

青森県景気ウォッチャー調査

【2024(令和6)年1月期】

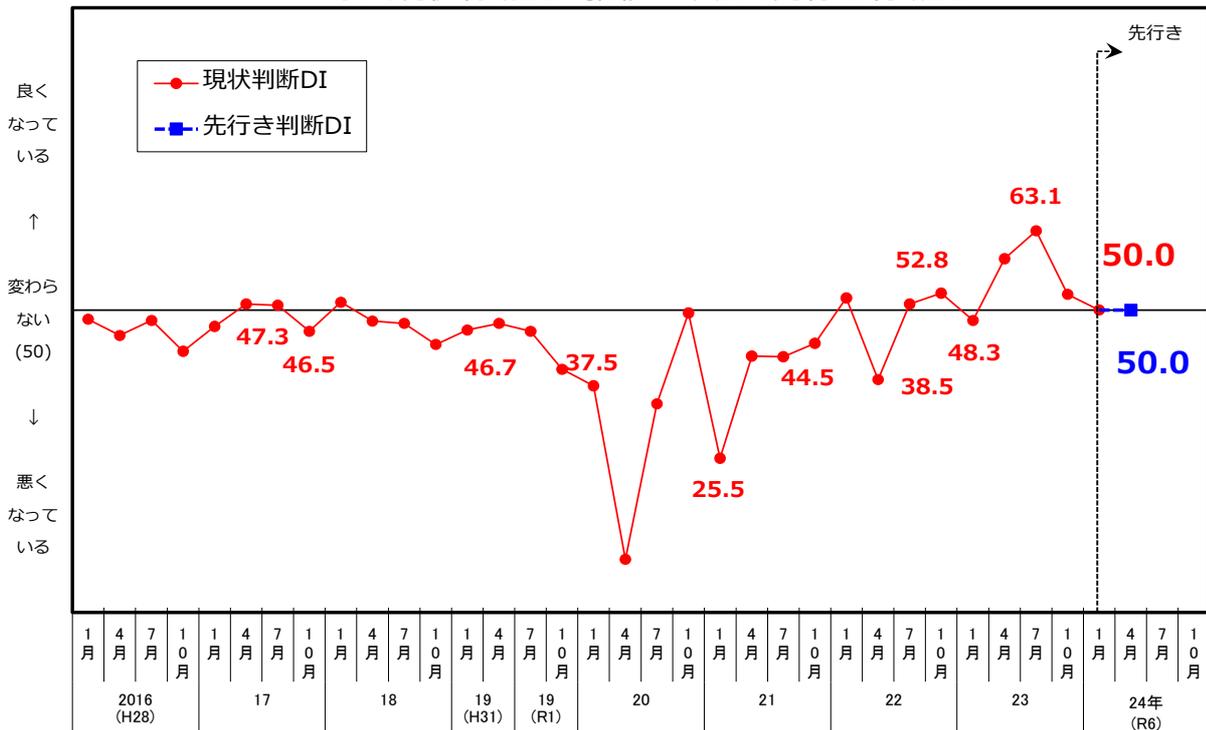
調査期間 2023(令和5)年12月28日～2024(令和6)年1月22日 回答率 96%

概 況

1月期の景気の現状判断DIは50.0となり、前期から2.6ポイント低下し、景気の横ばいを示す50と同水準となった。

先行き判断DIは、現状判断DIと同水準の50.0となった。

景気現状判断DIの推移・今後の先行き判断DI



2024(令和6)年2月

青森県企画政策部統計分析課

1. 結果概要

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断DI

① 県全体の動向

前期調査と比べると、「良くなっている」が同水準、「やや良くなっている」が9.1ポイント低下、「変わらない」が9.8ポイント上昇、「やや悪くなっている」が2.9ポイント低下、「悪くなっている」が2.1ポイント上昇となった。

全体では50.0となり、前期から2.6ポイント低下し、景気の横ばいを示す50と同水準となった。

判断理由では、円安の影響やクルーズ船の寄港などによる外国人観光客の増加の動きや、年末年始に忘新年会など会合を行う動きが出てきたといった声があった。

一方で、食料品価格や光熱費等のエネルギー価格の高騰が依然として続く中、家計負担の増加に伴う消費者の節約意識の高まりによる消費の低迷を指摘する声も多くみられた。

② 分野別の動向

前期調査と比べると、家計関連全体で3.1ポイント低下、企業関連で1.4ポイント低下、雇用関連で同水準となった。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、東青で10.9ポイント低下、県南で1.7ポイント低下し、景気の横ばいを示す50を下回った。津軽で3.7ポイント上昇、下北（参考）で2.5ポイント上昇し、景気の横ばいを示す50を上回った。

(2) 3か月後の景気の先行き判断DI

① 県全体の動向

今期調査の現状判断DIと比べると、「良くなる」が1.1ポイント上昇、「やや良くなる」が3.1ポイント低下、「変わらない」が2.1ポイント上昇、「やや悪くなる」が1.1ポイント上昇、「悪くなる」が1.1ポイント低下となった。

全体では50.0となり、今期調査の現状判断DIと同水準となり、景気の横ばいを示す50と同水準となった。

判断理由では、イベントの実施等に伴い観光客などの人流の増加を期待する声があった。

一方で、物価上昇や光熱費、原材料価格等の高騰により今後も消費行動の低迷が続くと予想されるといった声があったほか、一部に震災による影響を懸念する声もみられた。

② 分野別の動向

今期調査の現状判断DIと比べて、家計関連全体で0.3ポイント上昇、企業関連で1.5ポイント低下、雇用関連で同水準となった。

③ 地区別の動向

今期調査の現状判断DIと比べて、東青以外の3地区で低下し、県南で景気の横ばいを示す50を下回った。

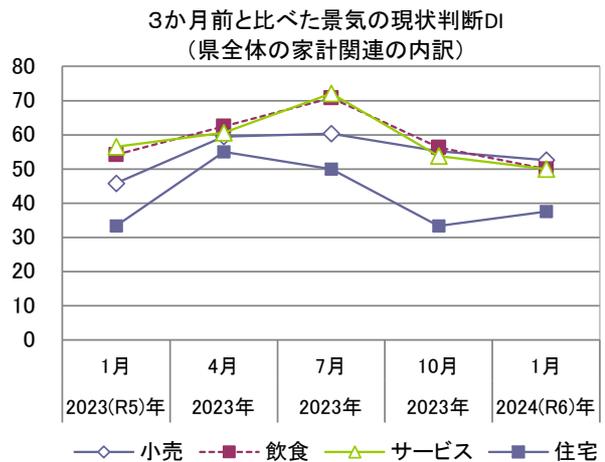
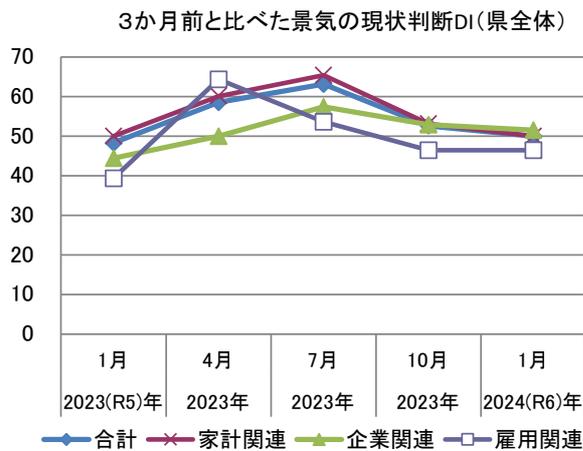
2. 県全体の動向

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

①DI

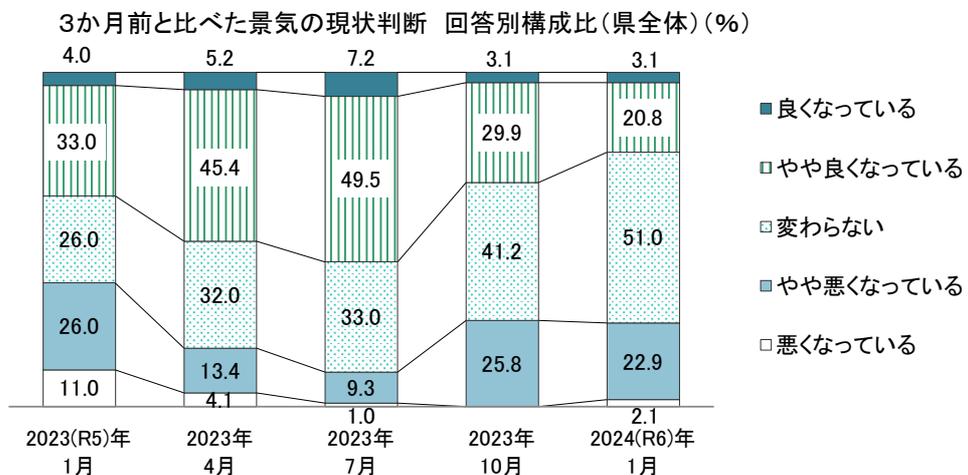
n = 96

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
合計	48.3	58.5	63.1	52.6	50.0	▲ 2.6
家計関連	50.0	60.1	65.4	53.1	50.0	▲ 3.1
小売	45.8	59.5	60.3	55.2	52.6	▲ 2.6
飲食	54.2	62.5	70.8	56.3	50.0	▲ 6.3
サービス	56.5	60.6	72.1	53.8	50.0	▲ 3.8
住宅	33.3	55.0	50.0	33.3	37.5	4.2
企業関連	44.4	50.0	57.4	52.9	51.5	▲ 1.4
雇用関連	39.3	64.3	53.6	46.4	46.4	0.0



②回答別構成比 (%)

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
良くなっている	4.0	5.2	7.2	3.1	3.1	0.0
やや良くなっている	33.0	45.4	49.5	29.9	20.8	▲ 9.1
変わらない	26.0	32.0	33.0	41.2	51.0	9.8
やや悪くなっている	26.0	13.4	9.3	25.8	22.9	▲ 2.9
悪くなっている	11.0	4.1	1.0	0.0	2.1	2.1



(2) 3か月後の景気の先行き判断 ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

① D I

n = 96

	2023(R5)年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	前期調査 との差
合 計	50.0	62.4	61.1	47.7	50.0	2.3
家計関連	52.7	64.6	63.7	50.0	50.3	0.3
小売	53.3	62.1	60.3	50.0	51.7	1.7
飲食	52.1	72.9	70.8	62.5	52.3	▲ 10.2
サービス	54.6	64.4	68.3	47.1	49.0	1.9
住宅	41.7	60.0	45.8	37.5	45.8	8.3
企業関連	37.5	52.8	51.5	41.2	50.0	8.8
雇用関連	53.6	64.3	57.1	39.3	46.4	7.1

