

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)		-	-
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げに伴う軽減税率導入とキャッシュレス還元は、食品を主に取り扱い、かつ、多数の支払方法が可能なコンビニにおいて、追い風になるとみている。
		住関連専門店（経営者）	・以前に受注した商品が納品となるため、売上や販売量が増加する見込みである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税の引上げに伴うキャッシュレス化によるポイント還元や、プレミアム付商品券などの政策の効果を期待している。
		観光型旅館（スタッフ）	・団体客の動きが良く、平日の稼動についても前年よりも良い状態が続くとみている。
		旅行代理店（店長）	・国内及び海外の個人旅行の予約状況はほぼ前年並みである。国内の団体旅行が堅調であるため、おおむね好調に推移するとみている。
		通信会社（営業担当）	・年末に向けて新規のサービスエリアが次々と開局するため、テレビサービス、電話サービスを中心に増加するとみている。インターネットサービスは競合他社との競争が激しいため横ばいであるが、トータルでは純増が見込まれている。
		テーマパーク（職員）	・旅行シーズンのため、団体客の来客数が増えることで、売上及び単価の上昇を見込んでいる。
		商店街（代表者）	・10月からの消費税の引上げを非常に危惧しているが、客の間では余り話題になっておらず、テレビなどのニュースで流れている程度である。現在の様子からは客の購買動向は順調に推移するとみており、秋冬物に対しての衣料品の需要の増加を期待している。
		商店街（代表者）	・当商店街の固定客は生活必需品の購入が多いため、消費税の引上げ後も消費の動きに大きな変化はないとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・客が冬物商材に興味を持つには早すぎるため、消費税の引上げの影響が出るかもしれないと危惧している。
		百貨店（営業担当）	・消費税の引上げに伴う買い控えが落ち着き、消費行動が回復してくるとみている。
		スーパー（経営者）	・消費税の引上げへの対応策の効果が期待できるため、10月の買い控えは少ないのではないかとみている。
		スーパー（経営者）	・小売業の中小店舗はキャッシュレス化に伴うポイント還元という恩恵を受けるが、競合店も増えるため、オーバーストア状態が続くとみている。
		スーパー（店長）	・消費税の引上げの前の駆け込み需要は、本当にぎりぎりまで発生しなかった。今後、増税がどのように影響するのか、客の購買行動がどのように変わっていくのか見定めていきたい。
		コンビニ（エリア担当）	・キャッシュレス化によるポイント還元などへの期待はあるものの、店舗における客の動きに変化はみられていない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げに伴う消費の冷え込みが心配である。現在も来客数の落ち込みを客単価でカバーしているが、買い控えが発生した場合、客単価も減少するおそれがある。
		コンビニ（店長）	・12月は季節商材やイベント、セールが多く、売上、利益共に非常に高くなる時期である。ただし、最近は予約も店頭販売も難しい時代になりつつある。
		衣料品専門店（経営者）	・防寒衣料の売込みに注力している。また、異なる税率の処理やクレジットの還元をマニュアル化して対処する予定である。
		衣料品専門店（経営者）	・秋冬物が必要な季節となるが、今度はセール待ちの時期になってしまう。
	衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要があるなど景気は一見良さそうではあるが、10月以降の消費者の動きを見極めないと判断できない。	
	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余りみられなかったため、増税後の反動減も少ないとみている。ただし、新車の効果もないため、販売量は伸び悩むとみている。	
	乗用車販売店（従業員）	・新車販売において消費税の引上げ前の駆け込み需要は見受けられない。また、中古車販売は多少の駆け込み需要があったものの、微増ともいえない台数である。サービス売上は1か月前や半年前などの販売台数が関係するため、この後の爆発的な売上は見込めない状況である。	

その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税の引上げ後のキャッシュレスポイント付与やプレミアム付商品券の効果と、増税の影響がどのように推移するのか見通しが立てられない。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・中東情勢が流動的で原油価格の動きが不安定なことなど、冬の需要期に向けての不安要因が若干増加している。また、韓国との経済交流がうまくいっていないため、需要期の製品輸入がスムーズにいくかどうか不安である。
高級レストラン（支配人）	・当店では税込み表示をしている。消費税の引上げ分の増加と、買い控えによる売上減少とで、結果として余り変わらないのではないかとみている。
