

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）	・急激に寒くなり冬らしい天候となっており、冬物商材、特に重衣料がこれから動いていく見込みである。また、年末年始は帰省客も多く、飲食店では忘年会や新年会の需要が高まるとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末年始は今年より動きがあるとみているが、買い控えの雰囲気は変わらない。お歳暮ギフトなどにも消費税の引上げの影響は確実に出てくるとみており、先行きは苦しい。
		百貨店（売場主任）	・今月は景気の落ち込みが強くみられるが、新年に入れば生活防衛意識は少し落ち着く見込みであり、消費もやや上向くとみている。
		コンビニ（経営者）	・コンビニはキャッシュレスのポイント還元により、大手スーパーとの差別化が図られている。卵、冷食、総菜が伸びており、コンビニの使い方がより家庭に密着してきている。また、キャッシュレス決済の増加により、現金払いの時よりも客単価が若干上昇している。この動きは今後も続くとみている。
		家電量販店（店長）	・消費税の引上げの影響はほぼなくなっている。東京オリンピック前にテレビなどの需要も出てくるとみており、前年よりも数字が伸びる見込みである。
		乗用車販売店（従業員）	・仕様変更で注文中止となっていた車の生産が徐々に開始されているため、商談が増えると思われている。
		乗用車販売店（本部）	・被災車両の保険が下りるまでにおおむね2～3か月掛かる見込みであることから、台風の影響で被災した車両に関わる売上の状況は徐々に回復していくとみている。
		住関連専門店（経営者）	・現場の遅れにより受注した物件の納品が遅れている。月遅れでの納品となるため今年よりは良くなるとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・キャッシュレスによるポイント還元など、様々な施策の効果が消費に上向きの影響を与えることを期待している。
		一般レストラン（経営者）	・12月は忘年会シーズンとなるため、今年よりは良くなるとみている。ただし、予約状況は例年よりも立ち上がり静かである。
		通信会社（営業担当）	・新しいサービスエリアを毎月開局しているため、引き続き新規加入者の増加が期待できる。特に冬季は積雪が増えて外出時間が減り、家庭内で娯楽を楽しむ機会が増えるため、解約者は減る。テレビの視聴時間やインターネットの利用時間が増えるため、既存加入者でも新たなサービスの希望者が増えると思われている。
		通信会社（営業担当）	・現在は買い控えているが、年末年始商戦に向けて良くなるとみている。
		通信会社（営業担当）	・消費税の引上げの影響が薄れていくとみている。
		観光名所（職員）	・年末年始を迎えて購買意欲が回復し、それに伴い客単価も上昇するとみている。
		競艇場（職員）	・毎年恒例の年末年始イベントが開催されるため、良くなるとみている。
		美容室（経営者）	・ボーナスは過去最高額という報道もあり、年末年始に向けてある程度の金が動くと思われている。客の消費動向も活発化し、景気も若干上向きになると期待している。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・30～40歳代の客に対しては商品の供給過剰な状態が続いているため、商品の訴求力強化により販売量の維持を見込んでいる。高齢者の客には孫へのギフト戦略により多少は消費に動きが出るとみているが、全体的には供給過剰、消費の低迷は続くとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・例年、12月はまずまずの売上となる。その先もプレミアム付商品券が2月29日までのため良い傾向は続くが、絶対数として当店で使用する客は少ないため、景気は余り変わらないとみている。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・利幅の大きい仕立ての注文予約が余りなく、二次製品も全く動いていない。来年度の不安も大いにある。
	百貨店（営業担当）	・消費税の引上げの影響も落ち着くとみている。	
	百貨店（買付担当）	・消費税の引上げの影響は落ち着くとみている。ただし、年々気温に左右されることが多くなっており、今後も気温や天候に影響されるとみている。	

百貨店（経営者）	・年末年始の消費喚起で一時的に前年並みに戻る可能性はある。ただし、節約志向は強いままであり、その後の消費マインドが冷え込むことが懸念される。そのため、しばらくは現状維持で推移するとみている。
スーパー（経営者）	・複数の国の政治不安や米中貿易摩擦の影響から、国内輸出業界の各方面が低迷している様子である。景気の低迷が続くなか、消費を更に冷え込ませるのではないかと懸念している。ただし、現在の状況からは消費動向は余り変わらないとみている。
