

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：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  (東北)		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・新年度に向けてどこも動きが慌ただしくなっている。同時にヒト、モノの動きも加速するのではないかと期待している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・新年度や新学期に対する期待感があるため、消費マインドが高まるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現在来店している客の販売量や単価は堅調に推移している。この先雪が解けて来客数が増加すれば、売上も回復して景気が多少良くなるとみている。
		百貨店（営業担当）	・春に向けて新生活が始まり、世の中や人が動く。このチャンスに、年間でも消費が活発になることを期待している。
		百貨店（買付担当）	・若干ではあるが、春物を手に取る客が増えつつある。この先、気温が上昇すれば購買意欲も強まるとみている。
		百貨店（経営者）	・これまで順調に推移している衣料品が、この先の春夏商戦においても前年より良い傾向で動くことにより、他の春の行事対応商品も堅調に推移するとみている。また、高額商材は上昇傾向に入ってから1年が経過することもあり、多少動きは鈍るものの微増の状態が継続するとみている。
		スーパー（店長）	・1～2月は大雪の影響で来客数が減少したが、この先4～5月は天候による影響も少なくなるとみている。
		スーパー（総務担当）	・冬の寒さもようやく峠を迎える。株価は不透明であるが、一時大幅に下落した状況からは立ち直りつつあり、ガソリンの高値も沈静化傾向にある。また、野菜の高値も幾分かさまってきているため、この先の景気は多少上向きになるとみている。
		コンビニ（店長）	・雪が解けて足元が良くなり、来客数も徐々に増えると思われている。ただし、近隣に競合店が増えているため、例年どおりの売上になるかは不安が残る。
		衣料品専門店（経営者）	・暖かくなれば、来客数も増えると思われている。
		衣料品専門店（店長）	・今出遅れている客も、この先は一斉に動き出すと期待している。
		衣料品専門店（店長）	・一般ビジネス衣料は前年並みに推移しており、単価も上昇している。
		家電量販店（店長）	・客の購買意欲が上向きになっている印象を受ける。単価の高い商品が売れるなど、客の財布のひもが緩んでいる様子が見える。
		乗用車販売店（本部）	・多数の来場者があった東北モーターショーにおいて、今年の半ばに発売される新型車に注目が集まっている。また、これからは新型車発売前の現行車売り切りセールが始まるため、来客数の増加が大いに期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・注文家具の納品が2～3か月後には完納する見込みである。ただし、現場の人手不足により納品が遅れているケースも出ている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・異動シーズンを迎えるが、消費へ悪影響を及ぼす要因もないことから、景気は若干持ち直すのではないかとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・株価など景気の先行きに不透明感はあるが、全体的な景気上昇のトレンドは変わらないとみている。
		一般レストラン（経営者）	・ここにきて株価は回復してきており、今後は気候も安定すると見込んでいる。また、平昌オリンピックが終了して通常に戻るため、2月よりは良くなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・3月からは、異動に伴う歓送迎会が見込める。また、季節も春めいてくるため、人の出足が増えることを期待している。
		一般レストラン（経営者）	・この先、気候が回復し気温が上がれば、外出する人が増えて多少は景気も良くなるとみている。
	観光型旅館（スタッフ）	・天候が良くなれば旅行需要も上昇してくるとみている。	
	旅行代理店（経営者）	・新年度を迎えて、新たな旅行需要の発生を期待している。また、新年度に向けてこれまで以上に営業に取り組んでいく。	
	旅行代理店（店長）	・4月以降の団体旅行の問合せが非常に多くなってきている。	
	旅行代理店（従業員）	・春休みやゴールデンウィークの国内旅行の申込みや、夏の海外旅行の予約が始まっており、前年と比較しても上昇傾向にある。	

