

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)	・競合店などの影響により全体的に売上が下がってきているものの、夏は売上の最盛期のため、期待をしている。稼ぎ時なので天候が良いことを願うばかりである。
		商店街(代表者)	・春物商材の最終バーゲンセールが終わり、初夏物から夏物商材への確実な切替えができています。また、クルーズ船の来客数が東北最大の増え方をしている。この客をどのような形で店に引き入れるかを、徹底的に研究、勉強をしていく必要がある。
		百貨店(営業担当)	・来客数が増えているため、今後は売上が伸びてくると見込んでいる。
		コンビニ(エリア担当)	・3か月後はワンブランド体制となる。販売促進の効果も含めて景気は上向きになる見込みである。
		衣料品専門店(店長)	・長期予報では例年以上に暑くなるといわれている。暑くなればクールビズなどの需要も増えるため、前年よりは良くなると期待している。
		乗用車販売店(経営者)	・この先は、売れ筋の車両に加えて新車種の発売が予定されており、期待感で一杯の状況である。
		乗用車販売店(従業員)	・7月に新商品が出るため、少しは販売量が伸びることを期待している。
		住関連専門店(経営者)	・お盆や彼岸が控えているため、小物仏具の売上を見込んでいる。
		高級レストラン(支配人)	・夏のイベントを企画しているため、期待をしている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・前年の5～6月は全国的な会合などにより当地域を訪れた客が多く、一般宴会、宿泊はもちろんのこと、婚礼もまずまずの動きであった。今年もこの先ばん回できる月があるとみている。
		観光名所(職員)	・乗船料金の値上げなどが要因となって、乗船客数は厳しい状況である。ただし、ふだんの客の様子や客単価からは購買意欲が伸びている様子がうかがえる。前月から続くこの傾向は今後も続いて良くなっていくとみている。
		その他サービス[自動車整備業](経営者)	・好調のまま推移するとみているが、石油製品の高騰により原材料費の上昇が懸念される。
		商店街(代表者)	・イベントが多くなる時期のため、人出を期待したいが、この先は梅雨入りや厳しい暑さの時期を迎えるため、店によって好不調のまだら模様となるのではないかと懸念している。
		商店街(代表者)	・夏に向けて大型イベントがめじる押しのため、例年並みの来街者は見込めるものの、購買力が低下しているため、衣料品を中心に売上の増加は期待できない。
		一般小売店[医薬品](経営者)	・7～8月は夏休みであり、夏祭りなどの大きなイベントがあるが、最近の観光客はホテル代、交通費はともかく、買物や少し良いものを食べるといふことをしなくなっているため、今後も余り変わらないとみている。
		一般小売店[医薬品](経営者)	・前年比は良くないものの、欲しいものは購入するなど、客の購買力は低下していない。客の来店さえあれば良くなるとみているため、この先の天候が安定することを祈っている。
		一般小売店[酒](経営者)	・お中元商戦やピヤガーデンなどの繁忙期を迎えるため期待をしている。しかし、ここ最近では毎月何かしらの値上げがあり、得意先でもうんざりされている。特にビールは運ばれど赤字とさえいわれている。小売酒販店は追い込まれており、対応を迫られている。
		一般小売店[寝具](経営者)	・季節が夏に向かっていくが、厳しい状況が継続するとみている。
		百貨店(売場主任)	・天候などの不確定要素はあるが、商圈人口の減少、地域経済の景況感などの外的要因や、店内での客の購入単価、購入点数の減少といった購買動向からは、消費が上向き要因は見当たらない。
		百貨店(企画担当)	・この先に景気が大きく動くような要因は見当たらない。
	百貨店(営業担当)	・これから夏物商戦の最盛期となるが、なかなか気温も上がらず動きが鈍い。景気が大きく変動する要因も見当たらないため、夏祭りやお盆商戦に対する施策が必要である。	
	百貨店(買付担当)	・この先はクリアランス時期となる。なじみ客向けのプレセールでのまとめ買い、セール本番での単品買い傾向は今後も続く見込みであり、景気の動向に変化はないとみている。	
	百貨店(経営者)	・夏の商戦に向けては、一部アパレルのセール前倒しや晩夏商材の追加など、店頭在庫が改善されるような動きには期待している。ただし、中間層の動きは依然として鈍く、大きな変化はないとみている。	

スーパー（経営者）	・5月中旬以降は持ち直しているものの、現在の消費の動きは芳しくないため、この先もこの傾向が続くとみている。
スーパー（店長）	・来客数の減少に加えて、客単価の落ち込みが続いている。買物に慎重な傾向は今後も続くとみている。
スーパー（店長）	・競争激化による来店頻度の減少は今後も続くとみている。
