

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）	・来客数と好天に恵まれており、春物衣料の需要が例年よりも早まる見込みである。また、冬物商材のセールが早まり、単価は落ちるが来客数は増えるとみている。
		コンビニ（経営者）	・来客数の落ち込みが底を打ったため、2～3か月後には多少上向いていくと期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・来月初売りからスタートし、サポカー補助金や新型車発売などがあるため、期待ができる。
		住関連専門店（経営者）	・キャッシュレス還元によりポイントを貯めようとする消費者が増えているが、キャッシュレスに対応できない当店は余り期待できない。ただし、現在が落ち込んでいるため、3か月先は多少良くなるかとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・年明けには積雪があるとみており、そこで冬物商材の動きが活発になる見込みである。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・年度末に向けて多少上向くと期待している。ただし、動きが遅く例年どおりに忙しくなるかは不透明である。消費税の引上げが影響していることは間違いない。
		観光型ホテル（経営者）	・来年1月5日～3月13日までのふっこう割に期待をしている。
		旅行代理店（店長）	・台風被害への復興支援策により需要が喚起されるとみている。
		通信会社（営業担当）	・例年、春の新生活シーズンは販売量が増える傾向にある。
		観光名所（職員）	・インバウンド客は台湾からの客が主体である。雪が降り始めると来客数が増えるため、若干の上向きを期待している。また、インバウンド客が求める商品に目星がついたこともあり、雪さえ降ってくれば景気は上向きになるとみている。
		競艇場（職員）	・毎年1月は来客数が多く、また、年始イベントも開催するため、若干ではあるものの売上が増加する見込みである。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・東京オリンピックの年を迎えて、期待感が一層強まっている。
		商店街（代表者）	・キャッシュレス5%還元の効果が出てくるとみているものの、ネット利用の買物客が増加していることもあり、地元の景気は変わらないとみている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・商品そのものの動きに変化はなく、人口減少やマーケット縮小の波が一気にきている。根本的には今の動向から変わらないとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・キャッシュレス還元があるため、客の買物の動きは余り変わらない。買物の量が増えるということもなく、横ばいで推移するとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・年度末はものが動く時期のため、そこまで悪くなるとは考えにくい。ただし、消費動向が天候要因に左右されがちな地域のため、先行きは不透明な部分が多い。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今後も日本を取り巻く経済情勢に大きな変動はないとみている。少なくとも東京オリンピックまでは現状を維持する見込みである。
		百貨店（売場主任）	・消費が上向き材料が見当たらないため、一層の販売努力が求められる。
		百貨店（営業担当）	・消費税の引上げの影響からは回復しつつあるものの、急激に消費が喚起されるような要因はない。
		百貨店（経営者）	・春先までは、消費税の引上げ後の消費回復を後押しするものがない。初売りなどは一時的に盛り上がると思うが、根本的には節約志向が継続していくとみている。
		スーパー（経営者）	・東京オリンピックまでは地域のイベントなどが増え、外出する機会も多くなるとみている。そのため、外食、総菜、即食系商材の需要が増えるのではないかと期待している。ただし、可処分所得が伸びておらず、全体としての消費動向に大きな変化はないとみている。
		スーパー（経営者）	・冬の時期は毎年客足が鈍くなる。天候次第となることが不安要因である。
	スーパー（店長）	・節約志向が続いており、客単価も減少傾向にある。この状態は今後も続くとみている。	
	スーパー（店長）	・来客数、客単価などの数値低下が見込まれている。	
