

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（本部）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の影響もあり、新車、中古車共に販売量は好調に推移する見込みである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・多少天候不順であるものの、ゴールデンウィークは好調に推移しており、令和のスタートにおいて消費に期待がもてる状況である。今後は夏に向けて更に景気が上向くとみている。
		商店街（代表者）	・商店街で展開しているチャレンジショップは1年間の限定営業である。そのため店舗の入替えに伴い空き店舗が発生するが、2月以降は全店舗が埋まっている。今後は新店舗が商売に慣れていくため、夏場に向けて大いに期待している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・観光シーズンとなるため、観光客の需要に期待をしている。
		百貨店（営業担当）	・全体的な消費の動きは変わらないものの、2～3か月後は消費税の引上げ前の駆け込み需要が顕在化する可能性が高く、現在よりも活発な消費が見込める。
		コンビニ（経営者）	・気温の上昇とともに来客数が増えるともみている。
		コンビニ（経営者）	・暖かくなるため、来客数が増加するとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・改元への祝賀ムードによる消費拡大を期待している。
		コンビニ（エリア担当）	・ブランド統一による効果や、キャッシュレス化を含めたデジタル戦略による効果が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・改元により全体的な個人消費が増加する可能性は高い。ただし、今後の消費税の引上げがどのように消費に影響されるのか不安が残る。
		コンビニ（店長）	・改元は慶事として盛り上がっている。景気が落ち込むような要因は見当たらず、客の財布のひもが固いという様子もないため、景気はやや良くなるとみている。
		コンビニ（店長）	・夏は年間で最大の稼ぎ時となる。厳しい冬を迎える前に稼いでおきたい。
		コンビニ（店長）	・気温が上がり、客の動きが活発になるとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・この先は春夏物が本番を迎える。天候が良くなれば、来客数も増えると期待している。
		衣料品専門店（店長）	・景気の低迷はある程度の底を打っている。消費税の引上げ前の駆け込み需要により、10月までは多少景気が上向くとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待している。
		通信会社（営業担当）	・人気メニューに加入できるサービスエリアの拡大も始まり、新規加入者に加えて、既加入者からの追加サービスへの申込みも見込まれる。そのため、全体加入数の増加が期待できる。
		通信会社（営業担当）	・一時的ではあるものの、消費税の引上げ前の駆け込み需要があるとみている。
		通信会社（営業担当）	・料金体系の変更に対する客の関心度は高い。そのため、来月からの販売に期待をしている。
		テーマパーク（職員）	・夏休みシーズンのため、イベント開催により集客が見込まれる。土産品などを購入する客が増える見込みである。
	観光名所（職員）	・ゴールデンウィークは順調な滑り出しとなっている。また、連休後もインバウンド客を中心に予約が増えており、景気は今後も良くなるとみている。	
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・リフォームや器具交換の問合せが増えているなど、早めに工事をしたい傾向がうかがえる。	
	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・スマートフォンなどのニュースソースの広がりにより、世界経済や国内経済などの動きによっては消費マインドが落ち込む可能性がある。そのため、消費の動きに好調さは見込めないとみている。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・改元となって新しい年の気分ではあるが、景気が良くなるという材料が何もないため、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）	・景気は悪くなく、客単価も前年を上回っている。ただし、来客数が減少しているため、全体的には横ばいで推移するとみている。	

