

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)	・夏場は来客数、単価共に年間が一番稼ぐことができる時期であり、期待もしている。厳しい冬に向けてこの時期に売上と利益を計上できないと年間の売上に響くことになる。
		商店街(代表者)	・季節が夏に向かって進んでいるということが、気持ちを楽にさせているのか、客の動きが良くなっている。商店街、飲食店においても、少しずつではあるものの、来客数が着実に増えている。
		一般小売店[酒](経営者)	・お中元、ピヤガーデンなど一番の繁忙期に入るため、良くなると期待している。ただし、天候不順や選挙など不安要素が無いわけではない。ちょっとしたことが消費者の動きに大きく影響し売上に直結するため、注意深くみていかなければならない。
		百貨店(営業担当)	・婦人服に回復の兆しが見えている。引き続き初秋物、秋物の回復が進めば、景気が上向く可能性がある。また、お中元商戦も出だしが好調に推移しているため、この傾向が続けば売上増につながるとみている。
		スーパー(営業担当)	・降水量は平年並み、気温は高めの予報となっており、飲料や酒などの消費拡大が期待できる。
		コンビニ(経営者)	・近くの競合店が看板の掛け替えのため来月中旬まで休業している。新しい客を獲得するチャンスであり、季節的に最も来客数が増える時期でもあるので、期待している。
		コンビニ(経営者)	・気温が高く、天候に恵まれれば、来客数も増えるかとみている。
		コンビニ(経営者)	・近隣店舗が閉店するという情報があり、今後の来客数増加に期待がもてる。
		コンビニ(エリア担当)	・長期天気予報では、例年より高い気温を示しており、値入率の高いソフトドリンクやアイスコーヒー、アイスクリームの販売量増加が期待できる。
		コンビニ(エリア担当)	・このまま梅雨の晴れ間が続けば、飲料、アイスクリームなどの販売量増加が見込まれ、7～8月の盛夏への売上拡大が期待できる。
		衣料品専門店(経営者)	・秋冬物の準備が始まれば、少しは上向いてくるとみている。
		乗用車販売店(経営者)	・新型車効果が続き、新車販売が好調に推移するとみている。
		乗用車販売店(経営者)	・ボーナスによる車両販売の増加を期待している。
		乗用車販売店(経営者)	・取扱車種のマイナーチェンジやフルモデルチェンジが予定されており、期待をしている。
		乗用車販売店(店長)	・今後は、新型車効果もあり、9月半期決算に向かって販売量が上向くと見込んでいる。
		その他専門店[酒](経営者)	・売上が停滞している商品の販売に関しては、この先一定の動きが出てくるとみている。また、季節商材が出荷される時期でもあるため、若干は持ち直す見込みである。
		その他専門店[ガソリンスタンド](営業担当)	・猛暑の予報に、燃料油の販売量の増加を期待している。
		その他小売[ショッピングセンター](一括)	・全体的な来客数が増えてきており、夏物商戦も上向き感がみられている。また、商品の動きも良くなっている。
		高級レストラン(支配人)	・夏のイベントによる来県者を見込んでおり、多少の改善につながると期待している。
		一般レストラン(経営者)	・例年、暖かくなると人の動きが良くなる。夏祭りなど外に出る機会も増えるため、景気はやや上向きになるとみている。
	一般レストラン(経営者)	・暑くなれば人の動きも良くなるため、飲食の機会も増える。今よりは少し良くなるのではないかと。	
	観光型ホテル(経営者)	・2～3か月先に大会やイベントがあるため、予約状況は前年を上回っている。	
	観光型旅館(スタッフ)	・夏休みの家族旅行、海水浴、帰省、夏祭りイベント、花火大会などの客の取り込みが、例年よりも早めにできている。	
	都市型ホテル(スタッフ)	・第1四半期を、東北開催の大きな大会で迎えられたことは、当県にとっても大きなことである。これからは夏祭り、紅葉シーズンなどを迎えるため、良いタイミングで客を迎え入れる下地ができている。	
	都市型ホテル(スタッフ)	・公務員のボーナスが増えたとの報道もあり、マインドの面で個人消費が増えるかとみている。	

テーマパーク（職員）	・夏休み時期のため、来客数増加に伴う売上の増加を見込んでいる。
競艇場（職員）	・7月にビッグイベントが控えており、来客数が増えると見込んでいる。来客数が増えれば、購入単価が変わらなくても売上増加につながるため、ぜひともイベントを成功させたい。
商店街（代表者）	・大きな環境変化もなく、現在の明るさが継続するよう祈るのみである。
