

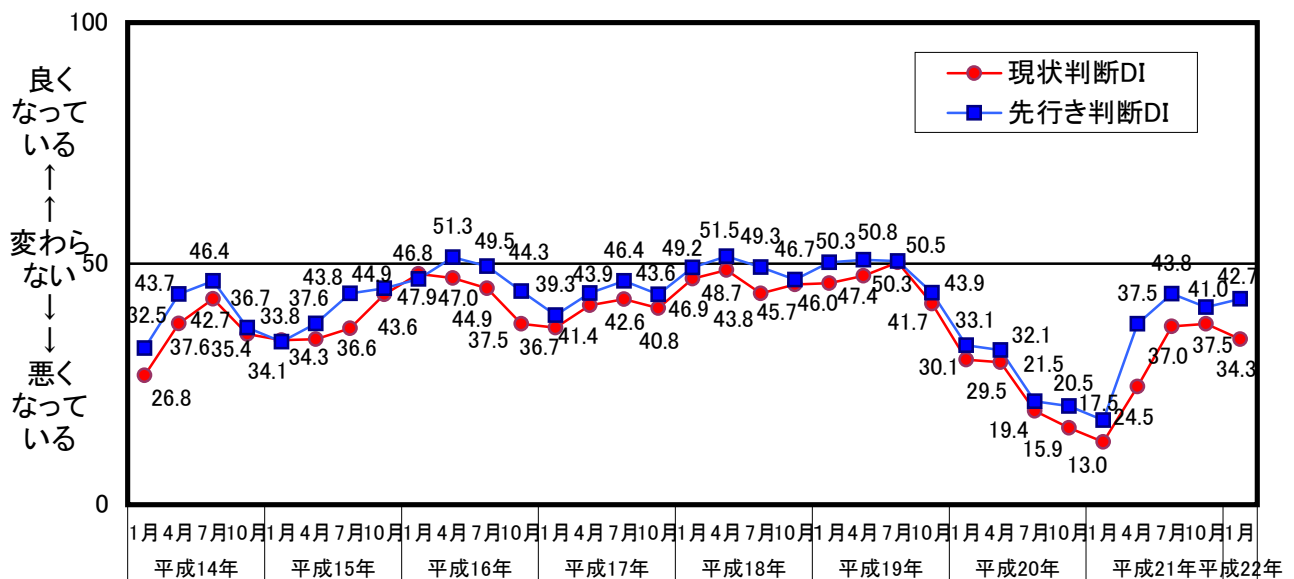
青森県景気ウォッチャー調査 (平成22年1月期)

調査期間 平成22年1月4日～1月18日 回答率99%

概況

1月期は、景気の現状判断DI、先行き判断DIともに、横ばいを示す50を10期連続で下回っているものの、先行き判断DIが2期ぶりに上昇した。

景気現状判断DI・先行き判断DIの推移



平成22年2月

青森県企画政策部統計分析課

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。

2. 調査の実施概要

(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	青森市とその周辺部	30	23	4	3
津 軽	弘前市、黒石市、五所川原市とその周辺部	30	22	6	2
県 南	八戸市、十和田市、三沢市とその周辺部	30	21	7	2
下 北	むつ市とその周辺部	10	9	1	0
計		100	75	18	7

(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) 景気の水準判断

(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。

3. D Iの算出方法

5段階の判断にそれぞれ以下の点数を与え、これらに各判断の構成比(%)を乗じて、D Iを算出する。

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

(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 (直通) 又は017-722-1111 (内線2188)
 FAX 017-734-8038

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、「変わらない」が5.6ポイント減少、「悪くなっている」が6.2ポイント増加したことにより、全体では3.2ポイント低下の34.3となり、景気の横ばいを示す50を10期連続で下回った。

判断理由をみると、客単価の下落傾向が止まらない、年末・年始も需要が低迷、過去最低の売上など、景気が悪い状況のまま変わらない、さらに悪化しているという声が多かったが、一方で、海外向けに需要回復が感じられるという声もあった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で3.6ポイント減少、企業関連で1.3ポイント増加、雇用関連で10.7ポイント減少した。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、東青地区で7.5ポイント減少、津軽地区は変わらず、県南地区で3.8ポイント減少、下北地区で2.5ポイント増加した。

(2) 3か月後の景気の先行き判断DI

① 県全体の動向

前期調査と比べると、「悪くなる」が1.9ポイント、「変わらない」が2.5ポイント減少し、「やや良くなる」が5.2ポイント増加したことにより、全体では1.7ポイント上昇の42.7となり、景気の横ばいを示す50を10期連続で下回っているものの、2期ぶりに上昇した。

判断理由を見ると、日常的に不景気やデフレの話題があることによる心理的なマイナス感、長引く不況で先が見えない不安によるさらなる消費低迷への懸念の声が多かったが、一方で、新幹線全線開業に向けた期待の声が多く、また、住宅エコポイントへの期待の声もあった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で0.7ポイント減少、企業関連で5.6ポイント増加、雇用関連で17.9ポイント増加した。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、東青地区で4.1ポイント減少、津軽地区で5.0ポイント増加、県南地区で4.9ポイント増加、下北地区では変わらなかった。

