

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）	・客単価が上向いている。
	◎	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・夏のボーナスから需要期へと、このまま好調が続くとみている。
	○	商店街（代表者）	・マスクをしている人はまだ多いが、外出や観光、飲食等において制限なく自由に行動しているため、景気は上向くとみている。
	○	商店街（代表者）	・観光客が増加している。特にインバウンドが急増しており、免税売上が2019年を超えている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・熱中症を避けて人が街を出歩かない状態が続いているが、この暑さが終わり、しのぎやすい季節になれば、人が街に出てきて消費意欲も湧いてくる。それにより少し良くなるとみている。
	○	百貨店（企画担当）	・街のイベントの再開により人流が増えており、来客数は引き続き前年を上回るとみている。
	○	百貨店（経営者）	・若い新規客が増えてきており、少しずつ売上につながってきている。従来の顧客層は高齢化により多少消費意欲が減退しているが、勤労世帯の夏のボーナスアップなどが少しずつ消費に影響し、好循環を促すことを期待している。
	○	百貨店（催事担当）	・アパレル関連売場のリニューアルオープンを控えていることや、外商顧客向けの催事を計画していることもあり、売上の伸長が見込まれる。
	○	スーパー（企画担当）	・食品小売業に関しては、販売数量が前年並みまで戻っており、売上は前年を上回っている。商品の値上げ分が売上を押し上げる形となっている。客の買い控えもかなり落ち着いており、良くなるとみている。
	○	スーパー（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行により、お盆の帰省に伴う消費が拡大することを期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・商品の値上げが続くなかでも客足は減少せず、単価、買上点数共に安定している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・天候に左右されない立地においては、秋以降も来客数は伸長する見込みである。
	○	コンビニ（エリア担当）	・猛暑は続くが、夏休みに入り人の動きが出始めている。今後開催される祭りの人出、来客数の増加に期待している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・夏休みは人出が増えるともみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・秋冬物が本格的に売れる時期になるため期待はあるが、輸入品の価格が上がっていることや、生活面での物価高の影響が不安材料である。
	○	衣料品専門店（経営者）	・例年どおり開催されるイベントにより、消費行動が活発化することを期待したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・10月にフルモデルチェンジの車種があることに加え、12月には新型車の発表も控えているため、現行モデルの売り切りと新型車の提案が増え、市場は盛り上がるとみている。
	○	乗用車販売店（店長）	・中古車の在庫不足は順次解消に向かっている。サービス部門も比較的堅調に推移しているため、年内に全部門での前年超えも期待できる。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注量が増えることが決まっているため、生産量、販売量も増える。現状よりはやや良くなる見通しである。
	○	その他専門店〔酒〕（経営者）	・大雨被害の影響が懸念されるが、直近では小康状態が続くとみている。
○	一般レストラン（経営者）	・コロナ禍が落ち着き旅行者が増え、人の動きが活発化している。会社関係の客は100%までは戻っていないが、コロナ禍の頃よりは良くなるとみている。	
○	一般レストラン（経営者）	・今後、イベントなども増えて、人出も増え、今よりは多少良くなるのではないかとみている。	
○	観光型ホテル（スタッフ）	・予約が増えており、徐々に新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻るとみている。	
○	観光型旅館（スタッフ）	・10月下旬以降は旅行も秋シーズンとなり、夏に比べて団体客も多くなる。近年の夏の暑さに比べて過ごしやすいこの季節を選ぶ人が多くなるとみている。	
○	旅行代理店（従業員）	・インバウンド需要の拡大に期待している。東北の観光業従事者からの、地方国際路線再開などへの期待は大きく、その期待にこたえる動きがあるとみている。	

○	旅行代理店（従業員）	・首都圏の動きが活発であるため、東北地域においても遅れて動きが出てくるとみている。
