

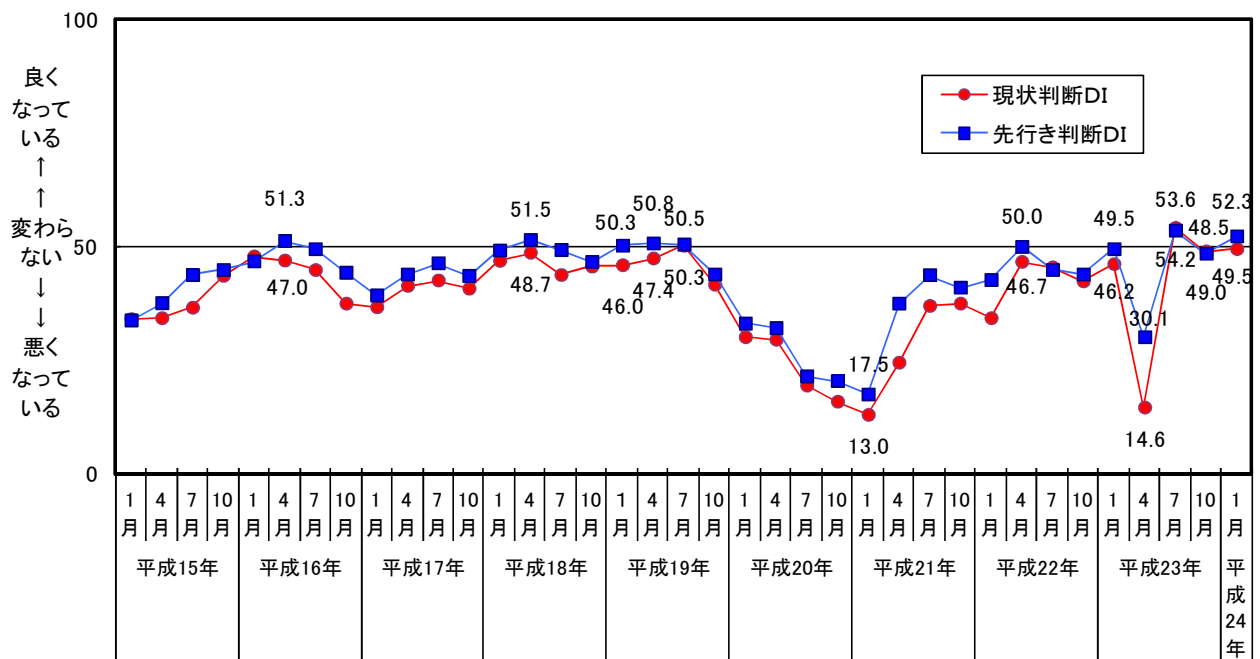
# 青森県景気ウォッチャー調査 (平成24年1月期)

調査期間 平成24年1月4日～1月19日 回答率99%

## 概況

1月期は、景気の現状判断DIは、2期連続で横ばいを示す50を下回った。先行き判断DIは、2期ぶりに横ばいを示す50を上回った。

## 景気現状判断DI・先行き判断DIの推移



平成24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①) 景気の水準判断

(参考②) 東日本大震災からの景気の回復程度

### (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3.8ポイント減少、「変わらない」が9.5ポイント増加、「やや悪くなっている」が5.8ポイント減少したことにより、全体では0.5ポイント上昇の49.5となり、景気の横ばいを示す50を2期連続で下回った。

判断理由をみると、震災の落ち着きはあるものの景気は芳しくない、円高等の影響で受注が急激に減少しているという声があった。一方で、年末年始で景気が良かった、新車の受注が増えてき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3.0ポイント増加、企業関連で8.4ポイント減少、雇用関連で3.5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、県南地区ではポイントが増加し、津軽、下北地区では減少した。東青、県南地区では横ばいを示す50を上回ったが、津軽、下北地区では下回った。

### (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、「やや良くなる」が8.3ポイント増加し、「変わらない」が5.5ポイント減少、「やや悪くなる」が2.8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52.3となり、景気の横ばいを示す50を2期ぶりに上回った。

判断理由を見ると、消費税増税議論による消費抑制を懸念する声や、TPP導入による経済への影響を不安視する声があった。一方で、消費税増税議論による前倒し需要を予測する声や、東北の復興需要、エコカー減税・新エコカー補助金に期待する声もあった。

#### ② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で4.7ポイント増加、企業関連で1.4ポイント減少、雇用関連は横ばいであった。

#### ③ 地区別の動向

前期調査と比べて、東青、津軽、県南地区ではポイントが増加し、下北地区では減少した。東青、津軽、県南地区では景気の横ばいを示す50を上回ったが、下北地区では下回った。

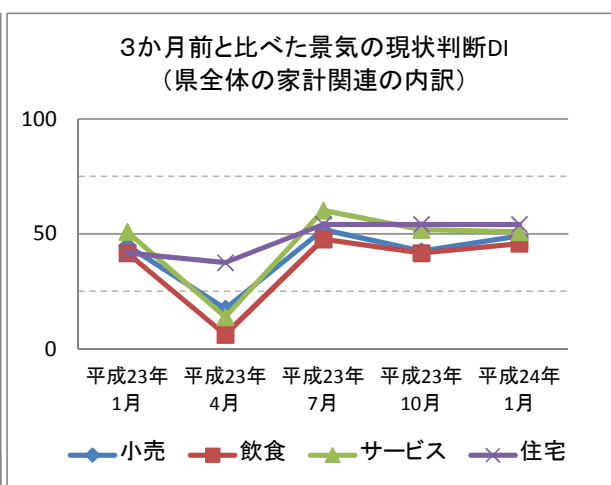
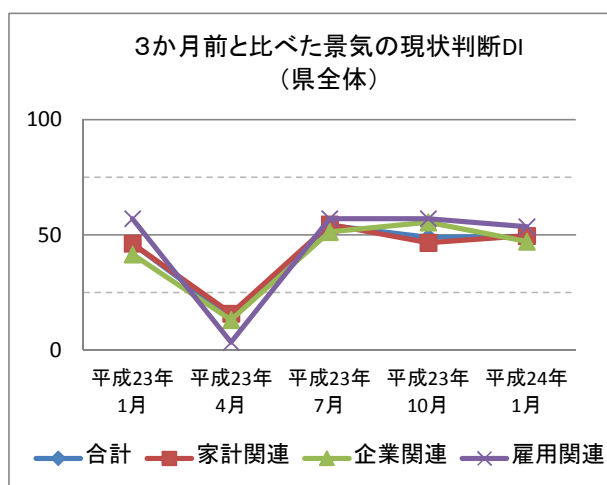
## 2. 県全体の動向

### (1) 3か月前と比べた景気の現状判断

#### ① D I

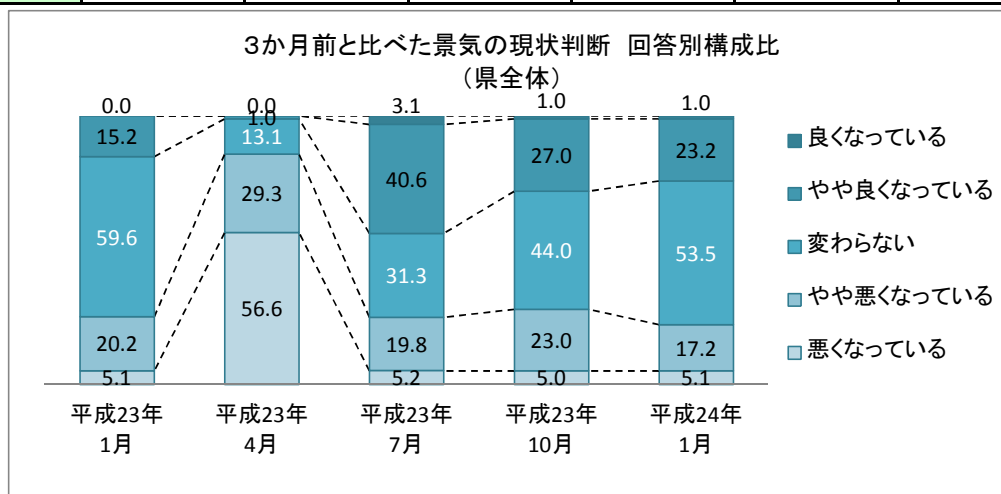
n=99

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>46.2</b>	<b>14.6</b>	<b>54.2</b>	<b>49.0</b>	<b>49.5</b>	<b>0.5</b>
家計関連	46.3	16.0	54.6	46.7	49.7	3.0
小売	45.0	17.5	51.9	42.5	49.1	6.6
飲食	41.7	6.3	47.7	41.7	45.8	4.1
サービス	51.0	13.9	60.2	51.9	50.9	▲ 1.0
住宅	41.7	37.5	54.2	54.2	54.2	0.0
企業関連	41.7	13.2	51.4	55.6	47.2	▲ 8.4
雇用関連	57.1	3.6	57.1	57.1	53.6	▲ 3.5



#### ② 回答別構成比 (%)

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	3.1	1.0	1.0	0.0
やや良くなっている	15.2	1.0	40.6	27.0	23.2	▲ 3.8
変わらない	59.6	13.1	31.3	44.0	53.5	9.5
やや悪くなっている	20.2	29.3	19.8	23.0	17.2	▲ 5.8
悪くなっている	5.1	56.6	5.2	5.0	5.1	0.1

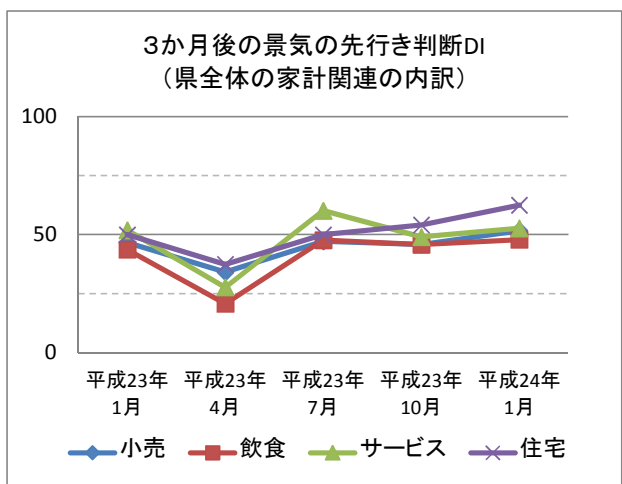
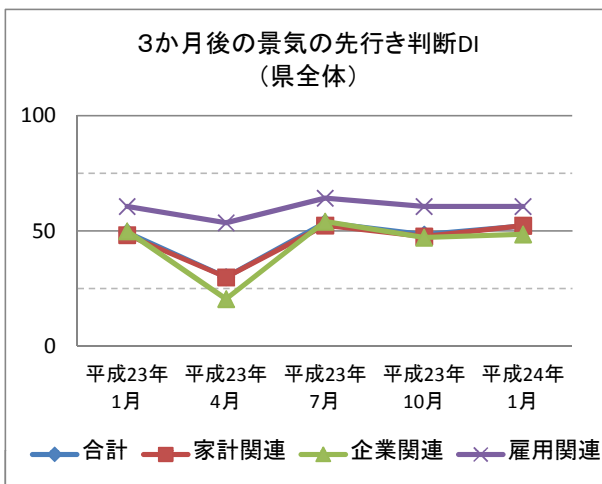


(2) 3か月後の景気の先行き判断

① D I

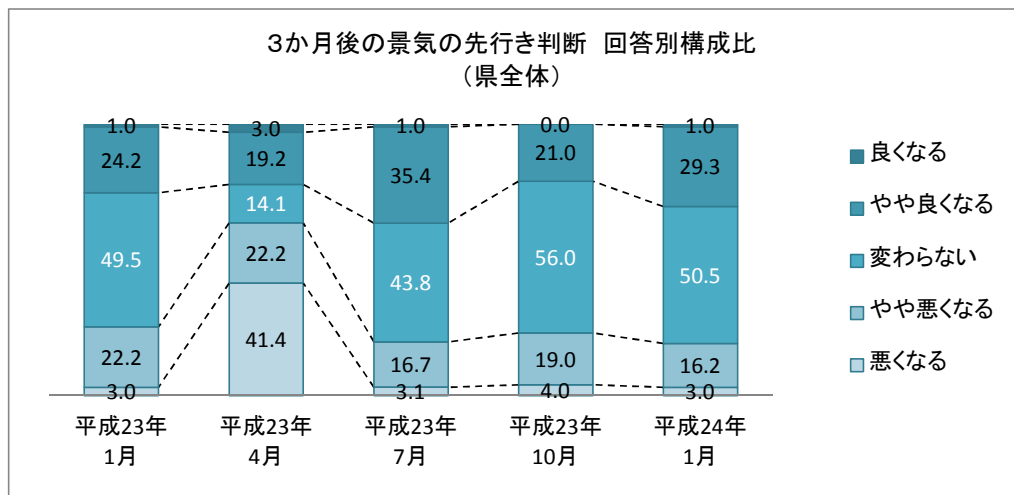
n = 99

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>49.5</b>	<b>30.1</b>	<b>53.6</b>	<b>48.5</b>	<b>52.3</b>	<b>3.8</b>
家計関連	48.3	30.0	52.5	47.7	52.4	4.7
小売	46.7	34.2	47.2	45.8	51.7	5.9
飲食	43.8	20.8	47.7	45.8	47.9	2.1
サービス	51.9	27.8	60.2	49.1	52.8	3.7
住宅	50.0	37.5	50.0	54.2	62.5	8.3
企業関連	50.0	20.6	54.2	47.2	48.6	1.4
雇用関連	60.7	53.6	64.3	60.7	60.7	0.0



② 回答別構成比 (%)

