

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)	◎	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・前月の大雨の影響で車を買換えなければならない客が著しく増えている。
	○	商店街(代表者)	来客数の動き	・夏祭りが通常開催され、新型コロナウイルス感染症発生前のにぎわいが戻っている。観光客も増加し、景気がやや良くなっている。
	○	一般小売店〔医薬品〕(経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大により関連商品が動いている。また、連日の猛暑に伴って、滋養強壮剤など保健薬がよく動いている。
	○	一般小売店〔酒〕(経営者)	販売量の動き	・この夏は人流の増加に加え、暑さが厳しかったこともあり、飲食店のなかでもピヤガーデン等への販売量が顕著に増加している。また、お盆期間も帰省客が一気に増加し、道の駅などへの販売量も良くなっている。ようやく新型コロナウイルス感染症発生前並みのにぎわいを地方でも実感できる状況になりつつある。
	○	百貨店(企画担当)	来客数の動き	・コロナ禍明けの夏を迎え、市内各所で多くのイベントが開催されている。来客数は引き続き増加している。
	○	百貨店(経営者)	販売量の動き	・高い気温が続くなかで、外出機会も増え、夏の季節商材が活発に動いている。また、旅行者の土産や挨拶時のちょっとした手土産需要で食料品も好調である。お盆の時期には県外からの客も増えた。
	○	百貨店(催事担当)	来客数の動き	・ファッション関連商品、化粧品など一部のカテゴリーは伸びている。一方で食品などでは生活防衛意識が強まっており、買上単価、点数が減少している。
	○	スーパー(店長)	販売量の動き	・行動制限のないお盆を迎え、各種祭りも通常開催となり、外出や買物の頻度が増えたため、集客ができています。
	○	スーパー(営業担当)	販売量の動き	・お盆商戦もあり来客数は前年と変わらないが、単価の上昇で売上は前年比103%まで回復している。しかし、買上率は前年比95.7%と客の購買意欲は高まっていない。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・今年は行事が通常開催されている。また、お盆期間中の人の動きは良好である。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・来客数、販売量共に増加傾向にある。暑さが好影響を及ぼしているとみている。
	○	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・高気温の影響もあり、来客数の伸長がみられる。
	○	コンビニ(店長)	単価の動き	・来客数は前年比で約20人減少しているが、客単価が約50円増加しているため、売上はほぼ前年並みである。
	○	衣料品専門店(店長)	来客数の動き	・帰省客がそれなりに帰ってきたことで、そこそこにぎわっている。また、前年までなかった催物が復活しイベントニーズが増えている。その結果、衣料品ニーズも高まっている。
	○	家電量販店(従業員)	販売量の動き	・前年同月比で販売数量が伸びている。電化製品の使用回数や使用時間が増えたことで、省エネ家電への買換えが進んでいる。省エネ家電への買換えに対する地域の補助金も後押ししている。
	○	乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・メーカーの生産体制の調整もあり、確実に配車量が増加している。収益が上昇している。
	○	乗用車販売店(店長)	お客様の様子	・客の方からの新車商談の打診も多く、商談件数は前年比120%まで増加している。社内からも顧客の購入マインドが高まっているという話が出ている。
	○	その他専門店〔酒〕(経営者)	来客数の動き	・地方でも店頭での小売販売や宿泊・観光、飲食店等への来客が増えてきた実感がある。
	○	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の規制解除及び猛暑の影響により、販売量が前年を大きく上回っている。
○	高級レストラン(支配人)	来客数の動き	・夏祭りの開催、お盆の帰省、学生の夏休みなどで来客数が増加している。当社飲食店の中には客単価が1000円上昇した店舗もある。	

○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・来客数は増加しているが、電気、燃料などの価格高騰により収益が思うほど伸びていない。
○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・この夏は客の動きがほぼ新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。
○	観光型旅館(スタッフ)	来客数の動き	・8月は当社にとって書き入れ時であるが、イベントや催事が新型コロナウイルス感染症発生前の規模に戻った効果で来客数も同等に戻っている。
○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・8月は宿泊者数が多く、インバウンド需要も増加していることから、目標売上を達成している。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・8月に入り、海外旅行は個人の受注が発生しており、団体では小グループの取扱が微増の状況であるが、大型案件の取扱までには至っていない。一方、国内旅行は個人が堅調に伸びており、団体は小グループの取扱が増加しているが、大型案件は依然として鈍化傾向が続いている。3か月前と比較すると海外、国内共に小グループの取扱増加により、やや良くなっている。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・夏季商戦終了後、例年であれば一時的に販売が落ち込むが、今期は9月と10月の3連休及び10月以降の紅葉需要が早々に活発になっている。
