

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)		-	-
		商店街（代表者）	・来街者の動きが日に日に活発になっている。天候の良い日の来客数は今まで以上に増えており、また、県外、市外からの観光客も多くなっている。そのため、この先の景気は良くなるとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・全体的な景気に大きく左右される業種ではないが、天候が良ければそれなりの来客数となる。調剤薬局も併設しているため、様々な健康相談のための来客もある。さらに、化粧品なども売れているため、先行きは悪い方向にはいかないとみている。
		百貨店（営業担当）	・今年の夏は猛暑の予報が出ている。春先の気温の変化で衣料品がよく動いたこともあり、夏物アイテムへの消費が高まると見込んでいる。
		スーパー（店長）	・4月の実績が3月よりもやや上回っているため、今後も同様に良くなるとみている。
		スーパー（総務担当）	・米国と北朝鮮の動きは要注意であるが、現在は小康状態を維持している。株価も低迷も脱しつつあるため、景気は多少持ち直すとみている。
		スーパー（営業担当）	・購入点数、客単価共に堅調に推移しており、今後も同様の傾向が続くとみている。また、長期予報でも夏の気温が高いため、アイス、飲料、酒などの売上に期待がもてる。
		コンビニ（エリア担当）	・3か月後には盛夏となり、全体的な来客数の増加が見込める。
		コンビニ（店長）	・温暖な天候となって光熱費が抑えられるため経費的には助かる。ただし、祭りやイベントなどが少ない時期でもあるため、売上が大きく増えることもない。
		衣料品専門店（経営者）	・暖かくなると、来客数も増え春夏物が動きやすくなるため、期待をしている。
		乗用車販売店（経営者）	・7月に新機種の発売予定があるため、かなり期待をしている。
		乗用車販売店（本部）	・この夏に話題の新型車が発売予定のため、少しずつ活気が出てきている。また、発売前の現行車販売などでゴールデンウィーク明けの商戦に期待がもてる。
		住関連専門店（経営者）	・この先は益が近づくため、仏事の小物の売上が増えるともみている。更に一工夫加えた販売を目指したい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・例年よりも高い気温が続くという予報がされている。冷房用燃料の需要が高まると見込まれるため、今より景気は改善されるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・東北地方はこれから暖かくなるため、人出が増えるともみている。
		通信会社（営業担当）	・大規模な設備投資を開始し、サービスメニューのパワーアップを計画している。この先同業他社との競争も一層激しくなるが、低価格で高度なメニュー展開により、新規客の獲得や既存客の単価上昇に期待がもてる。
		テーマパーク（職員）	・夏休み時期となるため、客の購入単価が高くなることを期待している。
		観光名所（職員）	・ゴールデンウィーク以外の休日、祭日においても、予約客以外の来客数が順調に増えている。また、購入点数もふだんよりも多めとなっており、飲料、おつまみなども売れている。景気はこれから少しずつ回復していくのではないかとみている。
		競艇場（職員）	・この先は運営体制を大幅に見直し、広告宣伝に力を入れる予定である。イベントなども定期的に行われるため、来客数増加、売上増加につながることを期待している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・新店舗のオープンや、店舗改装など、流通の活発化がみられており、今後も好調に推移するとみている。
	商店街（代表者）	・明るい兆しはあるものの、客単価の減少傾向や人件費の上昇傾向などの不安要因もあり、まだまだ気の抜けない状況は続くともみている。	
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・雑誌とコミックが全国的に非常に低調である。特に雑誌は書店が少なくなっていることもあり、低下に拍車がかかっている。また、メディアのあり方そのものが見直されているにもかかわらず変わらない状況が続く限り将来性は厳しい。さらに、通販がどこまでシェアを伸ばすか、電子書籍によってどこまで影響を被るかが、最大の関心事である。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・5月は地元で大きな祭りがある。日中は多くの観光客が見込めるものの、夜になると人はいなくなり、繁華街にも人はほとんどいない。そのため、景気の悪い状態が続くとみている。	

