

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）	・来街者数の増加はこの先も続くとみている。
	○	商店街（代表者）	・歳末商戦が始まるため、ある程度の来客数は見込める。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・様々な制限がない年末年始を迎えるため、忘年会・新年会需要や帰省客増加などによって客先全体の売上増加に期待したい。
	○	百貨店（従業員）	・物価高騰に落ち着きが見られることに加え、新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後初めての年末年始で帰省客の増加も予測されるため、食品や土産品を中心に前年よりも売上が増加することが見込まれる。
	○	スーパー（経営者）	・冬のボーナス支給額が前年よりも良いという話を多く聞くので、地方のスーパーにも恩恵があることを期待したい。また、政府の諸政策が消費喚起に結び付くことにも期待したい。原料価格や人件費等、原価が上がった分の価格転嫁は続くが、消費は期待も込めてやや回復するとみている。
	○	コンビニ（店長）	・国の政策次第では景気が良くなるとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・個人客の販売量が少しずつ戻っているため、今後の景気はやや良くなるとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・年度初めに向けて購入を検討する人が増えると思われている。
	○	乗用車販売店（店長）	・収益はおおむね好調推移が続くものとみている。しかし、高額車の取引が進む一方で、車検代や保険料が支払えない人が出ている等、格差も広がっている印象を受ける。
	○	住関連専門店（経営者）	・今月から来年にかけて受注があり、販売量の増加が見込まれるため、景気はやや良くなる。
	○	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・この先も制服については、一気に買い替えるという動きは見られず、様子見が続くが、年度末や新年度の人の動きについては、コロナ禍の頃よりは活発になることが予想され、良くなるとみている。
	○	タクシー運転手	・挨拶回りやカレンダー配りなどで年末にかけては利用客が多くなる。また、週末は県外からの観光客が多くなり、長距離客が増えると思われている。
	○	通信会社（経営者）	・若者を中心にテレビ離れが進んでいるといわれてきたが、コロナ禍で家庭でのテレビ視聴が定着し、テレビをインターネットにつないで視聴する人の割合が増えてきている。このため、有料テレビの加入と併せて、インターネットの契約も増えている。低価格のWi-Fi利用を中心とした自宅への通信環境整備が再び進んでいる。
	○	通信会社（社会貢献担当）	・年度末に向けて学生向けの需要が拡大する見込みである。
	○	観光名所（職員）	・今月の来客数はほぼ前年並みだが、1～3月はインバウンドを中心に前年実績数の倍の予約が入っている。これに振り客を加えると更に増えるため、見通しは明るい。
	○	競艇場（職員）	・年末年始に向けて来場促進イベントを企画している。新規客が多く来場するため、多少なりとも売上アップが見込める。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・金融引締め懸念はあるが、物価の上昇に対し賃金を上げることができている。好調な状況は続くとみている。
	○	設計事務所（経営者）	・現在計画している仕事が動き始めるため、景気はやや良くなるとみている。
	□	商店街（代表者）	・大人数の会食が減り、グループの人数も少なくなっているため、採算ラインを割った状態が続いている。
□	商店街（代表者）	・年末を控え、抽選会や大売出し等を新型コロナウイルス感染症発生前の規模に戻して企画している。しかし、消費が伸び悩むことを懸念している。	
□	商店街（代表者）	・季節感がなく、正月も景気は変わらないとみている。	
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・正月を迎える準備には金を使うが、正月が終わると再び節約志向になるため、今と変わらない状況になるとみている。	
□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・前年は新型コロナウイルス感染症の抗原検査キットの需要があり売上は前年比125%だった。今年は売上が前年比87%から89%で推移しており、前年ほどではないがそれなりに良くなっている。	

□	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・客は値上げに対しある程度理解をしている。安い物だけを購入する客と、値が張っても品質が良い物を購入する客とで2極化しており、しばらくはこの状況が続くとみている。
