

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)	◎	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・ここ1か月で車両生産が急速に回復してきた影響で、店舗は納車に追われている。前年比で登録台数が2倍、収益もおおむね2倍と好調である。
	◎	その他小売 [ショッピング センター] (統括)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、年度末に向けて旅客流動も活発化している。それに伴い、来客数もかなり増えている。
	◎	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することにより、中止や延期となっていた団体旅行が復活するなどの動きが顕著になっている。
	○	商店街 (代表者)	来客数の動き	・春の訪れとともに商店街への来街者数が増加している。新型コロナウイルス感染の不安が薄れ、景気は徐々に上向いている。
	○	商店街 (代表者)	来客数の動き	・外国人客の免税売上が増加しており、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っている。
	○	一般小売店 [医薬品] (経営者)	単価の動き	・3月に入り仕入価格が値上がりした商品が増え始めた。3か月前より売上が大分良くなっているが、約5%から7%値上げた分、客単価が上がったためであり、来客数は変わっていない。
	○	一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症対策の大幅な規制緩和を受け、厳しい状況が続いてきた飲食店への販売量がようやく増えてきた。特に宴席でのお酌の自粛がなくなったためか、瓶ビールの販売量の増加が顕著になっている。
	○	百貨店 (経営者)	販売量の動き	・少しずつ晴れの場が増えたことで、特に春の衣料品が活発に動いており、販売をけん引している。食料品は土産や祝い品などの用途で購入する客が増えている。
	○	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・月を追うごとに人の動きが良くなっている。特に夜の動きが良い。
	○	コンビニ (経営者)	販売量の動き	・来客数、客単価共に回復傾向にあり、売上の増加につながっている。人流が明らかに増加している。
	○	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの規制緩和や気候が良くなったことで、来客数はやや好調に推移している。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・暖かくなってきたことと、新型コロナウイルスの規制緩和により、旅行などに出掛ける気分になってきたようである。
	○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・新入社員、新入学ニーズは前年と変わらないが、転職、転勤、結婚式ニーズでスーツや礼服を新調する人が増えている。
	○	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・マスク着用の見直しを受けて、徐々に卒業や入学、出張用途、外出用途といった需要が回復している。
	○	家電量販店 (従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、ガソリン価格や食品価格の変動も穏やかになったため、消費者のマインドが上向いている。旅行等は新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。また、省エネ仕様の家電製品への関心が高まっている。
	○	乗用車販売店 (従業員)	それ以外	・前年に受注した新車がまとまって入庫し、売上が上がっており、今年度計画の遅れ分をばん回している。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・長納期は続いているが、国内需要向けに振り当て調整が進み、配送が増えてきたため、収益が向上している。
	○	その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (経営者)	販売量の動き	・新幹線の乗車率が高くなっており、当地の観光客が増えている。観光地のホテルからの注文が少しずつ増えている。
○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援の影響もあり、個人客やグループ客が増えている。	
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・送別会などのイベント等の予約は期待していたほどではなかったが、1月2月と比べて来客数はやや持ち直している。	

○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いて人が動き出しているものの、依然として大人数での宴会は少ない。景気が悪すぎた2～3か月前よりは良くなっている。
○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の脅威が薄まり、来客数が増えている。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・国内旅行は個人、団体共に緩やかではあるが受注件数が増加している。海外旅行は受注件数が数件にとどまっている状況である。先行予約状況も同様で推移しており、国内旅行のようなレベルまで回復するにはもう少し時間を要する。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・ゴールデンウィークの日並びは悪いものの、桜の開花に合わせた需要や春の行楽関連需要が好調に推移している。
○	通信会社(経営者)	お客様の様子	・3月上旬に開催した当社のイベントには1日で2500人もの来場があり、同時開催した加入者促進イベントで多くの新規加入者を獲得できた。中旬以降は人の流れが活発化し、家電量販店の窓口を中心に通信サービスの申込みが増えている。
○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減っており、客足が戻っている。個人消費も徐々に上向いている。
○	通信会社(社会貢献担当)	来客数の動き	・新生活準備により来客数が増加しており、需要が拡大している。一方で、安価な料金プランへの見直しなどもある。
○	テーマパーク (職員)	販売量の動き	・マスク着用ルールの緩和以降、初めて来館する家族連れが急激に増加している。クーポンの使用も多く、額面以上の商品を購入している。
