

# 青森県景気ウォッチャー調査

## 【2024(令和6)年10月期】

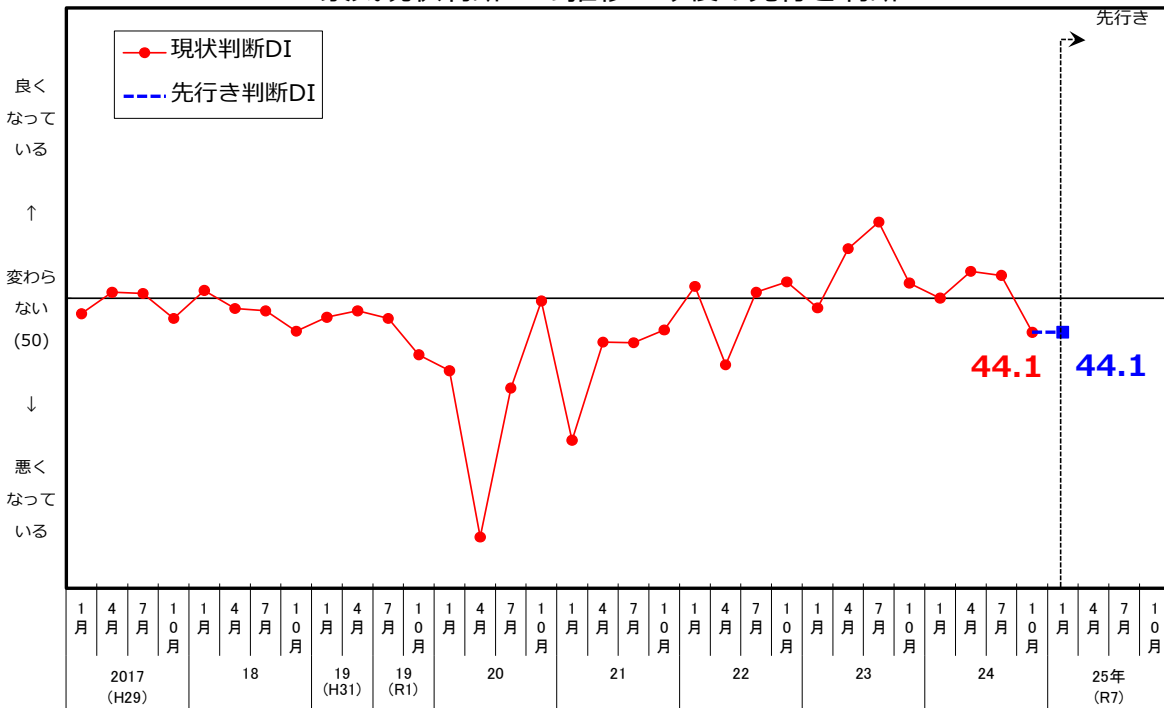
調査期間 2024(令和6)年10月1日～2024(令和6)年10月21日 回答率93%

### 概 況

10月期の景気の現状判断DIは44.1となり、前期から9.8ポイント低下し、景気の横ばいを示す50を下回った。

先行き判断DIは、現状判断DIと同水準の44.1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11月

青森県総合政策部統計分析課

## 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2.0ポイント低下、「やや良くなっている」が13.1ポイント低下、「変わらない」が1.8ポイント低下、「やや悪くなっている」が11.4ポイント上昇、「悪くなっている」が5.4ポイント上昇となった。

全体では44.1となり、前期から9.8ポイント低下し、景気の横ばいを示す50を下回った。

判断理由では、賃金は上がっているものの物価にはまだ追いついておらず節約傾向であるという声が多くあった一方で、夏から秋に向けて各地の祭りの開催など観光シーズンに入り人の動きがよくなり、来客数・売上げが増加しているといった声もみられた。

#### ② 分野別の動向

前期調査と比べると、家計関連全体で9.6ポイント低下、企業関連で14.7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、東青では5.9ポイント低下したものの、景気の横ばいを示す50を上回った。津軽で11.5ポイント、県南で10.3ポイント、下北（参考）で16.1ポイント低下し、景気の横ばいを示す50を下回った。

### (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ポイント低下、「やや良くなる」が2.1ポイント低下、「変わらない」が10.8ポイント上昇、「やや悪くなる」が10.7ポイント低下、「悪くなる」が3.2ポイント上昇となった。

全体では44.1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を下回った。

判断理由では、物価上昇に賃金上昇が追い付かず、消費は冷え込むといった声が多くあった一方で、今後の国の経済対策や、繁忙期の活発な経済活動に期待する声もあった。

#### 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1.4ポイント低下、企業関連で5.9ポイント上昇、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、津軽で0.9ポイント、県南で8.6ポイント上昇したものの、景気の横ばいを示す50を下回った。東青では8.1ポイント、下北（参考）では5.0ポイント低下し、景気の横ばいを示す50を下回った。

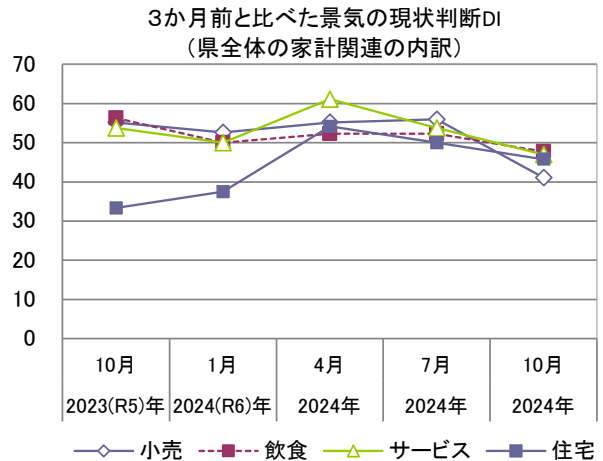
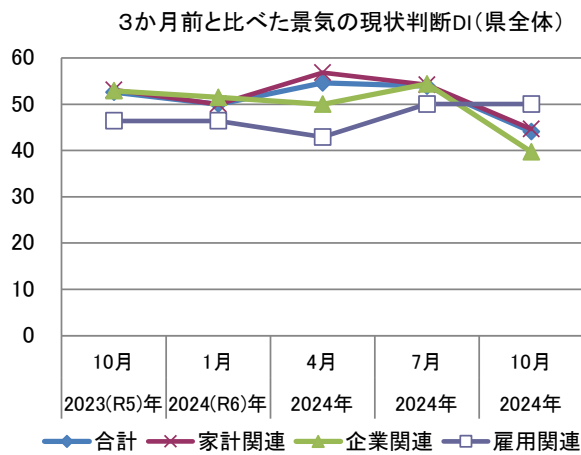
## 2. 県全体の動向

### (1) 3か月前と比べた景気の現状判断

#### ①DI

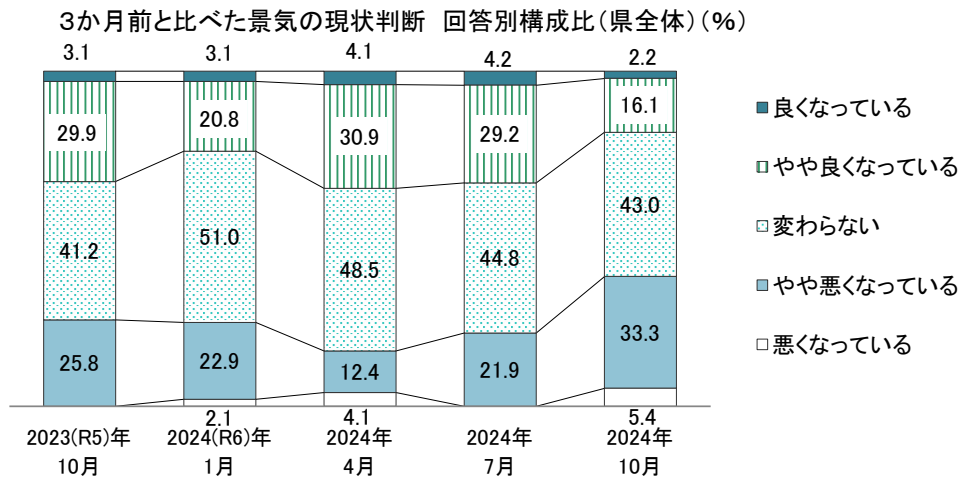
n = 93

	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
合計	52.6	50.0	54.6	53.9	44.1	▲ 9.8
家計関連	53.1	50.0	56.8	54.2	44.6	▲ 9.6
小売	55.2	52.6	55.2	56.0	41.1	▲ 14.9
飲食	56.3	50.0	52.3	52.3	47.7	▲ 4.6
サービス	53.8	50.0	61.1	53.8	47.0	▲ 6.8
住宅	33.3	37.5	54.2	50.0	45.8	▲ 50.0
企業関連	52.9	51.5	50.0	54.4	39.7	▲ 14.7
雇用関連	46.4	46.4	42.9	50.0	50.0	0.0



#### ②回答別構成比 (%)

	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
良くなっている	3.1	3.1	4.1	4.2	2.2	▲ 2.0
やや良くなっている	29.9	20.8	30.9	29.2	16.1	▲ 13.1
変わらない	41.2	51.0	48.5	44.8	43.0	▲ 1.8
やや悪くなっている	25.8	22.9	12.4	21.9	33.3	11.4
悪くなっている	0.0	2.1	4.1	0.0	5.4	5.4