□	百貨店（企画担当）	・上位顧客をターゲットとした企画を開催しているが、客単価は伸長するものの買上客数のマイナスを補うまでには至らず、数か月連続で前年を下回っている。
□	百貨店（経営者）	・経済動向、天候などの変化により、好調・不調のアイテムが明確になっている。年末年始までは人流も増え、高額商品の好調が続き、全体としては大きな変化はないとみている。
□	百貨店（催事担当）	・冬季を迎え、暖房など光熱費上昇の影響を受けるため、生活防衛中心の消費マインドは続くとみている。
□	スーパー（店長）	・食品スーパーとしては消費が低迷する状況にはならないとみている。
□	スーパー（店長）	・来客数、商品動向共に大きく変わらないとみている。
□	スーパー（店長）	・いろいろな手法で売り込みを掛けているが、物価高による節約志向がみられる。景気が上向く要因が見当たらない。
□	スーパー（企画担当）	・食品小売業に関しては、販売量は少々苦戦しているものの、値上げにより売上は前年並みをキープしている。プチゼいたく品、話題品、年末のごちそう予約などは前年よりも好調に推移している。
□	スーパー（企画担当）	・周辺は1次産業に従事する人が多く、高温の影響で1等米比率が低下したことや果樹の作柄が前年の6割強だったことから、収入が減少すると見込まれるため、景気が上向くことはない。また、暖冬で除雪回数が減れば、除雪従事者の収入が減少するため、弁当や飲料の売上も減少する。景気を押し上げる材料がない状況である。
□	スーパー（営業担当）	・来客数が減少し買上点数が伸びない。値上げにより必要なもの以外の衝動買いが抑えられ、買物に慎重になっている様子がみられる。景気は変わらないとみている。
□	スーパー（商品担当）	・物価上昇による売上増加の傾向はしばらく続くとみているが、買上点数や来店頻度の減少が続くことを懸念している。
□	コンビニ（経営者）	・年末に向かっていくが来客数に変化がみられない。
□	コンビニ（エリア担当）	・降雪等の影響次第だが、根本的な消費動向は変わらないとみている。
□	コンビニ（エリア担当）	・東北はインバウンドが余り来ていないため、他地域よりも外国人需要が弱い。
□	コンビニ（店長）	・増税ばかりが言われ、消費マインドは低くなっている。来年にかけて悪い意味で変わらないとみている。
□	衣料品専門店（経営者）	・個人向けのお歳暮は県産品に重点を置いて売り込みを図っており、売れることを期待している。
□	衣料品専門店（経営者）	・円安で輸入品の値上がりが続いている。また、寒くなると光熱費の負担が増える。賃金の上昇は地方には波及しておらず、景気が良くなる見通しが立たない。
□	衣料品専門店（経営者）	・暖冬の影響で冬物衣料ニーズは加速しないとみている。
□	衣料品専門店（店長）	・少子化により参加者数は減少傾向にあるが、成人式や卒業、入学、入社といった節目には多くの需要が見込まれ、大きく変わることはないとみている。
□	衣料品専門店（店長）	・実売期から処分期にかけてはCMやチラシなどの販売促進に左右されやすい客層が増える。価格にシビアな人の増加とともに苦戦が予想される。
□	衣料品専門店（総務担当）	・冬季の光熱費等の支出増加により、家計を抑える行動に出ることが考えられるため、購買意欲は高まらないとみている。
□	家電量販店（従業員）	・世界情勢などの変化により先は見通せないが、買換え需要は底固い。
□	家電量販店（従業員）	・2か月後は初売りがあるため、若干の売上増加は期待できるが、その後は特に変わらないとみている。
□	乗用車販売店（従業員）	・今期は新車受注に遅れがあるため、この先3か月の収益は大きく上がることはないとみている。下取り車の入庫が増える予定も今のところはない。
□	自動車備品販売店（経営者）	・良い材料が見つからない。暖冬予報のため除排雪などの仕事に影響が出ることが予想され、それに付随する関連業種も落ち込むとみている。
□	その他専門店〔靴〕（従業員）	・冬場は灯油代の負担が増えるため、消費が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）	・燃料油の販売価格は来春まで現状のまま推移すると予想され、良くなることはないともみている。
□	高級レストラン（支配人）	・現在の来客数、宿泊客数共に多い状況は、この先2～3か月は変わらないともみている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・景気が良くなる要素がない。
□	観光型旅館（経営者）	・物価の上昇や税負担の増加の話ばかりで良いニュースがない。
□	観光型旅館（スタッフ）	・今月も物価の上昇が続いており、2～3か月先に良くなる要素は見いだせない。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会、新年会の季節になる。会議の需要は余りないため、全体的な動きは今月とほぼ変わらないともみている。
□	旅行代理店（従業員）	・2～3か月先はオフシーズンとなる。先行予約状況を見ても新型コロナウイルス感染症発生前の2019年度並みの水準であることから、景気は横ばいとみている。
