

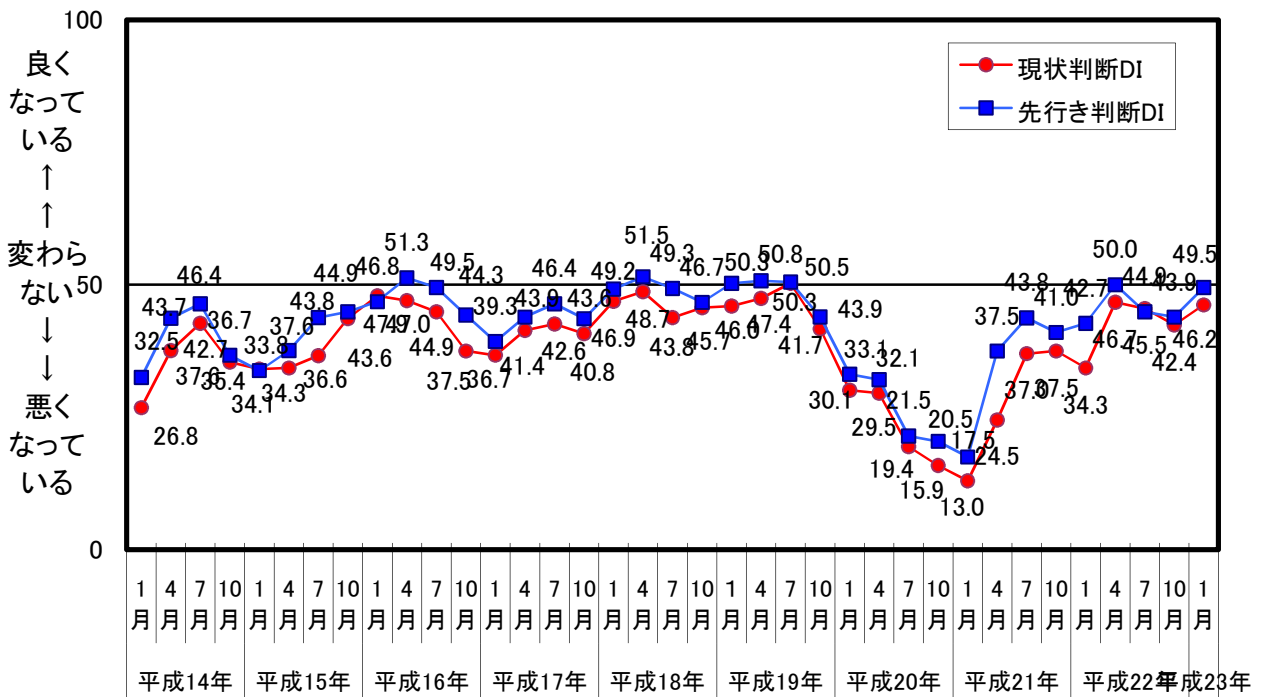
# 青森県景気ウォッチャー調査 (平成23年1月期)

調査期間 平成23年1月4日～1月17日 回答率99%

**概 況**

1月期は、景気の現状判断DIは14期連続、先行き判断DIは3期連続で、横ばいを示す50を下回っているものの、ともに前期を上回った。

景気現状判断DI・先行き判断DIの推移



平成23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. DI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、DI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、「やや良くなっている」が7.1ポイント増加、「悪くなっている」が3.0ポイント減少したことにより、全体では3.8ポイント上昇の46.2となり、景気の横ばいを示す50を14期連続で下回った。

判断理由をみると、悪い状況が変わらない、原油高や天候不順のための食料高が厳しいという声があった。一方で、買い物客のモチベーションの上昇を感じた、新幹線開業効果があったという声もあった。

#### ② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で3.4ポイント増加、企業関連で5.6ポイント増加、雇用関連で3.5ポイント増加した。

#### ③ 地区別の動向

前期調査と比べて、全地区でポイントが増加し、東青地区では、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

前期調査と比べると、「やや良くなる」が5.0ポイント、「変わらない」が5.1ポイント増加し、「悪くなる」が10.1ポイント減少したことにより、全体では5.6ポイント上昇の49.5となり、景気の横ばいを示す50を3期連続で下回った。

判断理由をみると、政局不安で消費者が安心してお金を使えない、景気が良くなる材料がないという声があった。一方で、春からの観光シーズンに新幹線効果を期待する、地元の人の気分も上向くのではないかという声もあった。

#### ② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で6.1ポイント増加、企業関連で6.9ポイント増加、雇用関連で3.6ポイント減少した。

#### ③ 地区別の動向

前期調査と比べて、東青地区でポイントが減少し、津軽、県南、下北地区でポイントが増加した。東青地区では、景気の横ばいを示す50となり、津軽地区では、50を上回った。

## 2. 県全体の動向

### (1) 3か月前と比べた景気の現状判断

#### ①D I

n=99

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>34.3</b>	<b>46.7</b>	<b>45.5</b>	<b>42.4</b>	<b>46.2</b>	3.8
家計関連	34.1	45.9	43.6	42.9	46.3	3.4
小売	30.2	42.5	40.5	40.8	45.0	4.2
飲食	37.5	40.0	31.3	37.5	41.7	4.2
サービス	34.3	50.0	47.2	46.2	51.0	4.8
住宅	45.8	54.2	66.7	50.0	41.7	▲ 8.3
企業関連	31.9	45.8	50.0	36.1	41.7	5.6
雇用関連	42.9	57.1	53.6	53.6	57.1	3.5

