

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)		衣料品専門店（店長）	・株価の上昇や政局の安定などにより、景気が少し上向いてきていると感じて財布のひもを緩めている客が多いように見受けられる。この状況にけん引されて消費も伸びていくのではないかと。また、当業界はこれからコートなどの防寒衣料が動くタイミングでもあるため、更に期待をしている。
		住関連専門店（経営者）	・年度末にかけて、公共施設の備品、じゅう器などの受注があるため、今月よりも売上が良くなる見込みである。
		商店街（代表者）	・天候に恵まれて来客数が増えている。今後は、寒くなることにより秋物バーゲンや冬物商材の動きも活発化していくとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年に入ってから、ほとんどの月で数字が前年を上回っている。客の様子をみても必要な物は進んで買っている状況のため、この良い状況はしばらく続くともみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末年始を迎えて、消費者の購買意欲が多少なりとも高まると期待している。この機会をうまく生かせるよう努力をしたい。
		百貨店（経営者）	・衆議院選挙が終了して政治に安定感がみられており、年末年始の商売に対していくらかの好影響が表れることを期待している。また、少しずつではあるものの、店頭では各アイテムのなかでも高価格帯の動きが良くなってきている。
		コンビニ（経営者）	・前年比、前月比からも客の購買意欲は確認できる。この先は、店舗においてどのようにして客の購買意欲を刺激するかが課題である。
		衣料品専門店（店長）	・来年1月に百貨店の閉店が決まっているため、閉店セールによる売上増加を見込んでいる。
		衣料品専門店（店長）	・オリンピックに向けて、スポーツ関連商材の動きが活発化しており、消費者のマインドが明るくなってきている。この流れがビジネス、普段着需要に波及してくれば、今後に期待が持てる。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車メーカーの不正検査問題で今がどん底の状態だが、この先は少しずつ良くなるのではないかとみている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・年末の書き入れ時のため、今月より悪くはならないとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今期の冬は寒さが厳しくなる予報のため、灯油を中心とした季節商材の販売量増加を見込んでいる。
		高級レストラン（経営者）	・政権も安定しており、色々なものが少しずつ良くなっていくのではないかと。東北の景気は良くないが、全国の景気は良い様子のため、それにけん引されて良くなるともみている。
		一般レストラン（経営者）	・衆議院選挙も終わり政権は安定している。業績の良い会社が多く株価も高値のため、景気が良くなるという期待感がある。
		一般レストラン（経営者）	・今後は忘年会シーズンとなるため、良くなっていくともみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・全国大会、東北地区大会の開催は11月まで続いており、非常に大きな人の流れを生み出している。ここを乗り切れば、県民特有の高単価な宴会が忘年会、新年会と続くため、向こう3か月は非常に盛り上がりを見せるのではないかと期待している。
		旅行代理店（経営者）	・株価が上がっていることもあり、この先の景気は良くなっていくのではないかとみている。ただし、この後の北朝鮮状況や海外のテロを警戒している。
		通信会社（営業担当）	・各企業の好調な業績が続けば、景気も良くなるともみている。
		通信会社（営業担当）	・年末に向けて、映画や音楽の特番が増えるため、有料テレビサービスの利用者増加が見込まれる。インターネットサービスについても、年末年始は利用量が増えるため、固定回線を契約し、自宅のWi-Fi環境を整える顧客が増えるともみている。
		観光名所（職員）	・今月の単価は、天候に恵まれてさえいればと思わせる数字となっている。来客数があれば前年を上回るかそれ以上の売上となる見込みのため、この先の天候に期待している。
	競艇場（職員）	・この先はボーナス時期であり、年末のイベントも控えているため、それなりに景気は良くなるともみている。今後はツアーなども計画しており、新規客の獲得に力を入れている。	
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・現政権の安定に期待をしている。	

