

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 (従業員)	販売量の動き	・初売り期間ということもあり、販売量が増えている。
	◎	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・購入を検討している客が増えており、比例して販売数も増えている。
	◎	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・賀詞交換会などでの客の来館が非常に増えている。400人規模の宴席も多くなっている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・年末年始の来客数は例年と変わらなかったが、それ以降の週末の動きは良好である。また、イベントやコンサートがあると来客数が増える。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候、気温の好影響もあり、来客数が伸長している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東北地方全体で来客数の増加がみられる。特に年末商戦の動きは前年と比べても良好だった。インバウンドも少しだが北海道から東北に流れてきており、売上の改善がみられる。
	○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・初売りは好調に推移した。企業の新年会や学校の卒業式、入学式などが通常どおりに行われ、平常に戻ってきたことが衣料品業界にとっては追い風になっている。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・年末から初売りまでの集客もあり、販売量が伸びている。また、今後の販売につながる話も増えている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・東北の宿泊販売は好調に推移しており、新型コロナウイルス感染症発生前を上回る状況となっている。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・団体客に依存している観光関連施設は団体客減少で落ち込んでいたが、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年の水準まで戻りつつある。
	○	競艇場（職員）	単価の動き	・利用者数も増えているが、客単価が大幅に増えている。
	○	美容室（経営者）	単価の動き	・来客数は引き続き前年割れをしているが、美容施術単価や販売する美容関連商品の値上げなどにより客単価が上がっており、売上は前年を僅かに上回っている。
	○	その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・売上、単価、件数共に順調に伸びている。発注先でも受注件数が増加して納期が長くなっている。
	○	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場者数は前年と同等だが、新規来場者数の動きは微増で推移している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・大きな変動はない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・売上には影響していないが、初売りや小正月行事、成人式と、今までコロナ禍でストップしていた行事が再開し、人出が多くなっている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・来客数は前年比1割減だが、単価が良く売上は前年と同程度である。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・降雪量が少なかったこともあり、年末年始の人の動きは前年よりも多かった。しかし、客先の飲食店、観光旅館関連施設等においては販売量格差が大きくなっている。販売量、売上共に良い店といまだに伸び悩んでいる店がある。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・仕立ての依頼はあるが、2次製品がほとんどで売上は伸びない。
	□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・初売りは物価上昇の影響か、お買い得感の高い食料品の福袋が特に良かった。その後も衣料品などはセール品を中心に前年より好調に推移している。
□	百貨店（催事担当）	単価の動き	・暖冬により冬物衣料の動きが低調である。また、物価高による生活防衛意識からか、客単価が下がっている。	
□	百貨店（従業員）	来客数の動き	・必要最低限の購入や慎重な商品選定の傾向は継続している。来客数は前年と同水準で推移している。	

<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	単価の動き	・1月の平均1品単価の前年比伸び率は前月と同じように推移している。来客数は前年並みである。買上点数は前年割れが続いているものの少し戻している。結果、既存店売上は前年を超えている。ただし、買上点数の伸び率は依然前年割れが続いているため、消費の状況は変わっていないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	販売量の動き	・流通業界各社は前年の売上を超えている状況である。1品単価と客単価の上昇がみられ、好調に推移している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が減っている状況は3か月前と変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数は減っているが、値上げにより売上は保っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・前々年から続く商品の値上げで売上は確保できていても買上点数が鈍化しており、前期を割り込む日もある。また、加工食品の特売品も以前より販売点数が減少している。必要なものについては安くても購入しない傾向が顕著である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・売上は単価の上昇で前年比105%、来客数は同100.3%、買上点数は同96.7%になっている。買上点数は前年を大きく割っており、買い方が慎重になっている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	お客様の様子	・来客数は若干下がっているが、物価高騰により売上は前年を維持している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・暖冬の影響で防寒衣料の売上が鈍い。しかし、風力発電関連の事業所から作業服等の受注が増加しているため、プラスマイナスゼロに近い。