

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）	・紅葉シーズンに入るため、国内客、インバウンド共に増加するとみている。
	◎	観光名所（職員）	・物価高による影響はみられない。円安傾向が続いていることもあり、インバウンドも多い。売店の客単価も前年比では上昇している。
	○	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・ようやく布団の仕立てやカーテンの注文がみられるようになってきている。
	○	一般小売店〔茶〕（経営者）	・例年8月は売上が大きく落ち込むが、今年は良い。この先も良い状況が続くことを期待したい。
	○	百貨店（営業担当）	・催事が多く、売上が伸びる時期になる。
	○	百貨店（経営者）	・春以降、来客数は増加傾向が続いている。商機はあるとみている。
	○	スーパー（商品担当）	・今夏は例年よりも気温が低く苦戦したが、秋商戦への移行に伴い、天候の影響が和らぐとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・秋冬物が本番の時期を迎えるため期待できる。
	○	衣料品専門店（店員）	・残暑が厳しくなければ、秋の衣替えが順調に進むとみている。
	○	乗用車販売店（従業員）	・利益率の高い車種の配車量が若干増加している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・決算期を迎える。新型車発売の予定もある。
	○	乗用車販売店（店長）	・中古車市場の盛り上がりが顕著であり、足元の販売実績も前年比110%と好調である。卸売相場も高騰しており、全体収益に大きく貢献している。エリア内の競合店でも同様の傾向がみられ、今後しばらくは好調が続くとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・9～10月の予約状況から、やや良くなるとみている。暑さが若干落ち着くため人出も増える。
	○	一般レストラン（経営者）	・前年は10月を過ぎてから、せり鍋を目的とした県外客が多く来店した。今年も同様の状況が期待できる。
	○	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。
	○	旅行代理店（従業員）	・10月からは県の宿泊クーポンの発行が予定されており、11月以降はクーポン利用による宿泊率の上昇が見込める。
	○	タクシー運転手	・お盆や夏場の旅行シーズンは終わったが、行楽シーズンは引き続き続くため、よくなることが見込まれる。
	○	通信会社（経営者）	・サービスエリアの拡大による新規加入者数の増加が期待できる。新規エリアには集合住宅が多いため、アパートなどのオーナーによるインターネットサービスの一括導入も見込める。
	○	その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・特段の懸念事項はない。
	○	設計事務所（経営者）	・年末に向けて大型案件の業務が完工するため、資金的に余力が生まれる。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・自然災害などが発生しなければ、今月と同じ状況が続くとみている。
	□	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・物価は上昇しているが、客が必要な物を迷わず購入している状況は2～3か月後も変わらないとみている。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	・10月には酒税法改正による酒類の価格改定が控えている。客先の飲食店でもドリンク全般の価格見直しが求められる。主力商品であるビールの値下がり後、それが販売価格にすぐに反映されるかは別問題で、小売店、飲食店共に様々な対応が求められている。その影響が一般消費者にどこまで波及するのか不透明である。
	□	一般小売店〔スポーツ用品〕（店員）	・10～11月になるとゴルフのラウンド数も減少していく。9月に発売する新作がヒット商品となることを期待したい。
