

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)	◎	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・全国旅行支援の効果もあり、鉄道を利用した旅行客を始め、流動客が増えてきており、それが来客数の増加につながっている。
	◎	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・季節要因に加え全国旅行支援もあり、予約状況は順調である。
	◎	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影響が落ち着き、客の気持ちも上向いている。さらに、学校団体が時期をずらして来園していることもあり、新型コロナウイルス感染症発生前と同様の推移となっている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・県発行のクーポンを使う客が増えている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・全国旅行支援のおかげで、多くの旅行客が街に入っている。客に尋ねると、ほとんどの人から旅行中との答えが返ってくる。
	○	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・ウィズコロナが定着し、ビジネス中心に需要が高まっている。コーディネートや単品セットアップ等、複数買いが目立ち、客単価も前年を上回っている。全国旅行支援が活発になればトラベル需要も活発になる。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染防止対策の緩和とともに夜間の来客数が増加している。また、日曜日の人の動きが良くなっている。観光客も増加しているとみられ、全国旅行支援のクーポンを利用する客が増えている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売量と単価の増加が来客数の減少をカバーする状況が継続している。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・人流は回復基調にあり、立地によっては新型コロナウイルス感染症発生前の来客数に戻りつつある。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・各県で実施している観光支援事業で人の動きが活発化しており、前年と比べると来客数が増加している。このまま人の動きが活発化すれば新型コロナウイルス感染症発生前までの売上まで戻ること期待できる。
	○	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・結婚式や七五三、出張といった用事で礼服やスーツを準備する人が多くなってきたので、平常に戻りつつあるとみている。景気は少し良くなってきているようである。
	○	衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・来客数と客単価が若干上昇している。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	お客様の様子	・いよいよ観光業が活発になってきている。鉄道や飛行機の乗車率も上がってきており、各地の観光客も増えてきている。飲食店にも客が戻り始めている。ようやく街に活気が戻ってきた。少しずつだが制服の注文がきている。
	○	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・地域のプレミアム付商品券の使用が始まり、購買意欲が高まっている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年イベント等の開催で当店を利用していた客が若干戻ってきており、少し景気が戻ってきている。
	○	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感染状況が幾らか落ち着いてきたようで、会社関係の団体客の予約が少しずつ入るようになってきている。それでも、まだまだ新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていない。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響がかなり出ている。12月まで予約は一杯の状況である。
○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援が開始され、客が増えている。	
○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・11日から全国旅行支援が始まり、団体は依然として小グループが大半であるものの、団体、個人共に動きが出ている。観光・旅行業界全体として景気は上向きに転じているものの、旅行会社だけでみると割引額の旅行会社予算枠が増加されない県もあり、景気は上向いていない。	

○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ 県民割の延長とその後の全国旅行支援により、国内旅行の売上は良くなっている。しかし、販売停止の県が出たり、旅行会社枠が一杯となったりしており、伸びは悪くなっている。海外旅行は円安により販売が伸びていない。
○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ 全国旅行支援の開始により、急激にマーケットが活発化している。しかし、県ごとに割引の予算に差があり、上限に達した県の販売の伸びには懸念がある。全国旅行支援終了後の需要動向に危機感を持っている施設が多数ある。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・ 買物帰りのタクシー利用者の手荷物の量が増えている。高級ブランドの紙袋を持った乗客も3か月前より多くなっている。また、今月に入り、友人知人と日帰り温泉へ出掛けるといった利用客を6回ほど送迎していることから、景気が上向きになっているとみている。さらに、街中の交通量も増加している。
○	観光名所（職員）	販売量の動き	・ 中旬以降、団体の予約状況、振りの客共に増えている。クーポン利用の客が増えており、販売量が増え単価も上がっている。景気は良くなっている。
○	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・ 来場者数は前年比及び前月比で見ると同等だが、半年前と比べると増加傾向にある。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・ 近隣にバスターミナルが開業し商店街来街者は増加したが、物価高で消費者の購買意欲は向上せず売上は横ばいである。県によるキャッシュレスポイント還元キャンペーンの実施により、キャッシュレス決済を利用する客が増加している。
□	一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・ 本店が扱っている書籍、楽器はどちらかというと客のニーズや付加価値がないと動きにくい。このところ当業界ではベストセラーがないため、厳しい状況が続いている。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・ 現在、市や商工会でいろいろなキャンペーンを実施しており、今まで来店していない客が立ち寄っているため、その分がプラスになっている。
□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・ 紅葉シーズンで県外からの観光客需要により、宿泊施設や道の駅等への販売量は今月中旬より増加傾向にある。ただし、地元の消費者をターゲットとする飲食店への販売量はほぼ横ばいのままである。来客数が減少する週末に関してはまだ休んでいる飲食店も多いのが現状である。良くない実感は余りない。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・ 客単価の高い客の売上に支えられて売上額は横ばいだが、来客数は減っている。
□	百貨店（経営者）	販売量の動き	・ 懸念された相次ぐ値上げによる生活防衛の動きは、食料品の一部のみみられた。しかし、県内外からの旅行者の土産需要や、外出自粛の緩和による外出アイテムの動きがそれ以上に目立っている。
□	百貨店（催事担当）	来客数の動き	・ ここ数か月は前年まで中止していた催事、イベント等が再開できており、来客数、売上共に前年比でプラスを維持している。
□	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・ 県のキャッシュレスポイント還元キャンペーンの影響もあり、売上は前年比104.9%と好調に推移したが、来客数は101.9%と微増で買上点数も平均12.1と前年を割り込んでいる。値上げが続くなか、客の購買は慎重になっている。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・ 売上は前年比100%を超えているが、物価上昇に起因しているとみている。
□	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拡大の影響で人の動きが悪いため、来客数は変わらない。
□	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・ 10月からの更なる仕入価格の上昇により、販売価格を上げざるを得ない状況になっている。それにより売上が減少し苦戦している。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ 秋物の立ち上がりは正価商品が動いて順調に推移したが、今月中旬以降はセール品中心の動きとなり、商品と価格を照らし合わせて吟味して購入する傾向がかなり強くなっている。

