

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)		コンビニ(店長)	・各業界からも景気が悪いという声しか聞こえないため、コンビニの数字も徐々に下がっていきとみているが、東京オリンピックで盛り返すのではないかとみている。いずれにしても新型コロナウイルスの状況で変わるとみている。
		商店街(代表者)	・暖かく好天の日が続いているため、12月から春物や雑貨の動きが良くなってきている。今後は春物の品ぞろえを把握して、客に販売する体制を整えていきたい。
		一般小売店[書籍](経営者)	・これから新学期を迎えて、書籍部門の需要が高まる見込みである。
		スーパー(経営者)	・天候次第ではあるが、暖冬が続けば桜の開花も早まり、花見シーズンが前倒しになるとみている。また、キャッシュレス還元の期限も迫ってくることから、ポイント還元狙いの買物が増えるかとみている。
		スーパー(店長)	・現在は正月などで支出したことによる節約傾向が続いているが、時間の経過とともに戻っていきとみている。
		コンビニ(経営者)	・買上点数と客単価が前月に引き続いて伸長しており、景気は安定している。このまま堅調に推移するとみている。
		コンビニ(経営者)	・冬が終わって客足が戻ってくる時期ではあるが、競合店舗の影響でどうなるか不安である。競合はコンビニだけではなく、ドラッグストアも同じようなサービスを提供しつつあり、しかもかなり急速に増え続けているため、大きな脅威となっている。
		コンビニ(エリア担当)	・キャッシュレス還元終了の6月までは、来客数の回復が見込める。
		衣料品専門店(経営者)	・春物が本番を迎えるため、上向きになるとみている。
		衣料品専門店(店長)	・消費税の引上げの影響が薄れ、少しずつ東京オリンピックの景気の良い話が聞こえてくるようになると、景気は多少良くなるとみている。
		家電量販店(従業員)	・前年並みの推移を見込んでいる。
		乗用車販売店(従業員)	・雪が少なく客の気持ちが春めいてきている。新型車が発表されることにより、販売量が伸びることを期待している。
		乗用車販売店(従業員)	・春は新型車の発表などもあり、確実ではないものの、今現在の情報からみると今よりは良くなる傾向にあるとみている。
		住関連専門店(経営者)	・春のお彼岸もあるため、多少の仏具の需要が見込める。
		その他専門店[白衣・ユニフォーム](営業担当)	・消費税の引上げによる買い控えなどが落ち着き、その反動で消費の動きが良くなるのではないかと期待している。
		その他専門店[ガソリンスタンド](営業担当)	・東京オリンピックの一部競技開催に伴う動きによる活性化を見込んでいる。
		一般レストラン(経営者)	・東北地方はこれから寒くなるが、3～4月から暖かくなるため、客が外に出る機会が増えるかとみている。
		通信会社(営業担当)	・3月に向けてサービスエリアの拡張と加入促進イベントを開催するため、新規客の獲得が見込める。また、新規サービスエリアの客には強力な映像コンテンツの提供で加入者の囲い込みが期待できる。
		通信会社(営業担当)	・新生活シーズンに入り、販売量が増えることを期待している。
		通信会社(営業担当)	・進学、入学、新生活のシーズンなので、多少は良くなるとみている。
	美容室(経営者)	・来客数の動きに変化はないが、客単価が上向き傾向にあるため、景気はやや良くなるとみている。	
	その他サービス[自動車整備業](経営者)	・暖冬で暖房費や衣料費が軽減された分、売上が伸びるとみている。	
	住宅販売会社(経営者)	・分譲地の販売が始まり受注が進んでいる。	
	商店街(代表者)	・キャッシュレス決済での買物比率が増加しているものの、全体的な消費量に大きな変化はなく、景気は横ばいで推移するとみている。	
	一般小売店[医薬品](経営者)	・通常の販売の動きに余り変化はなく、キャッシュレス還元により客の購買意欲もそれほど落ちていない。そのため、2～3か月先も現状と同様に推移するとみている。	

一般小売店〔酒〕（経営者）	・年度末に向け、人もモノも動く時期なので悪くても現状維持を見込んでいる。ただし、この暖冬がどれぐらいの長さで大きさを消費者に影響をもたらすのかが不安である。これまでに経験したことがない状況である。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・2～3か月先になっても、商品に動きが出るかは分からない。
百貨店（売場主任）	・地方経済を取り巻く環境は厳しく、上向く材料が見当たらない。小型店舗にとどまらず、実店舗運営を行う企業全体を対象とした消費の刺激策が必要である。