(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 = 93

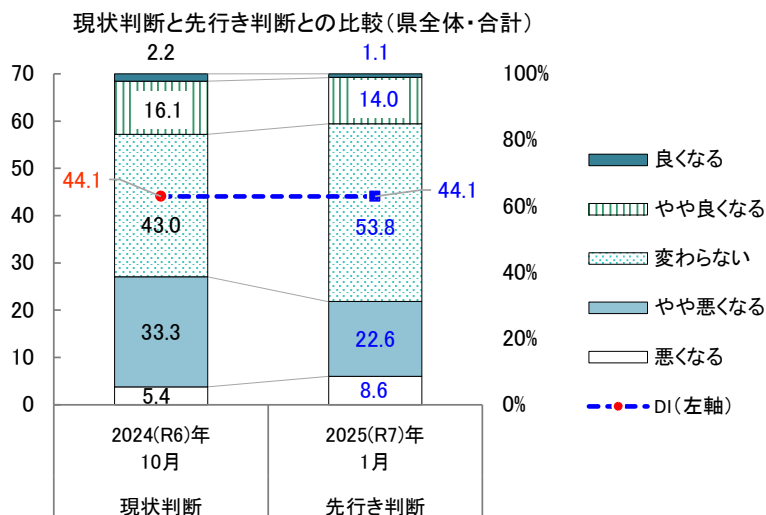
	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	2025(R7)年 1月	前期調査 との差
合 計	47.7	50.0	57.7	53.9	44.1	▲ 9.8
家計関連	50.0	50.3	60.6	52.1	43.2	▲ 8.9
小売	50.0	51.7	56.0	50.0	41.1	▲ 8.9
飲食	62.5	52.3	65.9	52.3	52.3	0.0
サービス	47.1	49.0	63.9	54.8	43.0	▲ 11.8
住宅	37.5	45.8	58.3	50.0	37.5	▲ 12.5
企業関連	41.2	50.0	48.5	61.8	45.6	▲ 16.2
雇用関連	39.3	46.4	50.0	53.6	50.0	▲ 3.6

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 10月	先行き判断 2025(R7)年 1月	差
合 計	44.1	44.1	0.0
家計関連	44.6	43.2	▲ 1.4
小売	41.1	41.1	0.0
飲食	47.7	52.3	4.6
サービス	47.0	43.0	▲ 4.0
住宅	45.8	37.5	▲ 8.3
企業関連	39.7	45.6	5.9
雇用関連	50.0	50.0	0.0

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2024(R6)年 10月	先行き判断 2025(R7)年 1月	差
良くなる	2.2	1.1	▲ 1.1
やや良くなる	16.1	14.0	▲ 2.1
変わらない	43.0	53.8	10.8
やや悪くなる	33.3	22.6	▲ 10.7
悪くなる	5.4	8.6	3.2



### 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。

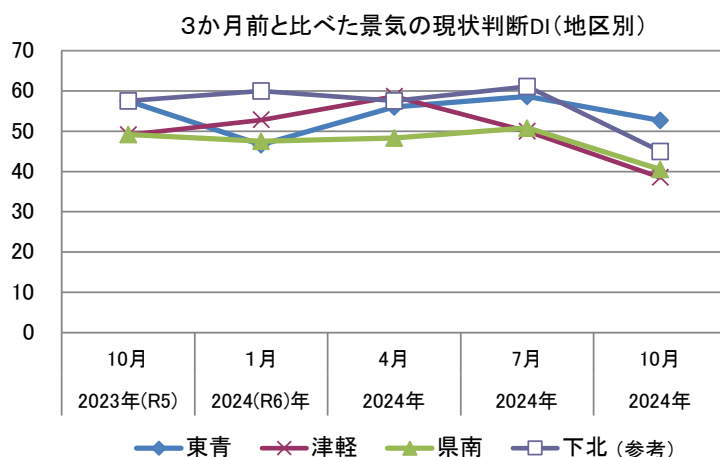
#### (1) 3か月前と比べた景気の現状判断

<地区別>

##### ①DI

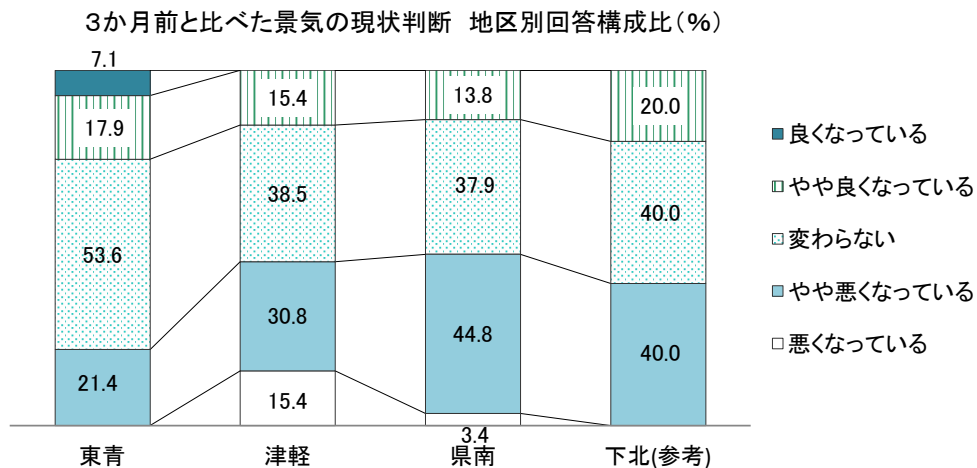
n = 93

	2023年(R5) 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
合 計	52.6	50.0	54.6	53.9	44.1	▲ 9.8
東青	57.5	46.6	56.0	58.6	52.7	▲ 5.9
津軽	49.1	52.8	58.6	50.0	38.5	▲ 11.5
県南	49.2	47.5	48.3	50.8	40.5	▲ 10.3
下北	57.5	60.0	57.5	61.1	45.0	▲ 16.1



##### 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	7.1	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	17.9	15.4	13.8	20.0
変わらない	53.6	38.5	37.9	40.0
やや悪くなっている	21.4	30.8	44.8	40.0
悪くなっている	0.0	15.4	3.4	0.0



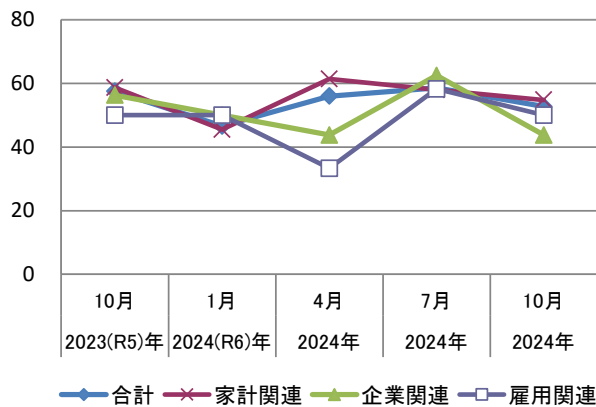
<東青地区>

①DI

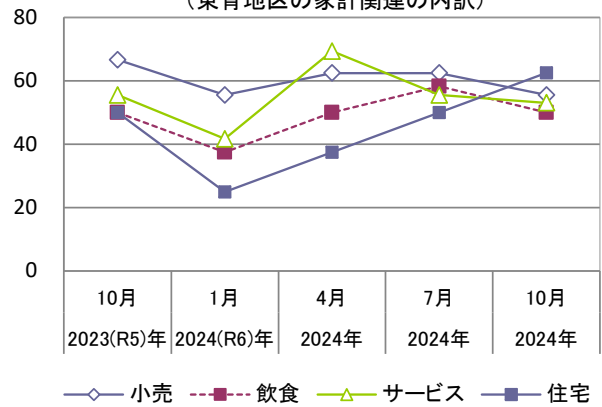
n = 28

	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
合計	57.5	46.6	56.0	58.6	52.7	▲ 5.9
家計関連	58.7	45.5	61.4	58.0	54.8	▲ 3.2
小売	66.7	55.6	62.5	62.5	55.6	▲ 6.9
飲食	50.0	37.5	50.0	58.3	50.0	▲ 8.3
サービス	55.6	41.7	69.4	55.6	53.1	▲ 2.5
住宅	50.0	25.0	37.5	50.0	62.5	▲ 12.5
企業関連	56.3	50.0	43.8	62.5	43.8	▲ 18.7
雇用関連	50.0	50.0	33.3	58.3	50.0	▲ 8.3

3か月前と比べた景気の現状判断DI(東青地区)



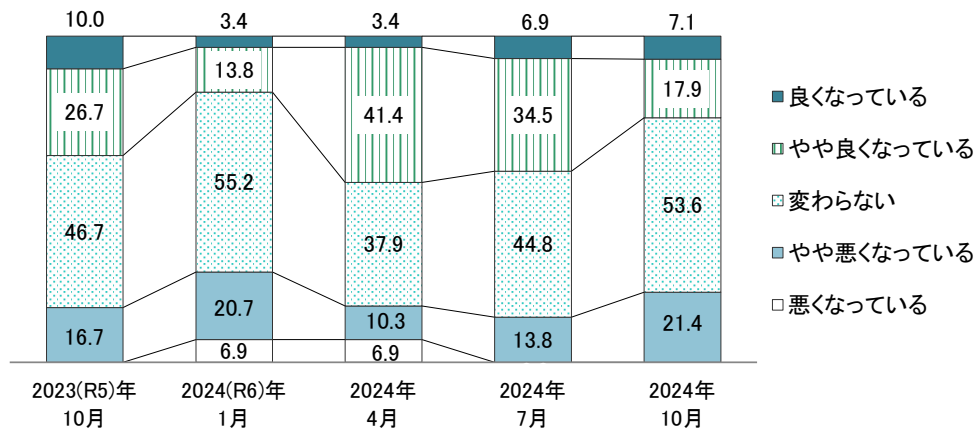
3か月前と比べた景気の現状判断DI  
(東青地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
良くなっている	10.0	3.4	3.4	6.9	7.1	0.2
やや良くなっている	26.7	13.8	41.4	34.5	17.9	▲ 16.6
変わらない	46.7	55.2	37.9	44.8	53.6	8.8
やや悪くなっている	16.7	20.7	10.3	13.8	21.4	7.6
悪くなっている	0.0	6.9	6.9	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(東青地区)(%)



