

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)	◎	観光型旅館（スタッフ）	・桜の季節及びゴールデンウィーク期間となるため、宿泊者数が更に増加するとみている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・卒業式、歓送迎会、入学式などのイベントがある。
	◎	テーマパーク（職員）	・春からは行楽シーズンが本格的に始まるため、ファミリーや団体客等の来館も増える。
	○	商店街（代表者）	・歓送迎会シーズンになる。また、春物需要が見込まれる。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・暖かくなると客足は増える。売出し等もあるため、良くなるとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・気候も良くなるため、インバウンドを含めた観光客の増加に期待している。気温上昇とともに消費マインドも上がってくるとみている。
	○	百貨店（経営者）	・賃金上昇の動きが拡大しており、消費マインドの更なる向上に期待し、コンテンツを充実させていく会社が増えていくと予想している。
	○	百貨店（催事担当）	・春の改装オープンを控えており、ファッション関連において改装効果が期待できる。
	○	スーパー（店長）	・台湾からの観光客による観光バスの台数が以前より増えている。
	○	コンビニ（経営者）	・株価は上がっているが、地方の場合は人口が減っているため客の数も減っており、マイナスの要素しかない。少しでもいいから景気が良くなることを期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・冬が終わり多少は売上が戻るが、様々な経費の増加により、経営は非常に厳しい状況が続くとみている。業界内では辞めるオーナーも増えている。今のシステムでは限界がきているのではないかと。
	○	コンビニ（エリア担当）	・暖かくなれば、消費者の購買行動が更に活発化することが見込まれる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・株価上昇の影響は少なからず出てくるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・春夏物が動く時期なので期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・5月には、オーダーストップとなっている商用車の多くの車種が販売を再開する。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新卒者に向けて即納が可能な車種も増加しているため、社員のモチベーションも上がり商談がスムーズに進んでいる。
	○	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・株価も上がっており、景気が良くなって購買量が増えることを期待している。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・前年の夏のように暑くなることが予想され、夏物は早くから動くこととみている。ただし、在庫の問題もあり、早い者勝ちという流れになるとみている。
	○	その他専門店〔靴〕（従業員）	・入学式、謝恩会、歓送迎会等での需要に期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・これ以上悪くなることは想像しづらい。株価も上がっており、気候も良くなるため、今よりは良くなることを期待している。
○	一般レストラン（経営者）	・暖かくなり人出が多くなるため、やや良くなるとみている。ただし、コロナ禍後、飲み方のスタイルが変わり、まとまった人数で飲むことが少なくなっている。	
○	一般レストラン（経営者）	・少し前までは物価上昇という言葉をよく聞いたが、最近は株価上昇や賃上げなどの言葉を多く聞くようになってきている。人の気持ちも上向きになってくるとみている。	
○	一般レストラン（経営者）	・新年度も始まり、ゴールデンウィークもある。何よりも受験シーズンが終わるため、歓送迎会が増えると予想している。現状よりは良くなる見込みである。	
○	都市型ホテル（支配人）	・インバウンドの予約が増えている。桜シーズンを皮切りに春の行楽シーズンの先行予約も好調である。	
○	旅行代理店（従業員）	・好決算となる企業を中心に需要は増えてくると予想している。	

<input type="radio"/>	旅行代理店（従業員）	・現在、2024年度第1四半期の県内の契約旅館、ホテルの販売額は前年比136%となっている。
<input type="radio"/>	通信会社（経営者）	・物価高の影響で格安商品を中心に販売数を伸ばしている。販売価格を下げたメニューを用意した加入促進キャンペーンの実施を予定しており、新規加入者数の増加を見込んでいる。また、番組改編等もあるため、中年層の放送サービスへの加入も期待できる。
<input type="radio"/>	通信会社（営業担当）	・株価の上昇に伴い国内消費等は増えるとみている。