一般小売店〔酒〕（経営者）	・現在のにぎわいが続いた状態で夏を迎えることができれば、観光客の購買意欲にも期待がもてる。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・メインとなる布団作りの件数が確実に減っていることが懸念材料である。
百貨店（売場主任）	・客のニーズへの対応や低価格帯商材の品ぞろえ強化など、自助努力により売上は前年クリアを続けているが、外的要因も含めて個人消費の改善は依然として実感できない。一部ではインバウンドが少しずつ増えてきており、その対応が商機につながるかとみているが、全体としては不透明な状況である。
百貨店（企画担当）	・競合店の撤退により2月以降は前年比増収傾向で推移しているものの、現状維持の状態が続いている。
百貨店（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因は見当たらないものの、前年を踏襲するだけでは、売上は減少してしまう。客の心に響く施策を組み立てなければ売上の増加は厳しく、世の中の景気上昇を待っているだけでは、前年確保も難しい。
百貨店（買付担当）	・客層は高齢者が多く、施策を講じても天候に左右される状況は変わらないとみている。
スーパー（経営者）	・今後も特に大きな消費拡大要因はなく、値上げや消費支出抑制の傾向が続くとみている。
スーパー（店長）	・一部商品の値上げがあり、消費者の購買意欲は上がっていない。相変わらず根強い節約志向が続くとみている。
スーパー（店長）	・3月の売上前年比87.7%に対し、4月は93.4%と若干の改善がみられるものの、これは日曜日に競合店対策のチラシを入れていくらか浮上したためである。競合店各社共に同様の販売促進策を行っており、いずれの店舗も前年の数字に追い付くことが厳しい状況が続いている。
コンビニ（経営者）	・客単価が低下傾向にあるのが懸念材料である。その反面、購入点数は増加しているが、これは天候の影響による飲料系の好調によるものである。季節要因を除けばプラス要因が見当たらないため、景気は横ばいで推移するとみている。
コンビニ（経営者）	・当面は前年並みの状態が続くとみている。
コンビニ（エリア担当）	・4～5月の気温上昇や、ゴールデンウィークが天候に恵まれることで、来客数が増加することを期待しているものの、個人消費が動いていないため、前年比の維持は厳しくなるとみている。
コンビニ（店長）	・高齢化により、毎日来ていた客が亡くなってしまおうという事例が増えている。若者客が増えるということもないため、厳しくなっている。ただし、天候次第の面もあり、特に最近では天候の良しあしで来客数に大きな差が出ている。これも高齢化の影響なのか。
衣料品専門店（経営者）	・減少傾向のまま推移している来客数の動きが、増加に転じるような要因が見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・県内の景気が、今後は横ばい状態から上向きに変わる可能性がみえてきているため、個人消費も増加するとみている。お中元商戦による売上増加に期待している。
衣料品専門店（店長）	・気温上昇による半袖商品の需要増というプラス面が、価格にシビアな客層が増えて商品単価が下がるマイナス面で相殺されるため、先行きの景気は現状とさほど変わらないとみている。
衣料品専門店（店長）	・雇用率、給料などは改善されているものの、地方ではその効果が実感できず、将来の不安により買物に慎重さがみられている。
衣料品専門店（総務担当）	・来客数及び客単価の低下傾向は1年以上続いており、この先の景気が良くなるとは考えにくい。いかに前年の数字を維持するかに苦心している。
乗用車販売店（従業員）	・3月までは低金利キャンペーンのお陰で販売量がかなり伸びていたが、4月はそれもなくなり、落ち込んでいる。お買得なキャンペーンがない限り、このような状態は続くともみている。
乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月、来客数の動きに全く変化がなく、2～3か月後に良くなっているとは考えにくい。
住関連専門店（経営者）	・2～3か月先までの納品が確約されているため、前年並みで推移するとみている。
住関連専門店（経営者）	・来客数が減少しているため、前年実績を維持することで精一杯である。このことから、この先景気は変わらないとみている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・新生活による人口増減か、客の行動の変化のせい、4月に入ってから来客数が減少している。この先も同様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 )	・今後も原油コストの上昇による価格高騰が見込まれるため、現在の悪い状況が続くのではないかと懸念している。
