

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)	◎	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・催事の人出も好調である。年内はこのまま好調で推移するとみている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染拡大に収束感がみられる。
	○	商店街（代表者）	・紅葉シーズンを迎えるため、観光客が増えることが予想される。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・10月の選挙が終われば街も落ち着き、人々が出てくるようになるとみている。また、イベントもいろいろと行われるため、消費活動も活発になるとみている。
	○	百貨店（売場担当）	・気温が下がり始めており、館内での大型施策が続くことから、秋物が本格的に動くともっている。
	○	百貨店（催事担当）	・アパレル、化粧品ショップ等のリニューアルオープンを控えており、改装効果による売上向上が期待できる。
	○	スーパー（店長）	・物価は上がっているが収入が少しずつ増えているため、ようやく消費に回り始めている。
	○	スーパー（店長）	・賃金が上がり、購買意欲が増しているため、やや良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行後初の年末となるため、購買行動が上向くことが見込まれる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・地域のプレミアム付商品券などの活用が見込めるが、灯油など値上がりしたものの購入に充てられてしまうことが懸念される。
	○	衣料品専門店（店長）	・大学入試の面接や就職活動などがリモート等ではなく対面になっている。いろいろな行事が再開されれば、スーツ等の外出着を求める人が増えるともっている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表があり先行予約も始まって既に予約が入っている。実車の展示が始まれば更に受注が増え、併せて他の車種も売上につながる見込みである。
	○	乗用車販売店（店長）	・メーカーの生産体制が比較的安定しているため、新車売上が前年を上回る状況が続くとみている。しかし、中古車は在庫が例年の8割程度と少ない状況が続く。
	○	高級レストラン（支配人）	・年末商戦での来客数の増加と、年末年始商品の販売での売上増加を見込んでいる。
	○	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍でしばらく休止していた団体のイベント等が復活することが予想され、若干上向きになるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・真夏の暑さが終わり客足もそろそろ戻るとみている。年末になれば飲食店は忙しくなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・野外イベントなども少なくなってくるため、これからは少しずつ客が戻るとみている。これ以上悪くなることはないため、良くなることを期待している。
	○	旅行代理店（従業員）	・宿泊は夏季商戦終了後も販売が好調に推移している。紅葉期から年末年始までの販売も順調である。インバウンド需要も順調に伸びている。一方、従業員不足の問題は解決が見通せない状況であり、オーバーツーリズム問題も含め対策が急務となっている。
	○	旅行代理店（従業員）	・秋の行楽シーズンを迎え、団体旅行の動きが活発になっている。
	○	観光名所（職員）	・インバウンドの復活により予約状況が好調で、10～11月の予約は前年の来客数の実績を超えている。インバウンドの好調が続けば、2～3か月先はやや良くなるとみている。
○	美容室（経営者）	・国の景気対策が賃上げを後押ししているため、消費を僅かでも促進することを期待している。	
○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、残暑が長引きエアコンの問合せはまだ伸びるとみている。リフォームは、コロナ禍で先伸ばししていた工事の問合せが増えるともっている。	
□	商店街（代表者）	・祭りやイベント開催により商店街の来街者数は回復傾向にあるが、消費については、物価高、光熱費の高騰により変わらないとみている。	
□	商店街（代表者）	・季節感がなくなっており、年末年始の需要は期待できない。	
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・売上は新型コロナウイルス感染症の関連商品が大きく動いた前年と比べても100%と動きが良い。新型コロナウイルス感染症関連商品は前年比80%だが、一般薬及び化粧品が少しずつ伸びている。この状況は変わらないとみている。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・寝具業界においては、この低迷期はまだ続くことが予想される。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・衣料品の価格は前年よりも大きく値上がりしているが、客はそれを納得して購入している。景気は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・9月に入り、来客数が少なく売上も厳しい状況が続いている。