

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）	・大型クルーズ客船の寄港が増えており、乗客数も大分多くなっている。船員を含めた乗客数のうち半数は中心街を歩いており、各店舗が売上につなげる努力をしているため、先行きに十分期待ができる。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・製品価格上昇や、来年の消費税の引上げに伴う駆け込み需要の兆しが、景気の後押しになるとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末年始に向けて人も物も動くため、景気は上向きになるとみている。ただし、地域的に雪の影響が大きいため懸念もある。また、嗜好品のお酒には金を余り掛けられないという消費者の声もある。
		スーパー（店長）	・年末商戦を迎えるため、今月と比べて景気は若干良くなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこ増税に伴う反動減は徐々に回復傾向にある。また、この先は冬の天候に大きく影響されるものの、ワンブランド化の効果を見込んでいる。
		衣料品専門店（店長）	・来年の消費税の引上げが発表されているため、冬物は今年中に買っておこうという動きになるのではないかと期待している。
		家電量販店（従業員）	・テレビの買換え需要への期待がある。特に4K放送が始まるため、対応した商品へシフトしていくことで、売上も伸びていくのではないかと期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・年が明ければ初売りが始まり、3月に向けた最大の需要期を迎えるため、期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・来年の10月に消費税の引上げがあるため、買換えを検討している客が増えている。
		乗用車販売店（本部）	・早めに予約を開始した冬タイヤキャンペーンが奏功し、サービス売上は上昇している。必要な季節商材は人気である。車両販売についても、早めに年末商戦や初売りを見越して準備に着手しているため、大きな崩れはないとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油相場の下落が始まっているため、販売価格の低下が期待できる。年末に向けて現在よりも環境が改善することを期待している。
		高級レストラン（支配人）	・この先は冬のボーナス時期となるため、販売量の増加を期待している。
		一般レストラン（経営者）	・株価の動きが不安定ではあるが、身の回りの景気は若干良くなっているため、この傾向は続くとみている。
		一般レストラン（経営者）	・個人客の予約はかなり少ないものの、小規模なパーティーの予約は例年よりも多く入っている。そのため、年末にかけて景気はやや良くなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・11～12月を迎えて忘年会などが増えていくため、現在よりは良くなるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・11月も継続して一般宴会、プライダル共に上向いてくれば、宿泊部門も良くなっていく。この良い流れを断ち切らないようにしたい。
		旅行代理店（経営者）	・この先の北海道は雪祭りを除いてオフシーズンとなる。そのため、北海道胆振東部地震の影響はそれほどないとみている。
		タクシー運転手	・忘年会と新年会によるタクシー利用者が増えるともみている。
		通信会社（営業担当）	・12月にスタートするBS4K、8K放送に伴って市場でのPRも徐々に活発化しており、当社のテレビ、インターネット、IP電話サービス共に加入者が増加している。通信のサービスも大幅にパワーアップしているため、しばらくは加入者の増加が期待できる。
		美容室（経営者）	・地元企業や工場の一部でボーナスが増加するとの話が出ている。収入的に安定する月となるため、若干は持ち直すともみている。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・現政権の安定は、現在の好調を継続させるものと評価している。	
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・リフォーム工事の問合せ件数が前月及び前年と比較して増えているため、先行きの受注に期待している。	
	商店街（代表者）	・戦後から頑張っていた生活雑貨の店舗が、後継者不在のため店主の高齢化に伴い店仕舞いをしてしまった。店主の高齢化はともかく、後継者については景気が良ければどうにかなったかもしれないため残念でならない。	
	商店街（代表者）	・年末需要への期待はあるものの、年々先細りが続いている。	

一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・これからは寒い冬となり、インフルエンザが猛威をふるう時期となる。ただし、大抵の人は病院にかかるため、一般薬局への来客数増加の要因にはならない。そのため、前年比マイナスの状態が続くとみている。
