

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)		-	-
		スーパー（店長）	・程度の差はあるが、消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待している。
		コンビニ（経営者）	・天候の影響もあり来客数が増加している。また、客単価、買上点数共に2%上昇しており、この状態は今後も続くともっている。
		住関連専門店（経営者）	・現在受注している物件は3か月以降に納品になるため、消費税の引上げの影響はない。ただし、現時点ではその後の影響について定かではない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により、高額商材は多少の売上増加が見込める。ただし、様々な不安要因があるため、今後の景気動向を注視していきたい。
		高級レストラン（支配人）	・税込み価格で表示しているため、消費税の引上げに伴い本体価格を上げることになる。そのため、来客数さえ前年並みであれば、売上は前年を上回る見込みである。
		通信会社（営業担当）	・既存エリア、新規エリアの拡張工事も始まり、これに合わせて加入者獲得営業も順調に推移している。このため、新規の営業対象者も増えてきており、これまで以上の客の獲得が期待できる。一方で、高齢者の解約者が増えているものの、それ以上に新規の加入者が上回ってきている。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に期待している。
		通信会社（営業担当）	・業界の販売の仕組みが変わったことによる販売量の落ち込みも、底を打ったとみている。
		テーマパーク（職員）	・旅行シーズンとなり団体客が増えるため、売上、単価共に好調になる見込みである。
		観光名所（職員）	・予約数は前年同月とほぼ同じ推移となっている。予約のない個人客の伸びが良く、夏休みが終わった後の土日でも、この客層により来客数や単価の状態が非常に良い状態が続いている。景気が良くなっていると実感しており、単価の伸びはしばらく続くともっている。
		設計事務所（経営者）	・当社は9月から新年度になる。民間受注が堅調であることから、業務としては例年並みを維持できるとみている。
		商店街（代表者）	・来客数は順調に推移している。お盆以降は風が冷たくなってきているが、このことが今後の秋物商材、秋物衣料品に対してプラスとなることを期待している。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げまであと1か月となったが、増加率の少なさや増税後のキャッシュレス還元などの施策があることから、消費者の動きは鈍い。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・天候に左右されることのない業種といわれているものの、今年は猛暑のため、日中に外出する人が少なくなっている。また、なじみ客に関しては堅調に推移しているが、来客数自体は毎月減少傾向にあるため、全体の来客数を押し上げる施策を考えなければならない。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・猛暑で夏物が売れるかといえばそうでもない。また、残暑が続くと予報されているが、このまま秋物～冬物の購入が後倒しになってしまえば、良くない状況が今後も続くともっている。
		百貨店（売場主任）	・消費税の引上げ後の反動は、しばらくすれば落ち着く見込みである。ただし、地域経済の景況感及び客の購買動向を踏まえると、今後もまだまだ消費の停滞は続くともっている。
	百貨店（営業担当）	・消費税の引上げからある程度の時間が経過するため、消費動向は回復すると見込んでいる。	
	百貨店（買付担当）	・消費税の引上げ前の対策として、衣料品ではコートなどの重衣料を投入予定であるが、今までの客の動きをみても購買意欲が高まるかは不透明である。	
	百貨店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が実感できていない。そのため、増税後のマイナスの影響は前回ほどではないともっているものの、衣料品については買い控えにつながっていくことを懸念している。	
	スーパー（経営者）	・一部の商品については、消費税の引上げ前の駆け込み需要が発生する見込みである。また、9月後半には消耗品などにも特需が起きるとみている。ただし、一時的なものであり、増税後はキャッシュレスのポイント還元もあるため、全体的な消費傾向に変化はないともっている。	

コンビニ（経営者）	・この先は気温も低くなり、10～11月にもなると年末を見越して消費も鈍りがちになる。そのため、悪くても今月並みの売上を確保したい。
コンビニ（経営者）	・来客数や客単価の先行きが不透明であり、消費税の引上げなど不安要素が増えるばかりである。
コンビニ（エリア担当）	・来客数は伸びているものの、10月の消費税の引上げで買上点数の減少が見込まれている。
コンビニ（エリア担当）	・秋～冬に向けて外的環境の変化に期待ができない。消費税の引上げやキャッシュレス還元などの影響はあるものの、来客数の動きに変化はないとみている。
衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げを前に売込みに懸命であるが、値段の交渉で苦慮している。