スーパー（店長）	・来客数と比較して1品単価が低く、売上が伴っていない。この状況は今後も続くともみている。
スーパー（店長）	・年末年始商戦以降に明るい兆しが見込めない。
スーパー（店長）	・他社の5%ポイント還元施策が影響している。当社の販促で覆すことができず、このまま厳しい状態が続くとみている。
コンビニ（エリア担当）	・キャッシュレス還元は余り効果がなく、大きな環境変化もないため、来客数の改善が難しい状況である。
コンビニ（エリア担当）	・キャッシュレス還元により来客数が微増したものの、天候や施策面もあり、余り変わらないとみている。
衣料品専門店（経営者）	・いまだに積雪のない状態のため防寒衣料の動きが鈍く、在庫処理に苦労している。お歳暮商戦では食品の受注が多少増加している。
衣料品専門店（店長）	・暦どおりに気温が推移すれば前年並みの需要が見込める。ただし、暖冬になると消費者の冬物購入のモチベーションが下がり、不安定な売上になるとみている。
衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げによる買い控えは当分続くともみている。
衣料品専門店（総務担当）	・消費税の引上げの影響もあり、購買傾向は伸びないとみている。
乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表は来年秋以降が多く、年度末で実績が増える見込みは薄い。
乗用車販売店（従業員）	・今後3か月の受注が決算を左右する。様子見状態は長く続かないともみているが、高齢者の免許返納が増えてきており、保有車両が減っていることは否めない。
その他専門店〔靴〕（従業員）	・暖冬傾向のため、季節商材の売行きにかなりの影響が出るとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・実績は気温の動きに大きく左右されるため、先行きは不透明である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・特に動きもないため、景気に大きな変動は見込めない。
高級レストラン（支配人）	・11月は台風の影響の反動により来客数は多かったが、中盤で中たるみをしている。12月も前年並みで推移するとみている。
一般レストラン（経営者）	・年末年始に向けて需要は高まっていく見込みである。ただし、消費税の引上げによるマイナス部分において客や同業者の話を聞いても余り良い印象は受けない。そのため、相殺されて変わらないとみている。
観光型ホテル（経営者）	・10月の台風の影響がまだ残っているのか、旅行や泊りでの会合を控える傾向がみられている。逆に復興関係の業種は忙しく、旅行をしたくても行けない状況のようである。
観光型ホテル（スタッフ）	・台風被害の影響は、この先2～3か月は続くともみている。
観光型旅館（経営者）	・宿泊業にとってはマイナス要因が多く、しばらくの間は微減状態が続くとみている。
都市型ホテル（スタッフ）	・消費税の引上げの影響が11月までに終了すれば、その後の巻き返しが期待できる。実際12月の宴会は前年を上回っており、1～2月も前年並みである。ここで消費者が増税を乗り越えてホテル利用に戻ってくれば、一般宴会及び宿泊部門が若干上向くとみている。
旅行代理店（経営者）	・これからは冬に向かって旅行業界は閑散期を迎える。良い材料もなく、旅行需要は例年並みに低下するため、景気が良くなるとは考えにくい。
旅行代理店（店長）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
タクシー運転手	・消費税の引上げ前の駆け込み需要の反動減や、年末年始の季節要因もあり、個人消費は余り伸びないとみている。

通信会社（営業担当）	・主要都市は発展しているが地方は衰退傾向にあるなど、地域格差が徐々に進行している。ICTインフラ整備を本格的に考え、情報格差と地方発信、人的雇用を検討する気配がないため、この先2～3か月は変わらないとみている。
通信会社（営業担当）	・景気が良くなるような材料に乏しい。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ前と比べても客の様子に変化はない。
通信会社（営業担当）	・客との会話からは、余り景気に動きはみられないとみている。
テーマパーク（職員）	・卒業旅行シーズンとなり若者客が増える時期であるが、若い客層は余り商品を購入しない。購入しても低単価の商品が多く、景気が良くなる要因ではない。
観光名所（職員）	・災害の復興が進まないうちは日本人客は増えないとみている。ただし、インバウンド客については好調のため、現状のまま推移する見込みである。
美容室（経営者）	・新しい客がなかなか増えないため、景気が良くなるということはない。
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・特に心配な材料はない。
住宅販売会社（経営者）	・住宅受注は低迷しているものの、一般物件の受注があるため、全体的には悪くない状態で推移するとみている。