その他小売 [ ショッピングセンター ] ( 統括 )	・ここ数か月間は好調に推移しているが、この先は現状維持となるとみている。
高級レストラン ( 支配人 )	・この先2～3か月は大きなイベントなどがなく、予約の動きも前年と比較して伸びていない。
高級レストラン ( 支配人 )	・前年の来客数と比較して余り変わらない状況が続くとみている。
一般レストラン ( 経営者 )	・初任給が上昇傾向にあり、この先はボーナスも出ることから多少は良くなる可能性がある。しかし、北朝鮮問題などもあり、進んで金を使うような雰囲気ではないため、この先は余り変わらないとみている。
一般レストラン ( 経営者 )	・人手不足が慢性化しているため、思い切った商売ができないなどビジネスに非常に悪影響を及ぼしている。レストラン、居酒屋など、男女を問わず人が足りていない。
観光型ホテル ( 経営者 )	・この先は大きなイベントや大会の予定がなく、先々の予約状況をみても、今月と同様の伸び率で推移するとみている。
観光型ホテル ( スタッフ )	・直近の来客数は弱含みで推移しており、この先も同様に推移するとみている。
観光型旅館 ( 経営者 )	・景気が良くなるような要因が見当たらないため、この先も変わらないとみている。
観光型旅館 ( スタッフ )	・農繁期に入り、個人旅行の動きは更に落ち込むとみている。この先ネットや旅行会社でいかに中央の客を取り込めるかがポイントになる。
都市型ホテル ( スタッフ )	・この先は気温も上がり、東北地域は観光シーズンとなるものの、旅行客は東北を乗り越して北海道に行ってしまう。また、宴会部門も地元の企業が少ないことから、振るわないとみている。
都市型ホテル ( スタッフ )	・予約状況において、宴会関係は前年並みであり、宿泊関係は前年を上回っている。
旅行代理店 ( 経営者 )	・これから行楽シーズンが始まるが、良くなるような要因が見当たらない。限られた市場の中で、お互いの旅行会社が客を取り合っているため、いかに多くの客を取り込めるかにかかっている。
通信会社 ( 営業担当 )	・新製品が売れず、現状維持の状態が続くとみている。
遊園地 ( 経営者 )	・学校、団体はおおむね前年並みの見込みであるが、梅雨といった天候や賃上げ状況、一部の物価上昇が懸念される。
美容室 ( 経営者 )	・業界自体は景気の動向に即座に反応するわけではなく、半年～1年後くらいにじわじわと影響が出てくる。来客数、客単価、売上の前年比推移に変化がないため、この先も変わらないとみている。
美容室 ( 経営者 )	・多少の来客数の増加、単価上昇はあるものの、季節要因によるものであり、景気が上向いているとまではいえない。
美容室 ( 経営者 )	・新規客が増えないため、来客数が減少している。年配客も年々少なくなってきており、この傾向は変わらない。
住宅販売会社 ( 経営者 )	・今後は中規模の宅地開発を行い、受注拡大を図る予定である。
その他住宅 [ リフォーム ] ( 従業員 )	・2～3か月先も、大型工事の受注の動きに変化はないとみている。
商店街 ( 代表者 )	・予約状況は段々と短期になっており、長いスパンでは限られた予約しかない。消費が完全にストップしている。
商店街 ( 代表者 )	・人手不足により、5月に1店舗が閉店する見込みである。高齢化、人手不足、空き店舗が深刻な問題となっている。
商店街 ( 代表者 )	・地元の人の流れに変化がおきている。
百貨店 ( 経営者 )	・前年以上に旅行などのコトへの支出が増えていることから、これからのシーズンにおいてモノ消費は一段と厳しくなるとみている。特にインバウンドの恩恵が薄い地方では、カバーしていく材料が見当たらない。
スーパー ( 営業担当 )	・エリア内では、競合他社の新規出店、ドラッグストアの新規出店が予定されており、来客数の減少に歯止めが掛からない。都市部と違い人口減少が進む地方の市町村では、既存店の来客数の前年割れは今後も続くため、企業業績の回復は見込めない。
コンビニ ( 経営者 )	・人口減少が一番の要因であるため、このままでは少しずつ景気が下降していくとみている。
コンビニ ( エリア担当 )	・前年の次世代たばこ特需の反動により、来客数、客単価共に厳しい状況が続くとみている。

	衣料品専門店（店長）	・現在は比較的高い物価が高く、客からは購買意欲の低下が見受けられている。この先も安いから買うといった購買層は動かないとみている。
	家電量販店（店長）	・暑さのためエアコンなどが売れる可能性もあるが、家電製品にヒット商品がなく、大きく需要が伸びる要因が見当たらないため、この先期待がもてない。
	家電量販店（従業員）	・前年は猛暑によりエアコンなどの季節商材が売れている。今年も猛暑の予報が出ているが、どうなるか分からない。