○	通信会社(社会貢献担当)	来客数の動き	・夏休みによる来客数の増加がみられ、端末販売の動きも前月よりは増加傾向にある。また、出張販売も積極的に行っており、販売も拡大している。
○	観光名所(職員)	来客数の動き	・団体、個人客の予約数は前年を若干上回っているが、予約なしで訪れる客は非常に多くなっている。土日の来客数は夏休み期間が終わった後も増えている。
○	美容室(経営者)	単価の動き	・今までカットだけであった客がパーマやカラーをすることが多くなっている。人と会う機会が増えて、少しおしゃれをしようという意識が高まったとみている。
○	美容室(経営者)	来客数の動き	・暇な日が続いていた3か月前よりは少し客が増えている。
○	その他サービス [自動車整備業](経営者)	単価の動き	・売上、販売単価共に高水準を維持しており、景気が良くなっている。
○	その他住宅[リフォーム](従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器は気温の上昇に伴いエアコン工事が増えている。リフォームは屋根外壁の塗装と省エネ住宅などの助成金制度を活用した増改築の工事が増えている。
□	商店街(代表者)	お客様の様子	・猛暑、物価上昇、新型コロナウイルス感染症が、客の動きを再び鈍くさせている。
□	一般小売店[医薬品](経営者)	単価の動き	・来客数が減って低単価商品の売行きが落ちている反面、高単価商品のまとめ買いが増えている。この先も値上がりが見込まれるため、特に高単価商品のまとめ買いをしているものとみている。
□	一般小売店[寝具](経営者)	販売量の動き	・猛暑のなか夏物が出るかと思ったがそうでもない。粗利の高い仕立ても全く動いていない。
□	百貨店(売場担当)	お客様の様子	・前月からの猛暑の影響で前半は苦戦したが、徐々に回復している。夏物や再値下げしたセール品の消化が進んでいる。
□	スーパー(経営者)	単価の動き	・8月の1品単価は前年比約8%上昇している。買上点数は変わらず前年割れで推移している。来客数はほぼ前年並みで下げ止まっているが、2019年比では約10%低下している。実質はまだ良くないが売上は前年を超えている。消費環境は依然厳しい状況が続いている。
□	スーパー(店長)	お客様の様子	・お盆の帰省時期の来客数は新型コロナウイルス感染症発生前までは戻っていないが、前年比では大きく増加している。高価な食べもの、高単価商品、手土産の売上が伸びている。高温が続いているため、涼味商材や総菜、即食性の高い商品の需要も顕著である。
□	スーパー(店長)	来客数の動き	・来客数が前月を下回る状況が続いている。
□	スーパー(商品担当)	販売量の動き	・販売数量の前期割れが主力商品の共通課題となっている。値上げによる買い控えが消費低迷に現れている。

□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売価格が上がっているため買上点数は少なくなっているが売上は変わっていない。田舎では物価は上がっても給料は上がっていないため、客の財布のひもは固くなっている。
□	コンビニ（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症が落ち着き、売上は上がっていると本部は言うが、上がっているのは値上げの部分が大きく、加盟店は利益が減り続けている。猛暑のため、今月の電気代も非常に厳しい。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・人の動きは良くなっているが来客数が増えない。しかし、商品の値上げにより売上は前年比微増となっている。
□	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・気温の上昇が続いているため売上は好調だが、それ以上に公共料金やガソリン代等、経費負担が増している。売上増加が利益に結び付いていない。
□	コンビニ（店長）	単価の動き	・天候が良く売上はまずまずである。30～40代の子育て家庭は限られた予算のなかでどうにか買物をしている雰囲気がある。一方で、年配者はそれほど単価にこだわらずに買物をしている。2極化が進んでいるという実感がある。
□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・夏祭りは人出が多く、土産品や県産品の売上が増加している。祭り用品の販売も好調に推移している。記録的な暑さで警備会社や工事関連の企業に空調服がよく売れている。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ビジネス、旅行、レジャー用途といったモチベーションと連動したニーズは徐々に回復しているが、ふだん着の需要は安定していない。
□	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・来客数は前年を大幅に上回っているが、単価は低下している。
□	衣料品専門店（総務担当）	単価の動き	・売上は前年比109%、来客数同100%、客単価同108%である。単価は上昇したが来客数は増加していない。
