

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)	・夏季は1年で1番の稼ぎ時である。冬の方もこの時期に稼いでおかなければならないので、一層力も入る。競合店の影響はあるものの、段々と売上は前年並みに戻りつつある。
		観光型旅館(スタッフ)	・個人客及び団体客の先行予約が増えている。
		商店街(代表者)	・中心市街地、商店街では、これからイベントなどが目白押しである。これらに集まる客に対して、各店舗が客単価上昇への努力をすることで、売上増加を図っていく。さらに各商店街とも連携し、協力や支援をしている。
		百貨店(総務担当)	・客の会話からは、これからの生活に必要なものにお金をかけるといった話が出ている。これからの景気はそれほど悪くならず、良い方向に向かうのではないかと。
		百貨店(営業担当)	・前年の大型商業施設オープンで売上が落ち込んだ反動により、この先2か月ほどは前年の売上を上回ることが見込まれる。その先は、中元商戦が見込みどおりの売上になれば、大きな落ち込みもなく推移するとみている。また、高額商材に動きが出ているため、全体の景気も上向きになると期待している。
		百貨店(経営者)	・前年のような同一商圏内での商業面積の増加もなく、高額商材の動きが良くなっている現状をみれば、様々な消費喚起策を実施していくことで売上に結びつくことを期待している。
		コンビニ(エリア担当)	・北東北での売上が少しずつ回復傾向にあるものの、当県の復興特需は日を追うごとに低下している。また、外部からの流入人口の減少が見受けられる。
		衣料品専門店(経営者)	・暖かくなれば、年配客も動き出すとみている。
		衣料品専門店(店長)	・来客数の動きや単価をみても、安いものを買うというよりも、必要に応じて必要な金額を出すという客が多くなってきていることから、堅調に景気は回復してきているのではないかと。
		家電量販店(店長)	・新製品やヒット商品など、特に大きな動きはないが、4Kテレビなどの需要がこれからも伸びていくとみている。また、客の消費マインドもやや明るい兆しがみえている。
		その他専門店[酒](経営者)	・天候くらいしか良くなる明確な要因が見当たらない。ここに来て景気が急に良くなることは全く考えていないが、この時期くらいは良くなってもらわないと困る。
		その他小売[ショッピングセンター](統括)	・春物が少し下向きである。先行きに不透明感はあるものの、夏に向かって衣料品を中心に少し底上げがあるのではないかと。
		高級レストラン(支配人)	・この先の時期は、どこもインバウンド客、観光客が増加する傾向にある。観光業界、サービス業界においては、景気がやや良くなるとみている。また、地元でも台湾のインバウンド誘致に力を入れており、更に7月はレストランガイドブックの当県版が発行されるため、これもプラスの材料になると。
		高級レストラン(支配人)	・予約の件数は例年並みであるものの、客単価が上がってきている。また、インバウンド客の予約も増えている。
		観光型ホテル(経営者)	・先行きの予約は前年をやや上回っている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・春になって暖かくなり、客の動きが良くなっている。そのため、各レストランの来客数が増加している。
		観光名所(職員)	・例年より充実したイベントを用意しているため、来客数が増えたと見込んでいる。
		競艇場(職員)	・ゴールデンウィークはイベントに力を入れている。多くの来客を見込んでおり、売上増加につながるとみている。
		その他サービス[自動車整備業](経営者)	・ゴールデンウィークや、夏のボーナスもあり、懸念材料は特にない。
		住宅販売会社(経営者)	・集合住宅の建設において、まとまった数の受注ができています。
	その他住宅[リフォーム](従業員)	・塗装、せん定などの工事は前年より受付が増えている。	
	商店街(代表者)	・小売商業界全体でますます激しさを増している地域間競争において、当地区は今一つ決定打に乏しい。むしろ現状維持を喜ばなくてはならないのかもしれない。	
	商店街(代表者)	・景気が良くなったという実感はなく、今後も商店街の活気が戻るとは考えにくい。	
	一般小売店[書籍](経営者)	・全体的にモチベーションが高まっているようにみえるものの、実際は厳しさから脱却できていない。	

