

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)	◎	＊	＊
	○	商店街（代表者）	・天候が暖かくなるにつれて外出する人が増え、来街者数も増える とみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・選挙を控えて様々な景気対策が打たれることが予想され、景気は やや改善するとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・夏に向けて人の動きが良くなっているため、今後少しずつ良くな るとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・気温の上昇とともに来客数の伸びが期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ゴールデンウィークは、インバウンド効果で例年よりも来客数が増 えるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・天候が暖かくなり晴れの日が増えれば、来客数の増加が期待でき る。
	○	家電量販店（従業員）	・今年は夏場に向けて気温が高くなることが予想される。季節商材 の動きが良くなれば、景気はやや良くなる。
	○	都市型ホテル（支配人）	・各種総会、建設業の安全大会などコンベンションの先行予約が増 えている。また、インバウンドの先行予約も好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・当社契約宿泊施設のこの先3か月の先行販売額は、前年同期をや や上回っている。
	○	旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークを自宅で過ごす人も、景気が悪いからという 理由だけではなく、混雑を避け、少し時期をずらして旅行に行く人 もいる。先行予約の状況からも少し良くなるとみている。
	○	通信会社（営業担当）	・ガソリン価格や電気代などへの物価高対策が行われることを期待 している。
	○	テーマパーク（職員）	・繁忙期になるため、来客数も増え、販売単価も上がるとみてい る。
	○	その他住宅〔リフォーム〕 （従業員）	・住宅設備機器はエアコンの交換に関する問合せが増えると思てい 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思てい る。
	□	商店街（代表者）	・賃上げを実施している企業は多いが、物価の上昇が所得の上昇を 上回っているため、家計の節約ムードが高まっている。商店街の景 気回復には時間を要する。
	□	一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・米を買いたくても買えない人が多くなっている。米騒動が落ち着 かない限り、人々が消費をしようという気持ちになるはずもなく、 景気は悪いまま変わらないとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・来客数の減少をどのようにして食い止めるかが重要になる。
	□	一般小売店〔酒〕（経営 者）	・夏に向けて繁忙期に入っていくが楽観的になれない。気候は良く なっていくが、消費者マインドは冷え込んだままとみている。
	□	一般小売店〔寝具〕（経 営者）	・物価が落ち着かない限り、景気が悪い状況は変わらない。
	□	百貨店（催事担当）	・ガソリン価格の引下げ等の景気対策が、多少なりとも消費の活性 化につながることを期待したい。
	□	百貨店（従業員）	・物価高が改善されるとは考えにくく、買い控えや必要最低限の購 買行動に変化はないとみている。
	□	スーパー（経営者）	・中小零細企業の倒産件数が増加している。また、株価の乱高下や 為替の変動、金利の引上げが消費マインドを冷やすことを危惧して いる。インバウンド需要も一部の地域に限られ、地方への恩恵は少 ない。消費の動向は変わらないとみている。
	□	スーパー（店長）	・景気はしばらく変わらないとみている。しかし、米の高騰が続け ば消費は更に冷え込み、ゴールデンウィークや母の日といった機会 に今までどおり金を使ってもらえるか分からない。
	□	スーパー（店長）	・景気が上向く要素は見当たらない。米や燃料等の価格上昇が続い ているため、現状のまま推移するとみている。
	□	スーパー（店長）	・好転する見込みは少ないとみている。
	□	スーパー（店長）	・物価高騰が続くなか、節約志向は変わらないとみている。

☐	スーパー（企画担当）	・所得が変わらないなか商品価格は上がる一方で、客の生活防衛意識が高まっている。更なる物価上昇が予想されるため、現状は変わらないとみている。
☐	スーパー（商品担当）	・節約志向の高まりから、買上点数は減少、1品単価は上昇し、客単価は現状維持になるとみている。
☐	スーパー（業務担当）	・景気が急激に良くなることはない。
☐	コンビニ（経営者）	・近隣の競合店の撤退により来客数は伸びているものの、客単価や買上点数は横ばいである。
☐	コンビニ（経営者）	・来客数が減っているにもかかわらず売上は少し増えているが、商品価格の上昇によるもので景気は良くない。売上は良くても横ばいとみている。
☐	コンビニ（経営者）	・しばらくの間、販売量と来客数の増加が続くとみている。
☐	コンビニ（経営者）	・暑くなり来客数も増えるが、そもそも売上が期待できない地域であるため、良くならない。
☐	コンビニ（経営者）	・来客数の微減は続く見込みであり、改善の見通しが立たない。今後も商品の値上げが続き、更に厳しくなると予想している。
