

## 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（経営者）	・12月末に閉店した近隣の商業施設が再開店する夏頃までは、景気が良い状況は続くとみている。
	◎	観光名所（職員）	・当地と台湾を結ぶ定期便の増便が決まっている。
	○	商店街（代表者）	・春になると、天候も良くなり外出しやすくなることに加え、イベント等の行事が増える。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・3月の異動時期には酒の販売量に動きが出るとみている。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・大雪の影響により経済活動が停滞しているが、春になれば多少は回復するとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・年度末は卒業式等のイベントがあるため、人の動きは活発になるとみている。ただし、来月の衆議院選挙がどれだけ景気に影響を及ぼすかが不透明である。
	○	百貨店（営業担当）	・天候が良くなり、降雪の影響により外出を控えていた客が集中的に来店することが予想される。
	○	スーパー（店舗運営）	・物価高の継続による内食需要の増加が期待できる。
	○	コンビニ（経営者）	・商圈に変化はなく、状況は変わらないとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・春以降、天候や気温次第で消費行動が改善する見込みがある。
	○	衣料品専門店（経営者）	・雪の季節が過ぎ、春物が動く時期になる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・現在ある新車受注の納期からみると、売上残が蓄積されていけば景気は良くなるとみている。客は現状の物価高に慣れつつある。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算期に入る。また、新型車の発売に期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・12月から1月にかけて、来客数、車の販売台数共に増加傾向にある。特に今月はかなり良い数字になっている。2～3月もこの調子で増えていくとみている。
	○	乗用車販売店（店長）	・3年前のコロナ禍明け大増産の影響により、今期は例年よりも多い車検受付を予定している。サービス収益も現段階で前年比95%まで回復している。今後に期待が持てる。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注残があり、今月より売上が良くなることが確定している。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・春先の動きはかなりあるとみており期待している。大口の案件もある。新入学の生徒数は毎年減少しているため学校関連は減額となるが、制服の切替えや新年度の追加分などをしっかりと受注したい。また、米国の有力旅行メディアが2026年に行くべき旅行先の1つとして当地域を選定したため、インバウンド関連の売上増加を狙っている。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・このまま例年並みの気温が続ければ、配達灯油の販売も伸びるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・前年末くらいから県外からの観光客が少しずつ増えているため、この先、多少は良くなるとみている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・熊の出没や日中関係、大雪等が落ち着いて、やや良くなるとみている。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・3月までは来客数が減少するとみているが、4月は桜という目玉があるため、例年並みが期待できる。
	○	都市型ホテル（支配人）	・インバウンドは団体、個人共に先行予約が好調である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンドの動きに旧正月の影響が少なからずあることを想定している。
	○	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、前年同期比100%を超えていている。
	○	タクシー運転手	・学校の卒業式や入学式、官公庁や企業の入社式などがあるため、利用者数は多くなるとみている。