<input type="radio"/>	競艇場（職員）	・天候に左右されるため、これから気温が暖かくなると売上は伸びる。売上は多少良くなるとみている。
<input type="radio"/>	美容室（経営者）	・大企業の大幅なベースアップ等が宣伝効果となって、市場での消費額の増加が期待できる。
<input type="radio"/>	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・人流も完全回復しており、3月の予約も好調である。ようやくコロナ禍から抜け出したと実感している。
<input type="radio"/>	設計事務所（経営者）	・新年度の業務開始に向け問合せが増えている。
<input type="radio"/>	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、エアコンの問合せが前倒しで増えるとみている。リフォームは、屋外工事の問合せが増えるとみている。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・物価上昇分を賃上げでカバーできていない。また、年金受給者も物価高で生活費を切詰める傾向にある。賃上げできる企業は大企業を中心とした一部の企業だけである。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・新年度の需要が見込めない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・景気に頭打ち感がある。株高と生活実感にかい離がある。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・物価上昇が続いている状況が消費者に苦痛を与えている。この悪い状態は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・商品が動かず低迷した状況は続くとみている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・1品単価は大きく伸びているが、買上客数が大幅に減っているため売上が落ちている。この傾向は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（従業員）	・新生活や観光シーズンが始まるが、物価が安定する見通しが立たないため、今あるもの買い足しをするなど生活防衛意識は継続し、購買意欲も現状維持と予測している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・商品・製品原価高の価格転嫁は進んでいる。株価が高値で推移しており、新年度の始まりに向けて景気が上向き期待はある。しかし、企業間で賃上げの格差があり、投資などの個人の金融資産にも格差があるため、収入格差が広がることを懸念している。消費の傾向は実質可処分所得が増えていないため変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・来客数と販売点数が伸び悩んでいる状況から大きな変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・食品小売業に関しては、商品価格の値上げは続いているが、客もそれについてきており、来客数と販売量は前年並みをキープしている。単価が上がった分、売上は好調に推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・異常気象の影響で収入が減った農家や、暖冬で除排雪による副業収入が減少したことなどが、購買行動にどのように影響するか注視する必要がある。また、除排雪に使わずに済んだ金も貯蓄に回すことが予想されるため、景気は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・大きな変化は期待できないが、今後の賃上げの状況次第で景気が多少良くなることはあり得る。
<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	・必要最低限の買物しかしない等の節約志向は、今後も続くとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・売上、来客数、客単価はアップしているが、買上点数は横ばいで推移している。この先これ以上の伸びはないとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・暖冬により除雪の仕事が減り、建設関係者の来店が極端に減っている。当面は現状と変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・人の動きは良くなっており、週末は県外ナンバーの車も増えているが、来客数が増えない状況は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・雪が少ないため、除雪作業従事者の仕事が減り、収入が減少することが懸念される。好調な景気も春には消費が落ち込む可能性がある。

