

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)	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・紅葉の時期を迎えるため、インバウンドが回復していく。
	○	スーパー（店長）	・売上が前年を上回っている。競合店対策もしっかり行っているため、来客数も確保している。
	○	コンビニ（経営者）	・商品の値上げにより客単価が上昇し、買上点数も前年比3％アップしている。物価高と騒がれている割に購買意欲は低くない。
	○	コンビニ（店長）	・最低賃金引上げにより、財布のひもが緩むことが期待できる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・秋冬商材が本番を迎えるため期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・整備の繁忙期に入ることに加え、新型車の発売も控えていることから、やや良くなるとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車が出たこともあり、客の動きがかなり活発化している。引き続き、新車の販売台数、来客数共に伸びが期待できる。
	○	住関連専門店（経営者）	・受注生産をしており販売量は確定している。今月よりやや良くなる。
	○	一般レストラン（経営者）	・気温も下がってくるため、客の外出頻度が増える。また、鍋の季節になるため、今よりやや忙しくなる。
	○	観光型旅館（経営者）	・繁忙期に向けて予約も順調に入ってきており、やや良くなるとみている。
	○	都市型ホテル（支配人）	・秋の行楽シーズンを迎える。また、冬の訪日インバウンドの先行予約が好調である。
	○	旅行代理店（従業員）	・10月以降の下期の受注数は上期よりも多い。
	○	タクシー運転手	・行楽シーズンで県外からも多くの人が訪れる。
	○	通信会社（経営者）	・10月からのサービスエリアの拡大により新規加入者の獲得が期待できる。特に、年末年始の特別番組効果などでテレビサービスの加入者数の増加が期待できる。また、格安携帯電話サービスへの問合せが増えており、今後は通信サービスとセットで加入する人が増えることも期待できる。
	○	通信会社（営業担当）	・首相が変わるため、景気はやや良くなるとみている。
	○	観光名所（職員）	・やや早めに予約が入り始めている印象を受ける。
	○	競艇場（職員）	・今月の売上が非常に悪いため、これ以上の売上減少は考えづらい。来月以降は、来場促進イベントを開催する予定もあることから、売上は多少なりとも増加するとみている。
	○	美容室（経営者）	・国の物価高対策がようやく進みつつあり、消費向上につながるものと期待している。
	○	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・住宅設備機器は、気温が下がることで給湯器交換の問合せが増えるかとみている。リフォームは、暑さが落ち着くため屋外工事の問合せが増えるかとみている。
	□	商店街（代表者）	・大きな変化は起きないとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・これまでの値上げで消費者には物を買わない習慣がついているため、景気が悪い状態は変わらないまま年末を迎えるとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・健康志向は変わらないが、食品、医薬品、雑貨なども価格が上昇しているため、買い控えが起こることが考えられる。今の状況が大きく変わることはない。
	□	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・現在のどん底の状態からこれ以上悪くなるようならば、対策を講じなければならない。
	□	一般小売店〔茶〕（経営者）	・景気はどん底ではないものの、低め安定が続くとみている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・新米の販売が開始されたが、価格は前年よりも1000円以上値上がりしている。生活に直結するものがここまで値上がりすると影響は大きい。当地は米どころであり、新米を食べたいし贈りたいという気持ちが強いので、他を節約するという意識が高まるとみている。
	□	一般小売店〔スポーツ用品〕（店員）	・新作発売後の動きは予想よりも良くない状況である。今後も新作の発売はあるが、意外と伸びない可能性がある。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・政権政党の総裁選挙が終了し連立政権の枠組みが決まらないうちは、何ともいえない。