一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・来客数の減少により売上の減少傾向が続いている。
一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・冬に向けてこたつや布団などの受注が増えているものの、以前のような枚数にはなっていない。二次製品の売上もなかなか伸びない状況である。
百貨店(売場主任)	・インバウンドの動きがやや増えているものの、全体の売上を押し上げるほどの構成比にはなっていない。基本的に地方のマーケットは縮小しており、景気が良くなる要素は見当たらない。
百貨店(企画担当)	・特に大きな変化はないとみている。
百貨店(営業担当)	・景気が上向くことは期待できないが、客を動員する施策の打ち出し方によって売上が変わっていくため、これからの歳末及び初売りの施策を付加していく予定である。
百貨店(営業担当)	・食料品への関心度は継続する見込みである。また、これから寒くなれば、鍋物商材やクリスマスケーキなどのオケーションアイテムの動きもあるとみている。一方、衣料品も気温の低下に伴って動き出すとはみているものの、現状が余り良くないため、回復の見込みは少ない。
百貨店(買付担当)	・客はかなり吟味をして商品を購入しており、節約志向が高まっていることがうかがえる。
百貨店(経営者)	・おせち料理の立ち上がりは前年並みである。現在の消費動向に大きな変化はないとみているが、前年踏襲はむしろマイナスに働くため、新鮮な施策の連打が大きなポイントになる。
スーパー(経営者)	・原油価格の高騰が続いており、次第に運送費や水道光熱費が値上がりして、製造コスト増加への影響が更に出てくるのではないかと懸念されている。最低賃金の改定がされたが、消費を喚起するような要因が見当たらないため、消費の傾向は変わらないとみている。
スーパー(店長)	・ガソリン価格や灯油価格の高止まり、野菜の価格高騰などもあって相変わらず節約志向が続いている。年末商材も高値との情報があるため、この先も同様の傾向が続くとみている。
スーパー(店長)	・すぐに週末の来客数が回復するような見込みはなく、現在の平日の来客数好調と週末の来客数低調の傾向は、しばらく続くとみている。
スーパー(営業担当)	・今後も消費者の節約傾向に変化はないとみている。また、11～12月前半は年末に向けて更に節約ムードが高まる可能性がある。
スーパー(副店長)	・来客数に変化はないが、消費者は特売品などをいろいろな店舗で買いまわっている。そのため、こちらが考えるような多方面での販売が難しい状況となっている。
コンビニ(経営者)	・募集をしても、なかなか応募者は現れない。人手不足の状態はまだまた続くとみている。
衣料品専門店(経営者)	・台風などの被害が少なかったため、農家の収入も増える見込みであり、消費拡大に期待している。年1回のイベントである種苗交換会も開催されるため、来客数の増加も期待している。
衣料品専門店(店長)	・中長期予報では東日本以北は暖冬傾向と出しており、例年と比較して冬物商材の動きが鈍くなる見込みである。春物商材を前倒しするわけにもいかないため、この傾向は続くとみている。
衣料品専門店(総務担当)	・客の動きや他業種の話からも、景気が上向くような要因は見当たらない。
家電量販店(店長)	・4K放送の開始や東京オリンピック需要により、引き続きテレビなどの需要が見込める。ただし、全体的にはガソリンなどの値上げがあるため、それほど好調に推移するとは考えにくい。客も慎重な買物の動きが目立っている。
乗用車販売店(店長)	・11～12月は販売量が落ち込む時期であるが、来年の1月以降は販売量が増加する見込みである。
住関連専門店(経営者)	・受注量は現状と余り変わらない。新規物件の受注獲得が課題であるが、見積件数は減少傾向にある。また、東京オリンピック需要も下火となっている。
住関連専門店(経営者)	・景気回復の兆しがみえないため、厳しい状況が続くとみている。
その他専門店〔靴〕 (従業員)	・季節商材を取り扱っている業種にとっては、冬らしい天候や気温になることが一番である。

その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	・例年において年末年始の動きは芳しくない状況となるが、今年はそれにも増して動きが鈍くなるのではないかと危惧している。企業の買い控えや経費見直しといった取組が、業界的には良くない方向に向かっている可能性がある。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・冬の気温次第であるが、暖冬の予報が出ているため販売量の伸びに期待ができない。価格についても、高値傾向が強いため販売量の増加は見込めない。
その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・冬のシーズンに向けて、ファッションの単価が上がるが見込まれる。そのため、全体的な来客数が余り変わらなくても安定的な売上の傾向が続くとみている。
一般レストラン (経営者)	・景気が悪くなるような要素はそれほどないが、良くなるような要素も見当たらないため、このままの状態が続くとみている。
観光型ホテル (経営者)	・秋口から遠方からの来客数が少なくなっている。景気が良くないため旅行費用を抑えているのではないかとみている。この先の忘年会にも影響が出ており、予約状況は今一つである。
