

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	・客が商品の値上げに慣れてきて、乗客数、客単価共に上がる可能性が高いとみている。
	○	商店街（代表者）	・クルーズ客船の寄港も始まり、港町として活気付くとみている。
	○	スーパー（経営者）	・4月以降、仕入原価や電気・ガス・水道料金等インフラコストの上昇に加え、国際情勢に懸念はあるが、当社を含め多くの企業で賃上げが実施される見込みである。また、国の新年度予算が成立し、景気対策が実施されれば、消費の刺激、拡大が期待できる。消費環境は短期的にみるとやや良くなるとみている。
	○	スーパー（店長）	・野菜の相場が下がりつつあり、買い控えは解消に向かうとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・キャンペーンやセールによるところが大いにあるため楽観はできないが、景気は良くなるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・物価高による買い控えは続くが、気温の上昇とともに来客数は多少増える。ただし、経済的に厳しい地域のため、物価高が更に進めば、来客数は減少する。また、経費の増加分は価格転嫁して対応するのが一般的だが、コンビニは販売価格が上がっても原価率はほぼ変わらないため、経営は年々厳しくなる一方である。
	○	コンビニ（経営者）	・暖くなり、人の動きが良くなって県外からの客が増えている。少しずつ良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・初夏に向けて人の動きが活発化することから、来客数は伸びるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・春闘で満額回答の企業が相次いでおり、景気回復に期待が持てる。中小企業の賃上げの動向が不透明であるため楽観はできないが、景気は少しずつ改善していくとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・気温が上がると人の動きが良くなることから、来客数が増えることを期待している。
	○	家電量販店（従業員）	・5～6月になり気温が上がれば、夏物の季節商材の動きが活発になるため、全体的に単価、数量共にアップするとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・4月は予約が少ない。暖くなるため振り客は多少増えるが、全体的に売上は変わらないとみている。
	○	都市型ホテル（支配人）	・インバウンドを軸に先行予約状況が好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・当地の選挙も終わり、夏に向けて海外旅行の問合せが増えており、販売や先行予約の状況も悪くないため、一定の申込件数や人の動きが期待できる。
	□	商店街（代表者）	・食料品やガソリンの価格が下がる見込みはなく、物価高が家計を圧迫する状況が続いている。景気は小康状態が続く。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・過ごしやすい時期になり、身体の状態も夏や冬に比べて良くなるため、薬を購入する客が減る。悪い状況は変わらない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・業種的に暖くなれば景気が上向く。売上の伸び率が今月並みであれば、前年を大きく上回ることになる。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今月は日本酒、来月はビール類と酒類が値上がりする。消費者の買い控えの影響がどれだけ出るのか、不安は尽きない。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・物価高が収まり、世の中が安定しない限り、客の買い控えは続く。
	□	百貨店（企画担当）	・来客数に加え、客単価も前年を割っている。特に、客単価、買上点数共に低調が続いており、上位層の客単価の大幅減少と下位層の来客数の減少が目立つ。
	□	百貨店（経営者）	・人が動く季節になるが、物価の上昇が百貨店でモノの消費、特にファッションアイテムに少なからずマイナスの影響を与える。高額商品は堅調に推移しているため、ギフト需要に期待したい。
	□	百貨店（催事担当）	・物価高騰により生活防衛意識の高い状態が続いており、景気が改善するかは不透明である。

☐	百貨店（従業員）	・店舗都合の特需による来客数の増加は継続するが、物価が上昇していることから購買行動に変化はないとみている。
☐	スーパー（店長）	・売上をけん引している米の売行きも衰えない。米の単価が上がって、客単価が上がり、売上に結び付いている。買上点数だけ前年比96.7%と落ちていることが気になっている。
☐	スーパー（店長）	・景気が上向きになる要素が見当たらないため、変わらないとみている。
☐	スーパー（企画担当）	・物価上昇に賃上げが追い付いていない。賃上げが進まない限り、買上点数の減少は継続するとみている。
☐	スーパー（商品担当）	・今後も商品の価格改定による値上げ基調は続くため、買上点数の減少、1品単価の上昇、客単価の前年超えは継続するとみている。
☐	スーパー（業務担当）	・景気が急激に上向くことは考えにくい。
☐	コンビニ（経営者）	・売上、来客数共にプラスに転じているが、客単価及び買上点数は横ばいである。競合店の閉店で売上が伸びているだけで、客の財布のひもは緩んでいない。現状のまま推移するとみている。
☐	コンビニ（経営者）	・物価が大幅に上昇しても、地方では賃金が低いため、売上は上がらない。
