

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (東北)		-	-	-
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・消費税の引上げに対するポイント還元などの策が奏功しており、販売量が増加している。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・消費税の引上げによる影響を懸念していたが、それほど影響もなく推移している。また、9月までの暑さが完全に抜けて、水中心のドリンクから様々な種類の飲料に動きが分散したため、単価が若干上昇している。
		乗用車販売店（本部）	お客様の様子	・台風19号の影響で冠水被害のあった地域では一定の特需が発生している。個人、法人共に動きが加速しているものの、被災していない地域は平常どおりのため、全体を大きく押し上げるには至っていない。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・2～3か月前と比較して、販売量が若干回復している。
		旅行代理店（店長）	販売量の動き	・度重なる台風や水害により相当数の国内旅行、海外旅行のキャンセルが発生しているが、何とか前年比95%で推移している。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規加入者数は微増であるが、解約者数が減少傾向にあるため、テレビ、インターネット、電話など全てのサービスで純増となっている。特にインターネットの解約者が減り、電話の加入者は順調に伸びているなど、僅かではあるが景気の緩やかな改善がみられている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・9月は消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少あったが、増税後もキャッシュレス還元などの施策があるため、大きな反動減はみられていない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・月刊誌、観光ガイド誌、コミックなど、単品の販売動向により売上が変わっているため、全体的な景気の上向きは実感できていない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・客の様子からも景気に関して余り変化はみられていない。ただし、消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減により、売上は落ち込んでいる。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・相変わらず商品の動きが鈍いものの、消費税の引上げによる影響は余りみられていない。
		一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・消費税の引上げに伴い、低額商材の動きが鈍い状態が続いている。また、高額商材の売行きにも減少傾向がみられている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に伴う反動減は当然ながら、ファッション関連、化粧品、リビング商材なども想定を下回る推移となっている。台風の影響を考慮しても、消費が上向いているという実感はない。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ直後は駆け込み需要の反動減があったものの、中旬以降の消費は回復している。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・10月は平均1品単価、来客数共に前年割れとなっている。消費税の引上げの影響で月前半に酒類や消耗雑貨の一部に買い控えが出たものの、一部地域では台風災害対策品に特需がみられている。国のキャッシュレス・消費者還元事業もあり、中旬以降は持ち直しつつあったが、全体としては変わらない状況である。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げに伴い、キャッシュレス決済を選択する客が急増している。一方、キャッシュレス・消費者還元事業の対象ではない企業のポイントや価格の施策が一段と激化している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で、来客数及び客単価が低下している。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・建設業と農家が主な客層である。今のところは横ばいであるが、農家に台風被害が出ていることが心配である。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月は週末の天候に恵まれず、売上の厳しい状況が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・キャッシュレスのポイント還元効果は薄く、休日が増えた分、来客数の減少傾向が顕著にみられている。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・台風や水害のニュースで世相が暗く、企業全体が沈んでいる。個人の客も消費税の引上げ前に比べて買物に慎重な様子を見せている。	

衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・消費税の引上げによる影響というより、高めに推移している気温や台風などの自然現象により、消費者の購入モチベーションが上がっていない。
乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・消費税の引上げにより、商談件数が余り増えていない。
乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・様子見の状態なのか、余り客の動きがみられていない。
その他専門店 [靴](従業員)	販売量の動き	・消費税の引上げの影響で購買意欲が落ちている。
その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・台風の復興需要で販売量は順調に推移しているが、景気が回復している実感はない。
高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・今年の7月から非常に悪い状態が続いている。10月は多少持ち直してきているものの、天候不順もあり、来客数はなかなか増えていない。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ここ数か月は低空飛行状態が続いており、良くなるような雰囲気もない。同業他社も同様であり、来客数、売上、単価が落ちているという話である。
観光型旅館(スタッフ)	販売量の動き	・山形県沖地震の影響はなくなったものの、引き続き総売上が前年比20%減少で推移している。特に高額商材が売れない状況である。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の購買意欲に変化はみられていない。