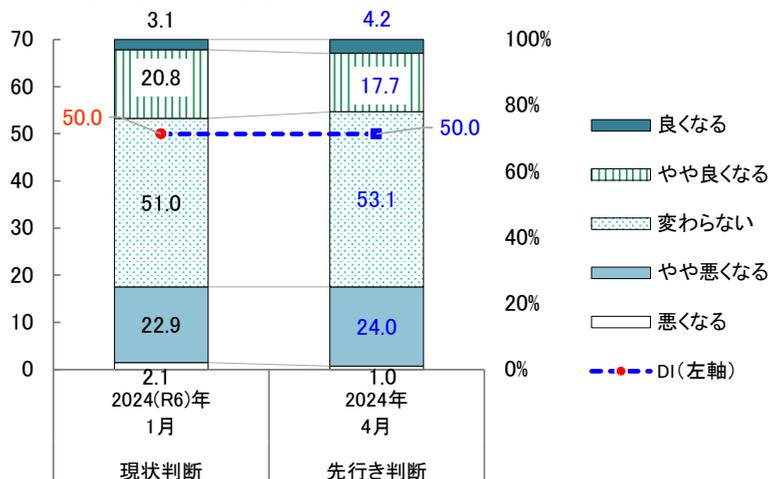
② 今期の現状判断D Iと先行き判断D Iとの比較

	現状判断 2024(R6)年 1月	先行き判断 2024年 4月	差
合 計	50.0	50.0	0.0
家計関連	50.0	50.3	0.3
小売	52.6	51.7	▲ 0.9
飲食	50.0	52.3	2.3
サービス	50.0	49.0	▲ 1.0
住宅	37.5	45.8	8.3
企業関連	51.5	50.0	▲ 1.5
雇用関連	46.4	46.4	0.0

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2024(R6)年 1月	先行き判断 2024年 4月	差
良くなる	3.1	4.2	1.1
やや良くなる	20.8	17.7	▲ 3.1
変わらない	51.0	53.1	2.1
やや悪くなる	22.9	24.0	1.1
悪くなる	2.1	1.0	▲ 1.1

現状判断と先行き判断との比較(県全体・合計)



3. 地区別の動向

※下北地区については、サンプル数が少ないため、参考値とする。

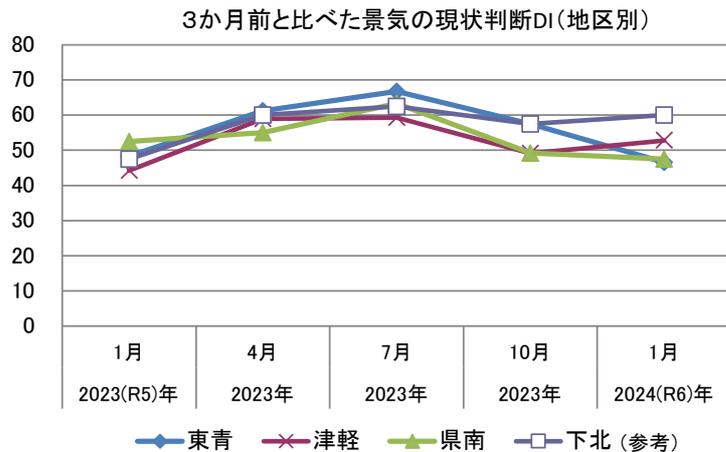
(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

<地区別>

①DI

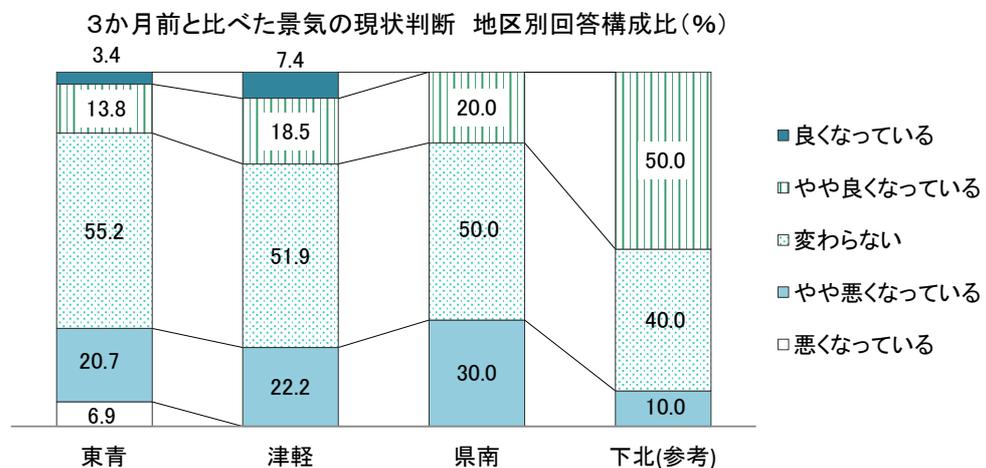
n = 96

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
合 計	48.3	58.5	63.1	52.6	50.0	▲ 2.6
東青	48.3	61.2	66.7	57.5	46.6	▲ 10.9
津軽	44.2	58.9	59.3	49.1	52.8	3.7
県南	52.5	55.0	63.3	49.2	47.5	▲ 1.7
下北	47.5	60.0	62.5	57.5	60.0	2.5



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北(参考)
良くなっている	3.4	7.4	0.0	0.0
やや良くなっている	13.8	18.5	20.0	50.0
変わらない	55.2	51.9	50.0	40.0
やや悪くなっている	20.7	22.2	30.0	10.0
悪くなっている	6.9	0.0	0.0	0.0



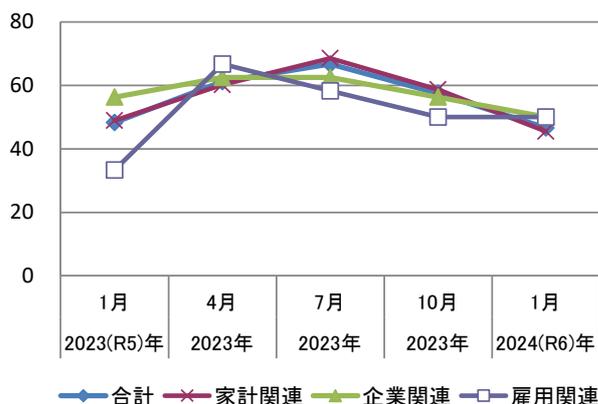
<東青地区>

①DI

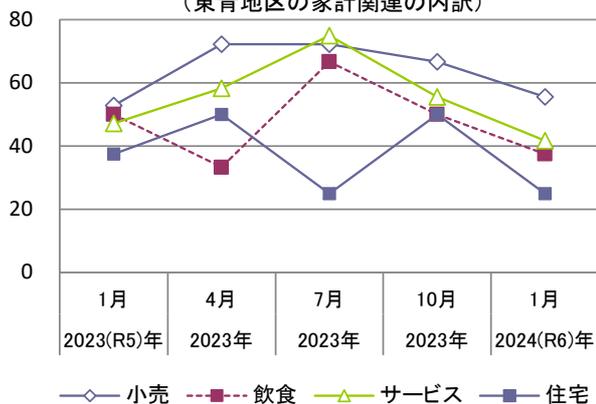
n = 29

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
合計	48.3	61.2	66.7	57.5	46.6	▲ 10.9
家計関連	48.9	60.2	68.5	58.7	45.5	▲ 13.2
小売	52.8	72.2	72.2	66.7	55.6	▲ 11.1
飲食	50.0	33.3	66.7	50.0	37.5	▲ 12.5
サービス	47.2	58.3	75.0	55.6	41.7	▲ 13.9
住宅	37.5	50.0	25.0	50.0	25.0	▲ 25.0
企業関連	56.3	62.5	62.5	56.3	50.0	▲ 6.3
雇用関連	33.3	66.7	58.3	50.0	50.0	0.0

3か月前と比べた景気の現状判断DI(東青地区)



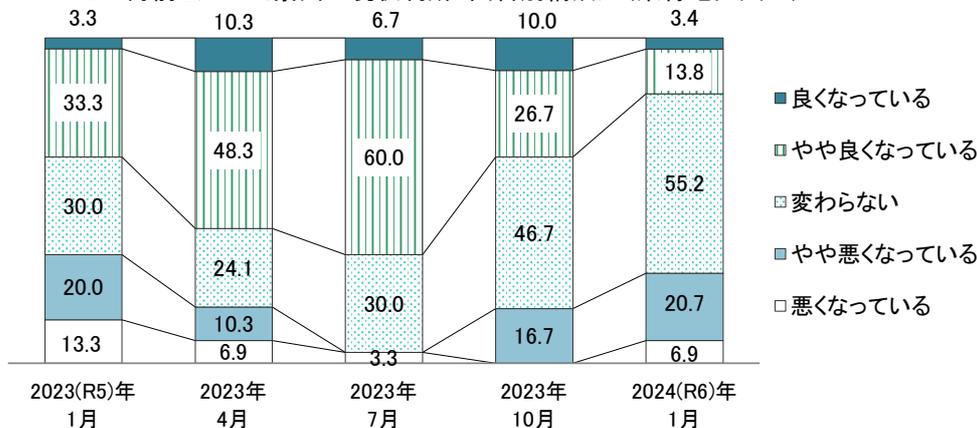
3か月前と比べた景気の現状判断DI
(東青地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
良くなっている	3.3	10.3	6.7	10.0	3.4	▲ 6.6
やや良くなっている	33.3	48.3	60.0	26.7	13.8	▲ 12.9
変わらない	30.0	24.1	30.0	46.7	55.2	8.5
やや悪くなっている	20.0	10.3	0.0	16.7	20.7	4.0
悪くなっている	13.3	6.9	3.3	0.0	6.9	6.9

3か月前と比べた景気の現状判断 回答別構成比(東青地区)(%)