物価上昇の影響もあり、買い控えが懸念される。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・特に景気が良くなる要因も見当たらず、消費動向は現状と変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・田舎では物価上昇の反面、給与が上がっていない。平日の客単価は余り変わらないが、販売点数が減っている。特卖日や均一祭に集中した買物がみられる。この状況は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・気温の高い日が続き、夏物商材の動きはかなり好調である。生鮮食品は振るわなかったが、総菜の売上が著しく上がっており、全体的には前年を上回っている。しかし、今後も値上げは続くので、客が買い控えをする不安がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・ここ数か月、来客数に変化がなく、今後も大きく変わることはないとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・来客数と売上は伸長している。しかし、客単価と買上点数が横ばいになったため、伸びにブレーキが掛かるとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・来客数の減少が続いており、増加に転じる要素は見当たらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・県外ナンバーの自家用車が増えており、人の動きは良くなっているが、来客数が増えない状況は続くともみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・エネルギー全般の経費負担増に加え、10月からは最低賃金の引上げもあり、人件費の負担が増加し、利益はコロナ禍の前年と変わらなくなる。中小企業にとっては苦しい状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・単価低下の流れは変わらない。来客数については、外国人がどのくらい増えるかは未知数だが、それほど悪くはないとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・大雨や台風への備え、災害対策用品を取りそろえることも重要と考えている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・暖冬の予報も出ており、防寒商品に影響が出るとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、需要が高まっている商品はあるものの、物価上昇に伴い、必要なものしか購入しない傾向が強くなっている。また、ふだん着需要で高単価商品の動きが鈍くなっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・季節の変わり目でありながら、客は必要最低限の購入しかしていない。賃金の引上げ等があったという話もないため、厳しい状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・ガソリン価格の高騰等、良くない要素があるものの、観光需要は景気回復の期待が持てる。しかし、家電製品の動きに大きな変動はないとみている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・売場展示商品は新製品と入れ替わり商品価格が上がる。購入単価は上がるが購入台数が減るため、大きな変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・配車量が大きく変わることはないため、年内は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・現在、受注がなかなか厳しい状況である。受注生産のため、受注が決まらなければ生産もできない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	・製造業など上向いている業種はあるようだが、飲食店や小売店は次の値上げも控えており、不透明な状況が続く。楽観視はできない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・暖冬の予報が出ており、防寒ジャンパーなど冬物全般の動きが悪くなることを懸念している。飲食店や観光業は客が戻ってきて活気があるが、人手不足があり、制服の需要がどれだけあるかは未知数である。閉店する飲食店も結構あり、その影響も出てくるとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・残暑が続く配達灯油が落ち込んでいる。気温にもよるが回復は難しいとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・物価高の影響が未知数である。

□	観光型ホテル（スタッフ）	・会議等の団体客は少しずつ戻っているが、忘年会の予約は余りない。
□	観光型旅館（経営者）	・物価上昇がまだ落ち着いていないこともあり、大きな変化はないとみている。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・10月の予約数が、現時点で2019年同月に遠く及ばない状況である。年内はこの状況が続くとみている。
