

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)	◎	コンビニ（エリア担当）	・梅雨明けが例年より遅いため、客の来店回数が減っている。その反動で8月以降に購買意欲が高まるとみている。
	◎	タクシー運転手	・来月以降、コンサートや夏祭りの開催が多く予定されている。それに伴ってタクシーの利用客が多くなり、客単価も増加するとみている。
	○	商店街（代表者）	・大型商業施設の新規オープンイベント等により商店街は盛況となる見込みである。
	○	商店街（代表者）	・夏祭り、お盆、紅葉シーズンが続くため、景気が上向くとみている。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・8月以降、祭りやイベントなどが数多く開催される。悪天候にならないければ、夜の繁華街に人が流れてくるのが期待できる。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・業種的に暑い時期に販売量が増える傾向にある。客の購買意欲は低下していないため、このまま暑さが続けば、売上が更に伸びるとみている。
	○	百貨店（催事担当）	・ファッション、化粧品の新規店舗オープンを秋に控えており、既存の顧客層に加えて若年層の来客数が増加し、売上も増加するとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・長期予報によると好天が続く暑いとのことなので、ドリンクやアイス等の売上が好調な状況は今後も続くともみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・秋冬商材は単価が高いため、売上増加が見込める。
	○	衣料品専門店（店長）	・海外旅行や国内旅行、会社の行事などが秋以降に再開するという話を客から聞くので、服を購入する機会が増えるともみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・メーカーから配車量を増やすとの案内がきており、多少は期待できる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算時期を迎えるためやや良くなる。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており、2～3か月後に生産する受注量が確定しており、今年よりはやや良くなるとみている。
	○	都市型ホテル（支配人）	・秋の行楽シーズンの先行取り込みが好調である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・東北地域は紅葉が見頃の良い季節になるため、インバウンドが多くなるとみている。
	○	通信会社（経営者）	・放送サービスは、加入者の高齢化で解約者数が少しずつ増えているが、新規加入者数がそれを上回るため、急激な純減にはならないとみている。通信サービスは、自宅での動画配信サービス利用者が増えているため、新規加入者数の増加が見込まれる。
	○	通信会社（営業担当）	・円高基調がみられるため、コスト増加が緩和される可能性がある。
	○	競艇場（職員）	・物価高騰の影響で客単価を上げるのは厳しいが、イベントを実施するため、新規客を増やし売上増加につなげる。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・原材料価格や人件費上昇分の売価への転嫁は順調で、石油製品の単価や円安も落ち着いてきたため、懸念材料はない。
	□	商店街（代表者）	・消費者の買い控えが続くとみている。
□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・暑くなり過ぎるのも問題だが、9月頃まで暑さが続き、景気も継続して上向くことを期待している。	
□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・相変わらず世の中の動向が見通せない。	
□	一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・梅雨明け以降の気温にもよるが、酷暑が続くと年配の客は外に出ることを控えるため来客数は伸び悩む。早めの夏物セールを実施し少しでも来客数を伸ばしたい。	
□	百貨店（企画担当）	・来客数の減少傾向は継続するとみている。客単価の上昇に向けて施策を強化していく。	
□	百貨店（従業員）	・物価高が続いているなか、消費者の生活防衛意識は変わらない。消費マインドが高まるとは考えにくい。	