一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・タクシーの運転手に話を聞くと、ほとんどの方が震災前よりも悪くなっていると話している。タクシーに乗る人が減少して売上も減少しており、かなり悲観的な状況の様子である。最近街のなかでは、店を閉めるという話を非常に多く聞く。このような悪い状況は今後も続くともみている。
一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・ここ3～4か月間は、平均で105～106%の売上になっている。減少するような要因が見当たらないため、今の状態が続くとみている。
一般小売店〔寝具〕 (経営者)	・客が何を欲しがっているのかを見極め、新しい商品売り込まないと売上は伸びない。
百貨店(売場主任)	・夏のファッションに対する大きなトレンドがみえないなかでは、景気が好転するという予測は立てにくい。この先更に気温が高まればUV関連の動きに期待したいところであるが、こちらも単価低下の傾向となっている。全体的に前年並みの動きになるとみている。
百貨店(企画担当)	・4月の来客数は増加傾向にあり、売上の前年比も若干の増加となる見込みである。ただし、今後の好調持続は不透明であり、現状維持が続くとみている。
百貨店(営業担当)	・食品部門は好調な推移を見込んでいるが、アパレルや高級雑貨の伸長が期待できない。
百貨店(買付担当)	・客の動向が定まらない。1～2か月ごとに波があるため、見極めが難しい。
百貨店(売場担当)	・天候やオケーションシーズンによりプラスに転じることはあるものの、ネット市場の拡大で様々な買い方が選べる時代に、百貨店の存続は難しいと実感している。
スーパー(経営者)	・賃上げも前年より減速しており、将来への不安は、変わらないとみている。
スーパー(経営者)	・対外的には軍事的緊張がとても懸念されるが、それ以外において、現在の地方の消費傾向に大きな変化はなく、消費の推移もしばらく変わらないとみている。ただし、防災用品、備蓄品の需要は少し増えるかもしれない。
スーパー(総務担当)	・北朝鮮のミサイル問題における米国の動向次第で、景気は大きく左右される。特に衝突がなければ株価は安定し、景気はわずかながらも上向くとみている。
スーパー(営業担当)	・現状の来客数の動向や商品の動き、客単価からみても、この先の景気も横ばいで推移するとみている。
スーパー(営業担当)	・現状では景気が回復するような要因が見当たらない。出店エリア内において、4月以降も競合店の出店が予定されており、経営としてはますます厳しくなっていくとみている。
コンビニ(経営者)	・飲料がホットからコールドに移行する時期のため、コールド飲料の販売量が中途半端になっている。完全に切り替われば単価は持ち直す見込みであるが、景気全体に及ぼす影響はわずかなことから、全体的にはあまり変化のない状況が続くとみている。
コンビニ(経営者)	・転出転入シーズンも終わり、来客数、客単価共に前年並みで推移している。同様の状態がしばらく続くともみている。
コンビニ(エリア担当)	・客単価の改善はこの先も継続する見込みであるものの、前年のたばこ増税による買い控えの影響も少なくなってきたため、前年比における伸びは緩やかなものとみている。
コンビニ(エリア担当)	・外的環境の悪化は避けられない。ただし、顧客満足による単価上昇及び来店頻度向上でカバーできれば、売上自体は横ばいで推移するとみている。
コンビニ(店長)	・4月はたまたま天候が良く、曜日まわりも良かったため、数字は前年を上回っているが、単価の低下と買上点数の減少は今後も続くともみている。
衣料品専門店(経営者)	・新卒採用が順調であった企業への訪問回数を増やして、事務服や作業服などの受注につなげて売上増加を図りたい。
衣料品専門店(店長)	・カジュアル衣料が安定しているだけに、ビジネスでもカジュアルでも着用できる商品の動き次第で、今後の動向が変わってくる。
衣料品専門店(総務担当)	・景気が良くなる気配はなく、このままの状態が今後続くともみている。
家電量販店(店長)	・景気の活性化を実感できない。
家電量販店(従業員)	・先行きは夏物商材の動き方によってかなり変わる。夏らしい天候になれば景気は多少上向きになるとみている。