□	衣料品専門店（経営者）	・依然として利益の減少が続いており苦慮している。全力で客に値上げ交渉をしており、少しずつ理解してもらっている。
□	衣料品専門店（店長）	・旅行需要など目的がはっきりしている需要は上向きになるとみている。しかし、ふだん着の需要については暦どおりに気温が推移していない現状では予想しづらい。
□	衣料品専門店（店長）	・買物に対して慎重な行動は変わっていない。ビジネス需要は前年並みで推移しているが、入学式・入社式需要は3月にならないと分らない。
□	衣料品専門店（総務担当）	・物価高は継続し、家計を圧迫している。政府は所得増を進めるといすが、どれだけの企業が対応できるか疑問である。
□	家電量販店（従業員）	・観光需要に消費を取られ、家電製品の売上が伸びない状況は続くともみている。
□	家電量販店（従業員）	・新入学、新社会人は新生活に必要な家電をそろえる等、多少のニーズはあるが、家電店以外でも新生活セールを実施しているため、売上の極端な伸びはないとみている。少子化の影響も多少あり、現状と変わらないとみている。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・3～4月の異動シーズンに売上が回復することを期待している。しかし、先行きの見通しが立たないなか、マスコミによる2024年問題等に関する悲観的な報道のため、一般消費者の心理が冷え込んでいるとみている。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・食品や衣料品の価格高騰の波が落ち着きつつあるなかで、冬物セール商戦では暖冬の影響もあり顧客の消費動向は鈍い。好調業種は限定的であり給与所得の上昇が見通せないなか、2～3か月先も消費者の節約志向は続くともみている。
□	高級レストラン（支配人）	・4月以降の販売量は横ばいになるとみている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・企業の業績は上がっているが、身の回りに影響はないとみている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・景気回復に良い影響を及ぼすような施策等の予定がない。
□	旅行代理店（従業員）	・4月以降の宿泊販売が低調である。インバウンドへの期待も大きいですが、中国本土からの来訪者数が伸びていない。今後の動向を注視していく。
□	通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しく、変化は期待できない。
□	通信会社（営業担当）	・賃上げが中小企業まで波及すれば景気は上向くが、現実には厳しいとみている。
□	通信会社（営業担当）	・物価高を上回る賃上げはないとみている。
□	遊園地（経営者）	・今後の家計動向は、企業の賃上げと物価上昇の綱引き次第である。
□	美容室（経営者）	・今月より更に良くなるかの判断はまだできないが、今月並みには推移するとみている。
□	美容室（経営者）	・常連客のみで新規客が来ないため変わらない。
□	住宅販売会社（経営者）	・しばらくは自社所有地の条件分譲にて受注の拡大を進める。また、少数ではあるが、後継者のいない高齢者の他地域移住に伴う、新地の仲介と不動産の買取り仲介が出てきている。
▲	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・円安の影響で今後もいろいろな商品の値上がりが見込まれる。消費者は食料品を購入せざるを得ない分、他の支出を減らして対応している。一部のスーパーやドラッグストアの売上は伸びているが、商店街の小さな店舗は売上の伸びを期待できる状況ではない。
▲	スーパー（店長）	・暖冬の影響やインバウンドの増加で観光客が増えているが、地域の消費増加には寄与していない。暖冬による特産品への悪影響が懸念される。
▲	スーパー（店長）	・原材料価格と燃料価格の値上がりにより、商品の売価が上がっているため、客の生活防衛意識が強まっている。
▲	コンビニ（経営者）	・人手不足のため近隣商店の時間給が上がっている。当店も負けずに上げているが、ますます経費が増え利益が少なくなっていく。
▲	コンビニ（店長）	・2024年問題で配送コストが上がるため、商品が値上がり傾向にある。それに対して、所得の伸びが期待できないためか買い控えが顕著になっている。また、ウクライナ情勢も不透明であり、先行きは全体的に暗い。

	▲	コンビニ（店長）	・暖冬による雪不足の影響で、マイナスの方向に向かうことを懸念している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・インフレにより生活防衛意識が高まっている。今後も支出を抑える意識は強くなるとみている。
	▲	衣料品専門店（店長）	・ビジネスマンのリベンジ消費需要が沈静化すると厳しくなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・安定した配車がいつまで続くか分からない。また、受注停止中の車種が多く、受注量が前年より少ない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・例年販売量が低下する時期になる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・繁忙期が落ち着くため、やや悪くなるとみている。
