

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)		住関連専門店（経営者）	・台風被害から営業を再開して順調に推移しているため、今月よりは良くなる見込みである。
		通信会社（営業担当）	・今月の販売量の動きが異常に悪いため、今月よりは良くなるとみている。
		百貨店（営業担当）	・10月中旬より消費動向が回復傾向にある。前回の増税時と比較して回復が早く、今後の景気は良くなるとみている。
		百貨店（買付担当）	・生活防衛意識は今後も続く見込みである。ただし、消費税の引上げの影響を受けて特に厳しい今月と比較すれば、多少は落ち着くとみている。
		百貨店（経営者）	・消費税の引上げに関する声も少なくなり、前回の増税時ほどのマイナスインパクトはみられていない。食品の動きに多少の不安があるものの、年末商戦から少しずつ回復していくとみている。
		コンビニ（経営者）	・10月は週末の天候が悪い日が続いて週末の動きは悪かったが、全体的にみて消費税の引上げの影響も少なく、客単価と買上点数が堅調に推移しているため、今後も堅調に推移するとみている。
		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収まり、前年並みに戻るのではないかとみている。また、台風や豪雨災害からの復興需要も多少見込めるとみている。
		乗用車販売店（本部）	・被災した地区の代替需要はしばらく高いままで推移するとみている。特に中古車は商品不足が深刻化しているため、各社共に在庫確保に動いている。
		住関連専門店（経営者）	・受注に伴う納品があるため、今月よりは販売量や売上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）	・今月は予想以上に良くなかったが、消費税の引上げに伴う一時的な落ち込みであるとみており、今後は良くなると見込んでいる。
		その他小売 [ ショッピングセンター ]（統括）	・台風の影響はあるものの、消費税の引上げの影響が落ち着くため、ポイント還元やその他の施策の効果が発揮されれば、多少は景気が上向くとみている。年末に向けて消費マインドの回復を期待している。
		一般レストラン（経営者）	・年末の忘年会シーズンが始まるため、良くなるのではないかとみている。ただし、忘年会も少人数、短時間の傾向がみられている。
		通信会社（営業担当）	・新しいサービス提供エリアが開局するため、テレビ、インターネット、電話の全てのサービスにおいて新規加入者の増加が期待できる。特に年末に向けて人気のテレビコンテンツの導入が見込まれており、テレビサービスの増加が期待できる。
		競艇場（職員）	・11月には来場促進イベントを行うので、若干の売上増加が期待できる。
		商店街（代表者）	・消費税の引上げによる買い控えがみられており、商品の動きも鈍い。ただし、今後涼しくなり冬に近づくことで、冬物商材が大きく動くことを期待している。
		一般小売店 [ 書籍 ]（経営者）	・消費税の引上げによる影響は余りみられていないが、全体的に地方の消費マインドが厳しいことに変わりはない。
	一般小売店 [ 医薬品 ]（経営者）	・来客数が毎月減少傾向にあるものの、客単価については良くなっているため、状況的には余り変化はないとみている。また、周辺環境についても特に変化はない。	
	一般小売店 [ 寝具 ]（経営者）	・これから冬物の準備が始まるが、客の買い控え傾向は続くとみている。	
	百貨店（売場主任）	・消費動向は依然としてシビアである。消費税の引上げの影響が落ち着くとはいえ、地域経済の停滞感や消費者の生活防衛意識を始めとして、好転する材料が見当たらない。	
	スーパー（経営者）	・台風被害が大きく、復旧に人手と時間と費用がかさむため、消費への影響が出てくる見込みである。ただし、全体的にはこれまでと同じ傾向が続くとみている。	
	スーパー（経営者）	・当社はキャッシュレスのポイント還元の対象外であるため、期間中は来客数の前年割れが続くとみている。	
	スーパー（店長）	・物珍しさからか、キャッシュレスによるポイント還元に興味を示す客が多い。この状況がいつまで続くか、反動がどうでるかに注目していきたい。	

スーパー（店長）	・この先は、消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減も徐々に回復するとみている。ただし、各社の販促合戦が心配である。
コンビニ（経営者）	・消費税の引上げによる買い控えは一時的であるとみている。
コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要による反動減が落ち着き、消費者がキャッシュレス還元の効果を実感することで、消費拡大につながることを期待している。
