

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)	◎	高級レストラン (支配人)	来客数の動き	・来客数が増加している。
	○	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	来客数の動き	・地元客は減少しているが来店頻度は高くなっている。新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてからは、外国人を含む観光客が増えており来客数が増えている。
	○	一般小売店 〔酒〕(経営者)	販売量の動き	・県内特産品の最盛期を迎え、インバウンドを含め観光客が増加している影響で観光施設がにぎわいをみせている。また、飲食店についてもピヤガーデンのオープン、宴会予約の増加の影響もあり、全体的に販売量が増加している。
	○	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	販売量の動き	・来客数は減少しているが客単価が上昇しており、今月の売上はここ半年間で最も良くなっている。
	○	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・来客数は増えているが、客単価は横ばい傾向となっている。
	○	百貨店(催事担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、外出需要が高まり、ファッションアイテムを中心にニーズが増えている。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・コロナ禍で低迷していた夜間と週末の人の動きが回復している。
	○	コンビニ(経営者)	単価の動き	・来客数は微減だが単価の上昇により売上は増加している。人流は新型コロナウイルス感染症発生前に戻ったようである。
	○	コンビニ(店長)	来客数の動き	・客の行動が新型コロナウイルス感染症発生前の動きに戻りつつある。
	○	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・冠婚葬祭や出張が例年どおりに動き始めたので、それに伴うニーズがある。また、気温も例年どおりなので、季節商材もよく動いている。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・メーカーの配車調整のお陰で登録納車が進んでおり、収益的には向上している。
	○	住関連専門店 (インテリアコーディネーター)	お客様の様子	・客の購買意欲、購入金額がコロナ禍の落ち込んでいた時期と比べると少し上向いている。
	○	その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕 (経営者)	販売量の動き	・観光客は増えており、活気が戻りつつある。この勢いが観光業、飲食店まで波及すると経済も回り出す。
	○	その他小売 〔ショッピングセンター〕 (統括)	来客数の動き	・新幹線を中心とする旅客移動の増加や近隣の商業施設の開業により、周辺の客の流れが良くなっている。
	○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・インバウンドが増えており、外国人客が増えている。グループ客、個人客共に増えている。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数は少しずつ増えている。会社関係の団体の予約も新型コロナウイルス感染症発生前の6～7割まで戻っている。
	○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・リニューアルオープンによる好調が続いている。
	○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・物価高の影響か個人客は落ち着いてきたが、法人・団体旅行が好調である。
	○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・6月のボーナス支給日以降、夏季販売が好調に推移している。東北でも徐々にインバウンドの需要がみられ、3か月前より環境は良くなっている。
	○	旅行代理店(従業員)	お客様の様子	・新幹線や航空機が非常に混んでいる。ホテルの価格も上昇傾向にある。個人旅行は堅調に推移している。団体旅行は先の分の問合せが増えている。
○	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価高騰により、中小の小売業は苦戦している。しかし、消費者は自分たちの生活を守るため、大手のスーパーや小売業の企業努力で安く販売しているものを選択して購入している。消費者の賢い選択が景気を上向きにしている。	

○	通信会社（営業担当）	単価の動き	・物価は上昇しているが、大半の企業で給与のベースアップを行っており、消費の落ち込みはみられない。新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い、全体的に景気は上向き傾向にある。
○	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数の伸びに対し売上が伸びていない。客の財布のひもは固いわけではなく、単価の低い物は動いている。
○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・学校団体が新型コロナウイルス感染症発生前に近い状況になってきており、前年を上回っている。
○	美容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話で、旅行などに出掛けるという話が多く出る。
○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	来客数の動き	・ボーナスの時期になり、来客数、購買数、売上いずれも伸びており好調を維持している。
○	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場組数は前年同月比110%で推移している。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・観光客が増加傾向にあり街中ににぎわいが戻っているが、恩恵を受けているのは人気飲食店等だけであり、景気に大きな変化はない。
□	商店街（代表者）	それ以外	・行動制限がなくなり人出は増えているものの、値上げ分を吸収できていない。