☐	百貨店（企画担当）	・近隣に大型商業施設がオープンすることもあり、引き続き景気は厳しくなることが予想される。
☐	百貨店（経営者）	・現在の厳しいマイナス局面が変わるだけの材料が見当たらない。政局が安定し、物価高対策が打ち出され、消費が喚起されることを期待したい。それまでは地道に客１人１人に来店の働きかけをしていくしかない。
☐	百貨店（従業員）	・物価高が改善するとは考えにくい。生活防衛意識は変わらないとみている。
☐	スーパー（経営者）	・10月も商品の値上げがある。また、最低賃金の大幅な引上げと採用時給アップや既存スタッフの給与引上げ調整もあり、経費負担が増加するため、経営環境は良くない。一方、米国の関税引上げや米価の上昇等があり、消費への負の影響が懸念されたが、株価は堅調である。賃上げと併せて消費に良い環境となることを期待したいが、良くなる要因は見当たらない。消費行動に変化はないとみている。
☐	スーパー（店長）	・夏場のピークが過ぎて商品の動きは落ち着いている。売上は現状で推移するとみている。
☐	スーパー（店長）	・好転する材料が少ない。
☐	スーパー（店長）	・外部要因に変化はないとみているため、しばらくは現状のまま変わらないとみている。
☐	スーパー（企画担当）	・年金生活者の多い地域においては、物価の上昇は生活費の減少につながるため、景気が良くなることはない。
☐	スーパー（商品担当）	・買い控えによる来店頻度の低下が続くとみている。
☐	スーパー（業務担当）	・政治への期待感が薄れている。短期間での景気回復は期待できない。
☐	コンビニ（経営者）	・今後２～３か月は現状と変わらないとみている。
☐	コンビニ（経営者）	・来客数の減少は続き、景気は変わらない。
☐	コンビニ（エリア担当）	・天候、気温、降雪状況による変動はあるが、外部環境が変わらない限り、消費行動に変化はないとみている。
☐	コンビニ（エリア担当）	・気温が低下するため、現状以上の売上増加は見込めない。また、人口減少の影響により、都市部以外の店舗の売上は厳しいとみている。
☐	コンビニ（エリア担当）	・秋の行楽シーズンで外出は増えるが、気温が下がるため来客数の増加は期待できない。
☐	コンビニ（店長）	・世の中の何かが変わらない限り、景気は良くならない。
☐	衣料品専門店（経営者）	・秋冬商材の販売戦略を見直しながら、店舗展開や法人の訪問回数を増やすことなどの対策を講じていく。
☐	衣料品専門店（経営者）	・更なる物価高騰により、節約志向はますます高まるとみている。
☐	衣料品専門店（店長）	・秋物需要が動き始めても、客が手に取るのはスーツに比べて単価が安いビジネスカジュアルやオフィスカジュアルなどの軽衣料になることを懸念している。
☐	衣料品専門店（店長）	・ビジネスや旅行用途といったオケージョン需要はある程度見込める。しかし、残暑の影響により秋物需要が不安定であり、一気に冬物需要へと移り変わることが予想される。先が読みづらい。
☐	衣料品専門店（店長）	・物価高が続く一方、賃上げは実感できないため、客の財布のひもは更に固くなるとみている。
☐	衣料品専門店（総務担当）	・最低賃金が上昇したことを実感できるようになれば、期待も持てるようになるが、しばらくは現状で推移するとみている。
☐	家電量販店（従業員）	・客は買物に慎重になっている。景気が良くなる気配がない。
☐	家電量販店（従業員）	・パソコンの現行OSのサポートが10月に終了しても、すぐには買換えできない客が多くいるため、需要は年末まで継続する可能性がある。ただし、パソコンの利用者数が増えるわけではないため、景気が良くなるほどの勢いはないとみている。夏の気温が高いと冬の気温が大きく下がる傾向にあるため、冬物商材の売行きが良くなることが期待できる。
☐	乗用車販売店（従業員）	・新型車の販売は伸び悩み、２～３か月先の新型車発売もないため、景気は変わらない。
☐	乗用車販売店（従業員）	・新車価格が高額になり販売台数が伸び悩んでいる。中古車の販売は以前よりも安定しているが、新車が計画割れしているため営業利益は変わらない。

□	乗用車販売店（店長）	・受注できない車種も多く、思ったような受注活動ができない状況が続く。一方、それにより中古車の商談は増えており、前年超えの実績になると見込んでいる。ただし、米国の関税政策の影響により中古車の卸売価格は下落傾向にある。全体でみると停滞状態が続くことが予想される。
□	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・政治が安定せず、物価は上がるばかりである。天候も安定しないため野菜なども大変高くなっている。明るい将来がみえてこない。
□	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・冬もいろいろな商品を提案していくつもりだが、夏のファン付き作業服のような売行きは期待できない。特に防寒着は年々売上が落ち込んでいる。最近のメーカーの動向を見ても期待はできない。
