

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<br>動向<br>関連<br><br>(東北) | ◎          | *               | *   | *   |
|                            | ○          | 一般小売店〔書籍〕（経営者）  | 単価の動き   | ・取り扱っている商材は売場につながるような動きがあるわけではなく、単価をコントロールすることもできない。大型ショッピングセンターの人の動きが徐々に元に戻ってきており、そこでの単価は上昇している。   |
|                            | ○          | 一般小売店〔酒〕（経営者）   | お客様の様子  | ・県民割のクーポンを使う人の来店が多くなっている。   |
|                            | ○          | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | 販売量の動き  | ・前年に続き新型コロナウイルス感染症関連商品が好調で、今年は抗原検査キットなどが売れ筋になっている。通常の商品も売れており、全体として前年比120%前後になっている。   |
|                            | ○          | 百貨店（売場担当）       | お客様の様子  | ・定価品の立ち上がり早く、月初めから晩夏初秋物が上客を中心に好調だった。中旬は帰省や旅行客にも売れている。   |
|                            | ○          | コンビニ（経営者）       | 単価の動き   | ・行動制限がないお陰で人の流れが出てきている。特に夜間の動きが良くなっている。また、客単価は前年今年を通じて一番高くなっている。  |
|                            | ○          | コンビニ（経営者）       | 来客数の動き  | ・今月は3年ぶりに大きな祭りが開催された。新型コロナウイルス感染症発生前の3割程度の人出との発表があったが、大いに盛り上がり売上もある程度上がった。反面、その反動か新型コロナウイルスの新規感染者数が増え続け、店舗を回すのが困難になってきた。これ以上増えると店を閉める他なくなるが、本部がそれを許容するか不安である。 |
|                            | ○          | コンビニ（経営者）       | 販売量の動き  | ・来客数の減少を販売量、単価がカバーし、結果売上増加につながっている。   |
|                            | ○          | コンビニ（経営者）       | お客様の様子  | ・前月末から今月中旬の間は比較的天候が良く、行動制限もなかったため、人の動きが良くなっている。   |
|                            | ○          | 衣料品専門店（経営者）     | お客様の様子  | ・コロナ禍ではあるが、いい意味で慣れてきて外出を怖がらなくなってきている。   |
|                            | ○          | 衣料品専門店（総務担当）    | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルス感染症の第7波のなか、売上については未達であるが、行動制限がない分来客数は少しずつ増えてきている。   |
|                            | ○          | 住関連専門店（経営者）     | 販売量の動き  | ・お盆に合わせて仏壇を新しく買い求める客や買換えをする客がおり、やや高額な商品を販売したため、売上増加につながっている。  |
|                            | ○          | 観光型ホテル（スタッフ）    | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は増加しているが、他県からの客が増加している。  |
|                            | ○          | 旅行代理店（従業員）      | 販売量の動き  | ・7月後半からの新型コロナウイルスの感染拡大により一時的に予約の停滞はあった。しかし、第6波とは異なり停滞期間は限定的で、予約の動きも回復し、取消し数についても限定的であった。  |
|                            | ○          | 観光名所（職員）        | 単価の動き   | ・新型コロナウイルスの感染状況に関係なく来客数が増えている。団体客も、感染者が出て人数を縮小することはあるが、半年前、3か月前よりも団体数が増えてきて、来客数は多くなっている。また、客単価も非常に良くなっている。  |
|                            | ○          | 遊園地（経営者）        | 来客数の動き  | ・新型コロナウイルス感染症の第7波があり天候も不安定だったが、行動制限がなく屋外施設ということもあり、新型コロナウイルス感染症発生前には及ばないものの比較的順調に推移している。  |
| ○                          | 設計事務所（経営者） | お客様の様子          | ・官公庁から大型の設計案件が発注され、プレゼンをする機会が増えた。民間では施設の新設や移転などに関する問合せが増えている。物価の上昇や資材不足はあるものの、今後も外的要因が好転することがないと判断し、実行に移す客が増えている。 |   |