一般小売店 [寝具] (経営者)	・今年はまだ消費の動きをつかめていない。
百貨店 (売場主任)	・改元のお祝いムードも一段落し、当社を取り巻く商圈において景気を刺激する材料は特に見当たらない。夏物セールスタート時期は例年より早まることが予想されるが、盛り上がる期間も短くなっているため、その後の値頃感のある商品の確保が重要である。
百貨店 (営業担当)	・景気そのものが上向き大きな要因は見当たらないが、今後はモノを買う時代からコトを体験する傾向が強まっていくとみている。このことをどのようにに商売につなげていくかが大切である。
百貨店 (買付担当)	・天候に左右される動向は今後も大きく変わらないとみている。
スーパー (経営者)	・5月は、改元による祝賀ムードによる消費拡大を期待したいが、消費税の引上げに伴う対応準備もあるため、売上対策がやや後手に回ってしまうことを危惧している。ただし、特に大きな消費拡大要因があるわけではないため、全体的に消費の傾向は変わらないとみている。
スーパー (店長)	・異動や転居の動きも一段落しており、競合店舗を含む店舗の来客数も落ち着いている。この状況はしばらく続くとみている。
スーパー (店長)	・改元のお祝いムードによる消費拡大に多少の期待ができるとみている。
スーパー (企画担当)	・消費税の引上げ前であり、客は必要なものを必要な分だけ購入している。同じ商品であれば1円でも安く購入したがるなど、この状態は消費税の引上げまで続くとみている。
スーパー (営業担当)	・同業者や異業種が入り乱れての競争は激化する一方であり、既存店の業績が良くなる可能性は低い。
スーパー (営業担当)	・ゴールデンウィークの10連休は、食品スーパーにとってはマイナス要素が大きい。また、商品の値上げにより消費が慎重な動きになることと、消費税の引上げにおいても、食品の購入金額の減少が見込まれている。
コンビニ (経営者)	・前年に比べて全ての面で上回っているが、来客数や客単価の増減の動きをみる限り、ここ数か月と比べても余り大きな変化はないとみている。
コンビニ (経営者)	・人口が減少している状況に変化はない。
衣料品専門店 (経営者)	・ゴールデンウィークの影響で売上が減少した分、改元や消費税の引上げ前の売上確保に努める予定である。
衣料品専門店 (店長)	・梅雨が遅れて夏が短くなるという予報が出ている。そのため、夏物に向けた消費者の購入モチベーションが鈍くなるか、短くなることが見込まれる。
衣料品専門店 (店長)	・競合店の出店と、他業態からのクールビズ進出により、集客は更に苦戦する見込みである。
衣料品専門店 (総務担当)	・月によって、来客数、単価、買上点数などの不振が続いており、消費者の購買意欲は低下しているように見受けられる。そのため、この先の景気が良くなるとは考えにくい。
乗用車販売店 (従業員)	・ここ数か月の来客数の動きに変化がないため、この先も動きは少ないとみている。
住関連専門店 (経営者)	・受注生産による売上となるため、このままでは2~3か月先には受注量はゼロになってしまう。そのため、先手をうって半年~1年先の受注活動をしている。
住関連専門店 (経営者)	・改元に伴う経済効果がみられるとの報道があるが、当店ではその効果は実感できず、売上に大きな変化はないとみている。
住関連専門店 (経営者)	・10連休となるゴールデンウィークで観光地は忙しくなるとみているが、商店街には人がこないのではないかと危惧している。
その他専門店 [靴] (従業員)	・ゴールデンウィークの10連休によってどのような影響があるのか想像もつかない。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・気温が前年並みで推移すれば、販売量も前年並みに落ち着くとみている。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・大きな変動要因がない。改元も影響がないとみている。

高級レストラン（経営者）	・劇的に良くなることはないが、悪くもないため、現状維持が続くとみている。
一般レストラン（経営者）	・現在が好調でありこれ以上良くなることは難しい。そのため、現状維持が続くとみている。
一般レストラン（経営者）	・消費者の財布のひもが固い状態が続くとみている。他の飲食店の話を聞いても勢いを失っている様子であり、レストラン離れが進んでいることがうかがえる。
一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークの影響で来客数が減少するとみている。その後も余り良い要素がないため、景気が良くなるとは考えにくい。
