

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)	・インフレ懸念はあるが、好景気が続くと予想している。
	○	商店街 (代表者)	・免税売上は2019年度を超えて推移しており、インバウンドの増加が続くとみている。
	○	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・これから冬に入るため新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの予防対策を各自がきちんと行って、その上で経済活動を活発にしていけば、景気はやや良くなるとみている。
	○	一般小売店 [酒] (経営者)	・年末年始に向けて、今まで開催を控えるか縮小していた宴会需要が高まることを期待している。また、観光客向けの需要もこれまで以上に増えるとみている。
	○	一般小売店 [寝具] (経営者)	・布団の仕立てで受注残が出るようになっている。
	○	コンビニ (エリア担当)	・コロナ禍が明けたこともあり、消費行動が活発になる年末に向けて来客数の増加が期待できる。
	○	コンビニ (エリア担当)	・天候に恵まれて好調だった数値の伸びがなくなっている。インバウンドの少ない地域は厳しくなるとみている。
	○	衣料品専門店 (店長)	・定価品を購入する客が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づいている。魅力ある商品を提供し続ければ購入者が増えるとみている。
	○	家電量販店 (従業員)	・冬のボーナスや初売り・成人式等の社会的イベントの影響で、景気はやや上向きになるとみている。また、学生がいる家庭は冬休みで家電製品の使用頻度が上がり、故障による買換えが増加することも景気を後押しする。
	○	乗用車販売店 (店長)	・メーカーの新車出荷が比較的安定しているため、収益が大幅に落ち込む心配はない。さらに、サービス部門では冬タイヤの販売が好調で、全体的な収益増加も期待できる。
	○	その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (経営者)	・年末年始に向けて人の流れが活発になることが予想され、観光地や飲食店などは良い影響があるとみている。また、年末年始に新しい白衣や制服に替えるところもあるため期待している。ただし、長期予報は暖冬であり、期待している防寒着の売行きが心配である。
	○	高級レストラン (支配人)	・インバウンド、国内観光客、ビジネス客のいずれも宿泊が順調である。人の動きが新型コロナウイルス感染症発生以前と同様になっている。この状況は続くとみている。
	○	一般レストラン (経営者)	・鍋のシーズンになるため少し忙しくなるとみている。コロナ禍も明けたため、忘年会も通常どおり予約が入るとみている。
	○	タクシー運転手	・これから年末にかけて買物客や観光客の利用が多くなるとみている。特に週末、年末は温泉街まで利用する客が多くなるとみている。
	○	通信会社 (経営者)	・放送サービスは、年末年始に向けて魅力あるコンテンツが増えるため、加入者数の増加が期待できる。通信サービスは、自宅のテレビをインターネット接続する固定回線利用者が増加している。学割無線バックや集合住宅向けなど低価格メニューの加入も増えており、今後も増加を期待している。
	○	観光名所 (職員)	・国内の予約状況と振り客の数はほぼ横ばいではあるが、振り客は若干前年を上回る状況が数か月続いており、この先も続くとみている。インバウンドのプラスも考えると景気はやや上向く。
	○	競艇場 (職員)	・物価高騰により自由に使える金が少なくなっているため客単価が下がっており、その分利用者を増やし売上を上げる施策が必要である。現在イベントなどの来場促進を強化しているため、今後は売上が上がるとみている。
	○	美容室 (経営者)	・物価高騰とはいえ、政府方針の賃上げや減税の期待感から、年末に向かって消費行動が多少高まるとみている。
	□	商店街 (代表者)	・年末にかけて例年より規模を拡大したイベントを企画しているが、物価高騰の折、先行きが不透明で消費拡大が見込めない。
□	商店街 (代表者)	・年末に向けて準備をしているが、景気が良くなるような期待はない。	
□	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・売上は前年比106%だが、この状況を維持するのが精一杯のため、2～3か月後も変わらないとみている。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・衣料品等の価格も食品同様かそれ以上に上昇しているが、客はある程度納得して購入している。売れ筋は少し高めの商品とお買い得商品の2極化が進むとみている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・例年と比べ気温が下がらず緩やかに季節が変化しているため、身の回り品の動向に注視が必要である。街のイベント効果による集客にも期待したい。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営者）	・冬シーズンのアイテムの動きは早い。中間層は消費の矛先が旅行などに向いており、防寒衣料を含め関連アイテムが活発に動くことを期待している。一方で、おせちなどの動きは鈍くなると予測している。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・重衣料の動きが鍵になる。