

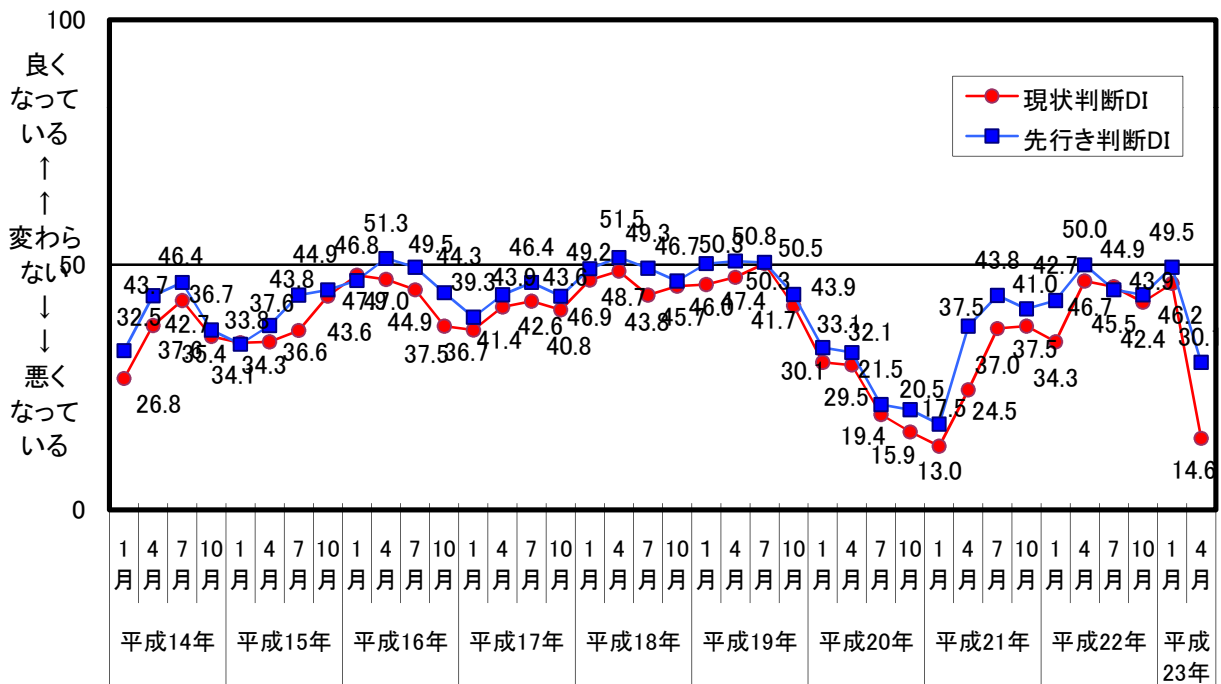
青森県景気ウォッチャー調査 (平成23年4月期)

調査期間 平成23年4月1日～4月18日 回答率100%
(設問毎の有効回答率99%～100%)

概 況

4月期は、景気の現状判断DIが15期連続、先行き判断DIが4期連続で、横ばいを示す50を下回った。現状判断DIは、平成13年7月の調査開始以来、平成21年1月期に次ぐ低さとなった。

景気現状判断DI・先行き判断DIの推移



平成23年4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46.5ポイント減少、「悪くなっている」が51.5ポイント増加したことにより、全体では31.6ポイント下降の14.6となり、景気の横ばいを示す50を15期連続で下回った。平成13年7月の調査開始以来、平成21年1月期に次ぐ低さとなった。

判断理由をみると、東日本大震災の影響で自粛ムードや物流の停滞が生じ、売上が減少したという声が多くみられたほか、百貨店の民事再生法適用申請によりマイナスの影響を受けたという声があった。一方で、価格、出荷量とも横ばい状態が続いてい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30.3ポイント減少、企業関連で28.5ポイント減少、雇用関連で53.5ポイント減少した。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、全地区でポイントが減少し、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

前期調査と比べると、「変わらない」が35.4ポイント減少し、「悪くなる」が38.4ポイント増加したことにより、全体では19.4ポイント下降の30.1となり、景気の横ばいを示す50を4期連続で下回った。

判断理由を見ると、自粛ムードが消費に影響する、資材や商品の調達難が危惧される、という声が多くみられた。一方で、震災からの復興に伴い景気が回復してくる、という声があった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で18.3ポイント減少、企業関連で29.4ポイント減少、雇用関連で7.1ポイント減少した。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、全地区でポイントが減少し、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

①D I

n=99

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	46.7	45.5	42.4	46.2	14.6	▲ 31.6
家計関連	45.9	43.6	42.9	46.3	16.0	▲ 30.3
小売	42.5	40.5	40.8	45.0	17.5	▲ 27.5
飲食	40.0	31.3	37.5	41.7	6.3	▲ 35.4
サービス	50.0	47.2	46.2	51.0	13.9	▲ 37.1
住宅	54.2	66.7	50.0	41.7	37.5	▲ 4.2
企業関連	45.8	50.0	36.1	41.7	13.2	▲ 28.4
雇用関連	57.1	53.6	53.6	57.1	3.6	▲ 53.6

②回答別構成比 (%)

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
良くなっている	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	18.4	17.2	8.1	15.2	1.0	▲ 14.1
変わらない	51.0	57.6	61.6	59.6	13.1	▲ 46.5
やや悪くなっている	21.4	15.2	22.2	20.2	29.3	9.1
悪くなっている	7.1	10.1	8.1	5.1	56.6	51.5

(2) 3か月後の景気の先行き判断

①D I

n=99

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	50.0	44.9	43.9	49.5	30.1	▲ 19.4
家計関連	48.6	41.6	42.2	48.3	30.0	▲ 18.3
小売	44.2	32.8	33.3	46.7	34.2	▲ 12.5
飲食	50.0	37.5	41.7	43.8	20.8	▲ 22.9
サービス	52.8	50.9	52.9	51.9	27.8	▲ 24.1
住宅	50.0	50.0	41.7	50.0	37.5	▲ 12.5
企業関連	47.2	51.4	43.1	50.0	20.6	▲ 29.4
雇用関連	71.4	64.3	64.3	60.7	53.6	▲ 7.1