百貨店（営業担当）	・消費税の引上げの影響からは回復しつつあるが、堅実な消費が目立つため、今後も動向は変わらないとみている。
百貨店（経営者）	・春はイベントへのニーズが高まるが、節約志向からくる単価低下の流れは変わらないとみている。
スーパー（経営者）	・2月は新型コロナウイルス対策品のマスクや除菌、衛生関連需要が大きく伸びるとみているが、全体としての消費傾向は変わらず、かえって節約傾向が続くとみている。政府の景気浮揚策の効果を期待している。
スーパー（店長）	・1人当たりの買上点数が前年並みに戻らないと、今後の売上推移も横ばいが続くとみている。
スーパー（店長）	・景気が良い方向に向かう兆しがみえない。
スーパー（企画担当）	・特売品などの価格の安いものや必要最低限のものしか買わないという状態が続いている。この傾向は2～3か月先も変わらないとみている。
スーパー（営業担当）	・生鮮などの日配の頻度の高い商品の買上率の変化と来客数の伸長が重要であるが、現状からの変化は難しいため、今後も横ばいで推移するとみている。
コンビニ（経営者）	・夕方の来客数が少ない。
コンビニ（経営者）	・特段景気が変化する理由が見当たらない。
コンビニ（経営者）	・来客数が増加する見込みはないが、キャッシュレス・消費者還元事業のおかげで売上は横ばいで推移するとみている。
コンビニ（エリア担当）	・春先に向けて、変化が期待できるエリアとできないエリアがあることから、全体的な景気は変わらないとみている。
衣料品専門店（経営者）	・東京オリンピックで多少景気が上向くと期待したが、地方都市では恩恵がほとんどみられていない。
衣料品専門店（経営者）	・春物商材の入荷に伴い、新ブランドを期待する客層の購買は安定するとみているが、消費の低迷は継続する見込みのため、全体的な購買客の増加は厳しいとみている。
衣料品専門店（店長）	・春物を例年よりも早く立ち上げるなどの対応を予定している。ただし、このまま春の訪れが早まるのか、逆に暖くなる時期に雪が降るのが予想できないため、不透明感は続くとみている。
衣料品専門店（店長）	・2～3月は景気に左右されにくい入学入社の特定マーケットが動き出すため、3月までは安定して推移するとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・消費税の引上げ以降、客の購買意欲が低下している。収入が上がる見込みもないため、景気が良くなるとは考えにくい。
乗用車販売店（従業員）	・現在の受注状況が続くようであれば、現状維持かやや悪くなるとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・地方では消費税の引上げの悪い影響がじわじわとボディブローのように広がっている。改善するには多大な労力や犠牲と長い時間が掛かるとみている。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・年度末から新年度は人の動きも多く、商品が動き出す時期である。ただし、現在の状況からみて急に良くなるとは考えにくい。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・このまま雪が降らずに春に移行してほしい。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖冬が続くため、販売量の減少傾向が続く見込みである。
一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げの影響は徐々に出てくるとみており、この先2～3か月での改善は難しい。予約状況をみても、このまま横ばいで推移するとみている。
一般レストラン（経営者）	・全く先がみえない状態である。良くなる要素もないが、悪くなるとも言い切れない。
観光型ホテル（経営者）	・今月の数字は前年を上回ったものの、先行きの状況は今一つである。2～3月に宿泊助成制度のふっこう割での予約が入り始めているため、期待したい。

観光型旅館（経営者）	・相変わらず消費動向の波が荒く、全体的な景気が好転している実感はない。もしばらくは低空飛行の状態とみている。
観光型旅館（スタッフ）	・来月以降の状況が思わしくない。間際の申込みが多くなっている。
旅行代理店（経営者）	・1～2月は旅行の需要が落ち込む時期であるが、例年並みで推移する見込みである。また、新型コロナウイルスの影響で旅行を控える人が増えることを懸念している。
タクシー運転手	・最近の傾向として、異動時期にタクシーを利用する客は大阪や名古屋からの客が多い。ただし、3～4月においてそれらの客ばかりとは考えにくいと、現状維持若しくは10%弱のアップとみている。
