

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)		乗用車販売店（経営者）	・1月の初売りから年間最大の需要期である3月に掛けて、かなり期待ができると見込んでいる。
		競艇場（職員）	・この時期は毎年来客数及び売上が増加する。帰省が関係しているのか、見たことのない利用客が多くなるのもこの時期である。一時的なことではあるが、今回も売上の増加は間違いないとみている。
		スーパー（店長）	・吸収合併された近隣の競合店がリニューアルオープン予定を中止して閉店している。その影響で来客数及び売上が若干増加している。
		コンビニ（経営者）	・店舗改装後の来客数の増加に期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・ワンブランド効果が今後も引き続き期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・仏具販売においては、必要に迫られてからの購入が多く、消費税の引上げ前の駆け込み需要の影響があるとは考えにくい。ただし、春彼岸が近く仏具類が多く売れる見込みのため、今月よりは良くなるとみている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・年度末に向けた動きには期待をしている。ただし、競合他社の動きも気になるところであり、果たして計画どおりに進むかは不安である。ネット販売における客の流出の加速度をみると、今までの商売が成り立たなくなるのではないかと危惧している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油相場の下落が続いており、高値で推移していた店頭価格の下落につながっている。現在よりもお手頃価格となるため、需要が回復することを期待している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・景気に不透明感があるものの、寒さによりファッションの動きも好調になってきており、年明けの初売りに関してはかなり期待をしている。
		一般レストラン（経営者）	・株価の動きが不安定であるが、ボーナスがそれなりに支給されているため、東京オリンピックを控えてそれなりの景気を保つとみている。
		観光型旅館（スタッフ）	・遠方からの雪見ツアーなどが好調であり、現時点で予約が前年比85%となっている。
		通信会社（営業担当）	・引き続きの設備投資で光エリアの拡張も始まるため、新規加入者に加えて、既加入者の上位サービス乗換えの好調継続も期待できる。また、事前予約による光サービス加入希望者も多く、問合せも毎月増えている。
		通信会社（営業担当）	・この先は、春の異動時期による商戦期を迎えるため、景気は多少良くなるとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・株価と外国為替の動向が心配ではあるが、その他に特に大きな懸念材料がないため、現在の好調が続くとみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・リフォームの問合せは前年より増えている。この傾向は今後も継続する見込みである。
		商店街（代表者）	・初売りと同時にクリアランスセールなどが開催されるが、初売りという伝統行事に対する意識からは違和感がある。また、客足が大型店に偏るといった危惧があるが、商店街全体としては売上に大きな変化はないとみている。
	商店街（代表者）	・11～12月と上向きな景況感が継続している。季節商材の動きや飲食など、家族で出掛ける回数も多くなっているように見受けられる。今後もこの傾向が続くと大いに期待をしている。	
	商店街（代表者）	・商店街では高齢者の買物客が半数以上を占めているため、景気に大きな変化はないとみている。	
	商店街（代表者）	・12月から続く長い正月休みにより、消費活動が活性化しない状態が続くとみている。	
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・引き続き景気の上向き感はあるものの、国際的な米中摩擦や原油の価格下落、その他の動きが見通せないため、消費者の購買意欲への影響が心配である。ただし、一般的には消費税の引上げ前の駆け込み需要が功を奏していくとみている。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・近隣の商店街には沢山の人出があるものの、繁華街には流れてこない状況が続いている。繁華街が静かになっていることは皆が実感しており、この悪い状況は変わらないとみている。	

一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・景気が悪くなる一番の原因は人口減少であるが、今のところ急激に落ち込む様子はなく、景気は横ばいで推移するとみている。
一般小売店〔酒〕(経営者)	・景気が良くなる要素が見当たらない。降雪量が消費に影響する時期であり、地方選挙も立て続けに控えているなど、苦しいことばかりである。
