

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〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・個々の商品に対する販売促進や周辺企業との連携強化によって売上を維持しており、前年並みで推移している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・11月は、消費税の引上げで一時期遠のいた客が戻り、高額商材を購入したことで前年同月並みの売上となっている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・消費税の引上げなど特別な環境の3か月間であったが、特に変化はない。来客数は相変わらず落ち込んでいるが、客単価は好調であり、販売量も伸びているため、悪くない傾向である。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・今月の来客数は横ばいながらも、その他の部門が好調である。大きなキャンペーンセールがあったことや、台風の影響で野菜や卵が高くなっているため、値段の変わらないコンビニの売上が伸びている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・寒くなってきたことで秋物が本格的に動いている。10月はそれなりに消費税の引上げについての話が出ていたが、今月に入ってからはもう10%が当たり前の感覚となっており、影響はみられていない。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・消費税の引上げの影響は想定よりも弱く、売上の前年比も10%の低下にとどまっている。そのため、影響は余り長引かないとみている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・今月は後半にかけて良くなってきている。ただし、かなり落ち込んでいた3か月前との比較のため、景気が良くなったのではなく、ようやく普通になったという状況である。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新規のサービスエリアの開局により、徐々に加入者が増加している。一方で既存のサービスエリアからの解約者は減少しているため、全てのサービスメニューにおいて純増数が増加している。
		競艇場（職員）	来客数の動き	・イベントの効果が出ている様子である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・好天に恵まれて来客数は多かったものの、客単価は減少している様子である。消費税の引上げの影響は大いにあるとみている。
		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ものの、高額商材の販売により売上を確保することができている。ただし、販売量は減少傾向にある。
		スーパー（経営者）	単価の動き	・11月の平均1品単価は前年をやや下回っている。価格訴求対策の結果で買上点数は増えたものの、全体的な前年比は変わっていない。競合他社が買い控え対策としてポイント加算を続けているが、中旬以降は落ち着いてきている様子である。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ前から来客数は減少傾向にある。ただし、増税後でも減少幅は増えることなく推移している。
		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の反動減による来客数の落ち込みは回復傾向にあるものの、販売量の減少傾向は続いている。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・大雨などの災害で飲料や日用品の買上点数が上昇しており、客単価は前年比101～102%と伸長している。一方で、来客数の前年比は96%と苦戦している状況である。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・盛夏と比べても来客数の前年比に変化はない。外的環境に変化のあるエリアのみ、来客数の前年比に動きがある程度である。
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げにより、少しずつ買物を控えるようになってきているのか、来客数の減少と客の財布のひもの固さが目立っている。	
	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・気温の低下とともに冬の防寒着需要が一気に高まっており、順調に推移している。ただし、秋冬物の立ち上がりからのマイナス分をカバーするには至っていない。	
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・イベント時にはそれなりの来客数となるが、商談件数は増えていない。	

乗用車販売店 (本部)	お客様の様子	・前月は台風による冠水被害で新車、中古車の登録が進まなかったため、大幅な減収減益となっている。浸水エリア限定で一時的に特需が生まれたものの、売上に結び付くのはしばらく先であるとみている。
住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・不安のなか消費税の引上げがスタートしたが、売上にはほとんど影響がみられていない。