観光型ホテル（スタッフ）	・現時点では景気の先行きについて何ともいえない。
観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィークという山はあるものの、好転するような要素がないため、全体的には例年並みに推移するとみている。
観光型旅館（スタッフ）	・6月以降の申込件数が、例年と比較して少ない状態である。これからではあるものの、現時点において見通しが立っていない。
都市型ホテル（スタッフ）	・今年も新卒者が極端に少なく、購買層も伸びていないため、今後も状況は変わらないとみている。
旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィークや改元により、景気浮揚感が持続するとみている。
タクシー運転手	・4月中旬から改元に向けた動きがあるかと期待したが、それほどではなく、ゴールデンウィークに向けて客は消費を控えている。
タクシー運転手	・10連休となるゴールデンウィークは、海外旅行やふだん気軽に行くことができない遠隔地に旅行に出掛けることが見込まれる。そのため、旅行費用がかさみ、消費者の財布のひもは固いまま推移するとみている。
通信会社（営業担当）	・令和という新しい元号に期待している景況感であり、消費と投資が若干増える見込みである。ただし、それほどの変化はないとみている。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前までは、景気の下向き傾向が継続するとみている。
通信会社（営業担当）	・景気が大きく変動するような要因に乏しい。
通信会社（営業担当）	・ゴールデンウィークで支出がかさむため、その後の消費の動きに余り変化はないとみている。
遊園地（経営者）	・各種商品の値上がり、選挙や消費税の引上げを控えて、消費の動きは不透明である。
競艇場（職員）	・最近の客の動きに変化はない。なじみ客が多く新規客も一回限りとなっている。なじみ客だけでは売上にそれほど変化はないとみている。
美容室（経営者）	・美容室業界では景気が極端に動くことはない。半年～1年前の影響が徐々に出てくるものである。そのため、今月の水準を維持していくとみている。
設計事務所（経営者）	・民間からの引き合いも順調であり、業務も計画どおりに進めている。そのため、数か月先も安定的に運営ができるとみている。
住宅販売会社（経営者）	・分譲用の土地の購入予定が伸びているため、それに伴い受注も先送りとなっている。
商店街（代表者）	・大型店舗の閉店により、商店街への来客数の減少が懸念される。また、5月から改元となり新しい時代の幕開けとなるが、10月からの消費税の引上げは、消費意欲の減退や企業の収益減少につながりかねないとみている。
商店街（代表者）	・動きのないまま長い休みに入るため、景気の回復は見込めないとみている。
商店街（代表者）	・物販店が売れていない。Eコマース系にとられている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・生活必需品の物価が上がってきている。それに応じた収入の増加がなければ家計の収支バランスが崩れ、必要性の低い出費から削られていく。当店の取扱品は生活必需品ではないため、今後はかなり厳しくなるとみている。
百貨店（経営者）	・5月以降は、ゴールデンウィークでの旅行も含めたコト消費の影響や、地域での運動会などの行事も活発になるため、百貨店でのモノ消費はしばらく冷え込むとみている。

	スーパー（店長）	・商品の値上げが続いており、客もその価格に慣れてきてはいるものの、仕方なく買っている様子がうかがえる。価格に左右される状況は今後も続くともっている。
	コンビニ（経営者）	・人手不足による給与上昇、コンビニ出店過多による売上低下により、景気はますます悪くなる見込みである。
	衣料品専門店（経営者）	・消費税の引上げへの不透明感により、景気の下向き傾向は今以上に厳しくなるとみている。
	乗用車販売店（経営者）	・業界内の優劣がますます顕在化するとみている。
	乗用車販売店（従業員）	・今年に入り、新車ユーザーの中古車への乗換えも増えている。新車の減税額変更や消費税の引上げなどによる買い渋りで、動きが一旦止まる可能性がある。
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・ゴールデンウィーク明けの反動に加え、夏頃に数社が値上げをするとの情報が入ってきている。そのため、消費税の引上げ直前以外は動きが悪くなるとみている。
