

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)	◎	衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・予想外に暑い日が続いたためサマーフォーマル、半袖シャツ、サマースーツ等の夏物ニーズがあり、9月に入っても売上が好調に推移している。
	◎	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・今月も大雨で水没した車があり、代替する車が何台かあったため、良くなっている。
	◎	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	販売量の動き	・秋に入っても好調が続いている。販売価格の値上げができていたため、仕入価格や人件費の上昇をカバーできている。
	○	商店街 (代表者)	来客数の動き	・秋祭りが4年ぶりに通常開催となり、山車、みこしが繰り出され、街中が活気であふれ人出が多くなっている。
	○	一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・今年は残暑が厳しかったこともあり、今月に入っても飲食店への販売量、特に生ビールが好調である。また、祭りやイベント等も規制がない状態での開催となり、県内外から多くの人が訪れ、にぎわいをみせている。
	○	スーパー (店長)	販売量の動き	・買上点数が減少しているが1品単価が上がっており、客単価が前年を超えている。消費は若干良くなっている。
	○	スーパー (店長)	単価の動き	・高価格の商品や大入り商品が売れており、客単価が上がっている。
	○	スーパー (店長)	販売量の動き	・来客数の増加や値上げによる単価上昇により、売上は上向いている。
	○	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・相変わらず人の動きは良い。近隣のホテルの宿泊客が週末に来店しており、販売も順調に推移している。
	○	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・今月に限ったことだが、大きい祭りが開催されたことで利益を出すことができています。
	○	コンビニ (エリア担当)	販売量の動き	・高温の影響で売上は上がっていたが、気温が落ち着くとともに売上は伸び悩んでいる。
	○	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・作業服等の売上が順調で特に暑さ対策の空調服がよく売れている。また、観光客が来るようになり土産品が売れている。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・夏のイベントも通常どおり開催され、飲食店にも客足が少し戻っているとの話を聞く。当社でも来客数が増加傾向にあり、販売量も前年比130%で推移している。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・配車量が増え、収益が上がっている。
	○	乗用車販売店 (店長)	販売量の動き	・来客数、新車受注数共に前年超えの状態が続いている。また、県内法人からの商談件数が増えている。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数はコロナ禍の頃よりはかなり多くなっているが、日によって差があり、新型コロナウイルス感染症発生前のようには安定していない。大人数の予約が若干増えている。
	○	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・当県の全国旅行支援が今月末まで延長になったことから、来客数が多くなっている。
	○	観光型旅館 (経営者)	来客数の動き	・閑散期であるが、売上は例年と比べて微増である。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の2019年と同レベルであり、売上も予算を達成している。
	○	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・販売量は前年と同等であるが、人の動きが活発になり問合せも多くなっている。
	○	通信会社 (社会貢献担当)	販売量の動き	・9月は新機種の発売があり、来客数及び販売数の増加がみられる。
○	美容室 (経営者)	来客数の動き	・客の再来店率が前年比97%で、僅かながら回復の兆しがみえてきている。	
○	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	販売量の動き	・住宅設備機器は残暑が続くエアコン工事が伸びている。リフォームは補助金制度の対象となっている断熱工事が特に増えている。	
□	商店街 (代表者)	販売量の動き	・街の中心部の人出は増えているが、売上に反映されていない。	
□	一般小売店 [医薬品] (経営者)	販売量の動き	・多少の上がり下がりはあるものの、良い方向に向かっている状況に変わりはない。	

<input type="checkbox"/>	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・相変わらず商品の動きが鈍い。
<input type="checkbox"/>	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・秋物の商材は、猛暑が続く購買につながらなかった。月末によりやく気温が下がり、薄手のものから稼働し始めている。
<input type="checkbox"/>	百貨店（催事担当）	販売量の動き	・時計、宝飾品といった高額品の売上が伸びたものの、残暑の影響で秋物衣料の立ち上がりが苦戦したほか、食料品も値上げの影響等で伸び悩んでいる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	単価の動き	・9月の1品単価は前年比で伸びがやや落ち着き6%台になっている。買上点数は前年より5%強落ち込んでいる。来客数は前年並みで、売上は前月に続き前年をクリアしている。しかし、原価上昇分を販売価格に転嫁したことや厳しい暑さが続いたことにより来客数が伸びず、依然として消費環境は厳しい状況が続いている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	お客様の様子	・来客数は回復傾向にある。しかし、客は販売促進の強化時や割引品の購入などに集中している。値上げに対する意識が非常に高く、生活防衛意識は高いままである。単価が高いため売上は上がっているが利益率は低下している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	来客数の動き	・来客数の前年割れに変化はなく前年比96.3%である。買上点数も前年を割っている。いろいろなものが値上がりしているため、客は購買に慎重になっている。