	スーパー（企画担当）	・消費税の引上げ後は客の財布のひもが固くなっている。年末年始などの行事のときには金を使うが、その前後は節約をしている。この状況は続くとみている。	

コンビニ（経営者）	・来客数は増加傾向にあるものの、客の動きに大きな変化はみられていない。また、買上点数は1%の増加、買上単価は1.3%の増加と微増であるため、景気判断としても大きな変化はなく、今後も横ばいで推移するとみている。
コンビニ（経営者）	・世帯数や周辺店舗の状況に変化は見受けられない。
コンビニ（エリア担当）	・良くも悪くも景気が変化する要素が少ない。
衣料品専門店（経営者）	・暖冬で学生用のコートの売上が激減している。このまま冬が終わりそうだと心配している。
衣料品専門店（経営者）	・セールや春物新作展開などにより、高セット率による客単価アップは期待できるものの、購買客数は今月と変わらないとみている。
衣料品専門店（店長）	・今後も暖冬傾向は変わらず、寒くなったとしてもセール期の販売となるため、商売としては厳しくなるとみている。
衣料品専門店（総務担当）	・消費税の引上げなどにより購入を控えている様子がかがえる。この状態は今後も続くともみている。
家電量販店（従業員）	・春は新生活による売上が見込める。ただし、東京オリンピック前の需要が全く読めない状況であり、現状と余り変わらないとみている。
乗用車販売店（従業員）	・新車、中古車共に、受注量が落ち込むとその後のサービス点検などの対象台数が減少する。また、消費税の引上げの関係が、8～9月頃より受注量が減少している。そのため、景気は現状維持かやや悪くなるとみている。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・地方の景気が大きく改善する要素が乏しいため、低迷の状況が続くとみている。都市部での需要に期待したいが販売を拡大できる余地が少なくっており、厳しいとみている。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・年明けの気温に左右されるものの、まずまずの需要が見込まれている。同業者の廃業もあって配送業務なども人手不足のため、今続けているところは無難に推移している。ただし、後継者不足が目前にきているため、安定した労働力を確保できるかどうか今後の課題である。
その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・改善の兆しがないため、今月同様の動きが続くとみている。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・初売りは期待できるが、その後のバーゲンセールに関しては、アパレルの動きがどうなるかによって成果が変わってくる。
一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げの影響がかなりある。仕入価格が徐々に高くなっており、景気は余り良くはならないとみている。
一般レストラン（経営者）	・9～10月は台風や消費税の引上げの影響で低迷しており、この状態はしばらく続くとみている。そのため、景気は決して良くない。
観光型旅館（経営者）	・景気が好転するような要因が見当たらない。台風被害の影響もまだ残っており、現状と余り変化なく推移するとみている。
旅行代理店（経営者）	・個人旅行の前年割れは今後も大幅に改善されることはないともみている。ただし、大型レジャー施設などの入場者数をみても、旅行需要はそれほど落ち込んでいる様子はない。実店舗ではなくWeb店舗に客が流れているのではないかと。その対策を考えることによって、今後の判断も変わっていくとみている。
通信会社（営業担当）	・キャッシュレス決済は一部の消費者に限定されている。今後、マイナンバーカードによるポイント還元が進めば消費も上向くとみているが、当面は現状維持の見込みである。
通信会社（営業担当）	・年度末は転勤による新規加入者が増加するが、転出者の解約者も増加するため、結果として現状維持となるとみている。ただし、大きな加入促進キャンペーンも開催するため、例年よりは加入者の増加が見込まれている。また、5Gなどの影響により、高品質のインターネットへの移行や新規の加入も若干増える見込みである。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げ後も客の要望に変化がないため、景気も横ばいで推移するとみている。
通信会社（営業担当）	・春物商戦を迎えるが、現在の客の様子からは余り期待ができない。
美容室（経営者）	・買い控えの傾向はしばらく続くとみている。
