

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	百貨店（経営者）	・秋物衣料の不振を招いた今月の気候は異常であったと考えており、また、競合の状況も落ち着いてくることから、今現在のように悪いままの状態ではない。ただし、良くなるとは言っても、あくまで今の悪い状況に比べればの話である。
		家電量販店（店長）	・今後は閉店処分セール、オープンセールと続き、また、地上デジタル放送の開始も控えていることから、売上は増加する。
		住宅販売会社（従業員）	・見込み客からの受注が順調であり、見通しが良くなっている。また、新しい展示場のオープンを控えており、集客が見込める。
やや良くなる		一般小売店〔カメラ〕（店長）	・秋の新製品の発売があり、デジタルカメラの販売は好調を維持する。また、国体の特需が期待できる。
		コンビニ（経営者）	・競合する店との差が無くなり客が戻りつつあるため、このままの推移でいけばやや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・中越沖地震の復興需要、東京モーターショーの開催、新型車投入など効果は不透明ながらも好材料がそろっており、少しは上向く。
		乗用車販売店（経営者）	・10月に主力小型車のモデルチェンジが予定されており、集客力が向上する。
		その他専門店〔化粧品〕（経営者）	・朝晩が涼しくなり、秋物商品に動きが出てきたことから、政治など社会が安定すれば景気がやや上向く。
変わらない		商店街（代表者）	・販売が上向く気配が無く、悲観的な意味で今後も変わらない。
		商店街（代表者）	・イベントやセールなど商店街全体で集客し、ある程度の成果を上げているが、セール前の買い控えもあり1か月のスパンでみるとあまり変化が無い。このような状況が今後も続く。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・パイの増大が期待できなければ、自店の販売努力が大きなかぎと言うしかない。商材もあまり期待できず、先行きは厳しい。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・中心市街地では秋のイベントが多くなるが、見物客は多くても繁華街で飲み食いをする人は少なく、景気は上向かない。
		百貨店（広報担当）	・明るい材料が見当たらず、生活防衛意識が働く状態が続く。
		百貨店（経営者）	・10月以降はガソリン価格が更に上昇するとともに、食料品など商品価格の値上げが相次いでいるため、景気回復のためには条件が厳しい。
		スーパー（経営者）	・米の仮渡し金が60キログラム当たり15,000円から10,000円に低下するなど、農業県である新潟にとっては農業所得の減少が厳しい状況を継続させる要因となる。また、新規の大型店出店もあり競争が激化することから、流通業では楽観できる状況にない。
		スーパー（店長）	・政局が不安定であることに加え、あらゆる商品価格が上昇しているため購買行動には慎重さがみられ、今後も楽観はできない状況が続く。
		スーパー（店長）	・7月に競合店が出店して以降は、来客数の減少と一品単価の低下が進んでいる。各社の特売チラシが増えており、客が買い回りしている様子がみられるが、この状況はしばらく変わらない。
		スーパー（店長）	・地場産業の衰退で雇用情勢も悪化してきており、今後の消費動向はこのままの状態推移する。
		スーパー（店長）	・客単価の変化が少ないため、今後の売上は来客数の動向にかかってくるが、今のところ大きく変化する様子は無い。
		スーパー（総務担当）	・10月からは食品メーカーの卸価格の値上げ、ガソリンの値上げ、電気料金の値上げなどがあり、消費環境は良くない。製造業の好調は末端の消費者まで行き渡っておらず、今後も消費の拡大、売上の改善は進まない。
		スーパー（企画担当）	・チラシによる販促に対しての客の反応が非常に敏感であるため、当社としても販促の見直しに取り組むが、全体的に厳しい見通しは変わらない。

