

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〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・来客数は前年を少し割っているが販売量は良いため、単価は前年を上回っている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・学校行事の開催が新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻っており、送別会が多く行われている。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数及び販売量が前年より増加している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・販売促進強化の影響もあるが、3か月前と比較して来客数は増加傾向にある。
	○	コンビニ（経営者）	それ以外	・今年は暖冬で雪も少なく来客数も例年より多少多い。しかし、除雪代はシーズン契約なので今月も支払わなくてはならない。この経費は毎年経営を圧迫している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は増加しており、値上げの影響で客単価も上がっているが、買上点数は減少している。賃上げによる景気の回復に期待している。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・転勤や異動でスーツを準備する客が前年以上に動いており、来客数は好調に推移している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・決算期ということもあり販売量が増加している。
	○	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	販売量の動き	・建築業界では客のオプションアイテムの購買量が少し増えている。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・販売量の前年比が回復傾向にある。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・暖かくなってきたことと歓送迎会が増えたことで予約数は戻りつつあり、前年よりも良くなっている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3月はインバウンドの来客数が顕著に伸びている。目標は達成できている。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になった影響で、宴会場、レストラン等の会合が多くなっている。1件当たりの人数も増加傾向にある。また、インバウンドの受入れも活発になっている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・2024年度以降の企業の旅行需要が増えている。
	○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・県内の契約ホテル、旅館の販売実績が2019年比127.5%となっている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・3か月前と比べ、国内旅行は販売単価、取扱人数共に回復・上昇傾向にあり、間際の申込みも増えている。
	○	通信会社（社会貢献担当）	販売量の動き	・新生活需要により市場が活性化している。
	○	美容室（経営者）	来客数の動き	・イベントや会合の前に来店する客が多い。来店周期も短くなり、来客数が伸びている。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・機械の入替えや更新など、設備投資を伴う多額の商品販売が伸びている。
	○	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、給湯器の交換で石油給湯が減りガス給湯が大きく増えている。コンロはテーブルコンロの買換えが増えている。リフォームは、天候が良いため屋根外壁塗装工事が増えている。小規模な増改築工事も増えている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり観光客が増えているが、商店街の売上は横ばいである。	
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・年度末にしては売上が伸びない。	
□	百貨店（企画担当）	単価の動き	・ブティック及び宝飾時計の高額品が好調を維持している。また、化粧品、婦人服の価格ラインの上昇により、客単価が伸長している。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（催事担当）	来客数の動き	・来客数は前年比ほぼ横ばいで推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年を割る厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	単価の動き	・来客数は前年同月比100%以上だが、客単価が下がっている。お彼岸の生花を例にとっても200円から300円単価が下がっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数は98.4%と前年割れが続いている。また、買上率も98.5%と前年に追い付いていない。客は買物を慎重にしている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・値上げにより客単価が上がっており売上は増加しているが、来客数はほぼ横ばいである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・買上点数は減少しているものの、物価高の影響で客単価は上昇している。売上は上がっていない。
