

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)	◎	*	*
	○	百貨店（催事担当）	・秋の改装に伴い、新規オープンするショップが複数あり、これまでの主要顧客層よりも若い層の来客数増加が見込まれる。
	○	スーパー（店長）	・最低賃金改定などで収入が大きく増えることが予想されるため、消費も活性化するとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・厳しい残暑が予想され、アイスなど夏物商材の売上伸長が見込める。また、円安のため紅葉の時期に例年よりもインバウンドを含む観光客が増加するとみている。
	○	コンビニ（店長）	・10月に予定されている最低賃金の引上げに期待している。
	○	コンビニ（店長）	・景気が良くなると期待したい。ただし、最低賃金の引上げが予定されており対応に頭を抱えている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・単価の高い秋冬商材が売れる時期になる。
	○	衣料品専門店（店長）	・会議や会合などが何年ぶりかで開催されたという話を聞く。秋以降も新型コロナウイルス感染症発生前のいろいろな行事が再開され、それに合わせて洋服などを買いそろえる人が増えるのではないかと期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・メーカーの半期決算で施策支援が予定されているため、今後の受注次第で収益の増加が見込める。新車入庫の納期を見ながら商談を進めることで受注を確保したい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算期を迎えるため、販売量、売上が増える見込みである。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており、今後生産量が増える予定なので、現状より良くなる。
	○	都市型ホテル（支配人）	・秋の行楽シーズンの先行予約が好調である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・紅葉シーズンを迎えることや、イベントやコンサートが開催されることから、国内だけでなく海外からの客も多くなる見込みである。
	○	旅行代理店（従業員）	・当社契約施設の2～3か月先の受注状況が前月比5%増加している。
	○	旅行代理店（従業員）	・秋の紅葉シーズン、年末年始と旅行業界では人が動く季節となる。予約状況が少し上向いていることもあり、エネルギー価格の高騰や為替の影響が落ち着き、悪天候にならなければ、やや良くなるかとみている。
	○	通信会社（経営者）	・建築が増えている新築住宅向けの需要で放送・通信のセットでの加入が増えるとみている。また、年末に向けて映像コンテンツが充実するため、放送サービスの加入者数の増加が期待できる。通信サービスは、年内に完成するアパートやマンションへのインターネット一括導入の増加が期待できる。
	○	設計事務所（経営者）	・新規業務が見込める。
	□	商店街（代表者）	・大型商業施設のオープン特需による商店街のにぎわいは落ち着くとみている。
	□	商店街（代表者）	・価格が高止まりしているため、販売量の増加は期待できない。
	□	商店街（代表者）	・プラス材料とマイナス材料の両方があり、変わらないとみている。
□	一般小売店 [医薬品]（経営者）	・暑い日が10月まで続くという予報が出ている。夏場に売れる商材は決まっているため、暑い日が続けば現在と同様の売上が続くかとみている。	
□	一般小売店 [医薬品]（経営者）	・9月以降は季節商材が大幅に変わり、客もそれに合わせて来店する。景気はそれほど変わらないとみている。	
□	一般小売店 [医薬品]（経営者）	・生活費は高騰しているが、健康の重要性は認識されており、関連商品の安定した需要が見込める。改善することはないが悪化する傾向にもないとみている。	
□	一般小売店 [雑貨]（経営者）	・秋物衣料も値上げが続く。客は値上げに慣れてきているとはいえず、財布のひもは固くなるばかりである。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の感染拡大が続けば、売上の核となるシニア層も再び外出を自粛するようになるため、来客数や売上に影響が出る。
<input type="checkbox"/>	百貨店（従業員）	・来客数は増加傾向にあるが、当面は物価高の改善はなく、生活防衛意識に変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・消費の傾向は変わらず、既存店の売上也悪くない状態で推移するとみている。10月からの最低賃金の引上げもあるため、消費環境が上向くことを期待したい。仕入費用、物流費、人件費等運営費の支出増加は不可避なので、それを賄える消費の拡大、継続した需要の増加を期待している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・値上げによる単価の上昇と、買上点数の減少は引き続き変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・お盆期間は高単価商品が動いたが、その後は来客数も減少し、売れるものも安い物が中心になっている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・現在の販売促進策を継続するため、来客数も大きくは変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・可処分所得が増えた実感できれば景気も良くなるとみている。高齢化が進む地域では食品の消費が減少するため、食品小売業の売上也減少している。景気対策だけでなく少子化対策も早急な対応が必要である。