今月鈍かった分後ろ倒しなることで、実売期の稼働が期待できる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（催事担当）	・物価高騰により食品の客単価下落も予想されるが、各種施策を講じることや改装効果により、前年並みの水準は維持できるとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・最低賃金が引き上げられたため、買上点数や消費の回復につながることを期待している。貯蓄に回らない追加の消費生活支援対策も期待したい。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・大きな値上げは予定されていないが、売上増加も見込めず、状況は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・野菜の相場が下がると、周辺商品の需要が変わると期待している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・2～3か月後も客の動向は大きく変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・景気を左右するようなプラス要因は見当たらない。マイナス要因はあるが、現状維持のための販売努力を続けているため、大きく落ちることもないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・食料品に関してはほとんどの商品で値上げが行われている。客は値上げ商品に敏感に反応しており買い控えがみられる。特売日などの販売促進に対する客の反応が良く、そのときには売上が上がっている。全体的には前年並みであり、この先2～3か月は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・価格の上昇などによって購買に慎重なまま冬を迎え、暖房等にも金が掛かるため、更に消費を抑える可能性がある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・来客数は前年比110%台が続いているがこれ以上伸びることはなく、買上点数と客単価は横ばいが続くともみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・商品の値上がりでほとんどの客が目的買いをしており、衝動買いは減って売上が落ち込んでいる。この状況は続くともみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・景気が変わる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・年末商戦は前年と同じような動きになりそうである。景気は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・値上げの影響は今後も続くため、景気が上向きになるのは難しいとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・お歳暮商戦で、企業や個人へのカタログや電話等での売り込みを懸命に行っている。売場では販売価格の上昇について、客に丁寧に説明し納得してもらった状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・世界情勢だけでなく国内も問題が多いため不安を感じている人が多く、買物に対しても消極的である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・円安やインバウンドの恩恵がある業種は景気回復が期待できるが、し好品といわれる商材を扱う業種には厳しい状況が続く。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・ガソリン価格が上がりなければ、大きく変わることはないともみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・年末に向け様々なイベントや企画はあるが、例年と大きく変わる内容ではないため、景気に変化はないともみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・年内は配車量が極端に減ることはないため、変わらないともみている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・受注生産のため、受注後、納期をもらって製作している。受注量が増えていないため、2～3か月後の販売量も変わらない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が大きく変わる要因が見当たらない。ただし、農作物、特に米の値上がりが非常に気になる場所である。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	・減税対策などの話が出ているが、効果はすぐには出ないとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暖冬の長期予報が出ており、配達灯油の伸びは余り期待できない。

□	一般レストラン（経営者）	・大勢の客が来店することが減っている。先行きの不透明さが1番の要因ではないか。また、若い世代の金の使い方が変わったことも大きい。先が見えず苦しい状況が続くとみている。
□	一般レストラン（経営者）	・物価が高いことが懸念材料である。景気は上向かないとみている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・個人の収入が変わらないため、余り変わらない。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・景気が好転する理由がない。
□	観光型旅館（経営者）	・政府が減税や給付等を検討しているようだが、物価や光熱費等の上昇の懸念もあり予測が付かない。
