

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)	◎	百貨店（買付担当）	お客様の様子	・感染状況が落ち着き、2～3人や家族連れ等複数人での来店が増加傾向にあり、数か月前には見られなかった状況となっている。また、購買意欲も上がってきており、店舗セールを中心に売上も上昇している。
	◎	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・大幅な制限緩和により地元客も県外客も本格的な購買が始まっている。高額ブランド商品のニーズが多い。
	◎	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・来客数が増えている。特に郊外店舗の週末の集客が大きく伸びている。
	◎	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いてきたことに加え、店舗の改装リニューアルが相次ぎ、客がかなりの勢いで戻ってきている。今まで消費が抑えられてきたことの反動もあると考えられる。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・11月になってから明らかに来客数が増えている。土日の昼を中心に満席になる日もみられるようになってきた。いかに感染の状況が影響していたのかが分かる。
	◎	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が出されていたときよりは良くなっている。ただし、以前のような状況には戻っていない。
	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・客はやや慎重な感じもあるが、景気刺激策もあり動きは良くなっている。
	◎	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前月と同様、3か月前と比べて来客数は150%増加している。休日平日区別のない日々が続いている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・県外からの注文が戻ってきている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・商店街で売出した割増商品券が出回り始め、客が高額商品を苦もなく買っていくという状況がこのところ続いており、客単価が上がっている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・来客数が増えているわけではないが、高額の限定商品の動きが順調である。化粧品もヘルスケア商品も順調であり、買い渋りなどはみられない。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・国や自治体の様々な制限解除により、徐々に各企業独自の制約も緩和、飲食店の夜の予約が少人数ではあるが入るようになってきた。それに伴い、アルコール類の販売量が僅かではあるが増加傾向にある。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いていることで様々な集客の施策を打ち出すことができ、来客数アップにつながっている。
	○	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いており、緊急事態宣言等が解除されて周辺での人の動きが活発になってきたことで、来客数が前年並みに回復してきている。
	○	百貨店（経営者）	販売量の動き	・新規感染者数の減少に反比例して来客数が増加し、販売量も全体的に増えている。特に、ここに来て気温低下の影響や少しずつつ会合の場も増えていることもあって、重衣料が回復してきている。高額商品は引き続き好調である。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・全国的な新型コロナウイルス感染に関する規制緩和以来、来客数、特に夜間帯の来客の増加が目立つようになり、売上もそれに準じて伸びてきている。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・販売単価の増加により売上は微増傾向にある。しかし、来客数は減少が続いており、先行きは見通せない状況である。
	○	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響はまだ多少あるが、少しずつ人の動きが良くなっている。
○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・盛夏の天候不良により来客数が減少した3か月前と比較し、多少の回復がみられる。	

○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数が多少減少して客足が戻りつつある。また、家飲みをする人が増えたため、日本酒の頒布会が好調であった。
○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数が減少し、通常どおりの経済活動が行われるようになってきた。たとえば結婚式の礼服の用意とか、出張といったニーズが増えてきたことが来客数の増加につながっている。
○	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・スーツなどビジネス需要は不安定であるが、ふだん着需要は新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴い確実に増えてきている。
○	住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・今月は販売量も単価も良かったため販売金額が増加している。ただし、オーダーメイド商品なので、今月納品の商品は半年前や1年前に受注したものである。
○	その他専門店 [食品] (経営者)	来客数の動き	・8月末の緊急事態宣言発出時には人々の動きが止まった。そのときの状況と比べれば良い方向に向かっている。
○	その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (営業担当)	販売量の動き	・飲食店や観光地のホテルから少しずつではあるが注文が入ってきている。特に道の駅などはかなり混雑してきているようで、人員の確保等で制服の注文がある。まだまだ良くなったとは言い難いが、それでも少しずつ回復傾向にある。
○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・12月の予約数が伸びてきている。
○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・10月1日に緊急事態宣言が明けてからはやや良くなってきているが、例年と比べて年末に向けての忙しさはまだない。
○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・11月に入ってから宿泊補助による効果が現れ客足が伸びている。
○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・宿泊客数が前々年と同等になっている。
○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・3か月前との比較であれば国内個人旅行の予約販売は確実に増加傾向にあり、旅行業界においてはやや上向き傾向にある。しかし、県内や近県を中心とした宿泊単品の申込みが中心であり、極端な販売額増加にまでは至らない状況が前月から継続中である。団体旅行では修学旅行等で教育団体が動いているものの、一般団体はまだ動かずの状況である。
○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・各県の県民割の宿泊プランにより、個人旅行の申込みが3か月前と比べれば良くなっている。
○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・旅行業につき、新規感染者数の減少に伴う人流拡大で数値は上向き基調である。宣言解除直後の10月には一時的に爆発的な需要拡大があったものの、現状は横ばい傾向にある。県民割等の促進事業の県別の実施有無によって数値が大きく影響されている。また、Go To Travelキャンペーンの概要が発表され、客によっては様子見をしている一面もある。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・今月に入り曜日に関係なく、夫婦、家族連れ、友人同士、カップル等の少人数グループの観光客が当地を訪れている。タクシー事業においても、売上は前月の2倍となる見込みである。予報とは違う悪天候も増収要因の1つとなっている。ただ、来月は観光閑散期に入るので先が見えない状況に不安が残る。
○	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数が急激に少なくなり、その状態が継続しているが、慎重に活動している人が多いため、外食や旅行に行く人が一気に増えたといったことはない。自宅時間が思ったより減っていないため、インターネットの利用者は増えている。ただ、同業他社との価格競争は激化しており、客の争奪戦になっている。
○	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスも収束し始めて、街が徐々ににぎやかになってきているようである。

