

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）	・地元の祭りからお盆の時期にかけて観光客や帰省客が多くなり、街なかでの消費につながるとみている。お盆が過ぎても、秋の風により秋物の動きが早く動くことを期待している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・秋に向けての消費の盛り上がりには期待しており、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部分がある。ただし、その後の景気に対する不安材料について、消費者がどのように感じているのかが全くみえない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・7～8月は人がよく動き、金も動くが店頭に来客する機会も増えるため、景気は良くなるとみている。また、9月末までは消費税の引上げ前の駆け込み需要があるため、少しは上乘せができる見込みである。
		百貨店（営業担当）	・3か月後は消費税の引上げから1か月が経過している。前回の動向からも購買行動は回復していく見込みである。その頃には冬物需要のピークを迎えて目的買いが増加しているため、景気は良くなっていくとみている。
		スーパー（店長）	・梅雨明けになれば、雨や低温の影響が少なくなることから、6～7月ほどの売上不振にはならないとみている。
		コンビニ（経営者）	・気温が上昇して来客数が増えている。この先も良くなるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・軽減税率はコンビニにとって追い風となるとみている。また、キャッシュレスでのポイント還元も売上拡大につながる見込みである。
		衣料品専門店（経営者）	・地元の祭りにおいて土産物や祭用品による売上を確保し、秋物については消費税の引上げ前に売上を確保するために各企業に売り込みをしている。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物が動く時期となるため、景気は多少良くなるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が発生するため、前倒しでものが売れる見込みである。
		乗用車販売店（従業員）	・売上未計上である車の在庫と、決算セールなどの売出し、新型車発表が重なり、売上は一時的に良くなる見込みである。
		住関連専門店（経営者）	・秋口以降の受注量が確保できているため、今月よりは良くなるとみている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今月の低迷が著しいため、今後は天候回復と猛暑により、販売量が改善することを期待している。
		高級レストラン（支配人）	・当店では税込み表示をしており、消費税の引上げを機に単価を上げて新しい価格設定をするつもりである。そのため、来客数が前年並みであれば、売上は増加する見込みである。ただし、消費税の引上げによる買い控えが心配である。
		観光型ホテル（経営者）	・先々の予約状況については今月よりは良いものの、大きなイベントや大会などがなく、厳しいことには変わりはない。夏休みも、予約はお盆時期の最大9連休に集中しており、前後にやや空きがある状態である。
		旅行代理店（店長）	・消費税の引上げ直前で、一時的に購買意欲が高まることが見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・新規サービスエリア開局のめどが立ち、新たな加入者の獲得もみえてきている。今後は、解約者の防止策をいかに展開していくかであり、それにより純増数に大きな伸びが期待できる。初期費用の軽減やセットサービスメニューの内容次第では、競合他社にも打ち勝っていけると期待している。
		通信会社（営業担当）	・駅前の建築工事や、ラグビーワールドカップの開催に合わせて、来客数の増加が見込める。
		通信会社（営業担当）	・端末販売方法変更に伴う販売量減少のピークは過ぎ、今後は改善していくとみている。
	通信会社（営業担当）	・お盆の時期となるため、来客数が増えると思われている。	
	競艇場（職員）	・大きな来場促進イベントがあるため、若干でも来客数は増加するとみている。さらに、大口客の来客があれば売上の増加も見込める。	
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要もあり、9月までは好調に推移するとみている。	

その他住宅[リフォーム](従業員)	・消費税の引上げ前に工事を完了したいリフォームの受付が増えている。住設機器は梅雨明けの気温上昇に伴い、急いで設置したい受付が増える見通しである。
商店街(代表者)	・キャッシュレス5%還元などの施策が予定されていることから、消費税の引上げ前の駆け込み需要については、消費動向に大きな影響はないとみている。
一般小売店[酒](経営者)	・消費税の引上げや年金の問題などにより消費マインドは非常に低下している。その影響は飲食店などにも出ており、停滞している状態が続いている。
一般小売店[寝具](経営者)	・相変わらず先がみえず、このまま停滞状況が続くとみている。