②回答別構成比 (%)

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
良くなる	2.0	0.0	2.0	1.0	3.0	2.0
やや良くなる	22.4	19.2	19.2	24.2	19.2	▲ 5.1
変わらない	54.1	51.5	44.4	49.5	14.1	▲ 35.4
やや悪くなる	16.3	19.2	21.2	22.2	22.2	0.0
悪くなる	5.1	10.1	13.1	3.0	41.4	38.4

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=30

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	43.3	42.5	44.2	53.4	13.3	▲ 40.1
家計関連	41.3	41.3	43.5	51.1	13.0	▲ 38.1
小売	22.2	33.3	38.9	55.6	11.1	▲ 44.4
飲食	58.3	33.3	41.7	50.0	8.3	▲ 41.7
サービス	52.8	44.4	47.2	46.9	11.1	▲ 35.8
住宅	50.0	75.0	50.0	50.0	37.5	▲ 12.5
企業関連	56.3	50.0	37.5	62.5	18.8	▲ 43.8
雇用関連	41.7	41.7	58.3	58.3	8.3	▲ 50.0

②回答別構成比 (%)

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
良くなっている	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	13.3	10.0	6.7	20.7	0.0	▲ 20.7
変わらない	50.0	60.0	63.3	72.4	13.3	▲ 59.1
やや悪くなっている	20.0	20.0	30.0	6.9	26.7	19.8
悪くなっている	13.3	10.0	0.0	0.0	60.0	60.0

<津軽地区>

①D I

n=30

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	47.4	45.7	42.2	42.5	13.3	▲ 29.2
家計関連	47.6	44.0	44.0	43.2	18.2	▲ 25.0
小売	44.4	50.0	38.9	33.3	27.8	▲ 5.6
飲食	50.0	16.7	50.0	50.0	0.0	▲ 50.0
サービス	46.9	43.8	46.4	56.3	9.4	▲ 46.9
住宅	62.5	62.5	50.0	25.0	37.5	12.5
企業関連	41.7	50.0	33.3	33.3	0.0	▲ 33.3
雇用関連	62.5	50.0	50.0	62.5	0.0	▲ 62.5

②回答別構成比 (%)

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
良くなっている	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	17.2	24.1	13.8	16.7	0.0	▲ 16.7
変わらない	48.3	51.7	55.2	46.7	16.7	▲ 30.0
やや悪くなっている	27.6	6.9	17.2	26.7	20.0	▲ 6.7
悪くなっている	3.4	17.2	13.8	10.0	63.3	53.3

< 県南地区 >

① D I

n=29

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	49.2	50.0	42.5	44.2	18.1	▲ 26.1
家計関連	48.8	47.6	42.9	46.4	17.9	▲ 28.6
小売	58.3	44.4	38.9	47.2	11.1	▲ 36.1
飲食	16.7	33.3	33.3	33.3	8.3	▲ 25.0
サービス	50.0	53.6	50.0	50.0	25.0	▲ 25.0
住宅	50.0	62.5	50.0	50.0	37.5	▲ 12.5
企業関連	42.9	50.0	39.3	35.7	25.0	▲ 10.7
雇用関連	75.0	75.0	50.0	50.0	0.0	▲ 50.0

② 回答別構成比 (%)

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4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	26.7	23.3	3.3	13.3	3.4	▲ 9.9
変わらない	50.0	56.7	70.0	56.7	10.3	▲ 46.3
やや悪くなっている	16.7	16.7	20.0	23.3	41.4	18.0
悪くなっている	6.7	3.3	6.7	6.7	44.8	38.2

< 下北地区 > (参考)

① D I

n=10

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	47.2	40.0	37.5	42.5	12.5	▲ 30.0
家計関連	46.9	38.9	38.9	41.7	13.9	▲ 27.8
小売	50.0	25.0	58.3	41.7	25.0	▲ 16.7
飲食	37.5	41.7	25.0	33.3	8.3	▲ 25.0
サービス	50.0	50.0	33.3	50.0	8.3	▲ 41.7
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	50.0	50.0	25.0	50.0	0.0	▲ 50.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

② 回答別構成比 (%)

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4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	11.1	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0
変わらない	66.7	70.0	50.0	70.0	10.0	▲ 60.0
やや悪くなっている	22.2	20.0	20.0	30.0	30.0	0.0
悪くなっている	0.0	10.0	20.0	0.0	60.0	60.0

(2) 3か月後の景気の先行き判断

<東青地区>

①D I

n=30

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	47.5	42.5	52.5	50.0	31.7	▲ 18.3
家計関連	45.7	38.0	51.1	47.7	30.4	▲ 17.3
小売	38.9	27.8	36.1	41.7	16.7	▲ 25.0
飲食	58.3	33.3	66.7	50.0	33.3	▲ 16.7
サービス	47.2	50.0	63.9	53.1	41.7	▲ 11.5
住宅	50.0	37.5	37.5	50.0	37.5	▲ 12.5
企業関連	43.8	56.3	56.3	56.3	18.8	▲ 37.5
雇用関連	66.7	58.3	58.3	58.3	58.3	0.0

②回答別構成比 (%)

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
良くなる	3.3	0.0	6.7	0.0	3.3	3.3
やや良くなる	16.7	20.0	33.3	24.1	20.0	▲ 4.1
変わらない	53.3	40.0	33.3	51.7	16.7	▲ 35.1
やや悪くなる	20.0	30.0	16.7	24.1	20.0	▲ 4.1
悪くなる	6.7	10.0	10.0	0.0	40.0	40.0

<津軽地区>

①D I

n=30

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	50.0	44.0	39.7	52.5	24.2	▲ 28.3
家計関連	47.6	41.7	38.1	48.9	21.6	▲ 27.3
小売	38.9	40.6	30.6	47.2	33.3	▲ 13.9
飲食	50.0	33.3	50.0	50.0	8.3	▲ 41.7
サービス	56.3	43.8	42.9	53.1	12.5	▲ 40.6
住宅	50.0	50.0	37.5	37.5	25.0	▲ 12.5
企業関連	50.0	45.8	37.5	58.3	29.2	▲ 29.2
雇用関連	75.0	62.5	62.5	75.0	37.5	▲ 37.5