商店街（代表者）	・飲食店の入れ替わりの速さや激しさなどはあるが、全体的な先行きは現状と変わらないとみている。
商店街（代表者）	・円安株高により表向きは景気が上向いているが、高齢者の多い商店街の景気は変わらない。
商店街（代表者）	・年末へ向けて売上が伸びる時期であるものの、客の手ごたえがなく、期待はできない。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・株価が良い状態であり、富裕層がお金を使う機会が増えるのではないかと。この先3か月も現在の良い状態が続くとみている。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・2～3か月先は年末商戦に入るが、今の段階では現状維持が精一杯である。こまめに客回りをして商品アピールをしないと、売上増加にはつながらない。
百貨店（売場主任）	・上顧客に関してはある程度の購入を見込めるものの、コアターゲットである中間顧客層の動きが鈍く、依然として慎重な購買姿勢に変化がみられていない。
百貨店（企画担当）	・来客数の減少傾向に変化はなく、売上も微減程度と見込んでいる。若干のプラス要因として、来年1月に予定されている同業他社の閉店がある。
百貨店（営業担当）	・衆議院選挙も大きな影響を与えるような結果にはならず、落ち着いた商売が続くとみている。また、ここ数回のお中元、お歳暮商戦が比較的好調であったため、今年もお歳暮が引き続き好調に推移すれば、全体の景気を引き上げる契機になる可能性もある。
百貨店（営業担当）	・個人所得が増えない限り、消費動向にも大きな変化は期待できない。そのため、この先も同様の状況が続くとみている。
スーパー（経営者）	・衆議院選挙の結果が出たことで、政策予算の執行が進むことを期待している。また、最低賃金の引上げもあり、地方の消費は多少持ち直すのではないかと。
スーパー（店長）	・来客数の減少に加えて、単価も落ち込み傾向にある。年末年始もこの状況は変わらないとみている。
スーパー（店長）	・客単価はやや良いものの、ここ数か月は来客数の減少が続いている。この先も来客数が増加するような気配はない。
スーパー（店長）	・7～10月にかけて売上は若干の改善傾向にあるものの、この流れが今後も継続するかは不透明である。
スーパー（店長）	・隣に競合店がオープンしてから、前年比は一定で推移しており、この先も同様の状況が続くとみている。
スーパー（総務担当）	・株価は好調であるが、スーパーの現場では景気の良さは特に実感できない。特に大きな災害などがなければ、現状維持が続くとみている。
スーパー（営業担当）	・来客数の回復が期待できないため、特売、クーポンなどの販促を投入して売上を確保したいが、景気全体は変わらないとみている。
コンビニ（エリア担当）	・ボーナス支給や年末催事により売上増加が見込まれるものの、例年どおりであり、大きな変化はないとみている。
コンビニ（エリア担当）	・現在の変化のない状態が続くとみている。ただし、可能性としては、良くなるよりも悪くなる可能性が高いのではないかと。
コンビニ（エリア担当）	・気温の低下が急激であること、また、週末の台風が多かったことなど、マイナス要因が多かったため、これからもこの状況が払拭されないまま推移するとみている。
衣料品専門店（経営者）	・富裕層の購買は活発であるが、一般客の財布のひもは固く、この先の冬物の実需期に入っても厳しい状況に変化はないとみている。
衣料品専門店（経営者）	・職種により業績にばらつきがあり、全体的に景気回復は実感できない。お歳暮商戦では、早期受注に向けて飛び込み戦術を展開中である。
衣料品専門店（店長）	・株価は上昇しているが、地方には何の影響もなく、買物に対して客は慎重な姿勢である。
衣料品専門店（総務担当）	・この1年半、販売量は横ばいで推移している。この先も前年を確保するのが精一杯であるとみている。
家電量販店（従業員）	・売上をけん引するような商品がないため、先行きの状況も変わらないとみている。
乗用車販売店（経営者）	・来年1～3月に購入を予定している客に対し、年内の購入を勧めているが、なかなか決定的な効果がない。
乗用車販売店（従業員）	・土日の来客数の動きで景気を見るが、ここしばらく変化がない。悪くもないが良くなるようになっていないため、この先数か月で状況が変わるとは考えにくい。
住関連専門店（経営者）	・景気が上向くような要因が見当たらない。

その他専門店〔酒〕 (経営者)	・特に大きな変動要素がない。地元の農作物の作柄はまずまずのため、売上は例年並みを確保していきたい。