タクシー運転手	・モバイルで注文を受けるアプリが導入されて、一部では良い方向に動いているため、今後の動きに期待をしている。
タクシー運転手	・お盆帰省客の土産物の購入量は年々減少しているが、今年は前年にもまして少なかった様子である。今後は消費税の引上げもあり、消費者は余り買物をしなくなるため、金が回らなくなるとみている。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が、景気に多少の影響を与えるとみている。
観光名所（職員）	・消費税の引上げに伴いどう動くのかまだ分からないが、大幅な来客数の減少は考えにくいほどに現在の来客数は安定している。そのため、景気は今と余り変わらないとみている。
競艇場（職員）	・状況はここ最近で一番悪い。これより悪くなることは考えにくいものの、良くなるという兆しもない。来場促進イベントで客を招き入れることが今後の課題である。
住宅販売会社（経営者）	・小規模の受注が中心のため、受注額が伸びない状況が続くとみている。
商店街（代表者）	・年末に向けての期待はあるものの、消費税の引上げに対するとまどいもあり、売上にはつながらないとみている。
商店街（代表者）	・消費税の引上げにより、景気はやや悪くなるとみている。
一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げで、し好品である酒は売れなくなるとみている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気が良いわけではないため、今の好調が続くとは考えにくい。今回増加した分は消費税の引上げ後に落ち込むとみている。
一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費税の引上げがどれだけの影響を及ぼすのか分からないが、8%と10%の商品が混在する当店では、2つの税率に対応するためのシステム改修費が大きな負担になっている。また、客に分かりやすくスムーズに対応できるための対策も講じなければならない。中小企業にとっては本当に苦しく正念場となる。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来客数が減少傾向のなか、8～9月は消費税の引上げ前の駆け込み需要で売上が伸びている。そのため、10月以降は反動で下向きになり、さらに、増税による節約志向の強化から、厳しい状況になるとみている。
百貨店（売場主任）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が一段落するとみている。ただし、インバウンド需要は今月より縮小する見込みである。
百貨店（買付担当）	・必需品以外の衣料品については、消費税の引上げ前の駆け込み需要が少なかった。10月に多少の反動減があっても、その後の気温が順調に下がればアウターなどの単価の高い商品が動き始めるため、それほど景気悪化にはつながらないとみている。
スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で消費が冷え込むとみている。
スーパー（企画担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動により、10月からはマイナスになるとみている。
スーパー（営業担当）	・10月の消費税の引上げに伴う反動により来客数が落ち込み、全体的な売上不振につながる可能性がある。
スーパー（営業担当）	・消費税の引上げによる影響を懸念している。当店ではキャッシュレス決済のポイント還元がないため、販売促進策を工夫しないと来客数の減少が不安である。
コンビニ（経営者）	・消費税の引上げによる買い控えの影響がどれくらい出るか不安である。
コンビニ（経営者）	・消費税の引上げに伴い、買い控えが起きるとみている。
コンビニ（店長）	・消費税の引上げにより、若干の買い控えが発生するとみている。
衣料品専門店（店長）	・10月からの消費税の引上げにより、客は買物に対して更に慎重になるとみている。

衣料品専門店（総務担当）	・消費税の引上げ後のため、消費者の購買意欲が減少するとみている。
家電量販店（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が出てくるとみている。今後、東京オリンピックの需要が伸びてくるとみているが、増税の影響のほうが大きいのではないかと危惧している。
乗用車販売店（本部）	・消費税の引上げに間に合わない車種への影響が既に出始めていることから、反動減は当然あるものとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が持ち直す要因に乏しく、むしろ軽減税率の混乱などのマイナス要因が大きい。該当する取扱商品はほとんどないものの、納入先の客の影響は大きいとみている。このような形の負担軽減策は今からでもやめてほしい。
その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・消費税の引上げ後は、買い控えや購入の先送りなどによりものが動かず、景気は余り良くならないとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・不安定な中東情勢のため仕入価格が上昇している。今後の販売価格が上昇することにより、これまで以上に販売量の減少が見込まれる。
