

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)	◎	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・前年と大きく異なるのは冠婚葬祭についてである。結婚式の予定などが増えてきているため、スーツなどを扱う業界は景気が上向いてきている。
	○	一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・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	・相変わらず新型コロナウイルス感染症関連商品の動きが顕著である。常連ではない客も来店しているため、来客数も伸びている。また、季節の変わり目であることから、今月は化粧品品の動きも顕著である。前年比115.3%と良くなっている。
	○	百貨店 (売場担当)	単価の動き	・上客を中心に秋物の動きが活発になっている。ショップ単位の定価販売施策の効果も大きい。ビジネスや各種行事等も動きがあり、セット販売により客単価も上がってきている。
	○	百貨店 (催事担当)	来客数の動き	・物産展や期間限定ショップ等の各種催事がにぎわい、来客数が増えている。前年は大型催事が軒並み中止となったこともあり、売上も前年同月比で3割近く伸ばしている。
	○	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・今月は近隣で土日のイベントが2回開催され、人の動きが良くなっている。制限はありながらも開催されれば人出が見込める状況にある。夜間の人の動きも徐々に良くなっている。
	○	コンビニ (経営者)	お客様の様子	・来客数、客単価が前年を超えてきている。
	○	コンビニ (経営者)	販売量の動き	・来客数は横ばいだが、販売量と単価の増加により、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで戻りつつある。人の動きが自粛からかなり活発になっているのが要因とみている。
	○	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・初夏と比べ若干ながら人流が回復しつつある。
	○	コンビニ (エリア担当)	単価の動き	・8月に祭りが実施されたことや気温の上昇などで、客の動きが活発化している。来客数は前年と変わらないが、購買意欲の上昇か買上点数が増加している。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第7波もピークアウトし、来客数は少しずつ増加している。
	○	衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・行動制限の解除に伴い、旅行、出張などの用途に応じて必要商品を購入する人が増えている。少しずつではあるが消費が戻ってきているようである。
	○	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の新規感染者数の減少や行動制限の解除などがあり、土日祝日を中心に一定数の客が戻ってきている。3か月前と比べると、少しずつ来客数が増えている。
	○	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に対して客に諦めムードがみられ、外に出てもいいだろうという雰囲気は少し出てきている。
	○	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も減少傾向にあり、県民割などの延長もあることから、来客数は増えている。
	○	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の減少に伴い、客が増えてきている。
	○	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・夏休みも終わり、閑散期であるものの、多くはないが来客が途切れていない。
	○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・団体旅行の延期や中止は出ているものの、3か月前と比べれば伸びはある。また、学生の旅行が堅調である。個人旅行が低調のままである点は3か月前と変わらない。
○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・お盆以降販売が伸びており、9月の連休の販売も好調に推移した。今後、全国旅行支援が開始されることから、更なる販売拡大に期待をしている。	
○	タクシー運転手	来客数の動き	・季節が秋に変わり、多くの観光客が来ている。また、イベントやコンサート等の開催により、人の移動が増加している。営業収入は前年同時期と比べ約50%増加している。	

○	テーマパーク (職員)	来客数の動き	・出掛けることに抵抗がなくなっており、団体客、個人客共に戻ってきている傾向にある。買上点数は伸び悩んでいるが、高単価商品を自分用に購入する人がおり、客単価が上昇することもある。
○	観光名所(職員)	単価の動き	・連休中は天候に恵まれなかったため伸びは今一つだったが、客単価は上がっている。景気はやや上向きになっているようである。
○	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波が次第に収まり、客の心理が好転している。3連休が2回もあって、新型コロナウイルス感染症発生前に近い水準になっている。