	□	一般小売店〔書籍〕（営業担当）	・消費者は物価高に慣れつつあるようにみられ、しばらくは小康状態が続くとみている。この先、消費税減税が実施されれば、消費の動きに変化が現れる可能性がある。

☐	百貨店（企画担当）	・インバウンドの売上は伸長しているが、分母が小さいため大きな影響はない。化粧品や食品領域を強化カテゴリーとして施策を打ち出し、来客数の増加を図っていきたい。
☐	百貨店（経営者）	・セール期間が終わり、価格に対して慎重な消費行動に戻るとみている。衣料品や食料品は厳しい商戦となる。ただし、金融資産を保有する層には消費余力があるとみられ、宝飾品や時計などは引き続き活発に動くともっている。
☐	百貨店（従業員）	・米の価格は下落が見込まれるものの、原油価格は改善が見込めない。消費者は欲しいものには金を掛ける一方、生活防衛意識は根強く、必要最低限の購買行動に変化はないとみている。
☐	スーパー（店長）	・新米価格は若干下がると予想しているが、その他の商品は値上げが相次ぐ。景気が上向く要因が見当たらない。
☐	スーパー（店長）	・物価が上がり、特売品や値引き商品の需要が高まるなか、数か月で景気が上向くとは考えにくい。
☐	スーパー（店長）	・10月の酒税法改正により税率が引上げられる商品もあるが、買上点数は今月とそれほど変わらないとみている。
☐	スーパー（店舗運営）	・9月以降も相当数の商品で値上げが予定されているため、買上点数の減少はしばらく続くともっている。
☐	スーパー（業務担当）	・先行きが不透明な状況にある。
☐	スーパー（販促担当）	・10月の最低賃金引上げにより、可処分所得は増えるともっている。しかし、原材料価格の高騰による価格転嫁やメーカーの値上げにより販売価格が高くなっているため、消費環境は変わらないとみている。
☐	コンビニ（経営者）	・商品価格が上昇し、買上点数は減少しているが、客単価はそれほど変わらない。この状況は変わらないとみている。
☐	コンビニ（経営者）	・売上、利益共に前年並みを予想している。ただし、最低賃金引上げが懸念材料となっている。
☐	コンビニ（経営者）	・競合店の出店により、来客数は3か月先も前年比減少の傾向が続く見込みである。
☐	コンビニ（経営者）	・気温が低くなり販売量は減少する。
☐	コンビニ（エリア担当）	・天候要因や外部環境の変化がない限り、景気は変わらない。
☐	コンビニ（エリア担当）	・雨天の日が多く、来客数に影響が出ている。今後も天候不順が続くと予想されることから、来客数が低調な状況は続くともっている。
☐	コンビニ（店長）	・これ以上悪化しないよう、現状を維持するべく試行錯誤をしている。
☐	衣料品専門店（経営者）	・夏祭り用品の販売がおおむね順調であったため、これを手掛かりに他の商品も売り込んでいく。
☐	衣料品専門店（経営者）	・物価高騰の影響による消費者の節約志向は変わらないとみている。
☐	衣料品専門店（店長）	・食料品など物価上昇が止まらないなか、消費者は生活防衛意識が強くなり、必要な物を必要なときに必要なだけ購入するようになるともっている。
☐	衣料品専門店（総務担当）	・他業種を含めても景気が良い話を聞かない。車がなければ生活できない地域では、燃料費の上昇が家計を圧迫しており、購買に回せる金額が減少している。
☐	家電量販店（従業員）	・10～11月は冬物商材の展開、調理家電や暖房エアコンの新製品発売などがあり、コーナーによっては新製品が多くなるため、タイミング的に価格が高くなったようにみえる。9月の上期決算も終わり大きなイベントもないため、売上が伸びる要素はない。景気は変わらないとみている。
☐	乗用車販売店（従業員）	・この先2～3か月の間に新型車の投入はなく、販売量の伸びは期待できない。
☐	乗用車販売店（従業員）	・販売量は現状と同程度で推移していくとみる。年末に向けて販売量に大きく影響するような販売促進施策やモデルチェンジの予定はなく、残価設定型クレジットの低金利施策があるくらいであり、年内は販売台数の急激な増加はないとみている。
☐	住関連専門店（経営者）	・半年先までの受注状況は余り芳しくない。
☐	住関連専門店（インテリアコーディネーター）	・建築業界では、多少落ち着いてきているものの、資材不足による値上げが続いている。

□	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）	・長期予報によると暖かい日が続くようなので、配達灯油の販売量もしばらく低迷するとみている。