| □                          | 商店街（代表者）   | 来客数の動き          | ・自主的な行動制限はあるものの行事は行われるようになったが、消費行動が戻っているようにはみえない。新型コロナウイルスの新規感染者数が多くなっても行動制限は出ていないため、大きな変化はない。                    |   |

|                          |                   |        |   |
|--------------------------|-------------------|--------|---|
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店<br>〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・お盆前は帰省客の影響で観光施設や旅館への販売量が良かったが、お盆明け以降は全体的に販売量が落ち込んでいます。特に飲食店は新型コロナウイルスの新規感染者数が急増し出控えが続くなか、行政からの支援等もない状況で、閉店することを決めた取引先も出てきています。             |
| <input type="checkbox"/> | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）   | お客様の様子 | ・4月後半から6月まで売上の低迷が続き、7月以降回復している。ただし、新型コロナウイルス感染症に関連する商品の売上比重が高く、一時的なものと思われる。   |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（経営者）          | 来客数の動き | ・7月後半から新型コロナウイルスの新規感染者数が急増したが、来客数への影響はさほど大きくなく、むしろ久しぶりの行動制限のない祭りやお盆の時期に来街者、帰省客も多くみられた。ただし、一部の高齢者は外出を自粛しており、新型コロナウイルス感染症発生前と比べればまだ大きく減少している。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（催事担当）         | 来客数の動き | ・5月以降全体的に持ち直している。今月も新型コロナウイルス感染症の第7波が広まっているものの、夏休みの大型集客催事が奏功し、来客数、売上共に前年比で伸びている。  |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（企画担当）        | 販売量の動き | ・食品の値上げが続いているが、消費者は値上げに慣れてきた感じもある。販売量は下向き傾向にあったがまた戻りつつある。   |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（営業担当）        | お客様の様子 | ・売上前年比は102.7%だが、来客数は99.3%、買上点数は99.6%である。1品単価の微増で売上は確保できている。8月のお盆、帰省の効果で客単価は微増したが、傾向的には良くない状況である。  |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者）         | 来客数の動き | ・3か月前と余り変わっていない。人の流れが少しずつ通常に戻りつつある点は良いが、新型コロナウイルスの新規感染者数が多すぎて、それを気にしない人と気にして控えている人が半々くらいになっている。   |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（経営者）         | 来客数の動き | ・夕夜間の来客数が少し戻ってきている。   |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当）       | 来客数の動き | ・来客数は立地場所が大きく影響している。観光地を含め、天候不順や新型コロナウイルス感染症の影響を受けている場所では来客数が少なくなっている。影響を受けていない場所では景気の回復がみられる。  |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当）       | 来客数の動き | ・夏季商戦については、気温の上昇や祭りの例年どおりの実施もあって好調に推移したが、天候不順、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加もあり、この先良くなるのはつきりとはいえない状態である。今後エネルギー価格の上昇による値上げラッシュがどのように響いてくるのかという不安もある。   |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（店長）          | 来客数の動き | ・インフレが進み2～3か月になるが、一般消費者が値上げに慣れ始め、普通に買物をするような雰囲気が出てきている。単純には判断できないが、そう悪い雰囲気ではない。   |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（経営者）       | お客様の様子 | ・祭り関連用品の売上で予算が達成できそうだが、お中元は産直品が多く低利益のため、粗利益は未達であった。   |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店長）        | 来客数の動き | ・8月に入り新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しているため、帰省する人が予想以上に少なく、本来この時期に売上の多くを占める家族連れの客がみられなかった。