②回答別構成比 (%)

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
良くなる	3.4	0.0	0.0	3.3	0.0	▲ 3.3
やや良くなる	20.7	13.8	13.8	33.3	16.7	▲ 16.7
変わらない	51.7	62.1	48.3	40.0	13.3	▲ 26.7
やや悪くなる	20.7	10.3	20.7	16.7	20.0	3.3
悪くなる	3.4	13.8	17.2	6.7	50.0	43.3

< 県南地区 >

① D I

n=29

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	51.7	50.0	42.5	46.7	39.7	▲ 7.0
家計関連	52.4	46.4	41.7	48.8	44.0	▲ 4.8
小売	55.6	36.1	30.6	50.0	58.3	8.3
飲食	41.7	41.7	33.3	33.3	33.3	0.0
サービス	53.6	57.1	57.1	50.0	28.6	▲ 21.4
住宅	50.0	62.5	50.0	62.5	50.0	▲ 12.5
企業関連	42.9	53.6	35.7	39.3	16.7	▲ 22.6
雇用関連	75.0	75.0	75.0	50.0	62.5	12.5

② 回答別構成比 (%)

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
良くなる	0.0	0.0	0.0	0.0	6.9	6.9
やや良くなる	26.7	26.7	13.3	20.0	27.6	7.6
変わらない	56.7	50.0	53.3	50.0	13.8	▲ 36.2
やや悪くなる	13.3	20.0	23.3	26.7	20.7	▲ 6.0
悪くなる	3.3	3.3	10.0	3.3	31.0	27.7

< 下北地区 > (参考)

① D I

n=10

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	52.8	40.0	35.0	47.5	15.0	▲ 32.5
家計関連	50.0	38.9	30.6	47.2	16.7	▲ 30.6
小売	41.7	16.7	41.7	50.0	16.7	▲ 33.3
飲食	50.0	41.7	16.7	41.7	8.3	▲ 33.3
サービス	58.3	58.3	33.3	50.0	25.0	▲ 25.0
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	75.0	50.0	75.0	50.0	0.0	▲ 50.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

② 回答別構成比 (%)

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4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	33.3	10.0	10.0	10.0	0.0	▲ 10.0
変わらない	55.6	60.0	40.0	70.0	10.0	▲ 60.0
やや悪くなる	0.0	10.0	30.0	20.0	40.0	20.0
悪くなる	11.1	20.0	20.0	0.0	50.0	50.0

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	企業	県南	経営コンサルタント	各業界とも過当競争の無駄なことを実感して、適正マージンが必要なことが分かってきた結果。
変わらない	家計	東青	設計事務所	震災、倒産の影響はさらに人々の生活を委縮させた。
			競輪場	売り上げ、入場者が平行状態。
			スーパー	震災直後のため、何とも言えない。
		津軽	設計事務所	東日本大震災の発生から、どの様に変化していくのか見当がつかない。
			家電量販店	3月11日以降、経済・金融が激しく動いており、景気の向きは予測出来ない。
		県南	設計事務所	政府で何ら景気対策をしない。
	企業	東青	食料品製造	価格、出荷量とも横ばい状態が続いている。
		県南	紙・パルプ製造	チラシ広告などの紙の需要にあまり改善が見られない。
やや悪くなっている	家計	東青	美容院	東日本大地震のため、いろんな活動をひかえる動きがあるように思える。
			住宅建設販売	今回の震災による影響で、住宅購入意欲の低下。住宅よりも日常生活での震災への対応の重視化。
			家電量販店	地震が発生し、一時的に売れた商品もあるが、本来、今の時季売れなければならない新生活商品の落ち込みが激しい。また、在庫があれば売れるのですが、商品によっては、入荷が滞っているため。
			一般飲食店	3月11日の地震による。
			タクシー	新幹線開業で他県の人々が青森を訪れるようになりましたが、太平洋沖地震の影響で県外、県内の方々も自粛が高まり、外出する方々が少なくなっています。そのため、自分の周りの関係の会社は売上げが落ち込んでいます。
		津軽	百貨店	東日本大震災による買い控えが顕著である。
	商店街		来街客の回復傾向が見受けられない。	
	住宅建設販売		だれもが悪要因の一番にあげるでしょう。東日本大震災です。	
	衣料専門店		3月11日以降、消費に陰りあり。	
	パチンコ		節約しようと言う人が増えたと思う。商店街を歩く人の数も減ってきた。	

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	県南	旅行代理店	東日本大震災の影響でキャンセルが相次いでいる。3月決算間際だけに、決算への大きな影響も免れない。
			美容院	政治が不安定で、税や補助金などもハッキリ情報公開せず不安な状況から東日本大震災が起きて、閉じこもった感覚です。
			乗用車販売	震災津波の被害が甚大で復興可能な企業は良いが、復興の目処が全く立たない企業も有るようだ。
			住宅建設販売	東日本大震災の影響でお客様が生活用品の購入に考えがいき、住宅等の購入等にまだ考えがすすまない。
			観光名所等	震災後の2～3週間は、ガソリン不足のせいなのか、本当にお客さんが来ませんでした。
			家電量販店	エコポイントが終了したため、売上、客数ダウン。
			衣料専門店	地震の影響がかなりあります。お買物する気力が出ないと言われました。
			パチンコ	底の状態であったのに、3月11日の震災により、またまた打撃を受け、余震も続き、日々の生活（食料品の確保等）でいっばいで、パチンコなどの娯楽をする余裕は全くないようで来客数も激減。
			スナック	景気の冷え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。
			スーパー	特に、沿岸部では、震災の影響で職場が被災し、復旧の目処が立っていない方が多い。離職率も高く、収入と収支のバランスが悪くなっていると感じる。
	ガソリンスタンド	中高年の就職難と若者も無い状況。		
	下北	レストラン	災害などがあったため（3月）。	
		コンビニ	地震のため。	
		ガソリンスタンド	震災の影響で、流通の面で物資が思うように入っていないために、小売などは、売上げが落ちたと思われる。	
企業	東青	建設	年度末と震災が重なった。3月中の仕事はほとんど無くなった。	
	県南	電気機械製造	地震の影響で生産が一時ストップ。回復を目指すも広い地域が被災したので入手難になる部材が多数出ている。生産の再ストップも充分考えられる状況。	
雇用	東青	人材派遣	3.11の震災の影響が大きく、各業界で求人の減少が感じられる。	
悪くなっている	家計	東青	旅行代理店	大震災の二次被害ともいえる旅行の中止・自粛で、3月、4月稼ぎ時のツアーが皆無となった。
			百貨店	3月11日以降、大震災が景気の悪さに拍車をかけることになったと思われます。
			都市型ホテル	地震によるキャンセルや自粛のため。
			商店街	震災の影響で自粛ムードの蔓延による深刻な売上げ減少。