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現在の環境に大きな変化はなく、景気への影響も余りないとみている。
□	一般レストラン（経営者）	・物価高が収まらず、これまで3か月に1回来店していた客が半年に1回になるなど来店頻度が低下している。客からも頻繁に来店できなくなったという話をよく聞く。今後も同様の状況が続くとみている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	・各地で災害が発生しており、旅行マインドの低下が予想される。
□	観光型旅館（経営者）	・悪くなる要因が多い。消費に回す余裕がないとみている。
□	旅行代理店（従業員）	・中東情勢の不透明感や円安、物価高が続く限り、消費マインドの改善は期待できない。
□	旅行代理店（従業員）	・先行きが見通せない。
□	通信会社（営業担当）	・好転する材料に乏しい。
□	通信会社（営業担当）	・例年並みの販売数量を見込んでいる。
□	遊園地（経営者）	・物価上昇が続く限り、家計への影響は避けられないとみている。
□	美容室（経営者）	・客との会話では、景気が良いという話もあれば、悪いという話も聞く。
□	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駆け込み需要が落ち着き、コンロや給湯器交換の問合せが多少増えるともっている。リフォームは中東情勢の先行きが不透明であるため、苦戦が続くとみている。
▲	商店街（代表者）	・お盆明け以降、客足が止まっており、予約も全くない状況である。近隣の居酒屋においても来客数は低迷している。今後も消費は伸び悩むとみている。
▲	商店街（代表者）	・社会情勢、国際情勢、自然環境はいずれも不安定な状況が常態化している。
▲	商店街（代表者）	・物価高や人件費高騰の影響が商店街店舗の経営を圧迫している。
▲	商店街（代表者）	・8月は夏祭りの開催により観光客や来街者が多くなり、消費も増える時期である。9月以降はその反動で来街者数や消費は落ち着くことが予想され、今月と比較すると景気はやや悪くなる。
▲	商店街（代表者）	・中東情勢の緊迫化を受け、エネルギーや原材料価格の高騰が続いている。それに伴う物価高も続いており、改善する見通しは立っていない。
▲	一般小売店〔酒〕（経営者）	・夏祭りが終わり、観光客は減少するとみている。
▲	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・あらゆる品物がネット通販で購入され、地域に金が落ちなくなっており、地場の小売業界では閉店が相次いでいる。また、インフレが消費者の懐を圧迫しているため、生活防衛意識は更に強まるとみている。
▲	スーパー（経営者）	・9月にはメーカー各社が値上げを予定している。原油や液化石油ガスの価格も高騰しているため、経費負担は一層重たくなる。そこに円安が加われば、メーカーや卸売各社の経営コスト増加は避けられず、製品価格への更なる転嫁が予想され、経営は厳しさを増す。よって、小売でも値上げ品目の価格転嫁を進めるとともに経費削減対策を一段と強めることになる。実質可処分所得が低下し、消費環境は今後も良くない傾向が続くとみている。
▲	スーパー（店長）	・9月から値上げする商品が多数あり、消費が低迷する可能性が高い。
▲	スーパー（店長）	・9月以降も値上げラッシュが控えており、節約志向が強まるとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・値上げにより客単価が上昇しているものの、買上点数は減少している。来月からは主力商品であるたばこの値上げも予定されており、買上点数の減少をカバーするような売上は見込めない。

▲	コンビニ（経営者）	・人口減少は歯止めがかからず、米価の下落が大きな影響を及ぼすとみている。
▲	コンビニ（エリア担当）	・10月から最低賃金が引上げられるが、経営者にとっては上昇分がそのまま経費の増加につながるため、経営が厳しくなる可能性がある。
▲	衣料品専門店（店長）	・競合店の改装開店に加え、9月の気温は前年より低くなると予想され、夏物の消化は苦戦するとみている。