百貨店(売場主任)	・消費者の購買動向は確実に変化しており、ものに対する需要は低下傾向にある。また、地域経済の状況をみてもプラスに転じる材料は見当たらない。ただし、限定販売商品や希少性、話題性のある商品に対しては反応も強く、いかに購買につなげるような施策を講じるかがポイントとなる。
百貨店(営業担当)	・この先景気が大きく変動するような要因は考えにくい。そのため、各企業の努力で上昇していくしかない。
百貨店(営業担当)	・ボーナス後の商品の動きをみても、客は吟味して商品選定を行っている。この傾向は今後も続く可能性が高いとみている。
百貨店(買付担当)	・施策が当たって今月の実績は増加したが、クリアランスセール of 盛り上がりは、年々減少している。そのほか、必要なものだけを購入するという傾向は変わっていないため、先行きの景気にも余り変化はないとみている。
スーパー(経営者)	・1月は、TPPの発効で製造業の拡大に期待ができる反面、農家にはマイナスの影響が出る懸念もある。そのため、様子見と買い控えにより消費の動向は余り芳しくないものとなるのではないかと。消費者にメリットが還元されることに期待したいが、景気はしばらく横ばいで推移するとみている。
スーパー(店長)	・競合相手や外的環境に変化が起きて特売品の過当競争から抜け出せない限り、客単価の下落は続いていくとみている。
スーパー(営業担当)	・年末年始商戦は例年並みで推移するとみている。また、2月決算のスーパーマーケット各社による販促強化のため、1月中旬以降は競争の激化が見込まれている。
スーパー(営業担当)	・特売を強化しているものの、来客数の伸びは鈍化している。また、特売強化日に来客数が集中しているため、前後の日が苦戦している。結果的に変化のない状態が続くとみている。
スーパー(副店長)	・消費税の引上げが控えているため、消費者の節約志向はまだまだ続くとみている。
コンビニ(経営者)	・売上の好調は来客数の増加によるものであり、客単価に変化はなく、購入点数も増加していない。消費者の購買意欲に変化はみられていない。
衣料品専門店(経営者)	・衣料品に対する明るい材料が見当たらない。1月にセールが始まるが、ここ数年は来客数が増えずに単価が減少する傾向が続いているため、期待ができない。
衣料品専門店(経営者)	・ランドセル、学生服、セーラー服といった新学期用品の売り込みに必死になっている。
衣料品専門店(店長)	・この先は寒くなるとの予報が出ている。12月後半以降はセールが続く、一時的に消費者マインドが上がって需要が増える見込みである。ただし、その後のニーズが予測しづらいため、結果として現在と余り変わらない状態が続くとみている。
衣料品専門店(店長)	・競合店オープン後の商況が変わるには3か月以上掛かるため、当面は厳しい状況が続くとみている。
衣料品専門店(総務担当)	・同じ状況が1年以上も続いているため、この先の景気が良くなるとは考えにくい。
家電量販店(店長)	・今年は夏の猛暑や4Kテレビなどの好材料に恵まれたが、家電製品において売をけん引するような商品が出ていない。また、消費者は世界経済の不透明さを敏感に感じており、来客数の減少が引き続き危惧されるため、楽観視はできない。
家電量販店(従業員)	・4K・8K放送の話題が盛り上がりれば販売量が上向きになる可能性もあるが、現在は足踏み状態であり、この傾向は東京オリンピックまで続いてしまうのではないかとみている。是非見たいと視聴者の興味を引くような放送内容であれば需要が高まるだろうが、現状では難しい。
乗用車販売店(従業員)	・法人の買換えは多いが、ボーナス時期にもかかわらず個人の買換えが少ないため、余り変化はないとみている。

乗用車販売店（本部）	・年始以降の販売量は一時的に増加する見込みである。ただし、高額車の販売量増加は限定的であるため、販売の主軸は低価格帯の新車や中古車に戻るとみている。
住関連専門店（経営者）	・受注残は横ばいで推移している。今後新たに受注を受けても納品までに時間が掛かるため、2～3か月先も状況は現在と余り変わらないとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・異動シーズンに若干の動きがある見込みであるが、春先に地元で選挙があるため、良くなったと実感できるような状況にはならないとみている。地元以外の拡販や定番商品以外の商品へ軸足を移して対応を継続する予定である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖冬傾向が続く見込みである。また、暖房用燃料が灯油から電気に移行しているため、収益は相変わらず悪いままで推移するとみている。
高級レストラン（支配人）	・12月は忘年会の取り込みがうまくいって前年を上回ったが、1～2月は予約状況からそれほど期待ができない。
一般レストラン（経営者）	・レストランでの外食に魅力を感じる人が減ってきている。これまでの客が高齢化していることもあり、予約状況からも現在の低迷した状態が続く見込みである。
