

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） | ・この先は雪がなくなって足元が良くなるため、徐々に来客数も戻ってくる。競合店が増えて売上の前年割れが続いているものの、除雪費用の支払も終わるため、厳冬期よりはましになる。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・この先は年度末を控えており、納品物件が多くなる。そのため、販売量、売上共に増加する見込みである。 |
| | | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | ・現状で前年を上回っているため、この先の繁忙期に向けて、更に物件が多くなると見込んでいる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・客単価アップの傾向が続いている。また、アジアからの旅行者が増えているため、飲食を中心に、前年比が伸びるとみている。 |
| | | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・3か月後には寒波や大雪の影響はなくなるため、現在の株価の好調が続けば、売上が落ち着き景気も良くなるとみている。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・必要なもの以外に対する購買意欲がそう簡単に高まるとは考えにくい。この先は、卒業、入学シーズンに入るため、多少なりとも動きがあるとみている。 |
| | | 百貨店（買付担当） | ・今月はクリアランス期間の売上が厳しく、寒波により来客数が減少するなど状況が良くなかった。そのため、この先は気温の上昇や定価品の入荷により、逆に購買意欲が高まってくるとみている。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・春物の動きが本格的に良くなるとみている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・現在の状況からみても、この先の就職活動や卒業、入学のマーケットは順調に動くともみている。少子化などにより年々パイは縮小しているものの、景気は悪くなく単価も落ちていないため、商況は少し良くなるとみている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・雪解けと同時に本格的な需要期を迎えるため、期待している。 |
| | | 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が大分落ち着いている。この先は新型車の販売もあるため、景気は少し上向きになるとみている。 |
| | | 乗用車販売店（本部） | ・先進的装備やサポカー認定が既存車に搭載されたことにより、その恩恵が徐々に始まっている。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・3月は決算月のため、販売量が増加する見通しである。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・前年春の改装から来客数の増加傾向は続いており、今後も継続するとみている。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・年明けからの天候不順により延期された会合などは、翌月の予約に回っている。さらに、これからは歓送迎会シーズンとなるため、世の中の動きが活発化し、今よりは景気が良くなるとみている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・1～2月という厳冬の期間を過ぎて、3月は入学卒業や転職の時期となる。そのため、ホテルとしては、歓送迎会やお祝いなどの入込によりにぎわう見込みである。 |
| | | 旅行代理店（店長） | ・国内、海外旅行共に、2月以降の個人予約が顕著に伸びてきている。また、団体旅行の間合せも増えてきている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・今後の新規路線就航の予定や客の予約状況から、冬から春にかけての旅行需要は増加すると見込まれる。大雪の影響はあるものの、今後は回復基調に向かうとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・4月は新社会人、卒業、新入学などの消費を見込んでいる。質上げも予定されているため、消費動向はやや上向きになるのではないかと。また、平昌オリンピックが開催されるため、世界経済もやや良くなるとみている。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・天候も良くなり雪解けが進むため、客の動きが活発になるとみている。また、3月上旬には加入促進のための特典付き大イベントも予定しているため、新規の加入者の申込み増加も期待している。 |
| | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者） | ・新店舗や新工場など、新しい動きが目立ってきている。 | |
| | 住宅販売会社（経営者） | ・農地、山林の買い付け及び風力発電用地のリクエストが多い。また、今後は長期での不動産仲介及び一部工事受注も期待できる。 | |