	乗用車販売店（店長）	・この先は例年販売量が落ち込む時期である。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・輸送費や主要な原料の価格上昇に伴い原価が上がり、利益が圧迫されてきている。値上げできれば良いが、酒類は簡単に価格を変えられない。各業界でも同様の様子であるため、徐々に景気が悪い方向に向かうのではないかと危惧している。
	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・冷夏よりは暑い夏の方が商品の動きが良いため、今年の夏が暑くなるという予報には期待をしている。ただし、夏の時期は短く在庫も少ないため、売り時を逃すと厳しい。また、一般衣料との競合もあるため懸念をしている。
	高級レストラン（経営者）	・地元には、これから良くなるような要因が見当たらない。産業が少なくこれ以上良くなるようなものがないため難しいのではないかと。
	一般レストラン（経営者）	・今までたくさんの客を回してくれていた近くのホテルの廃業が決まっている。そのため、今後は県外からの客が少なくなっていくのではないかと心配している。
	一般レストラン（経営者）	・大きな街や観光に特化したエリアに地元の消費が流れるなど、田舎の経済は厳しい状況となっている。大きな連泊型のイベントなどが無い限り繁華街は人通りが少なく、地元の人も出てきづらいのではないかと。週末だけは仕事に影響が出ないのか多少の人出はあるものの、景気が良くなるようなレベルではない。
	都市型ホテル（スタッフ）	・レストラン、宿泊といった個人利用部門の来客数が、前年同時期と比べて減少気味である。また、先行予約数も芳しくない状況である。
	旅行代理店（店長）	・好調である今月の反動なのか、問合せは増えているものの、予約までには至らない。国内個人商品は前年比70%程度である。
	旅行代理店（店長）	・先行きの景気が良くなるような要素が見受けられない。
	通信会社（営業担当）	・各業種とも人手不足の声が多く、生産向上の低迷と4月の異常気象の影響が5～6月に影響するのではないかと懸念している。東京オリンピック需要への期待はあるものの、野菜価格の高騰などの不安材料があるため、景気はやや悪くなるとみている。
	通信会社（営業担当）	・収入の向上が見込めない限り、景気の向上はないとみている。
	× 一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・なじみ客の来店頻度が落ちており、来客数の減少が止まらない状況である。家計が厳しく節約している様子が見える。
	× スーパー（経営者）	・可処分所得が伸びないなか、春の値上げが家計を直撃している。
	× 乗用車販売店（経営者）	・電動化やカーシェアリングの普及は、整備業界に大きな影を落とすのではないかと危惧している。
企業 動向 関連 (東北)	金属製品製造業（経営者）	・受注予測が大きく上向いている。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・業務用ビール類の値上げが一段落するため、マイナスの要因が軽減されるとみている。
	農林水産業（従業者）	・今年は、果樹の花が1週間ほど早く咲いている。その分早く収穫でき、値段が高くなることを期待している。
	食料品製造業（経営者）	・当面は、人が動くような大きなイベントがないため、変わらないとみている。
	食料品製造業（営業担当）	・販売量の前年比は10～20%落ち込んだままとなっている。改善の兆しもみられないため、厳しい状況は変わらないとみている。
	繊維工業（経営者）	・店頭の売上が悪い。政治的にも暗いニュースばかりなので経済もムード的に盛り上がらない。
	木材木製品製造業（経営者）	・全体的な景気に大きな変化はないとみているが、住宅につながる業界の景気は鈍化していくとみている。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残高はほぼ前年同月並みとなっているため、景気は横ばいで推移するとみている。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・上半期の出荷量は横ばいで推移するとみている。

	電気機械器具製造業 (企画担当)	・製品市場価格は、2～3か月先でも大きな変化はないとみている。次世代の製品が市場に投入されるまでは大きく上向くことがないものの、現在の好調な状況を維持できる可能性はある。
	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)	・入札案件においては、事前のリサーチなくしては厳しい案件が多く、採算度外視の無理はできない。
	通信業(営業担当)	・昇給額が少ないため、余り景気は変わらないとみている。
	金融業(営業担当)	・この先、特に大きな景気の変化要因はない。