2. 県全体の動向

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

①D I

n = 99

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
合 計	13.0	24.5	37.0	37.5	34.3
家計関連	14.7	24.3	37.3	37.7	34.1
小売	12.5	21.4	34.2	34.2	30.2
飲食	12.5	25.0	25.0	31.3	37.5
サービス	16.7	26.9	43.5	42.6	34.3
住宅	20.8	25.0	50.0	45.8	45.8
企業関連	9.7	29.2	34.7	30.6	31.9
雇用関連	3.6	14.3	39.3	53.6	42.9

②回答別構成比 (%)

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
良くなっている	0.0	0.0	1.0	0.0	1.0
やや良くなっている	2.0	3.1	6.0	7.0	5.1
変わらない	9.0	28.6	50.0	49.0	43.4
やや悪くなっている	28.0	31.6	26.0	31.0	31.3
悪くなっている	61.0	36.7	17.0	13.0	19.2

(2) 3か月後の景気の先行き判断

①D I

n = 99

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
合 計	17.5	37.5	43.8	41.0	42.7
家計関連	17.3	36.0	43.0	42.3	41.6
小売	13.3	35.7	38.3	40.0	39.7
飲食	20.8	25.0	39.6	41.7	45.8
サービス	17.6	39.8	49.1	44.4	38.0
住宅	29.2	41.7	45.8	45.8	58.3
企業関連	22.2	43.1	43.1	33.3	38.9
雇用関連	7.1	39.3	53.6	46.4	64.3

②回答別構成比 (%)

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
良くなる	0.0	0.0	1.0	1.0	0.0
やや良くなる	3.0	10.2	16.0	11.0	16.2
変わらない	18.0	45.9	51.0	52.0	49.5
やや悪くなる	25.0	27.6	21.0	23.0	23.2
悪くなる	54.0	16.3	11.0	13.0	11.1

3. 地区別の動向

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

<東青地区>

①DI

n=30

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
合 計	9.2	21.7	31.7	36.7	29.2
家計関連	9.8	25.0	34.8	38.0	29.3
小売	5.6	30.6	36.1	38.9	33.3
飲食	8.3	16.7	0.0	50.0	25.0
サービス	13.9	25.0	41.7	33.3	25.0
住宅	12.5	12.5	50.0	37.5	37.5
企業関連	12.5	18.8	18.8	25.0	25.0
雇用関連	0.0	0.0	25.0	41.7	33.3

②回答別構成比 (%)

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
良くなっている	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	0.0	3.3	3.3	3.3	3.3
変わらない	10.0	26.7	46.7	53.3	36.7
やや悪くなっている	16.7	23.3	23.3	30.0	33.3
悪くなっている	73.3	46.7	26.7	13.3	26.7

<津軽地区>

①DI

n=30

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
合 計	16.7	24.2	45.8	37.5	37.5
家計関連	17.0	20.5	43.2	38.6	38.6
小売	19.4	13.9	38.9	41.7	30.6
飲食	16.7	33.3	41.7	16.7	58.3
サービス	15.6	21.9	46.9	40.6	37.5
住宅	12.5	25.0	50.0	50.0	50.0
企業関連	16.7	37.5	54.2	25.0	29.2
雇用関連	12.5	25.0	50.0	62.5	50.0

②回答別構成比 (%)

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
良くなっている	0.0	0.0	3.3	0.0	3.3
やや良くなっている	6.7	6.7	13.3	10.0	3.3
変わらない	6.7	26.7	53.3	43.3	46.7
やや悪くなっている	33.3	23.3	23.3	33.3	33.3
悪くなっている	53.3	43.3	6.7	13.3	13.3

< 県南地区 >

① D I

n = 29

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
合 計	13.3	30.4	36.7	40.0	36.2
家計関連	17.9	30.3	39.3	39.3	33.8
小売	8.3	21.4	33.3	30.6	34.4
飲食	16.7	33.3	25.0	33.3	25.0
サービス	25.0	35.7	50.0	50.0	32.1
住宅	37.5	37.5	50.0	50.0	50.0
企業関連	3.6	32.1	25.0	35.7	39.3
雇用関連	0.0	25.0	50.0	62.5	50.0

② 回答別構成比 (%)

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
良くなっている	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	0.0	0.0	3.3	6.7	6.9
変わらない	10.0	39.3	53.3	53.3	48.3
やや悪くなっている	33.3	42.9	30.0	33.3	27.6
悪くなっている	56.7	17.9	13.3	6.7	17.2

< 下北地区 > (参考)

① D I

n = 10

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
合 計	12.5	17.5	27.5	32.5	35.0
家計関連	13.9	19.4	25.0	30.6	36.1
小売	25.0	16.7	16.7	8.3	8.3
飲食	8.3	16.7	33.3	25.0	41.7
サービス	8.3	25.0	25.0	58.3	58.3
住宅	-	-	-	-	-
企業関連	0.0	0.0	50.0	50.0	25.0
雇用関連	-	-	-	-	-

② 回答別構成比 (%)

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
良くなっている	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	0.0	0.0	0.0	10.0	10.0
変わらない	10.0	10.0	40.0	40.0	40.0
やや悪くなっている	30.0	50.0	30.0	20.0	30.0
悪くなっている	60.0	40.0	30.0	30.0	20.0

(2) 3か月後の景気の先行き判断

<東青地区>

①D I

n=30

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
合 計	18.3	35.8	36.7	40.8	36.7
家計関連	19.6	40.2	39.1	45.7	37.0
小売	13.9	41.7	36.1	44.4	36.1
飲食	16.7	25.0	16.7	58.3	33.3
サービス	22.2	47.2	50.0	41.7	33.3
住宅	37.5	25.0	37.5	50.0	62.5
企業関連	18.8	25.0	18.8	18.8	18.8
雇用関連	8.3	16.7	41.7	33.3	58.3