☐	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）	・ゴールデンウィークの天候に期待している。観光客の増加による売上の伸びを見込んでいる。法人関係では夏物の作業服等売り込んでいく。
☐	衣料品専門店（経営者）	・今後も物価高騰による個人消費の停滞は続くとみている。
☐	衣料品専門店（店長）	・ビジネスニーズは前年よりも活発になるとみているが、物価高など不透明な要素もあるため、変わらないとみている。
☐	衣料品専門店（店長）	・物価上昇に賃上げが追いついていないため、先行き不安から必要最低限の物を少しでも手頃に購入したいという消費者心理が購買行動に現れつつある。
☐	衣料品専門店（店長）	・物価高と米国の関税政策などで今後の景気が不透明であるため、消費者の不安が大きくなっており、購買意欲が低下している。
☐	衣料品専門店（総務担当）	・食品を始め、あらゆる生活必需品の高騰が続き、購買頻度が下がっているため変わらない。
☐	乗用車販売店（従業員）	・オーダーストップしている車種の受注再開が見込めず、今後も低迷が続くとみている。
☐	乗用車販売店（従業員）	・新型車の在庫予定日が確定していないため、当分は仕入れ車を販売する。よって、3か月後も売上はそれほど変わらないとみている。
☐	乗用車販売店（従業員）	・配車量が極端に増えることはないため、変わらないとみている。
☐	乗用車販売店（店長）	・車両価格が年々上がるなか、顧客からは高く買えない、できるだけ我慢して乗り続けるといった声を聞く。価格転嫁の影響が大きいことがうかがえる。
☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格や為替相場が不安定であり、仕入価格の変動が想定し切れない。急激な変化に対応できるよう身構えることしかできない。
☐	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・6月下旬は例年バーゲンセールを実施するため、衣料品を中心に消費が活発になる時期である。しかし、光熱費や米を中心とした物価上昇に賃上げが追いつかないため、食品売場では以前のようなセット販売が売れなくなっており、単品の値段を意識する客が増えている。よって、来客数は微減でも客単価が上昇し、売上が伸びる状況は変わらないとみている。
☐	高級レストラン（支配人）	・土日祝日のランチタイムは客が見込めるが、平日のランチタイム、ディナータイムと土日祝日のディナータイムは客が見込めない。
☐	一般レストラン（経営者）	・当店のスタッフからも、節約のため外食を控えているという話を聞く。予約状況からも、来客数が少ない傾向は続くとみている。
☐	一般レストラン（経営者）	・例年と異なり、今年の4月は歓送迎会がある3月よりも忙しくなっている。3か月先も変わらないとみている。
☐	観光型ホテル（スタッフ）	・参議院選挙の結果次第である。
☐	観光型ホテル（スタッフ）	・好転する要素が見当たらない。

□	観光型旅館（スタッフ）	・物価高の話題ばかりで良い話は少ない。消費者は家計に余裕がなく、余暇に回せる金がないとみている。
□	旅行代理店（従業員）	・物価高は続くことが予想されるため、改善は見込めない。
□	旅行代理店（従業員）	・物価高騰が続いているため、販売は伸びない。
□	タクシー運転手	・利用者数は大きくは変わらないが、暑くなれば通勤や通院などの利用者が多くなる。また、コンサートや地域の祭りによる利用者も多くなる。
□	通信会社（経営者）	・放送サービスは有料テレビの必要性は低くなりつつあるものの、サービスエリアの拡大を予定しているため、中高年者を中心に新規加入者の獲得が期待できる。インターネットサービスは、テレビに接続して使う人が少しずつ増えているため、僅かながらも加入者数の増加が見込まれる。
□	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）	・政府や自治体の景気対策は実効性が乏しい。
□	美容室（経営者）	・夏の参議院選挙を前に各党が出している各種景気対策の行方を社会全体がうかがっている。
□	美容室（経営者）	・ゴールデンウィークに出費した分、その後は消費を抑えるようになる。物価高による節約も予想される。
□	住宅販売会社（経営者）	・新築住宅の受注が伸びない分を建て替えやリフォームの売上でカバーしている。
▲	商店街（代表者）	・休日が続く人と人が減り、更に活気がなくなる。
▲	商店街（代表者）	・円高傾向や米国の関税政策が、インバウンドにマイナスの影響を及ぼすことを懸念している。
▲	百貨店（企画担当）	・物価高や米国の関税政策の影響を懸念している。
▲	百貨店（経営者）	・生活防衛意識が少しずつ高まっており、食料品の売上は更に厳しくなるとみている。政府の経済対策が実行されれば消費意欲の回復は見込めるが、今は施策を連続で実施して耐えるしかない。
▲	スーパー（店舗運営）	・競合環境が厳しくなる見通しである。
▲	コンビニ（エリア担当）	・株価の問題、止まらない物価上昇、米価の異常な高騰など景気が良くなる話題が全くない。
▲	コンビニ（店長）	・値上げ商品が増えているため、客が単価の低い商品を選んで購入する状況は続くともみている。
▲	家電量販店（従業員）	・米国の経済政策の影響が心配される。
▲	乗用車販売店（従業員）	・販売が落ち着く時期に入る。
▲	乗用車販売店（従業員）	・サービスの売上、新車及び中古車の販売台数、来客数は良くなってきているが、例年、ゴールデンウィークを過ぎると悪くなる傾向がある。
▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・米国の経済政策の影響は不透明で、将来の見通しが立たない。
