

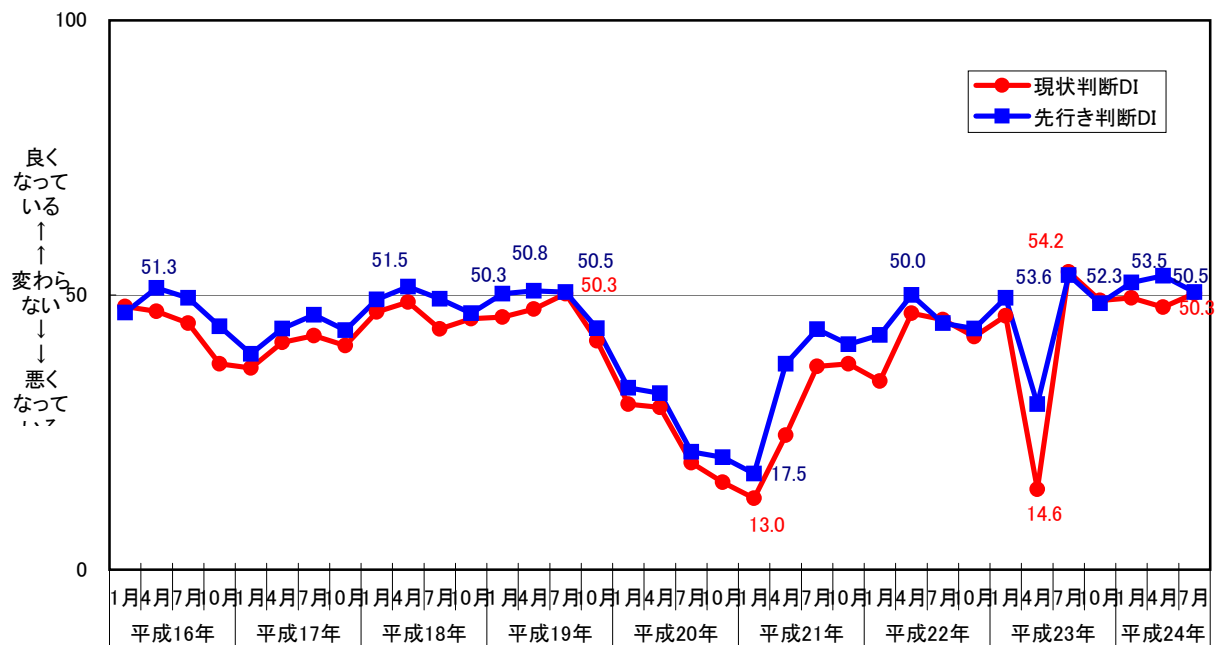
青森県景気ウォッチャー調査 (平成24年7月期)

調査期間 平成24年7月2日～7月17日 回答率100%

概況

7月期は、景気の現状判断DIは、4期ぶりに横ばいを示す50を上回った。先行き判断DIは、3期連続で横ばいを示す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8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。

(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
		100	75	18	7

○分野別の業種・職種

家計関連	小売	コンビニ、百貨店、スーパー、乗用車販売、衣料専門店、家電量販店、一般小売店、商店街、卸売業
	飲食	一般飲食店、レストラン、スナック
	サービス	観光型ホテル・旅館、都市型ホテル、観光名所等、旅行代理店、タクシー、美容院、パチンコ、競輪場、ガソリンスタンド
	住宅	設計事務所、住宅建設販売
企業関連	食料品製造、飲料品製造、紙・パルプ製造、電気機械製造、建設、経営コンサルタント、広告・デザイン	
雇用関連	人材派遣、新聞社求人広告、求人情報誌	

(2) 調査事項

- ① 3か月前と比べた景気の現状判断とその理由
 - ② 3か月後の景気の先行き判断とその理由
- 参考1 景気の現状判断
参考2 その他自由意見

(3) 調査期日等

四半期に一度（1月、4月、7月、10月）実施し、翌月初旬に公表。

3. DIの算出方法

景気ウォッチャー調査におけるDI(ディフュージョン・インデックス)は、景気ウォッチャーによる景気の現状・先行き判断を示す指標で、以下の方法により算出している。

景気の現状または先行きに対する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

※ 回答者全員が(景気は)「変わらない」と回答した場合、DIは50となるため、50が景気の方角性をあらわす目安となる。

(本調査についてのお問い合わせ先)

〒030-8570 青森県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) 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、「良くなっている」が1.0ポイント増加、「やや良くなっている」が3.0ポイント増加、「変わらない」が1.0ポイント増加、「やや悪くなっている」が5.0ポイント減少したことにより、全体では2.5ポイント増加の50.3となり、景気の横ばいを示す50を4期ぶりに上回った。

判断理由をみると、旅行シーズンに入り旅行者数が増加している、震災復旧事業に伴い雇用環境が好転した、という声があった。一方で、消費税増税による消費マインドの冷え込み、誘致企業のリストラや地元中小企業の倒産による求職者の増加を懸念する声もあった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で2.7ポイント増加、企業関連で1.4ポイント減少、雇用関連で10.7ポイント増加した。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、全ての地区でポイントが増加し、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。

(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、「良くなる」が1.0ポイント減少、「変わらない」が8.0ポイント減少、「やや悪くなる」が8.0ポイント増加、「悪くなる」が1.0ポイント増加したことにより、全体では3.0ポイント減少の50.5となり、景気の横ばいを示す50を3期連続で上回った。

判断理由を見ると、夏の観光シーズンを迎え観光客や帰省客の増加を期待する声や、震災関連の復興資金、予算、補助金の増加が見込まれるという声があった。一方で、電力不足や消費税増税による心理的な影響を懸念する声や、エコカー補助金終了に伴う市場の冷え込みを懸念する声もあった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で3.0ポイント減少、企業関連で2.8ポイント減少、雇用関連で3.6ポイントの減少となった。