通信会社（営業担当）	・東京オリンピックで景気が向上すると期待しているが、それまでは現状と変わらないとみている。
通信会社（営業担当）	・良くなる材料が特に見当たらない。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ後も売上は余り変わっていないため、今後もそれほど変化はないとみている。
観光名所（職員）	・インバウンド自体は順調であるが、日本人客の比率が上がらないと、土産物が動かない。なかなか雪が降らないため、日本人客の予約の伸び悩みはしばらく続くともみている。
遊園地（経営者）	・3月から消費税の引上げ分を価格に転嫁していく予定であるが、客の反応が気掛かりである。また、記録的な暖冬であるため、逆に春先の天候を懸念している。
美容室（経営者）	・新規客が増えないため、景気は変わらないとみている。
その他住宅[リフォーム]（従業員）	・次世代ポイント制度を周知することで、数字のばん回につなげたい。
商店街（代表者）	・地方において東京オリンピックの影響は余りない。かえって消費が止まることを危惧している。社用は相変わらず低迷しており、先行きにも期待がもてない状況である。
商店街（代表者）	・空き地が増えて、商店街に活気がなくなっている。
商店街（代表者）	・新型コロナウイルスによる肺炎の影響で、インバウンドの減少が懸念される。
一般小売店[医薬品]（経営者）	・新型コロナウイルスによって観光産業が打撃を受け、それが経済全体に波及するおそれがある。また、消費者は東京オリンピック終了後の需要の減退を織り込み始めるのではないかとみている。
スーパー（営業担当）	・暖冬の影響で降雪量が少ない割に来客数が伸びていない。必要な商品に限定した買物や除雪の費用減など、収益バランスが崩れて消費が減退している。また、地元百貨店の自己破産も消費に影響する可能性がある。
コンビニ（経営者）	・このままいくと2～3か月後は暖かくなるが、田舎は人の動きがどんどん悪くなっていくともみている。
コンビニ（エリア担当）	・東京オリンピックで首都圏の景気向上が期待されているが、東北地方では一部の競技が行われるものの、大きな景気向上に結び付くとは考えにくい。
家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響で客の買物動向が慎重になり、買物に出回らなくなることを危惧している。また、テレビやパソコンは好調に推移する見込みであるが、暖房商材の売行きは今後も伸び悩み見込みのため、下落分をカバーしきれずに売上は前年を下回るとみている。
乗用車販売店（本部）	・暖冬と少雪のため、冬物商材の売行きが芳しくない。また、例年増加傾向にあった钣金修理での在庫も少なく、サービス売上に陰りがみえている。
住関連専門店（経営者）	・受注量の減少により、受注残がない状態である。現在は営業活動をしているが、今月よりは悪くなる見込みである。
住関連専門店（経営者）	・前年と比較して、売上、来客数共に減少している。
その他小売[ショッピングセンター]（統括）	・不安定な天候状況と、新型コロナウイルスの影響による春節の観光客の減少など、外的要因がかなりあるとみている。
高級レストラン（支配人）	・来客数は前年並みであるが、客層であるホテルの宿泊数の減少により朝食時の来客数に影響が出ている。この傾向は続くともみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・この先は歓送迎会があるため、一般宴会はそれほど落ち込まないとみている。ただし、婚礼が相変わらず低調であることと、台湾のチャーター便が中止となったことでツアー客が地元の空港に入ることなくなったことがかなりのマイナスとなり、宿泊はかなり厳しい状況になるとみている。

	旅行代理店（店長）	・新型コロナウイルスの影響で外出を控える動きが出てくるとみている。
	通信会社（営業担当）	・暖冬の影響が一次産業の生産などに直撃し、消費の底冷えが懸念される。自動車業界も国内販売が低迷していると聞いている。所得が実質減額の方角に行く見込みであり、景気はやや悪くなるとみている。
	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスでインパウンド需要が減少し、観光宿泊施設などは危機的な状況である。
	競艇場（職員）	・年末年始はイベントを行うことで比較的売上が伸ばすことが可能である。しかし、2月以降はイベントを実施しても売上に結び付かないことが多い。
