

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	家電量販店（店長）	・11月から地上デジタル放送が始まるため、関連商品の売上増加が数か月は見込める。
	やや良くなる	一般小売店〔カメラ〕（店長）	・年末に発売になる高額デジタルカメラなどもあり、年賀状印刷なども始まるため、売上の増加につながる。
		スーパー（店長）	・米や野菜の出来が良いなど1次産業が良くなっていることで、主食のほかにシュークリームやケーキなど菓子類も売れており、今後の景気は良くなる。
		コンビニ（経営者）	・来客数、買上点数はプラスに転じている。パン、ペストリーはいまだ前年を下回っているものの、主力の米飯商品の不振が底を打ち回復している。年末に向けて客単価は上昇する傾向でもあるため、今後はプラスで推移する。
		衣料品専門店（店長）	・ビジネス需要の減少分をカジュアル需要で補えていることに加え、クリスマス、プライダルなど明確な目的買い需要を予測しており取り込んでいる。
		家電量販店（店長）	・年末商戦、お正月商戦の時期に合わせ、地上デジタル放送の開局もあることから、傾向は良くなる。
		乗用車販売店（経営者） 住宅販売会社（従業員）	・新型車の発表があり、受注状況が非常に良く今後にも期待が持てるとともに、他の車種にも相乗効果が表れてくる。 ・新規来場者からの受注の見通しが立ち、前年同月比では上回りそうである。
	変わらない	商店街（代表者）	・客層が日用雑貨、食料品に固定化される傾向にあり、イベントで一時的な集客を図っているものの、通常では売上の減少傾向が今後も続く。
		百貨店（経営者）	・郊外に新しい商業施設ができたことによる来客数の減少はしばらく続く。加えて、灯油など石油価格が跳ね上がっており、寒くなるにしたがって消費者の生活防衛意識は今以上に高まってくる。
		百貨店（経営者）	・販促による効果があるとしても、ならしてみればトレンドは変わらない。客の購買意欲が向上するような商材が少なく、あったとしても現在の経済状況からすれば消費が拡大することはない。たんす在庫にあるような商品は厳しいと予測されるため、毎日消費される食料品にてこ入れして売上増加を目指していく。
		百貨店（経営者）	・気候、気温の変化に伴い秋物衣料品の動きは出てきているものの、単品買いが多く、長続きするような状況にない。また、ヤング層の婦人服、洋品の購買意欲が低下している状況も垣間みえる。
		スーパー（経営者）	・中越沖地震の被災エリアにある店舗も、落ち込みはみられない。
		コンビニ（経営者）	・客単価は例年どおり年末にかけて上がっていくが、来客数の動きに変化がみられないため、状況はあまり変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・改善に向けた期待感が持てるようになってきたものの、その一方でガソリン価格の高騰などが最寄り品の消費を抑制するのではないかと不安もある。期待と不安が入り混じっている状況であり、景気が良くなるとは言えない。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店が閉店した店舗もあれば、近くにスーパーが進出してきた店舗もあり、全体的な競合の状態は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・食に関して原料や賞味期限の偽装表示があまりにも多く発生し、小売業全体に不信感を抱かれる懸念があり、景気回復の足止めになる。雇用にも影響が出る。
衣料品専門店（経営者）		・この時期で販売量が少ないという状況からすれば年末、年明けは期待できない。	
衣料品専門店（店長）	・バーゲンの時期における40代、50代の客の動きがポイントになる。今の状況からすれば、動きが少し遅くなることはあっても、およそ平年並みに推移する。		
家電量販店（従業員）	・暖房機の動きが遅く、今後多少寒くなったとしてもばん回できそうにない。石油暖房機については灯油の値上がりで買い控えの懸念がある。		
乗用車販売店（経営者）	・東京モーターショー開催、各メーカーの新型車ラッシュが市場を活性化することを期待しているが、ガソリン高騰による買い控えや若者の車離れをカバーできるかは不透明である。		
その他専門店〔食品〕（経営者）	・首都圏や大都市圏向けの営業強化が必要であるが、そう簡単に進むものではなく現状維持が精一杯である。		

	その他専門店〔酒〕 (経営者)	・この地域は農業従事者が大変多く、今年の米価が予想以上に下がったためか消費者の衣食住にかかわる消費が非常に悪くなっている。この状況が2、3か月で良くなるとは考えにくい。