乗用車販売店(経営者)	・エコカー減税の厳格化の影響はしばらく続くともみている。
乗用車販売店(従業員)	・決算から1か月が過ぎても新型車の販売量が上向かないため、今後も状況は変わらないとみている。

乗用車販売店（従業員）	・来客数の動きは、ここ数か月全く変わらないどころか、少し悪くなってきているようにもみられる。このような状態がこの先2～3か月は続くともみている。
住関連専門店（経営者）	・2～3か月先の売上に結びつくような受注があまり取れていないため、現状維持で推移するとみている。
住関連専門店（経営者）	・仏具販売は比較的景気の影響は受けないが、このところ客の需要を満たせていない感があり、もっと付加価値の高い商品に絞っていく必要がある。
住関連専門店（経営者）	・今後2～3か月の景気は変わらないとみている。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・北朝鮮の動向が不透明であるため、景気がどちらに振れていくのか見通しが立たない。心理的にも、前向きな消費を控えるような雰囲気強く、どちらともつかずに推移するのではないかとみている。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・価格競争が終わる見通しが立っていない。
一般レストラン（経営者）	・景気の先行きは、北朝鮮のミサイル問題、フランス大統領選挙、米国大統領の動向など、先が見通せない要素が多く、今の時点では判断できない。
一般レストラン（経営者）	・2～3か月後の景気の予測が難しくなっている。1～2週間先の予約も入っておらず、客は場当たり的に来店をするような状態であり、計画性が薄れている。そのため、現状維持が精一杯である。
一般レストラン（経営者）	・現在の所得のままでは、地元客が飲食店に足を運ぶ機会は増えない。最近では、エリア外から人が来るようなイベントなどにより来客数が劇的に増えるという傾向にある。そのため、観光やイベント、仕事関係の出張などがどんどん増えない限り、当地域内の景気は変わらないとみている。
スナック（経営者）	・歓送迎会でも思ったほど団体客の動きがない。今は企業も団体が歓送迎会をするような時代では無くなってきている。そのため、2～3か月後もあまり変わらないとみている。
観光型ホテル（スタッフ）	・東北は全体的に上向き要因が乏しいため、この先も景気は変わらないとみている。
観光型旅館（経営者）	・今年のゴールデンウィークは後半集中型であり、前半の動きに鈍さがみられている。特に予定を立てていないという声も多く聞くことから、平均して先行きは現状維持ではないかとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・鉄道会社の重点販売シーズンのため、当県を訪れる観光客は上向きである。ただし、地場企業の景気が良くないと一般宴会、披露宴などが改善しない。宿泊部門がリードしつつも、全体的には現状維持が続くとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況が好転している部署はあるものの、大幅な伸びが期待できるかというところでもない。また、全ての部署が好転しているわけではなく、良い部署、悪い部署の差が大きく、結果的に伸びが少ない状況である。大幅に好転するような材料もなく、このまま推移する月が続くそうである。
旅行代理店（経営者）	・業界においては特に大きなイベントもなく、テーマパークでも来客数が減少している様子のため、今後も状況は変わらないとみている。
旅行代理店（店長）	・4月の動きは良かったものの、なかなか先の分までの予約へとつながらない。前年にもまして、旅行申込に慎重である様子がうかがえる。
旅行代理店（従業員）	・アジア、ヨーロッパの情勢不安が影響しており、早期受注は好調とはいえない。この先も様子見の状況に変化はない。
タクシー運転手	・旅行をしても、平日にもかかわらずホテルは満室である。地元でも人がいないということはない。景気が良い方向に向かっている状況は変わらない。
通信会社（営業担当）	・この先3か月の日本全体の景気が底上げされるような材料は見当たらないとみている。
通信会社（営業担当）	・景気に変化する材料に乏しく、あまり良くない状況が続くとみている。
