

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)	◎	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス感染症に収束感がみられる。商店街ではマスク着用者が少数派になり、人の流れが活発になっている。
	○	商店街（代表者）	・中国からの団体旅行が解禁されたため、景気はやや良くなるとみている。
	○	百貨店（企画担当）	・全国的な猛暑により紫外線対策アイテムが好調に推移し、旅行・イベント関連の需要も継続していることから、引き続き外出需要は継続するとみている。
	○	百貨店（催事担当）	・衣料品、化粧品など一部売場でリニューアルを計画しており、売上向上につながるものとみている。
	○	スーパー（企画担当）	・食品小売業に関しては商品の単価が上がっている。客の買い控えで苦しんでいたが、ここに来て販売点数は前年並みになっている。この先、販売点数は変わらなくても商品単価が上がる分、売上は増えるため、景気は上向きになるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・各種商品の値上げにもかかわらず、客単価や買上点数は落ち込むことなく推移している。これからは暑さが和らぐとともに人の動きも良くなるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・来客数の増加は当面続くとみており、販売量も堅調に推移すると予想している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・好天が予測されているため、景気はやや良くなるとみている。
	○	衣料品専門店（店長）	・成人式や入社式といった重要な催物は復活しているため、同窓会や人が集まる催物が更に復活すると、需要の底上げになるとみている。
	○	衣料品専門店（店長）	・コロナ禍が明け、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需要が緩やかに回復している。今後更に需要が増えるかとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発表に伴い現行モデルを完売するよう活動をするため、売上は一気に上がる見込みである。ガソリン価格の高騰が続くと低燃費車両の動きもあるとみている。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・暑さが収まればまた物は動き出す。しかし、いろいろなところに暑さの影響が出ており、衣替えの時期が変わるとみている。気温にここまで左右されるならば、今後は対策を講じなければならない。
	○	高級レストラン（支配人）	・首都圏からの客やインバウンドが徐々に増えている。
	○	高級レストラン（支配人）	・国際線の定期便再開により外国人団体観光客の増加を見込んでおり、機会損失がないよう受入れのためのインフラを整備中である。
	○	一般レストラン（経営者）	・結婚式やパーティーなどの需要が増えている。2～3か月後の団体予約が増えているため、今よりも多少は良くなるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・秋になれば食べ物もおいしくなり、暑さが和らいで客も外に出てきやすくなるため、少し良くなるとみている。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・年末年始や冬のインバウンド効果が見込める。また、設備投資を行った施設が12月頃に完成するため、そちらでも集客を図る予定である。
	○	旅行代理店（従業員）	・販売が好調な状況は続くとみている。東北管内においてもオーバーツーリズムに対する懸念・不安がある。
	○	旅行代理店（従業員）	・秋の旅行シーズンになることに加え、イベントやインバウンドの復活により、人の動きが更に活発になるとみている。
	○	通信会社（営業担当）	・上場企業の業績が良く、公務員の給与や最低賃金の引上げもあり、投資家の投資が活発になるとみている。中小企業は低迷するが、全体的には景況感は良くなるとみている。
○	通信会社（社会貢献担当）	・来月以降、新機種発売が予定されているため、需要は増えると予測している。しかし、端末価格が高騰しているため購入が控えられ、予測以下になる可能性もある。	
○	観光名所（職員）	・コロナ禍で外出を我慢していた反動もあってか、平日の客も増えている。この状況が続く、来客数が増加することを期待している。	
○	競艇場（職員）	・秋は来場促進イベントを多く開催するため、多少なりとも売上アップの効果はあるとみている。	

<input type="radio"/>	美容室（経営者）	・客との会話から、購買意欲が高まっていることがうかがえる。
<input type="radio"/>	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・インフレの傾向もあるが、仕入額、販売額、人件費のいずれも上昇しているため、今後もうまく循環していくとみている。