商店街（代表者）	・夏物商戦やイベントは例年どおりに行うものの、起爆剤がなく、状況は変わらないとみている。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費に対するマインドは引き続き厳しさがあるものの、夏のボーナスにある程度の期待はしている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・例年であれば、7月以降は客の動きが良くなる時期であるが、7月末に大きな選挙があるため、横ばいで推移するとみている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の様子からは買い渋りはみられず、必要な物は必要な数を買っている。今後、夏に向かってより購買力がアップするため、このままの好調な状況が続くとみている。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・梅雨前に夏物商材の買換えを顧客に提案しても、今一つ反応が良くない。いかにして魅力ある商品を顧客に勧めるかが課題である。
百貨店（売場主任）	・客の購買に対するシビアな感覚は依然として変わりない。気温の上昇で夏物商材の動きに期待をしたいが、大きなトレンドがみえないなかでは景気の上昇は期待できない。
百貨店（総務担当）	・客との会話から、思ったほどボーナスが上昇していない様子であり、この先1～2か月は現状維持の状態が続くとみている。
百貨店（企画担当）	・売上や来客数の動きをみても、景気が大きく落ち込む要因はない。ただし、良くなることも期待できないため、当面の景気は変わらないとみている。
百貨店（営業担当）	・社会の流れに変化がなく、個人所得の増加も見込めないため、景気の上昇も期待できない。ただし、食料品に関しては外食業を含めてそれほど景気が悪くないため、新しさ、話題性があれば消費喚起につながっていくとみている。
百貨店（買付担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
百貨店（売場担当）	・今後も百貨店は苦戦を強いられるとみている。ネット販売、量販店にはない、百貨店にできる事を違う目線で新しい事にチャレンジしていくことが重要となる。
百貨店（経営者）	・販売量の微増状態は今後も継続するとみている。夏のセールについては、消費者の動き以前に、衣料品流通における川中メーカーの生産量減少が懸念されている。ただし、前年並みで供給されれば、上向きに推移する可能性もある。
スーパー（経営者）	・夏のボーナスと猛暑に期待している。
スーパー（経営者）	・店舗周辺の商圈内において、他事業所の閉鎖の話を聞くなど、消費者の心理的環境は芳しくない。一方、公共事業などの執行決定の話もあり、期待をしたいところだが、消費環境は依然として厳しいままだとみている。
スーパー（店長）	・来客数はやや改善しているものの、1品単価、販売量は依然として落ち込みが続いている。この状況は今後も続くとみている。
スーパー（店長）	・競合店の出店の激化により、来客数の前年ベースの維持が厳しい状況である。今後も来客数の減少が続くとみている。
スーパー（総務担当）	・今のところ、北朝鮮問題は小康状態であり、米国大統領も当初の勢いがなくなっている。そのため、大きな気候変動がなければ現状の状況が続くとみている。
コンビニ（経営者）	・ここ1～2年間は、かなり悪い状態が継続している。3か月先もこのままの状態が続くとみている。
コンビニ（エリア担当）	・周辺の商業環境が改善する見込みがない。
コンビニ（エリア担当）	・来客数が増加するような要因が見当たらない。
コンビニ（店長）	・猛暑の予報が出ている。暑くなればコンビニなどの小売店は来客数が増えるため、前年と比較しても売上は悪くならないのではないかと。ただし、建設関係が下請レベルで仕事が減ってきていることが懸念材料である。
衣料品専門店（経営者）	・衣料品に関しては、顧客の節約志向が顕著であり、単価の低下がここ数か月続いている。今後もこの状況は変わらないとみている。
衣料品専門店（経営者）	・お中元商戦では、カタログ持参で飛び込みなどの営業活動をして新規開拓に懸命である。また、無料の月刊誌に特典付きの広告を掲載し、店頭に来客数を増やす作戦をしている。

衣料品専門店（店長）	・猛暑が予想されており、夏物商材の動きは期待できる。ただし、単価が稼げるビジネス衣料については、動きが停滞することが見込まれる。
衣料品専門店（店長）	・売上は天候に大きく左右されるが、景気そのものは変わらないとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・この先はシーズン性の高い商品の動きに期待をしたいが、天候に左右されるため、現状維持が続くとみている。
家電量販店（店長）	・来客数が年々減少しており、この傾向は変わらないとみている。
家電量販店（店長）	・復興需要による伸びは期待していないが、4Kテレビやオリンピックに向けた家電製品の需要は期待している。また、冷蔵庫、洗濯機などの白物家電の買換え需要は堅調であり、景気は前年並みで推移するとみている。
家電量販店（店長）	・暖かくなっているが、エアコンなどの下見客が少なく、先行きの売上につながるか不透明である。