観光型ホテル（経営者）	・12月の忘年会利用客の減少や先々の予約状況からみて、今後の景気も良くないとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・先行きの予約はほぼ前年並みで推移している。
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）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要がスタートする8月頃までは、景気は現状維持で推移するとみている。
通信会社（営業担当）	・景気に大きく影響を及ぼす要因に乏しい。
通信会社（営業担当）	・年末年始特需以外の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。
テーマパーク（職員）	・客単価の横ばい状況は今後も続くとみている。
観光名所（職員）	・売上に関してはそのほとんどをインバウンド客が占めている。日本人客も1年前と比べれば良く買うようになってきているものの、半年前、3か月前と比べれば横ばいのままである。この先に何か新しいものがあれば良いが、日本人客の動きがこの先伸びていくような兆しはみえない。
遊園地（経営者）	・この先もオフシーズンが続く。また、物価動向などが家計に及ぼす影響に懸念が残る。
美容室（経営者）	・12月はボーナスなどの収入があったため良かったが、1～3月は通常の月のためこの好調が続くとは考えにくい。
美容室（経営者）	・固定客が決まっており、飛び込みの客はほとんどいないため、状況は変わらないとみている。
設計事務所（経営者）	・官公庁の納品時期となるため現金収入が増え、一時的に景気が良くなるように見えるが、先のみえない受注状況もあり、消極的な動きになる見込みである。
住宅販売会社（経営者）	・消費税の引上げに伴う3月までの受注と10月までの引渡しの関係で、それ以外の工事に影響が出るため、売上は余り伸びないとみている。
商店街（代表者）	・年末という雰囲気は全くなく、乗客数の前年比がかなり低迷している。正月以降の予約状況からみても、景気ははずると悪くなるとみている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年は、急激に業況が悪化した1月から回復しないまま年末まできている。来年に消費税の引上げが予定されており、現在の株価も不安定なことから、年明けから景気は更に悪くなるのではないかと危惧している。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・売上が伸びないという状況が続くとみている。
百貨店（企画担当）	・株価の下落や米中の貿易摩擦の懸念など、不安要素が多い。
百貨店（経営者）	・高額商材が好調に推移しているが、この年末の株価下落で特に初売り商戦の高額福袋などの動向に影響が出てくるとみている。
スーパー（店長）	・12月は、クリスマスや年末年始に向けた季節商材が消費者の購買動機を結び付けている傾向がある。そのため、日常の月より前年に近づく形で回復しているが、1～3月は今月ほどの売上は見込めない。根本的な景気は上向きとはいえない。

	コンビニ（エリア担当）	・売上及び値入率の低下や人件費の高騰により、オーナー利益が前年比で10%以上も下がっている。
	コンビニ（エリア担当）	・来客数も正月用品の販売量も減少しており、今後も消費の冷え込みは続く見込みである。流動人口が減少している地区はますます売上が減少するおそれがある。
	衣料品専門店（経営者）	・まだまだ春物が動くには早い時期である。
	衣料品専門店（店長）	・季節商材は最初の動きがその後を左右する。秋～冬の入り口の温度が暖かかったため、この先も防寒着の不調が尾を引くのではないかと心配している。
	乗用車販売店（経営者）	・自動車は、所有からカーシェアリングなどのサービス利用に移行していく傾向にあるのではないかと危惧している。
	住関連専門店（経営者）	・来客数の減少が見込まれるため、今後の景気はやや悪くなるとみている。
	その他専門店〔靴〕（従業員）	・12月は積雪という特別な要因があったが、先行きにはそれ以上の要因がない。
	一般レストラン（経営者）	・都会と田舎の格差及び大企業と地元中小企業との景気の格差は開く一方であり、身の回りの景気回復は見込めない状況である。
	観光型旅館（経営者）	・消費増の引上げにより消費の傾向が変化していくため、宿泊業にはマイナスの要因になるとみている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・年末からは雪国特有の悪天候が始まる。さらに、ここ数年の1～2月は異常気象に襲われているため、景気はひっそりと減速していくとみている。また、新たに首都圏などに若者が出ていくため、過信はできない。
	旅行代理店（経営者）	・良くなる兆しが全くみえない。最近の株価の状況も非常に不安定であり、大きなイベントもないため、消費者の出控えや買い控えが進むのではないかと。特に旅行などは一番削られてしまうジャンルである。