百貨店(売場主任)	・9月に消費税の引上げ前の駆け込み需要が見込まれるものの、10月以降に反動減がどこまで表れるかは不透明である。この先も生活防衛意識は続くともっており、景気が上向くとは考えにくい。
百貨店(買付担当)	・肌着などの必需品は動いているものの、衣料品は節約傾向が特に厳しい状況となっている。このままでは、消費税の引上げ前の駆け込み需要が高まるかは不透明である。
百貨店(経営者)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は多少増えるともっているものの、客の声からは前回の増税時ほどの動機の強さはみられていない。むしろ、買い控えに働くのではないかと懸念している。
スーパー(経営者)	・梅雨明けからの猛暑が始まっており、8月は夏物の動きが良くなっていくと期待している。消費の傾向は変わらないともっているが、東アジアなどの海外の不穏な動きが国内経済に影響して身近な消費に悪影響が出ないことを願っている。
スーパー(店長)	・当店では若干の売上増加がみられるものの、景気がどうこうとまではいえない。少しでも今の状況が続くことを期待している。
スーパー(店長)	・ようやく気温が30度を超える日が続いているが、低温で不振であった7月当初と状況は変わっていない。今後も同様に推移するとみている。
スーパー(企画担当)	・消費税の引上げを前に客の買い控えが続いている。10月まではこの状況が続くとみている。
スーパー(営業担当)	・お盆商材の売上増加を期待しているものの、猛暑による内食率低下が懸念されており、必要な商材しか買わないという傾向が強まるのではないかと。また、消費税の引上げ前の駆け込み需要は、耐久消費財に集中して日用品の消費については節約志向になるとみている。
コンビニ(経営者)	・今月はセールやキャンペーンが多く、来客数や売上が伸びている。ただし、その前後の期間は動きが悪く客単価は今年の2~4月の水準まで戻っていない。そのため、セール期間を除けば全体として横ばい状態であり、今後も余り変わらないともっている。
コンビニ(経営者)	・周辺人口や周辺就業人口に大きな変化は見込めない。
コンビニ(経営者)	・梅雨明け後は気温が上昇する見込みであるが、来客数は変わらないともっている。
コンビニ(エリア担当)	・外的環境に変化はない。この先も天候の影響で来客数は上下することになる。
コンビニ(エリア担当)	・消費税の引上げの影響を受けての消費の冷え込みが懸念される。ITの促進のためにポイント還元を中小企業に行う予定であるが、高齢者には受け入れにくいとみられており、消費の冷え込みへの歯止めにはならないともっている。
衣料品専門店(店長)	・前年と比較して夏物商戦が短期決戦となることが見込まれる。消費税の引上げ前の駆け込み需要も不透明なだけに、秋物商材の立ち上がりは鍵となる。
衣料品専門店(総務担当)	・客の購買意欲が高まっていないため、余り変わらないともっている。
家電量販店(店長)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待している。ただし、増税後のポイント還元などの政策がどのように影響するのか不透明なため、客の購買動向も慎重になるとみている。今のところ、プラスとなるような要因は見当たらない。
乗用車販売店(従業員)	・個人客による消費税の引上げ前の駆け込み需要が余りみられていないため、今後も特に変化はないともっている。
乗用車販売店(従業員)	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があるとすれば、今の段階で客の動きに変化が出るはずである。現在の動きが鈍いということは、駆け込み需要もなく、2~3か月先の景気も変わらないということである。

乗用車販売店（本部）	・ここにきて、サービス実績が大きく下落している。買換えが進んでいる影響もあり、直近でも在庫台数及び収益の下落があったが、今月は更に悪い状況である。車両は好調であるものの、サービスの不調がしばらく続く見込みである。
住関連専門店（経営者）	・消費税の引上げ前に、ある程度の駆け込み需要を期待している。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要や、その後の買い控えが見込まれており、全体的には余り変化がないとみている。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・地方では東京オリンピック景気には程遠い状態である。さらに、ヒト、モノの動きが読めないため、景気が良くなる材料も見当たらない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・天候が不安定なため、今後の見込みは不透明であるが、現在と同様に前年並みで推移するとみている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・春に持ち直しの動きをみせた衣料品が、ここにきて冷夏の影響で今一つ勢いがなくなっている。この状態が今後の秋物商戦にも影響していくのではないかと危惧している。
観光型旅館（スタッフ）	・山形県沖地震の風評被害による客の様子見が続くとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・上半期は婚礼が上向きであったものの、ここにきて来客数が伸びていない。6～7月は減少傾向にあり、今後の予約獲得も厳しい状況である。
旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィーク明けから夏の動きが鈍い状況が続いている。また、秋以降の状況も特段改善しておらず、現状維持の状況が続いている。
通信会社（営業担当）	・長い梅雨や猛暑のなか、自然災害の影響により1次産業の生産量の減少が懸念されるが、輸入に頼る市場に対する米国の関税が気に掛かる。通信業界においても同様に、韓国との摩擦の解消がみえないため、先行きは不透明である。
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）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で一時的にものが売れると見込めるものの、総じて好況感はない。
テーマパーク（職員）	・夏休みが終了し、2～3か月後の来客数や売上は減少するとみている。
観光名所（職員）	・インバウンド中心の団体客は落ち込んでいるが、夏休みに入り予約なしの個人客の動きは前年よりも良くなっている。特に家族連れのお客が多く、土産物の購入意欲もあるため、もう少しで団体客の落ち込みをカバーできそうになっている。この先については、特に明るい兆しはないものの、これ以上落ち込むような兆しもみえない。
美容室（経営者）	・客単価はずっと前年並みで推移しているため、今後急に上がることはないとみている。
設計事務所（経営者）	・3年先の仕事の受注を目標に経営を進めている。経営は横ばいであるものの、不安感はない。しかし、震災後の復興が一段落した現状において、各社のスタンスで大きな差が発生してきているように見受けられる。
住宅販売会社（経営者）	・秋に向けて宅地分譲の予定があるものの、直近の見通しとしては現状維持となっている。
商店街（代表者）	・客は消費税の引上げに関する話題ばかりである。
商店街（代表者）	・消費低迷の中での消費税の引上げで、景気はやや悪くなるとみている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・生活必需品全般が値上がりしているところに、当店取扱いの主力商品も値上がりしている。さらに、消費税の引上げを控えて消費者心理も悪化していくとみている。
百貨店（企画担当）	・今月の急激な売上減少が気掛かりである。
スーパー（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により9月の消費拡大は期待できるものの、増税後の落ち込みの方が大きく、全体的な景気は悪化傾向になるとみている。特に増税後は消費にかなり慎重となり、無駄な買物はしないという節約傾向が強まるとみている。
コンビニ（経営者）	・建設業の仕事量減少、天候不順による作物の収穫量減少による農家の収入減が響き、2～3か月後の景気はやや悪くなるとみている。
コンビニ（経営者）	・景気はやや悪い状況は、この先もしばらく続く見込みである。

	コンビニ（店長）	・最低賃金と地方の時給はイコールとなっている実態を政府は分かっておらず、本来は需要と供給のバランスによって決まる時給を政府が決めてしまっている。ここにきて更に最低賃金が上がるといことで、リストラをせざるを得ない状況となっている。深刻な問題になりつつあり、消費マインドは更に冷え込んでいくとみている。
	コンビニ（店長）	・気温の低下とともに来客数も減少していく。さらに、近隣に競合店舗が増えたため、徐々に売上も減少していくとみている。過当競争で大変である。
	衣料品専門店（経営者）	・年金2000万円問題や消費税の引上げなど、消費行動を押し上げるような要素が全く見当たらない。
	その他専門店〔食品〕（経営者）	・10月の消費税の引上げによる買い控えがあるとみている。
	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げや、日々身の回りで流れてくるニュースがマイナスイメージのものばかりのため、消費動向がかなり慎重になってきている。今後もその傾向が顕著になると心配している。
	一般レストラン（経営者）	・当店は内陸部にあるが、夏休みなどにより客の流れは海のある地域に向かっているため、その影響は大きい。
	観光型旅館（経営者）	・お盆などの予約状況は好調であるが、消費税の引上げを目前に控えて、相変わらず手控え感がみられている。良いときと悪いときの差が大きく、平均しても伸び悩むという状況がしばらくは続くともみている。
	都市型ホテル（スタッフ）	・天候不順の影響がレストランの売上が厳しい。法人利用の会合も、来月以降の予約の動きが前年に比べて厳しい状況となっている。
	旅行代理店（経営者）	・消費税の引上げによる影響について、団体旅行はそれほどではないものの、個人旅行については懸念がある。一番の売れ筋である首都圏の大型レジャー施設でも入場者数が思わしくないとのことであり、このまま個人消費が冷え込み景気はやや悪くなっていくのではないかとみている。
	旅行代理店（店長）	・8月までは旅行予約者数が前年を上回っているものの、9月は国内、海外旅行共に、伸びが今一つである。
	タクシー運転手	・令和になってから客の動きが非常に悪くなっている。参議院選挙後も活発になるかと思いきや好転しておらず、先行きは暗いという印象を持っている。