<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・円安や株高の恩恵を受けているのは、資産を持っている一部の人のみである。また、夏のボーナスが良いという話は大手企業だけで、地方の中小企業からは聞こえてこない。定額減税の効果は限定的であり、財布のひもは依然固い。また、厳しい暑さや新型コロナウイルスの感染拡大の不安など、消費マインドはマイナスとなる。消費の低迷は続くともみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・客の行動が大きく変わることはないともみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・景気を左右する要素が見当たらないため、現状維持ともみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・来客数、買上点数共に改善する見込みがない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・お盆など季節要因はあるものの、帰省は前年から再開しており、好転する材料としては弱い。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・物価の上昇による客の買い控えは続いており、回復の兆しがみえない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・客の購買行動の変化に期待する以外ない。また、客の多くが1次産業に従事しているため、大雨や高温障害などで収益に影響が出た場合は景気が好転することはない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・8月はお盆と夏休みで一時的に来客数は増えるが、その後は元に戻るとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	・食費の節約志向は変わらず、現状とほぼ同じ状態が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・ここ1～2年、少しずつ悪くなっている。客の動きも良くなる気配がない。2～3か月先も悪いまま横ばいが続くともみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・この先どうなるかは天候次第である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・この先景気が改善に転じる要素は見当たらない。賃上げに期待したい。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・来客数は残暑次第で多少変動する可能性はあるが、売上が前年を上回ることはないともみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・徐々に値上げの影響が出ている。消費者は小売店を使い分けており、価格の安い店舗やセール実施店を買い回っている。ガソリン価格の上昇も著しく、景気が上向き要素が全く見当たらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・客は節約志向になっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・円安で海外生産の商品が軒並み値上がり傾向にあり、今後の販売価格の設定に苦慮している。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・今後も価格を意識する客が増えるともみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価高、為替が落ち着くと消費は上向きだが、パリオリンピックが終わりそれに支えられた消費がなくなるとプラスマイナスゼロとなり、状況は変わらないともみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・物価上昇の影響が大きく、服飾品の買い控えが多くなっている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・客の購買意欲が低下している状態が続いている。ベースアップ、所得増といわれているが、地方は賃上げ自体が厳しい状況であり、景気が回復する兆しはみられない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・新車の納期がそれほど掛からないにもかかわらず個人客の販売量が増えない状況は、変わらないともみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・納期遅れが頻繁に発生するようになってきている。新型車の発表がありその受注次第だが、売上が大きく変わることはないともみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・新車部門は出荷停止の影響で引き続き厳しい収益状況が予想される。新車の出荷停止が長引けば中古車の在庫不足も発生してくるため、予断を許さない状況が続く。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・景気は変わらないともみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・他の地域ではファン付きの空調服などが売れていると聞くが当地域ではほとんど動いていない。暑さが長引くと売れるものがなくなるのではないかと心配になる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔靴〕（従業員）	・新型コロナウイルス感染症の新規感染者数の増加が心配である。また、生活必需品の値上げが止まらないため、財布のひもが固くなることも予想される。

