

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             | 景気の現状判断       | 業種・職種        | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|---------------|--------------|--|--|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている   | コンビニ（経営者）    | 来客数の動き   | ・前年比売上が110%、来客数が107%と好調で、客単価が101%と微増であった。キャンペーンの最終月であることやATM導入が来客数増に貢献している。  |
|                | やや良く<br>なっている | 商店街（代表者）     | お客様の様子   | ・これまでとは、消費意欲が全く変わっている。特に物販店では商品を探す態度が変わっている。客は、以前は店員が近寄れば逃げていたが、今は、積極的に商品の素材、価格、いつ作られたか等を質問することが多くなっている。店内での滞留時間が長くなっていることもここ1か月で顕著となっている。 |
|                |               | 百貨店（売場主任）    | 来客数の動き   | ・天候要因が大きい。3か月前は大雪のため来客数が減少したが、今月は暖かく、客足は前年よりも良い。   |
|                |               | 百貨店（企画担当）    | それ以外   | ・来客数が前年を上回りつつある。各売場、全体での予算が達成できるようになった。状況は非常に改善されている。  |
|                |               | 百貨店（広報担当）    | お客様の様子   | ・2月の下旬からの気温の上昇に伴い、春物が動き出し、3月になって若干の寒の戻りがあっても、その流れが変わらない。その結果、全部門で売上目標をクリアしている。輸入特選品、高級時計、貴金属等の高額品の動きも良くなってきている。                            |
|                |               | 百貨店（営業担当）    | 競争相手の様子  | ・競合各店とも売上の前年比はプラスである。また、百貨店、その他大型店の今春の店舗改装内容のほとんどが高付加価値、高価格商品やブランドであり、富裕層を中心としたおう盛な消費動向を実感した改装である。   |
|                |               | 百貨店（売場担当）    | お客様の様子   | ・今月は市内において春のイベントが多く、特に花の蘭展があり、中高年の富裕層による買い回りが目立ち、売上に結び付いた。また、新入学や新社会人向けのバック、ギフト品等が好調に売れている。  |
|                |               | スーパー（店長）     | 来客数の動き   | ・今月は既存店売上前期比が101.7%と好調に推移している。客単価が前期比98%と前年割れになったが、客数が前期比102.4%とカバーしている。青果が果物の不振で前年を割ったが、その他の生鮮品が好調で全体の売上に貢献している。                          |
|                |               | 衣料品専門店（店長）   | 単価の動き  | ・二極化の傾向は相変わらずであるが、雇用の拡大のためか新卒者からの購入が増加している。若干財布のひもが緩くなっており、単価が少し上がっている傾向にある。   |
|                |               | 衣料品専門店（店長）   | お客様の様子   | ・商品構成変更後、徐々に商品本位で購入する客層が増えてきていることと1人当たりの買上点数が増えてきており、客単価が確実に上昇してきている。  |
|                |               | 乗用車販売店（経営者）  | 販売量の動き   | ・大雪で出遅れた需要を2、3月でばん回してきた。台数増加の主因は単価の低い軽自動車ではあるが、前年伸長が大きく台数の多さで単価はカバーできている。  |
|                |               | 乗用車販売店（経営者）  | 来客数の動き   | ・1、2月は大雪のため来客数と受注数は低迷していたが、2月末からの雪解けとともに、来客数が増え、契約に結び付き、かなり遅れを取り戻した。   |
|                |               | 高級レストラン（支配人） | 来客数の動き   | ・宿泊、レストラン、宴会ともに順調に推移し、前年を上回るのがここ数か月の動きである。今後もこの状況で推移する。  |
|                |               | 一般レストラン（経営者） | 来客数の動き   | ・3月の売上は3、4年前の良い時に匹敵するほど良い。かなり来客数が増え、客が入りきれないという状況もかなりあった。歓送迎会の影響もかなりある。  |
|                | 観光型旅館（経営者）    | 来客数の動き       | ・12～2月は宿泊人員、売上ともに前年比で大幅に落ち込んでいたが、3月は前年並みに回復した。予約状況も、ある程度先の期間まで平日でもバラバラと予約が入り始めている。 |  |