	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏物の動きが全く読めない。夏の売上には空調服がどう動くかが鍵になるとみているが、西では空調服が好調であるものの、東北ではまだ実績がほとんどないに等しい。天候や気温も関係してくるため、難しいのではないかとみている。
	一般レストラン（経営者）	・10連休となるゴールデンウィークがどのような影響を与えるのかが不安である。
	観光型ホテル（経営者）	・ゴールデンウィークの影響により、個人の動きは鈍るとみている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約状況が芳しくない。
	旅行代理店（経営者）	・需要がゴールデンウィークに集中しており、6月以降の予約が非常に鈍くなっている。このことが、夏休みで最盛期となる7～8月にどのような影響を与えるのかが不安である。
	旅行代理店（店長）	・ゴールデンウィーク後の予約が今一つ伸び悩んでいる。申込みや問合せも極端に減っている。
	タクシー運転手	・10連休となるゴールデンウィークにより、乗客数や単価の動きにどのような影響があるか不安である。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ゴールデンウィークの休業により、30%ほどの売上減少を見込んでいる。
	× 商店街（代表者）	・消費税の引上げが近づくにつれて、消費の動きもどんどん悪くなっていくとみている。この状態が好転するような要因が全く見当たらない。
	× スーパー（経営者）	・可処分所得が増えないなか、様々な値上げが続いている。さらに、10月には消費税の引上げが控えている。
	× 通信会社（営業担当）	・業界内において販売に関する根本的な見直しがあるため、その影響で6月以降は販売量が大きく減少するとみている。
企業 動向 関連  (東北)	-	-
	食料品製造業（経営者）	・ゴールデンウィークが10連休となるため、旅行者の増加による土産物や飲食の売上増加を期待できる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・改元による好影響を期待している。
	輸送業（経営者）	・主要荷主の新製品の製造が予定よりも遅れているが、5月中旬ごろから順調になると期待している。
	金融業（広報担当）	・インバウンドは好調が続く見通しである。原油を始めとした原材料の価格高騰の懸念はあるものの、ボーナス時期には消費税引上げ前の駆け込み需要も見込まれる。
	広告代理店（経営者）	・選挙や消費税の引上げに伴う案件が増えるともっている。
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・安売りなどはなく通常価格での営業をしているが、受注量も、アイテム数も増加傾向にある。
	農林水産業（従業者）	・今のところ霜などによる果樹被害もなく、順調な滑り出しとなっている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・取引先の在庫調整にもう少し時間が掛かる見通しである。
	建設業（従業員）	・公共工事の発注見通しでは、上半期中盤以降の受注量は増加傾向と見込まれている。そのため、現時点と大きな変化はないとみている。
	通信業（営業担当）	・契約更新に伴う他社へ契約切替傾向は、今後も強まるとみている。
通信業（営業担当）	・通信料と端末代金の完全分離プランが明確になるまで、様子見の客が多い。	

	金融業（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。
	広告業協会（役員）	・東京オリンピック関連の案件が複数見受けられるものの、全体を押し上げるほどのボリュームはなく、横ばいの状況が続く見込みである。
	経営コンサルタント	・消費税の引上げに対する先行きが明確になるまで、前向きな消費は期待できない。
	司法書士	・3月決算が終了し、ゴールデンウィークを目前に控えて一息ついているように見受けられる。しかし、連休後は再び需要が高まるとみている。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・改元となって初めての月となるが、得意先の性質と当方の業務内容から、その効果は残念ながら全くない見通しである。
	その他企業〔協同組合〕（職員）	・業種や業態によりばらつきが顕在化してきている。数か月先まで受注を抱えているところもあれば、そうでもない企業もある。ただし、全体的には現状維持が続く見込みである。
	農林水産業（従業者）	・燃料価格の高値は今後も続くともみている。