その他専門店〔靴〕 (従業員)	・生活用品の購入については、かろうじて最低限の安い物が動いているものの、趣味し好の商品は動きが鈍くなっている。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	・景気が良くないといいながらも、動くものは動いている。値上げの心配もあり安心はできないが、この先も厳しいなりに物は動くともっている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕(営業担当)	・この先3か月、東北地域では例年よりも気温が高いと予報されているため、暖房用燃料の販売量はさほど増えない見込みである。そのため、良くても現状維持とみている。
その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・駅前を取り巻く集客環境は、この先も好調を維持していくとみている。
高級レストラン(支配人)	・ここ数か月の販売量、来客数、先行きの予約状況からは、あまり楽観視できない。景気は良くも悪くもなく、横ばいで推移するとみている。
高級レストラン(支配人)	・先行きの予約状況は例年並みで推移している。
一般レストラン(経営者)	・秋～冬はレストランのシーズンであるが、予約状況はあまり順調ではない。
一般レストラン(経営者)	・年末に向けて忘年会の予約が入ってきている。そのため、フリー客が減少しても、トータルでは現状維持となるとみている。
観光型ホテル(経営者)	・秋の観光シーズンは、台風の影響でキャンセルなどが発生しており、来客数も今一つ伸びていない。忘年会、新年会の予約も前年を下回っている。
観光型ホテル(スタッフ)	・来客数は好調であるが、単価が伸びない状況が続くとみている。
観光型旅館(経営者)	・衆議院選挙が終わったが、経済が上向きになるような要因に乏しく、状況は変わらないとみている。
都市型ホテル(スタッフ)	・忘年会、新年会などの予約は例年どおりに推移している。
旅行代理店(従業員)	・衆議院選挙の影響は少なからずあり、この先2～3か月の先行受注状況をもても、海外の情勢不安が完全に払拭されない限り、客の様子見の状態が続くとみている。
通信会社(営業担当)	・台風災害や復興の遅れ、建設業界の人手不足、観光産業の低迷など厳しい状況が続いている。衆議院選挙も終わり今後の政府の施策が鍵となるが、地方創生の論議も薄れており、都市部と地方の格差が広がっている。中小企業への支援がないと経済が活性化しないとみている。
通信会社(営業担当)	・先行きの景気が好転するような材料に乏しい。
通信会社(営業担当)	・客はコスト削減の話ばかりであり、株価は上がっても景気回復の実感はない。
通信会社(営業担当)	・景気が良くなる要因が見当たらない。
テーマパーク(職員)	・毎月の買上単価が上がらないため、この先も変わらないとみている。
遊園地(経営者)	・この先は、オフシーズンとなる。また、不安定な国際情勢や消費税増税が、消費を冷やさないか心配している。
美容室(経営者)	・美容室業界では、景気の影響は良くも悪くも1年くらい遅れて表れる。そのため、しばらくは横ばいの状態が続くとみている。
住宅販売会社(経営者)	・状況に大きな変化がないため、狭小の宅地造成を計画し、受注を伸ばす計画である。
その他住宅〔リフォーム〕(従業員)	・最近の冬が暖冬傾向のため、冬季需要である断熱窓工事が前年実績を下回っている。
一般小売店〔医薬品〕(経営者)	・建築関係の知人からは、震災需要が一段落していると聞いている。過去の店頭売上はこのような業種の客によるものであるため、今後は更に売上は悪化していくとみている。
百貨店(買付担当)	・来客数の減少は気温の低下が大きな要因となっている。景気は今後も天候に左右されるのではないかと。
スーパー(営業担当)	・競合店の出店が続いており商圏が小さくなっている。販促策を強化しても既存店で前年の数字を維持することは極めて難しい。また、新店を出店するとしても、求人に対する応募が少なく、時給を上げてても状況に変化がない。転職者も増加傾向にあり、経営環境は一段と厳しくなっている。
コンビニ(経営者)	・現在の客の動きの鈍さからも、この先年末年始にかけて良くなるとは考えにくい。景気は少しずつ落ち込んでいくのではないかと。
コンビニ(経営者)	・最低賃金の上昇により人件費が増大するため苦しくなる。

	コンビニ（店長）	・10月は週末ごとに天候が悪く、行楽客を中心に来客数が落ち込んでいる。ただし、そのほかにも夜間の来客数が減少していることから、客が買物を控えている様子がうかがえる。
	コンビニ（店長）	・冬の間は光熱費が高騰する。また、除雪代の支払や来客数の減少により毎年厳しい状況となる。さらに、10月から始まる最低時給の上昇により、今年の経営はかなり厳しくなるとみている。
	衣料品専門店（経営者）	・他店では冬物セールが始まるため、販売量はますます減少するとみている。
