

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）	・夏・秋祭り等のイベントが4年ぶりに通常開催を予定しており、街に活気が戻ってくるとみている。
	○	商店街（代表者）	・夏商戦が始まることに加え、気候的にも人が外に出やすくなる。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・夏祭りやお盆があるため、酒の需要もあって売れるのではないかと期待している。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・例年であれば夏に向かって売上が良くなる月になる。新型コロナウイルスの感染状況が変わらなければ客も動くため、良くなるとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・久しぶりの規制のない夏に、コロナ禍で控えていたピヤガーデン等を利用しての宴会、お中元を携えての挨拶回りなどが増加していけば、おのずと景気は良くなると期待している。
	○	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・ようやく仕立ての注文が出てきている。粗利の上がる仕事ができるようになるため期待が持てる。
	○	百貨店（催事担当）	・食料品の価格高騰による買い控えもやや落ち着いてきている。
	○	スーパー（経営者）	・7月も実質可処分所得は増えず、消費動向にも変化はないとみている。しかし、予報どおり暑い日が続き、夏休みで観光やスポーツ、家族旅行等、人の移動が増え、更に帰省需要も回復すれば、前年よりは消費が回復することが期待できる。
	○	スーパー（企画担当）	・コロナ禍も落ち着き、夏休み、帰省需要が高まりそうである。食品小売業は帰省需要が高まれば多くの商品が売れるため、景気は上向くとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・商品は値上がりしたが買上点数は落ちず、客単価はアップしている。人の動きは新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻りつつある。
	○	コンビニ（経営者）	・今後、更なる賃金アップが見込めることから、客単価の上昇は当面続くとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・関東圏から東北への人流は増加している。観光の流動客が増えれば来客数の増加につながり、景気も良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・街に出ている人の様子が新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことで観光客も増加し、各種行事や夏祭りも普通に行われるため、売上増加に結び付くとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・秋物が立ち上がる時期になるため、多少なりとも期待できる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・今後の受注次第だが、受注残で納期遅れがあった車種の入庫見込みに加え、主要車種のフルモデルチェンジと新型車の追加で市場環境は良くなるとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・秋口までは登録納車が続くため、安定した収益確保ができるとみている。
	○	自動車備品販売店（経営者）	・夏に向けて移動も活発になり、その分個人消費も増えると思われている。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・今後も値上げが続くことや、その他の要因が出てくる可能性も高いことから予断を許さない状態は続くが、徐々に上向きになるとみている。
○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・地元の経済も少しずつではあるが活性化している。観光客頼みでは心もとないが、それでも以前よりはずっと良い。今後、回り出した経済が地元で循環す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）	・株価上昇と経済活性化の効果が出てきているとみられ、その影響が小売流通にも及んでくることを期待している。	
○	一般レストラン（経営者）	・物価高騰が負担になっているため、新型コロナウイルス感染症発生前までは戻っていないものの、少しずつ来客数が増えており、景気は良くなるとみている。	
○	一般レストラン（経営者）	・景気が悪い状況が続くことはなく、今までよりはやや良くなるとみている。	
○	観光型ホテル（スタッフ）	・法人・団体旅行が増加していくとみている。	

<input type="radio"/>	観光型旅館（スタッフ）	・支援策がなくても、夏休みシーズンは景気が上昇に転じるため、やや良くなるとみている。
<input type="radio"/>	旅行代理店（従業員）	・首都圏から地方へとインバウンド需要が今後更に拡大し、中国本土からの観光客も増加することを見込んでいる。
<input type="radio"/>	旅行代理店（従業員）	・夏休みで個人旅行の動きが活発になる。新型コロナウイルス感染症に対する規制がないことに加え、インバウンドも増加傾向にあり、景気は良くなるとみている。
<input type="radio"/>	テーマパーク（職員）	・この先、夏休みや秋の行楽シーズンが始まるため、来客数の増加が期待できる。
<input type="radio"/>	観光名所（職員）	・単価の大きい商品は売れていないが、客の財布のひもは固いわけではなく、単価の小さい商品が少しずつ伸びている。今後もこの傾向は変わらないとみている。
<input type="radio"/>	競艇場（職員）	・夏場はイベント等を計画しているため来客数が増え、売上も増加するとみている。
<input type="radio"/>	美容室（経営者）	・製造業を中心に昇給もあり、ボーナスの支給額もかなり多いようなので、こちらにも回り回ってくることを期待している。
