

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)	◎	高級レストラン（支配人）	・来客数が増加しているため、景気は良くなるとみている。
	○	商店街（代表者）	・イベントや祭りの通常開催が予定されており、新型コロナウイルス感染症発生前の活況が戻りつつある。
	○	商店街（代表者）	・中心部商店街への来街者が増加しており、確実に消費拡大するとみている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したため、景気は良くなるとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・6月は当地で大きな祭りが開催されるため、多少景気が良くなるとみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・2～3か月先は暑くなることが予想され、それに伴い関連商品が出て、滋養強壮剤の売上も伸び、良くなるとみている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・来月には地元特産品の最盛期を迎えることもあり、より多くの観光客の来県が予想されるため、景気も良くなるとみている。
	○	百貨店（企画担当）	・4月、5月は売上が伸長しており、同業他社でも同様の傾向がみられる。また、インバウンドも順調に伸びている。この状況は続くとみている。
	○	百貨店（売場担当）	・施策の見直しを進めている。施策がしっかりしていれば回復は十分に見込める。
	○	百貨店（催事担当）	・物価上昇等の懸念材料はあるが、コロナ禍からの回復により消費が上向いていることや、現在改装中の売場がオープン予定であることから、売上が増加するとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・人の流れは新型コロナウイルス感染症発生前に戻っているようで、来客数は夜間、週末共に堅調に推移している。また、買上点数や客単価は、商品の値上げが続いているなかでも堅調に推移しており、客にまだ余裕がみられる。今後も景気は多少良くなるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・人は動いているため、2～3か月後は天候次第である。暑くなり晴れ間が多くなれば景気は良くなるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・5月の連休頃から県外ナンバーの乗用車が目立つようになっていいる。人の動きが活発になっているため、景気は良くなるとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・夏季に向け景気が上昇傾向になり、コロナ禍が収束すれば各種イベントも復活し、来客数に好影響をもたらすとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・コロナ禍の収束と物価高では、物価高の影響の方が色濃く出るとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・コロナ禍が落ち着き、人と物の動きが活発になり明るい兆しが見える。夏祭りの人出の増加が売上の増加につながると期待している。
	○	衣料品専門店（店長）	・当社では価格転嫁によるコスト増に対し割引幅を小さくするなどして対応しているが、他の業種でも同様なことが行われている。増税と同様、それに消費者が慣れるまでは少し時間が掛かるが、浸透すれば景気がまた良くなるのではないかとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・秋口までは納車が進み、安定した収益が続くとみている。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・大きなマイナス要因が出てこなければ、地方でも景気が徐々に回復し、新型コロナウイルス感染症発生前の7割くらいまでは回復するとみている。都市部では既に回復基調のところもあるが、地方では過大な期待はなく、皆、慎重な見方をしている。
○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・少しずつではあるが、人の流れや経済活動に動きが出てきている。観光地が忙しくなり、地域経済も良くなることを期待している。	
○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・社会情勢や金融情勢に左右されるが、景気の波が上向きであれば、小売、流通にもその影響が及んでくるものとみている。	
○	一般レストラン（経営者）	・一般客は余り増えないが、これまで自粛していたパーティーやウェディングなど団体客の利用が増えるとみており、今よりは若干良くなると予想している。	

○	観光型ホテル（スタッフ）	・夏休みシーズンは前年より期待できるとみている。
○	観光型ホテル（スタッフ）	・個人客は変わらないが、今まで旅行を控えてきた企業などの団体客はこれから動き出すとみている。
○	旅行代理店（従業員）	・3か月後は東北の紅葉需要商戦期となり、コロナ禍で長い間旅行を中止していた客の需要が大きく動く可能性があるかとみている。