□	旅行代理店（従業員）	・11月以降の販売が下降傾向にあるが、シーズンのなものなのか、マーケット自体が縮小しているのかの判断がつかない。今後の動きを注視している。
□	旅行代理店（従業員）	・来年以降の動きが出てきているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻るかは不透明である。特に海外旅行が回復するのは2025年以降といわれている。
□	タクシー運転手	・人出は少しずつ増えているものの大幅な増加は見込めないため、変わらないともみている。
□	通信会社（営業担当）	・年末年始需要により消費動向は伸びるが実質賃金が下がっているため、景況感は悪いまま変わらないともみている。暖冬の予報も出ているが、その影響も予測できない。
□	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しいため、変わらないともみている。
□	通信会社（営業担当）	・好況な業種もそうでない業種もあり、全体的な景気は良くなることも悪くなることもいえない。
□	遊園地（経営者）	・シーズンオフで営業も限定的になるが、物価上昇の影響次第で変わってくる。
□	美容室（経営者）	・クリスマスがあるため一時的に景気は回復するが、正月を過ぎた時点で、現状と同じになると予想している。
□	美容室（経営者）	・年配客が多いため、寒くなると出足が悪くなる。
□	住宅販売会社（経営者）	・自社所有地を使った建築条件付分譲地の販売が伸びている。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、光熱費等の節約につながる省エネタイプの暖房器具への買換えが増えるともみている。リフォームは、助成制度期間が終了したため、工事の問合せは更に減るとみている。
□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・来場組数は今月と同等で推移すると予想している。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今まで多くの観光客が来ていたが、これからは来なくなることが予想される。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・中東情勢の影響でエネルギー価格等が高止まりすることが予想される。消費者は収入が増えないなか生活費が増えるため、生活防衛意識が更に高まることが予想される。
▲	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・この先の動向が読めない。
▲	スーパー（店長）	・生活防衛意識が強まり、値下げ品や割引セールに客が集中するとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・今月に入り来客数の伸びが鈍化している。年末年始で歳時商品は動くともみているが、それ以外は動きに陰りが出るとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・来客数が減っている。夏が暑すぎて、金を使い過ぎたとも考えられる。また、例年だと建設関係の仕事が年内の追い込みで忙しくなる時期だが、今年は仕事が少なくなっており、それが売上減少につながっているとみている。この状況は続くともみている。
▲	コンビニ（経営者）	・弁当類も1コインで購入できるものがなく、販売数が増えない。物価の上昇により、客の財布のひもがますます固くなっていくともみている。
▲	コンビニ（経営者）	・暖冬の影響で土建関係業者の除雪の仕事が減ることが予想される。それに伴い来客数、単価共に減少するとみている。

	▲	コンビニ（エリア担当）	・光熱費の上昇や商品の値上げが続いており、売上は伸び悩むとみている。インバウンドは期待しているほど伸びておらず、景気が良くなることはないとみている。
	▲	衣料品専門店（店長）	・冬になると光熱費が上昇するため、消費行動が慎重になる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・年内は安定した配車量を供給できるが、年明け後は配車量が減るとの通知がメーカーからきており、景気はやや悪くなるとみている。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・景気が良くなる要因が見つからない。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・年明けに更なる値上げなどがあれば、景気はますます悪くなると予想している。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・気温の高い日が続いており、配達灯油の販売数量が伸び悩んでいる。暖冬の予報が出ており、前年割れになることも予想される。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・買上客数は2018年比で平日94%、休日106%となっており、客からは強いメリハリ消費の傾向が感じ取れる。所得が増えていない現状では、12月のイベント期にはメリハリ消費が強くなるおそれがある。イベント関連の動きが良くても、月全体では来客数が減少することが予想される。