	○	通信会社（経営者）	・雪解けが進み人の往来も多くなる3月にキャンペーンやイベントの開催を予定している。転居による解約者も一定数出るが、新規加入数の増加を見込んでいる。
	○	通信会社（営業担当）	・衆議院選挙があるため、やや良くなるとみている。
	○	通信会社（営業担当）	・2か月先までの販売見込みは前年と比べても良い。

○	テーマパーク (職員)	・春休みになると、学生や3世代家族の利用が見込める。
○	美容室 (経営者)	・衆議院選挙の結果次第でどのような景気対策が実施されるかが決まる。消費者の動向に期待する。
○	その他サービス【寮管理】 (管理人)	・衆議院選挙後の消費税の動向が気になるものの、物価対策が実行されれば景気はやや良くなる。
□	商店街 (代表者)	・寒いこともあり人が動いておらず、来客数はこれまでで最低となっている。法人利用も全くなく、悪い状態は変わらないとみている。
□	商店街 (代表者)	・食料品の消費税率を2年間ゼロにするなどの政策が実施されるとても秋以降である。春までに景気が回復する要素は見当たらぬ。
□	一般小売店【医薬品】 (経営者)	・衆議院選挙後にリーダーが誰になろうとも現在の物価高の問題はすぐには解消しないため、景気が悪いのは変わらない。
□	一般小売店【医薬品】 (経営者)	・県内の人口減少や物価高、米の価格高騰といった様々なことが影響しているのか、売上は前年比約10%減少している。本当ならばもう少し売上が良くてもよいと考えるが、買いたい物を買えていない感じを受ける。
□	一般小売店【医薬品】 (経営者)	・これまで売上を支えてきた中間層の消費余力が極端に低下している。米の価格が2倍近く上がり、生活必需品も値上げが続くなか、収入が以前のままであれば、最低限の支出しかしなくなる。このところの顧客の消費行動をみると、そう思はざるを得ない。
□	一般小売店【寝具】 (経営者)	・2月以降も低迷が続くとみている。
□	一般小売店【スポーツ用品】 (店員)	・暖かくなれば全体的に動き出しが、物価高が続いているため、新作の販売数に影響があるとみている。
□	百貨店 (企画担当)	・来客数の減少が続いている。顧客の客単価上昇施策を実施し持ちこたえているが、厳しい状況は続くとみている。
□	百貨店 (経営者)	・メインターゲット層の高齢化による消費意欲の減退に伴い、購買アイテムが生活必需品に偏り、全体の購買額も減少している。しかし、春に向けて若年層による新商品の購入やライフイベントへの投資が活発になることが予想され、全体売上の減少分を相殺するとみている。
□	百貨店 (従業員)	・物価高の改善は見込めず、生活防衛意識の高まりによる節約志向は続くため、現状の商環境に変化はないとみている。
□	百貨店 (経営者)	・物価高やシビアな消費行動は当面続くと予想している。
□	スーパー (経営者)	・可処分所得の減少傾向が続いているため消費者の購買意欲は低迷しており、買い控えは続くとみている。実効性のある経済対策を期待するが、効果が出るまでに時間を要するため、消費の停滞傾向はいましばらく続くとみている。
□	スーパー (店長)	・収入は横ばいで物価高が続いているため、消費が増えることはない。景気は変わらない。
□	スーパー (店長)	・今より景気が良くなる要因が見当たらない。
□	スーパー (店長)	・積極財政政策の効果が不透明である。効果が出るとしてもまだ先であり、しばらくは現状のままとみている。
□	スーパー (企画担当)	・人口減少が更に進むことを考えると変わらない。
□	スーパー (商品担当)	・衆議院選挙の結果次第では、食料品の消費税率変動に期待が持てるが、日常に反映されるのはまだ先のことである。2~3か月先是、現状のまま推移するとみている。
□	スーパー (業務担当)	・新首相への期待はあるが、不安もあり、先行きは不透明である。
□	コンビニ (経営者)	・売上が前年比では10%伸びている。客単価は上昇し、買上点数も堅調である。やや良い状態で変わらないとみている。
□	コンビニ (経営者)	・例年1~3月は大学進学等で首都圏に出る人が多くなる。地元に残る人は少ないため、現状維持で精一杯である。
□	コンビニ (経営者)	・経費は増えているのに、春になんでも売上は大して上がらない。経営の厳しさは変わらない。
□	コンビニ (エリア担当)	・来客数の増加傾向は続くとみている。
□	コンビニ (店長)	・円高になり原材料価格が安定しない限り、値上げは続く。コンビニ価格では太刀打ちできない。

□	コンビニ（店長）	・物価高騰で単価が上がっているため、売上はそれほど下がっていないものの、来客数は減少している。客が量販店やスーパーといった安い店に流れていることへの対策で日夜試行錯誤している。