③ 地区別の動向

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

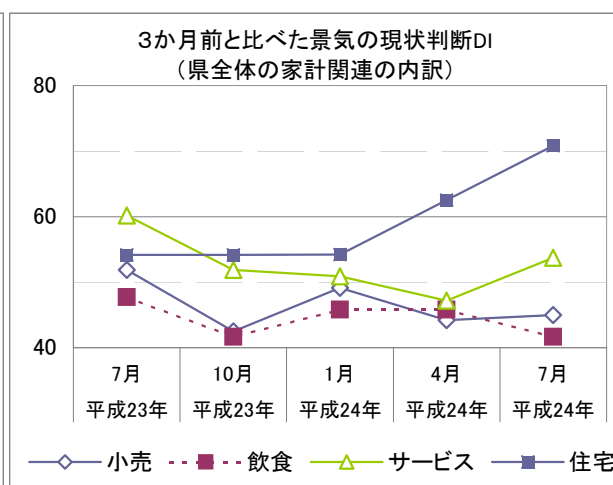
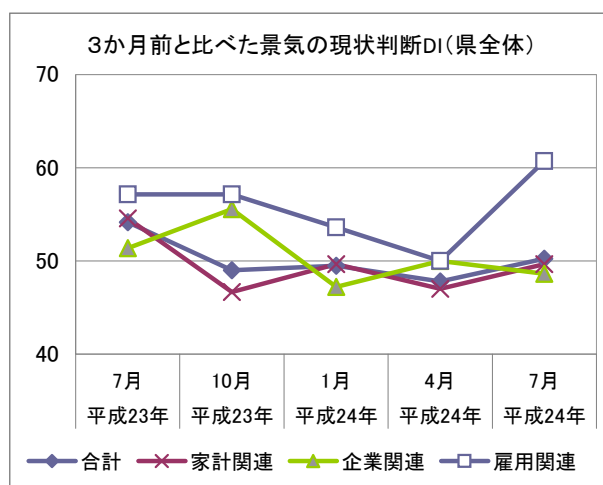
2. 県全体の動向

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

① D I

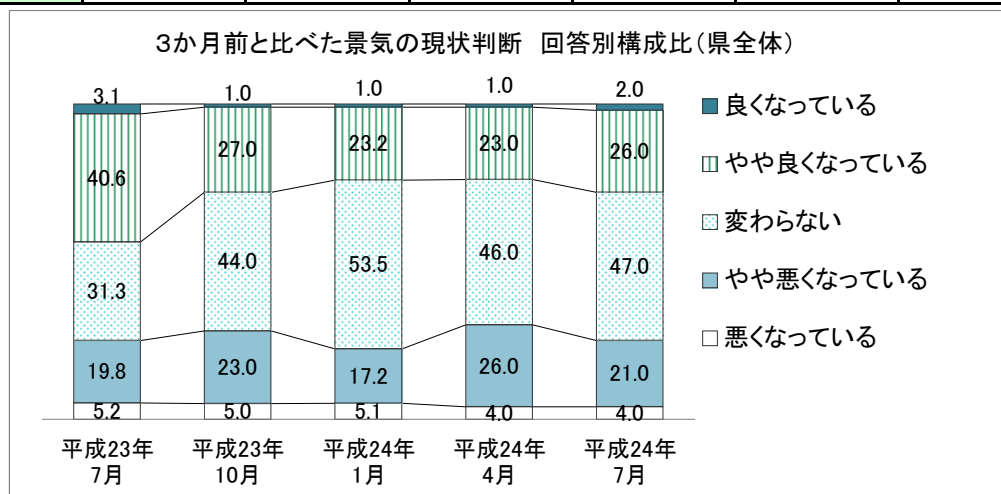
n = 100

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	54.2	49.0	49.5	47.8	50.3	2.5
家計関連	54.6	46.7	49.7	47.0	49.7	2.7
小売	51.9	42.5	49.1	44.2	45.0	0.8
飲食	47.7	41.7	45.8	45.8	41.7	▲ 4.1
サービス	60.2	51.9	50.9	47.2	53.7	6.5
住宅	54.2	54.2	54.2	62.5	70.8	8.3
企業関連	51.4	55.6	47.2	50.0	48.6	▲ 1.4
雇用関連	57.1	57.1	53.6	50.0	60.7	10.7



② 回答別構成比 (%)

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
良くなっている	3.1	1.0	1.0	1.0	2.0	1.0
やや良くなっている	40.6	27.0	23.2	23.0	26.0	3.0
変わらない	31.3	44.0	53.5	46.0	47.0	1.0
やや悪くなっている	19.8	23.0	17.2	26.0	21.0	▲ 5.0
悪くなっている	5.2	5.0	5.1	4.0	4.0	0.0

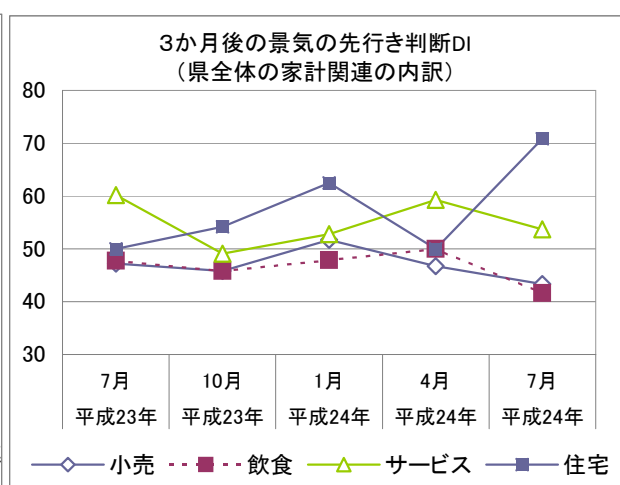
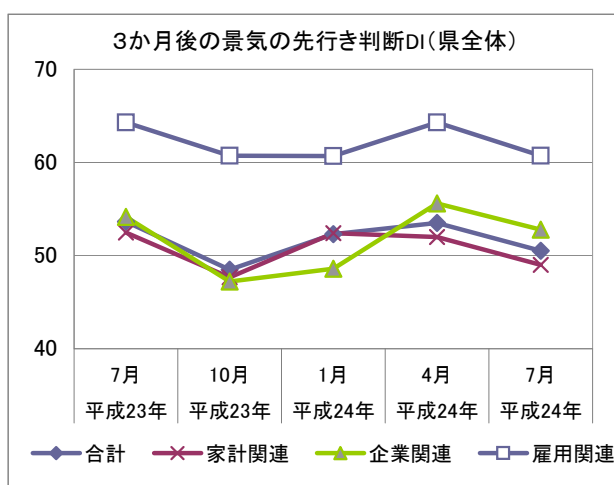


