

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） | ・石油関連の値上げが各方面に波及してくるが、この15年くらいの学習で生活者の消費に対する成熟度は驚くほど進歩し、堅実な生活者が主流になった。売り手側が的確に対応すれば客は率直に反応する。当商店街で、前年比130%を越えるハンドバッグ店が出現しているのもそのためである。 |
| | | 一般小売店〔書籍〕（経営者） | ・新規出店計画があり、底上げになる。 |
| | | 一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者） | ・サッカー日本代表監督が変わり、選出メンバーの変更やオリンピックメンバーの発表等で新たな需要が見込める。全般的に来客数が増えている。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・「買い気」といえる個人消費動向が依然として堅調である。高額品やブランド品の動きが良くなりつつあり、商品単価、顧客単価とも数か月上昇基調にあることが心強い。重衣料が動き出す秋口に期待が持てる。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・夏が短い印象があるので、晩夏ものの動きが例年より早い。実際に、渋めの色を手にとる客も多く、秋物の売上が伸びる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・たばこの値上げも浸透し、持ち直す。天候不順で不振だったアイス、ドリンク、ビールなどが持ち直せば、他の部門は全てプラスで推移していることから、全体でも良くなっていく。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・コートの受注会を開催したところ、高額品に予想以上の予約があった。コートを含め、今後の冬物の販売に期待できる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・8、9月は販売量が見込めないが、10月になれば秋冬物が動き始めるため、今よりは動きが出てくる。 |
| | | 家電量販店（従業員） | ・梅雨明けも間近であり、停滞していたものがこれから全体的に動き出し、傾向としては良くなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・9、10月は秋の需要期であり、車のフルモデルチェンジ、販促キャンペーンの実施を予定しているの、大いに期待している。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・前年比で平日の来客も増えてきており、予約もあるので期待のほう大きい。飲食店でも、良いところと悪いところの格差が広がっているようであり、まだ予断を許さない。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・来客数は多少改善している。なお、以前「花金」と呼ばれた金曜日の来客数はあまり芳しくない。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・この先数か月は夏祭りなどもあり、団体予約が例年より若干ではあるが好調である。このまま秋の行楽シーズンにつながる期待感を持っている。 |
| | 都市型ホテル（経営者） | ・宿泊、宴会、会議、会合の予約状況が上向き傾向で安定してきた。 | |
| | タクシー運転手 | ・中央の景気は確実に良くなっているようなので、遅れて地方にも波及してくる。 | |
| | 通信会社（営業担当） | ・販売促進による受注の回復が期待される。 | |
| | 変わらない | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・閉店する商店、倒産する企業が少なくない。一方で、スローフード宣言都市を掲げる当地域では夏の観光に力を入れており、ボランティアガイドも前年以上に集まるなど、意欲的に活動しているのでこの動きは見逃せない。漁も順調になってきたので期待したいところではあるが、楽観はしていない。 |
| | | 一般小売店〔雑貨〕（企画担当） | ・個人消費は、天候に左右されることはあるがそれ以外の動向では、積極的に購入するというのも、逆に、買い控えるということもなく、これまでと変わらない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・周りの状況を含め、変わりそうにない。情報を発信する側の姿勢として、総花的なものではなく、その時々トレンド、旬、流行しそうなものなど、アイテムを絞ることによって来店動機を高めている。これによって全館に良い影響がある。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・消費の二極化の傾向が強く感じられ、「トータルでは横ばい」という流れは続く。 |

| | | |
|--------|-----------------|---|
| | 百貨店（経営者） | ・衣料品については、9、10月は秋物が本格的に動き始めるとともに、冬物への切替え時期で、気温の影響を受ける可能性はあるが、現時点では例年と比べ大きな変化はない。食品については、競合店の出店予定があるが、現在と変わらない。当然様々な施策を打っていくが、それでも全体を通して大きく変わることはない。 |
| | スーパー（経営者） | ・天候不順、梅雨明けの遅れにより、野菜の高値などの懸念はある。 |
| | スーパー（経営者） | ・全体的な景気は緩やかに回復していくかもしれないが、食品の小売に関しては、ただちにそれで高い商品が売れる、食品にかかる金額が増える、という勢いにはならず、しばらくは現状のまま安定的に推移する。 |
| | スーパー（総務担当） | ・市街地の商店街でのイベントなど、地域ぐるみの活性化活動が始まっているところもあるが、その集客効果がみられても消費にはほとんど結びついていない。中心市街地では年配者の購入頻度もやや減少しており、年配者からは保険料アップなどで不平も聞かれ、生活防衛として財布のひもも一層固くなっている。 |
| | コンビニ（エリア担当） | ・短い夏になりそうである。残暑が続くような状況になれば、7月前半の売上不振の反動もあるが、天候だけに期待するわけにもいかない。 |