<input type="radio"/>	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・物価の上昇が受け入れられ、販売数は値上げ後も減少していない。仕入価格も上がり、人件費も増やしているがうまく回転している状況は今後も続くと予想している。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・外食をするのは低単価の若い層に偏っている。全体的には景気が上向く要素は全くない。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・景気回復の業種間格差はすぐには改善されない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・これから夏祭りのシーズンとなり、当地にも多くの観光客が訪れるが、潤うのはホテルや土産屋であり、夜間の繁華街にはほとんど来ない。現在の悪い状況は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・物価高騰のなかでも、特に光熱費高騰の影響が見通せない。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営者）	・旅行消費が最盛期となるため、買い控えは夏一杯続くとみている。しかし、週末の県外客は増えているため、イベント施策を連発し、消費喚起を促したい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・緩やかではあるが来客数は増加している。新型コロナウイルスの感染状況が収まりつつあるとはいえ、旅行等の遠出というよりは近場の商業施設やイベントで過ごす傾向があり、来客数の増加は今後もしばらく続くとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・売上が若干伸びていることが救いだが、相変わらず特売日に限られている。それ以外は消費が全く動かないため、値引きロスが多くなっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・来客数は伸びておらず売上も横ばいであることから、景気は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・物価が上がり、電気料金やガソリン価格なども高止まりしており、客の買物傾向はますます価格重視になるとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・週末の集客が思うようにはできていない。特売品の価格を強化しても厳しい状況は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	・外食産業の回復と反比例して、内食需要の低下は続くものと予測している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・物価がこれだけ上がってくると、客が余分な買物をすることは期待できない。3か月後は台風シーズンだが、逆に晴れ間が続いて気温が下がらなければ景気はかなり良くなるため、そうなることを期待したい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・経費が増え利益が縮小している状況は、しばらく続くとみている。経費削減に努めるしかない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・人の動きは良くなっているが、来客数が増える見込みがない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・夏の間は来客数の増加が見込まれるものの、それ以降は再び今の状況に戻るとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍が落ち着いた後の消費動向が一巡している。給料や物価の上昇についてはまだ先が見えないため、景気が大きく変わることはないとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・商品構成を変更しなければ状況は変わらないが、客のニーズと合致する商品構成にすることで、売上を回復させる予定である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価高騰と電気料金の値上がりにより、買い控えが続いている。

<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・賃上げが実施されたのは一部の大企業のみで、ほとんどの企業の給与はそのままのため、嗜好品の部類に入る商品の売上が厳しい状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・食品や電気料金等の値上がりで節約意識が高まっており、旅行以外の需要は減少するとみている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・景気が良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・販売台数に制限のある車や納期が不透明な車がまだある。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・半導体不足の解消が見込めない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・車両生産の増加に比例して下取り車も入ってきている。しかし、急激な中古車の増加により市場価格が下落しており、懸念材料となっている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており2～3か月先までは受注量が確定している。販売量をこれ以上伸ばすことも難しく、現状と変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・身の回りの景気が多少良くなったからといって急に良くなる業種ではないため、時間が掛かるとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	・電気代だけでなくガソリン価格も値上げとなると、消費はますます冷え込むとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・配達灯油も一番暇な時期となり販売量が落ち込む。軽油の配送もお盆休みなどがあり、増量は見込めない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・物価上昇に対して賃金も上がり好循環になっていけばよいが、東北は遅れがちであるため、どうなるか分からない。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・年内は来客数と売上の増加が続くと予測している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・材料の値上げによりメニューの値上げを実施したため、一般客には敬遠されている。今月同様、団体の予約が多少入っているため、何とか営業できるとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・夏休みに期待したいが、新型コロナウイルス感染症の影響が心配である。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・景気刺激策も検討されているようだが、実施されるまでは大きな変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・先行受注状況に極端な伸びはなく、夏休みシーズンの売上は新型コロナウイルス感染症発生前の水準である。景気は現状と変わらない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・状況が大きく変わるような要素は特に見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・様々なイベントが制限なしで再開され外出機会が増えているものの、依然自宅時間を活用している人がいるため、放送サービスは今後も新規加入者は微増傾向、解約者数は減少傾向が続くとみている。