

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)		衣料品専門店（経営者）	・春物が動き出す時期となるため、期待している。
		住関連専門店（経営者）	・2～3か月先の受注残が多いため、今よりは良くなる見込みである。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・各企業の新卒採用の動きが活発化していくとみており、追加注文が発生することを期待している。
		商店街（代表者）	・前年同様に好天の日が続けば、飲食を中心に売上が伸びるとみている。また、衣料品に関しても春物の動きが少しずつ出てくる時期であり、冬物バーゲンセールも活発に動くため、好調に推移すると期待している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来客数の減少が気にかかるものの、客はそれなりに購買力があり、現時点では余り不安視していない。しかし、将来的にどうなるかは不透明である。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・人が動く時期であり、例年同様の動きはあると見込んでいる。ただし、この動きは一過性のものにすぎないため、景気が良くなるという実感にはつながらない。
		コンビニ（経営者）	・例年動きの良くない1月であるが、12月並みの客単価や12月を上回る買上点数など、今までにみたことのない数値となっている。また、男性客はプラス購入が目立ち、女性客は高単価なデザートを購入するなど、多少の余裕が見受けられている。
		コンビニ（エリア担当）	・中食の強化やカウンターフーズの各種施策を含め、QSCのなかでも特にクオリティを高めることで、全体売上を向上させる取組を強化しており、その効果が徐々に出てきている。
		コンビニ（店長）	・この先は雪が解けて来客数も少しずつ回復するとみている。ただし、今後は人手不足対策の経費が増加することは避けられないため、厳しい経営状況は続くともみている。
		乗用車販売店（経営者）	・春の最盛期である3月に向かって客に動きが出てきているため、来客数の増加にも期待ができる。
		乗用車販売店（従業員）	・この先は、しばらく消費税の引上げ前の駆け込み需要が続く見込みである。
		乗用車販売店（本部）	・納期に時間が掛かる新車もあることから、消費税の引上げ前の駆け込み需要としての受注が、今後更に期待できる見込みである。
		住関連専門店（経営者）	・彼岸という時期で仏具に関心が集まるため、多少は売上の増加が期待できる。
		観光型旅館（スタッフ）	・現在の不振への対策として、一時的に料金を値下げして販売する予定である。ただし、単価以外の問題であった場合は、手の打ちようがない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この冬を順調に過ぎていけば、春の新元号へのイベントがあり、年間スケジュールとしても、ラグビーワールドカップなど、インバウンド客を含めてにぎやかになるとみている。そのため、宿泊や一般宴会の利用頻度が増えるの見込んでいる。
		旅行代理店（店長）	・4～5月の大型連休に向け、消費動向が一時的に拡大するとみている。
		タクシー運転手	・乗客であるビジネスマンから、今年から節目での飲み会などを頻繁に設定するよう指示が出ていると聞いている。最初にくるのが3か月後の花見であり、それなりに良くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・ケーブルテレビの新たなサービスエリア工事が始まるため、加入待機をしていた客が一気に申込みをするとみている。また、4K・8K衛星放送のコンテンツも良くなってきているため、4K対応テレビの購入者がケーブルテレビのサービスである4Kコースを視聴する機会が増えることを期待している。
	通信会社（営業担当）	・異動時期となるため駆け込み需要を期待している。	
	テーマパーク（職員）	・4月以降の商品を企画しており、僅かではあるものの、景気は良くなるとみている。	

観光名所（職員）	・予約状況は前年を上回っている。団体予約以外の客も増えているため、これからは若干上向いていくのではないかと心配なのは、来客数や乗船量は増加しているものの、JR利用の客が多いと、買物の時間がなく販売量が伸び悩むことである。そのため、急激な上昇ではなく緩やかに上昇していくとみている。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・先行きに特に不安な要素は見当たらない。
商店街（代表者）	・平成最後という掛け声もあるが、余りびんとこないのか、客は今一つの反応である。また、この先は厳寒となるため、荒天とならないことを希望している。
