

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)	◎	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・客単価は良いとはいえないが、来客数が予想以上に多く、売上も上がっている。
	◎	その他サービス [自動車整備業] (経営者)	販売量の動き	・件数、金額共に好調であり、売上は前年の1.5倍の水準である。
	○	商店街(代表者)	来客数の動き	・当市で地域電子マネーアプリの決済で利用額を20%還元するキャンペーンが実施され、商店街においても利用者が増加した。年末商戦は抽選会等のイベントでにぎわった。
	○	一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・自治体発行の商品券で購入する人が多く、売上が上がっている。
	○	一般小売店 [医薬品] (経営者)	販売量の動き	・前年は抗原検査キットが大分売れた。今年はそれほどではないが、売上は前年比98%なので良い方向に向かっている。
	○	一般小売店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・少人数規模にとどまっていた忘年会等が、会社や団体単位で開催されているため、飲食店への販売量が増加している。一方で、お歳暮ギフトに関しては個数、単価共に大きく減少している。
	○	百貨店(催事担当)	販売量の動き	・3か月前は暑さのため秋物の立ち上がりが鈍かったが、今月は気温が低下したことで冬物衣料や雑貨関連の動きが良くなっている。また、美術品、宝飾品も売上を押し上げている。
	○	スーパー(店長)	販売量の動き	・客単価は減っているが、集客ができており、業績は向上している。
	○	スーパー(店長)	お客様の様子	・クリスマス期間の人出は新型コロナウイルス感染症発生前まで回復しており、24日は特に来客が集中している。家族連れでの買物が多く、内食率が高まっている。年末の帰省が増えるため、前年より支出額が増えている。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・来客数が増えている。特に夜間、休日の人の動きが良くなっている。また、外国人観光客も若干増加している。
	○	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・年末に向け徐々に来客数が伸びている。
	○	コンビニ(エリア担当)	お客様の様子	・人流が回復している。
	○	乗用車販売店 (従業員)	来客数の動き	・新規客の来場が増加している。新車の納期も前年と比べて早くなっている。また、在庫も増え即納が可能な車種もあり、売上が増えている。
	○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・車の買換えを検討し始める人が増えている。
	○	その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・年末間際になってようやく動きが出てきており、全体的に若干上向いている。しかし、人手や資材の不足により、販売・飲食・宿泊の各現場で販売量を伸ばせない状況が非常にもどかしい。
	○	その他専門店 [靴] (従業員)	販売量の動き	・物価高の影響で財布のひもが固い。
	○	高級レストラン (支配人)	販売量の動き	・クリスマス、年末年始商品の売行きが予定どおりに推移している。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・宴会はコロナ禍の頃よりかなり多くなっている。ただし、新型コロナウイルス感染症発生前と比べると6割から7割である。
	○	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・忘年会の需要が予想していたより多かったため売上が伸びている。来客数の内訳は8割が法人関係で、一般客はまだ戻っていない。
○	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・全国旅行支援はなくなり、物価の上昇は続いている割に、売上は微増となっている。	

○	都市型ホテル (支配人)	販売量の動き	・おせち、クリスマスケーキなど年末商品の販売を再開し需要が増加している。また、コロナ禍で休業していた宴会場と一部のレストランを再開、縮小していた席数を元に戻して、忘年会の受注大幅増に対応している。
○	都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・前年まで行われなかった医療関係者の宴会が開催されるなど、明らかに客が戻っている。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・従業員不足の問題はあるが、東北の宿泊販売は好調に推移している。オーバーツーリズムの状況までにはなっていない。
○	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・販売量は前年比で大きく改善している。
○	タクシー運転手	単価の動き	・平日の午前は病院へ行く客が増えている。平日の午後はお歳暮の購入や年末の買い出しに行く長距離の客が増えており、客単価が上がっている。また、週末にかけては温泉街へ行く客やコンサートに行く客の利用が大きく伸びている。
○	通信会社(経営者)	お客様の様子	・放送サービスの新規申込みが徐々に増えている。年末年始番組のコンテンツの充実もあるが、自宅でのテレビ視聴が定着した影響が大きい。インターネット等の通信サービスとのセット加入者が増えている。
○	通信会社(社会貢献担当)	販売量の動き	・電気通信事業法の改正前の駆け込み需要があり、販売量が増加している。