②回答別構成比 (%)

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
良くなる	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	6.7	10.0	13.3	16.7	13.3
変わらない	16.7	46.7	36.7	46.7	36.7
やや悪くなる	20.0	20.0	33.3	20.0	33.3
悪くなる	56.7	23.3	16.7	16.7	16.7

<津軽地区>

①D I

n=30

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
合 計	16.7	35.8	45.8	41.7	46.7
家計関連	13.6	29.5	43.2	43.2	43.2
小売	16.7	27.8	41.7	44.4	38.9
飲食	16.7	25.0	50.0	41.7	58.3
サービス	9.4	28.1	40.6	40.6	40.6
住宅	12.5	50.0	50.0	50.0	50.0
企業関連	29.2	50.0	45.8	33.3	50.0
雇用関連	12.5	62.5	75.0	50.0	75.0

②回答別構成比 (%)

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
良くなる	0.0	0.0	3.3	3.3	0.0
やや良くなる	3.3	10.0	13.3	6.7	16.7
変わらない	16.7	43.3	56.7	53.3	63.3
やや悪くなる	23.3	26.7	16.7	26.7	10.0
悪くなる	56.7	20.0	10.0	10.0	10.0

< 県南地区 >

① D I

n = 29

	平成 2 1 年 1 月	平成 2 1 年 4 月	平成 2 1 年 7 月	平成 2 1 年 1 0 月	平成 2 2 年 1 月
合 計	16.7	42.9	50.8	40.8	45.7
家計関連	16.7	40.8	50.0	39.3	46.3
小売	8.3	39.3	41.7	36.1	56.3
飲食	25.0	33.3	41.7	33.3	41.7
サービス	17.9	42.9	64.3	46.4	32.1
住宅	37.5	50.0	50.0	37.5	62.5
企業関連	21.4	46.4	53.6	39.3	39.3
雇用関連	0.0	50.0	50.0	62.5	62.5

② 回答別構成比 (%)

	平成 2 1 年 1 月	平成 2 1 年 4 月	平成 2 1 年 7 月	平成 2 1 年 1 0 月	平成 2 2 年 1 月
良くなる	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	0.0	14.3	26.7	10.0	20.7
変わらない	20.0	50.0	53.3	53.3	44.8
やや悪くなる	26.7	28.6	16.7	26.7	31.0
悪くなる	53.3	7.1	3.3	10.0	3.4

< 下北地区 > (参考)

① D I

n = 10

	平成 2 1 年 1 月	平成 2 1 年 4 月	平成 2 1 年 7 月	平成 2 1 年 1 0 月	平成 2 2 年 1 月
合 計	20.0	32.5	37.5	40.0	40.0
家計関連	22.2	30.6	36.1	38.9	38.9
小売	16.7	33.3	25.0	25.0	8.3
飲食	25.0	16.7	50.0	33.3	50.0
サービス	25.0	41.7	33.3	58.3	58.3
住宅	-	-	-	-	-
企業関連	0.0	50.0	50.0	50.0	50.0
雇用関連	-	-	-	-	-

② 回答別構成比 (%)

	平成 2 1 年 1 月	平成 2 1 年 4 月	平成 2 1 年 7 月	平成 2 1 年 1 0 月	平成 2 2 年 1 月
良くなる	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	0.0	0.0	0.0	10.0	10.0
変わらない	20.0	40.0	70.0	60.0	60.0
やや悪くなる	40.0	50.0	10.0	10.0	10.0
悪くなる	40.0	10.0	20.0	20.0	20.0

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	津軽	レストラン	9～11月まで何でこんなにと考えるほど売上げの下げがひどかった。12月に入って前年比を上回る売上げが有り又何なんだろうと悩んでいる。
やや良くなっている	家計	東青	衣料専門店	記録的な売上不振であった昨年の後半3ヶ月から見て、昨対比でほんの少し回復していると言うことで、十分な売上、利益を確保したわけではありません。
		津軽	観光型ホテル・旅館	スキー大会の開催により、学生客が増えている。忘年会のお客様より、新年会のお客様が多い。
		県南	百貨店	12月以降、トレンド一部回復。しかし、天候により1月中旬以降、客数減。
		下北	タクシー	東通原発の定期検査で関係のお客様の利用が多かった。
	企業	県南	電気機械製造	仕事量が増えている。主に中国向けとヨーロッパ向けに需要回復が感じられる。
変わらない	家計	東青	家電量販店	生活必需品でも単価をダウンさせて購入(ex. 清掃用品)
			一般小売店	客単価が低くなっている。
			競輪場	売り上げが平行線。
			ガソリンスタンド	昨年、個人所得は、かなり減少し、今年も上昇する気配はない。そのため、個人消費は相変わらず冷え込むだろう。
			設計事務所	底の状態推移した。
			百貨店	直近のクリスマスギフト商戦、及びお正月初売商品、クリアランス(冬物)商戦すべてにおいて、価格に対するシビアな選択眼、不急不要品の購入数量が前年に比しても減じている傾向は、3ヶ月前と比し、ほとんど変わらないと思われる。
			スナック	8月～11月は悪かったです。悩みましたね。12月はやはり忙しかったのですが、例年よりは売上げは落ちています。諦めず明るく頑張るしか有りません。
			旅行代理店	冬場は例年、お客様の動きが鈍いので、何ともいえない。
	津軽	設計事務所	平成22年度政府予算の執行状況により作用されると思われる。	
		住宅建設販売	プレゼン数、見積提出数を見ても変化は見られない。	
		商店街	来街者数からみても、景気の回復感は見受ける事ができない状況にある。不景気感のままの状態推移している。	
		タクシー	飲食店へ飲みに出る人もタクシーを利用する人も限られた特定の人しか利用していないと思う。	
		スナック	状況が変わらない。	