<input type="radio"/>	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、気温上昇が続く間はエアコンの問合せが増える」とみている。リフォームは、断熱効果を伴う工事が増える」とみている。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・今月は夏祭りや帰省で景気は上向いたが、ウィズコロナの浸透により、秋にかけても景気は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・イベントは通常開催されるようになっているが、当商店街が潤うまで至っていない。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・この先の動向が全く見通せない。まだ低迷は続く」とみている。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・今年に入ってからいろいろな物の価格が上がっており、客も段々と価格上昇に慣れ始めている分、購入数量を減らすなどしている。今後も価格の上昇傾向は変わらず、景気も変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（経営者）	・秋商戦に向けて様々な消費喚起策を打つため、現在の販売量は維持できるとみている。しかし、エネルギー価格を始め、物価の上昇はまだ続いており、今後季節の変わり目に、多くの消費者が一時的に財布のひもを締める恐れもある。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	・購買意欲は回復しており、新作も好調に動くなどシーズン物の先買いも顕著になっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・9月は円安・原油高が続き、輸入品の価格上昇も続く」とみている。また、肥料・飼料価格が高騰するなか、異常気象による台風や豪雨、猛暑、水不足といった被害があり、農畜産物への影響は避けられない。物流費や人件費も増加しており、物品の単価上昇は生鮮品を含め、まだ続く」とみている。原発処理水の海洋放出による水産物の買い控えや風評被害、観光への影響が少ないことを願っている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・来月も多数の商品の値上げがある。今は販売数が多少減っても売上は維持できている。この状況は今後も続く」とみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・集客はできているものの、値上げが続く状況は変わらず、買上点数は減っている。集客のプラスと買上点数のマイナスで、若干のプラスになるとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・生鮮食品の売上は回復していないが、一般食品は特売の頻度や強化で前年比105%まで回復している。しかし、客の購買意欲を高めることは難しく、景気は変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・気温が高い状況が続き、飲物やアイス類、氷類が売れて、売上の何とかが維持できるのではないかとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・来客数が増えないため、変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・現在の売上は猛暑によるものとも考えられるため、秋以降が読みきれない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・今のところ悪くなる要因は見当たらない。しかし、価格を気にする人と気にせず買物をする人に分かれている状況は続く」とみている。ただし、ガソリン代や電気代の補助金に関する政府の方針によっては変わる可能性がある。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・異常気象による災害に対応できる体制作りや、商品手配がスムーズに行えるようにするため、常日頃から取引先と連絡を密にしている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・ガソリンや灯油などの価格上昇が影響してくるとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・残暑が続き秋物衣料に影響が出ると予測している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・光熱費、ガソリン価格、その他食料品等の値上げが続いているなか、賃上げしているのはごく一部の企業であり、景気回復にはまだ時間が掛かるとみている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・観光需要は伸びているが、家電製品については節約意識が高まっている。猛暑で季節商材が好調であった反動で冬商戦は厳しくなるとみている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・新製品の発売が多くなるため、店頭表示価格が全体的に高くなるようになる。また、省エネ家電買換えに対する地域の補助金も終了するため、故障による買換え需要が中心となる。消費動向に大きな変化はないとみている。

□	乗用車販売店（従業員）	・配車量に比べて受注量が減ってきているため、秋口以降の収益確保に影響が出るとみている。
□	乗用車販売店（従業員）	・納期遅れの解消が見込めないため変わらない。
□	乗用車販売店（店長）	・中古車実績、サービス実績共に上昇基調のため、今後も業績は十分確保できるとみている。
□	自動車備品販売店（経営者）	・ガソリン価格の高騰は人の移動に影響を与えるとみている。