美容室（経営者）	・客は2か月の間隔で来店するため、余り状況は変わらないとみている。

住宅販売会社（経営者）	・延びていた大型受注がまとまる目星がついている。
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税の引上げによる買い控えの影響は続くともっている。
商店街（代表者）	・景気が良くなるような要素がない。
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今年1年間の消費の動きからは、来年早々に売上を回復させることは難しいともっている。
スーパー（店長）	・ここ数か月、売上が前年を下回る状況が続いている。ただし、競合店舗では売上が前年を上回っているとの情報もあり、競合店舗との差が開いている。
スーパー（営業担当）	・クリスマス商戦の状況からみて、年末商戦の大きな伸びは考えにくい。買物が慎重になり客単価なども上がらないともっている。来客数も大きく伸びる要素は薄く、景気は悪化傾向にある。
コンビニ（経営者）	・客との会話や購買状況からみると買上点数が少なく、余計な金を使わないという様子が見える。そのため、来客数、客単価共に、前年比が前年を下回っている。
コンビニ（経営者）	・現在の客単価の増加は一時的なものであり、続かないともっている。
コンビニ（エリア担当）	・営業時間の短縮や、キャッシュレスの増加による手数料の増加など、コンビニ業界におけるマイナス面が多い。
コンビニ（エリア担当）	・最低賃金の上昇や、人手不足による営業時間の短縮、閉店など、小売業にとっては変革の時期である。消費税の引上げや個人消費の低迷など、今後の景気が良くなるような要因も少なく、先行きの見通しは暗いままである。
コンビニ（店長）	・東京オリンピックも控えて、多少は盛り上がりともっている。ただし、県内では建設業を中心に陰りがみえているため、東京オリンピック後に対する恐怖感がまん延している。そのため、買い控えが更に進んでいくことを懸念している。
衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げ後、月を追うごとに来客数が減少している。今後も減少に歯止めが利かない状態が続くともっている。
家電量販店（店長）	・消費税の引上げの影響は少なくなるともっているが、客の動きとして客単価が下がってきている。客の話からは将来に対する不安感が広がっている様子が見える。
乗用車販売店（本部）	・被災による買換えがほぼ完了してきているため、今後の販売台数には懸念が残る。実店舗の状況をもて、商談数及び見込み客数が前年比90%程度に落ち込んでいる。
住関連専門店（経営者）	・受注分は納品できるが、注文家具のため、現場の遅れで計画どおりに動いていない。そのため、景気は多少悪くなるともっている。
住関連専門店（経営者）	・消費税の引上げがいまだに影響している。しばらくの間は続くのではないかと。
一般レストラン（経営者）	・消費税の引上げが徐々に効いてきており、予約状況からも徐々に財布のひもが固くなっていることが見える。客層の二極化が進んでおり、中間層の客がいなくなっていくことを危惧している。
観光型旅館（スタッフ）	・先行予約が振るわず申込状況も鈍い。対策として限定プランの販売を開始しているが、どれだけ取り込めるかが問題である。
都市型ホテル（スタッフ）	・取り立てて大きなイベントがない。また、大きなイベントができる建物も工事中である。インバウンドについても県が契約していた航空会社が破産しており、厳しい状況が続いている。
タクシー運転手	・年5日の有給取得義務により、会社から新年度に入る前に消化するよう指導されることになる。仕事よりも家族が大切であるという考え方も増えてきており、マイカーを利用しての外出が増えるのではないかとみている。
通信会社（営業担当）	・年末年始商戦で安売り合戦が始まり、消費は伸びるものの、在庫一掃セールのため利益の減少が見込まれる。そのため、景気は厳しい状況になるとみている。
通信会社（営業担当）	・消費税の引上げの影響が少しずつ出てきているように見受けられる。
テーマパーク（職員）	・卒業旅行の客が増えているが、高単価商材の購入は減少している。
遊園地（経営者）	・オフシーズンに入るため、団体予約状況が中心となるが、今のところ消費が伸びる要因がなく、弱含みで推移するとみている。

	設計事務所（経営者）	・現時点で設計物件が少ないということは、来年度以降の工事発注が少なくなるということに直結する。