○	観光名所（職員）	単価の動き	・予約数、来客数共に微増を続けている。通常であれば閑散期に入る頃だが、まだ若干ではあるが増加の傾向がある。また、単価の高いものを買う傾向がみられ、購買意欲も非常にある。そういったことが今の景気を支えているようである。
○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・10月に続き新型コロナウイルスの影響が薄れて客のマインドが良くなっている。例年になく気温が高めに推移したこともあり、来客数は前年を上回っている。例年より時期は遅いが学校団体も来園している。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	・3か月前は緊急事態宣言中ということもあり、それと比べると来客数も増えてきている。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	・近場に旅行に出掛けたり人に会ったりする前に髪を切ろうという人が増え、来客数が増えている。
○	その他サービス 〔自動車整備業〕（経営者）	来客数の動き	・イベントやスポーツ観戦、文化行事などの開催が復活し、人の動きが回復しており、来客数や売上金額も回復している。
○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・少額資金の客の建売住宅が販売好調である。
○	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・前年比では減少しているが、前月比では微増している。次年度に向けた住宅に関連する施策情報が出たことと、新型コロナウイルスの感染者が少なくなったことにより、来場者数が増加する兆しがある。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・ワクチン接種が進み、新型コロナウイルス新規感染者数がゼロの状況が続いたことで客足は戻りつつあるが、売上アップにはまだ結び付いていない。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・自粛に慣れてしまっているのか、人流が戻らない。
□	一般小売店〔書籍〕（経営者）	お客様の様子	・全体的には持ち直しの傾向がある。ただ、ポイント何倍デーといった日には消費の喚起はされているが、それ以外については依然厳しさが募っており、予断を許さない状況である。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・客単価の高い客層の売上比重が更に大きくなっている。来客数は減少気味だが、売上は横ばいかやや上向きとなっている。チラシに載るような価格競争がある商品は極端に出なくなっているが、そうでなものは順調に販売できていることから、景気自体は悪いという感じがしない。
□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・内食需要に陰りが出てきている。しかし、当店を含めて小売業は価格競争の方にシフトして、何とか売上はキープしている。
□	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数は99.5%でほぼ前年並みだが、今後の来客数の伸びは期待できない。客単価も伸び悩み傾向で、節約志向が高まっている。年末を控え更に食品の消費は慎重になるとみている。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスも沈静化をしているなかで経済も少しずつ戻ってきているが、いまだに来客数は前年と同程度であり、人の動きは戻っていない状況である。特に深夜等の動きが悪い。
□	衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・冬物の需要により、来客数及び商品単価が若干上がっている。
□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・来客数は回復傾向にあるが、販売額、販売量が停滞気味である。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で個人客の販売量が思うようには伸びていない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・海外から部品供給が間に合わず発生した新車納期遅延が、いまだ回復していない。
□	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・3か月前と比べて来客数が極端に増減しているとはいえない。新型コロナウイルスなどの関係で新車は長納期となっている。メーカーより納入されないため売上が芳しくない。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・地元も都市部も人出が多くなってきており、最悪の状態から脱しつつある感触はある。しかし、売上などの数字は余り良くはなっておらず、状況を慎重に見定める必要がある。