□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	・配達灯油の販売数量が前年より減少している。他油種でのリカバーも難しく、現状維持で変わらないとみている。
□	高級レストラン (支配人)	・受注状況から判断して、現状と変わらないとみている。
□	一般レストラン (経営者)	・これ以上悪くなると経営が不可能になる。賃金の上昇に期待している。
□	一般レストラン (経営者)	・同業者からも予約件数が前年と比べて少ないという話を聞く。今月と変わらないか、やや悪くなるとみている。
□	観光型ホテル (スタッフ)	・定額減税などの効果は期待が薄い。物価高を何とかしないと変わらない。
□	観光型旅館 (経営者)	・物価高などマイナス要因が多く、定額減税の効果もみられない。大きな変化はないとみている。
□	観光型旅館 (スタッフ)	・良くなる要素が見当たらない。秋のシーズンは団体旅行客が増えるものの、単価は個人客より低い。ただし、インバウンドの拡大次第では良くなる可能性はある。
□	旅行代理店 (従業員)	・今年の宿泊需要は酷暑を避け、本来8月に動く需要が気温の落ち着く10月以降に移っている。特に東北は訪問者の年齢層が高いこともあり、リスク回避のための旅行時期変更が発生しているとみている。
□	旅行代理店 (従業員)	・県内の当社契約施設の3か月先の販売予測状況は現状と余り変わらない。
□	旅行代理店 (従業員)	・先行受注は落ち着いてきており、海外旅行の間合せや申込みも伸びていない。最近の傾向として間際の申込みが多くなっているが、先行マーケットの動きとしては、悪化はしていないものの良くなっているとまではいえない。
□	通信会社 (営業担当)	・大きく好転する材料に乏しいため、余り良くない状況が続くとみている。
□	通信会社 (社会貢献担当)	・夏季休暇で来客数はこのまま増加が続き、売上も好調をキープする。しかし、売上が大きく伸びることはないとみている。
□	テーマパーク (職員)	・個人客が多かった繁忙期が過ぎ、団体客にシフトする。団体客の人数の減少と単価の低下は続くとみている。
□	遊園地 (経営者)	・円安や物価上昇が家計に及ぼす影響を考慮すると、消費活動が鈍化するとみている。
□	美容室 (経営者)	・日用品や食料品の物価の上昇ペースが激しく、消費者は支出を抑え気味である。
□	美容室 (経営者)	・客から物価高で厳しいという話を聞く。この先が良くなるとは言にくい。
□	その他サービス [寮管理] (管理人)	・新型コロナウイルス感染症の感染拡大により医療費の負担が増して家計を圧迫している。また、猛暑や洪水で農作物に影響が出ていることなどもあり、先行きに不透明感がある。
□	設計事務所 (経営者)	・業種の特性上、短期間では状況が変化しにくいとみている。
□	住宅販売会社 (経営者)	・戸建て住宅の受注は良くないが、大型の構造物件受注で帳尻を合わせている。
□	その他住宅 [リフォーム] (従業員)	・住宅設備機器は省エネ型給湯器の補助金活用に関する問合せは増えるが、暑さの影響で給湯器、コンロの問合せは減るとみている。リフォームは補助金活用する工事の問合せが増えるかとみている。
□	その他住宅 [住宅展示場運営会社] (従業員)	・変動要因が少ないため、現状が続くとみている。
▲	商店街 (代表者)	・仕入価格の高騰と人件費の増加で、商店街は危機的な状況になりかねない。
▲	一般小売店 [医薬品] (経営者)	・光熱費、食品などの生活必需品の値上がりもあり、自らも不要不急の出費は極力避けようと考えている。今後消費者の購買意欲が高まることは想像できない。
▲	百貨店 (経営者)	・世界経済の不透明感が増して株価が変動し始めると、現在の消費をけん引している富裕層の消費意欲に影響を及ぼす。全体的な消費マインドも一時的に低下するとみている。
▲	スーパー (店長)	・お盆で金を使うことに加え、電気料金の高騰、物価の上昇で節約志向が強まり、客が買物を控えることを心配している。

	▲	コンビニ（経営者）	・今月は雨具を求める振り客の来店が増加したことにより、前年並みの売上を維持しているが、一過性であり今後の期待はできない。全体的には客単価、購入点数共にやや減少傾向にあり、前月から前年割れとなっている。明るい材料は見当たらない。
	▲	コンビニ（経営者）	・最低賃金が50円引き上げられると、経営がますます厳しくなると予想している。
	▲	コンビニ（店長）	・今までと同じ販売方法では良くなることはない。日々対策を考えている。
	▲	家電量販店（従業員）	・新築需要は減少傾向にあり、売上が伸びる商品も見当たらない。先行きが不安である。