□	その他専門店〔靴〕（経営者）	・物価上昇が続く一方で、景気が良くなる要素は見当たらない。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・長期予報も穏やかな見通しであり、販売量の大幅な増加は見込めない。
□	高級レストラン（支配人）	・6月以降来客数が伸びず、売上も低迷している。この先も大きな変化は期待できない。
□	一般レストラン（経営者）	・今よりも悪くなりようがないほど現状の景気が悪く、良くなりそうな雰囲気もない。予約状況からも現状と変わらないとみている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・物価高の影響により生活は一向に楽にならない。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・地元の中小企業は旅行を控えている。
□	観光型旅館（スタッフ）	・所得が増える見込みがないまま物価上昇は続いている。景気が良くなる要素は見当たらない。
□	旅行代理店（従業員）	・法人需要の動きは前年並みで推移しているため変わらない。
□	旅行代理店（従業員）	・当社契約宿泊施設のこの先3か月の先行販売額は、ほぼ前年同期比並である。
□	タクシー運転手	・2～3か月先はイベントの数が少なく、会場を訪れる人の利用は減る。しかし、忘年会シーズンに入るため利用者は増え、雪が降り足元が悪くなれば更に増える。
□	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しく、現状維持が続くとみている。
□	観光名所（職員）	・予約状況や振り客の入込は前年並みで、半年前から上がり始めた客単価もここ1～2か月は落ち着いている。2～3か月先も変わらないとみている。
□	観光名所（職員）	・12月には鉄道会社のキャンペーンが始まる。来館者数は引き続き増加するとみている。
□	遊園地（経営者）	・景気や消費の動向が見通せない。最低賃金引上げが物価高を打ち消すほどの効果があるのか分からない。
□	美容室（経営者）	・10月にまた物価が上がると客がオプションメニューを控えるため、単価は上がりづらくなる。景気は変わらない。
□	美容室（経営者）	・常連客のみで新規客が来ない状況は変わらない。
□	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・このまま好調を維持するとみているが、利上げが実施されれば悪くなる懸念がある。
□	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・物価高対策は議論ばかりで実行されていない。
□	住宅販売会社（経営者）	・建て売りや中古リフォーム物件の動きは良いが、土地取得による注文住宅の受注は相変わらず少ない。
▲	商店街（代表者）	・賃上げより先に物価高対策が打たれなければ、商店街の景気は良くならない。
▲	商店街（代表者）	・物価高が止まらないため景気は悪くなる。
▲	商店街（代表者）	・冬が近づくにつれて外出を控えるようになる。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・米を始め生活必需品の価格上昇は止まらないが、給与はそれに応じて上がってはならず、生活防衛意識は更に高まるとみている。
▲	スーパー（店舗運営）	・更なる物価上昇により、買い控えが強まるとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・今後も商品の値上げは続くとみており、プラスの要素は見当たらない。
▲	乗用車販売店（従業員）	・中古車は需要があるものの在庫が不足している。新車は納期が読めない。売上は前年と同水準、若しくは前年に届かないことも考えられる。

	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・暫定税率廃止や補助事業を巡る今後の動きが見通せない。価格が大幅に変動すれば、買い控えが予想される。
	▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・10月以降も多数の品目で値上げがあることに加え、電気・ガス料金に対する国の補助金も9月で終了する。消費者は先行きが不透明ななかで、食費を抑える傾向がみられる。ファッションも機能性と価格のバランスが良い、長く快適に着られる服へのニーズがある。
	▲	一般レストラン（経営者）	・10月から再び値上げラッシュがあるため、消費者の気持ちが萎えることを懸念している。
	▲	一般レストラン（スタッフ）	・家族が集まるイベントがあるとそれなりの人数になるため、引き続きモーニングやランチタイムでは来客数が前年比100%を超えることが期待できるものの、ディナータイムでは減少が予想される。