コンビニ（エリア担当）	・11月以降、ますますキャッシュレス化が進んでポイント還元の認知向上を期待したいが、現状の動きから過大な評価はできない。
コンビニ（エリア担当）	・消費税の引上げの影響は少ないものの、売上増加につながるような要因も少ない。キャッシュレス関係も、東北においては大きく進展している様子はみられていない。
衣料品専門店（経営者）	・寒くならないと購買意欲が湧いてこないのか、防寒衣料やスクールコートの売上が鈍い。お歳暮商戦も近いため、ダイレクトメールなどの活用で売上増加に懸命となっている。
衣料品専門店（経営者）	・客は定価販売の時期をやり過ぎてセール待ちになるため、景気は余り変わらないとみている。
衣料品専門店（店長）	・東京オリンピックなど気持ちが明るくなるような起爆剤があれば別であるが、現在の気温の推移からは消費者の購入モチベーションが上がるとは考えにくい。
衣料品専門店（総務担当）	・必要最低限の買物しかされておらず、嗜好品関係の新規購入は控えている様子が見える。
家電量販店（従業員）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減はしばらく続くとみている。
乗用車販売店（従業員）	・消費税の引上げにより商談件数がかなり減っている。起爆剤となるはずの新車の販売量も落ち込んでいる。
乗用車販売店（従業員）	・年末にかけて新型車の発表が予定されている。客のニーズに合ったものであれば受注増も見込めるが、現在のところは不透明である。消費税の引上げの影響により中古車市場が伸び悩む可能性があり、サービス売上も以前の車両販売台数が関係してくるため、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）	・灯油やガソリンの価格が上がると、消費に金が回らなくなると心配している。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・災害関連の需要は順調だが暖冬予想が出ているため、軽油は好調でも灯油の販売量は減少する見込みである。全体としては横ばいで推移するとみている。
高級レストラン（経営者）	・特に景気が良くなるような要素はないが、消費税の引上げの影響が落ち着くことを期待している。
一般レストラン（経営者）	・今後は客も消費税の引上げにある程度慣れていくため、これ以上の下降はなく、現状維持で推移していくことを期待している。また、キャッシュレスでの支払が急激に増えているが、年配の客はなかなか大変そうである。
都市型ホテル（スタッフ）	・関東方面では台風被害を受けているが、当県はそれほどでもない。これまで首都圏などに向いていた客がどれだけ東北に足を運んでくれるかが鍵となる。紅葉も良い状態であるため、例年並みに推移することを期待している。
タクシー運転手	・家電などの大物は消費税の引上げ前の駆け込み需要で購入されており、現状は最小限の出費に抑えられている。ただし、3か月先は年末であり、駆け込み以外の買物の動きはあるのではないかとみている。ただし、タクシーの利用者に変化はないとみている。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ後、大きく変化するような要因に乏しい。
通信会社（営業担当）	・いずれは消費税の引上げも定着するため、売上も戻るとみている。
テーマパーク（職員）	・秋の旅行シーズンも終わるため、来客数や買上単価が上がる要素がなくなってしまう。
観光名所（職員）	・来客数はインバウンド客を中心に若干伸びている。日本人客のキャンセル分もカバーしており、現在と変わりなく推移する見込みである。
美容室（経営者）	・消費税の引上げの影響がどこまで続くのか見通せないため、今後も前年を下回る状態が続くとみている。
美容室（経営者）	・客の財布のひもが固い。
設計事務所（経営者）	・景気自体は縮小傾向にあるとみているが、必要な公共投資や設備投資など、建設物の需要が今後大幅に減少することはないとみている。

住宅販売会社（経営者）	・台風被害の影響で材料の納期が遅れており、住宅の完成予定日が決定できない物件も出てきている。そのため、代金回収が伸びる可能性がある。
その他住宅[リフォーム]（従業員）	・リフォームは消費税の引上げ前に受注した工事を消化しているが、それ以外は消費税の引上げによる買い控えの影響が出てきている。
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）	・住宅購入にメリットを見いだすことが難しいため、現在の状況が大きく変化することは考えにくい。
商店街（代表者）	・台風や大雨の影響による農作物への被害に対して、農家の収入減少や食品価格の高騰が発生することで、景気が下向きになることを懸念している。
