

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）	販売量の動き	・抗原検査キットの需要は4月に入って減少している。来客数は減少しているが販売量は好調で、化粧品やヘルスケア商品、雑貨がよく売れている。
	◎	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・2～3か月前は天候不順や生活関連品の値上がりの影響で、コロナ禍の頃よりも厳しい状況だった。依然、厳しい状況は続いているものの、今月は天候も良く、光熱費も抑えられる季節となり、購買意欲も上がっている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・暖かくなり観光客が増えているため売上が増えている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・売上は1月下旬以降大きく落ち込んでいたが、4月後半になってやや回復傾向がみられる。単価の高い商品をまとめ買いする客が戻っている。
	○	百貨店（催事担当）	来客数の動き	・物産展などの催事開催やファッションフロアのリニューアル効果により、2か月連続で来客数、売上共に前年を超えている。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・4月に入り来客数の増加がみられ、それに伴い売上も改善傾向にある。特に人口が集積する地域にある店舗で顕著となっている。しかし、特売構成比は依然高く、特売商品目当ての客が増加したことによる来客数増加とも考えられる。
	○	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・来客数は前年並みに回復している。売上も週末は多少改善の傾向がみられる。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は増加傾向だが単価が下落している。結果、販売量は前年並みで推移している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・今年は4月中に桜が満開となり、観光地の来客数の動きが良い。また、ゴールデンウィーク前半も好天に恵まれ、売上も好調に推移している。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・エアコンを中心に白物家電が好調である。パソコンなどは不調だが、全体で見ると前年よりも微増となっている。
	○	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・例年ならば新入学・新生活の客が落ち着き、売上は落ち着く時期だが、今年は気温が25度を超える日が数日続いたため、エアコンを購入する客が多くなっている。前年、取付けに1か月以上掛かったため購入を断念した客が、早めに購入するケースが多くなっている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車も中古車も個人客の受注が少しずつ増えている。
	○	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・近隣で、ショッピングセンターの新規オープンや店舗のリニューアルがあり、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	・来客数はかなり戻っており、大人数での宴会も段々と多くなっている。少人数の予約も増えてきたため、景気は多少良くなっている。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・インバウンド受入れに関するセールス強化の成果が出ている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・円安の影響もありゴールデンウィークは国内旅行が好調に推移している。ただし、前半3連休と後半4連休に分かれているため、近場での宿泊の比率が高くなっている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県内の当社契約施設を訪れる客の総数は確実に増えているが、前月比では101.2%と微増である。
	○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・新年度需要があり、物価上昇にもかかわらず消費動向は前月よりも上向いている。
	○	美容室（経営者）	単価の動き	・暖かくなり客の出足が少し良くなっている。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	販売量の動き	・新年度に入って販売単価が上がったが、成約受注件数も増加しており、売上が伸びている。

□	商店街（代表者）	販売量の動き	・商品の単価が上がると消費者は節約をするため、販売量は減少している。
□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・観光業、飲食業への販売量が少しずつ増加傾向にあり、前月よりやや良くなっているが、一般消費者への販売量が芳しくない。消費者の買い方にも変化がみられ、安い物を買いたいという意識が強くなっている。買い控えとよくいわれるが、今や買うことに罪悪感すら覚える消費者も少なくない。
□	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・前年末から売上、来客数共に前年割れが続いていたが、今月15日の年金支給日以降はますますの実績になっている。
□	百貨店（従業員）	お客様の様子	・アイテム動向としては花見や行楽関連などが動いており、前年よりも外出マインドの高まりがみられるが、購買動向としては必要最低限のものに絞る傾向が継続している。
□	スーパー（経営者）	単価の動き	・4月の平均1品単価は前年比伸び率4%弱とやや落ち着いている。ただし、来客数と買上点数の前年比推移はこれまでとほぼ同じであり、依然、消費の低迷は続いている。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数の前年比が横ばいとなっている。
□	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、買上点数が減少している。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・4月に入り、新規客の動きが良くなっている。特に夜の客の動きが良好である。土日の人の動きも堅調である。