新型コロナウイルス感染症が足を引っ張っている。                                       |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（店長）        | 来客数の動き | ・冠婚葬祭需要が増えたことで、フォーマルが好調に推移している。   |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（従業員）       | 販売量の動き | ・法人客の受注は伸びているが、個人客はなかなか伸びていない。  |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（従業員）       | 販売量の動き | ・新型車も発表され、来客数、受注量も微増している。しかし、依然として納期は長期化しており、登録予定がみえず、現在の収益の押し上げにはならない。   |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（従業員）       | 販売量の動き | ・販売量は特に変動がないため、変わらない。   |

|   |                            |        |   |
|---|----------------------------|--------|---|
| □ | その他専門店<br>〔酒〕（経営者）         | 来客数の動き | ・お盆休みの帰省シーズンではあるが、地元で新型コロナウイルスの感染が拡大した上に豪雨等も重なり、店頭販売、飲食店共に期待したような売上にはなっていない。  |
| □ | その他専門店<br>〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | 販売量の動き | ・燃料油の販売価格は補助金の適用により大きな変動はないが、従来よりも高値で推移しているため前年同期を超えない状況である。新型コロナウイルス感染症による行動制限がなくなったことにより、前半は移動需要が増えたものの、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加とともに販売量は減少傾向になっている。      |
| □ | その他小売<br>〔ショッピングセンター〕（統括）  | お客様の様子 | ・夏休みからお盆にかけて人の流れは結構出てきているものの、新型コロナウイルスの感染拡大もあり、客の消費行動に直接結び付いてはいないようである。   |
| □ | 高級レストラン<br>（スタッフ）          | 来客数の動き | ・県民割が使われているが、新型コロナウイルスの感染状況の影響を受けて、来客数は増減を繰り返している。  |
| □ | 観光型ホテル<br>（スタッフ）           | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりしているため、期待している全国旅行支援の開始が延期され続けている。   |
| □ | 観光型旅館（経営者）                 | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が多くキャンセルなども多かったが、結果として大きくは変わらなかった。   |
| □ | タクシー運転手                    | お客様の様子 | ・行動制限がないため他県からの客も含めて人の動きが随分と良くなっており、我々の仕事にも良い影響が出ている。ただし、新型コロナウイルスの新規感染者数が増えてきているため心配な面もある。   |
| □ | タクシー運転手                    | 来客数の動き | ・規模の大小にかかわらず、祭りやマルシェ、イベント、コンサート、集会等が開催されるとタクシー利用が活発になり、4月以降、売上が増加傾向にある。県外からのタクシー利用者は、全国どこでも新型コロナウイルスの新規感染者数が増えており、どこの県やどこの地域が危ないといったことは考えていないと話す人が多い。 |
| □ | 通信会社（営業担当）                 | お客様の様子 | ・客の設備投資意欲に変化はみられない。   |
| □ | 競艇場（職員）                    | 単価の動き  | ・利用者数に余り変化はみられず、客単価もほとんど変わらない。  |
| □ | 美容室（経営者）                   | 来客数の動き | ・前年比92～93%がこのところ続いている。新規客も増えてこない状況である。何が原因か分からないが、客の回転が良くない状況が続いている。  |
| □ | その他サービス<br>〔自動車整備業〕（経営者）   | お客様の様子 | ・6月頃は明るい雰囲気や経済回復の兆しが顕著であったが、政治家と宗教団体の問題、集中豪雨、新型コロナウイルス感染症の第7波と、我慢することのみが多い社会風潮となっている。当然ながら客の出足や購買意欲の縮小がみられる。  |
| □ | 住宅販売会社<br>（経営者）            | それ以外   | ・工期未定を防ぐため、工場生産可能な工法に変更して受注を始めている。  |
| □ | 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、コンロと給湯器の交換工事が増えている。リフォームは、納品が遅れていた資材、商品が入荷したことにより、増改築工事が増えている。   |
| ▲ | 商店街（代表者）                   | お客様の様子 | ・夏祭りは予定どおり開催され、新型コロナウイルス感染症発生前のにぎわいが戻りつつあった。しかし、県内の新型コロナウイルスの新規感染者数が連日千人を超え、高齢者を中心に外出や旅行、夜の飲食を控える傾向がみられ、景気はやや悪くなっている。                                 |