○	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したことに伴い、秋以降の団体旅行の動きが出ている。東京・名古屋・大阪の企業で動きが出てきており、東北は2～3か月遅れで動きが出てくるものとみている。
○	テーマパーク（職員）	・学校が夏休みになるため、来客数の増加が期待できる。商品購入率も高くなるとみている。
○	観光名所（職員）	・国内客の動きも活発だが、インバウンドも戻ってきているため、景気が良くなるのではないかとみている。
○	競艇場（職員）	・7月に来場促進イベントの開催を予定しているため、今よりは良くなるとみている。
○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・夏の需要期に向けて、一層好調になるとみている。
□	商店街（代表者）	・物価の上昇に対し、消費者はついて行けない状態にある。
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今年になって各商品を値上げした結果、売上は低迷している。今後もこの状況は変わらないとみている。
□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今年になって低迷が続いており、5月に入っても商品がほとんど動いていない。このような年は初めてである。来月以降も見通しが立たない。
□	百貨店（経営者）	・夏場に向け、生活必需品の物価も多少安定していく方向であり、消費マインドが大きく減退することは考えにくい。高額商品の売上動向は株価と連動していく傾向があり、不透明な状況は続くともみている。
□	スーパー（経営者）	・6月は電気料金が上がり負担増になるため、実質可処分所得が増えなければ消費の拡大は期待できない。観光、ビジネスを含めて人の移動が活発になり、交流人口が増えることを期待している。
□	スーパー（店長）	・相変わらず商品は特売のときしか動かず、残った商品は値引き販売することが多くなっているが、来客数と売上は上向いており、この状況は続くともみている。
□	スーパー（店長）	・外出する客が増え、売上に影響するとみている。
□	スーパー（店長）	・来客数や買上点数に変化がみられないため、2～3か月後も変わらないとみている。
□	スーパー（企画担当）	・食品小売業では、値上がりが続く客の購買意欲は高まっていない。付加価値の付いたものやセール品は購入するが、必要なものしか買わない状況が続くとみている。
□	スーパー（営業担当）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したことにより人の動きは活発になったが、同時に外食にも流れており、食品スーパーの来客数は今後も横ばいで推移するとみている。
□	スーパー（商品担当）	・コロナ禍が収束したことによる環境の変化により、内食需要は低下していくとみている。
□	コンビニ（経営者）	・物価の上昇に収入の増加が追い付かない状況は当面続くともみている。
□	コンビニ（エリア担当）	・値上げラッシュは続いており、今後も来客数、買上点数に影響が出るとみている。
□	コンビニ（店長）	・商品の値上げが続くため、家計への圧迫は続くともみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・夏物も落ち着く時期になるため、それほど好転要因はない。
□	衣料品専門店（店長）	・セール品への客の反応は良く、やり方次第で売上増加となる方向性はみえている。しかし、正価販売商品に慎重な購買動向が見られる限り、景気は良くならないとみている。
□	衣料品専門店（店長）	・物価高騰と電気料金の高騰により消費モチベーションが低下するため、買い控えが続くとみている。
□	衣料品専門店（総務担当）	・今後値上がりするエネルギー関連料金が実際の家計に及ぼす影響の度合いが分かるまでは、現状と変わらないとみている。
□	家電量販店（従業員）	・消費の傾向が小売業ではなく、娯楽等に向いているため変わらないとみている。

<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・法人の受注は少しずつ回復しているが、個人の受注は余り回復していない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・納期遅れの車両が徐々に在庫しているが、一気に売上台数が伸びる見込みは薄く、しばらくは売上台数も変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・販売量の動きは横ばいが続くとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・車両生産が堅調になった分、しばらくは納車待ちの売上が見込める。反面、新たな受注は今一つである。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしているが、受注活動が厳しい状況は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔食品〕（経営者）	・物価が上昇しているため、消費者の財布のひもが緩むにはまだ時間が掛かるとみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻ることで売上にプラスになる面もあるが、値上げによるマイナス面もあり、先行きは不透明である。