

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（支配人）	・9月の大型連休を始め、秋の行楽シーズンの先行予約が好調である。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	・夏祭りなどで人出が増え、忙しくなることが予想される。
	○	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・暑さが和らぎ夏祭りも終われば、街に人やにぎわいが戻り、景気も多少良くなるとみている。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・梅雨が長引き外出を伴う消費行動が低迷したが、夏以降は改善に向かうことが期待される。
	○	百貨店（経営者）	・春以降、来客数の増加が続いており、大きく伸びている。
	○	スーパー（店舗運営）	・盛夏になれば、来客数の増加や涼味商材の売上回復が期待できる。
	○	スーパー（商品担当）	・夏から秋へ変わり、天候や気温による影響が緩和される。
	○	コンビニ（経営者）	・販売量は前年比では増加傾向が続くとみている。
	○	コンビニ（エリア担当）	・気温の上昇が続けば、夏物商材の売上が伸びてくる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・気温が例年より高くなる見込みのため、冷たい商材の販売強化により売上は増加するとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売が後押しして良くなる。
	○	乗用車販売店（店長）	・比較的買い求めやすい低価格帯から中価格帯の生産体制が十分確保されているため、販売台数の伸びが期待できる。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・3か月先の予約数は、現時点で前年実績の2割となっている。このペースで推移すれば、今月をやや上回る実績となる見込みである。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・9月の大型連休は、国内旅行需要が高まる時期であるため、旅行需要の増加が見込まれる。
	○	旅行代理店（従業員）	・自治体が発行している宿泊クーポンが秋以降に再び発行される情報があるため、連動した動きが期待できる。暑さの状況や夏休み後の動きは不透明である。
	○	通信会社（経営者）	・引き続き、サービスエリアの拡大による新規加入者の獲得が期待できる。特に学校施設へのサービス導入に伴い、学生を中心としたW i - F i サービスの加入者数増加が見込まれる。また、高齢者世帯で固定インターネットサービスの需要が高まっており、町内会等からの説明会開催の要望もあることから、利用者数の増加が期待できる。
	○	テーマパーク（職員）	・当施設はほとんどが屋内にあるため天候に左右されない。夏休みには子供や孫を連れたファミリー層が多く訪れる。
	○	観光名所（職員）	・予約や問合せの状況からも好調が続く見通しである。また、10月に当地で全国規模のスポーツ大会が開催されるため、県外客の増加が見込まれる。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・懸念材料は見当たらない。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客は自分の状態を見て、暑い日は暑いなりに商品を選んで購入しているため、景気は悪くない。ただし、来客数の減少が続けば悪くなることも懸念される。
	□	一般小売店〔スポーツ用品〕（店員）	・秋に入り新作が発売される時期になるが、物価高の影響を受け販売が伸び悩む可能性もある。
	□	百貨店（企画担当）	・来客数の減少傾向が続いているため、1人当たりの購入点数の増加を含めた販売施策を強化し、客単価の上昇を図る。
	□	百貨店（経営者）	・秋以降の物価上昇や株価の影響が不透明なだけに、消費の2極化はしばらく続くとみている。食料品やアパレルにおいて消費喚起の施策を実施し、何とか現状を維持していきたい。
	□	百貨店（従業員）	・中東情勢をめぐる不安や物価高騰に改善がみられないことから、生活防衛のための買い控えや節約志向に変化はないとみている。
	□	スーパー（店長）	・客はし好品である酒類、特にビールやギフト商品を買わなくなっている。一般食品の売上低調は、米や飲料、ギフト商品の影響が大きい。一方、青果はキウイやもも、魚は刺身やウナギが好調に推移している。全体としてはやや悪くなっている。

☐	スーパー（店長）	・値上げにより客単価は上がっているが、販売点数は増えていないため、横ばいとみる。
☐	スーパー（店長）	・高齢者が多い地域であるため、物価上昇が続けば買上点数はますます減少していく。
☐	スーパー（店長）	・酒税改正などがあり、消費は冷え込むとみている。
☐	スーパー（業務担当）	・先行きの見通しは不透明である。
