

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)	◎	都市型ホテル (スタッフ)	単価の動き	・学会が多く開催されており、外国人客の利用も多くなっている。
	○	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	単価の動き	・今月は化粧品の動きが良い。ヘルスケア商品も抗原検査キットは少し下火になっているものの通常の商品がよく動いており、客単価が良くなっている。
	○	一般小売店〔寝具〕 (経営者)	販売量の動き	・10月に入り、ようやく商品が動き出している。
	○	一般小売店〔雑貨〕 (経営者)	販売量の動き	・朝晩の冷えこみが例年以上であり、冬物衣料の出だしが早まっている。また、物価上昇対策として、当市の地域通貨を全市民に配付したことも販売量上積みの一因になっている。
	○	スーパー (経営者)	単価の動き	・価格改定品目が増えたこともあり、平均1品単価は前年比108%強まで上昇している。買上点数と来客数はほぼ前年並みのため、売上は前年よりもやや伸びている。価格転嫁で売上を稼いだ形である。
	○	スーパー (店長)	販売量の動き	・買上点数は下がっているが、1品単価の上昇で客単価が前年を超えている。売上は前年を超えており、景気はやや良い状況にある。
	○	コンビニ (経営者)	来客数の動き	・近隣ホテル利用客の夜間における来店が増加している。外国人旅行者の来店も増えている。土日の来客数も増加傾向にあり、全体を押し上げている。
	○	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・住宅地等、立地によっては来客数の伸長がみられる。
	○	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・法人関係では防寒着の売上が好調である。特に洋上風力発電関連の企業や警備会社、工事関連が順調である。しかし、仕入価格の上昇が続いており、利益が減少している。
	○	家電量販店 (従業員)	単価の動き	・観光需要の増加が景気全体を押し上げている印象を受ける。家電製品も単価が上がっており、売上は前年並みである。客も物価が上がっていることを諦めている。買換え需要は底堅い。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・安定的に配車量が増えており、収益が上がっている。
	○	乗用車販売店 (店長)	来客数の動き	・中古車在庫が安定してきたため、販売台数及び収益が微増している。また、在庫展示が増えてきた影響で、来客数やWebでの問合せが大幅に増えている。
	○	観光型旅館 (スタッフ)	来客数の動き	・客は団体客を中心に多くなっているが、単価は低い。
	○	観光名所 (職員)	単価の動き	・国内の予約数と振り客の数は変わっていないが、インバウンドが復活し来客数が非常に増えており、客単価もアップしている。数か月先の予約も埋まっている。
	○	その他サービス 〔自動車整備業〕 (経営者)	販売量の動き	・来客数、単価、販売額共に、3年前の水準を超えて完全に回復している。
	□	商店街 (代表者)	来客数の動き	・商店街への来街者数はイベント等の開催により増加しているが、店舗の売上は物価高騰等により若干減少しており、景気は横ばいである。
	□	商店街 (代表者)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症も5類へ移行し、文化活動が活発になっているが、売上は増えていない。
□	一般小売店 〔酒〕 (経営者)	販売量の動き	・酒税法改正に伴う値上げによる大きな影響はない。道の駅など観光施設での販売量はインバウンドも含め良い状態が続いている。ただし、飲食店への販売量は、時期的なこともあり良くない。	
□	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	販売量の動き	・売上は前年比では悪いが3か月前比では変わらず、悪い水準で横ばいとなっている。売上が高額商品に偏っており、幅広い客層のなかの一定の客層を失っている。	
□	百貨店 (経営者)	販売量の動き	・気温の低下とともに雑貨・衣料品を中心に好調に推移している。食料品は生鮮食品などが値上げの影響を受けて販売量が減少している。一部高額商品は値上げがあり駆け込み需要が発生している。	

□	百貨店（売場担当）	お客様の様子	・気温が下がり秋らしい気候になったことで、ようやく秋物の動きが活発になっている。ただし、重衣料等先物買いは鈍い状況が続いている。
□	百貨店（催事担当）	お客様の様子	・県内各地で週末のイベントが復活して人出が分散したため、来客数に多少影響が出ている。しかし、高額品やファッション関連が引き続き好調で、売上は前年をキープし3か月前とほぼ同水準となっている。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・商品の値上げや野菜価格の高騰などにより1品単価が103%となっている。客単価は上がっているが、買上点数は98%と下がったままである。買物は必要最小限で、お買い得な商品に集中している。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・客の購入量は3か月前と変わっていない。
□	スーパー（店長）	競争相手の様子	・消費に関しては大きなプラス要因はなく、むしろ控える傾向にある。しかし、値上げのため単価が上がり、売上は若干のプラスになっている。
□	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・来客数は前年比97.5%と減少している。買上率も96.2%と購買も慎重になっている。
□	スーパー（商品担当）	単価の動き	・値上げの影響で商品の単価が上がり、結果的に販売数量は減少したものの、売上は増加している。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価共に減少している。価格の高騰が販売量の減少につながっているとみている。
□	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、来客数が増えていない。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・コロナ禍が明けて来客数が増加している。しかし、公共料金、食品、日用品の値上げにより買い控えが発生し、買上点数、客単価に影響が出ており、売上は伸びていない。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・ビジネス、出張、ふだん着の衣替え需要で高単価商品を購入する客が増えているが、来客数の絶対数が少ない状況である。