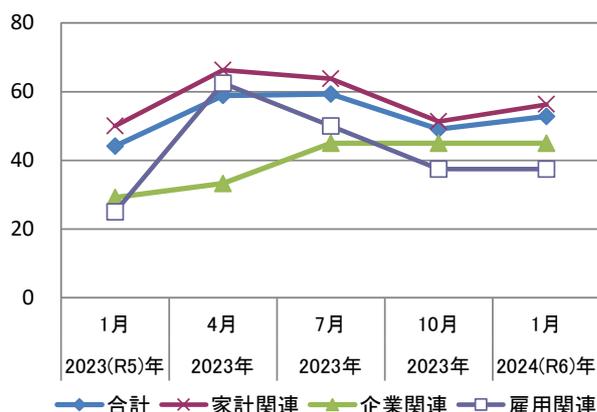
<津軽地区>

①DI

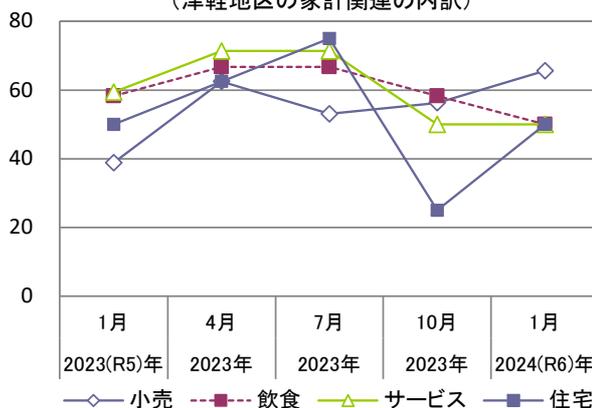
n=27

		2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
合 計	家計関連	44.2	58.9	59.3	49.1	52.8	3.7
	小売	38.9	62.5	53.1	56.3	65.6	9.3
	飲食	58.3	66.7	66.7	58.3	50.0	▲ 8.3
	サービス	59.4	71.4	71.4	50.0	50.0	0.0
	住宅	50.0	62.5	75.0	25.0	50.0	25.0
	企業関連	29.2	33.3	45.0	45.0	45.0	0.0
	雇用関連	25.0	62.5	50.0	37.5	37.5	0.0

3か月前と比べた景気の現状判断DI(津軽地区)



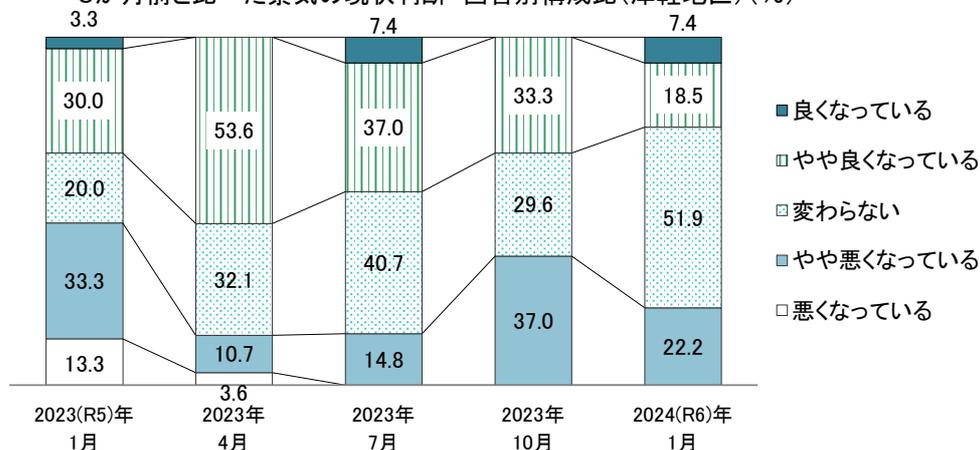
3か月前と比べた景気の現状判断DI
(津軽地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
良くなっている	3.3	0.0	7.4	0.0	7.4	7.4
やや良くなっている	30.0	53.6	37.0	33.3	18.5	▲ 14.8
変わらない	20.0	32.1	40.7	29.6	51.9	22.3
やや悪くなっている	33.3	10.7	14.8	37.0	22.2	▲ 14.8
悪くなっている	13.3	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0

3か月前と比べた景気の現状判断 回答別構成比(津軽地区) (%)



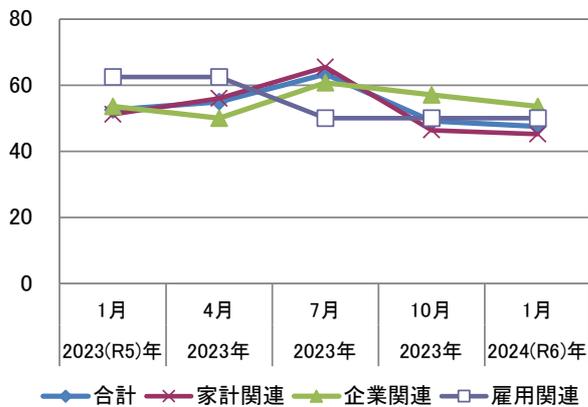
<県南地区>

①DI

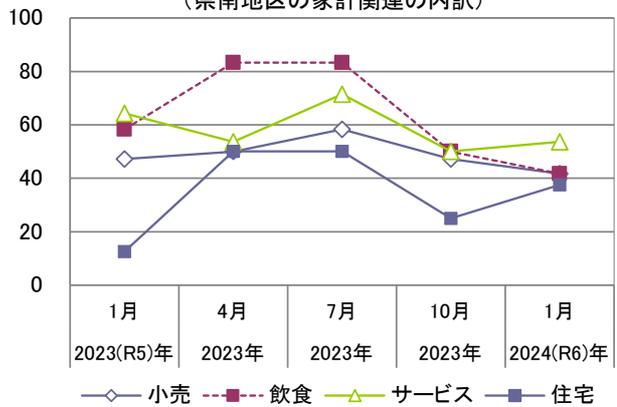
n = 30

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
合計	52.5	55.0	63.3	49.2	47.5	▲ 1.7
家計関連	51.2	56.0	65.5	46.4	45.2	▲ 1.2
小売	47.2	50.0	58.3	47.2	41.7	▲ 5.5
飲食	58.3	83.3	83.3	50.0	41.7	▲ 8.3
サービス	64.3	53.6	71.4	50.0	53.6	3.6
住宅	12.5	50.0	50.0	25.0	37.5	12.5
企業関連	53.6	50.0	60.7	57.1	53.6	▲ 3.5
雇用関連	62.5	62.5	50.0	50.0	50.0	0.0

3か月前と比べた景気の現状判断DI(県南地区)



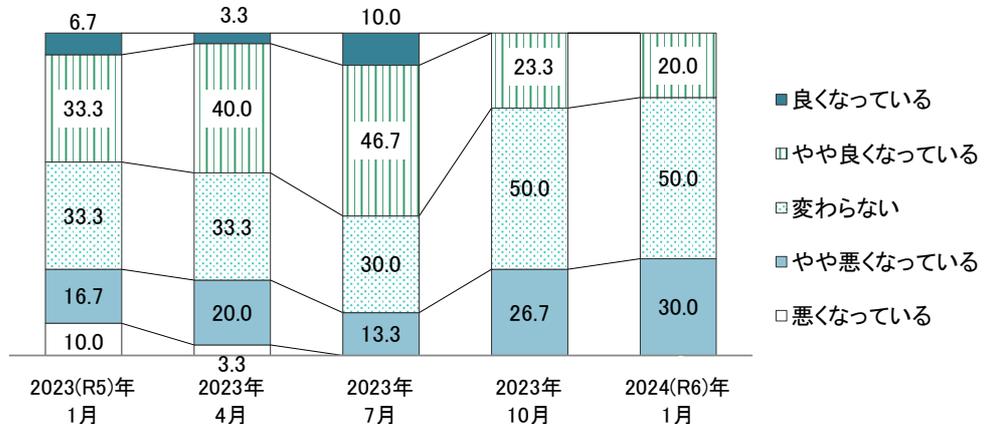
3か月前と比べた景気の現状判断DI
(県南地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
良くなっている	6.7	3.3	10.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	33.3	40.0	46.7	23.3	20.0	▲ 3.3
変わらない	33.3	33.3	30.0	50.0	50.0	0.0
やや悪くなっている	16.7	20.0	13.3	26.7	30.0	3.3
悪くなっている	10.0	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0

3か月前と比べた景気の現状判断 回答別構成比(県南地区)(%)

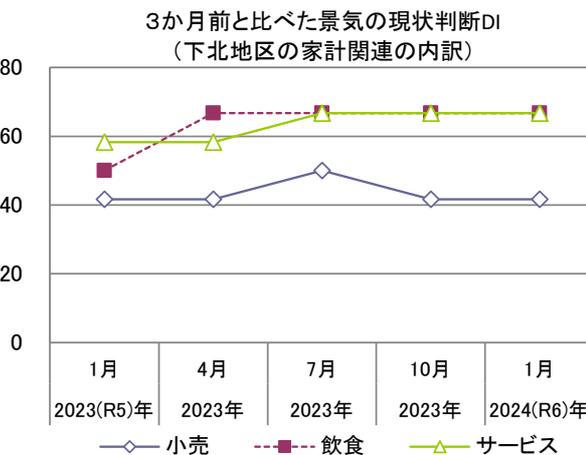
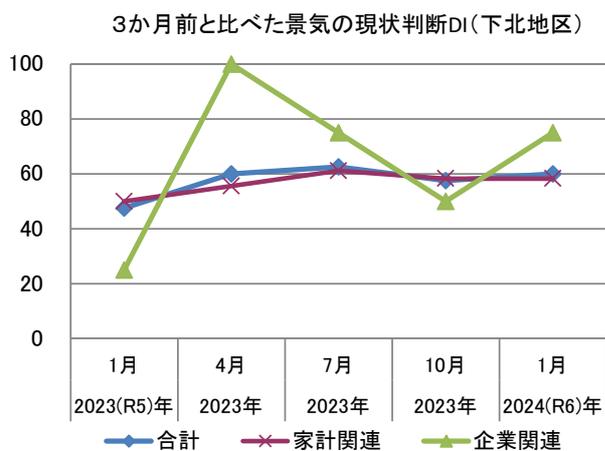


<下北地区> (参考)

①DI

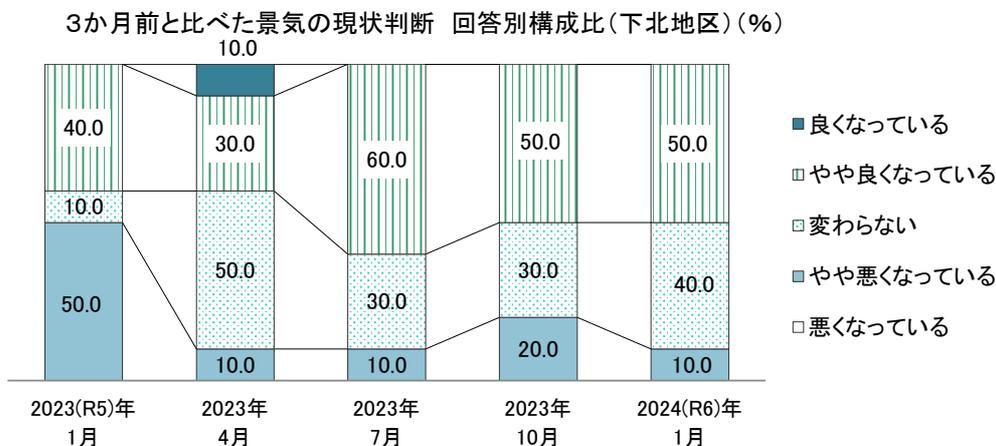
n = 10

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
合計	47.5	60.0	62.5	57.5	60.0	2.5
家計関連	50.0	55.6	61.1	58.3	58.3	0.0
小売	41.7	41.7	50.0	41.7	41.7	0.0
飲食	50.0	66.7	66.7	66.7	66.7	0.0
サービス	58.3	58.3	66.7	66.7	66.7	0.0
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	25.0	100.0	75.0	50.0	75.0	25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