(2) 3か月後の景気の先行き判断

①DI

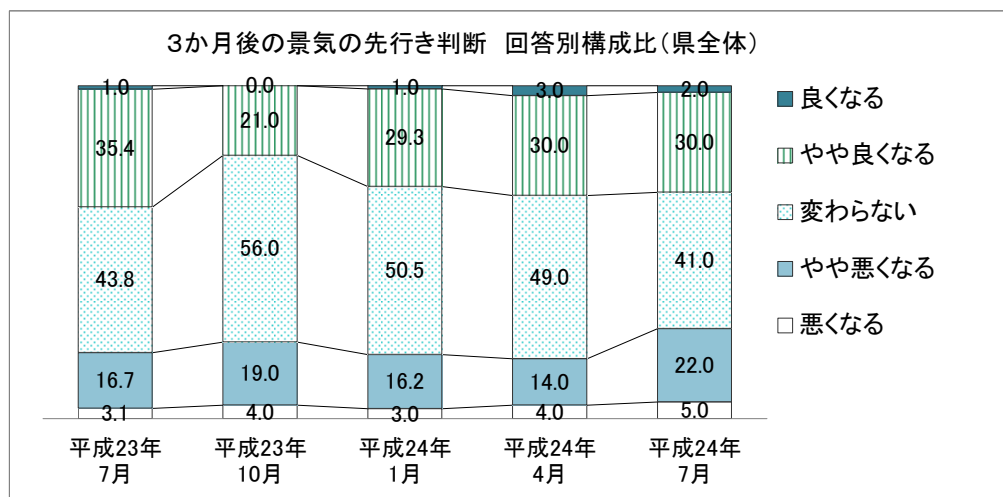
n = 100

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	53.6	48.5	52.3	53.5	50.5	▲ 3.0
家計関連	52.5	47.7	52.4	52.0	49.0	▲ 3.0
小売	47.2	45.8	51.7	46.7	43.3	▲ 3.4
飲食	47.7	45.8	47.9	50.0	41.7	▲ 8.3
サービス	60.2	49.1	52.8	59.3	53.7	▲ 5.6
住宅	50.0	54.2	62.5	50.0	70.8	20.8
企業関連	54.2	47.2	48.6	55.6	52.8	▲ 2.8
雇用関連	64.3	60.7	60.7	64.3	60.7	▲ 3.6



②回答別構成比 (%)

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
良くなる	1.0	0.0	1.0	3.0	2.0	▲ 1.0
やや良くなる	35.4	21.0	29.3	30.0	30.0	0.0
変わらない	43.8	56.0	50.5	49.0	41.0	▲ 8.0
やや悪くなる	16.7	19.0	16.2	14.0	22.0	8.0
悪くなる	3.1	4.0	3.0	4.0	5.0	1.0

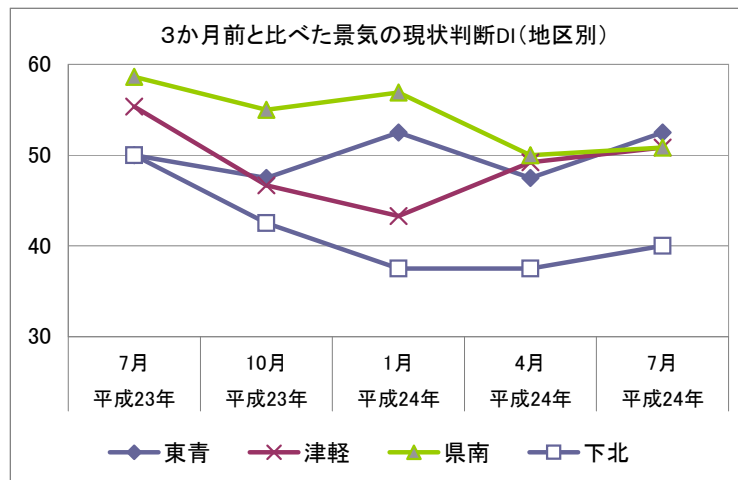


3. 地区別の動向

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

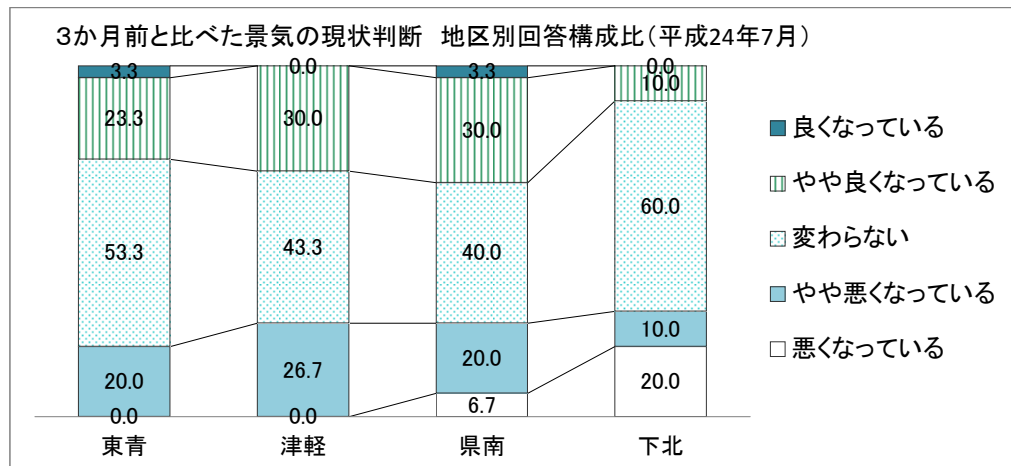
<地区別>

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	54.2	49.0	49.5	47.8	50.3	2.5
東青	50.0	47.5	52.5	47.5	52.5	5.0
津軽	55.4	46.7	43.3	49.2	50.8	1.6
県南	58.6	55.0	56.9	50.0	50.8	0.8
下北	50.0	42.5	37.5	37.5	40.0	2.5



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	3.3	0.0
やや良くなっている	23.3	30.0	30.0	10.0
変わらない	53.3	43.3	40.0	60.0
やや悪くなっている	20.0	26.7	20.0	10.0
悪くなっている	0.0	0.0	6.7	20.0