#### ②回答別構成比 (%)

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
良くなっている	1.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	5.1	18.4	17.2	8.1	15.2	7.1
変わらない	43.4	51.0	57.6	61.6	59.6	▲ 2.0
やや悪くなっている	31.3	21.4	15.2	22.2	20.2	▲ 2.0
悪くなっている	19.2	7.1	10.1	8.1	5.1	▲ 3.0

### (2) 3か月後の景気の先行き判断

#### ①D I

n=99

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>42.7</b>	<b>50.0</b>	<b>44.9</b>	<b>43.9</b>	<b>49.5</b>	5.6
家計関連	41.6	48.6	41.6	42.2	48.3	6.1
小売	39.7	44.2	32.8	33.3	46.7	13.4
飲食	45.8	50.0	37.5	41.7	43.8	2.1
サービス	38.0	52.8	50.9	52.9	51.9	▲ 1.0
住宅	58.3	50.0	50.0	41.7	50.0	8.3
企業関連	38.9	47.2	51.4	43.1	50.0	6.9
雇用関連	64.3	71.4	64.3	64.3	60.7	▲ 3.6

#### ②回答別構成比 (%)

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
良くなる	0.0	2.0	0.0	2.0	1.0	▲ 1.0
やや良くなる	16.2	22.4	19.2	19.2	24.2	5.0
変わらない	49.5	54.1	51.5	44.4	49.5	5.1
やや悪くなる	23.2	16.3	19.2	21.2	22.2	1.0
悪くなる	11.1	5.1	10.1	13.1	3.0	▲ 10.1

### 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>

###### ①D I

n=29

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>29.2</b>	<b>43.3</b>	<b>42.5</b>	<b>44.2</b>	<b>53.4</b>	9.2
家計関連	29.3	41.3	41.3	43.5	51.1	7.6
小売	33.3	22.2	33.3	38.9	55.6	16.7
飲食	25.0	58.3	33.3	41.7	50.0	8.3
サービス	25.0	52.8	44.4	47.2	46.9	▲ 0.3
住宅	37.5	50.0	75.0	50.0	50.0	0.0
企業関連	25.0	56.3	50.0	37.5	62.5	25.0
雇用関連	33.3	41.7	41.7	58.3	58.3	0.0

###### ②回答別構成比 (%)

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
良くなっている	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	3.3	13.3	10.0	6.7	20.7	14.0
変わらない	36.7	50.0	60.0	63.3	72.4	9.1
やや悪くなっている	33.3	20.0	20.0	30.0	6.9	▲ 23.1
悪くなっている	26.7	13.3	10.0	0.0	0.0	0.0

##### <津軽地区>

###### ①D I

n=30

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>37.5</b>	<b>47.4</b>	<b>45.7</b>	<b>42.2</b>	<b>42.5</b>	0.3
家計関連	38.6	47.6	44.0	44.0	43.2	▲ 0.8
小売	30.6	44.4	50.0	38.9	33.3	▲ 5.6
飲食	58.3	50.0	16.7	50.0	50.0	0.0
サービス	37.5	46.9	43.8	46.4	56.3	9.9
住宅	50.0	62.5	62.5	50.0	25.0	▲ 25.0
企業関連	29.2	41.7	50.0	33.3	33.3	0.0
雇用関連	50.0	62.5	50.0	50.0	62.5	12.5

###### ②回答別構成比 (%)

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
良くなっている	3.3	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	3.3	17.2	24.1	13.8	16.7	2.9
変わらない	46.7	48.3	51.7	55.2	46.7	▲ 8.5
やや悪くなっている	33.3	27.6	6.9	17.2	26.7	9.5
悪くなっている	13.3	3.4	17.2	13.8	10.0	▲ 3.8

< 県南地区 >

① D I

n=30

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>36.2</b>	<b>49.2</b>	<b>50.0</b>	<b>42.5</b>	<b>44.2</b>	1.7
家計関連	33.8	48.8	47.6	42.9	46.4	3.5
小売	34.4	58.3	44.4	38.9	47.2	8.3
飲食	25.0	16.7	33.3	33.3	33.3	0.0
サービス	32.1	50.0	53.6	50.0	50.0	0.0
住宅	50.0	50.0	62.5	50.0	50.0	0.0
企業関連	39.3	42.9	50.0	39.3	35.7	▲ 3.6
雇用関連	50.0	75.0	75.0	50.0	50.0	0.0

② 回答別構成比 (%)

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1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	6.9	26.7	23.3	3.3	13.3	10.0
変わらない	48.3	50.0	56.7	70.0	56.7	▲ 13.3
やや悪くなっている	27.6	16.7	16.7	20.0	23.3	3.3
悪くなっている	17.2	6.7	3.3	6.7	6.7	0.0

< 下北地区 > (参考)