<input type="checkbox"/>	スーパー（営業担当）	・米不足による米の異常な売上は新米が出回れば通常に戻るため、全体の売上は厳しくなるとみている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（商品担当）	・食費の節約傾向は続くとみている。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・人の動きが鈍くなっていることに加え、建設業関係の仕事が徐々に減ってきたことで客も減っている。景気が回復する兆しはみられない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・最低賃金の引上げが予定されているが、大きな変化は見込めない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・景気は余り変わらないとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・異常気象の影響もあり、個人消費の抑制は継続するとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（店長）	・為替の急激な変動がない限り、現状の消費動向が極端に変わることはないとみている。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（総務担当）	・生活必需品が優先され、趣味やし好品に近い商品の販売不振は続いている。客の様子からも購買意欲が高まっているようにはみえない。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・食品などの値上がり落ち着いているため、売上也前年並みになるとみている。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（従業員）	・10月、11月は新製品の発売が多く、表示価格が全体的に高く感じられる時期である。また、9月の上期決算セールの後でもあるため、気温が低下し冬物商材が売れてこない限り、景気が大きく変化することはない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・個人客の商談がなかなか発生しないため、今後も販売台数は伸びないとみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・メーカーから出荷量を増やす話がきているが、時期がはっきりしない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（店長）	・新型車の発表を控えているが、通常と比べて顧客からは良い反応がみられない。為替の影響が少なくなるまでは我慢が必要とみている。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・為替相場が変動してコストが下がっても、燃料油価格激変緩和補助金があるため現状の高い販売価格は変わらない。販売量の回復は見込めない。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・各油種共に販売量が増加する要因がない。しばらく変化はないとみている。
<input type="checkbox"/>	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・12月の商戦にターゲットを定めるため、10月、11月は前年並みを維持するショップが多い。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・予約状況を見ても、例年秋口に入ってくるパーティー需要などが少ない。この状況がしばらく続くのではないかと懸念している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・暑さが落ち着けば、少しずつ予約が増えるとみている。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（スタッフ）	・余り変わらないとみている。

□	観光型ホテル（スタッフ）	・景気が上向く要素がない。
□	観光型旅館（経営者）	・繁忙期になるため期待したいが、特別な好転要素もないため例年並みとみている。
□	観光型旅館（スタッフ）	・値上げラッシュは落ち着いているが、給与のアップが大企業でしか行われていないため、景気が良くなるとは考えられない。
□	旅行代理店（従業員）	・猛暑とパリオリンピック開催により旅行需要は停滞していたため、反動による秋季需要での巻き返しに期待している。特に首都圏方面への旅行は猛暑の懸念で大きく数値を落としたことから、10月以降、屋外大型レジャー施設などの需要回復に期待している。
□	旅行代理店（従業員）	・要員不足で受付できない状況が続いている。円安や物価高による買い控えも続いている。
□	通信会社（営業担当）	・大きく好転する材料に乏しく、現状維持とみている。
□	通信会社（営業担当）	・良くなる材料が乏しい反面、悪くなる材料も出尽くしている。
□	通信会社（営業担当）	・物価高の影響が続くとみている。
□	通信会社（社会貢献担当）	・新製品が発売される予定だが、製品のスペック次第では良くなる可能性がある。
□	観光名所（職員）	・前月の水害からの復旧作業は着々と進んでいる。しかし、予約数も増えず、振り客の数も前年を割っている。客は近づいていいのか判断に迷っている。東日本大震災のときと同様に、復旧しても客が戻らない状況になるのではないとみている。
□	競艇場（職員）	・イベントを実施しても結果につながらない。現在は常連客でもっており、新規客が増える見込みもないため、現状維持が精一杯である。
□	美容室（経営者）	・物価高や異常気象などで先行きに不透明感があり、消費動向に警戒感がみられる。収入の増加が消費拡大につながっていない。
□	美容室（経営者）	・客との会話から、積極的に活動したい気持ちと、物価高で支出を抑える必要があるという気持ちの両方がうかがえる。
□	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・定額減税の効果もみられず、社会保険料等は増えている。消費者は物価高にも節約生活にも慣れてきており、変わらないとみている。
□	住宅販売会社（経営者）	・住宅販売についてはローコスト住宅を中心に展開する予定である。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は補助金を活用する省エネ型給湯器の問合せが増えるのとみている。リフォームは暑さが落ち着くのに伴い、工事の問合せが増えるのとみている。