☐	スーパー（販促担当）	・物価上昇の影響から、消費者の節約志向は引き続き強い。一方で、食品など生活必需品の需要は一定程度維持されており、売上に大きな変化はない。特売やポイント企画などお買い得感のある商品への反応は引き続き良いものの、通常価格の商品は買い控えの傾向が続いている。こういった状況は、今後2～3か月は変わらないとみている。
☐	コンビニ（経営者）	・何もかもが値上がりしており、家計への負担が増している。賃金が上がらないなか物価上昇はこの先も続き、厳しい状況は変わらない。
☐	コンビニ（エリア担当）	・現時点では外的環境の改善は見込めない。ただし、秋も気温が高い状態が続く場合は、来客数の増加や客単価の上昇が期待できる。
☐	コンビニ（店長）	・今月の売上は前年並みとなったが、物価上昇により客単価が上がったためであり、景気は良くなっていない。
☐	衣料品専門店（経営者）	・店舗でのお中元販売は徐々に回復の兆しがみられる。
☐	衣料品専門店（経営者）	・秋冬商材の販売が始まるが、円安の影響により輸入商品の価格上昇が止まらない。日々の生活においても物価高が続いており、良くなる材料は見当たらない。
☐	衣料品専門店（経営者）	・物価高による個人消費の停滞は続くともっている。
☐	衣料品専門店（店長）	・気温の低下がなければ、夏物需要は順調に推移するとみている。
☐	衣料品専門店（店長）	・ビジネス市場の需要減少傾向は変わらないが、猛暑になれば、半袖シャツ、ポロシャツ、パンツの売行きが良くなる可能性が高い。
☐	衣料品専門店（総務担当）	・客は衣食住の関連商品の中で優先順位を決めており、嗜好品等の購買は抑えているようにみえる。
☐	家電量販店（従業員）	・中東情勢の影響により、一部メーカーでは部品供給が間に合わずに長期欠品状態となっているが、その状況が改善し、各メーカーからの商品出荷が安定するとみている。9月を過ぎると気温も落ち着き、冬までの間は特に大きなイベントもないため、景気に大きな変化はないとみている。
☐	乗用車販売店（従業員）	・配車量が若干増加しているものの、売上が大きく増加する量ではない。
☐	自動車備品販売店（経営者）	・賃上げのため少しでも経費を抑えようとする客の動きがみられる。
☐	住関連専門店（経営者）	・中東情勢により資材価格は高騰して安定せず、受注活動に影響が出ている。景気回復は見通せない。
☐	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・世界情勢は見通せず、物価は上がる一方である。気温も昔より高くなっており、生活するのが大変である。景気が良くなる要因は見当たらない。
☐	その他専門店〔靴〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
☐	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・配達灯油の販売量は、猛暑の影響もあり例年と比べて落ちている。中東情勢の影響から、潤滑油の配送も制限が出ている。
☐	高級レストラン（支配人）	・来客数は低迷している。景気が改善する材料は見当たらず、現状維持が続くとみている。
☐	一般レストラン（経営者）	・中長期的な予約状況をみても期待は薄い。円安の影響により物価高が進んでいるため、購買意欲は高まらなるとみている。
☐	一般レストラン（経営者）	・低価格帯の店は混雑する一方で、高価格帯の店は来客が少ないという2極化の状況が続くとみている。
☐	一般レストラン（スタッフ）	・売上を伸ばすためには、施策が当たるまで続けるか、従業員を増やして接客を強化し、来客数を伸ばすことが必要である。
☐	観光型ホテル（スタッフ）	・中東情勢の終息に時間が掛かるとみている。

□	観光型ホテル（スタッフ）	・ 来客数が少ない状況は変わらない。
□	観光型旅館（経営者）	・ 夏休みとお盆以外に良くなる要素は見当たらない。
□	旅行代理店（従業員）	・ 中東情勢が不透明であることや物価高の解消が見込めないことから、旅行などへの支出は避ける傾向にある。
□	旅行代理店（従業員）	・ 先行きの見通しが立たない状況である。
□	通信会社（営業担当）	・ 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）	・ 良い材料が見当たらない。
□	遊園地（経営者）	・ 中東情勢や物価上昇の基調に変化がなく、家計の好転は見込みにくい。
□	ゴルフ場（支配人）	・ 地方経済においては、好景気を実感できない。
□	競艇場（職員）	・ 定期的に来場促進イベントなどを行っているが、来場者数は増えていない。今後も増加は期待できない。
□	美容室（経営者）	・ 毎月来店するのは常連客だけである。
□	設計事務所（経営者）	・ 受注・納品計画が予定どおりに進んでおり、景気は変わらないとみている。
□	住宅販売会社（従業員）	・ 良くなる要素は特に見当たらないが、悪くなるともいえない。