① D I

n=10

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>35.0</b>	<b>47.2</b>	<b>40.0</b>	<b>37.5</b>	<b>42.5</b>	5.0
家計関連	36.1	46.9	38.9	38.9	41.7	2.8
小売	8.3	50.0	25.0	58.3	41.7	▲ 16.6
飲食	41.7	37.5	41.7	25.0	33.3	8.3
サービス	58.3	50.0	50.0	33.3	50.0	16.7
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	25.0	50.0	50.0	25.0	50.0	25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

② 回答別構成比 (%)

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1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	10.0	11.1	0.0	10.0	0.0	▲ 10.0
変わらない	40.0	66.7	70.0	50.0	70.0	20.0
やや悪くなっている	30.0	22.2	20.0	20.0	30.0	10.0
悪くなっている	20.0	0.0	10.0	20.0	0.0	▲ 20.0

(2) 3か月後の景気の先行き判断

<東青地区>

①D I

n=29

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>36.7</b>	<b>47.5</b>	<b>42.5</b>	<b>52.5</b>	<b>50.0</b>	<b>▲ 2.5</b>
家計関連	37.0	45.7	38.0	51.1	47.7	▲ 3.4
小売	36.1	38.9	27.8	36.1	41.7	5.6
飲食	33.3	58.3	33.3	66.7	50.0	▲ 16.7
サービス	33.3	47.2	50.0	63.9	53.1	▲ 10.8
住宅	62.5	50.0	37.5	37.5	50.0	12.5
企業関連	18.8	43.8	56.3	56.3	56.3	0.0
雇用関連	58.3	66.7	58.3	58.3	58.3	0.0

②回答別構成比 (%)

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
良くなる	0.0	3.3	0.0	6.7	0.0	▲ 6.7
やや良くなる	13.3	16.7	20.0	33.3	24.1	▲ 9.2
変わらない	36.7	53.3	40.0	33.3	51.7	18.4
やや悪くなる	33.3	20.0	30.0	16.7	24.1	7.4
悪くなる	16.7	6.7	10.0	10.0	0.0	▲ 10.0

<津軽地区>

①D I

n=30

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>46.7</b>	<b>50.0</b>	<b>44.0</b>	<b>39.7</b>	<b>52.5</b>	12.8
家計関連	43.2	47.6	41.7	38.1	48.9	10.8
小売	38.9	38.9	40.6	30.6	47.2	16.6
飲食	58.3	50.0	33.3	50.0	50.0	0.0
サービス	40.6	56.3	43.8	42.9	53.1	10.2
住宅	50.0	50.0	50.0	37.5	37.5	0.0
企業関連	50.0	50.0	45.8	37.5	58.3	20.8
雇用関連	75.0	75.0	62.5	62.5	75.0	12.5

②回答別構成比 (%)

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
良くなる	0.0	3.4	0.0	0.0	3.3	3.3
やや良くなる	16.7	20.7	13.8	13.8	33.3	19.5
変わらない	63.3	51.7	62.1	48.3	40.0	▲ 8.3
やや悪くなる	10.0	20.7	10.3	20.7	16.7	▲ 4.0
悪くなる	10.0	3.4	13.8	17.2	6.7	▲ 10.5

< 県南地区 >

① D I

n=30

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>45.7</b>	<b>51.7</b>	<b>50.0</b>	<b>42.5</b>	<b>46.7</b>	4.2
家計関連	46.3	52.4	46.4	41.7	48.8	7.1
小売	56.3	55.6	36.1	30.6	50.0	19.4
飲食	41.7	41.7	41.7	33.3	33.3	0.0
サービス	32.1	53.6	57.1	57.1	50.0	▲ 7.1
住宅	62.5	50.0	62.5	50.0	62.5	12.5
企業関連	39.3	42.9	53.6	35.7	39.3	3.6
雇用関連	62.5	75.0	75.0	75.0	50.0	▲ 25.0

② 回答別構成比 (%)

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
良くなる	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	20.7	26.7	26.7	13.3	20.0	6.7
変わらない	44.8	56.7	50.0	53.3	50.0	▲ 3.3
やや悪くなる	31.0	13.3	20.0	23.3	26.7	3.4
悪くなる	3.4	3.3	3.3	10.0	3.3	▲ 6.7

< 下北地区 > (参考)

① D I

n=10

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>40.0</b>	<b>52.8</b>	<b>40.0</b>	<b>35.0</b>	<b>47.5</b>	12.5
家計関連	38.9	50.0	38.9	30.6	47.2	16.6
小売	8.3	41.7	16.7	41.7	50.0	8.3
飲食	50.0	50.0	41.7	16.7	41.7	25.0
サービス	58.3	58.3	58.3	33.3	50.0	16.7
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	50.0	75.0	50.0	75.0	50.0	▲ 25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

② 回答別構成比 (%)