○	観光名所(職員)	来客数の動き	・インバウンドの復活が景気を支えている。県内空港のチャーター便は休止中だが、近県空港のチャーター便から流れてくる客が多く、ほぼ2019年の水準に戻っている。
○	遊園地(経営者)	来客数の動き	・8日間のみ冬季限定営業だったが、例年より暖かい日が続いたこともあり、来客数は前年より増加している。時期としては珍しく団体の来園もみられた。
○	美容室(経営者)	販売量の動き	・正月販売の初売り商品券の予約販売が好調である。客の再来店率は相変わらず前年比95%だが、美容関連商品を購入する客が多く客単価がアップしている。
○	美容室(経営者)	単価の動き	・ホームケア用品の購入やオプションメニューを追加する人が多くなっている。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・年末需要がない。
□	一般小売店[医薬品](経営者)	販売量の動き	・前月までは平年より悪い月が続いていたが、12月は平年並みとなっている。客の購買意欲も特に悪いという感じはなくなっている。
□	一般小売店[寝具](経営者)	販売量の動き	・商品が動いたのは前月の1か月間だけで、今月は商品も仕立ての注文もほとんどない。
□	百貨店(経営者)	販売量の動き	・メインターゲットがシルバー層であるお歳暮は減少傾向に歯止めが掛からず苦戦している。一方で、若年層のクリスマスギフト市場は活発に動いている。特に化粧品や服飾雑貨が好調である。
□	百貨店(従業員)	お客様の様子	・前年同月比で見ると、来客数は微減だが客単価が向上しており、売上は3か月前と同水準で推移している。
□	スーパー(経営者)	単価の動き	・12月の平均1品単価の前年比伸び率は、上昇が鈍化し5%台になっている。来客数の伸び率はほぼ前年並みで、前年割れが続く買上点数の伸び率もほぼ変わっていない。依然として値上がり分の価格転嫁が続いていることに加え、天候不順の影響で農家の収入が減少しているため、消費の低迷が続いている。今冬のボーナス増加の話聞き、消費拡大を期待したが、消費の傾向は変わっていない。
□	スーパー(店長)	販売量の動き	・単価は上がっているが販売量の動きは変わっていない。
□	スーパー(店長)	販売量の動き	・値上げにより消費防衛意識が働き、買上点数が減っているが、来客数は変わっていない。全体の売上は変わっていない。

□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数は変わらず、買上点数は減少傾向にあり、低単価商品が好調となっている。商品の値上げなどで売上は堅調である。商品価格の値上げは一服感があるが、集客のための価格競争が更に激しくなる懸念がある。
□	スーパー（営業担当）	販売量の動き	・売上は値上げした分、前年比103%と伸びているが、買上率は同95.8%と継続的に伸び悩んでいる。
□	スーパー（商品担当）	販売量の動き	・商品の値上げによる影響で買上点数は減少しているものの、全体の売上は客単価が上がっていることで前期を超過している。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前から来客数が徐々に減っており、今月も変わっていない。売上も少し減っている。
□	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、来客数が増えない。
□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・コロナ禍が明け、来客数は前年比で増加傾向にあるが、商品の値上げや光熱費の上昇により、消費はそれほど盛り上がっていない。特に日用品やたばこ、コーヒー等のし向品の動きが悪く、支出を調整している家庭が多いことが推察される。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・お歳暮商戦も前年より受注が増加している。新規客も増え、売上は順調に伸びている。
□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・冬本番となり寒さが増しているが来客数に変化はない。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・新規客層開拓に向けた品ぞろえの変更などを行い、来客数は回復傾向にある。しかし、暖冬により防寒着の売行きが不安定であり、良かったり悪かったりを繰り返している。
□	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・来客数は前年並みに推移しているが、厳選して購入しているため、買上点数が減少している。
□	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・前年比売上90%、来客数85%、買上点数95%、客単価101%という状況である。生活必需品や光熱費、ガソリン等の価格高騰により買い控えが発生している。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・配車量が安定しており、収益が増加している。
□	乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・車両生産が順調のため、収益面では前年比180%と大幅な改善がみられる。一方で大手自動車メーカーの不正問題を受け、対象車両の受注キャンセルもあり、予断を許さない状況である。
□	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	・住居を購入しても、インテリアなどに金を掛ける余裕はなく、予算がかなり削られている。
