

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (東北)	◎	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・大雨の影響で水没した車が多いため、代替購入が多く発生している。
	◎	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	単価の動き	・コロナ禍からは脱出したとみている。原材料価格や人件費の高騰も、価格転嫁で対応できている。物価が上がると売上も上がるサイクルがみられ好況感がある。購買意欲の表れか、販売価格の単価も上昇している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・4年ぶりに夏のイベントが通常開催され、人流が新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・7月に入ってからも値上がりは続いている。高級品の値上がり前に買いだめをする客が増えており、客単価が上がっている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・飲食店への販売量が好転している。特にビヤガーデンなどに大人数での予約が入るようになり、販売量は前年比で大きく増加している。また、今年は地方自治体主催のイベントも多く実施されることから、自治会・町内会単位で開催するビヤガーデンや祭り等のための飲料受注も多くなっている。様々な面で新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。
	○	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・予約のあった仕立て、カーテン等の売上があった。
	○	百貨店（企画担当）	単価の動き	・来客数は微増だが、1品単価、購入点数がいずれも上昇しており、客単価は比較的好調に推移している。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・値上げによる単価の上昇で買上点数は減少しているものの、夏祭りや気温上昇により飲料、アイスなどの購買が増加している。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・お盆用品、ギフト関係の動きが良くなっている。
	○	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・販売量の動きは前年並みに戻っている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・相変わらず夜間の動きが良い。また、休日のイベントへの反応も良く、人出が良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・行動制限がなくなり、立地によっては来客数が好調に推移している。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・来客数が少しずつ増加していることに加え、値上げによる単価上昇がプラス要因になっている。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・各種行事や大会が開催され人出も増加しており、店舗がにぎやかになっている。法人関係のお中元も例年より増加している。
	○	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・猛暑の影響で来客数は少ないが、客単価でカバーしている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・メーカーの配車が増えて登録納車が進んでおり、収益的に向上している。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・値上げやコロナ禍からの回復といった様々な要因があり見通しが立てにくかったが、結果的に回復基調の数字になっている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・祭りやイベントが再開されたことにより、制服の方も動きが出ている。観光客も大勢来るようになり、観光地にもぎわっている。少しずつではあるが新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻りつつある。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊予約数が増えており、法人旅行や修学旅行も新型コロナウイルス感染症発生前に近づいてきている。また、海外からの客も増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・会社関係の集まりはやや増えている。新型コロナウイルス感染症発生前のような忙しさはなく、忙しい日と暇な日の格差があるものの、やや良くなっている。
○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・物価高により客単価は上がったが予約は好調である。	
○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行して以降、マスク着用も自己判断となり、開放的な雰囲気広がっている。今夏は天候も良く8月の動きも活発なことから、3か月前との比較ではやや良くなっている。	

○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・個人旅行は店舗への来客数が増え、団体旅行も問合せが増えているが、海外旅行は増えていない。新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻っていない。
○	通信会社（経営者）	お客様の様子	・3か月前と比べ、放送サービスの解約者数が半減している。新規加入者数は変わっていない。少しずつ生活に余裕が出て、娯楽に金を使えるようになってきたことの表れとみている。通信サービスも、解約者数は減少し新規加入者数は順調に増加している。
○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰は続いているものの不況に慣れつつある。メディアの情報発信が景気動向を左右している。人の動きは活発化しているが一時的なものともみている。
○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・物価の上昇が相次いでいる。大半の企業は売上、利益共に伸びている。また、給与のベースアップがあり、需給のバランスが取れつつある。
○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・学校団体客が徐々に戻り、降雨量が少ないこともあり、来客数は前年を少し上回っている。
○	美容室（経営者）	単価の動き	・美容業界でも4月に料金の値上げを実施した。総来客数は前年まで戻っていないが、単価は前年を上回っている。再来店率は若干回復基調にあり前年比90～95%である。単価的には客の懐具合は悪い状況ではない。