コンビニ（経営者）	・買上点数、客単価が堅調に推移していることで望みは持てるが、来客数の減少に歯止めが掛からないため当面は苦戦が続く。店舗近隣でのビル建設や大型工事の予定も無く、その需要も見込めない。今後は大型商品も出てくる時期ではあるが、競合他店でも同様であり、現状維持が精一杯である。	
コンビニ（エリア担当）	・2、3か月のスパンでは、景気が良くなる、あるいは悪くなる理由が見当たらない。この夏のように天候要因で変わることはあるが、それ以外の部分では不透明である。	
衣料品専門店（総務担当）	・次シーズンの商品を投入しているが、客の消費動向は活発になっておらず、早めに準備するというような動きがみられない。このような状況が今後も継続する。	
家電量販店（店長）	・地上デジタル放送が年末から始まるため、A/V関係は持ち直しが見込まれるものの、これまでの推移からして、全体的な流れは変わらない。	
住関連専門店（経営者）	・地域特有の三隣亡の年回りに当たり住宅着工が前年より少なくなっていることもあり、住宅関連商品の消費も年内は伸びない。新内閣の景気浮揚策に期待する。	
住関連専門店（経営者）	・仕入価格の上昇分を販売価格になかなか転嫁できずにいるものの、売上は上下の波を繰り返しており、この先も変わらない。	
その他専門店〔呉服〕（経営者）	・問屋の話では「他の店でも売上は良くない」とのことであり、景気が良くなる要素が見当たらない。	
その他専門店〔酒〕（営業担当）	・年末は酒の動きが良くなる時期であるが、飲食店の状況は下げ止まっていないため、あまり期待はできない。	
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・ガソリンなどの石油製品は10月も仕入価格が上がるため、販売量の低迷と粗利益の減少傾向は改善が見込めない状況が続く。今冬の天候、寒さの程度が今後の販売状況を大きく左右する。	
スナック（経営者）	・涼しくなって人の動きが出てくることや、企業によっては異動があり歓送迎会需要があるなど、季節的には良くなる面もあるが、基本的には変わらない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・拳式場を今月リニューアルオープンし、告知に努力しているが、申込や問い合わせは来春以降になるものが多い。年内は一般宴会、忘年会、宿泊含みの職場旅行などの営業を徹底する。	
旅行代理店（従業員）	・最近では職場の慰安旅行が少なくなり個人旅行が中心となっているが、子どものいる家庭では出費も大きくなるため、家族旅行ができる人は限られている。	
旅行代理店（従業員） タクシー運転手	・月ごとにばらつきがあり、先行きは不透明である。 ・新規参入した会社が半年で廃業するなど、景気が良くなる要因が無い。	
通信会社（営業担当）	・各キャリア（携帯電話事業者）が端末の販売体系を11～12月にかけて変えるとの情報もあり、買い控えが予想されるため先行きが非常に不安である。	
やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者） 一般小売店〔酒〕（経営者） 一般小売店〔雑貨〕（企画担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（販促担当） スーパー（店長） スーパー（店長）	・所属する団体でマイバッグ運動を展開しており、市内の小売店を回っているが「運動に参加するほど客がいない」という店も目立つ。景気が良い話は聞かれず、家電の大型店も閉店するなど、春先の状況と比べても景気は悪い方向に向かっている。 ・大型店ができたため、商圈が変わってしまう。何の商売でもつぶされてしまう。 ・天候に左右される面はあるが、個人消費の動向は、収入の伸び悩み、年金問題、税負担の増加などにより手控え気分が高まっている。 ・秋以降には周辺で再開発工事が予定されており、一時的にせよ周辺に「シャッター街」が発生するなど、来客数、来街者数の減少傾向が急速に回復するとは考えられない。現場からは単価ダウンの声も聞かれ、かなりの苦戦が予想される。 ・10月下旬には県内最大規模のモール形式の量販店が近郊に出店するため、エリア間の競争が更に厳しくなってくる。 ・郊外に新規の商業集積地が形成されているため、市内の商圈が大きく変化する。中心市街地から郊外への客の流出が更に進み、既存店の売上に影響する。 ・秋冬へと季節が移行するが、原油価格の高騰が灯油価格や様々な商品価格の上昇という形で影響し、消費は儉約ムードが高まる。

