

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)		商店街（代表者）	・ 今後は、夏～秋と観光客が増える時期となる。物販は横ばいであるが、飲食店に非常に良い影響を与えて、多少は良好な形になるのではないかと期待している。
		百貨店（営業担当）	・ 気温が高いため、夏物アイテムの動きがこのまま継続するのではないかと。また、晩夏アイテムなど、晩夏から初秋に対応した商材が動き始める見込みである。
		コンビニ（経営者）	・ 来客数の増加に伴い売上も増加している。ようやく店舗の認知が広がり、土日の来客数が増加していることも大きな要因である。また、隣接する大型ビルの空きテナントが埋まったため、それに伴う来客数の増加も見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・ 前年の8月は天候不順が続いていたが、今年は来客数の回復が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・ ワンブランド体制となることで、より効果的な販売促進策やエリア戦略が打てるようになるため、より一層の来客数の増加を見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・ 猛暑の影響は8～9月まで続くともっており、夏物商材などの売上が期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・ 秋物が立ち上がる時期であり、期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・ 8月には、更に新型車の発表が予定されている。盛り上げるための施策も検討しているため、大いに期待している。
		一般レストラン（経営者）	・ 異常気象が3か月間も続くとは考えにくいため、天候が元に戻れば景気も良くなるのではないかとみている。
		一般レストラン（経営者）	・ 企業次第ではあるものの、企業の業績が良く、その分が社員に還元されれば、個人消費も増えるともみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・ 夏休み、お盆の帰省など、高単価の客が多い時期であり、ツアー関係の予約も例年より好調に推移している。
		通信会社（営業担当）	・ サービスエリアの拡張を予定しており、新規の加入者獲得を見込んでいる。また、引き続き既存客への営業展開も継続していくため、追加申込みも期待できる。
		観光名所（職員）	・ 一時期減っていた社員旅行の予約が増えており、前年を上回る予約状況となっている。そのため、今後も若干良くなるかとみている。
		競艇場（職員）	・ 今後のイベント強化により、売上は増加する見込みである。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ 地元の雰囲気が良いため、先行きの景気も良くなるかとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・ 消費税の引上げの経過措置に対応した建て売り住宅の段取り中であり、希望者の契約締結へのバックアップに貢献できるとみている。
		商店街（代表者）	・ 空き店舗の開発計画の動きがあるものの、まだ先の話である。また、一部に業種の転換が散見されているが、サービス関連の店が増えつつあり、商店街としての業種バランスを懸念している。
		商店街（代表者）	・ 平成30年7月豪雨災害により物流関係などに影響が出ている。また、豪雨や猛暑などは商店街の来街者減少要因となるが、現時点では今後も例年並みで推移する見込みである。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・ 書店は基本的に再販売価格維持制度の商品を取り扱うため、販売促進策を打ち出しにくい。細かな施策を続けることで売上の下支えができるとみているが、マーケットの劣化に対してオーバーストアである現状が変わらないため、厳しさは変わらないとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ 8～9月まで残暑が続くようであれば、夏物商材、特に熱中症対策商材が売れると予想され、良い状態が続くとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ 前年並みの数字を取れている部門もあるが、ヘルス部門の落ち込みが大きい。8月にならなければ分からないが、この暑さが続くとこのまま落ち込んでしまうのではないかと。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・ 異常気象のせいなのか、商品が動かない。
		百貨店（売場主任）	・ 地方ではインバウンドの影響も少なく、景気上昇感も弱い。人口流出によるマーケットの縮小、高齢化による購買力低下といった地域市場の状況は、今後も続くともみている。