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客はお買い得なセール品でも必要品以外は購入しない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・入学、卒業、出張用途などの需要は増えている。しかし、ふだん着は暖冬に寒気と天候に振り回されているためか何を購入したらいいか迷っている人が多く、需要が安定しない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・客単価は低下傾向にある。しかし、入学式、入社式需要の客が前倒しで来ているため、来客数は増加傾向にある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・客単価は前年比ほぼ100%だが、来客数は同90%である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・エアコンは前年比で微増しているが、テレビや冷蔵庫は同5%程度下がっている。暖冬のため石油暖房機器が振るわない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・配車量が安定しており、収益が安定している。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・新車受注は前年と比べ若干少ない。しかし、中古車の商談数は増えており、かつ季節商材も前年並みに出ていることから、客は必要などころにはしっかり金を使っているとみている。
<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	・1月の売上は非常に厳しい状況である。要因としては、防寒着等の動きが良くないことや、休みが長かったことで稼働日数が少なくなったこと、雪不足で観光業への客足が鈍いことなどがある。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は比較的良好である。しかし、客からは景気が良い話は聞かない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・正月過ぎから販売量が鈍化している。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は増えていないが単価が上がっているため、売上は微増している。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・売上は戻ってきているが、仕入価格や光熱費等が上がり、利益はさほどでもなく、景気が上向いている感じはない。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内、海外旅行の個人、団体いずれも、先行予約状況は3か月前とほぼ同じ水準である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・1月はオフシーズンのため、販売の動きが余り良くない。

□	タクシー運転手	お客様の様子	・依然、乗務員不足でタクシーの稼働台数が不足している。雪や雨による列車の運休や、高齢者の利用により運行回数が増えている。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・株価は伸びているが、物価の上昇に賃金が追いついていないため、景気が良くなっている実感はない。
□	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・食品小売業の来客数に変動はみられず、景気は変わらない。
□	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	・取引先の投資は前月に引き続き必要最小限にとどまっている。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客からの依頼が増えない状況は変わっていない。
□	通信会社（社会貢献担当）	販売量の動き	・初売りの需要で販売量は上向いたものの、その後は通常に戻っている。
□	遊園地（経営者）	来客数の動き	・気温が暖かかったこともあり、6日間の限定営業ながら来客数は見込み以上となっている。
□	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・受注量の低下、競争激化によるダンピングが続いている。さらに、4月以降の時間外労働の上限規制や4週8休の問題も解消できていない。
□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・注文建築が少なく、企画建売住宅販売で受注予定を埋めている。
▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・暖冬や雪不足の影響で、衣料品や靴等、冬の日用品の売上が伸びていない。
▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・街のイベント効果で来客数は大きく増えたが、食品、お歳暮を中心に買上率は伸びていない。その要因の1つとして、商圏内に新規開業した競合の存在がある。
▲	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数に変化はないが、年明けから客単価が落ちている。野菜価格は低下し、生鮮相場の高止まりによりパック商品の単価も低下したが、買上点数は多くない。高単価品の衝動買いは抑えられているのか、低単価のお買い得品の構成比が高くなっている。安価品の価格競争が進み、体力勝負になることを懸念している。
▲	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・来客数は減少していないが、客単価と販売量の低下が年明けから顕著に表れている。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・インフルエンザの流行で通勤通学時間帯の来客数が減少しており、売上が低下している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、単価、販売量共に前年割れの状況である。暖冬による除排雪業務の減少が大きく影響しているとみている。
▲	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、来客数が減少している。
▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・客は安い商品を選んで買っている。買物をしているときの客の表情も暗い。
▲	家電量販店（従業員）	単価の動き	・初売りが終わり中旬以降は売上が落ち着く時期だが、今年は暖冬の影響もあり、単価、来客数、販売量のいずれも下がっている。家電量販店は買換え需要に支えられているため、単価下落の影響は大きい。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・法人客向けの販売は好調だったが、商用車がほぼオーダーストップになり販売が低迷している。
