

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 | 通信会社（営業担当） | ・客との会話のなかで、建設業、製造業でまあまあという話が聞かれ、当業界も含め今後良くなる。 |
| | やや良くなる | 一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者） | ・6月にサッカーワールドカップがあるので、少しは良くなる。 |
| | | 一般小売店〔カメラ〕（店長） | ・これから行楽シーズンで旅行などに出かける客が多い。ハード系も人気商品が潤沢になれば相対的に伸びる。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・ここ2、3か月の来客数の増加や売上の推移をみると今後も緩やかに増加する。クールビズ、旅行関連、美術工芸品などが動いてくる。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・地域や業態間の格差はあるものの、全体の景気回復に伴うボーナス額の伸びが消費を活発にし、ボーナス商戦、中元商戦を活性化していく。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・6月のボーナスなどを当てにしてカード決済をする客が多くみられるので景気は上向きとなる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・客単価が少し上昇傾向にあり、安い値段にばかりこだわっている状況に変化がみえる。量的な面での増加はあまり変化がない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・ファッショントレンドが若干変化していることから、たえず在庫にない商品が店頭に並び期待できる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・金融系の企業などスーツを着用する企業が元気になっている。好調な企業のニーズが高まって、スーツも堅調に推移する。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・来客数及び買上点数が伸びてきており、また、挿し色として展開しているカラフルな色あいの商品が動き出しているため、景気回復が購入商品の色に出ている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・夏に向け、クールビズによるボタングダウン、半袖ワイシャツ、メンパンなどの市場拡大が見込める。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・6月からの地上デジタル放送の開始、サッカーワールドカップに向けて徐々に薄型テレビの需要が出てきている。また、今後の天気次第だが夏物商戦に向けて良くなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・車の販売では、ガソリン値上げの影響が大きいですが、社会全般には景気の上向きを感じている。大型車から小型車への乗換えが多くなっており、また、7年から10年位と長く乗っている人の台替えが見込まれることから、これからは今よりもやや良くなる。 |
| | | その他専門店〔食品〕（経営者） | ・高単価の商品が売れてきた。首都圏だけでなく地方にもようやく景気回復の気配が感じられる。しかし原油高でもあるのでそれほど期待できない。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・スポーツ関連（各種団体世界大会、野球、サッカー、バスケットボールなど）の客が増えており今後も期待できる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・仕入れの市場や客との会話で、仕事が忙しくなってきたという話が多く聞かれるようになった。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・競合ホテルで宴会部門を6月に止めるとか新規ホテルが7月までに3店オープンするなど条件は厳しい部分があるが、4月になり、今まで雪の影響で消費者が我慢していた分、動きだした。また、桜の開花に合わせて市内へ来る客が増え始め、国体に向けて気持ちが切り替わっているのが感じられ、今後景気は良くなる。 | | |
| タクシー運転手 | ・少し乗客が増えており、また、客の話のなかでも少し忙しくなったという声が聞かれる。地方も中央の景気回復の影響が出るのが期待される。 | | |
| 通信会社（営業担当） | ・県内には自動車の完成車工場があり、その生産台数も倍増している。今後も当地域を中心として有効求人倍率も伸びていくものと予測され、工場との取引ができる地場産業も段階的に良くなっていく。ただし、その他の業種は現況を脱せない。 | | |
| 観光名所（職員） | ・自分のためではなく、人にあげるという本当の意味での土産購入が増えてきている。 | | |
| 住宅販売会社（従業員） | ・消費税や金利動向を考えた客が多く、来年が三隣亡（棟上げなど建築に関することを控えるべきとされる）の年回りに当たるため、年内着工が確実に増える。 | | |