○	遊園地(経営者)	来客数の動き	・週末の天候不順もあったが全般的に暖かい日が多く、来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の水準になっている。飲食料品とフリーパス券の値上げをしたが、今のところ特に影響は出ていない。
○	競艇場(職員)	単価の動き	・来客数は変わっていないが、客単価が上がっている。
○	美容室(経営者)	来客数の動き	・卒業式やイベントが通常どおり開催されるようになり、来客数が増加している。
○	その他サービス [自動車整備業](経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、マスクが不要になり人流が回復したことで、来客数、販売額共に復活している。
○	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・建築条件付き戸建て住宅分譲地の造成が完了し、販売開始とともに順調に受注予約が入っている。
○	その他住宅[リフォーム](従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器はガス給湯器の交換工事が大きく増えている。リフォームは増改築や塗装工事が増えている。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・年度末需要は少ない。
□	百貨店(売場担当)	お客様の様子	・季節の変わり目に動きが活発になる傾向があるが、今月も気温の上昇とともに需要が高まっている。また、月末にかけて返礼ギフトも活発になっている。
□	百貨店(催事担当)	お客様の様子	・前年までのポイント還元政策等、コロナ禍における集客策を休止したことによる一時的な売上の落ち込みはあるものの、来客数は増えており、ファッション関連アイテムの動きも良くなっている。
□	スーパー(経営者)	単価の動き	・3月の平均1品単価は前年比106%を上回り、買上点数は前年比93%を下回っている。来客数も前年割れが続いている。消費支出を抑制するなか食費も確実に入ってきている。消費環境は厳しさが続いている。
□	スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数は前年と変わっていない。
□	スーパー(営業担当)	来客数の動き	・来客数は前年比97.4%と減少しており、買上点数、売上全体共に前年割れを起こしている。客の購買は慎重になっている。
□	スーパー(商品担当)	来客数の動き	・商品の値上げによる買い控えから、1品単価は上がっているが買上点数が減少している。また、客単価は前年を上回るが来店頻度が減少しているため、全体売上は苦戦している。

□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症も大分収まってきて人も動いているが、物価が上昇しており、客の衝動買いなどがほとんどない。目的買いだけでは売上は上がらないため、3か月前と余り変わらない。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人の動きは良くなっているが、来客数は増えていない。
□	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・新型コロナウイルスの感染が収束し、客の動きも新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。しかし、公共料金、特に電気料金が大幅値上げとなっており、肝腎な利益が減少している。
□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・商品の価格が高騰しているが、消費者はそれなりに生活防衛しながら買物をしている。それほど悲観する状況ではない。
□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・仕入価格は依然として高騰が続いているが、客も値上げは仕方がないという認識になっている。
□	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・入学式用スーツの購入客の客単価が、前年より5000円以上上がっている。出費を抑える傾向が強くなっている。
□	衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・来客数自体は少しずつ増えているが、購入品の構成比率はお買い得商品が高く、新商品や単価の高い商品は低い。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・メーカーでオーダーを停止している新車がまだ複数あるため、客から受注できる状態にない。
□	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・決算セールを行っているにもかかわらず来客数が少ない。
□	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・来客数、工場の入庫数共に変わらず、売上にも変化はない。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・オーダーメイドなので受注量が限られている。金額で見ると3か月前と変わらない。
□	その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・マスク着用の見直しにより、客の行動が新型コロナウイルス感染症発生前に近づきつつある。卒業式などのイベントの規制が緩和されたことで靴の需要が増えている。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染対策が緩和されたものの、販売量は回復していない。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・歓送迎会は新型コロナウイルス感染症発生前と比べると減っているが、前年よりはやや増えている。新型コロナウイルス感染症発生前と異なり、大人数の宴会がなくなっている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィーク前のためか、来客数に変化はない。
□	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・気候も良くなり人の動きは多くなっているが、景気が良くなっている実感はない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・電気料金の値上げなどの物価高騰があり、消費者は様々な対策をしながら生活している。景気は低迷したまま変わっていない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化がみられない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に収束感があり、各種イベントも再開され、新型コロナウイルス感染症発生前に戻つつある。しかし、様々なものが値上がりし、消費拡大には至っていない。