スーパー（営業担当）	・来客数が伸び悩んでおり、特売やクーポンなどの施策によって何とか前年に近い売上を確保している。現状において特売を強化しないと、来客数離れが生じて売上が厳しくなるため、この先今以上の特売強度で売上を維持したい。
コンビニ（経営者）	・底を打っている状況であるが、このまま横ばいで推移するのか、暑くなって消費が少し上がるのか不透明である。
衣料品専門店（経営者）	・大手デパートなどは既にお中元商戦を展開している。当社でもカタログの印刷を早めて、販路拡大に結び付ける予定である。
衣料品専門店（店長）	・景気が上向いているといわれるが、消費者の購入マインドは高まっていない。好不調の波が小さくなれば期待もできるが、現状では実感できていない。
衣料品専門店（総務担当）	・この先、景気が改善して客の購買意欲が上がるとは考えにくい。
家電量販店（従業員）	・前年は猛暑によりエアコンや扇風機が好調であったが、今年はその反動でやや落ち込むのではないかと。ただし、梅雨入り、梅雨明けのタイミングによっては状況が変化するため、多少期待している。
乗用車販売店（従業員）	・ここ数か月、客の動きに全く変化がない。この先も変わらないとみている。
住関連専門店（経営者）	・受注生産のため、2～3か月先の予定はある程度みえているが、今月と余り変わらない販売量で推移するとみている。
住関連専門店（経営者）	・2～3か月先の景気も、このまま横ばいで変わらないとみている。
その他専門店〔食品〕（経営者）	・地方では、高級食材やお中元などはなかなか伸びなくなってきた。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・4月に続いて来客数が減少しているため、今後は商品構成の見直しが必要である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・販売量、収益共に不透明性が高く、判断が難しい。少なくとも収益が大きく伸びる可能性は低く、良くて現状維持で推移するのではないかと。今後、石油系燃料の需要が大幅に伸びることはないかとみている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・天候に左右される部分はあるが、ファッションに関しては今後厳しい局面もみられるのではないかと。ただし、食料品、日用品は依然として順調に推移する見込みである。
一般レストラン（経営者）	・ボーナス額が増えているとのことであり、多少の期待はしたいが、貯蓄などに回される可能性が高く、結果としては余り変わらないとみている。
一般レストラン（経営者）	・総菜を買って家で食べるという人が増えている。この先、レストランで外食をする人が増えることは考えにくく、予約の状況からも現在と同様の状態が続くとみている。
一般レストラン（経営者）	・2～3か月先も、今月と同等かやや悪くなるとみている。
一般レストラン（経営者）	・周囲の状況などからやや悪くなる可能性もあるが、この先暖かくなって人が出歩くようになるため、全体的には横ばいで推移するとみている。
観光型ホテル（経営者）	・この先、地元では大きな大会やイベントがないため、ゴールデンウィーク明けの節約志向が長引くとみている。
観光型ホテル（スタッフ）	・前年と比べても予約状況が思うようには伸びていない。
観光型旅館（経営者）	・観光キャンペーンが始まるが、良くなると実感するまでは至らず、例年並みに推移するとみている。
観光型旅館（スタッフ）	・ガソリン、乳製品、粉物関係の高騰が落ち着かない限り、この先の景気は変わらないとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・この先の受注内容から、宿泊部門、宴会部門は前年並みの見込みである。レストラン部門は、夏に向けてのイベントなどの企画があるため、来客数増加を期待したい。
旅行代理店（経営者）	・前年同時期と比較しても、予約状況を含めてほとんど同じような状況が続いている。全体的に変化がないため、この先も同様の状況で推移するのではないかと。
旅行代理店（従業員）	・秋の行楽シーズンにおいても、暦上の休日が少ないため、余り変わらないとみている。
通信会社（営業担当）	・景気が向上する要因は特に見当たらないため、早々に景気変動することはないとみている。
通信会社（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因が見当たらない。

通信会社（営業担当）	・4K8K放送に対応したテレビの販促展開が始まったが、地上デジタルを開始したときと比較すると興味をもっている客が少ない。BS4放送のコンテンツを年末に向けての商材の目玉としているが、テレビサービスの加入者獲得にどれだけ貢献するかは不透明である。
テーマパーク（職員）	・来客数が増えて購入単価や売上が伸びるような要因が見当たらない。
遊園地（経営者）	・記録的な天候不順であった前年の夏と比較すれば、今年も天候が例年並みに推移すればある程度の期待ができる。