	▲	一般レストラン（経営者）	・商品の値上がりが多くなっていることや給料がなかなか上がらないことなどで、2～3か月後は再びマイナスに転じるとみている。今のところ結婚式など団体の予約も余りない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・例年、今の時期には12月の予約がかなり入るが、現在の予約状況は新型コロナウイルス感染症発生前と比べて若干少ない。今月よりやや悪くなるとみている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・予想よりも良かった今月よりも良くなることは考えられないため、やや落ち込むとみている。
	▲	観光型ホテル（スタッフ）	・世の中の動向次第だが大きな伸びは期待できない。
	▲	通信会社（営業担当）	・来年にかけて更なる値上げを予定している企業もあるため、徐々に負担が増えてくる。減税や給付金などの政府案は一時的であり全体の底上げにはならない。今後景気は徐々に悪くなるとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・物価高は落ち着くことはなく、政府の物価高対策も期待できない。
	▲	テーマパーク（職員）	・観光業にとって1、2月は閑散期である。景気は上向き傾向にあるものの、物価高のため期待はできない。
	×	スーパー（経営者）	・インフレにより可処分所得が減少しており、なおかつ税金等も上がっているため、消費者の日々の支出を抑える傾向は更に強くなるとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・冬期間は来客数が減り売上が下がる。電気代の高騰、最低賃金引上げ、除雪代の支払と、負担増しかない。1年で1番辛い時期だが、今年は前年以上に厳しい。春まで経営を維持できるか不安しかない。
	×	一般レストラン（経営者）	・当地域は世帯当たりの人数が多いため、その分生活費も増加している。個人の収入が上がらなければ余裕が生まれにくい。
企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	・現在交渉中の契約などが、年度末に向けて成約していく見通しである。
	○	食料品製造業（製造担当）	・集客による売上は見込める。しかし、資材、物流、人件費等のコストアップにより、利益が生み出しにくい構造となっている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末の需要は見込めるが、物価高騰が冷や水を掛けるおそれがある。
	○	通信業（営業担当）	・見積依頼は増加傾向にあり、顧客の購買意欲は高くなっている。しかし、物価高のため受注までいく案件は伸び悩んでいる。
	○	金融業（広報担当）	・年末年始で個人消費に勢いを取り戻すことが可能である。また、国内外の観光需要が引き続き経済全体の緩やかな回復基調を押し上げる。現時点では、資金調達時の金利上昇の懸念が企業の設備投資意欲に与える影響は僅かであるとみている。

	○	公認会計士	・年末年始に向け、製造業での部品不足等が解消に向け、一定の業績回復が期待できる。小売、サービス、飲食、建設関係も現状維持できれば、全体としては現状よりも景気が良くなるとみている。
	○	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経理担当）	・食品の値上げが落ち着いてきたため、やや良くなるとみている。
	□	出版・印刷・同関連産業 （経営者）	・製造原価の上昇分を価格転嫁しているがカバーしきれていない。上昇分以上の価格転嫁は印刷発注の取下げを招く。改善はしているものの、原価割れの受注も受け入れざるを得ない状況は続くとみている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・同業種においては仕事量が少なく休みを増やしている会社もある。今後の見通しが立たない。
	□	電気機械器具製造業（企画担当）	・顧客の後ろ倒しとなっている設備投資計画が進む気配はなく、景気は低迷が続くとみている。
	□	建設業（従業員）	・資材高騰が続いている間は、状況は変わらない。
	□	通信業（営業担当）	・客の動向を静観するのみである。
	□	広告業協会（役員）	・インバウンドに関連する業界の活況は続くとみられるが、広告業界は余り恩恵を受けられないのが現状である。企業は人件費、原材料費、燃料費の高騰が利益を圧迫しているため、広告費を削減せざるを得ない状況が続くとみている。
	□	経営コンサルタント	・生活者の消費マインドを刺激する要素が見当たらない。
	□	司法書士	・忘年会や新年会などの案内も増えて新型コロナウイルス感染症発生前に戻っているが、各所で値上がりしており、景気の上昇に水を差している。