<input type="checkbox"/>	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が回復傾向にあるが、全体的には変わらない。
<input type="checkbox"/>	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。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・記録的な猛暑により、売上は前年と比べて大きく改善している。しかし、公共料金の値上げが続き、配送に係る燃料費も非常に高くなっているため、利益は前年と大きくは変わっていない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は外国人が来店しているため大分改善しているが、客単価が下がっている。特にたばこは単価の低い商品への切替えがみられ、夏辺りから売上が前年を割る状況になっている。客は少しでも価格の安い物を探して買物をしている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ビジネス関連商品の衣替え需要が高まっていない。また、ふだん着需要においても単価が稼げる商品の動きが鈍くなっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・今月はブライダル需要が回復し売上が伸長しているが、ビジネス需要が猛暑により低迷しているため、トータルでは前年並みとなっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・客単価は若干上昇しているが買上点数が落ちている。また、暑い日が続いており秋物新商品の動きが悪い。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・猛暑のお陰でエアコンなど季節商材が売れており、前年比200%以上となっている。しかし、テレビ等は前年比70%程度である。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	来客数の動き	・前々月と前月は暑さの影響で季節商材を中心に売上や来客数はある程度好調に推移したが、今月は気温も落ち着いたため来客数、売上共に減少している。景気は3か月前と変わらない。
<input type="checkbox"/>	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	・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、ガソリン代や電気料金、食料品は値上がりする一方で賃金は上がらない。生活を優先するため、家を購入してもインテリアに掛ける予算は抑えられている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・直近3か月のなかでは動きが1番悪い。地方のお盆や夏の行事が一段落したことに加え、今年は米の収穫が早まって繁忙期が半月早いことも要因とみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	販売量の動き	・前年と比べればよいが、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が固くなっている。

□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・猛暑の影響もあり7～8月の来客数は極端に少なかったが、今月は6月と同じくらいまで戻っている。しかし、全体的には低調であり、来客数は伸びていない。
□	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・来客数はやや苦戦している。秋の行楽シーズンに期待したい。
□	観光型旅館(スタッフ)	単価の動き	・単価の低いプランに売上が集中しており、客単価が下がっている。来客数が多くても単価が低いため売上が上がらない。
□	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・個人旅行と団体旅行の先行予約状況も含め、国内、海外共に3か月前とほぼ同水準で推移している。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・イベントの開催があり、夏祭りがあった前月と同じくらいの人出がある。
□	通信会社(経営者)	お客様の様子	・猛暑が続き、外出を控えて自宅でテレビをみる人が多かったためか、放送サービスの加入者数が増加している。一方、通信サービスは、競合他社の低価格戦略が浸透したため加入者の奪い合いが続いており、新規加入者数の伸びにブレーキが掛かっている。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・物価や燃料価格が高騰し、客が購入先を選んで経費削減に努めている状況は変わっていない。
□	通信会社(営業担当)	単価の動き	・物価の上昇は続いているが、その影響はみられない。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・顧客の設備投資意欲に変化がみられない。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・継続的な物価高や円安に伴う設備投資控えが続いている。
□	観光名所(職員)	来客数の動き	・上旬は振りの客が前年比120%と増加したが、下旬は前年を割っており、来客数はほぼ前年並みに落ち着いている。
□	競艇場(職員)	来客数の動き	・ほとんどが常連客である。たまに新規の若者が来場しても長居することはなく、その後も来場することはない。
□	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・官公庁案件においては発注物件数の減少や、働き方改革に伴う業務時間の制限等への懸念が業者間で話題となっている。民間案件は建設費の高止まりの捉え方によって客先の判断基準が異なり、それに左右される。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・戸建て住宅は、建築費の高い注文建築より低価格の企画住宅の受注が増えている。
□	その他住宅[住宅展示場運営会社] (従業員)	来客数の動き	・来場組数は前年同月比で大きな変化はない。
▲	一般小売店[医薬品] (経営者)	単価の動き	・あらゆる商品が値上がりしたにもかかわらず、客単価が前年より10%減少している。これは、必要なものしか買わない、ついで買いはしないという客の購買状況を表しているとみている。
▲	一般小売店[医薬品] (経営者)	販売量の動き	・過去にも経験がないくらい、極端に売上が悪い日が続いている。台風の影響とみていたが、天候が回復しても状況は変わらない。