| | その他住宅〔リフォーム〕（従業員） | ・寒波の影響により水道や給湯器が凍結するなど、緊急の工事が増えると見込まれる。 | |
| | 商店街（代表者） | ・寒さが余り長引かず、来客数が回復することを期待しているが、春物商戦に対する様子見の状況も散見されている。 | |

| | |
|---------------------|--|
| 商店街（代表者） | ・商店街に駐車場が増えている。 |
| 一般小売店〔書籍〕 （経営者） | ・株価の動きや政府の政策によっては、家計の動きにも大いに影響があるとみている。 |
| 一般小売店〔医薬品〕 （経営者） | ・景気自体は悪くなく、客の動きも堅調である。天候が悪いと来客数は減少気味となるが、新規客も増えており、この先は現在の状況を維持できるとみている。 |
| 一般小売店〔寝具〕 （経営者） | ・現在の商品構成では、新しい売上に繋がらない。魅力的な商品をどのように客にアピールできるかを模索している。 |
| 百貨店（企画担当） | ・売上の推移からは、個人消費に大きな変動はみられていない。そのため、今後の景気動向も変わらないとみている。 |
| 百貨店（営業担当） | ・特に大きな変化はなく、景気は引き続き堅調に推移するものとみている。ただし、前年秋頃から回復基調が続いている婦人服の春物、初夏物の動き次第では、景気が上向くことも期待できる。 |
| 百貨店（営業担当） | ・景気が大きく変化する要因は見当たらないため、しばらく同じような状況が続くとみている。ただし、この先は春に向けて入学、卒業、新生活のシーズンとなるため、多少でも上向くことに期待している。 |
| 百貨店（経営者） | ・少しずつ、消費者の別チャンネルへの移行がみられている。新しいモノ、コトの提案を強化していく必要がある。 |
| スーパー（経営者） | ・今後も生鮮品の価格はやや高めで推移するとみている。生活防衛のために生鮮品の代替商品の需要増が続く、購入点数は前月同様やや良い状況で推移するのではないかと。また、来客数の増加をこの先も続けて望むことはできないが、株価高が末端消費にも直接好影響を与えてくれることも期待したい。ただし、景気の動き自体は余り変化がないとみている。 |
| スーパー（店長） | ・客は特売日に特価品のみを買い求め、通常価格のときは見向きもしない。また、競合店が増えたことで買い回りの動きもみられている。このような傾向は今後も続くともみている。 |
| スーパー（店長） | ・野菜類の価格高騰はしばらく続く見込みである。また、野菜以外の旬の食材、魚、果物も例年より高い状況であり、前年の売上を確保するのがやっとといった状況が続くのではないかと。 |
| スーパー（店長） | ・商圏や客層に変化はない。ただし、客の節約志向は高まっており、必要のない商品は買わないという傾向は続くともみている。 |
| スーパー（総務担当） | ・石油製品の値上げにより単価は上昇するが、客の買い方もシビアになっているため、全体的な動きに変化はないとみている。 |
| コンビニ（経営者） | ・たばこ関係の商品は以前から低調に推移しているものの、それ以外の客単価や購入点数は横ばいのため、このまま推移するとみている。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・先行きの景気が大きく変動するような環境要因がない。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・東北地方はまだまだ震災の影響が残っているが、国や自治体からの支援の減少もあり、購買意欲は低下している。この現象は今後も続くともみている。関東以南に比べて景気上昇は当分見込めないのではないかと。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・公立高校の入試が始まっており、当社からの制服購入に期待している。ただし、立地的な不利が否めないため、サービス品などで解消することとしている。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・入学、卒業、出張、セレモニーなどのオケージョン需要は安定しているものの、カジュアル衣料のニーズは気候に左右されることが多いため、春物商材の立ち上がりが見にくい。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・暖かくなることで来客数も回復するとみている。ただし、人口が減少しているため、大幅に売上が伸びるとは考えにくい。 |
| 衣料品専門店（総務担当） | ・景気が良くなるような要因が全く見当たらない。野菜などの価格高騰により、趣味、嗜好品の購入は控えられるとみている。 |
| 家電量販店（店長） | ・少子高齢化の影響により、客層は高齢化し来客数も伸びていない。売上が増加するような要因はないが、単価が上昇傾向にあるため、この先も売上が前年を大きく下回ることはないともみている。 |
| 家電量販店（従業員） | ・直近の来客数が減少傾向にあるため、今後も変わらないともみている。 |
| 乗用車販売店（従業員） | ・依然として客の様子は変わらない。この先も急に変化するとは考えにくい。 |

| | |
|------------------------|---|
| 住関連専門店（経営者） | ・この先の需要の落ち込みを防ぐためにも、客の要望にこたえて商品構成の充実を図り、売上の増加につなげていきたい。小さな店なので、できる範囲内でやる予定である。 |