<input type="checkbox"/>	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。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・季節変動があるものの外的環境に変化はなく、来客数も横ばいの状況である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	お客様の様子	・コロナ禍は明けたものの、全てが元どおりにはなっていない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・高校の制服販売の出足が好調である。法人関係では年度末の駆け込み需要が多い。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	それ以外	・新生活に向けた需要などは例年どおりみられる。しかし、2月と3月の寒暖が逆転したことで春物商材の需要が遅れている。天候に振り回されている状況である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数は前年比90%で依然増えていない。客単価は若干上がっているが売上は未達が続いている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・エアコンなどは前年比150%だが、パソコンやテレビは前年を割っており、全体的には前年比微増となっている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・法人の受注は増えているが、個人の受注が増えず、前年とほぼ変わらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・物価高騰で商品の価格見直し等を実施している。販売量に影響が出ないよう、メーカーと自社それぞれで対策をしている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・配車が安定しているとは言い難いが、一定数量は確保できている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産をしており、受注量はある程度確保できているが、2～3か月前と変わらない状況である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [酒]（経営者）	お客様の様子	・久しぶりに通常の異動シーズンとなっている。飲食店はまずまずだが店頭販売が振るわない。どの価格帯でも特定のもののしか動いていない。特に地元客の節約志向が更に進んでいる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（経営者）	販売量の動き	・観光客が増加しており、観光地のにぎわいは回復しつつあるが、依然、景気が良くなっている実感はない。また、少子化による生徒数の減少で学校の案件も減っている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・株価も史上最高値を更新し景気回復のニュースが流れているが、物価の急激な上昇が続いており、高価格のものは売れない。地方と都市圏の差、貧富の差が急激に広がっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・季節外れの積雪と低温により、春物商材の動きが非常に鈍い。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年の3月と比べて送別会等が大変少ない。また、30～50代くらいの主婦層やディナータイムの利用客も減少している。景気は停滞している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べると比較的高い水準を維持している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ランチ、ディナー共に来客数は3か月前とほぼ変わらない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・客単価は上がっているが来客数は少ない。

□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・旅行業界においては、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後の国内需要の拡大は落ち着き、インバウンド需要への期待が大きいですが、大都市圏とは異なり、期待に反して微増の状況である。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は例年と違い積雪があり、官庁や一般企業の人事異動、入試や卒業式などの学校関係行事もあったことから、利用者数が多くなっている。
□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・3月中旬からキャンペーンやイベントを実施したことにより、放送サービスは新規契約を多数獲得している。通信サービスは競合他社のキャンペーンと重なったこともあり、予想より契約者数が伸びていない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・上場企業が賃金上げを行っているが、物価上昇との整合性がみえないため景況感は変わっていない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化はみられない。
□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価高に対応し切れない。
□	観光名所（職員）	単価の動き	・売上をけん引していたインバウンドも少し落ち着き、新型コロナウイルス感染症発生前まではいかないが、全ての数字が前年を上回っている。3か月前と変わっていない。
□	遊園地（経営者）	来客数の動き	・暖冬の2月と比べ今月は冬に戻ったようである。月末の土日次第だが、コロナ禍の反動で上振れした前年には及ばないものの、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻る見込みである。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・前月は再来店率が若干戻ったが、今月はその流れのまま前年比約94%で落ち着いている。客がなかなか戻らない状況である。
□	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・業務に関する問合せが増えている。横ばいだった景気が上向いている。
□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・相変わらず注文住宅の受注は低迷している。しかし、法人の大規模リフォームや建て替えの受注があり全体的には悪くない。
□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場者組数に大きな変化はない。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・卒業式は新型コロナウイルス感染症発生前と同様に実施しても、謝恩会は縮小したまま、若しくは今後実施しないと決めた学校も少なくない。飲食店を始め様々な業種にとって厳しい状況である。仕入価格の高騰や人件費、光熱費のコスト高による負担がますます増え、景気回復に停滞感がある。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・購入額が大きい一部の客の売上によって全体の売上が支えられている。中間層がいなくなっている傾向は以前からあったが、最近更に顕著になっている。
▲	百貨店（経営者）	販売量の動き	・3月に入り気温の低い日が続き、衣料品の売上が大きく減少している。新生活、セレモニー関連のアイテムは前倒しで動く傾向があり今月は微減している。人が動く季節であるが、身の回り品や装飾品などは買い控え傾向にある。