商店街（代表者）	・災害が続いておりこのままでは年末年始の需要に期待ができない。
商店街（代表者）	・消費税の引上げの影響が出ている。また、日韓問題で韓国人観光客が激減している。
一般小売店[酒]（経営者）	・消費マインドの低迷はまだ続くとみている。天候も不安定であり、大雨による甚大な被害も大きな負担となっている。
一般小売店[医薬品]（経営者）	・想定外に多くの客が台風や大雨による洪水の被害にあっている。これからどう生活を再建したらいいのか分からないとの訴えも多く、生活再建のための必要最小限の出費以外は当面後回しにされそうな雰囲気である。
スーパー（店長）	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減と、増税に伴う買い控えは、年内一杯は続くとみている。
スーパー（企画担当）	・消費税の引上げ後の景気の冷え込みを警戒して、周囲の店舗はいろいろな対策を立てている。ただし、この対策は経費が掛かるため余り長くは続かない。そのため、その後の景気が落ち込んでしまうことを懸念している。
スーパー（営業担当）	・消費税の引上げで客は価格に敏感になり無駄な衝動買いを控えるのではないかと。家計において食費を削ることで支出を抑える動きが出てくるとみている。
スーパー（営業担当）	・低価格志向や必要な商品を吟味しての購買傾向は強くなるとみている。客層に対応した販促、低価格やポイント付与率の増加策などが強化され、競争の激化が懸念される。また、販促強化のコスト増による収益低下、利益圧迫も心配である。
コンビニ（経営者）	・地元は台風による水害が発生しており、田んぼなどが水没し米が収穫できない状況となっている。家屋の床上浸水も多く、景気は悪くなるとみている。
コンビニ（経営者）	・これから寒くなり、雪が降ってくると来客数が減少していくため、景気は悪くなっていくとみている。
コンビニ（経営者）	・年末商戦が始まっているが、クリスマスケーキ、おせち、お歳暮の予約獲得件数が例年に比べて少ない状態である。
コンビニ（経営者）	・消費税の引上げの影響が出てくるとみている。
乗用車販売店（従業員）	・新型車発表の延期なども重なり、当初に計画した新規来場者数、新車販売台数を見込めない状況である。
住関連専門店（経営者）	・消費税の引上げ後のため、当分は景気が悪くなるとみている。
その他専門店[酒]（経営者）	・この先の売上は回復傾向になるとみている。ただし、前回同様に消費税の引上げの影響はボティフローのように後から効いてくるものである。そのため、一層の創意工夫や企業努力が必要であると覚悟している。
その他専門店[ガソリンスタンド]（営業担当）	・今年は暖冬との予報もあり、降雪が遅れることでスタッドレスタイヤなどの冬物商材や灯油の販売量が減少することが見込まれている。そのため、非常に厳しい環境になるとみている。
観光型旅館（経営者）	・消費税の引上げや台風被害など、マイナス要因が多く先が読めない状態である。前年並みを維持するためには相当苦戦するとみている。
観光型旅館（スタッフ）	・降雪シーズンになり、遠方からの客足が鈍くなる。対策としてプランや料理などの見直しを図りながら集客に努めているが、伸び悩んでいる。
旅行代理店（店長）	・11月以降分の国内団体旅行の問合せは入るものの、受注までには至っていない。
旅行代理店（店長）	・消費税の引上げで景気が悪化すると見込まれていたが、落ち込みはそれほどではない。むしろ、台風や大雨の影響が懸念される。
旅行代理店（従業員）	・台風被害の長期化を懸念している。

	タクシー運転手	・現状からは長期的な好転が見込めない。ただし、12月のボーナスに多少の期待をしている。
	通信会社（営業担当）	・台風や豪雨などの被害が連続的に起きており、第三次産業への影響が徐々に出てくるとみている。また、業界によっては人手不足と後継者不足の課題が払拭できない状況が長期間続いている。そのため、ここ2～3か月は景気の低迷が見込まれている。
	通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ後は、各商品の需要に落ち込み傾向がみられている。キャッシュレス・消費者還元事業は来年6月まで続くが、全ての人が使える制度ではない。そのため、3か月くらいでは景気の向上は期待できない。
	観光名所（職員）	・台風などの災害で農作物の価格が高騰し、家計を圧迫することが見込まれる。また、無駄な出費を抑える傾向も変わらず、レジャー費は削られる一方になるとみている。
	遊園地（経営者）	・天候要因は緩和していくとみているが、消費税の引上げの影響を含めて良い材料がなく、先行きは厳しいとみている。
	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・中東の政情不安による原油価格の高騰が、原材料価格の上昇やコストアップにつながることを懸念している。
