

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)	◎	－	－
	○	一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・ 季節が秋に変わるのに伴い、売れる商品も変化するとみている。
	○	一般小売店〔スポーツ用品〕 （店員）	・ 秋の新作が発売されるため、業界としては良い傾向となる。天候が穏やかになれば、ゴルフ場の利用やショップの来店にもつながるとみている。
	○	百貨店（経営者）	・ 3月以降、高額商品の動きは鈍かったが、ここに来て復調の兆しがある。現在の経済環境からすれば、新たな商品の提案次第で良くなることが期待できる。
	○	百貨店（経営者）	・ 人気イベントの開催予定があり、来客数の増加が見込まれることから、売上の増加を予想している。生鮮食品等は物価高の影響で苦戦が予想される。
	○	スーパー（店長）	・ 8月の業績悪化の要因はお盆だったため、9月からは戻るとみている。ただし、9月に多数の商品が値上がりすることが懸念材料である。
	○	スーパー（店長）	・ 売上は上向いており、業績も伸びているため、やや良くなるとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・ 値上げ商品が多いなか、買上点数が伸びている。人の動きが良好で、客単価もアップしている。この先も暑さが続き、人の動きの良い状況が続けば、景気の落ち込みはない。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ 客が値上げ後の商品価格に慣れてきている。また、気温上昇に伴い飲料、アイス、氷といった夏物商材が好調に推移している。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ 秋の行楽はインバウンドも期待できる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・ 商品単価が高い秋冬商材が本番の時期になる。
	○	家電量販店（従業員）	・ 客が値上がりに慣れてきたため、買換え需要では単価の上昇が見込まれる。
	○	乗用車販売店（従業員）	・ 新型車がオーダーできるようになり、販売量は伸びるとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・ 決算セールは終わるものの、新型車が発売されるため、良くなるとみている。
	○	住関連専門店（経営者）	・ 受注生産をしており、受注量は確定している。この先の生産量、販売量はやや増加する見込みである。
	○	一般レストラン（経営者）	・ 暑さと物価上昇でかなり厳しいが、秋になりもう少し涼しくなれば、人出が増え、予約も増えるとみている。
	○	都市型ホテル（支配人）	・ 秋口から冬にかけての先行予約が好調である。特に訪日インバウンドが好調である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・ 紅葉の時期を迎え、来客数が増加する。
	○	旅行代理店（従業員）	・ 2～3か月先の当社契約宿泊施設の販売額が前年を超えている。
	○	旅行代理店（従業員）	・ 個人旅行は、先行予約や年末年始を含む先の旅行相談の状況から、海外旅行で多少回復の兆しがみられる。この先、多少は良くなるとみている。
	○	通信会社（経営者）	・ 11月からサービスエリアが拡大するため、放送、インターネット共に新規加入者数の増加が見込まれる。また、新規オープンの大規模ショッピングセンターでの加入促進イベントを予定しており、加入者数の増加が期待できる。
	○	観光名所（職員）	・ 2～3か月先は繁忙期になるが、予約が例年より早く埋まってきている印象を受ける。
	○	美容室（経営者）	・ 国の景気対策などが出そう。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕 （経営者）	・ 今後もしばらくは好調が続くとみている。しかし、利上げになれば一転、厳しくなる。
	□	商店街（代表者）	・ 食料品を中心に物価高は続く見込みで、景気は現状のまま変わらないとみている。
	□	商店街（代表者）	・ 繁華街の空洞化により、消費が減退することを懸念している。

☐	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・暑さが落ち着けば多少は人出が増えるが、10月に選挙が控えているため、繁華街はまた静かになる。現在の悪い状況は変わらないとみている。
☐	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・暑さや食品等の値上げが続くなか、寝具等の購入に目を向けてもらうのは難しい。
☐	一般小売店〔茶〕（経営者）	・地方では景気が上向く要素が見当たらない。日本全体の景気が相当良くならなないと、地方に良い影響は波及してこない。