通信会社（営業担当）	・他社の同等サービスと比較して、料金が若干安いことが、少しずつ加入者を増やしている要因ではないか。一方、セット割引などによる乗換えや、囲い込みをしている事業者も多いが、節約志向の客が戻ってくるなど、加入者数、解約者数の純増減にあまり変化はみられない。
テーマパーク（職員）	・人手不足の影響により、人件費の負担が増している。
観光名所（職員）	・イベントなどの明るい材料はなく、かといって数字が落ち込んでいるわけでもない。景気は小康状態を保ちながら、現状維持が続くのではないかとみている。

	遊園地（経営者）	・エネルギー関連の値上げが見込まれており、また、国際情勢の変動要因もあるが、全体的な景気の基調は変わらないとみている。
	美容室（経営者）	・若者はみんな都市部に行ってしまう、残っているのは年配者のみである。
	商店街（代表者）	・生活必需品以外の売上が伸びない状況が続いている。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・世の中が平穏であれば、消費者も落ち着いて自らの将来を考え、健康のための出費にも積極的になるとみているが、現在の日本をとりまく国際情勢は極めて不穏である。この先は展望のみえない不安な状況が続くのではないかと。
	スーパー（店長）	・来客数の減少に加えて客単価も減少しており、売上は大きく減少している。また、チラシをみても競合店もかなり苦戦している様子であり、今後もこの状態が続くそうである。
	スーパー（店長）	・競争激化により価格競争が起こりつつあるため、収益の低下が見込まれる。
	スーパー（店長）	・競合店のオープンから45日が経過し、ある程度の数値がみえてきている。
	コンビニ（経営者）	・目的買いの増加及び衝動買いの減少傾向は今後も強まるとみている。そのため、売上の伸びは期待できない。
	コンビニ（エリア担当）	・買上点数が増加する見込みがない。
	衣料品専門店（経営者）	・ここ数か月、来客数の減少と客単価の低下が続いている。これから夏に向けて更に単価の低下が見込まれるため、厳しい状況が続くとみている。
	衣料品専門店（経営者）	・7月には夏物の準備は終わっている。修理関係が多少ある見込みではあるものの、秋冬にはまだ早いとみているため、売上は減るとみている。
	家電量販店（店長）	・少子化の影響や、県内就職率が改善されないことにより、見通しは良くない。
	乗用車販売店（経営者）	・新機種も少なく、客を振り向かせる材料に乏しい。
	乗用車販売店（経営者）	・世界経済における不安定化要因が重なっている。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・今まで堅調だった高付加価値商品も含めて、売上が全体的に鈍化している。地方においては人口減少の影響がじわじわと出ており、売上にも影響が表れてくるのではないかと懸念している。
	その他専門店〔靴〕（従業員）	・原油の価格の変動やそれに付随した運賃の値上げなどが、景気に対して影響を及ぼすことを懸念している。
	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏物商材の売行きは読めないが、これからの天候などの影響もあるものの、おそらくは前年並みか、多少下がる状況で推移するとみている。
	一般レストラン（経営者）	・市場の動きが非常に悪い。色々なものが値上がりをしており、仕入単価も上昇している。今後2～3か月先の状況はよめないが、市場の雰囲気からも景気が良くなるとは考えにくい。
	都市型ホテル（スタッフ）	・来月以降の予約状況が前年に届いていない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・総会シーズンのため宴会数は前年並みに戻っているが、宿泊は新規オープンホテルの影響などにより、前年割れの可能性が大きい。婚礼に関しては壊滅状態である。
	旅行代理店（店長）	・北朝鮮の動向、ISの動向など、旅行業界的には良い環境ではない。
	美容室（経営者）	・商品の値上がりの影響が大きい。売上は横ばいで推移する見込みであるが、買上点数は減少に向かうのではないかと。
×	商店街（代表者）	・来客数が極端に減少しており、社用の予約がかなり低迷している。これから先は、最低な状態で推移するとみている。
×	スーパー（経営者）	・近隣に競合店がオープンするため、景気は悪くなるとみている。
