

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)	◎	－	－	－
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・来客数は前年比約15%減だが、客単価が良くなっているため、売上はそれほど悪くない。しかし、前年と比べると数値を落としている。
	○	百貨店（従業員）	お客様の様子	・物価高による節約志向はみられるものの、必要な物については高額でも購入している。購買行動にメリハリがある。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・秋の旬の食材が入荷し、サンマも豊漁で安くなっており、売上が伸びている。新米なども出回り消費は上向き傾向にある。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価高の影響もあり、客単価は前年比5%アップしている。それでも来客数は堅調で、週末も来客数は増加している。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・物価の上昇により、売上は前年比105%、来客数は同100%を維持している。
	○	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・気温が高かったことに加え、値上げしたことで単価が上昇したため、売上が好調である。
	○	コンビニ（店長）	来客数の動き	・価格上昇は続くものの、猛暑が落ち着き、スポーツイベント等の開催が増え、コンビニ需要が高まっている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・決算期ということもあり、販売数が増加している。
	○	一般レストラン（経営者）	単価の動き	・来客数は増えていないが、客単価がやや上昇し、最近では一番高いコース料理を注文する客も多少増えている。景気はやや良くなっている。
	○	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊客数は前年比110%となっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・地震の噂の影響が少しずつ緩和し、インバウンドが戻りつつある。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・当社契約宿泊施設の先行販売額は、3か月前と比較して2%ほど上昇している。
	○	タクシー運転手	単価の動き	・3か月前と比べて、県外からの観光客が増加している。インバウンドも多く、市内から空港に向かう利用者が多くみられる。
	○	通信会社（経営者）	お客様の様子	・ショッピングセンターで加入促進イベントを開催したところ、テレビ、インターネット、電話の各サービスに多数の新規申込みがあった。特にこれまで不調であったテレビサービスの申込みが多く、きっかけを作れば加入者数を増やせることが分かった。
	○	通信会社（営業担当）	お客様の様子	・携帯電話の購入を前向きに検討する様子がみられる。
	○	テーマパーク（職員）	来客数の動き	・来客数は目標値に対し、3か月前は97.3%だったが、今月は100.1%と上向いている。ただし、売店に限ると店舗改装や閉店店舗の影響から、3か月前の106.4%に対し今月は92.2%と下向いている。
	○	観光名所（職員）	単価の動き	・個人旅行者は多くはないが、全国・東北規模の大会やコンベンションなどが好調で、それに伴う県外からの客が増加している。単なる旅行というより、ビジネス旅行系が好調である。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・入館者数は増加が続いている。外国人だけでなく日本人も多い。
	○	遊園地（経営者）	来客数の動き	・上旬まで暑さが残ったが、その後は落ち着いて客が戻った。イベントの効果もあり、来客数は前年を上回っている。
○	ゴルフ場（支配人）	それ以外	・株価の上昇を実感している。	
○	美容室（経営者）	単価の動き	・客が料金アップに対して意識しなくなっており、美容施術単価が前年比107%と伸びている。	
○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	来客数の動き	・来客数、成約件数、売上共に好調で15%ほど伸びているが、粗利益は伸びておらず現状維持である。	

○	その他住宅〔住宅展示場運営会社〕（従業員）	販売量の動き	・来場者数は減少傾向にあるが、成約棟数が前年比微増で推移している。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・中心市街地はにぎわっていても、商店街周辺ににぎわいはない。
□	一般小売店〔茶〕（経営者）	単価の動き	・依然として値上げや物価上昇を実感することが多い。
□	百貨店（企画担当）	お客様の様子	・顧客の売上は前年比マイナス傾向が続いている。物産展や街でイベントが開催された際に来店する振り客の売上は前年比プラスとなっている。
□	スーパー（経営者）	単価の動き	・9月は、商品原価の上昇分と社内加工品の値上げ等の価格転嫁が進んだため、1品単価が前年比4%上昇している。来客数は前年並みの推移だが、買上点数は前年割れしている。点数減少率より単価上昇率が高かったため、売上は前年をクリアしている。しかし、客の財布のひもは固く、消費の傾向は変わっていない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・値上げが続くなか、客が目玉商品を買って回っていることから、来客数は前年を下回っている。
□	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・米を始めとする商品価格の上昇により、客の生活防衛意識が高まっている。より安い店を選び、値引き時間に来店する、あるいは商品単価が高い内容量の多い商品は買わず、少量でも買いやすい価格の商品を選ぶなどの工夫がみられる。
□	スーパー（業務担当）	お客様の様子	・商品価格が目に見えて高くなっているため、客の買物を見ても、購買意欲は上がっていない様子である。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夏は売上が良かったが、今月に入り徐々に落ちている。来客数は気温の低下に比例して減少している。
