

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)	・1月下旬に県が各国の大使を招待して国際交流を行うため、それに伴って人流が期待できる。また、3月は人の出入りが多くなることから、来客数が増えるともっている。
	○	スーパー (店長)	・前年と異なる販売促進策を進めているため、来客数、販売量は前年よりも増加するとみている。
	○	コンビニ (経営者)	・客単価、来客数共に前年比100%を超えている。この状況が続くことを期待している。
	○	衣料品専門店 (経営者)	・衆議院選挙の結果が個人や企業にどう影響するか懸念していたが、影響はみられなかった。
	○	衣料品専門店 (店長)	・景気が悪いときほど初売りやバーゲンセールに客が集まるとみている。また、新生活を始める人や社会人になる人が来店する時期になるため、客単価の上昇が図れば、景気は上向くとみている。
	○	衣料品専門店 (店長)	・この先も寒さが続くとの予報から、冬物商戦の好調は続くともっている。
	○	乗用車販売店 (従業員)	・繁忙期に入るため、来客数は増えるともっている。
	○	住関連専門店 (経営者)	・受注生産をしているが、2～3か月後の生産量は今月と変わらない。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕 (経営者)	・新年度に向けて、インバウンドの恩恵で多少なりとも観光地からの注文が入る等、動きが活発になることを期待している。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕 (統括)	・3月には一部エリアのリニューアルオープンを控えており、それに伴い販売促進の強化を予定している。また、自社グループで展開する施策により集客が期待されるため、土産販売や飲食店への来客数増加も期待できる。
	○	一般レストラン (経営者)	・今が余りにも来客数が少ないため、2～3か月先は回復することを期待している。
	○	一般レストラン (スタッフ)	・夜間の来客数は減少傾向にあるが、ランチタイムは増加傾向にある。
	○	都市型ホテル (支配人)	・春節や国際線定期便の増便などにより、インバウンドの先行予約が団体、個人共に好調である。
	○	旅行代理店 (従業員)	・インバウンド需要が限定したエリアだけでなく、東北全域に拡大することを期待している。また、大阪・関西万博が始まるため、飽和状態となる関西エリアから東北への移行需要にも期待している。
	○	旅行代理店 (従業員)	・当社契約宿泊施設の2～3か月先の販売額は、前年比107%となっている。
	○	旅行代理店 (従業員)	・春の海外旅行の相談が入り始めている。また、インバウンドの動きは引き続き活発であり、当地にもその影響が少しずつ波及するとみている。
	○	タクシー運転手	・2月は冬の行事やスキー、スケートに行く人の利用が多く、3月は官庁関係の人事異動に伴う歓送迎会、入試や卒業式などの学校行事が多いため、利用者数が多くなる。
	○	通信会社 (経営者)	・年度末は加入促進イベントを実施するため、テレビ、インターネット、電話の同時加入者数の増加が期待できる。また、集合住宅へのインターネット一括導入の法人契約の大幅な増加も期待している。新築のアパート等は3月の完成が多く、通信サービスの新規加入者数が一気に増えるともっている。
	○	通信会社 (社会貢献担当)	・年度末、新生活商戦に向けて、来客数、販売数が共に増加する見込みである。
○	テーマパーク (職員)	・来館数が増加傾向にあるため、土産品などの買上率がアップし収益の増加が見込める。	
○	観光名所 (職員)	・前年よりも予約数が好調で、前年の来客数を既に上回っている。振り客が前年よりも減少している点は気になるが、好調な予約数と団体客の増加が売上をけん引しており、客単価も上昇している。2～3か月後は更に良くなるとみている。	
○	その他サービス〔自動車整備業〕 (経営者)	・特に懸念材料はなく、好調のまま推移するとみている。	

○	設計事務所（経営者）	・受注は計画を若干上回っており、今後も急激な変動はないとみている。
□	商店街（代表者）	・高所得者層では旅行や外食等の需要が高まっているが、それ以外の層では物価高騰の影響で消費が伸び悩んでいる。全体的には変わらない。
□	商店街（代表者）	・商店街では年末年始の売出しもないため、盛り上がらない。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・物価高や天候の影響を受ける可能性はあるが、変わらないとみている。
□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今冬は積雪量が多いとの予報があり、景気も厳しい状況が続くとみている。
□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・厳しい状況は変わらないとみている。