住関連専門店 (経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げの影響は落ち着いてきたものの、来客数が増えないので大変である。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・軽油は前年並みで推移しているが、灯油の販売量は前年を上回っている。また、マージンが前年度より改善されている。ただし、実績は気温の動きで大きく左右されるため、景気の判断は横ばいとなっている。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・大きな変動要因もなく、これまでどおりの前年割れが続いている。
その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	お客様の様子	・消費税の引上げで消費は多少冷え込むとみていたが、客の購買意欲にそれほど変化はなく、売上にもさほど影響はない様子である。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・消費税の引上げによるメニュー価格の値上げで客単価は上昇している。また、それに伴い今までアルコールを注文しなかった客も、せっかくだからとグラスワインなどを飲んだりするようになってきている。そのため、2～3か月前に予想したほどの落ち込みはみられていない。
タクシー運転手	販売量の動き	・地元は空港と大きな駅があるため流入観光人口も多く、タクシーで東北地方を巡る客が多い。特に紅葉時期の10～11月はピークであり、県を跨いで移動する客も多いため忙しい時期である。ただし、今年は距離も短く、総合的に単価の高いタクシーを利用する旅行者は少なくなっている。
通信会社 (営業担当)	競争相手の様子	・最低賃金は多少上向きとなっているが、実感が伴わない状況である。消費税の引上げもあり、景況感は下向きのまま推移している。
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・客の購買意欲に変化がみられていない。
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・消費税が引上げとなっても、客の様子に変化はない。
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・客との会話からは、景気の変化はみられていない。
通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・客の話からは、購買意欲に余り変化はみられていない様子である。
その他サービス [自動車整備業] (経営者)	販売量の動き	・来客数、販売額共に好調に推移している。
設計事務所 (経営者)	単価の動き	・官公庁発注の建築設計業務において、落札率が70%台という受注状況が年初から続いているなど、業者間の競争が激化しているように見受けられる。
住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・地域に点在する法人の合併に伴い、大型の土地要求と建築物の受注予定がある。
その他住宅 [リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・リフォーム工事は消費税の引上げ前の契約分が進んでいる。住設器具は水害により給湯器やエアコンの交換が増えている。
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)	お客様の様子	・消費税の引上げ以降も客の住宅購入数に大きな変化はない。増税時に駆け込み需要がなかっただけに、今後の動向を注視している。
商店街 (代表者)	お客様の様子	・キャッシュレス決済を利用する買物客が増加している。ただし、消費税の引上げ以降は消費者の購買意欲が減少しており、商店街の各店舗の売上が減少している。
商店街 (代表者)	来客数の動き	・消費税の引上げや商品の値上による割高感で、店頭の販売に影響が出ている。
一般小売店 [医薬品] (経営者)	来客数の動き	・10月に引き続き来客数の減少が続いている。ただし、低価格志向の客は減っているものの、単価の高い客の落ち込みは少ないため、来客数ほど売上は減少していない。

一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・真冬に向けて冬物商材の需要が伸びていない。
百貨店（買付担当）	お客様の様子	・消費税の引上げに伴う消費の冷え込みは継続傾向にある。防寒衣料や靴、特に定価品の動きが悪かったが、月末の気温低下で持ち直しつつあるため、気温要因も影響していたとみられる。
百貨店（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げ後の極端な落ち込みからは回復してきているものの、高額商材の動きは鈍く、増税前の水準には戻っていない。また、食料品は軽減税率措置があったが、来客数が減少しており、販売量への影響も出てきている。
スーパー（店長）	来客数の動き	・消費税の引上げ以降は厳しい状態が続いており、売上が前年比98.7%で推移している。
スーパー（営業担当）	来客数の動き	・特売販促を強化したが、来客数は前年比98.3%と前年を割り込んでいる。客の買物の動きは更に慎重になってきている。