| | 衣料品専門店（総務担当） | ・既存店の動きは、かるうじて前年をクリアする状態が数か月続いており、景気回復の兆しはなかなかみえない。 |
| | 家電量販店（店長） | ・当月はまだ梅雨が明けない状況でエアコンが売れなかったが、来月以降、その代わりになるようなものもなく、現状のまま推移する。 |
| | 乗用車販売店（経営者） | ・10月までは業界としても目立った新型車投入がなく、自動車購買への盛り上がりは期待できない。 |
| | 乗用車販売店（経営者） | ・自動車販売は6、7月の需要期ですらかなり厳しく、この傾向は当分変わらない。三大都市圏の経済が活性化され大企業の業績が好調な話と比べ、この地域では高齢化、少子化も進み、急な改善は期待できない。 |
| | 乗用車販売店（従業員） | ・新型車効果も薄れてきたので、販売部門は我慢の時期になっている。サービス部門は車検、法定点検の対象母数が多いので売上が見込める。 |
| | 住関連専門店（経営者） | ・現在の景気は決して良いとはいえないが、この状況がまだまだ続く。一進一退で、少し良くなってきたと思っても長続きしないような状況が続いている。 |
| | その他専門店〔酒〕（営業担当） | ・景気が良くなっているといわれるが、酒関係には還元されていない。むしろ、冷夏の影響で夏場は良くないという話をよく聞くので、巻き返すためにキャンペーンを実施するが、それでも例年並みと予測している。地方では景気回復を感じられない。 |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・ゼロ金利が解除され景気が順調に回復基調にあり、いざなぎ景気を超えるといわれているが、一般消費者には実感として感じられない状況が続いている。一部の所得層は別として、マインド的にはまだまだである。 |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・石油料金の高止まりによる影響が方々より聞こえ始めているので、あまり楽観視できない。 |
| | タクシー運転手 | ・街ではパチンコ店だけが満員で、定職に就いていない若者やいい年をした中高年の人が多いなど、今後景気が良くなる気配はない。 |
| | テーマパーク（職員） | ・今年に入り、メディアへの露出が多くなり、売上、単価ともに前年をやや上回る傾向が継続している。今後しばらくは、この傾向が続く。 |
| | 観光名所（職員） | ・予約状況は前年並みか若干少なめであり、現時点で客単価の上昇もみられない。 |
| やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・当地域では、建設、土木など企業関係が動いておらず、お金が回らない状況が今後も続く。 |
| | 商店街（代表者） | ・商店街の中に、店舗縮小しているドラッグストアがあるなど、これから更に厳しさが増してくる。 |
| | スーパー（経営者） | ・長雨の影響で、特産物のすいかなど農作物の育成不良があり、しばらくは状況が悪くなる。 |
| | スーパー（店長） | ・9月中旬には大手のショッピングセンターが開店するため、市内への影響はかなり大きい。 |
| | スーパー（店長） | ・冷夏の影響が各方面に出てくる。特に、米や野菜などの農作物への影響が出ることが大いにあり得る。 |

| | | | |
|--------|--------|------------------------|--|
| | | コンビニ（経営者） | ・至近3か月、前年、前月を大幅に割り込んでおり、この先も回復の見通しが立たない。地域の花火大会が予定されているが、これも例年のことであり、全体的には落ち込む。 |
| | | コンビニ（店長） | ・7月の長雨による不調で落ち込んだ勢いが、8月以降も影響する。また、原油価格の高騰も気になり、消費者心理も良くはない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・寒い時期が近づいてくるので、前年の大雪の経験上、灯油などの値上がりや、雪害に備えるために買い控えが予想される。 |
| | | その他専門店〔靴〕（経営者） | ・靴屋以外のアパレルショップなどでサンダルやブーツを置く店が多く、そちらで購入している客が多くなってきている。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・来月も1リッター当たり、6、7円の大値上げの予定で、客の買い控えがますます進むので、売上、収益ともに厳しくなる。また、掛け売りの客に値上げ分を転嫁できなければ経営状態も悪化する。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・当月は期待ほど良くなかった。他の業者やカウンターの客の話でも良くなる様子がない。どの業種が良いのか全然わからない。政府がいつように景気が回復しているというのは、末端の自分の商売では感じられない。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・婚礼の受注件数が大幅に落ち込んでおり、急激な回復は見込めない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・ゼロ金利政策の解除により、買い控えが進み、消費が伸びない。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・ガソリンの値上げが家計を冷やすなど、じわじわと影響してくる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・前年に比べ来客数は減少傾向であり、2、3か月先も期待はできない。 |
| | 悪くなる | スーパー（経営者） | ・原油高に伴うコストアップ、並びに、異常気象により野菜、果物が高騰する。 |
| | | スーパー（店長） | ・地域の競合先が倒産したが、別の企業が買収し、出店してくるので、その影響で売上が減少する。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・前月に引き続き、また別の同業者が閉店した。このような傾向が好転する兆しは全くない。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・原油高の影響により、耐久消費財への投資が少なくなる。コスト高もあるが、やはり、消費が落ち込む。 |