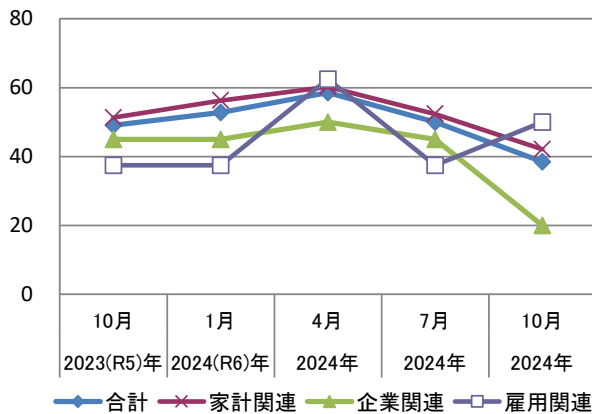
<津軽地区>

①DI

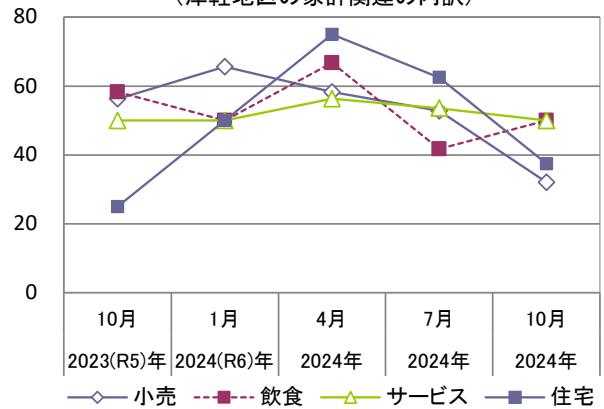
n=26

		2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
合 計	家計関連	49.1	52.8	58.6	50.0	38.5	▲ 11.5
	小売	51.3	56.3	60.2	52.4	42.1	▲ 10.3
	飲食	56.3	65.6	58.3	52.8	32.1	▲ 20.7
	サービス	58.3	50.0	66.7	41.7	50.0	▲ 8.3
	住宅	50.0	50.0	56.3	53.6	50.0	▲ 3.6
	企業関連	25.0	50.0	75.0	62.5	37.5	▲ 25.0
	雇用関連	45.0	45.0	50.0	45.0	20.0	▲ 25.0
雇用関連	37.5	37.5	62.5	37.5	50.0	▲ 12.5	

3か月前と比べた景気の現状判断DI(津軽地区)



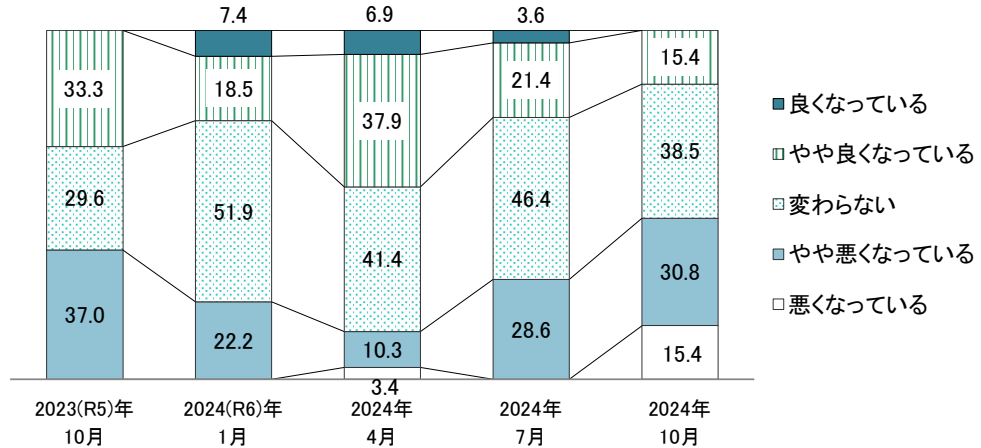
3か月前と比べた景気の現状判断DI  
(津軽地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	7.4	6.9	3.6	0.0	▲ 3.6
やや良くなっている	33.3	18.5	37.9	21.4	15.4	▲ 6.0
変わらない	29.6	51.9	41.4	46.4	38.5	▲ 7.9
やや悪くなっている	37.0	22.2	10.3	28.6	30.8	▲ 2.2
悪くなっている	0.0	0.0	3.4	0.0	15.4	▲ 15.4

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)(%)



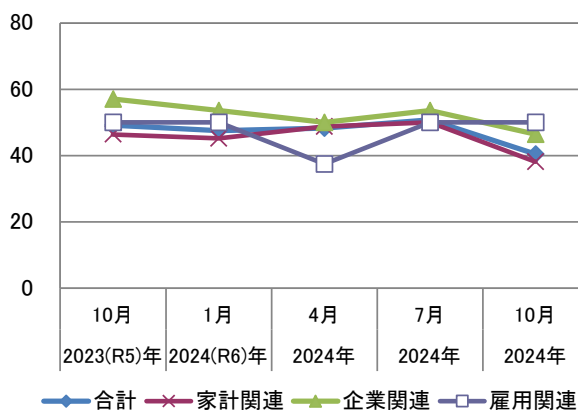
< 県南地区 >

① D I

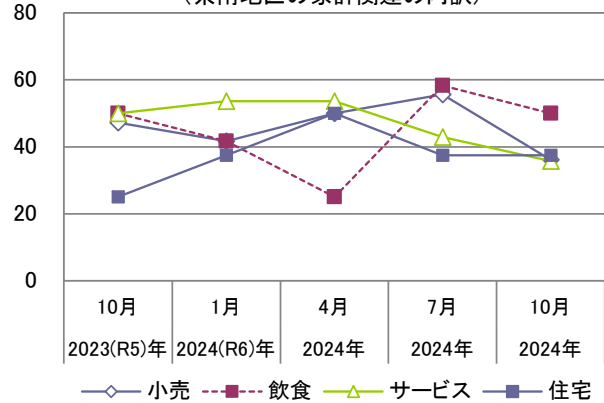
n = 29

	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
合 計	49.2	47.5	48.3	50.8	40.5	▲ 10.3
家計関連	46.4	45.2	48.8	50.0	38.1	▲ 11.9
小売	47.2	41.7	50.0	55.6	36.1	▲ 19.5
飲食	50.0	41.7	25.0	58.3	50.0	▲ 8.3
サービス	50.0	53.6	53.6	42.9	35.7	▲ 7.2
住宅	25.0	37.5	50.0	37.5	37.5	0.0
企業関連	57.1	53.6	50.0	53.6	46.4	▲ 7.2
雇用関連	50.0	50.0	37.5	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)



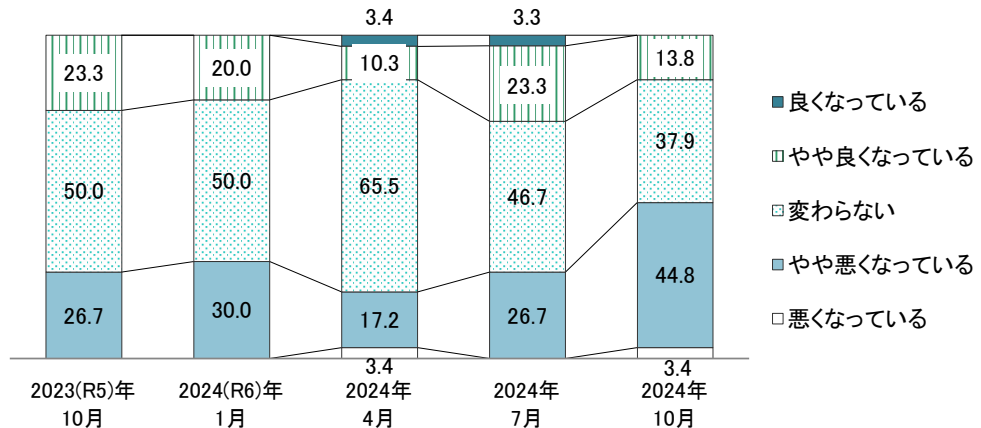
3か月前と比べた景気の現状判断DI  
(県南地区の家計関連の内訳)



② 回答別構成比 (%)

	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	3.4	3.3	0.0	▲ 3.3
やや良くなっている	23.3	20.0	10.3	23.3	13.8	▲ 9.5
変わらない	50.0	50.0	65.5	46.7	37.9	▲ 8.8
やや悪くなっている	26.7	30.0	17.2	26.7	44.8	18.1
悪くなっている	0.0	0.0	3.4	0.0	3.4	3.4

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)(%)



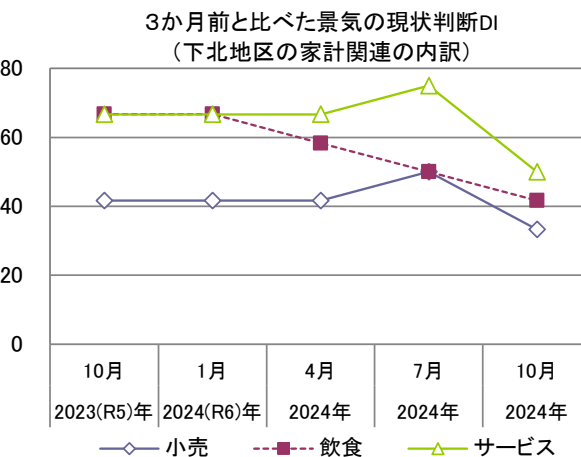
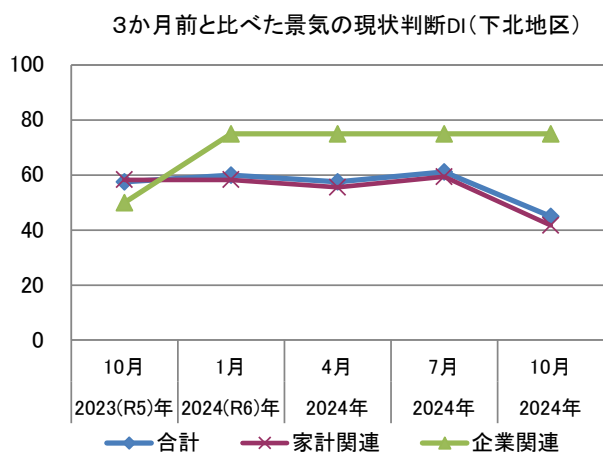


<下北地区> (参考)