| ▲ | 一般小売店〔医薬品〕（経営者）            | お客様の様子 | ・8月は3年ぶりの花火大会や夏祭りが続き、非常に多くの人出があった。お盆の頃になると、熱が出た、のどが痛いといった症状を訴える人が非常に多く来店し、新型コロナウイルスの抗原検査キットがあつという間に売れてしまった。   |

|   |                            |        |  |
|---|----------------------------|--------|--|
| ▲ | スーパー（経営者）                  | 単価の動き  | ・ 8月は平均1品単価が前年比で4%近く増加した。しかし、前月同様、来客数と買上点数の前年比はそれ以上に減少している。8月は来客数の多い日曜日が1日少ないことに加え、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加に対する警戒感からか来客数の減少が続いている。また、価格転嫁が進み、額面収入は変わらず支出だけが増え、実質的に可処分所得が目減りしているため、消費は悪くなっている。 |
| ▲ | スーパー（店長）                   | 来客数の動き | ・ 8月に入り2～3か月前と比較して来客数の減少が続いている。  |
| ▲ | スーパー（営業担当）                 | お客様の様子 | ・ 天候不順、新型コロナウイルスの新規感染者数の急激な増加で、お盆期間の客の流れ、行動が例年と異なっており、計画とのかい離が大きく発生している。お盆が明けても値上げが続き、節約志向が高まっている。必要性の高い、低単価の保存用の需要が高まり、生鮮食料品では基礎商品の価格競争が始まりつつある。  |
| ▲ | コンビニ（店長）                   | 単価の動き  | ・ 物価上昇が購入意欲の低下に影響しているような感じがある。   |
| ▲ | 衣料品専門店（経営者）                | 来客数の動き | ・ 県内の新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により来客数は減少している。特に土日の来客数が厳しい状況である。   |
| ▲ | 衣料品専門店（店長）                 | お客様の様子 | ・ お盆明けの残暑や長雨、インフレによる物価高、新型コロナウイルスの感染拡大と気分が前向きにならない要素が多く、客の購入モチベーションが上がり切れていない。   |
| ▲ | 家電量販店（店長）                  | 来客数の動き | ・ レジ件数が落ち込んでいる。  |
| ▲ | 家電量販店（従業員）                 | 販売量の動き | ・ エアコンを始めとする高額商品の販売量が前月くらいから極端に下がり始めている。   |
| ▲ | 乗用車販売店（従業員）                | お客様の様子 | ・ 新型コロナウイルスの感染状況が収束せず、在庫予定の客のキャンセルや商談予定のキャンセルも相次いでおり、売上が見通せない状況である。  |
| ▲ | 乗用車販売店（店長）                 | 販売量の動き | ・ 長納期の影響で新車部門の売上は前年比80%をキープするのがやっとの状況である。中古車部門も在庫を確保しづらい状況が継続中で、前年比70%台とかなり苦戦している。   |
| ▲ | 自動車備品販売店（経営者）              | お客様の様子 | ・ 8月は豪雨が多発し、堤防決壊による浸水被害、道路の損壊が近隣地区で多数発生し農作物の被害も多く出ている。復旧していない鉄道路線もあり、通勤通学に負荷が掛かっている。本来消費に回る部分が削られるとみている。   |
| ▲ | 住関連専門店（経営者）                | 販売量の動き | ・ 受注生産をしている。受注量が減少しており、販売量も減少している。   |
| ▲ | その他専門店<br>[白衣・ユニフォーム]（経営者） | 販売量の動き | ・ 3年ぶりの行動制限のないお盆だったが、人流は思ったほどではなかった。売上は多少はアップしたが、起爆剤となり得るほどの威力はなかった。観光業、飲食店等も少し忙しいといった程度とみられる。それでも今までの客の数から見れば有り難いことである。制服にまで金が回るのはまだ先のことだが、それでもほんの少し明るい兆しがみえ始めている。                      |
| ▲ | その他専門店<br>[食品]（経営者）        | 来客数の動き | ・ 新型コロナウイルス感染症第7波の影響で、県外からの来客数が激減している。前年よりはプラスだが、新型コロナウイルス感染症発生前からは4割減少している。加えて、物価高でぜいたく品の購買意欲がそがれている。   |
| ▲ | 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の新規感染者数がなかなか減らないため、動きがない。   |
| ▲ | 一般レストラン（経営者）               | 来客数の動き | ・ 3か月前と比べて来客数がかかなり落ちている。新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、宴会などのキャンセルがかかなり増え、予約も入らない状況が続いている。景気はかなり悪くなっている。  |
| ▲ | 一般レストラン（経営者）               | 来客数の動き | ・ 新型コロナウイルス感染症の第7波が来て以来、予約はキャンセルされ、新規の予約は全く入らなくなり、相当ひどい状況になっている。今月初めくらいからひどくなり、この先良くなる見込みもないのではないかと不安になっている。   |