□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の状況が余り変わっていないことと、商品の値上げの動きがかなり活発になってきていることにより、販売量が鈍化している。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・法人客への販売台数はそれなりに伸びているが、個人客への販売台数が少なくなっている。さらに、販売停止の車も増えている。
□	乗用車販売店（従業員）	それ以外	・新車の納期は変わらず、客の動きにも大きな変化はない。半導体次第だが、急激に納期が早まる予定もない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・来客数は増えつつあり受注もあるが、納期が不安定である。配車予定が出て延期になることが多く、登録準備に支障を来している。
□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・直近の新車販売台数は前年並みまで回復し、ある程度納期も落ち着いてきている。しかし、前々年との比較では70%弱と状況は余り芳しくない。板金入庫や一般整備等のサービス部門で何とか収益を確保している。
□	自動車備品販売店（経営者）	それ以外	・3年ぶりの食のイベントがあり、今までの抑圧から解放されたように結構な人出があった。しかし、主催者や出店側も人出の様子見し、数量を用意していなかったようで、残念なことに3日間のいずれも昼には販売終了する店が目立っていた。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産をしている。受注量があっても受注の内容や個数はいろいろであり、さほど回復していない。
□	その他専門店〔食品〕（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援が始まった。県外客の数は増加傾向にあるが、高価格帯の商品の売上には結び付いていない。客も小グループが多く、衝動買いもほとんどない。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・各種施策により、観光地などの人の動きは大きくなっているようである。しかし、当社の販売量は前年を若干割り込んでおり、新型コロナウイルス感染症による落ち込みからの回復感はない。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は良いときと悪いときがはっきりしていて、景気の良しあしは何ともいえない状況である。ただし、客の話を聞く限りでは余り良い話はない。
□	タクシー運転手	競争相手の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、客が戻ってきている。前年の同業他社の倒産と廃業により競合相手が少なくなっているため、景気が好転したわけではないが実質的に売上が良くなっている。
□	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。
□	テーマパーク（職員）	販売量の動き	・買物は全国旅行支援のクーポン金額分のみのお客様が多い。販売数量や単価なども悪化するのではないかとみている。
□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきて、催事などでの集客も増えてきており、景気は良くなってきている。しかし、原材料の価格高騰や、急激な円安により、売れても粗利益が出ない状態である。
□	住宅販売会社（経営者）	競争相手の様子	・若年客においてローコスト大手建売会社に競り負ける件数が多くなっており、受注が落ちている。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は給湯器の交換工事と石油暖房器具の注文が増えている。リフォームは資材入荷待ちにより塗装工事に遅れが出たが、室内の増改築工事は増えている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・周辺は建設ラッシュだが、商店街からは人や店がなくなっており様変わりしている。
▲	スーパー（経営者）	単価の動き	・10月は平均1品単価の前年比は4%強まで上がってきた。来客数は依然前年を割っており横ばいである。買上点数の前年比は5%強の減少となっている。引き続き、食品消費にも生活防衛的行動が見て取れる。消費状況は良くない。
▲	スーパー（店長）	来客数の動き	・前月以降、来客数の減少傾向が続いている。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・客が飲食店に流れている傾向が強くなってきている。