○	通信会社（経営者）	・夏祭りが4年ぶりに通常開催されることもあり、地域に活気が出てきている。観光客の入込数も大きく増えており、インバウンドも新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。このため、1度は解約した飲食店や個人事業者が再加入する傾向がみられる。特にモバイル系の通信端末サービスが堅調で、若年層を中心に今後も期待できる。
○	通信会社（社会貢献担当）	・9月以降の新機種が発売されるタイミングで需要が伸びるとみている。
○	美容室（経営者）	・消費量は少ないが単価が上がっている。客は金を使わないのではなく、必要などころには使っているため、単価の高い商品を客に提供していけるとみている。
○	その他住宅 [リフォーム]（従業員）	・住宅設備機器は気温上昇に伴いエアコン交換の問合せが急増するとみている。リフォームは断熱効果を伴う工事が増えるともみている。
□	商店街（代表者）	・値上がりはまだ落ち着かないとみている。
□	商店街（代表者）	・夏季商戦、旅行シーズンも終わり、落ち着きを取り戻すとみている。
□	一般小売店 [医薬品]（経営者）	・常連客が来店するかどうか懸かっているが、どうなるか予測が付かない。
□	百貨店（売場担当）	・保守的な地域だが、ようやく新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻りつつある。回復傾向は今後もしばらく続くとみている。
□	スーパー（経営者）	・梅雨明け後から異常な暑さが続いており、来客数の減少が懸念されるが、涼味・飲料商品、焼き肉系商材の動きが良くなっているなど、様々な値上げが続いているものの受忍範囲で消費されている。しかし、購入の量も点数も減少傾向にある。この状況は続くとみている。国は最低賃金の改定を進めているが、インフラ費用の支出が下がり、実質可処分所得が増えるよう、消費回復を軌道に乗せてほしい。
□	スーパー（店長）	・特卖日だけ売上が上がる状況はこの先も続くとみている。
□	スーパー（店長）	・当面は気温も上昇し、飲料やアイスなどが売れる状況は続くとみている。
□	スーパー（店長）	・消費は活性化しているといわれているが、光熱費やガソリン代の高騰で食品の支出額が減少するとみている。
□	スーパー（総務担当）	・ポイント倍セールや、お買い得商品がチラシに入った日に来客数が集中しており、販売促進のない日や日替わり目玉商品の弱い日の売上が以前より悪くなっている。その状況は変わらないとみている。
□	スーパー（商品担当）	・節約儉約志向が強くなるとみている。来店頻度を上げる対策が必要である。
□	コンビニ（経営者）	・小売業全体的にいえることだが、商品の値段がかなり上がっているため、売上は同じでも買上点数が減っているのが現状であり、これ以上悪くならないことを願っている。
□	コンビニ（経営者）	・来客数が減少し、単価の上昇が売上をカバーする状況は変わらないとみている。
□	コンビニ（経営者）	・人の動きは良くなっているが、来客数が増えない。
□	コンビニ（店長）	・ウクライナ情勢は先が見えず、物価高は続くとみている。それにより、生活防衛の意識が働き、購入点数を1品減らすような消費行動も続くとみている。
□	コンビニ（店長）	・物価高の影響は続き、現状のまま推移するとみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・夏祭りは多くの人出が予想され、土産品や県産品の売上増加が見込まれる。お中元商戦は最後の追い込みとなる。
□	衣料品専門店（店長）	・秋の改装までは仮売場の営業となるため、今の状況から大きく変わることはないとみている。
□	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍の収束で旅行は伸びているが、衣料はそれほど伸びておらず、今後も買い控えは継続するとみている。
□	衣料品専門店（総務担当）	・光熱費及び生活必需品の比重が高い食料品等の値上げが続いているため、支出を抑える傾向が続くとみている。
□	家電量販店（従業員）	・客の関心は観光旅行に向いており、家電製品の需要は伸びていない。天候に左右されるとみている。
□	家電量販店（従業員）	・客の動向は旅行や娯楽に向いているため、小売業を取り巻く景気の変動は余りないとみている。
□	自動車備品販売店（経営者）	・お盆前の物流増加に期待したいところだが、それ以外が良い材料がない。

□	その他専門店 [白衣・ユニフォーム] (経営者)	・現状の景気がやや良くなっているため、このまま継続してほしい。暑さの影響が経済的に良い方向に向かうことを期待している。
□	その他専門店 [靴] (従業員)	・電気料金に加え、ガソリン価格も上昇するととなると、ますます消費は冷え込むとみている。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・酷暑が続き配達灯油の配送は激減している。残暑が厳しい予報もあるため、しばらくは販売量の増加は見込めない。