	家電量販店（店長）	・ガソリンなどが値上がりしており、電化製品の買い控えがみられている。この先景気が良くなるとは言い難い。
	乗用車販売店（経営者）	・天候不順、農作物の不作、魚介類の不漁の影響、震災復興事業が終了に近づきつつあることなどによる、地域経済の減退を懸念している。
	住関連専門店（経営者）	・この先は正月を控えており、仏具商品の販売量は減少するとみている。
	一般レストラン（経営者）	・2～3か月先は忘年会、新年会などがあるが、前年と比べても予約の状況は良くない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約も厳しい状態である。
	旅行代理店（店長）	・10～11月は受注件数が伸びているが、12月以降は国内、海外旅行の予約件数はどちらも前年を下回っている。
	観光名所（職員）	・冬に入り、寒さや雪で外に出かける機会が減るため、来客数は減少するとみている。
	× 商店街（代表者）	・客は景気の先行きにかなり悲観的になっている様子である。来客が全くないという状態も始まっており、不景気の真っ最中という雰囲気である。
	× スーパー（経営者）	・可処分所得の伸び悩みもあり、消費者には、先行きの景気に対する漠然とした不安感があるとみている。
	× 観光型旅館（スタッフ）	・冬が近づくとつれて、客は南に行ってしまうことから、来客数は減少するとみている。
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きており、先行きに期待が持てる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体電子部品が搭載されるシステム製品の開発が好調であり、半導体部品の開発スパンを短縮する必要があるほどの状況が続く見通しである。
	輸送業（経営者）	・物量の増加と倉庫利用の増加が見込まれているものの、石油製品の値上げも見込まれているため、先行きに不透明感がある。ただし、全体的な景気は上向くとみている。
	金融業（広報担当）	・地元の主力産業であるりんご業界ではこれから主力品種の収穫期に入るが、台風の影響もほとんどなく生育は順調の様子であり、相応の相場形成が期待できる。また、太平洋側の水産業でもサバが順調にスタートしており、もう一方の主力であるスルメイカの漁獲量にも期待をしている。
	広告業協会（役員）	・マスコミ各社は11月以降東京からの引き合いが多く、テレビスポットなどはかなり混み始めている。また、地元イベントもかなり多く、流通商業関係の出稿が増えるかとみている。
	広告代理店（経営者）	・11月～年末にかけて取引先に動きが出てきているため、期待をしている。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・政権の安定、株価の上昇など先行きに対するポジティブな話題が先行している印象があり、消費も積極的になるとみている。
	金属工業協同組合（職員）	・納期や単価など、内容を選ばなければ、仕事の見積は増えている。ただし、従業員補充の募集を出しても応答がなく、結果として受注の機会を逃している。
	食料品製造業（経営者）	・特に、人の動きを喚起するイベントなどがいないため、これから先は現状維持の状態で推移するとみている。
	繊維工業（経営者）	・販売店の売上が良くなることを期待したいが、先行きは不透明である。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・景気が良くなるような要因が見当たらないため、自助努力で新商品の開発などに力を入れたい。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・景気が良くなるような動きがない。下期も大型需要はなく、現状のまま推移すると見込んでいる。
	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。
	通信業（営業担当）	・ここ半年間の様子からみても、先行きを楽観視できる状況ではない。
	金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
広告代理店（経営者）	・地方創生の予算も縮小しており、仕事が創りづらくなっている。	

	経営コンサルタント	・秋の観光シーズンのため、天候が安定することを願っている。
	司法書士	・景気を左右する要因に乏しい。不動産取引件数も前年と比べて減少している。
	公認会計士	・小売業、サービス業の業績が振るわないものの、建設業は好調を維持しており、当分の間は全体の景気を引っ張るとみている。