▲	百貨店（従業員）	来客数の動き	・食品、衣料、雑貨の各カテゴリー共に必要最低限のものしか購入しないケースが多くみられる。来客数も前年より減少している。
▲	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4%強上昇している。来客数は前年を割っており、前年比伸び率もやや低下している。買上点数も低水準で横ばいが続いている。消費は低迷している。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価が下がっている。買上点数でカバーできていない。値上げの影響が大きい。インバウンド需要が上がっていても、それ以上に地元の消費が低迷している。
▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・人口が減っていることが1番のマイナス要因である。今月は天候も悪いため人の動きが鈍くなっており、売上が少し減少している。

	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価共に減少傾向にある。暖冬により、除雪業者の動きが著しく鈍い。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・コロナ禍明けに増えた外国人客の数が落ち着き、来客数は前年より少なくなっているが、客単価はそれほど悪くない。景気はやや悪いという状況である。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・来客数の減少を客単価でカバーできない。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・天候の影響もあるとみられるが、春物購入のビジネスマンの来店が少ない。
	▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・例年、新生活準備の駆け込み需要がある時期だが、急な配送を希望する客がほとんどおらず、主要都市の配送枠もまだ余裕がある。また、新生活向けの小型商品が品薄になる時期だが、品薄・欠品の話も出ていない。件数も台数も減少している。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・決算時期だが、例年よりも来場者数と販売数が少ない。
	▲	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・大手自動車メーカーの不正問題を受けて受注活動をストップした車種が多く、受注、売上共に台数が伸びない。特に単月の登録台数は前年比60%と非常に厳しくなっている。
	▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・売上は前年比106%、来客数は同105%である。売上、来客数共に3か月前から微減傾向となっている。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・売上はさほど落ちてはいないが、消費動向は徐々に悪くなりつつある。
	▲	通信会社（営業担当）	それ以外	・前年からの物価上昇の影響が出始めている。春闘で大手企業は5%前後のベースアップを出しているが中小企業は追い付いていない。一見、景気が良くなっているようにみえる場面はあるが決してそうではない。
	▲	競艇場（職員）	来客数の動き	・年末年始と比較すると来場者数が大幅に減少している。
	×	一般小売店 [医薬品]（経営者）	お客様の様子	・ほとんどの商品が値上げしており、売上と来客数が前年比10%減少している。コロナ禍が明けても回復しない状態が続いている。
	×	一般小売店 [雑貨]（経営者）	販売量の動き	・年が明けてからの販売量の落ち込みがひどく、地方都市の商店街では2割減少、3割減少は当たり前の状態が続いている。また、衣料品メーカーなどでは、年々春物を飛ばして初夏の商品を製造しているため、今すぐ売れる商品を確保することが難しくなっている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・税金や物価、サービス価格等が上昇しているにもかかわらず賃金は上昇せず、可処分所得がマイナスに陥っている。
	×	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・なかなか暖かくならず、春物を欲しい気分にならない。日用品の価格高騰に加え、扱っている輸入衣料品が円安で値上がりしており、厳しい状況である。
	×	自動車備品販売店（経営者）	競争相手の様子	・今年は暖冬で経験したことがないくらい降雪量が少なかったため、除排雪等を生業としている業者の収入が激減している。ガソリンスタンドでは、除雪重機が動かなかったため軽油の消費もなく、暖房用の灯油も消費が少なかった。また、降雪による自動車事故の板金入庫率も低下している。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・受験期間中の3月中旬までは例年どおり動きが少なかった。期待した下旬も動きはなく、例年売上が落ち込む1～2月よりも少ない見込みである。昼は来客数に動きがあるが、夜は依然振り客が少なく、法人や組合団体等の予約がほとんどである。家計は厳しいようである。
	×	美容室（経営者）	来客数の動き	・3月に入ってから真冬のような寒さが来たため、出足が悪くなっている。
企業動向 関連 (市北)	◎	—	—	—
	○	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・特別企画乗車券の影響で駅周辺を中心に人流が活発化している。これまでのインバウンド需要に加え、飲食店はもちろん、土産品も売上が伸長している。

○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・資材価格高騰の影響が続くものの、設備投資に関する情報件数は増加傾向にある。地域や業種によっては設備更新や拡大に着手する動きも出てきている。
○	司法書士	競争相手の様子	・4月1日から相続登記が義務化されるため、依頼が増加している。
○	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	・食品の値上げが続いているが、特売商品の動きが良く、受注量、販売量共に前年を上回っている。
□	農林水産業（従業者）	それ以外	・現在は販売するものがない時期である。
□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが常態化している。3か月前と比べても変化はない。
□	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・役所からの発注が減っている。また、競争が激しくなっている。デジタル化も進んでいる。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・余り良くない状況が続いている。明るいニュースも聞こえ始めたが、まだ受注に反映されていない。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・半導体関連取引先の開発計画や動向を見ても、3か月前と比べて特段の変化はない。