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・1か月くらいでは変わらないが、その後緩やかに回復していくとみている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・引き続き外国人客が増加するとみている。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・会社関係の利用が多いため、その客層の人たちが動かなければ良くならない。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響は少なくなっているが、光熱費や物価の上昇がマイナス要因となり、大きな変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（スタッフ）	・物価高が続く限り、客の心理状態に変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	・上期は国内旅行も海外旅行も、現状の先行予約状況からは緩やかな右肩上がりが続くとみている。ただし、家計を節約しているなかで、全国旅行支援などの割引がなくなったため旅行への支出を抑える傾向があり、極端に良くなることは期待できない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（経営者）	・今後も外出傾向が続くため、放送サービスを中心とした自宅でのサービス利用者数の大きな増加は期待できない。ただし、インターネットを中心とした通信サービスは、今後もW i - F i 環境などを整備する人が増えるため、新規加入者は多少増えていくとみている。特にネット配信による映像サービスの利用者が少しずつ増えている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・6月からの電気料金値上げでより一層節約意識が高まり、客の購買がディスカウントストアに流れることが予想される。地震や豪雨等の災害も懸念される。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・販売量の増加は続くものの、各種物資の値上げが相次いでおり、消費者の需要は横ばいとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・好転するような材料に乏しいため変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・物価上昇が続いていることに加え、円安にもなりそうである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（社会貢献担当）	・通信業界のこの時期は市場的に落ち着いており、個人向けの動きに大きな変化はみられない。企業、自治体も横ばいとみている。
<input type="checkbox"/>	遊園地（経営者）	・コロナ禍からの景気回復が一服し、賃金の伸びと物価上昇の状況次第だが、緩慢な動きになるとみている。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・4月に賃上げをした企業が多いことはプラス要因になるが、来月から電気料金が平均で2000円前後値上がりし、他の物価も上がることを考えると、改善の方向にないとみている。賃上げ分が物価上昇分を吸収できたとしても、美容の方まで金が回るかは難しい状況である。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・常連客のみのため、来客数は変わらない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・公共の受注は多いが戸建て住宅はそれほど伸びていない。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器はエアコンと給湯器の間合せが落ち着いてきている。リフォームは補助金対象工事の増加が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したため、来場者数の減少が予想される。

	▲	商店街（代表者）	・客単価の低い、若い層はある程度消費が動いているが、客単価の高い層はほとんど動いていない。また、社用も動いていない。
	▲	スーパー（店長）	・これから地域の特産品の収穫期を迎える。その販売動向によって、経済効果が高まることを期待している。
	▲	スーパー（総務担当）	・電気料金の値上がりや物価上昇といったマイナス要素はあるが、新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行し、気分的には消費の傾向にある。しかし、来月から電気料金が更に値上げされれば、買い控えが進み、来客数は減少するとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・物価が上がり、客の財布のひもは固くなるとみている。
	▲	コンビニ（店長）	・電気料金が上がるため、6月初めから消費マインドは下がっているのではないかと危惧している。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・食費や光熱費の増加により、節約志向が高まるとみている。