商店街（代表者）	・6月に閉店した百貨店を地元の優良企業が取得している。ただし、ビルの解体から建物完成まで4～5年を要するため、当面は厳しい状況が続くとみている。
商店街（代表者）	・年末年始の需要が期待できない。
商店街（代表者）	・インターネット取引に押されて物販の状況が悪い。今後もこの傾向は加速するとみている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費税の引上げ後は、買物や外食において増税分を負担に感じるようになったと客が話している。今後は買い控えをしたり外食を控えるという客もあり、景気は悪くなるのではないかとみている。
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・身の回りの生活必需品の価格が上昇傾向にあるため、生活防衛意識が緩むことは難しいとみている。
スーパー（経営者）	・キャッシュレス決済5%還元に対抗し、現在は自社ポイント倍セールで来店動機を促している。ただし、ポイント狙いの来客数を増やすことで、ポイント費用の負担が大きくなるとみている。
スーパー（企画担当）	・増税対策が浸透した頃合いで、消費税の引上げの影響がみえはじめている。前回の増税時も2～3か月後から影響が出始めたため、今回も同じような状況になるとみている。
スーパー（営業担当）	・客の買物の動きは更に慎重になり、12月前半は客の財布のひもが固くなる可能性が高い。また、価格に敏感に反応して無駄な買物を控える傾向が強くなるとみている。
スーパー（営業担当）	・年末商戦に入るが、現時点で年末用品の動きが前年と比較して非常に鈍い。また、暖冬の予報で冬物の動きも鈍くなる見込みである。そのため、地域経済にも大きく影響する可能性がある。
コンビニ（経営者）	・台風被害により商売をやめるところが出てきている。また、農作物が被害にあって収入が減少する農家も多い。
コンビニ（経営者）	・年末年始商戦における催事商品の予約状況が前年を下回っている。そのため、経営は厳しい状況が続いている。
コンビニ（経営者）	・天候や消費税の引上げによる影響で、来客数、購買単価共に更に減少するとみている。
コンビニ（経営者）	・来客数の減少は今後も続くとみている。
コンビニ（エリア担当）	・高齢化、人手不足、消費税の引上げなど、今後の景気を押し上げる要因が見受けられない。東京オリンピックも一部の業種では盛り上がりがあるものの、地方には余り還元のない状態である。また、飲食業を中心としたパート、アルバイトが労働力の主力業態では人手不足が顕著であり、働き手がいないために店舗を閉めるチェーン店も増えてきている。
コンビニ（店長）	・一時期は右肩上がりが増えていたキャッシュレス決済だが、面倒なのか所持金を全てチャージすることに抵抗があるのか、ここに来て現金払いの客が増えてきている。そのため、ポイント還元を実感しにくくなっており、増税の印象が強くなっている。景気が悪くなるとまではいわないものの、若干低下傾向になるとみている。
衣料品専門店（経営者）	・10月から続く来客数の減少傾向に変化はない。年始からセールを予定しているが、プライスメリットだけで来客数を増やせるか不安である。

	家電量販店（従業員）	・東京オリンピックを前にテレビ関係の売上が伸びることを期待しているが、消費税の引上げ後の売上低迷はもうしばらく続くともみている。
	住関連専門店（経営者）	・正月が終わると初売りで財布のひもが緩んだ分、その後は必要最低限の支出のみとなるのではないかとみており、売上は余り期待できない。
	住関連専門店（経営者）	・消費税の引上げからそれほど経過していないが、景気が非常に悪い。
	一般レストラン（経営者）	・客の財布のひもは固くなっていくとみており、外食でテイクアウトを置かない当店としては、客離れを懸念している。また、人件費も高騰しており、経営的には苦しい展開になるとみている。
	旅行代理店（店長）	・国内、海外共に旅行の問合せや申込みが入っていない。
	タクシー運転手	・消費税の引上げで落ち込んだ分を12月の忘年会や師走のイベントで相殺できるよう、頑張りたい。
	通信会社（営業担当）	・政府の具体的な施策もないため、当面は現状維持で推移するとみている。
	遊園地（経営者）	・オフシーズンのため見通しは不透明であるが、消費税の引上げの影響を懸念している。
	設計事務所（経営者）	・国が定める報酬基準が一般的に定着していない状況下で、最低制限価格の設定がない自治体や消費税の引上げに伴う建設事業費の増加を懸念する施主への対応が求められている。結果的に収益を圧縮せざるを得ない状況が今後も続くことが見込まれる。また、業者間の受注確保への動きも高まり、更なるダンピングの発生が懸念されている。
	その他住宅[リフォーム]（従業員）	・受付件数が減少しており、消費税の引上げ後の買い控えの影響がでてくるとみている。