通信会社（営業担当）	・各社とも東京オリンピックに向けた事業計画などが策定されている。また、3～4月は卒業、入学シーズンのため、消費動向は上向きになるとみている。
通信会社（営業担当）	・大規模な設備投資を行い、春から商品全体をグレードアップした営業展開をするため、新規契約や既存客の単価上昇が期待できる。
テーマパーク（職員）	・これから新学期シーズンプランの販売を予定しており、来客数の増加を見込んでいる。
競艇場（職員）	・4月からは新運営体制に切り替わるため、良い方向に進むとみている。広告宣伝に力を入れ、客が食い付くようなイベントを実行していく予定である。来客数が少しずつ増えるにつれて売上も上がっていくとみている。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・この先、原油価格の低下や円安に移行すれば、更に経営状態は良くなると見込まれる。
住宅販売会社（経営者）	・長期遊休地が動き、一般物件の受注が予定されている。
商店街（代表者）	・3月後半の公立高校入試発表までは、特にこれといった追い風要因は見当たらない。
商店街（代表者）	・好天により来客数の動きが好調である。また、各店舗と街区の努力により、中心市街地の活性化が少しずつ実を結んでいる。
商店街（代表者）	・新年度や新学期への期待はあるものの、商店街内のスーパーが撤退するなど近隣の消費の冷え込みもあり、先行きが不安である。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・飲食店でも集客イベントを行っているが、人が集まっても悪い状態は余り変わらない。また、3月11日を控えており、消費も手控えムードが漂っている。
一般小売店〔酒〕（経営者）	・3月から、各メーカーの瓶ビール、生ビールの値上げが始まるが、例年にない上げ幅であり、どこまでの影響が現れるのか不透明である。生鮮食品などの価格が高騰しているなか、この値上げは正直厳しい。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・客が魅力を感じるような商品を模索中である。
百貨店（売場主任）	・全体的に控え目な購買スタイルに変化がみられない。
百貨店（企画担当）	・景気に対する大きな変動要因はなく、このまま横ばいで推移するとみている。
百貨店（営業担当）	・この先2～3か月の間に大きな景気の変化はないとみている。ただし、春物の動きが良ければ、全体が底上げされるのではないかと。
スーパー（経営者）	・この先に消費拡大を期待できるような要因が見当たらないため、消費者の財布のひもが固い状態が続くとみている。
スーパー（店長）	・客の節約志向は相変わらずであり、特売品のみ買い回りも多い。この傾向は特に年配者に多くみられており、今後も続くとみている。
スーパー（営業担当）	・来客数の改善が期待できないため、購入点数を増やす施策が必要である。
コンビニ（経営者）	・来客数の減少はあるものの、購入点数や単価は横ばいで推移している。数字が前年を大幅に下回っているのはたばこの売上のみのため、全体的には横ばいで推移するとみている。
コンビニ（エリア担当）	・競合店出店以外の外的環境の変化は少ないとみている。
衣料品専門店（経営者）	・寒さの割に春物商材の動きが良いものの、一部の富裕層の動きであり、今後のフリー客の動きにつながるとは考えにくい。厳しい状況はこの先も変わらないとみている。
衣料品専門店（経営者）	・進学、就職者向けの寝具類や、オーダースーツの展示などで来客数の増加を図りたいが、思うような効果が出ていない。今後は企業向けに作業服や事務服などの拡販に取り組む予定である。
衣料品専門店（店長）	・3月の天候が予報どおりに暖かく推移すれば、春物商材の動きは活発になるとみている。ただし、天候の先読みは難しいため、例年並みで推移するとみるのが正解ではないか。
衣料品専門店（総務担当）	・この先の景気が良くなるような要因が見当たらない。
乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月、新規客の来客数が変わらないことから、この先急激に変化するとは考えにくい。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・割引商品でもしっかり吟味して購入していることやガソリンや灯油の値上がりもあり、客の財布のひもが固くなっている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・石油製品の需要期が過ぎつつあるため、この先の売上は今月よりも少なくなることは避けられない。