☐	百貨店（企画担当）	・識別顧客の売上は前年割れが続いており、非識別顧客の動向に左右される構図になっている。
☐	百貨店（営業担当）	・暑い日が続いているため、季節の変わり目による客の動向が見えにくい。
☐	百貨店（従業員）	・物価高が改善される見込みがないことから、生活防衛意識が高い状態は変わらず、必要最低限の購買しかない状況は続くとみている。
☐	スーパー（店長）	・他社との競争が激しい状況は変わらないとみている。
☐	スーパー（企画担当）	・物価が更に上がるため、使える金が増えない限り、良くなることはない。
☐	スーパー（商品担当）	・前年9月は残暑の影響で来客数が好調に推移したが、今年は日曜日が1回少ないため、来客数にその影響が出るとみている。また、値上げの影響で買い控えも続くとみている。明るい見通しを立てられる状況ではない。
☐	スーパー（業務担当）	・現時点で大幅に景気が良くなる要素は見当たらない。
☐	コンビニ（経営者）	・9月からまた値上がりする商品があるため、衝動買いは減り、買い控えが顕著になるとみている。この先、売上は厳しくなっていく。
☐	コンビニ（経営者）	・商品が値上がりしているため売上は横ばいだが、来客数が減少している。景気は変わらないとみている。
☐	コンビニ（エリア担当）	・外的環境に変化がないため、変わらない。
☐	コンビニ（店長）	・景気が変わる要素が見当たらない。
☐	衣料品専門店（経営者）	・景気の動向を見ながら、店舗展開や法人の訪問回数を増やすなどの対策を検討中である。
☐	衣料品専門店（経営者）	・物価高騰による消費意欲の減退は続くとみている。
☐	衣料品専門店（店長）	・インターンシップの準備をする客の動きが例年より前倒しとなっているため、その後のプラス要因が読めない状況である。残暑で秋物の出足が遅れることを心配しているが、今のところ天候要因くらいしか懸念事項はない。
☐	衣料品専門店（店長）	・9月、10月と値上げされる品目が増えることが予想されるなか、残暑が10月まで続くという予報も出ており、消費者の購買モチベーションの低下が危惧される。
☐	衣料品専門店（総務担当）	・原材料価格の高騰による食料品を始めた商品の価格高騰が続いており、消費者の購買行動に影響している。今後も必要最低限の物だけを購入する状況が続くとみている。景気が上向くことは考えにくい。
☐	家電量販店（従業員）	・9月の決算や10月の現行OSのサポート終了によるパソコン需要はある程度想定される。しかし、白物家電や調理家電は入替えの時期に入り、処分品は安く、新製品は高くなることで価格差が激しくなる。処分品が多く売れることで単価は下落する。また、処分品は在庫数にも限界があるため、景気が大きく変わることはないとみている。
☐	乗用車販売店（従業員）	・売上の計上は車両が登録された時点となるが、売上を左右する配車台数が劇的に増加することはないとみている。
☐	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・高温による野菜や米の不作もあり食料品の価格が上がっている。建築業界においても材料価格や人件費が高騰している。この先2～3か月で景気が良くなることはない。
☐	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・近年の暑さが長引く傾向は衣替えの時期にも変化をもたらし、10月中旬まで夏物のところも多い。また、インナーの普及や軽防寒の性能アップにより、かつての防寒着はほとんど注文がない。インナーは個人が購入するため、当社の売上にはつながらない。
☐	その他専門店〔靴〕（経営者）	・物価上昇は続いており、景気が良くなる要素が見当たらない。

□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・手取り額が増える見通しが立たないなか、食品を中心に値上げが続いており、客の節約志向は続く見通しである。特別な日には金を出す、メリハリ消費には期待できるものの、その対象となるイベントの選別が以前よりもシビアになっている印象を受ける。
□	高級レストラン（支配人）	・元々夏場は需要が落ち込む傾向にあるが、今年の集客は例年にも増して厳しい状況が続いている。主要客であるシニア層が猛暑の影響で外出を控えており、集客減少に拍車を掛けている。
□	一般レストラン（経営者）	・物価が更に上がるため、景気が良くなることはないが、その状態に慣れて、それが普通になっていくとみている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・電気代などが家計を圧迫している。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・好転する要素がない。
□	観光型旅館（経営者）	・物価高が続き、好転する要素もないため、変わらないとみている。
□	観光型旅館（スタッフ）	・紅葉シーズンで来客数は増えるが、団体予約が中心である。個人予約を伸ばしたいが、景気が良くなる要素がないため難しい。