	高級レストラン(経営者)	・大企業の誘致など明るい話題はあるものの、地元経済そのものは活性化しておらず、現状のやや悪い状態が継続する。
	一般レストラン(経営者)	・レストランウェディングや小規模のパーティーなどの予約は比較的順調であるが、一般客の予約は厳しい情勢となっており、このような状況はしばらく続く。
	一般レストラン(経営者)	・これから飲食店は繁忙期を迎えるが、現在のように特定の日に来客が集中し、それ以外は全然だめという状況が今後も続く。
	観光型ホテル(経営者)	・この先は旅行シーズン、忘年会と続くが予約数は前年並みであり、リニューアル効果はいまだ少ない。日帰りの女性客は非常に増えているが、総売上にはあまり影響が無い。
	観光型旅館(経営者)	・忘年会シーズンを迎えるが、例年よりも出足が遅い。しかしながら、1、2月という冬の時期の予約申込状況は悪くない。ホームページの改訂作業が終わったが、1日当たりの検索数が約2,000件とほぼ想定どおり順調に立ち上がった。
	都市型ホテル(スタッフ)	・競争力のある会社は比較的順調であるが、それ以外は後退基調のようであり、全体的な市場環境としては変わらない。
	都市型ホテル(スタッフ)	・地元企業の状況が良くないことに変わりが無い。最大限の企業努力によって、何とか現状を維持していく。
	タクシー運転手	・求人倍率の上昇など明るい話題もあるが、タクシー業界については車両の供給過剰が変わらず、前年実績を下回る状態が続く。
	美容室(経営者)	・景気回復への期待は持っているが、現実的には来客数、売上共に低迷している状況が長く続いており、改善の兆しはみえない。しかしながら、これ以上悪くなるような流れでもなく、低迷した状態のまま推移する。
やや悪くなる	商店街(代表者)	・景気が好転するような状況になく、大手企業でボーナスが多いところは別にして、全体的な消費動向は悪くなっていく。
	百貨店(広報担当)	・原油高騰による物価の上昇に伴い、消費が抑制される傾向は強まっていく。
	百貨店(売場担当)	・最近、大型ショッピングセンターがオープンし、更に厳しい状況に陥るのではないかと懸念している。百貨店とショッピングセンターとは基本的に対象客が違うのでは、と思う反面、量販店の気軽さや値段、また、家族全員で楽しめる施設といった部分で脅威に感じる。
	スーパー(経営者)	・原油価格の上昇分を販売価格に転嫁できるかがポイントになるが、商品価格の上昇は買い控えを招くこと、また、ガソリン代の上昇は買物頻度の減少を招くことから、売上が伸びない状況が当面続く。
	スーパー(経営者)	・これから寒くなるため、灯油、ガソリン価格の上昇は直接的に家計を圧迫する。米価の低下により農家の収入も減っていること、地域経済が停滞しており勤労者世帯の手取り収入も増えていないことなど、明るい見通しは立てられない状況である。
	スーパー(経営者)	・原材料の値上げによる商品売価変更で、消費者心理への影響が懸念される。
	スーパー(店長)	・原材料価格高騰により、製品価格の値上げがメーカーより相次いで発表されている。今後の消費者への影響が懸念されるとともに、原価が値上げされても販売価格を据え置く商品も出てくるため、今期の増益はますます厳しくなってくる。
	スーパー(店長)	・ガソリン、灯油の値上げが続いているほか、食料品に続きトイレットペーパーなど様々な商品価格値上げの報道が相次いでいるため、購買行動はより慎重になり状況は更に厳しさを増す。
	スーパー(店長)	・原油高騰の影響で、食料品などの商品価格も値上げとなる物が多くなるため、消費が冷え込む可能性がある。
	スーパー(店長)	・原油価格の高騰に伴う商品価格の値上げは続くことから、買上点数、売上などの下降傾向は更に強まる。
	スーパー(店長)	・大型ショッピングセンターやディスカウントストアのチラシ攻勢により低価格化がますます進行しており、客は特売品の購入のため買い回りしている状態である。このような状況から、来店頻度、客単価の低下は今後も続く。

	コンビニ（店長）	・原油価格が史上最高を記録するなどしており、また、ピールの値上げもあるなどインフレの懸念が高まっており、生活費の負担も多くなることからこれから消費は良くなる。
	衣料品専門店（経営者）	・原油価格の上昇が更に続き、この先本格的に寒くなる時期に灯油などはまた値上げされるとのことである。客は「どのようにして冬を過ごすのか」という話をしており、買い控えが進むなど、今後の見通しは悪い。
	衣料品専門店（経営者）	・衣料品の購買動向は、今持っている物に買い足す、という傾向が強くなっており、客単価の低下が懸念される。
	衣料品専門店（店長）	・商圈内に競合店がオープンするため、1か月程度は影響が出る。