		百貨店（営業担当）	・ この先の景気が大きく上向き要素はない。2～3か月先は冬物商戦に入るが、消費喚起の施策を立てていかなければ、前年を上回ることは難しい。

百貨店（買付担当）	・今月は猛暑が来客数に影響している。今後も天候にかなり左右されるとみている。
百貨店（経営者）	・株価の暴落などといった経済環境の大きな変化がない限り、高額商材の堅調な売上が他のアイテムの販売量の減少をカバーする現在の構図は続くともみている。ただし、最近の猛暑により、消費マインドが低下することを懸念している。
スーパー（経営者）	・8月も引き続き猛暑日と雨不足が続く見込みであるため、来客数も7月同様の傾向が続くものとみている。高温の日が続くと、平成30年7月豪雨や台風の影響と合わせて、農産品、畜産品など生鮮品に影響が出てくるのではないかと。飲料関係の出荷制限もあり、これまで同様に消費環境は良くない状態が続くとみている。
スーパー（店長）	・客単価は若干上昇しているものの、来客数の減少が影響して、依然として前年割れが続いている。この傾向は今後も続くともみている。
スーパー（店長）	・今月の来客数増加は天候による影響が大きいとみている。今後の景気は特に変わらないとみている。
スーパー（店長）	・今月の好調の原因の一つとして、ウナギの売上好調がある。また、気温の上昇に伴い全体的な販売量も上向いている。この傾向が続けば8月までは景気が若干上向くとみているが、その後は気温の低下とともに売上が減少するため、全体としては余り変わらないのではないかと。
スーパー（営業担当）	・競合店も含めて売上が厳しく、特売やクーポンによる客の争奪戦となっている。ただし、前年並みの来客数を確保できても、特売価格の強度を上げたことによる1品単価、客単価の低迷により、売上は前年に届いていない。また、猛暑により日中の来客数が減少しており、生鮮品の購買が落ち込んでいる。
スーパー（副店長）	・景気は良くなりつつあるが、必要なものを必要な数だけ買うという消費者の傾向が続いているため、販売量が増えない状況が続くとみている。
コンビニ（経営者）	・今月は天候が良かったにもかかわらず横ばいで推移している。3か月後も多くは望まないが、せめて横ばいで推移してほしい。
コンビニ（店長）	・天候の変動が消費を左右している。消費者はお金を持っていないわけではなく、積極的にお金を使う意識がない。暑さが我慢できずに冷たいものを買うことはあっても、涼しい時には何かを買うという気持ちにならない。このような雰囲気が強くみられている。
衣料品専門店（経営者）	・お中元などが順調なため今後の景気は上向くとみているが、大半の企業は慎重である。
衣料品専門店（店長）	・この先平年並みの気温に落ち着くことで、消費者の購入意欲が持ち直すかどうかのポイントであるが、景気がすぐに上向きになるとは考えにくい。
衣料品専門店（総務担当）	・来客数が前年比90%の状態が続いているため、景気が上向くことは期待できない。
家電量販店（従業員）	・やや悪くなる見込みもあるが、年末に運用開始する4K放送の盛り上がりによって、関連商材の動きが変わるのではないかと。家電量販店、メーカーのみならず、国を挙げて4K放送自体を盛り上げてもらえれば、売上などもぐんと上がるとみているため、そこは期待している。
乗用車販売店（従業員）	・現在の商談は新型車が多く、既存車の商談がなかなか発生しない。今後も販売量は伸びないのではないかと。
乗用車販売店（従業員）	・2～3か月という短い期間で、景気が良くなるとは考えにくい。
乗用車販売店（本部）	・期待していた新型車も不発に終わっており、ここしばらくは我慢が必要な状況である。収益の柱であるサービス部門が前年並みであることが救いである。
住関連専門店（経営者）	・見積りを出しても過当競争が激しく、受注に結び付かない。
住関連専門店（経営者）	・購入される商品の価格が安く、値引きを要求する客が多いため、消費者の財布のひもは固いとみている。そのため、この先も急な景気の上昇は考えにくい。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が大きく変動するような要因はないものの、地方と都市部の格差が大きくなってきているため、引き続き地元以外の販路を強化していかざるを得ない。地元だけでは売上の維持が不可能になってきている。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・季節野菜の値上がりやサンマ価格の急騰などにより、肉に使うお金が減るのではないかと。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・競合店との割引合戦はまだまだ続く見込みである。

