

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)	◎	一般レストラン（経営者）	・これ以上悪くなることはないくらい悪いので、春に向けて消費が活発になることへの期待が大きい。賃金が上がるところも増え、景気が良くなるとみている。
	○	商店街（代表者）	・雪が落ち着き、暖かくなると徐々に人が出始める。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・雪が解けて道路事情が良くなることに加え、飲む機会が多い時期になるため、販売量は増えるとみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・当県が外国人旅行者に好印象を与えているという話を聞く。外国人旅行者が増えれば、売上も増えるため、少し良くなるとみている。
	○	百貨店（催事担当）	・3月に新テナントのオープンを抑えている。オープン後は一定の売上、集客効果があるとみている。
	○	スーパー（店長）	・来客数が増加傾向にあるなかで、新規客に当店の商品の魅力を提案し続け、固定客に変えていく。
	○	コンビニ（エリア担当）	・春先に向けて景気は上向いていくため、来客数の改善傾向は続くとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・今後も物価上昇が続くとみている。また、気温上昇により人の動きが活発になることで、来客数が増加することも期待している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・春物が本番の時期になるため、イベント等を行いながら集客していく。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算期に向けてメーカーの施策支援も発表され、売上は徐々に伸びていくことが予想される。新型車の発表はないが、施策対象車種が増加していく。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算期に入るため繁忙期が続く。また、新年度に向けて来客数も増加する。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしている。4月頃まではある程度受注量が見込めるため、今月よりやや良くなるとみている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・今は良くないが、反動で良くなることを期待している。季節のずれにより商品のニーズのタイミングもずれている。新年度は人の動きと気温によるニーズに合わせた提案をすることで、売上に結び付けたい。
	○	一般レストラン（経営者）	・暖かくなれば人出が増える。また、3月には歓送迎会があるため、やや良くなるとみている。
	○	都市型ホテル（支配人）	・春先のインバウンドの先行予約は、平日、週末を問わず好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・インバウンド需要が盛り上がり、東北全体の宿泊販売が伸びている。4月以降の予約も桜の時期が好調に推移している。
	○	旅行代理店（従業員）	・当社契約宿泊施設のこの先2～3か月の先行販売額は、前年比106.5%となっている。
	○	旅行代理店（従業員）	・春休みの先行予約状況は多少上向いている。関東や関西の大型レジャー施設を中心に、販売額は増加していくとみている。
	○	通信会社（経営者）	・3月には加入促進イベントの実施を予定しており、放送、インターネット、電話サービスの新規加入者数の大幅な増加が見込まれる。また、異動者が増加することから、集合住宅の通信サービスを中心に新規加入者数の増加が期待できる。このほか、アンテナなしの新築戸建て住宅も完成するため、放送サービスの新規加入者数の増加も期待できる。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・石油関連製品の値上がりや金利の上昇は懸念材料だが、需要があり、客に購買力もあるため、しばらくは好景気が続くとみている。
○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は給湯器、コンロ交換の問合せ、リフォームは屋外工事の問合せが増えるとみている。	
□	商店街（代表者）	・賃上げ等により所得は僅かに増加傾向にあるが、大企業以外、物価高騰に追いついておらず、景気は変わらない。	
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月も抗原検査キット等の商品が動いており、全体としての売上は悪くないが、日用雑貨や医薬品の売上は減少している。3月までは現状と変わらないとみている。	