	乗用車販売店（経営者）	・冬に向かう時期であるが、灯油、ガソリンなどの価格が更にまた大幅な値上がりとなることから、車の台替えには不利な条件となる。車両整備もこの地方の厳しい経済情勢を反映して「安く仕上げてもらえればやる」という客の声が多く、企業として利益を上げていくことが難しい情勢である。
	乗用車販売店（経営者）	・依然として買われる車の多くは燃費重視のコンパクト車中心で、利幅の大きい高級車などは敬遠される傾向にある。他のメーカーからも続々と新型車が投入されてきているが、市場を活性化させる起爆剤にはなれない。これから雪のシーズンということもありスタッドレスタイヤの問い合わせは多いが、最安値商品が取引の中心である。どれをとっても明るい話題は無い。
	乗用車販売店（従業員）	・需要期にかかわらず、来客数、販売台数共に伸びないため、今後もあまり良くなる。
	住関連専門店（経営者）	・今月は大きな案件があり一時的に売上が良かったものの、長くは続かない。ガソリンなどの高騰の影響もあって売上は低くなっていく。
	その他専門店〔化粧品〕（経営者）	・郊外型の複合商業施設が、9月に引き続き、11月、来年3月と立て続けに立ち上がる。出店はこれで一段落するものの、中心街区と郊外の商業集積地との戦いが始まり、しばらくは新店効果もあって中心街区の来客数は減少する。
	その他専門店〔酒〕（営業担当）	・酒類販売の低迷は飲食店の落ち込みによる部分が大きく、飲食店の状況が上向きには抜本的な景気回復が必要である。宴会の多い時期を迎えるが、販売量が前年と同じでも単価が下がるという事態になる可能性もあり、懸念している。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・灯油の需要期を迎えるが、卸価格の大幅な値上げが予定されており、消費者の買い控えが顕著になることが懸念される。個人所得が伸び悩んでいることも、燃料関連支出の低迷につながる恐れがある。
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・11月以降もガソリンなど石油製品の値上げが予定されており、石油販売業界はますます厳しくなっていく。
	観光型旅館（経営者）	・米価の低迷で、農業関係者の忘年会予約が無い状況である。1～3月は、例年は農家の女性が動く時期であるが、収入減が見込まれるため旅行する望みは薄い。
	都市型ホテル（経営者）	・一般宴会は忘年会シーズンに入ることもあり前年並みを期待できるが、宿泊部門、料飲部門の売上は低下傾向であり、客単価も下がってきていることから、全体的な傾向としてはやや悪い方向である。
	観光名所（職員）	・予約の申込状況が若干悪くなってきている。
	観光名所（職員）	・地域を舞台にしたドラマや観光キャンペーンなどのプラス要因は終了し、この先は目立った話題が無い。
	遊園地（経営者）	・ガソリン、灯油の値上がりがかさねてくる。
	美容室（経営者）	・原油の高騰に伴い物価が上がり、客の財布のひもが一層固くなっている。美容に関することには余計に引き締めが強くなる。
	設計事務所（経営者）	・建築基準法改正に伴う工事件数の減少による影響が、今後ますます発生してくる。
悪くなる	スーパー（経営者）	・兼業農家が多い地域であるため、米価の値下がりには消費活動に影響する。また、あらゆる商品価格が値上がりし、灯油価格も高めに推移することとなるため、財布のひもは余計に固くなる。
	コンビニ（経営者）	・ガソリン価格やその他物価の上昇についてテレビや新聞で連日報道されている影響もあり、消費者の財布のひもは固くなる。

		住関連専門店（経営者）	・建築確認において耐震性の審査が厳しくなり、許可がなかなか出ないため新築着工が大幅に減少しているが、今後回復するか心配している。
		一般レストラン（経営者）	・年末になるが、一般市民に閉そく感が漂っており、例年のような忙しさにはならない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・寒冷期に向けて、灯油代など暖房費用が前年よりも相当掛かり増しになると予想され、法人、個人を問わず支出を絞り込む傾向がみられる。この先の消費動向は一層厳しくなる。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末に向けて年賀状印刷の需要があることに加え、地元で市議会議員選挙がある。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・ガソリンや原材料などの価格がどんどん上昇しており、値上げに対しての感覚が麻痺してくるため、良い意味でのインフレ効果が出てくる。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・数か月の間にアメリカからの牛肉輸入量が増えて相場が安定するとは考えにくく、現状の商品価格で推移すれば需要は停滞したままで推移する。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・ガソリン高騰、株価不安定、政治的不安定要素などマイナスイメージは多々あるが、意外と景気は底堅い。