▲	家電量販店（従業員）	・エアコン需要は一服するとみている。先食いによる反動減を懸念している。
▲	乗用車販売店（従業員）	・中古車販売は増加しているものの、新車販売台数は減少している。中古車販売の増加は、新車購入を見送る人が増えていることの現れであり、景気の低迷を反映していると考ええる。
▲	乗用車販売店（従業員）	・前月同様、新型車効果で新車販売台数は上向いているが、10月からクレジット金利が上昇するため先行きは不透明である。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・米の価格動向も懸念されるが、それ以上に米の流通在庫の停滞や米離れの加速が懸念材料となっている。こうした傾向が数字として表れれば、一般消費の冷え込みにつながる可能性がある。
▲	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（経営者）	・冬場の売上の核となるものがなく、冬物の動きは年々悪くなっている。軽防寒着やインナーで寒さ対策をしているため、防寒着のなかでもアウターの需要が激減している。また、量販店の安売りや競合他社との競争激化なども拍車が掛かっている。少ない案件を取り合っており利益は薄い。
▲	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・中東情勢が収束せず、燃料油価格の高止まりや物価上昇が続くなか、節約志向が強まっている。よって、燃料油の販売量は回復しないとみている。
▲	高級レストラン（支配人）	・外食需要の力強い回復は期待しづらく、当面は低調な利用状況が続く見通しである。
▲	一般レストラン（スタッフ）	・客はイベントがあれば来店するが、ディナーは平日の来客数を大きく落としており、日曜日でも減少傾向にある。
▲	観光型ホテル（スタッフ）	・客単価は下がる見込みである。
▲	観光型旅館（スタッフ）	・年末年始の旅行を除き、消費控えが起こるとみている。
▲	通信会社（営業担当）	・景気が悪くなる要因しか見当たらない。
▲	テーマパーク（職員）	・夏休みが終わり、集客が弱くなるとみている。
▲	観光名所（職員）	・予約状況は前年並みである。振り客の落ち込みはこの先も変わらず、売上等に影響が出るとみている。
▲	ゴルフ場（支配人）	・景気の先行きが不透明で、消費が上向く兆しはみられない。
▲	競艇場（職員）	・来場促進イベントを計画している。また、大口客の来場の有無によっても売上は大きく変わる。
▲	美容室（経営者）	・石油関連商品の値上がりは続き、美容関連商品の販売価格も上昇が続く見込みである。消費抑制の方向へ進んでいる。
▲	美容室（経営者）	・何もかも値上がりしており、消費者は美容に掛ける金を抑えている。
▲	その他サービス〔寮管理〕（管理人）	・値上げの動きは変わらず、購買意欲の更なる低下が懸念される。
▲	住宅販売会社（従業員）	・物価高により市場の動きが鈍化している。起爆剤となるような新しいビジネス手法を確立しない限り、景気は悪くなる。
×	スーパー（経営者）	・物価高は収まらず、商品の値上げは続き、景気は悪くなる。
×	コンビニ（経営者）	・今年も最低賃金が大幅に引上げられる。コンビニは24時間営業で、人手がないと経営が成り立たない。売上は上がらず、経費は増え続けている。本当に厳しい状況である。
×	自動車備品販売店（経営者）	・農業が盛んな当地では、米の概算金の下落が消費活動に与える影響は大きい。
×	一般レストラン（経営者）	・金利は上昇傾向にあり、中東情勢の先行きも不透明である。景気は悪くなるとみている。
×	観光名所（職員）	・行楽シーズンであり、観光客数が増加する時期だが、予約の入りはかなり緩やかである。近隣の観光施設の話からも観光が低迷している状況がうかがえる。

企業 動向 関連 (東北)	◎	建設業（従業員）	・受注契約のリミット時期であり、交渉はまとまっているとみている。
	○	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・販売促進用のカレンダーなどが動く時期である。また、年末に向けてイベントや広告も増える。
	○	金属製品製造業（経営者）	・中東情勢が更に改善すれば、受注が上向くことが期待できる。
	○	電気機械器具製造業（総務担当）	・取引先の業種によっては、冬以降の相談が少しずつ増えている。