観光名所(職員)	来客数の動き	・夏から来客数の減少が止まらない。行楽シーズンの天候がそれなりに良いにもかかわらず、入込が悪い状態である。
競艇場(職員)	来客数の動き	・なじみ客の来場だけが目立ち、新規客の来場がほとんどない状態である。
その他サービス [自動車整備業](経営者)	販売量の動き	・来客数も販売量も好調のまま推移しており、消費税の引上げによる影響は余りみられていない。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・消費税の引上げ後から客の動きが鈍く、計画受注を下回っている。
その他住宅[リフォーム](従業員)	販売量の動き	・住宅設備器具は消費税の引上げ前に受注した商品の販売が多い。リフォームは増改築といった大型工事が増えている。
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)	来客数の動き	・この3か月間において来客数の推移に大きな変化はない。新規と2回目以降のどちらの来客数も減少している。
商店街(代表者)	販売量の動き	・消費税の引上げと値上げによって割高感が大きくなり、消費者は量販店や100円ショップなどに流れている。
一般小売店 [酒](経営者)	販売量の動き	・消費税の引上げで販売価格も上がったため、販売量が減少している。
一般小売店 [酒](経営者)	販売量の動き	・消費マインドが落ち込み、全体の販売量の動きも日を追うごとに鈍くなっている。キャッシュレスに伴うポイント還元なども実施しているが、交通ICカードの所持率が低い地方で普及するにはかなりの時間が掛かる。特に高齢者には抵抗感が強く、キャッシュレス社会に対応できないなら買物を我慢するしかないという声も聞こえている。
一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げの影響か、10月に入ってから来客数が20%近く落ち込んでいる。
百貨店(経営者)	お客様の様子	・消費税の引上げによる売上への影響は少しずつ減少してきている。ただし、食品の購買動向に増税前ほどの勢いはなく、むしろ節約志向がみられている。また、高額商材については回復の兆しはみられていない。
スーパー(経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に伴う反動減が月初に若干みられたものの、客単価は前月よりも回復傾向にある。ただし、来客数は前年比95.1%と前月の96%を下回っているなど、キャッシュレス還元ができる店舗に客が流れている可能性がある。

	スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税の引上げ後は売上の前年比が98.9%となるなど消費は確実に低迷している。
	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・前年比において来客数97.7%、売上98.9%と前年を下回っている。買上点数は102.8%と伸長しているため、買物に慎重になり価格に敏感に反応している客の様子がうかがえる。また、酒、たばこ、雑貨などの消費税の引上げ前の駆け込み需要もマイナス要因となっている。
	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・消費税の引上げ後は、各社共に来客数の増加策としてポイント付与率の増加を打ち出している。そのため、来客数はポイント加算の多い日に集中し、ポイント販促のない日は低単価品に需要が集中するため、利益を圧縮する要因になっている。
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ後、一部の客から買い控えがみられている。より価格の安い店舗に流れている可能性もあるが、明確な判断はできない。
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ後は酒類、日用品類の販売が鈍く、前年比で5ポイント減少している。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・9月は残暑も少なく天候不順が続いたことで売上、来客数が伸びない状態であった。10月も台風や水害など行楽客が増えにくく、厳しい状況となっている。
	コンビニ（店長）	来客数の動き	・気温とともに来客数が落ちてきていることもあるが、競合店が増えた影響も大きい。過当競争の中でやっていけるのか先が見えず不安である。
	衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・消費税の引上げや週末の台風などの影響に伴い、来客数は前年比80%、客単価は前年比90%の状態である。
	家電量販店（店長）	来客数の動き	・想定よりは少なかったものの、消費税の引上げによる影響が出ている。ラグビーワールドカップでの日本の活躍により、テレビなど多少上向いた商品もあるが、全体的には増税の影響により減少している。
	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が大きく、この影響が今月のみならず年内まで続くのではないかと懸念している。
	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・9月から徐々に新規の来客数が減少している。
	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げ直後のため、売上は非常に悪い状態となっている。
	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減や、台風19号の影響により、販売量の減少が著しい状態である。
	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	お客様の様子	・消費税引上げの影響は想定どおりであったが、台風による被害が大きく、全体的に消費マインドの低下がみられている。
	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げを機にメニューを見直して若干の値上げをしている。人件費の高騰もあり値上げせざるを得なかったのだが、来客数が減少している。富裕層の客は割り切って来店しており、アルコールを楽しみながらランチをする様子も目に付くが、全体としての景気は下降している。
	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ後もそれなりに推移していたが、月後半からの台風被害の影響もあり、来客数はやや減少している。
	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・どの業種も同じであるが、消費税の引上げによる悪影響が出ている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減で景気が下降ムードとなっていることを、タクシー利用者の声から実感している。
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税が引上げとなった最初の月である。初旬に買い控えがみられたものの、中旬以降はキャッシュレス決済などが認識され始め、従来どおりの消費の動きとなっている。ただし、実質賃金が減少傾向にあるため、景気はやや悪くなっている。
