

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）	・ 厳しい寒さから急激に暖かくなり、ようやく希望がもてそうとの声が各店舗から聞けるようになってきた。中心部商店街として、イベントなどの実施効果を期待している。
		商店街（代表者）	・ 現在のような好天が続くと、客の流れも春物から初夏物へと移り、新しい季節商材の販売が増えていく。また、天候が良ければ家族やグループで出かける機会が増えるため、飲食店の売上にもプラスに働いていくとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ 消費者の購買意欲は低いままであるが、この先は気候も良くなるため、ある程度は販売量が増加するとみている。
		スーパー（営業担当）	・ 今年は気温が高めに推移しており、桜の開花も早まっている。花見行楽の需要でし好品、酒を中心に生鮮品の販売量が増える可能性がある。
		コンビニ（エリア担当）	・ 夏の最盛期に向けて、チェーンとしての統一性が図られており、各エリアにおけるブランド力が増すことを見込んでいる。
		コンビニ（店長）	・ 競合店の影響はあるものの、冬季間に比べて売上は増加し経費は下がる。後は天候が良くなり連休の人出が増えることを願うばかりである。
		衣料品専門店（経営者）	・ 天候が良くなり暖かくなることで、気分も上がって来客数も増えるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・ 天候不順の影響で出遅れた分、4月に向けて一気に春物から初夏物に切り替わってきている。この先クールビズが始まるまでは、客の動きは良くなるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ ここ数年不振であったファッション関係に、多少勢いが出ており、シーズンに添ったファッション需要が増えてきている。
		高級レストラン（支配人）	・ インバウンドによる来客数の増加を見込んでいる。
		一般レストラン（経営者）	・ これからは暖かくなって花見シーズンとなるため、人が外出し、来客数が増加するとみている。
		一般レストラン（経営者）	・ 暖かくなって人が外出するため、少しは景気が良くなるのではないかと。ただし、花見などは屋外が主体となることから、小雨でも降らない限り店に人は流れてこなくなり、一概に天候が良ければよいというわけでもない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 前年12月以降は寒い日が続いて客が外に出る機会が少なかった。現在は天候が回復しているため、この先は人が外に出て活動することで、景気はやや持ち直すのではないかと。
		旅行代理店（店長）	・ 国内団体旅行の動きは特に顕著であり、小グループではなく、かなりまとまったグループでの受注が増えている。
		旅行代理店（従業員）	・ 夏休み期間の国内旅行はほぼ前年並みであり、海外旅行も欧州方面を中心とした受注が堅調に推移するとみている。
		通信会社（営業担当）	・ 給料が多少の上げ幅状況にあることと、入学、進学シーズンのため、前年のような異常気象がない限り、消費ニーズはこの先2～3か月は上向きに推移するとみている。
		通信会社（営業担当）	・ 4月からは、12月開始予定の新BS、4K、8K放送に向けて設備投資を開始する。さらに、インターネットサービスの高速化も実施するため、放送と通信の高度化が進み、新規客の増加も期待できる。
		観光名所（職員）	・ 天候が良ければ外出をして、観光施設を利用する客が増えるかとみている。また、立ち寄った先で買物をする客が増えているため、更に良くなる見込みである。
		競艇場（職員）	・ 新年度から来場者の促進に力を入れるため、運営体系の見直し、変更を行っている。客単価が振るわない今、来客数を増やすことで売上の増加につながることから、この先の景気は良くなるとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・ 賃貸住宅や介護施設などの受注が予定されている。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・ 給湯器交換をセットにした浴室リフォームや、ガス切替の企画を増やして、受付数の増加を図りたい。	
	商店街（代表者）	・ 年度末の3月でも伸び悩んでいるため、ゴールデンウィークも落ち込みそうである。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ 今年は桜の開花が例年より早く、花見や歓送迎会などが増える時期であるが、消費者はお金を使わずに楽しむ傾向にあるため、飲食店の厳しい状態は続くかとみている。	