②回答別構成比 (%)

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	40.0	30.0	60.0	50.0	50.0	0.0
変わらない	10.0	50.0	30.0	30.0	40.0	10.0
やや悪くなっている	50.0	10.0	10.0	20.0	10.0	▲ 10.0
悪くなっている	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0



(2) 3か月後の景気の先行き判断 ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

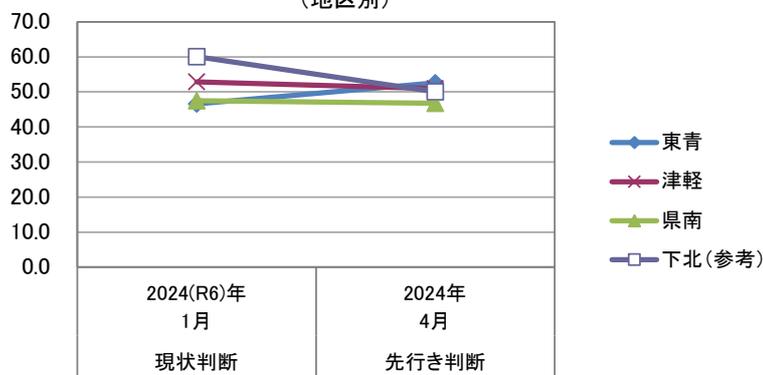
<地区別>

① 今期の現状判断DIと先行き判断DIとの比較

n = 96

	現状判断 2024(R6)年 1月	先行き判断 2024年 4月	差
合計	50.0	50.0	0.0
東青	46.6	52.6	6.0
津軽	52.8	50.9	▲ 1.9
県南	47.5	46.7	▲ 0.8
下北	60.0	50.0	▲ 10.0

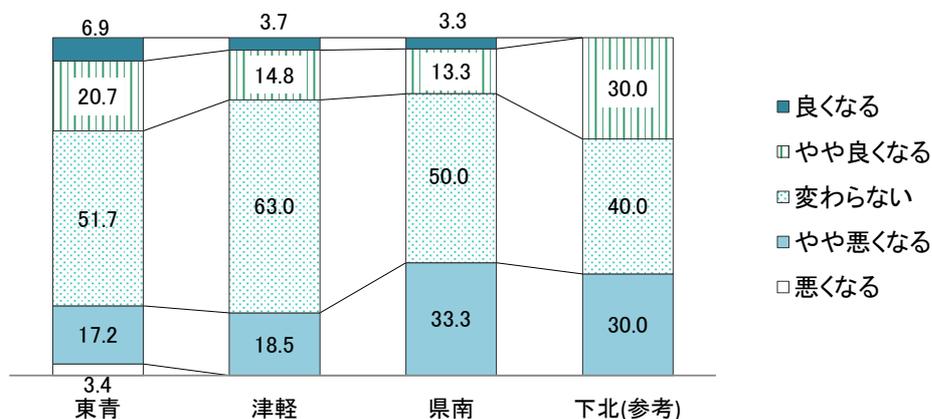
今期の現状判断DIと先行き判断DIとの比較
(地区別)



② 地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北(参考)
良くなる	6.9	3.7	3.3	0.0
やや良くなる	20.7	14.8	13.3	30.0
変わらない	51.7	63.0	50.0	40.0
やや悪くなる	17.2	18.5	33.3	30.0
悪くなる	3.4	0.0	0.0	0.0

3か月後の景気の先行き判断 地区別回答構成比(%)



<東青地区> ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

① D I

	2023(R5)年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	前期調査 との差
合計	45.8	66.4	64.2	46.7	52.6	5.9
家計関連	48.9	68.2	67.4	46.7	53.4	6.7
小売	63.9	75.0	72.2	55.6	61.1	5.5
飲食	50.0	75.0	75.0	75.0	62.5	▲ 12.5
サービス	38.9	61.1	66.7	30.6	41.7	11.1
住宅	25.0	50.0	37.5	37.5	62.5	25.0
企業関連	25.0	62.5	56.3	43.8	43.8	0.0
雇用関連	50.0	58.3	50.0	50.0	58.3	8.3

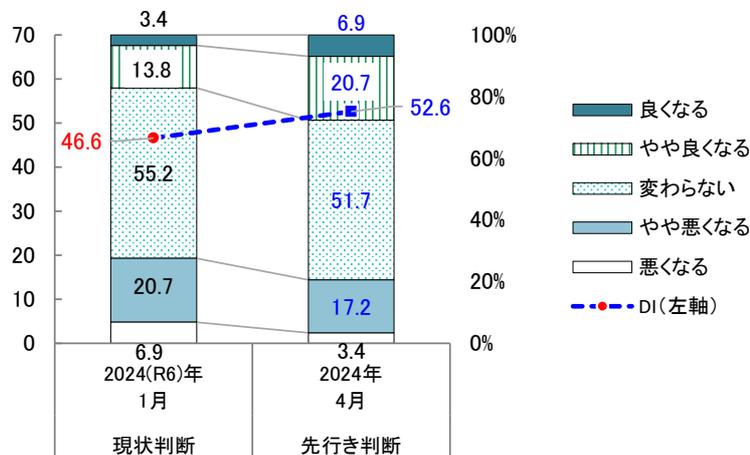
② 今期の現状判断 D I と先行き判断 D I との比較

	現状判断 2024(R6)年 1月	先行き判断 2024年 4月	差
合計	46.6	52.6	6.0
家計関連	45.5	53.4	7.9
小売	55.6	61.1	5.5
飲食	37.5	62.5	25.0
サービス	41.7	41.7	0.0
住宅	25.0	62.5	37.5
企業関連	50.0	43.8	▲ 6.2
雇用関連	50.0	58.3	8.3

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2024(R6)年 1月	先行き判断 2024年 4月	差
良くなる	3.4	6.9	3.5
やや良くなる	13.8	20.7	6.9
変わらない	55.2	51.7	▲ 3.5
やや悪くなる	20.7	17.2	▲ 3.5
悪くなる	6.9	3.4	▲ 3.5

現状判断と先行き判断との
比較(東青・合計)



<津軽地区> ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

① D I

n = 27

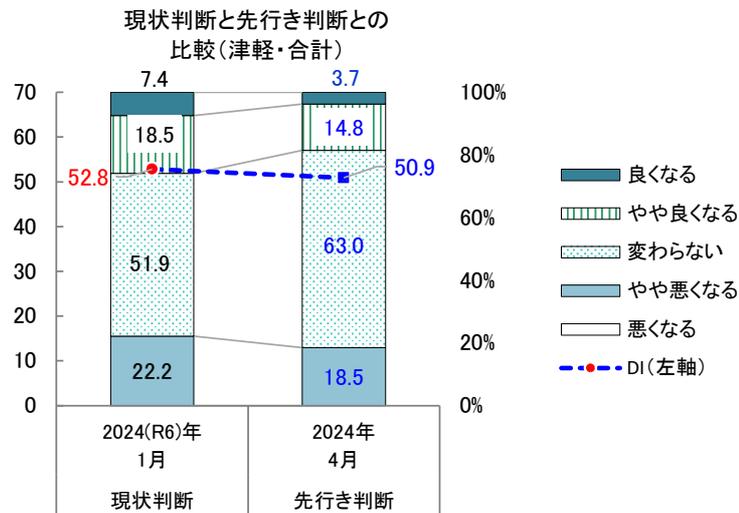
	2023(R5)年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	前期調査 との差
合計	51.7	64.3	59.3	49.1	50.9	1.8
家計関連	55.7	68.8	62.5	56.3	52.5	▲ 3.8
小売	50.0	65.6	53.1	59.4	56.3	▲ 3.1
飲食	58.3	66.7	75.0	66.7	50.0	▲ 16.7
サービス	62.5	75.0	71.4	50.0	50.0	0.0
住宅	50.0	62.5	50.0	50.0	50.0	0.0
企業関連	37.5	45.8	45.0	30.0	50.0	20.0
雇用関連	50.0	75.0	62.5	25.0	37.5	12.5

② 今期の現状判断 D I と先行き判断 D I との比較

	現状判断 2024(R6)年 1月	先行き判断 2024年 4月	差
合計	52.8	50.9	▲ 1.9
家計関連	56.3	52.5	▲ 3.8
小売	65.6	56.3	▲ 9.3
飲食	50.0	50.0	0.0
サービス	50.0	50.0	0.0
住宅	50.0	50.0	0.0
企業関連	45.0	50.0	5.0
雇用関連	37.5	37.5	0.0

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2024(R6)年 1月	先行き判断 2024年 4月	差
良くなる	7.4	3.7	▲ 3.7
やや良くなる	18.5	14.8	▲ 3.7
変わらない	51.9	63.0	11.1
やや悪くなる	22.2	18.5	▲ 3.7
悪くなる	0.0	0.0	0.0



<県南地区> ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

① D I

	2023(R5)年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	前期調査 との差
合計	53.3	59.2	60.8	46.7	46.7	0.0
家計関連	54.8	63.1	64.3	47.6	46.4	▲ 1.2
小売	50.0	52.8	63.9	38.9	38.9	0.0
飲食	50.0	91.7	66.7	58.3	50.0	▲ 8.3
サービス	64.3	64.3	67.9	60.7	60.7	0.0
住宅	50.0	62.5	50.0	25.0	25.0	0.0
企業関連	46.4	46.4	50.0	46.4	50.0	3.6
雇用関連	62.5	62.5	62.5	37.5	37.5	0.0