通信サービスはコロナ禍で必要性が強まり、今後も幅広い年齢層で自宅でのWi-Fi利用が必須となっていくため、加入者数の微増が続くものと期待している。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・上場企業やデジタル関連企業の景気は上向いているが、中小企業の収益は不安定であり、2～3か月先も変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・当面、景気は現状維持とみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しく、変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・電気代を含む物価上昇や今後の新型コロナウイルスの感染状況等、懸念されることもあるが、動向は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・他県からの出店による店舗用地及び工事に関する仕事を受注しており、今後も若干増えるとみている。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は給湯器の駆け込み需要が減るとみている。リフォームは補助金対象工事の増加が続くとみている。また、草刈りや害虫駆除などの便利サービス利用者数も増加が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・来場者数は前年よりも微増で推移するとみている。ただし、新型コロナウイルス感染症が拡大した場合は、来場者の動きは鈍化するとみている。
<input checked="" type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・エネルギー価格や材料費の値上げ分を吸収し切れないため、ますます苦しくなるとみている。

	▲	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・物価上昇が続いており、長期的には消費の低下が企業業績の悪化につながり、回り回って自店の売上減少に至るとみている。
	▲	スーパー (店長)	・各種イベントや祭りが復活し、外出する機会が増えている。内食需要が減り、スーパーの利用者数はますます減少するとみている。
	▲	スーパー (店長)	・天候不順により地場特産品の生育が良くないとの情報があり、経済に影響することが懸念される。
	▲	コンビニ (経営者)	・前月は観光客の来店が多かったため週末の売上が伸びたが、6月に入り落ち着き厳しい状態が続いているため、やや悪くなるとみている。
	▲	コンビニ (店長)	・秋にはガソリン補助金が終了するなどマイナスの話題が先行しており、消費マインドは冷えてつある。予断を許さない状況である。
	▲	コンビニ (店長)	・各種商品の値上げが続くなか、家計を圧迫していくことは否めない。
	▲	衣料品専門店 (経営者)	・商品価格の値上げを予定しているため、購買に影響が生じることが予想される。
	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・政府の燃料油価格激変緩和対策事業による補助金減額が予定されており、9月に向けて毎週1円から2円の販売価格上昇を余儀なくされている。燃料使用の節約傾向が強まるとみている。
	▲	通信会社 (営業担当)	・物価高が続いているなか、電気代も値上げされることから、経済活動に影響が出ることは否めない。企業も家庭も支出面での引締めが一段と強まるとみている。
	▲	通信会社 (営業担当)	・ガソリン価格が徐々に上昇しており、その影響を受けるとみている。
	▲	設計事務所 (経営者)	・工事価格の高騰で建築を諦める客が多くなっているため、価格が落ち着くまでは発注量が増えないとみている。
	×	スーパー (経営者)	・食品の値上げは続き、来店頻度と買上点数が減り、売上は減少するとみている。
	×	コンビニ (経営者)	・夏場は電気使用量が上がるが、電気・ガス価格激変緩和対策事業は終わり、最低賃金も引き上げられるとみている。今後良くなることはあるのか。策も支援もなしではやっていけない。経営は既に限界である。
	×	一般レストラン (経営者)	・地元客は物価高騰による疲弊感があるため来店の期待は薄い。夏祭りやイベントでは露店で食べるため繁華街には足が向かない。観光客は海のあるエリアに取られる。景気はやや悪くなるとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	農林水産業 (従業者)	・桃の最盛期を迎える。今年は新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩和されているため観光客の増加が見込める。また、イベントも開催されるため、新規顧客の増加が見込める。
	◎	建設業 (企画担当)	・働き方改革など制度の問題や人手不足など社会的な問題はあるが、その都度それを克服するための新しい産業やビジネスが生まれるとみている。
	○	食料品製造業 (経営者)	・人の動きが活発化しているため、売上は前年より伸びるとみているが、人件費や電気代のアップで利益的には厳しい。
	○	食料品製造業 (製造担当)	・飲食店舗は好調に推移しており、スタッフも以前よりは確保できつつあるため、対応できるとみている。物販はお中元の動きによる。
	○	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・客先状況は少し先に上向くという情報がある。引き合いも増えてきているため、良くなる見込みである。
	○	通信業 (営業担当)	・6月に決算発表を終えた企業が多く、今年度の予算にて設備投資を検討する客からの声が増えている。
	○	経営コンサルタント	・夏に向けて入場者を制限しない様々なイベントが予定されており、大きな弾みになるとみている。
	○	公認会計士	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行してから、小売、飲食、サービス業は少しずつ業績回復がみられる。この状況が続く、製造、建設業も現状維持であれば、今よりは景気が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)	・夏休みやお盆で交流人口が増加し、家庭用、業務用共に消費が拡大するとみている。
		□	食料品製造業 (営業担当)

	<input type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第9波が来れば、景気が冷え込むことも予想される。
	<input type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方経済の現状、業界の動向からみて、景気好転の見通しが立たない。
