

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)		住関連専門店（経営者）	・この先は納入先の工事の遅れも解消していくため、今月よりは販売量などが良くなるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・駅前を中心として来客数が増加しているため、購入率も向上していくとみている。
		商店街（代表者）	・来年の1月から、市役所の一部機能が駅前の大型商業施設跡地に移転するなど、中心市街地の社会環境が変化する。6月には商会議所も駅前に移転することが決まっており、経済的にも増床する気運が高まるのではないかとみている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・株価や為替の状況、製造業を中心とした業績の向上などが継続すれば、末端の消費経済にも良い影響が現れるとみている。
		百貨店（経営者）	・高額商材が好調に推移していることから、全体的な景況感は決して悪くない。初売り福袋の問い合わせなども多く、この先も良い方向に動くことを期待している。
		スーパー（営業担当）	・年末商戦において、来客数、客単価共に上向きに推移している。年末際物、ご馳走関係の動きも良く、この好調な状況は今後も続くとみている。
		コンビニ（経営者）	・客単価、購入点数の底堅い動きが続いている。また、高単価商材にも動きがあることから、消費者に若干の余裕が生まれているのではないかとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・春物が立ち上がる時期となるため、販売量も良くなるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・現在、成人式のマーケットが順調に動いている。この先2～3月で動く卒業、入学のマーケットも同世代が客層のため、このまま順調に推移すれば、2～3か月先の景気は良くなっていくとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・この先は、1月の初売りから始まり年間最大の需要である3月を迎えるため、景気は良くなるとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車メーカーの不正検査問題によるリコールの影響も、徐々に薄れている。客の動きも活発になっているため、今後は少し良くなるとみている。
		乗用車販売店（店長）	・初売り～3月決算にかけて、業界では1年で最も多い販売量を見込んでいる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・現在全体的に客の動きが活発なことから、新年度に向けてかなりの動きがあることを期待している。
		一般レストラン（経営者）	・株価も上がっているため、少しは景気も良くなっていくのではないかと期待がある。
		一般レストラン（経営者）	・12～1月の状況が良いため、2～3か月先も良くなっていくとみている。
		旅行代理店（従業員）	・客の様子や申込状況から、国内旅行、海外旅行共に上向きとなっている。また、LCCの就航とともに申込みが増加している。
		競艇場（職員）	・毎月定期的に来場を促すイベントを展開しているため、効果があれば来場促進につながるかとみている。客単価が上がらない以上、来客数を増やさなければならないのでおのずと売上は伸びるとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・しばらくは、安定した状況が継続できる見込みである。
		住宅販売会社（経営者）	・遅れている受注も、順次契約となる予定のため、この先は良くなるとみている。
		商店街（代表者）	・初売りに関して、例年を上回る行事などが無いため、全体として前年と同程度をカバーできれば御の字である。
	商店街（代表者）	・株高など景気回復に向けた明るい動きがあるものの、年金財政などの高齢化社会への不安から、消費者の財布のひもが固い状態が続くとみている。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・12月という特別な季節を除けば、全体の売上に変化はない。世の中が大きく動かない限り、この先も変わらないとみている。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年の1月から平均して前年を上回っている状態が続いている。悪い条件が見当たらず、現在の良い状態が続くのではないかとみている。	