□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・感染対策緩和などで動きが出てくると期待していたが、前年比の販売量は前月までの推移と変わっておらず、回復しているとは思えない。
□	高級レストラン (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスも小康状態になり、少し明るさがみえてきている。
□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・当県では新型コロナウイルス新規感染者数が皆無になったものの、まだまだ開放感にあふれた生活とはなっていない。警戒心を持つことが当たり前前の状況にあっては、夜の飲食街には人は出てこない。ワクチンでの予防では今の状態が限界なのかなと痛感している。大きな集まりや季節的なイベントが全くできないため、目に見えての景気の変化はない。
□	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・ガソリン、重油、石油といった燃料費の高騰、電気料金の値上げ等があつて消費を控えているという客の声も多数届いている。また、サケの不漁、カニ、海老等の値上げもあり、小売業の利益が厳しい状況と聞いている。よって、前月と変わらず景気は低迷している。
□	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数がかなり減ってきているが、第6波への警戒感から、特に飲食店の来客数が戻らない。
□	通信会社 (営業担当)	お客様の様子	・客の購買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	・なかなか商談ができない。
□	競艇場 (職員)	来客数の動き	・ここ2〜3か月上に変化がない。新規客の姿がなく常連客ばかりが目立つ。
□	設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・問合せや契約などが一定数あることから特に変わりはない。
□	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器については、給湯器の交換を急ぐ問合せが増えており、前倒し注文しておいた商品で対応している。リフォームについては、好天日が続き足場設置ができるようになったことで屋外の塗装工事が急増している。
▲	スーパー (店長)	販売量の動き	・10月に対し今現在、売上前期比でマイナス0.6%、来客数前期比でマイナス1.0%という状況で、若干の低下がみられる。
▲	スーパー (営業担当)	お客様の様子	・来客数、買上点数共に減少が続いている。外食の需要が増加していることに加え、ブラックフライデーなどイベント販促やお買い得品への支出が増え、内食は控えられている。
▲	コンビニ (経営者)	それ以外	・最低賃金の上昇で利益が減少している。売上も上がらず厳しい。
▲	コンビニ (店長)	単価の動き	・原油高により物価が上昇し始めている。客は価格に大分敏感になってきており、やや買い控えの傾向にある。
▲	自動車備品販売店 (経営者)	お客様の様子	・人や物の移動が制限されている影響が遅れて出てきている。車の消耗品部品が前年の半分程度に落ち込んでいる。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・今年の前半に比べると客の意識が良い方向にいつている。
▲	美容室 (経営者)	来客数の動き	・客の来店サイクルがあるため、前月、前々月に訪れた客は3か月後は来ない。
×	スーパー (経営者)	単価の動き	・11月は平均1品単価前年比が同じ水準での推移だったが、来客数は落ち込んでおり、それ以上に買上点数が落ちている。財布のひもは一層固く、消費は依然厳しい状況である。
×	スーパー (経営者)	お客様の様子	・ガソリン・灯油価格の値上げや食品全般の値上げにより、客の財布のひもは更に固くなっている。
×	スーパー (店長)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染が落ち着くと同時に、11月に入り家庭内食の頻度が低下しているのか、食材の販売量が低下している。

	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が大分収まって新規感染者もほとんどいないが、なぜか客の動きがすごく鈍い。土日に関しても行楽に行く人が少ない。コロナ禍で収入が減っている人が多いのではないかと推測している。
	×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夏季に比べて来客数が大きく落ちていることもあるが、新型コロナウイルスの感染が落ち着いた現在も売上が戻らない。リモートや巣籠りが定着したことが要因となっているとみている。さらに、最低時給も上がったのでなおさら経営が厳しい。
	×	乗用車販売店（店長）	それ以外	・例年冬タイヤの商戦に合わせてアルミホイール需要も多くなるが、半導体同様に品薄のため、思うような販売計画が立てられない状況である。車両減産と合わせた複合的な影響を直近で一番感じる月となっている。事実、経営数字も最悪となっている。
	×	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が下火になって経済活動も活発になってきたが、最近の消費者はキャッシュレスやポイント等を重要視しており、そのようなことが何もない当店のような個人商店には足が向かないようで客足は芳しくない。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（企画担当）	取引先の様子	・取引先である先端技術、半導体、物流等の業種については、旺盛な投資意欲がみられる。
	○	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・観光客や出張客が増えており、土産需要は前年を上回ってきている。一方で、お歳暮商戦はややスタートが遅い。トータルで前年並みのペースとなっている。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・イベントが多い土日だけでなく、平日の人流が増え、土産品の売上の伸びも顕著である。サラリーマンの出張や、小旅行者の姿も徐々に増えており、地元民もほぼ新型コロナウイルス発生前のような消費行動を始めているようである。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客や仕事の内容が変わってきた。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・社会経済の動きが、新型コロナウイルスの落ち着きとともに回復傾向にある。
	○	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの新変異株や素材の高騰など不安材料はあるものの、目先の受注は力強い。
	○	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・10月は売上、損益共に前年を上回った。11月も前年を上回りそうである。やはり新規感染者数が減少すれば景気回復につながるということだとみられる。ただ、業界としては、原油価格高騰による燃料費の負担増が重くのしかかる。
	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症対策の緩和もあり、飲食店への客足の戻りや各種イベントでの人流増加がはっきりと認識できることから、個人消費が総じて上向いている感じを受ける。
	○	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・広告業界は緩やかではあるが回復基調になりつつある。冬のイベントが開催を決定するなど、明るい話題もようやく出始めてきた。
	○	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスも落ち着き、3か月前と比べれば新規案件の話が大幅に増えてきている。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・郊外のショッピングセンター等大型商業施設には週末の人流が戻りつつある。
	○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・全国的な酒類提供に関する停止要請や制限措置が解除・緩和となった。また、当地を訪れる交流人口がビジネスや観光において回復してきている。そういったことにより3か月前と比べて出荷は改善している。
	○	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・町内の温泉宿泊施設は休日に限らず、平日も客の入りが増えてきている。それらの客からは、Go Toキャンペーンを待たなくてもよい、早く動きたいという声が多く聞かれる。
		□	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き