□	百貨店（企画担当）	・気温が低くなったため、衣料品の売上が前年を超えているが、単価の高いぜいたく品が厳しいため、全体を押し上げるほどの伸長ではない。
□	百貨店（催事担当）	・戦略的な改装により、全体的に若い客層が増えている。この傾向は続くとみている。
□	百貨店（従業員）	・値上がりが続くなか、アパレル関連も不振が続いており、好転する要素が見当たらない。
□	スーパー（経営者）	・商品の値上げが4月までに6000品目を超え、年間では2万品目以上が見込まれている。一般消費者の購買意欲が高まるような所得や可処分所得の増加を実現しなければ、消費は一気に冷え込むことが懸念される。事業継続のため商品原価上昇分の価格転嫁を進めるが、他方で、買上点数、来客数の推移を慎重に見て、消費離れが発生しないようにしなければならない。消費環境は依然として厳しさが続くとみている。
□	スーパー（店長）	・ガソリン価格などの値上がりの影響が大きく、節約志向が高まっている。
□	スーパー（店長）	・全体の値上げは落ち着きつつあるが、消費を抑える傾向は続くとみている。
□	スーパー（店長）	・来客数や買物行動は変わらないとみている。
□	スーパー（企画担当）	・物価上昇により客の購買意欲は低くなっている。チラシを打つなど販売促進活動を行うことで、何とか前年並みを保っている。ただし、その体力がなくなれば厳しい状況になるとみている。
□	スーパー（企画担当）	・前年よりも積雪量が多いため、各家庭で除排雪費用の負担が増えると食品への支出が減る可能性がある。さらに、スーパーよりも価格が安い小売店に客が流れたり、低価格商品の購入が増えたりすることも予想される。
□	スーパー（商品担当）	・客は本当に必要な商品のみ購入しており、消費行動の改善は期待できない。今後も買上点数の減少は続くとみている。
□	スーパー（業務担当）	・冬型の天候が続くと予想され、客の購買意欲は上向かないとみている。
□	コンビニ（経営者）	・今月は夜間の動きは良かったものの、客単価は前年比98%、買上点数は横ばいになっている。客単価の上昇が課題である。
□	コンビニ（経営者）	・来年は今年以上に値上がりする品目が多くなることが予想され、更に厳しくなるとみている。
□	コンビニ（経営者）	・人の動きは良くなっているものの、来客数が増えない。景気は変わらないとみている。
□	コンビニ（エリア担当）	・降雪等の天候要因による変動以外に、景気に影響するような要因はない。
□	コンビニ（エリア担当）	・物価上昇による買い控えが続いており、来客数、買上点数共に前年より減少している。景気が良くなる要因は見当たらない。
□	コンビニ（エリア担当）	・年末で金を使った分、1月は節約モードになり、その後2月、3月は再び購買意欲が増すとみている。また、1月末からは中国の春節連休もあるため、インバウンド需要が高まるとみている。
□	コンビニ（店長）	・良くなる兆しがない。
□	衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰も予想され、厳しい状況は続くとみている。

□	衣料品専門店（総務担当）	・冬のボーナスが増加したとの報道はあるが、地方では給与やボーナスが増加した話を余り聞かない。燃料油価格激変緩和補助金の終了により、ガソリン代が上昇する。地方での生活には車が欠かせないため、影響が出ることが予想される。
□	乗用車販売店（従業員）	・新型車の投入予定もなく、オーダー再開の予定がある車もないため、受注が見込めない。
□	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表予定もなくメーカー施策も期待できないため、3月の決算期まで販売量に変化はないとみている。
□	乗用車販売店（店長）	・車両部門は回復基調にあるが、サービス部門の落ち込みが厳しい状況は続くともみている。冬タイヤの販売も価格高騰の影響をもちに受けて伸び悩んでいる。車検等に係る費用も最低限の整備にとどまるなど総じて顧客の財布のひもは固い。
□	自動車備品販売店（経営者）	・当地域では例年よりやや多い降雪があり、除排雪等の関係業種は多少良くなるが、前年のマイナスを埋めるほどではないとみている。
□	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・円安や物価高が続き、賃金が上がらない状況では、景気が良くなることはない。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・寒い日が続き配達灯油の販売量が増えてきたが、値上げによる買い控えを懸念している。
□	高級レストラン（支配人）	・金額にかかわらず、予約の動きが鈍い状況は当面続くともみている。
