

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (東北)		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があり、現時点で前年比120%となっている。
		百貨店（買付担当）	お客様の様子	・前月に引き続いて、消費税の引上げ前の駆け込み需要により宝飾品などの高額商材や生活必需品が稼働している。月末の売出しで実績を確保したが、一般日でも購入する客が多い状態である。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・8月の利益が今月に入金されたが、1年間のうち最も高い収入となっている。ただし、最低賃金の上昇や競合店の影響もあり、年々減少傾向にある。補うために毎年1店舗ずつ増やしているが、いつかは限界がきそうで不安である。
		家電量販店（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で、単価の高い商品から低い商品までまんべんなく売れている。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により、来客数、販売量共に増加している。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要に加えて、3か月前はほとんどなかったインバウンドの売上がプラス要因となっている。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・9月後半より消費税の引上げ前の駆け込み需要が増えてきている。化粧品や宝飾品、時計などの高額商材や、ちょうど季節の変わり目の需要と重なった衣料品が好調に動いている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が発生しており、9月中旬～月末に向けて販売量が増加している。特に家庭用品と酒類が伸長している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で雑貨品の売上が前年比120%となっており、店全体の売上を押し上げている。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・景気が良いわけではないが、消費税の引上げ前の駆け込み需要で売上はやや良くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の前年比が、3か月前と比較して3ポイントほど回復している。また、コンビニ主力の飲料やデザートが良く、日販改善に貢献している。
		乗用車販売店（本部）	販売量の動き	・販売台数は新車、中古車共に前年を上回っている。サービス部門でも、比較的高額なスタッドレスタイヤなどの販売が好調であり、収益も前年を上回っている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税の駆け込み需要が若干発生し、売上は増加している。ただし、中でもいかに安く購入できるかを考えている客が多く、所得が増加している人は少ないように見受けられる。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・7～9月までの個人旅行シーズンは、良い状態が続いている。
		旅行代理店（店長）	販売量の動き	・個人の海外旅行及び国内旅行の動きは鈍いが、国内の団体旅行の動きは非常に良い状態である。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・セット加入による大幅な割引特典が効果を発揮し、新規加入者が増加している。そのため、通信サービスや電話加入者の純増が続いている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・前年同時期と比べて予約なしの個人客が多く、来客数が圧倒的に伸びている。
	美容室（経営者）	単価の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要で客単価が近年にないほど上がっており、前年比108～110%となっている。	
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・秋の農繁期になっても、来客数、契約額共に好調に推移している。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・8月に引き続き、飲食を中心にまずまずの業績である。9月の中旬まで暑い日が続いたことで衣料品を中心に多少伸び悩んでいたものの、下旬以降は急に寒くなって秋物が動き出している。	

商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税の引上げ前であるものの、駆け込み需要などの消費動向はみられていない。地元商店街では当面の間は大幅な値上げを予定していないため、飲食店などでは増税分の負担を売主が負担するケースが増えるともている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により、販売額は増加している。ただし、来客数は低調であり、ここ数が月の平均的な来客数よりも少ない状態である。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は余りなく、売上にも反映されていない。
一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・低額商材の動きが鈍い状態が続いている。また、ここにきて高額商材の売行きにも減少傾向がみられている。
百貨店（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要がみられているものの、余り状況に変化はない。
スーパー（経営者）	単価の動き	・9月の既存店平均1品単価はほぼ前年並みであり、来客数及び買上点数も同じ傾向である。月後半から雑貨と加工食品の一部に消費税の引上げ前の駆け込み需要がみられるものの、全体的な購買動向に大きな変化はみられていない。
スーパー（店長）	お客様の様子	・雑貨や酒などに対して、瞬間的に消費税の引上げ前の駆け込み需要が発生している。ただし、今後は逆に落ち込むのではないかと懸念している。
スーパー（営業担当）	お客様の様子	・消費税の引上げ前に耐久消費財の購入が増加しているが、生鮮食品などに変化はなく、かえて節約傾向がみられている。また、客単価は前年並みまで回復しているものの、買上点数が伸びていない。
コンビニ（経営者）	単価の動き	・天候に恵まれ、週末のイベントでは予想以上に来客数が増加し、販売量も増加している。ただし、客単価や買上点数は横ばいである。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・無駄な金を使わない客が増えているのか、夕方～夜間の来客数が伸びず苦戦している
