

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	・車両生産が軌道に乗っており、特に新車部門では収益面が前年比130%と大きく改善している。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・売上は増えているが値上げによるものであり、利益は増えていない。
	○	一般小売店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・上旬の動きはそれほど良くなかったが、中旬以降は飲食店や観光施設等への販売量が上昇傾向にある。特にビールを始めとするアルコール類の伸びが良い。地方でもようやく宴会や夜の飲食に関するの捉え方が肯定的になっている。
	○	百貨店（売場担当）	来客数の動き	・ビジネス関連が好調であり、トラベル需要も高まっている。また、国内外からの観光客が増加しており、来客数を含め回復傾向にある。
	○	百貨店（計画担当）	来客数の動き	・前年より継続的に来客数が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数の増加分がそのまま売上に上乗せできている。客単価や買上点数は横ばいで堅調に推移している。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきているため、人の動きが良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・人流が復活傾向にあり、来客数が多少増加している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数は前年比では大きく伸長している。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、外出の機会が多くなりつつあり、購買力も上がっている。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・暖かくなり、新型コロナウイルス感染症の縛りもなくなったため、旅行の計画を立て、洋服を用意する人がいる。
	○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・コロナ禍が収まり、遠方での結婚式やお悔やみ、出張等のニーズが増えているため、少し良くなっている。
	○	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・仕事、旅行、趣味などに連動した買物は確実に増えている。一方、高単価商品やセール品以外の商品の購入は慎重である。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・メーカーが国内需要向けに振り当て調整をしていることで、前月同様登録が進んでおり、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	・新幹線の乗車率が上がり、県内観光地にも外国人を始め多くの観光客が訪れており、活況を実感している。ただし、金が回り始めるまではタイムラグがあるため、実際に当社で景気の良さを実感できるようになるのはこれからである。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・新幹線を含めた鉄道利用客や観光客、ビジネス客の流れがかなり増えており、それとともに来客数も上向いている。
	○	高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・物価高で苦しいものの、少しずつ動きが出てきている。客の購買意欲も上がっている。
	○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・インバウンドが増えている。個人客、少数グループが大幅に増えている。
	○	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感染症発生前と比べるとまだ少ないが、3月4月は団体客の予約がかなり入っており、若干良くなっている。
	○	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・外に出ようとする人の動きが出てきている。しかし、会社関係の大人数での集まりは依然自粛が続いている。
○	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感染症法上の分類が5類へ移行することを控え、旅行意識が高まり、来客数が増えている。	
○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行は緩やかに販売量が増加している。また、海外旅行は国内ほどの販売量には達しておらず、微増が続いている。	

○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・全国旅行支援の割引が終了したエリアは多いが、宿泊販売は大きく落ち込んではいない。ゴールデンウィークの商戦はほぼ終了となるが、夏商戦が新型コロナウイルス感染症発生前よりも早いタイミングで動き始めている。
○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・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伴い、個人旅行の動きが活発化している。物価高により旅行単価も上がってきているが、富裕層を中心に購買意欲の高さがうかがえる。また、夏以降の企業MICEの間合せが増えている。
○	通信会社（社会貢献担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により、人流が増え、購買意欲などが高まっており、需要が拡大している。
○	観光名所（職員）	単価の動き	・来客数は若干伸びている。客単価も一時的なものか分からないが非常に伸びており、景気が良くなっている。
○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和と暖かさのせい、来客数は春休みを中心に増加している。その後は通常に戻ったものの、前年比でも順調に推移している。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	・3か月前は来客数が前年比約87%であったが、前年比約94%になっている。良くなかった前年を割っているが、3か月前よりは回復傾向にある。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	・客の足出が良くなっている。
○	その他サービス [自動車整備業]（経営者）	単価の動き	・4月から販売価格を引き上げたが、売上は下がっていない。来客数も件数も好調で、回復の期待がある。社員の給与も物価高に合わせて5%のペースアップを実施している。