□	旅行代理店（従業員）	・個人旅行は物価高騰の影響により客層が絞られる。団体旅行は一部の好況企業で動きが見られるものの、東北は中小企業が多いため、全般的に減少することが予想される。
□	旅行代理店（従業員）	・予約状況を踏まえると、先行きの見通しは明るくない。
□	通信会社（営業担当）	・景気が好転するような材料に乏しい。
□	通信会社（営業担当）	・政治が不安定で、物価対策が遅々として進まない。
□	通信会社（営業担当）	・変化があるような兆しはみえない。
□	観光名所（職員）	・夏休み期間中は天候にも恵まれ、客単価の上昇もあり、大変良い結果となっている。予約状況も良いため、現在のやや良い状況が続くとみている。
□	観光名所（職員）	・土産品の価格が上がっているものの、売行きは問題ない。客の購買力は高いとみている。
□	遊園地（経営者）	・家計消費の弱含み、物価上昇等で景気の好転は期待できない。
□	美容室（経営者）	・物価が上がっているため、客は美容に掛ける費用を節約している。
□	設計事務所（経営者）	・物件の発注は一定数あるが、物件単価は下落傾向にある。単価が低くても関わる職員数を減らすことはできず、予定外の新規受注は難しい状況である。
□	住宅販売会社（経営者）	・住宅受注は伸びないが、賃貸用鉄筋コンクリート造のマンションの受注がそれなりにあり、売上目標は何とか達成できる見通しである。
□	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、エアコンの問合せが落ち着き、給湯器の交換が増えるとみている。リフォームは、暑さの影響で問合せの少ない状況が続くとみている。
□	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	・成約棟数の推移に大きな変化はないとみている。
▲	商店街（代表者）	・現在の暑さも2～3か月先には落ち着くが、米国の関税政策の影響が出始めることで、消費はかなり減退するとみている。
▲	商店街（代表者）	・物価高騰で財布のひもが固くなるとみている。
▲	商店街（代表者）	・紅葉シーズンを迎えても、夏祭りほどの来客数は見込めない。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ウクライナ情勢の長期化により、ロシアでは物資が不足していると伝えられている。それが回り回って、我が国の食糧を含む生活必需品の更なる価格上昇につながっていく可能性がある。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・気象条件が良かったこともあり現状は好調だが、続くことはないとみている。お盆が終わりイベントなども落ち着けば消費マインドも低下してくる。新米の価格高騰のニュースなどを聞くようになり、不安が一層高まっている。
▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・活字離れや商品単価の上昇、人件費の高騰など悪くなる要素は幾らでもあげられるが、良くなる要素は全くない。

	▲	スーパー（経営者）	・ 上場企業の2026年3月期見込みが6年ぶりに減益の見通しとの報道が出ている。また、10月からは電気料金の値上げ、最低賃金の大幅アップなどがあり、経営環境は厳しさが増すとみている。そういったことが、景気にマイナスに影響せず、最低賃金の引上げが消費拡大につながることを期待したい。
	▲	スーパー（店長）	・ 米の価格上昇が予想される。
	▲	スーパー（店舗運営）	・ 商圈内の環境は余り変わらないが、商品の値上がりは続く見通しであり、消費者の買い控えが懸念される。
	▲	コンビニ（経営者）	・ 今月は天候が良かったにもかかわらず、来客数が伸びていない。2～3か月後には競合店がオープンするという情報もあるため、ますます厳しくなるとみている。
	▲	コンビニ（経営者）	・ 最低賃金の引上げで経費が増え、利益が減少するため、経営は確実に厳しくなる。
	▲	コンビニ（経営者）	・ 当面、好転する見通しは立っていない。米の価格上昇で農家の動きが良くなることを期待したい。
	▲	コンビニ（店長）	・ 過疎化などで厳しい状況のなか、景気が上向くプラス要因は見当たらない。
	▲	衣料品専門店（店長）	・ 物価高騰や米国の関税政策の影響で消費マインドが低下するため、買い控えの傾向は今まで以上に強くなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・ 市場環境から物価高騰が予想される。販売車種の価格改定が予定されており、客の動きや販売に影響が出るとみている。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・ ボーナス時期である6～7月の販売量の伸びが想定以上に悪かったことから、今後の見通しも余り良くない。