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
良くなる	1.0	3.0	1.0	0.0	1.0	1.0
やや良くなる	24.2	19.2	35.4	21.0	29.3	8.3
変わらない	49.5	14.1	43.8	56.0	50.5	▲ 5.5
やや悪くなる	22.2	22.2	16.7	19.0	16.2	▲ 2.8
悪くなる	3.0	41.4	3.1	4.0	3.0	▲ 1.0



### 3. 地区別の動向

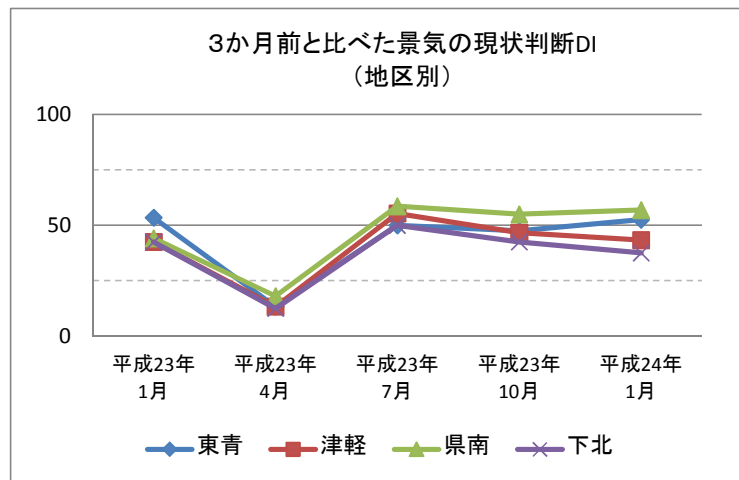
#### (1) 3か月前と比べた景気の現状判断

<地区別>

①DI

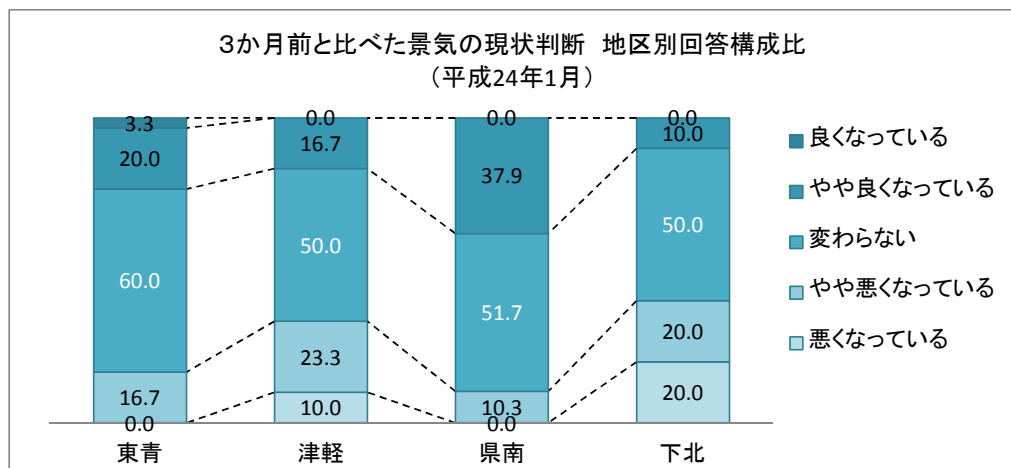
n=99

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>49.5</b>	<b>30.1</b>	<b>53.6</b>	<b>48.5</b>	<b>52.3</b>	<b>3.8</b>
東青	53.4	13.3	50.0	47.5	52.5	5.0
津軽	42.5	13.3	55.4	46.7	43.3	▲ 3.4
県南	44.2	18.1	58.6	55.0	56.9	1.9
下北	42.5	12.5	50.0	42.5	37.5	▲ 5.0



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北
良くなっている	3.3	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	20.0	16.7	37.9	10.0
変わらない	60.0	50.0	51.7	50.0
やや悪くなっている	16.7	23.3	10.3	20.0
悪くなっている	0.0	10.0	0.0	20.0

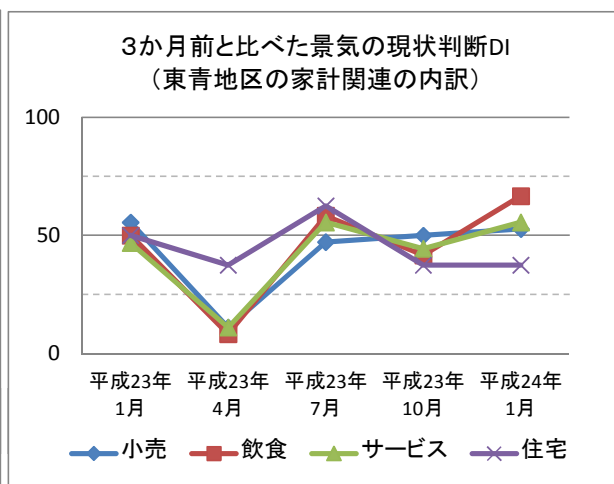
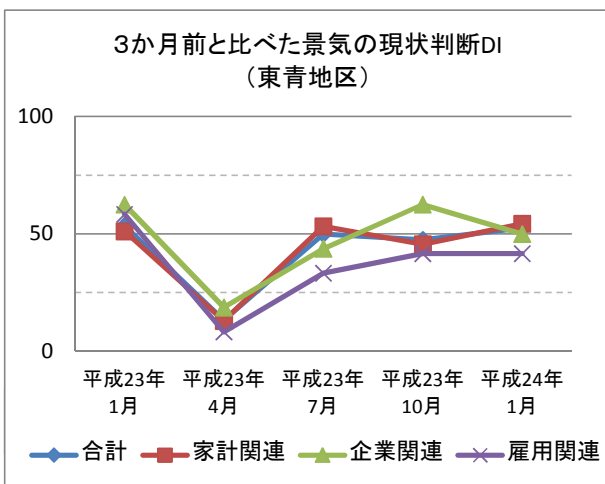


<東青地区>

① D I

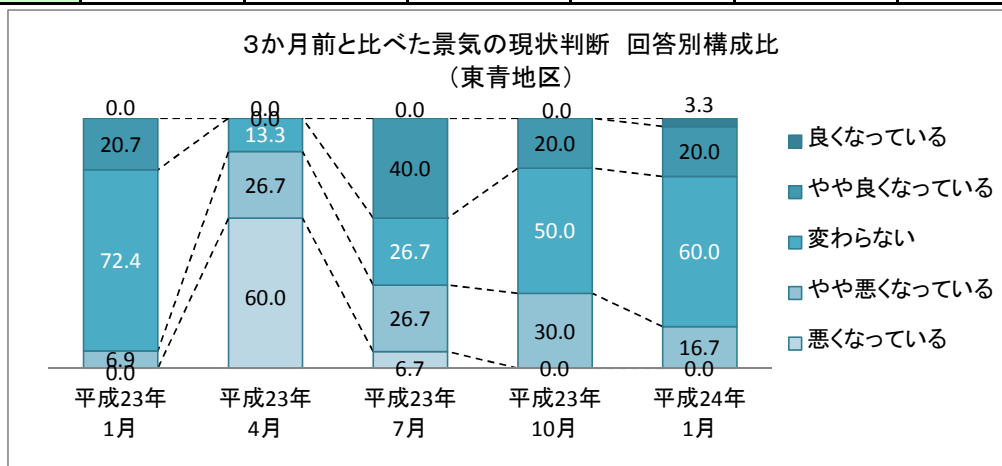
n=30

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>53.4</b>	<b>13.3</b>	<b>50.0</b>	<b>47.5</b>	<b>52.5</b>	<b>5.0</b>
家計関連	51.1	13.0	53.3	45.7	54.3	8.6
小売	55.6	11.1	47.2	50.0	52.8	2.8
飲食	50.0	8.3	58.3	41.7	66.7	25.0
サービス	46.9	11.1	55.6	44.4	55.6	11.2
住宅	50.0	37.5	62.5	37.5	37.5	0.0
企業関連	62.5	18.8	43.8	62.5	50.0	▲ 12.5
雇用関連	58.3	8.3	33.3	41.7	41.7	0.0



②回答別構成比 (%)

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24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	3.3	3.3
やや良くなっている	20.7	0.0	40.0	20.0	20.0	0.0
変わらない	72.4	13.3	26.7	50.0	60.0	10.0
やや悪くなっている	6.9	26.7	26.7	30.0	16.7	▲ 13.3
悪くなっている	0.0	60.0	6.7	0.0	0.0	0.0

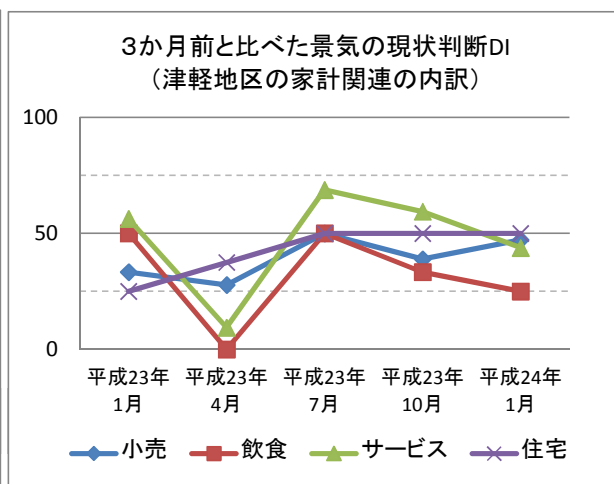
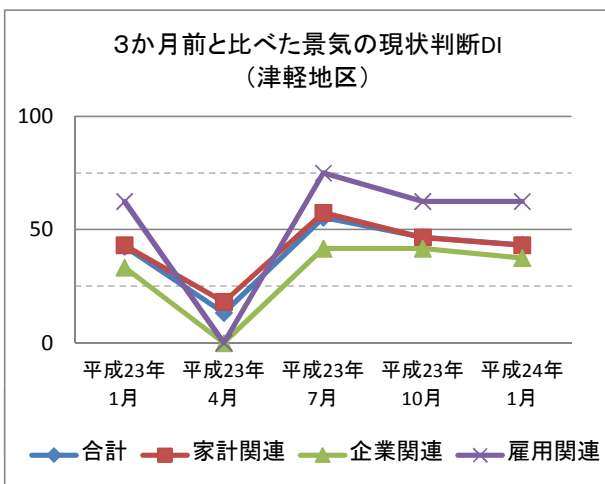


< 津軽地区 >

① D I

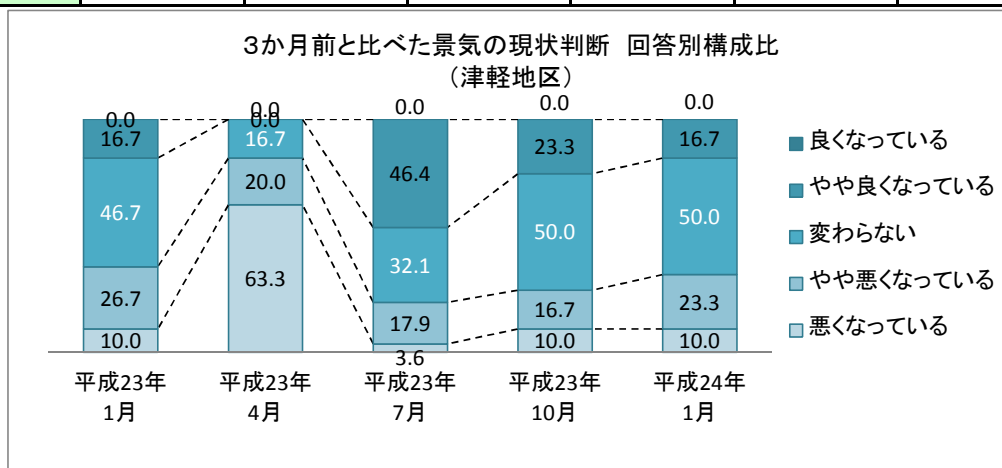
n = 30

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>42.5</b>	<b>13.3</b>	<b>55.4</b>	<b>46.7</b>	<b>43.3</b>	<b>▲ 3.4</b>
家計関連	43.2	18.2	57.5	46.6	43.2	▲ 3.4
小売	33.3	27.8	50.0	38.9	47.2	8.3
飲食	50.0	0.0	50.0	33.3	25.0	▲ 8.3
サービス	56.3	9.4	68.8	59.4	43.8	▲ 15.6
住宅	25.0	37.5	50.0	50.0	50.0	0.0
企業関連	33.3	0.0	41.7	41.7	37.5	▲ 4.2
雇用関連	62.5	0.0	75.0	62.5	62.5	0.0



② 回答別構成比 (%)

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24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	16.7	0.0	46.4	23.3	16.7	▲ 6.6
変わらない	46.7	16.7	32.1	50.0	50.0	0.0
やや悪くなっている	26.7	20.0	17.9	16.7	23.3	6.6
悪くなっている	10.0	63.3	3.6	10.0	10.0	0.0



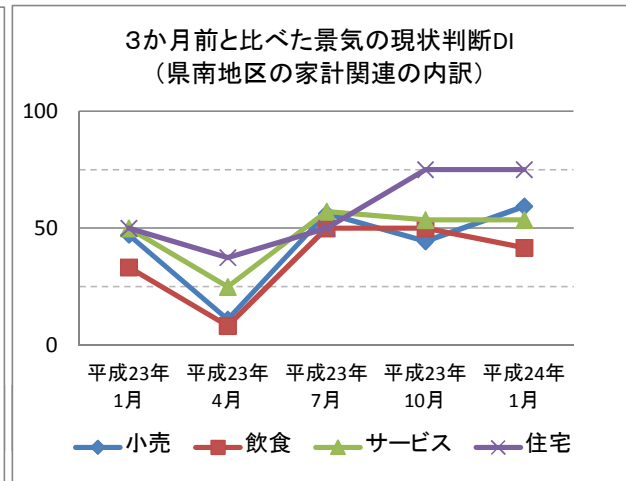
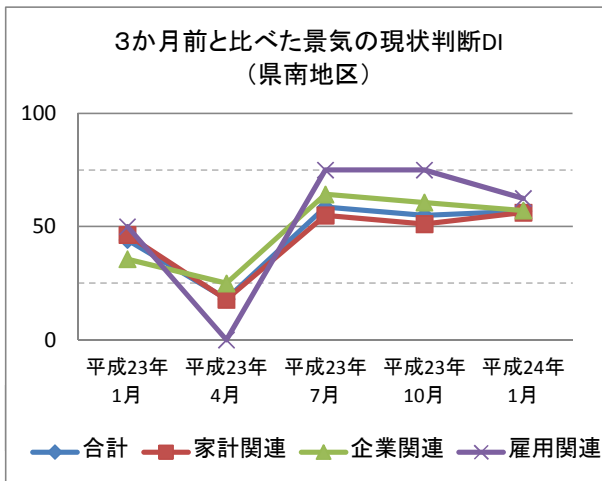