○	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、コンロ、エアコンの交換工事が増えている。リフォームは増改築や屋根外壁塗装と補助金対象の設備交換工事が増えている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着きを見せたことに加え、新聞報道などで当地が紹介されたことから旅行者が増えている。ただし、経済効果はホテルや紹介された飲食店等に限定されており、総体的には横ばいである。
□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・今年に入ってから外出機会が増えたことで、衣料品・雑貨の売上が増え、堅調に推移している。特に県外からの客が増えており、週末の来客数は増加している。
□	百貨店（催事担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和に伴って、外出機会やトラベル需要が増加しており、ファッションやコスメ関連商品は売上が伸びている。一方で各種値上げによる生活防衛感の高まりもあり、新型コロナウイルス感染症発生前までは回復していない。
□	スーパー（経営者）	単価の動き	・4月の平均1品単価は前年比107%弱になっている。買上点数と来客数は前月同様に推移している。エネルギー、物流、原料、資材等、取引先各社が値上げした分の価格転嫁が進んでいる。しかし、消費者は諦めか買い控え疲れか、消費低迷に下げ止まり感がある。
□	スーパー（商品担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和が進むとともに、来客数は減少している。
□	コンビニ（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、人の動きがかなり良くなっているものの、長かったコロナ禍での自粛生活に慣れたせい、実際には出歩いている人の数はまだ少ないようである。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・単価は変わらないが来客数は減少傾向にあるため、販売量は前月比、前年比のいずれにおいても減少している。
□	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症も終息の方向にあり、人の動きは戻りつつある。商品の標準小売価格が上がっているため、売上は前年と比べて改善しているが、公共料金の大幅な上昇で経費が大きく増加しており、利益は変わっていない。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・依然として仕入価格の上昇が続き販売価格への転嫁が厳しい状況になっている。数量でのカバーに努めている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (店長)	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経済が動き出したことで、来客数が回復している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (総務担当)	来客数の動き	・例年4月は新入学等の学生需要が高くなるが、来客数が増えてこない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店(従業員)	販売量の動き	・引っ越し等の新生活需要は例年並みである。テレビ等の買換えは単価が上がっていないが、冷蔵庫や洗濯機は大型製品が売れている。売上は前年と同程度である。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売 店(経営者)	お客様の様子	・受注量や取引先の在庫数などに変化はない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・受注生産をしているが、3か月前と比べて受注量に大きな変わりはない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [酒](経営者)	来客数の動き	・一般店頭販売は値上げの影響が出ているが、飲食店では来客数が徐々に戻っており、何とか前年並みに近い水準になっている。地方では都市部ほど人が戻っていない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [靴](従業員)	販売量の動き	・選挙の影響で購入客数が減少している。
<input type="checkbox"/>	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症に対する規制の緩和により需要回復を期待していたが、販売量は前年割れが続いている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・法人や組合、学校関係等の集まりは回復しているが、一般客、特に振り客は依然少ない。新型コロナウイルス感染症はほとんど意識していないが、物価の上昇が家計を圧迫しており、余裕がないという客の声が多い。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・物価高騰の影響か、来客数の伸びは以前より鈍化している。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・全国旅行支援や季節要因もあり、今のところは3か月前と変わらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社(経営者)	お客様の様子	・桜の開花が平年よりかなり早く、外出する人が一気に増えた。そのため、家のテレビの視聴時間が大きく減少しており、テレビサービスの新規加入者がやや減少している。インターネットサービスは年齢問わず利用者がいるため、新規申込者数は横ばいである。
<input type="checkbox"/>	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は収束傾向にあり、経済活動が活発化している。WBC(ワールド・ベースボール・クラシック)の影響もあり、スポーツに関わる消費動向が上昇している。小売業も復活しているように見えるが、物価高騰の影響があるため、状況は変わっていない。
<input type="checkbox"/>	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も下げ止まりの状況にある。マスク着用ルールも見直され、客足も徐々にではあるが新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。しかし、景気が上向いているとはいえない。