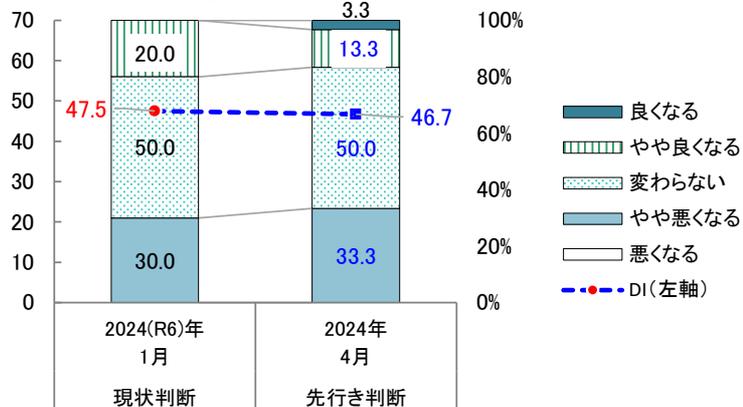
② 今期の現状判断 D I と先行き判断 D I との比較

	現状判断 2024(R6)年 1月	先行き判断 2024年 4月	差
合計	47.5	46.7	▲ 0.8
家計関連	45.2	46.4	1.2
小売	41.7	38.9	▲ 2.8
飲食	41.7	50.0	8.3
サービス	53.6	60.7	7.1
住宅	37.5	25.0	▲ 12.5
企業関連	53.6	50.0	▲ 3.6
雇用関連	50.0	37.5	▲ 12.5

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2024(R6)年 1月	先行き判断 2024年 4月	差
良くなる	0.0	3.3	3.3
やや良くなる	20.0	13.3	▲ 6.7
変わらない	50.0	50.0	0.0
やや悪くなる	30.0	33.3	3.3
悪くなる	0.0	0.0	0.0

現状判断と先行き判断との
比較(県南・合計)



<下北地区> (参考) ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

① D I

n = 10

	2023(R5)年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	前期調査 との差
合計	47.5	55.0	57.5	50.0	50.0	0.0
家計関連	50.0	50.0	55.6	50.0	47.2	▲ 2.8
小売	41.7	41.7	33.3	41.7	50.0	8.3
飲食	50.0	58.3	66.7	50.0	50.0	0.0
サービス	58.3	50.0	66.7	58.3	41.7	▲ 16.6
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	25.0	100.0	75.0	50.0	75.0	25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

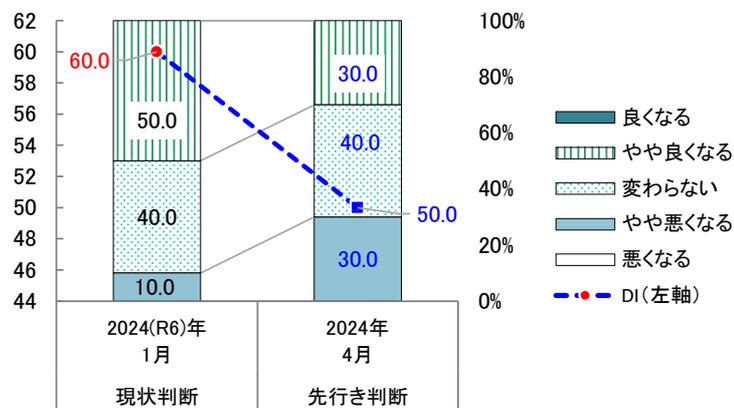
② 今期の現状判断D Iと先行き判断D Iとの比較

	現状判断 2024(R6)年 1月	先行き判断 2024年 4月	差
合計	60.0	50.0	▲ 10.0
家計関連	58.3	47.2	▲ 11.1
小売	41.7	50.0	8.3
飲食	66.7	50.0	▲ 16.7
サービス	66.7	41.7	▲ 25.0
住宅	-	-	-
企業関連	75.0	75.0	0.0
雇用関連	-	-	-

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2024(R6)年 1月	先行き判断 2024年 4月	差
良くなる	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	50.0	30.0	▲ 20.0
変わらない	40.0	40.0	0.0
やや悪くなる	10.0	30.0	20.0
悪くなる	0.0	0.0	0.0

現状判断と先行き判断との
比較(下北・合計)



4. 判断理由

(1) 景気の現状判断理由

現状	分野	地区	業種	理由
良くなっている	家計	東青	卸売業	インバウンド含む観光客等人流が昨年より多くなり、スーパー、観光地、飲食店等あらゆる業態で売上が増えている。
		津軽	一般小売店	第二四半期が前年比割れだったが、第三四半期は久しぶりの二桁アップだったので。
やや良くなっている	家計	東青	百貨店・スーパー	晩夏～初秋まで、高温が続き外出を控える傾向が強く、購買意欲が低下しているように感じた。冬に入るにつれ、少しずつ人流が出てきた。また、客船の接岸等による外国人観光客の増も好調要素となった。
			一般飲食店	年末になって、長くコロナで移動を控えていた人やイベント(忘新年会)を我慢してきた人が久しぶりにお店での会合を行った。
			美容院	少しずつ本当に少しずつ前向きになっています。
		津軽	商店街	年末年始や通常の帰省が可能になった現在、3ヶ月前の秋よりは人が移動している様子が伺える。1月上旬の抽選会行事では前年度よりも抽選券の回収率もよく、街へ出て買い物をしている様子も感じられた。
			旅行代理店	売上が安定している。企業の旅行も増えてきている。
			レストラン	一昨年と比べると昨年(12月まで)は上向きだったが、直近(12月後半から)は下向きのため。
		県南	旅行代理店	海外旅行も団体での申し込みになってきている。
			百貨店・スーパー	冬季賞与を昨年より多く頂いたため。
			卸売業	御歳暮需要により売り上げが伸びているため。
		下北	レストラン	客単価が高くなっている。
			タクシー	年末の帰省や、旅行で遠出・出国するニュースを見ていると、コロナ前より動きが多いことと、外国人のインバウンドが戻っているとのこと。
			ガソリンスタンド	秋に観光客が増えた感じでした。当市内でも中国語を話している人を何人か目撃しましたし、ホテルの宿泊が取れないという話をよく聞きました。年末年始の忘新年会もコロナ前までとはいかないようですが、ここ数年で一番良かったようです。
企業	東青	広告・デザイン	お取引企業様(各種業種)のお正月初売りが軒並み好調だったと聞かえている。年初めの消費動向の良さを感じた。	
		飲料品製造	忘年会シーズンまっただ中にあるが、11月から12月にかけて経済団体等ホテルでの大人数での会合もしっかり行われ、夜の街の人出も多く見られた。またビジネスや観光の目的で遠方からの人の動きも引き続き活発に見られる。	
	県南	建設	コロナも落ち着いて街中の人流も多くなり、買物客を多くみかけるようになった。特に円安の影響でインバウンドがコロナ前に戻ったように見え、観光分野で見ると地方にもよい影響を与えている感じはある。	
		下北	食料品製造	物価高騰の話題やなるべく価格をおさえて商品を買うようにしている方が多く感じますが、来客数はあまり変化がないように思います。
変わらない	家計	東青	一般小売店	冬期に入り、観光目的その他での流入に一服感。

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	東青	観光名所等	紅葉シーズンから11月初旬の入場者数が多かった。夏も良かったので横ばい。
			百貨店・スーパー	人の動きは以前よりあると感じますが、お金をかけるもの、かけないもののメリハリは3ヶ月前と変わっていないため。
			コンビニ	お客様の人数、売上げ等に変化がないため。
			タクシー	政治資金パーティー券販売金の使途不明利用や、無理矢理解禁しようとしているライドシェア等も最終的にはうやむやのままに終わりそうなので、民衆の生活においては何の変化も見られぬまま「やや悪い状態」の景気がだらだらと続いてしまいそうな気がします。
			家電量販店	多方面で物価高騰ないし価格の高止まりが続いており、上昇しない賃金のなかで節約志向は依然として高まっている。最低賃金は10月の改定により引き上げとはなったものの、先行きの不透明さが続いているため消費よりも貯蓄に回す生活者は多いと思われ、結果として経済活動はここ数カ月で比較してもさほど変化はないと判断される。
			設計事務所	ここまで温暖、少雪で生活の負担は軽減しておりましたが社会情勢は一向に庶民生活のレベルに景況感をもたらす変化が起きておりません。穏やかな新年を迎えたので上昇気流に期待を！
			娯楽業	景気が上向く感じが無いまま、横ばい状態です。
			娯楽業	場内の売上、来場者数から判断するとほぼ3か月前とほぼ同様の数値を示しているため。
		商店街	秋まで高温が続くなど季節のメリハリが弱かった。商店街の人通りは増えてきており、年末年始には飲食店の予約が取りづらいなどマインドは明るくなっています。	
		津軽	美容院	給料と休日を増やすために値上げや生産性向上の努力をしているが、来店スパンが少し長くなっていたり、よく出していた複合メニューの割合が下がっていて、思うような結果までにはなっていない。
			設計事務所	建築資材が高騰してる影響だと思うが住宅着工数は前年対比で落ち込んでいるようです。幾分落ち着いてくれたら増となると思いますがその雰囲気は感じません。
			観光名所等	コロナ明け特需の反動による国内客減少。青森空港国際定期便就航によるインバウンド客増加。
			ガソリンスタンド	イベントの通常開催、旅行、帰省などに対しての行動制限がなくなったことで経済活動の動きは増したように感じる一方で、食料品・生活用品や光熱費の高騰は続いており、生活する上で身近なものの価格が変動しているため、景気が上向いているように感じにくい。
			乗用車販売	物価高騰に賃金が追いついていない。
			スナック	物価高。
			住宅建設販売	イベント集客や展示場来客数が変わらないから。
		県南	百貨店・スーパー	3か月前からの数字の推移から、特に変化は見られない。
			ガソリンスタンド	特段の変化は感じられない。
観光名所等	大きな変化がなく、このままの状態が続くと思われる。			