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・夏前と比べても、外的環境や消費動向に変化はみられていない。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・全国的に回復傾向にあるが、東北地方についてはなかなか売上の増加につながらない状況である。週末の天候が悪いこともあるが、全体的に来客数が伸びていない。
コンビニ（店長）	単価の動き	・ここ数か月、単価の低い状態が続いている。
衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待して、ポイントアップやクレジット手数料の無料サービスを実施しているが、販売量、単価共に前年並みであり、売上も前年と同じである。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を見込んでいたものの、売上は期待したほど伸びていない。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・朝夕の寒暖差はあるものの、日中が暖かいため、秋冬物に対する購買意欲がみられていない。比較的若い客は早くから季節を先取りするため反応は良いが、年代が上がると実際に寒くならないと動かないという傾向がある。
衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・気温が不安定であり、消費者のニーズも秋物に向けたかと思えば夏物に戻るなど不安定である。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・9月下旬より消費税の引上げ前の駆け込み需要が目立ち始め、売上を伸ばしている。ただし、この動きは10月に入ると止まるとみている。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の発表もなく、販売量が伸びていない。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車の受注量に変化はない。中古車販売においても、後から駆け込み受注だったと気づく程度の微増ともいえない動きとなっている。また、サービスは対象台数の減少に伴い横ばいで推移している。
住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少みられている。
その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・前回と比べて、今回の消費税の引上げ前の駆け込み需要は盛り上がりには欠けている。

その他専門店 [白衣・ユニ フォーム](営 業担当)	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少あったものの、売上の前年比は前年並みであり、良くも悪くもない状態である。
その他専門店 [ガソリンスタ ンド](営業担 当)	販売量の動き	・石油製品の販売量が前年を上回り、収益も回復してきている。
その他小売 [ショッピング センター](統 括)	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要を期待していたが、余りそのような動きはみられていない。そのため、客の動きは全体的に例年と変わらないままである。
都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・取り立ててどの産業が上向きということはないが、6月くらいから天候が安定しており、その影響で駅前エリアの客が多いという状況が続いている。
タクシー運転手	競争相手の様子	・他社を含めて動きは鈍いものの、タクシー配車アプリが導入されることにより、どのように変わるか注目している。
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が増加しているが、飽くまでもスポット的であり、景気が上向きになっているわけではない。
通信会社(営業 担当)	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化がみられない。
設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・工事価格が高止まりしているが、事業を進めたい民間事業主からの問合せは多い。設計や建設工事に関する契約の消費税は既に10%が適用されており、消費税の引上げに伴う影響は特にないとみている。
住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・大きめの宅地販売の動きが鈍く、受注額が伸びていない。
その他住宅[リ フォーム](従 業員)	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要として、エアコン、給湯器などの住宅設備のリフォーム工事が急増している。
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)	来客数の動き	・6月頃から来客数の前年比減少が続いている。
商店街(代表 者)	来客数の動き	・消費税の引上げに向けた対策商品も間に合わない状態であり、早々に景気が冷え込んでいる。
商店街(代表 者)	来客数の動き	・インターネット通販の影響か、物販の売上が悪化し続けている様子である。
一般小売店 [酒](経営 者)	販売量の動き	・連休の販売量は多少良かったが、それ以外ではやや前年を下回っている。また、消費税の引上げ前の駆け込み需要も余りみられていない。
百貨店(企画担 当)	販売量の動き	・来客数も販売量の動きも鈍い状態である。
スーパー(営業 担当)	来客数の動き	・来客数は前年並みで推移している。消費税の引上げ前の駆け込み需要により、酒、雑貨類は伸長しているが、食品は前年並みである。
住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・受注活動が思うようには進んでいないため、受注量の減少により販売量も減少している。
その他専門店 [酒](経営 者)	来客数の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要はみられていない。全体的に動きが悪く、ここ数か月は景況に期待がもてないため、今から対応策を検討している。
その他専門店 [ガソリンスタ ンド](営業担 当)	販売量の動き	・夏の猛暑による販売量の増加が長続きせず、今月は前年割れの水準に戻っている。また、消費税の引上げ前の駆け込み需要も期待できない状況である。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・連休中の来客数はそれなりであったものの、給料日前の来客数が特に落ち込むなど、日によって来客数に大きな差が出ている。また、平日の主婦層の来客数の減少が進んでいる。