□	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・猛暑によりエアコンなど季節商材は好調だが、テレビや冷蔵庫などの単価が下がっている。ガソリン価格や電気料金の値上がりなどにより、客の節約志向が強くなっている。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新規来客数は変わらず、販売量も動きがない。
□	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・猛暑の影響を受けて一部業種に繁忙の様子がみられる。客の話では、エアコンの取付けは例年だとお盆を過ぎると件数が大きく減るが、8月末でもまだ忙しいとのことである。また、夕飯等で火を使いたくない人が多く、総菜の売行きが良いという話も聞く。
□	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	販売量の動き	・客によって購買意欲に大きな差がある。
□	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・客足は確実に戻ってきている。しかし、物価上昇のあおりを受け販売数量が伸びない。
□	その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・販売量は前年よりは良いものの、新型コロナウイルス感染症発生前には届いていない。物価高騰で客の財布のひもは固い。
□	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・原材料価格の高騰に対して売上は増えていない。景気は良いとはいえない。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・大変暑い日が続いており、観光客もある程度は来ているが期待したほどではなく、来客数が多かったり少なかったりの状況が続いている。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数はお盆休みもあったため7月と比べてやや悪い。会社関係の宴会が若干増えたが、ここに来てまた客足が鈍っている。
□	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の分類が5類感染症になり行動はしやすくなっている。しかし、物価上昇の影響でやや手控え感もみられる。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・夏祭りやお盆休みで宿泊施設はほぼ満室になっており、タクシーの利用者も多くなっている。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・景況感が良いとも悪いともいえない状況が続いている。物価高騰により客は店を選んで買物をしており、百貨店、専門店の売上が低迷している。

□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・販売量に大きな変動はみられない。	
□	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。	
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ数か月、再来店率が前年比94%前後で推移しており変化はない。	
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・建築費増加のため、建て替えを希望していた顧客がリフォームに変更する件数が増えている。	
□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・8月は年間で来場組数が最も少ない月だが、前年比80%となっている。前年平均との比較では64%となっている。	
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・夏祭りが4年ぶりに通常開催となり、人出も新型コロナウイルス感染症発生前に戻っている。しかし、連日の猛暑の影響もあり、来客数は前年より5%減少している。	
▲	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・来客数、販売額の前年比の落ち込みが、3か月前より大きくなっている。	
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・物価上昇の影響で買上点数が減少している。	
▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・猛暑の影響で来客数が伸び悩んでいる。	
▲	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・大型物件の受注が少ないため、販売量が少なくなっている。	
▲	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・業界的には秋冬物の商材の提案時期であるが、猛暑の影響が全く動きがなく、売上に響いている。	
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の2019年比で売上は94%、来客数は86%となっており、3か月前と比較してもやや鈍化の傾向にある。特にファッションの動きが鈍く、最終セールをしてもなかなか購入には至らない。価格よりも自分が欲しい物を購入する志向の客が増えている。	