観光型旅館 (経営者)	・行楽シーズンの間の動きは良いものの、時期が過ぎれば再び引締め感が始まるため、全体的には例年並みの推移になるとみている。
観光型旅館 (スタッフ)	・行楽シーズンが終了しても、そのまま忘年会シーズンに入るため、やや上向きの状況は変わらないとみている。
都市型ホテル (スタッフ)	・予約状況からは、宿泊、宴会共にほぼ前年並みで推移する見込みである。
旅行代理店 (店長) タクシー運転手	・景気が良くなるような要因が見当たらない。 ・タクシーは特に夜の客の動きが重要であるが、今後の客の動きが好転するような要因が見当たらない。
通信会社 (営業担当)	・少子高齢化に伴い、大学も学生の募集に四苦八苦している。このような状況が続くと人手不足がますます高まってしまふ。また、諸外国との今後の関係も懸念材料である。
通信会社 (営業担当)	・来年10月に消費税の引上げが予定されている。ポイント制度など政府の施策が実施されるようであるが、具体的な施策の発表まではこのまま推移するとみている。
通信会社 (営業担当)	・景気に大きく影響を及ぼすような要因に乏しいため、変わらないとみている。
テーマパーク (職員)	・景気が良くなるような要素が見当たらない。
観光名所 (職員)	・現在の単価が良い状態のため、このままの売上が続けば良くなる見込みはあるが、来客数が伸びていないことが不安材料となっている。そのため、先行きは現在と余り変わらない推移になるとみている。
設計事務所 (経営者)	・販路拡大ができない企業や官公庁頼みの企業においては、今後もしばらく低価格での受注競争が見込まれる。
住宅販売会社 (経営者)	・建て替えの受注は多いが、地元の解体業者はパンク状態であり、着工のめどが立てられない。
商店街 (代表者)	・すぐ先の予約がほとんどであり、先行きの長い予約はなくなってきた。また、社用がほとんどみられていない。
商店街 (代表者)	・10月に商店街単独でプレミアム付商品券を販売して消費喚起を図っているが、商店街では空き店舗が増加しており、11月にも1店舗が閉店予定となっている。商店街を取り巻く環境は一段と厳しくなるとみている。
スーパー (店長)	・上向いていた流れから一転して10月は厳しい状況である。また、11月は各数値が伸びづらい月のため、消費は更に低迷するのではないかと。競合店舗のチラシ価格競争も激化しており、この先の景気が上向くとは考えにくい。
スーパー (営業担当)	・競合店舗の出店が相次ぎ、売上前年比は97～98%台と横ばいで推移している。スーパーマーケットは景気の影響もさることながら競合店舗の出店による影響が大きく、今後も厳しい環境が続いていくとみている。
コンビニ (経営者)	・客単価が前年割れしていることが心配である。購入点数は横ばいであるが、こちらも前年を下回る可能性が高い。時折外国人観光客が化粧品をまとめ買いにくるため、多少単価の下支えとなっているが、最近ではプラス1品といった衝動買いが余りみられなくなっているなど、先行きの不安からか客の財布のひもが固くなってきている。
コンビニ (エリア担当)	・たばこと一緒に購入されることが多いカウンターコーヒーや飲料などの売上低下が顕著である。これらは値入率の高い商材のため、収益確保が難しい状況が続くとみている。
コンビニ (エリア担当)	・この先来客数が増加する見込みがない。最低賃金の上昇による経費の増加や、たばこ増税による販売数の減少など、先行きの売上増加に不安が残る。

	コンビニ（店長）	・どの業界でも景気が悪いという話しか聞かない。また、消費税の引上げを来年に控えて、消費者の心中はざわついており、安心して買物ができる状況ではない。そのため、年末からは厳しい状況になるとみている。	
	衣料品専門店（経営者）	・灯油やガソリンの値上がり著しい。これから本格的な冬を迎える東北では、ますます生活防衛意識が高まり、消費者の財布のひもが固くなるとみている。	
	衣料品専門店（経営者）	・寒い地域の必需品である灯油やガソリンなどが値上がりしているため、先行きの景気見通しは厳しい。	
	衣料品専門店（店長）	・新規オープンする競合店舗が同じ商圏内にあるため、今後も客の流出による来客数の減少が見込まれる。	
	乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格の高止まり傾向が続いている。また、消費税の引上げに対する警戒感がみられている。	
	自動車備品販売店（経営者）	・例年のことであるが、年末まで売上は減少傾向にある。降雪がいつから始まるのかによって状況は変化する。	
	住関連専門店（経営者）	・客が購入する商品の小型化が極端に進んでおり、販売価格が低下している。そのため、売上を維持することに苦慮している。	
	高級レストラン（経営者）	・年末にかけて良い方向に向かってほしいが、景気が良くなるような材料に乏しいため、難しいとみている。	
	一般レストラン（経営者）	・燃料費や原材料の価格高騰で家計に負担が掛かるため、景気は下向いていくとみている。さらに、国政によるキャッシュレス化が進んでいるが、現金を手にするのは1月後であり、手数料も高いため純利益をかなり削られてしまう。小さな商店規模には厳しいということも背景にあるとみている。	