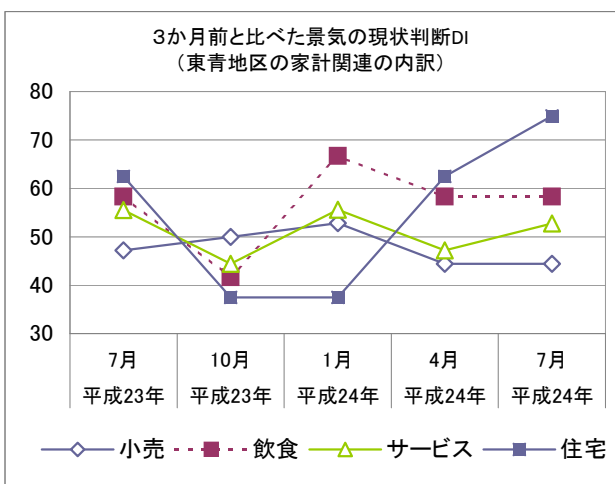
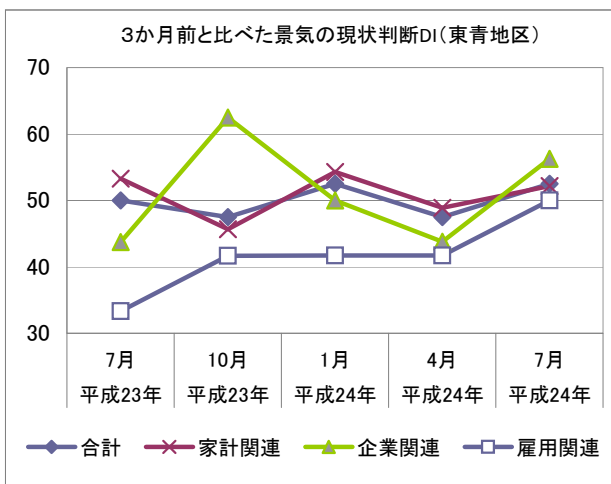


<東青地区>

①DI

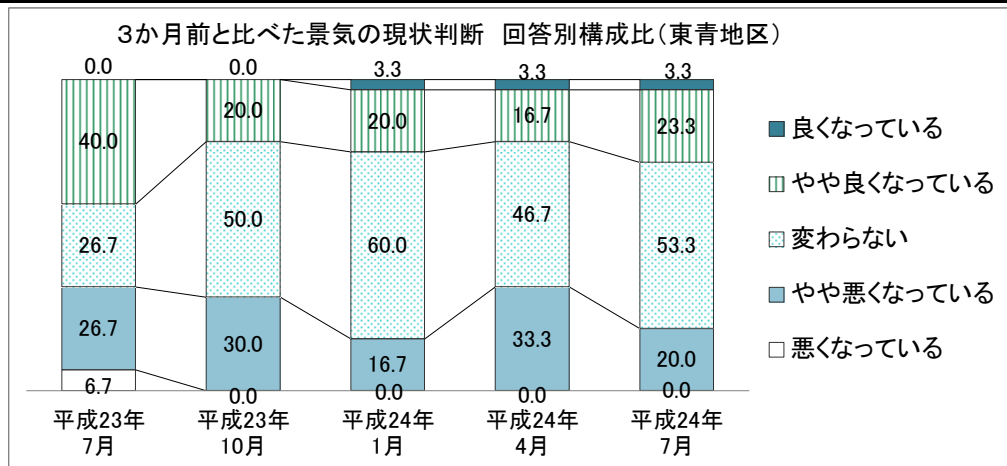
n= 30

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	50.0	47.5	52.5	47.5	52.5	5.0
家計関連	53.3	45.7	54.3	48.9	52.2	3.3
小売	47.2	50.0	52.8	44.4	44.4	0.0
飲食	58.3	41.7	66.7	58.3	58.3	0.0
サービス	55.6	44.4	55.6	47.2	52.8	5.6
住宅	62.5	37.5	37.5	62.5	75.0	12.5
企業関連	43.8	62.5	50.0	43.8	56.3	12.5
雇用関連	33.3	41.7	41.7	41.7	50.0	8.3



②回答別構成比 (%)

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	3.3	3.3	3.3	0.0
やや良くなっている	40.0	20.0	20.0	16.7	23.3	6.6
変わらない	26.7	50.0	60.0	46.7	53.3	6.6
やや悪くなっている	26.7	30.0	16.7	33.3	20.0	▲ 13.3
悪くなっている	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

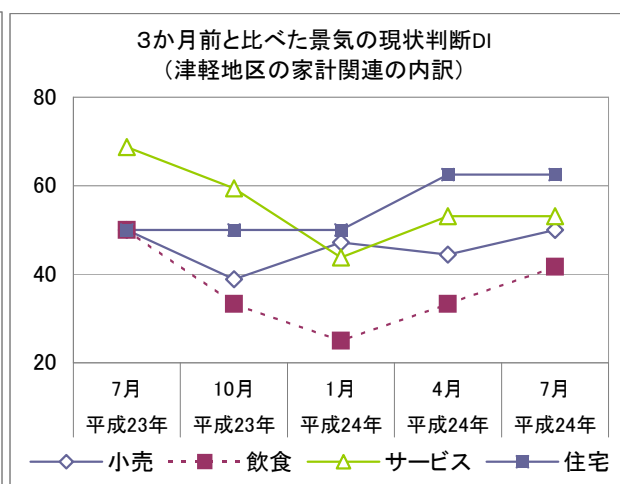
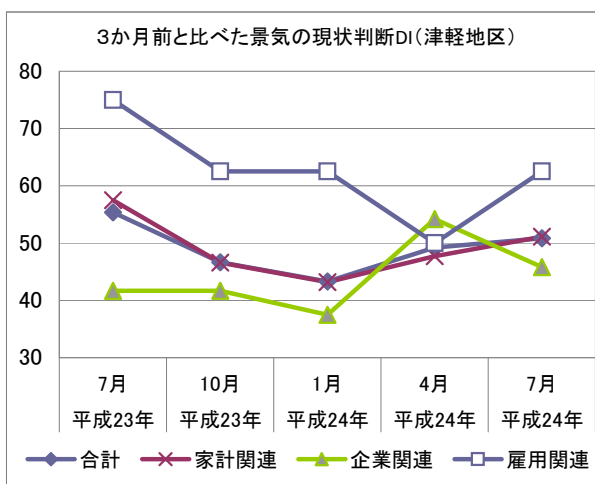