衣料品専門店（経営者）	・秋冬物が本番になるが、消費税の引上げの影響がどう出るのか不安である。増税はきっちり同率で上げてほしかった。品目やシチュエーションで税率に差が出るため、納得がいかないままの消費税の引上げとなる。
乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要がないため、この先も余り変わらないとみている。
乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げに関しては、以前からその前後の対応策を検討し実施しているため、営業実績に大きな差はでないかとみている。同業他社もほぼ同様の対応をしている。
乗用車販売店（従業員）	・新車に関していえば、駆け込み需要が見込めるのは今月までである。現状は来客数に変化がみられず、受注にも変化は見受けられない。
乗用車販売店（本部）	・急激な変化はないとみている。ただし、消費税の引上げ後を危ぶむ法人客の声が増えつつあるため、予断を許さない状況である。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税の引上げや軽減税率、キャッシュレスのポイント還元などがどのように9月の売上に影響を及ぼすのか判断しづらい。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・防寒着が年々売れなくなってきているが、それに替わる商品がない。インナーが充実してきているが、個人負担のため当店の売上に直接の関わりがないことが痛い。何か防寒対策の商品が当たればいいのだが、今のところ好材料はない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・上向きの推移のまま需要期に入るとみている。秋の需要先である農家では、米などが順調に生育しており、このまま台風などの影響がなければ安定した収穫が見込める。そのため、農家向けの石油製品が順調に動くかとみている。
一般レストラン（経営者）	・秋～冬に掛けて結婚式、結婚パーティの需要が増える時期であるが、今年は非常に少ない状態である。そのため、全体的に低調に推移していくとみている。
観光型ホテル（経営者）	・夏休みの個人客は例年並みで推移したものの、秋口の団体客の予約状況は今一つである。
観光型旅館（スタッフ）	・行楽シーズンで繁忙期に入るものの、状況に変化がなく、申込件数は前年比70%で推移している。旅行会社においても復興支援企画などを行っているが、当社への実績はゼロに等しい。復興支援は大変有り難いが、もう少し現地情報などを調べた上で実施してほしい。
都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊については8月に大きなピークを迎えているため、秋口の紅葉シーズンまで特に大きな動きはない。ただし、一般宴会については、宴会場のリニューアル効果も含めて来客数をどれくらい獲得できるかに掛かっているが、全体的には前年並みとなる見込みである。
都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況から、景気は余り変わらないとみている。
旅行代理店（店長）	・まだまだ動きは目立たないものの、秋以降の旅行商品発売と同時に予約件数が伸びてきている。
競艇場（職員）	・今月は来場促進イベントなどを実施したものの、全く効果がみられていない。そのため、この先も現状維持が精一杯になるとみている。
住宅販売会社（経営者）	・土地付きでの受注の見通しが立ち、予約も徐々に入ってきている。
商店街（代表者）	・消費税の引上げ後はますます買い控えとなり、消費者はディスカウント店や大型店へ流れてしまう。そのため、来客数が減少するとみている。
商店街（代表者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が盛り上がりがないなか、増税後の買い控えを心配している。

一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げにより酒の価格が上がるため、ますます売れなくなるとみている。
一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げの影響がどのように出るのかわからない。しかも今回の増税は余りに複雑であり、取扱商品にはいまだに曖昧な商品もある。同業者の中には余りにも複雑すぎるため、これを機に店仕舞いを考えているという声も少なくない。消費者にとっても、消費税の引上げ前に駆け込み需要が出るほど消費マインドが上がるのか疑問である。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・隣国の不買運動や訪日観光客の減少など、不安感を助長する出来事が多い。消費拡大には先行きへの安心感が重要であるが、当面は厳しい状況が続くとみている。
百貨店（企画担当）	・客の動きが鈍いため、景気はやや悪くなるとみている。
スーパー（店長）	・外的要因による売上増加が続いていたが、現在はその影響はほとんどみられていない。今後は消費税の引上げもあり、以前よりも売上減少につながることを心配している。
スーパー（店長）	・消費税の引上げまでは駆け込み需要などが期待できるが、増税後は消費が冷え込むとみている。
スーパー（企画担当）	・消費税の引上げ以降は、景気はやや悪くなるとみている。
スーパー（営業担当）	・消費税の引上げで更に節約志向が高まり、消費者は買物に慎重になるとみている。