	□	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・前年比95%程度の販売量が続いており、ここ1年状況に変化はみられない。
	□	電気機械器具製造業(企画担当)	受注価格や販売価格の動き	・景気に大きく影響する半導体価格の推移は従来並みである。
	□	建設業(従業員)	取引先の様子	・工事は前年並みにある。資材価格高騰や部品納入の遅れなどもない。
	□	建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・民間案件を含め、一定の受注契約を得ている。
	□	通信業(営業担当)	取引先の様子	・新型コロナウイルスの新変異株の影響で、客の反応は消極的傾向になっている。
	□	公認会計士	取引先の様子	・客の月次、決算状況から判断している。小売、サービス、飲食業関係は少しずつ客足が戻ってきているが、まだ低空飛行である。建設業関係は業種にばらつきがあるが、少しずつ回復している。全体的には景気はまだ悪いようである。
	□	その他非製造業 [飲食料品卸売業](経営者)	受注価格や販売価格の動き	・景気が良くなっているという話をよく聞くが、取引先の話ではデリバリー地域のなかでの価格競争が激しく、苦慮しているのが現状とのことである。
	▲	電気機械器具製造業(営業担当)	取引先の様子	・各種機器の保守に関し、従来は予防保全として事前に点検や修理を実施していたが、現在は事後保全という形で実施している。
	▲	コピーサービス業(従業員)	受注量や販売量の動き	・主力であるIT機器関連商品の納期は相変わらず改善されておらず、営業活動に力が入らない状況である。やはり、タイムリーに商品を届けられないとモチベーションが上がらない。
	×	窯業・土石製品製造業(役員)	受注量や販売量の動き	・需要の減少に加え、原材料や燃料の価格高騰の影響が大きい。コストの上昇を製品価格に転嫁できていない。
雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社(社員)	周辺企業の様子	・飲食業や接客業が求人活動を再開している。今まで採用できていた物流倉庫や各業種の営業職の募集については、全体の求人数が増えて採りにくくなっている。各企業において求人のための戦略見直しが始まっていることから、景気は上向きと判断している。
	◎	人材派遣会社(社員)	採用者数の動き	・各社業績がV字回復していることから採用ニーズが増えている。特に自動車周辺や半導体周辺の製造業系や小売、外食系の企業も今後のめどが立ったため、製造や販売スタッフの採用ニーズが急激に増加している。再び人材確保を課題とする企業が増えることが想定されている。
	○	人材派遣会社(社員)	周辺企業の様子	・飲食店、接客販売業に採用の動きが出てきている。以前と比べて変化が出てきている状況である。
	○	人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・引き続き人材派遣の求人数が増えている。また、募集単価も上昇傾向にある。
	○	アウトソーシング企業(社員)	それ以外	・緊急事態宣言も解除され、新型コロナウイルス新規感染者数も減り、一般の会議も開かれるようになったため、経済が回り始めたようである。
	○	新聞社[求人広告](担当者)	求人数の動き	・求人広告の申込みが増加してきている。その他の広告も、旅行関係中心に増加傾向にある。
	○	新聞社[求人広告](担当者)	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス新規感染者数が減少し、飲食業、宿泊業を中心に広告出稿の動きが出てきている。
	○	職業安定所(職員)	周辺企業の様子	・大型店舗の進出に伴い求人倍率が上昇している。
	○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・3か月前と比較して新規求人数が約500人、有効求人数が約600人増加している。
	○	学校[専門学校]	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者がいない状況が継続しているため、商業施設を訪れる人の動きが増加していたり、飲食店の営業状況が改善したりしている。
	□	人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染が落ち着いており、動きが出てくるとみているが、企業の求人数に大きな変化はない。
	□	新聞社[求人広告](担当者)	それ以外	・新聞広告の動きに変化はない。
	□	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人数の動向に目立った動きがない。

	▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・訪問事業所の話では、原油や鉄鋼価格の高騰により、値上げ交渉ができない中小企業においては利益幅が縮小している。また、物流についても、海外の船便の入港に時間が掛かるなど、輸送コストが増加しつつある。
	×	—	—	—