	▲	家電量販店（従業員）	・パリオリンピック需要や夏のエアコンセールが終了すると、景気を後押しするイベントや新製品の入替えなどがない時期となる。暖房機器が必要となる時期までは買い控えをする客が増えるため、やや悪くなることが予想される。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・商品単価が上がり続ければ景況への影響が出てくる。新たな悪化要素が出てくれば、一気に悪くなることもあり得る。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・燃料油価格激変緩和補助金の適用はあるが、販売価格は高値で推移し続けることが予想されることから、現状からの回復は見込めない。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・以前は高価なブランドウナギの需要があった土用の丑の日も、低価格商品が人気となり節約志向の高まりがみられる。この先年末までを見通しても節約志向が続く懸念がある。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・来客数が減少している。良い兆しがみえない。
	▲	観光型ホテル（スタッフ）	・先行予約の数が例年より少ない。
	▲	旅行代理店（従業員）	・物価高の影響による消費控え、人手不足による販売量の低下が懸念される。
	▲	タクシー運転手	・気候的に涼しくなり、祭りなど大きなイベントも少ないため、タクシー利用者は少なくなるとみている。
	×	商店街（代表者）	・予約状況は改善されず、今後も悪化するとみている。
	×	スーパー（経営者）	・物価高に所得が追い付いていないため、ますます客の節約志向が高まっていく。
	×	コンビニ（経営者）	・売上は変わらないまま経費は上がり続ける。最低賃金も上がるとますます厳しい状況になる。
	×	一般レストラン（経営者）	・観光客に特化した昼営業の店は来客数が期待できても単価の低い単品メニューが中心となる。夜営業の店はアルコールやサブメニューが多く出るため売上が期待できる。秋の観光シーズンに観光客の増加がない限り景気は悪くなる。観光客次第だが、当面は資金に余裕のある少数の個人客しか来ないとみている。
	×	観光名所（職員）	・月末に発生した水害により、当地までの交通網が寸断されている。8月から会社は営業を再開するが、客の入込は読めない。また、報道等による風評被害も気になるところである。コロナ禍や震災の頃と同じような景気に戻るとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	農林水産業（従業者）	・残暑が続くと桃の需要も続くとみている。ただし、桃の収穫の前倒しによる供給不足が懸念される。
	○	食料品製造業（製造担当）	・イベントや帰省等による集客で売上は見込めるが、スタッフの確保が課題である。新型コロナウイルス感染症が再び流行し出したことが懸念材料である。
	○	金属製品製造業（経営者）	・良くなるという話を聞くようになった。それが本当になることを期待している。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・DRAM製造の顧客各社から開発の前倒しが発信されており、需要が伸びるとみている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・一部事業の動きが好転するとの情報があり、受注量、売上共に上向くと見込んでいる。
	○	建設業（従業員）	・今後も大口工事の受注予定があり、売上は堅調に推移する見込みである。
	○	通信業（営業担当）	・自治体などの今年度補正予算の各種補助金を利用したい所からの引き合いが見込める。
	○	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・秋の観光シーズンに入り、外食と土産向けの需要が伸びるとみている。

	□	食料品製造業（営業担当）	・販売不振に加え、人手不足と原材料価格の高騰を何とかしのいでいる状況なので、景気に変化はないとみている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・DX等による効率化が進んでおらず、人海戦術に頼る作業がまだまだ多い。人員過剰は否めず、若手社員の業界離れから、人員構成上も高齢化が顕著である。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・受注量は増えているものの、大手の客先から今後の計画などの情報がないため、見通しが立たない状況である。同業他社に聞いても良い話はない。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・見込み情報や見積案件数から、多少回復の兆しが見える。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・契約が長期にわたるため、状況はしばらく変わらないとみている。
	□	建設業（従業員）	・好転する材料も見当たらないため、変わらない。
	□	建設業（従業員）	・関係する取引先ほぼ全てが限界に近い状況でやりくりしていることから、3か月先も良い状況ではあるものの現状維持とみている。