▲	商店街（代表者）	・気温の高い日が続き年配の客はほとんど外に出てこないが、2～3か月後は気温も落ち着き、多少は改善するとみている。しかし、消費は一段と落ち込む雰囲気がある。
▲	商店街（代表者）	・紅葉シーズンを迎えるまでは一旦落ち着くとみている。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・10月からの値上げの案内が多くきている。消費者の購買意欲を更に低下させるのではないかと心配している。
▲	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・まだまだ暑さは続くため商品の入替えができない。仕立ての予約もない。
▲	百貨店（経営者）	・インバウンドや富裕層のシェアが元々高くないなかで消費は一巡し、高額商品の売行きは少しずつ失速するとみている。それをカバーする勢いのある分野の商品がない。
▲	スーパー（店長）	・来客数が減少しており、景気が回復する要因も見当たらない。
▲	スーパー（企画担当）	・現在は米不足の影響による米の販売量増加が売上を押し上げており前年を少し上回る状況だが、来月はその反動で米の売上が下がるかとみている。物価上昇による買い控えは続くとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・客足が伸び悩んでいる。1人当たりの購買点数も97%と前年を割っている。客単価は前年比100%で推移しているが、今後には期待は持てない。
▲	コンビニ（経営者）	・今年は台風や雨が多く、来客数が伸びていない。今後も台風が多く発生すると予想され、来客数の動きは鈍くなるとみている。

	▲	コンビニ（経営者）	・10月に最低賃金の大幅アップが予定されており、ますます経営が厳しくなる。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・物価上昇に伴う買い控えに加え、天候が安定しないことも予想され、来客数の増加は期待できない。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・値上げにより消費者の購買意欲が落ちている。また、天候不順が続けば行楽や旅行に行く人も少なくなることが予想される。
	▲	衣料品専門店（経営者）	・猛暑や台風による米や野菜の作柄への影響を心配している。また、客が外出を控えることによる売上の減少も心配である。
	▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・年末に向けてまた値上げが予想され、客の様子からも出費を抑える傾向は続くともみている。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・現状維持とみている。物価の上昇に加え、米の大幅な値上げの影響も出てくると考えられる。
	▲	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・この先、労働力人口が減少していくなか、狭い地域内でのパイの奪い合いは一層厳しくなるとみている。革新的なアイデアを打ち出していかなければ淘汰されるのではないかと危惧している。
	▲	その他専門店〔靴〕（従業員）	・涼を求めてきた客で、ショッピングセンター内店舗の売上が上がっている状況は一過性のものである。気温が落ち着けばやや悪くなるとみている。
	▲	高級レストラン（支配人）	・予約状況からみて、11月末までは良いとはいえない状況である。
	▲	一般レストラン（経営者）	・地震の不安や台風などの悪天候で、客が外出を控えることが予想されるため、やや悪くなるとみている。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・ディナーの来客数は通常50人くらいだが、その半分ほどしか入らない日が2～3日に1回ある。
	▲	タクシー運転手	・2～3か月後は大きなイベントや行事が少なく、気温も涼しくなるため、利用客が少なくなるとみている。
	▲	テーマパーク（職員）	・客の購買行動が節約志向になっている。
	▲	遊園地（経営者）	・物価上昇に対し、賃金上昇の勢いが弱い。家計への影響が続くとみている。
	▲	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・金利の引上げは少し早すぎたのではないかと。景気が停滞することを危惧している。
	×	スーパー（経営者）	・10月に最低賃金が引き上げられても、物価の上昇をカバーするには至らず、節約志向は一層厳しくなるとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・消耗品などが値上がりし、ただでさえ厳しい経営状況が続いているなか、最低賃金が引き上げられると経営は一層厳しくなる。冬場は例年赤字なので、借金をしてまでやり続ける意味があるのか毎日悩んでいる。多くのオーナーが辞めることになるのではないかと。
	×	衣料品専門店（店長）	・猛暑にもかかわらず来客数が減少傾向にあるため、9月10月の来客数も期待できない。
	×	一般レストラン（経営者）	・今後も人件費や物価の上昇は避けられず、飲食店はそれを加味した価格設定にしないと経営が難しくなる。一部の業種だけが潤っても景気は活性化しない。物価の上昇に消費者の収入が追い付いて家計に余裕が生まれ、消費活動が活発化するのとは当分先とみている。それまでは生活に必要な物だけ購入する状況は続くため、景気が悪い状態は継続するとみている。
企業動向関連	◎	—	—
(東北)	○	食料品製造業（製造担当）	・不足しているスタッフの確保が課題である。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・車載向け電装部品の受注見込み量がやや増えてきている。
	○	電気機械器具製造業（企画担当）	・取引先の状況を見ると、DRAMに関しては本格的な開発競争と設備投資の動きが出てきており、良い方向に進むとみている。
	○	建設業（従業員）	・商談物件が出てきている。今後も堅調な受注が見込まれる。
	○	建設業（従業員）	・目標案件の受注見通しが立っている。
	○	司法書士	・20代前半で40年以上の長期住宅ローンを組んで住宅を取得する人が増えている。金利上昇前の駆け込み需要が見込まれる。

	○	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・秋の観光シーズンに入る。