|                            |   |                       |              |   |
|----------------------------|---|-----------------------|--------------|---|
|                            | ▲ | 通信会社（経営者）             | お客様の様子       | ・ 8月に入り3年ぶりの夏祭りが各地で行われ、この勢いで地方経済も回り始めるかという期待感もあった。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が過去最高を更新するばかりで、娯楽ビジネスでもある有料テレビやインターネットの新規加入者は減少している。ただし、解約者が少ないことで純減まで至っていないのが救いである。  |
|                            | ▲ | 通信会社（営業担当）            | お客様の様子       | ・ 物価高やインフレの進行が景気を圧迫している。消費行動が冷え込んでいるという声を多く聞く。先行き不安のため節約傾向も目立っている。観光産業においても新型コロナウイルスの感染拡大で宿泊施設のキャンセルが目立ち、厳しい状況にある。  |
|                            | ▲ | 通信会社（営業担当）            | 単価の動き        | ・ 各種物資の値上げが相次いでおり、消費者にはかなりの痛手となっている。  |
|                            | ▲ | 通信会社（営業担当）            | お客様の様子       | ・ 中小企業の設備面での投資熱は冷めている。大企業及び首都圏との温度差は広がる傾向にある。   |
|                            | ▲ | 通信会社（営業担当）            | お客様の様子       | ・ 物価が上がってきているため、商品が売れにくくなっている。  |
|                            | ▲ | その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員） | 来客数の動き       | ・ 来場者数が前年比80%で推移しており、新規来場者数も減少している。   |
|                            | × | 商店街（代表者）              | 来客数の動き       | ・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が拡大している影響で、8月は客足が完全に止まっている。   |
|                            | × | スーパー（経営者）             | お客様の様子       | ・ メーカーや卸の値上げが相次ぎ、販売価格の値上げをせざるを得ない状況だが、その値上げに消費者がついてきていない状況である。  |
|                            | × | スーパー（店長）              | 販売量の動き       | ・ お盆前までは前年の売上を確保していたが、お盆期間に売上が低迷し、以降、売上を落とし続けている。   |
|                            | × | 家電量販店（店長）             | 来客数の動き       | ・ 来客数は前年比85%である。買換え需要については前年並みである。買換え需要を除いては、テレビ、冷蔵庫、洗濯機といった高額商品の販売量が減っている。   |
|                            | × | その他専門店〔靴〕（従業員）        | 販売量の動き       | ・ 夏祭り、お盆が原因とみられる新型コロナウイルスの新規感染者数の激増により、前月に引き続き来客数が大幅に減少している。  |
|                            | × | 一般レストラン（経営者）          | 来客数の動き       | ・ ゴールデンウィークの頃は客が大分戻ってきた感じがあったが、それ以降じわじわと来客数が減少している。特にディナータイムは客がほとんどいない状況が続いている。かなりブレーキが掛かっている。  |
|                            | × | 一般レストラン（経営者）          | お客様の様子       | ・ 新型コロナウイルスの新規感染者数は幾分減少傾向にあるが、3か月前と比べて5倍の数である。前月末から、仕事で外出しても夜の繁華街には寄り付かない状態が顕著になっている。背景には、会社で止められているとか、田舎なので多世帯同居の世帯が多いことがあるとみられる。また、学校も始まったので、子供の感染にも敏感になっている。行動制限はないものの、繁華街での商売には逆風が吹いており、回復のめどが立たない。 |
|                            | × | 旅行代理店（従業員）            | 販売量の動き       | ・ 3か月前の数字から7%落ちている。また、前年同月比でも77%と前年より悪くなっている。   |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(東北) | ◎ | 食料品製造業（製造担当）          | 受注量や販売量の動き   | ・ 夏祭り、お盆帰省、夏休みによる来客数が増加し、売上増加に直結している。しかし、スタッフの確保に苦慮している。  |