▲	一般小売店[雑貨] (経営者)	販売量の動き	・9月に入っても真夏日が続き、中旬までは夏物衣料の残りしか売れなかった。下旬からは冬物衣料に並べ変えたため、秋物衣料の販売ができなかった分、売上の落ち込みにつながっている。
▲	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・厳しい暑さが収まりつつあるなかで、顧客の関心は秋冬物に移行している。ただし、重衣料が苦戦し、売上も前年割れが続いている。
▲	百貨店(経営者)	販売量の動き	・残暑により秋の季節商材の動きは厳しく、全体にも大きなマイナスの影響が出ている。また、売上をけん引してきた高額商品の動きが1年を回り鈍くなっているが、その分を好調なインバウンドでカバーしている。
▲	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・近隣の建設関係の仕事がかなり減っており、その分、来客数が減っている。また、農家においては記録的な猛暑が続き作物の生育に影響していることから、財布のひもが固くなっている。

	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少しており、売上が前年比で厳しい数値になっている。向かいに開店したドラッグストアの影響もあるが、新型コロナウイルスの新規感染者数の増加も一因とみている。
	▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、販売量共に微減となっている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・初夏からの高温で来客数の増加が続いたが、今月はやや悪くなっている。
	▲	コンビニ（店長）	来客数の動き	・例年、お盆、夏休み後の9月は売上が下がるが、今年は目的買いでの来店が多くなっており、ついで買いや衝動買いが激減している。たばこのついでにコーヒーも購入するとか、喉が乾いたからお茶を購入するというような動きが見られない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・猛暑の影響か例年より秋物ニーズを感じない。
	▲	その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・暑さが長引いた影響もあるが秋冬物の動きが良くない。また、10月から値上げがあるが、駆け込み需要は期待したほどではない。
	▲	その他専門店 〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・販売価格が急激に上がり、販売量は減少している。
	▲	その他小売 〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・6月は2019年比で売上94%、来客数89%、客単価106%であった。今月は同じく2019年比で売上91%、来客数79%、客単価116%となっており、3か月前を大きく下回る状況である。
	▲	高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・今夏のにぎわいが9月に入りやや鈍化しており、レストランの来客数に顕著に表れている。また、ホテルの宿泊客はいるものの朝食の喫食率が低下している。
	▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高の影響で客の動向が悪くなっている。
	▲	遊園地（経営者）	来客数の動き	・中旬まで暑さが残り、来客数は低調に推移した。下旬も勢いがなく、3連休が2度あった前年と比べて2割減少の見込みである。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・9月もかなり暑かったため、客足が遠のいている。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・10月は4600品目超の値上げが控えており、お彼岸後は財布のひもが固くなっている。
	×	衣料品専門店（経営者）	それ以外	・周辺の道路整備で通行が不便になり客が来店しにくくなっていることに加え、9月にしては暑い日が続き秋物に気持ち向きにくくなっており、悪い要因が重なっている。
	×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・週に1度くらいはそこそこ入るが、コロナ禍に戻ったのではないかというくらいほとんど客が来ない状況が続いている。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・芋煮会シーズンに入り野外で楽しむ人が多く、飲食店需要は皆無となっており、繁華街は人の流れが良くない。昼時は人の流れはあるものの、単価が安いので利益は出づらい。さらに、物価高騰により家計負担が増加しており、飲食店まで消費が回らない。
企業 動向 関連	◎	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・道の駅などでの販売価格が上がっており、販売量も上向きである。果物が豊富な時期であるため、果物目的の客も増えている。
(東北)	○	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・イベントによる集客、団体ツアー、インバウンド等により、飲食店はお盆帰省後にもぎわっている。実店舗へ足を運んでの購買に移行しているため、通販は減っている。スタッフの確保と育成が急務であり、経費対策も見直しが必要となっている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・選挙関連の印刷がある。また、広告が増えている。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注は相応にあり良好である。物価上昇の影響もない。
	○	建設業（従業員）	取引先の様子	・取引先からの増築・改築計画の相談件数が増えている。

	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行以来、県内の観光宿泊業を主体に個人消費及びインバウンドが上向きに推移している。8月の夏祭り以降もその流れに変化はない。また、地元消費も堅調に推移している。
	○	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経理担当）	受注量や販売量の動き	・9月も気温の高い日が続いているため飲料の動きが良く、前年をやや上回っている。