□	住関連専門店（経営者）	・受注生産であり、2～3か月後の販売量も変わらない。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・回復基調ではあるが今後更なる値上げも予想され、その影響も不安材料としてある。一般消費者の出費抑制等のマイナス要素を加味すると予断を許さない状況が続くとみている。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・残暑が続く産業用重油の販売も落ち込んでいる。販売量が増加するにはしばらく時間が掛かるとみている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・外国人観光客次第だが、期待するほどではないとみている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・この夏は客の動きが良かったが、物価高の影響もあり秋の予約数は鈍化している。
□	観光型旅館（経営者）	・行楽シーズンに入るものの、物価上昇の影響もあり、来客数は例年並みとみている。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・インバウンド需要は伸びるが、国内需要は物価高が続くため、全体的には横ばいになるとみている。
□	旅行代理店（従業員）	・先行予約状況も大きな伸びには至っていないため、現状とほぼ変わらない状況が続くとみている。
□	通信会社（営業担当）	・当面は販売量に変化がない状況が続くとみている。
□	通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料に乏しい。
□	テーマパーク（職員）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症になったことにより、行動範囲は広がり、来客数や購入率等が上がるとみている。
□	遊園地（経営者）	・ガソリン価格や電気代を含む物価の上昇が家計に響き、景気の好転は難しいとみている。
□	美容室（経営者）	・大きな変化はないとみている。しかし、国の物価対策の内容によっては、良くなる可能性は多少ある。
□	美容室（経営者）	・固定客の人数が大体決まっているため、景気は変わらない。
□	設計事務所（経営者）	・官公庁の発注は一段落している。民間は物価高と働き方改革による工事期間の長期化により動きが鈍い。
□	住宅販売会社（経営者）	・新築を受注しても客単価が低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）	・天候や気温により変動はあるが、来場組数が少ない状況は変わらないとみている。
▲	商店街（代表者）	・猛暑が収まれば多少の動きはあるかもしれないが、現在の予約状況などからは余り期待できない。変わらないかやや悪くなるとみている。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ガソリン代、電気代などを中心に値上がり著しい。国の補助金が入ることになっているが、何もかも値上げで消費意欲が減退している。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気に余り左右される業種ではないが、ガソリン価格など物価が日々高騰しているため、なかなか買物につながらないのではないかとみている。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・10月から酒税法改正による価格改定が予定されており、それがどこまで消費マインドに影響をもたらすのか心配している。値上がりする商品に関しては、大手スーパーなどが価格据置きともなれば、個人経営の小売店との価格差が更に広がることになる。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・我が国の景気は輸出企業の業績に左右される。世界的な景気後退が懸念されるなか、内需に影響する可能性がある。
▲	スーパー（店長）	・高温による不作で青果物の価格が上昇することや、ガソリン代の高騰により、食費への支出はシビアになるとみている。
▲	スーパー（店長）	・物価が上がっており、消費が冷え込むことが予想される。
▲	スーパー（総務担当）	・燃料費高騰などが家計を圧迫し、食費にしわ寄せが来ているため、来客は特売日に偏り、買上点数は減少している。景気はやや悪くなるとみている。

	▲	スーパー（商品担当）	・ガソリン価格、電気代の値上がりなどで生活コストが増加するため、食費の節約志向により買上点数が減少するとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・10月実施の最低賃金引上げで人件費が上がり、ますます経営が厳しくなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・秋になり気温が下がれば売上の伸びは収まる。しかし、公共料金など経費が下がることはないため、利益は減少するとみている。
	▲	コンビニ（店長）	・物価の上昇により客が量販店に流れている。
	▲	衣料品専門店（店長）	・電気料金やガソリン代等の高騰を考えると、買い控えが予想される。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・物価が上がっており、貧富の差はますます広がっていくとみている。