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	県南	レストラン	地元のお客様の動きがいいとは言えない。スケートの大会で県外のお客様、プレミアム商品券利用のお客様で店内が賑わっているように見えるが、お酒を飲む方は少なく残念に思います。
			一般飲食店	どのような要因かははっきりつかめていないが、今までの様子とがらっと異なる。はっきりしている事は、物価上昇、円安などが起因しているのかな～と考えられる。
			住宅建設販売	クリスマスや年末も活気がないような気がした、物価上昇で購買意欲が減退していると思う。
			美容院	顧客の来店頻度にあまり変化がないのと、会話内容にもあまり変化が感じられない。
		乗用車販売	年末年始の行事及び人の動きもコロナ前にもどり、人流も増加し市場に活気が出てきている。	
		下北	百貨店・スーパー	所得があがったが各種要因で物価が上昇しているため総合的には変わらないか下がり気味である。
			都市型ホテル	コロナウイルス感染症の5類移行後、人の動きは活発化したが、それもひと段落した感じで、やや落ち着いている印象です。
			一般飲食店	3ヶ月前は、そろそろコロナも収束して良くなるだろうと思ってすこしは景気も良くなるんじゃないかと思われたんですが、物価の上昇もあり、当市だけでしょうか？なかなか財布の紐が硬いです。
	コンビニ		高い値段のものにあまり手を出さない。年金をかなり待って使っている。	
	企業	東青	経営コンサルタント	労働力不足、物価上昇解消の抜本的な対策が取られていない。
		津軽	経営コンサルタント	地元経済団体の集まりは昨年と比べると格段に人も集まり活発になってきているものの、個々の事業所からはあまり業績が伸びていない、今後の見通しも天候等に左右される部分が多いなどの声が聞こえた。冠婚葬祭も結婚式は内輪でこじんまり、葬儀はコロナ禍の会葬方式がすっかり根付いてしまったように見える。ただ昨年に比べると年末年始の交通機関の混雑と外国人も含めた観光客が徐々に増えたなど感じました。
		県南	紙・パルプ製造	現状の生産・販売量が今後も同じレベルのため。
			経営コンサルタント	宿泊飲食業は、人流の増加で売上増加傾向が続いているが水産加工業は、サバ等水揚げ不振で原料確保難が続いている。
			電気機械製造	コロナ明けが本格的になり個人々人では「旅行に行った」「美味しいものを食べてきた」など聞きますが、ビジネスでは欧州の戦争や中国経済の冷え込みで案件が少ないままです。
食料品製造			物価高の中、賃金が上がっていないため。	
雇用	東青	求人情報誌	特に求人広告では、これまで採用を控えていた企業が時期を見た上で出稿する企業と、予算の事情で採用活動に費用をかけられない企業とに二分している印象がある。昨秋からこの傾向が続いているため、変動はないと感じている。また昨年は特に商品にかかる製造費用が大幅に上昇し、会社として利益を上げにくい環境になっている。この状況が変わらない限り、景気が上向くことは難しそうである。	
	東青	新聞社求人広告	物価の上昇、燃料費の高止まり、伸び悩む賃金、社会不安の影響で消費が回復しないので、少なくとも良くなっている感覚はないと思います。	

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	雇用	津軽	新聞社求人広告	インバウンドの増加により観光関連は持ち直し傾向にあるとはいえ、業種や業者によってバラつきがみられる。原材料価格や光熱費の高騰、慢性的な人手不足などが影響しているように思う。
		県南	新聞社求人広告	せつかくコロナが5類に引き下がったのに、物価高により飲食業の調子が上向かないため。
やや悪くなっている	家計	東青	衣料専門店	コロナ明け、街を見ると観光客の流入も感じられることから雰囲気は良くなってるはずが商店街の活気は感じられない、来店者のわくわく感、ドキドキ感も弱いように感じられる。
			都市型ホテル	前年まで実施されていた宿泊施策「全国旅行支援」終了により、冬季間の宿泊者の動きが鈍化。インバウンドも増加傾向にあるが、旅行者の絶対数から恩恵は駅前周辺ホテルに限定されているように感じます。飲食部門についてはアフターコロナで忘年会の戻りを期待していたが直近の問い合わせが多く、早め問い合わせで計画的に日程調整などでできてればより売上につなぐことができた。自社として次年度への課題。
			観光型ホテル・旅館	忘年会需要は例年並みまで届かず、対して個人は比較的堅調です。
			ガソリンスタンド	倒産件数が増え、大手企業の撤退が目立つ。
			旅行代理店	物価が上がっているにもかかわらず、給料が上がらず生活が苦しい。
		津軽	コンビニ	人件費・光熱費が高騰しているのでお店自体はよくなっていない。
			都市型ホテル	観光客の減少。
		県南	スナック	平日が静かすぎる。タクシーも少なく不便を感じる。
			タクシー	11月中旬以降、タクシー需要が昨年に比べても、日に日に少なくなっている印象。年末、年始の需要も大したことはなかった。忘新年会の話も会社単位での開催が年々少なくなっている感だ。
			コンビニ	個人も企業も経費の負担が増えているように思える。
	商店街		ウクライナや中東の問題が継続したままで、解決の兆しが全く見えないから。	
	衣料専門店		エネルギーコストの上昇に伴う家計負担増、食料品を中心とした必需品の値上げによる生活防衛意識の高まり。	
	家電量販店		物価の高騰や、ガソリンや燃料費が高く、消費行動に影響を感じる。	
	一般小売店		昨年からの電力、原油(ガソリン・灯油)価格、食品を中心とする物価の高騰で消費が停滞するから。	
	設計事務所	まだ好転する要素が少ない。		
	企業	東青	食料品製造	年末年始の予約状況、購入状況が非常に悪い。食生活に家庭の味、我が家の味、伝統の味が伝わっていない事を実感します。
		津軽	電気機械製造	部品の受注が減っている。
県南		広告・デザイン	年末年始の売上に期待はあったが、様々な原料等の値上げで利益率が低下。簡単に価格を上げるわけにも行かず今後も苦労すると思われる。	
雇用	津軽	人材派遣	所得が増えない割に、相変わらず顕著に物価上昇が続いているため、悪くなっているのではないかと。	
悪くなっている	家計	東青	レストラン	12月は、クリスマス、年末のオードブル、お節などで忙しかったが、年が明けると、毎年のことだが、静かになる。特に今年は震災や航空機事故などで…。

(2) 景気の先行き判断理由

先行き	分野	地区	業種	理由
良くなる	家計	東青	卸売業	2019年以上に、人、物が大きく動いていくと思われる。イベント（さくらまつり、ねぶた祭等）も通常通り、フル開催されると、県内外からの人、金の動きが期待できる。
		津軽	商店街	コロナを終え、さくらまつりもあり、県内外の人の移動が激しくなると考えられる。物価がどうなるかはわからないが、物価高にも慣れてきた雰囲気もあり、そこまで財布の紐が硬い人は以前よりも減っていると思われる。
		県南	旅行代理店	海外も近場ではなくヨーロッパ方面や、日数のかかるクルーズ旅行の募集が増えてきた。
やや良くなる	家計	東青	コンビニ	天候が回復して多少良くなってほしいです。
			一般飲食店	次第にコロナを忘れた生活に慣れていって人も経済も動くと思う。
			衣料専門店	悪くなる条件がないということです。新年会、送別会、歓迎会、卒業式、入学式、桜の季節までには行事が続きますので上向き傾向です。
		津軽	観光型ホテル・旅館	台湾のチャーター便の発着に期待しています。
			一般小売店	正月はじめの1週間は、10月～12月の調子で伸びているので、この調子でいくことを期待している。
			旅行代理店	企業の慰安旅行など団体旅行が動き出している。
	県南	美容院	今の景気に慣れたり、多少でも賃金が増える事を願って良くなって欲しい。	
		百貨店・スーパー	観光客増が見込まれるため。	
	下北	タクシー	年始に、地震や飛行機事故等で、大変な状況にいる人もありますが、それにめげず良くなっていくとしたいと思います。	
		百貨店・スーパー	先行き不明ではあるが今後3ヶ月でみれば入進学、就職等人の移動があるため、お金が市場に出て少し良くなる。	
	企業	東青	広告・デザイン	能登半島地震等、昨今の人知を超えた災害が怖い。経済活動に与える影響が大きい。
			津軽	食料品製造
県南		飲料品製造	確実に普通の生活、経済活動がさらに戻ってくると思うが、人手不足等による様々な制限による不便さや、様々なものの値上がりとか全体の雰囲気若干出てきて消費行動に多少ブレーキがかかるのでは？	
下北		食料品製造	いろいろなお店でのイベントや、県・市でのイベントなど増えてきているので人が集まる機会があると思うので少しずつ良くなるのかなあと思いました。	
変わらない	家計	東青	一般小売店	今後3か月は新型コロナ第5類移行以来初の正月休みを含む期で、昨対では上向きの期待もあるが、冬期間はやはり厳しい。1月20日より再開されるソウル便などに期待したい。
			商店街	光熱費を含め物価が高く張り付いており、購買意欲の上昇に不安があるため。しかし、観光客は多く、飲食店の行列も引き続き長蛇の様子で、街なかの賑わい増には期待しています。
			旅行代理店	変わらないとは思いますが良くなってほしい。

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	東青	娯楽業	景気が良くなる雰囲気がありません。
			レストラン	そう信じたい。
			設計事務所	一方円安が続くなか海外へ出かける混雑風景は景気回復の現象に捉えても、近場を見渡して景気の明るくなる変化や話題を期待しても実感出来るのはまだ遠い先のように感じます。
			家電量販店	今後の食料品やエネルギー価格等の変動、2月以降の各企業の賃上げ動向などにもよると思われるが、現状と比較して大幅な変化は期待できないと予測する。円安が依然として続いており、資材、原材料の多くを輸入で賄っている現状では、多くの企業でコスト負担増が長期化しており、それは店頭への価格転嫁や賃上げにも影響する。一般消費者の生活コストなどは、国の今後の政策や各企業の動向などによって左右されるものと思われる。
		百貨店・スーパー	各種値上げがこれからも継続すると考えれば、今の生活スタイルは変わらないと思う。	
		津軽	設計事務所	現在の仕事量が昨年同時期と比較し同程度です。私の仕事は業務の性質上、冬期間で一年分の仕事量がほぼ確定するのでこれから春にかけて仕事量が飛躍的に増加することはないと思います。（増加してくれたらとても有難いですが）
			レストラン	良くなる要素があまりない様に感じるため。
			コンビニ	昨年度と同じようなら変わらない。
			乗用車販売	特に急激に悪化する要因も見えないが良くなるようにも思えない。
			住宅建設販売	新築については、建築資材高騰の影響から減り、リフォームを検討する方は多くなると思います。（比較的金額を抑えられる。）
		都市型ホテル	冬期は好景気になる要素が少ないため。	
		県南	衣料専門店	エネルギーコストの上昇に伴う家計負担増、食料品を中心とした必需品の値上げによる生活防衛意識の高まり。
			タクシー	最繁忙期が思うような売上がなかったのに加え、これから業界的には閑散期に入ることに加え、燃料等の経費は高止まりと景気が良くなる要素が見当たらない。
			レストラン	人件費高騰、燃料費や物価高騰、人材不足といった全てのことがお店に大打撃。売り上げが伸びていたとしても、出て行くものが大きく、何も変わっていない気がします。。
			スナック	良くなってきているという実感がない。
			観光名所等	今後の予想がわからない。
			家電量販店	所得税減税などの施策を消費者がどのように感じ、購買に移るかが見通しがつかないため。
			ガソリンスタンド	大きく変動していく要素が見当たらない。
			一般飲食店	変わらないということは、良くならないということを感じています。兎に角、政治がまとまりがなくガタガタ、不安だらけの内情じゃ景気どころじゃないように思える。頼れるところが見当たらない。自己研鑽しか。
		下北	一般飲食店	景気が上向きになる様な状態では無いし居酒屋さんもスナックさんなどの飲み屋さんもお客様が来ないと毎日の様に嘆いています。