その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	・これだけ暑いと秋口まで暑さが長引く可能性が高く、秋物の動きが鈍るのではないかと。また、その後の冬物の動きがどうなるかも不透明である。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・需要期を迎えるまでは、販売単価次第で景気が左右される状態が続くのではないかと。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・猛暑の影響で販売量が増加するようなこともなく、今後も増加するような要因がない。
その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・セール後の天候不順や暑さにより、来客数の動きに不透明感がある。今後の動きがどうなるのかについても不確定要素が多い。
高級レストラン (支配人)	・今月の来客数は前年の反動で落ちているが、来月からは例年並みに推移するとみている。
一般レストラン (経営者)	・時々、パーティーなどの予約が入るものの、個人客の予約が減少している。消費者は誕生日程度の特別感ではレストランを利用しなくなっており、レストランとの距離が広がっている様子である。
一般レストラン (経営者)	・この先、景気が良くなるような要素がない。また、この暑さの影響もあるのか、全体の予約状況からも、余り良くはならないとみている。
一般レストラン (経営者)	・地元の人が海側に遊びに行ってしまう時期のため、余りぱっとしない日が続くのではないかと。お盆の帰省も滞在時間が短くなっており、爆発的に来客数が増えるということもないとみている。
観光型ホテル (経営者)	・予約の動きをみる限りでは、2～3か月先の景気は今月と変わらない見込みである。
観光型旅館 (経営者)	・夏休みの予約状況はお盆を中心に例年並みで推移している。ただし、それ以外については消費者も財布のひもを固くしており、低空飛行のまま変わらないとみている。
都市型ホテル (スタッフ)	・今年は大きなイベントがなく、さらにイベントの受入れ施設がリニューアルのために取り壊されているため、客が集まりにくい状況となっている。
都市型ホテル (スタッフ)	・宴会の受注状況からは、前年並みで推移するとみている。
旅行代理店 (経営者)	・今後、広島方面や関西方面の修学旅行がどのように影響するのか気掛かりである。見学場所を縮小するとなれば若干影響が出るのではないかと。ただし、現状では先行きはそう変わらないとみている。
旅行代理店 (店長)	・先行きの景気が良くなる要素が見当たらない。
旅行代理店 (従業員)	・東京オリンピックのような特需要素が見当たらない。
通信会社 (営業担当)	・物価上昇が一段落しているが、特に消費者の購入に落ち込みはみられていない。これといった景気向上策も見当たらないため、当面は景気の変動はないとみている。
通信会社 (営業担当)	・平成30年7月豪雨による影響が多少あるかもしれないが、景気を大きく左右するような要因は乏しい。
通信会社 (営業担当)	・新規の売上が上がらない状態は、今後も続くとみている。
テーマパーク (職員)	・特別に景気が良くなるような出来事がない。
遊園地 (経営者)	・ガソリン価格や物価の上昇に対する懸念はあるが、イベントなどにより前年並みの来客数の確保を目指している。
美容室 (経営者)	・今年に入ってから客単価は横ばいで推移しているものの、来客数が前年に届いていない。この状態は今後も続くとみている。
美容室 (経営者)	・年配客が多く、新しい客が増えないため、年々来客数が少なくなっている。
商店街 (代表者)	・このまま猛暑が長引くと、さすがに消費活動が鈍るとみている。
一般小売店 [酒] (経営者)	・現在の良い状態がずっと続くことはないため、他に良くなる要素がない限り、この先の販売量は落ちていくとみている。
スーパー (営業担当)	・チラシの価格強化や号外チラシの強化などにより、集客力を強化しているものの、前期を上回ることができない。エリア内に競合店の出店も予定されており、今後はますます厳しくなることが見込まれる。
コンビニ (経営者)	・人材確保のために時間給を上げているが、10月の最低賃金が過去最高の賃上げ幅になると聞いているため、この先も厳しい経営を強いられるとみている。
コンビニ (店長)	・気温の低下とともに売上也減少していき、2～3か月先はまだ雪が降る前のため、来客数はそれほど落ちないのではないかと。後は天候と競合店の状況によるとみている。

	衣料品専門店（経営者）	・8月は秋物商材が立ち上がる月であるが、実需傾向がますます強くなっているなか、この暑さでは苦戦が見込まれている。
	衣料品専門店（店長）	・天候に左右されることが多い業種であるが、今回も残暑が長引くと秋物の立ち上がりが遅れてしまうため心配している。
	乗用車販売店（経営者）	・消費税の引上げに対する恐怖感や、変革の時代に対する対応への不安から、景気はやや下向くとみている。
	住関連専門店（経営者）	・取引先からも値上げの話が多く聞こえており、今後の商売は厳しくなるとみている。
