

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（経営者）	・暖かくなり、春物を求めて来客数が増えるかとみている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・1～2月の売上が悪かったが、購入時期がずれたことによるものとみえており、これからは売上が伸びる見込みである。新入社員の大幅な増加による発注を期待している。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィーク期間中の個人旅行の動きが活発である。特にハワイなどは3けたのキャンセル待ちが発生している便が多数ある。
		通信会社（営業担当）	・今後は異動時期となるため、春物商戦よりも早めの問合せが増え、来客数が増加傾向になるとみている。
		通信会社（営業担当）	・3か月後に業界全体で料金の改定が実施される予定である。料金の見直しや新プランの申込みによる来客数の増加に伴い、販売量も増加することが期待できる。
		商店街（代表者）	・穏やかな天候が続いているため、来客数は若干の増加傾向にある。客単価の低下は気掛かりであるが、そのことに注意して品ぞろえに努めていきたい。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客は買い控えもなく、自分の欲しいものをそれなりに買っていく。雑貨などはまとめ買いをする客も多く、化粧品、医薬品も好調であった前年並みに推移している。さらに、3月は決算セールなどもあるため、景気は良い方向に動くかとみている。
		百貨店（営業担当）	・春の新生活に向けて様々な動きがあるなか、改元などもあり、多少の景気の上昇があるとみている。
		百貨店（買付担当）	・春の訪れが早くなる見込みのため、定価品に動きが出ている。また、消費税の引上げも控えているため、消費者の購買意欲が高まるとみている。
		スーパー（店長）	・3～4月は、実績が大きく下回った前年に比べれば、おのずと実績の増加が見込める。
		コンビニ（エリア担当）	・10連休となるゴールデンウィークや改元など、商売に結び付く変化があるため期待をしている。
		乗用車販売店（本部）	・新車だけではなく、中古車のうち特に高額車の引き合いが増えてきている様子である。繁忙期のピークを迎えるに当たって、店舗では良い追い風になっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖冬の影響で一足早く春が来るのではないかと。タイヤの入替え作業の前倒しや、花粉の飛散量の増加などによる各種作業の需要拡大を見込んでいる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ファッション関係が底堅い動きをみせている。10連休というゴールデンウィークを控えて、消費の更なる拡大を凶れる気運が高まっている。
		観光型旅館（スタッフ）	・春休みやゴールデンウィークなど、宿泊の売上増加のチャンスであると期待している。
		旅行代理店（経営者）	・ゴールデンウィークの予約に対して、キャンセルが余り出ていない状態である。キャンセル料が発生する1か月前の状況でその後の動きが判断されるため、現在の状況からは仮予約ではなく本予約に移行している様子であり、景気は良くなっていくとみている。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィークや改元などの特殊事情により、一時的に景気が刺激されるとみている。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークが10連休のため、個人旅行の動きが好調に推移している。
	タクシー運転手	・1月から横ばいで推移しており、悲観するような数字にはなっていない。また、東日本大震災の復興状況が少しずつ変化として表れてきているため、全体的な景気はやや上昇傾向になるとみている。	
	タクシー運転手	・ゴールデンウィークの10連休で観光人口が増加することを期待している。	
	通信会社（営業担当）	・サービスエリア拡大工事の遅れが影響していたが、2～3か月後にはその遅れを取り戻すめどがついているため、新規加入客数の増加が期待できる。	

テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークは10連休となるため、来客数の増加が見込める。そのため、売上や客単価が好調に推移するとみている。
観光名所（職員）	・日本人客の動きは、団体予約はほぼ平年並みであり、予約なしの来客数も増加傾向にある。インバウンド客に関しても、予約は好調であり、さらに、予約なしの来客数も増えている。そのため、今後の景気に明るい兆しがみえている。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・4月以降に値上げとなる原材料があるものの、販売価格に転嫁することができる見込みである。
住宅販売会社（経営者）	・街なかの空き家に対する相続相談が多い。宅地の一括買付予定もあり、宅造して多くの受注が見込める状況である。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・販売単価が上昇している一部の分野は売上の底上げが期待できるが、実際は供給過剰で定価に変化がないため、ポイントセールや特売以外は引き続き厳しい局面が続くとみている。