<津軽地区>

①DI

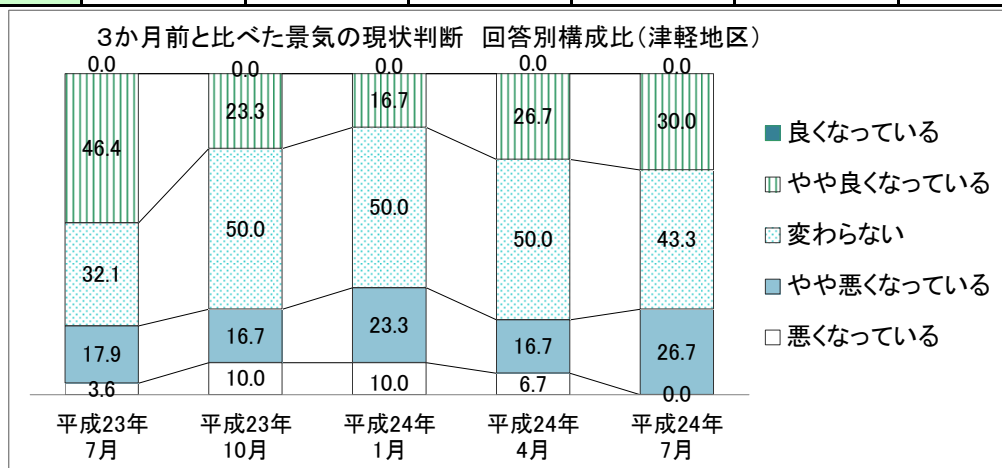
n=30

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	55.4	46.7	43.3	49.2	50.8	1.6
家計関連	57.5	46.6	43.2	47.7	51.1	3.4
小売	50.0	38.9	47.2	44.4	50.0	5.6
飲食	50.0	33.3	25.0	33.3	41.7	8.4
サービス	68.8	59.4	43.8	53.1	53.1	0.0
住宅	50.0	50.0	50.0	62.5	62.5	0.0
企業関連	41.7	41.7	37.5	54.2	45.8	▲ 8.4
雇用関連	75.0	62.5	62.5	50.0	62.5	12.5



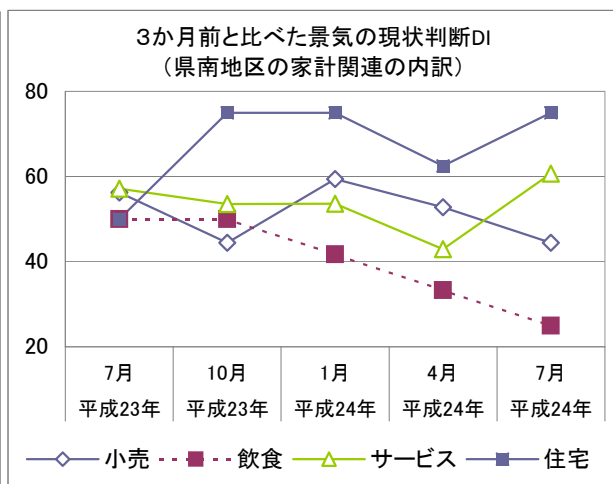
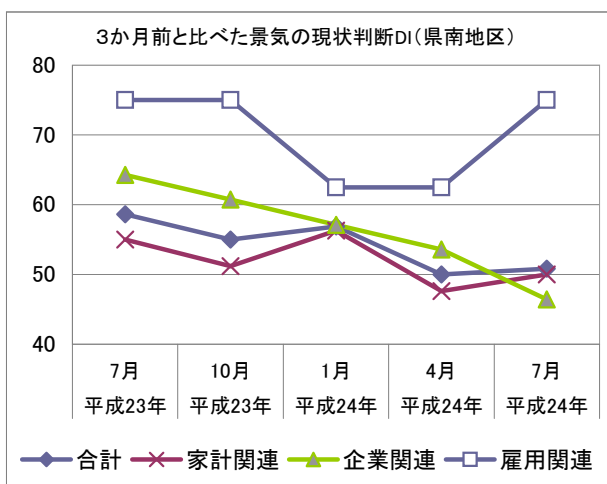
②回答別構成比 (%)

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7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	46.4	23.3	16.7	26.7	30.0	3.3
変わらない	32.1	50.0	50.0	50.0	43.3	▲ 6.7
やや悪くなっている	17.9	16.7	23.3	16.7	26.7	10.0
悪くなっている	3.6	10.0	10.0	6.7	0.0	▲ 6.7