現状	分野	地区	業種	理由	
変わらない	家計	津軽	衣料専門店	デフレの影響あり、安い商品売れるが高額品は売れない。	
			県南	観光型ホテル・旅館	自社の売上、客数とも大きく変化はしていない為。
				タクシー	1. 営収の落ち込み。 2. 忘・新年会等も少ないし、会を行っても、ほとんど一次会で帰る。
				パチンコ	来客数の増減はあまりないが、客単価が落ちている為、売上ダウン。生活にいっぱいいっばいで娯楽費に使う余裕がなく、見ているだけのお客が多い。
				住宅建設販売	新年になったがお客様の来場があまり増えていない。
				設計事務所	皆さんが同じように悪いと言っている。
				商店街	頑張っているのに悪いまま変わらない・・・
				レストラン	集客は以前と変わらず、変化がない。
		下北	レストラン	大きな変動があまり感じない。	
			都市型ホテル	宿泊しても、館内の飲食店を使ったり外出したりせず、コンビニで買物し、部屋ですごす方が相変わらず多い。	
			ガソリンスタンド	予想外の寒冬で、我々ガソリンスタンド業など冬物を取り扱っているところは多少潤えたが、逆に家計的には圧迫されていると思われる。	
			一般飲食店	今のところ変わっていませんが、このあと、如何なるかわかりませんので。	
	企業	東青	広告・デザイン	相変わらずの消費低迷。12月の歳末セール、1月の初売りも一時的なもの。	
			津軽	食料品製造	年末でも商品がさほど動かなかった。年が明けてからはさっぱりである。
			電気機械製造	2月が底でその後徐々に回復してきましたが、ここ数ヶ月は踊り場のような状態でどちらへ動くのか分からない状況が続いています。	
		県南	食料品製造	日本経済全体としては輸出及び製造業中心に緩やかな回復を数値的に示しているが、政治的不透明感がそれを減殺しているから。	
広告・デザイン			変わらないというのは、悪い状況が変わらないということです。ここ2～3年は、どの年も悪いので比較になりませんが、底まできている感じに思えます。		
雇用	東青	人材派遣	一部の業界では回復の兆しは見えるものの、景気悪化の影響から失業者が急増後、再就労できない方が多い。又、大卒、高卒者の就職率があまりにも悪い。		
	津軽	新聞社求人広告	マニフェスト通りの施策に打って出ることができない民主党政権への失望感が早くも見られ、個人消費が上向く情勢とはとても言えないことが、求人をはじめ広告売上のデータにも表れている。		

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	雇用	津軽	人材派遣	常用雇用の求人が非常に少ない。非常勤雇用は低位で安定している模様。
		県南	新聞社求人広告	政治に対しての不信や生活不安があるため。
やや悪くなっている	家計	東青	レストラン	年末は、ギリギリになってから動き出した。
			卸売業	デフレスパイラル
			美容院	単価の低いメニュー商品の売上げが多くなっている。
			住宅建設販売	住宅購入計画自体がものすごく慎重になっている。大きい買物への決断は今はなかなか出来ない。
			観光名所等	商品の需要の減少による結果です。
			タクシー	売上げ前年比のマイナスが続いています。景気の2番底がささやかれている今、みんな冬眠状態ではないでしょうか。
			都市型ホテル	宴会の入込が悪い。
	津軽		百貨店	インフルエンザの影響もあり、現状続いている消費意欲減に加え、外出を控えるなどにより、店舗への集客が少ない状況が見受けられる。
			卸売業	公共工事を含み全体的に発注工事が減少している。加えて自己破産、倒産が増加している為。
			スーパー	昨年、競合店一店舗閉鎖したことで客数は伸びているが、現状でも客単価、一品単価の前年90%が続く。年末・年始においても外食より家で食べる食材が売れた。
			旅行代理店	前年比で商品化できるりんごの量が約15～20%減で、値段も上っていない。
			一般飲食店	お正月、家族連れで来店したお客様が少ない（いつもは1～3日までは忙しい）。帰省客が少なく感じた（休みの関係があるかも知れないが）。
			観光名所等	「アルバイトや職員の募集をしていないか」の問い合わせが多くある。
	県南		コンビニ	下請け会社、従業員、以前より休日増えているように思われる。
			衣料専門店	新型インフルエンザの影響なのか、小さい子供さんのいらっしゃるお客様と学校の先生方が12月中来店されていない。店内が賑わう時は、割引きのあるときだけです。
			一般飲食店	現実に少しずつではあるが、下降ぎみになっている。とに角、明るいニュースが皆無である。
			美容院	買い控えと、外出控えと、購入単価が下がっている。
			一般小売店	昨年11月から12月、今年1年（正月）は、おそらく過去の売上データの中で最悪であった。
卸売業			歳末商戦に期待したが、特にお歳暮関係の商品の動きが悪く売上が減少。	