現状	分野	地区	業種	理由
悪くなっている	家計	東青	観光名所等	青森DCと新幹線効果が最大にいかせる予定が、東日本大震災の影響で、予約のほとんどがキャンセルになり、新たな予約も入らない状況で、かなり厳しい。
			観光型ホテル・旅館	東日本大震災発生が世界全体に被害を与え、自粛ムードと復興が一番の題。職も無く、ますます景気は下がると思います。
			卸売業	東日本大震災のため。
			一般小売店	震災の影響で観光客が激減している。観光客相手の所は開店休業状態。
			衣料専門店	1月は連日の降雪、市民総出で朝夕雪かきに忙しく消費マインド最低、2月は好天に恵まれ、1月の反動か消費で鬱憤晴らし、結果売上はアップ、3月は東日本大地震で物流も途絶え開店休業状態、さらに商店街基幹店の倒産、閉店。♪「これじゃ景気に良いわけないよ～」
			レストラン	震災の影響ですべてキャンセル！！
			パチンコ	東日本大震災の影響で営業時間の短縮をした関係で売上がダウンしました。
			スナック	不景気で大変な毎日でしたが、大地震と津波、あげく原発。それこそまた不景気。どうしようもない悲しい世の中。仕方がないといってもらえませんが……。被災者の方達は本当にお気の毒で可哀想。言葉が出ません……。でも私たちも毎日、暇で泣いています。
			コンビニ	福島原発、地震災害の今後の状況が全く見当もつかず、節電対応、営業時間の短縮、計画停電、どれひとつとっても良くなるとは思えない。
			ガソリンスタンド	やはり震災の影響が大きく、自粛ムードもあって、全ての業種にわたって消費が沈滞している。
	津軽		旅行代理店	当地域は震災の直接的な被害はありませんが、物流、金の流れ、人の動きがかなり落ちていて、2次、3次的な被害がある。
			都市型ホテル	東日本大震災と産油国政情不安による原油高。
			観光名所等	東日本大地震と福島原発及び地震の余震。現在、宿泊客の激減、予約の激減、飲食街の人出の激減。
			観光型ホテル・旅館	震災により、予約は全てキャンセルとなり、日々のお客様は皆無に等しい状態である。
			一般小売店	3月11日以降、停電や放射線や百貨店の民事再生法適用申請の件などで最悪で、60年以上生きていて、これ程ひどい事は今までなかった。
			一般飲食店	東日本地震の影響で物資の入荷が少ないので、大型ショッピングセンターの来店客も少なく、飲食店は苦戦。
			レストラン	震災のため。
			タクシー	地震の影響により、あらゆる催事が中止になり、自粛ムードが広がり、特に夜の飲食店へ出る人がほとんどなく、大きな影響を受けている。
			スナック	世の中が自粛の傾向のようです。

現状	分野	地区	業種	理由
悪くなっている	家計	津軽	コンビニ	震災による二次的影響。（自粛、物流の停滞等）
			ガソリンスタンド	近くの百貨店は倒産するし、大震災によって自粛ムードいっぱいになり、飲食街も灯が消えてしまっているようだ。
		県南	百貨店	震災の影響が大きい。生活防衛感が強く生活日用品の動きは良いが、不要不急の商品は動かない。復興にはかなりの年月を必要とする。
			商店街	震災により、建築物・機械設備の損壊があり、通常営業に至らない商店や自粛ムードによる季節商品などの購買意欲減少が売上の減少となっている。
			卸売業	地震の発生と原発問題により、自粛ムード傾向にあり、消費力が低下している。
			一般小売店	大震災の後、特にガソリンの不足により車社会の弱点が特に強調され、経済の停滞を加速させた。
			一般飲食店	震災による経済の悪化。まだまだ被害が残っており、街中において自粛ムードが強い。
			レストラン	震災後の売上悪化。
			タクシー	ただ一言「大津波」。
		コンビニ	売る商品がない。	
		下北	都市型ホテル	やはり東北関東大震災の影響は大きく、宿泊のキャンセル、歓送迎会の自粛が相次いでいます。
			一般小売店	年明けから商品の動きがあまり良くなかったが（天候も関係して）、この度の震災からますます必要な物以外売れなくなったと思います。
			一般飲食店	今回は本当に最悪の状態です。
			タクシー	むつ市は東日本大震災の影響は直接的にはなかったと思うが、消費自粛を求める世論の影響や、原発の建設凍結等が景気の足を大きくひっぱっていると思われる。
	スナック		関東東北地方震災により、全く景気が下降している現状です。	
	企業	東青	広告・デザイン	先の大地震により、キャンセル、自粛、規模縮小、延期と相次いでいる。
			経営コンサルタント	震災前でも低位横ばいの状況にあり回復の兆しはなかった。震災後は流通の途絶からほとんどの業種で急速に落ち込んでいる。
		津軽	電気機械製造	東日本大震災の影響で受注の減少や材料メーカーで被害を受けた会社もあり、予定通りの生産ができないため。
			食料品製造	地震の影響で、いろんな面で自粛している。
			広告・デザイン	昨年末ごろには仕事量に関し、少し回復していきている様に感じられたが、良化はしていない。
経営コンサルタント			大震災の影響により、商品が入ってこない。当然売上が上がらず、利益が出ない会社が多い。	