家電量販店（従業員）	・売上があまり伸びていないなか、エアコン、扇風機などの季節商材の売行きが今後を左右する。猛暑が続けば期待できるが、そうでなければ少し厳しい。
乗用車販売店（従業員）	・通常であれば買換えをするような年数の車も、修理をして乗り続ける客が多い。
乗用車販売店（従業員）	・土日の来客数がずっと変わらない。悪い状態のまま横ばいが続くとみている。
住関連専門店（経営者）	・受注活動において見積案件が増えていることから、成約につなげる工夫をして安定した売上を確保したい。
住関連専門店（経営者）	・販売量は多少の落ち込みがあるとみているが、商品の付加価値を高めることによって利益を増やしていきたい。
住関連専門店（経営者）	・先行きの景気に変化はないとみている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・ポイントが高い日か、安い物しか売れない状態が続くとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・石油燃料の需要低下傾向は今後も続く見込みであり、需要が回復するような要素も考えにくい。
高級レストラン（支配人）	・現在の売上、予約状況、周囲の状況からは先行きを見通すことが難しい。
一般レストラン（経営者）	・ボーナス時期のため、これ以上は悪くならないのではないかと。
一般レストラン（経営者）	・レストランは特別な機会にだけ利用する傾向にあり、予約にしても1～2か月前から席を確保する風潮ではない。このような状況はしばらく続くとみている。
一般レストラン（経営者）	・例年であれば海沿いのエリアに観光客を取られてしまうが、今年はスポーツの大会が控えている。会場エリアの宿泊施設やその他の施設も潤うため、差し引きゼロとなり、景気は悪くならないとみている。
スナック（経営者）	・なかなか景気が上向きにならない。そろそろ納涼会のシーズンのため、多少は団体客が動くともみているが、経費の少なさから売上は伸び悩むともみている。
観光型ホテル（スタッフ）	・全体的な不景気感が否めない。
観光型旅館（経営者）	・景気が上向きような大きな要因がない。また、様々な取組を行っているものの、効果を出すことは簡単ではなく、現状維持が続くとみている。
旅行代理店（経営者）	・格安旅行代理店の破産問題が影響しているのか、客は地元の会社を敬遠して、認知度の高い会社で旅行の申込をしている。ただし、全体的なパイが変わらず、販売量も変わらないため、このまま現状維持が続くとみている。
旅行代理店（従業員）	・続いている世界情勢不安などが、販売量や客の動きに影響している。この傾向はしばらく続くとみている。
通信会社（営業担当）	・値上げによる支出の増加を補うような材料が見当たらない。当面はこのまま推移するとみている。
通信会社（営業担当）	・景気が変動するような要因が見当たらない。
通信会社（営業担当）	・同業他社がさまざまなサービスメニュー展開をしており、他社へ移行する客が増えている。そのため、当社のサービスに対する客の反応はあまり良くない。それでも今後もキャンペーンやイベントを予定しており、現状を維持することは可能とみている。
通信会社（営業担当）	・新サービスがなかなか売れず、商談内容も毎回コスト削減の話ばかりであるため、先行きもあまり変わらないとみている。

	観光名所（職員）	・予約数が前年と変わらない状況が続いている。突破口となるような要因もなく、このままの数字で推移していくのではないかとみている。	
	遊園地（経営者）	・猛暑の予報であり、屋外の施設に影響が表れる心配もあるが、イベントなどで前年並みを維持していきたい。	
	美容室（経営者）	・現在の客の様子からも、先行きの急激な変化はないとみている。	
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・特に景気が変化する要因は見当たらない。	
	住宅販売会社（経営者）	・受注までの時間が長くなっており、現場での職人ロスが出ている。	
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・水回りなどリフォームの受付件数の減少傾向はしばらく続くかとみている。	
	商店街（代表者）	・低価格帯の客に動きが全くみられていない。社用は相変わらず低調であり、この先も更に静かになるのではないかとみている。	
	商店街（代表者）	・暑くなると過ごしにくくなり、来客数にはね返ってしまう。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客層のほとんどが年金受給者や無職の方である。買物客の表情はそれほど悪くないものの、現状では景気に活況をもたらすような起爆剤がない。先々の収入が増える見込みがなければ、消費行動は守りに傾いてしまう。アベノミクスが初期のシナリオどおりに展開されればまだまだ期待できるが、インフレでデメリットのある層もあり、今後理想どおりに進むか見通しは不透明である。広く均等に配慮をすれば、大きな変革は当面起こりそうにない。	