□	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・気温も低下し寒暖差も厳しくなってきたため、10月中旬より販売促進を仕掛けているが、来客数が伸びず前年比90%である。
□	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・売上と客単価は前年を若干超えているが、来客数と買上点数は前年比93%である。売上が前年を超えているのは、原材料等の高騰によりメーカーからの仕入単価が上がり連動して売価も上がっているためである。
□	家電量販店（従業員）	単価の動き	・展示商品が新製品に代わり、一部入替えのためのお買い得品が残っている状況である。新製品は単価が上がるがお買い得品は下がるため、商品単価は3か月前と変わっていない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の発表で受注が増えると予想していたが、受注件数が伸び悩んでいる。今後出る新型車も来年2月以降の入庫のため受注は期待できない状況である。
□	自動車備品販売店（経営者）	お客様の様子	・秋になっても寒くないためか、例年と違い冬の準備期間に入っていない。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・受注生産のため、受注後、納期をもらって製作している。受注が厳しい状況は変わっておらず販売量は減少している。
□	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	・客は打合せではいろいろと検討するものの、予算ありきのため注文時には内容が縮小されてしまう。
□	その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（経営者）	販売量の動き	・海外からの観光客がたくさん来ているが、当地ではその恩恵は少なく、良い材料といえるものがない。飲食店には客足が半分戻ってきているものの、制服に金が回るのはもう少し先である。
□	その他専門店 [食品]（経営者）	販売量の動き	・客は必要最低限のものしか購入しない。当地はインバウンド効果も限定的である。
□	その他専門店 [靴]（従業員）	販売量の動き	・プレミアム付商品券がスタートしたが、今までと違い売上につながっていない。商品券の使い道を吟味しているためとみている。

□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・7月から9月までは記録的な暑さにより非常に客が少ない状況が続いたため、涼しくなった今月は客の増加を見込んでいたが思ったほどではない。物価高騰により財布のひもが固くなっていることが原因とみている。
□	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・今月は来客数が多かったため売上もよいが、客の話を聞くと景気が良くなった雰囲気はない。
□	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・今月の売上は目標を達成したが、光熱費の負担増もあり、さほど利益は上がっていない。
□	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・全国旅行支援が終わり、物価高などの影響からか予約数が減っている。
□	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・季節的に予約状況は良くなっているが、景気が上向いてきているとはいえない。
□	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・外国人客が確実に増えているが、日本人客はやや鈍化気味である。
□	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・円安と物価高の影響で海外旅行の予約状況に伸びがなく、3か月前とほぼ同水準で推移している。国内旅行もほぼ同じ状況である。
□	タクシー運転手	単価の動き	・近距離客が多くなっている。自宅から近くのスーパーまでの買物客の利用が多い。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・コンサートやイベントの開催に加え、客船の寄港で多くの観光客が当地を訪れている。
□	通信会社(経営者)	お客様の様子	・有料放送サービスの契約者数は微増だが、低価格メニューの契約割合が圧倒的に多く、単価は低くなっている。インターネットサービスの加入者数は横ばいで推移している。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・景気が停滞気味の状況に変化はない。物価の上昇に賃金アップが追い付いておらず、購買意欲が低迷している。
□	通信会社(営業担当)	来客数の動き	・客の設備投資意欲に変化はみられない。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の投資意欲は必要最低限の状況に変わらない。
□	通信会社(営業担当)	お客様の様子	・景気は低迷したまま変わっていない。
□	遊園地(経営者)	来客数の動き	・今月は週末の天候不良が多かったことと、前年は記念イベントがあって好調だったことから、来客数は前年を大きく下回っている。
□	競艇場(職員)	来客数の動き	・常連客の来場が目立ち、新規客の利用がほとんどない。客単価も下がっていることから売上が伸びない状況が続いている。
□	美容室(経営者)	来客数の動き	・前月は来客数に少し回復の兆しがみえていたが、今月は前年比97%で推移しており、3か月前と同等に戻っている。
□	美容室(経営者)	お客様の様子	・猛暑から抜け出し気候は良くなったものの、客は旅行などを控えている。
□	設計事務所(経営者)	お客様の様子	・官公庁の発注においては、例年同等の件数が出ているが、新築が大きく減少している。民間においては、一時の資材不足も落ち着き、来年4月からの労務単価や4週9休に伴う工事期間の長期化に間に合うよう設計に着手したいという問合せがある。しかし、現実的には工事発注が間に合わないため、どうするか検討している客が多い。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・戸建て住宅価格が数年前と比べてかなり上昇していることもあり、中古住宅を購入し、そのリフォーム工事をする客が増えている。
□	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、暖房設備の温水ルームヒーターの交換と石油暖房器具の買換えが増えている。リフォームは、省エネ型の住宅リフォーム助成制度の期間終了に伴い、対象の工事が大きく減っている。