	▲	その他専門店〔靴〕（従業員）	・物価や光熱費の上昇で、景気回復には時間が掛かるとみている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・政府による補助金延長がどうなるかによるが、ガソリン販売価格が異常なほど高くなっているため、観光需要が落ち着くと同時に販売数量は減少するとみている。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・近隣に大型のスーパーマーケットが出店し、大きな影響を受けている。パーティーメニューやファミリーパックなどの大容量、低価格を特徴としており、当方の専門店ブランド力の再構築と価格競争の対応を強いられている。
	▲	高級レストラン（経営者）	・物価の上昇に見合うだけ賃金が上がるとは思えない。特に零細企業は収益が圧迫されれば賃金も払えなくなる。よって、良くはならない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・物価の上昇に伴い、客の財布のひもが固くなりつつある。景気は緩やかに悪化するとみている。
	▲	タクシー運転手	・2～3か月後は今月と比べて大きな行事が少ないため、乗客数は減少するとみている。
	▲	通信会社（経営者）	・有料テレビサービスの加入者は、若者を中心にテレビ離れが進んでおり微減状態にある。通信サービスは大手携帯キャリアの通信料の低価格競争がますます盛んになるため、固定回線サービス事業者は苦戦が続くことが予想される。しばらく厳しい状態が続くとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・政府の物価対策に期待が持たず、物価の上昇は続くとみている。
	×	スーパー（経営者）	・補助金延長の報道はあるが、ガソリン価格や電気代、食料品の値上げは続いていく。年金生活者を中心に値上げに対応できない人が数多く存在する。
	×	コンビニ（経営者）	・最低時給が上がったら経営は非常に困難になる。固定費ばかりが増えて赤字になる。ただでさえ厳しい冬は正直越せない。やめるオーナーも更に増える可能性がある。24時間営業ももはや限界である。
	×	乗用車販売店（従業員）	・今月は大雨の影響で特需的に販売が増えているが、来月以降は通常に戻るとみている。
	×	その他専門店〔食品〕（経営者）	・ガソリン価格の高騰や冬に向けて燃料費の負担が増すことで、財布のひもが固くなり、嗜好品需要はますます減少するとみている。
	×	一般レストラン（経営者）	・当エリアの外食産業は、法事や祝い事などの家庭の行事や、法人、団体、組合のイベントの需要が見込める。しかし、今後も消費活動は家庭に必要なものが優先されるため、景気の低迷が長引くとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—
	○	食料品製造業（製造担当）	・人流が活発化すると土産品、飲食店の荷動きが良くなり、売上の増加が見込める。しっかりと収益が得られる利益構造にすることが重要になる。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・選挙関係、学校関連の印刷物が見込める。また、ポストイット需要が増えている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・見積件数が増えてきているため、順調に受注できれば忙しくなるとみている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・設備案件の動きが良くなる見込みがある。それに伴い受注、生産の増加も見込めるため、全体の動きが活発になるとみている。
	○	建設業（従業員）	・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）	・10月から下期に入る企業が多く、通年の売上利益などの見通しが立ったため、来年度に向けて設備投資を検討する企業が増えている。
○	司法書士	・多くの業種で人手不足の声を聞く。短期的には景気が良くなるとみている。
○	公認会計士	・小売、サービス、飲食業は今後も少しずつ業績が回復するとみている。製造業、建設業の部品、人手不足は厳しい状況であるが、部品不足等が緩和されれば、全体としては景気がやや良くなるとみている。
○	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・観光シーズンに向けて、人流は引き続き回復するとみている。
□	食料品製造業（経営者）	・売上はまだ新型コロナウイルス感染症発生前までは回復していないが、人の動きが活発化しているため良くなるとみている。ただし、電気代や資材価格の高騰で収益面は厳しい。
□	食料品製造業（営業担当）	・販売量は前年と大きく変わらないが、売上や利益面で値上げ効果の恩恵が続くと見込んでいる。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・業種柄、ペーパーレス化の波に飲みこまれ、先行き打開策があっても事業の転換に踏み切れない。地方では、少子高齢化の更なるスピードアップや地方で働く若者がいなくなったことにより、新規求人も苦戦続きである。この状況は変わらないとみている。
□	金属製品製造業（経営者）	・受注予測は悪くないが、良いニュースもない。新規顧客の開拓が必要である。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・客先の設備投資状況から、半導体の回復は年内は見込めない。
□	電気機械器具製造業（企画担当）	・顧客の新規投資意欲に大きな変化がないため、変わらないとみている。
□	建設業（従業員）	・受注工事を粛々と進めていくことに変わらない。入社する社員がいる一方、退職する社員もいるため、人材確保は引き続き課題となる。