□	スーパー（経営者）	単価の動き	・6月の平均1品単価は値上げ品目が多いため前年より7%近く上昇している。買上点数は反比例するように前年より8%近く低下している。来客数は前月と同様の推移であり、既存店売上は前年より1%強低下している。消費状況は依然厳しい。
□	スーパー（店長）	お客様の様子	・即食性が高い総菜、生食、インスタント食品、レンジアップ品は売上が上がっているが、生鮮食品を中心に素材系は値上げの影響か、買上点数が上がってこない。価格より割引やポイントなどの販売促進に左右される傾向が強くなっている。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が伸びず、前年を割っている状況である。
□	コンビニ（経営者）	それ以外	・人件費、電気料金の値上がり、物価高による原価の高騰により、利益が縮小している。客単価は上がっているが来客数が伸びず、利益は前年を大きく割っている。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・5月以降、人の動きは良くなっているが、来客数は増えていない。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・単価が上昇した分、売上は増加している。新型コロナウイルス感染症は落ち着いたものの、来客数の増加はみられない。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東北6県の客の動きを見ても、前年のコロナ禍の自粛期間と大きく変わっていない。標準小売価格の値上げが続いているため売上は上昇しているが、公共料金の値上げによる経費増も続いているため、利益は増加していない。景気回復はみられない。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・洋上風力発電関連の企業から作業服等の受注が増加している。
□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・前月に引き続き来客数は減少している。
□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・ダイレクトメールで販売促進を掛け、来客数は維持できているが、買上点数は確実に減少している。
□	衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・売上は前年比90%で来客数は95%である。食料品や光熱費の値上がりなどから売れるのは単価の低い商品ばかりで、客単価が上がらない状況が続いている。
□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・エアコン等の買換え需要は例年並みだが、新築需要は減少している。観光旅行に関心が向いているため、家電製品の買換え需要は伸びていない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・個人客の販売量がなかなか増えない。
□	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・来客数は減少しているが売上に大きな変化はなく、例年どおり推移している。
□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・現在、車両生産が堅調であるため、今までの受注残分で売上がある程度見込める状況である。一方で、新規受注は軟調である。

□	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・飲食店に人が戻り居酒屋等は大変混み合っているが、店自体が新型コロナウイルス感染症の影響で淘汰されているため、全体的な景気は変わっていないとみている。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	単価の動き	・値上げは一通り落ち着いた。動きは全体的に緩慢だが、県外都市部の飲食店では動きが出てきている。
□	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・物価が上がるのに収入は上がらないことが消費マインドに影響している。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は低調である。パーティー、演奏会、ウェディングといった団体の予約がぼつぼつ入ってきているため、何とか営業している。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・予約が同じ日に集中する傾向があり、その日は何組もの予約を断っている。一方で全く人が来ない日もあり、景気が良いのか悪いのかはっきりといえない。
□	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援の新規受付終了が影響し、来客数は減少するとみていたが、3か月前と比べほぼ横ばいであった。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内、海外旅行の個人、団体それぞれの受注状況は3か月前とほぼ同じ水準で推移している。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前から特段の変化はみられない。
□	通信会社（経営者）	お客様の様子	・放送サービスは新規加入者数に変化はないが、解約者数が減少傾向にあるため、加入者総数としては増加している。インターネットサービスは若年から高齢者まで幅広い年齢層の新規加入が続いており、放送サービス同様、解約者数は減少傾向にあるため、加入者総数は増加している。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客の設備投資に変化がみられない。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・ガソリン価格が上昇してきたため、良くなると思っていた景気は結果的に変わっていない。