一般小売店〔酒〕（経営者）	・人が動く時期のため、少なからず物の動きも良くなるとみているものの、決して楽観視はできない。今の状況では経営をしていくことで精一杯である。緩やかな回復基調が続くと発表する政府と地方経済との間に温度差を感じずにはいられない。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・商品及び各種コストの価格が上昇傾向にある。金融緩和政策の効果が波及してきたものとみている。政策の実態が緊縮でないということであれば、景気がデフレに大きく振れることはないと思込んでいる。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今月の好調な商品の動きは一時的なものである。メインとなる布団造りの注文が振るわないため、なかなか利益にはつながらないとみている。
百貨店（売場主任）	・食料品を始めとして値上げとなる商品がある。一方で地元の個人所得が伸びる要素は乏しいため、消費者の生活防衛意識は引き続き変わらないとみている。
百貨店（企画担当）	・景気の上向きを期待したいが、そのような兆しはみえていない。
百貨店（営業担当）	・2月は3連休で衣料品の動きが急激に回復したものの、それ以降の動きは鈍化している。月を通じての好調商品は、食品、婦人雑貨類と変わっていない。
百貨店（経営者）	・新しい客層の取り込みを積極的に実行していくが、衣料品を中心としたシルバー層の落ち込みをカバーすることは難しい。ただし、改元などもあるため、消費マインドが多少は活発になると期待している。
スーパー（経営者）	・3月も物流費や人件費などの高騰が続く見込みである。社会保険料や公共料金の負担増もあり、消費者の財布のひもは一層固くなるのではないかと。そのため、消費の鈍い状況は今後も続くと思込んでいる。
スーパー（店長）	・周辺の商環境の変化による来客数の増加に伴い、売上も微増している。この状況はしばらく続くとみている。
スーパー（店長）	・前年の売上に届かない状況が続いている。競合他社もチラシの強化、特売価格で対策をするなど、必死である。
スーパー（営業担当）	・異業種を含めて競合環境がますます厳しくなっているため、既存店売上や来客数が前年を上回ることが難しくなっている。多額の投資で店舗をリニューアルしても、一時的に売上は前年を上回るものの、継続していくことは難しい。
スーパー（副店長）	・消費税の引上げを控えて客は財布もひもを固くしており、安いものを安い店でしか買わなくなっている。このような状態は消費税の引上げまで続くとみている。
コンビニ（経営者）	・店の認知度の高まりや、周辺の競合店舗の閉店により、客が流れてきている。その他の客の動きには余り変化がなく、景気の悪化も好転も見受けられない。
コンビニ（経営者）	・建設業関係の状況が余り良くないが、今後2～3か月は横ばいで推移するとみている。
コンビニ（エリア担当）	・春～夏に向けての売上伸長は期待できるものの、店舗における外的環境のプラス要素が見込めない。

コンビニ（エリア担当）	・東京オリンピックや大阪万博など、関東以南に資金が動いている。東北地方への人の動きは停滞しており、消費の動きも停滞するとみている。
コンビニ（店長）	・地元では東京オリンピック需要もなく、景気が上昇するような気配がない。全体的に雰囲気が悪く、景気は余り良くない状態が続くとみている。
衣料品専門店（経営者）	・春の卒業や入学行事に必要なアイテムであるスーツの売上が年々減少しており、単価下落に歯止めが掛からない状態である。そのため、厳しい状況はまだまだ続くとみている。
衣料品専門店（経営者）	・公立高校の合格発表を迎えて、当社から制服を購入していただくため、売込みに必死である。
衣料品専門店（店長）	・入学や卒業などの目的買いについては余り変わらない。ただし、一般的な客は天候や景気に左右されるため、この先は多少の買い控えなどがあるかもしれない。
衣料品専門店（店長）	・客の購入モチベーションは天候に左右されている。早い春の訪れが予想されており、春物商材は例年よりも早く立ち上がりつつあるが、一方で夏物商材への移行時期が見通せない状況である。
衣料品専門店（総務担当）	・客からは無駄な出費を控える傾向が見受けられる。この先も景気が良くなるような雰囲気はない。
家電量販店（従業員）	・消費税の引上げや政治がらみの問題など、明るい材料がない。ゴールデンウィークは10連休であり、商売的には多少良くなるとみているものの、その後の落ち込みの懸念もあるため、商売的には余り良い話ではない。
乗用車販売店（従業員）	・個人客の受注がなかなか伸びず、商談にもならない。この状況は今後も変わらないとみている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・先行きの景気は不透明である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖房用燃料は石油系から電気、ガスに推移しつつあり、販売量が減少してきている。この傾向は変わらないため、販売量の減少傾向は強まるとみている。