□	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・ターミナル駅に隣接しており、利用客の割合は地元客6割、旅行出張客4割である。地元客の利用が新型コロナウイルス感染症発生前まで回復していない。全国旅行支援やプレミアム付商品券等、前年の実績を大きく伸ばした国や行政による経済施策が今年はなく、景気が上向き要素がない。
□	高級レストラン (スタッフ)	・景気は回復しており、インバウンドもこのまま増加が続くとみている。
□	一般レストラン (経営者)	・賃金が上がりにくい状況のなかで物価が上がっており、外食に対する意識は厳しくなっている。この状況はしばらく変わらないとみている。
□	観光型ホテル (スタッフ)	・中小企業は相変わらず賃上げなどの余裕はない。
□	観光型旅館 (経営者)	・物価の上昇に追い付いていない。何らかの刺激策がなければ上向かないとみている。
□	旅行代理店 (従業員)	・長引く物価高により、検討中から次年度へ持ち越しとなる案件も発生している。先行予約状況や販売量も現状とほぼ変化がないことから、3か月先の水準も今月と変わらないとみている。
□	タクシー運転手	・利用者数、売上共に少しずつ上がってきているものの、大きな変化はないとみている。
□	通信会社 (営業担当)	・災害等がなければ変わらないとみている。
□	通信会社 (営業担当)	・物価高でも販売量の落ち込みはみられない。当面の間、景気は現状維持とみている。
□	通信会社 (営業担当)	・好転するような材料に乏しい。
□	通信会社 (営業担当)	・地方では大半が物価上昇を賄える収入増加には至っておらず、結果的に最低限の消費にとどまってしまうとみている。
□	テーマパーク (職員)	・旅行シーズンに突入するため年配者も多くなり、乗客数も多くなる見込みである。
□	観光名所 (職員)	・人出も購買意欲も新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。現在の乗客数や販売量は変わらないとみている。
□	遊園地 (経営者)	・猛暑の影響と値上げの動向が懸念される。そう大きく変わらないとみている。
□	競艇場 (職員)	・今後も物価高騰や公共料金の値上げが続き金に余裕がなくなるため、ファッションやギャンブルに使う金は減っていくとみている。
□	美容室 (経営者)	・新規客が増える見込みもないため、変わらない。
□	住宅販売会社 (経営者)	・戸建て住宅よりも、構造物の一般建築の受注が多い状況は変わらないとみている。
□	その他住宅 [住宅展示場運営会社] (従業員)	・大きな要因がないため、変わらないとみている。
▲	一般小売店 [酒] (経営者)	・夏祭りやお盆が終わり疲れが出てくるため、静かになるとみている。
▲	一般小売店 [酒] (経営者)	・10月からまたビール及びアルコール類の多くが価格改定される。酒税法改正により価格が下がるものも出てくるが、その分、小売店の混乱は避けられないとみている。ビール類の値上げ対象は業務用中心になるため、ようやく回復の兆しが見え始めた外食産業への影響が出ることを懸念している。
▲	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・ウクライナ戦争が長期化の様相を見せていて、資源エネルギー価格の上昇トレンドは継続しそうである。生活必需品の価格上昇は避けられない反面、顧客の多くは年金生活者、あるいは給与所得者で実収入は上がっていない。どうしても節約志向が強くなり、必要性の低い順から出費が削られていくとみている。
▲	一般小売店 [寝具] (経営者)	・今月は予約がないため、来月以降は不安がある。
▲	スーパー (店長)	・お盆で客の消費が活発になるため、お盆後の消費動向は余り良くないとみている。

	▲	コンビニ（経営者）	・物価高の影響もあり客単価が下がっている。必要以上の買物をしてくれない。この状況は続くとみている。
	▲	衣料品専門店（店長）	・物価高騰により販売価格を上げていくなかで、前年並みの販売量を維持できないのではないかと懸念がある。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・秋口までは安定した収益確保が見込める。しかし、現在の受注量が減っているため、秋口以降の収益確保に影響が出るとみている。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・収入は変わらないなか、物価や光熱費は上がる一方であり、景気が良くなる要素がない。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料油価格激変緩和対策事業の縮小により、販売価格はまだ上昇する見通しであり、販売量は更に減少するとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・賃上げ以上に物価が上昇しており、経費削減しなければならない状況は続くとみている。
	▲	設計事務所（経営者）	・建設コスト高、工事期間の長期化などを考えると、建設意欲は低下していくとみている。
	×	スーパー（経営者）	・新聞の値上げで購読すらやめる年金生活者が多数いる。この層はより一層厳しくなる。