①DI

n = 10

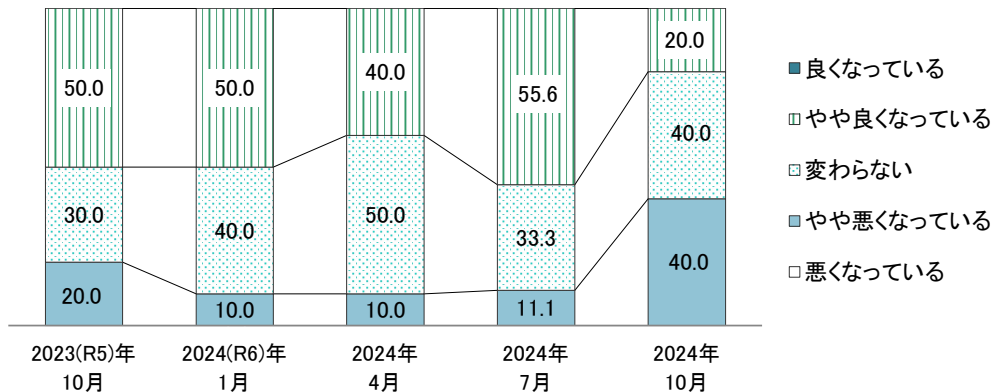
	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
合計	57.5	60.0	57.5	61.1	45.0	▲ 16.1
家計関連	58.3	58.3	55.6	59.4	41.7	▲ 17.7
小売	41.7	41.7	41.7	50.0	33.3	▲ 16.7
飲食	66.7	66.7	58.3	50.0	41.7	▲ 8.3
サービス	66.7	66.7	66.7	75.0	50.0	▲ 25.0
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	50.0	75.0	75.0	75.0	75.0	0.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



②回答別構成比 (%)

	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	50.0	50.0	40.0	55.6	20.0	▲ 35.6
変わらない	30.0	40.0	50.0	33.3	40.0	6.7
やや悪くなっている	20.0	10.0	10.0	11.1	40.0	28.9
悪くなっている	0.0	0.0	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(下北地区)(%)



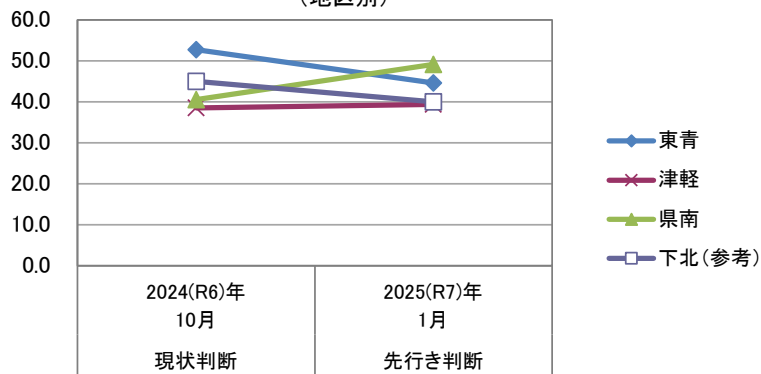
(2) 3か月後の景気の先行き判断 ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

<地区別>

① 今期の現状判断DIと先行き判断DIとの比較

	現状判断		差
	2024(R6)年 10月	先行き判断 2025(R7)年 1月	
合計	44.1	44.1	0.0
東青	52.7	44.6	▲ 8.1
津軽	38.5	39.4	0.9
県南	40.5	49.1	8.6
下北	45.0	40.0	▲ 5.0

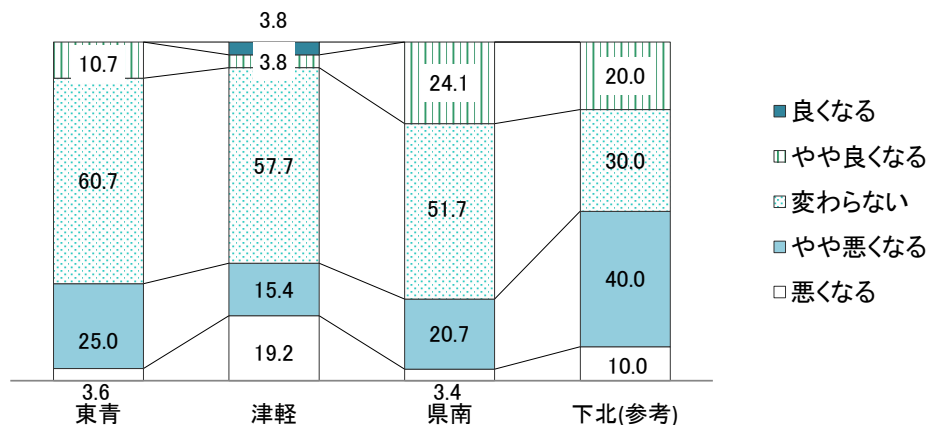
今期の現状判断DIと先行き判断DIとの比較  
(地区別)



② 地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北(参考)
良くなる	0.0	3.8	0.0	0.0
やや良くなる	10.7	3.8	24.1	20.0
変わらない	60.7	57.7	51.7	30.0
やや悪くなる	25.0	15.4	20.7	40.0
悪くなる	3.6	19.2	3.4	10.0

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

	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	2025(R7)年 1月	前期調査 との差
合計	46.7	52.6	61.2	62.1	44.6	▲ 17.5
家計関連	46.7	53.4	63.6	62.5	42.9	▲ 19.6
小売	55.6	61.1	71.9	65.6	41.7	▲ 23.9
飲食	75.0	62.5	50.0	66.7	62.5	▲ 4.2
サービス	30.6	41.7	63.9	63.9	37.5	▲ 26.4
住宅	37.5	62.5	50.0	37.5	50.0	12.5
企業関連	43.8	43.8	62.5	68.8	56.3	▲ 12.5
雇用関連	50.0	58.3	41.7	50.0	41.7	▲ 8.3

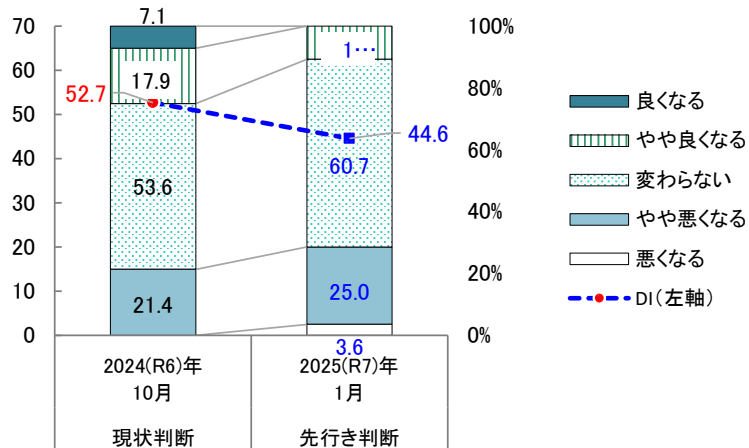
② 今期の現状判断 D I と先行き判断 D I との比較

	現状判断 2024(R6)年 10月	先行き判断 2025(R7)年 1月	差
合計	52.7	44.6	▲ 8.1
家計関連	54.8	42.9	▲ 11.9
小売	55.6	41.7	▲ 13.9
飲食	50.0	62.5	12.5
サービス	53.1	37.5	▲ 15.6
住宅	62.5	50.0	▲ 12.5
企業関連	43.8	56.3	12.5
雇用関連	50.0	41.7	▲ 8.3

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2024(R6)年 10月	先行き判断 2025(R7)年 1月	差
良くなる	7.1	0.0	▲ 7.1
やや良くなる	17.9	10.7	▲ 7.2
変わらない	53.6	60.7	7.1
やや悪くなる	21.4	25.0	3.6
悪くなる	0.0	3.6	3.6

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 = 26

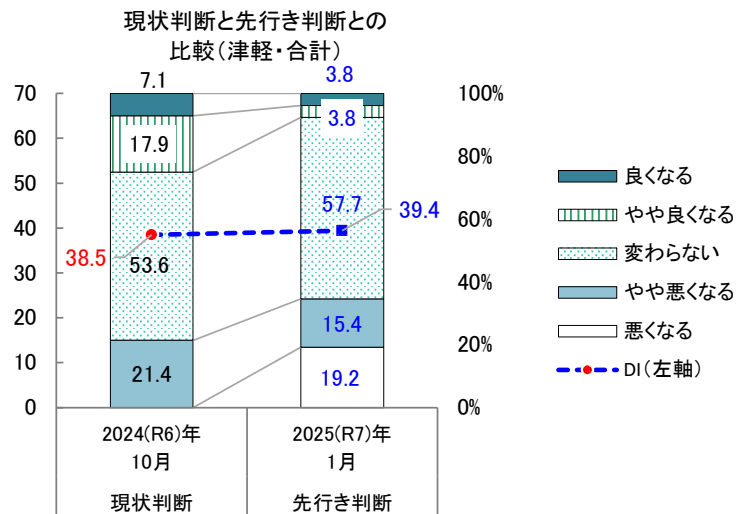
	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	2024(R7)年 1月	前期調査 との差
合 計	49.1	50.9	60.3	50.9	39.4	▲ 11.5
家計関連	56.3	52.5	64.8	47.6	40.8	▲ 6.8
小売	59.4	56.3	61.1	44.4	39.3	▲ 5.1
飲食	66.7	50.0	66.7	41.7	33.3	▲ 8.4
サービス	50.0	50.0	65.6	53.6	46.4	▲ 7.2
住宅	50.0	50.0	75.0	50.0	37.5	▲ 12.5
企業関連	30.0	50.0	40.0	60.0	30.0	▲ 30.0
雇用関連	25.0	37.5	62.5	62.5	50.0	▲ 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 10月	先行き判断 2025(R7)年 1月	差
合 計	38.5	39.4	0.9
家計関連	42.1	40.8	▲ 1.3
小売	32.1	39.3	7.2
飲食	50.0	33.3	▲ 16.7
サービス	50.0	46.4	▲ 3.6
住宅	37.5	37.5	0.0
企業関連	20.0	30.0	10.0
雇用関連	50.0	50.0	0.0

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2024(R6)年 10月	先行き判断 2025(R7)年 1月	差
良くなる	7.1	3.8	▲ 3.3
やや良くなる	17.9	3.8	▲ 14.1
変わらない	53.6	57.7	4.1
やや悪くなる	21.4	15.4	▲ 6.0
悪くなる	0.0	19.2	19.2