商店街（代表者）	・10月の消費税の引上げへの反応はまだ鈍い。5月以降からの消費拡大を期待している。
商店街（代表者）	・年度末へ向けての需要に期待ができない。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・少子高齢化や人口減少の波が押し寄せてきている。通販を含めて供給過剰のため、消費者マインドがなかなか上がらず、売出し物以外の売上が全く伸びていない。このような傾向がしばらく続くとみている。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・1月は例年、商品の動きが鈍くなる時期であるが、今年は特に動いていない。この影響は2～3か月後まで尾を引くとみている。
百貨店（売場主任）	・地方経済において好況感はほとんどなく、所得が伸びているとは考えにくい。品目によっては売手の努力で売上が増加しているものもあるが、全体的にみて当面の間は生活防衛意識は払拭されないとみている。
百貨店（営業担当）	・3か月先に大きく景気が変動する要因は見当たらない。ただし、4～5月の新元号を機に、消費喚起に結び付けていくような仕掛けをしておくことで、多少は上昇するとみている。
百貨店（営業担当）	・新生活や春物需要が高まる時期であるが、依然として衣料品の動きに苦戦している。一方、食品や化粧品などは堅調な動きを維持しており、この全体的な傾向は変わらないとみている。
百貨店（買付担当）	・現在の節約志向が継続するようであれば、消費税の引上げ前の駆け込み需要を大きく取り込むことは難しいとみている。
スーパー（経営者）	・春からの飲料品など加工食品の値上げや、公共料金や社会保険料などの値上げなどの報道もあり、消費意欲を喚起するような話題を聞かない。そのため、現在の消費動向と各数値の前年割れ傾向が続くとみている。
スーパー（店長）	・今後、半年～1年程度は近隣の競合店が閉店した影響が続くとみている。
スーパー（店長）	・買上点数の低迷が続いており、客単価も低いままである。改善の兆しが余りみられないため、今後も同様の状況が続くとみている。
スーパー（店長）	・前年の売上に届かない月が続いている。徐々に伸びてはいるものの、しばらくはこの状態が続くとみている。
スーパー（営業担当）	・今年10月に予定されている消費税の引上げに伴い、小売業ではシステム変更などの多大な出費が必要とされる。業績が伸びないなか、企業経営はますます厳しくなる見込みである。
スーパー（副店長）	・消費税の引上げまでは、現在のまま必要なものを必要な分だけ購入するという節約志向が続くとみている。
コンビニ（経営者）	・3～4月になれば人が動くため、横ばいか多少は良くなると期待している。
コンビニ（経営者）	・新規店舗の売上が、予想より下回っている。
コンビニ（エリア担当）	・先行きの景気が変動するような大きな要因が見当たらない。
コンビニ（エリア担当）	・東北沿岸への資金流入がなくなり、景気は後退傾向になるとみている。
コンビニ（店長）	・3月までは現状のまま推移するとみている。
衣料品専門店（経営者）	・2月からは春物商材が展開されるが、客の実需傾向が強くなっているため、暖くなるまでは厳しい状況が続くとみている。
衣料品専門店（経営者）	・売り込みに最大限の努力をして売上を確保する見込みである。

衣料品専門店（店長）	・フレッシュアーズなど、目的買いの要素が強いニーズは安定した動きが見込めるものの、カジュアル衣料については春物の立ち上がりが見づらく、見通しは不透明である。
衣料品専門店（店長）	・1次商圈内に競合店舗が出店しているため、来客数の前年比90%の状況はしばらく続くともみている。
衣料品専門店（総務担当）	・ここ2年近く客の動きが鈍く、前年比90%の推移が続いている。そのため、景気が良くなるような兆しはみえない。
乗用車販売店（従業員）	・販売量に変化はなく、低いレベルで推移している。この先の数か月で良くなるとは考えにくい。
住関連専門店（経営者）	・景気の回復がまだまだ見込めないため、このまま消費の低迷が続くのではないかとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・ここ数年、全体的に季節による売上の上昇幅が小さくなってきている。様々な対策をしているが、大きく変わることはないともみている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・業界自体に元気がない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・冬の終わりまで2か月を切っているため、この先に大きな需要が発生するとは考えにくく、このままの状況が続くとみている。暖房用燃料が電気に奪われている状況も進んでおり、販売量の減少傾向も続いている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・景気が変動する要因がない。現在の高値が続くとみえており、販売量の増加も見込めない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・年末年始は比較的景気の良さがみられたが、年度末に向けて一時の勢いはなくなるとみている。