|                | 都市型ホテル（経営者）   | 来客数の動き       | ・歓送迎会の時期であるが、会社単位で申し込む一次会だけでなく、他会場からの来客も含めた個人単位の二次会が増え、前年比で1、2ポイントほど上昇している。        |  |

|       |                    |        |  |
|-------|--------------------|--------|--|
|       | 都市型ホテル<br>(スタッフ)   | 販売量の動き | ・大雪で来客数も利用率も下がっていたが、雪解けにより、3月の歓送迎会などに出かけられるようになったことが大きい。   |
|       | 通信会社(営業担当)         | お客様の様子 | ・建設業、製造業の客の一部で景気上向きの様子がかがえる。   |
|       | 住宅販売会社<br>(従業員)    | 来客数の動き | ・3月に入り、新規及び管理客が一気に動き始め、内覧会会場の来場者数も多く、受注予定も増えている。   |
| 変わらない | 商店街(代表者)           | 販売量の動き | ・春休みに入り、家族連れが多く見られるが売上に反映していないのが懸念される。   |
|       | 商店街(代表者)           | お客様の様子 | ・高校の合格発表以降、制服や学用品の購入で例年のように商店街がにぎわっているが、にぎわいの割には購入単価が上がっておらず、売上は前年を下回っている。   |
|       | 一般小売店<br>[茶](経営者)  | それ以外   | ・今月末の新市誕生という話題があるにもかかわらず、経済的には何の影響も感じられない。先日、送別会に出席したが、予想以上に街中は静かで、人が少ない。公務員関係者もほとんど出席していない。                         |
|       | 一般小売店[書籍](経営者)     | お客様の様子 | ・年間を通じて一番の繁忙月だが、伸びと落ち込みが同じである。結果的に、それなりの実績に終わる状況である。例えば、高単価の電子辞書が売上増であるが、その分、紙の辞書は確実に売上が減少している。                      |
|       | 百貨店(販促担当)          | 来客数の動き | ・相変わらず来客数の微減傾向が続いている。マスコミで言われているような景気の浮揚感の実感はない。首都圏と地方ではそのあたりの差が出ている。春物商品は立ち上がり好調であったが、長続きせず、次の施策を打ち出すのに苦労している。      |
|       | 百貨店(経営者)           | お客様の様子 | ・1~3月上旬までは、当店の企画に対して客の反応が良かったが、今月中旬以降気温が下がったあたりから客の購買意欲が少し下がった。競合店が3月中旬にオープンしたことも影響している。                             |
|       | スーパー(経営者)          | 販売量の動き | ・一部にデフレは脱却したという声が聞かれるが、地方では、デフレはまだ進行している。購買力が高まっている状況にある。  |
|       | スーパー(経営者)          | 販売量の動き | ・3月は非常にお金を使う時期で例年いろいろな変化があるが、今年は特に特売品しか売れないという傾向が強い。近所にディスカウントストアが出店したこともあるが、ますます買い回りをしている客が増えている。                   |
|       | スーパー(経営者)          | 販売量の動き | ・マクロ的には景気が回復という声が聞かれるが、スーパーにおける食品に関しては、単価の下落、競争の激化、食に対するニーズの変化など楽観できる状況でない。今年は特に青果物の相場が安値で推移しており、全体的には決して良好という状況にない。 |
|       | スーパー(店長)           | お客様の様子 | ・消費者は必要なもの以外は買わず、価格に対して敏感であり、いろいろな店を買い回りしながら安い商品を求めている傾向にある。   |
|       | スーパー(総務担当)         | 単価の動き  | ・鮮魚、青果物(果実はおよそ前年比15%ほど低下)の平均単価が前年比割れを続けている。加工食品も前年比2%落ちている。来客数は既存店前年比で4.3%低下している。この状態は依然続いている。競合状態も業態を越え続けている。       |
|       | コンビニ(経営者)          | お客様の様子 | ・年度末を迎えて土建業などが動いてきた。しかし、単価はまだ低い。   |
|       | 衣料品専門店<br>(経営者)    | 単価の動き  | ・単価はアップしているが、来客数は減少している。一般客の購買意欲が上がっていない。  |
|       | 家電量販店(従業員)         | 販売量の動き | ・オリンピック需要が思ったほど伸びなかった。また、春需要については、家電付きマンションが増えたため、家電製品が伸びなかった。予想ほど売上は伸びなかった。   |