高級レストラン（支配人）	・今年のゴールデンウィークは10連休となるが、消費者の動きは分散化して余り集中しないのではないかとみている。
一般レストラン（経営者）	・来客数の増加傾向はこのまま続く見込みである。また、米中貿易摩擦も落ち着きを見せており、多少は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）	・実質賃金は上昇していないという報道があるが、非常に納得ができる。消費者にはレストランで食事をしようという雰囲気がない。今後も同様の傾向が続くとみている。
観光型ホテル（経営者）	・先々の予約状況からみて、今月よりも景気が良くなるとは考えにくい。
観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィークという大きな山場はあるが、そこに集中するだけであり、平均すれば余り変わらないとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・県内に流入する人口よりも、首都圏に流出する若者の数が多い。大きな痛手であり、その傾向は年々顕著になってきている。当社は駅前にあるため肌感覚としてはそれほどでもないが、客の動きは鈍いように見受けられる。
通信会社（営業担当）	・景気が大きく左右するような材料に乏しいため、変わらないとみている。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げまでは現状維持が続くとみている。
通信会社（営業担当）	・購買意欲が増すような商品が市場に出ていない。
遊園地（経営者）	・ゴールデンウィークは初めての10連休となるが、客の動きが予測しづらく、人手の確保も難しいことから、不安要素のほうが大きい。
競艇場（職員）	・常に宣伝広告を実行しているが、余り効果はみられていない。客単価はそれほど悪くないものの、新規客の獲得に手応えがない。そのため、横ばいで推移するとみている。
美容室（経営者）	・客単価は前年並みの推移が継続しており、急激に変動するような要因はない。
美容室（経営者）	・周辺に会社や人が集まる施設がないため、この先も景気は余り変わらないとみている。

	設計事務所（経営者）	・官庁工事の納品を迎える時期になるため、仕事状況は忙しくなるとみている。ただし、入金タイミングは4月以降となるため、経済的な状況の好転は難しい。また、今後の発注状況は、多くの企業において変わらないか若しくは悪くなると見込んでいる。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・屋外のリフォーム工事は微増する見込みであるが、給湯器、暖房器具の工事は前年並みで推移するとみている。
	商店街（代表者）	・例年、3～4月は新入学、就職準備で商店街はにぎわうものだが、今年は4月下旬からの10連休となるゴールデンウィークの影響で、行楽地や観光地に客が流れてしまうとみている。結果として、例年と比較して20～30%の売上減少となる見込みである。
	スーパー（営業担当）	・買上点数の伸びが鈍っており、来客数も目標にまで至っていない。特売や販促強化を行っても、前後の日の来客数が減少してしまうため、全体的な売上は変化しない状況である。そのため、景気はやや悪くなるとみている。
	コンビニ（経営者）	・当初に見込んでいた売上に届いていない。この先数か月は厳しい経営になるとみている。
	家電量販店（店長）	・地元では復興需要が一段落して景気が前年を若干下回っている。将来の不安から客の財布のひもも固く、余り単価の高いものは買わなくなっている。4Kテレビなどは買換えも含めて単価は上昇傾向にあるが、それ以外の商品についてはやや慎重な客が多い。
	乗用車販売店（経営者）	・春の需要の最盛期である3月が過ぎて、市場の動きが鈍るとみている。
	自動車備品販売店（経営者）	・降雪が少なく、冬季事業従事者の収入が減少しているため、この先の消費は鈍るとみている。
	住関連専門店（経営者）	・同業者も売上に苦慮している様子であり、3か月先でも景気上昇の可能性は薄い。ネット販売をうまく利用している店に押されるようになるのではないかとみている。
	住関連専門店（経営者）	・景気が回復するような要素が見当たらないため、このまま景気の落ち込みが続くとみている。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元は選挙に向けた動きが出ており、この先2か月は厳しくなる見込みである。また、これまで伸びていた特定名称商品の鈍化傾向により、非常に厳しくなるとみている。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・この先は消費税の引上げの影響が出てくるのではないかとみている。食品は前もって買っておくことができないため、ぜいたく品やし好品の動きは一層厳しくなるとみている。
	一般レストラン（経営者）	・3月は歓送迎会などがあり、4月も暖かくなるため期待をしたいが、余り楽観視はできない。
	一般レストラン（経営者）	・3月末までに閉店する同業者の数が50軒以上にもなると聞いている。景気に対して余り良い材料はない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、レストランの個人利用が前年を下回っており、法人利用も前年同時期より下回っている。