一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げは、家計を圧迫するだけでなく、企業においても原材料の価格高騰などの影響がある。そのため、全体的に景気は下向きになるとみている。
観光型ホテル（経営者）	・7～8月の夏休みと9月の個人客の来客数は比較的好調であったが、これから先の秋の団体旅行シーズンと、12月の忘年会の予約が今一つ伸び悩んでいる。
観光型旅館（経営者）	・消費税の引上げや、キャッシュレス化などの複雑な内容になじむまで、消費は停滞気味に推移するとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・10月は婚礼が前年を大きく下回っている。11月には取り返しているものの、全体的には低調な動きとなっている。閉店した店舗からの客の流入を見込んでいるが、大きな好転材料ではなく、厳しいスタートになるとみている。
旅行代理店（経営者）	・この先に大きなイベントは予定されていない。また、消費税の引上げに伴い交通機関の運賃も改定となるため、旅行を手控える客が増えるのではないかとみている。
旅行代理店（店長）	・消費税の引上げにより買い控えが発生するとみている。
通信会社（営業担当）	・10月からの消費税の引上げで購買意欲が下がり、ここ2～3か月の国内市場は厳しいものになる見込みである。さらに、所得も横ばいの推移のため、景気はやや悪くなるとみている。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要が一段落するため、各企業の売上が落ち込み、景気はやや悪くなるとみている。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げの影響が出てくることが見込まれる。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げの反動で景気はやや悪くなるとみている。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げによりコスト削減の圧力が強まり、買い控えが増えるとみている。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げによる買い控えが起こるとみている。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げがあるため、景気はやや悪くなるとみている。
遊園地（経営者）	・料金を基本的に据え置いて増税分を自社で吸収している。5%ポイント還元とプレミアム付商品券に若干期待しているものの、見通しはそれほど明るくない。
美容室（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減がどのように影響するのか不透明である。少なくとも今月よりも良くなるような要因はない。
美容室（経営者）	・消費者は美容室に金を掛けないように工夫をしている様子が見える。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税の引上げ後の停滞や、中東の情勢不安による原油価格高騰の影響が心配である。
設計事務所（経営者）	・4月が期首の同業者は上期が終わるタイミングであるが、受注状況が低迷しているという話が多く聞こえている。客層の差別化が図られている企業は影響を受けにくいようであるが、画一的な客層の同業者からは危機感が伝わってくる。
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税の引上げ後は無駄な出費を抑える節約傾向が続くとみている。
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）	・消費税の引上げにより、10月から来客数や成約数が減少すると見込んでいる。ただし、今後の増税対策の動きもあるため、10～12月までの成約数や来客数を注意深くみる必要がある。

	×	商店街（代表者）	・10月の消費税の引上げを前に既に来客数が激しく減少しているため、来月の予約はほとんど動きが止まるとみている。この状態が長引くことを懸念しており、要注意の状態である。
	×	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・前回の消費税の引上げ後も相当の消費マインドの落ち込みがみられており、全体の販売量の動きが鈍くなった。今回は国がいろいろな手を打っているが、地方は消費に対するモチベーションが弱いいため、景気は相当落ち込むとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・キャッシュレス化の準備は終わっており、キャッシュレスの客も増えている。ただし、10月からは消費税の引上げによる買い控えが増える見込みであり、年内は非常に景気が悪くなるとみている。
	×	百貨店（経営者）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減は11月まで続くともみている。12月のクリスマス商戦で多少の持ち直しを期待しているものの、全体としての景気は余り期待できない。