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	下北	スーパー	客数の減少。ギフトの売上不振。年末・年始の客数減、土産品の不振。
			スナック	昨年からさっぱり変わらず。
	企業	東青	食料品製造	みそ業界に関しては、マーケットが成熟化しているため競争激化が続いている。
			経営コンサルタント	年末需要の低迷、例年の盛り上りははない。
		津軽	飲料品製造	取引先からの聞取りにて、景気が上昇きみとは言えない。
			経営コンサルタント	3ヶ月前に比べて、悪いのがそれ以上にやや悪くなっている。売上が対前年同月比で減少している事業者が多い。
		県南	飲料品製造	日本酒の最盛期は12月であるが、市場も盛りあがらず、苦しい結果となった。おつかいものの動きも悪い。
			紙・パルプ製造	製品の出荷については、リーマンショック後1年以上を経過しても、尚、前年実績割れが継続している。
	下北	食料品製造	消費動向に陰りが見える為。	
	雇用	東青	新聞社求人広告	前年同期比でUターン希望者向け求人広告が大幅に減少。雇用状況は一向に改善が見られない。
			求人情報誌	景気悪化、先行不安の中、政権交代するも改善策もなく、さらに不安感が増している。
	悪くなっている	家計	東青	都市型ホテル
スーパー				買上点数が減っている。単価が下がっている。必要な物以外は買わない傾向が強くなっている。
コンビニ				今年の正月の売り上げは過去最低を記録しました。昨年長い正月休みと違って今年は短かったのが期待しましたが、悪夢の毎日でした。
一般飲食店				客数が減っている。「安いもの」しか、食べない。
商店街				年末から駅前再開発ビルの経営問題が連日のようにマスコミに取り上げられ、客足が滞りがちで、商店街全体にも波及しているようだ。
津軽		一般小売店	7～9月の3ヶ月はやや持ち直しの感があったが、10～12月でまた悪くなってきている。	
		ガソリンスタンド	中心市街地で営業しているが、売上げの減少が著しい。	
		コンビニ	客単価の下落傾向が止まらない。	
県南		観光名所等	B級品の品物ばかり売れました（御歳暮のシーズンでも）。年末の客入りがイマイチでした。	
		旅行代理店	今年度下期に入り売上も一段と落込み、大変厳しい状況になってきている。マスコミにも「巣籠り」なる言葉が登場してきており最も手ごわい相手となってきている。	

現状	分野	地区	業種	理由
悪くなっている	家計	県南	スナック	名前の知れた店舗の閉店が続くが開店の話は耳にしない。
			スーパー	殆どの企業がボーナスの支給減で更なる生活防衛意識が強くなっていると感じています。来店客数は増えているか、落ち込みは少ないが、客単価、平均単価は伸びずに落ちている。必要な物しか購入しない事を強く感じている。
		下北	一般小売店	一段と消費者の心理が悪化している様に思います。財布のヒモが更にかたくなりました。
			コンビニ	昨年の年末は開業してから最低の売上でした。天候もありましたが、お客様が来店しませんでした。
	企業	東青	建設	「コンクリートから人へ」
		津軽	広告・デザイン	見積り依頼件数等が増加していない。又、成立物件数も増えていない。
		県南	経営コンサルタント	デフレの状態が続いており、政策が無い上、社会全般に沈滞ムードが高まっている。

(2) 景気の先行き判断理由

先行き	分野	地区	業種	理由
やや良くなる	家計	東青	衣料専門店	報道から。世界景気は底を打ったと伝えられている。国内景気も多少ながら回復していくのでは。又、二転三転の政治にも馴れ、各企業の方向性も見えてきていると思う。
			住宅建設販売	住宅エコポイントの導入などのかけこみ需要に期待。
		津軽	レストラン	季節的なもの。何も読めない。一生懸命がんばるだけ。
		県南	商店街	新入学の時期なので、新政権の「高校無償化」や「子供手当」などが導入され、少し余裕が出来、消費に回るかもしれない。
			美容院	これ以上は下らないで、新政権の政策が少しずつ上向き方向へ引っ張ってくれる事を待っています。
			家電量販店	2月～3月は、デジタル商品（パソコン、液晶TV、ムービー、デジカメ、ブルーレイ・・・）が大きく春モデルに切替える時期、新入学、新生活商品の伸びが期待される。新しい政治に期待。
			住宅建設販売	住宅エコポイント等により購入意欲の後押しになれば。
		レストラン	マスコミでは色々と言われているが、元気で売れている企業はまだまだあるから。	
	下北	タクシー	大間原発の本格着工が始っており、関係者のタクシー利用が更に増えていくように思われます。	
	企業	津軽	経営コンサルタント	今年は弘前市の降雪量が多いので、それなりに資金が公共・民間問わず流れると思うから。
	雇用	東青	人材派遣	国や県が進める雇用創出助成金等の施策と企業努力に期待。
求人情報誌			新幹線開業に向け、良くなってほしいと願う。	
津軽		新聞社求人広告	東北新幹線全線開業の年度入りでもあり、一般市民の機運も徐々に盛り上がってきたという実感があり、これまで慎重な姿勢を続けてきたさまざまな業種で攻勢に転じるという期待が大きい。	
		人材派遣	今年に入って株価がとても順調に伸びている。このことが景気先行の安心感につながると思う。	
県南		新聞社求人広告	株価も若干上がり、景気が良くなってもらわないと困る。期待を込めて。	
変わらない	家計	東青	競輪場	変動要素が見当らず。
			スナック	変わらないという事は悪い状態。全く解りません。自分なりに努力して、そして、良くなるように期待しておりますが・・・
			都市型ホテル	悪い状態のまま横這いが続くと思われる。個人消費の落ち込みが続く。
			ガソリンスタンド	新幹線関連工事も終わり、談合問題の決着も控え、建設会社の皆さんは、先行、仕事がない、と心配している。