	通信会社（営業担当）	・各社の3月決算状況は良いとみているが、4月は消費が低迷し、小売業の在庫過多による影響が表面化して市場が冷え込むおそれがある。そのため、景気はやや悪くなるとみている。
	通信会社（営業担当）	・物価上昇の影響が徐々に出てくるとみている。
×	商店街（代表者）	・社用関係が少なくなるなど、消費がかなり低迷している。そのため3～4月はかなり静かになるとみている。
×	商店街（代表者）	・年度末や新学期の時期となるが、期待はできない。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・10連休となるゴールデンウィークが話題となっているが、この期間に仕事なくなる人には金が入らない。そのため、3～4月は節約志向が高まるとみている。消費に対して最悪の状況を作りだすのではないかと危惧している。
×	スーパー（経営者）	・3月から相次いで食品の値上げが始まっていく。客の財布のひもが更に固くなり、節約志向が高まるとみている。
×	乗用車販売店（経営者）	・米中貿易摩擦での関係悪化により、世界経済が縮小することを懸念している。
×	住関連専門店（経営者）	・現在の受注量が少ないため、この先2～3か月の販売量は減少する。そのため、受注活動を継続中である。

	x	高級レストラン（経営者）	・3月の予約も余り良くない状態である。
企業 動向 関連 (東北)		-	-
		食料品製造業（経営者）	・今年ラグビーワールドカップが開催されるため、東北に注目が集まり、観光客が増加することを期待している。
		木材木製品製造業（経営者）	・これ以上悪くなることはないのではないか。この先は消費税の引上げ前の駆け込み需要も見込まれており、景気はやや良くなるとみている。
		金属製品製造業（経営者）	・カメラ業界は競争が激化している。競争が激しくなるほど新規の案件が増す業種のため、景気は良くなるとみている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・業界内において多少の動きがある見込みである。
		金融業（広報担当）	・住宅メーカーを始めとした各業態で消費税の引上げ前の駆け込み需要が確認できている。消費税の引上げ後の反動減が懸念されるものの、売上の動きは全体的に前年を上回るものとみている。
		広告業協会（役員）	・2～3か月先は皇太子殿下の御即位のお祝いムードとなり、広告出稿も単月でみれば好調に推移するとみている。しかし、その先の状況は不透明である。
		広告代理店（経営者）	・抑えられていた印刷物が元号発表を受けて発注されるため、状況は良くなるとみている。
		農林水産業（従業者）	・春の農作業が始まっているが、今のところ生産資材の購入は余りみられていない。
		食料品製造業（経営者）	・かなりの数の食品関係が4月から値上げとなる。消費にどう影響するのか心配である。
		食料品製造業（営業担当）	・既存商品、新商品共に販売が苦戦している。今後も状況に変化はないとみている。
		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、年度内は現状のまま推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・契約を他社へ切り替えようとする客に対して、値下げの提案をするにも限界がある。辛抱強く誠意を持った対応でフォローするしかない。
		通信業（営業担当）	・政治の力は経済復興につながっていない。
		通信業（営業担当）	・他社との競争が激しくなっている。優位なサービスを提供できなければ、景気は横ばいか悪くなる一方となる。
		金融業（営業担当）	・この先の景気が大きく変動するような要因は見当たらない。
		司法書士	・年度末は繁忙期であるが、例年どおりの動きであり需要の増減はみられていない。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・改元による祝賀ムードで盛り上がる一方、消費税の引上げに対する防衛意識が高まり、消費はさほど伸びないとみている。10連休であるゴールデンウィークも、商品の物流が滞ることが懸念される。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・取引先における広告宣伝費用の縮減については、急激な回復や軌道修正は期待できず、2か月は続くともみている。残る望みは皇太子殿下の御即位の祝賀需要である。
		農林水産業（従業者）	・暖冬の影響でさくらんぼの生育が早まり、花芽の充実期が霜の時期と重なることを懸念している。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・この先はゴールデンウィークもあるため、売上の減少が見込まれる。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・1月から紙の価格が20%も値上がりをしている。この値上げ分を取引先に転嫁することは、並大抵のことではない。そのため、業績が悪くなり景気も悪くなっていくとみている。	