□	旅行代理店（従業員）	・年末年始時期の個人旅行は増加傾向にあるが、団体旅行はオフシーズンとなることから、平均すれば今月とほぼ変わらない。
□	タクシー運転手	・コンサートやイベントが予定されているため、多少活気付くとみている。
□	通信会社（経営者）	・放送サービスの一部メニューを10月より値上げする告知をしたところ、若干ではあるが解約の問合せがある。物価上昇のなか多少の解約者は見込まれるものの、現状維持できればよい。年末にかけて、放送サービスのコンテンツにビッグなものが並ぶため、多少の契約増加が見込まれる。
□	通信会社（営業担当）	・大きく好転するような材料に乏しいため変わらない。
□	通信会社（営業担当）	・景気回復が見込める業種は限定的であり、裾野が広がる傾向はみられない。
□	遊園地（経営者）	・エネルギー価格や物価の上昇の懸念がある。また、コロナ禍において上積みされた貯蓄が底を突いたという調査もあり、回復は鈍いとみている。
□	競艇場（職員）	・来場促進イベントを開催して客が増えてもその日のみでリピーターにならない。常連客は毎日来場するが金が続かず居座るだけで、売上につながることは少ない。最近の物価高が影響しているとみている。
□	美容室（経営者）	・客の来店頻度は決まっているため、変わらない。
□	設計事務所（経営者）	・資材価格の高騰、納期遅延など、改善が見込めない。
□	住宅販売会社（経営者）	・受注量については構造物の一般建築が好調だが、戸建て住宅に関しては、引き続き客単価と受注額が低い。
□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・来場組数は時期や季節、イベントなどで変化するが、2～3か月先は増加が見込める要素がないため、変わらないとみている。
▲	商店街（代表者）	・いまだに新型コロナウイルス感染症の影響が尾を引いている感じがある。消費は低迷した状態が続いており、客の様子をみても景気が上向く雰囲気はない。この状況は来春まで続くとみている。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・酒税法改正により来月から一部商品で価格改定がある。また、猛暑と雨不足で野菜価格が高騰しており家計を直撃している。野菜価格の高騰は消費者マインドに大きく影響するとみている。
▲	百貨店（経営者）	・落ち着いてきているとはいえ、まだ物価上昇は続いており、消費行動にも影響している。購入の優先順位が明確で、複数アイテムの買上は控えられ、客単価が低下するとみている。
▲	スーパー（経営者）	・10月は一段と円安が進み、輸入品の原価が上がる。また、エネルギーコストの高騰が続いているところに物流費、人件費が上昇する。経費の増加が経営を圧迫するため、売価転嫁を更に進めなければならない状況である。消費行動に悪い影響が出ないことを願っている。
▲	スーパー（店長）	・青果物の生育が良くないことから、生産者の減収により地域経済に影響が出ることが懸念される。
▲	スーパー（商品担当）	・生活費の節約志向が高まることで、来店頻度の減少や買上点数の減少が出てくるとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・田舎では賃金が上がらないため、客の財布のひもが固くなり、売上に影響するとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・行事などが完全に復活し来客数が増えたが、それもほとんど終わってしまったので、これからは厳しくなるとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・最低賃金の引上げにより、経営はますます厳しくなる。
▲	コンビニ（店長）	・良くなる要素が見当たらない。
▲	衣料品専門店（店長）	・暑さが続き秋物商材の動きが鈍い。秋物の期間も短くなるため苦戦すると予想している。
▲	乗用車販売店（従業員）	・今月は大雨による水没車の代替特需があったため、2～3か月後はやや悪くなるとみている。

	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・物価が上がっており、建設資材や家具なども値上がりしている。買い控えが続くとみている。
	▲	その他専門店〔靴〕（従業員）	・物価や光熱費の上昇があり、景気回復には時間が掛かるとみている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・物価上昇が続くため自動車用燃料は節約の対象となり、販売量は減少するとみている。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・物価の上昇に歯止めが掛からないなか、実質賃金は低下し家計負担は増加していることで、将来への不安が増している。その影響が、食やファッションなど様々な分野のショップにおいて、必要なものを絞り込んで単品購入するなどの客の動向に表れている。12月のクリスマスや年末商戦における大きな不安材料となっている。
	▲	観光型旅館（スタッフ）	・物価高の影響が大きい。特に光熱費は細かい分析を行っているが、料金に反映させなければならない状況になる可能性がある。新型コロナウイルス感染症の影響はもうない。