< 県南地区 >

① D I

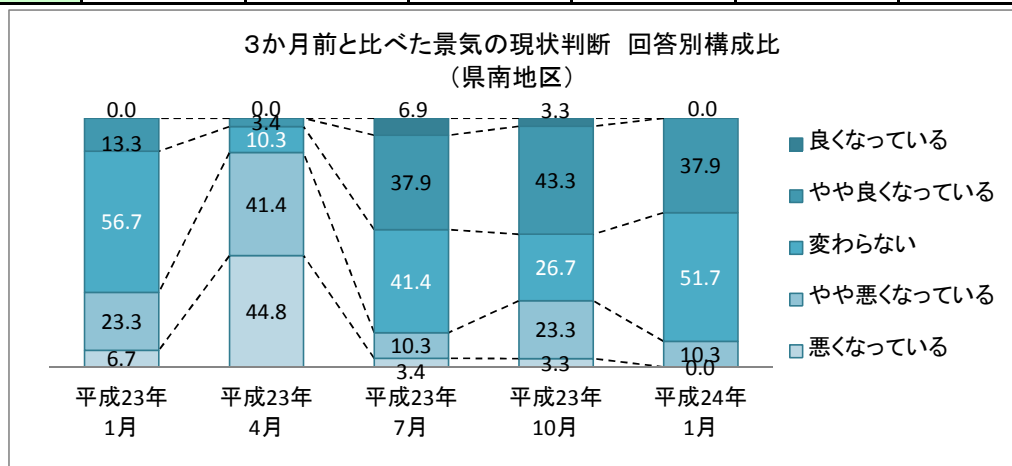
n = 29

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>44.2</b>	<b>18.1</b>	<b>58.6</b>	<b>55.0</b>	<b>56.9</b>	<b>1.9</b>
家計関連	46.4	17.9	55.0	51.2	56.3	5.1
小売	47.2	11.1	56.3	44.4	59.4	15.0
飲食	33.3	8.3	50.0	50.0	41.7	▲ 8.3
サービス	50.0	25.0	57.1	53.6	53.6	0.0
住宅	50.0	37.5	50.0	75.0	75.0	0.0
企業関連	35.7	25.0	64.3	60.7	57.1	▲ 3.6
雇用関連	50.0	0.0	75.0	75.0	62.5	▲ 12.5



② 回答別構成比 (%)

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	6.9	3.3	0.0	▲ 3.3
やや良くなっている	13.3	3.4	37.9	43.3	37.9	▲ 5.4
変わらない	56.7	10.3	41.4	26.7	51.7	25.0
やや悪くなっている	23.3	41.4	10.3	23.3	10.3	▲ 13.0
悪くなっている	6.7	44.8	3.4	3.3	0.0	▲ 3.3

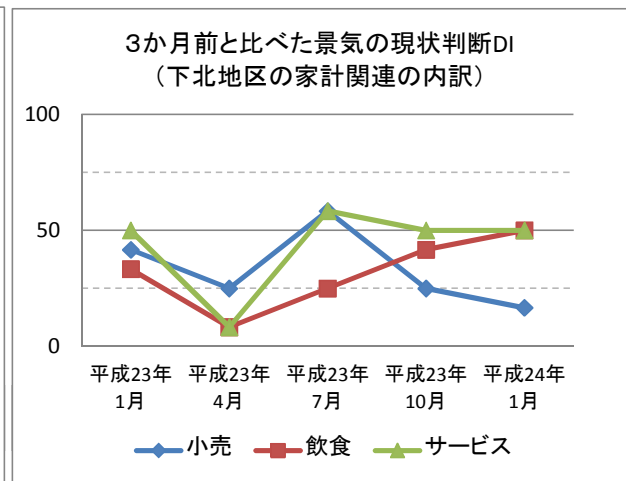
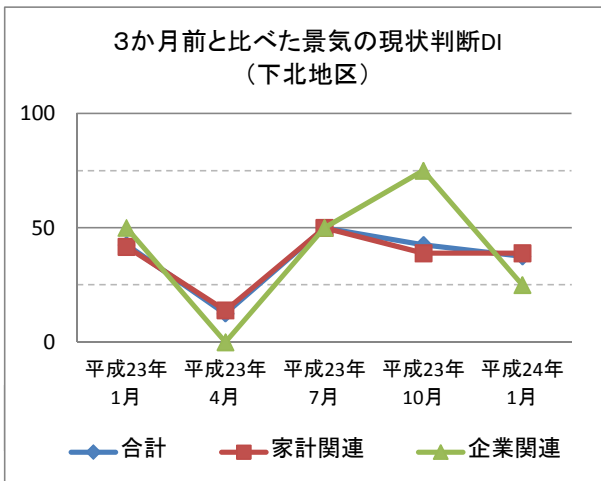


<下北地区> (参考)

①DI

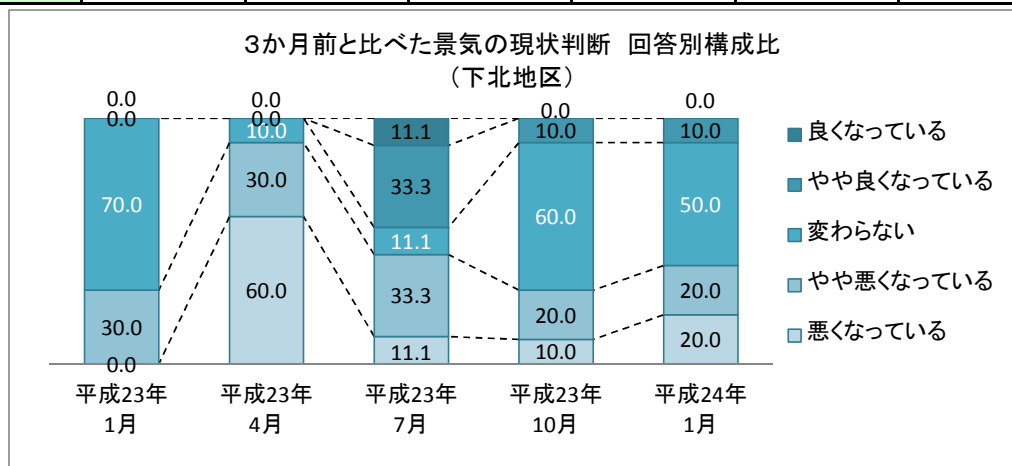
n=10

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>42.5</b>	<b>12.5</b>	<b>50.0</b>	<b>42.5</b>	<b>37.5</b>	<b>▲ 5.0</b>
家計関連	41.7	13.9	50.0	38.9	38.9	0.0
小売	41.7	25.0	58.3	25.0	16.7	▲ 8.3
飲食	33.3	8.3	25.0	41.7	50.0	8.3
サービス	50.0	8.3	58.3	50.0	50.0	0.0
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	50.0	0.0	50.0	75.0	25.0	▲ 50.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



②回答別構成比 (%)

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	0.0	0.0	33.3	10.0	10.0	0.0
変わらない	70.0	10.0	11.1	60.0	50.0	▲ 10.0
やや悪くなっている	30.0	30.0	33.3	20.0	20.0	0.0
悪くなっている	0.0	60.0	11.1	10.0	20.0	10.0



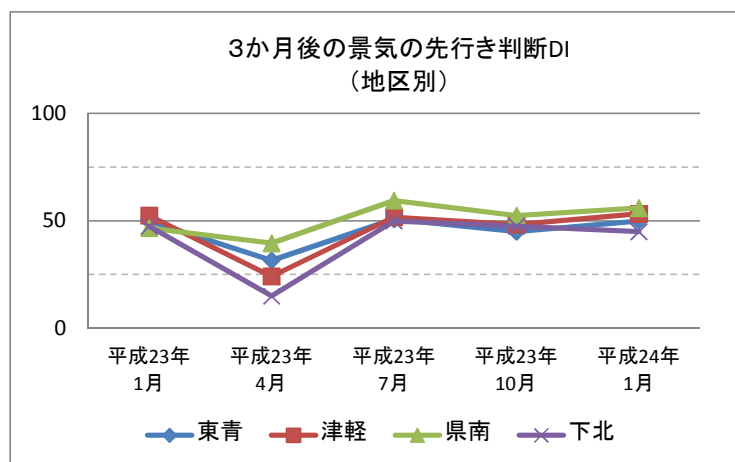
(2) 3か月後の景気の先行き判断

<地区別>

①DI

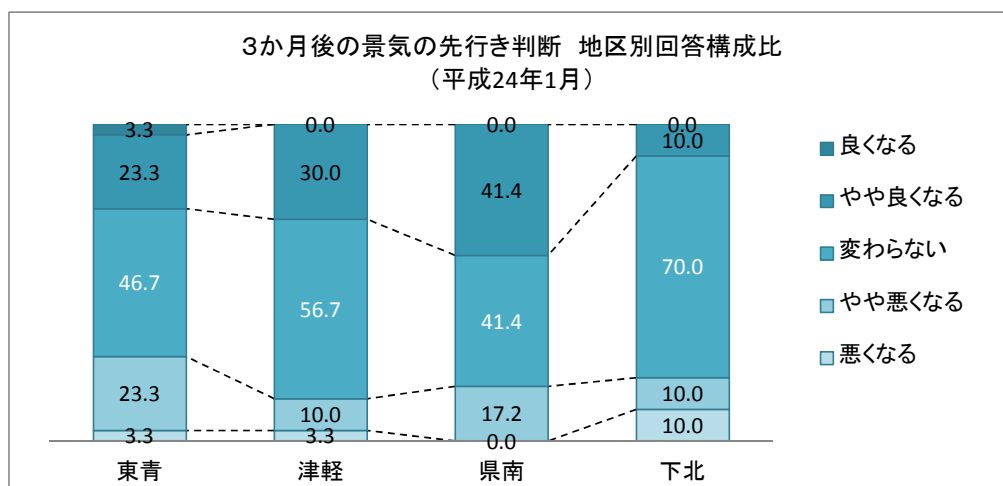
n=99

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>49.5</b>	<b>30.1</b>	<b>53.6</b>	<b>48.5</b>	<b>52.3</b>	<b>3.8</b>
東青	50.0	31.7	50.8	45.0	50.0	5.0
津軽	52.5	24.2	51.8	48.3	53.3	5.0
県南	46.7	39.7	59.5	52.5	56.0	3.5
下北	47.5	15.0	50.0	47.5	45.0	▲ 2.5



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北
良くなる	3.3	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	23.3	30.0	41.4	10.0
変わらない	46.7	56.7	41.4	70.0
やや悪くなる	23.3	10.0	17.2	10.0
悪くなる	3.3	3.3	0.0	10.0

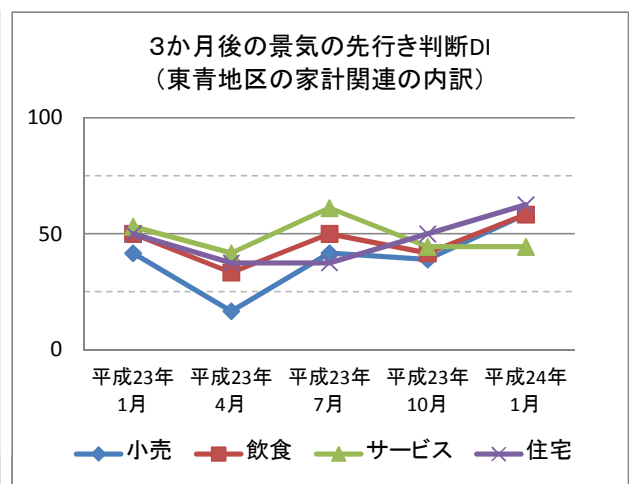
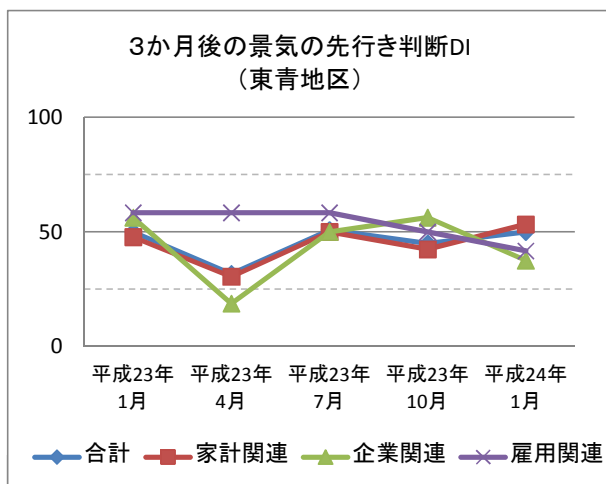