□	観光名所（職員）	来客数の動き	・前年と比べて売上は順調に伸びているものの、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると約半分である。その状況がここ半年ほど続いている。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・来客数は引き続き前年比87～88%が続いている。
□	その他住宅 [住宅展示場運営会社]（従業員）	来客数の動き	・3か月前から来場者数の増加が続いている。
▲	一般小売店 [医薬品]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、3か月前と比べて客足が少し鈍くなっている。売上は前年比105%となっているが、販売内容をみると特定のものだけが売れているわけではない。

	▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・冬に入ってから客単価の前年割れが続いている。光熱費の負担増加による消費控えが原因とみていたが、3月に入り寒さが緩んでも良くならず、更に悪くなっている。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前と比べ来客数が若干戻っているが売上は落ちているため、客単価は減少している。電気・ガス料金の上昇や商品の価格高騰が消費に大きく影響している。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・来店客の減少が継続している。買上点数は下がり1品単価は更に上昇している。総菜や即食系商品の需要は高いままである。必需品以外の買物は控えているが、お買い得品の衝動買いは増えている。
	▲	コンビニ（経営者）	それ以外	・電気料金の値上げにより、利益が下がっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの規制緩和により県外に旅行する人が増え、週末の集客に影響が出ている。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・飲食店向けでは新型コロナウイルス感染症の影響は薄れてきているが、地方である地元ではまだ数字が戻っていない。売場の状況は年明けの値上げの影響が出ており停滞している。全体的に前年よりは良いものの、低調な状況が続いている。
	▲	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・原材料価格が高くなっているが、なかなか値上げすることができない。経営の難易度が高くなっている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・マスク着用が緩和され、滞っていた宴会の予約が少人数ながら入るようになってきている。しかし、平日の客は法人や団体が多く、振り客の動きは繁華街全体をみても週末のみと限定的である。季節要因の歓送迎会などが多少増えただけで、値上げの影響により消費は依然停滞している。
	▲	タクシー運転手	競争相手の様子	・客の流れが悪く、ドライバーの稼働時間が非常に短くなっている。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ますます物価が上がっているため、支出を控えている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・客は固定客のみで新規客がいない。
	▲	設計事務所（経営者）	販売量の動き	・新たな受注に向けて動き出したいところだが、物件が乏しくなっている。
	×	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・ほとんどの商品が動いていない状況である。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・エネルギーコストは上昇し、物価も高騰しているが、商品への価格転嫁はなかなか進んでいない。1品単価が上がっているにもかかわらず、客単価は上がっていない。客の消費は買上点数を制限した節約・儉約型になっている。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・客が物価高騰でコンビニでの買物を控えていることや光熱費の高騰により、経営状況はもはや限界である。
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	・前年は地震の影響で新幹線が止まっていた期間があったため、駅内店舗の売上は前年比200%以上になっている。人の動きが良くなっており、全体でも売上は前年比150%以上になっている。
	◎	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・3月に価格改定に踏み切ったが販売量は落ちていない。通販は価格改定の影響を受けて受注が減少したものの、飲食及び物販は特に週末のイベント開催で人流が活発化したことにより好調に推移している。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量は前年比105%程度の状態が続いており、回復傾向にある。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年、前々年と比べて、売上が上がっている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・プレス部品の注文数量が増加傾向にある。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・一部客先の動きが活発になっている。全体の受注量も以前と比べて伸びており、良い状況に変化している。
	○	建設業（従業員）	取引先の様子	・原材料価格は上昇しているものの、今のところ影響は少ない。受注は順調である。

	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度末に官民含めて一定の受注を獲得している。
	○	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・行動制限がなくなり、心理的にも新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。広告出稿も旅行関連や新生活、入学対応などを中心に増えており、広告業界はやや改善方向で推移している。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・マスク着用の見直しにより、消費者の心理的開放感が消費行動を活性化している。