一般レストラン（経営者）	・来客数が好調な現在の状況はしばらく続くともみている。
一般レストラン（経営者）	・予約の状況や客単価において、高額食材が売れるということもなく、今後もシビアな状態が続くとみている。
一般レストラン（経営者）	・この先は歓送迎会シーズンを控えているため、現在よりは人の動きが活発になるとみている。ただし、個人の動きは別であり、財布のひもは固くなっていく一方である。新生活の準備に掛かる費用も多いため、飲食に回る費用は少なくなるとみている。
観光型ホテル（経営者）	・3～4月は、10連休となるゴールデンウィークを控えて人の動きが鈍るとみている。そのため、今月同様に景気は余り良くない見込みである。
観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィーク前の旅行の手控えや、消費税の引上げなどマイナス要因はあるものの、例年並みに推移するとみている。
旅行代理店（経営者）	・先行予約については前年に届くかどうかというところである。春休みの旅行や退職者の報奨旅行などがどれくらい発生するか様子見である。ゴールデンウィークについては、期間は長いとその分予約が取りづらくなっており、大幅な売上増にはつながらないとみている。
タクシー運転手	・乗客数の伸びがそれほど悪くないため、客の動向に注意しながら仕事を進めれば、今後は良い展開が期待できるのではないかとみている。
通信会社（営業担当）	・公共事業の予算消化が始まり、各所で道路や公共設備の老朽化補正工事が行われている。ただし、建設土木業界では売上は増加しつつも利益は横ばいであるとみている。また、人手不足も各所で見受けられており、4月以降の景況がどうなるのか不透明である。この先2～3か月では景気は変わらないとみている。
通信会社（営業担当）	・直近の景気に大きく影響を及ぼすような要因に乏しい。
遊園地（経営者）	・団体予約は例年どおりに入っている。ただし、春先の天候にもよるが、物価の動きに不安が残る。
美容室（経営者）	・客単価は横ばいであり、再来店の間隔にも変化がない。消費者の先を見越した節約志向が続くとみている。
美容室（経営者）	・美容院同士の競争の状態に変化はないとみている。
設計事務所（経営者）	・契約予定の案件があり、良い意味で変化はない。しかし、4月以降の新年度の発注については、官公庁案件が減少するとの見込みもあり、厳しい状況が続くことには変わりはない。

	住宅販売会社（経営者）	・全体的に鈍い伸びではあるものの、遅れていた造成用地取得が決まるなど、来年度に向けて受注のめどが立ってきている。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・問合せにおいて、節約傾向が強まっていることが見受けられる。
	百貨店（経営者）	・現状は高額商材の好調が主力価格商品をカバーしている状況である。しかし、春以降は世界的な経済環境の変化が懸念されており、高額商材の中心客層となる富裕層の消費が一時的に減退する可能性がある。
	スーパー（営業担当）	・来客数が前年を下回っている店舗が多く、買上点数も伸び悩んでいる。必要以上の買物を控えるといった節約意識が高まっている様子である。
	衣料品専門店（店長）	・2～3月はフレッシュアーズの客がメインとなるため期待をしたいが、サラリーマンを中心とした20～40歳代の客層が年末から苦戦しており、影響を懸念している。
	家電量販店（店長）	・暖冬の影響で暖房商材が余り売れず、前年比で10%ほど減少している。4K放送は期待値よりも人気がなく、チューナーや4Kテレビにも余り関心を得られていない。今後は前年の猛暑のような追い風がない限り、先行きはやや厳しくなるとみている。
	乗用車販売店（経営者）	・少子高齢化に拍車が掛かっており、老後に備えて消費者の財布のひもが固くなるとみている。
	自動車備品販売店（経営者）	・雪の量が例年より少なく2月になっても特に良い材料がないため、動きは悪いとみている。年度末は例年動きが鈍く、高齢化が進んで車の保有台数も緩やかに減少しているため、車検などの入庫率が上がるとは考えにくい。
	一般レストラン（経営者）	・10月の消費税の引上げは、消費意欲を減少させている。そのため、景気は現在よりもやや悪くなるとみている。