<東青地区>

①D I

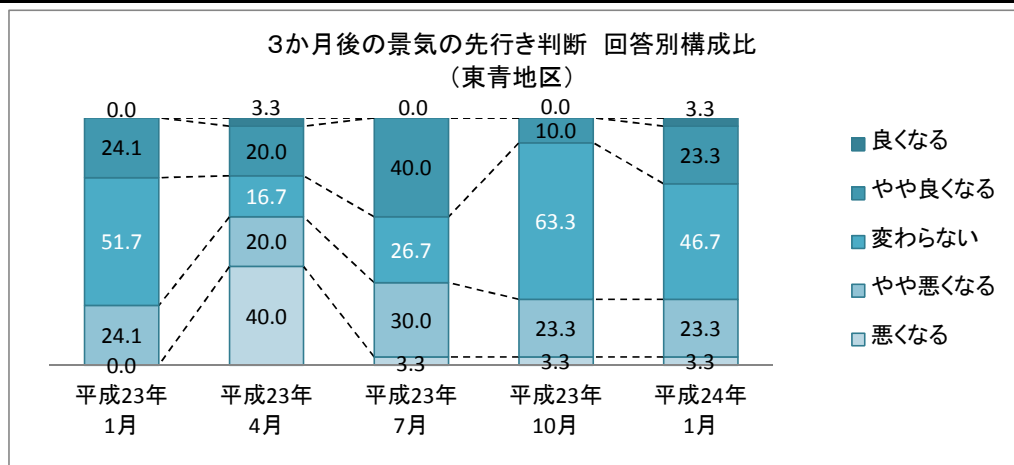
n=30

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>50.0</b>	<b>31.7</b>	<b>50.8</b>	<b>45.0</b>	<b>50.0</b>	<b>5.0</b>
家計関連	47.7	30.4	50.0	42.4	53.3	10.9
小売	41.7	16.7	41.7	38.9	58.3	19.4
飲食	50.0	33.3	50.0	41.7	58.3	16.6
サービス	53.1	41.7	61.1	44.4	44.4	0.0
住宅	50.0	37.5	37.5	50.0	62.5	12.5
企業関連	56.3	18.8	50.0	56.3	37.5	▲ 18.8
雇用関連	58.3	58.3	58.3	50.0	41.7	▲ 8.3



②回答別構成比 (%)

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
良くなる	0.0	3.3	0.0	0.0	3.3	3.3
やや良くなる	24.1	20.0	40.0	10.0	23.3	13.3
変わらない	51.7	16.7	26.7	63.3	46.7	▲ 16.6
やや悪くなる	24.1	20.0	30.0	23.3	23.3	0.0
悪くなる	0.0	40.0	3.3	3.3	3.3	0.0

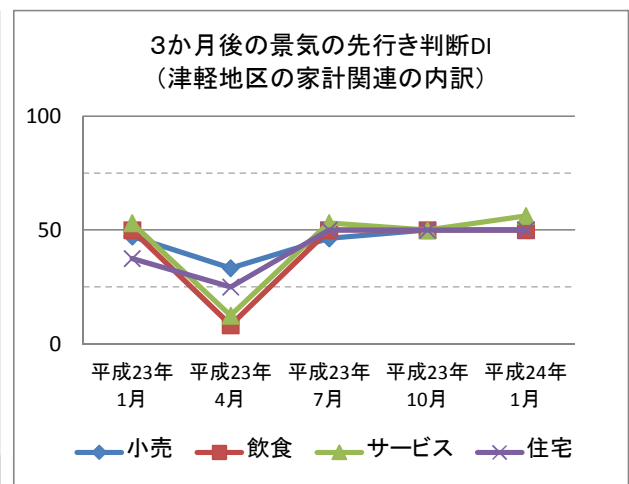
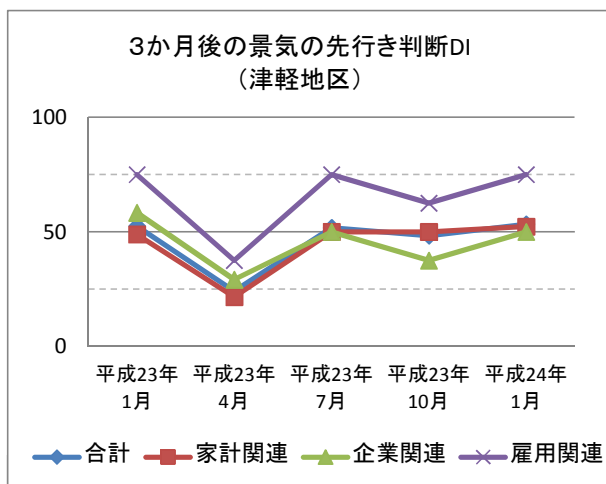


<津軽地区>

①D I

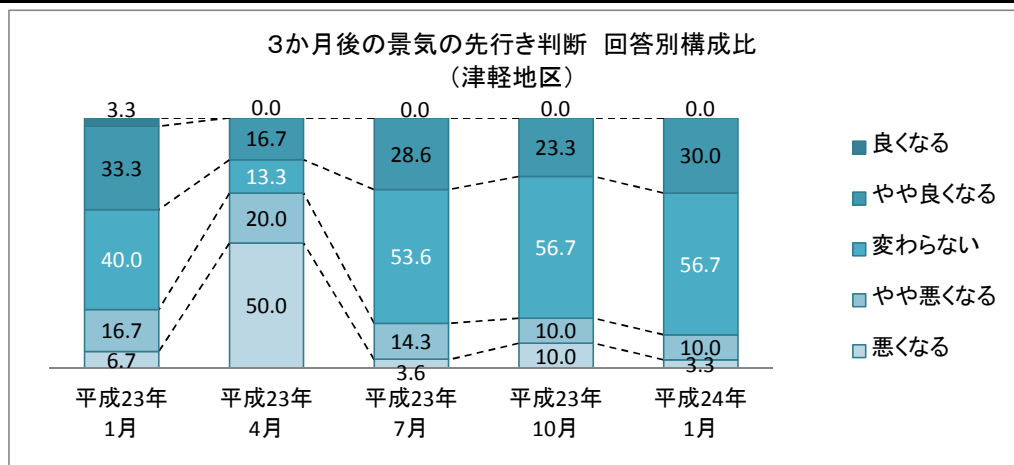
n=30

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>52.5</b>	<b>24.2</b>	<b>51.8</b>	<b>48.3</b>	<b>53.3</b>	<b>5.0</b>
家計関連	48.9	21.6	50.0	50.0	52.3	2.3
小売	47.2	33.3	46.4	50.0	50.0	0.0
飲食	50.0	8.3	50.0	50.0	50.0	0.0
サービス	53.1	12.5	53.1	50.0	56.3	6.3
住宅	37.5	25.0	50.0	50.0	50.0	0.0
企業関連	58.3	29.2	50.0	37.5	50.0	12.5
雇用関連	75.0	37.5	75.0	62.5	75.0	12.5



②回答別構成比 (%)

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
良くなる	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	33.3	16.7	28.6	23.3	30.0	6.7
変わらない	40.0	13.3	53.6	56.7	56.7	0.0
やや悪くなる	16.7	20.0	14.3	10.0	10.0	0.0
悪くなる	6.7	50.0	3.6	10.0	3.3	▲ 6.7

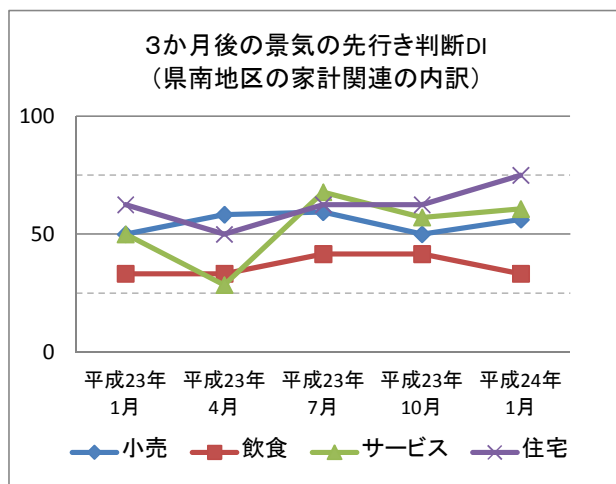
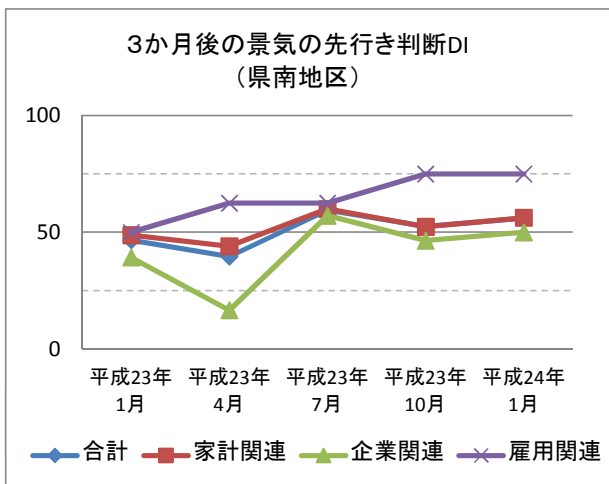


< 県南地区 >

① D I

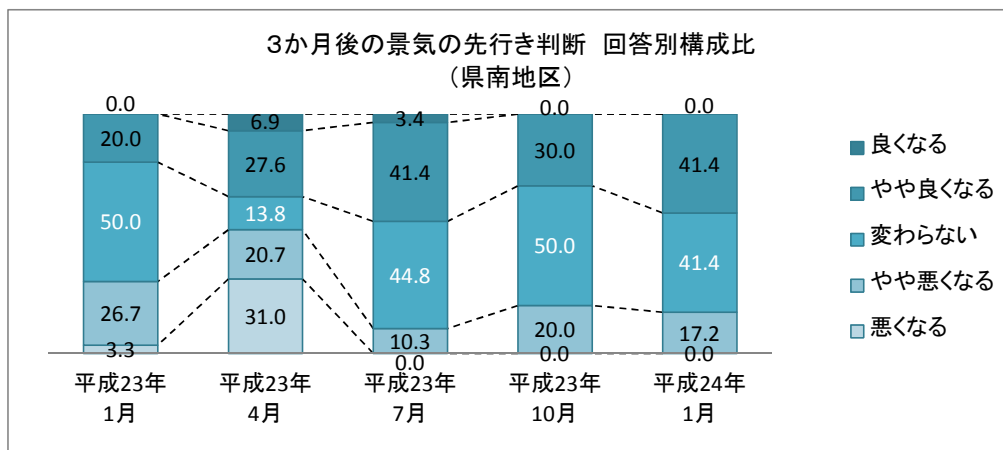
n = 29

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>46.7</b>	<b>39.7</b>	<b>59.5</b>	<b>52.5</b>	<b>56.0</b>	<b>3.5</b>
家計関連	48.8	44.0	60.0	52.4	56.3	3.9
小売	50.0	58.3	59.4	50.0	56.3	6.3
飲食	33.3	33.3	41.7	41.7	33.3	▲ 8.4
サービス	50.0	28.6	67.9	57.1	60.7	3.6
住宅	62.5	50.0	62.5	62.5	75.0	12.5
企業関連	39.3	16.7	57.1	46.4	50.0	3.6
雇用関連	50.0	62.5	62.5	75.0	75.0	0.0



② 回答別構成比 (%)

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
良くなる	0.0	6.9	3.4	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	20.0	27.6	41.4	30.0	41.4	11.4
変わらない	50.0	13.8	44.8	50.0	41.4	▲ 8.6
やや悪くなる	26.7	20.7	10.3	20.0	17.2	▲ 2.8
悪くなる	3.3	31.0	0.0	0.0	0.0	0.0

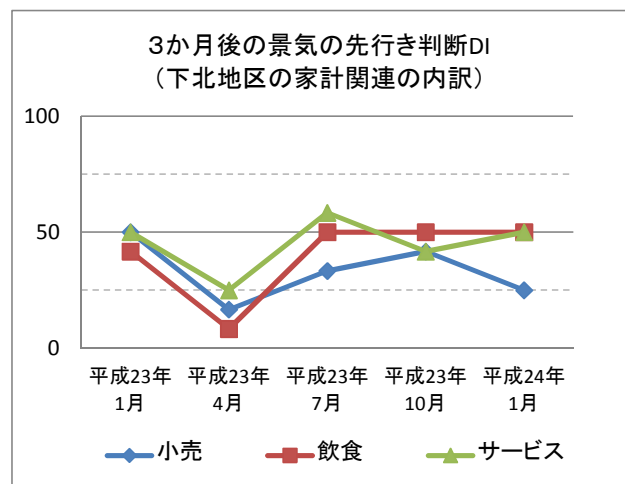
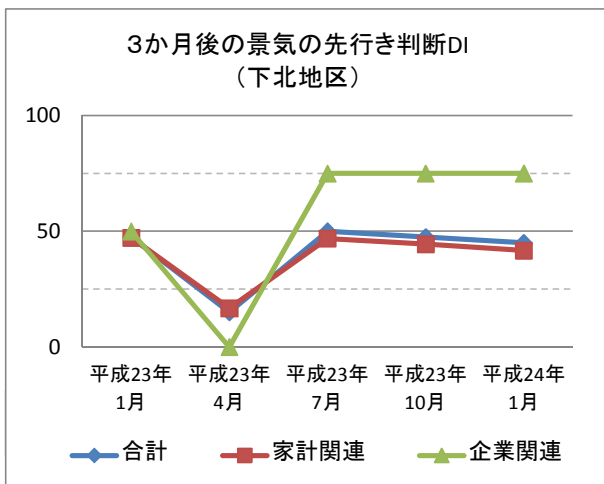


<下北地区> (参考)