	通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があるものの、その後は購入意欲が冷え込むため、景気は悪くなっていくとみている。
	通信会社（営業担当）	・この先は消費税の引上げとなるため、消費者の買い控えが見込まれる。
	遊園地（経営者）	・消費税の引上げに対して、その前後で家計消費がどのように動いていくかを注視せざるを得ない。
×	商店街（代表者）	・8～9月の予約数が極端に少なく、景気はかなり悪くなるとみている。
×	一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げが控えており、ものがますます売れなくなるとみている。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・繁華街では居酒屋だけは何とか混んでいるものの、その他の飲食店は客が数か月来ないとすぐにシャッターを降ろしてしまう。また、10月には消費税の引上げがあるため、消費者は一層財布のひもを固くするのではないかとみている。
×	スーパー（経営者）	・10月からの消費税の引上げによって大きく買い控えが進むとみている。軽減税率やポイント還元などの政策はあるが、なかなか浸透しておらず、消費マインドはかなり低下するとみている。
×	衣料品専門店（店長）	・参議院選挙が終わって消費税の引上げがほぼ確定となっており、客からはネガティブな様子うかがえる。この先も駆け込み需要のようなポジティブな消費動向はみられずに、低調な商況が続くとみている。
×	家電量販店（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があったとしても、増税後の反動減がカバーできるとは考えにくい。平均しても景気は大きく落ち込むとみている。
×	住関連専門店（経営者）	・10月の消費税の引上げによる影響は避けられず、買い控えにより売上が大幅に落ち込むとみている。
×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げによる影響はかなり大きいとみている。打てる手は打っており、今年中は様子見となるが、年明け以降は対応した行動を起こす必要がある。

	x	高級レストラン（経営者）	・予約状況が悪く、良くなる要素がない。また、今後は消費税の引上げを控えて買い控えが増えるともみている。
	x	一般レストラン（経営者）	・自分たちの業態はかなり落ち込んでいる。さらに、材料の値上がりや消費税の引上げもあるため、消費がかなり鈍り、景気は悪くなっていくともみている。
	x	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げに伴い、消費は確実に鈍るとみている。
	x	タクシー運転手	・大手企業の取締役や、経営が良好な中小企業の社長などの会話からは、先行きの景気は余り良くないように見受けられる。
	x	その他住宅投資の動向を把握できる者（住宅展示場運営会社）	・新築住宅の購入によるメリットがない。また、希望の多いエリアの宅地供給数の不足や、価格の高騰から、景気は悪くなるとみている。
企業 動向 関連 (東北)		通信業（営業担当）	・この先9月までは、消費税の引上げ前の駆け込み需要として、受注が増える見込みである。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・県議会選挙などの需要を見込んでいる。
		建設業（従業員）	・現在対応中の案件も含め、近々出件見込みの大型公共工事の結果が出てくる時期となるが、一定の受注は確保できる見込みである。
		金融業（広報担当）	・海外直行航空便の増便や、大型観光船の寄港増加などから、当地における夏祭り～紅葉の時期までのインバウンド需要が例年以上となることが期待されている。その取り込みが地元経済にインパクトを与え得るとみている。
		農林水産業（従業者）	・果物全般が順調に生育しているため、前年並みの価格を期待している。
		食料品製造業（経営者）	・10月の消費税の引上げもあり、個人消費は厳しくなるとみている。
		食料品製造業（経営者）	・旅行者が増加するような要素が見当たらない。
		食料品製造業（営業担当）	・消費税の引上げの影響が未知数だが、新商品の投入などにより現状を維持できるのではないかと見込んでいる。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・今後2～3か月の受注状況に大きな変動はなく、景気は変わらないともみている。
		窯業・土石製品製造業（役員）	・地域間格差があるものの、東北全体としては前年同期比で出荷が減少している。復興需要の減少と大型物件の工事が少ないことが原因である。
		輸送業（経営者）	・取引先である製造業の減産はしばらく続く見込みである。また、同じ取引先において新規事業が2つあるが、1つは5月から稼働しているものの、まだ順調に生産できていない。もう1つの本格稼働は11月からになる。
		通信業（営業担当）	・採算を無視しての入札対応には限界があるとみている。
		通信業（営業担当）	・政治の影響はない。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		広告業協会（役員）	・新規イベントや新設の商業施設開業の計画もなく広告的素材に乏しいため、売上の上積みが見込めない状況が続くとみている。また、消費税の引上げ後の消費減速がどの程度のものになるのか予測が難しく、広告出稿の様子を見る企業が増える可能性がある。