□	一般レストラン（経営者）	・材料費や人件費など全てが値上がりしており、良くなる要素が見当たらない。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・物価高、節約志向の影響か、予約の動きは鈍い。
□	観光型旅館（経営者）	・悪くなる要因は多々あるが、好転要因は見当たらない。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・国内の旅行客が動かない分、インバウンドの受注活動を強化することで、ピーク時に近い売上までもっていけるとみている。
□	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しいため、変わらないとみている。
□	遊園地（経営者）	・物価上昇は続くため、家計消費が上向くのは難しいとみている。
□	美容室（経営者）	・灯油を始め、物価が更に上がるため、今月のような来客数、単価が良い状態は続かないとみている。
□	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・物価高の影響で買い控えは続くともみている。
□	住宅販売会社（経営者）	・新築よりリフォーム工事が増えている。中でも、省エネ型給湯器の寿命に伴い、初期費用の安いガス給湯器への交換工事が増えている。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は給湯器の凍結による故障の間合せが増えるともみている。リフォームは気温の低下に伴い屋外工事は更に減るとみている。
▲	商店街（代表者）	・低単価の飲食店では若者の利用がみられるが、高単価の飲食店では動きがほとんどみられない。この先、米国の政策の影響も出てくるため、景気が良くなることはない。
▲	商店街（代表者）	・飲食店や旅館、企業の倒産が増えている。
▲	商店街（代表者）	・雪が多い時期となり外出を控えるため、買物客が減少する。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・物価の上昇に対し、消費者は敏感に反応している。店頭の上昇状況からも分かる。物価高騰は続くため、景気の悪化は避けられない。
▲	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・1月以降も食品の値上げが続くため、客はかなり価格に厳しくなっている。イベントやハレの日があっても、雰囲気だけでは購買意欲を刺激できなくなっている。
▲	百貨店（経営者）	・春のアイテムが展開される3月頃までは、ぜいたく品の動きは鈍る。また、物価高騰が続き、節約志向が高まるとみている。
▲	スーパー（店長）	・新入学を控えて物入りになるため、食費を節約する時期になる。
▲	コンビニ（経営者）	・悪天候により、今月は売上、来客数共に前年を越す日がほとんどない。この先、雪が降れば更に厳しくなるとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・物価の上昇は当面続くことが予想され、景気の回復要素は見当たらない。降雪による土木業者の動きを注視している。

	▲	衣料品専門店（経営者）	・食品や灯油、ガソリンなど生活に欠かせない物の値上がりなど厳しい要素が多い。
	▲	家電量販店（従業員）	・寒波の影響で暖房器具は好調だが、それ以外は伸びていない。節約志向が高まっている。
	▲	家電量販店（従業員）	・2月、3月は新入学、新生活に向けた需要が増える時期ではあるが、少子化が進み、年々販売数量が減ってきているため、景気が良くなる見通しが立たない。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・現状の受注量が続くようであれば、収益は悪くなる。
	▲	その他専門店〔靴〕（経営者）	・降雪の影響で冬用の靴を購入せざるを得ない状況になっているが、春には財布のひもが固くなるとみている。
	▲	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終了により販売単価の上昇が見込まれており、これまで以上に節約志向が強まるとみている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・今月がある程度良かったのは年末だからであり、年が明けて普通の生活に戻ると、やや悪くなるとみている。
	▲	観光型ホテル（スタッフ）	・物価高の影響がみられ、3か月先も景気は変わらないとみている。
	▲	観光型旅館（スタッフ）	・燃料油価格激変緩和補助金の終了によりガソリン代が上昇することに加え、冬期間は外出を控えるようになる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・第4四半期は前年割れの見込みである。東北は冬季閑散期に入るため、販売量の増加は見込めない。