×	商店街（代表者）	・消費税の引上げや年金額の引下げなどにより、しばらくの間は消費が冷え込むとみている。特に社用の予約が激減している。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・10月は来客数及び客単価が減少し、前年比25%の減少となっている。この状態が改善される見通しがなく、キャッシュレス決済がされるたびに売上が減少していくという最悪の流れとなることを危惧している。
×	スーパー（経営者）	・消費税の引上げにより間違いなく支出は増えている。また、周囲に競合店がオープンする予定である。
×	コンビニ（店長）	・競合店の影響、除雪代や光熱費の高騰、最低賃金の値上げなど様々な影響が重なり、非常に厳しい。冬を越せるのが本当に不安である。
×	衣料品専門店（店長）	・景気が拡大しているなかでの増税であればマイナス分を吸収できたが、景気がそれほどではないなかでの増税だったため、プレミアム付商品券などを広く配るようなことがない限り、なかなか高額商材に対するモチベーションは上がらないとみている。
×	乗用車販売店（店長）	・景気は悪くなるとみている。
×	一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げの影響が大きい。キャッシュレスによるポイント還元も余り浸透しておらず、景気が良くなるような材料もない。
×	一般レストラン（経営者）	・想定以上に各地の災害の影響が大きく、観光客やビジネス客の来県が少なくなっている。本来の流れに戻るには相当の時間が必要である。
×	観光型ホテル（経営者）	・秋の観光シーズンに入ったものの、台風関連のキャンセルなどが続いており、伸び悩んでいる。また、忘年会の予約状況も良くない状態である。
×	旅行代理店（経営者）	・台風の影響で旅行を控える客が多く、例年と比較して先行予約が落ち込んでいる。
企業 動向 関連  (東北)	建設業（従業員）	・年明け以降の第4四半期に、民間大型工事の契約が見込まれている。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末に向けて宣伝広告などが増え、さらに、年度末における行政の仕事も見込んでいる。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・年末に向けて消費が増加するとみている。
	金融業（広報担当）	・当県主力の一次産業の出荷が本格化し、地域における消費の循環が活発化する。水産資源は漁獲量の確保自体が予測困難な状況であるものの、農産物は相応の産地価格帯が期待できるとみている。
	広告代理店（経営者）	・東京オリンピック需要に一時的な期待をしている。しかし、その後の景気の低下は避けられないとみている。
	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・自然災害の影響も一過性であり、この先は消費税の引上げによる心理的影響も弱まるとみている。
	食料品製造業（経営者）	・地元では台風の被害が大きく、お歳暮などに影響が出るのではないかと心配している。
	食料品製造業（営業担当）	・消費税の引上げに伴う買い控えにより、販売量が減少する状態が続くとみている。
	電気機械器具製造業（企画担当）	・携帯機器、パソコン関連製品向け半導体製品の販売価格及び受注量について、年内は大きな変化はない見込みである。

	通信業（営業担当）	・すぐには成約につながらなくても、先を見越した対応により、信頼関係の維持に努めるのみである。	
	通信業（営業担当）	・前年同期よりも売上は伸びているが、目標には達していない。	
	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）	・令和初の年末年始商戦に期待しているが、現時点で特に活性化するような動きはみられていないため、例年どおりに推移する見込みである。	
	広告代理店（経営者）	・年度末までの案件が出る時期となるが、状況が大きく変わることはないともっている。	
	経営コンサルタント 司法書士	・災害からの復旧と生活者の気持ちの立て直しが待たれる。 ・不動産取引においては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が、増税後も特に状況は変わっていない。	
	公認会計士	・消費税の引上げで小売業関係の売上が減少するとみていたが、キャッシュレス還元や自動車税の減税、住宅取得控除の期間延長などの措置で、今のところ極端な落ち込みはみられていない。そのため、現状維持で推移するとみている。	