□	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、来客数が増えていない。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・年度末の駆け込み需要が多かったため、4月は予算未達となる見込みである。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・スーツの新調や買換えといった仕事ニーズに関する動きは例年並みに順調である。しかし、気温の低い日が続いたため、今月は春夏物を購入する客が減っている。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ビジネス衣料の需要は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいているが、カジュアル衣料の需要は天候に振り回されている。
□	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・売上は前年比100%を確保したが、来客数は同90%と落ちている。客単価が前年より高いのは、物価上昇で各商品の単価が上がっているためである。来客数が伸びなければ改善は難しい。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・1月からメーカーの生産台数に変化はない。新型車が発表になっても既存車の入庫に影響はなく、売上に変化はない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・安定した配車供給が続いている。
□	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・買換えの商談はあるものの、以前より車両価格が上がっている影響で新車成約に結び付くケースが少ない。反面、中古車販売は前年比2割増しと好調である。
□	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・営業車の車検時の交換部品の費用に客が大分シビアになっている。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・特注家具を作っている。物件内容で数量、単価が変わるため販売量によって景気が変わるが、3か月前と比べ変わっていない。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・今月は値上げ前の特需などが重なり売上が上がったが、一般消費者の財布のひもがかなり固くなっている状況は変わらない。
□	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・例年3月4月は売上が1番良い月だが、今年は苦戦している。原因は分からないが全体的に景気は良くない。インバウンドの好影響は全くと言っていいほどない。

□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・原油相場、為替などの影響で製品コストが上昇している。燃料油価格激変緩和補助金によって販売価格に大きな変動はないが、高値が続いていることから販売量は増えることはない。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新規客がみられる反面、常連客の来店回数は減少が続いている。値上げをしたことでレストランを敬遠する動きが強まっているのではないかと不安を感じている。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・今月は花見などのイベントがあったため人出は多かったが、その後に店に来て飲食をする客は少なかった。
□	一般レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・3か月前と変わらず、来客数は前年比98.5%から98.7%で推移している。
□	観光型ホテル (スタッフ)	それ以外	・依然、物価高が続いており、景気は変わっていない。
□	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・単価は上がったが、来客数は減少している。
□	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィーク目前で、例年どおり動きの少ない月となっている。
□	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・今月は入学式、キックオフのイベントでの利用が多くなっている。
□	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発生前の需要に戻りつつあるものの、人手不足や物価高騰により取り込めていない状況である。
□	旅行代理店 (従業員)	来客数の動き	・コロナ禍の頃の来客数減少からは脱却したものの、その後も旅行申込みや旅行消費拡大までには至っていない。店舗への来店予約数に大きな変動がなく、3か月前と大きな変化はない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・今月は比較的雨天が少なく晴れの日が多かったため、利用者が少なくなっている。ただし、官庁や企業の歓迎会や花見などでは多数の利用があった。
□	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はみられない。
□	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・良い話を聞かない。
□	観光名所 (職員)	来客数の動き	・売上を支えてきたインバウンドの動きは少し後退気味だが、日本人観光客の動きは活発で、4月中旬から振り客の数が増えている。売上は横ばいである。
□	遊園地 (経営者)	来客数の動き	・前年のコロナ禍明けの反動増に比べると勢いはないが、順調に推移している。
□	美容室 (経営者)	来客数の動き	・今年に入ってから客の再来店率が前年比95%前後で推移している。
□	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・働き方改革の影響や資材価格の高騰などもあり、動きが鈍い。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・注文住宅の受注は低迷しているが、相続人のいない客からの住宅買取りや仲介の依頼が増えており、建売住宅用地やリフォーム中古住宅での事業展開が進んでいる。
□	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器は気温の上昇に伴いエアコンの交換工事が増えている。リフォームは補助金対象の高断熱窓への交換工事が増えている。また、好天に恵まれ屋外の壁塗装工事も増えている。
▲	商店街 (代表者)	お客様の様子	・物価高騰対策で4月に賃上げを行った企業が散見されたが、大企業以外1時間当たり50円程度の賃上げにとどまっており、物価上昇分をカバーできていない。
▲	百貨店 (企画担当)	販売量の動き	・来客数は減少しているが、高額品を中心に客単価は引き続き伸長している。ただし、衣料品は苦戦している。