□	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・今月に入り団体客はある程度入っているが、個人客は期待したほどではない。景気は弱含んでいる。
□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・今年はコロナ禍明けということもあり需要が伸びている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・忘年会を開催する企業が増えている。しかし、開催しない企業もまだあるため来客数はやや少ない。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行、海外旅行の個人、団体共に先行予約販売数は横ばいの状態が続いている。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・低温や強風、降雪により路面が凍結して思うようには走行できないことに加え、乗務員の不足で運行台数が少なくなっているため、乗客を待たせている状況である。
□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・個人消費と設備投資が2四半期連続で減少している。個人消費は、物価上昇による節約志向の高まりなどから家電を中心とする耐久財消費が減少している様子である。景況感是不変変わらない。
□	通信会社（営業担当）	単価の動き	・度重なる値上げが影響し、消費者の財布のひもが固くなっている。年末商戦の売上は増えているが、全体的には景気は上向いていない。
□	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。

□	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・企業の設備投資や購入等で慎重な姿勢が続いている。地方で好況感がみられるのは一部業種に限られる。
□	競艇場（職員）	単価の動き	・来場者数は多少増えているが、売上は伸びていない。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・年末だが来客数に変わりはない。寒くなると出不精になる人が多い。
□	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・本来であれば建て替えになる住宅をリフォームして住み続ける客が増えているため、新築受注が伸びない。
□	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、ガス給湯器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、レンジフード、コンロ交換や台所修繕を年末前までに終えたいとする工事が増えている。
□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	来客数の動き	・前年度平均、今年度平均のいずれと比較しても、新規の来場組数が減少している。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症発生前の制限のない生活に戻ったにもかかわらず、前年12月と比べると売上は10%ほど減少している。常連客が姿を見せていない状況も続いている。
▲	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	販売量の動き	・12月に入っても本格的な寒さはなく、使い捨てカイロや、中綿入りコートなど例年なら売れている商品が売れていない。利益を出す前に冬物セールに入らなければならない状況である。
▲	百貨店（企画担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みを確保したものの、買上客数は微減している。お歳暮及び食品は苦戦している一方で、売上をけん引しているブティック・装身具、化粧品を中心に客単価は伸長しており、1品単価も伸びている。
▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・年末の最大商戦であるクリスマスは、コンビニにとっては曜日まわりが悪かったため売上が減少している。
▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・来客数は微増だが客単価が下落している。販売量は2か月連続の前年割れとなっている。
▲	コンビニ（店長）	単価の動き	・野菜などの値上がりに対して非常に敏感になっており、買い控えがみられる。
▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・例年この時期は初売り前の買い控えの傾向がみられる。今年はその傾向が更に強くなっており、セールに敏感になっている。足元は厳しい状況にある。
▲	家電量販店（従業員）	販売量の動き	・白物家電が不調で、単価は下がり販売量は減っている。暖房機器も売れていない。観光需要などに客を取られているのではない。
▲	家電量販店（従業員）	来客数の動き	・12月に入り冬らしい気温まで下がっているが、季節商材の購入客を含めて来客数が減っている。例年であれば、ボーナスが支給され、購入に至らないまでも初売りに向けて希望商品の下見に来店する客が増える時期だが増えていない。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・ボーナス時期であるにもかかわらず、個人客の消費がなかなか伸びない。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・暖冬の影響と物価高により、灯油、スタッドレスタイヤが大きく前年割れしている。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・2018年比でみると売上は100%、来客数は93%となっている。飲食及び食品部門はおおむね堅調だが、ファッションを中心とした物販部門は来客数の回復が鈍い状況である。物価高による商品単価上昇の影響とみている。