競艇場（職員）	・購入単価を上げることは非常に難しい。来客数を増やして売上を増やすことが望ましいが、そのための来場促進策を模索中である。よって、今は現状維持に力を入れている。
美容室（経営者）	・美容業界は、景気の変動がダイレクトに影響することはない。現状からみて2～3か月先の景気に大きな変動はないとみている。
住宅販売会社（経営者）	・受注見通しは悪くないものの、契約に至るまでに時間を要している。
その他住宅[リフォーム]（従業員）	・この先は塗装工事の受付が好調だった前月ほどは増えていないとみている。
商店街（代表者）	・予約数はそれほど多くなく、まばらである。また、直前のキャンセルもみられており、景気が良くなるとは考えにくい。
商店街（代表者）	・各店舗に活力がない状況が継続するとみている。
一般小売店[書籍]（経営者）	・書店の売上は世の中の動きに連動している。現在の政治風土、経済全般のモチベーションの低さ、株価や為替の動きなどをみても、消費マインドは引き続き厳しさを増すとみている。
スーパー（総務担当）	・ガソリンの高値が続く、国内の政局も不安定である。米朝関係も思わしくなく、景気が上向くような状況ではない。
コンビニ（経営者）	・セールで客を集めても効果は一時的であり、客単価や購入点数が増加しない限り改善は難しい。前月に引き続いて客単価が落ち込んでおり、景気好転の兆しはみえていない。
コンビニ（経営者）	・ここ数か月の売上、来客数、客単価の推移をみても、この先前年を上回ることなく、苦戦するものとみている。
コンビニ（エリア担当）	・前年の次世代たばこ特需が続いた7月までは、来客数、客単価共に前年割れが見込まれている。
コンビニ（エリア担当）	・東京オリンピックに向けて、首都圏に人が集まることで、東北からの流出はより一層激しくなるとみている。また、被災地区において、居住許可が出て人口の戻りが期待できない。そのため人口減少は継続するとみている。
コンビニ（店長）	・これから先高齢化がどんどん進み、高齢者のなじみ客が減っていくが、その代わりに若者が増える様子はない。学生においても、奨学金を利用する人が多いのかバイトをせず、お金を使わない。このような風潮が全体的にまん延している。
衣料品専門店（経営者）	・食品などの値上がりにより生活防衛意識がますます高まっているため、ファッション関連の消費はしばらく期待できないとみている。
衣料品専門店（経営者）	・他店も苦戦している様子である。客はすぐにセールになることを待っている様子である。
衣料品専門店（店長）	・スーツの売行きが前年よりも悪化しているため、この先クールビズ需要が落ち着いてしまうと厳しくなるとみている。
乗用車販売店（経営者）	・人手不足と採用難により、先行きの景気は良くなるとみている。
乗用車販売店（本部）	・新車部門は、今後も来客数の増加である程度の販売量を見込むことができる。しかし、整備件数の減少、自動ブレーキなどに代表されるサポカーの普及により、サービス部門の減収は今後も続くこととみている。収益の柱ともいえるサービス部門の減収恒常化に対する特効薬が見いだせない。
乗用車販売店（店長）	・例年の状況から、これから先の時期は販売量が落ちるため、やや悪くなるとみている。
その他専門店[酒]（経営者）	・大きな変動要因はないものの、様々な原材料、資材、経費が値上がりしている。対策を講じて最悪でも何とか現状維持を図りたい。
その他専門店[白衣・ユニフォーム]（営業担当）	・夏物の動きについては、これから受注となる企業もあるが、在庫が切れているものもある。実際に動いてみないと分からないが、夏物の売上は余り期待していない。
その他専門店[ガソリンスタンド]（営業担当）	・原油価格の高騰に伴い、売価水準は東日本大震災以降の最高値で推移している。そのため、更に節約志向が高まるとみている。

	高級レストラン（経営者）	・この先景気が良くなるような材料はないのではないか。少なくとも地方の経済は良くなるのではないかとみている。	
	一般レストラン（経営者）	・県外からの客も地元客も、夏は海のあるエリアに遊びに行ってしまう。内陸部である地元では、特に夜の飲食は減少気味となる。そのため、景気は良くなるのではないかとみている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・企業中心の宴会は順調に推移しているものの、個人利用中心のレストラン及び宿泊は前年を下回っている。また、先行きの予約状況も芳しくない。	
	旅行代理店（店長）	・なじみ客の予約は入るものの、プラスアルファの予約が入ってこない。特に国内旅行はどの方面も伸びが今一つである。	
	旅行代理店（店長）	・この先の景気が良くなるような要素が見当たらない。	
	通信会社（営業担当）	・5～6月の猛暑の影響により農産物の高騰が見込まれており、第3次産業の衰退が懸念され、景気はやや悪くなるとみている。また、物価上昇や雇用保険料の上昇などにより、更に消費動向が下がるとみている。	
	通信会社（営業担当）	・燃料の値上がり、景気に悪影響を与えるのではないかとみている。	