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
良くなる	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	10.0	33.3	10.0	10.0	10.0	0.0
変わらない	60.0	55.6	60.0	40.0	70.0	30.0
やや悪くなる	10.0	0.0	10.0	30.0	20.0	▲ 10.0
悪くなる	20.0	11.1	20.0	20.0	0.0	▲ 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
やや良くなっている	家計	東青	観光名所等	観光業として、新青森駅開業は非常に大きい。例年の数倍の予約が入っている。(例年が非常に少ないので何とも言えないが)
			家電量販店	弊社、同業他社の月次業績の動向からみて。
			衣料専門店	単に8, 9月期の夏物バーゲン後半期から見ると、秋冬物最盛期で少し売上が増えたという事で特段景気が上向きと言う事ではない。
		津軽	旅行代理店	新幹線開業に伴い本地域に団体ばかりでなく、個人、グループの観光客が流れてきている。りんごの価格が高めに推移しているのも好材料。
			百貨店	クリスマス商戦は苦戦したものの、秋頃から売上数値は伸びている。客数は昨年と変わらないが、客単価がアップしており、特にモチベーションにおいてその傾向が見られる。
			美容院	買い物客を見て、そう思いました。
			観光型ホテル・旅館	スキーの大会が開催されるので、客室の稼働率が上がっています。
		県南	旅行代理店	長い間続いてきた売上減少に歯止めがかかってきたような気もしている。円高の影響もあるのか海外の企画募集も比較的良好な状況である。
			一般小売店	特に11月は家電のエコポイントとエコカー減税の駆け込みでその他の物販はおそらく、かなり厳しかったようだ。徐々に時間をかけて良くなるような気がしている。
	コンビニ		たばこ増税による値上がりにより、売上高は前期より高くなっている。	
	企業	東青	広告・デザイン	新幹線開業による観光客増が観光事業者に良い影響をもたらしている。
			建設	自社はあまり良くないが、一部の会社は忙しくて人が足りなくなったようである。
	雇用	東青	人材派遣	求人数は全体的に増加の傾向にあるが、地域の差は未だ大きい。
津軽		新聞社求人広告	求人に関しては依然低迷したままだが、製造業・卸・小売業で「この機に何かを…」という機運が出始めた。	
変わらない	家計	東青	旅行代理店	旅行の収益はとても良いが、新聞業は厳しい。
			百貨店	天候、新型インフルエンザ騒動、新幹線新駅開業等、外部環境要因に今年と昨年とでは違いはあるものの底流にある景気の動向には、ほぼ変化は感じられません。
			都市型ホテル	利用客数では伸びがあるものの低価格志向により利用単価が減少している。

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	東青	設計事務所	低迷状態が当り前になりじっとガマンしているのが感じます。
			商店街	12月の新幹線全線開業記念セールなどを行ったが思ったほどの景気刺激には至らなかったようだ。
			住宅建設販売	住宅売約数横バイの為変わらない。しかし売上高は減少傾向である。
			競輪場	入場者（常連客）、売り上げ買い細く横バイ状態。
			レストラン	悪いといいながらも、去年並みだったらいいのかな？
			タクシー	売上げは、ここ数ヶ月、昨年と変わりません。この辺が底であって欲しいですが。
			スナック	変らないという事は悪い状態です。だけど、12月はやはりちょっと忙しかったですが、これから先は不安です。
			スーパー	売上が前年並みに推移している。
			コンビニ	政治が不安定で何がどうなるのか、全く見当つきません。もう少し、政治家の皆さん、国民の方をみてほしいと思います。
	津軽		都市型ホテル	受注量はやや増加傾向だが、単価が下がっている。
			観光名所等	年末、大雪による高速道路通行止、飛行機の欠航などが、正月の出足に支障、思ったより良くなかった。
			卸売業	今後の経済状態が不透明であり予測が出来ない。
			一般飲食店	バーゲンなど行なっても苦戦している。
			スナック	状況が変わらない。
			ガソリンスタンド	新幹線青森開通にあわせ、本地区のグルメガイド作成のため、店舗、ビルテナントを回ったが、テナントの2F以上はほとんど空家状態。本地域の歓楽街も末期状態です。
	県南		百貨店	お客様の買物行動に大きな変化が見られない。
			設計事務所	国会は党略、内紛は景気対策審議後にしてもらいたい。国会の審議遅れの為、景気が良くならない。
			乗用車販売	初売時の来客数が昨年と比較しても少なかった。
			住宅建設販売	年がかわると1月は不動産が動くのだが、今年は天気の影響か、あまり動かない。
			観光名所等	雪道で、気温が低いと、どうしても、お客が来ません。