①DI

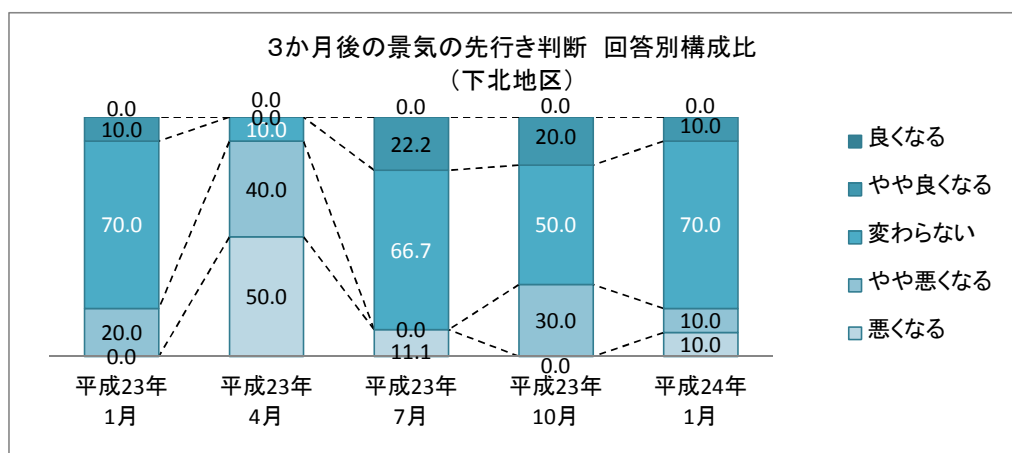
n=10

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>47.5</b>	<b>15.0</b>	<b>50.0</b>	<b>47.5</b>	<b>45.0</b>	<b>▲ 2.5</b>
家計関連	47.2	16.7	46.9	44.4	41.7	▲ 2.7
小売	50.0	16.7	33.3	41.7	25.0	▲ 16.7
飲食	41.7	8.3	50.0	50.0	50.0	0.0
サービス	50.0	25.0	58.3	41.7	50.0	8.3
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	50.0	0.0	75.0	75.0	75.0	0.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



②回答別構成比 (%)

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24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	0.0	22.2	20.0	10.0	▲ 10.0
変わらない	70.0	10.0	66.7	50.0	70.0	20.0
やや悪くなる	20.0	40.0	0.0	30.0	10.0	▲ 20.0
悪くなる	0.0	50.0	11.1	0.0	10.0	10.0



## 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	東青	一般飲食店	景気とは人の心を映すものであるので、悪いとは言いたくないと思います。
やや良くなっている	家計	東青	スナック	忘年会シーズンがあったため。しかし、12月は期待の1/3。
			タクシー	年末年始や冬休み等で青森に来る人が多くなっているため、やや良いと思います。
			パチンコ	年末年始で集客が良かった。
			衣料専門店	お客様が低価格商品の要求をしなくなった、秋冬物の動きが良い、それにクオリティーの良いもの、新製品の話題に乗ってきている。
			乗用車販売	新車の受注が増えてきている。
			都市型ホテル	震災による消費の抑制感が薄れ、回復傾向にあるのではないかと。
	津軽		卸売業	時期的に公共工事の発注が多いと思われる為。降雪の影響で除雪・排雪が例年より多いと思われる。
			商店街	地元百貨店が商店街のポイント発行を再開してから、商店街に来街者が増加し、少しずつではあるが、活気が戻っているのが要因。
			美容院	年末年始で皆さんお金を使っている様子がうかがえた。
			百貨店	お客様が少しずつ戻ってきている。
	県南		スーパー	年末商戦に限って言えば、景気は回復傾向です。
			パチンコ	来客数が増加してきている。街を歩いていて、人の顔が明るくなったような気がします。
			衣料専門店	震災時のマイナス分を補うくらいのプラス傾向でした。
			一般小売店	被災地に見舞金が渡されたのは、秋口になってからの事で、ようやくお金が回り始めた感がある。
			住宅建設販売	物件への来場が新年になって増えてきた。
乗用車販売			震災後の復興事業に携わる業種から、人や物が足りないという声も聞こえてくる。	
設計事務所			景気対策が実って来ている。	
旅行代理店			自社企画商品に対する反応も増えてきており、販売状況は比較的良好な状況にあります。	
下北		スナック	年末年始で少しは景気が良かったです。	



現状	分野	地区	業種	理由
やや良くなっている	企業	県南	飲料品製造	震災関係も一段落し、良くはないが、出荷数量が堅調に推移している。
			経営コンサルタント	震災による特需があり、今後、期待できそうだから。
	雇用	津軽	新聞社求人広告	年末から新年に対する期待、または正月特需によるもの。
変わらない	家計	東青	ガソリンスタンド	12月に賞与が支給されなかったという人が多く、娯楽などに消費する余力が無い。
			スーパー	売上が前年並みに推移している。
			卸売業	大型店出店により競争激化。
			競輪場	入場者が少なく、売上に反映していない。
			商店街	震災の影響なのか、今年は全般にわたって低調。
			設計事務所	企業体力が回復しないと建物までには及ばない。
			美容院	まだまだ震災の影響が残ったうえ、記録的な雪で、外出をひかえる動きが目立つ。
			百貨店	3ヶ月前と現在では、前年からの伸び率に変化がない為。
			旅行代理店	12月の商品が例年になく好調だった。
	津軽	タクシー	今の現状からみて、まだ上向く要因が見当たらない。	
		衣料専門店	リンゴ収穫不足。	
		観光名所等	福島原子力発電の放射能、世界情勢、日本の政治。	
		設計事務所	構造不況からの脱却がなかなか進まない。	
		都市型ホテル	消費動向に変化が無い。	
		旅行代理店	業種によって好、不景気がみられますが、平均的に変わっていないのではないかと。	
	県南	ガソリンスタンド	震災の影響も一段落した感じである。	
		コンビニ	所得の減少。	
		タクシー	市内を見て廻っても、極端に変わったような事もないし、震災後、一応、落ち着いているようだ。	
		レストラン	震災後は、購買意欲は有ったが、今は落ち着いたと思います。	

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	県南	一般飲食店	震災景気と言われるが、当関係職にあまり恩恵がない。
			卸売業	円高、株価低迷と景気が良くないが、年末商戦も前年並であった。
			百貨店	年末から年始（お正月）にかけてお客様の消費状況を見ると、震災による海産品関係の価格高も加わり、正月食材やお土産品の買い控えがある。
		下北	ガソリンスタンド	お客さんからもまるで明るい話を聞きません。
			タクシー	3ヶ月前の悪さがそのまま継続されているから。
			レストラン	これからの先がまだ見えてこない。
			都市型ホテル	忘新年会の件数、規模共に減少傾向です。
	企業	東青	経営コンサルタント	ホタテを中心とした水産物の不振。就職難が続いている。
			広告・デザイン	新しい要素がない。新幹線開業1周年でも大きな動きがなかった。
			食料品製造	秋の観光、年末年始の人の移動・消費という季節的要因を除けば震災後の家庭内備蓄行動等も落ち着き、景気はさほど変化があったとは感じておりません。
		津軽	飲料品製造	取引先からの聞取り等からの情報。
			経営コンサルタント	築城400周年が終わり、観光面からの活力が感じられない。
			広告・デザイン	見積り件数、受注数、仕事量が増えていない。
		県南	建設	前年8、9月で公共工事の発注が集中。現状では、建設業界は、手持工事は潤沢な状況で建設技術者の不足が続いているが、今後の発注については、復興関連以外は減少していくものと推察する。
			広告・デザイン	今の状況が良くなったのか、悪いままなのか、判断基準が低すぎてわからなくなっている。好転する様な要素がまったく感じられない。
紙・パルプ製造	内需の回復が弱いのに加え、円高による輸入品の増加で、厳しい事業環境が続いている。			
食料品製造	一定以上の生産活動が継続されている。			
電気機械製造	製造業が円高で厳しい状況にあり、近くの同業の方も苦労されていると聞く。人員削減も行われたとのこと。但し、他業界の方々からは「いつもと同じ」との印象です。			
雇用	県南	新聞社求人広告	震災の落ち着きはあるものの、景気は芳しくない。	
やや悪くなっている	家計	東青	レストラン	仕入れ業者さんとの話で、だれ一人として景気がいい話はなかった。
			観光型ホテル・旅館	50才以上の人の仕事が少ないし、若い人の仕事も少ない。給料は上がらない。農業の人達（例えば、りんご農家）もあまり実が良くなかったらしい。

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	東青	住宅建設販売	3ヶ月前と比較して、住宅着工件数（持家）減のため。
			津軽	ガソリンスタンド
		一般飲食店		お客様との会話の中で、消費税、税金増、年金減。来店する回数も少なくなる（節約）。
		一般小売店		上客の公務員・学校の先生・大学や国立病院の看護師さん等のボーナスが少なくなった話をされている。
		観光型ホテル・旅館	今の時季は、100%近く地元（県内）のお客様で、12月宿泊5%、日帰り昼食12%人数減、客単価も2~3%減である。	
	県南	スナック	野菜等が高騰して家計が大変。	
		家電量販店	客数はやや多くなっていますが、客単価が下がっている。	
		美容院	極端に来店回数が減っている。店販品が動かない。	
	下北	一般飲食店	去年の9月から12月迄の売上が相当悪くなっているからです。	
	企業	津軽	食料品製造	豪雪と年始の為か、物が売れない。
下北		食料品製造	年末年始の数字から。	
雇用	東青	人材派遣	有効求人倍率で見ますと、前年同月比で0.12ぐらいの改善はあるが、雇用と求職者のミスマッチの求人も増えており、一極集中、都市集中の傾向が見受けられる。	
		悪くなっている	家計	津軽
	家計	津軽	スナック	年末にもかかわらず、とても静かで人の流れが少なかった。
			下北	コンビニ
		一般小売店		年末から何となくお客様の動きが良くなく、年が明けたらますますその傾向。灯油が高いからなのか、財布のひもが固いです。
		企業	津軽	電気機械製造

(2) 景気の先行き判断理由

先行き	分野	地区	業種	理由
良くなる	家計	東青	一般飲食店	希望をもって取り組むこと、目標を成し遂げる意欲はとても重要です。
やや良くなる	家計	東青	スーパー	良くしなければいけないという風潮を感じる。
			衣料専門店	提案商品に対する反応が良くなってきているので、訴求方法の改善で売上は向上すると思われる。
			観光名所等	良くなってもらいたいという希望をこめて。
			住宅建設販売	住宅の春先からの需要増、消費税議論によるかけこみ需要予測。
	津軽		ガソリンスタンド	昨年の3月よりは悪くはないと思う。
			卸売業	現在、時期的に公共工事の発注が多いと思われ、降雪の影響で除雪・排雪が例年より多いと思われるが、それに伴う最終代金が入金になる為と思う。
			都市型ホテル	東北復興資金が回り始めると思われる。
			美容院	弘前の周りの人達が、良くなるべく動いています。必ず良くなります。
	県南		ガソリンスタンド	東北の復興需要が出てきて、八戸も少しは良い影響を受ける。
			スーパー	水産加工業やその他の製造業の工場の復旧で、景気はやや良くなる。
			パチンコ	八戸市に大きな工場誘致等のニュースを見聞きし、雇用が安定してくるのではという観点から、そう思います。
			一般小売店	消費税増税問題がさわがれているので、前倒し需要が出て来るのではないかと思います。
			住宅建設販売	消費税増税の話が出てきたため、それ前のかけこみ需要のため。
			乗用車販売	当社等の自動車業界では、エコカー減税、新エコカー補助金により、3ヶ月後は今より上向くと思う。
			設計事務所	政策効果が出るのでは？
			美容院	災害が復興に向かい、その需要仕事量と復興費用が市場に出始めると思っている。
	企業	津軽	食料品製造	春になれば、今よりは多少動きがあるのではないかと。
県南		経営コンサルタント	復興予算が支出され、全体的に景気が上向くと思われるから。	
		電気機械製造	多少、復興や、天災のおちつきによる安定などで地域の暮らしが安定すれば、一定の経済活動は見込めると感じる。	

先行き	分野	地区	業種	理由
やや良くなる	企業	下北	食料品製造	H23. 3. 11以降よりは悪くなる事はないと思う。
	雇用	東青	新聞社求人 広告	季節従業員の求人状況に改善が見られる。
		津軽	新聞社求人 広告	春に向けて、震災の本格復興と再度の新幹線効果が見込めるから。
		県南	新聞社求人 広告	震災から1年、復興の機運が盛り上がると思う。
変わらない	家計	東青	スナック	3月は異動シーズンなので、それに期待している。
			パチンコ	例年、冬季の集客が良いので、このまま落ちないでほしいと願っている。
			卸売業	先行き不透明。
			商店街	1, 2月は消費が落ち込む時期で、3月中旬以降は、消費が活発化する。特に、昨年3月の震災と比較すると、アップになることを期待。
			乗用車販売	今現在は一時的なもので、今後横ばいで推移すると思う。
			設計事務所	春に向けての期待感はありますが、刺激材料が見当たらず。
			都市型ホテル	冬期間という季節的な要因による落込みもあり、横ばいではないか。
			美容院	依然とサービス業は、低迷すると思いますが、建設業界の復興が、徐々に進めばと思います。
			百貨店	現在の社会情勢（政治、景気、株価、財政問題等）上向く要素が見当たらない。
	旅行代理店	この調子は、3ヶ月後も続くと思う。		
	津軽	津軽	スナック	年明けて、さらに静かな日が続いている。
			タクシー	政治が不安定で、現状と変わらないと思う。
			衣料専門店	景気良くなるような要因なし。
			観光名所等	放射能の今後の見直し、世界情勢、日本の政治。
			商店街	活気は回復傾向にあると思われるが、県内の景気状況から、今後3ヶ月では良い方向になるとは考えにくい。
			乗用車販売	前々年に実施していたエコカー補助金の効果が大きく、現時点では前々年を下回る実績である。
			設計事務所	政治に対する不満及び景気に対する不安要素がありすぎて、良い方向になるとは思われない。
			旅行代理店	除雪等の仕事は増えると思いますが、冬の観光客の入り込みは、さほど期待できないのではないかと（東南アジアを含め）。