□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・卒業、入学シーズンでもあり消費マインドは多少上がるとみているが、一時的なものであり、その後は期待できない。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・エネルギー価格が更に上昇し、あらゆる商品、サービスの価格高騰につながっていくと予想している。しかし、景気が大幅に悪化することはないとみている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店 [寝具] (経営者)	・物価上昇により消費者の負担が増しているなか、寝具類が買い控えの対象になっている。当業界は何年も低迷している。景気が上向くような対策を講じてほしい。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (経営者)	・コト消費は活発になっていく。一方、物価高による節約意識のもと、モノの消費は更に鈍っていくとみている。高額商品の動向に期待したい。
<input type="checkbox"/>	百貨店 (従業員)	・生鮮食品を始め、物価高が続いている。生活防衛のため、購買は必要最低限であることに変わりはない。好転することはないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー (経営者)	・2月も仕入原価の上昇と経費増加は続く。競合店との関係から、小売価格への価格転嫁を一気に進めることができないため、経営環境は厳しい状況が続く。賃上げの話はあるが、地方の世帯当たりの可処分所得は増えない。1品単価の上昇は続き、売上も若干伸びるが、消費状況、経済環境に実質的な変化はないとみている。政府の景気刺激策に期待したい。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・上向き基調にあるが、各種値上げや相場高騰の影響もあり、これ以上良くなることはないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・野菜の価格は落ち着くとみている。しかし、可処分所得が増えているわけではないため変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (店長)	・変わる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー (企画担当)	・食料品の値上がりや青果物を中心とした相場高は続く。必要な分だけ買うという客の節約志向は変わらず、販売点数は上がらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー (企画担当)	・客は売価によりスーパーやドラッグストアを使い分けるなど生活防衛のためよく観察して行動している。高齢者の割合が多い地域では劇的な景気回復は難しい。
<input type="checkbox"/>	スーパー (商品担当)	・値上げ基調が落ち着かない限り、買上点数の前年割れは続くとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー (業務担当)	・景気が急に良くなるような要因は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (経営者)	・物価がこれだけ上昇している現状を踏まえると、景気が良くなることはあり得ない。安いものに客が流れていくことは仕方ないことである。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (経営者)	・売上は多少増加するが、人件費など経費の上昇により、トータルでは変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (経営者)	・売上が悪化するなかで経費ばかりが増えている。人もいない、休みもない、利益も出ないの三重苦で心身共に疲弊している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ (経営者)	・商品の値上げに伴い売上は少し上がっているものの、来客数は変わっていない。景気は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・中学、高校の生徒数の減少で、制服販売の競争が激化している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (経営者)	・今後も物価高騰による節約志向は続くとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (店長)	・2～3月の卒業、入学、入社マーケットはそれほど変わらないとみているが、4月からの社会人の動きは前年よりも少し活発になると期待している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (店長)	・春に向けた入学、卒業需要、新生活需要などはある程度見込める。消費者の購入モチベーションが上がるか否かは気温次第であり、読めない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店 (店長)	・少子化のため、入学式のスーツを求めて来店する客は減少傾向にある。さらに、価格の2極化が進んでいる。景気が良くなるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (従業員)	・ガソリン価格等が値上がりしており、節約意識が高まっているが、春のベースアップ次第では変わる可能性がある。