	▲	家電量販店（従業員）	・当分の間、客の関心は観光旅行に向けられるとみており、家電製品の伸びは期待できない。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・今後の燃料油価格変緩和対策事業の補助金縮小などで、家計はますます厳しくなる。これまで以上に節約が進むことで販売量が減少するとみている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・夏期間となり配達灯油の販売量はますます下がり、他油種でのリカバリーも難しいとみている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・天ぷら油の約2.5倍を始め、全ての物が値上がりしていることに加え、景気が完全には戻っていないため、飲食業は徐々に経営が厳しくなっている。新型コロナウイルス感染症に対する規制は緩和されたが、宴会は以前と比べてもまだ戻っていない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍から解放されて外に出てきている人はいるが、まだ警戒して外に出てこない人もおり、外食回数はこれ以上増えない。また、物価上昇に家計が圧迫され続けており、外食回数は減る一方である。法人関係の客は期待できるが、個人客の回復は見込めない。繁華街全体の景気は悪くなるとみている。
	×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今後も生活必需品の価格が上昇し、景気は更に悪化すると予想している。
	×	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したが、マインド的には依然厳しく、更なる悪化も予想される。
	×	コンビニ（経営者）	・6月に電気料金が値上げされたら、売上が多少上がったところで全くペイできない。さらに、暑くなりエアコンや店内じゅう器がフル稼働となれば、利益以前に借金経営となる。フランチャイズ契約が10年なので辞められない。借金を増やしてまでやりたくないし、せめて24時間営業をやめてほしいというのが本音である。
	×	設計事務所（経営者）	・働き方改革に伴う4週8休や残業時間の制限等によって労務単価が上がっている。供給不足により資材価格も上がっており、コストカットできる要素がない。一方、買手の購入希望額は、物価上昇前のイメージで予算取りしているため、工事発注が減少するとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	食料品製造業（経営者）	・人の動きが良く売上が回復基調にある。ただし、人件費や電気代が上がるため、前年に商品の値上げを実施したが収益は厳しい。
	◎	建設業（従業員）	・今年度は既に一定の受注見通しが立っている。受注を更に積み増しできる可能性が高いとみている。
	○	食料品製造業（製造担当）	・売上拡大につながるオファーは頂くが対応できるスタッフがそろっていない。利益を生み出す体制の強化とともに、オファーの選択・見極めをすることで良くなるとみている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・イベント等の再開により、多少は需要があるとみている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連で設備投資の動きが徐々に始めている。
	○	建設業（従業員）	・引き続き、受注は堅調が見込まれる。一方、現場作業員の不足が懸念される。
	○	通信業（営業担当）	・8月から9月にかけて、新機種の発売を控えているため、一時的に売上が上がることを見込んでいる。

	○	金融業（広報担当）	・電気料金の値上がりを経て、地方でもようやく賃金引上げの流れが明確化してくる。夏祭りの前後には県外からの観光交流人口流入量もここ数年にはない規模で増えることが予想されており、地域経済、幅広い業種に好影響が期待できる。
	○	広告業協会（役員）	・行動制限のない夏休みに向けたレジャー関連の広告出稿に期待している。広告業界の業績は持ち直し傾向にあり、しばらくは好調な状況が続くと見込んでいる。
	○	経営コンサルタント	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したことを受けて、夏祭り等のイベントが通常開催されることから、連動した消費の活性化が見込まれる。
	○	公認会計士	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行し、規制が大幅に緩和されたことで対面販売が可能となった小売業、サービス業は更に業績が回復し、製造業、建設業もある程度の業績を確保すると予想している。全体としては、現状よりも良くなるとみている。
	○	コピーサービス業（従業員）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行したことにより、対面での商談が少しずつ増えている。現在、受注件数、金額共に若干増加しており、この先も増加していくとみている。