▲	スーパー（営業担当）	お客様の様子	・1品単価は前年比106.4%、買上点数は95.9%となっており、客単価は前年を上回るものの、来客数は93%で来客数の減少が顕著になっている。価格に対して敏感な流動客が減少しているため、固定客をつなぎ止めるためのサービス向上が必要であると考えている。
▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・10月は前年比で悪くなっている。客単価は価格高騰分が上がり、売上は微増しているが、来客数は若干苦戦している。この先寒い時期になり、灯油を使うようになればどれくらい影響が出てくるか、予断を許さない状況である。
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・期待したよりも秋冬物を見に来店する客が少ない。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・円安や物価高騰による買い控えが進んでおり、例年と比べるとその場で購買決定する人が減少している。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・円安、ウクライナ情勢による物価高騰により、徐々に景気が冷え込んでいるようである。来客数も減少し始めている。
▲	家電量販店（店長）	来客数の動き	・冷蔵庫や洗濯機、テレビなどの買換え需要は根強くある。単価は上がっているが、来客数と購入点数が下がっており前年比約90%である。
▲	住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・客の話を聞いていると、物価高でも売上を大きく伸ばしているところと、下降の一途をたどっているところがあり、格差が大きくなっているようである。当店では今月は客がやや少なめで、現状維持が精一杯である。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・商品の値上げの影響が徐々に出てきていることもあり、前々月から比べると全体的に動きが鈍くなっている。
▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・コロナ禍が収まってきているが、売上がさほど伸びてこない。
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・有料テレビサービスの加入数が今年度最低となっている。生活必需品の値上げが家計に響いてきているため、節約志向がますます高まっている。そのため、娯楽分野の有料テレビへの加入は大きく後退している。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・10月に入り、円安や物価高騰が進んできている。また、寒くなってきたことでエネルギー価格高騰の影響が出ており、消費動向がマイナス傾向にあるという客の声が多くなっている。
▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価高騰の影響が日々の生活にも出始めており、景気は悪くなる一方である。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・原価高騰に利益が比例しない構造は変わっていない。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価上昇の影響が出てきている。
▲	競艇場（職員）	来客数の動き	・常連客のみで、新規客や大口客が全く来場しない状況が続いている。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ数か月、既存客のリターン率は前年比94%であったが、今月は80%台に入っている。総来客数も減っている。客も景気動向に敏感になっているという印象を持っている。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・着物を着る人が少なくなり、着付けの仕事がなくなっている。
▲	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・物価上昇、建築資材不足等により当初計画の見直しが必要になっている。縮小や減額案を作成しているうちに、更に見直しの追い打ちを掛けられて、進まない案件が出てきている。
×	商店街（代表者）	競争相手の様子	・閉店する店がどんどん増えている。電気料金が値上がりしており、この先もまだ増えそうである。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・食品を始め、電力料金やガス料金等も値上げが続いており、消費者が値上げに対して受入れができない状況が続いている。
×	コンビニ（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響の有無は分からないが、ほとんどのモノが値上がりしているため、客の買い控えが進んでいるようである。

	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き人も動き始めてきたが、最低賃金の引上げと光熱費の上昇が痛すぎる。光熱費は前年比150%であり、24時間365日のコンビニには大打撃である。冬を前にして既に経営に行き詰まっているオーナーもたくさんいる。このまま続くと経営自体ができなくなる。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・全国旅行支援のクーポンや地元のプレミアム付商品券の恩恵で客足がある。しかし、これも一時的なもので、現状の値上げラッシュにおされて客足は減少するとみている。当地では新型コロナウイルスの新規感染者数の高止まりが続いており、高齢者と孫世代が同居している家庭が多いため自粛が続いている。特に夜の部は静かな日が継続中である。
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	・全国旅行支援がスタートしたため観光客が増えており、土産需要が好調である。ただし、前年比では良いが、新型コロナウイルス感染症発生前までは戻っていない。
	◎	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・売上は好調に推移しているが、店舗や製造等のスタッフが不足している。人員が思うようには確保できていない。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量は若干増えつつあるが、電気料金や鋼材等の価格が上がっている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・新規設備投資案件の引き合いが徐々に増えてきている。
	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・国内外問わず県外からの観光入込客が増加しており、宿泊業や観光関連業界には追い風が吹いている。一方、原材料高や円安を要因とした物価高は家計の消費購買意欲を失わせており、小売業の売上ペースが今一つ上がらない。
	○	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。サービス、小売、飲食業関係は客足が戻ってきており、業績も回復傾向にある。製造業は若干業績が落ちてきているが、建設業は一定の売上、利益を確保しており、3か月前とほぼ同じ水準である。全体としては上向き傾向である。
	○	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・全国旅行支援と紅葉の季節が重なり、休日に限らず、温泉街や山岳観光道路は多くの県外ナンバー車両でにぎわっている。また、外国人の団体も目立つようになっている。
	□	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・今年のももの販売単価は前年比1～2割程度安かったが、霜、ひょう、台風などの自然災害が少なく、どこの農家も2割程度収量が多かった分、収入は前年度と同程度になっている。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の前年割れが継続しており、3か月前と比較しても変化はない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が売上に影響している。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・行動制限がなくなり、各種イベント、行事等も規模縮小で実施されるようになってきているが、ここ2年の売上まで届いていない。売上回復が実感できるのは来年からになるのではないかとみている。
	□	建設業（従業員）	取引先の様子	・原油高による材料価格の上昇は価格に一部転嫁しており、現状影響は少ない。円安の影響も今のところはない。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・上期の売上は前年より増加した。10月は新型コロナウイルスの感染状況も大分落ち着いていたので期待していたが、物の動きが悪く、売上は前年より減少している。物価の上昇が影響しているとみている。
□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・客からの料金引下げの要求が厳しくなっており、現状維持にも限界が近い。	
□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・イベントの通常開催も多くなり、観光客も増えている。しかし、円安や物価高騰等による経済不安が販促費の拡大にブレーキを掛けている状況である。広告業界としては上昇気運にまだ乗れていない。	