<input type="checkbox"/>	家電量販店 (従業員)	・決算、冬物の処分、新生活等による売出しが多くなるとはいえ、少子化や温暖化の影響で、販売量が多くなることは考えられない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・良くなる要因がないため、現状と変わらないとみている。

□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・気温が高い日が多いことに加え、値上げもあり、配達灯油の買い控えがみられる。配達価格を聞いてキャンセルする客も出ている。
□	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・4月以降の賃金上昇幅も不透明である上、原材料価格高騰などの改善が図られる見込みもないため、引き続き、客の財布のひもは固いとみている。
□	高級レストラン (支配人)	・来客数や予約数が減少している現状では、当面上向きにはならないとみている。
□	観光型ホテル (スタッフ)	・円安の影響は続くともみている。
□	観光型ホテル (スタッフ)	・好転するような要素がない。
□	観光型旅館 (スタッフ)	・物価高が収まらず、景気が良くなる兆しもない。
□	都市型ホテル (スタッフ)	・雪を見たいという、アジアを中心としたインバウンドの予約が絶えない。しかし、目的の施設の予約が取れないことによるキャンセルもあるため、余り変わらないとみている。
□	タクシー運転手	・3～4月は入試や卒業式、入学式など学校行事がある。また、役所や企業の異動による歓送迎会があるため、利用者が多くなるとみている。
□	通信会社 (営業担当)	・好転する材料に乏しい。
□	通信会社 (営業担当)	・当地域ではほとんどが中小企業で、増益となる企業は一部である。苦しい状況が続くとみている。
□	テーマパーク (職員)	・来館率、買上率共に上がらない。客が手にとる商品は低単価なものが多い。物価上昇もあり、景気が良くなる雰囲気はない。
□	観光名所 (職員)	・予約数は前年並みを維持している。企画が好調で単価が上昇し安定しているため、良い状況は変わらないとみている。
□	遊園地 (経営者)	・物価上昇が続くなかで、順調な賃上げとなれば、家計にも余裕が出てくるかもしれない。
□	美容室 (経営者)	・物価高の影響でカットのみの客が多く、単価が上がらない。
□	住宅販売会社 (経営者)	・国策事業の関連で、多くの企業及び人の流れが出てきている。賃貸用地及び賃貸事務所の問合せが多く、土木工事と併せ大きな波が来ている。
▲	商店街 (代表者)	・米国大統領の打ち出した政策による混乱が収まるまでは変わらない。
▲	商店街 (代表者)	・買い控えが続くとみている。
▲	商店街 (代表者)	・当地域の中小企業は賃上げができず、雇用や経営で大きな影響を受けている。
▲	百貨店 (企画担当)	・12月以降、来客数の減少が顕著になっている。
▲	スーパー (店長)	・客単価や来客数は悪くないが、1月は前半から後半にかけて、少しずつ右肩下がりになっている。
▲	コンビニ (経営者)	・年末年始の休日が明けても来客数は前年並みに戻らない。また、客単価はマイナス2%と、安い商品への志向が高まりつつあることから、景気は若干マイナス傾向にあるとみている。
▲	コンビニ (経営者)	・雪が少なく除雪業者の動きは鈍いため、販売量の増加は期待できない。景気の回復は見込めない。
▲	コンビニ (エリア担当)	・燃料価格の上昇により、経費が大幅に増加している。さらに、賃上げが物価の上昇に追いついていないため、買い控えが続くとみている。
▲	コンビニ (店長)	・物価上昇が続き、買い控えも続くとみている。
▲	コンビニ (店長)	・人件費の上昇や物価高騰の問題を個人事業主の力だけで解決することは難しい。
▲	衣料品専門店 (総務担当)	・光熱費の上昇に加え、地方では移手段として車を所有せざるを得ないため、ガソリン価格の上昇が家計に重くのしかかっている。消費にマイナスの影響が出るとみている。
▲	乗用車販売店 (従業員)	・オーダー停止中の車は夏頃まで生産が見込めず、販売できないため、しばらくは低迷が続くとみている。
▲	乗用車販売店 (従業員)	・受注量の低迷が続くようであれば、売上は伸びない。
▲	乗用車販売店 (店長)	・販売数と収益の減少を補う特效薬もなく、利益確保が非常に難しくなっている。

	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・ガソリン価格を始め物価は上昇しているが、収入は上がらない。よって、景気が良くなる見込みはない。
	▲	その他専門店〔靴〕（経営者）	・今は購入せざるを得ない状況にあるが、春には財布のひもが固くなると予想している。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・来客数は夜の時間帯だけでなく、モーニングも減ってきている。ランチは横ばいである。
	▲	観光型旅館（経営者）	・物価や税金、社会保障費等の上昇に賃上げが追い付かないため、しばらくの間は節約志向が続くとみている。