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今までの動きからも、来年1～2月の売上は期待できない。	
	百貨店（売場主任）	・重要客層である高齢者の購入率が下がっている。また、新規客層として期待している40～50代からは、依然としてシビアな購買姿勢がみられている。	

百貨店（営業担当）	・景気自体に大きな変化はないとみている。ただし、冬物婦人服の好調な動きが春物にも波及すれば、景気が上向くことも期待できる。
百貨店（営業担当）	・地方では個人の所得向上が期待できないため、3か月先の景気も現状と変わらないとみている。
百貨店（買付担当）	・来客数は天候に左右されてしまう。また、客の動向からクリアランスへの期待は薄いと見受けられる。
スーパー（経営者）	・全国的に好景気というが、地方においては全く実感できない。消費を大きくけん引するような施策や要因も見当たらないため、この先、消費者の財布のひもが緩むことを期待できない。
スーパー（店長）	・来客数増加の見込みは、競合店出店の影響により厳しいとみている。
スーパー（店長）	・客の節約志向に変化はなく、必要なもの以外は購入しないという動きは今後も続くともみている。
スーパー（総務担当）	・前年よりも気温が低く降雪量も多いため、鍋物などの冬物商材の売行きが好調である。1～2月も冬型の気候が予想されるため、この好調が維持できると見込んでいる。
コンビニ（エリア担当）	・地域全体で競合店舗が増えているものの、直接的な影響は少ない。そのような環境のなか、この先の売上は横ばい若しくは若干の減少を見込んでいる。
コンビニ（店長）	・3か月先はまだ雪が解けずに除雪費用などが掛かるため、厳しい状態は変わらないとみている。
衣料品専門店（経営者）	・1月末から春物衣料が展開されるが、先物買いの客は年々減少している。実需傾向が強くなっているため、暖くなるまで厳しい状況が続くとみている。
衣料品専門店（経営者）	・無料月刊誌に酒の通販と事務服や作業服などの価格設定の広告を載せたところ、予想以上に問い合わせが多かったため、今後の売上に結び付くことを期待している。
衣料品専門店（店長）	・好不調のパロメーターである来客数が伸び悩んでいる。消費者のニーズが高単価商材と低単価商材で2極化しているが、その中間の商品のニーズが高まらない限り、来客数は伸びないとみている。
衣料品専門店（店長）	・景気に多少の上向き感はあるが、この先3か月以上続くかどうか判断はできない。しかし、単価の高い客が増えていることは事実である。
衣料品専門店（総務担当）	・防寒衣料の買換えにより売上はやや上向いたものの、一時的なものであり、この先は元の状態に戻るとみている。
家電量販店（店長）	・ここ2～3年の間、来客数に大きな変化がない。少子高齢化が進み客層が高齢化しているため、若者向けのオーディオ商品の売上が伸びておらず、今後も大きく伸びる要素はない。さらに、北朝鮮問題などの外的要因もあり、先が見通せない状況である。
家電量販店（従業員）	・売上の中心となる商品の伸びが期待できない。
乗用車販売店（経営者）	・小売業全般の低迷が続いている。
住関連専門店（経営者）	・様々な商材の値上がりなど、購買意欲を減退させる動きが多いため、今後も厳しいまま変わらないのではないかとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・積雪などの天候次第ではあるが、特に大きな変動要因は見当たらない。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・客の購買動向に合わせた品ぞろえにして割引のタイミングを早めることで、客単価は落ちるものの、売上総額は維持できると見込んでいる。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・寒波の到来により、暖房用の燃料が順調である。しかし、暖房は石油系から電気へと移行する動きが続いていることから、全体的な需要は減少する傾向にある。一時的な寒波で左右されるものの、燃料転換の動きは止まらなるとみている。
高級レストラン（経営者）	・少しずつ景気が良くなっている雰囲気はあるが、2～3か月先の景気に影響を及ぼすほどの変化はないとみている。