<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

	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	2025(R7)年 1月	前期調査 との差
合計	46.7	46.7	51.7	49.2	49.1	▲ 0.1
家計関連	47.6	46.4	55.0	46.4	47.6	1.2
小売	38.9	38.9	44.4	44.4	44.4	0.0
飲食	58.3	50.0	87.5	58.3	66.7	8.4
サービス	60.7	60.7	60.7	39.3	50.0	10.7
住宅	25.0	25.0	50.0	62.5	25.0	▲ 37.5
企業関連	46.4	50.0	42.9	57.1	50.0	▲ 7.1
雇用関連	37.5	37.5	50.0	50.0	75.0	25.0

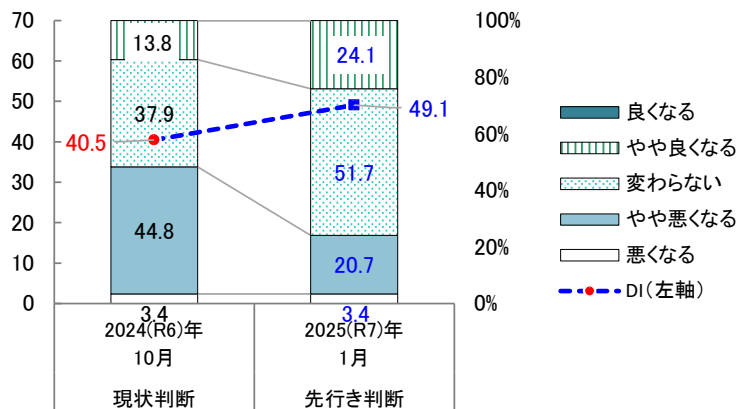
② 今期の現状判断 D I と先行き判断 D I との比較

	現状判断 2024(R6)年 10月	先行き判断 2025(R7)年 1月	差
合計	40.5	49.1	8.6
家計関連	38.1	47.6	9.5
小売	36.1	44.4	8.3
飲食	50.0	66.7	16.7
サービス	35.7	50.0	14.3
住宅	37.5	25.0	▲ 12.5
企業関連	46.4	50.0	3.6
雇用関連	50.0	75.0	25.0

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2024(R6)年 10月	先行き判断 2025(R7)年 1月	差
良くなる	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	13.8	24.1	10.3
変わらない	37.9	51.7	13.8
やや悪くなる	44.8	20.7	▲ 24.1
悪くなる	3.4	3.4	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

	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	2025(R7)年 1月	前期調査 との差
合 計	50.0	50.0	57.5	52.8	40.0	▲ 12.8
家計関連	50.0	47.2	55.6	50.0	38.9	▲ 11.1
小売	41.7	50.0	33.3	41.7	33.3	▲ 8.4
飲食	50.0	50.0	66.7	37.5	50.0	12.5
サービス	58.3	41.7	66.7	66.7	33.3	▲ 33.4
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	50.0	75.0	75.0	75.0	50.0	▲ 25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

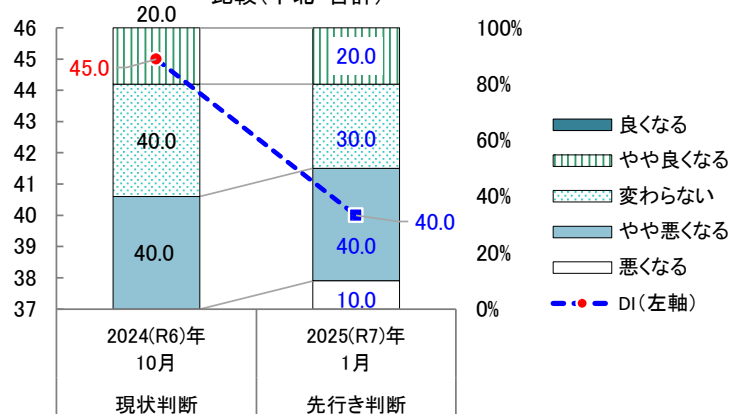
② 今期の現状判断D Iと先行き判断D Iとの比較

	現状判断 2024(R6)年 10月	先行き判断 2025(R7)年 1月	差
合 計	45.0	40.0	▲ 5.0
家計関連	41.7	38.9	▲ 2.8
小売	33.3	33.3	0.0
飲食	41.7	50.0	8.3
サービス	50.0	33.3	▲ 16.7
住宅	-	-	-
企業関連	75.0	50.0	▲ 25.0
雇用関連	-	-	-

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2024(R6)年 10月	先行き判断 2025(R7)年 1月	差
良くなる	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	20.0	20.0	0.0
変わらない	40.0	30.0	▲ 10.0
やや悪くなる	40.0	40.0	0.0
悪くなる	0.0	10.0	10.0

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	一般小売店	夏の観光シーズンの人流回復が大きな理由。ねぶた祭期間の入込客数は、主催発表で昨年を下回る98万人とあったものの、自らの体感では入込客数・売上げともに昨対を大きく超えて、ここ20年で過去最高。同業他社も一様の反応であるから。
			観光名所等	来客数・売上げが増加。クルーズ船の寄港・大人の休日倶楽部バス利用者増加も要因の1つ。国内外問わず増加している。
やや良くなっている	家計	東青	衣料専門店	来街者が増えている。地元民は減っていると思うが、ツアー客が増えて賑わいがあり、若者も増えている。当社のビジネスに直接の影響は薄いですが、雰囲気は良い。夏から秋の中心街区でのイベントが大きく寄与しているようだ。また、駅のオープンも効果大である。
			美容院	物価が高い。とは言っても生活していかないとだめなので、それなりに慣れるしかない。
			レストラン	今年の夏は暑すぎで、このような業態のお店は全国的に苦戦。これからは涼しくなり、秋の食材が出始めるので、徐々によくなるのでは。
			住宅建設販売	昨年と比較するとお客様の動きに大きな変化が見られないため。
		津軽	都市型ホテル	宿泊客（外国人客含む）の増加。単価が上昇しても、宿泊客が増加している。
			観光型ホテル・旅館	海外からのゲストが増加傾向であるため。
		県南	一般飲食店	微増ですが良くなりつつあります。人出不足でこれ以上はなかなか難しい感じがします。これと言って特別な事をやったわけではないのですが、天候やイベントなどが影響している様子です。
			商店街	業種によって格差は大きいですが、宿泊や飲食は良いように思えるから。
	企業	県南	飲料品製造	夏から秋に向けて各地の祭りの開催、観光シーズンに入り人の動きがよくなってきた。インバウンドの影響などもあり。
		下北	食料品製造	お客様が増えてきたように感じることで、新商品などが出ると迷わず買ってくれる方が増えたように思います。
変わらない	家計	東青	百貨店・スーパー	屋外での行事やイベントの開催で人の動きは戻りつつあり、外での消費が増えている。店では、お金をかける、かけないのメリハリをつけて買い物をしているように感じるため。
			観光型ホテル・旅館	10月は紅葉シーズンで、料金は高いながらもお客様はそこそこ入っている。ただし、地元のお客様は少ない(料金が低い)。
			旅行代理店	顧客数や利益率が徐々に横ばい状態となりつつある。
			設計事務所	一瞬円高に動き、期待感がありましたが、相変わらず世間では物価値上がりのニュースは日常的。建築資材の価格は頻繁に変動はありませんが、職人確保による手間代は上がっています。景気浮上に繋がる出来事もなく現状維持に知恵を絞って日々過ごしていることを肌で感じます。
			商店街	選択肢としては、「変わらない」というよりは「どちらとも言えない」があればそれにしたいところ。理由として、インバウンド含め観光客・出張客など、外部からの人の動きは非常に活発で、ねぶた祭りも非常に賑わった。一方で、物価高が続く中、地元客の中に細かいものについても価格に敏感になった層が以前より多く見受けられると感じるため。

現状	分野	地区	業種	理由	
変わらない	家計	津軽	美容院	確かに給料も上がってはいるのだろうが、物価の上がり具合には追いついていないのでは。また、年金生活者も増えているような気がする。	
			設計事務所	建築業界は好景気で推移してるのではと感じます。工事業者においては人手が足りないため、受注を控えるという話も聞きます。建築設計においても同様の状況です。	
			一般飲食店	コロナ前の売上げまでの回復が未だ達成されていない。	
			乗用車販売	賃金はアップしているものの物価にはまだ追いついておらず節約傾向である。	
		県南	百貨店・スーパー	売上前月比は伸びているものの、これは単価上昇による要因が主で、点数の伸びはあまり見られないため。	
			レストラン	お客様の入りは横ばいで変化がありません。9月から、地元のお客様よりも旅行や出張のお客様が増えたように思います。	
			タクシー	3か月前と比べて、可もなく不可もなくという状況が感じられる。前期比では多少の落ち込みはあるが、その状態を継続、保持している状態。	
			衣料専門店	物価高で特に食料品売上げに影響がある。	
			乗用車販売	仕事の効率を維持してきているが、賃金上昇及び物価高が続いており、業績が前年を下回っている。	
		下北	タクシー	賃金の値上げ・賞与等の支給が終わり、落ちついたところに米や食品の値上げが続いていて、景気が良くなっているのか落ちてきているのか、判断がつきにくいところです。	
			都市型ホテル	宿泊客数は相変わらず堅調に推移しているものの頭打ちの状態、観光客やインバウンドで大きく伸ばしているということではない。	
			ガソリンスタンド	お盆や夏祭りなどで帰省客や観光客が大勢来訪すると思ってましたが、予想よりも少ない感じでした。物価高もあるのでプラスマイナスゼロといったところでしょうか。	
			コンビニ	悪いまま。人口減は進む。	
		企業	津軽	東青 経営コンサルタント	公共投資が横ばいで住宅投資も減少し、建設業は苦戦している。食料品関係を含めた小売業において、価格転嫁を100%まではできていない。
				経営コンサルタント	青森県の最低賃金が昨年比55円アップしたことで、元々の給与単価が最低賃金に近い労働者の額面賃金が上がったが、そのために中小企業の賃金総額が上がるため、最低賃金以上の給与の労働者まで一律に昇給させることは困難で、新人とベテラン社員の給与の差がどんどん縮まっていく傾向にあり、中堅社員からの不満の声を聞きます。特に給与アップや物価上昇に合わせて売上げに価格転嫁できない業種（介護事業所・病院・こども園等）は、国や市町村からの処遇改善加算を給与へ上乘せしたとしても、実際は処遇改善加算の対象外の労働者への給与加算や社会保険料等の負担で自社の持ち出し費用がかなり多く、このままだと経営が困難な状況に陥るのではないかという経営者も少なからずいます。青森県の最低賃金が10月5日より953円になったことから、配偶者控除や社会保険等の扶養から外れないようにパートの勤務時間の短縮の相談も少なくありません。
				経営コンサルタント	人流の増加で飲食業・宿泊業は、引き続き売上げが堅調に推移しているが、食料品等の値上げによる物価上昇が賃金の上昇に追いついていない状況が続いている。