	タクシー運転手	・アフターファイブにおける店の滞在時間が短くなってきている。今月は忘年会も会社単位の規模が小さく、今後好転することは難しいとみている。
	タクシー運転手	・例年、12月と比べて1月はメイン客であるビジネスマンが動かず、帰省による出費の高さから人の動きが鈍るため、利益が伸びない。さらに、2月はその1月よりも利益が伸びない傾向にある。また、3月はそれなりに人の動きがあるものの、12月を超えることは難しい。
	通信会社（営業担当）	・正月需要で消費動向は上向きではあるものの、2月に買い控えも見込まれるため景気は一段と冷え込むとみている。また、通信業界の携帯代金値下げと観光需要の低迷が見込まれている。
	通信会社（営業担当）	・消費税の引上げが近づいているなか、株価の急落もあり、景気の先行きが不安定になっている。
×	スーパー（経営者）	・可処分所得が減少しているなか、将来に対する漠然とした不安が増大しており、消費者心理は非常に冷え込んでいる。
×	コンビニ（店長）	・冬の期間は雪で客足が遠のき、売上が大きく減少する時期である。さらに、暖房費や除雪費などが大きな負担となり、厳しい経営状態が続く見込みである。
×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・株価の低下やこの先の消費税の引上げなどにより、消費者の購買意欲がそがれている。
×	高級レストラン（経営者）	・予約状況が悪い。これから良くなる期待もないため、1～2月は非常に悪くなるとみている。
×	一般レストラン（経営者）	・飲食業は12月が勝負時であり、1月の新年会は忘年会に比べて少ないのが通常である。2月も特に行事がないので1～2月は例年どおり景気は悪くなるのではないかとみている。
×	観光型ホテル（スタッフ）	・東北地方の景気が回復するような気配は見当たらない。
×	旅行代理店（店長）	・国内旅行、海外旅行に関しては、団体、個人共に数字が伸び悩んでいる。特に3月は全くと言っていいほど動きがない。
企業 動向 関連 (東北)	通信業（営業担当）	・年度末に向け、今年度の予算を使いたい企業からの見積依頼が増えている。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末になり需要が増えると思われている。
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・大手企業の決算時期でもあるため、この先2～3か月は上向きになる見込みである。

	輸送業（経営者）	・荷主に新製品製造の予定がある。不安要因もあるが、計画どおりに進めば景気は良くなるとみている。
	金融業（広報担当）	・各業態において、年末年始の消費需要は底堅いものとみている。
	広告代理店（経営者）	・8月までという期限付きではあるが、消費の上向き傾向が期待できる。取引先もこの期間にフォーカスし、生活者向け販促活動の動きがみられている。
	司法書士	・消費税の引上げ前の駆け込み需要による住宅購入という状況は余りみられていないが、混乱もなく堅調に推移している。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・取引先のスーパーでは今月の伸びを継続させるべく、新年から更に宣伝に力を入れる計画のため、当方にも好影響が期待できる。
	農林水産業（従業者）	・天候不順の1年であったが、りんごの収入は前年並みとなっている。
	食料品製造業（営業担当）	・既存商品の落ち込み分を新商品でカバーできていない。今後も厳しい状況が続くとみている。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・2～3か月先の受注量が前年同月比で5～10%落ち込んでいる。ここ数年は紙ベースの印刷物がネットやWebに少しずつ食われてきている。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・当面、大きな需要が見込める状況ではない。
	建設業（従業者）	・民間案件並びに大型公共工事の受注状況にもよるが、おおむね同程度の受注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、今後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）	・今後も楽観視はできず、予断を許さない状況が続くとみている。
	通信業（営業担当）	・政治での経済回復を見込めるとは考えにくい。
	金融業（営業担当）	・景気が大きく動くような要因は見当たらない。
	広告業協会（役員）	・不安定な株価の動きが続くと広告費を手控える企業が出てくるため、先行きは不透明である。新元号への期待が膨らむなか、水を差す結果が懸念される。
	経営コンサルタント	・平成最後の、というキーワードに期待している。
	公認会計士	・建設業、小売業、サービス業共に全体的に減少傾向であるものの、建設関係は年度末の公共工事などにより若干持ち直す要素があるため、現状維持はできるとみている。