□	通信会社（社会貢献担当）	来客数の動き	・契約や売上増加につながる来店が増えている。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・再来店率は前年比89～93%で、再来店までの期間も短くなっていない。美容室のようなサービス業に対しては余計な支出をする方向になく、自分の好きなことに金を回しているとみている。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・常連客の人数は決まっているため変わらない。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・戸建て住宅の受注内容は、建築費の高い注文建築より、安価かつ内覧で確認できる建売が多い。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・住宅設備機器は給湯器交換工事が減っている。リフォームは補助金対象の設備交換工事が増えている。また、草刈りや害虫駆除などの便利サービスの受注も増えている。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行したこともあり、今まで売れていた抗原検査キットや消毒液などの新型コロナウイルス感染症関連商品がほとんど売れなくなり、在庫が山のように残っている。また、夜間の売上も以前よりは良くない状態になっている。
▲	百貨店（経営者）	販売量の動き	・前年からウィズコロナの局面に入り、高額商品が好調に推移してきたが、ここに来て頭打ちになっている。一方で、食料品や光熱費の値上げの影響により、不要不急の買物を控える行動が顕在化し始めている。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・1品単価は上がっているが買上点数が落ちている。値上げ品が更に増えて、全体的に買物金額が下がっている。
▲	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数は前年比95.6%と落ち込んでいる。卵の不足で特集集客に影響があり、全体の数字の悪化につながっている。
▲	スーパー（商品担当）	来客数の動き	・3か月前と比較すると来客数の前期割れがやや大きくなっている。
▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価高騰が続き過ぎて、客の買い控えが増えている。また、近隣の建設関係の仕事がほとんど終わり、その分の客が減っている。

	▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は悪くないが、単価の低い物を選んで買う傾向が強くなっている。
	▲	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・クールビズ需要などビジネス関連商品の需要は回復しているが、ふだん着需要は不安定である。
	▲	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注量が減っているため、販売量が減少している。
	▲	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩和されたことにより人の動きは多くなっているが、販売量は前年を割り込んでいる。高い販売価格により、節約志向が強まっている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・地元客や県外からの観光客、法人関係の客は、中旬以降、夜の部が減少傾向にある。地元客はランチに出てくるものの、夜は週末に若者が出てくる程度である。前月までの勢いはなくなっている。
	▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症への警戒感は薄れてきているが、全国旅行支援もなくなり、来客数に多い少ないの波がある。
	▲	競艇場（職員）	単価の動き	・来客数に変化はみられないが、客単価が多少減少している。
	▲	設計事務所（経営者）	単価の動き	・工事単価や労務単価の高騰を受け、工事内容の見直しや延期するケースが多く発生している。契約金額の変更ができないため、希望金額に合わせるための設計見直し等の対応に追われ、新規契約を取りにいけない悪循環が発生している。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・インフレ、物価高が止まらず、来店頻度と買上点数が減少しているため売上が落ち込んでいる。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・暑くなりエアコンや冷蔵機器もフル稼働になっている。電気代は今月から更に値上げされるが、金額が幾らになるのか怖い。
	×	その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・物価高騰の影響が大きい。
企業 動向 関連	◎	農林水産業（従業者）	受注量や販売量の動き	・前年までの取引先に加え、新規の顧客からの注文が1～2割増加している。特に20～30代の客からの注文が増えている。
(東北)	◎	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お中元商戦が始まったが動きは良くない。しかし、人の動きが活発化しているため土産需要は増加しており、駅、空港、観光地の店舗の販売量は大きく伸長している。会社全体の売上は2けたの伸びになっている。
	○	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が前年を上回り、商品の回転が良くなっている。
	○	食料品製造業（製造担当）	受注価格や販売価格の動き	・コロナ禍で伸長した通販等の贈答や土産品は停滞しているものの、イベントの開催等、人流が増えていることで飲食店舗にはぎわっている。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は堅調に推移している一方で、現場の人材確保に難儀している。
	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・観光・宿泊業では、直近の売上が新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復している業者もある等、改善が顕著である。また、飲食業も宴会予約が増えている等、前期比で増収基調にある。設備投資も回復傾向にある。一方、日用品など一般消費財は値上げの影響から回復は鈍い。
	○	経営コンサルタント	それ以外	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行して以来、昼夜共に確実に来街者が増加している。
	○	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	・値上げが続いているが、特売商品の動きが良かったため、前年をやや上回っている。