一般レストラン (経営者)	販売量の動き	・来客数の減少に伴い販売量も減少している。また、仕入価格も高くなっている。
一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・当店の客の中にも、消費税の引上げに備えて日用品を中心に買いだめをしている人が多くみられている。そのため、夜の夕食の回数が激減しており、昼食も同様の状態であると聞いている。増税までこの現象が続くため、外食産業にとっては痛い月となっている。

	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げを目前に控えているせいか、客の動きが鈍い。	
	観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・前年に比べて来客数20%減、売上13%減で推移している。宿泊単価が上昇した分、宿泊売上の減少は予想よりも抑えられている。ただし、館内利用の飲料や売店の売上については、前年より30%減少とかなり落ち込んでいる。	
	旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・秋の旅行の動きが良くない。紅葉などの行楽シーズンに入るが、動きが例年よりも鈍い状態である。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・10月に消費税の引上げとなるが、前回、前々回の増税時には駆け込み需要で大量に購入した客がタクシーを利用するという恩恵を受けたが、今回はそのような兆しが全くみられていない。	
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・災害により農産物と漁業の供給が減り、物価の高騰と消費税の引上げもあることで利益を圧迫している。また、新製品から値下げ対策をしているが、売上が低迷している状態のため、景気は落ち込んでいる。	
	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・消費税の引上げを控えて、コスト削減の要請が顕著になってきている。	
	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要や、新商品の発売などにより販売量は増えている。ただし、前年同月比90%程度である。	
	遊園地（経営者）	来客数の動き	・前年同様に3連休が2回あったものの、いずれも台風の影響を受けて来客数が前年を下回っている。	
	競艇場（職員）	単価の動き	・単価と来客数の動きが鈍く、売上の減少が続いている。	
	×	一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げを控えて、各種需要に対する商品力の順位が低い。また、地方においては先行きへの不安感が大きく、消費マインドが冷え込んでいる。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・当店は医薬品を取り扱っているが、消費税の引上げ前の駆け込み需要のため、客はすっかりドラッグストアに流れてしまっている。そのため、日中の来客数が激しく落ち込んでおり、前年比で20%近く減少している。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要はあるものの、前回の増税ほどの勢いはない。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・8月末～9月にかけて極端に来客数が減少している。なじみ客である建設業関係の仕事が途切れているためであり、朝～晩の来客数がかなり減少している。
	×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・25日を過ぎてようやく消費税の引上げ前の駆け込み需要が出てきているが、それまでは全くみられていなかった。増税が本当に実施されるのが不透明だった分のつけが回ってきている。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・食品は消費税の引上げの影響を受けないとみていたが、高級品に分類される食材が敬遠されているように見受けられる。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・7月から非常に悪い数字が続いており、当社が始まって以来の状況である。同業他社も良くない様子であり、本当に景気が冷え切っている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・余り良い状態ではなく、来客数、販売量、単価、全て落ち込んでいる。
企業 動向 関連 (東北)		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・民間の設備投資案件を中心に受注量が拡大傾向にある。
		農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・桃の注文数は前年より10%ほど減少したものの、品質が良いため農協出荷分の単価は前年よりも10～20%高くなっている。
		食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があり、販売量が増加している。
		出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要と地方選挙の関係で売上が増加している。
		出版・印刷・関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により、前年比が約3%上回っている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が多少あったものの、前回の増税時ほどではない。

	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2回あった3連休はまずまずであったものの、それ以外の日の動きは鈍い。消費税の引上げを控えて食品は厳しいのかもしれない。ただし、取引先の話では、食品以外でも駆け込み需要はそれほどないと聞いている。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・半導体メーカーの景気を左右する携帯機器メーカーの開発状況に大きな変化がないため、景気にも変化はみられていない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・3か月前と比較して、特に大きな景気の変化はなく、経済に影響を与えるような大きな政策もない。	
	建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・改修工事などの受注量に大きな変化がなく、消費税の引上げ前の駆け込み需要は余り実感できていない。	