| 住関連専門店（経営者） | ・2～3か月先において、景気が好転するような材料は見当たらないため、現状維持で推移するとみている。 |
| その他専門店〔靴〕（従業員） | ・来客数は増加しているものの、客単価は減少している。このような状況はしばらく続くともみている。 |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・この先2～3月は気温が低めに動く見通しのため、暖房用の燃料も順調に推移するとみている。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・特に変化はないとみているが、為替や株式市場の動向次第ではないか。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・団体予約が多少減少しているが、極端に落ち込むという雰囲気ではないものの、この予約状況からは低空飛行が続く見込みである。 |
| 観光型ホテル（経営者） | ・この先に大きなイベントや大会などはなく、先々の予約状況からみても、景気が良くなる見通しはない。 |
| 観光型旅館（スタッフ） | ・天候次第のため、先行きの動きは読めない。集客が望めなければ、それに見合う単価と企画を販売していく予定である。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・予約状況から、ほぼ前年並みに推移するとみている。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・平昌オリンピックが開催されるが、限定的な売上に終わっている。旅行業界においては、相変わらず目新しいものがないため、このまま景気は変わらないのではないかと。この先は目玉商品や企画で勝負していかなければならない。 |
| 通信会社（営業担当） | ・景気に影響をもたらすような要因に乏しい。 |
| 通信会社（営業担当） | ・地方では景気回復の実感はなく、新サービスが売れない。 |
| テーマパーク（職員） | ・予算に対して、売上、客単価が伸びていない。 |
| 観光名所（職員） | ・県をあげてのインバウンド誘致が進んでおり、今後もインバウンド客は増える見込みである。実際に予約も順調であるが、土産などを良く購入してくれる日本人客が横ばいであるため、なかなか明るい兆しはみえていない。 |
| 遊園地（経営者） | ・新しいアトラクションの導入効果を期待しているが、石油価格の高騰や、賃上げの動向など予断を許さない状況にある。 |
| 競艇場（職員） | ・1月はそこそこの売上増加を見込んでいるが、それ以降は減少していくとみている。今後も集客イベントを計画しないと、売上の増加は期待できない。 |
| 美容室（経営者） | ・来客数、客単価共に前年比5～10%の減少が続いている。この流れはしばらく続くともみている。 |
| 美容室（経営者） | ・周囲の会社も少なくなっている。この先の景気が良くなるとは考えにくい。 |
| 商店街（代表者） | ・経営者の高齢化による廃業など、空き店舗にシャッターが降りている状況は、商店街の集客力に影響を及ぼすため、景気が下降することを懸念している。 |
| 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・明らかに客は節約をしており、余裕がない状態である。さらに、ここきて灯油やガソリンなど燃料価格が上昇する可能性がある。消費者の生活に余裕が生まれる状況ではない。 |
| 百貨店（売場主任） | ・中間客層の価格に対するシビアな購買姿勢は一層際立ってきている。これを購入に結び付けるだけの動機付けは容易ではない。 |
| スーパー（営業担当） | ・スーパーマーケット、ドラッグストアの出店競争が続いている。今後も営業エリア内に競合店の出店が予定されており、現状では前期実績を上回することは不可能である。 |
| スーパー（営業担当） | ・これから先、来客数の減少が売上の減少要因となる可能性がある。 |
| コンビニ（経営者） | ・売上もさることながら、人件費の高騰で経費が掛かるため、今後は利益の確保が大変である。 |
| コンビニ（エリア担当） | ・競合店の出店など、外的環境は今後更に悪化する見込みである。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・現在は天候に助けられて実需的な防寒アイテムがよく売れている。しかし、2月からは春物商材に切り替わるが、この寒さは当分続く見込みのため、暖くなるまでは厳しいとみている。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・市場の縮小傾向に歯止めがかからない。また、商品が様変わりしており、客の動向が読みにくなっている。 |
| その他専門店〔酒〕（経営者） | ・この先、販売量が好転するような要因に乏しく、異動シーズンの動きにも大きな期待はできない。今後は、地元以外へ販売するなど対応策を講じる予定である。 |

| | | |
|------------------------|--|---|
| | その他専門店〔食品〕 (経営者) | ・地元では、雪解けを待つて経済活動が活発化する傾向にあるため、4月後半までは我慢の時期である。 |
| | その他専門店〔ガソリンスタンド〕(営業担当) | ・今月は天候要因により伸びているが、それ以外に景気が良くなるような要因に乏しい。 |