	▲	乗用車販売店（店長）	・大手自動車メーカーや損害保険会社の不正問題が相次ぎ、現場は問合せや車両キャンセルなどの対応に日々追われている。現場の徒労感は計りしれない。
	▲	自動車備品販売店（経営者）	・暖冬の影響で除排雪用の建設機械の稼働がほぼなかったため、補修整備等に係る取引が減るとみている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今後、運送コスト等が増加するものの、販売価格に転嫁することは難しく、業界の景気は悪くなるとみている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・長期予報でも暖かい日が多いようなので、配達灯油もそれほどの伸びは期待できない。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・平日夜9時頃からの遅い時間帯の来客数が減少している。このままの状況が続けば、景気はやや悪くなる。
	▲	観光型旅館（経営者）	・賃上げはある程度進むが、負担増加の要因が多すぎて、家計は引締め傾向になるとみている。
	▲	タクシー運転手	・2～3か月後は天候が良くなるため、タクシーを利用する客は少なくなるとみている。ただし、4月は学校関係行事や企業の歓迎会などで利用者が若干出てくるとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・株価は上昇しているが、景気が上向くことはないともみている。物価の上昇が続いており、景気は今より少しずつ悪くなるとみている。
	▲	観光名所（職員）	・当県空港への国際チャーター便が運航されるなど、インバウンドが景気を下支えている。しかし、この先のインバウンド対策が不透明であることに加え、国内旅行者が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻っていないことから、現状の好景気を維持するのは厳しいとみている。
	×	商店街（代表者）	・首都圏と違い、地方ではこれから零細企業の倒産が増えてくるため、消費は更に冷え込む。当店でも予約数が極端に少なくなっている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ウクライナや中東情勢に収束がみえず、更に拡大する可能性もある。当面は物価高騰に歯止めがかからず、消費は手控えられるとみている。
	×	スーパー（経営者）	・当地域では物価高を上回る賃上げは難しい。
	×	コンビニ（経営者）	・観光客の来店が少なくなっていることに加え、競合店が今月オープンするため今後の見通しは悪い。
	×	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており2～3か月後の販売量は今月よりも悪くなるのが分かっている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	・現在交渉中の民間大型案件の契約が見込める。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体デバイスの供給過多が収まりつつある。顧客の開発動向もやや上向いており、今後2～3か月は更に活発になるとみている。また、生成AIが非常に盛り上がっていることから、AIデバイス関連事業への積極的な設備投資も期待される。
	○	金融業（広報担当）	・当地の春祭りはブランド効果が高く、開催により例年同様地域経済に好影響を与えると予想される。ただし、気候変動の影響で桜の見頃時期が不透明な点が懸念材料である。
	○	司法書士	・不動産の流通が増加傾向にある。
	○	公認会計士	・サービス業、小売業、建設業関係は一定の業績を確保している。製造業の部品不足等が解消して業績が回復すれば、全体としての景気は今よりも良くなるとみている。
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・引き続き、外食向けが出荷をけん引するとみている。

	○	その他企業 [企画業] (経営者)	・宿泊施設への問合せやゴールデンウィークの予約数が前年より多くなっている。旅館等の営業も活発化しており、周辺の景気浮揚に期待が持てる。
	□	食料品製造業 (製造担当)	・インバウンド需要だけに焦点を当てた商売では、いずれ停滞すると予想されるため、新たな層を取り込む施策が必要とみている。
	□	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・物価高騰の影響を懸念している。
	□	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・業種柄、新たな事業展開を図らない限り、景気の回復は見込めない。その他の業種についても、地方の経済環境から、劇的な回復は見込めない。株価の最高値更新の恩恵など何もない。
