

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	百貨店（企画担当）	・気候の変化に伴い街中の人通りが増えており、景気の回復が期待できる。
		百貨店（売場担当）	・イベントの売上が前年並みに回復しており、買い控えて我慢が続いた消費者にも春夏物への購買意欲が感じられる。
		スーパー（経営者）	・大雪の日にまとめ買いが増えたこともあり、客単価の低下幅が縮小傾向にある。
		コンビニ（店長）	・高校授業料無償化など新政権の施策が着実に実行され、更なる悪化は考えられないため、景気の見通しは明るい。
		衣料品専門店（店長）	・気温の変化に伴い、外出する機会が増えることから、春夏物の動きが良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の発表による集客材料と需要期を迎えることから、自動車市場の動きに期待できる。
		高級レストラン（経営者）	・法人利用の売上は悪化が懸念されるものの、個人消費が回復しており、今後の売上に期待できる。
		高級レストラン（支配人）	・大手自動車メーカーのリコール問題は懸念されるものの、新規参入などで市内ホテル業界が活性化するため、景気回復が期待できる。
		スナック（経営者）	・雪の日が減り、歓送迎会などで売上の増加が期待できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・駅ビルのリニューアルが終わり、本格的な営業を再開するため、売上は増加する。
	その他住宅[リフォーム]（従業員）	・天候が安定してくるため、業界全体の需要が回復する。	
	変わらない	商店街（代表者）	・商工会のアンテナショップが期間限定で開店し、予想を大きく上回る実績となっている。商店街も消費者のニーズに答える対策がなければ、当分変わらない。
		商店街（代表者）	・少子化の影響もあり、新入学や就職関連用品の売上が前年割れの状況であり、期待できない。
		一般小売店[酒]（経営者）	・売上が最低水準にあり、回復は当分期待できない。
		一般小売店[医薬品]（経営者）	・歓送迎会の時期には人通りが増えるものの、繁華街の飲食店では売上に過度な期待をしていない。
		一般小売店[医薬品]（経営者）	・消費者の目的買いが続くため、買上点数、売上共に低迷する。
		百貨店（売場主任）	・百貨店カードやポイントアップによる春物の販売促進に期待はあるが、消費者は買物にシビアであり、客単価の回復は難しい。
		百貨店（広報担当）	・客単価の低下が続き、売上の回復には時間がかかる。
		百貨店（営業担当）	・政治的不安定や雇用情勢の悪化の影響で、消費者の先行き不安が続く。
		百貨店（経営者）	・前年は定額給付金の給付が景気を刺激したものの、その反動による売上への影響が懸念される。
百貨店（経営者）		・消費を喚起する対策がみあたらず、景気の二番底への懸念は払しょくされていない。	
スーパー（店長）	・消費者の節約志向と生活防衛意識は強く、来店頻度、買上点数、客単価共に低迷する。		
スーパー（店長）	・高価格商品の動きが悪く、消費者の低価格志向は当分続く。		
スーパー（店長）	・競合店とのチラシ価格の競争が続くため、1品価格、客単価共に低迷する。		
スーパー（総務担当）	・製造業の受注回復や小売販売の増加などが報道されているものの、地方の経済は疲弊しており、景気はしばらく低迷する。緊急雇用対策の効果には期待するものの、環境政策や農業政策が雇用や消費の拡大に効果があるのか分からない。		
スーパー（営業担当）	・光熱費などの支出が減り、生活費に余裕ができたとしても、不要不急な買物を控える消費マインドは変わらない。		
コンビニ（経営者）	・気温の変化に伴い来客数は増加するものの、客単価の下落で相殺されるため、売上は低迷する。		
コンビニ（経営者）	・就職率の低迷など雇用環境は悪化しており、個人所得は増えない状況が続くことから、消費の回復には時間がかかる。		
衣料品専門店（経営者）	・気候が良くなり来客数は回復するものの、買物に対する消費者の慎重な姿勢は当分変わらない。		
衣料品専門店（経営者）	・低価格商品が増えており、売上、利益共に低下する。また、経費節減のために新規雇用は当分難しい状況である。		

衣料品専門店（経営者）	・景気の回復は期待できず、悪い状況はしばらく続く。
衣料品専門店（店長）	・カジュアル衣料の需要は増加しているが、仕事着の需要は回復する気配がみられない。
衣料品専門店（総務担当）	・景気の先行きは不透明であり、消費はしばらく低迷する。
家電量販店（店長）	・販売台数は前年並みで推移するものの、デフレの影響で1品単価が低下しており、売上は低迷する。
乗用車販売店（経営者）	・環境対応車への補助金が延長されたため、期間中の新車需要は堅調に推移するものの、中古車やサービスへの需要が低迷しているため、売上の増加は期待できない。
乗用車販売店（経営者）	・車検の見積価格に対しても消費者の目は厳しく、整備費などは低下傾向にある。