	観光型ホテル（スタッフ）	・自然災害や原油価格高騰の影響から、景気の見通しは良くないのではないかと危惧している。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・レストラン部門、宿泊部門共に、来客数及び売上が前年を下回っている。また、法人利用中心の宴会場予約も前年割れとなっている。さらに、来月以降の先行予約も前年同時期よりも下回っている。	
	旅行代理店（店長）	・12月以降の個人旅行、団体旅行の予約件数が伸びていない。	
	通信会社（営業担当）	・消費税の引上げが確定したため、景気はやや悪くなるとみている。	
	観光名所（職員）	・冬場はイベントを組みにくい天候状態になってしまう。さらに、寒さや雪の影響で客足も遠のいてしまう。	
	遊園地（経営者）	・ガソリン価格や灯油価格の上昇などが、今後の家計に響くことを懸念している。	
	遊園地（経営者）	・先行き不透明な原油価格高騰による影響を懸念している。	
	競艇場（職員）	・大きな購入をする客が定着することはないため、このような客が1人でも減れば売上も減少してしまう。そのため、2～3か月後には売上が減少しているとみている。	
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・最近、取引先から次々と支払までの猶予期間の短縮を求められている。さらに、訪問集金の中止、営業マンの訪問自体を中止するなど、業務の合理化やリストラを進めている様子もみられており、業務縮小や撤退を通告してきているところもある。経営状況の厳しさが垣間見えるが、こういった状況が多くの人に波及して実際の人員削減などにつながっていく可能性があるため、先行きの景気を慎重にみざるを得ない。
	×	スーパー（経営者）	・2019年10月から消費税の引上げが始まり、複数税率が導入されるとの報道が連日されているため、消費者のマインドは非常に悪くなっている。
	×	コンビニ（店長）	・競合店舗による売上減少、また、人手不足対策や賃金の上昇により非常に厳しい経営状態となっている。さらに、冬は光熱費の負担が大きくなり除雪代も発生する。正直冬を越せるのか不安である。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・売上増加が見込める商材が非常に少ない。様々な手を打ってはいるが、売上の減少幅が大きく、想像以上の速度で売上が落ち込んでいる。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・ガソリンや灯油の価格高騰が家計に響き、ますます消費者の財布のひもが固くなるとみている。
企業 動向 関連 (東北)		通信業（営業担当）	・新商品の発売や、年末に向けた当社製品の需要を見込んでいる。
		金融業（広報担当）	・住宅や自動車など的高額商材の分野において、消費税の引上げ前の駆け込み需要が顕在化するとみている。
		経営コンサルタント	・秋～冬のシーズンを迎えて消費が上向くことを期待している。
		司法書士	・消費税の引上げに伴う駆け込み需要が進むとみている。

	農林水産業（従業者）	・9～10月は晴れた日が少なかったが、りんごはまずまずの色づきである。収穫までには更に着色が良くなるとみている。
	食料品製造業（経営者）	・国内全体の景気が良い方向に向かわない限り、地方への旅行者や出張客が増えないため、現時点では期待できない。
	食料品製造業（営業担当）	・新規受注などにより売上増加を見込んでいるが、既存商品の落ち込みが激しく、全体的には横ばいで推移するとみている。
	木材木製品製造業（経営者）	・年明け以降は例年需要が落ち込む時期であるが、今回は消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれるため、活況とまではいかないものの、さほど需要は落ち込まないとみている。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・個別では出荷量が増える地域はあるものの、東北全体としては出荷量が増える要素がない。1県を除いた5県において前年同期比が大幅なマイナスとなっており、この傾向は当面続くとみている。
	金属製品製造業（経営者）	・好調だった動きに減速感がみられてきたため、注意が必要である。
	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で推移するとみている。
	通信業（営業担当）	・予断を許さない状況は続いており、楽観視はできない。
	通信業（営業担当）	・政治は経済に影響しないとみている。
	金融業（営業担当）	・先行きの景気に対する大きな変化要因がない。
	広告業協会（役員）	・年末商戦や年始商戦は前年並みに推移するとみている。また、改元に伴う諸作業が活発化することを期待している。
	広告代理店（経営者）	・仕事の奪い合いが多く、新たな仕事といった明るい話題が少ない。