	美容室（経営者）	・客は千円カットに流れている。また、街なが自体が静かで企業も少なくなっている。	
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・得意客でも従来より買い控えをしているのが明らかであり、このまま特にプラス要因なしで推移すると、どんどん悪くなる一方である。景気は良くないが、国会の場ではむしろ後ろ向きな議論ばかりされているように見える。このことも将来の見通しを暗くし、消費行動に影響を及ぼしている。
	×	スーパー（経営者）	・ドラッグストアの食品売場の比率が増大している。また、新しいコンビニの出店が予定されており、客の買い回りが増大するとみている。
	×	スーパー（店長）	・現状の売上は低下傾向にある。販促により持ち直している曜日もあるが、依然として下降している曜日もあり、全体としてはなかなか浮上していない。そのため、今後の景気は悪くなるのではないかとみている。
	×	スーパー（営業担当）	・今後も競合店の出店が予定されているため、来客数の減少に歯止めが掛からない状況である。少子高齢化、競合店の出店による来客数及び売上の減少、人手不足、人件費上昇など企業経営は一層厳しくなっている。
企業 動向 関連 (東北)		金属製品製造業（経営者）	・受注予測が上向きのため、先行きの景気も良くなるとみている。
		経営コンサルタント	・今年の夏は暑くなると予想されており、夏物商材の早い動きが期待される。
		司法書士	・地元の不動産取引において、新規参入のハウスメーカーによる取引件数の増加傾向が継続している。
		農林水産業（従業者）	・今年は果樹の開花が1週間以上早く、主力品種の桃の販売が単価の良い旧盆前に終了できることを期待している。
		食料品製造業（経営者）	・今年は目立ったイベントがなく、この先観光客、出張者などの数は余り増えないとみている。
		食料品製造業（営業担当）	・既存商品の販売量が好転する要素はない。新商品発売時に販売促進イベントやキャンペーンを実施する予定ではあるものの、効果が不透明なため厳しい状況は変わらないとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注残高は約10%の前年割れとなっている。そのため、景気は悪いまま変わらないとみている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・製品開発スパンが短いといった状況は、しばらく継続する見込みである。人手不足の懸念があるものの、景気は良い状態で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か月先も現状のまま横ばいで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・客の業種にもよるが、契約に関しては今後もシビアな反応が増えてくるとみている。他社への切替えも想定しながら、粘り強く当社の強みを売り込んでいくしかない。
		通信業（営業担当）	・経済復興の予兆が見当たらない。
		通信業（営業担当）	・この先景気が良くなるような気配がない。
		金融業（営業担当）	・この先、特に大きな変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・食料品などの値上げに伴い、個人消費が伸び悩むとみている。
		広告業協会（役員）	・大多数の広告主の宣伝広告費は減少傾向が続いているものの、全体としてはほとんど変わらない状況で推移する見込みである。
		広告代理店（経営者）	・東北地方の経済の冷え込みは続いている。東京オリンピックに関わる仕事量の増加も、全く影響していないように見受けられる。

	広告代理店（経営者）	・会社単体としては上向きであるものの、東北エリアの周辺取引先の様子、広告媒体発注量は停滞気味のため、景気に大きな変動はないとみている。
	公認会計士	・現在は、売上が伸びて利益を確保しているのではなく、固定費などの経費圧縮でやりくりをしている状況であり、特に小売業関係はこの傾向が強い。ただし、建設業、製造業関係は受注が好調であり、会社の話では秋頃までは今の状態が続くとのことである。
	コピーサービス業（従業員）	・働き方改革に関連する商材を扱い始めているが、商売に結び付くにはしばらく時間が掛かるため、現時点では地道にPR活動をしていくしかない。そのため、前年を維持することで精一杯である。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・サッカーワールドカップによって、外食が控え気味になるのではないかと心配している。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・長期間の仕事が多い当方にとって、現在の様相からは先がみえにくい。案件発生から納品まで2～3週間の仕事が多い業界が羨ましい。