○	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・大型案件の公共工事の設計発注が多かったため、地元設計事務所は契約による売上が大きく伸びている。
○	その他住宅[住宅展示場運営会社](従業員)	来客数の動き	・9月の来場組数が前年と同等で、単月でも今年度で2番目に高い来場組数となっている。祝日が多いだけではなく、住宅購入を考える客の動きが少し活発になった印象を受ける。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の第7波が収束傾向にあり、商店街の人出が戻りつつある。しかし、原材料価格の値上がり等により食料品を中心に値上げ傾向にあり、消費動向は横ばいである。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・コロナ禍、世界情勢と不安材料はあるが、街は穏やかで人出は意外と減っていない。
□	一般小売店[書籍](経営者)	販売量の動き	・大型の集客施設の店舗は売上が元に戻ってきているが、路面店は相変わらず厳しい。取り扱っている商品は再販商品のため販売価格が決まっており、コストの上昇分を販売価格に転嫁できないため、厳しい状況が続いている。
□	一般小売店[酒](経営者)	販売量の動き	・全国的には様々な規制が緩和されているが、地方に至ってはまだその状況に追い付いていない。拡大家族が多い地方では、まだ出控えの雰囲気が高く、宴会等を行う企業も少ないため、特に飲食店への販売量は全く伸びていない。
□	一般小売店[寝具](経営者)	販売量の動き	・夏物販売の最終戦であったが、商品の動きはほとんどなかった。
□	百貨店(経営者)	販売量の動き	・全般的に商品価格が上がり、多少なりとも割安感を求めるためか、割引、ポイントなどの販売促進施策の実施期間での購買に増加の傾向がみられる。
□	スーパー(営業担当)	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いている。1品単価が少し上がり売上は前年を維持している。値上げラッシュが続くなか客の購買は慎重で、買上点数が前年を割り込んでいる。
□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・季節が変わりつつあるが、客の動きにも来客数にも変化はない。
□	衣料品専門店(経営者)	単価の動き	・全ての仕入先から値上げの話がきているため、客先への値上げの交渉をしておき、売上がなかなか作れない。
□	衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・気温が下がらず、秋物の出だしが鈍い。インポート物の値上がりなどはマイナス要因である。
□	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・ビジネスの客は減少傾向にあるが、冠婚葬祭の需要は大幅に回復している。
□	衣料品専門店(総務担当)	単価の動き	・来客数、買上点数は前年比でほぼ100%であるが、客単価が減少している。売れた商品の構成も処分品の割合が高く、定価品が低い。生活必需品の値上げが行われているなかで、値下げしている商品を購入しているようである。
□	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・法人からの注文は増えているが個人客からの注文はなかなか増えず、景気は良くなっていない。
□	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・新車の生産台数は増えず、納期の長期化は変わっていないが、受注台数は前年並みで推移している。
□	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・受注はあるが、販売するものがない。直近の収益になりようがない。
□	自動車備品販売店(経営者)	お客様の様子	・客の入庫数などに変化がない。1台当たり単価もほぼ変化はない。
□	住関連専門店(経営者)	販売量の動き	・お彼岸までは必要な小物類の売上が堅調であったが、それ以降は下降の一途で、月の売上は例年並みの状況である。

□	その他専門店 〔白衣・ユニ フォーム〕（経 営者）	販売量の動き	・観光地へ客が戻ってきている感じがあり、少しずつではあるが活気が出ている様子がうかがえる。しかし、偏りがあり全般的に良いわけではない。
□	その他専門店 〔ガソリンスタ ンド〕（営業担 当）	販売量の動き	・人の動きは多くなっているとみられるが、販売量については変わらない。販売価格が高止まりしていることが要因とみている。
□	その他小売 〔ショッピング センター〕（統 括）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が多少落ち着いてきて人の流れは出てきているものの、客の様子を見るとそれが購買行動にはつながっていないようである。
□	一般レストラン （経営者）	お客様の様子	・エリア限定のプレミアム付商品券が月初めから販売となり、前年と同様に使用者が押し寄せるとみていた。しかし、一連の値上げが財布のひもを締め上げている様子で、日常の食品や洗剤等の消耗品購入のため、スーパーでの使用が多く、特に夜の部の飲食店には潤いがない。値上げに所得が追いつかず、景気回復からはますます離れていっている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・タクシー業界だけでなく、タクシーを利用する客の様々な業種でも非常に動きが出てきている。連休なども含めて動きが良くなっている。
□	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。