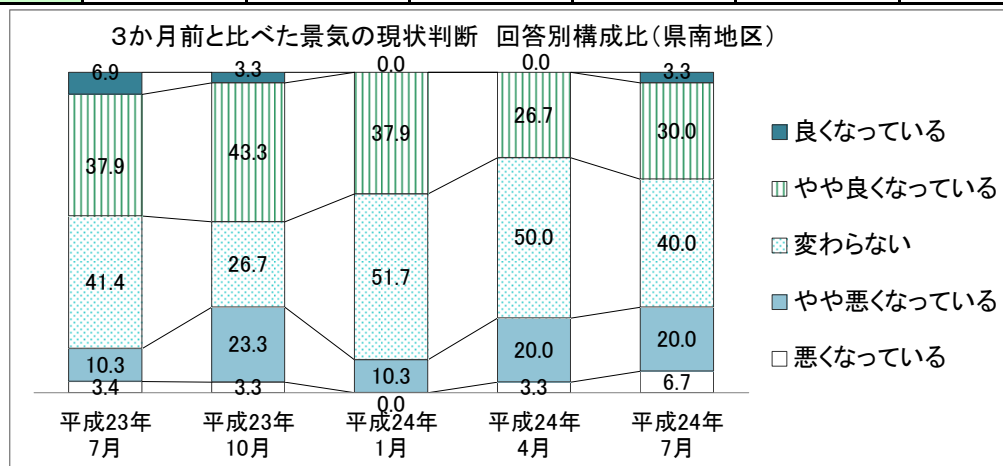
< 県南地区 >

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	58.6	55.0	56.9	50.0	50.8	0.8
家計関連	55.0	51.2	56.3	47.6	50.0	2.4
小売	56.3	44.4	59.4	52.8	44.4	▲ 8.4
飲食	50.0	50.0	41.7	33.3	25.0	▲ 8.3
サービス	57.1	53.6	53.6	42.9	60.7	17.8
住宅	50.0	75.0	75.0	62.5	75.0	12.5
企業関連	64.3	60.7	57.1	53.6	46.4	▲ 7.2
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23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
良くなっている	6.9	3.3	0.0	0.0	3.3	3.3
やや良くなっている	37.9	43.3	37.9	26.7	30.0	3.3
変わらない	41.4	26.7	51.7	50.0	40.0	▲ 10.0
やや悪くなっている	10.3	23.3	10.3	20.0	20.0	0.0
悪くなっている	3.4	3.3	0.0	3.3	6.7	3.4

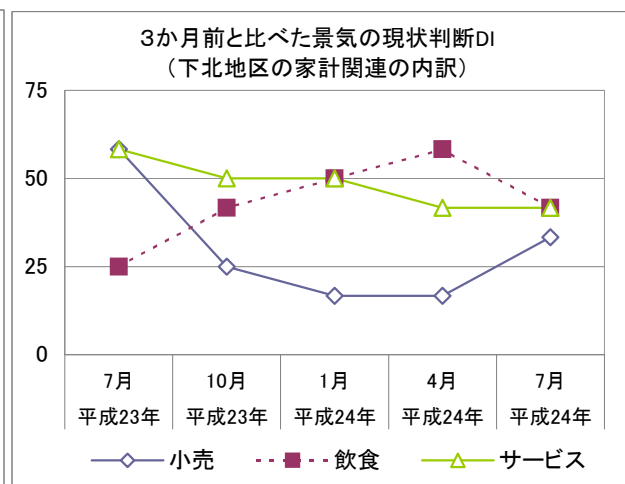
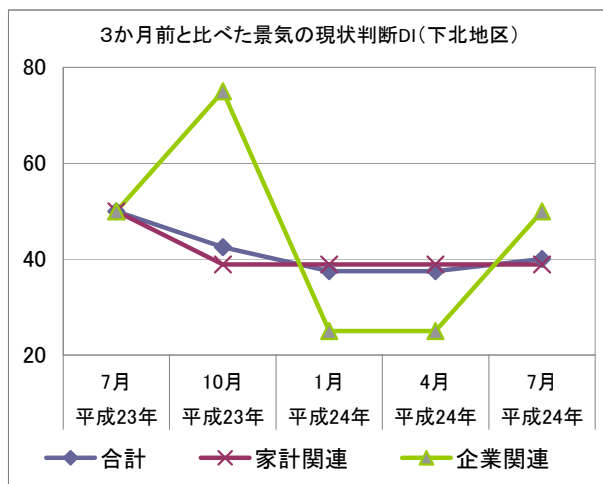


<下北地区> (参考)

① D I

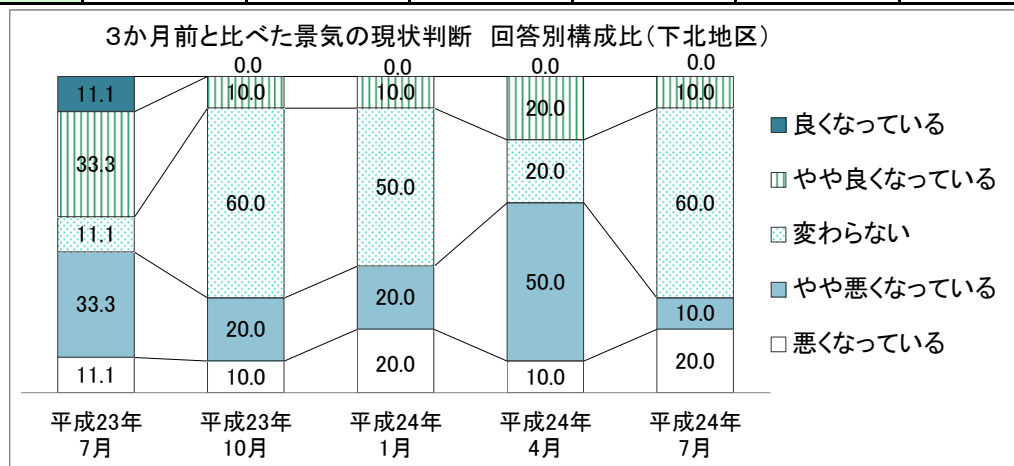
n = 10

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	50.0	42.5	37.5	37.5	40.0	2.5
家計関連	50.0	38.9	38.9	38.9	38.9	0.0
小売	58.3	25.0	16.7	16.7	33.3	▲ 16.6
飲食	25.0	41.7	50.0	58.3	41.7	▲ 16.6
サービス	58.3	50.0	50.0	41.7	41.7	0.0
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	50.0	75.0	25.0	25.0	50.0	25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



②回答別構成比 (%)

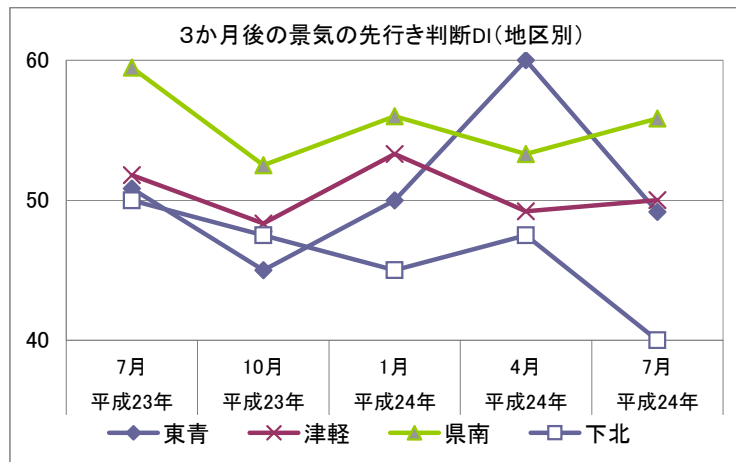
	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
良くなっている	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	33.3	10.0	10.0	20.0	10.0	▲ 10.0
変わらない	11.1	60.0	50.0	20.0	60.0	40.0
やや悪くなっている	33.3	20.0	20.0	50.0	10.0	▲ 40.0
悪くなっている	11.1	10.0	20.0	10.0	20.0	10.0