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	相変わらず、ブランド品は不振です。
			設計事務所	社会の動向に変化が見られず、このまま推移か。
			観光名所等	なかなか良くなる要素が見つかりません。
	津軽		設計事務所	地方に廻されている予算が削られているので変わらないのではと思う。
			住宅建設販売	新政権の政策で住宅建設の為の贈与税の控除の拡大、エコポイントの創設、フラット35の金利の引き下げ等、多少期待する向きもあるが、季節的要因を除けば変わらないと思う。
			商店街	一部の大企業は業績が上向いているところもあるが、地方では全く上向き感はない。新年からの当市は短期間の積雪量が多く、冬期間に景気の回復には至らないと思われる。
			家電量販店	売上数量は増加しても、まだ続く物価下落によりトータル売上額は変わらず、すなわち所得に変化みられず、消費にも変化はないと思う。
			スナック	あまり期待できそうにない。
			衣料専門店	農家の収入不足（リンゴ割安）。
			百貨店	各業種の低価格競争の激化がさまざまなメディアで報道され、それが地方に与える影響も大きいのではないかと。
			旅行代理店	デフレ傾向での経済状況がどうなるか。
			観光型ホテル・旅館	新政権の経済政策が具体的に動き始めるのが春以降と思われるので、それまでは、このままの状態が続くと思います。
			パチンコ	1. 売上が思う様にのびていない。 2. 来店客数も増えていない。
			タクシー	雇用情勢が悪いままで変わらないと思う。
			卸売業	政権交代により今後が不透明であり何とも言えない。
			一般飲食店	私自身も必要な物しか買わないし（特に衣料）、お客様のお買物荷物が少ない。貸店舗が何ヶ月もそのままの状態である。
			県南	
	一般小売店	新政権の実態が明らかになって行く度に、やはりこの程度であったかという軽いあきらめムードが漂っている。		
	衣料専門店	政局が安定してない中、3ヶ月先の景気が良くなるように思えない。		
	設計事務所	政府の政策が見えて来ない。		
	卸売業	年度末に向けて雇用対策や景気対策がとられると思うが、すぐには効果が出ないと思う。		

先行き	分野	地区	業種	理由	
変わらない	家計	県南	スーパー	景気に影響する様な政策がない為。	
			コンビニ	「1月から仕事がない」という建設関係のお客様がいらっしやいました。	
			百貨店	生活歳時、新入学や異動マーケットなどのシーズンで、一部消費の喚起あるものの、子供手当などの施策の効果と今後の見通し含め、不透明な部分ある為。	
		下北	都市型ホテル	良くなる要素が見あたらない。楽観的に見ても変わらないと思う。	
			スナック	先が見えないのでサイフのひもが固くなっている。	
			レストラン	良くなる傾向がみえない。	
			ガソリンスタンド	明るくなる要素がまるでと言っていいほど無い。	
			一般飲食店	まったくわからないのです。まるまる52年間も頑張ってきたんですけども、こんなに先の見えないことは初めてです。生きているうちに、何とかよくなる様祈るのみです。	
		企業	東青	広告・デザイン	新幹線開業に向け気運が高まると思われるが、事業仕分け、子供手当での県負担等マイナス要因もあり、変わらないと思われる。
				津軽	広告・デザイン
	津軽		食料品製造	政党が変わっても、景気の刺激策が全くない。景気は冷えこむばかりである。	
			電気機械製造	2番底があるかもしれないという情報もありますが、現状は受注が落ちていないためどうなるか不明です。	
県南			電気機械製造	製造業では少し量がまとまると中国生産に移行してしまうので、日本国内で継続的に仕事が増えていく状況にない、とはお客様から聞かれる話。特殊品ばかりでは量がまとまらず金額増につながらない。	
	紙・パルプ製造		輸出産業に顕著な回復が見られないため。		
	飲料品製造		盛り上がりたいという気持ちはあるが、実際の消費の面からいうと、期待できない。明るい話題がない。		
	食料品製造		日本経済全体としては輸出及び製造業中心に緩やかな回復を数値的に示しているが、政治的不透明感がそれを減殺しているから。		
下北	食料品製造	これ以上悪くならないで、という願望も込めて。特に冬期間は天候にも左右されるので、先が読めない。			
やや悪くなる	家計	東青	スーパー	良くなるという材料がない。	
			旅行代理店	社会全体が、不景気、デフレのニュース、話題ばかりで、気分的に買い控え傾向にある。	
			一般飲食店	？	