		広告代理店（経営者）	・市議会、県議会の議員選挙が続くが、地方の冷え込みに変わりはなく、非常に厳しい状況である。
		経営コンサルタント	・地元では参議院選挙に続いて市議会選挙を控えている。そのため、消費活動が抑制されがちとなっている。
		司法書士	・地元の法務局における登記申請件数は前年の水準とほぼ変化がなく、事務所の売上も例年並みの推移である。
		コピーサービス業（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ものの、現段階ではその動きは不透明である。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・相談から契約までに長い時間を要する客が多く、当社への影響を懸念している。
		その他企業〔協同組合〕（職員）	・景気が良くなる材料はないが、急激に悪くなる材料も見当たらない。ただし、徐々にではあるものの仕事量が減少している状況である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・引き続き、中国の取引先に対する販売量減少の影響があり、周囲の景気としてはやや悪くなる見通しである。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・日韓関係の悪化などの政治的問題が、今後の経済に少しずつ影響し、景気悪化につながるのではないかと危惧している。

	建設業（企画担当）	・10月の消費税の引上げにより、一時的に消費が落ち込むとみている。	
	広告代理店（経営者）	・夏の天候不順による消費の低迷と、10月の消費税の引上げを控えて、景気はやや低迷するとみている。	
	公認会計士	・建設関係は現状維持としても、小売業関係に業績の回復がみられないため、今後2～3か月の景気については悪くなるとみている。	
	×	農林水産業（従業者）	・10月の消費税の引上げにより、納入税額が増えるため、景気は悪くなるとみている。
	×	金属製品製造業（経営者）	・販売シェアの大きい大手企業が更に減産するというニュースが入っている。
	×	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・地元は水産関係が多く、震災前の半分まで回復することも大変な企業が多い。そのようななか、働き方改革に合わせて手取りが非常に低くなっているため、購買力が弱く、ものが買えないという話をよく聞いている。
雇用 関連 (東北)	-	-	
		人材派遣会社（社員）	・派遣社員の総稼働者数や日商ベースなどの指標が、順調に前年を上回る形で推移している。下期にかけても堅調に推移できるとみている。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は高止まり状態が続いており、引き続き堅調に推移すると見込んでいる。
		アウトソーシング企業（社員）	・受注が増えてきている。この先の景気も良くなることを期待している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大型イベントの開催など、限定的ではあるが上向く材料がある。
		人材派遣会社（社員）	・特に物流、建設、介護、水産加工などの業種では、採用不振が業績にふたをしている。
		人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金の動きによる影響が業界にどう表れるのかがみえないため、特に大きな変化はない見込みである。ただし、次年度の予算組みが発生する下期には動きが出てくるとみている。
		職業安定所（職員）	・サービス業、建設業からの求人は増加傾向にあるものの、製造業では減少していることから、景気は変わらないとみている。
		職業安定所（職員）	・職業相談は在職中の人が多い。希望に合うところがあった場合に転職を考えるとというケースが多く、ひっ迫した様子はみられてない。離職者も定年などを除けば自発的離職者が多く、雇用環境は安定しているとみている。
		学校〔専門学校〕	・良くもなく悪くもないという混んとした時期が続くとみている。
		その他雇用の動向を把握できる者	・企業の景況感が悪化している。
		人材派遣会社（社員）	・建設業、建設資材会社が、地元の案件が少なくなっていることで首都圏へ仕事を取りに行き始めている。このひと月でそのような話がちらほら出てきているため、東北の景気が下向いてきている印象を受ける。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要については、今のところ盛り上がりはみられていない。また、参議院選挙の結果が示すように農業や被災地復興地域の置き去り感が鮮明になっており、地元の景気にもそれが表れている。この傾向はしばらく続くとみている。
		職業安定所（職員）	・下請となる自動車関連事業所において、国外工場の現地調達率を高めるために受注量を減少したことを理由として、新規高卒の募集が取消しとなった事案が発生している。製造業などにおいて、世界経済の動きを不安視している様子がうかがえる。
	職業安定所（職員）	・派遣社員の問題は解消されていく見込みであるが、パート雇用が増えては余り意味がない。	
	×	*	*