▲	一般小売店[医薬品] (経営者)	お客様の様子	・昔から選挙のある月は繁華街に人が来なくなるといわれているが、今回も固定客がほとんど立ち寄らず、売上は前年比マイナス10%になっている。
▲	百貨店(企画担当)	販売量の動き	・街のイベント効果もあり来客数は微増したが、買上客数は大幅に減少している。非識別顧客の売上も前年割れが続いている。

	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は前年並みに戻りつつあるが客単価が下落している。売上は2%ほど下がっている。今月から人件費がアップしており、利益が減少している。
	▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・買い控えが顕著になっている。
	▲	コンビニ（店長）	お客様の様子	・来客数、客単価はさほどではないが買上点数が減少している。物価が上昇しているため売上は落ちていないように見える。客は満足していない様子である。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・会食や旅行などができるようになったが、来客数は期待したほど増えていない。コロナ禍で買物を控えることに慣れたことと、物価高が影響しているとみている。
	▲	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・衣替えて、今まではスーツだったものがジャケットや軽く羽織れるビジネスカジュアルに変わっている。来客数は変わらず、単価が上がりにくい商品に購買が移っている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・大雨の影響による受注がなくなっている。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	単価の動き	・都市部向けの商材は回復しているが、地元を含めた地方は緩やかに回復しているものの、値上げの影響がじわじわ出てきている。商品や業者によって良しあしがはっきり分かれている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて移動需要が減ったことにより、前年割れの水準に戻っている。
	▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2～3か月前と比べて予約数が少なく、大人数の宴会はない。4～5人の宴会はやや増えているが、2～3か月前よりは若干少ない。
	▲	通信会社（営業担当）	単価の動き	・相次ぐ物価の再値上げや原油価格の高騰で消費者の支出負担が増加しており、その影響で景気が悪くなっている。
	▲	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・来場組数が前年同月比約80%で推移している。
	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・10月にも食料品を始め様々な値上げがあり、消費者の買い控えや節約志向は更に強まっている。
	×	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・商品の値上がりが客に影響を与えている。客は目的買いだけで衝動買いはかなり減っており、売上に相当響いている。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・最低賃金の引上げによって、経営状況がより厳しくなっている。さらに、電気代の高騰が収まらない。他地域に比べて電気料金が高く、経営を圧迫している。
	×	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は過去に類を見ないほど減少している。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	それ以外	・7月は新型コロナウイルス感染症発生前の2018年比で売上102%、来客数100%であった。今月は同じく2018年比で売上95%、来客数89%となっており、3か月前を下回っている。なお、9月は2018年比で売上101%、来客数91%と、売上は維持できている。10月に入り来客数の減少が顕著になっている。
	×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・法人や団体、組合の利用はあるが、振り客は日に日に少なくなっている。生活費の増加に収入が追い付いていないことが背景にあるとみている。特に夜の外食は家計に余裕がないと出てこない。
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・売上は好調に推移している。しかし、資材や物流コスト、人件費等の固定費が更に増加しており、収益構造の見直しが必要になっている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・9月以降、イベントの再開、選挙、学校の周年事業などが集中しており、受注が増えている。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注は引き続き堅調だが、人手不足が課題である。

	○	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。3か月前と比較すると、小売、サービス、飲食関係は売上等が少しずつ回復傾向にあり、業績が元に戻りつつある。製造業は人手不足、部品不足等で売上が上がらない状況である。建設関係は好調を維持しており、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 〔飲食品卸売業〕（経理担当）	受注量や販売量の動き	・食品の値上げが続いているが、特売のカップ麺については受注量、販売量共に前年を大きく上回っている。
	□	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・天候の影響によるロスが増えている一方で価格の見直しがあり、トータルでみると変わっていない。
	□	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ここ3～4か月、販売量の前年割れが続いている。10月は商品の値上げも行ったので特に動きが鈍い。