○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は気温上昇に伴いエアコン工事が増えている。リフォームは大規模な増改築工事と屋根外壁工事が増えている。エアコンのクリーニングも大きく増えている。多少は家計にゆとりが出てきたようである。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・通常ならば、この暑さなので薬局は売上が伸びる月になる。しかし、抗原検査キット等の新型コロナウイルス関係の商品が落ちていることや、大雨の影響があり、その分が落ち込んでいる。
□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・夏の儀礼ギフトやセール品は若干の減少となっている。全体的には週末の来客数が増えており、若い客を中心に帽子・サンダルなどの季節商材が活発に動き、ギフトの減少をカバーしている。
□	百貨店（催事担当）	来客数の動き	・リニューアルオープンの効果や、気温が高めに推移したことによるファッション関連需要の増加により、来客数が伸びている。
□	スーパー（経営者）	単価の動き	・7月は、平均1品単価は前年比で6%台の上昇にとどまっているが、買上点数は前年比で5%落ちている。来客数は前年比で横ばいになってきたので、売上は前年を超えている。ただし、来客数が新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていないため、消費の推移は値上げに慣れてきた程度で、これまでと同じであるとみている。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・価格訴求、ポイント、値引きなどサービスの有無により、買物をする店を選択する傾向がある。ただし、高付加価値商品や信頼性の高い商品には支出をちゅうちょしない傾向もみられ、2極化が進んでいる。
□	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数が前年比96%と厳しい。平日は前年並みだが週末の来客数が大きく下がっている。
□	スーパー（商品担当）	来客数の動き	・値引き券など販売促進の効果があり、来客数が増加している。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・売上は2～3か月前と変わらないが、商品の値段が上がっていることが客に響いているようで、買上点数が増えていない。良い状況ではない。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・一定の販売量はあるが、売上、来客数共に前年割れの状況である。単価がマイナス要素をカバーし売上を維持している。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・県外ナンバーの車もみられ、人の動きは良くなっているが、来客数が増えていない。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候が不順で行楽に出掛ける人が少ない状況が続いている。前年と比較しても来客数の増加がみられず、景気回復には至っていない。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・レジャーや出張用途など目的買いの需要は回復しているが、商品構成変更後、値ごろな商品を購入する客層が減少したため、想定していた売上を確保できていない。

□	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・セール訴求で来客数は一時的に増加するが、単価が伸び悩み、売上は前年並みで推移している。
□	衣料品専門店 (総務担当)	来客数の動き	・前年比で売上106%、来客数99%であるが、客単価及び買上点数が105%と購入金額が上昇している。
□	家電量販店(従業員)	販売量の動き	・テレビの大型製品が売れており、単価が上がっている。販売台数は前年比で微増である。暑さの影響で季節商材が好調となっており、単価もメーカーの値上がりの影響で微増となっている。
□	乗用車販売店 (従業員)	それ以外	・新車の販売量は年初からの納車遅れの影響が多少出ている。車検はその月の対象台数がほぼ決まっているため、例年とほぼ同様に推移している。
□	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・メーカーの車体生産ペースが高水準を維持している影響で、新車部門の収益は前年超えの状態が続いている。一方で、中古車の在庫不足はまだ解消しておらず、販売量、収益共に前年を大きく割り込んでいる。
□	自動車備品販売店(経営者)	お客様の様子	・客の入庫数は多くない。故障車も多くなく、車検時の交換部品も出ていない。
□	住関連専門店 (インテリアコーディネーター)	お客様の様子	・客の様子や購入意欲からは、景気が良くなっているようにはみえない。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド](営業担当)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の行動制限がなくなったことにより移動需要の増加を期待していたが、販売価格の上昇などにより、販売量は増えず低調である。
□	その他小売 [ショッピングセンター](統括)	来客数の動き	・7月の買上客数は前年比109%で3か月前と変わらない。2018年同月比では90%であり、新型コロナウイルス感染症発生前の水準までは回復していない。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・ここ1～2か月は、良いときと悪いときの差が激しすぎて、景気が良いのか悪いのか判断しかねる状況である。何度も客を断る日もあれば、客が1人も来ない日もある。
□	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・食料品、光熱費などの値上げにより、生活に余裕がなくなっている。
□	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・国内・海外旅行の個人、団体共に大幅な受注増加には至っておらず、先行予約状況も申込みが鈍化している。トップシーズンである夏休み期間中においても間際の申込みが多い傾向にある。猛暑や物価高により、様子うかがいの客が多い。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・5月末から運賃の値上げをしたため利用者数の減少を懸念していたが、新型コロナウイルス感染症の影響が減ったこともあり、変わっていない。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・光熱費、燃料費等の値上げ分を価格転嫁できない状況が続いているという話をよく聞く。体力勝負の状況が続いている。