□	衣料品専門店（経営者）	・消費税がどうなるかなど衆議院選挙の結果次第である。
□	衣料品専門店（経営者）	・節約志向の高まりによる個人消費の低迷は、今後も続くとみている。
□	衣料品専門店（店長）	・2～4月は入学や入社の準備をする人が動く。必要に迫られて購入する客のニーズが高いため、例年どおりの動きになるとみている。
□	衣料品専門店（店長）	・物価上昇に伴い、セールに入ってからでないと購入しない消費者が増えている。景気対策が浸透して可処分所得が増えない限り、この傾向は続くとみている。
□	衣料品専門店（総務担当）	・景気対策が進んでおらず、長期にわたって売上を確保できない状況である。客や客先からも厳しい話しか聞かない。
□	家電量販店（従業員）	・新生活需要のピークを迎える3～4月は、12月から1月のような単価の上昇はないとみている。新生活需要はより安く買いそろえる時代を迎え、家電量販店以外のホームセンターや家具店でも新生活家電を提案しており、価格競争の激化は避けられない。少子化も進んでおり年々新生活需要の売上も減っている。物価高による商品単価の上昇分と新生活需要の減少分で相殺され、景気は変わらないとみている。
□	乗用車販売店（従業員）	・2～3か月のうちに新型車が発売される予定はないため、今後も停滞が続くとみている。
□	乗用車販売店（従業員）	・新車の配車量の増加は見込めない。しばらくは現状のままでみている。
□	その他専門店〔靴〕（経営者）	・衆議院選挙の結果でどのように変化するかが予想できない。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・軽油についても、定額引下げ措置の終了により価格変動が激しくなることが想定されるものの、販売量の変動はないとみている。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・1月2日の初売りでは、館の売上レコードを更新したものの、その勢いは続かず、3日以降は落ち着いている。バーゲンセールも安いからといって売れる様子はみられず、欲しい物、必要な物の選別がシビアになっている印象を受ける。消費者のメリハリ意識は更に強まっている。
□	高級レストラン（支配人）	・特に景気が良くなる兆しはみえない。現状維持で精一杯である。
□	一般レストラン（経営者）	・手取りが増えることも、物価高が改善することも見通せず、しばらくは厳しい状況が続くことが懸念される。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・円安が続く限り、身の回りの景気は変わらない。
□	観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格は安くなったものの、物価高による引締め感がみられることから、景気は簡単には上向かない。衆議院選挙後に期待したい。
□	旅行代理店（従業員）	・物価高、円安が続く限り、景気の変化はないとみている。
□	通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料に乏しい。
□	通信会社（社会貢献担当）	・新生活需要も分散している。
□	通信会社（営業担当）	・少しづつ来客数が増えていくとみている。
□	観光名所（職員）	・春先の予約は例年どおり入り始めている。雪解け後の景気回復に期待している。
□	遊園地（経営者）	・賃金や物価の動向によるが、基調に変化はないとみている。
□	美容室（経営者）	・景気が良くなる兆しがみえない。
□	住宅販売会社（従業員）	・来客数や資料請求数に大きな変動はないとみており、受注件数もある程度予測できる。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・物価高による支出を抑える動きは続くとみている。
▲	商店街（代表者）	・物価高が続き、悪いインフレが始まっている。
▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・前年はヒット商品があったが今年はまだない。その減少分を何でカバーしたらよいかがみえない状況である。

	▲	スーパー (店長)	・みかんの季節が終わるため、売上の伸びが続くことはない。現在の豚肉相場安も今後変わるとみている。米は更に落ち込むとみている。
	▲	コンビニ (経営者)	・降雪による土木関係の好転を期待したが、変化はみられない。当面は来客数の減少が続くとみている。
	▲	コンビニ (エリア担当)	・1~2月は気温が低く、売上が1番厳しい時期である。さらに、例年春節の時期は中国からのインバウンドが多いが、今年は見込めない。
	▲	衣料品専門店 (店長)	・マーケットはなくならないが、客単価は物価高騰の影響によりかなり厳しくなる可能性が高い。