	観光型ホテル（スタッフ）	・個人消費の低迷の影響が出ている。この先も個人消費の伸びは期待できないとみている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・団体や法人の宴会場利用は比較的堅調に推移しているものの、レストラン、宿泊の個人利用が前年を下回っており、この先の予約状況も余り芳しくない。
	旅行代理店（店長）	・8月以降の個人旅行の予約が入っておらず、現時点で前年の5割にも達していない。
	通信会社（営業担当）	・世界各国の異常気象と米国の関税施策により、今後大きな打撃を受けるのではないかと懸念している。特に日本は米国に依存しているが、特別扱いをされていないため、東南アジア政策に転換し輸出を検討しなくてはならない。東京オリンピック需要があることを機に、この先2年間の内需拡大のチャンスを活かした経済投資に期待したい。ただし、ここ2～3か月の景気はやや悪いとみている。
	観光名所（職員）	・平成30年7月豪雨による物価の上昇や不安感から、消費者の財布のひもは更に固くなるとみている。
	その他住宅[リフォーム]（従業員）	・屋根、外壁塗装、屋外リフォームの工事は、残暑後になる見通しである。
	× 商店街（代表者）	・予約状況からはかなり悪くなる予感がしている。低単価の店も同様の動きをしており、先行きはかなり厳しくなるとみている。
	× 一般小売店[医薬品]（経営者）	・現在は厳しいやりくりをしている人が増えている。当店の取扱品は、医薬品とはいえ生活に絶対必要なものではないため、節約する際に真っ先に削られてしまう。輸出など一部の好調な業種はあるが、個人消費の沈滞を埋め合わせて、全体に活況をもたらすけん引役になることは難しいとみている。
	× スーパー（経営者）	・ガソリン価格の高止まり、平成30年7月豪雨による値上げ、また、今後の入荷不足などにより、消費者のマインドが低下するとみている。
	× 衣料品専門店（店長）	・前年は夏が短く、比較的早くに秋物が動いていたが、今年はこの異常な暑さがどこまで続くのかによる。余り続くと、季節商材を買いにくる客の意欲も減退してしまうため、ほどほどの陽気で推移してほしい。
	× 高級レストラン（経営者）	・良くなるような材料が特にないため、景気は悪いままで推移するのではないかと懸念している。
企業動向 関連 (東北)	金属製品製造業（経営者）	・新規の引き合いが増えている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・現在の競合他社の状況からは、しばらくの間は事業が上向くとみている。その結果、景気としても良い方向に向かう見通しである。
	建設業（従業員）	・この先は、大型公共事業及び民間案件の契約などが集中する見込みである。
	広告代理店（経営者）	・上期に様子見していた各企業が、業績改善に向けて動き出すとみている。
	経営コンサルタント	・東北固有である夏のお盆需要と、収穫時期による景気の上向きに期待している。
	司法書士	・取引先である不動産業者や住宅会社の仕入れが意欲的である。
	農林水産業（従業者）	・お中元用の桃の注文は例年並みである。雨が少ない分甘みも強いとみている。
	食料品製造業（経営者）	・業界内では一部大手が秋から製品の値上げを実施する。その影響がどのように出てくるかを懸念している。
	食料品製造業（経営者）	・前年と比べて、観光客を呼びイベントが少ない。
	食料品製造業（営業担当）	・好転する要因が少なく、現状と変わりなく推移するとみている。
出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・一般のチラシ印刷は、引き続きWebやネットなどの広告に切り替わっていく見込みである。また、マイナス金利政策の影響による金融機関の受注減も続くとみている。このことから印刷業の景気は悪いまま変わらないとみている。	

	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横ばいで推移するとみている。
	輸送業（経営者）	・現状が大きく動くことは考えにくいいため、この先も現状維持が続くとみている。
	通信業（営業担当）	・今後も客の厳しい対応が見込まれるが、割り切りも必要である。
	通信業（営業担当）	・企業経済の上向きは、東京オリンピック需要のある業界に限られたものではないか。
	通信業（営業担当）	・全体的に受注量が減少している。
	金融業（営業担当）	・景気の先行きについて、特に大きな変化要因はない。
	広告業協会（役員）	・大型イベントの計画もなく、地元スポーツ関連の華々しい活躍が期待できない状況であり、プラス志向の要素が乏しい。そのため、横ばいの状況がしばらく続く見込みである。