現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	企業	県南	電気機械製造	人手不足による受注量の限界。材料費や人件費の上昇による収益性の悪化。
			人材派遣	求人問合せが減ってきた。応募者も少なくなっている。
	雇用	東青	求人情報誌	食品などの値上げ情報が先行したこともあり、改善したという要素は見つからない。一方、値上げが原因で劇的に悪化したということもない。多少の上下はあれど、ずっと横ばいという感覚である。
			新聞社求人広告	物価、燃料費の高止まり。老舗店舗・企業の廃業、破産、閉店が相次いでいることも暗い影を落としている。
			津軽	新聞社求人広告
	県南	人材派遣	依然とした物価高や人件費高騰、人材不足も加わり、お客様の業種業界を問わず、あまり景気の良い話題が少ない感じがある。	
やや悪くなっている	家計	東青	コンビニ	値上がりのためか、カゴ一杯購入するお客様が減った気がする。7月～8月売上前年比99%・客数前年比95%、9月売上前年比98%・客数前年比93%。
			タクシー	とにかく人の出が極端に少ない。特に週の前半は全くといっても良い程人の動きも少なく感じます。そして週後半、特に週末になると自家用車を利用して家族ぐるみであちこちに移動し(移動費が安価で済むため)、余計な金をあまりかけずに時間を過ごすといったことが当たり前の習慣になってしまっていることが大きな原因かもしれません。しかし、不思議と青森県内ではラーメンの価格にだけは疎いような気がしてなりません。
			一般飲食店	食材原価が上がっています。もちろん巷でも物価が上がっていて、お客さんが来店されても少しおさえ気味で注文をされているといった印象でしょうか、特に高単価なものはあまり選ばれていないように感じています。
			家電量販店	燃料価格の高騰により電気代・ガス代の物価高騰対策を政府が実施していたが、その政策も終了し消費者の負担額が大きくなっていることや、日用消耗品、食品の相次ぐ値上げで節約意識が依然高まっており、購買意欲の低下がうかがえる。
			娯楽業	8月の業績は良かったが、9月は落ち込んで、その月によってよし悪しで不安定。
		津軽	百貨店・スーパー	物価高、生活コストの上昇。
			観光名所等	売店の客単価が上がらない。
			商店街	9月は農家さんが忙しく、お金を使う人が減っている。
			スナック	祭りや連休など家族での消費をしていて、夜の飲食店には人出が減っている。
			住宅建設販売	打合せ(計画、新築、リフォーム)をしていても、予算の壁が厚く、資金の工面等を考えると、買い控え、計画のストップが相次いでいること。
	県南	旅行代理店	売上げが減っている。	
		ガソリンスタンド	物価が上昇する中で、個人消費を控える動きとなっていると思われる。	
		観光名所等	夏の猛暑のためか、彼岸の花が少なく、売上げが減少した。	
		スナック	客数が減ったような気がする。	

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	県南	百貨店・スーパー	お米、その他の価格上昇。
			卸売業	小売りでは多くの商品が値上げとなっており、特にアルコールの売上げが落ちている。卸売ではスナックの閉店がちらほら出ている。
			住宅建設販売	物価上昇でも給与が変わらないため、節約志向が強くなっている。
			美容院	10月を迎え、物価の値上がり(食品、交通運賃なども含め)で、かなり出費に対して警戒しているようです。来店回数が減っています。
			家電量販店	物価高の影響等が続いていると感じる。10月以降も物価高が増すことから、購買意欲が低いのではないかとと思われる。
			一般小売店	良く言われる事だが、選挙の時は売上げが悪い。
	下北	レストラン	物価の高騰。	
		一般飲食店	国全体で何もかも値上がりしているため、お客様の財布の紐が緩まない。	
	企業	東青	建設	大手が中小の仕事に参入してきている結果。
		津軽	食料品製造	物価高。
			飲料品製造	物価が更に高騰している。人材の県外流出。
県南		広告・デザイン	原材料の高騰により仕入れ値が上がり、価格を上げざるを得ない状況が続いて、お客様も経費削減を重視している。今までは外注していた印刷やデザインも自社でやれるような方向にシフトしている。	
		建設	食品や原材料の値上げが止まることを知らないし、一品一品の値上げ幅がとても大きすぎる。以前よりは食事やショッピングに行く回数は確実に増えていると思うが、一方で財布の紐を固く締め、低予算と化しているのが現状。	
悪くなっている	家計	津軽	一般小売店	商店街の中にあつた百貨店が破産したことで、来街者が減り閑散としているのに加え、米をはじめ諸物価が値上がりしているため、消費者の購買力が落ちており、客数・客単価ともに落ちている。
			衣料専門店	物価高。
	県南	コンビニ	売上・客数・客単価、どれを見ても減少。お客様においても残業が減ったり、資金が減ったり。	
	企業	津軽	電気機械製造	受注が徐々に減ってきている。

## (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	津軽	商店街	年末のイベントや飲み会で経済が回ると思いたい。
やや良くなる	家計	東青	レストラン	毎年の事だが、夏場はあまり良くなく寒くなるにつれて少しずつよくなり、年末近くのクリスマスやおせちなどで忙しくなるのでは。
			美容院	景気そのものよりも人は出回っていると思います。コロナとちがって出歩くなという事ではないので、それなりにお金は使っていると思います。
		県南	タクシー	衆議院選挙後の経済対策に期待したいのと、繁忙期に入ってくる時期でもあり、活発な経済活動に期待したい。
			卸売業	お歳暮のシーズンに入るため、特需が発生すると思われる。また、年末の宴会の予約が入ると思われる。
			スナック	年末なので。
		一般飲食店	要因とすれば、年末に近づいてくるのでちょっとは増しになるのではと思われる。期待はしてはいるが、マイナス要因とすれば、選挙があるときはイマイチというデータもあるので油断はできないと感じています。	
	下北	コンビニ	内閣総理大臣に期待します。	
	企業	東青	広告・デザイン	解散総選挙後の与党第1党の経済対策に期待。
		県南	飲料品製造	秋冬に向かい季節の動きが順調に見えつつある。業界としては最盛期に突入し、予定通りの盛り上がりを期待したい。
	雇用	県南	人材派遣	現状、具体的な兆しは乏しいが、10月1日に新たな総理大臣に自民党総裁が選出されたこと、またこれから開催される衆議院選挙の動向も含めて、景気が良い方向に向かうことを期待したい。
変わらない	家計	東青	商店街	選択肢として「変わらない」というよりは、「どちらとも言えない」があればそれにしたいところ。現状は必要な買回り品についての購入マインドはまだ活発であるが、光熱費をはじめ、食料品などの価格上昇にも落ち着くめどが見えず、賃金上昇が行きあたりづらい中、日頃目にするものの価格が高くなり続けていることが、消費マインドに今後どう響いていくのかが不安であり予測しづらい。
			一般飲食店	やはり円高などになって国力が上がって安定した状態になっていかないうちは、このまま過ぎていくのかなといった気がしています。自店での工夫で集客をがんばるしかない、そんなふうに感じてます。
			衣料専門店	コロナ禍後、景気は持ち直してきている感じはあるが、政治の不安定さが心配だ。中心街区では少しずつ活性化事業が続き、地価の押し上げ経済効果が出てきている。経済優先で願いたい。
			卸売業	商品の値上げ等で買い控えが増えていると思われる。
			観光型ホテル・旅館	11・12・1月は閑散期でいつもと変わらない。
			設計事務所	選挙で政権がどう変わるか、景気対策で地方に浸透する即効性のある施策が打ち出せるか注視したい。建物に携わる業種の職人不足で現場は忙しく動いていますが、物件数は例年並みで増えているわけではない。
			観光名所等	観光需要は継続すると思うが、閑散期に入るので横ばい。

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	東青	家電量販店	インバウンドでお米の需要が増えたことや、パンなど粉食の食品価格高騰で割安なお米に消費がシフトしたことにより、お米の品薄と高価格が続いており、新米が収穫され始めた9月になっても、お米の価格が高止まりしていることなど、今後も物価上昇は止まらないと考えられるため。
			住宅建設販売	市内で一番お金が動く夏が終わると同時に、一般家計の消費財の値上がりが始まったので、11月あたりから景気の後退が予想されます。
		津軽	一般飲食店	政府の景気対策が変わらない。
			設計事務所	手持ちの業務はほとんどが年度末まで続くので3か月先も今の状況と変わらないと思います。
			レストラン	10月から物価が上がっているため。
			乗用車販売	インバウンドなどで回復している業者もあるが、インバウンドと直接関係のない業種には売上回復は遠い。
			美容院	インフレに負けずに賃上げが出来たらいいなという希望的観測。
		県南	衣料専門店	物価高の終息が見えない。
			旅行代理店	内閣総理大臣が代わり、総選挙が予定されているため。
			レストラン	物価の高騰は収まらず、魚はとれていなく不足。人材不足。年末が不安です。
	百貨店・スーパー		政権交代があったが、特にプラスになるような判断材料は見当たらないため。	
	家電量販店		経済対策が今後どうなるのか様子見となる。	
	ガソリンスタンド		良くなることを期待したいが、良化の材料が見当たらない。	
	美容院		値上がりはまだ続くし、選挙などで不安定な毎日が続くのであまり変化はないと思っています。	
	下北	乗用車販売	10月から物価高が発表されており、さらに購買意欲低下が懸念される。また、自動車販売業界において解決しなければならない問題が残されている状況が続いている。	
		コンビニ	天候が不順で、その日にならないと分からないような状態が続いている。	
		ガソリンスタンド	年末の忘年会などコロナ禍前のようになれば良いですが、物価高、特にお米も値上がりしてるようなので、なかなか良くなれないのではないかと。	
	企業	東青	経営コンサルタント	食料品の値上げ品目が10月から今年最高の2,900品目以上発表され、今年の累計値上げ品目は12,000品目以上となっている。前年の32,000品目の値上げ品目より大きく下回っている。円安による値上げも少し落ち着くと思われ、景況感是不変わらないと思われる。
			一般飲食店	県内どこもそうだろうが、お年寄りが多く、目新しい事をやっても最初だけであまり乗り気がない。また出かける足もない。