	□	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年と比べるとイベントの開催が少ないため、週末の土産需要が減少しており、売上は前年割れしている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・地方経済においても、業界・業種によって動きのある・なしで2極化している。インバウンド関連業種は回復しており、関連受注も回復している。しかし、学校関連は、新型コロナウイルス感染症、インフルエンザの感染拡大による学級閉鎖などから行事自粛の傾向にあり、完全回復には至っていない。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・客先によって景気に差はあるが、たまたま良い客と取引ができているためか、全体で見ると販売量は横ばいである。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前より見積件数が増えている。受注量も増えつつあるが、他社との競合や物価高の影響で利益率は厳しい状況が続いている。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・半導体関連の顧客からの受注量に回復がみられない。また、中国市場向けも政治リスクの関係で回復していない。
	□	輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・原子力発電所の処理水放出により香港政府が水産物の輸入を禁止したことで、主力取扱商品である当県海産物の輸出が停止し、売上が減少している。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・顧客の反応は鈍く、思うような成果があげられない状況である。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・アフターコロナになり右肩上がりで広告出稿が増えると期待していた。しかし、広告費を削減した状態で様子見している企業も多く、広告業界全体の業績は横ばいの状態である。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・全体的に消費意欲は高まっているが、サービス提供側の人手不足により、十分な対応が難しくなっている。
	□	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、飲食関係は業績が回復しつつある。製造業は部品不足の影響があり、売上が伸びない。建設関係は好調を維持している。全体としての景気はやや良いと判断している。
	□	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・積極的な設備投資が増えてこない。また、値引き要請も継続している。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・当地の宿泊施設においては、依然来客数の伸びがみられない。
	▲	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・猛暑の影響で米の品質が低下し、買取価格が低下している。
	▲	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が若干ながら前年を上回る状況が続いていたが、ここ2～3か月は前年割れしている。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注量が減少している。先々の引き合い案件も減少している。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・主だった受注契約がない。
	▲	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取扱い貨物の荷動きが依然鈍く、売上は前年比で落ち込んだ状況が続いている。
	×	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み、厳しい状況である。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は全体としては増加傾向にある。一部中国に進出している会社の業績が米中対立により悪化しているものの、総じて採用活動は活況を呈している。

□	人材派遣会社 (経営者)	周辺企業の様子	・企業の中途採用は依然継続している。転職者側からすると、求人の数が増え業種や職種もバラエティーに富んでいるため、転職しやすい状況となっている。人材流出が多くなっており、企業からは人材を定着させるための施策の相談が増えている。
□	新聞社 [求人広告] (経営者)	周辺企業の様子	・光熱費のアップ、最低賃金の引上げなど、不安材料がある。
□	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・イベントの開催で街に人が戻り活気はあるが、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	・新型コロナウイルス感染症の影響が小さくなったため、ほとんどの業種で採用意欲が高くなっている。また、人員が充足できないことから、従業員の離職を避けるための処遇改善の動きも継続している。
□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・夏祭りやイベントの通常開催や観光客、帰省客の増加で、宿泊業・飲食サービス業、卸売業・小売業の求人数が増加している。一方、原材料やエネルギーの価格高騰の影響で建設業の求人数が減少している。製造業は食料品製造の求人数が堅調であるものの、電子部品、金属製品製造で減少している。
□	民間職業紹介機関 (職員)	周辺企業の様子	・取引先企業からの人手不足等の相談が続いている。
□	学校 [専門学校]	採用者数の動き	・引き続き専門学校への求人の問合せはあるが、だからといって景気が回復しているとは判断できない。企業側では希望する人材が確保できないという厳しい状況が続いている。
▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・3か月前と比較して若干、前年比の求人数が悪化傾向にある。
▲	アウトソーシング企業 (経営者)	それ以外	・一般の会議開催に伴う業務の依頼が減っている。
▲	新聞社 [求人広告] (経営者)	それ以外	・新聞広告を始めとするマス広告の低迷が続いており、改善するどころか悪化している。物価高騰による企業の慎重姿勢、消費者の購買力の弱まりが大きく影響している。
▲	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・8月の新規求人数は、前年比33.2%減少、前月比11.6%減少となっている。なかでも、季節要因から好調であった飲食・宿泊業等も前年比84.9%となっており減少傾向にある。
▲	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・物価高騰の影響と原子力発電所の処理水放出による中国の輸入停止などの影響が大きいとみている。
×	—	—	—