x	商店街（代表者）	・10月の消費税の引上げがかなり影響している。また、前年から企業関係の受注がかなり減少している。業種にかかわらず低迷しているため、景気は悪くなるとみている。
x	商店街（代表者）	・初売りも期待できないが、もともと景気が伸びにくい2月も悪くなる見込みである。
x	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今までは12月の状況で今後の3か月を予想することができたが、今年は非常に悪く、先行きが見通せない状況である。株価は安定しており、一部の人の景気は非常に良いものの、一般人は消費意欲を満たす財力に乏しいため、今後の景気は悪くなるとみている。
x	スーパー（経営者）	・支出が増加しているなかで、可処分所得が伸び切れていないため、消費者は節約志向に走らざるを得ない。
x	コンビニ（経営者）	・気温が下がり天候も悪くなったことで、特に夜間の来客数が減少しているため、景気は悪くなっていくとみている。
x	コンビニ（経営者）	・2～3月はとにかく売上が伸びない時期である。加えて、人件費や光熱費の高騰、除雪代などが大きな負担として申し掛かってくるため、本当に厳しい状況となる。
x	衣料品専門店（経営者）	・春物の立ち上がりの時期となるが、売上につながるのはもう少し後になる。
x	衣料品専門店（店長）	・消費税の引上げは物販に非常に大きく影響している。一度財布のひもが締まると、ボーナスが出て金を使わなくなる。これが回復するには相当の時間が掛かると危惧している。
x	その他専門店〔食品〕（経営者）	・冬のボーナスが最高額などと報道されているが、地方はひどい状況であり、このまま春を迎えることになりそうである。
x	高級レストラン（経営者）	・景気が良くなる要因がない。
x	一般レストラン（経営者）	・この先は歓送迎会が控えているため、プライベートの飲食は控え気味となる。また、正月で支出が増えることから、節約志向が更に高まるとみている。
x	タクシー運転手	・今月の実績が目に見えて悪いため、この先の新年会などのイベントにおいても効果は薄いとみている。
企業 動向 関連  (東北)	-	-
	食料品製造業（経営者）	・今後は東京オリンピックの下見などにより人の動きが出てくるとみている。
	建設業（従業員）	・年度末の駆け込みにより、受注量の増加が見込まれる。
	広告代理店（経営者）	・年度末に向けて仕事量が増える見込みであるが、価格や量については期待がもてない。
	経営コンサルタント	・電子部品などの製造業では、米中貿易摩擦の緩和に期待をしている。
	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・東京オリンピックを目前に控え、消費マインドが持ち直していくことを期待している。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	・地域柄から年始需要が期待できる。価格が高めの商品が売れる傾向が強く、贈答品の伸びが見込まれる。
	食料品製造業（営業担当）	・今後2～3か月は新商品の発売もなく、販売量の苦戦は続くともみている。
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・2～3か月先の受注は横ばいで推移しており、景気は変わらないとみている。
	窯業・土石製品製造業（役員）	・東北地域は冬場になると出荷量が減少する。また、官需、民需共に大型物件がない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・現在の日本の経済状況や政治状況からは、景気が上向きとなる要因が見当たらない。
	輸送業（経営者）	・主要取引先である製造業の減産が、このまま3月まで続く予定である。その他の一般貨物も荷動きが上向いてこない。そのため、この先も悪い状態のまま変わらないとみている。
	通信業（営業担当）	・契約以外の相談にも親身になって対応するなど、客との関係性を強めていくことにより、ビジネスチャンスのきっかけを探していく必要がある。
	金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
	金融業（広報担当）	・年末年始商戦で個人消費は一時的に盛り返すとみている。ただし、設備投資が伸びづらい時期でもあり、明確な回復基調となる材料には乏しい。
	広告業協会（役員）	・消費税の引上げ後に控えられていた広告出稿が、年度末に向けて爆発することを期待している。

	司法書士	・受託量の前年同月比は横ばいで推移しており、大きな変化はみられていない。	