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	県南	コンビニ	好材料が、これとって見当たらない。
			タクシー	(1) 急激に変わるような感じはない。 (2) 市民のみなさんは、必要以外のものには、お金は使わない、堅実な感じ。
			レストラン	地域によっては、景気がいいと聞いています。八戸は震災前と変わっていません。
			衣料専門店	地域観光交流施設が開館し、新しい店舗がオープンしたものの、短期間で撤退した店も少なくないそうです。良くなっていますが、そう変わらなさそうです。
			家電量販店	良くなる要素がみあたらない。
			観光名所等	年末年始は、贈答用または、土産用に、売上が増えると思っていたら、変わりませんでした。1、2、3月は、売上の少ない時期です。
			百貨店	水産業界関係の立ち直りは、まだまだ先と考える。震災復興は、まだ先が見えない。加えて、消費増税の話が国会ではメインと、景気の良くなる話が聞こえてこない。
			旅行代理店	増税論議も高まってきており、それに対する警戒感から消費抑制ムードも次第に強まることを懸念しております。
	下北	ガソリンスタンド	良くなる要素が見当たらないです。	
		タクシー	原発関連の工事中断が続いている間は、景気の上昇は望めないと感じるから（特に下北地域は）。	
		一般飲食店	昭和32年から今年で55年もの長きにわたり経営してきましたが、全然先が見えないのです。本当に困ったものだと思います。	
		都市型ホテル	良くなる要素もないが、極端に悪くなるとも思えない。	
	企業	東青	経営コンサルタント	消費の低迷、就職難改善の見通しが無い。北海道新幹線の着工もあるが、中央大手の工事であり地元への恩恵はない。
			広告・デザイン	消費活動を活性化するだけ仕掛けをする体力がない。
		津軽	飲料品製造	TPPの導入で、どう経済が変わっていくのか不安がある。
			経営コンサルタント	3ヶ月間にインパクトがある事業が見当たらない。
広告・デザイン			工事物件予定数等が増えていない。	
電気機械製造			取引先の話だと、今が景気の底で、しばらくはこの状況が続くという意見が多いため。	
県南		飲料品製造	順調な部分と、増税など不安要素のマイナスで、全体としては、変わらないのではなかろうか。	
		広告・デザイン	震災の年が終わり、新年になったわけだが、決して、引きずっていないわけではない。経済的な打撃を回復するために、極力、コストをおさえているような空気を感じる。	
		紙・パルプ製造	欧州危機や消費増税など内外の情勢が不透明で、将来の景気の足かせになっている。	

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	雇用	東青	人材派遣	来年度に、売上増の予測を立てている企業も多いが、不安な要素（円高、TPP等）もあり、大きな投資は控える所も多い。
やや悪くなる	家計	東青	タクシー	雪がとけて、冬の出費が多いので、春は経済効果が期待できなくなる時期に入ると思います。
			レストラン	やはり、政治に対する不安なのでは・・・。
			観光型ホテル・旅館	2月、3月、4月は、特に雪世界。秋までに貯蓄したものを冬で消費。贅沢できない状態。
			競輪場	売上等から見ても、良いとは思わない。
	津軽	一般小売店	観光型ホテル・旅館	高額の年金をもらっている方々も減らされるという話をしているし、景気の良い話は聞かれない。
			観光型ホテル・旅館	正月明けからさくらまつり前までは閑散期になり、今の状況が続きお客様の利用が減ると思う。JR大人の休日で関東からどれ位の集客があるか、新幹線効果を期待したい。
	県南	スナック	震災の影響、風評被害もあり、回復の兆しが見えてこない。	
		一般飲食店	震災後、社会が落ち着き、今度は増税問題等マイナス要因が山積みの中、引き締めが強くなるのでは。	
		卸売業	増税（消費税UP）問題が出ており、景気に影響が出る事が予想される。	
	下北	一般小売店	今年は雪が多く寒い。必然的に灯油代がかさみ、消費に回せるお金が減るとおられます。	
	企業	東青	食料品製造	原料高・製品安の傾向は続いており、製品価格に即反映できない企業の収益が圧迫され続けていくのが懸念されます。
県南		建設	前年8、9月で公共工事の発注が集中。現状では、建設業界は、手持工事は潤沢な状況で建設技術者の不足が続いているが、今後の発注については、復興関連以外は減少していくものと推察する。	
		食料品製造	原材料の高騰と被災した企業活動が復旧して競争激化が予想されるため。	
悪くなる	家計	津軽	コンビニ	消費税増税報道による心理的効果、介護保険料などの公的負担の増大による可処分所得の低下が想定される。
		下北	コンビニ	仕事がないので、福島等に出稼ぎにいくという話を聞いた。
	雇用	東青	求人情報誌	景気回復要素がない。



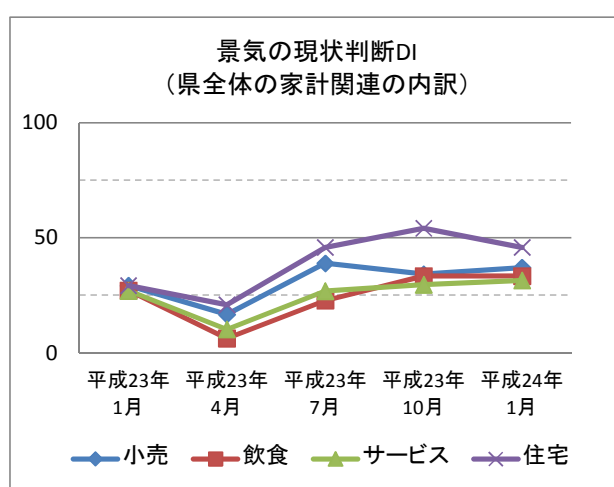
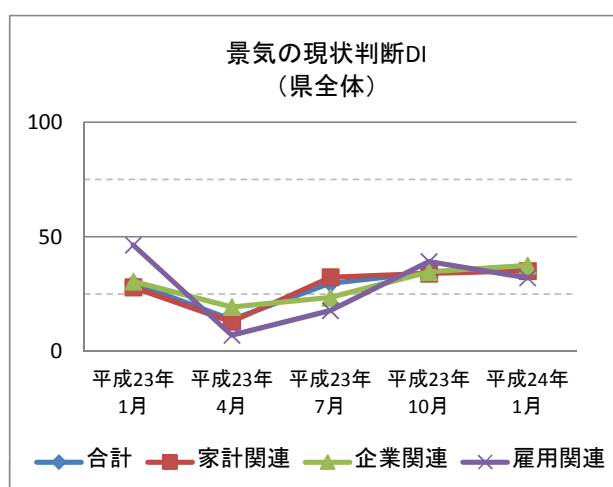
## 5. 参考

### (参考1) 景気の現状判断

#### ① D I

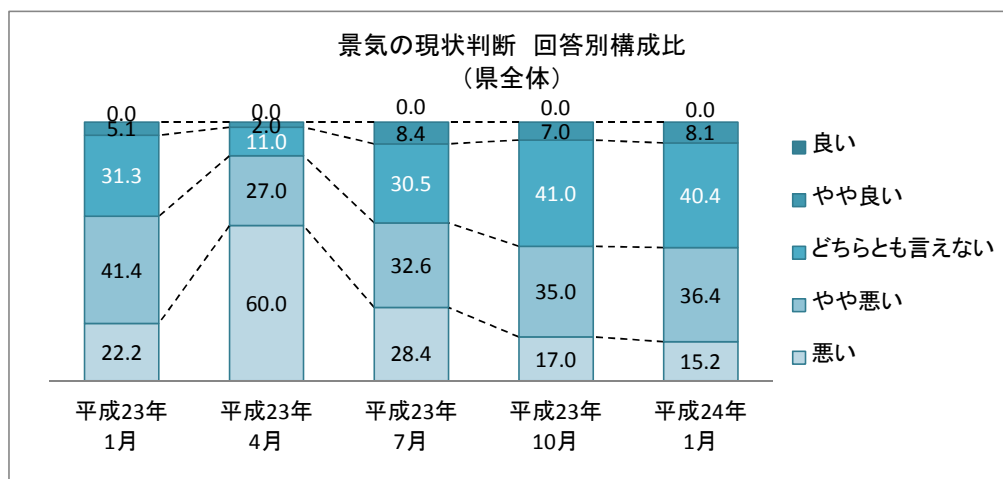
n=99

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>29.8</b>	<b>13.8</b>	<b>29.7</b>	<b>34.5</b>	<b>35.4</b>	<b>0.9</b>
家計関連	28.0	13.0	32.4	34.0	35.1	1.1
小売	29.2	16.7	38.9	34.2	37.1	2.9
飲食	27.1	6.3	22.7	33.3	33.3	0.0
サービス	26.9	10.2	26.9	29.6	31.5	1.9
住宅	29.2	20.8	45.8	54.2	45.8	▲ 8.4
企業関連	30.6	19.4	23.5	34.7	37.5	2.8
雇用関連	46.4	7.1	17.9	39.3	32.1	▲ 7.2



#### ② 回答別構成比 (%)

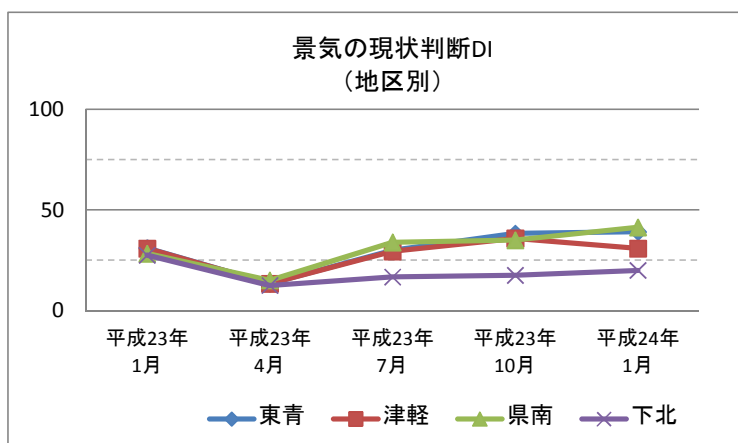
	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
良い	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良い	5.1	2.0	8.4	7.0	8.1	1.1
どちらとも言えない	31.3	11.0	30.5	41.0	40.4	▲ 0.6
やや悪い	41.4	27.0	32.6	35.0	36.4	1.4
悪い	22.2	60.0	28.4	17.0	15.2	▲ 1.8





③地区別DI

	平成23年 1月	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>29.8</b>	<b>13.8</b>	<b>29.7</b>	<b>34.5</b>	<b>35.4</b>	<b>0.9</b>
東青	31.0	13.3	30.0	38.3	39.2	0.9
津軽	30.8	13.3	29.5	35.8	30.8	▲ 5.0
県南	28.3	15.0	33.9	35.0	41.4	6.4
下北	27.5	12.5	16.7	17.5	20.0	2.5



(参考2) その他自由意見

分野	地区	業種	自由意見
家計	東青	百貨店	新幹線については、直接売上に影響する事は少ないものの、観光客が確実に増えている事を実感している。その要素を仕事に結び付けるような対策が必要。
		衣料専門店	クリアランスに入り在庫が少なくなり品切れが出てくる。「あした東京に行くけど、そのブランドどこの店に行けば入ってるの」、「東京への出張で買って来た」等の会話が増えてきた。商品構成、販売スタイルの工夫が必要で改善は急務だ。
		商店街	中新町センター街区、ウエスト街区優良建築物等整備事業による建物解体工事が始まり、平成25年秋まで建設中となり、その間、人通りの減少が懸念されます。
		一般飲食店	あまりにも最近はとりまく環境が激変して、本当ついていくのにしんどいですが、どんな時代でも思うに大変大変といわれてきました。明るい未来なんて言ってた時なんか、考えてみてなかったはず。がんばるしかないでしょ。やれることはとにかくやるようにしています。
		レストラン	東京の仲間と話をするのですが、いまいちの景気みたいです。食材やワインに関しては、ユーロ安のおかげで少しは安くなっているような？しかし、仕入れても、それを消費してくださるお客様が動かなくては・・・。
		観光型ホテル・旅館	国の「東北観光博」に多少期待したい。「青森の味をワンコイン」でや、スタンプラリー開催などの企画は私達もどんどん参加し、景気が向上になる様に頑張ろう！！
		旅行代理店	友人の花屋さん2軒が閉店した。
		タクシー	自分の仕事関係ですが、新幹線の開業により、青森にイベントを持ってきやすくなったと、イベンターの会社の方が言っていました。多人数のイベントで、他府県の方々が青森へ大勢来られる事を期待します。
		美容院	新青森駅、東口が正面なはずなので、人が少なく、悲しくさえ思います。
		住宅建設販売	今年の大雪も消費に大きなダメージを与えていると考えます。逆に、活用できる何かがある・・・。除排雪への配慮をもっと行政で考えてもらいたい。
津軽	津軽	一般小売店	地元百貨店が地元商店街のスタンプ添付を開始した時は一時的ににぎわっていたが、最近スタンプの3倍セールなどを地元百貨店でやっても、駐車場は空きが目立っている。早く本格的に民事再生されることを願っています。
		観光名所等	近くにあった大型小売店倒産により、住宅を売りに出す人が増えた。(高齢者にとって買物が大変不便になった)
		旅行代理店	農業関係の人々の動きに注目しています。
		美容院	弘前のPRで全国を廻っている弘前市！！なにか必ず動きます！！
		ガソリンスタンド	弘前中心街にマンションが増えたが、店舗が少なく、買物難民状態です。土手町及び地元百貨店の再生を期待します。
		設計事務所	政治家は景気対策を本気でやる気があるのか？公務員も政治家も、少し危機感が足りないのではないかと。財政をとっても大変な時期です。個人ならつぶれていると思います。
県南	県南	百貨店	特に目立った動きはありませんが、八戸地域としては、水産業の復興が急務と考える。