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	企業	津軽	経営コンサルタント	社会保険の被扶養者だったパート労働者が、最低賃金上昇や会社の規模により社会保険加入が必要となった場合は、これまで以上に働かない限りは手取り額が減少することになり、経営者負担の賃金・社会保険料の負担は重くなっていきます。徐々に売上げへの価格転嫁、業務効率化による労働時間の削減等取り組む課題は多く、日々試行錯誤しながらも一足飛びにはいかないのではないかと思います。
			飲料品製造	物価高騰、人材の県外流出が続くと思う。
			食料品製造	物価の上昇が止まらない。
		県南	建設	新総裁の誕生で円高に振れる予想も出ているが、どうなるかは未知数。多少円高に傾けば生活必需品も安く買えるようになるが、一度値上げしたものは下がることはほぼない。今年は円安によるインバウンド特需で、観光や飲食関係は潤ったが、今後もこの特需が継続するとは思えない。
			経営コンサルタント	秋の観光シーズン到来で、飲食宿泊業は売上げ増加が期待できるが、主力産業である水産加工業においては、サバ・イカの水揚げ増加が期待薄で原料確保が充分にできる状況になく、厳しい経営を強いられている。
			電気機械製造	新しい総理大臣になったが、地方へのバラ撒きや高齢者配慮を打ち出しているため、未来や次世代への前向きな投資は抑制され、日本全体に新しい活力は生まれないと思われる。
	雇用	下北	食料品製造	まだ物価が高い日が続いているため。少しはよくなったように感じるが、まだ安心できる状態ではないと思うので。
			新聞社求人広告	減税による消費活発化の動きもほとんどみえない。消費を上向きにする原動力となる材料が見当たらない。
		東青	求人情報誌	ここ最近求人広告に関する問合せをいくつかいただいている中で、県内企業は主に欠員補充目的で行動している一方、本社が他県にある企業は事業拡大目的のものが多かった。地元企業の求人活動に攻めの姿勢を感じる機会があまりなく、肌感覚では今後しばらく続きそうだと感じている。労働市場、特に県内企業による盛り上がりを見せない限り、この先の景気が良くなりそうとは言えない。
			新聞社求人広告	総選挙が行われるが、現状では政治に期待する以外良くなる材料が見当たらない。変わらないというより先がわからないのが本音である。
やや悪くなる	家計	東青	一般小売店	冬に向けて観光面で入込客数の減少は否めないから。とは言え、定期航空便の復活など含め好調なインバウンド消費などから、落ち込みはここ数年では一番少なく見積もれる。
			コンビニ	最低賃金が上がっても、それ以上にいろいろなものやサービスが上がっているので、景気は良くなると思えない。
		娯楽業	冬に向けて季節費用が家計を圧迫する。	
		ガソリンスタンド	物価上昇に賃金上昇が追い付かず、消費は冷え込むと思われる。	

先行き	分野	地区	業種	理由
やや悪くなる	家計	東青	娯楽業	新政権誕生と衆院解散後の政権の不安定さの影響と株高となる材料に欠けることが影響。
			百貨店・スーパー	気温次第だが、光熱費、特にこれからは灯油代が重くのし掛かる。物価の値上げも継続するため、必要以上の買い物はしない傾向が続くと思われるから。
		津軽	観光名所等	米価格の高騰をはじめ、物価高騰が賃上げを上回っているように感じ、個人支出が抑制されそう。
			住宅建設販売	建築資材等の高騰が続き、お客様予算との乖離が更に大きくなると思うため。
			都市型ホテル	例年青森県全体にいらっしやる冬期の宿泊客・旅行客が大幅に減少するため。
			百貨店・スーパー	物価高。生活コストの上昇。
		県南	観光名所等	今年も春の霜と夏の高温のためか、りんごが不作で、今後の売上げが期待できない。
			一般小売店	景気自体はさほど変化はないと思うが、確実に物価だけは上昇しているから、賃上げのスピードが追い付かない。
			商店街	冬場になって水道光熱費等が上がるから。
			百貨店・スーパー	お米、クリスマスケーキ、その他の価格上昇。電気・ガス料金の政府補助終了。
		下北	都市型ホテル	毎年のことながらこれから閑散期に向かい、冬場の宿泊客を呼び込める要素が見当たらない。また、宴会も多少は以前に戻ったというものの、全体的に低調である。
			レストラン	物価は高くなる一方、働く人の収入が増えない。
			タクシー	寒くなってくると、人の動きが止まり、旅行者も減るので景気が下がってくるように思います。総理大臣が代わっても庶民の生活には何もいい影響は期待できず、冬になり耐える時期到来で暗い新年になりそうで不安です。
		企業	県南	広告・デザイン
雇用	東青	人材派遣	10月からの物価上昇、政権の混乱で消費控えが懸念される。	
悪くなる	家計	東青	タクシー	物価、特に食料品が次々に上昇、円安の影響と天候異常なども重なり、個人消費の勢いの低下が大きな原因の1つなのかもしれません。明日何が起きるか分からないのに、今日という日を羽振り良く過ごそうという気持ちになれないということが原因なのかも。邦人旅行者数も減少気味のような気がします。
			一般小売店	10月から更に物価上昇が急激になり、購買力が下がると思う。
		津軽	スナック	農繁期、選挙、物価高で忘年会シーズンまでは景気は悪くなる。
			衣料専門店	物価高。去年はあった商品券等の商店街の補助がない。
		県南	住宅建設販売	物価上昇。これから冬ということで更に厳しくなると思われる。
		下北	百貨店・スーパー	最低賃金の改正が実施されたが、米・郵便料金・電気料等の公共料金の値上げ、食品・生活用品の相次ぐ値上げにより実質収入減で景気停滞若しくは減退。
		企業	津軽	電気機械製造

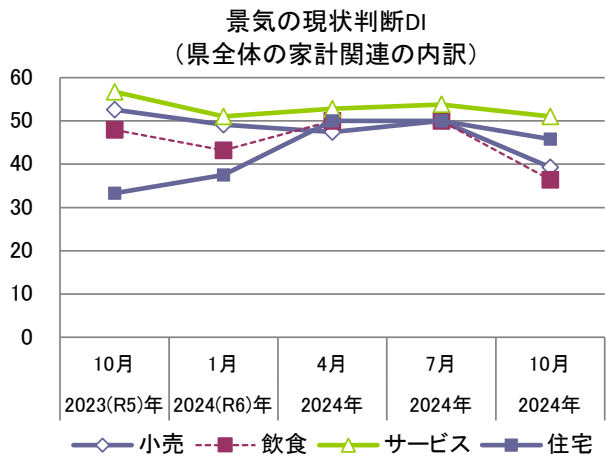
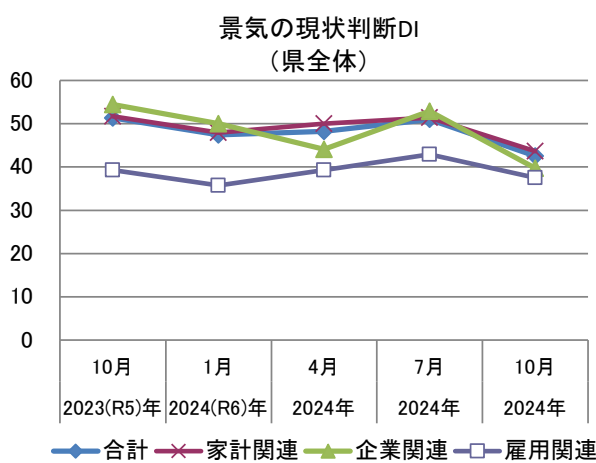
## 5. 参考

### (参考1) 景気の現状判断

#### ① D I

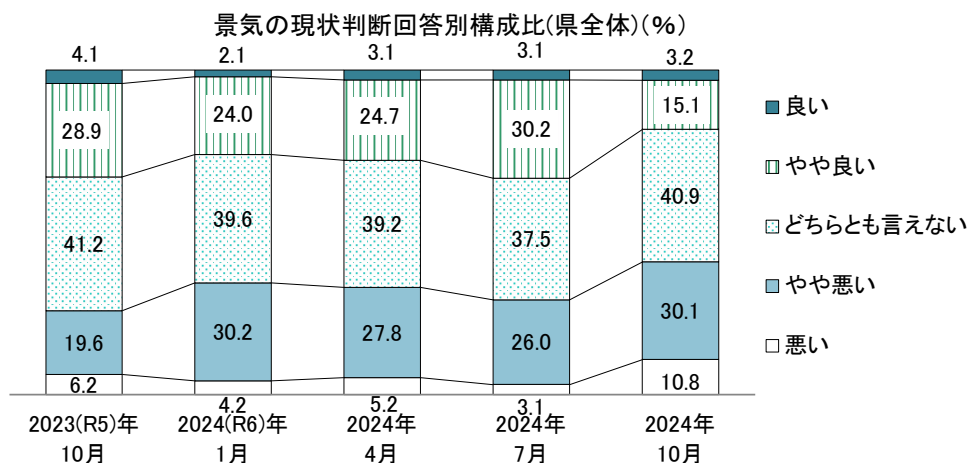
n = 93

	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
合計	51.3	47.4	48.2	51.0	42.5	▲ 8.5
家計関連	51.7	47.9	50.0	51.4	43.6	▲ 7.8
小売	52.6	49.1	47.4	50.0	39.3	▲ 10.7
飲食	47.9	43.2	50.0	50.0	36.4	▲ 13.6
サービス	56.7	51.0	52.8	53.8	51.0	▲ 2.8
住宅	33.3	37.5	50.0	50.0	45.8	▲ 4.2
企業関連	54.4	50.0	44.1	52.9	39.7	▲ 13.2
雇用関連	39.3	35.7	39.3	42.9	37.5	▲ 5.4