	コピーサービス業（従業員）	・売上の伸びが期待できる状態ではなく、利益率を意識した商品構成でしどろいである。ある程度の利益が確保できているため景気が後退しているとまではみていないが、受注量に目を向けると安心はできない。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・取引先は、ほとんどが地場産業の零細企業や中小企業であることから、輸出産業の動向は影響しない。会社の状況が厳しいところが大半であり、従業員の給料やボーナスを支払うことも大変である。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・ネットの即応性に対抗して、チラシをなるべく早く仕上げる努力をしている。ただし、紙媒体には弱みがあり、特に即納しなければならない場合は、天候によっては不利な戦いを強いられている。
	農林水産業（従業者）	・10月の天候不順により晴れの日が少なく、いまだにふじりんごの着色が薄い。この先きちんと真っ赤に色づいてくれるか心配である。
	農林水産業（従業者）	・今後収穫を迎える作物にも天候不順の影響が表れるとみている。
	食料品製造業（営業担当）	・販売量の減少が常態化している。この先の好転も考えにくい。
	木材木製品製造業（経営者）	・金融機関のアパルトローンの抑制志向など、住宅着工を取り巻く情勢にネガティブな動きが出てきている。受注に対して徐々にブレーキがかかってくるとみている。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残は前年同月と比較して約10%落ち込んでいるため、景気はやや悪くなるとみている。
	建設業（従業員）	・受注量については、今が今年度の1回目のピークである。大型公共工事の受注者が確定する年度末が2回目のピークであることから、それまでの期間、受注量は横ばいもしくは若干の減少で推移するとみている。
	x	* *
雇用 関連 (東北)		-
	人材派遣会社（社員）	・求人数の増加に伴う企業の採用難易度の上昇により、業界経験者の募集案件が減少し、未経験者を採用する動きが活性化している。その結果、幅広い求職者が応募できる案件が増え、採用数の増加につながるという好循環が生まれている。人材ビジネスは案件受託から2～3か月後に採用に至るケースが多いため、今後もこの状況は継続するとみている。
	アウトソーシング企業（社員）	・すでに数多くの予約を受けているため、今後の景気にも期待ができる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・衆議院選挙後に公約どおりの政策実施となれば、地方、特に被災地の復興に弾みがつく見込みである。ただし、まずは人手不足を解消することが急務である。
	民間職業紹介機関（職員）	・年末にかけて製造業の求人が増加傾向にある。
	人材派遣会社（社員）	・繁忙期の派遣業務によりやや活性化するとみているが、結果的には現状維持に留まる見込みである。
	人材派遣会社（社員）	・地元の大学には、大学3年生に対する採用を見据えたインターンシップの問い合わせが来ているが、県外、特に関東圏の企業からかなり多くの問い合わせがきている。企業の採用意欲が継続しているためであり、先行きの景気も好調であるとみている。
	人材派遣会社（社員）	・求人と求職者のミスマッチは今後も続くともみている。
	人材派遣会社（社員）	・先行きの景気に変化するような大きな要因はない。
	人材派遣会社（社員）	・求人数の増加に対して、求職者も増加とはならないジレンマが続くとみている。
	職業安定所（職員）	・求人倍率の高止まりの動きは、今後も続くともみている。
	職業安定所（職員）	・全体的に人手不足感が強く、景気が悪化しているというイメージは少ない。ただし、この先自動車メーカーの不正検査問題などの影響が、地元ディーラーや関連メーカーに波及することを懸念している。
	職業安定所（職員）	・大手時計工場の人員整理があり、地元百貨店においても人員整理が始まっている。このような状態は今後も続くともみている。

	職業安定所（職員）	・増収減益による事業譲渡、販売不振、人手の確保ができず廃業を考えている、などの相談が続いており、先行きに不透明感がある。
	職業安定所（職員）	・食料品製造関係では、繁忙期のために臨時の求人が出てくる時期である。ただし、今年は台風による養殖カキへの影響もあり、大幅な雇用の確保は難しいとみている。
	学校就職担当者	・年度当初の採用計画からの増員や新規採用を行う企業はわずかであり、今後の求人獲得見込みに大きな変化はないとみている。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・多くの企業では、人手不足のため受注を拡大できない状況にある。首都圏への一極集中が止まらなければ、さらに深刻さが増すとみている。
x	-	-