その他専門店 [ ガソリンスタンド ] ( 営業担当 )	・ 特別大きな変動要因がないため、現在の経営環境に変化はないとみている。
高級レストラン ( 支配人 )	・ ここ数か月売上が伸び悩んでおり、先行きの予約状況も非常に厳しい状態が続いている。
一般レストラン ( 経営者 )	・ レストラン業界の状況は厳しく、特別な日にレストランを使おうとする風潮が少なくなってきた。そのため、現在の状況が続くのではないかとみている。
観光型ホテル ( 経営者 )	・ 2 ~ 3 か月先に大きな大会やイベントがないため、景気は今月と変わらない状態で継続するとみている。
観光型旅館 ( 経営者 )	・ 景気に対する明るいニュースがなく、予約状況が上向く兆しもないことから、先行きの景気は余り変わらないとみている。
都市型ホテル ( スタッフ )	・ 先行きの予約状況において、歓送迎会の受注は前年並みである。
旅行代理店 ( 店長 )	・ 景気が大幅に良くなるような要素が見当たらない。
通信会社 ( 営業担当 )	・ 政府の施策に各企業の給与アップの構想があるものの、実行後の動向をみなければ判断できない。
通信会社 ( 営業担当 )	・ 景気に大きな変化を及ぼすような要因が乏しい。
通信会社 ( 営業担当 )	・ 客の様子に変化がみられないため、この先も変わらないとみている。
観光名所 ( 職員 )	・ インバウンド客の予約状況に変化はないが、日本人客は前年を若干下回る傾向にある。先行きが読めないが、余り変わらずに推移するとみている。
遊園地 ( 経営者 )	・ 今後の動向は予測しづらいが、新遊具とイベントで底上げを図っていく。
美容室 ( 経営者 )	・ 4 ~ 5 月は新社会人による購入に大いに期待をしているが、地元の動きとしては不透明である。
美容室 ( 経営者 )	・ 客層は年配者が多いため、この先の来客数は減少する一方である。
その他住宅 [ リフォーム ] ( 従業員 )	・ せん定や外構工事は前年よりも伸びているものの、100万円以上の増改築工事の受注が伸びていない。
商店街 ( 代表者 )	・ 人件費の高騰や人手不足により、商店街の警備費が大幅に増加する見込みである。商店街の各店舗においても、人手不足やコスト上昇分を価格に転嫁できていないため、この先景気は下降するとみている。
一般小売店 [ 医薬品 ] ( 経営者 )	・ 東日本大震災から7年間、一定して底堅く推移していた来客数が、最近では底が抜けたように悪化している。ネット通販の拡大など経営環境の変化に乗り遅れている可能性もあるが、来訪する取引先からも厳しい状況ばかり聞いている。ネット通販が地場の需要の大きな部分を吸い上げる事態となれば、地方の経済は衰退してしまうのではないかとみている。
スーパー ( 店長 )	・ 競合店との価格競争において、当社もチラシ価格を強化して対策を行っているが、売上は前年に届いていない。この状況が続けば数字が少しずつ下がってしまう可能性がある。
スーパー ( 営業担当 )	・ 営業エリア内に競合店の出店が相次いでおり、来客数が減少している。この傾向は今後も続いていくことから、既存店の売上において前年を維持することが難しくなってきた。
コンビニ ( 経営者 )	・ 現状も良くないが、2 ~ 3 か月先には学生が就職などで地元を離れるため、景気は更に悪くなるとみている。
コンビニ ( 経営者 )	・ 来客数の減少傾向が続いており、この先もしばらくの間は同様に推移するとみている。
コンビニ ( エリア担当 )	・ 競合環境が厳しくなっており、来客数の改善が難しい状況が続くとみている。
家電量販店 ( 従業員 )	・ 春になって賃上げなどの良い話が出てくれば別であるが、それがなければ、景気はこの先も悪化していくのではないかとみている。
乗用車販売店 ( 経営者 )	・ 2 ~ 4 月が最大の需要期のため、それ以降は下降傾向となる。
乗用車販売店 ( 経営者 )	・ 少子高齢化による人口減少や働き手の減少による、市場縮小が顕著である。
乗用車販売店 ( 従業員 )	・ 全車種で低金利キャンペーンを行っているため、販売量は伸びている。ただし、キャンペーンが終了する4月以降は販売量が落ち込むとみている。
住関連専門店 ( 経営者 )	・ 仏具の購入層は高齢者が多かったが、今では世代交代が進み、商品のニーズが変化している。安価な商品が主体となっているため、この先は余り大きな景気の上昇はないとみている。
住関連専門店 ( 経営者 )	・ 来客数の落ち込みに加え、客単価も低下していることから、今後の景気はやや悪くなるとみている。

	その他専門店〔食品〕（経営者）	・仕入価格の高騰により、販売価格も上げざるを得ない。そのため、高級食材の客離れが顕著になるのではないかと危惧している。	