□	通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・ガソリン価格も落ち着いてきている。
□	通信会社（営業 担当）	お客様の様子	・生活必需品の値上げが頻繁に行われており、景気が上向きとは言い難い。
□	競艇場（職員）	単価の動き	・来場客は固定客のみで客単価もほぼ変わらないため、売上は変わらない。
□	美容室（経営 者）	来客数の動き	・再来店率は前年比94から95%という流れがずっと続いている。また、新規客がなかなか増えない状況が続いている。安心感があるいつも行っている美容室を選んでいるとみている。
□	美容室（経営 者）	お客様の様子	・客との会話中、まだ新型コロナウイルス感染症に対する不安を口にする人も多い。
□	美容室（経営 者）	お客様の様子	・今はブライダルも簡素化しており、花嫁の着付けといった仕事がなくなっている。
□	その他サービス 〔自動車整備 業〕（経営者）	お客様の様子	・依然、新型コロナウイルスの新規感染者数が減らず、販促イベントや懇談会などでの集客が見込めないため、来客数も売上も低迷している。
□	住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・注文建築よりも、確実に入居できる建売希望の客が多い。
□	その他住宅〔リ フォーム〕（従 業員）	販売量の動き	・住宅設備機器はガス給湯器とエアコン、浴室乾燥機の交換工事が増えている。リフォームは資材入荷遅れにより塗装工事が減っている。
▲	商店街（代表 者）	競争相手の様子	・身の回りでも、閉店する店がどんどん増えてきている。
▲	一般小売店〔医 薬品〕（経営 者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の第7波が収束に向かうにつれて、来客数がはっきりと少なくなってきた。感染が広がっているときは感染への備えに、医薬品類に対する需要が一時的に高まったが、鎮まるにつれ本来の景気の状態があらわになってきたとみている。
▲	スーパー（店 長）	来客数の動き	・客単価は前年を超過しているが、9月に入り来客数の減少が顕著になっている。
▲	スーパー（営業 担当）	販売量の動き	・9月に入り新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向になり、県外からの観光客や帰省も増え、消費の活性化を期待したが、値上げの影響が大きく買上点数が伸びてこない。特に加工品は価格競争が加速している。客単価は前年を維持しているが来客数の落ち込みが大きい。
▲	コンビニ（経営 者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症発生前まで売上が戻り切らない。さらに、電気代が上がりすぎてかなり厳しい。冬を越せるか分からない。
▲	コンビニ（店 長）	来客数の動き	・マスコミが値上げを騒ぎ立てるため、客の財布のひもが固くなっている。値上げにより単価はそれほど悪くなく、来客数が若干悪い。それほど悪いわけではないが、連休明けから低迷しているようである。

▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・客の消費意欲は減退しているようである。買換え商品に関しては単価がやや落ちている。新しい商品、伸びる商品は発生していない。客が買い控えをしている印象を受ける。
▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大が止まらない状況のなか、来店を控える客も多く、売上が伸び悩んでいる。
▲	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産をしている。受注残が繁忙期より少なくなってきたため、少し厳しい状況が続いている。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は都市部で若干戻っているものの、地方は常連客のみとなっている。一般店頭販売は全体的に前年を割っている状況だが、商品によって明暗が分かれる傾向が見受けられる。
▲	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・割引品や値引き品はよく売れるが、それ以外の商品は値上げもあり、動きが鈍い。
▲	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の感染状況は収束しているものの、大人数の客が戻ってきているわけではなく低迷している。
▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・物価高を受けて来客数は鈍くなっている。依然として新型コロナウイルス感染症を気にしている人も多くいる。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・予約数、来客数が少ないのは相変わらずである。コロナ禍で飲食のスタイルが変わったようで、歓送迎会などが少なくなっている。
▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・今月の新規予約状況は国内個人、団体共に前月の新規申込状況とほぼ変わらず、水準は低い状況である。海外は依然として鈍化している。物価高の影響で旅行を控える消費者も出始めており、売上也前月より悪化している。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・物価高など客を取り巻く環境の変化により、通信サービスの新規加入者数に大きくブレーキが掛かっている。新型コロナウイルスの新規感染者数は夏以降減少傾向にあるが、新型コロナウイルス感染症の影響で売上が下がり解約した飲食店などは、いまだに営業状況が戻らないため、店舗での営業用テレビサービスに再加入することもない。解約者の微増傾向が続いている。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高騰により政府は24年ぶりに為替介入を行ったが、年末まで効果が持続する補償はない。消費者の間では貯蓄が徐々に浸透しており、投資を控える傾向が強いため、景気はやや悪くなっている。
▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・原油価格の高騰や円安による各種物価の上昇が継続している。消費者の生活を圧迫しており、景気が悪くなっている。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・原材料価格の高騰や円安による景気後退の影響が大きくなっている。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・今まで新型コロナウイルス感染症対策商品として非常に売行きが良かった抗原検査キットや消毒用アルコール、マスクなどの動きがピタッと止まっている。
×	スーパー（経営者）	単価の動き	・9月の平均1品単価は前年比で約4%上昇している。買上点数は前年比6%強の減少である。買上点数ほどではないが、来客数も引き続き減少が続いている。客単価は前年比ではやや増加している。来店回数が確実に減少している上、買上点数も減っており、厳しい消費状況が続いている。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・モノの価格、サービスの価格、全てが値上がりしており、1月にはピークを迎えるといわれている。必要なものを少ししか買わないという買い方になっている。
×	スーパー（店長）	販売量の動き	・お盆以降、更に客の流れは飲食店に向かっており、スーパーへの客足は遠のいている。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・今月は人の動きが活発になるとみていたが、1か月の大半が大雨など悪天候過ぎて、売上が落ち込んでいる。

	×	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・車両生産が安定しないため、特に新車部門の販売が前年70%と苦しい。車両生産の遅れが中古車の在庫不足に直結しているため、中古車販売も80%と低迷中である。辛うじてサービス収益で前年並みをキープできている。
	×	その他専門店 〔食品〕(経営者)	来客数の動き	・イベントなども3年前と同様に行われつつあるが、天候不順という自然現象を除いてもまだまだ地方への観光客の流入は少ない。安近短観光が定番化しているようである。ぜいたく品を買い控える動きがみられる。
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	・人の動きが良くなったため、土産需要が好調である。駅、空港などの売上は前年の倍に近い。
	○	食料品製造業 (製造担当)	受注量や販売量の動き	・来客数、売上共に伸長しているが、原材料、資材等の価格上昇により、経費が増えている。
	○	出版・印刷・同 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新規感染者数の減少でイベントが徐々に再開しており、その影響が広告に出ている。
	○	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・新規の開発案件の話は少ないため、先の見えない状況が続いているものの、受注量が少しずつ回復しつつある。
	○	建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・受注は安定しており、現場を1件1件効率的にこなしている。しかし、作業員が不足していることが課題である。
	○	金融業(広報担 当)	取引先の様子	・行動制限の解除を受け、夏祭りなどのイベントが開催されたことで人流が活発化し、個人消費は堅調に推移している。また、ウッドショック継続にもかかわらず、来年からの住宅ローン控除率引下げを見据えた住宅購入ニーズの高揚は継続している。生産面では、工場稼働状況も一時のコロナ禍よりは回復傾向にある。
	○	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。小売業、サービス業、飲食業は行動制限がなくなったので客が戻ってきており、徐々に売上が増加し、利益も回復傾向にある。建設関係は業種によるが一定程度の売上、利益を確保しており、3か月前よりは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	・当地の宿泊客、日帰り客が僅かではあるが増加しているため、3か月前よりは良くなっている。新型コロナウイルス感染症への警戒心が以前より薄れてきたからとみている。
	□	農林水産業(従 業者)	受注価格や販売 価格の動き	・後半出荷分のももの精算書が届いたが、前年より1～2割程度安かった。因みに、前半出荷分は1～2割程度高かった。
	□	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量 の動き	・燃料費や原材料の価格高騰に伴う製品価格の値上げ等の影響もあって、販売量が減少し続けている。3か月前と比べても、悪い状況に変化はない。