▲	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・物価高による経費削減の話が多くなっている。
▲	設計事務所（経営者）	競争相手の様子	・新築案件の発注量が減少し、受注へ向け各社競争が激化している。この傾向が出始めると落札価格が低下し、ダンピングが始まる要因の1つとなる。

	×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・食品の物価高騰により、年末を前に買い控えが発生している。
	×	コンビニ（経営者）	それ以外	・雪が降り、来客数が減っている。さらに、光熱費の高騰、最低賃金の引上げ、除雪代の負担がのし掛かっている。非常に厳しく、どうやっても利益が出ない。
	×	その他専門店 〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	販売量の動き	・まとまった雪が降らないこともあり、防寒着の受注が少ない。気温も高めなので、今あるもので間に合わせるというところが多い。インナーの機能性向上に加え、外の現場仕事が減少しているためか、防寒着の出荷量は年々少なくなっている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	出版・印刷・同 関連産業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・選挙関連の仕事があり、売上は前年比120%になっている。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量 の動き	・天候不良ながら、年内に完工しなければならない工事に絡み出で取り組んでいる。資材価格の高騰はあるものの、価格に織り込んでおり問題はない。
	○	建設業（従業員）	受注量や販売量 の動き	・民間大型案件を受注している。
	○	金融業（広報担当）	取引先の様子	・全般的な物価上昇が消費マインド改善の足かせとなっている部分はあるものの、人流回復が進み観光宿泊、飲食で改善がみられる。設備投資に関しては、資材高騰の影響は続くものの、特に機器製造業等では企業の業況回復に伴い設備投資意欲も復活の兆しがある。
	○	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。小売、飲食関係のサービス業は売上の回復傾向が続いており、製造業関係も少しずつ業績が回復している。建設関係は一定の業績を確保しているため、全体としてはやや良くなっている。
	○	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量 の動き	・仲間内での忘年会や飲み会はコロナ禍の頃に比べて回復している。一方で、法人は規模の大きな忘年会は少なく、小規模化している。また、席数の多い飲食店は新型コロナウイルス感染症の影響で閉店後再開していない。そのため、元の状態まで戻することは難しい。
	○	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	・商品の値上げの動きも落ち着き、前月に引き続き季節商材の動きが良くなっており、受注量、販売量共に前年を上回っている。
	□	農林水産業（従業者）	取引先の様子	・果樹はオフシーズンとなっており、景気動向に変わりはない。
	□	食料品製造業 （営業担当）	受注量や販売量 の動き	・商品の値上げの影響もあり、販売量の前年割れが続いている。3か月前と比較しても、悪い状況に変わりはない。
	□	食料品製造業 （製造担当）	受注価格や販売 価格の動き	・価格改定に踏み切っても飲食店のにぎわいは変わらず、好調を維持している。一方、ギフト商戦は実店舗、通販とも前年を下回っている。飲食メニューも物販も高価格帯と低価格帯の2極化した購買行動が特徴的である。
	□	出版・印刷・同 関連産業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・広告宣伝費、各種イベントが優先して経費削減対象となっている。よって、そこに絡む業種は、物価高、原材料価格の高止まり、賃上げに対応できない悪い状況から抜け出せないでいる。
	□	電気機械器具製 造業（企画担当）	取引先の様子	・半導体関連顧客の設備投資意欲は依然低い。ロジックデバイス、メモリーデバイス共に需要は低い水準が続いており、3か月前と同程度に悪い状況である。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量 の動き	・建築資材の不足や価格高騰が続いており、状況は変わっていない。
□	輸送業（経営者）	受注量や販売量 の動き	・12月も売上は前年割れの見通しである。同業他社の売上の話を聞いても前年を下回っている所が多い。物の動きが全体的に悪い状況である。	
□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・客の反応が冷え込んでいるなか、今後の受注を左右する新規設備の先行投資を行っている。明るい状況にない。	