	▲	家電量販店 (従業員)	・寒さによる暖房器具の需要増加は一時的なものであり、春以降は見込めない。円安により物価上昇が更に進み、購買意欲が低下することを懸念している。
	▲	住関連専門店 (インテリアコーディネーター)	・マンションや建物は、資産価値があるものや後々賃貸や売却できるような好条件の物件は引き続き売れている。しかし、住まいの購入に合わせてインテリアや家具などを購入する人は少ない。エアコンなどもこれまで使用していたものを取付け直すなどしているため、厳しい状況は続く。
	▲	一般レストラン (経営者)	・2~3か月先の予約は少ない。
	▲	一般レストラン (スタッフ)	・土曜日のランチ、日曜日のディナーの来客数が大きく落ち込んでいる。景気回復の見込みはない。
	▲	通信会社 (営業担当)	・物価の更なる上昇が予想される。衆議院選挙もあるため、すぐには対策ができないとみている。
	▲	観光名所 (職員)	・雪害により交通が麻痺状態にあり、インバウンドの団体客が到着できない状況も見受けられる。今後もこのような事態が発生しそうな天候のため、やや悪くなるとみている。
	▲	競艇場 (職員)	・例年、新規客が多く来場する年末年始でさえ常連客のみであった。来場促進イベント等の予定もなく、売上の増加は期待できない。
	▲	美容室 (経営者)	・常連客のみで新規客の増加が見込めない。
	▲	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	・金利上昇によるコストアップは販売価格に転嫁できないため、収益率の悪化が懸念される。
	×	スーパー (経営者)	・衆議院選挙では与野党共に消費税減税若しくはゼロを公約に掲げているが、法案成立に時間が掛かるため、消費者の失望感が強まるとしている。
	×	一般レストラン (経営者)	・国内や米国の金利の動きにより、経済が更なるダメージを受ける懸念がある。これらの動きがある程度落ち着かない限り、消費活動が活発になることはない。
	×	設計事務所 (経営者)	・官公庁からの業務発注量が目に見えて先細りしている。ダンピングが厳しさを増すなか、企業間の受注格差が大きくなっている。地域全体でみても余裕があるところはない。
企業動向関連 (東北)	◎	—	—
	○	食料品製造業 (営業担当)	・新商品の発売やリニューアルにより販売量の増加を計画している。
	○	金属製品製造業 (経営者)	・今月は顧客の在庫調整で大きく落ち込んでいるため、今月と比べれば良くなっていく。
	○	一般機械器具製造業 (経営者)	・車載部品の新製品向け金型起工が確定している。
	○	電気機械器具製造業 (総務担当)	・メモリの入手に一定のめどが立ったことにより、受注状況が改善していく見通しである。
	○	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・先延ばしになっていた案件の手配見込みが増加している。また、新規案件の引き合いなどの情報も増えてきている。
	○	建設業 (従業員)	・現在、競争入札で発注されている案件が複数あり、いずれかを受注する可能性がある。
	○	通信業 (営業担当)	・メモリやSSDの深刻な不足と価格高騰及び円安の影響により、パソコンの価格が上がる予定である。そのため、値上がり前の駆け込み需要が増えるとみている。
	○	広告代理店 (経営者)	・企業の商品を選ぶ際にも、ESG要素が重要になっている。企業広告のニーズはしばらく続くとみている。
	○	公認会計士	・2~3か月先は年度末決算の時期になる。工事発注や公共工事の締め日がくるため、製造業や建設業関係は工事量の増加により、業績が幾分回復することが見込まれる。小売業や飲食業などは現在の好調を維持するとみている。全体としては、景気はやや良くなるとみている。

	○ その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・衆議院選挙が終わり、積極財政で消費マインドが上向くことを見込んでいる。
	□ 農林水産業（従業者）	・米の価格は、以前のような安値まで下がることはない」とみている。
	□ 農林水産業（従業者）	・夏場を迎えるまでは青果物の流通量が少ないため、特に変化はない」とみている。
	□ 食料品製造業（製造担当）	・景気が上向くことへの期待感はない。メーカー側で企画や新商品、リニューアル等、施策を打ち出すことで客を呼び込んでいかなければ好転しない。
	□ 出版・印刷・同関連産業（経営者）	・衆議院選挙で好転することはない」とみている。