|       | 乗用車販売店<br>(経営者)    | 販売量の動き | ・コンパクト車の新型車効果とメーカーからの供給増により、今月はなんとか2けたの伸長を確保できたが、他車種の受注販売については、てこ入れ策を打つものの未だ回復の目途が立たない。                              |
|       | その他専門店<br>[靴](経営者) | 販売量の動き | ・比較的気温が高く、春物商品の売行きが順調に推移している。  |

|           |                            |        |  |
|-----------|----------------------------|--------|--|
|           | その他専門店<br>〔酒〕（営業担当）        | 販売量の動き | ・3月前半はまあまあで推移したが、後半は失速している。酒税の改正をにらんだ在庫調整が始まっている。  |
|           | その他専門店<br>〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | 販売量の動き | ・3月に入り、給油所関連の販売量は、前年比で、95%からプラスマイナス3%前後で推移している。灯油販売はピークを過ぎ価格も前月より下がり、販売量も減少している。総じて、低調となっているが、前月と比較してほぼ横ばい状況で推移している。春に需要のあるタイヤ関連も天候が不安定なため、20日以降は停滞している。4月にずれ込む見通しである。 |
|           | その他専門店<br>〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | 販売量の動き | ・価格としては高値安定となっており、量的には変わらない。今後ますます価格が上がれば変わるかもしれない。  |
|           | 高級レストラン<br>（経営者）           | 来客数の動き | ・首都圏の景気が当地域に波及するには相当時間がかかる。原材料が上がっているのが苦しい。特に高級品のマグロやマスクメロン、わさびは値上げしており非常に厳しい。   |
|           | 観光型ホテル<br>（経営者）            | 来客数の動き | ・送別会の月であるが、一般企業の送別会はほとんど皆無である。学校や役所関係など旅行積立てを行っているところの送別会は健在である。週末に集中し、ウィークデイは厳しい入込である。同年齢の女性のサークルや60才以上の同期会等が特に目に付く。  |
|           | 観光型旅館（経営者）                 | 来客数の動き | ・バス会社企画で順調に集客できている。しかし、地域全体の動きは良くない。相変わらず新規の個人小グループの予約が極端に少なくなっている。  |
|           | 旅行代理店（従業員）                 | お客様の様子 | ・ゴールデンウィークの申込を受け付けているが、予算が合わなければ旅行を中止するという状況は変わらない。問い合わせは多いが、申込件数は例年とあまり変わらない。   |
|           | タクシー運転手                    | 来客数の動き | ・少し客数が増えたが、短距離の客が多く、前年同期と比較してもほぼ同じような状態である。  |
|           | 通信会社（営業担当）                 | 販売量の動き | ・携帯電話の売上は、前年度に比べて取替は伸びたものの、新規購入は横ばいである。なんとなく客の財布のひもは固いようで、景気は良くない。   |
|           | 観光名所（職員）                   | 来客数の動き | ・募集による団体ツアー客が好調で、前年同期を上回っている。3月は稼働日数が少ないため、本格的な観光シーズンとなる今後が期待される。  |
|           | 観光名所（職員）                   | 来客数の動き | ・今月は大口の団体が関連商品を通じて3,000人入ったが、現在はこのような団体予約は入っていない。フリー客の入込状況は良いがその分でカバーできるかはわからない。   |
|           | 遊園地（経営者）                   | 来客数の動き | ・月半ばまでは比較的暖かく推移したが、彼岸前後の暴風が響き、昨年を若干下回る集客となっている。  |
|           | 美容室（経営者）                   | 来客数の動き | ・来客数は前年割れの状況である。客の再来店までの期間はだんだん伸びてきており、来店回数も減っている状況が続いている。   |
|           | 住宅販売会社（従業員）                | 販売量の動き | ・他社との競合が激しく、購入者が決断に至るまで時間がかかっている。  |
| やや悪くなっている | スーパー（店長）                   | 販売量の動き | ・特に果物が不振である。節約の現れではないかと懸念される。  |
|           | スーパー（店長）                   | 来客数の動き | ・2月、3月と競合店の決算時期で、各社のチラシ攻勢が激しく、当店の来客数も3か月前と比較して3%減という影響を受けている。  |
|           | 衣料品専門店（店長）                 | 来客数の動き | ・春物の立ち上がりの時期だが、なかなか暖かくならず、思うように動かない。客もまだ春物が欲しい気持ちにならないようである。   |