□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は減少しているが、商品の値上げにより売上は横ばいである。景気は変わっていない。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・天候や季節トレンドを踏まえても、来客数はほぼ横ばいである。
□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・客は財布のひもが固いというより、そもそも金がなくて買えない。給料日近くに公共料金の支払いのついでにさきやかなぜいたくをするというのが最近の流れである。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・暑さが続いているため秋物の動きが低調で、売上が上がらず苦心している。
□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・月末にようやく涼しくなってきたが、秋物の動きはまだ鈍く、来客数も少ない。
□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・出張、旅行、ブライダル需要などモチベーションと連動したニーズは安定している。しかし、残暑の影響によりふだん着需要は不安定である。
□	衣料品専門店（総務担当）	来客数の動き	・来客数は前年比90%の状態が1年近く続いている。物価上昇も続いており、消費者が衣服や趣味し好品を買い控えている状況は変わらない。
□	家電量販店（従業員）	単価の動き	・スマートフォンの新機種発売に期待したが、余り盛り上がっていない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の発表やオーダー再開となった車種が出てきたにもかかわらず、販売量は伸びていない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の発表はあったが、東北向きの車種ではないため販売台数の上乘せは厳しい。既存車種の販売も在庫台数が決まっているため、売上が伸びることはない。
□	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・来客数は一定程度ある。大型イベントを実施したが、天候に左右された部分もあり、来場者数が極端に増えることはなかった。
□	乗用車販売店（店長）	販売量の動き	・直近の新車受注量はおおむね前年並みである。しかし、前年と比較して販売価格帯が低く、収益性は低くなっている。また、生産台数も伸びておらず、収益に結び付きにくい構図になっている。
□	住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・特段の変化はない。

□	その他専門店 〔白衣・ユニ フォーム〕（経 営者）	販売量の動き	・売上の減少スピードが増している。理由としては、労働人口の減少による発注数の減少、企業の廃業・倒産、ライバル企業やネット販売との競争激化等が挙げられる。インバウンドの恩恵もない。
□	一般レストラン （スタッフ）	来客数の動き	・来客数は前年比97%で推移しているが、平日夜をみると前年比85%である。
□	観光型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・来客数の推移は前年と変わらない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・クルーズ船の乗客や出張での利用者に加え、暑い日が続いたことで通院や買物での利用者数も例年より多くなっている。
□	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がみられない。
□	観光名所（職 員）	単価の動き	・ここ1～2か月は数字的に落ち着いている。
□	その他サービス 〔寮管理〕（管 理人）	お客様の様子	・新米の価格が高騰している。消費低迷の状況は変わらない。
□	設計事務所（経 営者）	お客様の様子	・継続して案件の引き合いがある。
□	住宅販売会社 （経営者）	お客様の様子	・新築住宅については、資金のこともあり、親世代との同居を前提とした建て替えやリフォーム、同じ敷地内に子世代の新築を建てる話が出てきている。
□	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、3か月前と比べてエアコン販売量の伸びは落ち着いている。コンロ、レンジフード、給湯器の交換も減っている。リフォームは、気温が高い日の屋外作業を控えたことから塗装工事が大きく落ち込んでいる。屋内はエアコンクリーニングと簡便な修繕工事が増加している。
▲	商店街（代表 者）	単価の動き	・今月、当地区の飲食店2店舗が米等の材料費高騰により閉店している。新型コロナウイルス感染症発生以降、物価や人件費高騰で自営業を始め会社の経営は厳しさを増している。
▲	一般小売店 〔酒〕（経営 者）	お客様の様子	・夏休みやお盆が終わり、消費者の節約意識が再び高まっている。また、物価高や天候要因を背景に、外食などを控える傾向も強くなっている。
▲	一般小売店〔書 籍〕（営業担 当）	販売量の動き	・例年と比べて来年の手帳やカレンダーの動きが鈍い。
▲	百貨店（経営 者）	販売量の動き	・前半に暑い日が続いたため、秋物の立ち上がりが鈍い。食料品の更なる値上がりで買上点数はシビアになっている。ただし、イベント催事は好調である。付加価値を求める客が増えている。
▲	スーパー（店 長）	お客様の様子	・来客数の伸びはない。客が低価格のディスカウントストアに流れているとみている。
▲	スーパー（店 長）	単価の動き	・客単価の伸びが鈍化しており、前年割れしている。
▲	スーパー（商品 担当）	来客数の動き	・お盆明け以降、来客数がやや減少傾向にある。3か月前と比較すると前年比では2ポイント程度落ち込んでいる。
▲	スーパー（店舗 運営）	来客数の動き	・相次ぐ値上げにより、買い控えが顕著になっている。
▲	コンビニ（経営 者）	来客数の動き	・来客数、販売量が2か月連続で微減傾向にある。商品の値上げが大きく影響していると考えられる。
▲	コンビニ（エリ ア担当）	来客数の動き	・販売量は前年を超えているが、雨の日が多かったため来客数は例年よりも少なくなっている。
▲	衣料品専門店 （経営者）	お客様の様子	・残暑と物価高の影響により、外出を控える人が多い。