	□	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・クリスマスや年末年始商戦の広告出稿は新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻っている。しかし、コロナ禍以降、企業では広告関連の経費を抑えることが定着化しつつあり、広告業界全体の業績は3か月前からほぼ横ばいの状況である。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・ターミナル駅や繁華街の人出は増えている。行列のできる店が復活する一方、閉店する店もあり、消費者による選別がより厳しくなっている。
	□	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上は前期とほぼ同額となりそうである。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症に対する安どの声を聞くようになり、宿泊施設への予約問合せ数が回復している。
	▲	農林水産業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・猛暑の影響で出荷米の半分以上が2等米となり、価格が下がっている。
	▲	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お歳暮商戦はかなり苦戦を強いられている。お中元商戦のときよりも客の財布のひもがよりきつくなっている。
	▲	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・季節的に受注量が低迷する時期である。今月は平年を下回っている。
	▲	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較して受注量が少ない状況である。毎年12月は年内の納期などに追われて慌ただしい雰囲気があるが、今年は静かである。
	▲	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・年末年始特有の駆け込み受注はあったものの、全体では受注の取り込みが悪く、計画の受注量には届いていない。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・公共、民間共に工事発注が低調で厳しい状況である。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・商社や建設業、サービス業、ビルメンテナンス業などで営業職の募集が非常に増えている。また、12月は先行投資的に従業員の教育研修に力を入れる企業が非常に多くなっている。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年末年始の企業の動きが堅調になっており、前月と比べ少し良くなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・市況感は業界によって良い悪いが2極化している。自動車や半導体製造装置関連は来期に向けて増員傾向である。一方で、携帯電話向けなどを最終製品とする業界や家電業界関係では抑えめの採用に動いている。伸ばしていく領域に対しての人材の投資は進んでいるため、その点は前向きである。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が不安定な状況が続く、景気は良くない状態が続いている。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	それ以外	・企業によってばらつきがある。土産や旅行関係は景気が上向いているという話を聞くが、当社のような広告業界は総じて低迷が続いており、改善の兆しがみえない。
	□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	周辺企業の様子	・個人消費は回復傾向にあるが、物価高の影響で買い控えがみられるほか、観光需要も冬場を迎え一服感がある。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人手不足が続いているため、企業の採用意欲が高まっている。採用や離職防止のため労働条件を改善する動きが多くみられる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年を下回る状況が続いているが、12月は僅かながら前年を上回る見込みである。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・物価高騰が継続しており、求人数が減少している。
	□	民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・前月と状況は変わっていない。しかし、今後、大手自動車メーカーの不正問題の影響が出てくる可能性もあり、緊張が走っている。
	□	学校〔専門学校〕	採用者数の動き	・求人問合せがあることから、売手市場は継続している。しかし、処遇内容が大幅に改善されているわけではない。

▲	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・全体の仕事量が減っている。AIの影響は少なからずあるとみている。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が4か月連続で前年同月を下回っている。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・11月の新規求人数は前年比では5.0%低下だが、8月比では1.2%増加している。引き続き求人数は求職者数を上回っている。全業種で大幅な増減はないものの、一部情報通信と運輸を除いて求人数は減少傾向にある。人手を必要とするイベント開催が多く予定されている一方で、人件費を抑制して求人募集に至らない事業所もある。
×	*	*	*