	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）	・来客数、販売量が伸びる要因が少なく、景気は悪くなるとみている。
×	商店街（代表者）	・消費税の引上げで10月に引き続き11月も悪い状態が続いている。12月は年末年始で多少良くなるものの、1～2月は非常に悪くなるとみている。
×	スーパー（経営者）	・消費税の引上げ後は支出が増えるため、買い回りや買い控えが増加している。
×	コンビニ（店長）	・売上の低下に加え、最低賃金の上昇、除雪代や光熱費の高騰など、かなり厳しい状態であり、先が見えず不安である。
×	衣料品専門店（経営者）	・冬物も終盤になる。その後は春らしい暖かさにならないと厳しいとみている。
×	衣料品専門店（店長）	・バーゲンセールについては来客数が見込めるものの、初期の買い控えによる機会損失もあり、難しい局面になるとみている。
×	その他専門店[酒]（経営者）	・客の財布のひもの固い状態が長引くのではないかと危惧している。景況次第ではあるが、一般消費者の意識が戻るには時間が掛かるとみている。
×	その他専門店[白衣・ユニフォーム]（営業担当）	・間違いなく商品の動きが鈍い。商品の値上げは勿論、送料の値上げなどマイナス材料には事欠かない。特に年明けなどは停滞が予想されるため、先行きは非常に厳しいとみている。
×	高級レストラン（経営者）	・ここ2～3か月は景気が上向く材料がないため、厳しいとみている。
×	一般レストラン（経営者）	・年末は辛うじて忘年会の予約で埋まってきている。ただし、1～2月はその反動が懸念されている。客の財布も相当冷え込んでいる様子であり、先行きはかなり悪くなるとみている。
企業 動向 関連 (東北)	建設業（従業員）	・年度内に多数の官庁、民間案件が契約見込みのため、景気は上向きになるとみている。
	経営コンサルタント	・年末商戦の盛り上がり期待している。
	その他企業[協同組合]（職員）	・半導体関連は新案件の話がはじめてきており、一般機械加工受注見積も微増となってきている。ただし、受注単価及び納期は厳しい。
	食料品製造業（経営者）	・ラグビーワールドカップが終わり、東京オリンピックに期待したいが、特に東北が目される要因はない。また、冬季は観光客の動きに期待ができない。
	食料品製造業（営業担当）	・既存商品の落ち込み分を新商品や販促施策でカバーできていない。厳しい状況はこのまま続くともみている。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・これから年度末に向けて繁忙期を迎えるが、学校関係の仕事が働き方改革や少子化の影響で少なくなっている。

	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・消費税の引上げの影響は10月で終了したのか、受注量は横ばいで推移している。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製品の販売量に大きな変化はないが、大口客向けの販売価格が徐々に低下しており、業績に影響を与える見通しである。	
	通信業（営業担当）	・災害をテーマにした相談が多いため、事業継続計画のような視点からアプローチをするなど幅広い対応をしていかないと客は離れていくとみている。	
	通信業（営業担当）	・市場環境に変化がみられず、良くなるイベントもないため、例年並みに推移する見込みである。	
	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が盛り上がることを期待しているが、その反動で急速に販促費を控える企業もあるとみている。そのため、この時期の広告売上の前年比はややマイナスとなる見込みである。	
	広告代理店（経営者）	・東京オリンピックに向けての期待感はあるが、恩恵は首都圏だけという危惧含みの様相を呈している。	
	司法書士	・地元登記所における不動産登記申請件数は前年並みで推移している。	
	公認会計士	・小売関係はこれから年末商戦で売上が伸びる時期のため、そこそこの売上と利益を確保できる見込みである。また、建設関係も急激に悪くなる要素がないため、景気は現状維持で推移するとみている。	
	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経営者）	・特に飲食店関係に停滞感がある。年末年始で一時的に回復する見込みであるが、年明けには収束するとみている。	
	その他企業〔企画業〕 （経営者）	・買物を必要不可欠なものだけにとどめている傾向が強く、スーパーにおいても軽減税率適用の商品ばかりが売れている状況が続いている。	
	農林水産業（従業者）	・ふじりんごの品質は例年並みであったが、消費税の引上げによる資材の値上がりもあり、農協出荷分の販売収入は例年よりも少なくなるとみている。	
	農林水産業（従業者）	・消費税の引上げにより、農業資材関係の費用が増大するとみている。	
	食料品製造業（経営者）	・原材料費や資材費の値上がり、人件費の増加により利益面はかなり厳しい。ボーナスもそんなに出せない状況である。	