	▲	通信会社（営業担当）	・来月からインボイス制度が始まり、一時的に消費者マインドが悪くなるとみている。また、企業の9月末の決算結果次第では、下期は経費削減が強化され景気はやや悪くなるとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・原油価格の高騰、食品の更なる値上げに加え、猛暑による不作で野菜も大幅な値上がりが見込まれる。家計が圧迫され、景気は徐々に悪化するとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価が上がるとともに、冬はガソリンや灯油が必要になるため、やや悪くなるとみている。
	▲	通信会社（社会貢献担当）	・新機種の販売が落ち着く時期になる。
	▲	テーマパーク（職員）	・自然災害の影響もあり、平日と休校日で売上に大きな差が出ている。また、物価上昇の影響で、自家用車での来館は減少し、売店での購入率も低下しているため、やや悪くなるとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・中国の景気悪化により、我が国の輸出産業にも悪影響が出るおそれがある。生活必需品の値上げも続いており、年金生活者も生活防衛意識が強くなっている。良くなる要因は見当たらない。
	×	スーパー（経営者）	・インフレの主因である円安が是正されない限り物価高は続き、消費者の節約、倹約も続くとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・光熱費が上がり、最低賃金が上がり、除雪代が掛かり、来客数は減り売上も下がっていく。良くなる要素が皆無である。さすがに今年は冬を越せるのか不安しかない。辞めていくオーナーも増え続けることが予想される。
	×	一般レストラン（経営者）	・更なる物価上昇に家計が追い付いていないことを考えれば、消費活動は消極的になる一方とみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	・年末をめぐりに交渉中の案件が複数あり期待できる。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体の在庫調整にめどが付きつつある。また、2024年度の半導体需要増加に備え、見込み情報が増えている。
	○	建設業（従業員）	・取引先からの増築・改築計画の相談件数が増えている。
	○	金融業（広報担当）	・主力一次製品の流通が始まり、地元経済としては活気を帯びる時期である。異常気象による作柄不良や、中国の輸入禁止による水産業への影響など懸念材料はあるものの、地元経済は新型コロナウイルス感染症発生前と同程度に活性化するとみている。
	○	公認会計士	・小売、サービス、飲食は新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、現在よりも業績が回復するとみている。建設関係は現在の景気を維持し、製造業は部品不足等が解消して売上が計上できるようになれば、全体としての景気はやや良くなるとみている。
	○	その他非製造業〔飲食物品卸売業〕（経営者）	・外食、人の移動による消費が回復するとみている。
	□	食料品製造業（経営者）	・売上はイベントの有無にも左右されるが、全体的に人の動きが良かったため心配していない。しかし、物流費等経費の増加や人手不足が懸念される。
	□	食料品製造業（製造担当）	・前年は全国旅行支援やクーポンの利用等もあり、人流や商品の荷動きが非常に良かった。今年は販売促進の施策を打つことで前年実績並みを見込んでいる。

	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・物価高騰による消費低迷が及ぼす影響を懸念している。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方経済においては現状維持が精一杯である。働き手である若者の県外流失や高齢化のスピードアップ、格差拡大により、現状より良くなる要素が見当たらない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・先行きの見えない状況が続くとみている。当社に声が掛かった案件に対しては受注につなげられるよう地道に努力していくしかない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体関連の顧客の開発スケジュールは全体的に後ろ倒し傾向にあるため、3か月先も変化はないとみている。また、中国市場に関しても規制が更に厳しくなる方向で、市場としての回復が見通せない状況である。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・一部の客先からは発注が横ばいとの情報が入ってはいるものの、良い情報が少なく動きが見えない。
	□	建設業（従業員）	・受注は引き続き堅調に推移していく見込みである。
	□	通信業（営業担当）	・顧客と良好な関係を築く努力をし、顧客の反応が上向くのを待つしかない。
	□	広告業協会（役員）	・円安やエネルギー価格の高騰など不安定要素が多すぎて、新たな施策に取り組めないのが現状である。広告業界は低空飛行がしばらく続く見込みである。
	□	経営コンサルタント	・人手不足により事業を縮小する店舗が出ている。人手不足が解消されなければ、閉店となる事態も懸念される。
	□	司法書士	・景気の良しあしを予測できるほどの動きが見られない。