	○	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経営者）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行したことに伴い、外食が回復し、交流人口も更に増加するとみている。
	□	農林水産業（従業者）	・さくらんぼの結実が例年より多く、収入増加が期待できるが、県内の作況によっては価格が下落する可能性もある。
	□	食料品製造業（営業担 当）	・既存品、新商品共に売行きは順調なので、前年並みの販売量はキープできると見込んでいる。
	□	出版・印刷・同関連産業 （経営者）	・首都圏と地方の分断はますます拡大していくとみている。また、地方では働き手の若者がいなくなってしまうという現実がある。
	□	一般機械器具製造業（経 営者）	・新しい受注案件が少なく、2～3か月後の景気が良くなる見込みはない。良くて現状維持の状態が続くとみている。
	□	輸送用機械器具製造業 （経営者）	・現状に変化はなく、先々も変化はないとみている。
	□	通信業（営業担当）	・明るい素材は見当たらないため、現状維持とみている。
	□	広告代理店（経営者）	・エネルギー価格の値上げが控えているため、変わらないとみている。
	□	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経理担当）	・依然値上げが続いているため変わらない。
	□	その他企業〔企画業〕 （経営者）	・身の回りの景気は変わらないとみている。
	□	その他企業〔協同組合〕 （職員）	・半導体関連は低調が続いており、一般加工は特別な変動はみられない。この状況は変わらないとみている。
	▲	農林水産業（従業者）	・果物の生育は順調だが、生産資材の大幅な値上がり分を販売価格に転嫁すれば、注文数が減少するのではないかと危惧している。
	▲	金属製品製造業（経営 者）	・中長期の生産予測情報では横ばいだが、直近では若干だが減産の情報が出てきている。この先、電気料金の値上げがあるため、経営を圧迫するおそれがある。
	▲	電気機械器具製造業（営 業担当）	・6月からの電気料金の値上げに伴い、修繕工事や改良工事については更に費用を削減する傾向にある。
	▲	輸送業（経営者）	・売上が前年の9月から9か月連続で前年を下回っている。国内向け、海外向け共に製造業の物量が減っており、今後の見通しも良くない。さらに、6月からの電気料金の値上げは景気に悪い影響を与えることになると予想している。
	▲	司法書士	・地元法務局の登記申請件数が前年同月比で4%減少している。このままの水準で推移するものとみている。
	×	窯業・土石製品製造業 （職員）	・原材料価格等の高騰及び官需・民需の受注の減少により、景気は悪くなるとみている。
	×	電気機械器具製造業（企 画担当）	・取引先の半導体メモリの受注量は2～3か月後も回復せず、今月よりも悪くなるとみている。
雇用 関連	◎	人材派遣会社（社員）	・先々を見据えて、今後の需要拡大に対応するための採用活動をすすめる企業が多くなっている。
(東北)	○	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類へ移行し、今後、企業の採用の動きや求職者の動きが出てくる可能性がある。

○	アウトソーシング企業 (経営者)	・今後も物価上昇分の価格転嫁ができると期待している。
○	新聞社 [求人広告] (経営者)	・株価も上向いており、国内の経済全体の景気が上向いている感じがある。
○	職業安定所 (職員)	・物価高やエネルギー価格高騰の影響はあるものの、賃上げが浸透すれば経済活動が活発化し、景気も上向くとみている。
○	職業安定所 (職員)	・求人数は増減を繰り返しているが、現在のところ常に求職数を上回っている状態が続いている。
○	民間職業紹介機関 (職員)	・増産の話とともに人員補充の相談が増えている。
○	学校 [専門学校]	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により、経済活動が段階的に活性化されるとみている。
□	人材派遣会社 (経営者)	・採用意欲は旺盛なので、各企業の業績は良いとみている。特に当地域では小売業、飲食、商社といった辺りが良い。しかし、建設業や建設関連の企業は原料価格の高騰が利益を圧迫している。全体的には変わらないとみている。
□	人材派遣会社 (社員)	・コロナ禍が収束し、観光業やサービス業に改善の傾向があるものの、製造業などの求人数は下降しているため、変わらないとみている。
□	新聞社 [求人広告] (経営者)	・アフターコロナで大きく改善するとみていたが、これまでのところ動きはほとんどない。物価高騰や求人難に加え、多くの中小企業では賃金アップもままならない状況であり、よほどの政策的な対応がない限り、景気回復は見込めない。
□	新聞社 [求人広告] (担当者)	・物価高は広告の動きにも影響しており、回復はまだ先とみている。
□	職業安定所 (職員)	・新型コロナウイルスの新規感染者数の大規模な増加が再び起こらない限り、変わらないとみている。
□	職業安定所 (職員)	・人流回復により小売業、宿泊業等で求人数が増加している。この動きは変わらないとみている。
□	職業安定所 (職員)	・引き続き、物価上昇等の影響があるとみている。
▲	人材派遣会社 (社員)	・想定以上に新型コロナウイルスの新規感染者数が拡大しており、再度景気が悪化するとみている。
×	*	*