	その他企業〔協同組合〕（職員）	・先行きの受注見込みに大きな動きはみられてない、ただし、人手不足による人件費の上昇に加えて原料価格高騰が続いているため、収益の確保が厳しくなっている。
	農林水産業（従業者）	・農産物直売所の売行きが前年と比較して落ちてきている。
	食料品製造業（経営者）	・連休明けに業界大手が秋口商材の値上げを発表したが、原料価格高騰、人件費、物流費、資材費の値上げは企業努力では対応しきれず、その影響で消費がどうなるかが心配である。
	繊維工業（経営者）	・消費者の低価格化がますます進んでいる。
	木材木製品製造業（経営者）	・需要が鈍化し、更に競争が激化していることにより、単価が上がらず収益的に厳しい状況が続くとみている。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・建設業の復興特需の陰りにより、発注が控えられる可能性を心配している。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・大型工事に対しての出荷が上期で終了予定であり、下期に大きな工事の予定がない。そのため、平成30年度の需要見込みは前年比で2けたのマイナスになるものとみている。
	建設業（従業員）	・競争案件がコンスタントに出てくる見通しではあるものの、指名停止の影響などにより、大手を中心とした一部の会社は競争参加が限定的となり、受注が減少傾向になっていくものとみている。
	輸送業（経営者）	・荷主において設備の定期修理が予定されており、収入減が見込まれている。また、燃料費が高くなってきていることも懸念材料である。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・地元の基幹産業が水産関係であるため、東日本大震災の影響は依然として大きい。今のところ、この状況が良くなることは考えにくい。
	x	* * *
雇用 関連 (東北)	人材派遣会社（社員）	・企業の案件属性が多様化してきている。求職者の登録も好調であり、今後も安定した業績が見込まれる。
	人材派遣会社（社員）	・有期雇用者の無期転換に伴うレートアップという下支えに加えて、2～3か月先には、外資系生命保険会社の大型事務センター進出に伴う大口需要が見込まれるため、やや良くなるとみている。
	人材派遣会社（社員）	・求職者を欲しがると企業は現状では余り多くないが、この先は少し動きがあるとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方でも人材に対する投資が増えており、うまくマッチングさえすれば景気も上向きになるとみている。ただし、現状ではなかなか採用には至っておらず、人手不足、規模縮小、景気下降の悪循環の危険性をはらんでいる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・6月に開催される大型イベントの効果により、宿泊、飲食関連などが活発に動くともみている。
	人材派遣会社（社員）	・どこの企業も待遇面などの改善を図って人材の流出を防いでいるのか、求人を出しても応募がないという状況が続いている。特に飲食店には応募者がなかなかこないというのが現状であり、このような状況は、この先も継続するとみている。
	人材派遣会社（社員）	・派遣登録者の伸び悩みは今後も続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・この先、採用期待値が高まるような要因は見当たらない。
	アウトソーシング企業（社員）	・今年度の大手の受注額は、前年と同程度となっているため、景気に大きな変化はないとみている。
	職業安定所（職員）	・労働力人口の減少を背景に、従業員の処遇改善の動きが継続していくのではないかとみている。

	職業安定所（職員）	・求人窓口対応、訪問などによる感触では、多くの業界で人手不足により事業所の業務展開に支障をきたしている状況が確認されているものの、ここ数か月の期間で雇用に与える影響はそれほどないとみている。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加傾向にあるものの、新規求職者数は減少している。そのため、求人倍率は前年同月並みか微増で推移するとみている。
	職業安定所（職員）	・新規求人の産業別状況をみると、製造業、卸売業、小売業は前年同月と比較して大幅に減少している。警備業からは更新に伴う大量の求人があるものの、景気動向を左右するような特徴的な要因も見受けられないため、このままの状況が継続するとみている。
	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ものの、2.7%の微増である。新規求人倍率も前年同月を上回っているが、求職者の減少傾向によるものである。また、今のところ大規模な企業の創業の動きもない。
	人材派遣会社（社員）	・無期雇用への切替えによる単価交渉を行っているが、一時的に労務費がかさむことが見込まれる。
x	-	-