現状	分野	地区	業種	理由			
変わらない	家計	県南	観光型ホテル・旅館	昨年同時期と比較して大きな業績変化がないため。			
			卸売業	12月商戦に期待したが、景気低迷による消費が鈍く、売上を確保することに苦労した。			
			一般飲食店	良い月、悪い月が有り先行きの判断がつかめないのが現状なので。			
			衣料専門店	客数が伸びず、なかなか客単価もあがらず苦戦しています。			
			タクシー	市内を見て歩いても、空洞化現象が起きていて、活気が感じられない。			
		下北	都市型ホテル	婚礼、宴会の規模が小さくなって来ている。			
			一般飲食店	新幹線開業でよくなると思っていましたが相変わらずです。			
			タクシー	一次産業の落ち込み、全体の足を引っ張っていると思われます。			
			コンビニ	建設業者から聞くと、原発関係の仕事が3月までであるという話です。			
			ガソリンスタンド	依然として情勢が変わっていない。リサイクル中間貯蔵の工事で一部の業者だけは良いようだが、全体からすると良くも悪くもなっていない様子です。			
やや悪くなっている	家計	東青	美容院	来店サイクルが一段と悪くなっている。			
			企業	東青	経営コンサルタント	自動車、家電に活況が見られたものの年末ボーナスの低調などから必要な物しか買わなくなった。	
					津軽	広告・デザイン	悪い状況のままで変わらない。建設関連物件が全く増えていない。
						経営コンサルタント	新幹線が開業したが、個人商店や高額商品の売上が振わない。
				県南	電気機械製造	営業回りに来る業者の言葉や様子は数ヶ月前とあまり変わらず良いという話も悪いという話も聞かれない。	
					広告・デザイン	新幹線も開業し、地域にとって違いはあるとしても、本地域に関して言えば、具体的な影響を感じられない。また新年明けての今月～来月に至っては、仕事が厳しく、乗り切ることだけを考えている状況。	
					経営コンサルタント	変化する要因が無い。政治の無策、地域格差。	
					飲料品製造	年末年始にかけて、盛り上がりもなく推移、明るい話題も少なく感じた。	
				下北	食料品製造	12月年末近くの消費動向が悪かった。春迄は、このままの様な感じがする。	
				雇用	東青	新聞社求人広告	県外の季節従業員雇用の求人広告、県内の求人広告（Uターン含む）とも、年末年始の申し込みは良くなかった。雇用状況は依然、厳しいと言わざるを得ない。

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	津軽	設計事務所	官公庁の仕事頼みの方が多いなか、官公庁からの仕事量が少なすぎで、私のお客の中にもすべて受注できていない。
			商店街	商店街の来街者数の増加傾向が見受けられない事から売上面においても反映されている。
			住宅建設販売	冬期間という季節的要因が大である。
			タクシー	新年を迎えたが、景気回復の気配が全く感じられず、むしろ財布のヒモが堅くなってきている感じがする。
	県南		美容院	来店頻度が極端に悪くなっている。かなり我慢してから来てるように感じます。
			レストラン	来客数が減っている。
			スナック	夜人通りが少ない。
			スーパー	県内の人口が減少傾向。住宅の着工戸数も増えていない。企業の設備投資意欲も減退傾向が続いている。
	下北		一般小売店	冬期間になり、灯油代等の出費のせいか、再び買い控えの傾向になった様に思います。
			レストラン	各社ボーナスの減少などが聞こえて来る。
			スナック	人出が少ない。
	企業	津軽	電気機械製造	エコカー補助金の終了とエコポイントの削減の影響で受注が減少しているから。
			食料品製造	原油がジワジワと上がってきておりその他の玉子、食用油等も少しずつ上がってきている。
			飲料品製造	一時的だと思うがガソリンの高騰。
県南			食料品製造	原材料高、製品単価横バイ傾向になっているから。
			紙・パルプ製造	厳冬や天候不順で年末年始も人出が少なかった感じがします。
雇用		県南	新聞社求人広告	年末までの家電エコポイント等が終わったため、若干、消費が低迷している気がする。
悪くなっている	家計	津軽	家電量販店	エコポイント等の国策の縮小。
			一般小売店	7月～9月の3ヶ月が前年比100.8%だったのが10～12月の前年比が92.6%と落ちこんだため。
	県南		家電量販店	店の売上、来店客数など。下見のお客が多い。
			企業	県南

(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	一般小売店	新幹線開業により良くなって欲しいと願っているため。
やや良くなる	家計	東青	都市型ホテル	冬期間は季節的な要因もあり目立った動きがないが、新幹線効果があるのは春先からではないか。
			家電量販店	弊社の業績見通し、参考としている調査期間からのデータによる。
			観光名所等	やはり新幹線効果で青森へいらっしやっただくお客様が増える事を期待。
			一般飲食店	新幹線開業。
	津軽		美容院	新幹線で、本地域までの景気も良くなっていくはずなので、たくさんの方は活気になっていくので、楽しみ。
			百貨店	ここ三ヶ月の状況を踏まえた上で、希望も込めてそう考えます。
			旅行代理店	新幹線効果、りんごの高値の状況は持続性がある。
			タクシー	新幹線効果が少しずつ出始め、県外の観光客が少しでも目につけば、地元の方の気分も上向きに変ってくるものと期待します。
	県南		住宅建設販売	春になるため動きが出てくるのではないかと？県外からの出店の話を多少聞くようになった。
			一般小売店	地デジ対応のテレビという事で11月12月は家電は特需があった訳ですが、特に高齢者の家庭で7月の駆け込みがまだまだ見込まれ、つられてその他の物販にも良い影響が???
			コンビニ	たばこ値上がりにより客単価増が見込まれる。
			旅行代理店	新年度政府予算と関連法案が成立すれば、経済状況がいくらか上向いてないかと期待している。
	下北		コンビニ	原発関係の仕事が増えるだろうと言う希望的観測からです。
	企業	東青		広告・デザイン
建設				外部から「良い注目」を集めている、商人ならこれを商機と思わない手はないでしょう。
津軽			経営コンサルタント	3月になれば「はやぶさ」が運行され、仙台、東京方面から観光客も青森県に来るし、こちらからも行き、人の流れが例年以上に増えると考えられる。
			食料品製造	新幹線効果を期待したい。