<input type="checkbox"/>	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がみられない。
<input type="checkbox"/>	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・3か月前と変わっていない。新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することで少しでも良くなることを期待したい。
<input type="checkbox"/>	設計事務所(経営者)	販売量の動き	・新規受注も発生しているが、案件数や受注平均金額が減少しており、相対的に大きな変化はない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・低価格帯のコンセプト住宅販売が上々のスタートを切っている。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店[医薬品] (経営者)	お客様の様子	・4月はほとんどの商品が値上がりし、売上は前年を割っている。桜の開花が例年より早く、花見が早く終わったため、人の流れも止まっている。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店[医薬品] (経営者)	販売量の動き	・売上は前年と比べて2割ほど落ちている。前年は抗原検査キットの売上が良かったため、その分が落ち込んでいる。

	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・商品単価が上がり、買上点数、客単価共に下がっている。
	▲	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数と買上点数は減少し、1品単価は上がっている。客単価は維持しているが、低価格、お買い得商品の需要は高いままである。即食、中食の買上点数は落ちていない。
	▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年比95.7%と前年を割っている。週末、特に土曜日が厳しく、卵の不足と価格高騰で特売ができない環境にあるため、来客数が大幅に減少している。
	▲	コンビニ（経営者）	競争相手の様子	・今月初め、向かいにドラッグストアがオープンし、来客数が減少している。
	▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・商品の値上げが始まり1年が過ぎ、客の消費に息切れがみられ、大分厳しくなっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・物価高騰の影響による買い控えが続いている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売中止になっている車はなくなったが、なかなか販売量が伸びない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・物価高騰の影響が少なからず出ている。家計の負担が増しているため、車両の支払額を抑えたいということで商談の保留や買い渋りが増えている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2月、3月と少しずつ客が戻っていたが、4月は大変厳しい状況である。ゴールデンウィーク前までは客の財布のひもは固いのではないかとみている。
	▲	競艇場（職員）	来客数の動き	・新規客も増えず、来客数が減っている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・医薬品は日々消費するものなので、基本的には景気動向にかかわらず一定の需要があり、毎月の売上に大きな変動はない。しかし、ここ数か月そういった需要すら消滅したような状況になっている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・物価高が続き、可処分所得が低下するなかで、買上点数が減少し、1品単価は上昇している。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・除雪代、電気代高騰で冬場の赤字がいまだに響いている。廃棄の問題もあり、厳しい月が続いている。新型コロナウイルス感染症発生前の売上に戻る状況にない。
	×	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場者数は前月比70%で推移している。行楽などに掛ける人が多くなっていることが原因とみている。
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	・1週目の春休み期間は前年比で大きく伸長、2週目で新学期が始まり伸び率は落ちたが、それでも前年比で30%以上伸びている。人の動きが良いのが要因である。外国人も多く見掛けるようになっている。
	◎	建設業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・景気の回復に加え、新しい産業、新しい事業についての取組が寄与している。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが常態化していたが、ここ2～3か月は改善傾向にある。
	○	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・人流が活性化し実店舗の売上は好調だが、コロナ禍において伸長したオンラインショップの売上が停滞している。また、マスク着用から解放された3月は売上が著しく増加したが、4月に入って落ち着いている。ゴールデンウィークに向けて一般家庭での支出を抑えているとも推測される。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量は少しずつ増えている。ただし、電気代や鋼材などの価格高騰により、都度、見積りを見直して客先に提出している。客先でも価格が決まっている製品があるため、容易に値上げ要求を認めてくれるところは少ない。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・電子デバイス関連の客先の動きが良くなっている。全体の売上も3か月前と比べ上向いている。
	○	建設業（従業員）	取引先の様子	・受注が堅調に推移している。増収増益が見込まれる。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大型公共施設の受注機会に恵まれた。
	○	通信業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響で、相変わらず顧客は消極的であり反応は冷たい。