×	高級レストラン（経営者）	・デフレ傾向が続くなか、人件費は上昇し、材料費も値上がりをしていく。飲食業にとって明るい材料がない。
×	一般レストラン（経営者）	・ここ数か月間ずっと来客数が低迷し続けている。景気が上向きになる要因が見当たらないため、このまま低迷が続くのではないかと。
企業動向関連	-	-
(東北)	木材木製品製造業（経営者）	・住宅市場が活性化する見込みである。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・我々の業界では製品開発スパンがかなり長く、現在の積極的な設備投資などの状況を見ると、しばらくは好調な景気が続くともみている。

建設業（経営者）	・この先2～3か月は堅調に推移する見込みである。ただし、消費者は常に安い物件を選ぶ傾向にあるため、本当の景気回復はもう少し先になるとみている。
建設業（従業員）	・大型の官庁案件が見込まれることから、景気は上向きになっていくとみている。
金融業（広報担当）	・住宅業界では、近い将来住宅ローン金利が底値から上昇に転じるとみられている。また、この先は消費税増税も控えており、新築、中古にかかわらず増税前の住宅取得を検討する消費者が増えてきているのか、ローンなどの相談案件が増加している。
食料品製造業（経営者）	・現状からみて、景気の先行きに明るさがみえない。
食料品製造業（経営者）	・景気が良くなる材料が見当たらない。配送料や原材料単価が値上がり傾向にあるが、その分を販売単価に上乗せできない。
食料品製造業（営業担当）	・新商品を発売しても起爆剤にはならず、売上の前年割れが続いている。景気が良くなる気配はなく、このような状態が続くとみている。
食料品製造業（総務担当）	・消費の二極化が続いているものの、消費全体の下振れリスクは大きくないとみている。
建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込みどおりであり、2～3か月先は現状のままで推移するとみている。
通信業（営業担当）	・入札案件で落札できないケースを冷静に分析し、顧客の反応を考慮しつつも、ある程度の割り切りが必要である。
通信業（営業担当）	・どのような手段を用いても、景気回復の見込みは薄いのではないかとみている。
金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はなく、現状の景気が続くとみている。
広告代理店（経営者）	・社会情勢の不安定さもあるが、首都圏の動きが活発にならないと、地方の動きが悪いままである。
経営コンサルタント	・国際関係の不安定さが、慎重な生活スタイルを誘導するとみている。
公認会計士	・建設業は秋口ぐらいまでは受注を確保している企業が多いため、大きな変化はないとみている。
コピーサービス業（従業員）	・景気が良くも悪くも変化する兆しが見られない。業績が下降気味になっていない点をもってよしとしている。
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・最近の話題は、給料が下がることはあっても上がることがない、ボーナスが減るのではなく出ない、というものが多く、各々の商売の状況が芳しくない。先行きは不透明である。
その他企業〔企画業〕（経営者）	・新年度がスタートして1か月が経過するが、これから先の具体的な施策が見当たらないことから、まだ受注に結びついていない。
金属工業協同組合（職員）	・既存取引先からの受注量が前月より増加しているものの、これ以上の増加は見込めない。
農林水産業（従業者）	・ももの開花が例年より1週間遅れている。ももの出荷の最盛期はお盆前であるが、このままではお盆期間中にずれ込んでしまうのではないかと心配している。
農林水産業（従業者）	・今後、地元農家の離農が増えることで、耕作の委託が増え、稲作面積拡大による利益圧迫を懸念している。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・復興特需が終わり、建設業界の財布のひもが固くなっている。
出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・2～3か月先の受注残が、前年よりも10%以上減少している。