現状	分野	地区	業種	理由
悪くなっている	企業	津軽	飲料品製造	食品類の品薄と燃料の価格高騰。
		県南	広告・デザイン	東日本大地震。キャンセル続き。
			建設	何ととっても東北大震災の影響は大きい。
			飲料品製造	震災の影響で、一番の消費先である飲食店に全く人がでていない。また、店頭での動きが少ない。
	下北	食料品製造	全ては3/11大震災から状況が大きく変わった。	
	雇用	東青	新聞社求人広告	東日本大震災。
			求人情報誌	今回の地震により。
		津軽	人材派遣	今年に入ってから景気はやや上向き加減に感じられたが、3月11日の大震災以来一気に冷え込んでしまった状況。
			新聞社求人広告	東日本大震災の影響で、サービス業、特に観光産業が1、2月の好況がうそのように下落している。
		県南	新聞社求人広告	3月11日の地震による。東日本大震災による。

(参考)

わからない	企業	県南	食料品製造	大震災により先行が不透明だから。
-------	----	----	-------	------------------

(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	県南	一般小売店	否応なしに、公共投資が進むこと。(特に道路、建設等しばらく冷遇されていた部分)
	雇用	東青	新聞社求人広告	被災地の復旧状況にもよるが、本県ではデスティネーションキャンペーンも展開されることから、観光関連業界には少し明るさも出てくるのではないかと。
やや良くなる	家計	東青	ガソリンスタンド	復興に向けて産業が活動しはじめれば、それに伴って観光なども回復しそう。
			観光名所等	現状が最低ラインであってほしい希望と、予約が6月からまた生きているので。
			商店街	新幹線も復旧し、観光客が戻ってくることを期待。
			タクシー	新幹線が全面復旧すると、観光客やイベントなどで人の動きが出ると思われますので、やや良くなると思います。
	津軽	美容院	震災の後の景気回復を皆が意識して動いているから。	
		百貨店	震災からの復興と共に、購買意欲も戻ってくると思います。	
	県南	商店街	希望!	
		家電量販店	完全地デジ化の影響で、テレビ、テレビ関連の売上が上がるため。	
		住宅建設販売	震災により、住宅の補修や、住み替え。ただし、メーカーの工場がストップしたことにより、建材や設備の値上がりがすすむと難しくなる。	
		スーパー	被災地が復興する事により、現状よりは景気は回復すると思う。ゴールデンウィーク以降から徐々に回復に向かうと思われる。	
		コンビニ	商品の供給が少しずつ改善されると思われる。	
		観光名所等	良くなって欲しいです。(希望)	
	企業	東青	広告・デザイン	新幹線再開により、若干なりとも観光客の入れ込みがあるのではないかと。またマインド的にも自粛ムードから復興のため元気を出していこうとシフトすると思われる。心配なのは、福島原発と民事再生法の適用を申請した百貨店。
		津軽	食料品製造	被災地や災害を受けた企業が少しずつでも復興すると思う。
			電気機械製造	地震の影響を受けた客先も徐々に生産体制が整ってきたので、今が底で今後は受注が元に戻ると思われるため。
県南		経営コンサルタント	災害復旧で需要が旺盛になりデフレから脱却できるのではないかと?	
雇用	東青	人材派遣	震災の影響もおちつき、復興にむけた動きのなかで雇用が生まれることから、現在よりは、よい方向にむかうと考えられる。	

先行き	分野	地区	業種	理由
やや良くなる	雇用	津軽	新聞社求人 広告	震災復興、福島第1原発の事故の収束次第だが、徐々に平静さを取り戻していくと思いたいから。
変わらない	家計	東青	競輪場	変動要素が見当たらず。
			スナック	多少なりと期待しておりますが全く見当が付きません。新幹線が4月末復活となると聞いています。それまで頑張ってお店を維持していくしかないですね。
			都市型ホテル	震災の復興状況にもよるが、原発や風評問題がすぐ改善されるとは思えない。余震も続いており、予断を許さない。
			設計事務所	震災による資材メーカーの製造ラインが停滞。建物を計画している方に価格、スケジュール等の不安を抱かせている。
			一般飲食店	新幹線開業で良くなってほしい。
	津軽	設計事務所	大震災の復旧がスムーズにいけば良いが、何かの障害があれば景気はダウンするのではないか。	
		卸売業	東北大震災の影響もあり、先行きは全く見えない状況。	
		一般小売店	取引先からの話では、工場が被害を受けている納入業者が何件もあるので、資材が入荷しないと計画停電により商品の生産が大変だということだ。	
	県南	レストラン	営業が出来ていない。目処が立たない。	
		百貨店	震災で被害を受けた中小企業は東北のみならず日本全体にも少なからずマイナス影響がある。計画停電等も大きなマイナス要因になる。プラス要因が見あたらない。	
	下北	都市型ホテル	社会全体が回復するには相当の時間がかかると思います。	
雇用	県南	新聞社求人 広告	二次災害的な自粛が多すぎて、消費に結びつかない。	
やや悪くなる	家計	東青	衣料専門店	物流が回復した、当地は震災の物損が少ない、サラリーマン層が多い（安定収入）が＜良＞、交通網の回復が遅れる、観光客の流入が激減、各種コンベンションの中止、飲食関係の打撃、消費マインドの低下が＜悪＞として冷え込み期間は多少続く。
			住宅建設販売	震災での影響で、住宅建材の流通が解消しなければ、現場もすすまず、顧客の意欲低下がますます高まる。
			観光型ホテル・旅館	3カ月位では良くないと思う。
			百貨店	経済、景気の動向は連鎖する部分が大きく、大震災による直接的被害だけでなく、生産、雇用、個人消費、企業の投資等が冷え込むことが、十分予測できますから。
			美容院	地震の復興が進まないうちは、景気が上向かないと思います。
			卸売業	復旧に時間がかかる。
	津軽	家電量販店	3月11日以降、経済・金融が激しく動いており、景気の向きは予測出来ない。さまざまな問題、経済のインフラの安定までの時期は少なからず影響が出る。	