	▲	通信会社（営業担当）	・光熱費やガソリン価格も上昇することから、地域の中小企業においては当面厳しい状況が続くとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・燃料油価格激変緩和補助金も終了するため、地方では生活が厳しくなる。
	▲	競艇場（職員）	・例年12～1月は来客数が増え売上は増加するが、2月以降は減少する。リピーター獲得のためイベント等の開催が必要である。
	▲	美容室（経営者）	・米国経済の動向や今後の政策の影響で、客の消費行動に堅実さが増すとみている。
	×	スーパー（経営者）	・物価高は続いており、光熱費やガソリン価格の上昇も家計を直撃している。
	×	コンビニ（経営者）	・春までは売上が下がり続けるとみている。経費の増加やロイヤリティで利益を圧迫され、借金ばかりが増えて経営が困難な状況にある。辞めるオーナーが増え、新規オーナーもいない。フランチャイズシステムの限界がきているとみている。
	×	衣料品専門店（店長）	・地方では、物価の上昇に賃上げが追いついておらず、日常生活の不安による買い控えが進んでいる。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・米の急激で異常な価格高騰が今後悪い影響を及ぼすと予想している。国や自治体、農業団体、現場のそれぞれが早急に対策を講じて、適切な価格と需給バランスを維持する必要がある。国の迅速かつ的確な対応が重要とみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・新年度を迎える時期になるため、消費活動が一時的に活性化するとみている。しかし、圧倒的に多い一般的な生活レベルの人が余裕のある消費活動を行えるようにならない限り、景気の悪い状態は続く。
企業動向関連	◎	—	—
(東北)	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の客先からの受注が徐々に増加している。また、この先の受注の取り込みも上向き傾向にある。
	○	建設業（従業員）	・物価高騰で価格交渉に時間が掛かる傾向にあったが、そのなかの一定量は交渉成立が見込まれるため、受注増加になるとみている。
	○	公認会計士	・小売業、サービス業、建設業は売上が回復しており、業績も好調を維持できるとみている。製造業も春頃には売上が上がり、業績が回復するとの話があるため、全体としての景気はやや上向きになるとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・天候に左右されるが、果物の価格は近年大きく値崩れしていないため、大きな変化はないとみている。
	□	食料品製造業（製造担当）	・年明けから各種価格高騰のダメージが出てくる。また、米国の今後の政策によっては原料の調達に影響するとみている。人や物の動きが見通せない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・良くなる施策も雰囲気もない。

	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方では人口減少や高齢化の加速で人手不足が顕著である。そこに追い打ちを掛けるように賃金引上げがあり、首都圏との格差は更に拡大している。経済環境が変わらない限り、何も変わらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・受注量に変化はなく、新規案件の話も少ない。今後2～3か月も同じような状況が続くとみている。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・AI関連の顧客については、開発を加速しており受注の増加が期待できる。しかし、中国の半導体市場は規制もあるため、見通しが立たない。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の設備投資は当面削減が続く方向にある。
	□	建設業（従業員）	・物価高騰が続いており、改善する要因が見当たらない。
	□	建設業（従業員）	・3～4年先まで受注予定案件が埋まっている。
	□	輸送業（経営者）	・今年を上回るペースで食品などの値上げが続く可能性があり、節約志向は続くとみている。さらに、燃料油価格激変緩和補助金が終了となれば、業界としても非常に厳しくなる。
	□	通信業（営業担当）	・個人消費の低迷が商談を難しくしている要因であるため、政策による対応を期待したい。
	□	通信業（営業担当）	・良くも悪くも見通しが立たない。
	□	広告業協会（役員）	・景気対策が不透明であるため、消費行動は慎重になる。景気に上向き感がなければ広告業界が浮上することはなく、しばらくは厳しい状況が続くとみている。
	□	広告代理店（経営者）	・首都圏では引き続き広告投資意欲の高まりがみられるものの、東北エリアは客先の状況を見ると限定的である。
	□	経営コンサルタント	・消費刺激策や手取り収入を増加させる政策の実現に期待したい。