	▲	乗用車販売店（店長）	・ 現状では登録台数が前年比120%でも、収益が前年比80%台とかなり苦戦している。中古車の卸相場が急激に下落していることもあり、収益が比較的良好だった中古車部門に影が差し始めている。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・ 全体的に商品価格の上昇傾向が続いており、消費者の財布のひもはますます固くなっている。特にこれから米価が異常に高くなるなどすれば、その影響は計りしれない。消費者の米離れや国産米を使わなくなる傾向が出てくるのが危惧される。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・ 暫定税率の廃止やそれに向けた補助事業の変更等、不確定要素が多く、対応に影響が出るとみている。
	▲	一般レストラン（経営者）	・ 11月までの予約状況をみてもペースが悪い。今後は来客数が減少するとみている。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・ 税金は取られるが賃金は上がらないため、夏休みやお盆で消費した分、金を使わなくなる。売上の増加は見込めない。
	▲	タクシー運転手	・ 2～3か月先は今月より過ごしやすい時期になるため、利用者数は減少するとみている。
	▲	テーマパーク（職員）	・ 9月からは、改装に伴い店舗エリアが縮小する。
	▲	競艇場（職員）	・ 大口の客の来場により、今月の売上は好調だが、来場は不定期であるため、今後は売上が下がるとみている。
	▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・ 暑さや物価高騰などの影響が続く見込みであり、景気は下向きとみている。
	×	スーパー（経営者）	・ 消費マインドとして財布のひもは固くなっている。
	×	コンビニ（経営者）	・ 最低賃金の大幅な上昇により経営は非常に苦しくなる。サービス向上のためのオペレーションは増え続けており、働き手は減るが省人化は難しい。人口が少ない当地域では売上は上がらず、経営は非常に厳しい。冬を越せないオーナーもかなり出るとみている。
	×	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・ 残暑が厳しく配達灯油の販売が減っている。気温が高くなるとの長期予報が出ているため、販売量の増加は期待できない。
	×	一般レストラン（経営者）	・ 良くなる要素は皆無である。
企業 動向 関連 (東北)	◎	—	—
	○	農林水産業（従業者）	・ 農業団体から支払われる米の概算金が、前年度よりも上昇する見込みである。
	○	食料品製造業（製造担当）	・ 土産品は春先の価格改定以降、実店舗で苦戦してきたが、少し価格に慣れてきたことと、他店も相次いで値上げをしたことで価格差が縮まったことから、物販も上向いている。

○	金属製品製造業（経営者）	・客先から増産傾向との話を聞いている。いよいよ反映してくることを期待したい。
○	建設業（従業員）	・現在対応中の民間案件が受注契約の時期を迎える。
○	通信業（営業担当）	・来年度に向けて、設備投資意欲やオフィス家具などの買換え需要が高まるとみている。
○	広告代理店（経営者）	・東京でメディア市況が活況を呈しており、今後は当地域にも波及してくると予想している。
○	その他企業〔企画業〕（経営者）	・当県の米の概算金が前年比160%になるとの情報があり、米農家は一樣に安心している。2～3か月先には振り込まれるため、当地域の経済は潤うとみている。
□	農林水産業（従業者）	・この先も様々な果物が旬を迎えるため、しばらくは需要が高い状態が続くとみている。
□	食料品製造業（経営者）	・食品関係は9月から値上げになるものも多いため、販売量の動きが悪くなることが懸念される。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・好材料が見当たらない。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いが減少しており、販売価格を抑えなければ受注できないような状況にある。各社、設備投資の話題も少ないため、2～3か月先も景気は変わらないか、やや悪くなるとみている。
□	電気機械器具製造業（総務担当）	・少なくとも年内は、余り動きはないとみている。
□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・良くなるという情報が少ないため、現状のまま変わらない見込みである。
□	建設業（従業員）	・人手不足のなか人繰りを工夫して、受注工事を工期に間に合わせている状況である。
□	建設業（従業員）	・人手不足が続いているため、良くなるとはみていない。
□	建設業（従業員）	・これ以上は対応できない受注量を確保している。景気は良いまま変わらない。
□	輸送業（経営者）	・物流の2024年問題で一部荷主との料金交渉に進捗があり、売上は増加傾向で推移している。反面、燃料価格の高止まり、人件費・物価高などで輸送原価が上昇し、コストも増加している。また、主要貨物である機械装置の出荷予定が見通せない状況が続いている。