▲	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	・住宅を購入しても家具やインテリアなどに金を掛ける余裕がなく、今使っているものをそのまま使用して節約する客が多い。
▲	その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・物価高の影響で財布のひもが固い。積雪がなく長靴を始めとする冬物商材が売れない。
▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・降雪もなく気温も高いため、灯油や冬用タイヤなどの季節商材の動きが悪い。

	▲	その他小売 〔ショッピング センター〕（統 括）	来客数の動き	・今月の買上客数は、前年比102%、新型コロナウイルス感 染症発生前の2019年比88%であった。3か月前の10月は前年 比100%、2018年比108%となっており、今月は2018年比を下 回っている。
	▲	高級レストラン （支配人）	販売量の動き	・単価は変わらないものの、来客数が減少している。
	▲	一般レストラン （経営者）	来客数の動き	・1月に入り来客数が極端に減少している。例年にも増して 出足が鈍くなっている。能登半島地震の影響や消費マインド の低下もあるとみているが、なかなか厳しい状況である。
	▲	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・1月中旬から下旬までは予約が結構入っていたが、2月の 予約状況が悪い。
	▲	観光型旅館（ス タッフ）	来客数の動き	・1月は元々閑散期で営業は週末のみだが、その週末でさえ 稼働率は60～70%である。
	▲	都市型ホテル （支配人）	お客様の様子	・当地域の旅行支援再開日程が確定したことにより、実施期 間前の土日、休前日を中心とした予約の鈍化、取消しが顕著 である。
	▲	タクシー運転手	単価の動き	・日中は買物客が多数おり利用客は増えているが、客単価は 低い。まれに長距離客もいるが、客単価は低い。
	▲	通信会社（経営 者）	お客様の様子	・有料テレビサービスは年末年始の特別番組を視聴するため に、年末までに加入を済ませた客が多かったため、新規申込 みが減少している。インターネットサービスは集合住宅の一 括加入を中心に加入数が伸びている。
	▲	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、石油暖房器具の買換えが減ってい る。リフォームは、住まいの困りごとなどを解決するサービ スの利用は増えたが、大規模な工事は減っている。
	×	一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	来客数の動き	・来客数と客単価は1月に入り良くない状況が続いている。 下旬は更に落ちている。
	×	一般小売店〔雑 貨〕（経営者）	お客様の様子	・正月早々から地震や航空機事故等、暗いニュースが続いて おり、世の中の雰囲気は暗い。また、暖冬の影響で雪がなく、 生活する分には良いが、雪に関係する仕事をしている人 は、仕事が全くないため苦勞している。
	×	スーパー（経営 者）	お客様の様子	・能登半島地震や、羽田空港での事故等で、新年早々マイン ドが非常にネガティブな方向に向いている。それにより客の 消費が非常に渋くなっている。
	×	コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・来客数は正月までは良かったが、それ以降はかなり悪く なっている。
	×	コンビニ（経営 者）	それ以外	・冬は売上が厳しく、除雪費、光熱費も重くのし掛かっている。 東北は他の地域に比べて電気代も下がらない。経営は厳 しく、やめるオーナーが増えていると聞く。
	×	衣料品専門店 （経営者）	販売量の動き	・極端に雪が少ないため、例年ならダウンコートなど防寒物 が動く時期だが、今年は全く振るわない。すっかり春物待ち になっっていて、売上に苦戦している。
	×	その他専門店 〔酒〕（経営 者）	販売量の動き	・能登半島地震により物と心両方の影響があるためか、飲食 店、店頭両方で全ての商品の動きが鈍い。11月頃から減速感 が徐々に増している。
	×	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・昼には個人客も法人客も来ている。しかし、夜は8割近く が法人や組合団体関係の客である。家族連れは高額になりが ちな夜の外食に、家計から金を回す余裕がないとみている。
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	・初売りは天候が良く人出も戻り、売上も前年超えの良いス タートを切れた。しかし、その後は調子が良くない。前年を 確保できるか微妙である。
	○	出版・印刷・同 関連産業（経営 者）	受注量や販売量 の動き	・選挙関連や記念誌の仕事を受注している。

○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大型受注はないものの、物価高騰などに伴う設計変更の協議により成果が出始めており、少額でも着実な受注契約が増えている。
○	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	・カップ麺の動きがとても良く、受注量、販売量共に前年を大きく上回っている。
□	農林水産業（従業者）	それ以外	・果物の売買は春以降に行われるため、冬場はその準備期間である。
□	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続いており、販売に苦戦している。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	取引先の様子	・高齢化による中山間地域の荒廃、人口減少、社会資本が整備されている地域への人口集中など、地方経済が疲弊している状況は変わっていない。地方の中小企業は賃上げ、優秀な働き手確保などの課題を抱えており、首都圏の状況とは大きな開きがある。
□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年末年始の情報交換では、どの業界も良くては横ばいとのことである。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・顧客の半導体製造企業の投資意欲が短期的にはない状況が続いており、受注につながる話がみえてこない。
□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建築資材不足や価格高騰が続いているため、状況は変わっていない。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・2023年の年間売上は前年比94%である。物価高騰の影響で消費が伸びず、物の動きが鈍かったという印象が強い。