先行き	分野	地区	業種	理由
やや悪くなる	家計	東青	百貨店	個人消費そのものにスポットを当ててみると、消費に充てる支出が減じることは充分予測できるが（デフレ、所得減、支出カテゴリー）、増える要因が見えない。
			レストラン	毎年の事だが、年末がいいと、年明けはいまいち。今年は、去年よりも景気が悪いと思う人が多いという！！
			美容院	不景気のニュースばかりで失望感さえ感じている人が多い。
			卸売業	デフレスパイラル。
			商店街	長引く不況で、生活防衛として、より低価格志向となっており、大手スーパーと違い苦戦を強いられそうだ。
	津軽	都市型ホテル	都市型ホテル	大型のコンベンションが少ない。宴会の予約が鈍い。
			観光名所等	今冬期は、厳しい。
	県南	観光型ホテル・旅館	観光型ホテル・旅館	デフレを口にする声が日常及びマスコミにもあふれており、実情以上に心理的にマイナスに働いていると思われる。
			一般飲食店	継続下降と判断せざるえない。政局の不安定さが国民に不安を増幅させ、その結果消費低迷にしている様に感ずる。
			観光名所等	毎年ですが、このシーズン雪が降ると、お客様は来なくなります。
			ガソリンスタンド	誰と話しても良い情報は無い。
			旅行代理店	新型インフルエンザの本格的な流行の影響は予想したほどではなかったが、新政権による予算組み替えや景気対策予算の執行遅れにより、二番底への突入も心配である。
			スナック	物がなんでも高くなって飲みに来る人が少ない。
	下北	スーパー	単価のダウン傾向が続く。	
	企業	東青	経営コンサルタント	政権交代により公共工事の減少懸念。青森市の建設業者の苦境予想。雇用情勢の見通し難。所得環境の悪化から節約志向の高まり。
			津軽	飲料品製造
		県南	広告・デザイン	この時期は、毎年の様に売上げが厳しい時期でもあり、さらにこの景気では期待もできません。お客様からも「仕事がないよ」と言われています。
			建設	昨年上期の公共工事前倒し発注効果も薄れるであろうし、緊急融資による一時的資金緩和もそろそろ効果が消えるとともに、公共工事の大幅なダウンが確定的であることから。
経営コンサルタント			良くなる理由が無い。今のままでは日本が沈没する。	
雇用	東青	新聞社求人広告	新卒者向け求人広告に動きがない。臨時雇用も低迷。	

先行き	分野	地区	業種	理由	
悪くなる	家計	東青	タクシー	やっと耐えている会社が淘汰されていかない事には、完全な上向きにはならないように思える。	
			コンビニ	良くなる理由をみつけられません。とにかく景気対策の手法が今のままでいいの不安です。手当を支給するだけで本当にいいのでしょうか。毎日不安の連続です。	
			パチンコ	今は年末年始の一時的な消費でもっているが、来年度予算が執行され動きが見込まれる6月～7月ごろまで期待できない。	
		津軽	一般小売店	12月が余りよくなかったうえに1月に入ってから非常に売上げが厳しい。	
			ガソリンスタンド	適正価格では物が売れなく、利益がますますとれなくなって、デフレの様だ。	
			コンビニ	雇用情勢の悪化。	
		県南	タクシー	仕事の端境期になるので、みなさん相当頭をかかえている。	
			下北	コンビニ	1月始まったばかりですが、お客様の単価がどんどん悪くなっています。
				一般小売店	新政権に期待してましたが、政策が定まらず、景気を好転させる様な材料が見当りません。公共事業も増える事は無さそうですし・・・
	企業	東青	食料品製造	県内のどの業種・業界に関しても景気が上向くという話は聞かない。内需も外需も拡大策なく雇用停滞、デフレ進行でさらなる景気低下の懸念あり。	
建設			「コンクリートから人へ」		

5. 参考

(参考1) 景気の現状判断

① D I

n = 99

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
合 計	8.0	11.7	15.8	20.5	17.2
家計関連	8.7	13.4	17.3	21.3	18.6
小売	5.0	12.5	19.2	18.3	12.9
飲食	10.4	18.8	14.6	25.0	27.1
サービス	10.2	12.0	16.7	21.3	19.4
住宅	16.7	12.5	16.7	29.2	25.0
企業関連	6.9	6.9	11.1	15.3	9.7
雇用関連	3.6	7.1	10.7	25.0	21.4

② 回答別構成比 (%)

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
良い	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良い	0.0	2.0	2.0	1.0	2.0
どちらとも言えない	4.0	6.1	12.0	18.0	15.2
やや悪い	24.0	28.6	33.0	43.0	32.3
悪い	72.0	63.3	53.0	38.0	50.5

③ 地区別 D I

	平成21年 1月	平成21年 4月	平成21年 7月	平成21年 10月	平成22年 1月
合 計	8.0	11.7	15.8	20.5	17.2
東青	4.2	8.3	15.0	19.2	14.2
津軽	8.3	12.5	15.8	20.0	22.5
県南	12.5	12.5	18.3	22.5	12.9
下北	5.0	17.5	10.0	20.0	22.5