|                            | ○ | 農林水産業（従業者）            | 受注価格や販売価格の動き | ・ JAから7月販売のものの精算書が届き、前年より2割程度高かった。また、注文数も前年と同様であった。   |
|                            | ○ | 食料品製造業（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・ 夏祭りやお盆の帰省も人の動きが良かったため、土産商品がよく動いた。新型コロナウイルス感染症発生前までは売上は回復していないが、ホッと一息といったところである。   |
|                            | ○ | 金属製品製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・ 受注が堅調である。   |
|                            | ○ | 金融業（広報担当）             | 取引先の様子       | ・ 規模を抑えながらも県内各地で夏祭りが開催された。天候に影響されることはなく、例年ほどではないにしろ経済浮揚効果を発揮している。食料品やガソリン価格も落ち着いており、新型コロナウイルスの感染拡大も経済活動自体への影響は僅かである。  |

|   |                          |              |   |
|---|--------------------------|--------------|---|
| ○ | その他非製造業<br>〔食料品卸売業〕（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・天候が良かったこともあるが、行動制限がなくなったことにより安心して商品の買い出しに出るなど人の流れが非常に良くなったため、景気が良くなっている。   |
| ○ | その他企業〔企画業〕（経営者）          | それ以外         | ・7～8月にかけての新型コロナウイルスの新規感染者数の増加により、温泉街への人出の影響を懸念していたが、むしろ予約キャンセル客の再予約などがあり、また日帰り客もある程度確保できた。  |
| □ | 食料品製造業（営業担当）             | 受注量や販売量の動き   | ・販売量が前年比で約10%ダウンしており、とても苦戦している。   |
| □ | 出版・印刷・関連産業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルス感染症の第7波により、勢いが止まってしまった。   |
| □ | 一般機械器具製造業（経営者）           | 取引先の様子       | ・景気が良くなっている感じはあるが、受注状況は横ばいである。見積件数は比較的増えてきている。  |
| □ | 建設業（従業員）                 | 取引先の様子       | ・大雨の影響で修繕の仕事が多くなっている。しかし、単価が低いので収益的には伸びていない。  |
| □ | 建設業（従業員）                 | 受注量や販売量の動き   | ・一定の工事受注は得られており、状況は変わっていない。   |
| □ | 輸送業（経営者）                 | 受注量や販売量の動き   | ・4～8月の売上は前年より増加しているにもかかわらず、一向に景況感が良くならない。その原因はウクライナ情勢の影響と新型コロナウイルスの感染拡大とみている。先が見通せないため不安だけが増大していく。これでは消費も設備投資も伸びず、その結果として物量も増えない。     |
| □ | 通信業（営業担当）                | 取引先の様子       | ・コロナ禍が長期化している影響で、思ったような成果があげられない状況である。  |
| □ | 広告業協会（役員）                | 受注量や販売量の動き   | ・大型夏祭りは新型コロナウイルス感染症発生前の人出に戻り、一時的には消費拡大となったが、新型コロナウイルスの新規感染者数が高止まりの状態では継続的に活発な販促活動が展開できず、広告業界は依然として低迷している。                             |
| □ | 広告代理店（経営者）               | 取引先の様子       | ・観光関連に若干の復調の兆しがあるものの、食品、自動車等の取引先では先行きの不透明感による発注控えなども散見される。  |
| □ | 経営コンサルタント                | それ以外         | ・ウィズコロナの生活に慣れ始めている印象を受ける。いわゆる新常态に向けた業態開発で対応できているかが成否を分けている。   |
| □ | 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、サービス業は売上、利益等改善傾向がみられるが、飲食関係は新型コロナウイルスの新規感染者数高止まりの影響か、業績の悪い客が多い。建設関係は売上、利益共に確保している企業が多い。全体としては緩やかに景気回復しているとみられる。 |
| ▲ | 農林水産業（従業者）               | それ以外         | ・燃料価格の高騰が続いている。   |
| ▲ | 出版・印刷・関連産業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・新型コロナウイルスの感染状況が過去最悪の状況にあるものの、行動制限は出されておらず、経済活動の自粛もみられない。しかし、先行き見通しを懸念してか、慎重な取組の企業が多々あり、受注量の減少に歯止めが掛からない。                             |