スーパー（営業担当）	来客数の動き	・11月に入り生鮮食料品の客単価及び買上点数が伸びているものの、加工食品、菓子、住居関連商品が落ち込んでいる。消費税の引上げの影響が残っているのか、低価格商材しか伸びていない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げの影響なのか来客数、客単価共に不調である。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、購買単価共に減少傾向にある。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げ後は来客数が減少している。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・キャッシュレス決済について、10月は余り影響がなかったが11月になってから客に買物を控える動きが出始めている。マインド的に景気が下向いている様子がうかがえる。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・気温の低下とともに来客数も減少している。最低賃金の上昇や除雪代の支払、有給消化などが経営をかなり圧迫しており、非常に厳しい。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・良い品を長く着用したいというニーズが多く、高額アウターなどの限られたアイテムは売れているが、他のアイテムが売れずトータルとしては苦戦している。
衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数95%、買上点数95%、客単価は微増であるものの、売上は90%の状態である。
家電量販店（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げ以降、大物商材の販売量が減少している。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げ後から個人客の商談が進まない状態となっている。
乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新規の来客数は減少したままである。商談の件数は変わらずに提案件数は維持しているものの、実績は伸び悩んでおり1件の商談が長くなっている。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・販売量の減少が続いている。受注生産であるが、現場の遅れに伴い販売も遅れている。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・台風被害によるキャンセルの影響が大きい。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げや台風被害の影響といったマイナス要因がまだ続いているのか、来客数、売上共に微減の状態である。
都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・10～11月は、宿泊部門は前年並みであるものの、宴会部門が前年を下回っているため、全体として下降傾向にある。地元の事情で宴会が欠かせない12月の予約は順調であるが、秋口に数字を伸ばせなかったことが全体の売上に影響しているとみている。
旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少傾向にある。10月の台風でキャンセルとなった客に再度の旅行を促す営業をしているが、需要に結び付いていない。
旅行代理店（店長）	販売量の動き	・特に個人の海外旅行の予約数が伸び悩んでいる。
旅行代理店（店長）	それ以外	・台風などの被害の影響が残っている。
通信会社（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げ以降、消費者の購入意欲が鈍化している。キャッシュレスに伴うポイント還元で購買意欲を促しても、全く伸びていないのが現状である。

	観光名所（職員）	それ以外	・様々な自然災害のせいか、予約なしの日本人客が減少している。台湾を中心としたインバウンド客は増えているため、来客数自体は増えているが、土産物購入という点では日本人客よりも落ちている。そのため、景気自体は少し下向きとなっている。
	遊園地（経営者）	来客数の動き	・天候の回復やイベントにより、何とか前年に近づいている。ただし、有給休暇年5日取得の義務化により休園が増えたことや、消費税の引上げの影響もみられている。
	美容室（経営者）	来客数の動き	・再来店の来客数が前年と比較してかなり減少している。消費税の引上げで減少した来客数が回復することに期待をしたが、それほど回復していない。
	美容室（経営者）	お客様の様子	・客層は高齢者が多く、来客数が段々と少なくなっている。
×	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・今月は特に飲食店への販売量が少ない。老舗温泉旅館が自己破産しており、数軒の飲食店も年末年始の繁忙期を待たずに閉店に追い込まれている。消費税の引上げなどの影響が徐々に出てきている様子である。
×	百貨店（売場主任）	単価の動き	・化粧品や消耗品、高額商材において消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減が続いている。さらに、客単価も減少しており、買い控えや生活防衛意識が予想以上に強くなっている様子がうかがえる。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げから2か月目に突入しており、客の消費マインドが冷えている。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・10月の台風災害の関係で、農家や地元住民は家の修理などかなりの負担が掛かっている。そのため、無駄な支出ができない状況である。