▲	その他専門店〔靴〕（経営者）	・商圏内にショッピングセンターがオープンするため、影響があるとみている。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・配達灯油の繁忙期が終わり、販売量は減ってきている。他油種でのリカバリーも難しい。
▲	一般レストラン（経営者）	・物価上昇により財布のひもを固くしている客が大半であるため、良くなることはない。
▲	一般レストラン（スタッフ）	・ディナータイムの来客数が前年比80%程度であり、営業が成り立たない。
▲	観光型旅館（経営者）	・物価高が落ち着くか慣れるまでは、消費行動は控えめになるとみている。
▲	観光名所（職員）	・売上は落ち着いているが、客単価は若干伸びている。販売量は少し落ち込みがみられる。先行きが見えない経済状況のなかで、不安を感じて買い控えをする人と変わりなく買物を楽しむ人に分かれている。
▲	遊園地（経営者）	・物価上昇や先行きの不透明感により、景気が上向くことは期待できない。
▲	競艇場（職員）	・今月の売上は非常に良かったが、来月以降は少しずつ下がっていくとみている。
▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・米国の関税政策による先行きの不透明感もあり、買い控えの傾向は更に進むとみている。
▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・企業努力をしても消費は低迷したままで、景気はやや悪くなるとみている。

	×	商店街（代表者）	・米国の関税政策の影響が見通せない。景気が良くなる要素も見当たらない。
	×	スーパー（経営者）	・米国の関税政策の影響が不透明で、米の価格上昇も続いているため、家計には食費に金を掛ける余裕がない。
	×	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしているが、2～3か月後の受注量は多くないため、今月より悪くなる。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・米の異常な高騰の影響で苦しくなりつつある。特に日本酒メーカーは採算が取れるような値上げができず、危機的な状況になっている。
	×	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・企業各社は女性用の事務服を廃止又は軽装化、男性用の制服も軽装化する傾向にあり、アパレルメーカーとの競合になる。売上の確保はますます厳しくなることが予想される。
	×	一般レストラン（経営者）	・米国の関税政策の影響が不透明であり、政府の経済政策が明らかになるまでは、消費者の財布のひもが緩むことはない。この先も、広範にわたり物価の上昇が続くため、景気は悪くなるとみている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・7月に日本で大地震が起こるという噂がアジアで広まり、航空機の減便等も予定されていることから、インバウンドの減少が予想される。
	×	美容室（経営者）	・いろいろな物が値上がりしており、客は美容院に掛ける金を節約している。
	×	設計事務所（経営者）	・公共建築は、大型工事の建設費が高騰し予算を超過したため、工事の発注を延期している。発注件数が減少し、受注確保のため過剰な値下げが始まっている。穴埋めできる仕事を抱えていない企業は苦しい1年になる。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	・現在交渉中の案件の契約等が複数見込まれる。
	○	農林水産業（従業者）	・今後も米の価格は高値を維持するとみている。
	○	金融業（広報担当）	・為替水準の動向に留意が必要だが、夏に向けてインバウンドニーズは高まることが予想される。また、賃上げにより地元消費者の購買意欲が拡大することを期待している。
	○	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・3月の値上げ前の駆け込み需要による反動がなくなる。また、値上げに対する消費マインドの冷え込みも緩やかに解消されるとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・天候、生育は平年並みで、販売に関しても変わらないとみている。
	□	食料品製造業（営業担当）	・販売量の減少に歯止めがかからないことから、経営状況は厳しくなるとみている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・印刷業界の厳しい状況は変わらない。印刷以外の事業で補えるかという不安がある。
	□	金属製品製造業（経営者）	・良くなる気配はあるが、米国の関税政策の影響が少なからずあり、相殺してしまう懸念がある。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体関連の顧客においては、開発計画に大きな動きはない。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・企業から良い情報が聞こえてこない。計画値までのめども立っていない。
	□	建設業（従業員）	・資材価格の高騰から契約の取りづらい状況が続き、人手不足も解消していないため、良くなる状況にはない。
	□	建設業（従業員）	・資材高騰が続いているため状況は変わらない。
	□	建設業（従業員）	・特定分野の案件がなくなっているものの、全体的に工事量は多い。