#### ② 回答別構成比 (%)

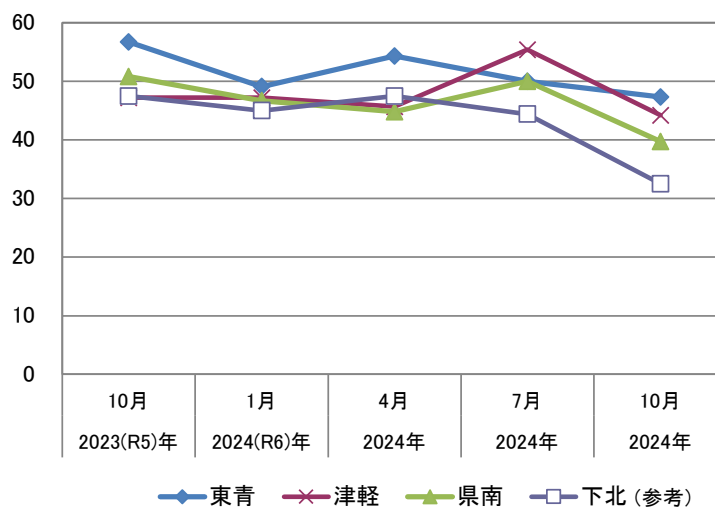
	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
良い	4.1	2.1	3.1	3.1	3.2	0.1
やや良い	28.9	24.0	24.7	30.2	15.1	▲ 15.1
どちらとも言えない	41.2	39.6	39.2	37.5	40.9	3.4
やや悪い	19.6	30.2	27.8	26.0	30.1	4.1
悪い	6.2	4.2	5.2	3.1	10.8	7.7



③地区別DI

	2023(R5)年 10月	2024(R6)年 1月	2024年 4月	2024年 7月	2024年 10月	前期調査 との差
合 計	51.3	47.4	48.2	51.0	42.5	▲ 8.5
東青	56.7	49.1	54.3	50.0	47.3	▲ 2.7
津軽	47.2	47.2	45.7	55.4	44.2	▲ 11.2
県南	50.8	46.7	44.8	50.0	39.7	▲ 10.3
下北	47.5	45.0	47.5	44.4	32.5	▲ 11.9

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	中心商店街区への来街者は増えている。もちろんツアー客も要因であるが、若者が増えているように感じて嬉しい。20年、30年棲家、根城にもらえるエリアとしての対応が鍵になるのではと考える。流通だけでなく棲家としての魅力が必要。環状道路内に学園が必要ではと話している。
		商店街	インバウンド含め県外客の飲食店利用は相変わらず活発で、連休や週末など移動が集中するような日程時には予約もとりにづらいうで、長蛇の行列はもちろん入店自体ができない、いわゆる「飲食店難民客」を多数見かける。週末には当然地元客であってもこれと競合して難民となることもあるようだ。コロナを越えて人手確保も難しく、シーズンだからと急な多人数客集中への対応が難しいことはよくわかる。しかし、せっかく青森にこれまで以上にたくさんの方々押し寄せているチャンス、大きな機会損失であることは間違いなくとてももったいない。少しでも早く観光客などの日程が分散するような工夫が全国的に取り組まれるとか、あるいは空席情報が忙しいお店からでも簡単に発信・更新できるシステムを、地域活性化の直接手段として行政主導で行える方法がないのかなど、なかなか夕食にありつけずあちこちさまよっている方々を非常に多く見かけて忸怩たる思いがある。
		一般飲食店	賃金もアップ、物の値段もアップ、お店としてその分を商品に上乗せしていければ良いですが、集客に取り組んだとき、何らかの工夫をしていかないと業績アップにはつながらないと思いますので、AIの導入・活用に課題があるのかなど、取り組んでいます。
		レストラン	毎年毎年夏の異常な暑さが秋まで続き、いきなり寒くなる傾向にあると思う。今までのような商売の仕方が変わってくるのではないかと。
		タクシー	新聞の折り込みを見ても安さを売りにしているものがほとんど。いつまでたってもデフレから脱却できないことを感じます。現実を無視するなら、試験的・時限的でもよから消費税なしの方向に向かわせ、結果、利益の上がった法人税負担を大きく求めれば良いのにと感じたりもします。とにかく本県は貧乏で人口も減少し、何もできないレームダック状態というのが正直なところです。
		美容院	子どもにかかるものも大変かと思いますが、年配の方々も大変かと思いますが。
	娯楽業	最低賃金が上がり、費用ばかりが増える。	
	津軽	衣料専門店	市内百貨店破産で商店街への回遊が少なくなっている。空き店舗対策で過大な位の予算アップが欲しい。土手町の一方通行の解除はならないものか。対面交通になれば土手町へのアクセスがかなりよくなると思うのだが。
		家電量販店	賃金の伸びが物価に追い付かない。改善されつつあるというものの地域差があって消費を抑止している。
		一般小売店	商店街の中にある駐車場の駐車台数は市内百貨店破産後も変わらないものと思っていたが、日中は駐車場がガラガラとなっています。あんなに客のいなかった百貨店でも駐車していた客がいたということには驚きます。なお、駐車場は金曜日・土曜日をはじめ平日も夕方から混み出します。車で飲みに来て代行車で帰る人が結構多くいるのでしょうか。
		商店街	9月はイベントが多く、出店しているお店は儲かっていたと思います。代わりに街に人が出ていませんでした。
		都市型ホテル	インバウンドの外国人客の予約が依然として増加傾向にあります。このまま冬期間も続いていくと例年以上に県全体が潤うのではないのでしょうか。
		美容院	ネットでの買い物が顕著に増えている。宅配業界も沢山問題を抱えているようだが。
	県南	百貨店・スーパー	当市中心街、旧百貨店の事業について、オープンの再々延期が決まったとのこと。事業者がクラウドファンディングで集めた7億円強のお金がきちんと使われることを切に願います。
		百貨店・スーパー	大手スーパーの撤退による影響については注視していく。現状はあまりみられない。

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	家電量販店	大手スーパーが県内から撤退し、地域経済が不安な声が多い。
		一般小売店	ホテルやコンベンションホールでの様々な団体の市、県、全国の大会が去年よりも多くなっている。
		商店街	市外からの人が増えているように感じます。
		卸売業	小売りでは令和の米騒動の影響が大きい。新米が入るまで店頭にお米の在庫がない日が続いた。ようやく新米が入ったが、例年の倍の仕入れ値となりお客様からも高いと不満が出た。
		一般飲食店	なんと言っても政治がギクシャクしている感がして、肝心の対策がどうなっているか不透明な気がします。これだけ値上げ値上げでローカルはとても苦しい。簡単に値上げも難しい状況だし、行政の応援も期待が薄いし大変です。ただあるのは「ガッツ」だけ。
		スナック	建設系の元気がない。
		美容院	国政の選挙結果により、かなりの変動が表われるのではと心配しています。
		住宅建設販売	物価・金利上昇により無駄をなくす動きが多くなった気がする。節約モードで、ラベルあり（高い）とラベルなし（安い）だとラベルなしを選ぶ。
	下北	コンビニ	どんどん質よりも値段を優先させるお客様が増えている。
		一般飲食店	これと言って目新しい事は何も無い。
スナック		コロナ前の景気にはもどらないですが、外に出る方が増えてきたとは思っています。	
企業	東青	建設	M&Aの話が多い。地方資本の会社は消滅するのだろう。
		経営コンサルタント	今まで企業の販売品目の値上げの要因は、原材料高、物流費高騰、円安、人件費の上昇であった。今後、最低賃金の引上げが過去最高となり、人件費の上昇が更に加速する。客離れや取引停止を懸念し、人件費の上昇を価格転嫁できない企業が現在4割以上あるが、更に増える可能性がある。今後金利の上昇も見込まれ、企業倒産の増加が懸念される。
	津軽	建設	衆議院選挙が公示になり、27日の投票が決定。青森県も11人も出馬、混戦模様。県にとってよい政治家であれば応援する。この物価高を何とかしてほしい。少しでも暮らしやすい生活に戻る政策をお願いしたい。戦争が早く終わらないと世界的に疲弊してしまう。
	県南	飲料品製造	原料、資材の値上げ予定が積み重なっている。商品の再度の値上げに関して検討しているという声が聞こえ続けている。
		電気機械製造	労働時間制限で余力はあるのに稼げない人が増え、逆転の可能性も無くなり、未来を悲観する人が増えてきている。
		建設	食品関係の値上げばかりクローズアップされるが、10月より郵便料金も値上げとなり、紙ベースの郵便物や年賀状などは電子化に向かうのは必至となる。郵政事業や印刷業などの業種はこれから厳しくなるのではないかと。周りでももう年賀状を出すのをやめたと言う人が多い。
		経営コンサルタント	年齢が若い人達の間で、自分の将来のことを考えて、iDeCoやNISAを始める人が増えてきている感じがする。
		広告・デザイン	内閣総理大臣が代わったことで、今後の政策に期待するしかない。
下北	食料品製造	イベント等に参加して楽しむ方もいれば、商品を買う時に2人で1つと節約する方もいるので、景気が良い人もそうじゃない人もいます。	
雇用	東青	新聞社求人広告	米の価格上昇は消費者の心理的影響がかなり大きいと感じます。せめて、価格上昇が農家の所得増につながり、地域経済がよい方向に向かってくれればよいのですが。
	津軽	人材派遣	スーパーで買い物をしていると、相変わらず商品価格の上昇が目にとまる。日本人主食のお米に注目すると、数か月前の1.5倍上昇している。収入が年金のみの世帯は大きな不安を感じているのではないかと。

# 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 青森県総合政策部統計分析課 統計情報分析グループ

tel : 017-734-9166

fax : 017-734-8038