×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・消費税の引上げ後は来客数の動きが鈍くなっている。キャッシュレス還元も、都市部は好調であってもそれ以外の地方では逆風でしかない。高齢者には還元が全くない場合もあるため、高齢者が多い県では増税はマイナスでしかない。
×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税の引上げ後は、スーツなどそれなりの単価の商品を購入するための来客数が減少しており、大きな打撃を受けている。
×	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・消費税の引上げ後は来客数が大幅に減少している。2か月が経過しても回復の兆しがみえていない。
×	その他専門店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・10月は消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減もあって売上が落ち込んだが、今月は客の財布のひもが固く、一般的に消費が控えられている印象を強く受ける。
×	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響は薄れてきているが、気温が高いため冬物商材の動き出しが遅い状態である。
×	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響か、10～11月の売上が近年まれにみる低空飛行となっている。9月が例年よりも若干良かった分、ここに来てかなりのダメージとなっている。年末の売上が例年並みに戻るのが心配である。
×	高級レストラン（経営者）	競争相手の様子	・同業者の様子も非常に良くない状態である。7月頃から悪くなり始めておりそこから抜け出せていない。12月の予約状況も悪く非常に厳しい状態となっている。
×	一般レストラン（経営者）	それ以外	・街全体に活気がなく、例年と比較しても来客数が少ない。また、消費税の引上げの影響で全体的に仕入価格が値上がりしており、景気はかなり悪くなっていると実感している。
×	一般レストラン（経営者）	競争相手の様子	・サービス業を含めたエリア内の販売量及び売上が激減している。消費税の引上げがここまで足を引っ張るとは予想外である。本来、早めの忘年会などは混雑する12月を避けて11月中旬頃から予約が入り始めるのだが、今年はほとんど入っていない。周囲の店舗も同様であり、事態は相当悪化している。
×	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・10月の台風の前は前年を上回っていたが、台風の後はいまだに景気が悪く、回復の兆しがみえていない。
×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・台風19号の影響で受注済み案件が取消になったうえ、その後の受注量も回復していない。
×	タクシー運転手	競争相手の様子	・営業エリアにおける自社と他社のタクシーの動き及び出勤台数が目に見えて減ってきている。

企業  
動向  
関連  
(東北)

	-	-	-
	-	-	-
	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・台風被害により売上が前年同月比で10%以上減少した9 ~10月に比べて、11月はそこまで悪くはない。ただし、前 年同月比はやはり下回っている。
	出版・印刷・同 関連産業(経理 担当)	受注量や販売量 の動き	・3か月前と比較して売上は横ばいで推移している。
	電気機械器具製 造業(営業担 当)	取引先の様子	・3か月前と比較しても取引先の様子に大きな変化はみら れていない。
	通信業(営業担 当)	取引先の様子	・防災をテーマにした相談が多い。
	金融業(営業担 当)	取引先の様子	・取引先の動向に大きな変化はなく、人手不足の状態も続 いている。また、個人投資家は利益確定をしている状況で ある。
	金融業(広報担 当)	取引先の様子	・医療介護、福祉関連を主体に設備投資意欲は相応の水準 を維持している。一方、自然災害などを要因として一次産 品の末端価格は高値で推移しており、消費税の引上げのタ イミングと合わせて消費マインドは決して高くない状態 である。
	広告代理店(経 営者)	受注量や販売量 の動き	・台風19号被害の影響もあり、イベントなどの中止が相次 いでいる。
	経営コンサル タート	取引先の様子	・年末商戦までの端境期であることに加えて、特に心理面 において台風19号の被害の影響が続いている。
	その他企業[企 画業](経営 者)	それ以外	・周辺に複数あるコンビニでは、どの店舗も客足が遠のい ているのか、以前と比べて駐車場の車の台数がかなり減少 している。数人のレジ待ちが当たり前だった頃がうそのよ うである。
	農林水産業(従 業者)	受注価格や販売 価格の動き	・お歳暮用のふじりんごについて、個人販売向けの価格に 消費税の引上げ分を転嫁したところ、注文数が約10%減少 している。また、数量を減らしたり、同じ数量でも単価の 安いものを選ぶ客が増えている。
	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・消費税の引上げの影響が台風被害の影響か定かではない が、お歳暮商戦の出足が芳しくない状態である。