☐	コンビニ（経営者）	・今月同様に天候が悪い日が続けば、この先も来客数は伸び悩むとみている。
☐	コンビニ（経営者）	・建設業関係の動きが改善する要素は見当たらないため、しばらくは現状のままとみている。
☐	コンビニ（店長）	・景気は少しずつ悪くなっており、改善の兆しが全くみえない。
☐	衣料品専門店（経営者）	・行楽シーズンになり、花見客や観光客が増えるため、県産品の売上に期待している。
☐	衣料品専門店（経営者）	・今後も物価高騰による消費意欲の減退は続くともみている。
☐	衣料品専門店（店長）	・何か大きく変わるような要因も見当たらず、変わらないとみている。
☐	衣料品専門店（店長）	・一部の大手企業を除いて、物価の上昇に賃上げが追い付いていない。今後も必要な物を吟味して購入する傾向は続くともみている。
☐	衣料品専門店（総務担当）	・光熱費やガソリン代、食料品等の値上がりが続いているため、出費を抑える傾向が続くとみている。
☐	家電量販店（従業員）	・食品や日用品などの価格上昇と、賃上げの実施状況次第である。
☐	乗用車販売店（従業員）	・ここ2～3か月に新型車の発表はなく、オーダーストップが解除になる車もないため、販売量が伸びない状況は変わらない。
☐	乗用車販売店（従業員）	・車両本体や部品、用品の値上げがあり、ガソリンも高騰していることから、客の動きが悪くなっている。今後のメーカーの施策次第だが、大きくは変わらないとみている。
☐	乗用車販売店（従業員）	・新型車が発表になったが、それ以外の車種は受注停止しているため、差引きすると配車量は変わらないとみている。
☐	乗用車販売店（従業員）	・新年度に入り需要は増えるが、大きく変わることはないともみている。
☐	乗用車販売店（店長）	・店頭での商談件数が例年より少ない。車両価格が高騰しているため、顧客の購入マインドが低下したままの状況は変わらないとみている。
☐	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・米も野菜も高くなっている。物価の上昇に賃上げが追い付かない状況では、景気は良くならない。
☐	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・同業他社はもちろん、他業種からも制服販売に参入しているため、パイの取り合いになっている。専門店としての存在意義が問われている。競争の激化に加え、制服の販売機会が減少することを懸念している。
☐	その他専門店〔靴〕（経営者）	・物価の上昇が支出の抑制につながるとみている。
☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・変動要因がないため、価格、販売量共に変わらないとみている。

□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・フード業種は、3か月前比で売上がマイナス2%、来客数はマイナス1%になっている。物価高が続くことや世界経済の不透明さに加え、米などの値上がりにより弁当総菜の商品値上げの可能性もある。そうなれば消費行動は更に慎重になるとみている。
□	高級レストラン（支配人）	・予約の鈍い状況は変わらない。
□	一般レストラン（経営者）	・4～6月の予約も少ない。例年4～5月は入学、就職祝いの予約が入るが、今のところ少なく、期待もできない。
□	一般レストラン（スタッフ）	・来客数は横ばいの状況が続くとみている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・大企業とは違い賃金が上がっていない。光熱費、食料品など物価が上昇しているため家計は苦しい。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・閑散期が終わり来客数は増えるが、客単価は上がらないとみている。
□	観光型旅館（スタッフ）	・景気低迷は物価高に起因しており、その原因はウクライナ情勢にあるとみている。解決に向けた動きに注目しているが、身の回りの景気に反映するまでは時間を要する。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィーク、大きな祭り、株主総会で客は増加するものの、外国人の動きは少し鈍くなる見込みである。
□	通信会社（経営者）	・放送サービスについては、4月以降転勤を理由とする解約者数の増加が予想される。テレビ放送の視聴方法の変化や低価格の動画配信サービスの利用者が増えているため、大幅な増加は期待できない。インターネットサービスは、集合住宅への一括導入が進んでいるため、新規契約数は多少増加するとみている。
□	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）	・物価が上がっているため、客が経費を抑えることに変わりはないとみている。
□	テーマパーク（職員）	・物価高が家計を圧迫する状況は変わらないため、観光や娯楽の出費が減る傾向は続く。土産品などの購入額や買上点数などの減少傾向も続くとみている。
□	遊園地（経営者）	・物価上昇と賃上げの動向が見通せない状況で、消費に弾みはつきにくいとみている。
□	美容室（経営者）	・米国の経済政策が我が国の消費者の行動にも影響を及ぼしているため、今後も様子をみていく。
□	美容室（経営者）	・来客数は伸びているが、物価高の影響が単価は下がっているため、良くなるとはいえない。
□	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・ゴールデンウィークは消費が増えるが一時的なものである。実質賃金が上がらない限り、景気は変わらない。
□	設計事務所（経営者）	・人工単価や工事費は上昇傾向にあるものの、発注件数が減少傾向にあるため、受注価格の低下が予想される。