□	通信会社(社会貢献担当)	来客数の動き	・来客数に伸びはなく、前月から変化がない状況である。また、販売につながる来店よりも、問合せや変更での来店が多い。
□	観光名所(職員)	販売量の動き	・人出は少し落ち着いている。来客数は例年並みまではいかないものの7割方回復している。買物に関しては購入品目が少なく販売量も落ちている。
□	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・展示会の来場者数は、注文建築よりも土地と建物の価格が分かりやすい建売の方が多くなっている。
□	その他住宅[住宅展示場運営会社](従業員)	来客数の動き	・来場組数は前年同月比で見ると若干の増加傾向にあるが、4月以降ほぼ同数で推移しており、新型コロナウイルス感染症に対する規制の解除の影響は余りない。
▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・値上がりが続き購買意欲が低下している。
▲	一般小売店[医薬品](経営者)	お客様の様子	・メーカーの価格改定や仕入価格の上昇で、主要な取扱品の多くが値上げを予定している。定期購入している顧客に値上げを周知した結果、駆け込み需要が発生している。しかし、それ以外の品物の動きは大変悪い。

	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣に最近開店したドラッグストアの影響を受け、飲料や即席麺の売上が減少している。来客数も減少しており、苦戦している。
	▲	コンビニ（経営者）	それ以外	・気温が高く来客数は多少増えているが、新型コロナウイルス感染症発生前には届いていない。エアコンや冷蔵機器もフル稼働なので、光熱費の請求が非常に怖い。
	▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・電気代やガソリン代など物価が上がっているため、購入点数を1品減らしているようであり、客単価が下がっている。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・前年は新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いたことによる特需か、礼服やスーツが売れた。今年は前年と比べると厳しくなっている。
	▲	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産をしているが、受注量が減少しているため販売量も減少している。
	▲	その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・物価高騰の影響が大きい。
	▲	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・景気だけではなく、いろいろなことが読めない時代になっている。これ以上続けるのは難しい状況である。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・気温が高いせい客の出足が鈍い。ディナータイムの客は相変わらず低調である。当地には観光客は余り来ていないのではないかと。
	▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・夜の部は、法人や組合団体の予約は変わらず入っているものの、一般の振り客は物価上昇の影響のためか落ち込んでいる。大きな宴会はいまだに新型コロナウイルス感染症が理由のキャンセルがある。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・夏休み、お盆休みの前の手控え感がある。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高は続いている。ガソリン価格も燃料油価格激変緩和補助金の縮小により上がってきている。
	▲	競艇場（職員）	単価の動き	・来場者数は減っていないが、1人当たりの購買額が少なくなっている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・猛暑のため、客の出足が悪くなっている。
	▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・福祉法人を運営している客から、現在の収入だけでは新築の施設を建てても費用回収するまでに約30年掛かる。本来のサービスマンに支障が出るため、当面建設はできないという話があった。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・物価高に付いていけない人が更に増加しているため、買上点数が落ちている。
	×	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・長雨が続き来客数が低迷したが、その後暑くなり夏物の需要が増えたものの品薄になっている。この時期はバランスが難しい。
企業 動向 関連 (東北)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・駅や空港、サービスエリア等での土産需要は引き続き好調に推移している。しかし、お中元商戦は前年比95～97%の動きである。物価高の影響もあり送り先を絞る傾向がある。トータルで前年はクリアしている。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が前年を上回る月が増えてきており、徐々に景気が良くなっている。
	○	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・通販、お中元ギフトが前年より減少しているが、実店舗の飲食、物販が好調で全体としては継続して前年を上回っている。人流は増えているが、土産需要は伸び悩んでいる状況である。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は相応にある。反面、職人の数が不足しており、苦慮している。材料価格上昇の影響は今のところない。
	□	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・広告収入は動きが出てきている。しかし、印刷に関してはデジタル化の流れと、ネット印刷の台頭で苦しんでいる。
	□	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・業種柄、コロナ禍でのリモートワークやイベント開催自粛等があったことにより、ペーパーレス化がスピードアップし販売量が激減している。原価の高騰に販売価格の引上げ交渉が追い付いていない。世間の景気回復とは裏腹に、新たな事業転換も視野に入れなければならない状況である。