	金融業(広報担当)	・製造業の企業業績判断指標において、製造業の次期生産高、操業度は上昇の見通しである。一方、建設業の受注高は低下の見通しであり、小売業も含め業種により業績見通しに濃淡がある状況となっている。
	広告業協会(役員)	・大型イベントの予定も特筆すべき事象もなく、変わらない状況が続くとみている。観光客誘致や県産食材の広報、プロモーション活動に期待している。
	広告代理店(経営者)	・仕事量の動きが良くなるような情報がない。
	経営コンサルタント	・東北は遅い春が消費を活性化させる傾向が強いため、この先は多少景気が良くなるとみている。
	司法書士	・法務局の登記申請件数は減少傾向である、一方、戸建て住宅の取引件数は堅調に推移している。
	公認会計士	・製造業及び建設業では一定以上の利益を確保しており、小売業、サービス業の業績が低迷している分を十分に補っている。全体的な景気としては良い方向のまま推移するとみている。
	コピーサービス業(従業員)	・エコ関連商材などの取扱い品目を増やして、売上及び利益の拡大を図っているものの、まとまった大口商談が少なく、地道に小口物件を獲得している状態である。
	その他企業[協同組合](職員)	・良くも悪くも景気の動きに変化はみられない。
	農林水産業(従業者)	・さくらんぼの受粉時期に低温と降雨が重なっているため、着果数の減少が見込まれている。
	出版・印刷・同関連産業(経営者)	・これから閑散期になるが、客の様子を見ると不安である。
	建設業(従業員)	・大型案件の発注形態が変わり、業者決定までの期間が延びることから、公共工事において秋口まで景気は下降するとみている。
	輸送業(経営者)	・収入は安定しているものの、燃料費がじわじわと値上がりしており、経費増が現実となってきている。そのため、先行きに対して不安感がある。
	通信業(営業担当)	・東京オリンピック需要により、建設業や旅館業がにぎわうとみているが、それ以外は不景気のまま推移するとみている。
	その他非製造業[飲食品卸売業](経営者)	・景気が良くないなか、量販店や大手コンビニの進出により二重苦となっている。このままでは、地元企業の廃業が進んでしまうのではないかとみている。
	x	* *
雇用 関連 (東北)	人材派遣会社(社員)	・求人背景としては、欠員補充よりも成長に向けた投資としての募集が多い印象であり、今後も同様の動きが続くとみている。
	人材派遣会社(社員)	・6月1日からの、大学3年生に向けたインターンシップの企画や取組の検討、相談が増えてきている。前年以上に企業の採用意欲が高いという印象を受ける。
	アウトソーシング企業(社員)	・今年度の自治体の予算は多少上向いているようである。
	職業安定所(職員)	・賃金面など求人条件の改善がみられている。
	人材派遣会社(社員)	・前年から取り組んでいる外資系ビジネスプロセスアウトソーシング企業との大口有料職業紹介案件が今期も同規模で継続している。4月の滑り出しの低迷をカバーできる要因となっているが、まだその変化はみえてない。
	人材派遣会社(社員)	・求人数は堅調な推移が続くとみているが、求職者数に減少の懸念がある。また、両者のミスマッチも続くとみている。
	人材派遣会社(社員)	・採用市場の劇的な変化に、特に中小企業側が付いていくことができていない。
	人材派遣会社(社員)	・有期雇用者の無期転換問題など、不安材料を抱えている状況であり、この先も同様な状態が継続するとみている。
	人材派遣会社(社員)	・求職者の動きが鈍く、夏にかけての改善の兆しがみえない。

	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	・首都圏への人材流出は、東京オリンピックが終了するまで続くとみている。東北の中小企業の活性化が急速に求められている。
	職業安定所 ( 職員 )	・新たな企業進出、工場増設などの動きはない。カーナビなどの製造事業所において、3～4月と受注量減少などによる人員整理が発生したが、他に同様の動きはない。
	職業安定所 ( 職員 )	・新規求人数は前年同月比で増加しているが、2.4%の微増であり、特に大きな動きはみられていない。
	職業安定所 ( 職員 )	・求職者数が単月で減少傾向だったが、3月は一転して増加となっているため、この状況は今後も続くとみている。
	職業安定所 ( 職員 )	・求人数のうち、未充足のため更新された求人が40%を超えている。また、水産加工や介護事業の新規設立のための求人がみられたが、人手不足の業種のため、求職者の動きに余り変化はみられていない。そのため、この先の景気も変わらないとみている。
	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	・大型事業所の閉鎖の影響を懸念している。
x	-	-