	□	経営コンサルタント	それ以外	・円安、物価高が取引価格の引上げにつながり、仕事は増えているが利益なき繁忙に近い状況になっている。
	□	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・主力商品の納期が改善し、余り待たせずに納品できる状況になってきた。ただし、足元では値上げの案内が来ており、売上増加となるかは微妙である。
	□	その他非製造業 〔飲食品卸売業〕（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・商品の値上げが続き、単価は上がっている。目玉商品が多く入荷したため、販売量が前年を上回っている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	それ以外	・受注は好調だが、電気代を始め経費が増加している。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・半導体の売上が伸び悩み傾向にあることに加え、電子デバイス関連での動きも良くない状況となっており、現在は足踏み状態にある。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・主だった受注契約がなかった。
	▲	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の発注量削減など、景気悪化懸念による影響が出始めている。
	×	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・米の出荷価格は前年比で若干上昇したものの、燃料や資材の価格高騰がそれ以上に収支を圧迫している。
	×	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に低調である。原材料価格や燃料費等の高騰により製品価格の値上げをしているが、追い付かない状況である。
	×	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・各種納期トラブルが発生しており、最終商品の購買意欲に影響が出ている可能性がある。
雇用 関連 (東北)	◎	*	*	*
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東北の地場企業だけではなく、他エリア本社の東北求人も増加傾向にある。
	○	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感染状況の落ち着きと感染防止対策の緩和、旅行喚起策により、取引先企業の活動が活発化している。広告出稿の問合せ件数、掲載数が増加傾向にある。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は3か月前より増加している。前年同月比では16か月連続で増加していることから、雇用情勢については改善が進んでいるとみている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・イベント開催による人出の増加や全国旅行支援等の追い風もあり、前年と比べ宿泊業、飲食サービス業、卸売業、小売業において求人数が伸びている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・人手が足りないと相談を受けている企業が増えている。
	□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・ホテルや飲食業などでは人出が戻ってきているが、エネルギー価格や原材料価格の高騰で利益が非常に圧迫されている。急激に景気が回復したため、人を採用したいものの採れていないという企業が多い。その結果、営業時間を制限するなど、思うように運営や経営ができないという話を聞いている。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・オーダー数を含めて前月と余り変わらないが、状況は停滞に向かっている感じもある。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は前年と比較して増加しているが、欠員補充等によるオーダーであり、景気好調によるオーダーではない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・全国旅行支援により県内に観光客が増えている。会合やイベントも3年ぶりの開催が目立つようになってきた。しかし、プラス材料はあるものの、企業からは円安の影響が厳しいという声も上がっており、全体的には上向きとまではいえない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・全国旅行支援が始まり観光関連で明るい材料もあるが、売上回復の実感はさほどない。
	□	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・インフレ状態は変わっていない。インバウンドの経済への影響も余りみられない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が少なくなってきたため、人手不足が顕在化し企業の採用意欲は旺盛である。しかし、労働力人口の減少から採用につながらない状態にある。

	▲	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・電気代を始め経常経費や紙代など全て上がっているが、客とは年間契約を結んでいるため転嫁ができない。
	×	—	—	—