の傾向が見られること。求人の増加は派遣求人の大幅な増加によるものであること。企業の一部に原油高に対する警戒感が見られ、企業収益の減少を危惧する声があることから、その動向により、今後求人数にも影響することが考えられ有効求人の低下が懸念される。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加に向かう要素が乏しく、逆に解雇者が増加傾向にあることが懸念される。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・税制改正問題が地域経済の動きに影響を与えると予測される。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内の夏のボーナスは、7年連続で減少する見通しとなっている。また、先日、公正取引委員会から独占禁止法に基づき、県内の91の建設業者に解除勧告が出されており、7月下旬から影響が出てくると予測される。