□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・同業他社への切替えの相談をされることがある。
□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・インバウンド需要の増加が関連業界に好影響を与えている。一方で、中国向け輸出の減少や主力魚種の不漁に起因し、全体的に水産関連業界の元気がない。
□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・広告業界の業績はなかなか上向きにならないのが現状である。新型コロナウイルス感染症発生前と比較して90%前後まで回復しているが、経済環境が不安定であるため、100%超を達成できない状況が続いている。3か月前と比較して大きな変化はみられない。
□	経営コンサルタント	それ以外	・例年と比べて降雪量が少ない。それにより、業態によって業績面で良い影響が出ている企業と悪い影響が出ている企業の両方がみられる。
□	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。飲食業、サービス業については業績の改善がみられるが、製造業関係は人手不足、部品不足等で売上が上がらず、業績は相変わらず厳しい状況が続いている。建設業は一定の業績を確保しているところが多いため、全体としての景気はやや良いとみている。
□	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・営業成果の指標となる数値の動きに変化がない。
□	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	・能登半島地震の影響で、大企業と役所では予定していた新年会をキャンセルする動きが出ているという話を宴会場や飲食店から聞いている。
□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・景気が良いといえる材料も、悪いといえる材料も見当たらない。
▲	農林水産業（従業者）	それ以外	・農業機械の価格が年々高くなっており、値引き幅も少ない。
▲	食料品製造業（製造担当）	取引先の様子	・これまでのインバウンド需要も台湾の選挙で一次的に落ち着いている。加えて能登半島地震の影響で初売り等を控える自粛ムードもあって、静かなスタートとなっている。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年明けから引き合いの件数が減っており、受注量も前年より少ない状況である。
▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・3か月前はほぼ計画に近い受注金額まで確保できていたが、今月は案件の先送りもあり計画未達となっている。

	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年同様、降雪の影響で受注高、完成工事高共に減少している。	
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に発注工事が低調で、需要は落ち込んでいる。	
雇用 関連	◎	—	—	—	
	○	—	—	—	
(東北)	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・関東圏に拠点がある企業の業績が回復している。関東圏で人材が欲しいものの、関東圏では採用ができないため、当県で採用して東京で勤務させたいという問合せが、ここ1～2か月急増している。	
	□	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・全体的には書類選考の通過率が下降傾向にある。	
	□	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・景気に停滞感がみられる状況は変わらない。求人数は季節要因を差し引いても鈍化しており、同業他社からも同じような話を聞く。	
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者数は3か月前と変わっていない。	
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・求人企業、求人数共に増加し、人材不足を訴える企業も多いが、それが景気の良さに直結していない。物価高と中小企業従業員の給与が増えていないことが問題である。多くの中小企業経営者も給与アップは検討しているようだが、そう簡単に上げることはできないという声が多い。	
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・上向きの話は聞こえてこない。ベースアップについても、努力はしたいが現実的には厳しいという声を聞く。	
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年始から堅調に動いており、売上も前年並みとなっている。	
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人手不足が続いており、給与の引上げなど、労働条件改善の動きが増えている。	
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により年末年始にかけて個人消費が拡大し、卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業では新規求人数が前年より増加しているが、原材料価格の高騰により建設業、製造業では減少している。	
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が一定水準を保っている。	
	□	学校〔専門学校〕	それ以外	・次年度学生に向けての準備期間のため、求人数は一旦落ち着いている。	
		▲	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・A Iの影響を受けて、明らかに仕事量が減っている。
		▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・12月の新規求人数は前年比で37.6ポイント低下、9月比では15.2ポイント低下しているが、求人数が求職者数を上回る状態は変わっていない。新規求人数は前年と比べ、一部の業種を除き、各業種で極端な減少はないものの、全体では大幅に減少しており、厳しい状況にある。
		▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・物価高騰の状況が継続している。
		▲	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・大手自動車メーカーの不正問題による出荷停止で、一部取引先企業にて減産等の影響が出ている。
	×	—	—	—	