	一般レストラン（経営者）	・他県からの観光や出張、インバウンドのよる来県者数が伸びない限り、景気の恩恵は受けられないのではないかと。地元は今まででない低気温と大雪に悩まされており、大打撃を受けている。雪解け後に夜の繁華街に人が戻るの、順番的にも最後になるとみている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・この先は大きなイベントもなく、ホテルにも大型の予約は入っていない。また、様々なイベントのメイン会場となっていた施設の閉鎖が予定されている。このままでは、客の往来が少なくなり、消費の動きも縮小するのではないかと。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・寒波の影響により、宿泊部門及びレストランの来客数が前年を下回っている。	
×	商店街（代表者）	・3～5月の予約状況に全く動きがなく、先行きの景気はかなり悪くなるとみている。	
×	スーパー（経営者）	・2019年10月の消費税の引上げを控えて、住宅、車などのローンにお金回りが滞っており、ふだんの生活では財布のひもが非常に固くなっている。	
×	コンビニ（店長）	・通信販売の台頭や超高齢化社会の進行は、今後も続くとみている。	
×	高級レストラン（経営者）	・3月の予約状況も余り良くない。同業者の動きをみても上向いている様子はない。	
企業 動向 関連  (東北)			
		金属製品製造業（経営者）	・この先の受注見込みに明るい兆しがみえている。
		建設業（従業員）	・年度をまたいで発注されている大型公共工事が複数あるため、受注状況によっては、景気が上向くこともあり得るとみている。
		経営コンサルタント	・年度末となって雪も解けるため、多少は明るい展望がみえることを期待している。
		食料品製造業（経営者）	・観光客などが増えるイベントの予定がないため、売上の状況は変わらないとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・新商品の投入で売上回復を狙っているが即効性に乏しく、当面は厳しい状況が続くとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・広告が紙媒体からWeb媒体へシフトしていることや、マイナス金利のためコスト圧縮の一環で金融機関の印刷物が減少していることが響いている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・東北全体において、需要が好転するような要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先はどれも十分な受注量をもっており、年度が明けても急激に受注量が減少するような企業は見当たらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・現在の良い状況が今後もしばらくは継続するとみている。取引先の開発状況や見通しに加えて、当社の製品が関連する市場の見通しが、現状維持はあっても悪化の方向に向かう可能性は低いとみている。
		建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込みどおりであるため、2～3か月先も現状のまま推移するとみている。
		輸送業（経営者）	・物流は順調に推移しており、急激な変化はない。今後もこの状態が続くとみている。
		通信業（営業担当）	・契約更新がされなかった事例を分析して次回に備えることも必要であるが、採算性も考慮しながら、無理なものは無理とある程度の割り切りも必要である。
		通信業（営業担当）	・景気回復につながる政策がないため、景気に変化はないとみている。
		金融業（営業担当）	・この先特に大きな変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・企業の投資マインドは回復基調にあるとみているが、それが顕在化するのには雪解け以降とみている。また、個人消費については、消費環境の好転が考えにくいとみているため、現状維持で推移するとみている。
	広告業協会（役員）	・ここ数か月のマイナス傾向に変化はない。特筆すべきイベントもないため、現状のまま推移するとみている。	
	広告代理店（経営者）	・行政による新年度案件でどれだけ増やせるかだが、大きな期待はできない。	
	公認会計士	・建設関係は、今年の秋頃まで受注の見通しがある。そのため、小売業、サービス業、製造業がマイナス傾向であっても、全体としては現状維持で進むとみている。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・景気が良くなる雰囲気はみられない。そろそろ良くなって良い時期であるが、地方の状況はそのようになっていない。	