	設計事務所（経営者）	・年始に県内官公庁へ挨拶に行った際、次年度の新築案件の少なさを実感した。受注高へ直接影響を受けるため、景気は悪くなるとみている。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、マスクや手指消毒薬などが品切れしており、棚から姿を消している。事態が収束するには2～3か月必要であり、その間の消費動向が鈍るとみている。
×	スーパー（経営者）	・消費税の引上げから4か月が経過したが、支出が増えて節約志向がより一層強くなっている。
×	高級レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素がない。
×	一般レストラン（経営者）	・天候の変化が著しく影響している。農業や漁業では今まで取れたものが取れなくなったり、逆に豊作過ぎて値段が下がったりしており、生産者は窮地に追い込まれている。地元はこのような客が多いため、影響が絶大である。
×	タクシー運転手	・客の生活の動きが読めないため、仕事が非常にやりにくくなっている。新型コロナウイルスによる影響も心配であり、厳しい状況になるとみている。
企業 動向 関連 (東北)	-	-
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・発注量が減っているとはいえ、業界的には繁忙期を迎えており、それなりに仕事量が増える見込みである。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品を主体とした開発製品の価格が安定しているのと同時に受注量も堅調なため、今後数か月の景気は上向きとなる見込みである。また、5Gに向けて更に製品開発が加速する見通しであり、相乗効果が期待できる。
	通信業（営業担当）	・年度末に向けて、3月末決算の企業から受注が増える見込みである。
	金融業（広報担当）	・小売業界では、例年よりも前倒しで春物商戦を実施することで冬物の不調をカバーし、例年並みの業績確保を目指している。
	食料品製造業（経営者）	・高騰が続いていた原材料価格に多少の落ち着きがみられていることが唯一の明るい材料である。ただし、販売面では苦戦が続くとみている。
	食料品製造業（営業担当）	・新商品を発売しても売上が振るわず、既存商品の売上減少分をカバーできていないため、厳しい状況は続くともみている。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注状況も横ばいが続いているため、景気は変わらないとみている。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・先行きの出荷動向が見通せない。また、景気が良くなる要素も見当たらない。
	建設業（従業員）	・年度末に契約締結予定である案件の手続き進捗状況にも左右されるが、おおむね同程度の受注が見込まれている。
	建設業（企画担当）	・年度内は予算の消化という意味合いもあり、現状からの大きな変動はないとみている。一方、取引先の業種によっては、来年度以降の設備投資を控える企業もあり、設備投資需要の減少という景気悪化要因を内包している。
	輸送業（経営者）	・主要取引先である製造業の減産がそのまま3月まで続くのに加え、3月上旬からは別の取引先が40日間の定期修理に入るため、更に売上が減少する見込みである。他の取扱品目でカバーできたとしても全体としては悪いままのため、現在と余り変わらないとみている。
	通信業（営業担当）	・客に現状のメリットを感じてもらうために、初心に立ち返って対応していく必要がある。
金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。	
広告業協会（役員）	・消費税の引上げにより年度末まで広告予算を縮小する企業も多く、期待がもてない。期初はもともと広告出稿が減少する傾向にあり、業界不振はまだしばらく続く見込みである。	

	広告代理店（経営者）	・年度末物件は増える見込みであるが、大きな見込み案件がないため、春先も厳しい状況には変わりがないとみている。
	広告代理店（経営者）	・一部の県はやや上向き基調であるが、他の県が減速基調であるため、全体的に変化はないとみている。
	司法書士	・取引件数は減少気味でも相続事案の増加がみられており、トータルとしては例年並みに推移している。
	公認会計士	・これから年度末となるので、小売業、建設業共に業績が良くなる見込みである。ただし、一時的なものであり、全体としては今月と同じくらいの景気を維持するとみている。