	□	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・顧客によって景気に差がある。全体的にみると大きな変化はない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・新製品や設備投資などの話題が少なく、引き合いは少ない。同業他社でも忙しいところは少ない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・半導体関連の特にメモリ関係の顧客において、設備投資意欲がみられない状況が続いている。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建築資材の価格高騰が続いているため、受注に結び付かないことが多い。
	□	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・上半期の売上は前年比95%と落ち込んでいる。10月単月の見通しも前年比93%である。以前から延期になっている建設関連の動きが若干出てきたが、全体をけん引するまでには至っていない。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・顧客からの料金引下げ要求が厳しくなっており、現状維持も限界に近い。
	□	金融業（広報担当）	取引先の様子	・消費動向が堅調に推移している一方、企業の設備投資動向は活発化していない。経済環境を踏まえ、設備の新規導入や更改に踏み切れない企業が多いとみている。
	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・10月に入っても気温が高いため、通常ならば冬物商戦の広告出稿が活発になる時期だが、手控えている企業も多い。広告業界の業績は前年比でマイナス傾向にある。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・物価上昇と人手不足が続いている。経営に影響が出始めている。
	□	その他非製造業 〔飲食品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・県内向けの出荷は順調だが、県外向けの出荷が停滞している。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてから初の行楽シーズンになるが、当地の宿泊施設では宿泊客が2019年の水準には戻っていない。
	▲	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・米価は若干上昇したものの、高温と水不足の影響で品質が二等米や三等米となり、収入が減少している。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・人の動きは活発化しているが、前月に続き今月も土産の動きはそれほど良くない。値上げの影響が出始めているのかはまだ判断がつかない。
	▲	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が減少し、それに伴って受注も減少している。2～3か月前より動きが悪くなっている。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・交渉に時間を要している案件もあり目立った受注契約がないため、若干悪くなっている。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・官需、民需共に発注工事が低調で、需要は落ち込んでいる。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・夏祭り以降も観光客数は堅調に推移しており、インバウンドも回復傾向にある。
	○	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5類感染症移行後は、人の往来が増え、飲食・宿泊業で人手不足が顕在化し、旺盛な求人活動が続いている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・企業からの人材採用についての問合せが増えている。
	○	学校〔専門学校〕	雇用形態の様子	・当校への求人の処遇内容が、前年より良い企業が増えている。

□	人材派遣会社 (経営者)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後、小売、物流・倉庫、飲食業などの業績が上向いていて、求人の依頼が数多く来ている。ただし、イスラエル情勢や原材料価格の高騰といった懸念材料もある。
□	人材派遣会社 (社員)	周辺企業の様子	・大手企業中心にコロナ禍で採用を抑えてきたことの反動による増員募集は一区切りがついた印象を受ける。採用要件で即戦力を求める求人の数が増加している。結果的に書類選考通過率などが低下している。
□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・3か月前と比較して求人数は増加傾向にあるものの、10月は業界の繁忙期であり、景気に変動があるとはいえない。
□	新聞社 [求人広告] (経営者)	求人数の動き	・求人広告の掲載件数に大きな増減はない。業種により人手不足と求人活動の活発化はみられるものの好況感はない。一般広告活動においても特段活発な動きは見られない。
□	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・広告の動きが低調で売上も前年を下回っている。
□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・原材料やエネルギーの価格高騰、物価高の状況は変わらず、企業収益の圧迫要因となっているため、求人数の伸びにつながらない。
□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・企業の人手不足感が続いている。
▲	アウトソーシング企業 (経営者)	それ以外	・AIの普及により、仕事にも若干変化が起きている。
▲	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・9月の新規求人数は前年同月比12.5%減少、6月比14.6%減少している。建設業においては、原材料価格の高騰から着工を延期するケースがあり、関連する他業種への影響が懸念される。宿泊業においては、物価高から学校関係以外の団体旅行、宴会の予約が落ち込んでいるという声を聞く。製造業では自動車関連、通信機器関連の受注が好調を持続しており、生産・在庫調整を行っていた事業所からの求人数が増加に転じている。
▲	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・求人数の減少傾向が続いている。
×	—	—	—