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較して特に状況に変化はない。	
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・最近取引先からの引き合いの話がない。	
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・設備投資よりも経費削減に重きが置かれている。	
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要は期待したほどみられていない。個人投資家の資金運用も様子見の状態である。	
	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げ前の駆け込み需要対策で広告出稿が多少目立ったものの、全体を押し上げるまでには至らず、前年比では横ばいの状況である。	
	経営コンサルタント	取引先の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要はほとんどみられていない。	
	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・リース契約物件などにおいて消費税の引上げ前の駆け込み需要があるものの、期待したほどの件数ではない。引き合いなどは10月が近づくにつれて多くなっているが、成約に至らないケースが多い。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・取引先の流通業では、消費税の引上げ直前にもかかわらず、期待したような駆け込み需要はみられていない様子である。軽減税率が適用される商材を多く扱っているせいもあるが、前回の増税のときは駆け込み需要が発生していたため、今回は期待外れだったと話している。	
	農林水産業（従業者）	それ以外	・さくらんぼの売上が全て入金されている。ここ数年で一番の高値ではあるものの、収穫量が激減しているため、全体的には余り良くない状況である。	
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・観光客など、他県からの人の流れが少ない状況である。	
	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・震災復興や民間の大型案件が終了し、東北全体の需要は減少傾向にある。	
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・カメラ業界は夏～秋に掛けてが繁忙期であるが、受注量が少ない状態である。	
	金融業（広報担当）	それ以外	・足元の個人消費は堅調ながら、米中貿易摩擦の影響を受けやすい精密部品製造業を主体に、有効求人倍率が今年当初のピーク時に比べて低下基調に入っている。	
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・消費税の引上げの影響による落ち込みが顕著である。	
	公認会計士	取引先の様子	・建設業関係は利益を計上している会社はまだ多いものの、小売業は売上、利益共に前年比が悪化している企業が多い。そのため、全体的な景気は少し悪くなっている。	
	×	その他非製造業〔飲食物品卸売業〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・販売量は前年並みであるが、売上は前年比92%と落ち込んでいる。一般的に単価が下がっておりデフレの傾向が強みられている。
雇用 関連 (東北)		-	-	
	人材派遣会社（社員）	それ以外	・6～7月は売上総利益率が改善して好調に推移している。8月は例年稼働日が少なく、有給休暇の取得日数も増加する傾向にあるため売上総利益率は大きく減少するが、今年は前年比が0.5%増加と堅調に推移しており、良い状態が続いている。	
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求職者数、求人数共に堅調に推移している。	

	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・ラグビーワールドカップの影響で、開催地域を中心に消費が上向いている。
	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・消費税の引上げ前の駆け込み需要により、一時的に景気が良くなっている。
	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・業種に関係なく地元の中小企業の採用が一段落しているが、採用予定数に足りなかった分を中途採用で補おうとする積極的な動きが出ている。
	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・取引先や派遣者人数が劇的に増加したという話を聞かない。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数をみると、サービス業や建設業からの求人が減少している。ただし、県内など就業場所が広範囲の求人が多かったことから、景気は余り変わっていないとみている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は横ばいであるものの、求職者数が減少傾向にあるため、採用困難の状況が続いている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業でも電気機械製造業、電子部品製造業からの求人が出てこない。
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・同一労働、同一賃金への対応がまだまだの状態のため、求人数の増加がみられず、むしろ減っているようにも見受けられる。
	アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・受注量が減少している。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・流通業を中心に消費税の引上げの様子見として採用を控えているのか、多少回復していた求人数が、月末に近づくにつれて減少してきている。
	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・人手不足の業種はあるものの、製造業では先行き不安を訴える企業が多い。また、国内での縫製を売り物にしている企業から仕事を請け負っている縫製業の倒産が増えてきている。
×	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・最繁忙期である10月の求職者数の伸びが悪く、前年より更に悪化している。