	□ 出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方の経済基盤の限界を感じている。地方では人口減少や高齢化、中山間地域の荒廃、最近では熊の出没や大規模な山林火災も起きている。今ある資源を活用しながら、発生する様々な事象に対処していくしかない。
	□ 一般機械器具製造業（経営者）	・大型の案件や設備投資等の話も少ないため、2～3か月後も変わらない」とみている。
	□ 電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先が示す具体的な納期がかなり先となる相談が多い。
	□ 建設業（従業員）	・今年は降雪量が多く工事ができない日が多い。工事ができても進捗はほとんどない状況である。
	□ 建設業（従業員）	・人手不足で受注量を増やせないため、変わらない。
	□ 建設業（従業員）	・景気は良い状況が続く」とみている。
	□ 輸送業（経営者）	・地震で被害を受けた港湾施設などの早期復旧が進み、物流への影響は解消された。しかし、中国経済の低迷、物価上昇などによる荷動きの鈍化傾向は続く」とみている。
	□ 通信業（営業担当）	・顧客の値下げ要請に対しては、価格の妥当性を理解してもらえるよう努めしていく。
	□ 広告業協会（役員）	・衆議院選挙後の経済対策に期待するものの、物価高騰に賃上げが追い付いていないため、消費マインドの更なる低下を懸念している。広告市場の低迷状態はしばらく続くと予想される。
	□ 経営コンサルタント	・衆議院選挙の結果次第である。流動的な側面が否めない。
	□ その他企業〔企画業〕（経営者）	・例年は混み合う年始の買物客が今年は少なかったことから、この先も買物客の増加は期待できない。
	□ その他企業〔協同組合〕（職員）	・取引先企業ではこの先の受注等に懸念を抱いている様子もみられるが、当面は受注環境が低迷するにしても、十分対応できるとみている。
	▲ 金融業（広報担当）	・衆議院選挙で与野党の財政支出スタンスにマーケットが反応し、国債の金利が上がり続けている。今後は円安加速による更なる物価上昇が懸念され、消費低迷、景気後退のシナリオを予測する経営者も増えてきている。
	▲ 司法書士	・取引先の不動産業者から不動産取引件数が減少しているという話を多く聞く。
	× 窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量が減少しており、厳しい状況は続く」とみている。
	× 不動産業（従業員）	・都心部の不動産の相場変動は少ないが、郊外は下落し、均衡を保っている。回復基調がみられず、設備費や人件費が下がらないため、取引数は減少すると予想する。
雇用 関連 (東北)	◎	—
	○ 職業安定所（職員）	・新規求人件数が増加傾向にあることから、この先有効求人件数も回復すれば、雇用情勢が良くなるとともに景気も上向くことが見込まれる。
	□ 人材派遣会社（経営者）	・建設業や製造業、飲食業、小売業、卸売業、あらゆる産業において、景気が悪い話は聞かないため、やや良い状況が続く」とみている。
	□ 人材派遣会社（社員）	・衆議院選挙の結果と米国政権のかじ取り次第である。先は見通しにくい。
	□ 人材派遣会社（社員）	・現時点では判断しづらいが、今春の動向が停滞的になるのか活況になるのかは注視が必要である。
	□ 求人情報誌製作会社（経営者）	・求人広告の問合せが増えてきているが、転職等の動きが活発な時期に差し掛かっていることもあり、景気が上向く兆候かどうかは分からぬ。

□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・寒波の影響も懸念され、景気回復は当面期待できない。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・衆議院選挙後も円安傾向は収まらず、実質賃金は上がらないと予想している。地方の企業は社員を増やす体力がない。
□	職業安定所（職員）	・有効求人件数は前年同期と比べ横ばいである。一方、管内の複数企業において、企業整備による人員削減が進められている状況もある。
□	職業安定所（職員）	・新規求人件数は業種別に増加と減少が混在している。全体としては人手不足感が続いているが、大きくは変わらない。
□	学校〔専門学校〕	・大きな変化をもたらす要因が見当たらない。衆議院選挙後にどのような政策が実施されるか分からぬが、数か月のうちに経済活動に大きな影響を与えるものではないとみている。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価高が続く限り、今の状況は変わらない。
▲	アウトソーシング企業（経営者）	・価格高騰に伴い、当社サービスでも価格転嫁を行っているが、従業員の手取り増加に反映できていない。景気は悪くなるとみている。
×	*	*