	○	公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。小売、サービス業は業績改善している客が多い。製造業はやや不振である。建設業はおおむね好調を維持しており、全体としてはやや景気が良いと判断している。
	○	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・毎年、年度末商戦の時期は忙しいが、そこを差し引いても商談が活発になっている。主力商品も入荷遅延がある程度解消し、動きが良くなっている。
	○	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・飲食店向けの出荷が順調である。ホテルなどでの宴会も含めて外食に人が戻っている。
	○	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経理担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に前年をやや上回っている。物の動きはやや良くなっている。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・光熱費上昇の影響はあるが、3か月前と比べると変わっていない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・主にメモリ半導体関連客からの受注量が少ない状況が続いている。3か月前と比べて低い状況に変わりない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・第4四半期の売上は前年の93%になる見込みである。当然利益も減っている。新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着き人流も増えているため、観光業などは回復傾向にある。しかし、物価高騰の影響を受けている業種の景気回復はまだ厳しい。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・これまで耐えてきたかきがあり、客の反応が少しずつ出てきている。
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・コロナ禍が落ち着くとともに地域内外での人の移動や消費行動が活性化している。一方で、エネルギー価格や物価の上昇により、その経済効果が抑えられているほか、先の見通しが不透明なことから、事業者の設備投資意欲にはそれほど影響を与えていない。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・観光主体の当地の景気は域外からの来訪者の数に大きく左右されるが、現在はオフシーズンである。元々当地には、食料品や日用品などは域内でも調達できるが衣料品や家電品などは域外でないと調達できないという経済的な弱点があり、その影響が最も出る期間でもある。
	▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・燃料価格や資材価格の高騰が引き続き経営を圧迫している。
	▲	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・原材料や電気料金の価格高騰等が続いており、出荷価格を値上げしても追いつかない状況である。官需、民需共に低調で出荷水準は過去最低である。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月は受注件数が3か月前と比較して減少している。見積依頼や引き合いも減少傾向にある。
	▲	司法書士	それ以外	・地元登記所の不動産登記の受付件数が前年比6%減少している。
	×	農林水産業（従業者）	それ以外	・スーパーなどの食品売場では大きな値上がりが続いている。また、肥料などの農業資材は5割程度値上がりしている。
雇用 関連 (東北)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ほぼ全産業で中途採用が増えている。また、2024年4月採用予定の人数も増加している。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・2023年度採用計画は22年度よりも多く設定している企業が一定数ある。
	○	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・人材不足の相談が増えている。
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・景気が良くなっている実感は余りない。

□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	求人数の動き	・前月より動きは鈍いものの、求人数、質共に前月や前年と比べて特段の変化はない。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・原材料価格の高騰などが一般消費者の生活に影響している。地方では賃上げもかなり抑えられており、景気に上向き感はほとんどない。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年度末の期余り予算での出稿の動きも鈍く、売上は前年割れが続いている。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・企業からの求人数は増えているものの、求職者数が少ないことから求人未充足に終わり、人手不足が解消しない状況が長く続いている。大手企業では初任給額を始め賃金を上げることで労働力確保を図っているが、余裕のない中小企業は諸物価高騰分の価格転嫁もできず、人も集まらず、苦しい状況が恒常化している。
□	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・価格高騰により消費は依然厳しい状況であるが、新型コロナウイルス感染症対策は規制が緩和され、経済活動の活性化が進んでおり、企業の採用やイベントも多くなっている。
▲	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・地方自治体に予算がないところも多く、物価高騰分のしわ寄せが業者にきている。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・資材、エネルギー価格の高騰の影響で、建設業、製造業、飲食サービス業において求人数が減少している。
×	—	—	—