	通信会社（営業担当）	それ以外	・米中貿易摩擦以降、特に製造業で減益の企業が増えてきている。

	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税の引上げで、受注量が減少している。
	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・消費税の引上げ後は、駆け込み需要の反動減で来客数が減少している。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・台風や大雨などの災害により団体客のキャンセルが増えている。東日本大震災の後のように被害の報道がされているため、出掛ける気にならないという雰囲気は漂っている。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・年配客が多いため、美容室を利用する人が段々と少なくなってきた。
	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・官公庁からの発注案件が減っており、受注が見込めない月となっている。さらに、落札金額の低下に伴い売上は圧縮傾向にある。台風19号の水害に伴う関連物件の調査、設計、工事が来年3月までと提示されているようだが、人手不足や発注金額の低下が見込まれることから、収益性が低く多くの対応を求められる業務が増加するとみている。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・消費税の引上げとともにキャッシュレスの動きが活発化している。若者はキャッシュレス決済が多く、どうしても客単価が下がってしまう。また、台風や大雨などで2回も警戒警報が発令され、街なかに人の姿がなくなり、非常に悪い状況となっている。
×	百貨店（買付担当）	単価の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減も大きいですが、駆け込みが少なかった衣料品においても予想以上の買い控えが発生している。秋物の実売期のため、一部のなじみ客からのまとめ買いはあったものの、セール品や均一価格などの低単価商材を中心に稼働しており、かなりの苦戦となっている。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げにより消費マインドが低下している。また、キャッシュレスに伴うポイント還元により客は買い回りに慎重になっている。
×	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・なかなか寒くならなかったことで秋物の動きが悪く、洋服の売上に繋がっていない。
×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税の引上げにより客足が鈍っている。9月にそれほど大きな駆け込み需要がなかったにもかかわらず10月にこれだけ落ち込むと、非常に大きな打撃となる。
×	住関連専門店（経営者）	それ以外	・消費税の引上げもあるが、当店は台風19号による雨漏りなどの被害で、10日間ほど休店している。そのため、売上や景気どころではない状態である。
×	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響による売上不振が目立っている。また、台風被害などのマイナス要因も多く、今月は期待できない状態である。
×	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響なのか今月に入ってから動きが非常に鈍く、10月の売上において最低記録となっている。増税前の9月でも多少良かった程度であるため、今後の回復に不安が残る。
×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・来客数の前年比が減少している。また、仕入価格の値上がりなどもあり、厳しい状態である。
×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・客の話からは消費税の引上げに伴う影響は大きい様子であり、売上も落ち込んでいる。国のキャッシュレス・消費者還元事業は、ほぼ無意味である。
×	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・10月初旬までは横ばいで推移していたが、台風19号によるキャンセルが相次いだことで景気は悪くなっている。
×	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・台風15号の影響で首都圏方面の旅行が大量にキャンセルされている。また、その次の台風19号では被害も発生しており、大幅な売上減となっている。
×	タクシー運転手	競争相手の様子	・消費税の引上げによる悪影響と、台風19号やその次の週の大雨で、乗客数が大幅に減少している。
×	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・9月に消費税の引上げ前の駆け込み需要があったこともあり、10月の販売量は前年同月比70%で推移している。
×	遊園地（経営者）	来客数の動き	・今月は週末ごとに台風や悪天候にたたられている。地元の台風被害もあり前年比は大きく減少している。キャッシュレスのポイント還元やプレミアム付商品券は予想より反応があるが、消費税の引上げによる影響をカバーするには至っていない。

	x	美容室（経営者）	来客数の動き	・前年並みで推移していた来客数が、今月は10%近く減少している。
企業 動向 関連 (東北)		-	-	-
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・収穫した果物の品質が良く、例年よりも販売単価が10～20%上昇している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・選挙関係の仕事が増えているが、他の仕事が静かである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・携帯電話を中心とした携帯機器向け半導体製品については、価格及び受注量の推移に大きな変化はない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・日常生活で消費税の引上げの影響が余り見受けられず、景気の下向きや上向きの実感はない。
		建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・改修工事などの受注量に大きな変化がなく、消費税の引上げによる影響もみられていない。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・台風被害の対応についての相談が多くなっている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・市況が回復傾向にあるなか、個人投資家は利益確定の動きをみせている。消費税の引上げによる影響は特にみられていない。