スーパー（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は食料品には大きく影響しない。かえって節約志向が高まり、購入する商品の絞り込みが強まるのではないかとみている。
コンビニ（経営者）	・気温の低下とともに来客数の減少が見込まれる。
コンビニ（経営者）	・今月は天候が不安定だった。今後も台風などにより来客数が変動するとみている。
コンビニ（エリア担当）	・メーカーによる値上げが続いている。サンマなどの不漁や消費税の引上げも重なり、今後はますます消費が低迷する可能性が高い。
衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待しているが、増税後の落ち込みのほうが大きいとみている。消費に関してますます慎重になり、必要なものしか買わない傾向が強まるとみている。
衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により単価の高い商品に動きがある反面、10月の消費税の引上げ以降は、多少なりともその反動が表れるとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・9月は消費税の引上げ前の駆け込み需要があると期待しているが、その後は再び以前の状態で推移するとみている。
家電量販店（店長）	・今のところ、消費者は消費税の引上げ前に商品を購入する傾向が強く、増税後の景気対策は余り周知されていないように見受けられる。そのため、増税後は買物をするような消費マインドにならずに、景気は若干冷え込むとみている。
住関連専門店（経営者）	・消費税の引上げを控えて、ものがますます売れなくなると危惧している。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・これから消費税の引上げに向けて動きがあるとみているが、消費動向は低調なまま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）	・8月の販売量は好調に推移したが、この先はこれまでの前年比を下回る推移に戻るとみている。
観光型旅館（経営者）	・消費税の引上げで様子見なのか消費に手控え感がみられており、このまま低迷した状態が続くとみている。
旅行代理店（経営者）	・個人旅行の需要は余り良くない傾向にあり、特に消費税の引上げ後である10～11月は買い控えもみられている。今後の動きに注意が必要である。
旅行代理店（店長）	・消費税の引上げの影響で、一時的に買い控えが発生するとみている。
旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィーク明けからの悪い傾向が続いている。今後も消費税の引上げがあるため、上向く材料が見当たらない。
タクシー運転手	・8月の売上は地元客ではなく他県からの客によるものである。そのため、今後の景気は地元客の動き次第となる。
タクシー運転手	・今月初旬は猛暑が続いたが中旬以降は秋めいている。にもかかわらず、商店街、アーケード街を歩いている高齢者や、ショッピングモールの家族連れの来客数が減少している様子がうかがえる。

	通信会社（営業担当）	・消費税の引上げが1か月後に迫っており、消費動向が鈍っている。キャッシュレス時代に突入する気配や買い控え、経営側の増収減益が見込まれるため、景気は悪くなるとみている。
	通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ後は需要が落ち込むため、景気は悪くなるとみている。
	通信会社（営業担当）	・消費税の引上げに伴い、購買意欲などが低下する可能性がある。
	通信会社（営業担当）	・消費税の引上げに伴う影響は避けられないとみている。
	通信会社（営業担当）	・消費税の引上げにより、買い控えが発生するとみている。
	遊園地（経営者）	・消費税の引上げに伴う価格転嫁を最小限に抑えて、ほぼ据置きとする予定である。それでも家計の財布への影響は避けられないとみている。
	美容室（経営者）	・消費税の引上げから1か月後くらいまでは、誰でも購買意欲が減少して節約志向となるため、景気は落ち込むとみている。ただし、生活している以上はそれが続くことは難しく、その後は徐々に戻っていくとみている。
	その他住宅[リフォーム]（従業員）	・消費税引上げ以降は、住宅設備を含むリフォーム工事の問合せが減少する見通しである。
×	商店街（代表者）	・予約状況からみても2～3か月先はかなり悪くなる見込みである。米中貿易摩擦の影響によりかなり景気は悪くなるのではないかとみている。
×	一般小売店[書籍]（経営者）	・商品力の状況に明るい兆しが見られていない。また、消費税の引上げに伴う影響が予測できないが、相当厳しくなるとみている。
×	一般小売店[医薬品]（経営者）	・消費税の引上げに伴うキャッシュレス化を控えて、その準備に大忙しである。販売量、来客数、店頭立つ社員の労力的な意味でも不具合が大きすぎるため、小売業は一時的ではあるものの大打撃を受けるのではないかとみている。
×	スーパー（経営者）	・可処分所得が伸びないなかでの消費税の引上げは大きなインパクトである。そのため、客の節約志向が強まるとみている。
×	コンビニ（店長）	・10月から消費税の引上げが開始されるが、高齢者はキャッシュレスによるポイント還元システムを余り理解できていないため、消費は冷え込むとみている。また、最低賃金が上昇するが、年金生活者には余り関係がなく、消費は非常に厳しくなるとみている。