	□	出版・印刷・同 関連産業(経営者)	受注量や販売量 の動き	・業種柄、新型コロナウイルス感染症の影響を受けやすいものの、首都圏、大企業との格差や地方経済の沈滞は否めない。2年以上もの間、新型コロナウイルス感染症の影響とみていたが、本来は地方経済の減退、格差拡大、商圏の縮小等、新型コロナウイルス感染症以外での影響が根底にあるような気がする。
	□	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量 の動き	・全体的な足元の受注は好調だが、製品によっては減産の話が届いている。減産の原因が販売不振なのか半導体を始めとした調達部品の不足なのかが分からず、慎重な情報収集が必要となっている。
	□	輸送業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・上期は売上も利益も前年より増えているものの、新型コロナウイルス感染症発生前までの水準には戻っていない。業績を押し上げているのは一部の有期業務であり、まだ全体的に回復しているとはいえない。
□	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現環境を理解してくれる客もいるが、思ったような成果は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	・後半は新型コロナウイルスの新規感染者数が減少傾向にあり、旅行会社からの広告出稿が増えてきたものの、予定されていた販促活動を縮小する企業も多い。広告業界はまだ上向き状況にはない。	

	□	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数は少なくなっているが、物価の上昇が消費者の購買意欲を削いでいる。
	□	その他非製造業 [飲食料品卸売業] (経理担当)	受注量や販売量の動き	・値上げ商品の増加で特売商品の販売数が増加したが、定番商品については変わらない。
	▲	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、出荷は前年比80%台で推移している。原材料価格や燃料費の高騰等が続いており製品価格を値上げしたが、更なる原材料価格の値上がり等により厳しい状況が続いている。
	▲	一般機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・金属機械加工部品に関する見積量が例月より若干少なくなってきた。
	▲	電気機械器具製造業(企画担当)	取引先の様子	・客からは投資を抑制しているという声が聞こえる。
	▲	輸送用機械器具製造業(経営者)	取引先の様子	・客先の動向が不安定になってきている。見積数と受注案件が減少しており、引き合いも減少傾向にある。
	▲	建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・小規模案件を除き、主だった受注契約はない。
	▲	広告代理店(経営者)	受注量や販売量の動き	・急速な円安、株安で先行き不透明感が増し、受注量が減っている。
	▲	コピーサービス業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・毎月数社程度だが仕入先から値上げの通知が届いている。中には定価を上げず、仕入価格だけ上げてきたところもある。ほとんどが実施1か月前の通知で、客へ価格転嫁の説明が追いつかず、利益的に苦しい状況が続いている。
	×	農林水産業(従業者)	受注価格や販売価格の動き	・肥料価格の高騰が経営を圧迫している。インフレの割には米の価格がそれほど上がらず、更に経営を圧迫している。
雇用 関連 (東北)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社(社員)	求人数の動き	・求人数は堅調である。組織の高齢化、新事業立ち上げ、欠員補充など募集背景は多種多様だが、人材ニーズは変わらず増加している。
	○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・求人数は前年同月より2割以上増加し、求職者数は微減の状況が続いている。雇用関係については改善していることから、景気が悪化している局面とはいえない。
	○	職業安定所(職員)	求人数の動き	・今夏は行動制限がなかったこともあり、外出機会が増加しており、前年と比べ宿泊業、飲食サービス業を中心に求人数が伸びている。
	□	人材派遣会社(経営者)	周辺企業の様子	・求人は継続的にあるものの、売上が多くて求人するのではなく、人が足りないことによる求人である。業績は原材料価格の上昇により非常に利益を圧迫しているという状態である。求人はあるが、景気が良いとはいえない。
	□	人材派遣会社(社員)	求職者数の動き	・求職者の動きが新型コロナウイルス感染症の影響で大きく鈍化しており、売上にも影響している。
	□	新聞社[求人広告](経営者)	求人数の動き	・求人広告はほぼ前年並みで推移しており、大きく増えることもない。ただし、多くの企業では人手不足が続いており、人材確保に苦戦している。
	□	新聞社[求人広告](経営者)	周辺企業の様子	・経営者の声を聞くとマイナス要因しかないが、求人等をみると若干持ち直しているようにもみえる。
	□	新聞社[求人広告](担当者)	周辺企業の様子	・イベントや祭りが復活し好材料も出てきているが、まだ本格的に売上が回復してきたという実感はない。
	▲	アウトソーシング企業(経営者)	それ以外	・一般の会議が減っているようである。
	▲	学校[専門学校]	周辺企業の様子	・一般家庭から大手企業まで円安の影響が出ている。為替介入により円安も一時回復したかにも見えるが、円安の動きを食い止めることは難しいとみている。
	×	*	*	*