

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)	◎	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・今月の売上は前年比103%となっている。外国人客も少しずつ増えていることに加え、これからは外出しやすい天候になるため、来客数も増えるとみている。単価は少し上昇しているが、客は必要な商品は購入している。
	◎	コンビニ (経営者)	・天候次第だが、祭りの期間が好調に推移すればその後の経営はかなり楽になる。しかし、日々の店舗運営は人手不足で非常に危うい状況が続いていることに加え、物価高騰、賃上げ、経費増大に対してフランチャイズ契約が何1つ変わらないため、辞めていくオーナーが増え続けている。
	◎	都市型ホテル (スタッフ)	・大きなイベント等の会場利用が多くなり、県外からの客も多くなるとみている。
	○	商店街 (代表者)	・大型連休に加え、商店街イベント、駅ビルオープン、客船寄港などの良い条件がそろっている。
	○	一般小売店〔酒〕 (経営者)	・県外からの客の増加が見込めるため、景気も良くなるとみている。
	○	一般小売店〔酒〕 (経営者)	・季節も良くなり行楽シーズンに入るため、様々なイベントが開催され、人流の増加が見込まれる。ただし、今後の賃上げと物価高の推移を注視する必要がある。
	○	スーパー (店長)	・賃上げや定額減税が予定されているため、今よりは景気が良くなるとみている。
	○	スーパー (企画担当)	・コロナ禍が明けて、客の動きは活発になっている。物価高のなか外食産業が大きく値上げしたため、内食需要が高まり食品小売業は上向いている。
	○	コンビニ (経営者)	・人流は活発であり当面は来客数の増加が見込めることから、気温の上昇とともに販売量も増加するとみている。
	○	コンビニ (経営者)	・季節が変わり人の動きが良くなるため、景気は少しずつ良くなるとみている。
	○	コンビニ (エリア担当)	・夏に向けて消費行動が活発になるとみている。
	○	コンビニ (エリア担当)	・円安と株高の影響がどの程度出るとの見通せない。
	○	衣料品専門店 (店長)	・前年は春から初夏にかけて来客が少なく、仕事用や行楽用が苦戦したが、今年はこの先の天候が順調ならば、客の様子からみて例年以上になるとみている。
	○	家電量販店 (従業員)	・例年より暑くなるとの予報が出ているため、季節商材を中心に販売量の増加が予想される。省エネモデルを検討する客が多く、単価も上がるとみている。冷蔵庫も気温が上がると故障しやすくなるため、買換えにつながる。パリオリンピックによるテレビ、レコーダーの需要増加も予想される。
	○	観光型旅館 (スタッフ)	・例年、夏休みや海水浴シーズンを迎えるため客は増える。しかし、今年は北陸応援割及び宿泊代の高騰があるため、良くなるとは言えない。
	○	都市型ホテル (支配人)	・インバウンドを軸に、先行予約が好調である。
	○	旅行代理店 (従業員)	・県内の当社契約施設の客の予約数が微増傾向にある。
	○	通信会社 (営業担当)	・製造業への投資需要が予測されるため、景気は上向きになるとみている。
	○	競艇場 (職員)	・夏に来場促進キャンペーン等を計画しており、売上は徐々に上がるとみている。また、ゴールデンウィークにも売上アップの対策を考えており、景気は良くなると期待している。
	○	美容室 (経営者)	・賃上げが地域の消費に影響を与えることになれば、その効果が当社にも及ぶことを期待している。
○	その他サービス〔自動車整備業〕 (経営者)	・給料のベースアップもできていて、購買力が伸びている。	
□	商店街 (代表者)	・上がった価格は下がらないため、買い控えが続くとみている。	
□	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・消費者の金の使い方が変化している。イベントや旅行には金を使うが、日常の消費においては必要なものだけを買っている。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・これ以上悪くはならないくらい底辺で推移している。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・今後も値上げが続き、天候不順も予想されることから、客の購買意欲の高まりは期待できない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・4月に入り、衣料品等、主力商品アイテムが苦戦している。ゴールデンウィーク期間中の気温上昇と人流の動きを注視していきたい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営者）	・賃金の上昇分が多少なりとも消費に向けられることを期待しているが、アフターコロナの活発な消費マインドも1年が経過し、将来への不透明感から貯蓄や金融資産への投資に向けられるのではないかと懸念している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（催事担当）	・今後も大型催事やフロアのリニューアルを計画しており、売上の前年超えが期待できる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（従業員）	・地域的にインバウンド特需は期待できない。また、生活防衛意識に変化はなく、低単価傾向や必要最低限の消費動向は継続するとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・決して地域の景気が良いとはいえず、消費は大きくは変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・景気が上向きになるような動きは見られない。現状を維持するのに精一杯の状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・値上げが落ち着くまでは、買上点数の増加は期待できない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・商品の価格見直しが依然続いており、消費行動は大きく変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・企業努力による安売りで客の購買行動を刺激できているだけで、来客数は増えても1品単価は下落傾向にある。