	広告代理店（経営者）	・前年にあったJR関連の周年期のようなイベントがないため、案件の発掘に時間が掛かっている。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・当社の販売エリアは零細企業や中小企業が多い。なかなか販売量が増えず、従業員の給料も上がらない状態である。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・現在の猛暑がそのまま残暑として続くと、今後も飲酒量が伸び悩むとみている。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・夏野菜の仕入価格が高くなっており、1人当たりの購入量が少なくなってきている。この先も暑さが続く見込みのため、稼ぎ頭の不振に不安が募っている。
	その他企業〔協同組合〕（職員）	・業種間によって若干の売上増減があるものの、全体的には現状維持が続くとみている。
	農林水産業（従業者）	・この猛暑が、米やその他の作物の生育に悪影響を与えるのではないかと危惧している。
	木材木製品製造業（経営者）	・この先、住宅着工件数はやや減少する見込みである。一方、供給側では輸入製品や材料の樹種など品質による競争が厳しくなっており、売上、単価共に伸び悩むとみている。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・出荷量の前年比は93%と減少傾向が続いている。現在の出荷先である大型案件についても上期で終了するものが多く、下期の出荷量は更に減少する見込みである。
	金融業（広報担当）	・夏が終われば個人消費のピークも過ぎてしまう。また、異常気象に起因する生鮮食品の販売価格高騰を懸念している。
	公認会計士	・建設業の社長の話では、徐々に売上は減少傾向にあるとのこと。小売業関係は売上減少がまだまだ続く見込みであり、景気全体としてはやや悪くなるとみている。
	コピーサービス業（従業員）	・主力のプリンター複合機の販売が停滞気味であり、その関連商材も頭打ちのため、多くは望めない状況である。事務所内のコスト削減などが影響しているとみている。
	×	*
雇用 関連 (東北)	人材派遣会社（社員）	・急な求人の停止がない限り、求人を開始した2～3か月後には求人増加に伴う売上増加が見込める。求人数の堅調な推移が続いているため、好調が続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法による無期雇用派遣への転換については、今後2～3か月は粗利改善に寄与していくものとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・製造業の新工場進出に伴い、人材獲得競争が激化している。
	人材派遣会社（社員）	・3か月前と比べて現在の求人の動きは堅調に推移しており、いろいろな企業で新卒あるいは中途採用に力を入れている動きが出ている。この傾向は3か月先も変わらないとみている。
	人材派遣会社（社員）	・広告費を増やしているものの、求職者が集まりにくい状況が続いており、今後も求人と求職者のミスマッチ傾向は続く見込みである。
	人材派遣会社（社員）	・採用ターゲットを若年層から切り替えることが必要になり始めているが、対応できない企業の採用難は今後も続く見込みである。
	人材派遣会社（社員）	・景気が変動する要因は特にない。
	人材派遣会社（社員）	・様々な業種の企業を訪問しているが、建設業以外の企業からは増員などの話を余り聞くことができない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・この異常気象で夏のイベントにも影響が出ている。暑さ対策や警備員の増員など運営側の負担も増大しており、中止が検討されているものもある。この懸念は夏が終わるまで続き、人が動かなくなるため、景気にも悪影響が出るのではないかと。
	職業安定所（職員）	・労働力人口の減少による人手不足感が続いている。

	職業安定所（職員）	・一般の新規求人数は減少で推移しているものの、高卒の新規求人は増加している。新規求人の動機としては、現在の景況もあるが今後の事業継続の安定を期待しての募集が多い。
	職業安定所（職員）	・管内において、大量求人や大量離職者の情報はない。
	職業安定所（職員）	・職業別にみると、全国的に人手不足分野である建設、看護、介護、保育に加えて保安警備、水産加工などの求人倍率は高いが、職場見学会や企業の説明会などの参加者が少ない。特別な対策をとる事業所も少なく、この先も景気に変わりはないとみている。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で0.4%と僅かに減少している。新規求人倍率は前年同月より上昇しているものの求職者の減少によるものである。また、今のところ大規模な創業の動きもない。
	民間職業紹介機関（職員）	・大幅な減産の動きがないため、今後も横ばいで推移するとみている。
	アウトソーシング企業（社員）	・6月以降の仕事の予約が、やや減少気味である。
x	-	-