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	乗用車販売	新型車の発売効果や新エコカー補助金特需に期待しているが、来年以降を考えると、単なる先食いにならなければいいなと考えています。
		一般小売店	県南（八戸市）市民の立場で見ると、新幹線開通後、青森市内に行くのが不便（乗り換え）になった。
		スナック	震災の後のこれからの不安を持っていますから。
		旅行代理店	大震災のあとしばらくは、復旧関係で人の動きがいろいろと見られたように思いますが、最近はそういった動きもあまり感じられない状況です。
		タクシー	震災後、市民の確実で、堅実で、そして地道に歩む足音が聞こえるようだ！
		美容院	これからの各地の郷土の祭に、復興を手伝う意味での訪問が増えたら良いなと思っています。紅白歌合戦みたいな人々のテーマが一つの方向に動き出す様に思う。
		ガソリンスタンド	被災地へ建設業（特に職人）が出稼ぎに行っているとの話は本当かと思っています。その影響は、八戸にどう出てくるのか心配。
	下北	一般小売店	ニュースで、青森県の平均給与所得が全国ワースト1という事を知り、大きなショックを受けました。
		一般飲食店	いつも同じ回答ばかりで申し訳ないと思っております。私も頑張って、景気が少しでもよくなるようにと助言しても、昔と今は違うのだと一笑に付されてしまいます。何とも淋しいです。
レストラン		今後の原発関係者の動向が気になります。	
企業	東青	食料品製造	青森から東京へというストロー現象に対抗する観光客誘致のための目玉事業を街づくりに県内企業として協力していきたいと思っております。
		建設	新しい希望に満ちた年を期待する人々が増えているので、良い年になると思います。
	津軽	電気機械製造	リーマンショックを超える不況だという意見をよく聞きます。早く円高を何とかしないと、日本の製造業はどんどん海外へ出て行ってしまおうと思います。
		建設	去年の年末よりの雪で、多少まいっております。どか雪は大変です。道路の除排雪がなかなか進まない所があると、交通渋滞及び事故につながります。役所でがんばってほしい。震災と原発を早めに復興してもらいたい。
		経営コンサルタント	観光の面から期待していた一般車両の高速道無料が、今年3月末で廃止されると、春の観光に大きな影響が出ると思う。
		広告・デザイン	自分の住む街の小さな町会の事です。近所でも売家、貸家が時々見られる様になり、住みなれた家を退去しなければならない様な今の経済状況に対し憤りを感じ、息詰まる思いである。
	県南	紙・パルプ製造	不景気の中で被災した企業が元通りになるのはかなり大変です。行政の柔軟な支援が必要だと思います。
		電気機械製造	海外とのつながりを新たに持とうとする中小事業者が大幅にふえたように感じる。意欲ある人は、とにかく行って・見て・感じることで、ビジネスプランを練るべきと思うし、県や関係団体のさらなる企画・支援に期待したい。
		経営コンサルタント	建設業及びその関連事業は、公共投資のしぼり込みから事業縮小をせまられた。一時的な特需に対して前向きに投資や事業拡大に取り組めるかどうか？
	下北	食料品製造	政治にまずは景気対策を望む。

分野	地区	業種	自由意見
雇用	東青	人材派遣	派遣スタッフの請求・賃金は小幅ながら、前年にくらべ上昇の傾向がみられる。しかし、派遣を運営する元会社の業績は人集めのコストが高くなったままであり、青森からの撤退または盛岡等の拠点と吸収を考える所もある。
	津軽	新聞社求人 広告	新幹線の影響は地域や立地場所で良い悪いの格差が生じていて、一律ではない！

## (参考3) 東日本大震災からの景気の回復程度

### 1. 本調査について

平成23年3月11日に発生した東日本大震災によって落ち込んだ景気のリcovery程度について、青森県景気ウォッチャーの方々に答えていただき、その結果をまとめたものです。

#### 調査期間

平成24年1月4日～1月19日 回答率 99%

#### 質問項目

現在の景気は、震災前と比べて、どの程度回復していると思いますか。

#### 回答方法

5段階（震災前を上回っている／震災前をやや上回っている／震災前と同程度／震災前をやや下回っている／震災前を下回っている）から選択し、その判断理由を自由形式で記述。

### 2. 結果概要

#### (1) 東日本大震災からの景気のリcovery程度

**県全体**を見ると、「震災前を上回っている」、「震災前をやや上回っている」、「震災前と同程度」とする回答が合わせて52.5%、「震災前をやや下回っている」、「震災前を下回っている」とする回答が合わせて47.5%となった。

**判断理由**としては、下北地区に原発関係者が戻っていないため売上が減っている、県外観光客が減少している、復興需要により一時改善した後に一服したと感ずるという声がある一方、全国からの東北支援運動により商品の動きがよい、地元の人を含め震災前より人の動きが見られるという声があった。

**地区別**を見ると、震災前と同程度以上の回復をしていると回答した割合が、県南地区が75.9%と最も高く、下北地区では10.0%と最も低かった。

**分野別**を見ると、震災前と同程度以上の回復をしていると回答した割合は、企業関連が66.7%で最も高く、次いで、雇用関連が57.1%、家計関連が48.6%であった。

### 3. 統計表

表1 東日本大震災からの景気の回復程度（県全体）

n= 99	(%)				
	震災前を上回っている	震災前をやや上回っている	震災前と同程度	震災前をやや下回っている	震災前を下回っている
平成23年7月	3.1	12.5	27.1	33.3	24.0
平成23年10月	1.0	12.0	33.0	35.0	19.0
<b>平成24年1月</b>	<b>2.0</b>	<b>12.1</b>	<b>38.4</b>	<b>29.3</b>	<b>18.2</b>
前期調査との差	1.0	0.1	5.4	▲ 5.7	▲ 0.8

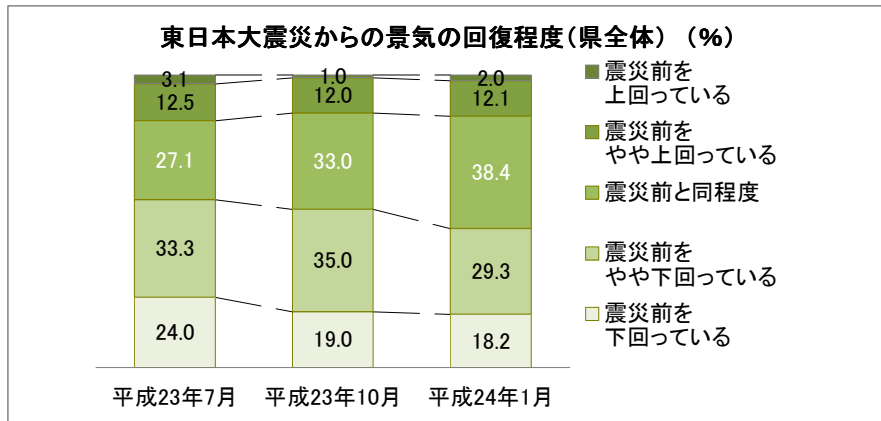
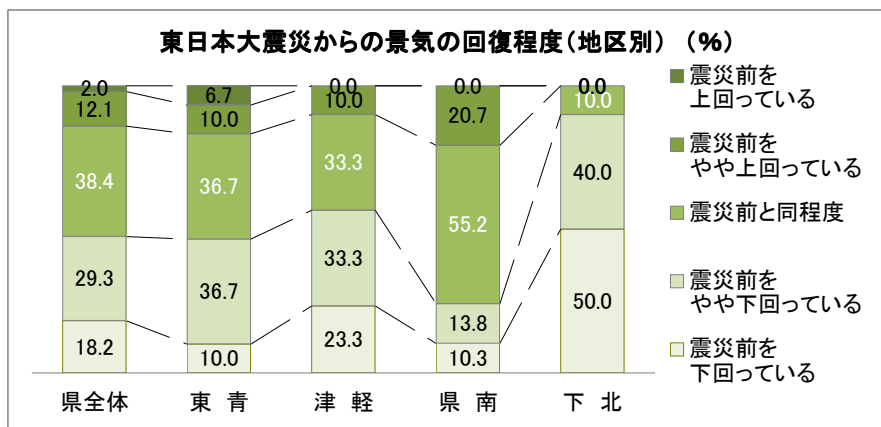


表2 東日本大震災からの景気の回復程度（地区別）

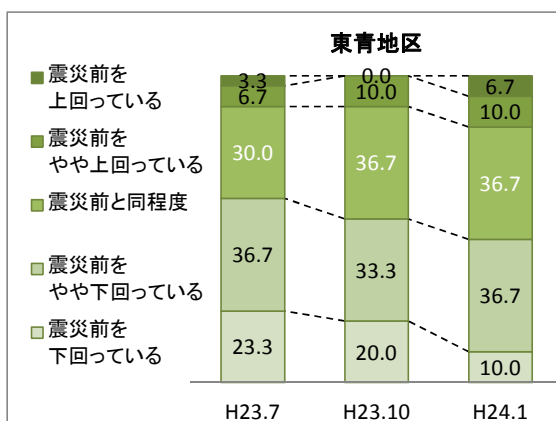
n= 99	(%)				
	震災前を上回っている	震災前をやや上回っている	震災前と同程度	震災前をやや下回っている	震災前を下回っている
<b>県全体</b>	<b>2.0</b>	<b>12.1</b>	<b>38.4</b>	<b>29.3</b>	<b>18.2</b>
東 青	6.7	10.0	36.7	36.7	10.0
津 軽	0.0	10.0	33.3	33.3	23.3
県 南	0.0	20.7	55.2	13.8	10.3
下 北	0.0	0.0	10.0	40.0	50.0



<東青地区>

(%)

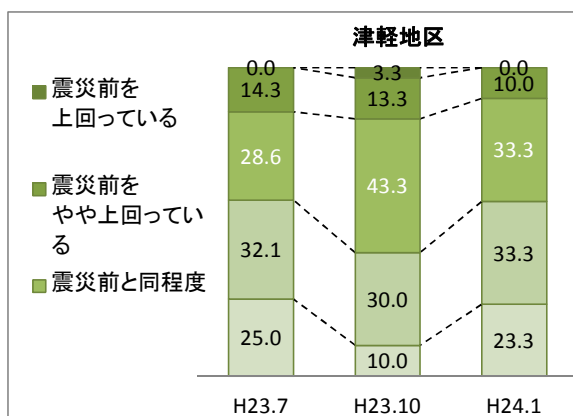
	震災前を上回っている	震災前をやや上回っている	震災前と同程度	震災前をやや下回っている	震災前を下回っている
n= 30					
平成23年7月	3.3	6.7	30.0	36.7	23.3
平成23年10月	0.0	10.0	36.7	33.3	20.0
<b>平成24年1月</b>	<b>6.7</b>	<b>10.0</b>	<b>36.7</b>	<b>36.7</b>	<b>10.0</b>
前期調査との差	6.7	0.0	0.0	3.4	▲ 10.0



<津軽地区>

(%)

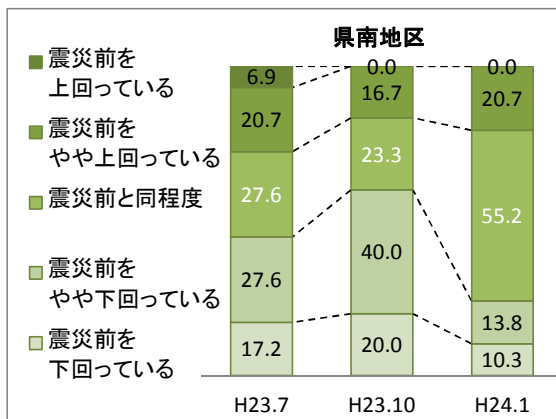
	震災前を上回っている	震災前をやや上回っている	震災前と同程度	震災前をやや下回っている	震災前を下回っている
n= 30					
平成23年7月	0.0	14.3	28.6	32.1	25.0
平成23年10月	3.3	13.3	43.3	30.0	10.0
<b>平成24年1月</b>	<b>0.0</b>	<b>10.0</b>	<b>33.3</b>	<b>33.3</b>	<b>23.3</b>
前期調査との差	▲ 3.3	▲ 3.3	▲ 10.0	3.3	13.3



< 県南地区 >

(%)

	震災前を上回っている	震災前を やや上回っている	震災前と同程度	震災前を やや下回っている	震災前を 下回っている
n= 29					
平成23年7月	6.9	20.7	27.6	27.6	17.2
平成23年10月	0.0	16.7	23.3	40.0	20.0
<b>平成24年1月</b>	<b>0.0</b>	<b>20.7</b>	<b>55.2</b>	<b>13.8</b>	<b>10.3</b>
前期調査との差	0.0	4.0	31.9	▲ 26.2	▲ 9.7



< 下北地区 >

(%)

	震災前を上回っている	震災前を やや上回っている	震災前と同程度	震災前を やや下回っている	震災前を 下回っている
n= 10					
平成23年7月	0.0	0.0	11.1	44.4	44.4
平成23年10月	0.0	0.0	20.0	40.0	40.0
<b>平成24年1月</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>10.0</b>	<b>40.0</b>	<b>50.0</b>
前期調査との差	0.0	0.0	▲ 10.0	0.0	10.0