一般レストラン（経営者）	・所得格差が広がっている印象を受ける。当店の1番の主力となる客層の収入がなかなか増えていない。そのため、当面現状と同じような状況が続くとみている。
一般レストラン（経営者）	・企業による新年会が少なくなっている。また、卒業シーズンとなりお金が掛かる時期になるため、売上がそれほど良くなるとは考えにくい。
観光型ホテル（経営者）	・この先に大きなイベントがない。また、先々の予約状況を見ると今月と変わらず今一つの状態が続くとみている。
観光型旅館（経営者）	・この先も、特に景気が良くなるような要因が見当たらない。

観光型旅館（スタッフ）	・冬の天候次第で良くも悪くもなるため、判断が難しい。
都市型ホテル（スタッフ）	・先行きの予約状況は前年並みで推移している。
都市型ホテル（スタッフ）	・客の新規獲得が課題ではあるものの、宴会については例年同様の予約数を確保している。
旅行代理店（経営者）	・旅行業界にとって目新しいものがないため、このまま状況は変わらないとみている。
旅行代理店（店長）	・観光に関して決め手となるような施策などが少ないことから、この先業界に影響を及ぼす要因は乏しく、このままの状況で推移するものとみている。
タクシー運転手	・大きな会社は景気が良いと言われているが、タクシー業界はまだまだ見通しが立っていない。
通信会社（営業担当）	・年始から公共事業の予算消化が始まるため、3～4月までは上向き傾向となるのではないかとみている。ただし、全体的な景気は変わらないとみている。
通信会社（営業担当）	・企業の給与が上がらない限り、景気の向上は望めない。
通信会社（営業担当）	・景気に影響を与えるような要素が特にみつからない。
通信会社（営業担当）	・各社ともスマートフォンを絡めた商品展開が激しくなっており、特に契約期間の縛りをつけた値引き競争が続いている。しばらくの間は客の奪い合いが続くとみている。
通信会社（営業担当）	・担当しているほとんどの客からは、景気が回復しているような話を聞くことがないため、今後このような状況が継続されるとみている。
テーマパーク（職員）	・客単価が非常に低く、この状況はこの先も続くとみている。
観光名所（職員）	・来客数は増えているものの、その要因はインバウンド客のため、いつ途切れるか分からない。この先状況は余り変化しないのではないかとみている。
遊園地（経営者）	・この先は冬季休園となるが、春に予定している新遊具の効果に期待している。
美容室（経営者）	・正月に向けた商品券に対する購買意欲は非常に高く、売上は前年を上回っている。ただし、それ以外の美容施術の単価は下がっている。景気が悪いため、少しでも財布に負担がかからないよう、割増商品券の購入に走っているのではないかとみている。2～3か月先もこのような状態は変わらないとみている。
その他住宅[リフォーム]（従業員）	・12月のリフォーム受付件数は前年並みで推移している。
一般小売店[酒]（経営者）	・今月の好調が続けば良いが、どうしても消費者の動きには波があるため、年が明けて世の中が落ち着けば、景気もまた落ち込んでいくとみている。
一般小売店[医薬品]（経営者）	・政治が安定していることはプラス要因であるが、消費税の引上げの予定と、少子高齢化は構造的にマイナス要因である。ダイナミックな対策がなければ、長期的に購買意欲が停滞した社会になるのではないかとみている。
スーパー（店長）	・近隣の競合店オープンから1年が経過し、ある程度落ち着いてきた矢先に、新たな競合店がオープンしている。そのため、ピンポイントで影響を受けている。
スーパー（店長）	・3か月前と今月の売上前年比を比較すると、若干の減少傾向がみられている。競合店対策として、利益を確実に確保する方針のため、セール価格で来客数増加を図るという対応が難しく、このまま来客数減少が進むとみている。
スーパー（営業担当）	・競合店の出店は今後も続くため、商圈はますます狭くなっていく。小さな商圈でも成り立つ売場のフォーマットと店舗運営の構築が必要になる。
コンビニ（経営者）	・売上の減少傾向が続いている。消費動向が良くならなければ売上も伸びないため、このままではこの先、かなり厳しい状況になるとみている。
コンビニ（経営者）	・人手不足のため、時間給のアップをせざるを得ない状況であり、経費が増加している。
コンビニ（エリア担当）	・最低時給の改定により、収益が圧迫されている。また、ファーストフードなどの高値入商品の販売量鈍化により、値入率も下降傾向にある。