乗用車販売店（従業員）	・気候の変化に伴い消費者の動きが良くなり、例年並みの販売台数は期待できる。
住関連専門店（経営者）	・法人の需要はあるが、価格の低下が進んでおり、ますます利益が少なくなっていく。
住関連専門店（経営者）	・消費者は必要な物でも割引を待つ傾向があり、新社会人や新入学用でも低価格品を中心に買物をするため、売上の増加は期待できない。
住関連専門店（経営者）	・景気が回復する要素は見当たらず、しばらく低調に推移する。
その他専門店〔呉服〕（経営者）	・取引先の間屋が破産しており、別の仕入先との取引にも不安は続く。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・気候の変化や歓送迎会による需要に期待はあるが、先行き不安が消費者の出費を抑えるため、売上は横ばいで推移する。
その他専門店〔靴〕（経営者）	・冬季オリンピックでは明るい話題が少なく、大手自動車メーカーのリコール問題が大きく扱われており、先行きの不透明感が広がっている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・仕入価格や洗車需要の変動はあるが、消費者の節約志向が続くため、売上は前年並みで推移する。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・消費者の節約志向が続いて売上が低調に推移しており、利幅が取れないために厳しい経営が続く。
一般レストラン（経営者）	・景気の先行きが不透明なため、外食の支出は減少する。
一般レストラン（スタッフ）	・景気が良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。
観光型ホテル（経営者）	・パンフレットやチラシの広告宣伝は効果が少なく、大学のオリエンテーションなど毎年決まった予約があるだけで、売上は前年並みで推移する。
観光型ホテル（スタッフ）	・法人客の利用は減少傾向にあるものの、家族連れの売上は前年並みで推移する。
観光型旅館（経営者）	・宿泊単価、館内売店の売上、来客数共に低下する傾向が続いている。
都市型ホテル（スタッフ）	・春闘には先行きのプラス要因が見当たらず、消費者の生活防衛意識は今後も強まる。値ごろ感のある商品提供や仕入れ価格の引下げなど、企業の生き残りをかけた取組が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・プロ野球やサッカーチームの宿泊が受注できたため、宿泊部門の売上には期待できるものの、一般宴会の予約は引き合いが少ない。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は前年を上回るものの、業界全体が縮小傾向にある。
旅行代理店（店長）	・誘致企業の規模縮小や撤退が続いており、景気が好転する気配は感じられない。
タクシー運転手	・乗客から景気の良い話は聞こえてこない。
通信会社（営業担当）	・新規契約の需要期になるものの、前年並みの推移が予想される。
通信会社（営業担当）	・景気回復の要因は全く見当たらないため、県内の景気は厳しい状況が続く。
通信会社（営業担当）	・景気回復の材料が見当たらない。
通信会社（営業担当）	・景気対策の効果が感じられない。
テーマパーク（職員）	・景気が好転する要因が見当たらない。
美容室（経営者）	・来客数の落ち込みが続き、先行きは不透明である。
設計事務所（経営者）	・新年度の仕事の予定が全く立たない厳しい状況である。
やや悪くなる 一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・個人所得の増加や消費回復の要因が見当たらず、景気は厳しい局面が続く。

	百貨店（販促担当）	・衣料品や高額品など定価品の動きは悪く、バーゲンがない月は売上が厳しくなる。
	コンビニ（経営者）	・建設関係の仕事が減少しており、来客数の減少が懸念される。
	コンビニ（経営者）	・近隣に競合店が出店したため、来客数の減少が懸念される。
	コンビニ（エリア担当）	・就職内定率が低迷しており、消費者の購買力低下、企業の生産調整、雇用の悪化などの悪循環が続くため、先行き不安が広がっている。
	コンビニ（エリア担当）	・企業の情勢変化や雇用情勢の悪化が懸念されており、景気が良くなる要因は見当たらない。
	衣料品専門店（経営者）	・価格に対してシビアな消費者が増えており、欲しい商品も割引されるまで待つため、売上は当分期待できない。
	衣料品専門店（店長）	・相変わらず消費者の財布のひもは固く、就職内定率が低いいためフレッシュアーズ商戦にも期待できない。
	衣料品専門店（店長）	・景気が低迷しており、ビジネス需要はスーツ下取りによる割引販売が増加するため、収益が悪化する。
	家電量販店（店長）	・エコポイントが還元されるのは高額なテレビに絞られるため、低価格テレビの販売台数が減少する。
	乗用車販売店（経営者）	・補助金の延長や受注残により新車販売はしばらく好調なもの、消費者には賃下げなどの所得不安があり、今後の新車販売は落ち込みが予想される。また、低価格車に販売台数が集中するため利益は少ない。