	<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・受注は好調なもの、購入費の増大が予想される。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・出張で東京に行ったところ、多くの外国人旅行客を見掛けた。景気が良くなること期待している。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の在庫調整がまだ続き、生産回復には至らない。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体関連顧客の投資マインドがポジティブに変わる材料が顧客から出ておらず、3か月後も景気は変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	建設業（従業員）	・人手不足ではあるが、受注工事を1つ1つこなしていく状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	建設業（従業員）	・人手不足をすぐに解消できる見込みがないため、当面の景気は変わらない見通しである。
	<input type="checkbox"/>	通信業（営業担当）	・客は依然消極的である。
	<input type="checkbox"/>	金融業（広報担当）	・夏祭りの効果でインバウンド需要は好調を維持すると予想している。一方で、一般消費は好転のきっかけも見込めず現状程度で推移すると予想している。
	<input type="checkbox"/>	広告業協会（役員）	・旅行関連、娯楽施設、イベント告知の広告出稿は順調に回復する見通しである。しかし、エネルギー等の価格高騰の影響を受ける企業は広告費を削減する傾向にあり、広告業界全体としては横ばいの状況が続くとみている。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	・今までよりは良くなるとみているが、世界情勢や円安等の要因により、引き続き先行きには不透明感がある。
	<input type="checkbox"/>	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経理担当）	・依然値上げが続いているため変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他企業〔企画業〕（経営者）	・景気回復につながる材料は見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	その他企業〔協同組合〕（職員）	・業種業態により温度差が出始めている。輸送用や医療用の部品製造等は順調に推移しているが、半導体関連の部品製造等は低調となっている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	農林水産業（従業者）	・燃料価格の高騰が続き、穀物乾燥用の燃料代が収支を圧迫するとみている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の業績が低下している。
	<input checked="" type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・コロナ禍が落ち着き、人流回復による経済活動の活発化は実感できるが、売上は依然として前年を下回っている。貨物取扱数量は、トラック輸送、鉄道コンテナや海上コンテナなど全般に減少傾向で推移している。このような状況の下、燃料油価格激変緩和補助金は、6月以降段階的に縮減され9月に終了するため、燃料コスト増で収益を圧迫する懸念が大きい。
	<input checked="" type="checkbox"/>	司法書士	・地元法務局の登記申請件数の減少傾向が続いている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需・民需の受注減少に加え、原材料費や燃料費の高騰等もあり、厳しい状況が続く。
雇用 関連 (東北)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営者）	・営業職や販売員、飲食店のスタッフの募集、工場の製造ライン増設や新しい事業のための人員強化など、景気が上向きになり、社員を増やす動きが活発になっている。経営者のマインドが新しいビジネスの立ち上げや、事業拡大の路線に入っているとみている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・組織課題は急速には解決できないため、今後もニーズがある状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	アウトソーシング企業（経営者）	・受注単価が幾らか上がっている。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・イベントが通常開催されるようになり、様々な広告の引き合いは増加傾向にあるため、徐々に回復に向かうとみている。インバウンド需要に対する関心も高まっている。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・夏祭りが完全復活し、経済も回り始めている。会合もリアルで行われ、夜の宴席も新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。

○	職業安定所（職員）	・物価高の影響で卸売小売業の採用意欲は下がっている。他の業種では新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、人手不足が顕在化している。
○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行で夏祭りやイベント等も通常開催され、街中のにぎわいが戻り、消費も上向くとみている。物価高の影響はあるが、賃上げの効果に期待したい。
□	人材派遣会社（社員）	・コロナ禍からの立ち上がりで求人数は増加しているものの、賃金アップが物価高騰に追い付いていないため、实体经济はそれほど回復していない。また、インバウンド需要などが旺盛になっているものの、恩恵を受ける業界は限定されている。今後景気が良くなるかは不透明な状況である。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏祭りや催事の通常開催など売上のプラス要素はあるが、物価高で広告の動きに影響が出ている状況が続いているため、変わらないとみている。
□	職業安定所（職員）	・求人倍率は高い状況が続いており、雇用調整の動きも見られない。
□	職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回っている状態が続いている。しかし、全ての業種で光熱費の高騰が収益を圧迫しており、個人消費の回復は物価上昇の影響を受けている。景気は変わらないとみている。
□	職業安定所（職員）	・物価高騰が続くとみている。
□	民間職業紹介機関（職員）	・増産や人員増加などの話はあるが、具体的な時期等は決まっていない。
▲	学校〔専門学校〕	・新型コロナウイルス感染症の第9波が経済活動にどう影響するのか予測できない。
×	*	*