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	下北	コンビニ	地方に対する政府の政策が、まだまだ足りない。
	企業	東青	経営コンサルタント	地震、航空機事故の心の痛むニュースが多く、パーティ券の問題による政治不信が広がり現状打破のパワーが出てこない。
		津軽	経営コンサルタント	当地区は今のところ例年に比べて格段に雪の少ない冬となっています。道路の除雪作業はほぼ無用です。この天候が今後どのように経済や農作物に影響を与えてくるのか心配です。
	企業	津軽	電気機械製造	受注の回復見込みは春頃からになるため。
		県南	建設	2024年1～3月までの値上げ予定品目は前年を大きく下回ること、物価上昇は一定の落ち着き感はあると思う。しかし、この先運送業の2024年問題が控えており、労働時間の抑制やドライバー不足などが影響し、多くの企業が製造コストへの転嫁を図ることから、一旦落ちてきた物価水準も4月から再上昇となるだろう。また、今後予定される増税や利上げなどの因子も微妙に絡むことから、今後の景気に関してはプラマイゼロの「変わらない」というところか。
			広告・デザイン	燃料費、原料等の高騰、その反面、人件費は上がり、雇用も厳しい。人材が確保出来なければ、さらに売り上げに影響が出てくると思われる。
			紙・パルプ製造	印刷情報用紙の需要低迷。
			経営コンサルタント	宿泊飲食業は、今後も売上増加傾向は、継続すると思うが、製造業における、エネルギー原料高の傾向も為替相場が落ちついてきているとはいえ変わらないと思われるから。
			食料品製造	物価高は続き、消費者の節約志向がさらに強まるため。
	雇用	東青	新聞社求人広告	災害、紛争などの社会不安、物価高から、消費を控える傾向は続くと思います。
			求人情報誌	昨年は特に原材料費や運搬費、業務委託料が跳ね上がった年であったが、この値上げの大半が委託先の賃金改善によるものではないことから、今年も多く企業では給与が上がらないものと捉えている。その上、製造費用が右肩上がりになっているのだから、今後もこの傾向が続くのではないかと感じている。
		津軽	人材派遣	今のところ可処分所得が増える要素は皆無のため。
		県南	新聞社求人広告	円安、物価、資材高騰は当面落ち着きそうにないため。
	やや悪くなる	家計	東青	観光名所等
ガソリンスタンド				人口減少による重要な縮小は明らかで、どの業界でも少しずつ衰退するのではないかと？
娯楽業				場内全体の売上については、横ばい状態であるものの、お客様の来場者数は僅かであり、減少傾向となっていることと、青森県全体の景気においても良い材料が見当たらないため。
津軽		観光名所等	観光名所等	光熱費高騰による節約志向。大災害（能登地震）による自粛ムード。能登地震余震継続。円高によるインバウンド客増加。
			美容院	円安、物価高、光熱費の高騰に加え、能登半島地震の影響が波及するだろうから。
		家電量販店	あおり省エネ家電買替え応援キャンペーンの期間終了。	
県南	卸売業	御歳暮・お正月需要が落ち着くため。		

先行き	分野	地区	業種	理由
やや悪くなる	家計	県南	百貨店・スーパー	年末は、帰省増のプラス効果もあったが、年明け後は、エネルギーコストの更なる上昇及び、値上げの影響もまだまだ予想され、必要最低限な物しか購入しない流れがある。
			住宅建設販売	正月のショッピングセンターが閑散としていた。物価上昇で購買意欲が減退したと思う。
			乗用車販売	昨年の自動車業界の不祥事に始まり、年始の能登半島地震の影響で、自動車業界にとっては景気の低迷につながる恐れがある。自動車の供給にも影響があらわれ、需要と供給のアンバランスが再度起こり得る。
			商店街	天候は冬らしく、味方してくれているが物価の高騰は収まりそうもないから。
			コンビニ	良くなる材料がない上に政治不信。
			設計事務所	震災のため、価格の上昇、物不足、人不足は加速する。
	下北	都市型ホテル	年末年始も終わり冬の閑散期に入り、今はそれまでの貯えをはきだしている時期。春までは我慢の時期です。	
		ガソリンスタンド	物価高で消費者の財布の紐が硬いようです。少しでも安い物を選んで購入する人が多くなっているように感じます。暖冬なので冬物の商品の販売不振や除雪関連業者も大変なのではないでしょうか。	
	企業	東青	食料品製造	光熱費の値上がりは食生活の購入意欲、購入費に直結していると思う。切り詰めるのは食費となるので厳しい状況が続きます。
			建設	震災復興と万博が重なり、業界全体の原価は更に高くなると予測されるため。
県南		電気機械製造	世界的には不安材料(戦争や大人口国の成長純化)が収まる見通しはなく景気が回復し始めるとしても半年以上先と思います。	
雇用	津軽	新聞社求人広告	能登半島地震の復興支援で日本経済がどうなるのか。冬期間でもあり、良くなる要素が見当たらない。	
悪くなる	家計	東青	観光型ホテル・旅館	自館含め周辺の数軒が4月中旬まで大規模改装による長期休館を予定しており、従って売り上げは相当減少する予定です。

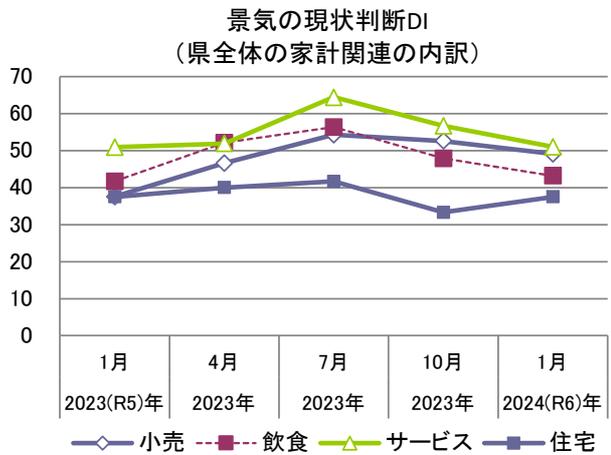
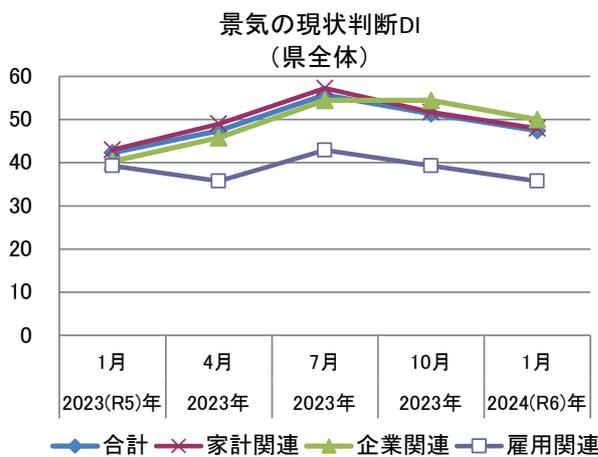
5. 参考

(参考1) 景気の現状判断

① D I

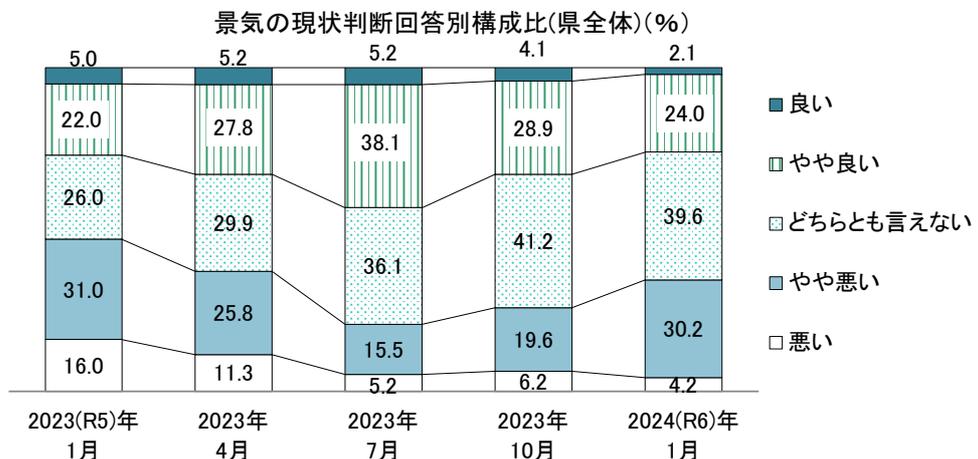
n = 96

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
合計	42.3	47.4	55.7	51.3	47.4	▲ 3.9
家計関連	43.0	49.0	57.2	51.7	47.9	▲ 3.8
小売	37.5	46.6	54.3	52.6	49.1	▲ 3.5
飲食	41.7	52.1	56.3	47.9	43.2	▲ 4.7
サービス	50.9	51.9	64.4	56.7	51.0	▲ 5.7
住宅	37.5	40.0	41.7	33.3	37.5	4.2
企業関連	40.3	45.8	54.4	54.4	50.0	▲ 4.4
雇用関連	39.3	35.7	42.9	39.3	35.7	▲ 3.6



② 回答別構成比 (%)

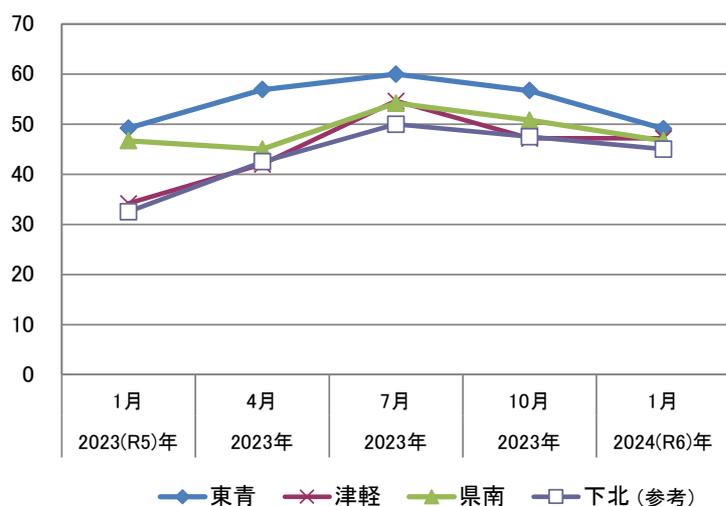
	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
良い	5.0	5.2	5.2	4.1	2.1	▲ 2.0
やや良い	22.0	27.8	38.1	28.9	24.0	▲ 4.9
どちらとも言えない	26.0	29.9	36.1	41.2	39.6	▲ 1.6
やや悪い	31.0	25.8	15.5	19.6	30.2	10.6
悪い	16.0	11.3	5.2	6.2	4.2	▲ 2.0