	窯業・土石製品製造業 （役員）	・域内において、景気が上向くような兆しや大型プロジェクトはみられていない。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・来年の東京オリンピック開催に伴い、工事数が増加し建設業者の確保に金が掛かるため、景気が低下していくとみている。	
	建設業（企画担当）	・企業全体の設備投資需要が減少傾向にあることが、同業他社との競争激化の要因の一つではないかとみている。	
	輸送業（経営者）	・主要製造業取引先の減産が続いている。輸出中心の機械装置も減っており、国内輸送が中心の建設関連資材も減っている。	
	金融業（広報担当）	・東京オリンピック関連の需要に期待がある一方、米中貿易摩擦などの外的要因や、足元マーケットの鈍い動きが続く見込みなど、事業者のマインドが高まる環境ではない。	
	コピーサービス業（従業員）	・毎月のように仕入先から商品及び物流費の値上げの案内が届いている。当社でも春からの配送費の一部有料化をお願いしているが、理解を得られているのは半数にとどまっている。そのため、非常に厳しい状況である。	
	×	金属製品製造業（経営者）	・カメラ業界全体の減産はまだ始まったばかりである。これから更に減産は進んでいく。
	×	広告代理店（経営者）	・JRの旅行商品取扱店舗の廃止が進んでいるため、旅行商品のパンフレットが大幅に減少する見込みである。
	×	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経営者）	・手取りの収入は月を追うごとに減少している様子である。将来の不安が拭えないため、内需拡大は非常に難しいのではないかとみている。地域的に台風被害への今後の不安もあり、税金のことも含めると大変である。悪くなる要素がたくさんあるため、景気は悪くなるとみている。
雇用 関連 (東北)		-	-
		人材派遣会社（社員）	・12月へ向けてBPO会社へ年末調整業務の人員を送り込んでおり、2～3か月先の売上も良くなるとみている。ただし、長期契約ではないため大幅な上昇とはならない見込みである。

	人材派遣会社（社員）	・飲食業、食品メーカー、建設設備、建具メーカーなどあらゆる業種で消費税の引上げの影響があるとみていたが、増税前と変わらない経済活動をしている。そのため、現在の景気がやや良い状態が今後も続くともっている。
	人材派遣会社（社員）	・採用要件がどのように変化をするのか未知数である。しかし、人手不足は継続しているため、求人数はそこまで悪化しないとみている。
	人材派遣会社（社員）	・来年の4月ぐらいまでは大きく動くことはないともっている。
	アウトソーシング企業（社員）	・受注の動きに大きな変化がないため、今後も同様に推移するとみている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税の引上げの影響は落ち着くとみているものの、好転する材料が見当たらない。
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は1.6倍と高止まりをしているが、基幹産業である水産加工業では、漁獲量の不振による原材料価格の高騰など、依然として厳しい状況にあることから、景気も変わらないともっている。
	職業安定所（職員）	・日本経済を取り巻く国際情勢に不安定要素が多いことから、今後の景況を注視する必要がある。
	学校〔専門学校〕	・この不景気感はい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	・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增加している。この状態はいしばらく続くともっている。
	人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法改正に伴う派遣先企業の動向が不透明である。
	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よる反動減はほとんどない。今は景気低迷の踊り場状態であり、景気浮揚のきっかけとして初売りに期待する流通業者も多い。ただし、その後の先行きは不透明な状態である。
	職業安定所（職員）	・台風19号による水害の影響で、相当数の事業所で休業などの雇用調整が想定されている。また、カーナビなどの製造業では、今後3か月で大規模な人員整理を予定している。中国や欧州の動きに不安感を抱く事業所も増加している。
	職業安定所（職員）	・今の景気が悪いとは思えないが、温暖化や台風の影響により農産物の生産が伸びず、米中貿易摩擦や生産機械の受注減により工業製品の生産も余り伸びていない。このような状況のため、景気が良くなるという印象もない。
×	人材派遣会社（社員）	・給与も上がらず、取引先も良いところが見えないなど、景気が向上したという感がない。