	□	コピーサービス業（従業員）	・ウクライナ情勢やイスラエル情勢、中国の日本産水産物輸入禁止措置など、国際情勢の先行きが不透明な状況が続いている。
	□	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経営者）	・人の移動は新型コロナウイルス感染症発生前と変わらなくなっており、外食もにぎわいを取り戻している。この状況が続くとみている。
	□	その他企業〔企画業〕 （経営者）	・先が見通せない。
	□	その他企業〔協同組合〕 （職員）	・自動車関連及び紙幣交換機関連の受注量は良い。しかし、その他加工品の受注量は依然として低調であり、好材料も見当たらない。
	▲	農林水産業（従業者）	・水田の転作作物への水張りルールの新規化が施行され、それに合わせて、助成金の団地化加算部分が削られる可能性があり、収益が悪化するとみている。
	▲	食料品製造業（経営者）	・前年よりも人の動きが良くなっており、土産需要は回復傾向にあるが、原料や資材価格、人件費の上昇で経営的には厳しい状況が続くとみている。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・度重なる値上げの影響で商品の売行きが悪くなっており、回復の兆しがみえない。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・3月の年度末に向けて、大きく在庫調整が入る可能性がある。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	・在庫調整による生産見込み数量が減っている。
	▲	輸送用機械器具製造業 （経営者）	・引き合い件数、見積件数の伸び悩みがあり、先々の動向は良い状況とはいえない。
	▲	建設業（従業員）	・冬場に入り受注が減るほか、雪、雨で工事は進まなくなる。
	▲	輸送業（経営者）	・今後の見通しを見ても、プラス要因は少なく圧倒的にマイナス要因が多い。製造業の取引先はなかなか生産量が増えず、建設関連は延期になっていた仕事が動き出しただけで、新規の仕事は少ない状況である。
	×	農林水産業（従業者）	・収穫物がなくなる時期になるため、販売するものがなくなる。
	×	窯業・土石製品製造業 （職員）	・官需、民需の受注の減少により、厳しい状況が続くとみている。
雇用 関連 （東北）	◎	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	・採用に関する問合せが増えており、大卒向けのインターンシップに取り組む企業が増えている。また、中途採用では、営業職や、将来の店舗開発を見据えた職種の募集が増えている。
	○	人材派遣会社（社員）	・大手企業を中心に採用を抑える動きがあるが、来期に向けての採用はまた増加するとみている。

○	人材派遣会社（社員）	・年度替わりに向けて、求職者数に動きが出るとみている。
○	アウトソーシング企業（経営者）	・人件費も含めて原価が高騰しているが、その分を価格転嫁できる見通しが立っている。
○	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・県内への半導体工場の誘致が決まり、実際に動きが出始めており、期待感も増している。インバウンドについても台湾への期待が膨らんでいる。求人活動はもとより、様々な準備が始まっている。
○	民間職業紹介機関（職員）	・人員補充の話が出ているため、生産量も増えているとみている。
□	人材派遣会社（社員）	・求人への動きにやや減退感がみられる。人手は不足しているが、地方経済はまだコロナ禍から回復しきっていないため、採用に慎重な姿勢が見受けられる。
□	人材派遣会社（社員）	・プラス要素が見当たらない。2月頃までは求人数の低下傾向は続くともみている。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・インバウンドの増加により景気が上向いているが、物価高が改善しなければ景気は後退するとみている。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末年始の出稿は堅調に動いている。
□	職業安定所（職員）	・人手不足を背景に求人数が多くなっており、雇用条件の改善も続いている。この傾向は当面続くともみている。
□	職業安定所（職員）	・年末年始にかけては、人流や物流が活発化し個人消費は増加するが、その後は景気拡大策がなければ足踏状態になるとみている。
□	職業安定所（職員）	・個人消費は緩やかな回復が期待できるとみている。しかし、物価高や燃料費等の光熱費の高騰が続けば、節約志向に拍車がかかり、消費低迷につながることを懸念される。
□	職業安定所（職員）	・今後も求人数の減少は続くともみている。
□	学校〔専門学校〕	・現状を打開する要素が見当たらず、政府の対策案にも期待できない。
▲	職業安定所（職員）	・人手不足は続いているものの、新規求人数の増加の勢いが鈍化している。
×	*	*