▲	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・猛暑のため外に出ない客が多く、お盆を過ぎてから急激に来客数が減っている。また、客から電気代やガソリン代が高騰しているため、外に食べに行きづらいという話も聞く。	
▲	通信会社（経営者）	お客様の様子	・8月に入り、夏祭りなどのイベントが4年ぶりに通常開催されている。外での活動が一気に活発化し、これまでオンラインだった業務もリアル開催に戻っている。このため通信サービスの新規加入者数の増加にややプレーキが掛かっている。また、携帯の動画配信サービス利用者が増え、大手携帯キャリアのインターネット格安パックの競争にも拍車が掛かっており、固定回線のインターネットサービス利用者の解約が増えている。	
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・地方なのでガソリン代高騰の影響を受けている。	
▲	遊園地（経営者）	来客数の動き	・猛暑日が続く、お盆休み期間の天気予報も猛暑で良くなかったため、屋外施設へは出控えられ、来客数は低調に推移した。	
▲	競艇場（職員）	単価の動き	・大規模イベントの実施により来場者は増えたが、売上アップには余り効果がなかった。	
▲	設計事務所（経営者）	単価の動き	・工事単価の上昇や働き方改革の工事への影響により、客の意欲が低下している。	
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・ガソリン、電気、食料品の価格上昇が続くなかで可処分所得が減少し、客の購買意欲が下がっている。	
×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・猛暑日が続いて、なかなか来店につながらない。	
×	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感染症の分類が5類感染症になって初めてのお盆に期待したが、想定していたよりも動きは少ない。観光に特化した飲食店やファミリーレストランは帰省客であふれていたが、地元客メインの店にとっては期待外れである。度重なる値上げの影響で繁華街の景気は冷え込んでいる。	
企業動向	◎	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・桃の収穫初期は価格が例年より低く推移していたが、お盆頃を境に回復傾向にある。

関連 (東北)	◎	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・祭りやお盆の帰省等で人の動きが良かったこともあり、売上は2けた伸長している。しかし、例年以上の暑さのため期待したほど売上は伸びていない。
	◎	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5類感染症移行によりイベント等が再開され、印刷物に動きが出ている。
	○	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き	・販売量は前年と変わらないが、値上げ効果で売上や利益面が良くなっている。
	○	食料品製造業 (製造担当)	受注量や販売量の動き	・お中元ギフトが百貨店において前年を下回っている。通販はおおむね横ばいである。飲食店の伸長が大きく全体として売上が上がっているものの、原料、資材、経費の高騰により利益が生み出しにくい状況となっている。
	○	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・5月から7月までは余り動きはなかったが、お盆休み明けから引き合いが増えている。
	○	建設業(従業 員)	受注量や販売量の動き	・受注量は相応にあるものの、人手不足と連日の猛暑で工事の進捗が遅れている。
	○	建設業(従業 員)	受注量や販売量の動き	・民間大型投資案件の受注により、3か月前よりも景気は良くなっている。
	○	建設業(従業 員)	取引先の様子	・取引先からの増築計画等の相談が増えている。
	○	通信業(営業担 当)	取引先の様子	・若干ではあるが顧客の反応が良くなっている。
	○	金融業(広報担 当)	取引先の様子	・夏祭り効果により人の動きも新型コロナウイルス感染症発生前の水準に回復している。観光関連、宿泊業では客足回復にマンパワーが追い付かないケースも散見される。
	○	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、サービス業関係の売上等業績は回復傾向にある。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から飲食関係も売上が回復傾向にある。製造業は部品不足等で売上が上がり苦しい状況が続いている。全体としてはやや良い状況である。
	○	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	・猛暑日が続く、飲料は受注量、販売量共に好調となっている。
	□	出版・印刷・同 関連産業(経営 者)	取引先の様子	・地方経済は何も変わっておらず、当社の景気も変わっていない。
	□	金属製品製造業 (経営者)	取引先の様子	・光熱費の更なるアップなどの不安要素はあるものの、受注は堅調である。
	□	電気機械器具製 造業(企画担 当)	受注量や販売量の動き	・半導体メモリ関連の顧客を中心に、受注量の少ない状況が続いている。
	□	輸送用機械器具 製造業(経営 者)	取引先の様子	・客先からの引き合いはあるものの、受注につながる件数が増えていない。