|           | 都市型ホテル（スタッフ）               | 販売量の動き | ・一般宴会は官公庁の送別会を中心に順調に受注した。しかし、婚礼と宿泊の落ち込みは予想以上であり、それらをカバーするまでには至らない。   |
|           | 都市型ホテル（スタッフ）               | 単価の動き  | ・法人、団体等の利用は増えているが、個人客の利用、とりわけ婚礼の利用が激減しているため、会社全体の業績としてはぎりぎり前年をクリアできるか微妙な状況である。   |

|                |                 |                               |                         |   |
|----------------|-----------------|-------------------------------|-------------------------|---|
|                | 悪く<br>なっている     | 一般小売店 [ 医<br>薬品 ] ( 経営<br>者 ) | 来客数の動き                  | ・ 3 月は歓送迎会や卒業式があるにもかかわらず、繁<br>華街の人通りは減っている。居酒屋だけは若者で込み<br>合っているという話はあるが、全体的に来客数は落ち<br>込んでいる。  |
|                |                 | 衣料品専門店<br>( 経営者 )             | お客様の様子                  | ・ 暖かくなって良くなるはずが、依然として人通りが<br>少なく、来客数も減少し、買い控え傾向が進んでい<br>る。  |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている     | -                             | -                       | -   |
|                | やや良く<br>なっている   | 繊維工業 ( 総務<br>担当 )             | 取引先の様子                  | ・ 厳冬による冬物の消費拡大で、取引先は在庫一掃を<br>しており、春夏物の追加が好調である。次の秋冬物に<br>つながると期待している。   |
|                |                 | 一般機械器具製<br>造業 ( 経理担<br>当 )    | 受注量や販売量<br>の動き          | ・ 自動車部品、民生機器ともに好調な状態が持続さ<br>れ、計画を上回る水準で推移している。  |
|                |                 | 電気機械器具製<br>造業 ( 経営者 )         | 取引先の様子                  | ・ 取引先各社は年度末のなかで忙しい状況が続いてい<br>る。新製品の開発案件が出てきており、状況としては<br>昨年とあまり変わらない受注で推移している。ただ<br>し、原材料、輸送費などが原価を押し上げていること<br>が不安材料である。                                   |
|                |                 | 輸送業 ( 従業<br>員 )               | 取引先の様子                  | ・ 工業製品の輸出が前年同月に比べ、かなり多くなっ<br>てきている。   |
|                |                 | 通信業 ( 営業担<br>当 )              | 受注量や販売量<br>の動き          | ・ 年度末時期の契約更新ということがあり、受注価格<br>は低下するものの、回線増加での既存契約の継続とい<br>う点で、上向きに推移している。  |
|                |                 | 広告業協会 ( 役<br>員 )              | それ以外                    | ・ 地方都市において、3 つのプロ球団 ( サッカー、野<br>球、バスケット ) を有している都市は福岡に次いで仙<br>台が 2 番目であるが、観戦やグッズの支出は家計に<br>とっても大きい比重となっている。スポーツが産業と<br>して成り立っている。                           |
|                | 変わらない           | 食料品製造業<br>( 経理担当 )            | 受注量や販売量<br>の動き          | ・ 売上は前年比 98% と振るわない。採算の悪い商品を<br>整理してきたが、新製品でその穴埋めができていな<br>い。燃料の高値推移で収益が悪化している。   |
|                |                 | 木材木製品製造<br>業 ( 経営者 )          | 受注価格や販売<br>価格の動き        | ・ 住宅部材の需給バランスが好転せず、収益改善が進<br>まない。   |