	□	輸送業（経営者）	・今期の見通しは厳しい。例年よりも高い賃上げのため、人件費増加の負担が重くのしかかる。また、米国の関税政策によって中国の景気回復が更に遅れることが予想されるため、当社の機械装置製造業の取引先において中国向け輸出が増えないことを危惧している。
	□	通信業（営業担当）	・設備の安定性など価格以外の強みを強調していくしかない。
	□	通信業（営業担当）	・受注件数は前年と変わらないが、廉価な端末やプランへの変更希望が増えている。ランニングコストを少しでも減らしたい客が増えている。
	□	通信業（営業担当）	・1度上げた販売価格は元に戻さない傾向にある。
	□	広告代理店（経営者）	・不確定な要素が多く、客先の反応も様子見のところが多い。大きな動きを取りづらい環境である。
	□	経営コンサルタント	・内外の経営環境は厳しさが続くが、政府による内需喚起のための政策が奏功することを期待する。

	□	その他企業〔企画業〕 （経営者）	・米国の関税政策が影響することへの懸念から、近隣工場の従業員からは先行きに対する不安の声を聞く。
	□	その他企業〔協同組合〕 （職員）	・受注案件に特段の変化はない。しばらくは低調が続くとみている。
	▲	食料品製造業（製造担当）	・資材、特に米の価格高騰の影響が大きく、収益改善策を検討している。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・米国の関税政策などの影響で先行きが不透明である。設備投資の話題も少ないため、2～3か月後はやや悪くなるとみている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・米国の関税政策の影響で、特に自動車関連の生産計画の見直しが予想される。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・発注や納期のタイミングを先延ばしするケースが徐々に始まっている。
	▲	輸送業（営業担当）	・米国の関税政策の影響でやや悪くなるとみている。
	▲	広告業協会（役員）	・米国の関税政策の先行きが不透明で、様子見状態が続くとみている。広告市場はプラス要素に乏しいため、現状よりもやや悪化するとみている。
	▲	司法書士	・住宅着工は底堅く、住宅ローン金利の上昇も一段落しているが、建築費の高騰が悪影響を及ぼすとみている。
	▲	公認会計士	・建設業関係の顧客の業績見通しは不透明である。また、米国の関税政策による国内景気の悪化が予想される。全体としての景気はやや悪くなるとみている。
	▲	コピーサービス業（従業員）	・米国の関税政策による先行き不安から、不況への懸念が出てきている。
	×	出版・印刷・同関連産業 （経営者）	・成熟した事業で今までのやり方を踏襲する企業と、デジタル分野へと新たなビジネス展開を図った企業との2極化が進んでいる。前者には全国の同業者からM&Aの話が舞い込んでいる。衰退企業の救済もあるが、体力がある間に事業撤退を判断している会社も多いとみている。
	×	窯業・土石製品製造業 （職員）	・販売量は11年連続で前年を下回っている。今年度の需要想定も前年比減少となっており、明るい兆しが全くみえない状況である。
雇用 関連 （東北）	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・米国の関税政策などの不安要素は残る。しかし、求人に関する問合せがあらゆる業種からきていることを考えると、今よりやや良くなるとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークになると企業が採用活動に割ける時間が増加し、決定数は増えるとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・現状、求人数、求職者数共に前年比約80%で変化がないなか、来月以降の成約実績は比較的悪くない。良化、悪化どちらの材料も見当たらない。
	□	アウトソーシング企業 （経営者）	・販売価格を上げて、光熱費や人件費、仕入価格、社会保険料など全てが上昇しているため変わらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・米国の関税政策の影響が見通せない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・春先から少しずつ広告に動きが出てきている。
	□	職業安定所（職員）	・物価高や米国の関税政策の影響、政府の経済対策等に対して、しばらく様子見の状況が続くとみている。
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数はほぼ横ばいで推移するとみている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比では減少しているものの、人手不足感は続いている。管内事業所において、米国の関税政策の直接的な影響や極端な売上減少、雇用調整の話はなく、特段大きな変動はないとみている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・原材料価格の高騰が落ち着かない限り、景気は変わらない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・米国の関税政策の影響が見通せないなか、自動車産業や半導体産業では、減産により雇用への影響も出てくることが予想される。物価高騰のなか所得はそれほど上がっておらず、消費を冷やしかねない。よって、中期的にやや景気は減速するとみている。
	▲	職業安定所（職員）	・米国の関税政策の影響で、先行きが不透明になっている。
	▲	学校〔専門学校〕	・米国の関税政策などの影響で先行きが不透明であり、経済活動の停滞が予想される。
	×	＊	＊