	▲	旅行代理店（従業員）	・東北の顧客は中小企業が中心のため、先行きは不透明である。
	▲	通信会社（営業担当）	・燃料油価格激変緩和補助金の縮小により、ガソリン代が上がっている。地方での生活には厳しい。
	▲	競艇場（職員）	・例年2月から4月は常連客以外の利用がほとんどなく、売上が落ちる時期である。
	▲	美容室（経営者）	・米国大統領の打ち出す政策に、我が国の景気も大きく左右されるとみている。危機感を持って動向を見ている。
	▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・物価が上昇傾向にあり、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	設計事務所（経営者）	・新年度になり新規発注の時期となるが、資材高騰、工期の長期化は変わらないため、予算超過しないように発注件数を絞らなければならないという話を官民間わず耳にする。受注件数の減少に直結するため、景気は悪くなるとみている。
	×	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・身の回りの全てのものが値上がりしており、客はますます価格に敏感になっている。全国展開しているドラッグストアやホームセンター、スーパーの価格競争が激化しており、商店街の店舗では太刀打ちできない。
	×	スーパー（経営者）	・物価高は継続し、食品の値上げも続いているため、プラスに転じることはない。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・米を筆頭に物価が急激に上昇している。特に2月と4月の値上げの動きが目立つ。米については、政府が積極的に対策を打たないと民間や自治体レベルでは何ともならない。先行きはかなり不透明である。
	×	一般レストラン（経営者）	・同業他社や出入り業者の話を聞くと、物価高の影響で悪くなるなどの声が多い。
	×	一般レストラン（経営者）	・これまで動きが良かった法人客の予約数が年末辺りから減少している。個人客も減少傾向が続いている。
	×	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・金利の引上げにより、来場者数及び成約数は減少するとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	農林水産業（従業者）	・いちごなどの需要は多い。また、卒業、受験など祝い事があるため、果樹の需要も増える。
	◎	金融業（広報担当）	・例年、春先は景気が上向く。また、中小企業の賃上げと、それに伴う価格転嫁の動きの浸透にも期待している。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の経営状況は改善が期待できる。
	○	建設業（従業員）	・公共工事は見通しが立たないが、民間工事で年度末から年度初めに向けて契約が見込める案件が一定数ある。
	○	その他企業〔企画業〕（経営者）	・当地の景気は観光客数に左右されるが、今冬は良い方向に向かうことが期待できる。
	□	食料品製造業（経営者）	・物価高の影響で、客単価が落ちている。2月から製品を値上げするが、どのような影響が出るのか予測がつかない。
	□	食料品製造業（製造担当）	・資材コスト等、もろもろ高騰するなかで、企業努力だけでは限界がある。価格に転嫁することも考えないと、一層収益が生み出しにくい状況になる。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末は稼ぎ時にもかかわらず動きがない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・取引先の在庫調整は3月まで続くとみている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品を生産している客先の生産量が落ちており、一時帰休を実施している。来月以降も継続するとのことで、生産量が回復するのはまだ先となる見込みである。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体は政治判断の影響を大きく受けるため、米国の動きによって市場規模が大きく変わる可能性がある。

	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・良くなる情報も余りない。状況の変化は期待できない。
	□	建設業（従業員）	・物価は上昇しているが、価格に織り込み済みである。
	□	建設業（従業員）	・今後も物価高騰が続くとみているため、特に変わらない。
	□	建設業（従業員）	・今後2～3年は受注量に変化はない。
	□	輸送業（経営者）	・年明け早々、大手企業が一斉に今までにないレベルで初任給の引上げを打ち出している。これでは中小企業に人材は集まらない。この状況は今後数年続くとみている。物流業界は余り人気がないこともあり、人手の確保は喫緊の課題である。
	□	通信業（営業担当）	・対面で営業活動が行えるよう、根気強く取引先に働きかけていく。
	□	通信業（営業担当）	・特に大きな市場変動もなく、変わらないとみている。