	×	スーパー（店長）	・現在、消費税の引上げ前の駆け込み需要の恩恵を受けている。そのため、10月はこの反動減が出てくるとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・建設業関係や農家の客が主体であり、そこが良くないと小売店まで金が回ってこない。建設業は仕事が例年よりも途切れがちであり、農家も天候に左右されて収入が不安定であるため心配である。
	×	衣料品専門店（経営者）	・消費に対するシビアな状況が続いているなか、今回の消費税の引上げでマインドはますます冷え込むとみている。
	×	衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げ後は消費の落ち込みが顕著となり、その状態は年末年始まで続くともみている。
	×	家電量販店（従業員）	・売上の落ち込みは10月が特にひどいとみているが、11～12月も前年と比べると低い状態で推移する見込みである。1月の初売りも前年を下回るのではないかと不安である。
	×	住関連専門店（経営者）	・キャッシュレスに伴うポイント還元が10月から始まるが、当店は高齢者を対象としているため、しばらくは消費税の引上げによる買い控えが発生し、景気は低迷するとみている。
	×	住関連専門店（経営者）	・消費税の引上げ後のため、景気は悪くなるとみている。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・秋の観光シーズンに向けて上向きになることを期待したいが、他の地域では台風などの被害も多く、余裕を持って観光するということが期待できない状況である。
	×	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げにより、レストランの来客数が減少し、テイクアウトなどに移るのではないかとみている。予約に関してもかなり寂しい状態が見受けられており、この先しばらくは来客数の減少は避けられないとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・10月の消費税の引上げの問題が大きい。小さな和食店や小売店は価格に転嫁できない状態であり、全体的に不景気になるとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げもあり、景気が良くなる要素が見当たらない。年末は忘年会シーズンであるが、現在の客の様子をみても景気は悪くなるとみている。
	×	通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減により、来客数、販売量共に減少するとみている。
	×	観光名所（職員）	・消費税の引上げにより買い控えが発生する見込みである。また、報道各社では増税対策として宅食を薦めており、外食離れが更に加速するとみている。
企業 動向 関連 (東北)		-	-
		電気機械器具製造業（企画担当）	・クリスマス商戦前に大手携帯機器メーカーの新製品が発売となる。そのため、半導体メーカーとしては徐々に景気が良い方向へ向かうと期待している。
		建設業（従業員）	・年末に向けて公共工事の発注状況が進捗する見通しである。また、原子力を中心にエネルギー関連企業の設備投資も一定数見込まれている。
		食料品製造業（経営者）	・消費税の引上げは飲食業にとってプラスではないため、しばらくは様子見となる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・客である飲食店や建設業関係者の話からは、景気が下向きになるような雰囲気である。
		建設業（企画担当）	・消費税の引上げ後は一時的に景気が落ち込むとみている。ただし、受注予定に大きな変動はなく、景気は横ばいで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・取引先からの明るい話題は少なく、契約の引き留めに苦慮している。
		通信業（営業担当）	・この先の景気が良くなるような要因が見当たらない。

	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）	・消費税の引上げ後初の年末商戦に突入する時期であり、各企業の消費動向の分析が今後の広告出稿に影響を与える。軽減税率、ポイント還元などの施策がスムーズに浸透することになれば、増税直後に広告出稿を控えた企業も回復するのではとみている。	
	コピーサービス業（従業員）	・来年1月にOSのサポートが終了するパソコンの買換えに対する商談が増えてきている。ただし、品薄感もあるため需要に上手く対応できるか不安である。	
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・消費税の引上げに伴うキャッシュレス購入のポイント還元やパーゲンセールなどは期間限定が多く、その後の反動に戦々恐々としている。	
	その他企業〔協同組合〕（職員）	・受注案件や受注量などにおいて、急激な変化が起きる要因は見当たらない。	
	農林水産業（従業者）	・10月から消費税の引上げとなり、購買力が減少して果物全般の購入が例年よりも期待できない。そのため、販売量が減少するとみている。	
	食料品製造業（経営者）	・消費税の引上げの影響で、土産物やギフトは厳しくなる見込みである。	