	□	食料品製造業（経営者）	・原材料価格の上昇を含め、値上がりが続くため、利益の面でも更に厳しくなる。
	□	食料品製造業（営業担当）	・新商品を発売しても、販売不振による販売量の減少を補うことができていない。厳しい状態は当面続くとみている。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・デジタル化の流れ、物価高騰による緊縮、節約の影響は続く。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・構造的な変革がない限り、地方経済の将来の景気は見通せない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・株価は持ち直してきたが、依然として米国の景気後退の懸念がある。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・8月は長期休暇があったため引き合い件数が少なく、2～3か月先の状況は余り変わらないとみている。仕事量が増えるのは年明けから春先以降とみる客先が多い。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・当面は現状維持とみている。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・一部事業の伸びは期待できるが、動きが良くないデバイス関連事業は期待できない。
	□	建設業（従業員）	・資材価格の高騰も続いているため、変わらない。
	□	建設業（従業員）	・現在の好景気が2～3か月で変わることはないとみている。
	□	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が、中国経済の落ち込みでキャンセルが発生し当初計画より50%減少している。また、物価高騰により荷動きが悪い状況が続いている。最近の円高傾向が物価高騰に良い影響を与えることを期待したい。
	□	通信業（営業担当）	・客の反応が冷え込んでいる。顧客との関係性を強めていく。
	□	通信業（営業担当）	・取引先や競合他社の様子をみても変化の兆しはなく、この先も低迷した状態が続く。
	□	広告業協会（役員）	・物価高騰の沈静化が突破口の1つになるとみているが、広告業界の厳しい状況はしばらく続く見込みである。
	□	広告代理店（経営者）	・経営上、広告投資の判断は遅めになることが多い。現状に余り変化がないため、3か月後も変わらないとみている。
	□	経営コンサルタント	・政権政党新総裁の景気対策に注目している。
	□	公認会計士	・製造業関係の人手不足、部品不足等が解消し売上が上がれば、全体の景気も良くなるが、現時点では難しい。したがって、2～3か月先の景気は現状と変わらないとみている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・稼ぎ時である週末の天候が悪く、客足が遠のいている。秋に向けてばん回を期待したいが天候次第であり、それが当地域の弱点でもある。
	□	その他企業〔協同組合〕（職員）	・明るい材料も暗い材料も見当たらないため、変わらないとみている。
	▲	農林水産業（従業者）	・天候不順や猛暑が、これから稲刈りを迎える米の収穫量や品質に悪影響を与えることを懸念している。
	▲	農林水産業（従業者）	・桃のシーズンが終わり、りんごのシーズンになるが、今年は台風が多く、収穫量に影響が出る可能性がある。
	▲	金融業（広報担当）	・秋に収穫される1次産品の不作が懸念される。また、物価高が企業の収益面に引き続き影響を与えることは避けられない。
	▲	コピーサービス業（従業員）	・仕入価格や配送料の値上がりがあり価格転嫁を検討しているが、値上げに応じない取引先も出てくるのが予想される。
	×	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、厳しい状況が続くとみている。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	*	*
	□	人材派遣会社（経営者）	・飲食業や建設業で原材料価格の高騰による利益圧迫の懸念は若干あるものの、人材の需要は多くあるため、景気のやや良い状況は継続するとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は増加傾向にあるが、企業側の書類通過率は下がり続けている。ある程度のレベルの採用要件で人材を採用する状況は続くとみている。

□	人材派遣会社（社員）	・求人の動きが停滞している。特に製造業で動きがない。インバウンド需要など一部で動きはあるが、一部の業種に限られる。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・政治情勢も国際情勢も不安定な状況が続いているため、先の状況を見通せない。せめて現状は維持したい。
□	新聞社〔求人広告〕（経営者）	・物価高や為替の動向次第である。先が見えない。
□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・好材料も乏しく、現状維持がしばらく続くとみている。
□	職業安定所（職員）	・人手不足により活発な求人活動を継続している企業がある一方で、燃料費や原材料費、人件費の増加により収益が上がらない企業が増加している。この状況は続くとみている。
□	職業安定所（職員）	・市街地の人流活性化により、サービス業関係は好調維持が見込まれるが、建設業、製造業に景気回復がみられなければ変わらない。
□	職業安定所（職員）	・新規求人、新規求職の動きに劇的な変化はみられない。
□	学校〔専門学校〕	・景気を左右する要素が見当たらないため、現状維持とみている。
▲	人材派遣会社（社員）	・求人数、求職者数共に減少傾向にあり、やや悪くなるとみている。
▲	職業安定所（職員）	・最低賃金の引上げにより、人件費の問題が発生するとみている。
▲	職業安定所（職員）	・今後は会社都合による解雇者数の増加が見込まれる。
▲	民間職業紹介機関（職員）	・周辺企業の増産による人材募集は年内で終わるため、3か月先はやや悪くなると予想している。
×	アウトソーシング企業（経営者）	・10月には最低賃金も上がり経費は増える一方だが、その分を価格に転嫁できない。