先行き	分野	地区	業種	理由
やや悪くなる	家計	津軽	衣料専門店	百貨店休業で商店街に人出減少。不況ムードが広がっている。
			パチンコ	震災の影響は大きいでしょう。
			一般飲食店	百貨店が民事再生法の申請を出してはいるが、先が見えない。
		県南	美容院	職場流出や解雇、電力不足による計画停電に作業効率が下がる事が現実になると全体に影響が出ると思う。
			衣料専門店	いつときの最悪な状態は脱しました（毎日10日以上売上げゼロ）。先行きの不安が高まっていますから、福島原発が収束されないかぎり、良くなるとは思えません。購買意欲が出ないとお客様方がおっしゃいます。
			設計事務所	東日本大地震の影響がでるのでは？
			一般飲食店	原子力発電所の件もあり、なかなか景気回復基調にはならないと感ずる。
			スナック	ニュース等で明るい話題がないため。
		下北	レストラン	3月の災害で先が見えず、悪くなると思われます。
	ガソリンスタンド		震災による原発関係の仕事がストップしているので、失業している人が多くなると思われる。	
	コンビニ		地震のため。	
	企業	津軽	広告・デザイン	この度の震災の影響で、仕事の日程がスライドしたり、取り消しになった物件が多くみられる。
		県南	電気機械製造	自動車をはじめとした生産のダウンは、雇用を徐々に減らし景気を悪化させるだろう。実際に増員計画の撤回を取引先より聞いています。当社への注文も国内分は一時的に減ると考えています。
悪くなる	家計	東青	一般小売店	今年は日本全体が自粛ムードで景気は良くなれないと思う。
			家電量販店	日本から商品を買っている海外の会社が、いつまで待ってくれるのだろうか。商品を輸出できるまで復興した時、今までと同じく海外の会社は買ってくださるのだろうか。すでに、新たな購入先を開拓しているのでは・・・と思う。そうなると、倒産、失業者が増え、消費は冷え込む。
			スーパー	東日本大震災による自粛ムードが購買動向に影響すると思われる。
			旅行代理店	福島原発が足を引っばっている。
			レストラン	これからの復興次第。
			コンビニ	政府の日本再建に対しての基本方針も定まらず、政治主導のかじとりもうまくいかない状態が1カ月も続き、不安だけが重くのしかかっているため。

先行き	分野	地区	業種	理由	
悪くなる	家計	東青	パチンコ	本来、新年度で少し良くなるどころ、今は震災復興で、地方経済が上向く材料が無いと思う。	
			津軽	レストラン	買い控え及び自粛のため。
			住宅建設販売	今まで企業の体力勝負といわれ、みんな一生懸命頑張ってきたが、もう限界に近い。公的支援のみを頼りにして経営をしている。	
			商店街	百貨店の倒産により、かなりの悪影響が生ずるものと思われる。4月8日より営業再開はするものの、信用損出による商店街のダメージは相当大きい。	
			スナック	もうしばらくは、このまま、物流、生産の関係でもっと悪くなるのでは？と思う。	
			旅行代理店	震災の被害から立ち直るには、かなりの時間を要する。	
			観光型ホテル・旅館	震災により、現状からは先の見通しが全くつかないから。	
			タクシー	4月末に新幹線が復旧しても、福島原発の放射線漏れ事故が解決されない限り、青森県への観光は見合わせるものと思われる。	
			都市型ホテル	東日本大震災。	
			観光名所等	各種祭りの予約キャンセル。販売商品が入荷しない。	
			ガソリンスタンド	昨年の新幹線効果も一気に消失し、さくら祭りの県外客のキャンセルがあり、観光都市弘前もお先が真っ暗です。	
			コンビニ	震災による二次的影響による解雇、企業縮小が懸念されます。	
	県南	パチンコ	パチンコ	震災の影響により、雇用がますます不安定となり、来店する方はごく一部の余裕のある方々となると思われる。遊技をしたくてもできない見ただけのお客が増えている。それが数字にも顕著に出てきている。	
			卸売業	復興に時間がかかる。原発問題の収束に時間がかかると思われる。	
			ガソリンスタンド	全ての企業の業績が低下すると思う。	
			旅行代理店	東日本大震災の影響が当分尾を引く。一番身近で、時間的にも距離的にも手頃な東北地方への送客が見込めず、売上は大きく落ち込みそう。新年度早々予算組み替え大変な状況。福島原発の影響も深刻になりそう。	
			タクシー	これから3カ月後では、復興の骨子は見えてこないだろう。	
	下北	タクシー	タクシー	むつ市は東日本大震災の影響は直接的にはなかったと思うが、消費自粛を求める世論の影響や、原発の建設凍結等が景気の足を大きくひっぱっていると思われ、ますますその影響が大きくなると思われる。	
			スナック	原発問題が解決しないと、東通原発、大間電源開発の工事もストップしたままですので、大変です。	