| 企業動向関連 | 良くなる | 建設業（企画担当） | ・以前から計画のあった電子関係、医薬関係の工場のほかに、製造業の工場建設工事が成約する予定である。また、設備投資の引き合いがあり、期待できる。 |
| | やや良くなる | 食料品製造業（経営者） | ・アメリカからの牛肉輸入が再開されると牛タン原料の相場が落ち着き、量的にも拡大安定することから、これまでより良いサービスを客に提供できるようになる。安い価格で商売ができる。 |
| | | 食料品製造業（経理担当） | ・消費シーズンであることと、秋の新製品発売で売場の活性化が期待できる。 |
| | | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・首都圏を中心とした需要の回復は実感できる状況になってきた。東北への波及は多少時間がかかるが、良い方向に向かっている。 |
| | | その他企業〔管理業〕（従業員） | ・これから始まる大型工事は来春まで続くので、設備も入り、人も動員されるので、しばらくは活気が出る。 |
| | 変わらない | 農林水産業（従業者） | ・長雨、日照不足、梅雨明けの遅れなどで、特産物である桃の値段がどうなるのか心配である。収穫時期が遅れた年は値段も低迷することが一般的に多い。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・もともと売上が伸びない時期であるが、新たな試みとして情報紙をつくることができたので、新規の客をつかみたい。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・受注の引き合いはあるが、借入れ依存度の高い中小企業は金利上昇に神経質になっている。原材料高とあわせ、利益幅の減少を危惧する傾向が強い。内製化を進め、変動費を圧縮することが当面の課題である。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・案件情報も不安定なので、良くなるか悪くなるか紙一重の状況である。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・心理的なものが景気を押し下げ、かつ冷夏の様相もみられ夏場の景気に悪影響がある。このようなマイナスイメージを含んだままで、現状と変わらない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・金利や消費税引上げ前に工事をしようという、駆け込み的な動きもみられるが、資材の値上がりが心配である。 |

| | | | |
|----------|--------|---------------------------------|--|
| | | コピーサービス業（経営者） | ・景気が良くなるようなイベントもない。商品の動きも悪く、コピーサービスの量も減っているが、これが2、3か月の間で大きく後退する要因もない。建物が建たないとコピーサービスの量も増えないが、マンション建設はあるものの、公共施設の建設が少ないので減っている。 |
| | | その他企業〔企画業〕（経営者） | ・住宅完成見学会への来客数も増えていることから、2、3か月先の受注につながると期待できる。現況は改善してきているが、このレベルのままで変わらない。 |
| | やや悪くなる | 農林水産業（従業者） 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | ・最近の悪天候の影響により、農産物の不作が予想される。 ・車、自家発電用の燃料コストや、印刷用の紙などの原料も値上がりしている。春先にも値上げがあったが、秋口には更に値上げするとの予測もあり、先行きは暗い。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・原油の高騰が続き、来月からまた燃料コストが上がる見通しであり、明るい展望が持てない。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・週一便の航空貨物便が、来月から運休することが決定した。 |
| | | 広告業協会（役員） | ・原油高が自動車販売に影響しているように、日用品などにも影響が及ぶと広告業界は一段と厳しくなる。 |
| | 悪くなる | | |
| 雇用 関連 | 良くなる | | |
| | やや良くなる | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・この秋、郊外にオープンする大型ショッピングセンターの入社式が行われ、400人採用された。これらが消費を上向かせる要因になる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・臨時の求人の割合が増えているものの、求人の絶対数が緩やかに上昇している。いずれ、臨時から正規の求人へと移行する。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・最近、派遣とハローワークでの直接雇用の両方を検討する企業が相次いでいる。もともと事務案件は少なく、直接雇用のほうが安定面から応募が殺到するため、料金面で派遣が不利な場合もあり、別な意味で競争を強いられている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・求人数の動きが、上下を繰り返しながらも、少しずつでも上向くのを期待している。しかし、京阪からの出稿が期待されるものの、基本となる地元雇用の伸びが悪く、結果的には踊り場状態が続く。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・企業の一般求人に対する意欲は、前年より多少上向いているが、正社員の割合が依然低く、正社員以外の求人の割合が63%と高い。また、原油高の影響が大きくなっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・6月の有効求人倍率は1.30倍であり、今後も同程度で推移する。なお、求職者に占める在職者の比率が3割程度と高くなっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・中央では景気回復といわれているが、求人数が毎月、前年比を下回っている状況であり、地方では景気回復という実感がわいてこない。 |
| | やや悪くなる | | |
| | 悪くなる | | |