▲	衣料品専門店 （店長）	来客数の動き	・残暑が厳しすぎて秋物が立ち上がらず、厳しい状況である。
▲	衣料品専門店 （店長）	お客様の様子	・9月に入っても気温は下がらず、秋物商材が全く動いていない。特に女性キャリア向けの商品は例年以上に苦戦している。

▲	家電量販店（従業員）	単価の動き	・暑さが落ち着き、季節商材を夏物から冬物に入替えつつセールを実施しているが、来客数、レジ通過客数共に前年とほぼ変わらない。全体的に売上は上がっていない。夏場にエアコンや冷蔵庫などを買換えた客が多かったが、買換えのための必要最低限の購入しかなく、単価も下落傾向にある。景気はやや悪くなっている。
▲	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	お客様の様子	・住宅やマンションを頑張って購入しても、家具などは買い控えるか予算をかなり抑えて購入する様子がよくみられる。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	来客数の動き	・10月から値上げする商品もあり、駆け込み需要がある。ただし、現状では打てる手段が限られており、非常に苦しい状況にあることは変わらない。さらに、来月以降は反動減や米価の動きがどうなるかという懸念もある。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・猛暑が落ち着き、販売量は前年並みに戻っている。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・売上は前年比101%、レジ通過客数は同99%となっている。外出需要が大幅に増えた前月からの反動か、財布のひもが一気に固くなった印象を受ける。レジ通過客数では食品業種だけが前年比100%となっている。売場では商品を1つずつ購入できるようにしたり、まとめて買うと安くなるようにしたり、客単価を上げるための工夫をしているものの、来客数の確保に苦戦している。
▲	高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・今年度から毎月イベントを行い来客数の底上げを図っているが、予定どおりの集客ができていない。
▲	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・景気はやや悪くなっている。来月の予約状況も例年よりやや悪い状況である。
▲	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・夏休みが終わった頃から客の動きが鈍くなっている。
▲	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・例年、紅葉シーズン前は客が少なめだが、今年は例年以上に少ない。
▲	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・台湾や香港からの訪日インバウンドツアーが減少している。
▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・上期全体で前年を割り込んでいる。特に個人旅行の夏の需要が減少している。物価高による買い控えや猛暑による外出控えがみられる。
▲	通信会社（営業担当）	それ以外	・物価上昇が激しく、対策の効果がない。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	お客様の様子	・9月は大小様々なイベントが開催されたが、イベントで多くの人が街を訪れても、終了後、繁華街に人が流れることはほとんどない。タクシー運転手もイベントがあるのに客が少ないとこぼしていた。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が前月より大幅に減少している。さらに、前月は多かった購入単価の高い客の来店も今月はなく、売上も大幅に減少している。猛暑のためとも考えられるが、下旬に暑さが和らいでも来客数に回復の兆しはみえない。
×	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・ここ数年にないくらい消費が落ち込んでおり、仕立てはおろか、二次製品もほとんど動いていない。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・消費者の買い控えが更に進んでいる状況である。
×	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・商品価格が高くなりすぎているため、目的買いの品数も少なくなっている。衝動買いもほとんどみられない。3か月前よりかなり悪い。
×	その他専門店〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・来客数が減少している。客から購買意欲はうかがえず、割引商品を吟味している。
×	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・9月は来客数が激減している。ランチタイム、ディナータイム共に客足が悪く、客がゼロの日も数日あった。景気はかなり悪い。

	×	一般レストラン (経営者)	お客様の様子	・高単価の和食部門では、適正な範囲で値上げをしても客の反応が良くない。予算の都合で低単価の居酒屋部門に流れていく人も多い。客の財布の事情は厳しいとみている。
	×	競艇場(職員)	単価の動き	・来場者数に変化はないが、大口客の来場が少ないため、売上は大きく減少している。
企業 動向 関連 (東北)	◎	農林水産業(従業者)	受注価格や販売価格の動き	・農業団体から支払われる米の概算金がこれまでにない高値になっている。
	○	食料品製造業 (製造担当)	受注量や販売量の動き	・飲食店は県外からの客も多く、土日祝日を中心ににぎわっている。ただし、以前は食事後に土産を買って帰るという流れがあったが、現在は食事をして自らが楽しんで帰るというスタイルが変わっており、土産を購入しないケースが散見される。
	○	金属製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・米国の関税政策の見通しが立ち、各社方向性が定まってきた。ただし、具体的なアクションはこれからとみている。