▲	百貨店 (経営者)	販売量の動き	・来客数及び販売数量が減少している。特に食料品は価格上昇に対する生活防衛意識が顕在化している。また、売上をけん引してきた高額商品も一巡したようで若干減少している。

▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数は変わらないが、客単価及び買上点数が減少しており、売上は前年より減少している。ただし、観光需要は増えており、特にインバウンド需要が大きくなっている。花見があった週は売上が前年を大きく上回っている。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数が減少している。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が減っている。物価の上昇により、客は生活防衛意識が強くなっており、買上点数も減少している。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・販売促進の内容の影響もあるが、買上点数が3か月前と比較してやや減少している。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・前月よりも少しずつ悪くなっている。今は建設業関係の仕事がなく、農家も余り活動をしていない時期のため、朝夕の売上が上がらない。
▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は辛うじて前年比100%を維持しているが、客単価は前年比2%減少している。買上点数も減少傾向にある。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・不安定な天候も来客数減少の要因の1つとみている。
▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・少し前までは、例えばおにぎりでも、おいしければ高くても売れていたが、最近は安い商品を選ぶ傾向が顕著になっている。
▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・コロナ禍が明けたのに、前年よりも来客数が落ちている。当店は5%ダウン程度で済んでいるが、他の系列店はもっと落ちている。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・来客数、購買客数共に減少している。
▲	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・物価上昇の影響で買物に対してより慎重になっており、買上点数が伸び悩んでいる。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・買換えを検討している客が少なくなっており、販売台数が減っている。
▲	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	・物価は上がり円安も続いているため、暮らしにくい状況が続いている。消費に慎重になる人が多くなっている。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・3か月前と比べて売上は12%減少、来客数は8%減少している。前年比では売上、来客数共に98%となっている。4月に入り、これまで好調だった飲食業種の売上が前年比17%減少、来客数は同14%減少している点も全体の苦戦要因の1つとなっている。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・放送サービスの新規契約者数が減少傾向にあり、既加入者の解約も増えている。若者を中心に動画配信サービスの人気が高くなっており、テレビに金を払う人が減っている。テレビをインターネットに接続するためのWi-Fi環境を整備する家庭が増えており、通信サービスの新規契約者数が伸びている。全体的には契約者数は低調である。
×	一般小売店 [医薬品]（経営者）	単価の動き	・あらゆる商品が値上がりしており、それに伴い売上も上がるはずが上がっていない。客単価は前年比97%である。
×	一般小売店 [寝具]（経営者）	販売量の動き	・過去にないくらい商品が動かない。景気が上向く気配は全くない。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・商品の値上がり度が何度も行われており、受け入れられないくらいに進んでいる。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・暖かくなってきたが、来客数は余り伸びず、単価も下がっている。連日の円安ニュースで購買意欲が落ち、買い控えが発生しているのではないかと。
×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新年度になり人の動きが活発になるとみていたが、振り客はますます減少している。法人や組合の予約に変化はなく、祝い事や法事での会食利用にも変化はないが、夜の繁華街にプライベートで飲みに行くケースはまれになっている。

企業 動向 関連  (東北)	◎	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・様々な業界の方と接するが、先々まで仕事のみえているため、突発的な仕事は断っているとの話が多い。偏った業界だけの話ではない。
	◎	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	・中旬までは前年並みの動きだったが、下旬はゴールデンウィークに合わせて受注が伸びた。営業日が1日多かったことと月末が稼働日だったことが好調の要因である。
	○	食料品製造業 （製造担当）	受注量や販売量の動き	・催事やフェア企画等への出店オファーはあるものの、スタッフの確保に苦慮している。集客に対応する人材確保が急務である。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・生産設備の治工具部品の注文が、少しずつではあるが増えている。
	○	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	・食品の値上げが続いているが、特売のカップ麺の動きが良く、受注量、販売量共に前年をやや上回っている。
	□	農林水産業（従業員）	取引先の様子	・時期的にまだ収穫前だが、今年も暑くなりそうなので、灌水に係るコストなどが気掛かりである。
	□	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、3か月前と比べて変化はない。
	□	金属製品製造業 （経営者）	取引先の様子	・顧客の様子に多少違いはあるが、全体的にみると大きな変化はない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・取引先の半導体デバイスメーカーからは、良くなる話が聞こえるようにはなったが、依然、開発計画や投資計画の具体的な改善はみられない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年5月以降は受注量が増えるが、今年はまだ本格的に増えていない。