	×	コンビニ（経営者）	・光熱費が上がり、利益は減り続けている。10月に最低賃金が上がれば経営は更に厳しくなる。
	×	乗用車販売店（従業員）	・大雨の影響で水没した代替車の特需的な受注があるが、今後は収まるとみている。
	×	高級レストラン（経営者）	・景気が上向くのは年末頃からとみている。それまでは相当厳しい状況が続く。
	×	一般レストラン（経営者）	・当地では夏のシーズンは観光需要が少なくなるため、観光客増加の期待は薄い。お盆のときにだけ売上が集中し、前後は客が激減するとみている。お盆明けに法人需要が増えることを期待するしかない。
企業 動向 関連 (東北)	◎	*	*
	○	食料品製造業（経営者）	・人の動きは引き続き良くなることが予想され、土産需要は好調に推移するとみている。
	○	食料品製造業（営業担当）	・10月に値上げを控えているが、そこをうまく乗り越えられれば、状況は更に良くなるとみている。
	○	食料品製造業（製造担当）	・今年は観光、イベント等で人流が活発化し客が増えるともっている。原材料費や固定費は高騰しているため、収益構造をどのように組み立てるかがポイントとなる。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・広告収入が伸びるとみている。また、選挙も控えており印刷も動くともっている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・相見積りや短納期の案件が多いため確実に受注できるかは難しいところだが、少しずつ引き合いの件数が増えてきているため期待が持てる。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・良くなるという客先情報や案件が出始めており、秋口より動き出しそうな情報もある。受注の伸びが期待できる。
	○	建設業（従業員）	・受注量は相応にあるため見通しは明るい。ただし、職人の確保が課題である。
	○	建設業（従業員）	・選別受注が前提ではあるが、一定量の受注契約が見込まれる。
	○	通信業（営業担当）	・新商品への期待の声を聞くため、一定の受注増加が見込まれる。
	○	金融業（広報担当）	・夏祭りの時期を迎え、県外や国外からの観光客の大幅増加が期待できる。一方で、宿泊業や飲食業での人手不足が依然解消していない点が懸念材料となっている。
	○	経営コンサルタント	・長期間抑え込まれてきた消費マインドは、何かきっかけがあれば一気に高まるとみている。
	○	司法書士	・不動産登記の受託件数に増加がみられ、前年並みまで戻っている。
	○	公認会計士	・小売、サービス関係はこのまま売上回復が進み、建設業も好調を維持するとみている。問題は製造業の部品不足がいつまで続くかであるが、これが解消しないと本格的な景気回復は難しい。全体としての景気はやや良いと判断している。
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・行楽シーズン突入で観光における人の動きが活発化し、外食や宿泊を中心に景気は上向くとみている。

	<input type="checkbox"/>	農林水産業（従業者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いたことにより、観光需要が高まりをみせている。しばらくは観光など外出時の支出を多くするため、買い控えが進むのではないかとみている。
	<input type="checkbox"/>	金属製品製造業（経営者）	・顧客各社の販売予測が例年と比べて不明確なので、何ともいえない。
	<input type="checkbox"/>	一般機械器具製造業（経営者）	・新規案件の引き合い数は横ばいである。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の経営状況が厳しい。
	<input type="checkbox"/>	電気機械器具製造業（企画担当）	・顧客の設備投資計画が後ろ倒しになるなど不明確な状況が続いており、直近の改善が見込めない。
	<input type="checkbox"/>	通信業（営業担当）	・客の反応が少しずつ出てきているが、新規契約につながらないことは変わらない。顧客に寄り添う姿勢で対応していくしかない。
	<input type="checkbox"/>	広告業協会（役員）	・アフターコロナで一気に広告業界の業績も上向くと期待しているが、資材価格、エネルギー価格の高騰により、販売促進費を縮小する企業も多く、新型コロナウイルス感染症発生前の実績に戻るにはもう少し時間が掛かるとみている。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	・ウクライナ情勢の状況にもよるが、このままの推移であれば景気は変わらないとみている。
	<input type="checkbox"/>	コピーサービス業（従業者）	・新型コロナウイルス感染症や物価上昇等、先行きが不透明である。