□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年、冬場と春先は受注量が少ない。今年も受注量は伸び悩んでいる。
□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度末のため、公共工事を含め契約に至った案件が一定量ある。
□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・資材価格の高騰や資材不足の影響で、契約件数も少なく受注量に変化がない。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製造業の取引先で4月から値上げする製品の駆け込み需要があったため、3月の売上は前年実績に大分近づいている。景気が良くなったという実感はない。
□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・現在契約している案件の解約や切替えの相談が多い。
□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・新社会人向けや観光産業の広告出稿は好調であるが、主力業種の流通、エネルギー関連の広告の伸びが鈍く、広告業界は3か月前と比較して大きな変化はない。
□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・動きが活発になっているところと、そうでないところの開きがある。
□	経営コンサルタント	それ以外	・消費を刺激するような要因が見当たらない。
□	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。小売、サービス業関係は売上等が回復傾向にあり業績も回復している。製造業は一部業種で部品不足等による生産停滞があり苦戦している。建設業は一定の業績を確保している。全体としてはやや良いと判断している。
□	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・前年とほぼ同じ数値で推移している。
□	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	・外食の回復傾向は継続しているものの、会食の規模・頻度の縮小に加え、飲食店が減少しており、新型コロナウイルス感染症発生前の水準までは戻っていない。
□	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・依然、中小企業からの受注量や金額に勢いはない。また、街では商店の閉店や宿泊施設の縮小などの話を聞く。世間ではいわれているような好況感はない。
▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・肥料価格は、高騰した前年と比べ今年は若干値下がりしたものの、依然高値が続いている。肥料価格高騰対策事業の助成金が交付される見込みもない。
▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特別企画乗車券の効果で月前半は駅売店と観光地の販売が好調であったが、それ以外の郊外店、百貨店は苦戦している。全体としては前年に届いていない。
▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・引き合い案件の先延ばしにより売上が減少している。年度末の駆け込み受注も見込みより少ない状況である。
×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に受注量が減少しており、厳しい状況である。

雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・ 季節的なこともあり求職者数は増えているが、求職者数、求人数共に前年ほどではない。
	○	新聞社 [求人広告] (経営者)	それ以外	・ 観光や宿泊等、インパウンド需要が確実に増加している。
	○	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ 業種によるばらつきはみられるものの、新規求人数が増加傾向にある。
	○	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ 2月の新規求人数は前年比2.5%増加、11月比9.1%増加しており、引き続き求人数が求職者数を上回って推移している。建設業では建物工事を中心に増加がみられ、前年比23.5%増加となっている。運送関係では2024年問題に関連して求人数の伸びが継続している。その他多くの業種では目立つ動きがなく、求人数は横ばいにある。
	□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・ 営業職、営業事務、スタッフ、販売職、施工技術、施工管理など、業種、業界、職種を問わず求人数が増えている。
	□	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・ コロナ禍で採用を停止していた反動で、2年ほど前から大手を中心に採用強化の動きがあったが、その動きに区切りがついている。大手を中心に採用要件のレベルが上がっている。当地域の中小企業に変化はない。
	□	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・ 人手不足が顕著で採用活動は旺盛な状況が続いているが、企業の利益は賃上げや資材価格の高騰等により増加していない。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ 事業所の人手不足感は依然変わらず、求人倍率も高水準で推移している。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ 求人数の減少傾向が続いている。
	□	民間職業紹介機関 (職員)	周辺企業の様子	・ 企業により増産、減産とばらつきがあり、平均すると変わらない状況である。
	□	学校 [専門学校]	求人数の動き	・ 専門学校の新学年に向けた求人が公開されているが、大きな変動はない。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・ 求人数は前年比マイナス傾向にあるが、特に市街地の事務求人顕著である。1つの求人を競合する複数社で奪い合うことが多くなっている。
	▲	アウトソーシング企業 (経営者)	それ以外	・ AIの進歩で仕事が減っている。
	▲	新聞社 [求人広告] (経営者)	求人数の動き	・ 求人広告件数が減少している。広告全般の動きが止まっている。
▲	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・ 年度末だが広告申込みの動きが鈍く、売上も前年を大きく割っている。	
×	*	*	*	