	窯業・土石製品製造業（役員）	・公共工事の減少、民間大型需要の終息、震災復興需要の減少などがあり、全体としての先の出荷量の減少は確実である。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・得意先との関連商品が若干伸び悩んでいるため、今後は身の回りの景気にも影響が出る可能性がある。	
	輸送業（経営者）	・荷主の減産の影響が予想以上に大きく、収入の減少が見込まれている。この状況はしばらく続くともみている。	
	広告代理店（経営者）	・4月以降も広告発注量が回復する兆しがみえない状況である。	

	経営コンサルタント	・消費税の引上げをめくり、様子見の状況が続くとみている。
	公認会計士	・建設関係は売上、利益共に前年比が減少しつつも、そこそこの水準は確保しているため、急激に景気が悪くなることはないともみている。しかし、小売業、サービス業関連の売上や利益の減少がどこまで続くのかは見通せない。
	コピーサービス業（従業員）	・仕入れ商品や配送量の値上げが止まらず、取引先から毎月のように値上げの案内が届いている状況である。
	その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積案件及び受注量が微減傾向にある。特に半導体関連はこの先の受注量が2分の1若しくは3分の2に減少する見込みである。
	× 建設業（従業員）	・新年度に入ったばかりのため、官庁、民間共に発注自体が控えられる可能性が高い。
	× その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・少子高齢化が進んでいるが、世帯数そのものも減っており、購買力が鈍っている。このままでは景気は良くなる見込みはない。
雇用 関連 (東北)	*	*
	人材派遣会社（社員）	・派遣の依頼件数が堅調であるため、2～3か月先である来年度の地固めは可能である。毎年3月に集中する契約終了数を、新規契約でどれだけカバーできるかにかかっている。
	人材派遣会社（社員）	・来期の採用計画が徐々に出てきているが、継続して募集を行っていく企業が圧倒的に多い。
	人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法における3年抵触に伴い、無期雇用化が少しずつ進んでいる。有期で雇用していた社員が無期雇用となることで、より優秀なスタッフの確保にもつながっている。
	アウトソーシング企業（社員）	・4月以降に新規案件が出てくる見込みである。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・国内、国外の情勢不安は地方にまで影響してきており、今一つ景気浮揚感がみられていない。ただし、皇太子殿下の御即位の祝賀ムードが消費拡大のきっかけとなれば、求人業種の基幹である流通系が一番に反映するとみられるため、これに期待している企業は多い。
	人材派遣会社（社員）	・2020年卒採用に着手するスピードが早く、人材獲得に積極的な企業が多い。既に面接を受けている大学3年生もおり、その割合は関東で20～30%、地元でも10%となっている。積極的な企業の動きから、景気の良い状態が今後も続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・求職者と求人のミスマッチ傾向は今後も続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・採用難が続くなか、中小企業にはダイバーシティに関わる情報も入らなければ、対応する能力や意欲も足りないというケースが少なくない。
	人材派遣会社（社員）	・人材派遣業は3～4月が一番動く時期であるが、今年はそこまで大きな動きがなく、この先も余り変化はないともみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・皇太子殿下の御即位や10連休となるゴールデンウィークなど明るい材料がある一方、海外情勢などが景気に及ぼす影響は大きく、いまだ予断を許さない状況である。
	職業安定所（職員）	・求人数の増加が続いているものの、人手不足に起因するものであり、この状況は今後も続くとみている。
	職業安定所（職員）	・事業所訪問などでは、中国、欧州などの今後の動向に注視している様子が見え始めるものの、3か月先においては現状と変わらない感触である。警備、運転、福祉医療など、求人にも占める構成割合が比較的高い職種では、人手不足が継続している。
	職業安定所（職員）	・求人数が減少して有効求人倍率が低下傾向にあるものの、1.7倍を超えているため、大きな変化とはならないともみている。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で2.8%増加しているものの、臨時やパート求人が多い。新規求人倍率は前年同月より増加するなど、人手不足による高水準が継続している。また、会社都合による離職者も発生しているが、状況に大きな変化はなく、今後も横ばいで推移するものとみている。

	職業安定所（職員）	・経営状態の悪化により、一部の企業において雇用調整の懸念がある。ただし、全体的には求職者の減少傾向はあるものの、大きい変化はみられない。
	*	*
x	*	*