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・飲食を盛り上げるような話題に欠けるため、景況感に動きはないとみている。
	その他企業〔協同組合〕（職員）	・事業内容によっては受注量に差が出始めているが、全体的な状況に大きな変化はみられていない。
	食料品製造業（経営者）	・再び原材料価格が値上がりする見込みであり、大手業界は3月からの値上げを発表している。コスト増加に対してどのような対応をするか大きな課題である。
	食料品製造業（経営者）	・現在の景気の動きからは、観光客の増加と客単価の増加に余り期待ができない。
	木材木製品製造業（経営者）	・向こう3か月の受注は堅調であるが、消費税の引上げを控えて、4月以降の需要鈍化は確実とみている。
	金属製品製造業（経営者）	・得意先から減産の情報が入っているため、危惧している。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・株価下落の影響は多少なりとも会社業績や景気に表れてくるとみている。
	コピーサービス業（従業者）	・例年と比べて、年度末商戦用の引き合い物件の出足が遅く、先行きが不透明である。特段明るいニュースもなく、前年実績を維持することで精一杯の状況である。
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・全体的に世界経済が余り良くない方向に進みつつある。日本の景気もそれに左右されてしまうのではないかと心配である。
x	農林水産業（従業者）	・前政権時代に始まった米作付面積への助成が廃止になったことは、大規模米農家ほど打撃が大きく、機械設備の更新や大型化ができなくなるため。
x	輸送業（従業者）	・株価の大幅な下落による悪影響を懸念している。

	×	広告代理店（経営者）	・製紙メーカーから印刷用紙の値上げが表明されており、1月以降の値上げが確定している。価格に転嫁したいが、年度内に理解を得られるのは厳しい状況である。さらに、用紙不足も懸念されており、非常に厳しい現実が目の前にある。
雇用 関連 (東北)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・無期化契約に伴う粗利益改善は年度末まで続く見込みである。ただし、来年度への継続や反動減などの懸念もあり、手放して良くなるとは言いがたい。
		人材派遣会社（社員）	・求職者、求人数共に増加傾向となっている。
		人材派遣会社（社員）	・1～2月は求職者の動きが活性化する時期であるため、期待をしている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後1年間の地元経済界の景気は初売りにかかっている。地元ではインバウンド関係も増えており、消費税の引上げ前の駆け込み需要についても期待ができる。ただし、ここに来て株価の下落が続いていることが気掛かりである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・国際定期便が就航予定のため、インバウンド客の増加や、経済交流の活発化に期待をしている。
		人材派遣会社（社員）	・例年と比較して、建設業界を中心に半年先の契約及び受注の見込みが減少してきている。そのため、先行きの景気は横ばいか弱含みとなるのではないかとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求職者の動きが不透明なため、先行きが見通せない。
		人材派遣会社（社員）	・HRテックを筆頭とした採用の多様化が進んでいる。対応できない中小企業と先進企業の採用における二極化は当分続いていくとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数に大きな動きがなく景気についても変化はみえない。
		職業安定所（職員）	・求人数は相変わらず多いが、求職者数も増加している。
		職業安定所（職員）	・平成30年度において新規求職者数は減少、新規求人数は微減でおおむね推移している。そのため、事業所訪問時における事業所の今後の景況感も当面は横ばいの模様である。また、大きな人員整理の情報もはっていない。
		職業安定所（職員）	・人手不足業種である建設業、看護、介護、保育などは、職種によって有効求人倍率にばらつきがみられるが1.6倍台と高水準で推移している。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比が増加しているものの、臨時やパート求人が多い。また、新規求人倍率も前年同月より上昇しており、人手不足による高水準が継続している。この状況に大きな変化はなく、今後も横ばいで推移するものとみている。
		職業安定所（職員）	・ここ2～3か月において、30人以上規模の雇用調整はみられていない。
		学校〔専門学校〕	・年度末を迎えるが、現在の景気状況が継続するとみている。
		アウトソーシング企業（社員）	・復興関係の仕事の減少傾向は今後も続くともみている。
	×	-	-