(2) 3か月後の景気の先行き判断

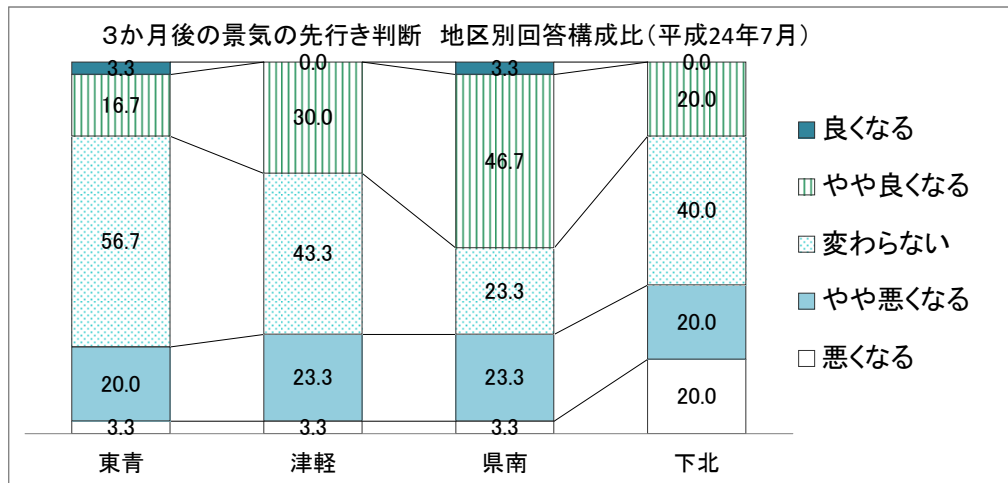
<地区別>

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	53.6	48.5	52.3	53.5	50.5	▲ 3.0
東青	50.8	45.0	50.0	60.0	49.2	▲ 10.8
津軽	51.8	48.3	53.3	49.2	50.0	0.8
県南	59.5	52.5	56.0	53.3	55.8	2.5
下北	50.0	47.5	45.0	47.5	40.0	▲ 7.5



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	3.3	0.0
やや良くなる	16.7	30.0	46.7	20.0
変わらない	56.7	43.3	23.3	40.0
やや悪くなる	20.0	23.3	23.3	20.0
悪くなる	3.3	3.3	3.3	20.0

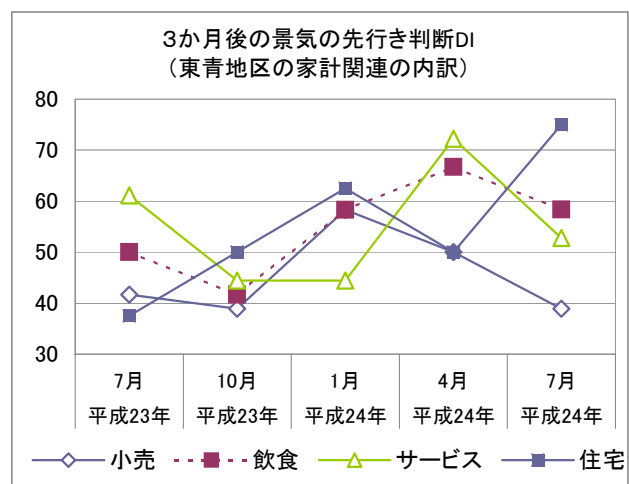
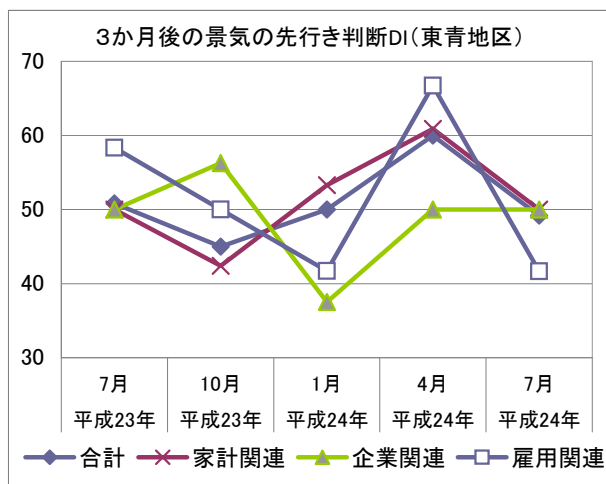


<東青地区>

①DI

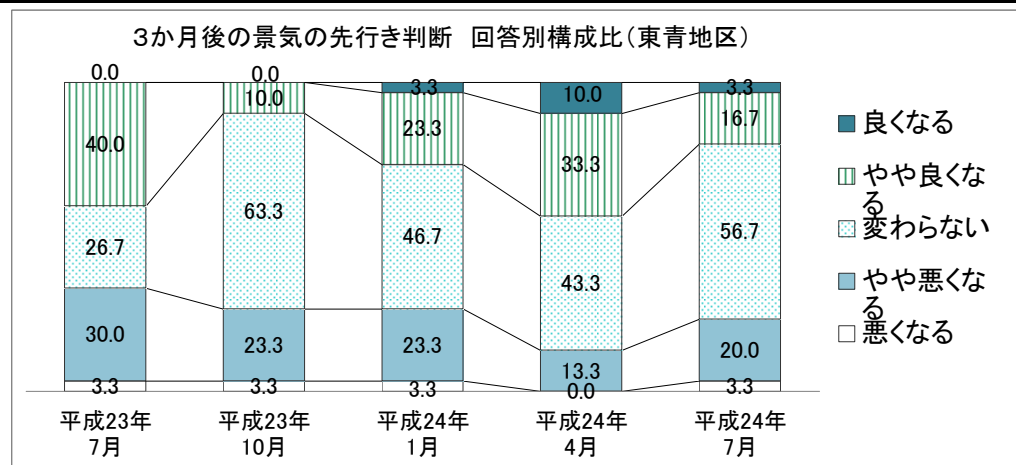
n= 30

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	50.8	45.0	50.0	60.0	49.2	▲ 10.8
家計関連	50.0	42.4	53.3	60.9	50.0	▲ 10.9
小売	41.7	38.9	58.3	50.0	38.9	▲ 11.1
飲食	50.0	41.7	58.3	66.7	58.3	▲ 8.4
サービス	61.1	44.4	44.4	72.2	52.8	▲ 19.4
住宅	37.5	50.0	62.5	50.0	75.0	25.0
企業関連	50.0	56.3	37.5	50.0	50.0	0.0
雇用関連	58.3	50.0	41.7	66.7	41.7	▲ 25.0