③地区別DI

	2023(R5)年 1月	2023年 4月	2023年 7月	2023年 10月	2024(R6)年 1月	前期調査 との差
合 計	42.3	47.4	55.7	51.3	47.4	▲ 3.9
東青	49.2	56.9	60.0	56.7	49.1	▲ 7.6
津軽	34.2	42.0	54.6	47.2	47.2	0.0
県南	46.7	45.0	54.2	50.8	46.7	▲ 4.1
下北	32.5	42.5	50.0	47.5	45.0	▲ 2.5

景気の現状判断DI
(地区別)



(参考2) その他自由意見

分野	地区	業種	自由意見
家計	東青	衣料専門店	当市は中心街区の開発物件が続き活性化に期待が持てます。全国的に消費の形態が少し変わってきていること、生活スタイルが多様化していることからビジネス、街の在り方、利用のされ方も変わると思われます、物流よりも人流を増やすことで生まれるサービスです。昨年暮れに県内他市で行われた全国都市会議に示されている、人流により「様・事」でそこに、ここにいる「意義・幸せ」を繋げることができれば面白いのでは。
		一般小売店	3月早々にも市内地区の再開発が完了、また4月下旬には新駅ビル・新駅舎の開業と、雪解けとともに明るい材料が目白押し。今年の新施設等のオープンと合わせ、ハード面で大きく変化する中心街。今後ソフト面でより一層の充実を図り、経済活性化に期待したい。
		一般飲食店	円高などの影響から物価が高く、工夫しないと利益が出にくくなっていると思います。
		レストラン	この間、お客様がフランスに行った時にうどん1杯3,000円だったようで物価の違いにビックリ！日本のクオリティが良く、値段が安いと海外からはお客様は来るが、地元客の消費が落ちているのが現状なので、何とかならないものなのか…。
		観光型ホテル・旅館	今回当地域においてはすべての旅館と商店（新規出店を含む）数軒が改装を予定しており、大幅な設備投資が実施されます。客層の変化や単価アップを期待すると共に、さらなる集客やインバウンド需要の取り込みなど積極的に活動していきたいと考えております。
		都市型ホテル	2024年クルーズ船の寄港予定の共有を希望いたします。乗船者を飲食で誘致できることがないか模索しております。
		観光名所等	フリーの外国人観光客が増加している。
		タクシー	インボイス制度と電帳法の取り扱いに戸惑っている方々が数多く見られ、税理士や各メーカーの担当者も頭を抱えている様な状態のようです。こちらが質問をする為の電話にも出られないくらい対応に追われてしまっています。仕方がないので対応はするものの、これらの新法は中小零細企業にとっては確実な業務負担の増加とコストアップ以外の何物でもないと感じています。それとどの業界においても深刻なのは人手不足ですね。
		美容院	今はみんながそれぞれお金の使い方を考えている時だと思います。天候の変動もあるし。ただ若い人達はひと昔の人よりお金の使い方は、違ってきているのは、確かだと思います。
	娯楽業	物価上昇に対して、家庭内所得が追いついてないように感じます。	
	津軽	一般小売店	年末・年始の夕方以降の人出が多い。アフターコロナという感じである。
		商店街	お酒、食材等の値上がりがあり、飲食店の価格が上昇している。安く済ませる外食が減り、外でご飯を食べる回数は減ってきた。
		都市型ホテル	青森空港の国際線の定期便が増えることを希望します。
		観光名所等	新札発行による特需期待。新NISA制度開始による経済活動の活発化。不安定な世界情勢。台湾選挙。
		旅行代理店	貸切バスの料金や宿泊費が値上がり傾向にある。特に首都圏の宿泊費が高く、出張での宿泊が躊躇してしまう。
		美容院	空港や駅では外国人観光客の多さに驚く。
		設計事務所	コロナが第5類に分類されたことにより繁華街にも人の活気が戻ってきています。昨年のような記録的な猛暑や天災などが少なければ景気も格段に上昇するのではと思います。
	県南	住宅建設販売	着工戸数は、減る一方をたどると思います。持家、建売、借家ともです。地域性なのか！？雪で困る60-70代が新築マンションに移り住むケースもあります。
コンビニ		何年かぶりに立派なナマコが市場に並んでいたの、高かったけど買って食べました。美味しかったです。	

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	百貨店・スーパー	インボイス制度がスタートして、事務作業がとてつもなく煩雑になった。免税業者の皆さんの中で、インボイス番号を取得していない方とお取引を継続しているので、その分の税負担がとてつもなく心配です。今はまだ20%特例が受けられますが、段階的に特例は無くなるので、その間にどう変わっていくのか、心配です。
		衣料専門店	当市中心街の動き ・2024年4月、旧百貨店の新オープン計画→プレス発表等しているが運営会社の信頼性に乏しく再び頓挫した場合、中心街に対するマイナスイメージが強まる。 ・総合スーパー閉店、2024年8月末予定→一部テナントに市内百貨店への移設の動きあり。
		一般小売店	大阪万博の影響で建築資材の供給が滞り、大変だと万博自体に否定的な人が多い。ましてや今回の能登半島地震の復興予算を考えればタイミング的に非常に難しいことだと思う。
		商店街	開店予定の店舗が本当にオープンするのか、分からないから。
		一般飲食店	なかなか秘策が見つからない。様子見の状態です。
		スナック	出かけないことに慣れてしまったのだと思う。
		観光名所等	5年以上、新加入者がいない状況のうえ、毎年のように脱会者が続いているため、今後の売上が不安である。
		美容院	県内労働人口が減らない様にして欲しい。若物が県外流出しない手段を講じて欲しい。県外では家を持ってないが、Uターン族が持ち家を手に入れている現実を知ってほしい。
	住宅建設販売	初詣では珍しく車が渋滞していた。	
	下北	コンビニ	どんどん過疎が進んでいく。国と県、とりあえず市も、なんとかして下さい。
百貨店・スーパー		帰省客の増加に伴う支出増、一部商品の品不足。	
一般飲食店		これといった動きは、見られないです。	
企業	東青	建設	震災が起きると「防災意識が高まる」。
	津軽	食料品製造	年明けの地震によりまだ被害状況などがはっきりしないが、機械メーカー等があるため当社にとっても危惧する状況にある。
		建設	1/1の能登半島地震より2週、いまだにライフラインが復旧できていない。死者200人以上、避難生活者2万人弱、この厳しい冬の時期に長期化を余儀なくされている。少しでも手助け協力ができればと、願うばかり、次の第一歩が出ないのがつらい。
	県南	電気機械製造	年末年始は昨年よりも観光で来県する人が少なく感じます。東京では大みそかの電車終夜運転が行われ、イベントも多く、店も正月休みを取らない所が多かったようで、人と会い交流する動きが強かった。人の少ない地方に出かけて消費するマインドは後退していると感じます。
		建設	物価上昇に対抗するには賃金引き上げが急務だが、中小企業の多い地方ではその軍資金が乏しく継続体力もない。また、米農家にとっては、肥料、燃料、資材費や設備費などの経費が上昇しているとともに、食卓での米離れが顕著で年々所得は下がる一方となっており、物価上昇に対抗できる術がない現状がある。世論では景気回復のために正社員の賃金引き上げすべきと現役世代への救済話題は多く出てくるが、年金受給者の受給額増や定年退職して賃金が下がっている再雇用者への給与を引き上げる声はまったく聞こえてこない。現役世代と高齢世代の生活格差が更に広がらないことを願う。
		経営コンサルタント	関与先の大人数で開催される忘年会、新年会に参加させてもらう機会が、コロナ前に比べてかなり減少していて、少人数で回数を分けたり何もしないところも見受けられる。
		広告・デザイン	県が抱えている問題や民間が抱えている問題をビジネス的に解決することで活性化出来ると思うので、もっと問題を公開して提案のチャンスを与えるべきだ。どうしても大きな企業等に仕事が偏ってる。
下北	食料品製造	価格が高くても必要であれば購入する方もいますし価格を気にしながら悩んでる方もいますし、当然ですが経済状況に違いはあるのかなあと思いました。	

分野	地区	業種	自由意見
雇用	東青	新聞社求人広告	2024年問題が迫ってきています。さまざまな取り組みもされているようですが、社会が混乱しないか不安です。
	県南	新聞社求人広告	飲食店の飲み放題付プランの最低ラインが上がっている。

青森県景気ウォッチャー調査について

1. 調査の目的

統計データには表れないきめ細かな生活実感のある情報を収集し、県内景気動向判断の基礎資料とする。

(1) 調査の範囲

県内を東青地区、津軽地区、県南地区、下北地区の4地区に分け、各地域における経済活動の動向を敏感に反映する現象を観察できる業種の中からおよそ30業種を選定し、そこに従事する100名を調査客体とする。

○地域別・分野別の客体数

地区	対象地域	調査客体数			
		合計	家計	企業	雇用
東青	青森市とその周辺町村	30	23	4	3
津軽	弘前市とその周辺市町村	30	22	6	2
県南	八戸市とその周辺市町村	30	21	7	2
下北	むつ市とその周辺町村	10	9	1	0
		100	75	18	7

○分野別の業種・職種

家計関連	小売	コンビニエンスストア、百貨店・スーパー、乗用車販売、衣料専門店、家電量販店、商店街、卸売業
	飲食	一般飲食店、レストラン、スナック
	サービス	観光型ホテル・旅館、都市型ホテル、観光名所等、旅行代理店、タクシー、美容院、ガソリンスタンド
	住宅	設計事務所、住宅建設販売
企業関連	食料品製造、飲料品製造、紙・パルプ製造、電気機械製造、建設、経営コンサルタント、広告・デザイン	
雇用関連	人材派遣、新聞社求人広告、求人情報誌	

(2) 調査事項

- ① 3か月前と比べた景気の現状判断とその理由
- ② 3か月後の景気の先行き判断とその理由

参考1 景気の現状判断

参考2 その他自由意見

(3) 調査期日等

四半期に一度（1月、4月、7月、10月）実施し、翌月初旬に公表。

2. DIの算出方法

景気ウォッチャー調査におけるDI(ディフュージョン・インデックス)は、景気ウォッチャーによる景気の現状・先行き判断を示す指標で、景気の現状または先行きに対する5段階の判断それぞれの所定の点数に各判断の構成比(%)を乗じて算出している。

評価	良くなって いる	やや良 くなっている	変わらない	やや悪 くなっている	悪くなって いる
点数	1	0.75	0.5	0.25	0

※ 回答者全員が「(景気は)変わらない」と回答した場合、DIは50となるため、50が景気の方角性を表す目安となる。

(本調査についてのお問い合わせ先)

〒030-8570 青森県企画政策部統計分析課 統計情報分析グループ

tel : 017-734-9166

fax : 017-734-8038