	▲	通信会社（営業担当）	・賃上げを上回る物価上昇が続くとみている。
	▲	通信会社（営業担当）	・客の様子から、景気がやや悪くなりそうな気配がうかがえる。
	▲	テーマパーク（職員）	・この先もホテル内の改装計画による店舗の改装及び閉店の影響がある。
	▲	ゴルフ場（支配人）	・政権政党の総裁選挙後に景気は若干上向くとみているが、大幅な改善は期待できない。
	×	商店街（代表者）	・繁華街を歩く人が減っている。また、飲食店の閉店が増えている。米国の関税政策や円安が消費に影響している。消費者が金を使わない。
	×	スーパー（経営者）	・最低賃金が過去最高の上げ幅となるが、物価上昇はそれを上回っている。物価上昇を上回る賃上げ実現の見通しが立たないため、客の財布のひもは更に固くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・今月も来月も値上がりする商品がある。上げ幅がこれまでよりも大きいことから、2～3か月先は消費がかなり抑えられ、景気は落ち込むとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・冬に向けて売上が下がっていく一方、光熱費や除雪代等の経費は格段に増える。11月に最低賃金が大幅に上がったら完全に立ち行かなくなる。人がいないと成り立たない商売なのに人を雇うと経営できない。自分の力ではどうしようもない。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・新米の価格高騰による悪影響が予想される。政府の早急な対応が必要であり、外国産米の緊急輸入等の思い切った手段を行わなければ収拾が付かなくなる。また、米の増産等がいわれるなか、長期的な取組に関しても、具体的に方針や目標を示してもらわなければ、民間企業は対応が難しい。
	×	一般レストラン（経営者）	・米国との関税問題に見通しが立たない限り国内経済は回復しない。当地には上場企業の工場も多いが、その辺りがネックとなり接待関係の動きが悪く、個人客の動きも悪いままである。
	×	設計事務所（経営者）	・不動産価格や建設費の高騰に伴い、事業の見直しや規模縮小などの検討が予想される。見直しや検討には多くの人手やコストが掛かるが、その分の費用を負担していただくことはまれであるため、新規案件に取り組む人工も確保できず、受注機会を逃すことにつながる。
企業 動向 関連 (東北)	◎	農林水産業（従業者）	・米価は今後も高値で推移するとみられる。また、稲刈り中だが豊作の見込みである。
	◎	建設業（従業員）	・現在契約交渉中の民間案件の契約が見込める。
	○	農林水産業（従業者）	・前年と比べ米が高値予想のため、景気はやや良くなるとみている。
	○	金属製品製造業（経営者）	・良くなるという話があっても実際の予定に反映されない状況が続いていたが、来月以降の見通しは上向いている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・省人化設備の引き合いが増えている。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・年明け以降に動きそうな案件の話が少しずつ出てきている。
	○	金融業（広報担当）	・インバウンド消費の好調維持や年末商戦の時期を見据えた個人消費の活況が期待できる。設備投資の面でも、人手不足を受けたソフトウェア投資やDX・物流等の中長期的な視点での投資拡大が期待できる。ただし、米を始めとする食品価格の高騰や米国の関税政策の不透明さが懸念事項である。

	○	経営コンサルタント	・政権政党の総裁選挙で掲げられる経済対策がきっかけとなり、消費促進が進むことを期待する。
	□	食料品製造業（製造担当）	・原材料価格の高騰、各種値上げ、賃上げ等、経費負担が更に増す。収益性重視の戦略を立てなければ、現場は忙しいのに利益が生まれていく構図になりかねない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・好材料が見当たらない。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・地方では相当数の中小企業が危機感を持っている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合いは若干増えてきているが、価格競争が厳しくなかなか受注につながらない。2～3か月先の状況も同じか、悪くなるとみている。
	□	電気機械器具製造業（総務担当）	・企業の通信機器関連の投資が好調で、取引先からの受注見通しは明るい。
	□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・いずれの事業においても良い情報が入ってこない。今年度はこのままの状況が続く見込みである。