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・ 復興が進んで新築住宅の建築も落ち着いてきており、必要なもの以外は買い控えている傾向にある。客にどのように商品を勧めていくか、購入してもらえるのかを模索中である。	

百貨店（売場主任）	・今月の来客数の増加は、あくまでも1～2月の反動という要素が強く一時的なものである。来客数が増えても購入単価や購入点数には依然としてシビアな傾向が残っており、この先もこの状況が続くとみている。
百貨店（企画担当）	・大きな変動要因が見当たらないため、今後もほぼ前年並みで推移するとみている。
百貨店（営業担当）	・景気全体の基調は変わらないとみている。ただし、秋冬物が好調であった婦人服が、引き続いて夏物も好調が維持できれば、全体を底上げする可能性はある。一方で、米国の通商政策が株価や輸出商材に影響をもたらすことがあれば、消費が冷え込む危険性もある。
百貨店（営業担当）	・景気について特に大きな変化要因は見当たらず、現状維持が続くとみている。ただし、前年と同じ施策では落ち込むため、新規の施策を積み上げて消費喚起を図っていく必要がある。
百貨店（買付担当）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
百貨店（経営者）	・ガソリンや食料品の一部の値上がりなどが目立ち始めており、生活防衛的な動きがみられている。特に百貨店の中間購買層の動きは一段と厳しくなるとみている。
スーパー（経営者）	・4月は採用難による時給引上げや春闘での賃上げなど、給与アップが期待される。また、国の予算も成立したので期待したい。しかし、諸々の生活支出単価の上昇など、消費が拡大する要因は乏しい。そのため、現在の傾向が続くとみている。
スーパー（店長）	・野菜の高値も落ち着いてきているが、目的買いの客が多く、節約志向は続いている。この傾向は今後も続くとみている。
スーパー（店長）	・来客数減少に対抗する施策が成果につながるとしても、急激に良くなるとは考えにくい。
コンビニ（経営者）	・購入点数その他は横ばいであり余り変化はないが、客単価の落ち込みが響いている。唯一の好材料は平昌オリンピック金メダリストのパレードであるが、それでも現状維持となるのではない。
コンビニ（経営者）	・来客数が下げ止まった現在の状況が、この先も続くことを期待している。
衣料品専門店（経営者）	・いろいろな催事を行っているが、新規客が増えない。必要なときに必要なものだけを買うという傾向はしばらく続くとみている。
衣料品専門店（経営者）	・夏物の制服や作業服の購入に対して、なかなか確約がもらえない状況である。
衣料品専門店（店長）	・この先暖かい日が多くなっても、夏物商材への需要が高まるのかは不透明である。
衣料品専門店（店長）	・景況感は今までも全く変わらないため、この先も変わらないとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・地区別にみた場合、都市部は比較的目標に近い実績になっているものの、地方は1年以上目標達成度が90%の状況が続いており、この先も良くなるとは考えにくい。
家電量販店（店長）	・東京オリンピック需要を控えて、テレビなどの映像商材は好調に推移するとみており、A Iスピーカーなどの話題商材も今後はますます販売量が増えるの見込んでいます。ただし、時給や給料などについての政策が奏功しているようにはみられず、白物家電、季節商材などは前年並みの推移になるとみている。
乗用車販売店（経営者）	・年間最大の需要期が過ぎるが、現在の好調はしばらく続くとみている。
乗用車販売店（従業員）	・自動車メーカーの不正検査問題による落ち込み分は大分戻ってきているが、新型車の予定もないため、ここから更に販売量が伸びるとは考えにくい。
乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月全く変わらないため、短い期間で何かが変わるとは考えにくい。
乗用車販売店（本部）	・年度内の駆け込み需要もそう多くみられないことから、この先に控えているエコカー減税の厳格化への影響も少ないとみている。
住関連専門店（経営者）	・来客数も増えず、販売量も落ち込んでいる。当面は現状維持が続くとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・特に大きな変動要因はないが、来客数の減少に伴い落ち込んでいる売上を、今年は商品の種類を増やして前年並みにする予定である。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・景気がすぐに良くなるとは考えにくい。消費者の様子見が続くとみている。