		公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断すると、小売業関係は消費税の引上げ前の駆け込み需要で売上、利益共に若干増加している。建設業関係も一定の売上と利益を確保しており、3か月前と比較してもそれほどの落ち込みはない。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月に発生した消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減により苦戦している。食品のため軽減税率の対象ではあるものの、土産物は厳しい状態である。また、台風の影響もあり、売上は前年を大幅に下回っている。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・台風の影響で新幹線などの交通網がまひして観光客が減少したため、土産物が売れていない。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で、販売量が減少している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・前月までは消費税の引上げ前の駆け込み需要で10%ほどの売上があったが、今月はその反動減により、3か月前と比較して5～10%売上が落ちている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・地域間格差はあるものの、東北全体として官需、民需共に落ち込んでいる。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・公共工事の失注などにより、3か月前と比較して景気が低下している。
		輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的に受注量が減少しており、それに伴い売上も減少している。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・お盆商戦が収束して個人消費に一服感がみられている。また、原油価格の高止まり傾向が家計に影響を与えている。ただし、台風の影響による野菜の価格帯の変動は今のところみられていない。
		広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げによる消費の減速が懸念されている。さらに、台風被害の影響により広告出稿を控える企業もあり、全体的にマイナス傾向にある。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・商品カタログがデジタル化されており、印刷物としての発注量が激減している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・台風被害により、多くの地域の生活基盤が棄損されている。それに伴い、経済活動も停滞している。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・メインのIT機器の案件が伸び悩んでおり、非常に厳しい状況である。オフィスの移転案件も事務所の空き物件が少なく、引き合いも少ない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月同様、取引先の流通業において消費税の引上げの影響が大きく、その余波が当社への受注量の減少につながっており、前年比25%の減少となっている。
	x	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げの影響で、農業資材が値上がりし、利益を圧迫している。
	x	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・減産している。
	x	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・景気の悪さに加えて台風の被害も大きく、取引先では非常に売上が悪い様子である。同様に当社の状況も悪くなっている。

	x	その他非製造業 [飲食料品卸売業] (経営者)	受注量や販売量の動き	・台風被害が消費に影響を及ぼしている。
雇用 関連		-	-	-
(東北)		人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・台風19号の影響は様々な業種に影響を及ぼしており、損害保険会社や小売業、物流会社から大口の人材需要が発生している。東北全体でも数百名規模となる見込みであり、当社でも人選対応に追われている。そのため、結果として通常の秋季より数倍の活況を呈しているものの、飽くまで短期的な動きである。
		人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・個人登録は堅調に推移している。新卒採用の苦戦から今年も中途採用に流れてきている会社も多く、成約数が増加している。
		人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・相変わらず求人をつけている企業が多い。建設業、建設資材会社、小売業、外食産業、機械製造業など、中途採用も視野に入れながら採用活動を行っている。
		人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・同一労働、同一賃金により人件費の増加の可能性が高いため、来年度に向けた活発な動きはみられていない。
		アウトソーシング企業 (社員)	求人数の動き	・求人希望が増えるなど、今までなかったことが起きているため、景気が悪くなっているのではないかとみている。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・ラグビーワールドカップによる経済効果を期待していたが、台風で開催が中止されたことが響いている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・新規求人数は増加しているものの、前年同月比は減少している。また、大量求人が少なくなっていることから、景気は余り変わっていないとみている。
		職業安定所 (職員)	求人数の動き	・製造業で求人数が減少するなど、景気のピークは過ぎたように見受けられる。ただし、有効求人倍率は依然として高く、人手不足は続いている。
		その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・前年度同様に新規学卒者向けの求人数は増加している。一方、小売業や製造業で先行きが不透明として様子見をする企業が増加している。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	求人数の動き	・多少回復していた求人数も、台風19号や大雨の影響を受けて伸びが止まっている。特にサービス業や流通業は対応に追われている様子である。
		職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・製造業などにおいて、業績などを理由とした人員削減が確認されている。高卒求人においては、製造業などにおいて求人数の削減が散見されている。
		職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・なかには最近仕事が増えているものの、ある程度の時期までという事業所もある。
	x	学校 [専門学校]	周辺企業の様子	・消費税の引上げに伴い、景気は間違いなく悪化している。