	一般レストラン（経営者）	・新年会などが開催されなくなっている現状では、3～4月の歓送迎会などもなくなってしまうのではないかと危惧している。
	都市型ホテル（スタッフ）	・個人利用の動きに余り変化はみられていない。ただし、法人利用の会合において、地方開催を取りやめて首都圏のみの開催にすると理由により、キャンセルや次回の開催がなくなるという状況が数件続いている。そのため、先行きへの不安要素が強まっている。
	旅行代理店（店長）	・間際の予約が増えている。そのため、国内旅行、海外旅行共に予約が今一つ伸びていない。
	通信会社（営業担当）	・米中貿易摩擦の影響により、今後の景気は悪くなるとみている。
×	商店街（代表者）	・来客数が極端に減少しており、会社利用については皆無に近い。そのため、先行きの景気はかなり悪くなるとみている。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・この先選挙が始まると、居酒屋を除いて繁華街に人がほとんど集まらなくなる。売上が減少するため、非常に暗い見通しである。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費行動がネットへ向かっている。また、業務効率の点から小規模店舗は生き残れなくなりつつあり、同業者の廃業が目立っている。結果として、消費者はネットや中規模以上の店舗に向かうことになる。景気全体としてはそれほど影響はないかもしれないが、街に活気がなく、どこも薄利多売でデフレの様相が強くなっている。
×	スーパー（経営者）	・世界経済の冷え込みと国内経済の伸長鈍化によって、節約志向が増幅している。
×	コンビニ（経営者）	・天候が変わりやすい時期のため、冬を越さない限り来客数は悪いままである。
×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・秋の消費税の引上げを控えて、夏までは買い控えがあるのではないかとみている。
×	高級レストラン（経営者）	・2～3月の予約状況が余り芳しくないため、景気が上向くことはないかとみている。
×	観光型ホテル（スタッフ）	・東北で復興需要も収束に向かいつつある。景気上昇につながる材料は少なく、人手不足も深刻である。
×	競艇場（職員）	・大口の客は長く定着しない。そのため、来場しなくなってからは大きく単価が下がるとみている。
企業 動向 関連	通信業（営業担当）	・年度末に向けて年度内に経費を使用したい企業からの受注が増えているため、景気は良くなるとみている。

関連 (東北)	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・年度末から年度初めの仕事が見込める。
	広告業協会(役員)	・新元号発表を機に、一気に広告需要も高まると見込んでいるが、一時的なものともみている。
	農林水産業(従業者)	・果物の総収入は前年並みであるが、例年と比較すると販売単価が10～20%安い。
	食料品製造業(経営者)	・土産物を購入するような他県からの観光客が増加するイベントがないため、状況は変わらないとみている。
	食料品製造業(営業担当)	・既存商品の販売量の減少が大きく、新商品を発売してもカバーできていない。この苦戦は続くともみている。
	木材木製品製造業(経営者)	・例年需要が落ち込む時期ではあるが、消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少見込める。堅調とまではいえないものの、例年よりは落ち込みが少ないとみている。
	金属製品製造業(経営者)	・受注量の動きはやや悪化しているものの、このまま持ちこたえたとみている。
	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)	・荷主の減産による影響は今後も続くともみており、大きな期待はできない。
	通信業(営業担当)	・契約を切替えようとする客に対しての値下げにも限界がある。ある程度は諦めが必要ともみている。
	通信業(営業担当)	・政治の影響は出てこない。
	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。
	広告代理店(経営者)	・年明けに期待をしていたが、意外と消費者の消費意欲は上がっていない様子である。
	司法書士	・繁忙期を迎えつつあるが、例年以上の需要には至っていない。
	その他非製造業[飲食品卸売業](経営者)	・取引先の話でも1品単価や売上の減少、来客数の落ち込みなど、景気は悪くなっていると聞いている。
	その他企業[協同組合](職員)	・半導体製造装置及び自動車部品関連の受注量減少がみられており、しばらく続く見込みである。
	農林水産業(従業者)	・今冬は小雪傾向が続いているため、水田への用水量の減少が懸念されている。
