

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）	・春らしい天候が続いており、ファッション関連でも春物商材の動きが出てきている。また、春休みで学生や若い人が街なかに出てきている。そのため、若者向けの商品の動きに期待している。
		百貨店（営業担当）	・改元の影響は様々な消費喚起につながると期待している。そのため、景気は多少上向きになるとみている。
		百貨店（営業担当）	・食品や化粧品は好調を維持しているものの、衣料品の不振も継続している。ただし、今後は消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待している。
		百貨店（買付担当）	・気温の上昇に伴い多少は上向きになる見込みである。しかし、消費税の引上げに対する消費者の生活防衛意識は今後も続くともみている。
		スーパー（営業担当）	・改元によるお祝いムードの高まりや、10連休となるゴールデンウィークにより、客の消費意欲が拡大する可能性がある。天候が良ければ行楽地、天候が悪い場合は大型商業施設に客が集まり消費が増えるため、景気はやや良くなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・ゴールデンウィーク以降は、盛夏に向けて来客数の増加が見込める。
		コンビニ（店長）	・気温の上昇とともに来客数も伸びると期待しているが、ほとんどの店舗において売上が前年を下回っているため、経営面では常に不安が残る状態である。
		コンビニ（店長）	・暖かくなることで人々が行動的になり、活気が出てくるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・暖かくなると、来客数も増えるともみている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げまでは消費者のニーズはそれほど落ち込まないとみている。また、東京オリンピックを来年に控えて、スポーツへの関心が高まることも見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ前までは、少しずつ販売量は伸びるとみている。
		乗用車販売店（本部）	・客の動きから、この先は消費税の引上げ前の駆け込み需要があるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・改元や10連休となるゴールデンウィーク更にはラグビーワールドカップなど、大型イベントがめじる押しである。少なくとも消費税の引上げ前までは好景気が期待できる。
		旅行代理店（経営者）	・ゴールデンウィークにおける個人需要が例年よりも良い。また、4～6月は先行予約である教育旅行、修学旅行の予約も好調である。そのため、この先2～3か月は前年よりも良くなるとみている。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィークの影響により、国内旅行、海外旅行共に予約数の前年比が110%と好調に推移している。客の問合せ状況からは、この先2～3か月はまだまだ予約が増えそうである。
		旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィークや改元などにより、一時的に景気が底上げされるとみている。その後も、夏休みや、消費税の引上げ前の駆け込み需要があるため、9月までは景気が上向くと見込んでいる。
		通信会社（営業担当）	・テレビ、インターネットサービスはしばらく現状維持のまま停滞するとみている。しかし、電話サービスは低価格で魅力があるため、今後も新規加入の増加が見込まれる。遅れている工事対応も6月にはめどがつく見込みのため、サービスエリア拡大とともに新規客の加入が期待できる。
	通信会社（営業担当）	・電気通信事業法の改正に対する客の関心は高い。そのため、来客数や販売量が増えることを期待している。	
	通信会社（営業担当）	・業界の料金プランなどが変わる予定であり、それに伴い、一時的に来客数が増える見込みである。	
	テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークの10連休に伴い来客数が増えるため、売上増加を期待している。	

観光名所（職員）	・現在の好調はインバウンドが支えている。さらに、台湾からの直行便の就航が予定されており、現時点においても下見として台湾の旅行業者の客が増えている。予約も好調に推移しており、今後も台湾を中心にインバウンドが盛り上がりつつあるとみている。
観光名所（職員）	・この先は本格的な観光シーズンとなる。特に今年はゴールデンウィークが10連休となるなど、遠方からの来客が見込めるため、それに伴った土産品などの売上にも期待ができる。
遊園地（経営者）	・様々な値上げや人手不足という懸念材料はあるものの、10連休となるゴールデンウィークにより、景気は一時的に良くなると期待している。