□	観光型旅館（スタッフ）	・年末年始は団体客から個人客にシフトし単価は上がるとみているが、1月以降は再び下がると予想している。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・日本人客が減少する可能性はあるが、外国人客は堅調に推移するとみている。
□	旅行代理店（従業員）	・円安と物価高が解消されない限り、良くなることはない。
□	旅行代理店（従業員）	・宿泊は閑散期になる。インバウンドについては、中国本土からの個人客の開放が不透明であることから判断が難しい。
□	旅行代理店（従業員）	・仕入原価の高騰が収益を圧迫している状況は変わらないとみている。
□	タクシー運転手	・2～3か月後は、冬期間に入り降雨降雪の日が多くなるため、タクシー需要は多くなるとみている。
□	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）	・年末特需以外は消費が抑えられる傾向になるとみている。
□	通信会社（営業担当）	・景気が良くなる要素がない。物価高の影響が大きい。
□	テーマパーク（職員）	・年配客の買上点数は少ないが、土日のファミリー層の購買と相殺すると販売量、売上共に変化はない。この状況は続くとみている。
□	遊園地（経営者）	・シーズン終盤に向かうなかで、物価上昇が家計にどう響くか不透明である。景気は変わりそうにない。
□	美容室（経営者）	・新規客がおらず、常連客しかいないため変わらない。
□	設計事務所（経営者）	・短期的に大きく変わるような要因はない。
□	住宅販売会社（経営者）	・引き続き、高額な注文住宅よりも、土地付きの安価な企画住宅を購入する動きは変わらないとみている。
▲	商店街（代表者）	・コロナ禍が明けてしばらくたつが、動き出したのは富裕層であり、本来の形の需要は戻っていない。予約状況からみても動き出す感じがいないため、年末年始もこの状況は続くとみている。
▲	一般小売店 [医薬品]（経営者）	・イスラエル情勢が不安定であり、更なる原油価格の上昇が予想される。コスト上昇から生活必需品の物価上昇が続き、消費者の生活防衛意識が更に強まると予想している。
▲	スーパー（総務担当）	・冬期間の暖房燃料費や電気料金、食料品値上げ等に対して家計をやりくりするため、食費を抑えることにつながる懸念がある。
▲	スーパー（商品担当）	・物価上昇により、生活防衛意識や節約志向が強まり、消費は緩やかに減少へ向かうとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・物価や燃料費の高騰で消費意欲が阻害されている。この傾向はしばらく続くとみている。
▲	コンビニ（店長）	・政府が検討している経済対策に不安があり、それが消費に悪影響を及ぼすのではないかと懸念している。
▲	コンビニ（店長）	・コンビニ業界は目的買いよりも衝動買いの方が売上につながる。目的買いだけならば量販店に流れてしまう。
▲	衣料品専門店（経営者）	・政府の景気対策に即効性がないため、個人消費の回復には時間が掛かるとみている。
▲	衣料品専門店（店長）	・今後ビジネススタイルがカジュアル化することで、スーツが売れなくなることを心配している。また、ブラックフライデーや初売りなどイベントは盛り上がるが、平時は客が動かないという状況になることを危惧している。
▲	乗用車販売店（従業員）	・主力車種のマイナーチェンジにより、オーダー停止の車が増えているため、この先2～3か月の景気は悪くなるとみている。
▲	自動車備品販売店（経営者）	・暖冬の長期予報が出ている。除排雪、暖房用灯油などの関係に影響が出るとみている。
▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・物価や光熱費、税金などは上がるが、収入は全く上がらない。景気が良くなる要素が見当たらない。

	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料油価格激変緩和補助金の延長により販売価格が抑えられたものの、高止まりが続いている。今後、インフルエンザなどの感染対策などで移動需要は更に減少するとみている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・インフルエンザ及び新型コロナウイルスの感染拡大が予想される。感染拡大によって影響を受ける業種では、ホテルでの宴会等の利用を控えるおそれがある。
	▲	通信会社（営業担当）	・年末需要を控えて消費が低迷する。買い控えや貯蓄へのシフト、燃料価格の高騰による家計の負担増加により、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・一旦上がった物価が下がることはほぼ考えられないため、買い控えが生じ、景気が悪くなる方向に向かうとみている。
	▲	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅リフォーム支援制度の期間終了に伴い、工事の問合せが減るとみている。
	▲	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・来場組数が増加する要因が見当たらないため、減少傾向が続くとみている。
	×	スーパー（経営者）	・冬期間に入り、灯油代や電気代が高止まりして可処分所得を更に圧迫する。食費の節約、節約志向が強まるとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・気温が下がってきて来客数も徐々に減少している。特に週末の落ち込みがひどいため、これから厳しくなるとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・冬期間は来客数が減り、売上も大きく下がる。ただでさえ経営状態が厳しいなか、除雪代の支払、光熱費の高騰、最低賃金の引上げ等経費の増加も加わる。人はおらず、休めず、利益は出ないのに契約期間があるために経営を続けることに意味はあるのであろうか。