	その他企業〔企画業〕 （経営者）	・流通業における消費税の引上げの影響がすぐに解消することは考えにくく、2～3か月は続くともっている。台風災害などの復旧需要もなく、その方面でも景況に好転材料はない。	
	その他企業〔協同組合〕 （職員）	・これといって明るい材料がないため、年内は現状維持が続く雰囲気である。	
	農林水産業（従業者）	・消費税の引上げにより、ふじりんごの注文数と売上が減少することを心配している。	
	食料品製造業（経営者）	・前年同時期と比べて、秋の観光客による来店予約が減っている。	
	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減による売上減少と、紙からWebへと広告媒体の移行が進んでいることから、売上は前年同月比5%の減少が見込まれている。	
	窯業・土石製品製造業 （役員）	・台風15号の被害により、農業生産や個人消費など地域経済全体に影響が出てくるとみている。	
	建設業（企画担当）	・米中貿易摩擦の悪化により、客の業種によっては設備投資時期を先延ばしにする企業も出てきている。	
	輸送業（経営者）	・主要取引先が前年11月より17%の減産を続けている。10月には更に15%、11～12月は7%の上乗せで減産される。11月からの減産は、台風19号でJRコンテナなどの輸送モードに支障が出ており、在庫を減らせないことが要因である。また、輸出品については中国の需要が弱いと聞いている。	
	コピーサービス業（従業者）	・取引先から家具関係の仕入価格が上がるとの連絡を受けている。2年連続での値上げとなるが、この値上げが1社のみとは考えにくいので、対策が必要となる。	
	×	農林水産業（従業者）	・消費税の引上げにより、今後は農業機械などの大規模投資を控えるを得なくなり、その分収益も減少するとみている。
	×	金属製品製造業（経営者）	・既にある減産情報に加えて、台風19号による更なる減産が懸念される。
	×	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経営者）	・取引先はほとんどが中小企業であり、実質賃金は全体的に前年よりも低くなっている。内需拡大に対する需要が弱く、景気は良くはないともっている。
雇用 関連  (東北)	人材派遣会社（社員）	・台風被害による派遣需要は現状を維持しつつ来年2月まで継続する見込みである。年末需要と重なるため、今後2～3か月の景気は良くなるとみている。	
	人材派遣会社（社員）	・今後も人手不足や専門領域の採用強化は変わらないため、中途採用は堅調に推移するとみている。	
	人材派遣会社（社員）	・業績を下方修正している企業が若干みられるものの、求人活動については充足している企業はなく、人手不足という状況は続くともっている。採用活動を続ける企業が多いということで、景気の動きも余り変わらないとみている。	
	アウトソーシング企業 （社員）	・受注量に特に落ち込みはみられていないため、景気は余り変わらないとみている。	
	職業安定所（職員）	・サービス業や建設業からの求人は伸びているが、製造業、小売業からの求人は減少していることから、景気は余り変わらないとみている。	
	職業安定所（職員）	・消費税の引上げによる消費意欲の減退や、韓国との関係悪化、中国経済の減速の影響がこれから出てくるとみている。	
	学校〔専門学校〕	・消費税の引上げが始まったばかりのため、景気の低迷はしばらく続くともっている。	

	その他雇用の動向を把握できる者	・企業の先行き不透明感は今後も続くともみている。
	人材派遣会社（社員）	・同一労働、同一賃金による人件費の増加の可能性が高く、採用への動きが鈍る可能性がある。
	人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法の施行に伴い、派遣社員の受入れ状況がどのように変化するのか未知数である。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・台風の影響に加えて、経済動向が止まるといわれている選挙もあった。さらに、景気浮揚を期待した即位礼正殿の儀も余り奏功していない現状であり、先行きに回復の兆しがみえていない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元水産業の基幹となるサンマ、秋サケの深刻な不漁に加え、台風19号によるふ化場の被災、畜産施設の破損、りんごの落果被害など農林水産被害が大きい。被害は更に膨らむ見通しである。
	職業安定所（職員）	・製造業などに業況の低迷を理由とした大規模な人員整理の情報が出ている。また、台風19号による水害により、今後3か月以上は生産活動が縮小するとの情報もある。
	職業安定所（職員）	・業種によっては仕事量が次第に落ち込み、その次の仕事のみえないという状態のため、景気は悪くなっていくともみている。
	x	* * *