▲	商店街（代表者）	・ 座敷の予約は横ばいで推移しているが、テーブルやカウンター席の予約はほぼない。物価高が浸透し、個人客の来店が減少している状況はこの先も続くともっている。
▲	商店街（代表者）	・ 先行きの不透明感から、消費者の買い控えが進むとみている。
▲	商店街（代表者）	・ 物価高が続いている。特に人件費の上昇や材料価格の高騰は影響が大きく、景気はやや悪くなるとみている。
▲	商店街（代表者）	・ 秋の紅葉シーズンまでは比較的安定した人流が見込まれるものの、その後は気温の低下や降雪の影響により、来街者数は減少傾向となる。
▲	商店街（代表者）	・ 世界情勢の不安要素が拭い切れない。物価上昇により実質賃金がマイナスで推移し、購買力は更に低下するとみている。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ 仕入価格の上昇を見越して在庫を積み増し、店頭価格の上昇を抑えてきた。しかし、ここに来て在庫が底を突き、商品の値上げを検討せざるを得ない状況であり、今後は消費者の生活防衛意識が更に強まることが予想される。
▲	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・ 物価高の影響により、消費者は買い控えをしている。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・ 今まで踏ん張ってきた企業が芋づる式に経営破綻してしまうのではないかと不安があるなか、景気が良くなる要素が見つからない。
▲	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・ 物価上昇が続いており、今後その影響が出るとみている。
▲	スーパー（経営者）	・ 天候不順が続いていることに加え、災害への危機感が一層強まることで買い控えが進み、消費の低迷が長期間続くことを危惧している。
▲	コンビニ（経営者）	・ 相次ぐ値上げで客単価は上昇しているものの、来客数は減少しており、買上点数も横ばいである。今後も物価高が続く見通しのため、景気は若干減速するとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・ 最近はこのコンビニも値引き競争が激化しており、利益の減少が懸念される。
▲	コンビニ（経営者）	・ 現状を改善する要素は見当たらず、当面は来客数、販売量共に微減が続くとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・ 現在の来客数は月初めと比較して95%程度まで減少している。2か月先もこの水準で推移するとみている。
▲	衣料品専門店（店員）	・ ビジネススタイルの軽装化が続いている。当店でも扱っている商品はあるが、売れるのは単価が低い商品であり、このまま何もしなければ厳しい状況になる。
▲	家電量販店（従業員）	・ インフレの影響により、エアコン以外は需要が低下している。
▲	乗用車販売店（従業員）	・ 新型車が発表になり受注が伸びているが、生産移管がありオーダーストップが予想されるため、受注が少し弱くなるとみている。

	▲	乗用車販売店（従業員）	・ 上期は新型車への切替えに伴うメーカー支援などもあり、受注残で売上を確保できていた。しかし、受注は計画を下回る月もあり、今後の新型車の受注動向については不透明な状況にある。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・ 販売台数はここ 2～3 か月横ばいが続いているものの、修理関係の客はかなり落ち込んでいるため、動きとしては悪くなる。
	▲	乗用車販売店（従業員）	・ 新型車効果で現状は上向いているが、クレジット金利も上がる予想であり、販売の先行きは不透明である。
	▲	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・ 秋口からは防寒着の販売を行うが、取扱数量は大幅に減少しており、売上確保は難しくなっている。毎年支給する企業が減ったことに加え、重防寒着の需要が激減しているためである。軽量防寒着の需要はあるものの単価が低く、更新頻度も高くない。防寒着販売は厳しい状況が続くとみている。
	▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・ 中東情勢の影響に伴い、自動車燃料の販売価格は高水準で推移すると予想されるため、販売量の回復は見込めない。
	▲	一般レストラン（経営者）	・ 暑さが影響し、売上は多少減少するとみている。
	▲	タクシー運転手	・ 客からは、節約をしており、飲食や遠出は行き先を厳選し、無駄な支出を控えているという話を聞く。
	▲	通信会社（営業担当）	・ 良くなる要因が見当たらない。
	▲	通信会社（営業担当）	・ 商品価格が高騰している。
	▲	観光名所（職員）	・ 来月の予約状況が悪く、現在の振り客も夏休みに入り子供は増えているものの、少し買い控えの様子がみられる。よって、景気は後退するとみている。