	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高や燃料費の高騰で、寒い地域は厳しくなるとみている。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・年末に向けて暖房費が負担になってくる。高額な商品はますます厳しくなると予想している。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ウクライナ情勢にイスラエル情勢が加わり、更なる原油価格高騰、物価高騰の不安が増している。収入増加がみられないなか、消費者は必要なものを吟味して購買している。節約志向のなか、来客数減少が続くと売上不振になるおそれがあり、テナント側も危惧している。
	×	一般レストラン（経営者）	・法人関係は接待等での飲食店の需要はあるが、一般の家庭では夜の外出に繁華街まで出てくることはなく、チェーン店など安い価格帯の店に行く。利益が薄いところにだけ人が流れると景気は良くなる。世界情勢を見ても物価の上昇は止まりそうになく、以前のようにたくさんの人が出歩く環境ではない。景気の先行きは絶望的である。
企業動向関連 (東北)	◎	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・年末年始に人の移動を抑制するような障害がない。
	○	農林水産業（従業者）	・りんごの出来をみると、景気は少し上向くとみている。紅葉が遅れていることもしんごの販売にとってはプラスに働く可能性がある。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末の忙しさに加え、追加の売上が期待できる。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・年末に向けた動きが出ている。ストップしていた案件の再手配や新たな引き合いの増加など、良くなる傾向にある。
	○	建設業（従業員）	・年度末を見据えて交渉がまとまる案件が出てくるため、若干上向く可能性がある。
	○	司法書士	・相続登記義務化の影響もあって相続登記の依頼が増加しているが、前提となる遺産分割協議の成立まで相当の時間を要する案件も増えている。
	○	公認会計士	・製造業の業績が現状維持であれば景気は変わらない。製造業の部品不足や人手不足が解消されて売上が増加すれば、その他業種が現状維持でも景気は良くなるとみている。
	□	食料品製造業（営業担当）	・商品の値上げを行うたびに販売量が落ちており、厳しい状況は続くとみている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・ペーパーレス、デジタル化の進展とは逆行業種のため、印刷を絡めたデジタル化に事業の柱を移行していく必要があるが、業界としては立ち遅れているように感じている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・良いニュースも悪いニュースもあるが、全体で見ると横ばいになるとみている。

	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・現在、客先での新製品や設備投資の話題が少ないため、2～3か月先に景気が良くなるとはいえない。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体設備向け部品の見込み回復情報があったが、一転して計画が後ろ倒しとなっている。回復までにはまだ時間が掛かるとみている。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体関連の特にメモリ関係の顧客において、開発計画、投資計画が消極的になっており、2～3か月後も変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	建設業（従業員）	・材料価格は高止まっているが、受注価格に織り込んでいるため影響は少ない。
	<input type="checkbox"/>	建設業（従業員）	・資材コストの増加はしばらく続くとみられ、受注量も横ばいで変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	通信業（営業担当）	・厳しい現状を乗り越えるため、顧客と相互理解を深めていくしかない。
	<input type="checkbox"/>	通信業（営業担当）	・年度末導入に向けた案件相談は増えているが、物価高の影響もあり、実際の契約にまでは至らないケースが多い。
	<input type="checkbox"/>	広告業協会（役員）	・コロナ禍後、初の年末年始商戦に期待しているが、物価高により消費行動が読みにくいことが企業の販売促進活動に影響を与えており、広告出稿が大きく増えるとは考えにくい。
	<input type="checkbox"/>	コピーサービス業（従業員）	・イスラエル情勢など社会情勢が全く読めず、景気の動向も読めない。
	<input type="checkbox"/>	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（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。
	<input type="checkbox"/>	その他企業〔企画業〕（経営者）	・当地の宿泊施設では年末年始の固定客は確保できると見込んでいるが、稼ぎ頭のスキー客は暖冬の長期予報があるため期待できない。