その他専門店〔靴〕 (従業員)	・客の節約志向は相変わらずであり、割引商品のコーナーだけはにぎわっている。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	・天候に左右される夏物は、今年の夏の暑さにもよるものの、動きは良くなるとみている。冷却ファン付の作業服が売れているらしいが、東北にも広がることを期待している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕(営業担当)	・春のような気温が続いているため、暖房用燃料の販売量が落ち込んでいる。収益も悪くなっているため、この先も前年割れで推移する見込みである。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕(営業担当)	・主力製品である燃料販売が低調に推移しており、今後も伸びる要因が見当たらない。
一般レストラン(経営者)	・株価がかなり下がっており、内閣総辞職といった大きな動きでもあれば景気は悪くなるが、実際はそれほど動きにはならないとみている。
一般レストラン(経営者)	・計画的に予約をして来店する客が減少している。その場で決めて来店する客が中心であり、消費者に余裕の無さが見受けられている。この状況はしばらく続くとみている。
観光型ホテル(経営者)	・2～3か月先までの予約数は、前年を上回っている。そのため、今月の好調な状態が続くとみている。
観光型旅館(スタッフ)	・先行きの予約は、前年と比較して2割ほど人数が減少している。ベースとなる大型団体がいないため、実際の個人客の取り込み次第になるとみている。
都市型ホテル(スタッフ)	・予約状況からは宿泊は上向きであり、一般宴会は例年並みに推移するとみている。
通信会社(営業担当)	・景気が大きく変化するような要因に乏しい。
テーマパーク(職員)	・客の購入単価が上昇していない。また、今後も上がる見込みがない。
遊園地(経営者)	・イベントにより底上げを図っていくが、個人消費が上向くかは樂觀できない。
美容室(経営者)	・今年に入ってから、客単価が前年を下回り、売上も減少している状態が続いている。この先に変化があるとは考えにくい。
美容室(経営者)	・客との会話において、今後の景気について余り変わらないという意見が多い。
美容室(経営者)	・3月はたまたま天候が良く来客数が増えたものの、その数が急に増えるということはない。
その他サービス〔自動車整備業〕(経営者)	・石油関連製品やその他の原材料の価格上昇により、利幅が縮小してきている。
商店街(代表者)	・ネット販売、郊外大型店の影響により、来街者数、店舗の売上共に減少傾向となっている。依然として消費者の財布のひもは固く、景気回復の材料が見当たらない。
一般小売店〔書籍〕(経営者)	・世界規模での様々なうねりが、輸出入関連に及ぼす影響は小さくない。また、国内政治も不安定であり、消費マインドが冷え込むことを懸念している。
一般小売店〔医薬品〕(経営者)	・年配客の足が遠のいていることや、新規客でも大量に購入する客が減ってきている。ことから、この3か月間は、前年と比較して来客数、販売量が大きく減少している。この傾向は今後も続くとみている。
一般小売店〔医薬品〕(経営者)	・震災復興需要による景気刺激効果が薄れてきたのか、ここ2年ほど徐々に業績が悪化してきている。また、国際情勢でも保護主義の台頭などマイナス要因が多く、今後も景気の改善は見込めないとみている。
スーパー(総務担当)	・米中貿易摩擦、国有地売却関連問題など、内外の諸問題により、株価が大きく落ち込んでいる。これらの解決には時間が掛かる恐れがあり、この影響で景気は落ち込むとみている。
コンビニ(経営者)	・来客数増加のために改善策をいろいろ試しているものの、今のところ成果が出ていない。
コンビニ(エリア担当)	・前年は、次世代たばこ販売に伴って大幅な来客数増加となったが、今年はその反動で大きな落ち込みが見込まれている。
コンビニ(店長)	・地元では更に高齢化が進むとみられており、厳しい状況はこの先も続いていく見込みである。何か対策を立てないと、小売業はますます厳しくなるのではないかと。
家電量販店(従業員)	・野菜などの高騰もあり、なかなか消費が上向かない状況が続いている。給与所得が上がるような将来の道筋がみえれば変わるとみているが、現状では厳しい状況が続く見込みである。
乗用車販売店(経営者)	・復興事業が終わりに近づいている。
乗用車販売店(店長)	・この先は、例年販売量が落ちる時期である。

	住関連専門店（経営者）	・仏事への関心が薄れており、各家庭の仏具に関する消費額が減少している。今後も必要なことがない限り売れないとみている。
	高級レストラン（経営者）	・4月以降の予約状況も余り良くないため心配している。
	観光型ホテル（スタッフ）	・以前と比較しても客の財布のひもが固く、館内消費の売上が落ちている。
	観光型旅館（経営者）	・景気を左右しそうな要因が見当たらないものの、予約状況からは微減傾向で推移するとみている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・レストラン、宿泊など、個人消費に頼る部門の売上が前年と比較してかなり下回っている。また、先行きの予約も芳しくない状況である。