	スーパー（店長）	・秋冬物商材の出遅れに加え、競合するディスカウントストアでは通常の半額近い安値で攻勢をかけているが、対抗するための原資が無く、利益が出ずに苦戦する。	
	コンビニ（店長）	・原油価格の高騰が続き、灯油代などでこの冬の家計を圧迫するであろうという悲観的な観測が消費者の心理を暗くしているため、消費行動は積極性を欠いている。	
	衣料品専門店（経営者）	・輸入品が主体の大きな催事を予定しているが、ユーロ高の影響で全体的に2割程度価格が高くなっているため、あまり期待できない。	
	乗用車販売店（経営者）	・自動車メーカー各社から新型車が発売されているものの、豪雨により農作物に被害が出たことからくる心理的影響、及びガソリン価格の再々値上げなどの経済的影響から、今後も大きな市場の伸びは無い。	
	乗用車販売店（経営者）	・秋田県は米の作柄が全国で唯一「やや良」ということで期待していたが、米の仮渡し金は思ったより安く、県経済に明るさは感じられない。会社は経費の節減などで、なんとか生き延びていくしかない。	
	乗用車販売店（経営者）	・今後しばらくは新型車が出る予定も無く、決算期でもなくなるため需要の大きな変動はみられない。客からも原油高、物価高、金利高と先行きを不安視する声が多く出ている。	
	住関連専門店（経営者）	・気候的には涼しくなってきたものの来客数が回復してこないことから、この先は非常に心配である。	
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・10月も石油卸価格は値上げが予定されている。この1年間でガソリンなどの価格は大きく上昇したため、消費者は不安や不満を持っており、その影響でこの業界は悪い方向に進む。	
	観光型旅館（経営者）	・紅葉シーズンの予約の伸びが悪い。天候不順等により、最近では年ごとに紅葉最盛期のずれが大きいため、もう少し様子を見るために予約を控えている模様である。また、米価（仮渡し金）の大幅下落が発表され、湯治客でもある農家の不景気感は強まっている。	
	都市型ホテル（経営者）	・前月に続き今月もまた新規のホテルが開業した。新しいホテルには料飲施設もあり、宿泊だけではなく料飲部門への影響も懸念される。客単価は下げ止まった感があるものの、来客数の減少が懸念材料であり、今後の景気はやや悪くなる。	
悪くなる	スーパー（経営者）	・可処分所得の減少、競争の激化などの悪化要因に加え、台風や豪雨の後遺症による消費支出の減少が年末にかけて影響する。	
	衣料品専門店（経営者）	・市内では中堅の水産専門店が破産し、それに伴い別の店が閉店するなどしている。業種は違うものの廃業などの悪い話ばかりで、周囲に景気が良くなるという人はおらず、私自身も良くなるとは考えられない。	
	自動車備品販売店（経営者）	・豪雨による堤防決壊で、家屋の浸水や収穫直前の水田の冠水、比内地鶏の大量水死など、被害は1兆円に迫るとも言われている。今後、地域の個人消費が増える見込みは無い。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・焼酎ブームの沈静化により、今秋、今冬は清酒需要が回復する。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・果樹農家、特に桃の生産者は、前年に続き販売単価が良かったため、やや良い状態が持続する。
		食料品製造業（総務担当）	・売上は横ばいでも、燃料価格の高止まり、原材料の値上がりにより、収益面では厳しい状況が続く。
		木材木製品製造業（経営者）	・製品の需給バランスが悪く、収益の改善には時間を要する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・上期は我慢の状態下期での巻き返しに期待していたが、現在は新規の引き合いも少なく、全般的に静かな動きである。先行きが不透明な状況が続いている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現状では変化が表れてきていない。今後、特定検診など健康ビジネス関連で動きが出てくる可能性があるが、まだまだ先の話である。