	<input type="checkbox"/>	その他企業〔協同組合〕（職員）	・リピート案件、新規案件共に受注量は変わらないとみている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	食料品製造業（経営者）	・コストの増加が収益をかなり圧迫するとみている。為替も再び円安基調になっており、更なるコスト増要因になりかねない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	食料品製造業（製造担当）	・今夏までは店舗へ足を運ぶ客が多く、売上は伸びていたが、この先、前年の全国旅行支援のような特需が見込めないため、駅周辺の店舗を中心に苦戦するとみている。団体客の取り込みや通販の施策を打ってカバーしていく。
	<input checked="" type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・売上が伸びず業績が低迷しているなか、イスラエル情勢の影響で燃油価格が更に高騰することは確実である。政府が燃料油価格激変緩和補助金の延長を決定したが、その効果が薄れ、現在よりも高くなることもあるのではないかと心配している。
	<input checked="" type="checkbox"/>	金融業（広報担当）	・消費動向は年末年始に向かって盛り上がりを見せる時期だが、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行予測、中国向け輸出関連業種の減収、ホタテ稚貝の大量死等異常気象の影響など、先行きが不透明ななかで懸念材料が多い。
	<input checked="" type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	・インフレが更に進むとみている。
	<input checked="" type="checkbox"/>	経営コンサルタント	・物価高に対する消費者の生活防衛の動きが本格化する一方、販売・サービス業では人手不足によるサービス品質の低下が懸念される。
	<input type="checkbox"/>	農林水産業（従業者）	・水田の転作作物への水張りルールが厳格化されることにより、助成金の団地化加算部分が削られる可能性がある。
	<input type="checkbox"/>	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。
雇用 関連 (東北)	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・所得環境の改善が進み、各種政策の効果も出て、年末年始にかけて個人消費が活発になり、景気は良くなるかとみている。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（職員）	・企業からの人材採用についての問合せが増えているため、やや良くなるかとみている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営者）	・原材料価格の高騰や不安定な国際情勢に加えて、求人を出してもなかなか採用できないことがあり、特に中堅中小企業は出店をストップしたり、仕事を断ったりしている。よって、先行きは一進一退の状況が続くのではないかとみている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・中小企業を中心に求人数が好調な状況は続くとみている。

□	人材派遣会社（社員）	・求職者数、求人数、同業他社の動向も踏まえても、好転要素・悪化要素共に少なく、2～3か月先も変わらないとみている。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・景気動向改善に働く要素としては、インバウンドくらいしか見当たらないが、東北では海外旅行客の姿が以前より多少増えた程度で、大きくプラスには働いていない。それよりも、世界情勢の悪化によりエネルギー価格や物価への影響が大きくなっており、消費マインドは上がりにくくなっているとみている。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・住宅着工や公共工事に持ち直しの動きが見られるものの、先行きに不安がある。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気が良くなる材料が見当たらず、売上も当面回復できないとみている。
□	職業安定所（職員）	・飲食・宿泊業における旺盛な求人活動は、当面継続するとみている。
□	職業安定所（職員）	・現在のところ、求人数は求職者数を上回る状態が続いている。猛暑が和らぎ新型コロナウイルス感染症の影響が限定的ななか、個人消費は節約志向にあるものの、秋の行楽シーズンを迎えることや10月の最低賃金引上げに伴う賃金アップにより、多少の消費拡大が期待できる。
□	学校〔専門学校〕	・政府が検討している経済政策が実施されても、すぐに効果が出ないのではないかと懸念している。
▲	人材派遣会社（社員）	・ウクライナに続きイスラエル情勢などの地政学的リスクの高まり、インフレの影響による消費減退など不安要素が多く、足元の景況感も減退している。求人の動きもアフターコロナの立ち上がりから鈍化傾向にあり、全体的に様子見ムードである。
▲	アウトソーシング企業（経営者）	・A Iの普及で仕事に変化が起きている。今後はA Iとの差別化がテーマとなる。
▲	職業安定所（職員）	・ゼロゼロ融資の返済、物価高、最低賃金の大幅引上げ等で一部零細企業の経営状況の悪化が懸念される。
▲	職業安定所（職員）	・物価高騰が継続しており、求人数の減少傾向は続くとみている。
×	*	*