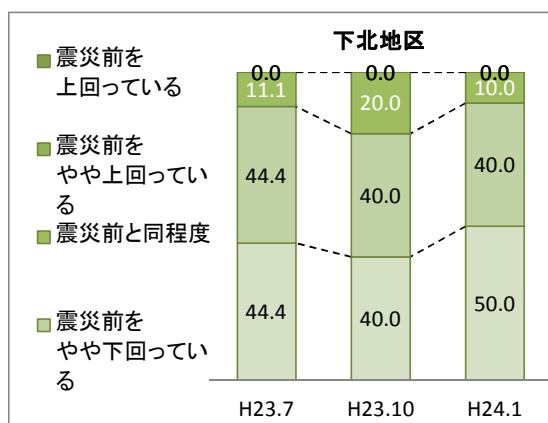
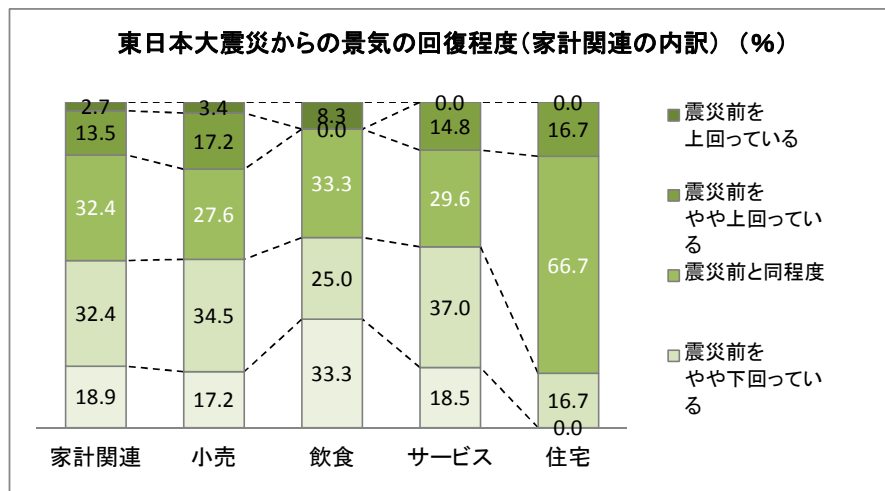
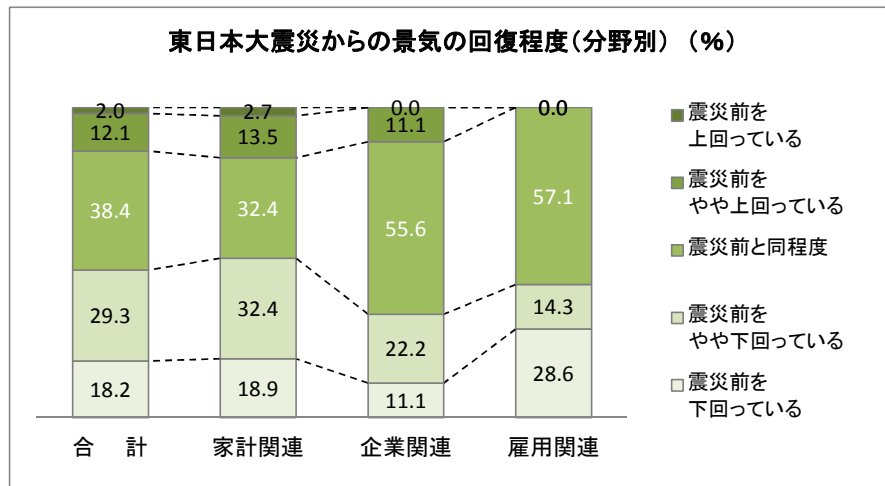




表3 東日本大震災からの景気の回復程度（分野別）

(%)

n= 99		震災前を上回っている	震災前を やや上回っている	震災前と同程度	震災前を やや下回っている	震災前を 下回っている
<b>合計</b>		<b>2.0</b>	<b>12.1</b>	<b>38.4</b>	<b>29.3</b>	<b>18.2</b>
家計関連		2.7	13.5	32.4	32.4	18.9
小売		3.4	17.2	27.6	34.5	17.2
飲食		8.3	0.0	33.3	25.0	33.3
サービス		0.0	14.8	29.6	37.0	18.5
住宅		0.0	16.7	66.7	16.7	0.0
企業関連		0.0	11.1	55.6	22.2	11.1
雇用関連		0.0	0.0	57.1	14.3	28.6



<家計関連>

(%)

n= 74	震災前を上回っている	震災前を やや上回っている	震災前と同程度	震災前を やや下回っている	震災前を下回っている
平成23年7月	4.2	9.9	29.6	35.2	21.1
平成24年10月	1.3	8.0	37.3	32.0	21.3
<b>平成24年1月</b>	<b>2.7</b>	<b>13.5</b>	<b>32.4</b>	<b>32.4</b>	<b>18.9</b>
前期調査との差	1.4	5.5	▲ 4.9	0.4	▲ 2.4

<企業関連>

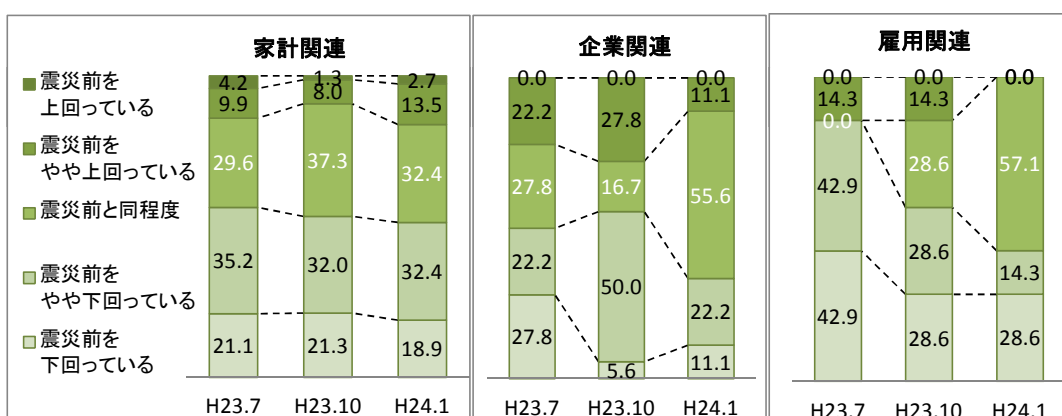
(%)

n= 18	震災前を上回っている	震災前を やや上回っている	震災前と同程度	震災前を やや下回っている	震災前を下回っている
平成23年7月	0.0	22.2	27.8	22.2	27.8
平成23年10月	0.0	27.8	16.7	50.0	5.6
<b>平成24年1月</b>	<b>0.0</b>	<b>11.1</b>	<b>55.6</b>	<b>22.2</b>	<b>11.1</b>
前期調査との差	0.0	▲ 16.7	38.9	▲ 27.8	5.5

<雇用関連>

(%)

n= 7	震災前を上回っている	震災前を やや上回っている	震災前と同程度	震災前を やや下回っている	震災前を下回っている
平成23年7月	0.0	14.3	0.0	42.9	42.9
平成23年10月	0.0	14.3	28.6	28.6	28.6
<b>平成24年1月</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>57.1</b>	<b>14.3</b>	<b>28.6</b>
前期調査との差	0.0	▲ 14.3	28.5	▲ 14.3	0.0



#### 4. 東日本大震災からの景気の回復程度の判断理由

現状	分野	地区	業種	理由	
震災前を上回っている	家計	東青	百貨店	現在、前年比11%の伸長も、一時的な要因が大きい。	
			一般飲食店	震災というのは、どうしようもない災害ではありますが、どんな困難であろうとも、それが人の心に入り込まぬ限り、人は強くなると思う分、強くなると思います。	
震災前をやや上回っている	家計	東青	スーパー	年末の売上は、前年以上の売上となった。「年末ぐらいは」という消費者のマインドがあったと思われる。	
			衣料専門店	震災には関係なく、当店は2010年度の売上は底状態でした。2011年度年初の大雪、3月の震災後一ヶ月を抜き、底を打った売上は微増している。	
			旅行代理店	秋口の商品が好調だった。	
		津軽	商店街	地元百貨店が商店街のポイント発行を再開してから、商店街に来街者が増加し、少しずつではあるが、活気が戻っているのが要因。	
			旅行代理店	地元の人を含め震災前より人の動きがみられる。	
			美容院	皆、助け合いながら動いています。お金も動いています。	
		県南	スーパー	来店客数は前年割れであるが、平均買上点数と平均単価のアップにより、客単価と売上高は前年を上回っている。	
			美容院	物不足だが製造が間に合わない分、流通面で行き渡るようになってきた為、これから先の需要が増え、全体として流れが良くなる。	
			設計事務所	景気対策並びに各事業所の努力の結果。	
		企業	県南	経営コンサルタント	保険、補正予算、復旧費用の支出で良くなっている。
				広告・デザイン	もちろん、前向きになっているのは当然。質問に対する理由を分析しづらい。
		震災前と同程度	家計	東青	スナック
都市型ホテル	震災の影響は薄れてはいるが、回復までにはいたっていない。しかし、確実に持ち直しており、改善している。				
設計事務所	職人の被災地への移動は見受けられますが、ごく一部。				
津軽	設計事務所			震災の為、地元には建築の箱物が少ない。震災地の方にシフトしていると思う。	
県南	コンビニ			客数、売上金額共に同程度。	
	卸売業			全国からの東北支援運動により、商品の動きが良い。	
	一般飲食店			去年は被災地ということで、公的資金など入ってちょっと活発だったと感じた。	

現状	分野	地区	業種	理由	
震災前と同程度	家計	県南	観光型ホテル・旅館	実績から。	
			パチンコ	漁業関連はまだかと思いますが、八戸市は比較的被害が少なかった為、回復していると思います。	
			ガソリンスタンド	飲食街も活気付いてきた感じがする。	
		下北	都市型ホテル	冬場で観光客が少ない時期でもあり、一概に比較はできないが、自粛ムードも和らぎ、かなり回復していると思う。	
	企業	東青	経営コンサルタント	消費の低迷は依然続いている。震災復旧復興は、具体的事業が見えていない。	
			津軽	経営コンサルタント	震災前と新幹線開業効果が相殺になっている為。
		県南	広告・デザイン	景気が少しでも回復しているという実感は無く、来社するセールスの方々も以前より少なくなっており、全てが守りの方向となっている。	
			食料品製造	復興需要により一時改善した後に一服したとを感じる。	
			飲料品製造	確実に復調も、つきぬける様な要素なし。	
		雇用	東青	紙・パルプ製造	震災による設備の復旧は進んだが、目立った復興需要もなく、景気全体はリーマンショック後、横ばいで推移している。
	人材派遣			震災復興の関連が少ない為。	
	震災前をやや下回っている	家計	東青	新聞社求人広告	自粛ムードも収束し、忘年会、新年会は例年通りの様相だった。
				乗用車販売	復興が遅れている為。
				商店街	昨年の震災以降、イベントの人出を見ていると、対前年比で80%位で推移している。
卸売業				被災地周辺は復興の為、人口流入がみられるが、被災地からある程度離れている地区からは、逆に人口の流出がみられ、人口減になっている。(一種の出稼ぎみたいな感じ)	
レストラン				12月だけを見ると、団体客の動きがにぶかった。後半は、クリスマスにからんで動きがよかったが、月トータルで見ると・・・。	
観光型ホテル・旅館				増税法の成立、給与下げ、年金下げ、失業増加。景気は良くないです。震災後復興費等でも頑張ろう！！	
観光名所等				震災前は、新幹線開業で「これから」という感じがあったが、今は、「どれだけもりかえてくれるか」という受身がちだから。	
タクシー				お客様の声やいろいろな方々の話を聞いていると、まだまだ自粛ムードで、震災を引きずり、やや下回っていると思います。	
住宅建設販売			大きい資金を使おうという気持ちの低下。今後、何が起きるかわからない将来への不安のための買い控え。		
津軽		乗用車販売	前年実績は上回っているものの、前々年実績と比較すると実績が戻っていない。		

現状	分野	地区	業種	理由
震災前をやや下回っている	家計	津軽	衣料専門店	当地区においては、震災はあまり影響なし。心理的に不要なものを買わない。
			一般小売店	震災後の4～6月は冷え込み、その後、7～9月は回復し上昇したが、10～12月は落ち込んできたような気がします。
			観光型ホテル・旅館	昨年同月の売上と対比して。
			都市型ホテル	震災直前は好景気要因が多かった。
			観光名所等	福島原子力発電の放射能、世界情勢、日本の政治。
			タクシー	いま一步震災前の状況に追いついていないのが現状である。
			ガソリンスタンド	県外観光客の減少
	企業	東青	百貨店	震災復興の為の動きは出てくるが、効果は、建設、資材関連の一部にとどまると考え、全体としての影響はほとんど無く、水産業関連の立ち直りの遅さが景気の減退につながる。
				旅行代理店
		下北	スナック	原発関係の方々が、お客様として帰ってきてないので、大変、売上には響いています。
			ガソリンスタンド	原発関係の仕事が減っているため、関連している業種で痛手を負っている会社があると思われます。
	雇用	東青	食料品製造	物流は回復しましたが、震災地域の人口減少の影響はまだ残っております。
			広告・デザイン	各企業の広告予算の削減が続いている。
		県南	電気機械製造	円高と海外（EU）経済の混乱の影響と考えます。
下北		食料品製造	日々の売上等の数字から。	
震災前を下回っている	家計	東青	美容院	消費に対する節約意識が高くなっているように思います。
			県南	スナック
		タクシー		被災された方々は、政府等の援助を受けながら、色々と苦心されているようだ。復旧には、時間がかかるだろう。
		下北	コンビニ	工事関係者の数が影響している。
			一般小売店	震災により原発関係は全てストップ。復興特需も皆無。

現状	分野	地区	業種	理由
震災前を下回っている	家計	下北	一般飲食店	今迄は、電力会社の恩恵を被っていましたが、その方ではまるきり駄目です。本当は嫌なのですが、悲しい事です、背に腹はかえられない状態です。自分の力では何とも仕様がなないのです。
			レストラン	原発関係者が減っているのです、震災前を下回っている。
			タクシー	原発関連の工事中断が続いている間は、景気の上昇は望めないと感じるから（特に下北地域は）。
	企業	津軽	電気機械製造	一旦は震災前を越えるまで回復しましたが、今は円高、ヨーロッパの危機、タイの洪水の影響で震災前を下回っています。
	雇用	津軽	新聞社求人広告	震災前は、新幹線効果に期待して熱気をはらんでいたもので、当時とは違って活気がない。