今後、物価高が進めば地方の企業は更に利益が圧迫されることになるのではないかと懸念している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・来客数は回復傾向にあるが、買上点数、客単価は前年までの数値にはなっておらず、客は買物に慎重である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	・買上点数が回復すれば見通しも良くなるが、値上げが続く限り買い控えも続くとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・購入点数や単価は横ばいのまま、来客数は引き続きプラスで推移するとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・これ以上売上が下がると店の存続が危ぶまれる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・6月以降の電気料金の値上がりや、どの程度客の動きに影響を及ぼすのか不安がある。楽観視はできない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・海外生産の多い作業服等の仕入価格が円安で急騰しているため、販売価格の設定に苦慮している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・気象予報でこの夏は猛暑となっているが、衣料品の購入モチベーションは、そのときの天候次第で大きく変化するため先が読みづらい。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・5～6月のボーナス商戦の状況を見なければ分からないが、ベースアップ等があっても、物価上昇分を考えれば実際には何も変わっていないため、景気改善はないとみている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・この夏は猛暑の予想で、エアコン等が売上がけん引するとみている。しかし、家電よりも観光需要に消費される可能性がある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・個人客の受注が少しずつ増えている状況は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・フルモデルチェンジ予定の車種もあるが、売上に大きく影響する車種ではない。サービス部門も点検や車検の予約状況を見ると売上は変わらない。しばらくは大きな変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・特に需要に変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・車両価格だけでなく交換部品の価格も上がっている。しばらくは新車成約が難しい状況は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（経営者）	・暖冬で受注が減少した分の付けが大分あり、尾を引くとみている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしているため受注内容から判断して、2～3か月後も変わらない。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・円安が止まらない限り、変わらないとみている。

<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	・都市部では給与が上がっていると聞く。しかし、地方ではそれほどでもなく、物価の上昇速度の方がはるかに早いので、景気が徐々に悪くなることを覚悟している。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・長期予報では今年も暑くなる見込みのため、夏物が早く動くことが予想される。苦戦している空調服などが売れることを期待したい。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	・商品の値上げで客の購買意欲が低くなっている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料油価格激変緩和補助金の動向にもよるが、今後石油製品需要が増える要因はない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（支配人）	・予約数の伸びが停滞しており、楽観視できない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・円安の影響で物価が上がっており、メニューの値段に反映せざるを得ない状況になっている。海外からの客が多少増えても今までの客は減る。良くなることは考えられず困っている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生前のような活気が戻ることはなく、今がピークである。物価高騰は続き、景気は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・インフレが進んでいるが消費は避けられないため景気が悪化するとは考えにくい。しかし、改善するとも考えられないため、変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・円安が改善しない限り、景気は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・物価高と販売単価の上昇の影響か予約は鈍い。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・マイナス要因が多く、決して良い景気とはいえないが、良くも悪くも大きな変動はないとみている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・為替や株価の値動きが不安定であるため、先が見通せない。6月のボーナス支給のタイミングで夏商戦が開始することから、6月初旬の販売動向を注視している。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・円安により海外旅行の復活が厳しい。一方でインバウンドは好調である。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・先行予約状況を見ても、新型コロナウイルス感染症発生前、前年同期比共に大きなアップもダウンもない。今後の為替等の状況を見守りたい。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・気候的に暖かくなり、今月と比べて一般の利用客は減るが、観光客の利用は増えるとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・放送サービスは契約者数の増加は期待できない。通信サービスは工事の少ないWi-Fiルーターの設置が人気で、今後も契約者数の増加が続くと期待している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しく、現状維持とみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・賃金の上昇を物価の上昇が上回る。顧客も経費を抑えようとするため、良くはならない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（職員）	・円安の影響などによる値上がりで、買上率の変動が激しくなっている。また、購入アイテムの変動もみられる。来客数は伸びても売上に結び付く要因に乏しい。