| | 一般レストラン(経営者) | ・野菜、カニ、鍋の材料の値上がり激しく、この先の景気に影響を及ぼし、不安定になるのではないかとみている。 |
| | 一般レストラン(経営者) | ・客の会話からは余り良い話を聞かないことから、飲食店への影響も少なからずあるのではないかとみている。 |
| | 観光型旅館(経営者) | ・予約の動きが例年よりも鈍い。先行きの景気に対する安心感はなく、上向いているという気配もみられない。 |
| | 都市型ホテル(スタッフ) | ・例年より寒い冬の影響なのか、宿泊、レストランといった個人を対象とした部門の来客数及び売上が減少気味であり、前年同時期を下回っている。また、先々の予約状況も厳しい。 |
| | 通信会社(営業担当) | ・景気が改善する兆しはなく、むしろやや悪くなるとみている。 |
| | × 商店街(代表者) | ・最近の来客数や予約状況を見ると、前年12月から完全に消費が止まっている。また春にかけても良くなる要素が見当たらない。 |
| | × スーパー(経営者) | ・物価そのものが上昇しているにもかかわらず、可処分所得が減少しており、消費者のマインドが冷え切っている。 |
| | × スーパー(店長) | ・前月と3週間前の前年比を比較すると、更に数値が下がっているため、この先も期待できない。 |
| | × コンビニ(店長) | ・小売店全体的に数字が悪くなっている。これは通信販売の普及が急速に進んでいることによるものではないか。この傾向はしばらく続くとみており、景気は徐々に悪くなっていくとみている。 |
| | × 高級レストラン(経営者) | ・株価も高く日本経済としては良くなっているのだろうが、地方の景気が良くなるような要素はなく、この先も動きはないとみている。 |
| | × 観光型ホテル(スタッフ) | ・3月の予約数が例年に比べて悪く、前年割れは必至の状況である。 |
| 企業 動向 関連 (東北) | - | - |
| | 出版・印刷・同関連産業(経営者) | ・この先は、年度末及び年度初めの需要を見込んでいる。 |
| | 金属製品製造業(経営者) | ・取引先では、新製品の開発が活発である。 |
| | 建設業(従業員) | ・年度末や年度またぎで発注される公共事業受注への期待値を見込むと、2～3か月後の景気はやや回復すると見込んでいる。 |
| | 金融業(広報担当) | ・有効求人倍率は集計以来の最高水準を維持している。年度末に向けて建築土木業における公共工事請負の増加も見込まれており、雇用環境は引き続き厳しいものになるとみている。 |
| | 広告代理店(経営者) | ・現在は得意先の受注量、発注量共に動きが鈍いものの、新年に入り、取引先の多くの経営層からは前向きな発言が多いので、期待している。 |
| | 食料品製造業(経営者) | ・土産を購入するような旅行者や出張者が特に増える様子がないため、売上に変化はないとみている。 |
| | 食料品製造業(営業担当) | ・販売量を増加させるため、キャンペーンや新商品の導入を行う予定ではあるが、早々に効果を得られるものではないため、当面は厳しい状況に変わりないとみている。 |
| | 窯業・土石製品製造業(役員) | ・公共工事や震災復興工事の減少に加え、寒波や大雪の影響で出荷量が減少している。 |
| | 電気機械器具製造業(営業担当) | ・人手不足もあり、当面この状況は変わらないとみている。 |
| | 電気機械器具製造業(企画担当) | ・業界の新製品開発の見通しや、設備投資計画及び競争相手の開発状況から、現状の良い状態がこのまま継続するとみている。 |
| | 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、年度内は現状のまま推移するとみている。 |
| | 輸送業(経営者) | ・物流が減少するような要素もないため、現状維持が続くとみている。 |
| | 通信業(営業担当) | ・客の反応をよく分析することも必要だが、採算性も考慮しながら無理なものは無理と、ある程度の割り切りも必要である。 |
| 通信業(営業担当) | ・生活消費財の減税や、高速道路利用料金の減額など、具体的に消費者が外出してお金を使う場面を作らなくては消費が増えない。よってこのままでは経済景気は向上しないとみている。 | |

| | | |
|----------------------|--|---|
| | 金融業（営業担当） | ・この先特に大きな変化要因はない。 |
| | 広告業協会（役員） | ・今後2～3か月は大型のイベントもなく、プラス材料は見当たらない。3月に年度末による特別出稿に期待はあるが、前年並みの見込みである。 |
| | 広告代理店（経営者） | ・地方都市では明るい材料がない。地方の冷え込みは想像以上である。 |
| | 経営コンサルタント | ・今年の冬は雪が多いため、経済活動への悪影響を懸念している。 |
| | 公認会計士 | ・小売業、サービス業は苦戦が続くが、建設関係が好調で全体の景気を押し上げている。この傾向は今少し続くとみている。 |
| | コピーサービス業（従業員） | ・当月だけみると厳しい状況ではあるが、春先に向けての商談自体は従来のペースを保っているため、この先の状況も余り大きな変化はないとみている。 |
| | その他企業〔企画業〕（経営者） | ・年度末の需要は3月まで続くため、このまま良い状態が続くとみている。 |