先行き	分野	地区	業種	理由
やや良くなる	企業	津軽	電気機械製造	大方の予想では1、2月は低調で3月から回復に向かうとなっています。特にスマートフォンに関する部品の受注増を予想しています。
		県南	経営コンサルタント	希望的観測、願望。
	雇用	東青	人材派遣	来年度からの緊急雇用対策への期待感はあるが、長期雇用につながる対策を期待する。
		津軽	新聞社求人広告	新幹線開業効果に加え、弘前城築城400年祭のイベントが本格化する。行政に頼り切りではない民間や各種団体の動きも活発化しており、確実な盛り上がりが見込める。
			人材派遣	本地域は、今年弘前城築城400年記念祭の開催や東北新幹線八戸ー青森間開通と重なり、大幅な観光客の増加が見込める。それに伴い経済効果も期待できると思う。
変わらない	家計	東青	住宅建設販売	景気上向きになる様な、住宅着工数の増加をおし上げる要因がない。エコポイント、フラット35S1%割引もメリットがわかりづらく、お得感がうすい。
			競輪場	政治の不安定。新幹線開通も、最初の勢いが持続できるか？
			スナック	全く解りません。私なりに自分のお店を継続の為努力しております（営業です）
			設計事務所	昨年から続く業界のニュースは重く広がり益々暗くなりそうです。
			スーパー	プラス材料が見当たらない。
			旅行代理店	決して悪くはならないと思うが、国内経済の見通しがたたない。
			卸売業	穀物相場・原油等の値上げ。
			商店街	低価格志向が続いており、なかなか消費の盛り上がりには至らない。
			タクシー	売り上げ等は大きな落ち込みはなくなりましたが、まだ景気が良くなる、気も、要因も見当たらないです。
	津軽	津軽	住宅建設販売	展示場の来客数、相談件数等を見ても、多くなっていない。むしろ、減少している傾向が見られる。
			スナック	新幹線効果も本地域にはあまり関係ないように思われる。
			都市型ホテル	景気対策に効果的なものが見当たらない。
			観光名所等	冬期間の閑散期、国外不安要因、政情不安（税の将来高負担）
			ガソリンスタンド	良くなるとは思えない。
			コンビニ	客数・客単価はともに前年を維持、ないしは微増ではあるが、先行きは不透明。

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	県南	美容院	政治的不安がつつのり、税金の変化も有り、しばらく自己防衛する様に感じる。
			レストラン	中心街に集客が見込めない。
			パチンコ	雇用状況も悪く、最近の様子をみているとどん底の状態で「いかに節約して生活していけばいいか？」に慣れてしまったのではと思う。
			衣料専門店	店内だけの販売だけでなくインターネットでの販売も始まっているので、3カ月先すぐに変ると思えませんが厳しくなる要因の方ばかり増えているようです。
			設計事務所	景気対策ができていない。
			卸売業	政治が不安定な状態が続いており、早く安定させ政策を実行してほしい。
			百貨店	政局が不安定で景気対策が弱い。
			タクシー	今年は選挙があるようですが、市民には影響はないだろう。
	下北	タクシー	せっかく原子力関係が動き出してプラス傾向と思ったが、新卒者の雇用等暗い見通しで金があっても使いづらい状況が続くと思います。	
		都市型ホテル	景気が上向く要素がない。	
		レストラン	まだまだ今の状況が続くと思う。	
		ガソリンスタンド	新幹線の開業で、良くなるかと思ったが、本地域には影響が無いようです。むしろマイナス要因の方が大きいと思われます。	
		一般飲食店	本地域迄まだ全然影響がないので、青森県迄の新幹線の開業と思いきらかでも良くなると思っていたのですが、秋田県や岩手の方にはなばなくテレビ等に出ていましたが、下北半島首のつけね迄全然のびず宣伝もしてなく、とても不満です。本地域に住んで58年にもなりますがとても残念でございます。80才になっても命をかけて頑張っております。	
	企業	東青	食料品製造	現状のままでは、消費・雇用とも拡大する要因を見出すことはできない。企業自ら変革して行く努力が必要となる。
		津軽	広告・デザイン	良化していく要素が何もなく、地域全般が冷えきっているのではないのでしょうか？
県南		電気機械製造	世の中に変化がない。政策は低迷し何も決まらず行きづまり感が強くあり、これでは人々も積極的には動けないであろう。	
		食料品製造	原材料高、製品単価横バイのトレンドが継続すると思うから。	
		広告・デザイン	理由と言うか、まったく予想がつかない。現状の見通しで考えると、変わらないとしか言いようがない。	
下北		食料品製造	4月以降は、外からのお客様が増えるが、冬の間はこのままでしょう。	