変わらない

| | |
|------------------------|--|
| 商店街（代表者） | ・現在より、更に大きく下降することはないと考えられるが、値上げには敏感になっている。原油高による価格転嫁が極めて困難であり、小売業の粗利低下を招かないか懸念される。楽観視できない状況である。 |
| 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・景気が良くなっているというニュースが聞かれるが、これは首都圏や関西の話であって、東北地方はまだ厳しい状況が続いている。同業者、卸問屋や製造メーカーの話では、非常に悪い状況が続いており、上昇基調でないというのが一致した意見である。 |
| 一般小売店〔雑貨〕（企画担当） | ・現在の個人消費で力強さが出ているのは、高額商品、新商品、通信機器関連であって、日常生活で使う商品の数字が今後も伸びる状況にはない。 |
| 百貨店（売場主任） | ・ガソリン価格の上昇から電気、ガス料金、タバコの値上げまで、消費者の生活防衛意識をあおる要因が多く、今月の悪い流れが当分続く。 |
| 百貨店（販促担当） | ・クールビズも2年目を迎え、広義に捉えたクールスタイルに期待感がある。特選ラグジュアリー関連が堅調に推移しているものの、身の回り品が引き続き低調で、一進一退が続く。 |
| スーパー（経営者） | ・地方においては、まだデフレの脱却が終わっていない。可処分所得がジリ貧状況にあることから、個人消費の今後の向上はあまり期待できない。現在の状況が続き、競争は厳しくなる一方である。 |
| スーパー（経営者） | ・食品については、単価の上昇が期待できる環境になく、比較的商品価格は安定している。むしろ生鮮食品などは一部下落傾向が続いている。単価が急速に上昇する傾向はない。マクロの景気は良いと言われているが、食品については、単価上昇もなく、客の動向として節約堅実志向にあり、今後急速に好転することはない。 |
| スーパー（経営者） | ・公共事業の大幅な削減と農家収入の減など、ますますお金が地元で回らなくなっている。 |
| スーパー（店長） | ・オーバーストアの状況が続いており、競合店のリニューアル、新規オープンなどが相次ぎ、限られた客の奪い合いは、価格下落につながっている。中央との格差は大きく、この状況はなかなか脱することはできない。 |
| スーパー（店長） | ・消費は若干伸びているものの、石油の高騰でトレーや買物袋の価格の値上げが懸念される。 |
| スーパー（総務担当） | ・大手の好況に比べ、地方の企業は、依然景気の好転を実感できない。大手のリストラ等が一段落し、景気をけん引しているようだが、地方の零細企業の不良債権処理が進むものと思われるので依然厳しい消費環境が続く。原油価格の高騰により広範な所で仕入れコストの上昇が一部で始まり、更に拡大が予想されるので、景況感是不変わらない。 |
| コンビニ（経営者） | ・人の動きが全体的にばらばらであり、忙しい時間帯と暇な時間帯の差が大きく、暇な時間が多くなってきた。給料面の厳しさや、仕事のない人が多いことから、買い渋りが増えている。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・3か月先というと、夏のバザールが始まるが、最近の傾向からすると、客は、安くなっても必要でなければ買わない。天候には、大きく左右される。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・新型車やお買い得車の設定により、少々の需要喚起はできているものの、ガソリン価格の値上がりなどの影響により、トータルの販売台数は良くて前年並みで推移する。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・低年式車保有も増え新車への台替需要はそこそこ見込めるものの、ガソリン高騰等不透明要素もあり軽自動車等単価の低い商品へ偏る傾向がある。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・原油の値上げや金利の上昇が、製品価格の値上げにつながるという考えからか、客は少し前倒しで買っている。 |
| その他専門店〔化粧品〕（経営者） | ・まだまだ天候が寒く、客の動きが活発になっていない。暖かくなれば、客が出てくるが、現状では客の動きに目新しさや活発さがみえない。 |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・石油製品の値上げがここしばらく続くことが予想され、価格転嫁がスムーズに進まない。景気が上向きになったという実感が地方においては感じられないため、もうしばらく低迷する。 |
| 観光型旅館（経営者） | ・ようやく個人、小グループの予約が活発になってきたが、風評被害は当面続く。客に対して今までと違った印象を与えるために、地域全体とそれぞれの旅館の手腕が問われる。 |