| | 金属工業協同組合（職員） | ・見積案件は多いものの、人、設備、単価、納期の関係、特に従業員の離職などによる人手不足により、対応できない状態が続いている。このままでは、事業縮小を余儀なくされる事態にもなりかねない。 |
| | 農林水産業（従業者） | ・前年は、果物全般が8月と10月の悪天候により品質が低下したため、販売単価が例年の2割ほど安い。 |
| | 農林水産業（従業者） | ・大雪の悪影響により、春先の作業が遅延することを懸念している。 |
| | 繊維工業（経営者） | ・天候不順の他にも問題があるのか、しばらくは販売店の売上が悪くなるとみている。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | ・マイナス金利の影響により金融業の経費節減の傾向が続いている。そのため、金融関係の印刷の仕事が減少していくとみている。 |
| | 司法書士 | ・不動産取引件数が減少している。低価格帯のものについては引き合いが多いので一定の需要はあると見込まれるが、全体としては減少傾向である。 |
| | × 木材木製品製造業（経営者） | ・円安の進行が止まらず、コスト高は更に進むとみている。業界では体力の少ない所から淘汰が進み始めるのではないかと。 |
| | × その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者） | ・景気の悪さに加えて、東日本大震災の影響がまだ尾を引いている。このような状況は今後も続くとみている。 |
| 雇用 関連 (東北) | 人材派遣会社（社員） | ・中小企業の活発な採用活動による求人数の推移や、順調な求職者の登録から、先行きの景気は良くなると見込んでいる。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・米系ビジネスプロセスアウトソーシング企業への人材紹介は、この先1年間を見込んでいる。そのため、このペースで採用を決めることができれば、2～3か月先の景気を支えるとみている。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・新年度体制への移行時期であり、求職者の動きが活発になると見込まれる。また、無期労働契約への転換に向けた各社の動きや、求職者の動向に注視していきたい。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・業界的に、今年は雇用形態に大きな変更が発生する見込みである。 |
| | アウトソーシング企業（社員） | ・全体の発注量も増えており、この先も順調に推移するとみている。 |
| | 職業安定所（職員） | ・温泉旅館などにおいて新規求人数の減少がみられるものの、製造業は前年比プラスで推移している。特に自動車関連、半導体デバイスなどの増加率が高く、他の多くの業種においても求人が充足されていない様子である。また、事業所を訪問した際の感触においても、人手不足感は強いものの、景況感はおおむね良好である。 |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・特に製造業の求人が増加しており、最近では派遣契約単価が高騰している。しかし、求職者の不足によりなかなか集まらないのが実情である。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・派遣会社、介護企業は、中途採用を続けている。この動きは今後も続くとみている。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・2018年は、無期労働契約への転換など不透明な要素が多い。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・建設業と製造業の一部は良いが、卸売業、小売や加工を含む水産系は低調である。先行きの見通しは慎重であり、景気浮揚感はみられていない。 |
| 職業安定所（職員） | ・人手不足が顕著な業種を中心に、募集時の賃金増がみられているものの、それにも限界があるため、当面は人材獲得が難しい。 | |

| | | |
|---|-----------------------|---|
| | 職業安定所（職員） | ・小売販売店も徐々に増えてきている。 |
| | 職業安定所（職員） | ・廃業や営業譲渡がみられるものの、求人企業からは販売や受注は年間として例年並みで変化は余りないと聞いており、当面は変化がないまま推移するとみている。 |
| | 職業安定所（職員） | ・例年であれば年度末に向けて求職者が増加する傾向にあるが、新規事業所などの求人が見込めないことから、現状と変わらないとみている。 |
| | 学校 [専門学校] | ・年度当初の採用計画から新規採用や増員により求人を増やす企業がほとんどないため、変化はない。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・雇用の無期転換問題への対応を目前にして、企業側の混乱が見込まれる。また、不合理な解雇や、逆に求職者側からの離脱、転職も見込まれることから、企業活動に悪い影響を与える可能性を懸念している。 |
| | 新聞社 [求人広告] （担当者） | ・その年の景気を占う初売りは、天候不順もあり前年を下回っている。その後のバーゲンセールでも寒波や悪天候で思うようには伸びず、流通業界は苦戦が続いている。春先に対する期待感が高いが、2～3月の状況は厳しいとみている。 |
| x | - | - |