	出版・印刷・同関連産業 (経理担当)	・印刷用紙が約20%の値上げとなる予定である。値上がり分を取引先にスムーズに転嫁することはなかなか難しく、業績は悪化する見込みである。
	窯業・土石製品製造業 (役員)	・今後は一部地域の特需が終了又は減少する見込みである。
	電気機械器具製造業(企画担当)	・この先はしばらく在庫調整が続く見通しであり、当初見込みよりも販売量が減少する可能性がある。
	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・米中の貿易摩擦により、中小企業が段階的に影響を受けることを懸念している。
	建設業(従業者)	・年度の替わり目のため、公共工事の受発注が落ち込むとみている。
	輸送業(従業者)	・旧正月の影響により、中国向けの出荷の動きが鈍ると見込まれる。
金融業(広報担当)	・天候が荒れやすくなる時期である。特に北国は、一般消費者の購買意欲の増減や、建物建築などの工事進捗に対して天候が相応の影響を与えている。	
広告代理店(経営者)	・製造減少による用紙不足のほか、元号変更により官公庁からの年度末の飛び込み案件が減少する見込みである。4月に元号が決定してから発注されるようである。	
経営コンサルタント	・事業環境の厳しさは今後も続くともみている。特に人手不足の問題は、事業の継続性を左右しかねない最重要の要因となる。	
公認会計士	・現状において小売業関係の落ち込みが止まるとは考えにくい。建設関係は一定の業績を確保するものの、全体としての景気はやや悪くなるとみている。	
コピーサービス業(従業者)	・今年から委託運送会社の大幅な値上げが決定している。客に価格転嫁する予定であるが、今まで無料であったため、うまく理解してもらえないかが不透明である。	
x	-	-
雇用	-	-

関連 (東北)	人材派遣会社（社員）	・年度末にかけて、CMや企業広告、社内キャンペーンなど露出を高めて登録者増加策に注力する。これは近年実行できなかった施策であり、効果を期待している。
	人材派遣会社（社員）	・求職者数の増加傾向は今後も続く見込みである。ただし、今後の求人数の増加量については注視をしていきたい。
	人材派遣会社（社員）	・例年どおり、年度末に向けて求人や求職の動きが盛り上がりを見込んでいる。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げや世界情勢の不安定要素はあるものの、ラグビーワールドカップなどの大型イベントの特需を見込んでいる。
	人材派遣会社（社員）	・景気のやや良い状態は継続するとみている。新卒採用の内定出しが前年よりも速いスピードで進んでいる。大学3年生に対して、既に内定を出している流通業、小売業もあり、引き続き積極的に人材を採用している。
	人材派遣会社（社員）	・求職者数の伸びが期待できず、求人とのミスマッチの多い状態が続くとみている。
	人材派遣会社（社員）	・採用難による事業縮小、拡大路線の変更は、今後も発生するとみている。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率が高止まりしている状況は継続しているものの、事業主都合による離職者が増加している。この傾向は今後も続くともみている。
	職業安定所（職員）	・製造業などにおける人員整理などの情報は少ない。また、事業所訪問時においても、景気は横ばいとする事業所が多い。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は77か月連続で1倍を超え、高水準で推移しているが、採用人数を絞ったの求人も見受けられている。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で10.4%減少しているが、一時的な動向である。新規求人倍率は前年同月より減少したが、人手不足による高水準が継続している。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）	・人手不足感の強い事業所が多くみられるが、会社が求める専門職などの人材は求職者のスキルとのミスマッチが発生しており、充足するケースは少ない。
	学校〔専門学校〕	・景気はやや上向きに推移するとみているが、それ以上の期待はできない。
	アウトソーシング企業（社員）	・例年に比べて、仕事量も残業時間も減少している。
新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現在の先行き不安は元号が変わるまで続くともみている。ただし、新天皇即位のお祝いムードと、消費税の引上げ前の駆け込み需要が上乗せになれば、消費拡大に結び付く可能性がある。求人を手控えている企業主からもそのような声が聞こえている。	
x	*	*