□	通信業（営業担当）	・客の値下げ要請には辛抱強く対応し、状況を理解してもらうしかない。
□	通信業（営業担当）	・価格上昇はあるものの、特に変わらないとみている。
□	金融業（広報担当）	・観光関連業種にとってはプラスとなる時期である。一方、米やりんご、ホタテやイカなど一次産品の収穫に関しては質、量共に心配される状況であり、地元経済への影響が懸念される。
□	広告業協会（役員）	・物価上昇や米国の関税政策などがあり、景気が良くなる要素は見当たらない。そのような状況では広告業界への積極的な投資は期待できない。厳しい状態がしばらく続くとみている。
□	経営コンサルタント	・気候変動が農業に与える影響について注視していく必要がある。
□	司法書士	・特に目立った動きはない。
□	公認会計士	・小売業、サービス業関係は一定程度の業績を確保しており、急激に悪化する要因は見当たらない。一方、建設業関係の一部顧客で業績が悪化しているほか、製造業も2～3か月での業績回復は難しい。全体としての景気はやや悪くなるとみている。
□	コピーサービス業（従業員）	・売上が前年を割る状況は変わらないとみている。
□	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・10月には日本酒の値上げが相次ぐ。需要が伸びる要素は少ない。
▲	食料品製造業（営業担当）	・10月に値上げを控えており、販売量の更なる悪化が懸念される。
▲	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体設備部品の見込みが急減し、12月以降の注文は白紙となっている。
▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・需要が一服し、一時的に生産量が落ち込む見通しである。

	▲	その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体関連の受注量が9月から更に減少する予定であり、その影響が全体的に広がる可能性が高い。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量は減少している。厳しい状況が続く。
雇用 関連	◎	—	—
	○	—	—
(東北)	□	人材派遣会社（経営者）	・飲食業、建設業、卸売業、小売業、サービス業の各経営者と話をしても、プラスの話はないがマイナスの話もない。当地の中堅中小企業では米国の関税政策の影響は出ていないことから、このままの状況がしばらく続くとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・しばらくは、求人数、求職者数共に余り変わらないとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・米国の関税政策の影響は依然として不透明であり、足元の求人数は減少傾向にあることから、景気が上向くとは言い難い。大手企業を中心に賃上げできているところもあるが、中小企業は十分ではない。そもそも物価上昇分も吸収できていない。消費を喚起する施策が必要である。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・変化をもたらす要素が見当たらない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・観光客も多く街ににぎわいはあるが、物価高の影響もあり、景気回復の実感はない。
	□	職業安定所（職員）	・米国の関税政策の影響による自動車関連製品等の減産と、最低賃金引上げによる中小企業の人件費増加の影響が懸念される。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求人数共に前年より増加している。ただし、米国の関税政策の影響を考慮する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・倒産や後継者不足で廃業に至る事業所も散見される。離職者の積極的な採用を考えている事業主もみられ、人手不足感は続いている。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価高が続く限り、現状に変化はないとみている。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	・給与の手取り額が増えないなか、物価だけが上がる状況が続くとみている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価上昇に県内企業の業績が追い付いていない。
	▲	職業安定所（職員）	・最低賃金の引上げにより、求人申込みの減少が想定される。
	▲	学校〔専門学校〕	・人手不足が企業活動や求人件数に影響を及ぼしている。短期間で改善できる課題ではない。
	×	人材派遣会社（社員）	・東北地域だけでなく全国の拠点を見ても、求人・求職者の動きは縮小傾向にあり、危機感を覚える。