	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・桜の開花が平年よりかなり早まったことで観光・小売業界に影響が出ている。しかし、観光イベントは新型コロナウイルス感染症発生前とほぼ同様に開催されており、県内外から観光客が訪れている。消費動向は上向いている。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・寒さからの解放と新年度の定番イベントとがあいまって消費が活発化する時期であり、日中の商店街、夜間の繁華街共に人出が増えている。
	○	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の感染症法上の分類が5類へ移行することが決まったこともあり、世の中が明るくなっている。訪問先での商談も以前より活発になっており、受注件数、受注金額共に増えている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・原材料の価格高騰が消費抑制につながっている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・受注単価の引上げに難色を示している取引先があり、引上げ金額次第では発注自体を取り消す動きも見られる。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・製品ごとに増減産があり、全体としては横ばいである。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・天候が良く外出機会も増えているため、消費活動が活発になっている。娯楽施設、イベント告知、旅行関連の広告出稿は好調だが、新型コロナウイルス感染症発生前の実績にはまだ及ばない状況である。
	□	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、サービス業は全体としては改善しているが、一部小売業の顧客で業績が悪化している。製造、建設業は現状維持の顧客が多く、全体としてはやや良い状況とみられる。
	□	その他非製造業 [飲食料品卸売業]（経理担当）	受注量や販売量の動き	・ほぼ前年並みで変わらない。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・車載量産部品の生産調整が一部みられる。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・メモリ系を中心に半導体関連顧客からの受注量が減少している。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・1月から売上の低迷が続いており伸びる気配がない。物価高騰により個人消費が伸びないことも原因の1つとみている。
	▲	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の発注量が減っている。
	▲	その他企業 [企画業]（経営者）	それ以外	・食料品と電気代の値上がりがかつて大きな影響を与えている。
	×	農林水産業（従業者）	それ以外	・農業団体では、肥料だけでなく農薬の価格も2～3割値上げしている。その他の生産資材の価格も大幅に値上げしている。
	×	農林水産業（従業者）	それ以外	・水田等に散布する肥料が届いたものの、価格は前年の2倍近くにのぼるため、経営を圧迫している。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・令和4年度の出荷量は過去最低を更新している。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・価格高騰に対応できた企業での中途採用が増えている。サービス業や小売業、専門商社や飲食店等で中途採用の求人数が伸びている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・大手企業を中心に採用を強化している動きがあり、求人数が急増している。
	○	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・採用者数は前年を上回っている。
	○	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・今年度、地方自治体はしっかりと予算をつけているところが多く、物価高騰分の値上げが何とかできている。

○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は、12月は前年比96.1%であったが、2月は109.1%になっている。コロナ禍が落ち着き外食やイベントに出掛けることが増え、特に飲食・宿泊業で求人数の大幅な増加がみられる。その他小売業、製造業からの求人数も増えている。
○	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・取引先企業からの人材不足の相談が増えている。
○	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により、インバウンド需要が増加傾向にある。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・求人広告を始め広告全体の取扱状況は前年より改善しているが、新型コロナウイルス感染症発生前と比較すると落ち込んだままである。新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により経済は活発化するとみていたが、物価高騰などマイナスの影響が大きく、景気の改善はみられない。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・あらゆる分野で原材料価格の高騰が続いていることや、今後電気料金が値上げされることが市民生活に影響を及ぼしている。県内においては春闘の賃上げも都市部のように目立った動きがない。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・観光・宿泊関連の業種に回復の動きがあるが、売上が上向くまでには至っていない。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・資材、エネルギー価格高騰の影響で、建設業、製造業での求人数が減少している。一方、市中の観光客や買物客の増加を背景に、宿泊業、外食産業での求人に明るさがみられる。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は21か月連続で前年同月を上回っている。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・震災に係る復興工事が完了したことや、製造業において原材料価格が高騰していることにより、求人の動きがやや悪くなっている。
×	*	*	*