	その他企業〔協同組合〕 (職員)	・受注案件の微増が今後も期待されるが、同業他社との価格面や納期の競争も激しくなるため、利益面では変わらないとみている。	
	農林水産業(従業者)	・農協出荷分のふじりんごの販売単価が、前年よりも10~20%程度安くなっている。	
	農林水産業(従業者)	・消費税の引上げにより農業資材の購入費用が上昇しているため、継続的に経営を圧迫していくとみている。	
	食料品製造業(経営者)	・消費税の引上げの影響なのか、10月以降の動きが良くない。売上を増やすよりも収益の確保をしっかりしなければ生き残れない。	
	電気機械器具製造業(企画担当)	・クリスマス商戦が終了したことも影響の1つであるが、半導体製品の価格の低下に加えて、受注量も減少傾向にある。そのため、今後の景気は悪くなるとみている。	
	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1つではないかとみている。	
	広告代理店(経営者)	・受注量の回復の兆しがみえず、前年比90%前後での推移が見込まれている。	
	公認会計士	・小売業及びサービス業の売上前年比、利益減少がなかなか止まらない。建設業、製造業関係は、現状と同水準の売上と利益を確保できる見込みであるが、全体的には若干景気が悪くなるとみている。	
	コピーサービス業(従業者)	・来年度の各種カタログの改訂版が届き、ほとんどのメーカーが今年と比較して卸価格で2~5%程価格が上がっている。物流費も値上がりしており、うまく販売価格に転嫁できるか不透明である。	
	×	金属製品製造業(経営者)	・取引先から更なる減産のニュースが出てきている。
	×	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕(経営者)	・取引先の廃業が今まで以上に進んでいる。また、仕入先も中小規模の会社の廃業や倒産が散見されており、その穴埋めができていない。
雇用 関連  (東北)	-	-	
	人材派遣会社(社員)	・自社社員の時間外労働を削減するため、派遣社員を増員するという需要も増えてきている。年末需要も底堅く、今後2~3か月もやや良い状況は続くともみている。	
	人材派遣会社(社員)	・求人数が堅調に推移しているなど、まだまだプラスの面がみられている。そのため、来期採用計画次第ではあるが、引き続き募集が継続する見込みである。	
	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・年末年始の大型連休で宿泊施設の予約は堅調に推移している。	
	人材派遣会社(社員)	・メーカー、サービス業、卸売関連企業は、再来年の採用に向けてインターンシップなどを行っている。業界に関係なく来年、再来年の採用に力を入れている企業が目立ってきている。	
	人材派遣会社(社員)	・同一労働同一賃金の動きがどうなるかで、今後の動きがみえてくる。	
	アウトソーシング企業 (社員)	・来月以降の受注量に特に大きな変化はみられていない。	
	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・初売りに期待をしているが、肝心の地元商店街が縮小の一途をたどっており、駅前の大手流通への流れができてしまっている。街全体で盛り上げられるならいいが、初売りでつまずくとその後の2~3月が厳しい状況になる。	
	職業安定所(職員)	・人手不足の状況に変化はなく、改善の兆しもみられないことから、景気も変わらないとみている。	
	職業安定所(職員)	・米中貿易摩擦や日韓問題、消費税の引上げの影響が懸念されるものの、全体的に人手不足の状況にあることから、今後も景気は変わらないとみている。	
	学校〔専門学校〕	・年が明けてもこの不景気感は変わらず、景気は低調に推移するとみている。	
	その他雇用の動向を把握 できる者	・製造業が米中貿易摩擦による受注量減少に備える状況は変わらないとみている。	
	人材派遣会社(社員)	・同一労働同一賃金の施行に伴う2020年4月1日以降の派遣契約締結に対して派遣先からの即答が得られず、不透明な状況が継続している。	

	職業安定所（職員）	・水害の影響が続いている。大手製造業では従業員を他県に異動させている工場もあり、周辺事業者への影響が懸念されている。また、それ以外においても人員整理が発生する可能性もある。
	職業安定所（職員）	・県内の事業所では、世代交代で若い人を育てたいという雇用意欲がある。ただし、求人倍率が1倍を超えていてもいまだに非正規が多い。
x	人材派遣会社（社員）	・東京オリンピックの反動や、キャッシュレス還元が終わるタイミングで悪化するとみている。