	スーパー（店長）	・前年末に進出してきた競合店の影響がじわじわと出てきている。また、アニサキスやカンピロバクターなどに関する報道により、鮮魚部門、寿司などの総菜部門の数字が伸びにくくなっている。	
	スーパー（店長）	・今後も競合店との客の奪い合いが続くとみている。	
	スーパー（営業担当）	・競合店の出店が続いており、来客数、買上点数、客単価のマイナスが続いている。そのため、先行きの収益悪化が見込まれる。	
	コンビニ（エリア担当）	・景気は少しずつ悪化していくのではないかとみている。	
	衣料品専門店（経営者）	・この先は、秋物が本格的になるまで売上が低迷する時期となる。	
	衣料品専門店（店長）	・マーケットが冷え切っている。現在の来店ベースからは、クールビズのニーズが過ぎた後も、客が服を買いにくくは考えにくい。	
	乗用車販売店（経営者）	・少子高齢化による、市場縮小を懸念している。	
	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・7～8月は秋口に備えて準備をする期間であり、動きが少ない。	
	高級レストラン（経営者）	・新しい政策が発表されるなど、劇的な変化がおこらない限り、景気が良くなる要素は何もない。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・夏に向けての対策はあるが、宿泊、婚礼、宴会において伸びる要素がない。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・前月からの予約減少が続いている。加えてフリーの来客数の動きも鈍っている。これらの状況が好転するような要因もなく、現状維持もしくは更に悪化していくのではないかとみている。	
	旅行代理店（店長）	・国内旅行、海外旅行共に予約数が伸びていない。7～9月は特に悪い状況である。	
	x	スーパー（経営者）	・同一商圏内に、スーパー、コンビニの出店がある。客の選択肢が増えるため、売上は分散してしまう。
企業 動向 関連 (東北)			
		食料品製造業（総務担当）	・雇用、所得環境の改善を背景に、実質賃金の増加がプラス要因に働くとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需給が良くなる見込みである。
		金属製品製造業（経営者）	・業界に底打ち感がみられている。
		輸送業（経営者）	・主要荷主の生産が順調に進んでおり、今後物流の増加が期待できる。
		広告代理店（経営者）	・インバウンド系の案件が増えており、多少先までの売上が見込めている。
	公認会計士	・クライアントの話では、夏から秋にかけて建設業の受注状況は良好と聞いている。そのため、小売業は現状維持としても建設業が上向きになるとみている。	

	コピーサービス業（従業員）	・個人情報保護法の改正により、今までセキュリティに興味 がなかった企業も対策を検討し始めている。その結果、当社 が扱うセキュリティ関連商材の引き合いが以前より多くなっ てきており、今後に期待がもてる。
	食料品製造業（経営者）	・大きなイベントがあるため売上は良いが、逆に大きなイベ ントがなければ売上は良くないことから、個人消費の基調は 決して良くない。
	食料品製造業（経営者）	・この先は選挙があるため、人の移動や贈答品の動きが鈍く なる。
	繊維工業（経営者）	・衣料品の売上が悪い状態が続くとみている。
	出版・印刷・同関連産 業（経営者）	・復興予算の削減から印刷物の発注が減っている。民間企業 も建設業が財布のひもを締め始めている。
	窯業・土石製品製造業 （役員）	・この先、前年のような台風や集中豪雨が予想される。納期 がずれ込む可能性もあり、状況は良くならないとみている。
	電気機械器具製造業 （企画担当）	・販売価格及び顧客の動きは、当初の見込みどおりに推移す るとみている。
	建設業（経営者）	・現状の景気が続くとみているが、受注は小口工事が多く、 技術者の不足もあり、納期やコスト面を心配している。
	建設業（従業員）	・中央官庁を中心に発注の平準化が図られているため、発注 状況は同程度のまま推移するとみている。
	建設業（企画担当）	・工事受注額は当初の見込みどおりであるため、2～3か月 は現状のまま推移するとみている。
	通信業（営業担当）	・供給能力以上の受注にはリスクがあるため、今後は受注条 件を見極めて受注する必要がある。
	金融業（営業担当）	・今後特に景気を大きく左右するような変化要因はない。
	金融業（広報担当）	・ボーナスやお盆に向けて個人消費が上向き時期ではあるも の、家計において給与が上昇していないため、前年並みで 推移するとみている。
	広告代理店（経営者）	・受注量の落ち込みは今後も続く見通しである。取引先も様 子見しており、首都圏からの動きも良くない。