□	建設業（従業員）	・生産能力が向上することは考えにくいと、現状の景気が続くものとみている。一方で、2024年度からの残業規制の建設業適用を見据え、選別受注を余儀なくされつつある。
□	通信業（営業担当）	・顧客の反応は良くなっているが、実績として表れるまでは楽観できない状況である。
□	金融業（広報担当）	・農業では収穫出荷の時期を迎えるため、地元経済の盛り上がりも相応に見込まれる。
□	広告業協会（役員）	・今後もガソリンや電気などのエネルギー価格を始めとした物価の高止まりが続くとみられ、企業の販売促進費の削減が予想される。広告業界の業績復活には時間が掛かりそうである。
□	経営コンサルタント	・企業における人材確保・各種コスト圧力に対する対応の厳しさが増すと予想している。
□	コピーサービス業（従業員）	・通常のペースで設備更新需要があるため変わらない。
□	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経理担当）	・値上げが続いているため、景気は変わらないとみている。
□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・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する状況は変わらないとみている。
□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・見積案件や受注予測からは良くなる材料が見つからない。ただし、企業により若干の温度差が見受けられる。
▲	農林水産業（従業者）	・燃料の価格高騰や天候不順により、コスト増加と収益減少が予想される。
▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先の修繕費用抑制の動きは続くとみている。
▲	輸送業（経営者）	・製造業の主要取引先は生産減が続いており、今後も期待できない。また、建設工事関連は先送り状態が続いている。輸出関連の取引先においては、相手国は中国が多く、中国自体の景気が落ち込んでいるなか、さらに原発の処理水問題で水産物が輸入禁止となっている。他の品目に影響が及ばないことを願っている。
▲	広告代理店（経営者）	・原料の価格高騰や円安などが消費意欲を下げている。景気はやや悪くなるとみている。

	×	農林水産業（従業者）	・原発の処理水放出の直接的な影響はないが、ニュースでいたずら電話や風評被害のことが伝えられていることから、国内消費、海外消費共に県産品の消費動向が鈍くなることを懸念している。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・官需、民需共に受注が減少しており、厳しい状況が続く。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・中途採用、新卒採用の活動を同時に行う企業が増えている。求人意欲は引き続きあるとみている。
	○	人材派遣会社（社員）	・求人数は顕著に増加しており、この動きは当面変わらないとみている。
	○	職業安定所（職員）	・物価高が落ち着き、賃上げや政府の経済対策があれば、消費も上向き、景気が良くなるとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・企業から増産などの話があり、動きがあるとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・コロナ禍からの回復でサービス業中心に回復基調にある。しかし、中国経済が高いリスクを抱えており、それによる製造業の停滞など、景況感に対して楽観できる状態ではない。また、物価上昇と所得のギャップ拡大も懸念している。
	□	人材派遣会社（社員）	・採用者数に影響する登録者数は多少増加傾向にある。しかし、在宅勤務や時短勤務等、求職者の希望条件と求人条件にかい離がある。景気が上向く方向にない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・冬が近づくため、季節的に地方経済が良くなることはないとみている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価高が広告の動きに影響を与える状況は続くとみている。短期的に回復は期待できない。
	□	職業安定所（職員）	・卸売小売業の求人数が回復傾向にある状況は変わらないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・人流回復に伴い、温泉地の宿泊施設の求人数が特に活発である。一方で、物価や人件費が上昇しており零細企業の経営がひっ迫する可能性も否定できない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数が求職者数を上回っている状態が続いているが、前月に続き、全ての業種で夏場の電力費高騰が収益を圧迫していることと物価上昇が継続していることが、個人消費の回復に影響を及ぼしている。
	□	学校〔専門学校〕	・人材不足により必要な人材を確保することが難しい状況が続く。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	・物価が上がり続けることを懸念している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・電気やガソリンなどのエネルギー価格や物価の上昇により、支出を控える傾向が顕著になっており、当分この傾向は続くとみている。インバウンドによるプラスの影響は少ない。
	▲	職業安定所（職員）	・原発処理水の海洋放出に係る風評被害が懸念される。
	×	*	*