	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・輸送費の増大により3月から商品価格の値上げを実施するが、購買意欲にどの程度の影響が現れるのか懸念をしている。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・当社は下期に受注量が集中するため、新年度を迎えるに当たっては、まだ様子見の状態である。
	金属工業協同組合（職員）	・単発の相見積りの引き合いはあるものの、この先は良くも悪くもなく現状維持の状態が続くとみている。
	農林水産業（従業者）	・春の農作業の準備に入っているが、前年の収入が少なかったため、生産資材購入が手控えられている様子である。
	農林水産業（従業者）	・雪解けの遅れによる、春作業の遅れが懸念される。
	木材木製品製造業（経営者）	・春先以降の受注量はやや持ち直すとみているが、前年に比べると減少傾向が続くのではないかと。また、採算割れの状況が継続しているが、価格へのコスト転嫁はかなり難しく、収益的に悪い状況が続く見通しである。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎年5～6月は数字が落ち込む時期である。連休ともなれば極端に売上が落ちるため、良くなるという感覚はない。
	通信業（営業担当）	・受注量が少ないため、先行きの景気が不安である。
	司法書士	・不動産取引件数の減少傾向が続いている。
	コピーサービス業（従業員）	・年度末を迎えているが、大口の受注が想定より増加していない。営業活動量を増やしているが、提案や見積り提出までに至っていない。
	x	*
雇用関連 (東北)	民間職業紹介機関（職員）	・求人における賃金の上昇傾向は今後も続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・地元の各企業において、2019年新卒採用の動きが例年以上に活発である。通常は3月1日の就職情報サイトオープンからスタートするが、今年は何とか人材を確保したいと、2月にはかなりの企業が学生に接触をしている。
	人材派遣会社（社員）	・今後も求人数、求職者数共に増加していくとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・寒波の影響により来客数が減少したとの声が多いが、その反動でこの先は状況が良くなるとみている。
	人材派遣会社（社員）	・求人のミスマッチ傾向は、今後ますます強まるとみている。
	人材派遣会社（社員）	・雇用の無期転換問題が、この先業界にどのような影響を与えていくか不透明である。
	人材派遣会社（社員）	・2018年は雇用の無期転換問題があるが、採用側の動きも落ち着いているため、大きな変化は見込めない。
	アウトソーシング企業（社員）	・年度末に向けて仕事は忙しくなるが、利益が出ないため、状況は変わらないとみている。
	職業安定所（職員）	・求人数は増加しているものの、求職者数が減少しており、雇用のミスマッチが生じている。
	職業安定所（職員）	・新規求職者数の前年同月比は、ほぼ横ばいで推移している。求人は宿泊業などにおいて減少傾向にあるが、他はおおむね未充足のまま求人が更新されている。製造業において人員整理の情報があるが、在職者の再就職先もほとんど確保されており、失業者の発生は限定的になるとみている。
	職業安定所（職員）	・求人者や求職者からの相談内容に変化がないことから、当面の状況は変わらないとみている。
	職業安定所（職員）	・3月まではワカメの刈り取りや、自治体からの臨時求人などにより求人数が増えると思われているが、ミスマッチも多く、この先も厳しい状況は続くとみている。
	学校〔専門学校〕	・事前に行った年度求人募集、求人数調査状況と比較しても、増員や新規計画などは少ない。
	人材派遣会社（社員）	・例年より多い年度末の終了者対応と並行して、雇用の無期転換問題への対応に追われており、営業がおろそかになっている。そのため、2～3か月先の景気はやや悪いままではないかとみている。
	人材派遣会社（社員）	・有期雇用者の無期転換問題について対応策をとっていない企業が多く、中小企業では混乱や雇止めなどが小規模ながら発生しており、悪影響を与えている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・雪害や冷害で地場産品が被害を受けており、流通を中心に売上の減少が続いている。この影響は季節採用にも出ており、回復までには時間が掛かるとみている。
	x	-