コンビニ（エリア担当）	・世の中の動きが震災復興から東京オリンピックへ移行している。そのため、東北への人や資金の流入は鈍化していくとみている。
住関連専門店（経営者）	・異業種による参入が増えて、高額商材の売上が見込めない状態が続いている。今後も大きな変化はないとみている。

	その他専門店 [食品] (経営者)	・ 冬季オリンピック、パラリンピックなどで一部は盛り上がりつつあるものの、食料品販売に関してイベント効果は余りなく、地方の消費は冷え込んでいくとみている。
	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・ 現在の好調な状況は一過性のものであるため、今月と比べれば先行きは悪化するとみている。
	一般レストラン (経営者)	・ 雪が深くなる当地域では、この先一層外出する人が減ってしまう。前年と比較しても予約数に変化があり、建設業関係の忘年会が少なくなっている。他のエリアに長期で出稼ぎに出たきり戻れなかったという会社も多い。地方にお金の流れが滞り続けるため、景気はやや悪くなるとみている。
	都市型ホテル (スタッフ)	・ この先、宿泊、宴会共に閑散期に入る。3月までは寒さが厳しくなるにつれて、来客数が減少する見込みである。
	旅行代理店 (店長)	・ 冬期間の国内旅行の動きが鈍く、予約件数は前年同時期の70%程度で推移している。
	美容室 (経営者)	・ 寒くなると客足も鈍くなるため、低迷した状態が続くとみている。
	× 商店街 (代表者)	・ 来年度において、社用の予約が全くないことが気に掛かる。個人の動きはあるが、売上への寄与度は低い。
	× 商店街 (代表者)	・ 年末年始の休日を挟むが、人通りの回復が望めない状況である。
	× スーパー (経営者)	・ 可処分所得が伸びないなか、商品価格が上昇している。また、消費者の節約志向も続いている。
	× コンビニ (店長)	・ 震災特需もなくなり、自治体の発注量が増える見込みもないため、建設関係の不景気が特に目立っている。このような状態がしばらく続くのではないかとみている。
	× 観光型ホテル (スタッフ)	・ 来客数は前年を下回る見込みである。
企業 動向 関連 (東北)	その他企業 [企画業] (経営者)	・ 得意先において、春先に向けて旺盛な宣伝計画がある。そのため、向こう3～4か月はある程度の活況を見込んでいる。
	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・ この先の年度末の需要を期待している。
	電気機械器具製造業 (営業担当)	・ 現状からの最後の追い上げで仕事量が増えるかとみている。
	電気機械器具製造業 (企画担当)	・ この先、新製品開発に向けた設備投資が行われる見通しである。
	輸送業 (経営者)	・ 当地域における保管貨物の需要は増加傾向にある。当社の新倉庫が12月に竣工しており、これに対応できると期待している。
	金融業 (広報担当)	・ 今年の冬は小売業界の想定に近い天候で推移するとみられることから、業績予想どおりの決算になるものとみている。
	広告代理店 (経営者)	・ 得意先や取引先に、前向きな動きが出始めている。
	食料品製造業 (経営者)	・ 11～12月の販売量及び受注量の動きから、1月に大きな変化は見込めない。
	食料品製造業 (営業担当)	・ 既存品の販売量減少をカバーするために新商品を投入しているが、効果は薄い。厳しい状況はまだ続くかとみている。
	繊維工業 (経営者)	・ 店頭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 (経理担当)	・ 受注残が前年比で約10%下回っている。そのため、景気は横ばいで推移するとみている。
	建設業 (従業員)	・ 年度末に向けて、設計変更などによる一定の受注額が見込める。その他は特段大きな変化はなく、前年と同水準の受注量を確保できる見通しである。
	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か月先も現状のまま推移するとみている。
	通信業 (営業担当)	・ 客に対して、これまで積み重ねてきた実績と信頼を強調し、辛抱強く働きかけていくしかない。
	通信業 (営業担当)	・ 景気回復を実感できない。
	金融業 (営業担当)	・ 特に景気が大きく変化するような要因はない。
	広告代理店 (経営者)	・ 年度末の繁忙はあるものの、新しい仕事の情報は乏しい。
	経営コンサルタント	・ 先行きの景気において上向き要素がない。