| ▲ | 窯業・土石製品製造業（役員）           | 受注量や販売量の動き   | ・官需、民需共に低調で、出荷量は前年比85%程度で推移している。  |
| ▲ | 一般機械器具製造業（経営者）           | 受注量や販売量の動き   | ・半導体部品不足による生産調整が入り、受注量の減少がみられる。   |
| ▲ | 電気機械器具製造業（企画担当）          | 取引先の様子       | ・スマートフォン等の需要減退に伴う対応を示唆されている。  |
| ▲ | 輸送用機械器具製造業（経営者）          | 取引先の様子       | ・客先からの引き合いが減っており、受注、売上共に減少している。半導体事業の状況は、受注増加の予定が現状数維持に変化したため、伸びの期待は薄くなっている。  |
| ▲ | コピーサービス業（従業員）            | 受注価格や販売価格の動き | ・毎月数社程度だが価格変更の通知がきており、値上がりした分、価格転嫁をすべく活動をしている。メーカーや卸会社は一方的な通知でよいが、取引先全てに転嫁できるか不安である。全体的に理解が進んでいると思うが確信が持てない。                          |

|          |   |                            |              |   |
|----------|---|----------------------------|--------------|---|
|          | × | その他非製造業<br>[飲食料品卸売業] (経営者) | 受注価格や販売価格の動き | ・新型コロナウイルスの感染拡大により、人の移動が抑制されている。  |
| 雇用<br>関連 | ◎ | *                          | *            | *   |
| (東北)     | ○ | 人材派遣会社<br>(社員)             | 求職者数の動き      | ・求職者数の登録も順調に推移している。   |
|          | ○ | 人材派遣会社<br>(社員)             | 求人数の動き       | ・求人数が前年を上回り、2けたの伸びとなっている。   |
|          | ○ | 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は続くものの、政府や県、市レベルでも経済を動かすことに重点を置いているため、これまで中止に追い込まれることが多かった多くのイベントが3年ぶりに開催されるなど、徐々に回復に向けた動きが出てきている。   |
|          | ○ | 職業安定所 (職員)                 | 求人数の動き       | ・3か月前と比べると雇用調整助成金の利用事業所数が減少しており、求人数は前年同月比で十数か月連続で増加している状況にある。しかし、燃料・資材価格の上昇分を売価に転嫁し切れず利益率が減少しているという事業所の声が多く、新規求人数の勢いも若干落ち着いてきた様子がある。  |
|          | ○ | 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数は依然高止まっているが、特に行動制限が掛けられていないため、各種イベント等は感染症対策を講じ、規模縮小ながら実施できている。   |
|          | □ | 人材派遣会社<br>(経営者)            | 周辺企業の様子      | ・3か月前は新型コロナウイルス感染症の影響で自粛ムードによる買い控えや、街に人が出なくなるなどしたため、小売業や飲食業が厳しい状況であった。今月は従業員が新型コロナウイルスに感染し仕事に出て来られなくなったため、業務がひっ迫したり、新しい製作活動ができなくなったりしたことで店休する企業が出てきている。3か月前とは内容は違うが、景気が悪い状況が継続している。 |
|          | □ | 人材派遣会社<br>(社員)             | 求人数の動き       | ・求人数については横ばいの状況である。   |
|          | □ | アウトソーシング企業 (経営者)           | それ以外         | ・ここに来て会議自体が減っているようである。  |
|          | □ | 新聞社 [求人広告] (経営者)           | 周辺企業の様子      | ・新型コロナウイルスの新規感染者数が連日最多を更新する状況で、目に見えて景気が上向いているような感じはない。しかし、新型コロナウイルス感染症は第5類的な感覚で市民に浸透している。飲食店は上向きの肌感覚がある。  |
|          | □ | その他雇用の動向を把握できる者            | 周辺企業の様子      | ・人手不足による企業の採用意欲は高く、定着のため従業員の処遇改善を図る動きもある。この傾向はここ数年間継続している。  |
|          | ▲ | 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の感染拡大が続いており、依然、広告の売上回復の実感はない。   |
|          | ▲ | 職業安定所 (職員)                 | それ以外         | ・新型コロナウイルスの感染急拡大や8月の天候不順といった要素もあるが、何よりも物価上昇の影響が大きく、消費・購買意欲が落ちてきている。   |
|          | × | —                          | —            | —   |