美容室（経営者）	・時代の変わり目であり、例年よりも休みが長いこと、消費にプラスに働くとみている。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・対企業向けの売上が好調であるなど、取引先企業の業績は好調である。
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・塗装工事の受付が増えている。また、ガス機器は長期使用製品に対する安全点検の周知連絡が始まっているため、修理や交換が増えてくるとみている。
商店街（代表者）	・商店街内の店舗の入替えが激しく、景気が大きく変動するような要因が見当たらない。現状のまま余り変わらないとみている。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・全体的には大都市を中心にインバウンドが消費を下支えしているが、国内の消費に対するモチベーションは一向に変わらない。政府がその対策を打たない限り変わらないとみている。
一般小売店〔酒〕（経営者）	・今年のゴールデンウィークは10連休という今までにない規模のため、期待はしているが、この長さが吉と出るのか凶と出るのかが分からない。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・物価は上昇しているが、客の低価格志向は変わらない。客は節約して必要なものしか購入しないため、販売側も低価格志向に対応している。そのため、当面は大きく業績が変動することはないとみている。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今年度からの売上不振は来年度も続く見込みである。
百貨店（売場主任）	・改元を迎えてお祝いムードが高まり、食品、飲食、一部サービスにおいては需要が見込まれるものの、それ以外の物販については経済効果は余り期待できない。
百貨店（経営者）	・改元による消費の活性化を期待しているものの、現時点における株価の変動や、その先にある消費税の引上げなどの不安要素もあることから、消費が上向くとは考えにくい。
スーパー（経営者）	・加工食品などの一部値上げ、社会保険料などの引上げが予定されており、消費者の買い控えは続くこととみている。しかし、国の予算が成立したので、各方面の事業が早々に動き出すことを期待している。ただし、消費税の引上げや軽減税率などでメリットを享受できる環境にならない限り消費の傾向は変わらないとみている。
スーパー（店長）	・周辺環境の変化から来客数、売上共に微増しているが、先行きは不透明である。
スーパー（店長）	・来客数の増加傾向が続いても客単価が改善されない限りは、売上が前年を超えることは難しい。
スーパー（店長）	・当社の取組が成功しており伸び率は好調である。今後も引き続き好調に推移するとみている。
スーパー（企画担当）	・消費税の引上げまでは、今までどおりの節約志向が続くとみている。客も安いものは買うが、必要のないものは買わないなど、財布のひもを固くしている。
スーパー（営業担当）	・3月以降、加工食品を中心に値上げが相次いでいる。消費者は財布のひもを固くしており、少しでも価格が安いドラッグストアに客が流れている。
コンビニ（経営者）	・特に低単価商材を意識した品ぞろえをしていないにもかかわらず、客単価が減少気味であることが気掛かりである。良くなるような要因もなく、現状のまま推移するとみている。
コンビニ（経営者）	・今月の状況は悪いが、3か月先にどのような動きになるかは分からない。多少は期待したい。
コンビニ（エリア担当）	・景気が変動するような大きな要因はない。

コンビニ（エリア担当）	・来客数の動きに変化がない。この先は花見や桜まつりなどのシーズンとなるが、桜前線の動きによっては、観光客の動きにも影響が出てくるとみている。
衣料品専門店（経営者）	・10連休となるゴールデンウィークの影響により、売上が減少することを懸念している。
衣料品専門店（店長）	・スーツを購入する中心客層の動きが鈍いことが気にかかる。改元となることで景気が良くなる話があればいいが、物価の値上がりなどもあるため余り楽観視はできない。
衣料品専門店（総務担当）	・新年度及び季節商材の移行時期ではあるものの、今までの動きからは、新たな消費者の購買につながるとは考えにくい。
家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待しているが、今のところ動きはない。前年のような猛暑も期待できないため、客の購買意欲も上がっていない。そのため、この先の天候によっては前年を下回る可能性もあるとみている。
家電量販店（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の動きが少しずつ出てくるとみている。ただし、平均すれば余り変わらない見込みである。
乗用車販売店（経営者）	・3月が年間で最大の需要期のため、4月以降からは徐々に動きが鈍くなるとみている。
乗用車販売店（従業員）	・3月は繁忙期で来客数も多いと見込んでいたが、さほど変わりがない状態である。この先も短い期間で改善するとは考えにくい。