	司法書士	・ 景気の変化する要因に乏しい。
	公認会計士	・ 全体的に建設関係が好調であり、小売業、サービス業などの落ち込みをカバーしている。会計年度末までは今の状況が続くとみている。
コピーサービス業 (従業員)	・ 3月決算を前にしての商談数に、手ごたえがみられていない。もう少し時期が進まないと判断は難しい。	
その他非製造業 [飲食品卸売業] (経営者)	・ 小規模企業の多い業種であるため、売上を維持するのも大変である。	

	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・配送量の運賃値上げに伴い、3月からは一部の商品に値上げが予定されている。このことが消費に水を差すのではないかと懸念している。
	金属工業協同組合（職員）	・見積り及び受注依頼案件は増加しているものの、人手不足や設備などの問題により、その対応が難しい状況にある。
	農林水産業（従業者）	・リンゴの農協出荷額は前年並みであるが、強風による落果で品質の低下がみられており、全体的には2割程度の収入減となっている。
	農林水産業（従業者）	・今シーズンの冬は大雪が予想されているため、春先の作業の遅れを懸念している。
	木材木製品製造業（経営者）	・年明けは例年受注が減少する傾向にある。また、原材料価格の高騰に加え競合品との競争から、製品単価が下落する見通しであり、収益面の悪化が見込まれる。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・比較的好調だった地区も需要が先細りの状況であり、加えて震災復興需要の落ち込みも大きい。
	金属製品製造業（経営者）	・先行きの受注見込みが思わしくない。
	x	*
雇用 関連 (東北)	人材派遣会社（社員）	・求職者数と求人数が増加しているため、マッチングの幅が広がり、良い状況になるのではないかと。
	人材派遣会社（社員）	・年明けからの求人ニーズが増加傾向にある。また、無期労働契約への転換に関係した求職者の動きが増える見込みである。
	アウトソーシング企業（社員）	・仕事量の増加に伴って、単価の上昇も見込めると期待している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末商戦はまずまずの様子であるため、今後は多少景気が上向くのではないかと。
	民間職業紹介機関（職員）	・製造業の求人が増加している。ただし、派遣による補充を考えている企業が多い。
	人材派遣会社（社員）	・新規受注が前年比10%増加するなど、年度末の繁忙期需要は底堅い。しかし、1県集中に伴う他県の案件終了の悪影響が、2～3か月先にどう表れるのか心配である。
	人材派遣会社（社員）	・外食産業、学習塾、建設関連企業など学生に不人気な企業が、来年度の新卒採用に向けて、休日や給料などの待遇改善を検討し始めている。景気の良い状況はこの先2～3か月は継続するとみている。
	人材派遣会社（社員）	・2018年は、無期労働契約への転換など見通しが不透明な部分が多く、判断が難しい。
	人材派遣会社（社員）	・先行きの状況が大きく改善することは期待できない。ただし、以前から視野を広げて、高卒を含む新卒や、シニア、女性などの採用を模索する地場企業も少しずつ増えてきており、成果も出てきている。
	人材派遣会社（社員）	・求人数は多いものの、求職者の動きに変化はみられない。そのため、この先も大きな変化はないとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人手の確保が難しく、受注の抑制につながっている。
	職業安定所（職員）	・少子高齢化による労働力人口の減少により、求人が充足されないなど、地域が活性化されていない。
	職業安定所（職員）	・管内において、多くの業種で人手不足感が強い。また、大きな雇用調整の動きもない。
	職業安定所（職員）	・コンビニの出店が多くなっている。その他2軒程度ビジネスホテルが、新規参入しそうである。
	職業安定所（職員）	・省力化設備などの導入や計画が増えており、安定した成長が期待できる。反面、深刻な人手不足により、教育や研修に人を回す余裕がなく、経験者を求める中小企業からの相談が増えている。
	職業安定所（職員）	・求職者の減少は良いことであるが、求人数については、落ち着きはみられるものの、いまだにかなりの高止まりとなっている。事業所においてもっと人手を確保する努力をしなければ、景気は良くならないのではないかと。
	*	*
	x	-