□	住宅販売会社（経営者）	・新築住宅の受注は低迷している。しかし、国直轄事業を手掛ける地区外の法人から、賃貸事務所用及び3000坪単位の長期滞在従業員向けプレハブ用の用地のオーダーがあり、提案中である。
▲	商店街（代表者）	・新年度になっても消費が伸びる見込みがない。
▲	商店街（代表者）	・原材料価格や人件費の更なる高騰が懸念される。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ロシアとウクライナの戦争は終結が見通せず、生活必需品の高騰は続く。消費者は生活防衛に回り、出費は最低限にとどめるとみている。
▲	スーパー（店長）	・商圏内にドラッグストア、コンビニ、食品スーパー、飲食店などの出店予定があり、消費行動に変化があるとみている。
▲	スーパー（企画担当）	・4月以降は値上がりにより酒類の需要が減ることに加え、米の価格が高止まりしていることもあり、販売点数と売上は全体的に減少するとみている。
▲	スーパー（店舗運営）	・販売促進策の見直しにより景気は好調だが、そのピークは1～3月であり、一巡する4月以降の景気はやや鈍化するとみている。
▲	コンビニ（店長）	・値上がりする商品が更に増え、購入意欲はますます低下するとみている。
▲	衣料品専門店（店長）	・スーツ離れが加速している。紳士服市場全体が縮小傾向にあり、売上の減少が止まらない。

	▲	自動車備品販売店（経営者）	・電気料金等の物価の上昇が購買力の低下を招く。特に年金受給者と就職氷河期の年代で顕著に出るとみている。
	▲	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており、この先の受注量はある程度確定しているが、2～3か月後は減少するため、やや悪くなる。
	▲	一般レストラン（経営者）	・4月からの値上げラッシュなどネガティブな話も聞くため、やや悪くなるとみている。
	▲	観光型旅館（経営者）	・物価高に賃上げが追い付いていないため、しばらくは様子見になる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・物価高騰による買い控えの影響で、収益は悪化する見通しである。
	▲	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、前年同期比94%となっている。
	▲	タクシー運転手	・2～3か月後は暖くなるため、買物や通院での利用は減少するが、旅行者やコンサートなどイベント来場者、出張者の利用が増加する。
	▲	観光名所（職員）	・ここまで順調にきているが、米国政権の動きに対する影響が出始めたのか、上がってきた単価が横ばいになっている。これ以上の伸びは望めず、下がっていくことも考えられる。
	▲	競艇場（職員）	・大口客の来場は続かず、現在は一時的に売上が良くなっているだけとみている。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・金利の上昇により新規投資や機械設備需要が停滞傾向にある。また、米国の自動車関税による急激な景気の悪化を懸念している。
	▲	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、エアコン交換に関する問合せが増えるともみている。リフォームは、物価高の影響で先延ばしにするケースが続くとみている。
	×	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・今年に入り、卸売業、小売業など数件の廃業を目の当たりにしており、景気は明らかに悪くなっている。円安傾向も終わりがみえず、良くなる材料も見当たらない。
	×	スーパー（経営者）	・止まらない物価の上昇に賃上げが追い付いていないため、実質可処分所得が大きく減少している。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・今後も更なる値上げの動きが出てくるとみている。売上は確保できても、数量や利益が出ないという状況になりつつある。
	×	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・配達灯油のシーズンも終わり、出荷数量も減少する。他の油種も劇的に増える要素はないため、景気は悪くなるとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィークを含めて繁盛期になるが、個人が消費に回せる金を捻出することは難しく、景気回復は望めない。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	・見積査定が遅れている案件を始め、複数案件の受注契約を見込んでいる。
	○	農林水産業（従業者）	・米の生産コストは確実に上がっているものの、それを補って余りある米価の上昇が見込まれる。
	○	金属製品製造業（経営者）	・客先の来年度の予定が出てきており、受注が上向いている。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・客に新たな取組を始める動きが見られる。
	○	金融業（広報担当）	・賃上げの動きが加速することを期待している。また、春祭りのシーズンを迎えることから、インバウンドに加え地元客の消費意欲回復が期待できる。
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・6月のボーナス支給が消費の呼び水になることを期待したい。
	□	農林水産業（従業者）	・米は需要、価格共に高止まりで推移するとみている。果物についても価格が低下する要素はない。