	□	コピーサービス業（従業員）	・特段の需給変化がない。
	□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	・値上げが続いているため、景気は変わらないとみている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・物価上昇が続き、生活に必要な最低限の消費行動になるとみている。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・業績が上向き好材料が見つからない。全体的には特段の変化はないとみている。
	▲	農林水産業（従業者）	・燃料価格や農業資材価格の高騰が続いている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・10月に100近い商品の値上げを控えており、販売量が減少するとみている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・当社の受注予測は悪くないが、周辺の製造業はどれも仕事量が減っており、当社にもその波が来る可能性がある。
	▲	輸送業（経営者）	・中国を始めとした海外経済の減速の影響を受けて、主要製造業取引先は円安であっても輸出が低迷している。エネルギー価格や物価の上昇などコストの増加により、当社は前年比減益で推移している。加えて、2024年問題や人手不足など業界として抱える喫緊の課題もあり、不透明な状況は当面続くと予想している。
	▲	通信業（営業担当）	・値上げが続き、少しでも生活費の出費を抑える傾向がみられ、携帯電話の安いプランへの変更や格安スマートフォンへの乗換えを検討しているという声を多く聞く。
	▲	広告代理店（経営者）	・ロシアによるウクライナ侵攻の長期化に加え、物価高や円安による原料費高騰が続くため、やや悪くなるとみている。
	×	農林水産業（従業者）	・これから先はりんごが主力になる。今年は小玉傾向であることや、天候が良すぎて日焼け果が多いことなど、商品にならない品が増えることを懸念している。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需共に受注が減少しており、厳しい状況が続くとみている。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・企業から業種、業態にかかわらず中途採用、新卒採用の相談を受けているが、採用数を減らすという情報はない。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、景気は上向きの状態がしばらく続くとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・上期同等の採用計画で動く会社が多く、下期も好調とみている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・売上等は総じて新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、先行きは不透明である。
	○	職業安定所（職員）	・年末にかけて賃上げによる所得環境の改善が進み、政府による経済対策が策定されれば、個人消費は持続し景気は良くなるとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・取引先企業から人手不足等の相談が続いている状況のため、生産動向は上向きとみている。

□	人材派遣会社（社員）	・求人数は減少傾向になるとみている。中国の景気が悪化していることや、半導体関連製造業に後退の動きがあり、コロナ禍明けの宿泊・飲食業などの回復を相殺している。
□	人材派遣会社（社員）	・現状が好転する材料や動向が見受けられないため、悪化若しくは横ばいが続くとみている。
□	新聞社 [求人広告]（担当者）	・明るい材料が少なく、売上の回復は期待できない。
□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響が小さくなったため、ほとんどの業種で採用意欲が高くなっている。また、人員が充足できないことから、従業員の離職を避けるための処遇改善の動きもある。この状況はしばらく継続するとみている。
□	職業安定所（職員）	・企業の人手不足感は根強く、求人倍率が急激に低下することはないとみている。
▲	アウトソーシング企業（経営者）	・これまで当社が請け負ってきた仕事自体が減っているのではないかとみている。
▲	新聞社 [求人広告]（経営者）	・景気浮揚策として賃上げとインバウンド拡大が期待されているが、多くの中小企業は大きな賃上げをできる状況ではない。インバウンドのプラス影響については、業種やエリアによる差が大きく、東北地方では大きな期待はできない。加えて、この夏の異常な高温が農作物に悪影響を及ぼし経済にマイナスになることを懸念している。
▲	職業安定所（職員）	・求人数は現在のところ求職者数を上回る状態が続いている。しかし、全業種において電気料金の高騰が収益を圧迫していること、及び物価上昇の継続が、個人消費に影響を与えており、先行きが懸念される。
▲	職業安定所（職員）	・物価高騰に対する対策等、大きく期待できるようなプラス要因が見当たらない。
▲	学校 [専門学校]	・政府の経済政策が発表されたが、経済活動にすぐに効果が出ないのではないかと懸念している。
×	*	*