先行き	分野	地区	業種	理由
やや悪くなる	家計	東青	衣料専門店	景気上向きに作用する条件が見つからない、個人消費は銀行法の改正により個人への融資が総量規制され、購買力の足かせになっていると思われる。
			百貨店	近い将来においても産業構造に質的変革は期待できず、個人消費、法人関係の業績改善はマクロ的には期待できません。更にグローバルな視点で見れば見るほど今のままでは悪化すると思います。
			レストラン	依然不透明な状態なので…
			美容院	まだまだ、不景気の話が多く、不安を感じる人が多い。
			コンビニ	世界的天候不順で輸入、輸出等いろいろな面で不安がつのるばかりです。
	津軽	設計事務所	これだけ不況になると民間企業に活力がなく建築関係の物件が少なすぎる。	
		商店街	冬期間となるため近隣町村からの来客数が減少すると見込まれる事から。	
		卸売業	降雪状況にもよるが、全体的に発注工事が少なく思われる為。	
		家電量販店	エコポイントが3月で終了の為。	
	県南	スーパー	個人の年収の水準が上がらない。失業率の改善も期待できない。	
		一般飲食店	景気の冷込みが一段と厳しさが増しそうに感じられる（政局の混乱が安定をおびやかしている）	
		スナック	少しずつ下り坂一方です。同じ事のくり返し。良くなる見通しがない。	
		一般小売店	ニュース等で明るい話題が無い為。（消費増税、自賠責の増額等々）	
	企業	東青	経営コンサルタント	エコカー補助の終了、家電ポイントの見直し後、新たな対策が見当たらない。雇用状況は依然悪化から抜け出せないでいる。消費者の自己防衛は依然続くと見られる。
			飲料品製造	取引先からの聞取りで。
		県南	紙・パルプ製造	円高が進んでいるため、輸出産業への影響が懸念される。
飲料品製造			商品の動きが全く改善されず、アルコール全体にしても消費が少ない。サイフのひもが堅い。	
雇用	県南	新聞社求人広告	政治の混迷による。	



先行き	分野	地区	業種	理由
悪くなる	家計	津軽	家電量販店	政府の赤字財政（縮小するどころか拡張財政）
			観光型ホテル・旅館	4月の下旬にはお花見シーズンに入りますが、それまでは、期待できるイベントがありません。
	企業	県南	建設	公共工事予算の減少が止まらない。

## 5. 参考

### (参考1) 景気の現状判断

#### ① D I

n=99

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>17.2</b>	<b>27.0</b>	<b>30.1</b>	<b>25.3</b>	<b>29.8</b>	4.5
家計関連	18.6	27.7	30.1	24.7	28.0	3.3
小売	12.9	25.8	30.2	21.7	29.2	7.5
飲食	27.1	40.0	20.8	27.1	27.1	0.0
サービス	19.4	25.9	28.7	23.1	26.9	3.8
住宅	25.0	25.0	54.2	41.7	29.2	▲ 12.5
企業関連	9.7	23.6	30.6	23.6	30.6	7.0
雇用関連	21.4	28.6	28.6	35.7	46.4	10.7

#### ② 回答別構成比 (%)

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
良い	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良い	2.0	4.1	8.1	2.0	5.1	3.1
どちらとも言えない	15.2	27.6	33.3	30.3	31.3	1.0
やや悪い	32.3	32.7	29.3	34.3	41.4	7.1
悪い	50.5	33.7	29.3	33.3	22.2	▲ 11.1

#### ③ 地区別 D I

	平成22年 1月	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	前期調査との 差
<b>合 計</b>	<b>17.2</b>	<b>27.0</b>	<b>30.1</b>	<b>25.3</b>	<b>29.8</b>	4.5
東青	14.2	21.7	26.7	27.5	31.0	3.5
津軽	22.5	29.3	35.3	25.9	30.8	4.9
県南	12.9	30.8	30.8	23.3	28.3	5.0
下北	22.5	25.0	22.5	22.5	27.5	5.0

(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	銀行法の改正により繋ぎ融資を規制されえらい目にあった。新幹線開業に合わせたツアーの企画に少し関わった。東京を出発し青森駅中心街区をガイドと5時間かけて散策する催しであった、日帰りである(オプションコースがありました)。応募人数80人、正直、青森の街歩きに・・・企画が成立するのかとよぎった。当日は雨模様でしたが、参加者80人、青森を満喫し喜んで帰られた。この事実をどう生かせるかなのでしょうか。
		レストラン	昨年はどこも売上を落したと言われる中、前年並みだったら、よかったのか?どこまで新幹線の影響があるのか???
		観光名所等	新幹線にて、お客様の絶対数は増えるが、駅周辺が賑わい郊外へのお客様がそれほどでもない気がしている。郊外へのルートバスが無いのか?というお問い合わせが多い。
		タクシー	天井3日、底100日と言いますが、一朝一夕には上向きに転じるとは思えません。今が大底と思って耐えましょう。
		美容院	仕事がなく、困っている人が多く、倒産などの話まで出ていて、先行きが不安です。
		住宅建設販売	住宅はローコスト化がすすんでいる。これはいい事なのか?ローコストで棟数が増え新築数は上昇し景気の指標では上向きとなるが、実際中身は、携わっている職人の給料は減り、消費はすすまない。しかも良質なものが出来ない。消費者も購入時、今一度考えてもらいたい。
	津軽	衣料専門店	百貨店内の支店について、カード売上が伸びて来ないように思われます。
		一般小売店	休日の郊外の商業施設は人が押し寄せているが、中心商店街はガラガラである。対策を考えないと生き残りが難しい。
		卸売業	当社は建設資材関連(コンクリート二次製品他)の販売をしております。土木建設関係の取引業者が主であり、特段変化する見込みがない状況です。
		都市型ホテル	景気動向は金融緩和と切り離せない。
		観光名所等	4月以降に期待したい。
		旅行代理店	観光関連に関しては明るい方向ですが、全般として、景気の悪さは変わりないと思います。
		パチンコ	東京では、何かと青森のことが話題になっている様ですので、今後新幹線の良い面での影響が出ると思います。
設計事務所	新幹線に関して当地方は最初は多少の恩恵を受けるだろうが長期間その恩恵がつかないと思います。		