住関連専門店（経営者）	・改元となり、世の中はお祝いムードになるとみているが、当店の取扱商材は余り関係がないため、現状維持で推移するとみている。
住関連専門店（経営者）	・来客数が増えず販売量にも変化がないため、当分は現状維持が続くとみている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・景気の先行きは不透明である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・温暖化の影響や、暖房用燃料の灯油から電気への移行傾向により、石油系燃料の販売状況は悪化している。この傾向は今後も続く見込みであり、販売量の減少が続くとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・大きな変動要因がないため、景気は今後も余り変わらないとみている。
高級レストラン（支配人）	・売上が10%ほど落ち込んでいる状態は今後も続くとみている。
一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークが10連休となるため期待はあるが、その後の消費疲れを考えると余り変わらないとみている。
一般レストラン（経営者）	・3年ほど前からデパートの地下食品フロアにおいてブースを持っているが、そちらは比較的好調である。しかし、外食やレストランに消費者の足が向くことがないため、流れは中食に移っているのではないかとみている。
一般レストラン（経営者）	・暖かくなるに伴って景気も良くなると期待したいが、客の様子からは余り変わらないとみている。
観光型ホテル（経営者）	・10連休となるゴールデンウィークの影響で、5～6月は個人客の動きが鈍っており、予約数も振るわない状況である。
観光型旅館（スタッフ）	・花見シーズン、ゴールデンウィークと続き、その後は農繁期に入る。景気については余り変わらないとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・これからは歓送迎会などが出てくるが、学校関係では生徒数の激減により教職員の数も減っているため、1回当たりの人数も減ってきている。また、新入社員の歓迎会も少なくなっているため、宴会部門に関しては厳しい状況が続くとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況も、ほぼ前年並みで推移している。
タクシー運転手	・新入社員の歓迎会など、今月の落ち込みをカバーできるような動きを期待しているものの、動きにはむらがあるため、結果的には余り変わらないとみている。
通信会社（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因に乏しい。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げまでは、景気はそれほど変わらないとみている。
通信会社（営業担当）	・客の様子に変化がないため、余り変わらないとみている。

	競艇場（職員）	・ゴールデンウィークはそれなりの来客数や売上が見込めるものの、それ以外は余り期待ができないため、全体的には横ばいで推移するとみている。	
	住宅販売会社（経営者）	・建て売りなどの予定がある。なかには建築前に決定しているものもある。	
	商店街（代表者）	・6月の大型商業施設の閉店により、従業員やパートの解雇、商店街の集客力低下など、地域経済への影響が懸念される。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・10月の消費税の引上げに向けて各メーカーが値上げを始めている。また、客にも買い控えの様子がうかがえる。消費税の引上げ直前となれば少し動きが出るとみているものの、様子見の状態が続くとみている。	
	百貨店（企画担当）	・中国の景気後退の影響もあり、徐々に県内の景気にも影響が出てくるのではないかと危惧している。	
	コンビニ（経営者）	・売上を劇的に増加させるような本部施策もなく、来客数が前年を下回るなど厳しい経営が続くとみている。	
	衣料品専門店（経営者）	・米中貿易摩擦の影響や株価の動向など、先行きの不透明感がますます強くなっている。そのため、消費は冷え込んでいくとみている。	
	衣料品専門店（店長）	・オープンモールに出店した競合店の集客力が、月を追うごとに強くなっている。	
	乗用車販売店（経営者）	・国際情勢、韓国や中国との関係悪化などが原因で、貿易収支が悪化の一途をたどっている。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・地元において選挙の影響は少ない様子である。しかし、秋の消費税の引上げ前に、各商品に値上げの情報が出ている。そのため、3か月後には値上げ前後の特需と反動減が発生する可能性がある。また、10連休となるゴールデンウィークは、商売的に大きなマイナスとなる可能性が高いため、売上悪化は避けられないのではないかとみている。	
	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏場の売上が極端に減少することは避けられない。西日本では空調ファン付き作業服の売行きが好調のようであるが、我慢強い県民性があるのか東北での動きはまだまだ少ない。	