|                |                 | 出版・印刷・同<br>関連産業 ( 経営<br>者 )   | 受注量や販売量<br>の動き          | ・ 昨年と比較してほぼ同じであったが、役所の仕事が<br>減っている。その分民間の仕事が増えているが、役所<br>の仕事の減少が懸念される。  |
|                | 建設業 ( 経営<br>者 ) | 受注量や販売量<br>の動き                | ・ 工事の問い合わせや見積依頼が出てきている。 |   |
|                | やや悪く<br>なっている   | 食料品製造業<br>( 経営者 )             | 受注量や販売量<br>の動き          | ・ 米国からの牛タンの輸入再禁止により、原料費の高<br>騰が続く、従来より高い価格で推移せざるをえず、需<br>要が落ち込んでいる。   |
|                |                 | 輸送業 ( 経営<br>者 )               | 取引先の様子                  | ・ 主要荷主から値下げ要請があり、応じざるをえない<br>状況にある。軽油の上昇傾向に歯止めがかからず、収<br>入減と経費増にあり、経営が厳しい。  |
|                |                 | 新聞販売店 [ 広<br>告 ] ( 店主 )       | 受注量や販売量<br>の動き          | ・ 折り込みチラシ件数、金額が、2 か月連続で当店の<br>ボーダーラインを下回っている。特に地元商店の数少<br>ない利用業者も配布地区を指定したりして、全体の部<br>数を減らし、また、月 4 回のところを 2 回に落とすな<br>ど厳しい状況である。中央からの依頼もそれを補うほ<br>どの状況にはない。 |
|                | 悪く<br>なっている     | 農林水産業 ( 従<br>業者 )             | それ以外                    | ・ 昨年の農家収入が前年比 60% 位と非常に悪かったた<br>め、農機具の買い控えが目立っている。農機具の販売<br>員も前年比 50% ほどと嘆いている。   |
| 雇用<br>関連       | 良く<br>なっている     | 人材派遣会社<br>( 社員 )              | 求人数の動き                  | ・ 通信関連企業や製造業から来期初め以降の増員要請<br>があり、少し前年を上回る。  |
|                | やや良く<br>なっている   | 人材派遣会社<br>( 社員 )              | 求人数の動き                  | ・ 3 月の年度替わりということもあり中心部の事務系<br>求人の猛ラッシュで案件が次から次へと発生してい<br>る。そのため競合も多くなり、人選も早いもの勝ちで<br>良い人材であれば確実に決まる傾向である。   |
|                |                 | 人材派遣会社<br>( 社員 )              | 求人数の動き                  | ・ 各企業に求人案内のダイレクトメールを送付したと<br>ころ、3 か月前に比べ約 1.5 倍の反応が返ってきてい<br>る。求人意欲の高い企業が増えている。   |
|                |                 | 職業安定所 ( 職<br>員 )              | 求人数の動き                  | ・ 新規求人が大幅増加傾向で推移している。学卒の求<br>人が前年に比べて大きく増えている。  |

|           |                |         |  |
|-----------|----------------|---------|--|
|           | 職業安定所（職員）      | 雇用形態の様子 | ・求人数は常用が15.7%増加して、パートは5.5%減少し、その結果7.6%の増加となった。常用で増加し、パートで減少する傾向は5か月間続いている。一方、求職数は在職者が引き続き大幅に増加していることから、8.7%と2か月連続して増加した。 |
| 変わらない     | 人材派遣会社（社員）     | 雇用形態の様子 | ・現在、派遣で就業中の派遣社員を派遣先が直接採用したいという申入れが増えている。中途採用にかかわる紹介予定派遣の相談も多く、またその一方で通常の派遣社員の利用も増えており、各職場の人手不足感は徐々に高まっている。               |
|           | 職業安定所（職員）      | 雇用形態の様子 | ・常用の求人は減少し、パート求人が増加しており、業務請負や派遣求人も増加傾向にある。安定雇用につながっていない。   |
| やや悪くなっている | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き  | ・一時回復したかにみえた求人数であったが、ここ数か月は落ち込んでいる。比較的良かった京阪地域からの求人数も落ち込んでおり、この傾向はまだしばらく続く。  |
| 悪くなっている   | -              | -       | -  |