	旅行代理店（経営者）	・政治の混迷や米国の関税問題などがこの先の景気にどのような影響を与えるのか不透明である。株価の低下から、景気は若干悪くなっていくのではないかとみている。
	旅行代理店（店長）	・先行きの景気が良くなるような材料が見当たらない。
	通信会社（営業担当）	・円高が進めば輸出企業の収益に影響が出てしまうため、景気が上向く期待は持てない。
	通信会社（営業担当）	・円高の方向になってきているため、客が警戒を強めている。
	× 商店街（代表者）	・予約状況から、社用が完全に止まっている。
	× スーパー（経営者）	・消費マインドは低下しており、日々の食品の買物に対して節約志向が顕著に表れている。
	× スーパー（店長）	・2月に若干持ち直した売上が3月に入り急降下している。前月末に近隣に出店した競合店の影響もあるが、全店の売上也前年比92.6%と非常に悪い状態であり、悪化の一途をたどっている。
	× スーパー（営業担当）	・営業エリア内に競合店の出店が予定されており、来客数及び売上の減少が見込まれている。一方で自社の新規出店予定が少ないため、今後はますます厳しくなっていくとみている。
	× 住関連専門店（経営者）	・現場工事の遅れのため納品ができず、販売量が減少している。また、新規の受注物件が流動的なため、今月よりは悪くなるとみている。
	× 一般レストラン（経営者）	・とにかく首都圏にお金が一時的であっても集中する。国が進めるインバウンド増加政策も、カード払いが多すぎて半年待たないと支払がされない。個人店が多い地方では1回払いでも手数料は客負担にしてもらわないと、大変なことになるのではないかとみている。この辺りの仕組みが改善されれば、来客数を増やす仕掛けもできるのではないかとみている。ただし、現状では景気が良くなるような要因がないため、先行きの景気は悪くなるとみている。
企業 動向 関連 (東北)	-	-
	金属製品製造業（経営者）	・仕事の引き合いが非常に強く、先行きの売上にも期待が持てる。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・旧製品や旧仕様の製品価格は徐々に下降していく傾向にあるが、最近の製品価格は横ばいから若干上昇で安定している。そのため、景気が良くなるような兆しがみえてきている。
	金融業（広報担当）	・住宅投資は足元では低下しているものの、業者へのヒアリングによれば、春先以降は増加する見込みである。また、1月の有効求人倍率は1.32倍と、集計以来の最高値を更新している。
	広告代理店（経営者）	・地元の大手電力会社の分社化や、地元の地方銀行の新会社設立に伴い、新たな動きが出ている。
	広告代理店（経営者）	・予断は許さないものの、広告受発注の見込みにも上向きの動きが出ている。
	司法書士	・当地域において、起業や新規出店をする事業者が散見されるようになってきている。
	農林水産業（従業者）	・東日本大震災から7年が経過している。風評被害が払拭されて、農作物の価格が震災前に戻ることを期待している。
	食料品製造業（経営者）	・駅構内の店舗は好調であるが、百貨店やスーパーなどの店舗は売上が良くない状況が続いている。
	食料品製造業（経営者）	・この先の2～3か月は、集客力のある大規模なイベントがない。
食料品製造業（営業担当）	・新商品の発売やキャンペーンを実施するものの、思うように効果が上がっていない。そのため、既存品の販売量減少をカバーできていない。	
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・全体的な流れの中では、景気が低迷して受注量が減少する見込みである。一方で選挙なども控えているため、プラスマイナスで横ばいの推移となるのではないかとみている。	

	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残の前年比は10%ほど落ち込んだままとなっている。そのため、景気は悪いまま横ばいで推移するとみている。
	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か月前は現状のまま推移するとみている。
	輸送業（経営者）	・4月以降、既存の荷主において物量の増加が見込まれているが、実際どのように動くのか様子見の状態である。
	通信業（営業担当）	・客からは必要最小限のサービスでもよいという割り切りの傾向がみられており、この先も厳しい状況が続くとみている。
	金融業（営業担当）	・この先特に大きな変化要因はない。
	公認会計士	・小売業、サービス業関係の売上や利益が改善すれば、全体の景気は好調な局面に入るとみているが、現時点でははっきりしていない。