	食料品製造業（経営者）	・消費者は金を使うときと使わないときの線引きが明確であり、財布のひもが固くなってきている。
	食料品製造業（営業担当）	・今月の販売量は前年を大幅に上回ったが、あくまでもスポット的な要因である。そのため、今後は若干落ち込んでいくともみている。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・チラシ印刷用紙のメーカーが生産を縮小しており、印刷用紙不足の影響が出始めている。また、価格も10～20%値上げされているため、今後も紙ベースによる広告は減少していくともみている。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・業界の需要見込みも前年度に比較して減少となっている。また、資材や運搬費の上昇が見込まれている。
	金属製品製造業（経営者）	・国内において消費税の引上げによる影響が出ることを懸念している。
	建設業（企画担当）	・東京オリンピック開催後も、首都圏内の大規模再開発計画などに絡む大型プロジェクト案件は複数あるが、実現する計画は少ないのではないかと。また、大阪万博についても、短期的には工事量が増加する要因となるが、一過性のものである。全国的にみて先行き不透明感が増し、企業の設備投資も落ち込むのではないかとみている。
	通信業（営業担当）	・最近の景気には、政治の影響がみられていない。
	公認会計士	・建設関係は何とか利益を計上している会社が多いが、サービス業、小売業関係は落ち込みが続いており、改善の見通しが立たない。全体としてはやや悪くともみている。
	コピーサービス業（従業者）	・消費税の引上げを前に商談の増加を見込んでいたが、大きな変化はみられていない。また、パソコンOSのサポート終了に伴う買換え話も進んでおらず、期待外れとなっている。
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・この先、祝賀ムードは一旦落ち着くとみている。
	×	*
雇用 関連  (東北)		-
	人材派遣会社（社員）	・新年度である4月開始稼働者の動きが、第1四半期に大きく影響する。そのため、2～3か月先の景気は堅調に推移するとみている。
	人材派遣会社（社員）	・登録者数が増えていることもあり、企業側の募集案件の獲得を積極的に行っている。その結果、今までは採用に至らなかった属性の企業においても採用が決まることがある。この傾向は今後も続くともみている。
	人材派遣会社（社員）	・働き方改革などにより、派遣ニーズは今後も見込まれる。大手企業や地場優良企業などへの接触機会を増やせるかが重要となる。
	アウトソーシング企業（社員）	・仕事量が確実に増えている。この状況は今後も続くともみている。
	人材派遣会社（社員）	・現在就職活動をしている大学4年生において、かなりの数の学生が内定をもらっている。積極的に人材を採用する企業の姿勢が、内定出しの早さに表れている。
	人材派遣会社（社員）	・新卒、中途採用共に採用難であり、業績拡大が困難な状況が続いている。
	人材派遣会社（社員）	・求人数の動きには地域によって差が出ている。変化のない地域もあれば、引き続き動きのある地域もある。

	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	・10連休となるゴールデンウィークで百貨店などの消費は活発になりそうであるが、工場の稼働を休止する自動車関連などの生産活動は停滞するとみている。
	職業安定所 ( 職員 )	・製造業、医療福祉、小売業からの求人は減少しているが、建設業からの求人は増加している。有効求人倍率が1.7倍と高くなっているものの、求職者とのミスマッチもあり、景気の変化は期待できないとみている。
	学校 [ 専門学校 ]	・景気が良くなるような要素は特には見当たらない。むしろ、商品価格の値上がりにより景気の悪化が見込まれるのではないかとみている。
	新聞社 [ 求人広告 ] ( 担当者 )	・ここにきて消費税の引上げがらみで衆議院、参議院のダブル選挙の可能性が騒がれている。選挙の時期は地方経済が止まってしまうため、景気が上向き可能性は乏しいとみている。
	職業安定所 ( 職員 )	・事業所への訪問や、求人者の来所時における聞き取りにおいて、建設業、製造業は今後の景況を不安視している様子がうかがえる。
	職業安定所 ( 職員 )	・人員整理、雇用調整などの相談や動きがみられている。求職者側からの相談や企業側からの相談も発生している。
	その他雇用の動向を把握できる者	・人手不足は続いているものの、製造業では先行きへの不安から、求人を探る動きが出てきている。
×	*	*