<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・インバウンドの予約は大分落ち着いている。日本人観光客数は微増である。販売量も単価は横ばいとなっており、この状況は続くともみている。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・物価上昇と賃金上昇が家計にどう影響するか見通せないが、このまま推移するとみている。
<input type="checkbox"/>	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。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（経営者）	・県内の自治体から予算内容が公表されたが、物件数は例年どおりではあるものの、物件当たりの単価が低下している。受注競争の激化が予想される。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・中古住宅を借り上げて従業員宿舍にと考える当地進出法人からの引き合いがあり、不動産にからむ工事及び賃貸事業が出てきている。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、エアコン工事見積りの際にアスベスト対策についての問合せが増えるとみている。リフォームは、補助金を活用する工事の問合せが増えるとみている。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・相変わらず夜は来客がほとんどない。予約も5～6月はかなり少ない。景気は悪くなるとみている。

	▲	商店街（代表者）	・観光業や宿泊業以外は、円安や物価高騰の影響で景気回復が見通せない状況が続いている。
	▲	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス関連融資の返済で、経営が立ち行かなくなる店舗が増えるとみている。
	▲	スーパー（経営者）	・実質可処分所得は期待したほど増えていない。中小企業の賃上げも若干のプラス要因にはなるものの、人口減少などもあり、消費は弱含みの状況が続き、節約志向もやや強まるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・客の財布のひもはなかなか緩まない。今後の光熱費の上昇により、更に厳しい状況になるとみている。
	▲	コンビニ（店長）	・物価の上昇が続き実質賃金が下がっているため、購買力は低下するとみている。日本人の購買力の低下による売上の落ち込みをインバウンドがカバーしている。
	▲	コンビニ（店長）	・賃金は上がらず、円安や物価高の影響などがあり、景気が良くなる兆しがみえない。
	▲	コンビニ（店長）	・良くなる兆しがみえない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・円安の影響で輸入品の値上がり止まらない。余り単価が高くなると売上は伸び悩むことになる。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰により、景気は今以上に悪くなると予想する。
	▲	衣料品専門店（店長）	・地方では給与が上がらない。さらに、円安の影響による物価上昇も予想される。日々の生活に大きな影響があるとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・受注量が前年を下回っている。また、配車供給は安定しているものの、わずかに減少傾向にある。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・季節外れの好天続きで配達灯油の販売数量が落ちている。季節的にも閑散期に入るため、好転は望めない。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・5月下旬から6月中旬にかけて、当地で前年はなかったイベントが予定されており、期間中は県外客の駅利用増加に伴い、当館でも飲食業を中心に好調が見込まれる。しかし、商品単価の上昇は落ち着いた一方で、生活サービス面の値上げが散見されるため、客の節約志向は続いており、2～3か月先も楽観視できない。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・物価は上昇し税金も高くなっているが、賃上げが追い付いていない。それでは消費は増えない。そもそも賃上げしているのも大手企業だけである。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・円安で食品などの生活必需品の価格高騰が進み、家計が更にひっ迫するとみている。消費者の生活防衛意識が更に強くなることを懸念している。
	×	スーパー（経営者）	・円安が進み、物価高が続いている。さらに、電気・ガス価格激変緩和対策事業が終了するため、電気料金も上がる。
	×	一般レストラン（経営者）	・例年消費が活発になる4月の動きが鈍い状態では、今後景気が上向くことは考えられない。
企業 動向 関連 (東北)	◎	農林水産業（従業者）	・6月以降収穫期になる。今年も暑くなるとコストは掛かるが、果物の消費につながることを期待できる。
	○	食料品製造業（製造担当）	・飲食店は旅行客等でにぎわいを見せているものの、百貨店等は販売量が伸び悩んでいる。ギフト商戦をどのように捉えていくかが1つのポイントになる。
	○	建設業（従業員）	・例年これから受注工事が増加するため、例年どおりにいけば景気は上向く。
	○	建設業（従業員）	・現在交渉中の民間案件等の受注契約の見通しが立っている。
	○	建設業（従業員）	・先々まで仕事がみえている状況が突然変わることはないとみている。
	○	金融業（広報担当）	・法人の設備投資は堅調な推移を予想している。夏に向けた各地のイベント開催による集客効果アップに加え、賃上げの実現や所得税の減税効果による個人消費の盛り返しに期待している。
	○	経営コンサルタント	・大型連休に期待している。