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・花見やゴールデンウィークなどの行楽シーズンに突入することで景況感は良くなるとみている。ただし、3～4月に掛けて行われる瓶ビール、ビール樽の値上げが飲食店の価格に影響して、客足が遠のいてしまうのではないかと心配している。
	金属工業協同組合（職員）	・受注案件は増加しているものの、人手不足により現状のキャパシティを超えた受注はできない。また、機械などの導入納期も半年先のため現状維持が続くとみている。収益面では、原材料価格の高騰や人件費の高騰により、利益が薄い状態である。
	農林水産業（従業者）	・大雪から一転して3月の気温は高めである。果樹の花芽が早く動き出すと予想されるため、受粉前の霜の害が懸念される。
	木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工状況や受注環境にやや陰りがみられている。また、製品単価の上昇に一服感もあり、今後はやや悪化するとみている。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・セメントや骨材といった原材料の値上げが影響している。また、公共事業も減少しており、新たな需要が見いだせない。
	建設業（従業員）	・復興工事発注が一巡して公共工事の発注は減少する見込みである。特に、大手ゼネコン4社は、リニア関連の独禁法違反に伴って、各官庁や自治体からの指名停止の影響が大きく、大幅な受注低下が見込まれる。一方で、準大手、中堅、地場ゼネコンなどは、受注量及び売上の増加が見込まれる。
	通信業（営業担当）	・この先関税率の問題など、日本企業に有利な状況が見当たらない。
	通信業（営業担当）	・人口減少に伴い、中小企業の業績が悪化するとみている。
	広告業協会（役員）	・今月は期末の広告費投入がやや活発であったものの、その反動で期初は絞り込みが顕著となり、今後数か月は前年を上回ることが厳しい状況になるとみている。
	経営コンサルタント	・貿易摩擦が地方の中小企業に及ぼす影響を懸念している。
	コピーサービス業（従業員）	・働き方改革を意識してIT関連の商材を提案しているものの、まだまだ様子見の状態である。人手不足への対応の優先順位が高いため、来年度の採用である程度の人数が確保できれば、腰を据えて提案ができるのではないかと期待しているものの、しばらくは前年の数字を確保することで精一杯である。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・当社は年度末が最盛期のため、年度始めから半年間は少し厳しくなる。
	x	*
	*	*
雇用 関連 (東北)	人材派遣会社（社員）	・求人数が増えたことで求職者の登録も増えており、人材の流動化が進んでいる。また、企業の成長のために採用を行っていく企業と、退職に伴って採用を行っていく企業の2通りで募集を行っている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元に限っての話であるが、土地価格の上昇率が全国上位になるなど、集積度は地方都市の中でもますます高まりつつある。求人が追い付けば景気は多少回復するとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年明け以降の大雪や寒さなどで個人消費が抑制されていたが、この先はその反動で状況が良くなるとみている。
	人材派遣会社（社員）	・現時点において、前年よりも採用人数を減らすという企業は見当たらない。どの企業も前年同様に新卒採用を積極的に行っているため、このような状況は、今後も継続するのではないかとみている。
	人材派遣会社（社員）	・求職者のミスマッチはしばらく続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・採用難易度の高さや企業の採用意欲の低さについて、この先変化することが期待できない。
	人材派遣会社（社員）	・良くも悪くも景気が動くような要因が見当たらない。

	アウトソーシング企業 (社員)	・来年度の入札などが始まっているが、大きく変わることは なさそうである。
	職業安定所(職員)	・求人数の高止まりの状況は、今後も続くとみている。
	職業安定所(職員)	・求人や求職者の動きに大きな変化がないことから、この先 の景気は変化がないとみている。
	職業安定所(職員)	・有効求人数は前年比で減少が続いているものの、人手不足 の状況に変化はない。新規企業の情報もないことから、この 状況は今後も変わらないとみている。
	人材派遣会社(社員)	・有期雇用者の無期転換問題により、4月から相当数の派遣 社員が雇用の無期化権利を取得する。派遣先が無期派遣者 を受け入れる条件折衝が円滑ではない事もあいまって、3月末 契約終了が例年以上に発生しており、先行きの景況観は悪化 している。
	人材派遣会社(社員)	・4月に入れば求職者動向は落ち着く見通しである。
x	*	*