	□	食料品製造業（経営者）	・春から値上がりするものも多く、厳しい状況は続くとみている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・物価高騰が収まらない限り、節約志向は変わらない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方における構造不況業種になっていることに加え、業界としてもペーパーレス化の進展やSDGs、二酸化炭素排出量の問題など課題が山積みである。また、社員の高齢化により旧態依然の体質から脱却できないこともあり、新たな事業展開がみえてこない。

	☐	一般機械器具製造業（経営者）	・現在は年度末で忙しいが、新規案件の話題も少ないため、新年度は不透明な状況である。
	☐	一般機械器具製造業（経営者）	・米国の関税政策の影響で、客先の生産増は期待できない。
	☐	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体製造の顧客においては、積極的に設備投資を行う予定もなく、特に変化はないとみている。
	☐	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先の情報からみても、今しばらく厳しい状況が続くとみている。
	☐	建設業（従業員）	・工事案件が少ない状況が続いている。また、求人を出しても応募がない状況も続いている。
	☐	建設業（従業員）	・人手不足も続いているため、変わらない。
	☐	輸送業（経営者）	・中国経済悪化の影響を受けて、主要取引先の機械装置製造業で輸出の落ち込みが予想される。他の製造業も業績が回復していないことから、来期の売上予想は減収の見込みである。
	☐	通信業（営業担当）	・国内外共に不安要素が多く、設備投資に踏み切れない状態が続くとみている。
	☐	広告業協会（役員）	・景気回復に向けた政策に乏しく、消費マインドの低下には歯止めがかからない。景気が良くなる兆しはなく、広告業界には厳しい状況が続くとみている。
	☐	広告代理店（経営者）	・来期予算は各社今期並みと予想しており、当社の業績に大きな変化はないとみている。
	☐	経営コンサルタント	・消費者が納得するレベルで物価が落ち着かない限り、消費回復は見込めない。
	☐	その他企業〔企画業〕（経営者）	・観光シーズンを迎えることへの期待はあるが、観光客の滞在時間が短いため、買物など経済効果は限定的とみている。
	☐	その他企業〔協同組合〕（職員）	・依然として明るい材料は見当たらない。人件費、原材料価格、エネルギー価格等の上昇が止まらず、受注量の増加も期待できない。先行きには不透明感が漂っている。
	☒	食料品製造業（営業担当）	・販売量の前年割れが続いているなか、原材料高に伴い製品の値上げを実施するため、販売量の更なる悪化が予想される。
	☒	食料品製造業（製造担当）	・物価高の影響か、商品購入単価が低下傾向にある。
	☒	建設業（従業員）	・計画中止の案件が多くなり、施工案件が減少することを懸念している。
	☒	通信業（営業担当）	・仕入価格の上昇及び派遣社員の請求単価の上昇などにより、経費が売上を上回る見込みである。
	☒	通信業（営業担当）	・物価上昇や米国の経済政策の影響が、今後長期にわたって出てくることが予想される。
	☒	司法書士	・金利と物価の上昇が続く限り、景気の回復は見通せない。
	☒	公認会計士	・小売業、サービス業は好調を維持しそうだが、製造業は業績がなかなか回復せず、建設業関係の一部でも業績が悪くなると予想している。全体としての景気はやや悪くなるとみている。
雇用 関連 （東北）	☒	コピーサービス業（従業員）	・米国政権の影響や混んとした経済状況で先が見通せない。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・原材料価格等の高騰と官需、民需の工事の減少により、今後も厳しい状況が続く。
	◎	－	－
	○	人材派遣会社（社員）	・新卒採用の早期選考が一段落するタイミングとなるが、新卒採用で苦戦している企業が中途採用に流れてくる可能性がある。
	○	アウトソーシング企業（経営者）	・賃上げが進めば消費が増え、景気が良くなるとみている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・インバウンド需要の回復が見込まれる。
	☐	人材派遣会社（経営者）	・製造業の経営者は、米国の関税政策により自動車関連産業の景気が後退して生産の見直しが始まり、他の産業にも影響が出ることを懸念している。依然続く材料価格の高騰も不安材料である。
	☐	人材派遣会社（社員）	・求人数、求職者数共に前年夏の後半から前年比約80%から90%の数値で推移している。好転する気配もなく、若干悪化の傾向が続くとみている。同業他社もほぼ変わらない状況とのことである。

☐	人材派遣会社（社員）	・企業の求人依頼において、請求単価などが変わる様子はない。
☐	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・広告の動きが活発な状況が続くことを期待している。
☐	職業安定所（職員）	・販売など一部の業種では人手不足に起因する求人活動が活発だが、製造業は原材料価格の上昇分を価格に転嫁できず、採用意欲が低下している状況は続くとみている。
☐	職業安定所（職員）	・どの産業も人手不足であるが、原材料価格や人件費などの高騰が経費を圧迫しているため、求人につながらない状況が続くとみている。
☐	職業安定所（職員）	・有効求人数は横ばい圏内の動きとなっているが、今後も推移を注視する必要がある。
▲	人材派遣会社（社員）	・米国の関税政策により不確定要素が増している。特に地方経済の地盤となる製造業等での景況感の悪化は、求人数減少につながる懸念がある。
▲	職業安定所（職員）	・小規模な人員整理案件が増加している。
▲	学校〔専門学校〕	・政府が有効な経済対策を打ち出していないため、良くても現状維持とみている。
×	*	*