	□	金属製品製造業 (経営者)	・やや悪い現状のまま推移するとみている。
	□	一般機械器具製造業 (経営者)	・2024年度の客先の予算が今年度の実績と変わらない。
	□	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・半導体関連の取引先の動きが良くなる見込みがあり、それに伴い当社加工製品の受注売上伸びも期待できる。
	□	建設業 (従業員)	・資材価格の高騰が続いている間は状況は変わらない。
	□	輸送業 (経営者)	・運輸業界は2024年問題もあるが、1番の問題は賃金をどのくらい引き上げるかである。賃上げをしないと人材が確保できない。労働集約型産業のため、人材を確保できなければ売上が減少する。結果、事業を縮小せざるを得なくなる。しかし、賃上げの原資を出せるほど運賃の値上げが浸透できていない。このような状況では、景気は良くならない。
	□	通信業 (営業担当)	・顧客の反応が冷え込んだ状況はしばらく続くとみている。何らかの策を講じていく必要がある。
	□	広告業協会 (役員)	・当面、広告業界業績上昇の起爆剤となる新施設の開業や大型イベントの開催等の予定がない。現状維持の状況が続くとみている。
	□	経営コンサルタント	・年度末から新年度にかけての消費拡大に期待している。
	□	コピーサービス業 (従業員)	・国際情勢や国内政治が不安定な状態が続いているため、先行きが見通せない。
	□	その他企業 [協同組合] (職員)	・業種、業態により温度差はあるが、総じてある程度は安定するとみている。
	▲	農林水産業 (従業者)	・気温が高く、果樹の生育に悪影響が生じる可能性がある。
	▲	食料品製造業 (経営者)	・1ドル150円台が続いており、原料や資材の価格に影響が出てくるとみている。
	▲	食料品製造業 (営業担当)	・新商品を発売しても落ち込み分をカバーできていない。販売量が好転する要因が少ない。
	▲	一般機械器具製造業 (経営者)	・現段階で取引先からの明るい話は少ない。
	▲	建設業 (従業員)	・春先以降の仕事が少ない。営業を強化して対応している。
	▲	通信業 (営業担当)	・4月から新年度が始まる取引先が多いが、今後も続く物価高騰などにより年度の利益の見通しが立たず、買い控えの傾向がみられる。
	×	農林水産業 (従業者)	・暖冬の影響による春先の水不足が農作物の生育に悪影響を及ぼすことを懸念している。
	×	窯業・土石製品製造業 (職員)	・新年度に期待したいが、官需、民需の受注量の減少により、厳しい状況が続くとみている。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	・来期採用計画は今よりも前向きな話が多い。
	○	新聞社 [求人広告] (経営者)	・これまでとは異なる業種から広告などの問合せが増加傾向にある。新しい動きが出てきていると感じることが多くなっている。
	○	新聞社 [求人広告] (経営者)	・インバウンドに期待している。
	○	職業安定所 (職員)	・前年以上の賃上げが実現すれば、個人消費が拡大し企業の生産活動も上向きになり、景気は良くなるとみている。
	□	人材派遣会社 (経営者)	・景気の見通しは悪くないが、採用が追いつかず思い切った事業展開ができないため、業界によっては人が足りず仕事を断るケースも出てきている。この状況は変わらないとみている。

□	人材派遣会社（社員）	・求人の動きはまだ様子見状態である。全国の求人数は踊り場に来ている。製造業の求人増加の動きはみられず、この動向次第で今後の景況感が変わるとみている。
□	人材派遣会社（社員）	・求人数は季節要因から増加する予測ではあるが、前年比でみると横ばいかプラス幅が少ないとみている。
□	職業安定所（職員）	・企業の売上は伸びていないが労働力不足は継続しており、求人活動は旺盛である。当面この傾向は続くとみている。
□	職業安定所（職員）	・事業主都合による離職者が増加傾向にある。一方で人手不足に悩む企業も多くあり、有効求人倍率は一定の高い水準が続くとみている。
□	職業安定所（職員）	・物価高騰が継続しており、プラスの要因が見当たらない。
□	民間職業紹介機関（職員）	・自動車関連部品工場で、前月から引き続き減産等が行われており、休業はないものの残業時間が減っている。
□	学校〔専門学校〕	・経済指標からみるほど景気回復の実感はなく、経済活動が活性化するような改善がみられない。
▲	人材派遣会社（社員）	・県内の事業所が東京などに集約され、人員も削減されている。特に東京に本社がある企業ではDXやアウトソーシングによる効率化が進んでいる。一方、県内ではアウトソーシングを取り入れている企業は少なく、他県に比べて遅れている。
▲	アウトソーシング企業（経営者）	・新規の提案を考えているが、2～3か月では状況は変わらないとみている。
▲	職業安定所（職員）	・資金繰りが悪化した中小企業の倒産や企業整備が相次いでおり、職場の若返りを含め、中高年齢者を対象とした希望退職の募集が出始めている。加えて、製造業事業所の雇用調整助成金が頻繁に利用されている。各種部材、原材料や人件費、エネルギー価格の高騰が改善しないことから、景気の状態はやや悪くなるとみている。
×	*	*