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・観光など人の移動が多くなることが見込まれ、外食や土産などの売上は良くなるとみている。

	□	食料品製造業（営業担当）	・新商品を発売しているが、既存商品の販売量の落ち込みが大きく、回復は見込めない。また、原材料の値上がり分を売価に反映できていないため、利益面も厳しい。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方の中小企業であり、業種柄変わりようがない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・やや良いニュースも聞こえてきているものの、状況が良くなるまでには半年以上掛かるとみている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・物価や光熱費の高騰に伴い、価格転嫁ができればよいが、価格が高いと注文が取れなくなるリスクがあるため、交渉しながら徐々に値上げを行っている。引き合い件数自体は増加しているが、2～3か月後の景気は見通せない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・量産案件の見込み情報の数量に変動はないとみている。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・取引先の受注計画に動きが見られない。また、半導体市場も動きが見られない。今後2～3か月先に向けて改善することはないとみている。
	□	建設業（従業員）	・資材価格の高騰が続いている間は変わらない。
	□	輸送業（経営者）	・賃上げによる人件費の上昇と2024年問題による物流費等の上昇により、幅広い分野で値上げラッシュが続いている。このような状況で景気が回復するのかを懸念している。
	□	通信業（営業担当）	・顧客の反応がまだ消極的であり、辛抱強く顧客との接点を探り続けていくしかない。
	□	通信業（営業担当）	・助成金を活用した購入に前向きな企業は一定数ある。しかし、物価高騰や円安の影響が販売に大きく影響するとみている。
	□	広告業協会（役員）	・人手不足の求人広告や、夏休みに向けた観光業界の広告出稿は増加傾向にある。しかし、円安の進行、エネルギー価格の高騰により、広告費を更に縮小する企業も多く、広告業界全体の業績としては変わらない見込みである。
	□	司法書士	・相続登記義務化の影響で相続登記の需要が伸びている。一方で、新築戸建て住宅の単価上昇が著しく、当該受託案件の伸び悩みが予想される。
	□	公認会計士	・製造業のIC関連部品等の納品状況の改善や、人手不足が解消されない限り、業績回復は厳しいとみている。他のサービス業、飲食業、建設業などが現状維持だとしても、全体としては現在より良くなる見込みはないため、景気に変化はないとみている。
	□	コピーサービス業（従業員）	・中東情勢の影響で原油価格がまた上がっている。また、電気料金も値上がりすることから、良くなることは期待できない。
	□	その他企業 [企画業]（経営者）	・他地域の賃上げ効果が、交流人口増加という形で町に影響をもたらしてくれることを期待したいが、それを誘引する特効薬が見当たらない。
	□	その他企業 [協同組合]（職員）	・これといって良い話は聞こえてこない。小康状態が続いている。
	▲	食料品製造業（経営者）	・円安もあり、コスト増加が懸念される。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・印刷物の需要が減っている。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	・事業別に見ても良い情報はなく、良くなる見込みもない。期待していた半導体の動きも鈍く、良い状況になるには時間が掛かるとみている。
	×	農林水産業（従業者）	・円安やインフレで肥料価格や農業資材価格の高騰が続いている。また、農業機械や農業設備の価格高騰で設備投資ができない。これでは、コストや労力がかさみ、収益が圧迫される。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需共に受注量が減少しており、厳しい状況が続くとみている。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・物価高の影響は続くものの、賃上げの動きが中小企業にも徐々に波及しているため個人消費も上向き、景気は良くなるとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・増産の話もあり、今後も採用人数を増やす話が出ている。

□	人材派遣会社（経営者）	・いろいろな中堅中小企業の経営者の話を聞くと、採用がうまくいっていない事業の縮小や拡大の停滞、円安などの懸念はあるものの、良い材料も悪い材料も見当たらないため、景気は今のやや良い状態が続くとみている。
□	人材派遣会社（社員）	・企業側の採用意欲に大きな変化がみられる状況ではない。
□	人材派遣会社（社員）	・インバウンド需要の高まりや企業業績の改善など良い材料がある反面、中東情勢や円安、物価高など消費を抑制するリスクがあり、今後を見通すのが難しい状況である。
□	人材派遣会社（社員）	・求人数、求職者数共に減少している状況は変わらないとみている。次回繁忙期となる今秋の同業他社を含めた動向を注視したい。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・インバウンド需要や台湾の半導体工場の進出など前向きな話題は多いものの、具体的な効果やプラスの影響はまだみられない。物価高騰によるマイナスの影響が続いている。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・景気の持ち直しが期待されるが、世界的な金融引締めや世界情勢の不安の影響で、先行きは不透明である。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・インバウンドや観光客は多くなっているが、物価高騰による消費控えもあり、広告の回復は当面期待できない。
□	職業安定所（職員）	・労働力人口の減少による人手不足は、当面変わらないとみている。
□	職業安定所（職員）	・物価高騰の影響が現在も続いており、プラスの要因が見つからない。
□	学校〔専門学校〕	・景気回復するための起爆剤がない。
▲	アウトソーシング企業（経営者）	・A Iとの違いを鮮明にできなければ、仕事が減少するとみている。
▲	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は高水準を維持しているものの、緩やかに低下している。
▲	職業安定所（職員）	・事業所の都合で解雇される人が多くなることが見込まれる。
×	*	*