	○	輸送用機械器具製造業（経営者）	・半導体関連事業の受注売上は、2～3か月先も好調が続く見通しである。
	○	通信業（営業担当）	・下期予算が動き出す時期のため、生成A Iの普及やデータセンター需要が上昇する見込みである。
	○	その他非製造業〔飲食料 品卸売業〕（経営者）	・秋の観光シーズンに入り外食市場が回復する。また、気温の低下が日本酒の消費量増加に結び付くことが見込まれる。
	□	食料品製造業（経営者）	・9月から製品の値上げを実施するため、どのような動きになるか懸念している。
	□	食料品製造業（営業担当）	・来月に製品の値上げを控えており、販売の苦戦が続くとみている。
	□	食料品製造業（製造担当）	・取り巻く環境が変わらず、人件費の増加等で収益が厳しくなれば、価格転嫁も必要になってくる。
	□	木材木製品製造業（従業員）	・今後2～3か月先の見通しについては、目立った大型案件は見当たらないものの、直近の見積り引き合いの動向から一定の需要は下支えされると見ており、これ以上の悪化は避けられる見込みである。ただし、本格的な回復には至らず、低調な推移が続くとみている。また、大規模災害に伴う復興・復旧需要について、東北地域の木材業界やサプライチェーンにどのような形で波及・影響してくるかは未知数であり、先行きを注視している。
	□	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・10月からの最低賃金引上げは、地方の中小企業にとって大きな課題である。人件費の増加を抑制するべく、労働条件の見直しにより対応している。労働者側は実質賃金の上昇より、支給額の増額を望んでいる。また、同一労働同一賃金への対応に伴い、人件費や福利厚生費の負担が増している。一方で、人手不足が生じている部署があり、人員配置の見直しを進める必要が生じている。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・案件は増えているが、なかなか受注に至らない。いまだ入手に時間の掛かる製品もあり出荷できないものもある。
	□	一般機械器具製造業（経営者）	・半導体業界の引き合いは強いが、自動車関連の伸びが低調である。
	□	建設業（従業員）	・業況は堅調に推移するとみている。
	□	建設業（従業員）	・人手不足により受注量を増やすことができないため、変わらない。
	□	建設業（従業員）	・現状維持を見込んでいる。
	□	輸送業（経営者）	・中東情勢や円安の影響による原油価格の高止まり、物価高は続くとみている。また、高い水準での最低賃金引上げは、経営資源が限られた中小零細企業にとって、倒産リスクの増加や事業縮小を招く可能性があり、更に危機感が強まる。
	□	通信業（営業担当）	・取引先からの値下げ要請に対しては、価格が適正である根拠を丁寧に説明していく。
	□	通信業（営業担当）	・今後も定期的な価格上昇は続く見込みである。
	□	金融業（広報担当）	・米の卸売業者が前年に高値で仕入れた在庫を抱えており、損切りして販売せざるを得ない状況が見受けられるなど特定の業種に先行きの厳しさがうかがえる。しかし、多くの業種では先行きの景気は変わらないとみている。
	□	広告業協会（役員）	・消費行動には慎重さがみられる。このような状況では、大胆な販売促進策を打ち出す企業も少なく、広告業界の景気は当面上向かない。
	□	広告代理店（経営者）	・A Iや人手不足への対応など広告領域が拡大する余地はあるが、全体を押し上げるほどのポテンシャルがあるかは、現時点では未知数である。
	□	広告代理店（従業員）	・取引先において、投資や発注を大幅に縮小する動きはみられないものの、新規事業や新規発注に向けた積極的な動きも乏しい。現状維持を選択している状況がうかがえる。
	□	経営コンサルタント	・秋の到来による購買意欲の向上に期待している。

	☐	司法書士	・受託件数は横ばいである。地元登記所の申請件数も同様である。
	☐	公認会計士	・小売業、サービス業は好調を維持する顧客が多いとみている。製造業、建設業は低調な状況が続くとみている。全体としてはやや景気が悪い状態が続くとみている。
	☐	その他企業〔企画業〕 （経営者）	・秋の観光シーズンへの期待はあるが、景気にどれほどの影響をもたらすかは見通せない。