	▲	美容室（経営者）	・ 中東情勢は長期化の様相が見え始めており、物価上昇は一段と進むとみている。
	▲	美容室（経営者）	・ 物価高の影響により、売上が伸び悩んでいる。
	▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・ 中東情勢や米国の関税政策といったマイナス要素がある。
	▲	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・ エアコンは受注過多による交換工事遅延への対応が課題となる。リフォームは、中東情勢が再燃する見通しであり、厳しさは更に増すとみている。
	×	スーパー（経営者）	・ 円安が進行し、あらゆるものの価格が上がることで、客の財布のひもは更に固くなる。
	×	コンビニ（経営者）	・ 気温が上がらないため来客数が伸びていない。今後も厳しくなるとみている。
	×	コンビニ（経営者）	・ 時代の流れにより最低賃金が上昇傾向にある。経営状況が厳しいため、今年も上がったら対応できるか分からない。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・ 物価が上昇傾向にあるなか、地元農業の主力である米は市場在庫が積み上がった状況にある。この状態で新米が出回ると、市場に悪影響が出ることが懸念される。特に新米の価格が予想を上回った場合は、状況が更に緊迫化することが懸念される。
	×	一般レストラン（経営者）	・ 我が国は米国政策の影響も大きく受けるため、米国の中間選挙までは中東情勢や株価の影響を受けて、消費に慎重な姿勢は変わらないとみている。ウクライナ情勢を警戒している人も増えている。景気は悪化するとみている。
	×	観光名所（職員）	・ 熊本の地震を受け、観光を控える動きが広がるとみている。
企業 動向 関連 (東北)	◎	農林水産業（従業者）	・ お盆需要により販売量の増加が期待される。
	○	金属製品製造業（経営者）	・ 予断を許さない状況は変わらないものの、直近の受注予測は若干上向いている。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・ 鋼材や工具類の仕入価格、オイル代や電気代等の上昇が利益を圧迫する状況が続いている。しかし、新規の引き合いが増えているため、順調に受注できれば 2～3 か月先はやや良くなるとみている。
	○	建設業（従業員）	・ 2 か月以内に大型民間投資の受注が見込まれるため、景気は上向くとみている。
	○	経営コンサルタント	・ 夏季ボーナスと夏のイベントによる消費喚起に期待している。

○	その他企業〔協同組合〕 （職員）	・中東の海峡封鎖や中国によるレアアース等の輸出制限など先行きが見通せない状況にある。しかし、我が国では、大企業にとどまらず中小企業においても、過去に幾多の困難を乗り越えてきた経験から、常に何らかの打開策を打ち出していく。
□	食料品製造業（営業担当）	・既存商品の売上減少分を新商品で賄えていない。原材料価格の上昇が続いているため、利益を上げることも非常に厳しくなっている。
□	食料品製造業（製造担当）	・原料価格などの値下がりには期待できず、価格改定や内容量を見直さざるを得ない。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・印刷分野においては、インターネットで安価に発注する流れが定着しているため、事業環境は厳しくなる。印刷以外の事業領域を拡大していく必要がある。
□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・例年どおり、あるいは前年に実施したことを踏襲して開催する案件は減少している。県の施策についても、対外的な集客イベントから、人口減少対策や婚活支援などの内向けのものに変化している。本業である印刷、出版物の制作、製造は減少する一方、委託事業の需要は増加しており、事業の軸足を移さざるを得ない状況である。
□	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体、通信関連は好調だが、自動車は低調であり、業種によって差がみられる。全体としては一進一退の状況が続いている。
□	電気機械器具製造業（総務担当）	・世界情勢も為替の動きも不透明で、客先の動きも非常に鈍い。先が全く見通せない状況である。
□	電気機械器具製造業（総務担当）	・部材の入手状況が不安定で、先行きは不透明である。
□	輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先各社の動きが活発になっており、この先も良くなる見込みである。
□	建設業（従業員）	・受注は堅調だが、人手不足が課題である。
□	建設業（従業員）	・人手不足で受注量を増やすことができず、景気は変わらない。
□	建設業（従業員）	・これ以上対応できない状況にある。世界情勢の影響があるかもしれないが、現時点では悪化要因は見当たらない。
□	通信業（営業担当）	・取引先からの既存契約の価格引下げ要請は今後も続くことが予想されるが、価格の適正さを伝えていく。