	乗用車販売店（経営者）	・環境対応車への補助金が延長になり、購入を先延ばしする顧客が増えている。税制が新年度に変更されるため、新車販売や車検入庫への影響も予想される。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・景気対策の効果が不透明なため、消費マインドは低下する。
	その他専門店〔酒〕（営業担当）	・売上が低迷するため、体力の無い小売店は厳しい経営が予想される。
	一般レストラン（経営者）	・冬のボーナスが支給されていない客があり、個人所得の減少による景気の悪化が懸念される。
	その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・公共施設の赤字やホテルの経営破たんが続き、中心市街地への集客は一段と難しくなる。
	旅行代理店（従業員）	・個人グループ向けの売上は前年を下回っており、当分回復が期待できない。
	観光名所（職員）	・今後の予約状況は前年を下回っている。
	遊園地（経営者）	・テレビ局が主催する大型イベントの影響や新年度予算の政策効果が見極められないため、来客数が例年を下回る懸念がある。
	住宅販売会社（従業員）	・一般物件は公共、民間共に受注見通しがあるものの、消費者の先行き不安が続いており、戸建ての受注見通しは悪い。
悪くなる	商店街（代表者）	・公共投資の停止により企業の動きは悪く、先行き不安が広がっているため、今後も消費は停滞する。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・支出を切り詰めた生活防衛型の消費が続いており、当分景気は悪いままである。
	スーパー（経営者）	・消費者の購買力が低下するなか、ガソリンなどの価格が上昇傾向にあり、生活費が圧迫される。
	スーパー（経営者）	・デフレの進行と消費の不振は深刻化するため、景気は悪くなる。
	スーパー（店長）	・買上点数、1品単価共に前年を下回る。
	スーパー（店長）	・近隣に大型流通店が開店することから、しばらく厳しい売上になる。
	自動車備品販売店（経営者）	・卒業の時期に合わせて中古車のセールを計画しているが、就職率が低迷しており、購買意欲の低下が懸念される。
	その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・受注が減少して、経費分の利益も得られない状況が続いており、地方の企業は生き残りが厳しくなる。
	一般レストラン（経営者）	・客の様子から景気回復の兆しは感じられず、先行きの不安は続いている。
	一般レストラン（経営者）	・地方の景気は中央の状況が遅れて影響するため、中央が横ばいでも厳しい状況が続く。
	観光型旅館（経営者）	・予約やインターネットのアクセス数が減少しているため、一段と厳しい売上が予想される。
	都市型ホテル（経営者）	・宿泊部門、一般宴会共に、予約状況が悪かった前年を下回っており、先行きは暗い。
	タクシー運転手	・街中にはホームレスや仕事に就けない人が目につく傾向にある。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・燃料代など維持費も値上がりして、車が動けば板金修理は不要と考えるドライバーが増えている。

企業 動向 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需給バランスがとれており、販売価格、販売量共に好転が期待できる。	
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・2か月続けて前年の売上を上回っており、季節的にも需要が上向くため、売上の増加が期待できる。	
		建設業（企画担当）	・厳しい競争は続くものの、新年度の工事出件数は増加が見込まれる。	
		広告業協会（役員）	・中央のテレビ媒体では受注が回復しており、他の媒体でも同傾向がみられるため、地方でも受注の回復が期待できる。	
		広告代理店（経営者）	・新年度向けの新規物件を受注しており、売上は増加する。	
		広告代理店（経営者）	・東北新幹線の開通や青森デスティネーションキャンペーン関連の動きに期待できる。	
		経営コンサルタント	・景気の2番底に対する懸念が薄れ、大手企業の在庫調整が終了したため、受注量の増加が期待できる。	
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅版エコポイントの効果に期待している。	
		金属工業協同組合（職員）	・受注単価は厳しいものの、受注量は半導体関連や医療機器などからの引き合いが続いている。	
		食料品製造業（経営者）	・飲食関係では低価格競争が続いており、回復の兆しはみあたらない。	