	□	建設業（従業員）	・資材価格の高騰、人材不足、労務費の上昇により、先が見通せない状況である。
	□	建設業（従業員）	・人手不足のため、受注量をこれ以上増やすことは難しい。
	□	建設業（従業員）	・受注量は数年先の分まで確保できている。
	□	輸送業（経営者）	・最低賃金が初の1000円超えとなった。過去最大の上げ幅となり負担が増している。米国の関税政策や物価高への対策など課題は山積しており、政治の安定化を期待する。
	□	通信業（営業担当）	・顧客からの細かい要望に対しては、誠意ある対応を継続していくしかない。
	□	通信業（営業担当）	・物価が下がることは期待できない。
	□	広告業協会（役員）	・年内に物価高対策が実行されるか微妙だが、明確なメッセージがなければ先行きの見通しは厳しい。広告市場拡大の要素である消費意欲を喚起する政策に期待したい。
	□	コピーサービス業（従業員）	・政治が不安定であり、先行き不透明な状況が続くとみている。
	□	その他企業〔企画業〕（経営者）	・地域のスーパーや地場産品を扱う店などにはぎわっているが、地域全体の景気が大きく上向いているとは言い切れない。
	▲	食料品製造業（営業担当）	・値上げ等により、販売量は更に減少するとみている。
	▲	通信業（営業担当）	・サービス料金の値上げが影響し、解約する客が少なからず出るとみている。
	▲	広告代理店（経営者）	・様々な要因から経済状況の不透明さが続く見通しのなかで、広告意欲が高まるという予想は立てづらい。
	▲	司法書士	・売買に関する登記の受託は前年同月比で10％程度減少している。相続に関する登記の受託は同8％減少している。
	▲	公認会計士	・小売業やサービス業関係は好調な企業が多いが、製造業、特に建設業は業績が悪くなっている企業が多い。2～3か月で業績が回復する見通しも立たず、全体的な景気はやや悪くなるとみている。
	▲	その他企業〔協同組合〕（職員）	・半導体関連の発注先の業況は先行き不透明である。
	×	窯業・土石製品製造業（職員）	・公共事業、民間事業共に受注量は減少しているため、厳しい状況が続く。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	*	*
	□	人材派遣会社（経営者）	・人材不足のため、事業展開が進まない企業が多くなる。米国の関税政策については、依然不透明感はあるものの直ちに大きな影響が出ることはない。景気は変わらないとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・求人数は緩やかに増加しているものの、採用数が横ばいの状況は続くとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・米国の関税政策にはやや落ち着きがみられる。しかし、米国の景気動向やデフォルトの懸念、国内では政権政党総裁選挙の行方など先行きは不透明である。求人数は足元で減少傾向にあり、景気が良くなるとは言い難い状況である。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・中小企業では、現在の事業の維持に注力する企業が多いという印象を受ける。新しく何かを立ち上げる動きは見られない。

□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・物価高が続いており、景気回復の実感はない。
□	職業安定所（職員）	・最低賃金引上げもあり、収入は増えるとみているが、物価高が続けば景気は変わらず、消費拡大にはつながらない。
□	職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求人数共に前年同月比で増加しているが、米国の関税政策の影響も出ており、考慮する必要がある。
□	職業安定所（職員）	・先行きの不透明さから求人提出を控える事業所も見受けられ、新規求人数の減少は今後も続くともっている。
□	その他雇用の動向を把握できる者	・物価高による建設業や製造業での収益の減少及び卸売業や小売業での採用意欲の低下は続くともっている。
▲	アウトソーシング企業（経営者）	・人でしかできない仕事とA Iを使う仕事に分かれていく。受注量は減少に向かうともっている。
▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・10月からまた値上がりする商品が増える。
▲	職業安定所（職員）	・最低賃金引上げに伴う人件費の増加により、大きな影響が出るとみている。
▲	学校〔専門学校〕	・米国の関税政策の影響により、経済活動が停滞することが予想される。
×	人材派遣会社（社員）	・最低賃金引上げや2026年春の賃上げなどの影響により離職社員の後任を採用しない企業や業績悪化により賃上げに応じられない企業が増加傾向にある。