	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・販売量が前年比90%と苦戦しており、厳しい状況であ る。
	出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・現在の売上は選挙関係で順調に推移している。ただし、 飲食店や建設業との打ち合わせの中では景気の低迷を実感 している。
	窯業・土石製品 製造業(役員)	受注量や販売量 の動き	・公共事業や民間需要が低迷している。さらに、台風など による稼働日数の減少や工事計画の遅れが生じている。
	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・カメラ業界全体で減産が始まっている。
	電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量 の動き	・半導体価格が徐々に低下している。その影響は業績、 ボーナスにも及んでいる。
	建設業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・官庁、民間共に目立った受注がみられていない。
	建設業(企画担 当)	競争相手の様子	・工事受注は他社との競争が激しさを増しており、受注金 額が厳しい状況になっている。
	輸送業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・受注量が減少したままであり、回復の兆しがみえていな い。
	広告業協会(役 員)	受注量や販売量 の動き	・消費税の引上げの影響を見極める時期でもあり、積極的 に消費を喚起する広告出稿は余り見当たらない。クリスマ スや年末年始商戦にはやや早く、全体的にはマイナス傾向 にある。
	広告代理店(経 営者)	受注量や販売量 の動き	・広告発注量の前年比が東北エリアだけでなく全国的に減 少している。
	公認会計士	取引先の様子	・小売業関係は消費税の引上げの影響もあって売上、利益 などの前年比が減少している会社が多い。建設関係は一定 の利益を計上している会社が多いが、全体としての景気は やや悪くなっている印象を受ける。
	コピーサービ ス業(従業員)	受注量や販売量 の動き	・メイン商材であるIT機器販売が苦戦している。特に新 規の商談が少なく、既存客の入替え商談のみの状態が続い ている。

	×	農林水産業（従業者）	それ以外	・消費税の引上げ以降、農業機械などの修繕費用が収益を圧迫している。
	×	その他非製造業 〔 飲食料品卸売業 〕（ 経営者 ）	取引先の様子	・軽減税率の話が出てきた当時でも実際の需要は見込んでいなかったが、適用後は軽減税率対象の商品でも売上が落ちている。
雇用 関連  (東北)		-	-	-
		人材派遣会社 （社員）	採用者数の動き	・台風19号の影響による損保業界や物流業界からの引き合いが前月から続いており、10月決算では売上、収益共に前年比7%の増加と今年度の最高額となっている。
		人材派遣会社 （社員）	周辺企業の様子	・県内企業は大手、中小問わず、来年の採用において例年以上の採用計画を立てている。そのため、景気はやや良い状況であるとみている。
		人材派遣会社 （社員）	採用者数の動き	・求人数の増加は継続している一方で、採用決定者は高止まりをしている。今までは教育を視野に入れて幅広く募集をしていた企業の要求レベルが上がり、採用を絞る動きが見え始めている。
		人材派遣会社 （社員）	求人数の動き	・同一労働、同一賃金の兼ね合いもあり、採用についての方向性がはっきりしていない企業が多く、動きに変化がみられていない。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・例年並みに推移している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・年末商戦のアルバイト求人により新規求人数は増加したものの、正社員の求人数が余り増えていないことから、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	・前年同月比において、新規求人数は増加傾向、新規求職者は減少傾向にあり、有効求人倍率の高い状況が続いている。
		新聞社〔 求人広告 〕（担当者）	求人数の動き	・台風19号被害の復旧に時間が掛かっている。流通業を中心に採用の短期募集が減少しており、年末商戦への盛り上がりもない状態である。
		新聞社〔 求人広告 〕（担当者）	それ以外	・消費税の引上げや台風被害など、マイナス要因が多い。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・今年の1月以降、新規求人数の前年同月比はおおむね減少で推移している。特に製造業の減少幅が大きい。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業の求人は食料品関連が多く、電気、電子、機械関係では人が足りているのか求人は少ない。地元では台風の影響はなかったが、沿岸や他県の状況から、いつか管内にも影響が出るかもしれないと危惧している。
		学校〔 専門学校 〕	周辺企業の様子	・消費税の引上げに伴い、景気は間違いなく悪化している。
		その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・製造業において、売上不振を理由に従業員を休業させる企業が増加している。
		×	人材派遣会社 （社員）	周辺企業の様子