	コピーサービス業（従業員）	・働き方改革に関しては各企業が興味を示してきており、勤怠に関する問合せやRPAについての質問が増えてきている。具体的な商談成立までには時間が掛かるが、我々にとってはチャンスが広がっていると期待している。
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・差し当たり景気を押し上げる要因が見当たらない。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・冬物衣料が売れないため早めのバーゲンセールを展開するも様子見の傾向が強く、例年のようなチラシ効果が表れないと取引先が嘆いている。
	その他企業〔協同組合〕（職員）	・今後、半導体関連に動きが出てくる見込みである。ただし、製造業の全体的な動きはまだまだ低調に推移するとみている。
	農林水産業（従業者）	・果物農家の収入は年に一度である。前年の収入が一昨年よりも10～20%減少しているため、今後も景気は余り良くならないとみている。
	農林水産業（従業者）	・暖冬で積雪がないため、春先の農業用水の不足を懸念している。
	食料品製造業（経営者）	・新型コロナウイルスの影響による旅行客の減少を懸念している。
	金属製品製造業（経営者）	・中長期でみれば良くなる見込みはあるものの、短期において景気は更に悪化するとみている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響による観光客の減少は、日本の景気に影響を及ぼすとみている。
	経営コンサルタント	・機械部品を製造する企業では、徐々に受注量が減りつつある。
	x その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・取引先に良くなる要素を持つ企業は見当たらない。廃業や倒産という話が多く、景気の先行きに対する不安感が大きい。
雇用 関連 (東北)	アウトソーシング企業（社員）	・効率を上げることで利益が確保できるとみている。
	人材派遣会社（社員）	・大口取引先の外資系生保事務センターがこの年始から大幅増床し、3月までに50名の増員受注を獲得している。教育制度を拡充した結果、地元のパフォーマンスが高い評価を受けたことによるものである。
	人材派遣会社（社員）	・中途採用の活動計画において、予定人数を下方修正するような企業が見当たらない。今後も継続して中途採用を続けていく企業が多く、この状態が続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・求人数は堅調に推移しており、高止まりの状況は今後も継続するとみている。
	人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の動きにより、雇い入れる側にはコストの増加が見込まれる。そのため、必要な人材確保以外の活発な採用は余り見込めないとみている。
	職業安定所（職員）	・従業員の高齢化に伴う求人などもあり求人数は多いものの、求職者は減少している。人手の確保が厳しく、技能実習生を受け入れる事業所もあり、厳しい状況が続くとみている。
	職業安定所（職員）	・海外情勢の先行き不透明感、消費税の引上げ、自然災害の影響が心配される。ただし、建設業、小売業、飲食業、介護職などの分野では、今後も人手不足の状態が続くとみている。
	職業安定所（職員）	・社会情勢は2～3か月では変わらないとみている。
	学校〔専門学校〕	・現在の景気動向に大きな変化は期待できないため、現在の状況が続くとみている。
	その他雇用の動向を把握できる者	・製造業の先行きに対する不安感は、今後も継続するとみている。
	人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法に伴い、受入れ派遣人数の減少を懸念している。
	人材派遣会社（社員）	・世界情勢不安による景気の減退を懸念している。

	新聞社 [求人広告] (担当者)	・この先 1 年の景気を占う期待の初売りであったが、デパート、専門店からは人出の割には売上に結び付かなかったとの声が多かった。やはり地方では消費税の引上げの影響がボディブローのように効いてきている。この傾向はしばらく続くとみている。
	新聞社 [求人広告] (担当者)	・中国政府の海外への団体旅行禁止で観光業者を中心に影響が出始めている。事態が長期化すれば大幅な売上減が懸念される。
x	人材派遣会社 (社員)	・中国市場の悪化による工場閉鎖などについて、改善が全くみられない状況である。東京オリンピックが終わると、更にその傾向は強まるとみている。
x	新聞社 [求人広告] (担当者)	・世界経済の不透明感と東京オリンピック後の不況への警戒感が強まるとみている。