	□	金属製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・客先により温度差はあるが、全体的には安定した受注が見込める状況にある。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・目立って好調な業界が少なく、受注、売上共に横ばいの状態が続いている。客先の設備投資の話題も少ない状況である。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・半導体メモリ関連顧客の受注量見込みは3か月前と比べて変化がない。受注量が少ない状況が続いている。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・少しずつではあるが、客に新型コロナウイルス感染症発生前と同じような反応がみられるようになっている。
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・消費意欲、生産意欲はコロナ禍の頃より高まっているものの、原料高や資材高に変化がないため、生産の上積みは様子見といった雰囲気がある。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・熱中症対策や旅行関連の広告出稿は活発であるが、多くの企業で物価高騰により広告費を削減する傾向が続いており、広告業界全体の業績は横ばいである。
	□	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・ロシアとウクライナの戦争の長期化、原油価格の高止まり、3%以上の物価上昇で、客先の業績がみえない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の規制が緩和されたことによるプラス効果と物価高によるマイナス効果が景気への影響を打ち消し合っている。
	□	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次、決算状況から判断している。小売、サービス関係は売上等が増加しており、景気回復傾向が続いている。製造業は、部品不足で生産が遅れ、売上が上がらず、赤字が続いている顧客が何社かある。建設関係は好調な会社が多い。全体としての景気はやや良いとみている。
	□	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・電子帳簿保存法など法制度対応の商材は動きがあるが、積極的な投資、購入の動きは見られない。
	□	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経理担当）	受注量や販売量の動き	・飲料は受注量、販売量共に前年を上回っているが、他の食品は前年をやや下回っている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・スーパーでは、最寄り品、買回り品、食料品などふだんの生活に不可欠な物品しか出ない状態が継続している。
	▲	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・前年、前々年と比べて1箱当たりの桃の取引価格が100～200円下がっている。巣籠り需要が減り、ネット販売は受注量が減っているが、観光などの需要が増えており、道の駅の客入り及び売上は良好である。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・各予防保全案件において、客から費用低減を強く求められている。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・一部の事業では動きがあるものの、全体的には動きが悪い。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大口の受注契約がない。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・4月から7月までの売上は前年比92%となっている。国内の消費動向は全体的には持ち直しているが、当社の取扱品目に限っては、そのような気配はまだない。
	×	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・さくらんぼが豊作で、取引価格が大きく下落している。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に低調で需要は落ち込んでいる。
雇用関連	◎	*	*	*
(東北)	○	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・求人を探しても応募がなく、転職による人材流出も起きている。企業からすると、人が採れないどころか、他の求人によって人材が流出するという状況が生まれている。この状況から、企業の景気は回復基調にあるといえる。

○	人材派遣会社 (社員)	それ以外	・4月から大手を中心にベースアップが盛んになっている。待遇面では中小企業との差が以前よりも広がり、採用ができない中小企業が増えているが、人事制度の改定や給与改善などに取り組む中小企業が出てきている。
○	アウトソーシング企業(経営者)	それ以外	・人件費の高騰に対応できるだけの値上げができています。
○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数は毎月増減を繰り返しており、6月は前年比110.2%となっている。新型コロナウイルス感染症の行動制限がなくなったことにより飲食店の求人数が大幅に増加している。反面、製造業は海外の景気低迷を反映して一部で減産しており、それに伴い求人数が減少している。
○	民間職業紹介機関(職員)	周辺企業の様子	・住宅用資材を扱う企業で増産の話が出ており、人員補充の相談を受けている。
□	新聞社[求人広告](経営者)	周辺企業の様子	・夏祭りに向けて経済が動き始めているが、地方では労働力不足が顕著で、生産性が低い。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、飲食や宿泊などの業種では求人数が増えているが、物価上昇により卸売小売業の求人数が減少している。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・原材料やエネルギー価格高騰の影響で、新規求人に勢いがなく一服感がみられる。
□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・前年同月比で求人数が減少している。
□	学校[専門学校]	周辺企業の様子	・給与のベースアップなどの処遇改善はみられるが、デフレ脱却への糸口はみえない。地域格差もあり、地方になればなるほどデフレ脱却が困難な状況にある。
▲	人材派遣会社(社員)	求職者数の動き	・求職者の動きが悪化している。
▲	新聞社[求人広告](経営者)	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、経済は活発化すると想定していたが、期待ほどの変化はない。むしろ、諸物価高騰の影響で減速している。特に本業である広告の落ち込みがひどい。
▲	新聞社[求人広告](担当者)	周辺企業の様子	・前月に続き出稿の動きが鈍く、売上も前年を下回っている。
▲	職業安定所(職員)	求人数の動き	・6月の有効求人倍率が2年ぶりに前年同月比で0.11ポイント低下している。
×	*	*	*