		建設業（企画担当）	・依然厳しい価格競争が続いているが、仙台中心部に継続、集中している事務所等の建設に加えて、製造業の一部で工場増設等の設備投資が見込まれている。
		広告代理店（従業員）	・不動産、観光の分野で動きはあるが、具体化するのには来春以降とみるのが現実的である。

	新聞販売店 [ 広告 ] (店主)	・身の回りの商店など、折り込みチラシの数少ない地元系クライアントの状況をもて、チラシを入れた時だけはにぎわうがコンスタントに客が入っている状況ではなく、消費者の財布のひもは固いままであることから、低迷した今の状態は今後も変わらない。	
	経営コンサルタント	・政局の不安定も重なり、景気回復のムードは冷えたままの状態が続く。	
	司法書士	・裁判所の不動産競売には多くの業者が入札しているが、不動産取引全般は依然低迷している。今月発表された基準地価も地方は軒並み低下しており、好影響はない。	
やや悪くなる	食料品製造業 ( 経営者 )	・食肉の賞味期限偽装などの不祥事が発覚し、消費者からはますます厳しい目でみられるようになってきていることから、その影響は大きい。	
	出版・印刷・同関連産業 ( 経理担当 )	・紙、ガソリン、重油などの原材料の値上がり分を受注価格に転嫁できないため、収益は悪化している。業界全体が同じような状況であり、先行きは非常に厳しい。	
	一般機械器具製造業 ( 経理担当 )	・自動車部品については、為替が円高に進む可能性もあり、輸出環境が更に悪化する。国内の自動車販売の低迷に加え、アジア地域の一部における在庫調整などによっても、輸出環境が悪化する懸念がある。	
	建設業 ( 経営者 )	・資材価格の値上がりが続いているが受注価格が変わらない状況からすれば、将来が不安になる。	
	輸送業 ( 経営者 )	・原油価格は高止まりしているが、荷主からの運賃値下げ要求にも応じており、収益性は著しく悪くなる。	
	広告代理店 ( 営業担当 )	・売上の主力領域である携帯電話の広告宣伝費が縮小傾向にある。	
	公認会計士	・発注元が下請先に受注競争をさせ、その単価の低い下請先に発注を絞る様子が見え始める。	
	その他非製造業 [ 飲食料品卸売業 ] ( 経営者 )	・中央の景気動向とは関係無く、地方では中小企業の状況が悪くなれば景気回復は感じられないが、むしろ所得が少なくなっているとか、ボーナスが無くなったなどということが多く聞かれ、消費意欲が減退している。	
	その他企業 [ 企画業 ] ( 経営者 )	・取引先の住宅会社の受注が減少しており、引渡しとなる2、3か月先の消費に期待できない。	
悪くなる	農林水産業 ( 従業者 )	・農産物全体の価格下落、特に米価の下落が著しく、今後も値上がりが見込めない。	
雇用 関連	良くなる	-	
	やや良くなる	人材派遣会社 ( 社員 )	・10月開始案件の受注は前年並みであることに加え、コールセンターの増員や製造派遣などの感触も良い。
		職業安定所 ( 職員 )	・今後、大型スーパーの進出によりテナントを含め2,000人以上、コールセンターの進出で200人規模の雇用創出が見込める。
	変わらない	人材派遣会社 ( 社員 )	・人材に対する企業のニーズはおう盛だが、より良い条件で就職、転職しようとする求職者との間に温度差がある。
		職業安定所 ( 職員 )	・企業の業績は回復しつつあると言われているが、相変わらず求人は増加しておらず、逆に雇用調整も散見されるようになるなど、全体的な景気上昇までは期待できない。
		職業安定所 ( 職員 )	・新規求人数の伸び悩みは事実であるが、新規求職者、及び月間有効求職者も若干減少している。全国における完全失業率、完全失業者数の改善傾向は明るい材料である。
	やや悪くなる	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	・中央と地方の格差なのか、採用意欲のおう盛な企業が少ない。
悪くなる	-	-	