	□	司法書士	・良くなる材料が見当たらない。横ばいで推移するとみている。
	□	コピーサービス業（従業員）	・取引先の業績が好調な会社と悪い会社があるため、良くなることも悪くなることもいえない。
	□	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・春先には酒類の値上げも予定されており、上向く要素がない。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・年末年始の集客は例年どおりで推移する見通しである。スキー客用のバスの増便など人流活性化対策を行っているため、地域の景気が上向くことを期待したい。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積案件、受注案件をみても、好循環は見込めない。
	▲	農林水産業（従業者）	・燃料、資材、機械、設備等、事業に必要なもの全てが値上がり傾向にあり、コスト増加となる。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・既存品の売上の落ち込みが大きく、新商品を発売しても落ち込みをカバーできない。原材料価格の高騰に伴う商品の値上げを予定しており、販売量の更なる減少が予想される。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・車載部品の新製品の引き合いが止まっており、なおかつ量産部品の生産調整や納期の後倒しが出ている。
	▲	建設業（従業員）	・冬場は積雪や悪天候の影響で工事の進捗が遅れるため、売上が減少する。
	▲	通信業（営業担当）	・物価上昇が続いており、顧客の購買意欲は更に落ち込んでいる。見込んでいた年度末の予算消化による発注も厳しい状況である。
	▲	金融業（広報担当）	・年末年始を過ぎて、消費者マインドが落ち着くことに加え、商品小売価格やエネルギー価格の値上がりが続く。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・原材料価格の高騰に加え、官需、民需共に受注量が減少しているため、厳しい状況が続く。
	×	金属製品製造業（経営者）	・客先の販売不振による在庫調整後、更に生産調整が入ると予想され、受注減少が長引くとみている。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・製造業、建設業、飲食業、卸売業の企業からはマイナスの情報は入っていない。一方で、酪農関係からは人を減らすという話を聞く。全体的にはやや良くなるとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・来期の採用計画で採用人数を増やす企業が一定数見込める。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・地域内の工場から、2月以降に増員の話がきている。

□	人材派遣会社（社員）	・全体として企業の業績は好調であり、賃金のベースアップの兆しもみられる。しかし、物価高や円安による原材料価格の高騰などで、実質的な景況感は良くならないとみている。
□	人材派遣会社（社員）	・求職者数、求人数共に、前年比90%前後で6か月以上推移している。変化要因は見当たらないため、この先も変わらないとみている。
□	アウトソーシング企業（経営者）	・年度内は単価を上げることができない。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・景気回復の起爆剤になるような話題もなく、停滞ムードが漂っている。政治主導の強力な景気対策が実施されない限り、何も変わらないとみている。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・今冬は雪が多くなるため、関連する業種以外は閉塞感が続く。
□	職業安定所（職員）	・物価高騰が続く限り、現状のまま変わらないとみている。
□	学校〔専門学校〕	・求人内容や景気状況を改善できる要因がない。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価高騰のなか燃料価格の上昇などもあり、買い控えが顕著になっている。景気の回復は当面期待できない。
▲	職業安定所（職員）	・今年を上回る品目の食品が値上げされる可能性があることに加え、燃料価格の上昇もある。生活防衛意識が強まり、消費が冷え込むことが予想される。
▲	職業安定所（職員）	・小規模零細企業で事業廃止や雇用調整の動きが出ている。
▲	職業安定所（職員）	・プラス要因が見当たらない。
▲	職業安定所（職員）	・新規求人数が4か月連続で前年比マイナスとなっている。企業立地による新規の雇用数よりも、工場閉鎖による離職者の方が多いとなっている。
×	*	*