	□	輸送業（経営者）	・機械装置製造業の取引先の輸出相手国は中国が多い。中国経済が落ち込んでいるため、仕事の延期やキャンセルの可能性があり、計画どおり進まず不安定な状況が続いている。売上金額が大きいため、キャンセルになれば影響は大きい。
	□	通信業（営業担当）	・新規契約が難しい状況が続くとみている。顧客に寄り添う姿勢で対応していく。
	□	通信業（営業担当）	・市場として大きく変わる業界ではない。
	□	金融業（広報担当）	・当県の経済においては、為替や株価に大きな変動がなければ現状維持が続くとみている。ただし、気候変動の影響による1次産業の生産動向には留意が必要である。
	□	広告業協会（役員）	・人材不足による採用関連や、旅行・宿泊などの観光業界の広告出稿は順調に推移するが、エネルギー、小売・流通関連は伸び悩むとみている。広告業界の飛躍は当分望めない。
	□	広告代理店（経営者）	・広告の売上は世の中の景気の動きに遅れて反映される。また、現状では下期に向けて新規案件の獲得が進んでいない。景気は余り変わらないとみている。
	□	経営コンサルタント	・農産物、特に果樹の不作の影響を懸念している。
	□	司法書士	・大きな変化もなく推移するとみている。
	□	公認会計士	・製造業の部品不足等が解消し売上を計上できるようになると景気は好転するが、現時点では見通しが立たないため、全体としての景気は現状維持が妥当とみている。
	□	その他企業 [企画業]（経営者）	・買上点数が減少傾向にあるため、景気が上向くことは期待できないとみている流通・小売関係者が多い。
	□	その他企業 [協同組合]（職員）	・客先等の動向からも、しばらくは良くなる材料は見当たらない。極端に悪くなることもなく、現状維持が続くとみている。
	▲	建設業（従業員）	・一定の受注は見込めるものの大型の受注がないため、景気は悪化する見通しである。
	▲	輸送業（営業担当）	・月末に東北の一部地域を襲った大雨が、今後東北地域の景気に大きな影響が及ぼすとみている。
	▲	コピーサービス業（従業員）	・新型コロナウイルス感染症に関する融資の返済が始まり倒産が増えている。
	×	農林水産業（従業者）	・耕作面積の拡大に伴い、設備を更新する必要に迫られているが、米穀の乾燥調整設備の価格が高騰しており、設備投資したくてもできない状況にある。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量が減少しており、厳しい状況は続く。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・夏休み、夏祭り、お盆と人流の活性化が続くことから、サービス消費を中心に当面消費の回復が続くとみている。
	○	民間職業紹介機関（職員）	・企業から人材が欲しいとの問合せが増えている。
	□	人材派遣会社（経営者）	・景気が悪くなるような要素が特にないため、良い状態が続くとみている。ただし、採用が計画どおり進まず、出店計画の遅れや店舗の営業時間短縮等の対応を取らざるを得ない状況になれば、少し景気が悪くなる可能性がある。

□	人材派遣会社（社員）	・採用要件を落としてまで採用するような切迫した募集は一旦落ち着いている。
□	人材派遣会社（社員）	・業績が好調に推移している企業もあるが、製造業などを中心に求人への動きは鈍く、先を見通せない状況が続いている。原材料価格の高騰によりビジネスモデルの変更を余儀なくされるケースもあり、特に中小企業にとっては予断を許さない状況が続いている。
□	アウトソーシング企業（経営者）	・客との価格調整で値上げができて、人件費が増加するため、利益を確保するのはなかなか厳しい。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・台湾の半導体工場の当県進出には期待しているものの、2～3か月後に影響が表れる話ではない。ほかには景気にプラスの影響を及ぼしそうな材料は見当たらない。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・夏祭り後の景気動向は不透明である。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・明るい材料に乏しく、現状維持がしばらく続くともっている。
□	職業安定所（職員）	・人手不足により求人活動は活発だが、物価高による企業収益の悪化を訴える声も多い。この状況は継続するとみている。
▲	人材派遣会社（社員）	・求職者数が前年比マイナス傾向であることに加え、求人数も前年割れが続いている。同業他社の話を聞いても同様である。前年とのかい離幅が広がりつつあることから、若干悪化傾向へ進むと予想している。
▲	職業安定所（職員）	・新規求人数の勢いに陰りがみえる。
▲	職業安定所（職員）	・今後も企業の工場閉鎖等の予定がある。
▲	学校〔専門学校〕	・米国大統領選挙は我が国の経済活動にも影響を与えるが、この先3か月では影響は少ないとみている。
×	職業安定所（職員）	・物価高騰に改善がみられないことと、最低賃金が50円アップすることによる人件費等の問題が発生するとみている。