	□	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・さくらんぼは豊作だったものの、供給過多により価格が低く推移したため、収支としてはそれほど良くない。
	□	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感染症の分類が5類感染症に移行したものの、物価高騰などの影響で売上には反映されていない。

	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・輸出が主な顧客にとって円安は良い状況であるが、燃料等の購入費が増大しておりプラスマイナスゼロのようである。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・景気の良い客先が少なく、苦戦している状況が続いている。3か月前と比較しても余り変化がない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・相変わらず客先の設備投資の動きは鈍く、部品加工の見積件数も横ばいの状況である。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・顧客対応はほぼ対面になっており、営業活動がしやすくなっている。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・街中や観光地の人出は順調に回復し、イベントも通常開催され、景気は上向いている。しかし、エネルギー価格を含め、各種値上げが足かせとなって広告出稿を控える企業も多く、広告業界全体としては上向きとはいえない。
	□	公認会計士	取引先の様子	・顧客の月次決算状況から判断している。小売、飲食、サービス業は売上の増加等業績の改善傾向がみられる。製造、建設業は一定の利益等を確保しており、全体的にはやや良くなっている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・物価が上がっており、特に電気代は前年と比べ1000円単位で上昇していることから、消費行動に影響を及ぼしている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・取引先が修繕費用削減に取り組んでおり、その影響を受けている。
	▲	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・半導体、特にメモリ関連の顧客において、ネガティブな投資計画や開発計画の見直しが見受けられる。少しずつ上向き期待も持っていたが、3か月前と比べてやや悪くなっている。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先に動きがなく、売上が伸びない。若干のマイナスになる見込みである。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・民間企業の設備投資計画が増えてきているが、人手不足のために断らざるを得ない案件が出ている。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・5月の売上は前年比で7%近く落ち込んでいる。運賃は上昇傾向にあるものの、それ以上に多くの品目において物の動きが良くない。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・公共事業の削減や民間需要の低迷により、需要が落ち込んでいる。
雇用 関連 (東北)	◎	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・人の動きが活発になり、飲食業や小売店では業績が拡大している。製造業は、仕入原価は高いものの販売量が増えており、調子が良い。また、建設業も仕事が復活している。あらゆる業種・業界で良い傾向になっている。
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・採用計画が大幅に増やす方向で見直されている。
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・夏祭りが完全復活し、経済も回り始めている。会合もリアルで行われ、夜の宴席も新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が増加に転じている。求人数は、宿泊業・飲食サービス業で増えている。製造業では食料品・飲料製造で増加しているが、電子部品・機械器具製造では減少している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は毎月増減を繰り返しているが、5月は前年同月比で5.4%増加しており、新型コロナウイルス感染症の影響は和らいでいる。製造業では海外の景気低迷を反映しており、減産が見受けられる。
	○	学校〔専門学校〕	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症に対する規制の緩和により、経済活動が活発になりつつある。
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求職者の動きは改善がみられない。
		□	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外

□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	求人数の動き	・求人広告の件数は増えているが少しである。新型コロナウイルス感染症の影響はほぼなくなっているものの、求人以外の広告では、チラシのサイズ縮小や、物価高騰の影響を受けた広告費削減などの動きが多く、厳しい状況が続いている。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・事業所の強い人手不足感は変わっていない。
□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・物価高騰の影響が続いており、求人数が減少している。
□	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・増産や人員増加などの話がある。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・売上は春先から上向いているが、6月は前年を下回っている。
×	—	—	—