	□	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、一定の受注契約を獲得できている状況である。
	□	建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・資材高騰に加えて人手不足も続いているため、変化がない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・令和5年度の売上は前年よりも減少し、減収減益の決算見込みである。主要製造業取引先の減産が大きな要因である。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・契約更新の際に同業他社に切り替える客が増えている。
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・観光ニーズの取り込み増加により、宿泊業など関連業種の業況は上向いている。一方、個人消費は物価上昇に比べて賃上げの実感が追いついておらず、抑制傾向は変わっていない。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・期初である4月は広告出稿を抑え気味にスタートする企業が多いため、例年どおり広告業界全体の業績は低調である。今年は気温の上昇が早いため、夏物商戦の前倒しがみられるが、全体の底上げまでには至っていない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・物価の上昇に対し消費者に諦めムードがあるなか、ついで買いを控える動きや選別消費がみられる。
	□	公認会計士	取引先の様子	・取引先の月次、決算状況から判断している。飲食業、サービス業は業績回復傾向が続いている。建設業はそこそこの売上を計上しており、一定水準を維持している。製造業は一部人手不足、部品不足等で売上処理ができず、業績の振るわない顧客が多い。全体としての景気はやや良い。
	□	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・購買力が変わらない企業もあるが、売掛で貸倒れもちらほら発生している流れは1年以上変わっていない。
□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・賃上げ報道を多くみるが、当地のような地方の小さな町には地域をけん引する主要な企業がないため、賃上げしたという情報を耳にすることは少ない。	
▲	食料品製造業 （経営者）	受注量や販売量の動き	・人の動きがある割に売上は良くない。物価上昇の影響もあり、土産への出費に対する財布のひもは固い。	
▲	出版・印刷・同 関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・物価高騰のあおりを受けてか、発注を控える動きや見積り競争が厳しくなっている。	

	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・全事業において客先からの引き合いが減少している。計画していた案件も来月以降にずれ込んでおり、厳しい状況である。
	×	農林水産業（従業者）	それ以外	・農業機械や農業設備の価格が高騰しており、設備投資をしたくてもできない状況になっている。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・前年度の出荷量は10年連続で前年度を下回っている。官需、民需共に低調で、非常に厳しい状況である。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・4月初旬の動きは鈍かったが、後半に近づくにつれて活発になっている。特に、時期的に先の転職相談だけではなく、目先の転職を考えて登録する人が増えている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・例年4月は最繁忙期である3月を終え求人としては落ち着く時期であるが、今年はそこまで落ち込んでいない。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・食料品や旅行分野を中心に、個人消費が緩やかな回復傾向にある。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比で増加傾向にある。
	○	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・増産の話もあり、採用人数を増やしている。
	□	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・ほぼ全業種で求人数が多い状況が続いている。製造業はもちろん、小売業、飲食業、卸売業、サービス業で求人数が継続的に多くなっている。
	□	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・人件費などの高騰分を価格転嫁できているが、AIに仕事を奪われているところがある。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・広告需要は伸びる気配がなく、求人広告も顕著な動きはない。人材不足、物価高騰による需要の減少が影響し、景気が改善しているという企業は周囲にはない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・前月と比べ広告の動きは若干良くなったが、それでも売上は前年を下回っている。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・売上が減少している企業がやや増加している。一方で労働力人口の減少による人手不足は継続しており、求人意欲は高い。
	□	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。
	□	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・株価が上昇し景気は上向きといわれているが、日常生活で実感できないことがない。
	▲	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・求人数、求職者数共に前年比マイナスである。複数の同業他社も同様の傾向にあることから、下降線をたどっているものとみられる。
	▲	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数のなかで、事業主都合による離職者数の増加が続いている。
	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・事業所の都合で解雇される人が多くなっている。
	×	—	—	—