		広告代理店（従業員） その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・特に大きな案件も少なく、大型物件の受注は望めない。 ・地域格差と言われるが、地方の中小企業を取り巻く環境は非常に厳しい。量販店の進出などにより、卸売業の取引先となる小売店は廃業が目立ち、良くなる兆しはみえない。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・全農からの米の仮渡金が1俵（60キログラム）当たり7,000円と大幅な下落となり、しかも来年度以降の金額も予断を許さない状況になっている。
		食料品製造業（経営者）	・食品や日用品など値上げをしている商品が多く物価が上がり、消費者は年末に向け歳暮などギフトの費用を抑えようとする。
		食料品製造業（総務担当）	・原材料価格の値上げが浸透してくるが、コストアップを製品価格に転嫁するのは難しく収益面で大幅に減益になる可能性がある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内での自動車販売は不振が続いており、自動車部品の製造はその影響を受ける。また、最大のマーケットであるアメリカ経済が落ち込む恐れもあり、業績全体が悪化する懸念がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先各社の状況は、下期に入り国内向けの製品需要は頭打ちの状態である。減速感が強く、年度計画の達成は厳しい状況にある。同業他社も同じような傾向であり、今後ますます価格競争に拍車がかかる。
		建設業（経営者）	・原油価格の高騰により資材価格や生活用品の値上がりがある状況からすれば、客は工事の発注を先延ばしにする傾向となる。
		建設業（企画担当）	・厳しい価格競争のなか、原材料等の上昇によるコストアップが利益を圧迫する懸念がある。仕事量でみると、宮城、福島は元気であるが他県が低迷しており、格差が広がっている。
		輸送業（経営者）	・当社の事業は原油価格の動向に影響を受けやすく、冬場に向かいますます厳しくなる。
		広告代理店（営業担当）	・原油高や小麦などの原材料高に伴い、ビール会社のキャンペーンが無くなったりしている。
		経営コンサルタント	・建設業は、1社倒産すると従業員が独立開業して事業者数が増え、その結果競争がますます激しくなるという悪循環が続く。
		公認会計士	・発注元から下請への受注価格の引き下げ要求が止まらず、先行きは更に厳しさを増してくる。
	悪くなる	通信業（営業担当）	・既存契約のつなぎ止めにも限界があり、やむを得ず解約となる可能性が高い案件が増えそうな状況である。価格以外の信頼度など条件面で付加価値を持たせ契約関係を築いていく必要があるが、現実的にはかなり厳しい。
		広告業協会（役員）	・引き合い案件が非常に少なく、金額ベースでも減少している。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員） 新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車関連業種の求人が伸びている。 ・駅前や郊外に大型の商業施設が来年度には進出することから、そろそろ求人も動き出す。雇用面ではこの動きが景気浮揚につながる。

	職業安定所（職員）	・新規求人は横ばいの状態が続いているものの、有効求人倍率は徐々に上昇している。県内の鉱工業出荷額が上昇したとの報道もあり、今後に期待できる。
	職業安定所（職員）	・新規求人数の増加傾向と、新規求職者数の減少傾向が続いていることから、有効求人倍率、新規求人倍率共に上向いていく。
変わらない	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比での減少が続いているが、前々年との比較ではほぼ同水準であり、前年度が特別だったととらえれば、やや楽観的な見方ができる。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求められるスキルを持った人材の確保が、非常に困難な状況になってきている。
悪くなる	-	-