×	コンビニ（店長）	・気温の低下とともに売上も落ちていく。競合店舗の影響も大きい。10月の最低賃金の上昇によって経営は今までにないほど厳しいものになるとみている。
×	衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げ後の展望が余りにも暗い。増税の影響で消費が落ち込むため、店は商品価格を下げるかと予測される。だから今は購入することを控えるというムードの中での9～10月は、非常に苦しいものになるとみている。少額の商品でも買い控えをされてしまうと、当店のような商品を扱う店舗は、大きな打撃を受けると危惧している。
×	衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げにより、更に買い控えが高まっていくとみている。
×	家電量販店（従業員）	・消費税の引上げ後は、8～9月の駆け込み需要の反動で大きく落ち込むとみている。その影響がいつまで続くのかは不明であるが、政府にはぜひ景気対策となるようなことをしてほしい。
×	住関連専門店（経営者）	・消費税の引上げの影響は大きい。客の買い控えが解消されるまで少し時間が掛かるとみえており、しばらくは辛抱することになる。
×	高級レストラン（経営者）	・少なくとも9月までの予約状況が良くないため、これからばん回できるとは考えにくい。景気自体が非常に悪くなっているように見受けられる。
×	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げの影響が大きい。仕入価格が高くなるが、小さい店では価格に100%転嫁することはできないため、かなり景気が悪くなるとみている。
×	一般レストラン（経営者）	・10月からの消費税の引上げに伴い、既に景気の悪いムードになっている。そのため、景気は確実に冷え込むとみている。

	x	一般レストラン（経営者）	・都会では既にいろいろなキャッシュレス決済が使用できるが、田舎では高齢者も多く、今後も現金派は多いままではないか。また、材料費が相当な値上がりをしている、生活必需品に金が掛かるなど、なかなか景気が上向くような要素がない。
	x	観光名所（職員）	・消費税の引上げで節約傾向が高まり、無駄な出費が控えられるため、レジャー産業は特に落ち込むとみている。
	x	その他住宅投資の動向を把握できる者（住宅展示場運営会社）	・8月時点での客の動きが鈍いため、消費税の引上げ後は、成約棟数、来場組数共に減少するとみている。
企業 動向 関連 (東北)		-	-
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・選挙関係の仕事が見込めるため、期待している。
		建設業（従業員）	・夏季休暇前後で出件した公共工事の受注者が確定する時期と重なるため、現時点より景気は上向くとみている。
		司法書士	・消費税の引上げ後に住宅を購入した方が得策だとする買い控えがあるため、10月以降は多少良くなるとみている。
		コピーサービス業（従業員）	・消費税の引上げ後のポイント還元やパソコンの入替えなど、商談が増える環境になるため、期待をしている。
		農林水産業（従業者）	・桃は全般的に品質が良く、晩成種も販売単価が良くなると期待している。
		食料品製造業（経営者）	・消費税の引上げでレストランでの飲食は10%となるため、来客数の減少への影響があるとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・新商品の売上で既存商品の落ち込みをカバーしているが、この状態をいつまで維持できるのか不透明であり、厳しい状況に変わりはないとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・米中貿易摩擦の影響はあるものの、これ以上悪くなることはないかとみている。徐々に回復傾向に移行する見込みであるが、この先2～3か月は現状維持とみている。
		建設業（企画担当）	・消費税の引上げ後は一時的に景気が落ち込むとみている。ただし、受注予定に大きな変動はなく、景気は横ばいで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・明るい見通しはないが、なじみ客との信頼関係の維持に努めるしかない。
		通信業（営業担当）	・この先の景気が上向くような材料がない。
		通信業（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は、当初の見込みの半分となっている。10月以降は更に買い控えが発生することが見込まれる。
		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）	・デジタル媒体への移行が急速に進み、印刷物の量は減少が続くとみている。
		経営コンサルタント	・夏の終わりに暑さがぶり返し、秋物の立ち上がりに水を差すことを心配している。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・取引先における消費税の引上げへの思惑から、広告予算の上向きは期待できない。厳しい状況が継続するとみている。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積依頼件数が微増傾向にあるものの、同業他社との価格競争によるものが目立っている。