	□	広告業協会(役 員)	受注量や販売量の動き	・娯楽施設や観光業界、猛暑対策の広告出稿は好調である。地元企業は売上が伸びているところが多いものの、諸経費が増えて利益が圧縮されているため広告費を増やす傾向にない。広告業界としては上昇気運に乗っているとはいえない。
	□	経営コンサル タント	それ以外	・飲食を始め、各種サービス業では来客数と売上は新型コロナウイルス感染症発生前に近づいている。反面、人件費や原材料費等のコストの上昇が利益を圧迫している。
	□	その他非製造業 [飲食料品卸売 業](経営者)	受注価格や販売 価格の動き	・2月の価格改定により平均単価は上がっているものの、数量としては横ばいである。
	□	その他企業[企 画業](経営 者)	それ以外	・食料品や電気、ガソリンなど物価の上昇が続き家計を圧迫しているため、日常の買物を控える傾向が強い。
▲	農林水産業(従 業者)	それ以外	・連日の猛暑と水不足により、米やそばなどの穀物の生育が悪い。収量の減少が予想される。	
▲	一般機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・見積案件数の微減が続いている。	

	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・取引先が修繕費用の抑制を図っており、その影響を受けている。	
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・8月の売上も前年比96%と落ち込んでいる。加えて、燃油費の高騰が続いており利益を圧迫している。燃料油価格激変緩和補助金は10月以降も続けるようだが、新型コロナウイルス感染症発生前までの水準には程遠い。	
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に低調で需要は落ち込んでいる。	
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—	
	○	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・宿泊や飲食業など、客が戻ってきている業界で採用の話がある。住宅設備、靴の卸売、商社で営業の募集が出ている。全般的に求人数が多いため、人材の流出に伴う穴埋めの募集の相談が増えている。	
	○	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・前年度に採用しきれなかった企業が継続募集を行っていることもあり、活況が続いている。求人数の増加に伴い求職者の応募先が増えており、支援人数も増加している。	
	□	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・契約金額の値上げはしたが、人件費や電気代などの経費が更に増えたため、結果として変わらない。	
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・夏祭りが終わり、お盆の帰省もあり、新型コロナウイルスの新規感染者数が一気に増えている。一旦回りかけた地域経済が停滞しそうな気配がある。	
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・物価高騰により求人数が減少していた卸売小売業で、収益が高まり求人数が回復傾向にある。	
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は人手不足を反映して高水準が続いているものの、前年比では減少となっている。	
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・燃料費の高止まりが続いているため、求人数に影響が出ている。	
	□	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・お盆休暇後、企業からの問合せ件数は増えていない。求職者も同様である。	
	□	学校〔専門学校〕	採用者数の動き	・企業では人材が不足しており、専門学校に対する求人のピークを過ぎても問合せがある。	
	▲	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・前年比でみた採用者数は、3か月前よりも若干悪化傾向にある。	
	▲	新聞社〔求人広告〕（経営者）	求人数の動き	・人手不足は続いているが求人広告につながっていない。その他の広告についても、積極的な動きはなく低調に推移している。	
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・県外からの観光客が増えており街のにぎわいを感じるが、広告の動きは鈍く、売上の前年割れが続いている。	
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年同月比で減少している。原材料やエネルギーの価格高騰、物価高の影響で、建設業、卸売・小売業で減少している。	
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・7月の新規求人数は前年同月比4.4%減少、前月比17.9%減少している。新型コロナウイルス感染症に対する規制が緩和されて以降、個人消費と直結している卸売・小売業や飲食・宿泊業等の募集は好調を維持しているが、その他の業種は軒並み求人数が減少している。海外での消費低迷、国内の電気料金、燃料費、原材料の価格高騰が人件費の抑制とあいまって影響を与えていることが要因としてある。	
		×	*	*	*