| | | |
|--------|------------------------|--|
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・大手シティホテルが、ホームページにて、ビジネスホテル以下の驚くほど安い料金でツインルームを提供している。地方ホテルでは首都圏の好景気とは逆に更に価格破壊が進む。 |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・同じ業界での競争が激化している。パイが大きくならないのと同じ業界が取り合う状況となっている。 |
| | 美容室（経営者） | ・一般に回復基調のニュースが多いが、当店では、客の来店周期、支払金額など低迷状態から変化はない。回復基調は、売上、来客数に反映されていない。 |
| やや悪くなる | 一般小売店〔書籍〕（経営者） | ・特に5月は人気商品の発売があり、堅調な売上を見込めるが、6月以降厳しくなる。 |
| | スーパー（店長） | ・全体的には好調であるが、花見需要が低温で前年よりも落ち込んでいる。今後の冷夏が懸念される。 |
| | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・原油高の影響で価格が相当高騰しているため、客の買い控えが発生し、燃料用だけでなく様々な業種に波及し、状況は決して良くならない。 |
| | その他飲食〔弁当〕（スタッフ） | ・自動車を除き、一般小売業は、売上低下で昨年、今年もボーナスが出ないという話が聞かれており、3か月先も売上は期待できない。 |
| | 観光型ホテル（経営者） | ・今後3か月の前年比予約数はマイナスであり、特に団体客が少ない。当地域の各旅館は設備投資ができる状況になく、また、一部旅館の低単価販売の実施により、料金面で地域全体が厳しい状況にある。ゴールデンウィークは期間が長いため5月3日～5日のみに集中している。 |
| | テーマパーク（職員） | ・ゴールデンウィークを控えているが、5月6日は土曜日なのにホテルでは空室がまだある。予約状況も前年比で85%である。 |
| 悪くなる | コンビニ（経営者） | ・大手製造業4社での300～400人のリストラによる雇用問題が解決されるまでは、しばらく景気は悪い。 |
| 企業動向関連 | 良くなる | - |
| | やや良くなる | 土石製品製造販売（従業員） |
| | | ・大型案件の受注など取引先企業の状況も良くなってきた。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） |
| | | ・全般的に受注が増加傾向にあるが、金利の上昇、原材料の値上げ等で業績面に不安がある。設備投資はしばらく様子を見て外注展開などで当面は維持していくことで検討している。値上げ分がどうしても製品価格に転嫁できない苦しさがある。 |
| | | 輸送業（従業員） |
| | | ・輸入で衣類の夏物製品が多くなる。 |
| | | 金融業（営業担当） |
| | | ・金利上昇局面にあり、住宅需要が堅調に推移する。 |
| | | 広告業協会（役員） |
| | | ・減少傾向にあった広告界への就業者数が4月以降増加している。人材募集も各社において積極的に行っている。 |
| | | 広告代理店（従業員） |
| | | ・大型マンションプロジェクトの動きが活発で、期待できる話が増えている。 |
| | | その他非製造業〔飲料品卸売業〕（経営者） |
| | | ・5月1日からの酒税法改正で日本酒の価格が若干下がる。大きな変化は起きないと思われるが、好材料ではある。 |
| | | その他企業〔管理業〕（従業員） |
| | | ・半導体産業には、悪い時と良い時の周期の波があるが、今回は良い状況がしばらく続く。 |
| 変わらない | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・自動車部品並びに民生需要については、引き続き好調に推移する。懸念されるのは急激な円高であり、今後円高が更に進行すれば景況感は悪化する。 |
| | 建設業（経営者） | ・金利先高感の懸念や石油値上がりによる消費財、資材の値上がりが影響しており、駆け込み需要が増えている。 |
| やや悪くなる | 農林水産業（従業者） | ・輸入農産物にかかる関税の大幅引下げが予想され、国内農業は大きな打撃を受ける。 |
| | 食料品製造業（総務担当） | ・酒税法改正による今月の一時的需要の影響が6月前半まである。原油高による原材料とガソリンの値上がりが利益に影響する。 |
| | 繊維工業（総務担当） | ・得意先アパレルにおける秋冬物の在庫補充については、今後の状況を見据えて二極化している。積極的になるか、慎重になるか不透明感が得意先に出てきている。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | ・2～3か月景気回復ムードが続き、先行きを期待していたが、印刷業界全体の仕事が増えておらず、受注価格競争も激しくなり収益面でも悪化傾向にある。 |
| | 建設業（企画担当） | ・工事の件数は維持されているが、コスト競争が激化しており、そうした状況下での金利や原油高問題は、今後の景気に影響してくる。 |
| | 輸送業（経営者） | ・物流費の値下げ要請が続く。また、軽油の値上がり分を荷主が負担してくれないことなどからますます厳しくなる。 |

| | | | | |
|----------|--------|----------------|---|--|
| | | 通信業（営業担当） | ・原油価格の高騰により石油製品の値上がりが景気悪化につながる。 | |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・得意先のテレビスポットや新聞広告の発注量が減少している。 | |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・20～30隻も出漁できないという漁業の危機の影響が出てきている。水産加工場などの業務の圧縮は多くのパートをしている主婦の自宅待機につながり、家計を圧迫しているため、財布のひもが固くなっている。 | |
| | 悪くなる | 農林水産業（従業者） | ・今年の冬は特に寒さが厳しかったため、りんご、桃などの花の咲く時期が前年に比べ1週間～10日位遅くなっている。遅くなった分、販売価格の低迷が懸念される。 | |
| 雇用 関連 | 良くなる | 人材派遣会社（社員） | ・自由化職種等の既存の依頼にこだわらない相談が増えている、当社としても実際の取引機会の拡大ととらえている。 | |
| | やや良くなる | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・首都圏、東海圏など他エリアからの求人件数は、しばらく継続するので下支えとなる。地元企業の採用意欲も高い。正社員、契約社員、アルバイト問わず、人材確保の競争が続く。 | |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・住宅流通業界で新しい展示場の開設や店舗増設の動きがある。 | |
| 変わらない | | 人材派遣会社（社員） | ・取引先で暇そうな所がない。派遣社員の残業が増える気配がある。 | |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・新卒が入社している時期にもかかわらず雇用は間違いなく拡大している。今後も紹介予定派遣のニーズが高まるのは間違いがない。特に住宅関連会社での動向が目立つ。 | |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・今の景況感と求人の総数が、今後5、6月も現状と同様に好調に推移する。 | |
| | | 職業安定所（職員） | ・パート求人は減少しているものの、今後も求人数の増加傾向は続く。また、求職者のうち、在職者が増加していることで、求職者の増加もみられる。正規社員の大幅な増加は当面ないため、有効求人倍率の大幅な増加は当面見込めない。 | |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人内容を見ると、正社員の求人が少なく1年以内の契約で更新をする内容が増えている。また、社会保険、労働保険の加入条件に満たない求人も増えている。 | |
| やや悪くなる | | | | |
| 悪くなる | | | | |