窯業・土石製品製造業（役員）	・公共事業予算が縮小しており、震災復興需要も減少している。また、民間の大型プロジェクトもない。
一般機械器具製造業（経営者）	・北米市場向け輸出が、従来に比べ鈍化してきている。
輸送業（経営者）	・取引先の一部の工場が閉鎖となり、物量の減少が見込まれるが、それに代わる物流の確保はできていない。
広告業協会（役員）	・6月のイベントに期待をしているが、協賛スポンサー集めで、地元の企業に対しては苦戦が見込まれる。そのため、ナショナルスポンサーをどれくらい集められるかにかかっている。また、これからシーズンを迎える清涼飲料のPRに期待を寄せている。
広告代理店（経営者）	・大手運送会社の運賃値上は確実であり、納品物の運賃にも影響が表れるのではないかとみている。顧客へ転嫁できればいいが、収益の圧迫を懸念している。
司法書士	・例年と比較して、不動産登記申請件数が15%程度低いことから、このままの状況で推移するとみている。

	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・取引先からの受注量が伸び悩んでいる。また、同じ業界のなかでは事業縮小の話などが出てきている。
	x	*
雇用 関連	人材派遣会社（社員）	・3月末の契約満了分を4月の新規契約などにより現状維持ができています。また、大口契約の影響は2か月先にも及ぶため、景気は良くなるとみている。
(東北)	人材派遣会社（社員）	・製造業の求人に関しては今後も伸長が見込める。また、中途採用の市況感としては、新卒採用で苦戦をしている企業が、中途採用で第二新卒層を採用する流れもあるため、しばらくは好況が続くと見込んでいる。
	民間職業紹介機関（職員）	・震災復興関連の求人数は減少しているものの、製造業関連については求人数が増加傾向にある。また、介護関係の求人数は相変わらず多い状態が続いている。
	人材派遣会社（社員）	・飲食業界やIT業界など、いろいろな専門商社の求人の様子からは、営業職、販売職の人手が全く充足しておらず、募集の動きが力強く継続している。その他の業種も相変わらず人手不足感が強く、業績が良く人材を採用したいという企業が多いため、この景気の良い状況は今後も続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・求人は今後も増えていくとみているが、求職者の増加は見込めない。また、ミスマッチも継続するとみている。
	人材派遣会社（社員）	・特に製造系を中心に正規雇用、派遣共に求人が鈍化しており、景気が良いとは言い難い。
	人材派遣会社（社員）	・景気が好転するような材料は特に見当たらない。
	職業安定所（職員）	・少子高齢化や首都圏への一極集中化により、労働力が不足している。
	職業安定所（職員）	・宿泊業、運送業などで新規求人数の減少が確認されているものの、依然として人手不足感は強い。製造業などは世界経済の動向を注視しているものの、人員整理などの情報はない。
	職業安定所（職員）	・販売関係の企業の出店が、ある程度落ち着いてきている。
	職業安定所（職員）	・事業主や求職者の動きに特段の変化はみられない。気になるのは、家族プラス少数の従業員で経営している店舗が、営業時間の短縮などの措置をとっていることである。できる範囲の営業に切替えているという話が増えている。
	職業安定所（職員）	・求人数の動きに地域的な変動はあるものの、募集があっても条件が合わないなど、なかなか採用が進まない状況が続いている。
	職業安定所（職員）	・雇用条件、雇用形態にもよるが、人手不足を訴える業種が広がりつつあるように見受けられる。
	学校就職担当者	・各企業の採用公開事前調査からは、新規採用、採用増員などは非常に少なく、状況に変化はみられていない。
	アウトソーシング企業（社員）	・とにかく人手不足である。これを解消できれば良いが難しい。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元では数か月後に市長選挙が始まるが、その間は先行投資などの動きが一時的に止まる可能性がある。さらに、復興大臣の辞任など県内の被災地の疎外感が強まることが懸念される。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車メーカーの期間従業員の求人広告がストップしている。
	x	-