先行き	分野	地区	業種	理由
悪くなる	家計	下北	一般飲食店	東北大地震のため、3月の宴会まるでキャンセル。全く見通しも何もありません。4月の宴会の見通しもありません。
		下北	一般小売店	今の状況では、消費者心理はかなり冷え込んでいると思われま す。電力不足の解消、被災地の復興、原発トラブルの終息と、 全てが解決出来て初めて元の状態（景気）に戻る事が出来るの ではないでしょうか？
	企業	東青	経営コンサル タント	今後とも、生産、流通、消費、観光等多岐にわたり悪影響が予 測される。生活必需品以外期待出来ない。一部業種に復興期待 が予想されるが、県内業者におおくは期待出来ないであろう。
			食料品製造	震災の影響により原料・資材の調達価格が上昇、且つ調達難が 危惧される。
			建設	震災の影響で一時的に悪くなる（契約の延期、資材の調達難 等）。
		津軽	経営コンサル タント	夏ごろまでは、生産の減少が続くと思われ、商品不足による販 売不振が考えられる。
			飲料品製造	被災地の原発問題があるので。
		県南	紙・パルプ 製造	大震災の影響で、レジャーなどの自粛、雇用不安からの出費抑 制、計画停電による企業生産活動縮小などが想定される。
			飲料品製造	自粛ムードにて、消費がおさえられるし、まだまだ先が見え ず。
			広告・デザ イン	仕事の見込みがない。
			建設	大震災の影響で、国交省直轄工事の中止、延期が発生してい る。また、2011年度工事関連予算の復旧への振替が予定さ れている。
			下北	食料品製造
	雇用	津軽	人材派遣	3カ月先と問われると今よりも悪くなると思う。しかし政府の 災害復旧対策如何では、人、もの、金の需要が高まり、景気が 上方に転換する可能性もあるのではないか。政府には有効な手 立てを強く期待したいところだ。

(参考)

わからない	企業	県南	食料品製造	大震災により先行が不透明だから。
-------	----	----	-------	------------------

5. 参考

(参考1) 景気の現状判断

①D I

n=100

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	27.0	30.1	25.3	29.8	13.8	▲ 16.0
家計関連	27.7	30.1	24.7	28.0	13.0	▲ 15.0
小売	25.8	30.2	21.7	29.2	16.7	▲ 12.5
飲食	40.0	20.8	27.1	27.1	6.3	▲ 20.8
サービス	25.9	28.7	23.1	26.9	10.2	▲ 16.7
住宅	25.0	54.2	41.7	29.2	20.8	▲ 8.3
企業関連	23.6	30.6	23.6	30.6	19.4	▲ 11.1
雇用関連	28.6	28.6	35.7	46.4	7.1	▲ 39.3

②回答別構成比 (%)

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
良い	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良い	4.1	8.1	2.0	5.1	2.0	▲ 3.1
どちらとも言えない	27.6	33.3	30.3	31.3	11.0	▲ 20.3
やや悪い	32.7	29.3	34.3	41.4	27.0	▲ 14.4
悪い	33.7	29.3	33.3	22.2	60.0	37.8

③地区別D I

	平成22年 4月	平成22年 7月	平成22年 10月	平成23年 1月	平成23年 4月	前期調査との 差
合 計	27.0	30.1	25.3	29.8	13.8	▲ 16.0
東青	21.7	26.7	27.5	31.0	13.3	▲ 17.7
津軽	29.3	35.3	25.9	30.8	13.3	▲ 17.5
県南	30.8	30.8	23.3	28.3	15.0	▲ 13.3
下北	25.0	22.5	22.5	27.5	12.5	▲ 15.0

(参考2) その他自由意見

分野	地区	業種	自由意見
家計	東青	コンビニ	やっと店全体の50%ぐらいの商品がそろったと思ったら、また余震のために停電、流通が破壊され、客離れ、売上げ低下、客単価の低下、どれひとついいところありません。節電対応のため、店の看板も消し、駐車場も真っ暗の中、営業していました。お客様もなれないせいか、風除室に車ごとぶつかり、大変なことになりました。節電も大切ですが、お客様の安全を考えたら、過剰な自粛、節電はどうなのでしょう。
		衣料専門店	大型小売店の倒産から発行の商品券、ギフト券等の価値が半減した（政府保証が半額）、民事再生法を申請し、営業を続けながら再建に向かう、しかし「この商品券はお得ですよ」と販売した当の店では利用できないという。再建に向けた動きにお客様の信用は欠かせないが反応が気になる。又、各社、各種金券が大量に発行され流通している、信用度の低下を招くのではないかと心配である。
		家電量販店	店頭にいつもある商品が売り切れたり品薄だったりするとその商品を買わなくちゃと思ってしまう。今までだったら買わなかったのに。「それ、本当に必要かしら」と、自分に問いかけながらの買物である。
		一般小売店	百貨店の倒産。売掛の回収ができず資金繰りを圧迫している会社が多い。銀行もなかなか手助けしてくれず、途方に促している。県の救済を求む。
		レストラン	まったく先が見えない。
		スナック	自粛、自粛と皆様いっていますがもういい加減にして欲しいです。気持ちは解りますが、青森は程々に宜しいのでは。みんな共倒れですよ。自粛しているのは、景気が良くなりません。明るい街になる事を願っています！！
		観光型ホテル・旅館	海流の動きがやはり気になる。潮の流れで青森にもいろいろ汚染水が流れてくるか心配です。
		観光名所等	地震の直接的被害は少なかったが、放射能や自粛の流れなどの間接的被害が、いったいいつまで続くか先が見えないので、サービス業は、かなり厳しいと見ている。
		旅行代理店	過剰な自粛ムードで「日本沈没」とならなければよいが。
		タクシー	イベント会社（コンサート、ライブ）の人が言っていましたが、青森に新幹線が来たことで（コンサート、ライブ）アーティストを呼びやすくなったそうです。なので、これからイベントが多くなると経済効果は上がるのではないかと思います。
		美容院	一日も早い復興と原発の終息を祈ります。
		競輪場	この度の大震災での被災地及び被災者の復興を一日も早く願う。
	住宅建設販売	停電によるオール電化住宅への疑問、原発への不安からくる電気を使った商品への抵抗。	
津軽	衣料専門店	多額の負債で百貨店民事再生申請。	