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	百貨店	全線開業はゴールではなく新たなスタート。経済効果の期待と懸念が交錯しているが、地域活性化のために効果を待つのではなく積極的に創出していく姿勢が重要。
		商店街	1/26～1/30まで「国体冬季大会」の開催。2/11は「ポータルミュージアム」の開館にむけて中心商店街でも多彩なイベントを予定しております。又、800年の伝統を誇る「えんぶり」が2/17～2/20まで開催されますので、当商店街も毎月の市日を観光客も楽しめるように長期間のイベントを開催致します。
		一般飲食店	何よりも政局安定が望ましい。行政にも期待するも中々で、やはり自分の更なる努力が必要条件のようだ。
		スナック	新幹線が来ると言うのでイベント等たくさん考えいきなり全国スケールになるという事。
		タクシー	「新青森駅」に降りてから、目的地に移動するのが、非常に頭を悩ませる。青森県の活性化の為に在来線で「特急」を出してもらいたいという意見が多い！
		美容院	何よりも無駄な品物は買わない事とマスコミの不安情報により、サイフの紐がゆるまず、タンス預金が動かない様に思います。
		パチンコ	12/4開業してから一度東京に行きましたが、私個人的には今までより時間がかかり（最終新幹線の停車駅が増えたことにより）到着が遅くなったので不便になったのと、青森市に行く時新幹線駅が街とはなれていて不便です。
		ガソリンスタンド	中高年はもちろん、若者も、再就職先は少ないようだ。
	下北	コンビニ	下北地方にとって、新幹線は「あっても、なくても」という感じです。結局は、青森か、七戸か、八戸までの交通網が整備されなければ、今までと変わらないと思います。下北までの道路整備が必要だと思います。新幹線の駅まで1時間30分、高速道路まで1時間30分以上掛ることはなにも変わりません。どりらかと言うと、新幹線より、高速道路が本地域まで延びた方が、ETC1000円効果で、経済的にいいと思います。
		一般飲食店	青森県の景気ウォッチャー調査を一生懸命やらせて戴いておりますが国も同じですがせめてちっちゃいとお思いでしょうが自分達の事ばかり考えないで市民の事を中心に考えて欲しいといつも思っております。私達がいくら頑張ってもせんない事とは熟知しておりますがせめて、生きている間に、何とかして欲しいと希望しております。
		スナック	さむさのせいかな夜の人通りが少ない。
		ガソリンスタンド	普段雪の少ない地方で大雪になった影響で、灯油などの冬物の値段が高騰しないか心配です。
企業	東青	食料品製造	首都圏への日帰り及び首都圏からの日帰り出張者が多くなってきた。その点においては、経済効果後退要因と言える。
		建設	「新幹線が何かをしてくれる」のではない「速い電車」と「話題性」という道具をいかに使うかである。「何かをしてくれる」のを待っているよりは「何かを生み出す（いい出す）」方が良い。
	津軽	電気機械製造	エコカー補助金の終了、エコポイントの減少で景気は落ち込んでいますが、割と早く上昇できるのではと予想しています。

分野	地区	業種	自由意見
企業	津軽	建設	新幹線効果は現在多少なりの良い結果が出ているかもしれないが、本格的に青森県へお客を運ぶ努力を引続きお願いしたい。春に地方選挙があるが、選挙により行政が停滞しないようにしてもらいたい。
		経営コンサルタント	新幹線の開業効果が観光面以外に波及するのは、半年から1年くらい後になるのではないか。
		広告・デザイン	全線開業後に家族で東京への旅行をしましたが、至るところでそのPRがされており、ホテル等にも県内各地のPR用パンフレットが置かれていた。
	県南	電気機械製造	マスコミの情報を信用しない人が増えたように思います。新幹線新青森開業報道でも「？」と思うことが多い。地元の感覚とズレているのでは？しかるに自信を持ってコツコツと、青森のアピールを続けることが大切に思います。元々良いところはたくさんあるので。
		経営コンサルタント	新幹線が開通して、企業立地とか、企業の生産シフトが変れば効果はあるが観光だけでは景気回復にはならない。
		広告・デザイン	今まで何度も話したが、金融関係の融資等が厳しく、目先の資金繰りなど苦労が続いている。企業の内容によって融資を受けれないのは理解するが、目先の短期融資等に県として対応、支援はしてもらえないものか？
雇用	東青	新聞社求人広告	新幹線の全線開業によって、業種によってはPRや商品開発に積極的な姿勢が見られる。こうした機運によって、少しは景気への好影響があるのではないかと期待している。