	□	広告業協会（役員）	・食料品やガソリン等の価格高騰による先行き不安から、個人消費が伸びない。このような状況では、広告業界の躍進は見込めず、更に悪くなるのではと危惧している。
	□	広告代理店（経営者）	・取引先の動きから、来期の広告投資も今期並みになることが予想される。
	□	経営コンサルタント	・日本銀行の政策金利の引上げがどう影響するか注目している。
	□	公認会計士	・人手不足、部材不足が早急に解消することはないため、小売業、サービス業、建設業等の景気がある程度良くても、全体としては今の状況とさほど変わらないとみている。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・4月に酒類の価格改定がある。消費マインドが向上することはない。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体関連の一部では微増のところがあるものの、下請製造業は受注量、見積案件共に低迷が続いている。良い材料は見当たらない。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・販売量の減少に歯止めがかからず、新商品の売行きも思わしくない。値上げも検討しており、プラス要素が少ない。
	▲	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・前月末で事業継続を断念し、精算に向け準備している同業者、取引先が発生している。これから更に厳しさが増すことが予想される。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いの件数が全体的に減っている。客先の設備投資の話題も少ない。ガソリン価格や物価の上昇、人手不足にどう対応するかが課題である。
	▲	通信業（営業担当）	・年度初めの企業が多いことに加え、物価上昇も続くとみており、4月以降は取引先からの受注が少なくなるとみている。
	▲	司法書士	・金利上昇の影響を受けるとみている。
	▲	コピーサービス業（従業員）	・政策金利の引上げが、景気に水を差すことを懸念している。
	×	農林水産業（従業者）	・水田の転作助成金の交付条件として新設された水張りルールにより、5年に1度水田に水を張って稲作できるような状態に戻さなければならないが、それに対応できない農家が当方を含めて多く存在している。このルールに係る労力増加や収入減少で、水田農業の縮小や水田農業自体をやめる農家が出てきている。貴重な水資源を無駄遣いする側面もある制度により、水田農業は加速度的に衰退していく。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・原材料価格等の高騰及び官需、民需の受注の減少により、厳しい状況は続く。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・建設業、小売業、卸売業、メーカー共に、業績が芳しくないという情報は入っていない。継続的に求人があるため、良くなる見通しである。
	○	人材派遣会社（社員）	・来期の採用計画が出てきたこともあり、求人数は堅調に増加している。また、今期の採用計画の達成に向けて、採用の動きなどが出てくることも見込んでいる。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・春に向けて個人消費が伸びてくる。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・取引先企業で増産の話があり、人材提供の要請が増えている。

□	人材派遣会社（社員）	・賃上げなど良い要素はあるものの、米国新政権下の関税引上げなどが日本企業に影響するリスクもあり、先行きは不透明である。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・金利の上昇、エネルギー価格の上昇が企業の負担を大きくしている。さらに、賃上げが企業の利益を削るため、厳しい状況が続き、景気が落ち込む可能性は高い。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・明るい材料に乏しく、景気の回復は当面期待できない。
□	職業安定所（職員）	・燃料や原材料の価格高騰が続く限り、現状は変わらない。
□	職業安定所（職員）	・人手不足ではあるが、原材料、エネルギー、人件費等のコスト増加の影響で求人を控える企業もあるため、求人数の増加は見込めない。
□	職業安定所（職員）	・小売業を中心に経営が厳しいとの情報が多くある。新規求人の動きも鈍く、好転する材料に乏しい。
□	職業安定所（職員）	・有効求人数はマイナス基調で推移しているが、振れ幅は小さい。
□	学校〔専門学校〕	・米国大統領の交代による経済活動の変化は、すぐにはみられない。
▲	人材派遣会社（社員）	・近隣エリアでは、求職者数が下降線をたどっている。これまでと異なる数値の動きに、市場の停滞を懸念している。
▲	アウトソーシング企業（経営者）	・物価が上昇しているため、賃上げをする必要がある。そのためには販売価格を上げる必要があるが、なかなか難しい。
×	*	*