		食料品製造業（経営者）	・現在の販売環境からみて、10月の消費税の引上げにより、更に厳しい数字になるとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・9月までは消費税の引上げ前の駆け込み需要で売上が増える見込みであるが、10月以降はその反動で落ち込むとみている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・公共工事や民間工事の減少、百貨店の閉店や商店街の疲弊、また、賃金が上がらない状態での消費税の引上げにより、今後の景気は悪化するものとみている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・日韓関係や貿易の問題など、景気の悪化につながる問題が解決されていない。むしろどんどん悪化しているように見える。また、10月の消費税の引上げ後の景気の動きも気になるところである。	
	輸送業（経営者）	・上半期の売上は前年をやや下回っているが、米中貿易摩擦などの影響により輸出関連取引先の輸出が延期になったことや、製造業の取引先の受注量が減少する計画のため、下半期は更に下回る見込みである。	
	金融業（広報担当）	・地政学的要因から、近年好調に推移してきたインバウンド関連のペースダウンは必至となる。消費税の引上げが予定どおりであれば、堅調に推移してきた個人消費も頭打ちが見込まれる。	

	広告業協会（役員）	・消費税の引上げ後の様子見で広告出稿を手控える企業が多くなる見込みである。今までの前年比は微減で推移していたが、10月以降の落ち込みがどれほどになるか、見当がつかない。
	広告代理店（経営者）	・米中、日韓の動きの影響。
	公認会計士	・消費税の引上げの影響が出てくるため、小売関係は売上などの減少が更に続くともみている。建設関係は一定の売上、利益を確保するとしても、小売関係の落ち込みをカバーできないため、やはり景気は悪くなるとみている。
	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経営者）	・消費税の引上げに伴う生活防衛意識の高まりで、外食などを控える傾向になるとみている。そのため、アルコール飲料もよりお買得感のあるものへとシフトするのではないかと危惧している。
	× 農林水産業（従業者）	・消費税の引上げにより消費税納入額が増えるため、景気は悪くなるとみている。
	× 金属製品製造業（経営者）	・主要取引先の来年度予定が出てきているが、良くない状況となっている。
	× その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経営者）	・今年に入ってからからの状況からも、良くなるような要素は全くない。中小企業にとっては大変な時代になってきている。
雇用 関連 (東北)	人材派遣会社（社員）	・売上、利益が過去最高となっている。大口の案件が開始すると粗利益が高止まりしながら推移するため、2～3か月先の収益状況にもかなりの期待をしている。
	人材派遣会社（社員）	・景気に対する不安はあるが、人手不足の状況は変わらない。求人数は現時点でまだまだ上昇傾向が続いているため、今後も堅調に推移していくとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・短期的ではあるが、ラグビーワールドカップの開催で景気が上向くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・人事や中小企業の経営者の話では、企業の商売環境が良くなる見通しが無いため、従業員の数を積極的に増やそうとする企業は余り見受けられない。人手不足の企業は引き続き求人があるとみているが、新しい職種や企業からの求人が生まれるとは考えにくい。
	人材派遣会社（社員）	・人手不足などの状況が改善する材料は多くない。しかし、一方で外国人採用などに目を向け始めている企業が増え始めているなど、多様化による採用難課題の改善は、草の根ベースでも胎動がみられている。
	人材派遣会社（社員）	・同一賃金同一労働の動きもあり、企業は様子見をしている。そのため、この先も大きな変動は見込めない。
	アウトソーシング企業（社員）	・特に大きな受注もないため、今後2～3か月は変わらないとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元では市議会選挙もあり、地元商店を中心にこれから動き出すという期待感が多少なりともみられている。ただし、消費税の引上げがブレーキになるという見方もあるため、どの方向に動くかは勝負所である。
	職業安定所（職員）	・求人数の増加につながる工場増設の情報はあるものの、来年の春以降の話である。それ以外に景気の変動に関わる情報もないことから、今後の景気も余り変わらないとみている。
	職業安定所（職員）	・求人数、求職者数共に、前年並みの動きになるとみている。
	その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足や製造業の受注量減少などの傾向が継続する見込みである。
	職業安定所（職員）	・カーナビ関連企業などにおいて、今後の受注が少なくなる見込みのため、大きな人員整理があるのではないかとみている。現在の世界経済の流れからは、製造業が若干悪化すると見込まれる。
	職業安定所（職員）	・景気が良くなるような話は余り聞こえてこない。
学校〔専門学校〕	・消費税の引上げが始まれば、当然のごとく買い控えが発生するとみている。	
×	人材派遣会社（社員）	・消費税の引上げが更に景気を悪化させるとみている。