分野	地区	業種	自由意見
家計	津軽	一般小売店	百貨店の民事再生法適用申請により、大損害を受けました。
		都市型ホテル	観光業は甚大な被害を受けています。観光立県を標榜するのであれば、具体的な支援策を県や自治体をお願いしたい。
		観光名所等	原子力ウランのモニター（県公表の地点）を津軽地方にも。
		旅行代理店	新幹線の運休、4月下旬の開通でも間引き運行、所要時間の不確定により、観光客が来てくれるのか、不安を感じている商業会が多い。
		美容院	お金を動かす、経済を回すということを皆が実行し始めている。今後に期待したいところです。
		パチンコ	国や政治に対しての期待ができない。そのことが、将来不安をいだき消費悪化。
		ガソリンスタンド	4月以降の公共事業も、被災地中心に予算がつくのではないかと、地元の業者の人たちが希望がもてないのではないかとのこと。
		設計事務所	この非常時に、政治家（政党）の行動は、特に野党の人々は政治家の本来の使命を忘れていないか。
		住宅建設販売	今回の震災はすべての企業に影響があると思うが、我々建設業界も資材等の入荷が生産面、物流関係で見通しがたたく大変だ。
	県南	コンビニ	震災の復興のために働いている方々に、食料、飲料、たばこ等供給できないのが、甚だ残念である。
		百貨店	福島原発に関連して、農水産物に対する安心安全の不安感がかなり強まっている。農業、漁業にはかなりの打撃が出ている。
		乗用車販売	震災、津波により回復してくる業種もあると思うが、復興、景気回復までは時間を要すると思われる。
		衣料専門店	八戸中心街再生の切り札として地域観光交流施設が2月オープンしました。多額の建設費をかけ維持費も相当かかるらしく、中心街の活性化を目的としているようですが、どれだけ集客効果を生み出せるか首をかしげる方々が多いようです。
		家電量販店	震災の影響で家電の買い替えなどがあり、売上げは上がっている。
		商店街	八戸市へ多くの皆さまから温かい善意をいただいておりますこと、深く感謝申し上げます。
		卸売業	早く原発問題を解決し、風評被害をなくしてほしい。
	一般飲食店	復興なくして景気回復はないと思うので、そのためにも被害者には、思い切って、お金を貸与するのではなく、数百万を支給して元気になってもらう。	
	レストラン	本当に大変です。スタッフの解雇も発生しています。	
	スナック	下り坂一方です。良くなる見通しが無い。	

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	観光名所等	被災地の方々の事を思い、晩酌は止めて、菓子類も控え、食卓のおかずも減らし、衣類や日用品は必要な物だけを買うように心掛けています。一方で、もっとみんなが物を買わないと、景気が良くなならない、という声もあります。どうしたらいいのか、わかりません。
		旅行代理店	大震災の施設への直接的被害は免れたものの、商売での間接的な被害は各業種にわたり、大変深刻な問題。
		タクシー	一国民として、力を合わせて、この難局に立ち向かうのみ！！
		美容院	津波はこれから復興に向けて進んで行けるが、原発の後始末がいつ決着がつくか、世界の目が厳しくなってきたのが気になる。
		パチンコ	やはりスーパーなど食品品店、デパート食品売場だけは混み合っていますが、他は全くと言っていいほどです。仕事柄、銀行に足を運ぶと窓口のお客様が増えたように感じました。義援金を振り込んでいるようで、少しほっとしました。
		ガソリンスタンド	当八戸も良くない。
		設計事務所	東日本大地震では国会一つになり、災害対策にあたらなければならない。
		住宅建設販売	仙台エリアは被災した方が家を購入したりしている。
	下北	一般飲食店	いくら頑張ってみても今の状態ではどうにもならない様です。3月も4月もまだ予約が入っていません。この状態でやりたくても皆さんから注意されたそうです。今のところ、個人的にはある程度来ていただいています。
		タクシー	自粛の声とは怖いものです。市民の一斉行動が人の行き交いのない町にしています。一日も早い活気を望んでいます。それが被災地復興の力にもなると思っています。
ガソリンスタンド		やはり震災の影響で、下北は六ヶ所、関根浜、大間といった原発の仕事をしている人が多いので、大打撃を受けたと思われます。	
企業	東青	食料品製造	震災・原発の影響により、海外商談が一時中断した状況にある。
		建設	これからの日本は良くなると感じている人が多い。（前向きな希望を持っている人が多い）
		広告・デザイン	印刷用の紙が不足していることで、印刷物の仕事が遅延している。
	津軽	食料品製造	復興する企業もあるが、反対に倒産ややめる会社もあると思う。
飲料品製造		早く被災地を復旧して景気が良くなってほしい。	
電気機械製造		今後、東京電力の計画停電の影響による受注減が心配です。	
建設		今回の東日本大震災で被災された方々に心よりお見舞い申し上げます。津軽地方は倒壊等はなかったが、停電が県内一円となった事に驚いた。計画停電、そしてまた停電。電気がこれほど大事でありがたいと思知らされた事はなかった。何が出来るかわからないけど、出来る事で応援するしかない。八戸、岩手、宮城、福島、茨城の方と共に復興へ向けて頑張っていこう。	

分野	地区	業種	自由意見
企業	津軽	経営コンサルタント	福島原発の収束時期により、観光面も含めて予想がつかない。
		広告・デザイン	震災で、歓送迎会やら全て自粛がブームとなり、新幹線も運休では、今後の経済はどうなるやら、全く不安。
	県南	食料品製造	特殊要因が多すぎる。
		紙・パルプ製造	八戸地区では津波被害の大きい臨海工業地域と漁業、水産加工業の早期の復興が今後の景気を大きく左右すると思います。
		電気機械製造	今回、原発は事故になってしまったが、感情論でストップさせて良いものか。特に今回は東京電力の問題であるから、東北がそれに巻き込まれることはないのではないか。粛々と点検し、終えたなら再稼働すれば良いと考える。「実利をとって、使えるものは早く使い、復興をしていこう」という声は何回か地元で聞いている。
		経営コンサルタント	災害を契機に稼働率の上昇、物価の値上がりを期待して、政府の災害対策が早期に発動するように望みます。
		広告・デザイン	今回のアンケートは、東日本大地震についての状況をアンケートすべき。もう少し考えて調査せよ！！
下北	食料品製造	何卒、いち早く県独自の金融対策だけでなく、国と一体化した政策を出して下さい。	
雇用	津軽	新聞社求人広告	飲食業など各業種で、勝ち組と負け組がはっきりしつつある。自助努力の差か。同一業種で格差が目立ってくるのでないか。