	広告代理店（経営者）	・政治の安定に不安がある。事業執行の円滑化は東北にとっては重要なテーマである。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・量販店や激安店の出店の勢いは衰えていない。地元のスーパーでは、日替わり特売や数量限定販売、タイムサービスなどで前年の数字の維持を図っている状況である。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・飲食業界では人手不足が続いており、以前と同様のサービスを維持することが困難になっている。そのため、飲食店において景況感の回復は見込めない。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・取引先の予算執行については、まだ具体的なものはみえていない。そのため、景気が上向く状況ではなく、今はじっと待つしかない状況である。
	その他企業〔協同組合〕（職員）	・受注量は安定しており、数か月先でも大きな変化はないとみている。ただし、原材料などの価格上昇による経費の増加が見込まれるため、減益が懸念される。
	農林水産業（従業者）	・米以外の作物についても、天候不順による不作から大幅な収益減となる見込みである。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・2～3か月先の受注が前年同月比で10%弱落ち込んでいる。この傾向は今後も続くとみている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・大口客向けの価格低下が、徐々に業績悪化につながっていく可能性を危惧している。
	建設業（従業員）	・本年度の大型公共工事については、2～3か月先も入札期間中の案件が多い。また、結果が出るのは更にその先になる見込みである。
	輸送業（経営者）	・主要荷主が減産しており、作業料金の見直しも要請されている。また、冬場に向かって経費増加が見込まれるため、非常に厳しい環境になるとみている。
	公認会計士	・小売業関係は売上の前年比減少が続いており、先がみえない状況である。また、建設関係も震災前の状況に戻りつつあるため、景気が良くなるとは考えにくい。
	コピーサービス業（従業員）	・仕入や物流コストの上昇が止まらない。ある程度は販売価格に転嫁しているものの、全てではない。また、少額ではあるが毎月のように値上げの要請がきている。しばらくは我慢の時期だと覚悟している。
	x	* *
雇用関連	-	-
(東北)	人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法に伴う利益率の増加傾向は、契約期間の関係から2～3か月先も変わらないとみている。
	人材派遣会社（社員）	・当社サービスを利用した求人数が増加している。
	アウトソーシング企業（社員）	・地方公共団体などは新年度予算の作成時期を迎えている。問合せも多いため来年度に期待ができる。
	民間職業紹介機関（職員）	・年末年始の特需に時期している。

	人材派遣会社（社員）	・様々な業種において、ある程度のベテラン社員の離職の話をよく聞く。求人活動の活発化は転職者の動きにも影響を与えている。ただし、企業としては人手が流出しているため、人手不足により新しい事業展開ができない、新規店舗が出店できないなどという状況も続いている。そのため、飛躍的に景気が良くなることは考えにくい。
	人材派遣会社（社員）	・求人と求職者のミスマッチ傾向は今後も続くともみている。
	人材派遣会社（社員）	・採用手法の工夫を始めている企業はまだ一握りであり、従来の手法を継続しながらも採用できていない企業が大半である。
	人材派遣会社（社員）	・派遣ニーズの高まり、改正労働者派遣法に伴う派遣労働者の減少という状況は今後も続く見込みである。
	人材派遣会社（社員）	・IT業界や建設業といった限られた場所での動きが多いため、全体的な景気が良くなるという兆しはみえない。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・地方の採用が活性化しないと本当の景気回復とはいえない。採用側がいかに自社の魅力をアピールできるかといったセミナーには地方からの参加者も増え始めているため、採用にはずみがつけば雇用拡大の上向き感が出てくるとみている。
	職業安定所（職員）	・求人数は増加しているものの、主な原因は人手不足にあるとみている。
	職業安定所（職員）	・事業所への訪問時において、多くの企業は今後の業況については変わらないと話している。特に大きな企業進出、工場拡張、人員整理などの情報もない。
	職業安定所（職員）	・製造業からの求人がかなり減少している。また、復興事業が落ち着いて管外からの労働者が減少していることから、小売業、宿泊業、飲食業、サービス業からの求人は今後も厳しい見込みである。そのため、景気は余り変わらないとみている。
	職業安定所（職員）	・一時的な動向ではあるものの、新規求人数の前年同月比が14.6%減少している。新規求人倍率も前年同月より僅かに減少しているが、高水準は続いているため、状況に大きな変化はなく今後も横ばいで推移するとみている。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率の高止まり傾向は今後も続くともみている。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・本格的な寒さを前に、灯油価格やガソリン価格の高騰による地域経済への影響を懸念している。
	学校〔専門学校〕	・景気の底はいまだにみえていない。
x	-	-