	食料品製造業（営業担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動による販売量の落ち込みが懸念される。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動で落ち込み、売上が減少して景気が悪くなるとみている。	
	窯業・土石製品製造業（役員）	・震災復興工事のピークが過ぎたことにより、需要は減少傾向となっている。加えて、官民需要の増加要因が見当たらないため、先行きは極めて不透明である。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・消費税の引上げ直後は大きな買物をしなくなるため、景気は若干落ち込むのではないかとみている。	
	輸送業（経営者）	・主要取引先である製造業が前年11月から17%の減産を続けているが、10月は更に10%を上乗せする予定である。11月以降の上乗せ分はまだ決まっていないものの、17%の減産は引き続き実施されることである。その他の当社取扱品においても、景気動向は良いとはいえない。	
	輸送業（営業担当）	・消費税の引上げの影響により、景気はやや悪くなるとみている。	
	通信業（営業担当）	・消費税の引上げ後はしばらく苦戦する見込みである。	
	金融業（広報担当）	・消費税の引上げにより消費者の購買意欲は少なからず減少するとみている。また、工業品輸出関連業種に対する米中貿易摩擦の影響、日韓関係悪化によるインバウンド減速の懸念もある。	
	広告代理店（経営者）	・今月の好調は消費税の引上げ前の駆け込み需要のため、今後も景気が良くなるとは考えにくい。	
	広告代理店（経営者）	・東京オリンピックによる首都圏への需要の集中、その後の大阪万博へのシフトにより、東北全体の経済活動が停滞するおそれが大きい。	
	経営コンサルタント	・消費税の引上げ後に景気が失速することを懸念している。	
	司法書士	・不動産取引に関して消費税の引上げ前の駆け込み需要的な依頼があったものの、全体的には低調である。このような状態は増税後も続くともみている。	
	公認会計士	・消費税の引上げにより消費者の買い控えが進むことで、小売業関係は現在よりも業績悪化が見込まれる。建設関係が現状を維持できても、景気は全体的に少し悪化するのではないかとみている。	
	×	農林水産業（従業者）	・消費税の引上げにより、消費税の申告額が増えて家計を圧迫するとみている。
	×	金属製品製造業（経営者）	・取引先からは来年に向けて更なる減産のニュースがある。
	×	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・当店では軽減税率対象の商品の取扱いが多いが、10月以降は更に増税対象商品の取扱いをやめることにしている。それでも以前のような売上や利益を見込めないため、不景気になるとみている。
雇用 関連 (東北)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・9月から外資系大手生保の事務センターへ40名の大型派遣が開始されており、この先2～3か月の稼働数と業績を下支えする見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・多種多様な業界の企業からの募集が増えている。そのため、今後も急な求人数の落ち込みは考えにくい。

	人材派遣会社（社員）	・何とか中途採用で即戦力を採用したいという企業が多く、9月に開催した採用力強化関連のセミナーに積極的に参加している。このことから、数か月は今の景気の良い状況が続く見通しである。
	人材派遣会社（社員）	・来年までは大きな変化もなく推移するとみている。
	職業安定所（職員）	・人手不足分野である、建設業、介護看護に加えて、保安警備などの求人倍率は高い。ただし、製造業、小売業からの求人が減少傾向にあり、改善の兆しが見えないことから、景気は変わらないとみている。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は高止まりしているものの、経済の不透明感による減速もみられるため、現状より良くなるとは考えにくい。
	その他雇用の動向を把握できる者	・最も雇用者数の多い製造業において、今後の受注に関する先行きへの不安が高まっている。
	人材派遣会社（社員）	・同一労働同一賃金対応による変化の不透明感がある。
	人材派遣会社（社員）	・米中貿易摩擦の影響などにより、製造業の期間従業員や製造業に対する派遣社員の要望が減退するなど、景気悪化の影響がみられている。
	アウトソーシング企業（社員）	・消費税の引上げに余り関係のない職種であるが、受注量が減少している。
	新聞社 [求人広告]（担当者）	・地元の中小企業に対するヒアリングでも、消費税の引上げ前の駆け込み需要はそれほどみられていない。また、増税後の景気の先行きが不透明であるため、景気回復の兆しが見えない状態が今後も続くともみている。
	新聞社 [求人広告]（担当者）	・消費税の引上げ後の買い控えを懸念している。
	職業安定所（職員）	・景気が良いときは全体の業種から求人があるが、今は製造業からの求人が出ていない。採用を控えている感がある。
	学校 [専門学校]	・消費税の引上げにより買い控えなどが発生するため、景気はやや悪くなるとみている。
x	人材派遣会社（社員）	・今後、同一労働同一賃金問題や、中国や韓国との輸出入の不安定さから、景気は悪化するとみている。