		食料品製造業（総務担当）	・景気回復を示す市場の動きや話題は聞こえてこない。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・エコカー補助金終了後の反動や円高の影響が懸念されるものの、自動車部品の受注はしばらく安定する。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量は回復しているものの、受注単価、利益率共に例年を下回る。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・国内向け半導体の受注が改善しているものの、輸出向け受注は為替の影響を受けるため、売上は低迷する。		
変わらない		建設業（経営者）	・高齢者向け工事の営業に重点を置いており、小額な工事が多いために利益はあまりない。	
		建設業（従業員）	・新規計画や設計業務の受注が低調であり、民間の設備投資には期待できない。	
		金融業（広報担当）	・企業への業況ヒアリングでは、ほぼすべての業種でマインドの改善がみられない。	
		公認会計士	・公共工事や民間の設備投資が減少したため、中小企業の景気回復は遅れており、急速な改善は期待できない。	
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・小売店の経営は厳しく、販売先への売掛不安から商品納入には消極的にならざるをえず、受注の伸びは期待できない。	
		その他企業〔管理業〕（従業員）	・受注が回復している企業はあるものの、雇用情勢の回復には時間がかかる。	
	やや悪くなる		農林水産業（従業員）	・農家直売米の注文が低調で、今後も売上の回復が期待できない。
			食料品製造業（総務担当）	・状況が好転する材料は見当たらない。
			出版・印刷・同関連産業（経営者）	・民間企業の受注が低迷しており、見積競争が一段と激しくなる。
			輸送業（経営者）	・燃料費が上昇傾向にあるなか、荷主の物量が減少する一方で料金の値下げを要請されており、景気の停滞感が強まっている。
		通信業（営業担当）	・取引先の厳しい値下げ要請は新年度も予想され、予断を許さない状況である。既存契約の解約も想定しながら、ぎりぎりの対応を迫られている。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・チラシ折込件数や購読数の減少のほか、同業者の話からも景気回復は感じられない。	
悪くなる		コピーサービス業（経営者）	・官公庁の受注に動きがあるものの、民間企業の購買意欲は弱く、市場が縮小している。	
		農林水産業（従業員）	・収入が2年続けて悪い状況となり、生産資材の購入もままならない。	
		土石製品製造販売（従業員）	・管理職に加えて、組合員でも人員削減の動きがある。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・受注量は減少傾向が続いている。		
雇用 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・地域的に建設業や農業への従事者の比率が高いため、公共工事の予算執行による景気回復が期待できる。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車産業の本格操業が始まるため、製造業などの求人募集に期待している。		

変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣業界は法改正の動きや新しい通達により、先行きが混沌としている。
	人材派遣会社（社員）	・雇用形態や処遇の改善は困難であり、雇用者数の増加は当分期待できない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・メーカーの生産調整や小売店の販売不振が依然として続いており、しばらく採用状況は回復しない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県の新年度予算に期待するものの、有効求人倍率は低迷しており、厳しい状況は変わらない。
	職業安定所（職員）	・求人数が回復する要因はみあたらず、減少傾向が当分続く。
	職業安定所（職員）	・建設業で雇用調整を実施する企業が増加傾向にあり、継続している企業の調整日数は減少傾向にあるものの、継続企業数は横ばいで推移している。
	職業安定所（職員）	・新規求人数が2か月連続して前年を下回っており、上昇傾向にあった有効求人倍率の動きが弱まっている。
	職業安定所（職員）	・企業整備の見込みがあり、求人数は低迷する。
	職業安定所（職員）	・新年度の受注見通しが立たない企業から相談が増加している。
やや悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	・受注量が低調であり、新年度の回復は期待できない。
	職業安定所（職員）	・前月に比べて、有効求職者数が増加傾向にあり、有効求人倍率の低下が懸念される。
	職業安定所（職員）	・雇用調整の新規実施に関する相談件数が増加する傾向にある。
	職業安定所（職員）	・契約社員ではコールセンターなどのまとまった求人があるものの、正規雇用を含む常用の新規求人数が前年を下回る傾向にある。
悪くなる		