(参考2) その他自由意見

分野	地区	業種	自由意見
家計	東青	コンビニ	損保の会社がまた一社、郊外の方へ引越すそうです。店の周りは空きビルが多く、働く人の減少に歯止めがかかりません。青森の未来図と大手企業の未来図に、かなりの差がある様な気がします。
		衣料専門店	モノ、コトの見方を変えた方がいいと考えている。「率」「高」尺度で考えると9掛け、8掛け、数年でゼロになる。物あまり、供給過多の現代で売上げ増を汲々としてはいけない。「楽しいこと」「嬉しいこと」=【幸せ】の個数をサービスする。売上は「幸せ」の後についてくる。1月、中心商店街では、「まちなかキラキラ」大作戦を実施、街中笑顔でイッパイにする。
		家電量販店	商品単価が下がっているため、数量では前年を確保しても金額では、前年割れとなる。
		一般飲食店	？
		レストラン	年末は、本当にギリギリに動く。東京なんかと比べるといいほうだったのかな？今年も、新幹線も開通、いい年であってほしい。
		旅行代理店	花屋さんの友人によれば、例年より花が売れなくなった。また、小売りもスーパーに取られて大変だ。
		タクシー	年が明けてもあまりいいニュースはない中で、今年12月開業の新幹線が、青森にとって景気回復のキッカケになってくれれば。
		美容院	「仕事があればいい」などの声を聞くとさびしい感じがする。
	津軽	一般小売店	60年商売に携わってきた方が、こんな正月は経験したことがない（悪い）と言っていました。
		観光型ホテル・旅館	年末年始ということもあり、人出は多く感じられたが、必要最低限のもの以外は購入していない印象を受けた。車にしめ縄をつけている台数が今年はかなり少なかった気がする。
		都市型ホテル	12月の企画商品のホームパーティ用のテイクアウト、おせち等の自宅で消費するデリバリー商品が大巾に伸びた。
		観光名所等	緊急雇用対策や雇用再生特別対策などで雇用されている人が多くみられる。
		旅行代理店	22年度の国の予算が実行されて、どの程度好影響がでるか、関心をもって見よう見まかせ。
		ガソリンスタンド	政府、日銀であんなにも金を出しているのに、なんで地方の金融機関は渋いのか？
	設計事務所	マニフェストで掲げた政策を実行して欲しい。	
	住宅建設販売	「どこ」がこうだから、「あそこ」がこうだから、数字的にこうだから、データ上こうだから、それも重要ですが、空気が良くなる訳がないと充滿している。これも大きな判断材料。	

分野	地区	業種	自由意見	
家計	県南	衣料専門店	低価格志向が強くなっているようですが、本当にしっかり手をかけ良い物には、一定のお金を出して下さって当然と思っている人達もいることを信じたい。あまりにも安過ぎる裏には、商品になる過程で苦しんでいる人や泣いている人々がいるかもしれません。小さな店舗はなくなり、大型店だけが残ってしまいます。	
		一般小売店	円高のピークは越えた感が有り（90円台）、一安心のようだが、どの業種もデフレの流れは強くなるばかりだ。	
		一般飲食店	中央資本の店が増える傾向が有り、原材料や利益など地元には反映が少なく、吸い上げられるのみであり、結果、地元には豊かになるとは思えない。	
		スナック	良くも悪くも急に変わらない。	
		観光名所等	私もそうですが、みんな、買い控えをしているようです。	
		タクシー	これからの増税に対する不安を隠し切れない。世の中の末端迄行き渡る仕事が欲しい！	
		美容院	少子化が進み、街中に活気が無いので、長期ビジョンで出生率を高める事を真剣に実動して行かねばならない。	
	下北	スーパー	高校新卒のパートナー社員としての採用予定。	
		一般飲食店	今年は、まだまだ、これからも頑張るつもりです。	
		タクシー	下北はどの業界も原発頼みだと思えます。今年から東京電力も着工とか聞いています。期待するところです。	
		ガソリンスタンド	予想外の寒冬で、灯油の需要が増え、価格が上昇するのではないかと危惧している。	
	企業	東青	食料品製造	県としての景気回復ビジョン発信。
			建設	2010年～2011年にかけては、青森市内の建設業者にとって非常に厳しい年となる。
		津軽	食料品製造	ある程度の公共事業をやらないと雇用も生まれないし、お金が動かないと経済が発展しないのでは？
電気機械製造			台湾、中国の電気部品メーカーの台頭が急速で、日本と同レベルの品質の物を作れるようになってきているため、価格競争について行けなくなっています。	
建設			政権交代が行なわれてから早4ヶ月近くたったが、なかなか景気がよくなったと聞こえてこない。予算配分、子ども手当等、実際実行出来るのだろうか。青森市に新幹線が来る迄あと1年を切った。津軽に良い景気の風が吹く事を祈っています。	
広告・デザイン			毎日のテレビのニュースでは政治家のお金の事ばかり、国民が期待し、元気になる景気浮揚政策は特になし。まったく頼りにならない。視聴率ばかり気にしてるメディアも・・・	
県南		食料品製造	全国的に沈滞ムードの中で新幹線の話があるだけ、青森県は恵まれているかもしれない。	

分野	地区	業種	自由意見
企業	県南	電気機械製造	雇用調整給付や、低利融資など一時的な景気悪化に対する制度が始められて1年経つが、そろそろ終了してはどうだろうか。今年もそのような制度に頼らなければ存続できない企業はそもそも役目を終えたのであり、将来へ借金を残すのは最小限に抑えるべきと考える。
		経営コンサルタント	経済は人が動き、金が動き、そして物が動く事によって活性化する。政策などで将来への希望を持たせるリーダーシップが必要。
		広告・デザイン	今はどこの企業でも資金繰りが大変だと聞いていますが、それに対する県側の対策はないのでしょうか？仕事の予定があるにもかかわらず、資金繰りが原因で受注できない状況は、多いようです。