	経営コンサルタント	・夏のボーナスによる消費喚起次第である。
	司法書士	・低価格帯の建て売り住宅の取引が目立つものの、景気の変 動を左右するまでには至らないとみている。
	その他非製造業〔飲食 料品卸売業〕（経営 者）	・酒税法の一部改正で飲食店でのメニュー価格が改定される ようになり、飲食市場の景気に水を差すとみている。
	金属工業協同組合（職 員）	・良くも悪くもなく、平均的な受注の流れが続くとみている。
	農林水産業（従業者）	・ものの主力品種の収穫が、前年よりも5日程度遅れる見込 みのため、最盛期が8月中旬にずれ込む可能性がある。そう なるとお盆前の販売価格に影響が表れると心配している。
	農林水産業（従業者）	・長期予報で猛暑となっており、作物の収量減につながるこ とを懸念している。
	出版・印刷・同関連産 業（経理担当）	・2～3か月後の受注残は前年よりも約1%下回っており、 見通しは悪くなっている。
	一般機械器具製造業 （経営者）	・国内需要は堅調に推移しているものの、海外の需要はやや 減少傾向にある。
	通信業（営業担当）	・政治が不安定では消費や経済の回復に影響が出てしまう。 特に地方企業の景気回復に悪影響となる可能性が高い。
	広告業協会（役員）	・7～8月に向けた動きもなく、広告業界の回復は当分難し いとみている。各社は行政や自治体のインバウンド対策、地 方創生対策のコンペティションに賭けている。
	その他非製造業〔飲食 料品卸売業〕（経営 者）	・景気が良くなる要素がなく、取引先も毎月のように廃業し ている。スーパーや激安店などの価格競争のなかで一般の商 店は埋没しており、先行きが非常に不安である。
	x 食料品製造業（営業担 当）	・販売量の前年割れをどこまで抑えられるかという消極的な 営業活動で精一杯であり、新商品の拡売にも力が入ってい ない。先行きは不透明な部分が多く、良くはならないとみ ている。
雇用 関連	-	-
(東北)	人材派遣会社（社員）	・受注済みの7月案件のほか、現在見積中の案件が成約すれ ば、2～3か月先の景気もやや良くなる見込みとなる。
	人材派遣会社（社員）	・案件数及び登録者数が増えているため、この先2～3か月 は堅調に推移するとみている。
	職業安定所（職員）	・自治体も県外からの企業誘致に動いており、その関係で小 売関係の店舗が地域に進出してきている。これにより、地元 の人口減少問題も落ち着くのではないかとみている。
	民間職業紹介機関（職 員）	・製造業を中心に回復傾向となっている。ただし、新規採用 者が入社した後の採用のため、派遣での対応が目立ってい る。

	人材派遣会社（社員）	・この先数か月は企業の採用意欲が減退することはないとみている。新卒の採用目標数を満たしていない企業は、説明会などを実施して、学生との接点を模索している。
	人材派遣会社（社員）	・働き方改革における長時間労働是正については、求人が増加が見込めるため、業界としては追い風であるが、来年以降に向けての労働関係法令の改正などを鑑みると、先行きは不透明である。
	人材派遣会社（社員）	・景気が良くなるような要因は少ない。
	人材派遣会社（社員）	・景気が好転する材料が今のところ見当たらない。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・求人広告を掲載しても反応が鈍く、人手不足が定着している。
	職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は引き続き旺盛である。ただし、これは景気が良いからではなく、人手不足に起因するものである。
	職業安定所（職員）	・各業種において、人手不足に改善の見込みがないとの声が多い。
	職業安定所（職員）	・人材確保のため、離職者を出さないよう処遇の改善を図る企業が増加している。ただし、小額の賃金改定と、業務シフトや仕事の見直しで残業を減らす方向であり、手取り額が増えないため、当面変化はないとみている。
	職業安定所（職員）	・求人側の採用意欲は依然として高いが、ミスマッチによる人手不足が続いている状態である。
	職業安定所（職員）	・有効求職者数の前年同月比は、6か月連続で8%ほど減少している。反して、有効求人数は4か月連続で前年同月比が10%ほど増加している。このような状況は今後も変わらないとみている。
	学校就職担当者	・事前の採用計画からの増員、新規採用の企業はほとんどなく、採用意欲の向上はみられていない。
	アウトソーシング企業 （社員）	・仕事を受けたくても、やる人がいない状況になっている。そのため、受注金額を値上げできないまま、人件費が増えるという事態に追い込まれるとみている。
	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・7～10月にかけて、県内では立て続けに大きな選挙が控えている。選挙期間中は様子見で経済が停滞する傾向にあるため、景気が上向きになることはないとみている。
	x	-