	高級レストラン（経営者）	・良くなるような要因がないため、景気はしばらく良くないとみている。	
	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げもそうであるが、10連休となるゴールデンウィークも、商売上かなりの足かせとなっている。そのため2～3か月先の景気はやや悪くなっているとみている。	
	観光型旅館（経営者）	・春からの商品値上げや消費税の引上げなど、マイナス要因が目立つ。業種によっては駆け込み需要があるだろうが、全体的には消費の手控えがあるとみている。	
	タクシー運転手	・3月は人が動く時期であるが、1月と変わらない動きをしている。街の中に人はいるが、安い交通手段を利用している様子である。消費者の財布のひもは固くなっており、今後も振るわない状況が続くとみている。	
	設計事務所（経営者）	・官公庁の予算が確定し執行される6月までは、大きな動きはないとみている。	
	×	商店街（代表者）	・予約がほとんど入っていない状況であり、良くなるような情報もないため、この先の景気はかなり悪くなるとみている。
	×	商店街（代表者）	・改元による需要よりも混乱の方が大きいのではないかと。さらに、10連休となるゴールデンウィークも心配である。
	×	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において、恩恵を受けるのは旅行会社だけである。一般の商店では来客数の減少を心配している。また、ゴールデンウィークで金を使うため、連休前後の消費は落ち込むとみている。
	×	スーパー（経営者）	・可処分所得が伸びないなかで食品の値上げが続いていることや、消費税の引上げがスタートすることにより、支出構造が変化するとみている。
	×	住関連専門店（経営者）	・受注生産であるが、年度末以降の受注が乏しいため、売上、販売量共に落ち込むとみている。
企業 動向 関連 (東北)		金融業（広報担当）	・今後は各業種が本格的に春仕様となる。ゴールデンウィークや祭りのシーズンとなることで、国内やインバウンドの個人消費の増加が大いに期待できる。
		食料品製造業（経営者）	・ゴールデンウィークが10連休となるため、良くなるとみている。

	木材木製品製造業（経営者）	・受注が低調に推移しているものの、消費税の引上げ前の駆け込み需要がある程度見込めるため、今よりは良くなるとみている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・改元に伴うシステム改良などの需要に期待している。
	広告業協会（役員）	・改元や10連休となるゴールデンウィークなど、話題が豊富である。商業施設でのイベントなどが活発に行われるため、短期的には売上増につながる見込みである。
	広告代理店（経営者）	・改元に伴い、印刷物の発注を控えていた自治体が一斉に動き出すと見込んでいる。
	農林水産業（従業者）	・東日本大震災から8年が過ぎるが、いまだに風評被害が残っている。震災前に戻ることを期待したい。
	食料品製造業（経営者）	・春からは多くの食品関係が値上げとなる。そのため、し好品の動きは鈍くなるとみている。
	食料品製造業（営業担当）	・新商品投入やキャンペーンなどにより、売上増加を目指している、しかし、大きな変化は期待できないため、現状維持で精一杯になるとみている。
	金属製品製造業（経営者）	・季節要因で忙しくなるものの、平年を上回るかは不透明である。
	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か月は現状のまま推移するとみている。
	輸送業（経営者）	・現在の低調な動きが改善するような変化は期待できない。
	通信業（営業担当）	・客に他社への契約切替えをされないよう、これまで同様にサービスの検討が必要であり、摸索が続く見込みである。
	通信業（営業担当）	・政治の力による景気回復は難しい。
	通信業（営業担当）	・ゴールデンウィークが10連休と長期のため営業稼働日数が少ない。客も多忙な状態であるため、アポイントが取りづらくなるとみている。
	金融業（営業担当）	・景気に対する大きな変化要因はない。
	広告代理店（経営者）	・得意先企業からの発注量の動きが鈍い。また、10連休の動きの読みにくさや、選挙を控えた環境など、これらの複数の要因から、改元時のお祭りムードへの期待はあるものの、足踏み状態が続くとみている。
	経営コンサルタント	・景気が好転するような要因に乏しい。
	司法書士	・登記申請件数は例年並みであり、消費税の引上げ前の駆け込み需要はみられていない。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・納入価格の引下げを示唆され始めている。また、競合他社の値下げなどもあり、この先も厳しい状況が続くとみている。
	その他企業〔協同組合〕（職員）	・可もなく不可もなく、現状維持が続くとみている。