	☐	その他企業〔協同組合〕 （職員）	・IT化や自動化によって生産性を高めている企業もあるが、多くの中小企業ではそのための資金や人材が不足している。さらに、慢性的な人手不足や働き方改革への対応、流通コストの増加などから、受注が好調でも、生産体制が追いついていない状況にある。このため、現状維持が精一杯とみている。
	▲	農林水産業（従業者）	・米の概算金が前年の60%程度になる可能性がある。
	▲	電気機械器具製造業（総務担当）	・メモリやSSDなどの部材高騰による価格改定の影響か、大口顧客が慎重な姿勢を示しており、この先の受注は落ち込む見通しである。
	×	農林水産業（従業者）	・最近の米生産に係る農業機械、資材、燃料等の値上がりと、令和8年産新米の農業団体概算金の大幅引下げにより、収益は大幅に縮小す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は減少しており、厳しい状況が続く。
	×	不動産業（従業員）	・価格上昇に合わせて、年末に向けて金利上昇も見込まれるなか、実需は限定的とみている。郊外の不動産相場が現在の相場水準に近づくにはかなりの時間を要するため、不動産市場全体として景気は下り坂にあるといえる。
雇用 関連 （東北）	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・派遣市場では、9月末と12月末に契約期間が満了となる人が多い。それに伴い求人数の大幅な増加が見込まれ、売上の伸びが期待できる。
	○	職業安定所（職員）	・新規求人数は弱含みながら増加傾向にある。一方、雇用保険受給の新規求職者数は3か月連続で前年を下回っている。
	☐	人材派遣会社（経営者）	・求人数は増加しているものの、中東情勢や物価高とそれに伴う原料価格高騰の影響があるため、景気の見通しは立たない状況である。
	☐	人材派遣会社（社員）	・求人数は減少しているが、大手企業を中心に実働部隊として30代ぐらいまでの層で募集するケースは多くなっており、それを複数の会社で取り合う構造になっている。企業は、漠然と若手を求めるのではなく、募集に当たり求める役割や要件を明確化する必要はあるが、そのような動きが取れる企業は限られているため、当面は現状のままとみている。
	☐	人材派遣会社（社員）	・地政学的リスクは依然として存在しており、インフレによる景気悪化への懸念もある。景気改善の材料は見当たらない。強いて言えば、AIによる生産性向上や株価の上昇があるものの、景気にどの程度影響を及ぼすかは不透明である。
	☐	人材派遣会社（社員）	・現状の前年比プラスの傾向が続くとみている。
	☐	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・円安が続けば、地方は厳しい状況になるとみている。
	☐	職業安定所（職員）	・物価高が続くなか、最低賃金引上げによる人件費の上昇が見込まれることから、収益の悪化を避けるため、求人数が大きく増加することはないとみている。
	☐	職業安定所（職員）	・主要産業の新規求人数を前年同月比でみると、運輸業、医療・福祉業、サービス業はプラスになったが、建設業、卸売小売業、宿泊・飲食サービス業はマイナスになり、全体では4.2%減少している。なお、新規求職者数はこのところ減少傾向で推移しており、急激な雇用情勢の変化はみられない。
	☐	職業安定所（職員）	・先行き不透明な状況が続いており、募集を控えているという声を聞く。
	☐	学校〔専門学校〕	・国内外の情勢を踏まえると、経済を押し上げるような要因は余り見当たらない。良くて現状維持とみている。
	☐	その他雇用の動向を把握できる者	・物価高が続く限り状況は変わらない。
	▲	求人情報誌製作会社（経営者）	・県内に景気が活性化するような材料はない。最低賃金引上げによるベースアップ、社会保険料負担の増加など費用面の負担は増す。

	×	アウトソーシング企業 (経営者)	・最低賃金の引上げが続いており、価格転嫁ができないまま人件費は増加している。賃上げを実施しても半分近くは社会保険料などであり、手取り額は余り増えていない。また、企業の社会保険料負担も増え、当社のような小規模事業者は負担が重くなっている。個人も企業も苦しい状況にあり、景気が良くなることはない。
--	---	---------------------	--