	○	電気機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・パソコンの現行OSのサポート期限終了の影響もあり、受注量が過去最高の水準となっている。
	○	建設業(従業者)	受注量や販売量の動き	・小口の契約が一定数ある。
	□	農林水産業(従業者)	受注量や販売量の動き	・直売所の売行きをみても高止まり状態である。良好な状態を維持している。
	□	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・前半の動きはかなり悪かったが、後半は連休の動きが良く、前半の落ち込みをばん回している。しかし、前年までは届いていない。
	□	出版・印刷・同 関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・特段の変化はない。
	□	電気機械器具製造業 (総務担当)	取引先の様子	・取引先の状況に変わりはなく、急ぎの案件もない。
	□	建設業(従業者)	受注量や販売量の動き	・資材価格や労務費が上昇しているため、採算を重視して営業活動を行っている。
	□	建設業(従業者)	受注量や販売量の動き	・小規模の改善工事や修繕工事は、毎月同額程度の受注がある。
	□	建設業(従業者)	受注量や販売量の動き	・受注量はこれ以上増やせる状況になく、横ばいが続いている。
	□	輸送業(経営者)	取引先の様子	・製造業の取引先は、生産量、製品出荷量共に低迷している。
	□	通信業(営業担当)	取引先の様子	・顧客からの細かい要望が増加しており、対応に追われている。
	□	通信業(営業担当)	受注価格や販売価格の動き	・値上げが続いている。
	□	金融業(広報担当)	取引先の様子	・夏の観光シーズンでは観光・宿泊・飲食を中心としたサービス消費が堅調だった。一方、賃上げ余力は企業規模による格差が大きい。対応に苦慮している中小企業も相応に存在しており、消費マインドの上昇を阻む要因となっている。
	□	広告業協会(役員)	受注量や販売量の動き	・物価高が重くのしかかり、購買意欲以上に不安が先行している状況では、積極的な広報活動に予算を投入することは困難である。広告業界は低迷状態を脱し切れていない。
	□	経営コンサルタント	それ以外	・商工業、サービス業共に原材料高や人手不足が続いている。
	□	その他企業[企画業] (経営者)	それ以外	・米の収穫量への猛暑の影響は少なく、価格も安定しているため、農家を中心に潤いがみられる。それを見越したスーパーのセールも活況である。また、地場産品をメインに扱う地域の店でも休日は朝から行列ができています。
		▲	食料品製造業 (営業担当)	受注量や販売量の動き
	▲	出版・印刷・同 関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・印刷物の価格競争が激しい。

	▲	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・民間企業の広告出稿の熱が上がらず、売上は前年比でも厳しい状況である。先行きが不透明な経済状況で、広告投資に慎重になっている。
	▲	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。小売業、サービス業は好調な企業が多いが、建設業、製造業は前月より業績が悪化している企業が多い。特に建設業では売上が前年を下回り、利益も減少している企業が多い。
	▲	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・販売件数、販売金額共に減少しており、売上は前年比5%程度減少している。
	▲	その他企業〔協同組合〕（職員）	受注量や販売量の動き	・3か月前より半導体関連発注先からの受注量が減少している。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	受注量や販売量の動き	・公共事業、民間事業共に発注工事が低調で厳しい状況である。
	×	輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・受注、売上共に減少している。業態にかかわらず苦戦している。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が増加している。
	□	人材派遣会社（経営者）	周辺企業の様子	・土木関連企業や小売店、飲食店などの業績は堅調だが、採用活動がうまくいかないため、人材不足を理由に事業展開が停滞している。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は緩やかに増加している。ただし、労働力の減少に対して、採用で対処するだけでなく省人化などに取り組んでいる会社が一定数あるため、未経験者を中心とした採用の案件数は減り続けている。よって、採用数は横ばいである。
	□	アウトソーシング企業（経営者）	それ以外	・販売価格を上げたため、賃上げを実施できている。しかし、仕事がAIに取って代われ、受注自体が減少している。
	□	求人情報誌制作会社（経営者）	周辺企業の様子	・企業が求人広告を新規掲載する目的が、既存業務の不足人員を補充するためであり、新規事業の立ち上げを目的とするものはみられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・売上はほぼ前年並みである。3か月前と比べても余り変化はみられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の申込みがない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数、有効求人数共に前年を下回る状況が続いている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増加しているが、一部企業で米国の関税政策の影響を受けており、受注減少の動きが見られる。
	□	学校〔専門学校〕	求人数の動き	・求人件数は前年同月と変わらない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・物価高により卸売業、小売業の採用意欲は低下している。建設業、製造業でも、資材価格や原材料価格の高騰による収益の減少を訴える声が多い。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が前年同月比83%、前々年比でも84%となっている。求人数の減少傾向が顕著である。
	×	*	*	*