	農林水産業（従業者）	・暖冬の影響で果樹の生育が早まり、霜などの害が深刻化する可能性を危惧している。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・紙の印刷物からネットへの切替えや、マイナス金利の影響による金融機関の経費圧縮が響いており、2～3か月先の受注残は前年同月比で5%減少している。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・地域間格差はあるものの、東北全体としては出荷が減少するとみている組合員の声が多い。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体業界全体で在庫調整が本格化する見通しである。そのため、販売量が減少する可能性が大きい。
	建設業（従業者）	・公共工事の発注は進捗しているが、結果が出る前の時期と重なるため、受注量としては減少する可能性が高い。
	公認会計士	・建設業、製造業関係は、売上、利益共に前年比が減少しているものの、一定の利益は確保している。それに対して、小売業関係は利益自体が赤字であり、現時点で業績回復のめどが立っていない。
	コピーサービス業（従業者）	・パソコン関連商品の在庫が少なく、多少の欠品が生じている。数か月の間は生産が間に合わずに品薄状態が続くため、売上の厳しい状況が続く見込みである。
	x その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・客は中小企業に勤める人が多い。給料の手取り額が減少し、高額商材にはなかなか手が出せない状況である。政府には中小企業への対策を検討してほしい。
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3年抵触や無期雇用転換など、流動化する派遣業界の中であってシェアを伸ばしきった感がある。しかし、派遣という働き方は依然として支持されており、2～3か月先もそれほど悲観する状況にはならないとみている。
	アウトソーシング企業（社員）	・契約価格が上昇傾向のまま推移すれば、売上の増加が見込める。
	人材派遣会社（社員）	・各企業は来年の新卒採用に向けて積極的に動いている。ビジネスの拡大や売上増加を考えて、求人を増やしている企業が多く、現在の景気の良い状態はしばらく続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・働き方改革関連法案により、収益が圧迫される可能性を懸念している。
	人材派遣会社（社員）	・採用困難により出店や事業展開が保留される状況に対して、改善する兆しがみえない。
	人材派遣会社（社員）	・求人数は増加傾向にあり、市況感も良い状態が続くとみている。しかし、今までの中途採用の募集理由は単純に業容拡大によるものが中心であったが、直近ではその理由が新卒採用の苦戦や若手層が定着しないことによる欠員補充に変わりつつある。そのため、今後も新卒採用と、若手層の中途採用の二軸で募集が続く見込みである。
	人材派遣会社（社員）	・人手不足の現状もあり、今後も大きな期待はできない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ここにきて景気後退論が出始めるほど、今一つ景気浮揚感がないのが実態である。求人基幹業種である地方流通は皇太子殿下の御即位による祝賀ムードや消費税の引上げ前の駆け込み需要に消費拡大のきっかけを期待しているが、この景気後退感を払拭するまでには至らないとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・皇太子殿下の御即位や、ラグビーワールドカップに伴う特需を期待しているが、復興需要の更なる落ち込みを懸念している。
	職業安定所（職員）	・求人数の増加幅の縮小傾向や求職者数の減少傾向は今後も続くとみている。
	職業安定所（職員）	・雇用情勢は高水準を維持しているが、求人数は減少傾向にある。また、求人倍率は低下傾向にあるものの、依然として人手不足の状況が続くとみている。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で増加しているが、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しており、人手不足による高水準が続いている。企業都合による離職者も発生しているが、今後も横ばいで推移するとみている。
	職業安定所（職員）	・一部の事業所において雇用調整の相談を受けるものの、人手不足感は強く、求人数の前年度同月比が増加傾向で推移している状況は変わらない。
	学校〔専門学校〕	・年度初めの改元や、消費税の引上げ前の駆け込み需要など、景気回復が見込まれるものの実感はない。
	人材派遣会社（社員）	・10連休となるゴールデンウィークは、派遣事業にとっては大きな痛手となる。
職業安定所（職員）	・事務所訪問などによる感触において、大きな変化はみられていない。しかし、中国、欧州などの動きを不安視しているのか、製造業の新規求人数の前年比は前年7月から減少傾向で推移している。	
x	*	*