□	通信業（営業担当）	・製品の値上げが加速しているため新品の受注は減少しているが、レンタルや新古品の需要があるため、トータルでの受注は変わらないとみている。
□	通信業（営業担当）	・仕入価格の上昇を予想している。
□	金融業（広報担当）	・原油由来製品の品不足により、一部業種やサービスに大きな影響が出ているものの、総じて企業の設備投資意欲や個人消費に変化はない。
□	広告代理店（経営者）	・人手不足を背景に、人材採用、企業価値向上施策のニーズは依然として高く、この領域の業務を取り込めるよう営業を推進している。
□	広告代理店（従業員）	・取引先の動向を見る限り、需要が短期間で大幅に増減する兆候はみられない。
□	司法書士	・材料価格の高騰により工事の受注が延期されていたが、それは解消されつつある。一方、金利上昇もあり、全体としては前年並みに推移するとみている。
□	公認会計士	・製造業、建設業の業績が2～3か月で劇的に改善することは見込みにくい。今後の物価動向にもよるが、小売業、サービス業が好調を維持できれば、全体としての景気はやや悪い状況が続くとみている。
□	その他企業〔企画業〕 （経営者）	・小売流通業の動向を見ると、景気は変わらないとみられる。
▲	農林水産業（従業者）	・米の市場価格が下がり続けており、今秋の新米価格の上昇も期待できない。
▲	食料品製造業（経営者）	・9月から商品の値上げを予定しており、受け入れられるかどうか不安がある。

	▲	木材木製品製造業（従業員）	・当地域における取引先の受注案件数が減少傾向にあり、実需の弱さを強く実感している。最近の倒産件数増加に関する報道についても、現場の感覚と合致しており、連鎖倒産や与信管理上のリスクを含め、今後の動向には強い警戒感を持っている。需要の根本的な回復が見込めないなか、当面は慎重な事業運営とリスク管理が必要である。
	▲	輸送業（経営者）	・中東情勢の緊迫化や熊本地震によるインフラ被害で物流が停滞することにより、日本経済に悪影響を及ぼすとみている。
	▲	不動産業（従業員）	・価格下落の進行が遅れるため、供給過多になり、購入判断が遅れることが予想される。
	×	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いるため、厳しい状況は続く。
雇用 関連 (東北)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中東の海峡封鎖の解除を期待したい。
	□	人材派遣会社（経営者）	・中東情勢が収束しないことには先行きが見通せないと話す経営者が多い。
	□	人材派遣会社（社員）	・地政学的リスクや半導体市場の停滞から、様子見ムードが続いており、求人数に大きな変動はない。今後は、A I 投資が企業業績にどのような影響を及ぼすか、その効果がどこまで広がるかが鍵になるとみている。
	□	人材派遣会社（社員）	・ここ1か月で状況に変化がみられ、2～3か月後の求職者の動きは現時点では判断が難しい。
	□	人材派遣会社（社員）	・例年9月は求人数が大きく動く時期だが、派遣労働需要として退職者も大幅に増加するため、プラスマイナスゼロになる可能性が高い。
	□	職業安定所（職員）	・物価高騰、中東情勢など先行きの不透明感が払拭されないため、現状が大きく変わることはないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・物価高騰、中東情勢など先行きを懸念する事業所の声は多いものの、雇用への影響は限定的である。求人、求職者の動きに大きな変化はないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・新規求人数は、主要産業のうち建設業、運輸業、宿泊・飲食サービス業、医療・福祉業でマイナスとなり、全体では前年同月比で8.4%減少している。なお、新規求職者数はこのところ横ばい圏内で推移しており、雇用情勢に急激な変化はみられない。
	□	その他雇用の動向を把握できる者	・中東情勢の影響による物価高や原材料の入手困難が続く限り、多くの業種で業績が低下している状況は変わらない。
	▲	アウトソーシング企業（経営者）	・現状の物価高対策として賃上げだけでは十分とはいえない。生活が苦しい状況は今後ますます強まるとみている。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・止まらない物価高に加え、数か月後の最低賃金引上げが大きく影響することを強く危惧している。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内では業種を問わず厳しい状況にあり、良い話を全く聞かない。
	▲	職業安定所（職員）	・中東情勢の影響による物価高騰や原材料不足が続いており、今後の調達等を不安視している企業が多い。
	▲	学校〔専門学校〕	・求人につされる採用条件が更に厳しくなり、採用の難易度が上がることが予想される。
	×	*	*