	<input type="checkbox"/>	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経理担当）	・値上げが続いているため変わらない。
	<input type="checkbox"/>	その他企業〔企画業〕（経営者）	・食料品に加え、ガソリン価格も上昇するなど、この先の物価上昇への不安が強まっている。
	<input type="checkbox"/>	その他企業〔協同組合〕（職員）	・依然、半導体関連などが低調で、景気が上向く材料が見つからない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・高齢化の進行、若年労働者の中央への集中と、全てにおいて格差の拡大が止まらない。地方経済の疲弊解消に具体的な動きがみられ、実感しないと、地方経済は元気を取り戻せない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	輸送業（経営者）	・プラス要因は見当たらず、2024年問題、人手不足、賃金上昇、燃油費高騰、各助成金の停止、取引先の生産減等、圧倒的にマイナス要因が多い。悲観的にならざるを得ない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	農林水産業（従業者）	・猛暑の影響で、米やその他の作物の収量が減少することが懸念される。
	<input checked="" type="checkbox"/>	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需の受注減少に加え、原材料費や燃料費の高騰等もあり、厳しい状況が続く。
雇用関連	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—
(東北)	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（経営者）	・物流倉庫業の企業からの求人に関する相談が非常に増えている。物が動いており、既存の従業員では対応し切れないような仕事量になっている。経済的には上向き基調にあるとみている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・採用難は変わらないため、求人数は今後も増加し続ける見込みである。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・イベント・夏祭りの通常開催や帰省・旅行等による消費拡大が見込まれ、景気はやや良くなるとみている。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（職員）	・住宅用資材を扱う企業で増産の話が出ており、人員補充の相談を受けている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・企業の様子見感が強いと、全体的な求人の動きに大きな変化はないとみている。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・現時点では先が読めない。
	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（社員）	・求人数はサービス業中心に増加しているが、全業種でみると横ばいの状況である。コロナ禍からの回復途上であり、まだ景気が上向くとは言い難い。
	<input type="checkbox"/>	アウトソーシング企業（経営者）	・値上げができたため、人件費の高騰に対応できる。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・夏祭り後の経済の動向が不透明である。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・イベントや催事の復活により、観光関連など一部業種で明るい材料もあるが、景気回復を実感するには程遠い。
	<input type="checkbox"/>	職業安定所（職員）	・物価が落ち着くまでは、卸売小売業の求人数が減少している状況は変わらないとみている。

□	職業安定所（職員）	・現在、求人数は求職者数を上回る状況が続いている。電気代高騰が企業収益を圧迫している状況や、物価上昇が個人消費の回復に影響している状況は変わらないとみており、求人数に影響が出ることを懸念している。
□	職業安定所（職員）	・プラスになるような要素が見当たらない。
□	学校〔専門学校〕	・デフレ脱却は目前との話も聞かれ、経済活動は改善するとみているが、地域格差は否めず、地方の状況は変化がないか悪くなる可能性がある。
▲	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・業種による差もあるが、好況といえそうな企業が見当たらない。特に広告、マスコミ業界は継続的に売上が減少しており、改善がみえない。
▲	職業安定所（職員）	・企業の手不足感が根強い一方で、求職者数は徐々に増加している。
×	*	*