②回答別構成比 (%)

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
良くなる	0.0	0.0	3.3	10.0	3.3	▲ 6.7
やや良くなる	40.0	10.0	23.3	33.3	16.7	▲ 16.6
変わらない	26.7	63.3	46.7	43.3	56.7	13.4
やや悪くなる	30.0	23.3	23.3	13.3	20.0	6.7
悪くなる	3.3	3.3	3.3	0.0	3.3	3.3

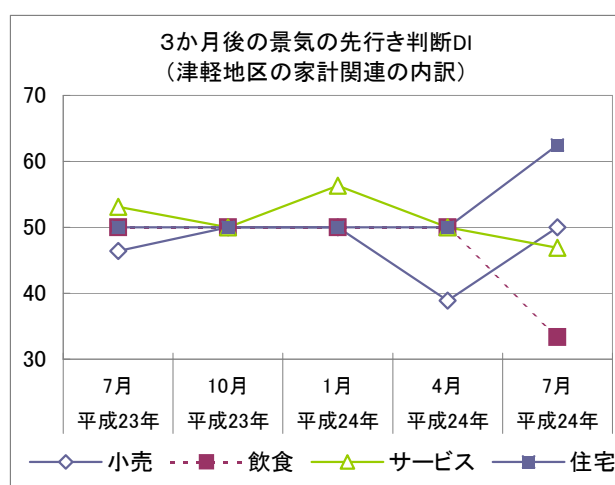
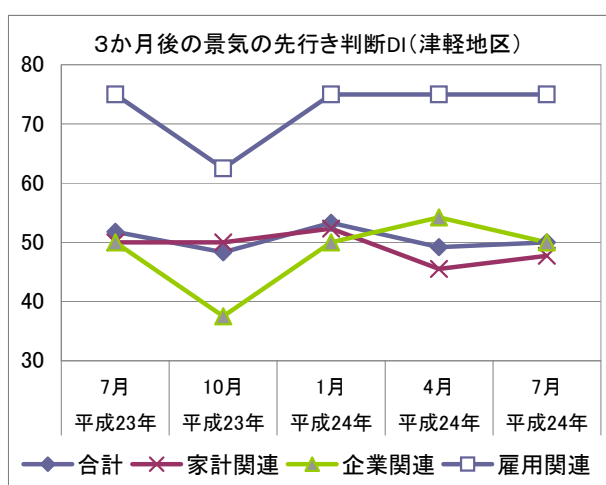


<津軽地区>

①D I

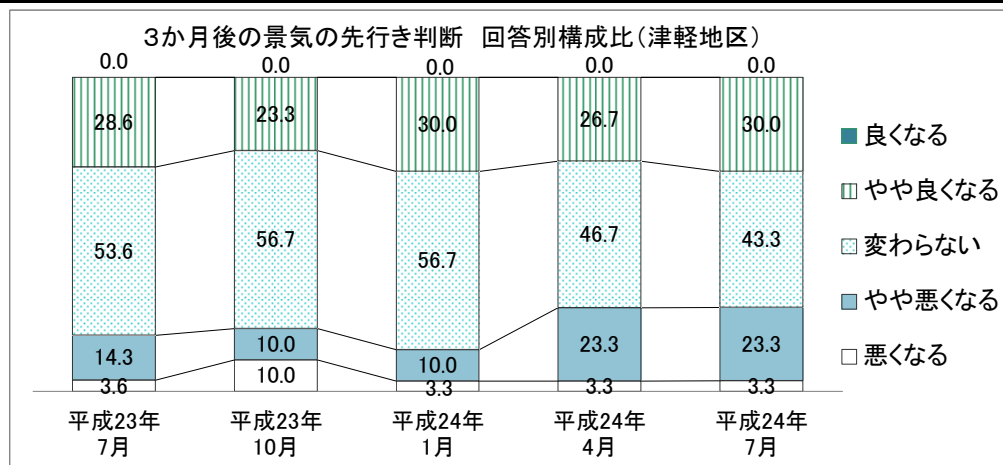
n=30

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	51.8	48.3	53.3	49.2	50.0	0.8
家計関連	50.0	50.0	52.3	45.5	47.7	2.2
小売	46.4	50.0	50.0	38.9	50.0	11.1
飲食	50.0	50.0	50.0	50.0	33.3	▲ 16.7
サービス	53.1	50.0	56.3	50.0	46.9	▲ 3.1
住宅	50.0	50.0	50.0	50.0	62.5	12.5
企業関連	50.0	37.5	50.0	54.2	50.0	▲ 4.2
雇用関連	75.0	62.5	75.0	75.0	75.0	0.0



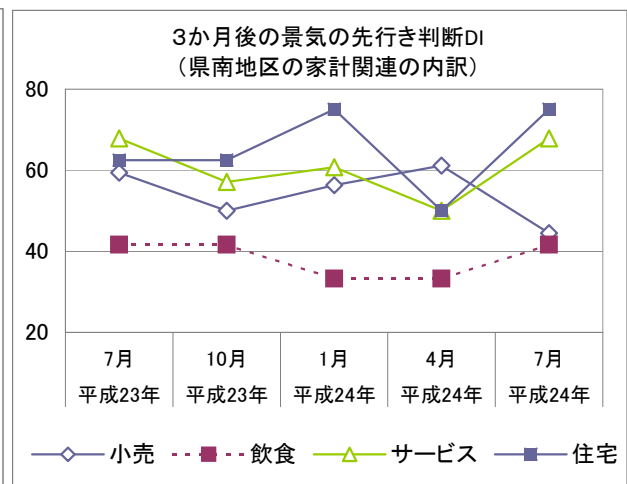
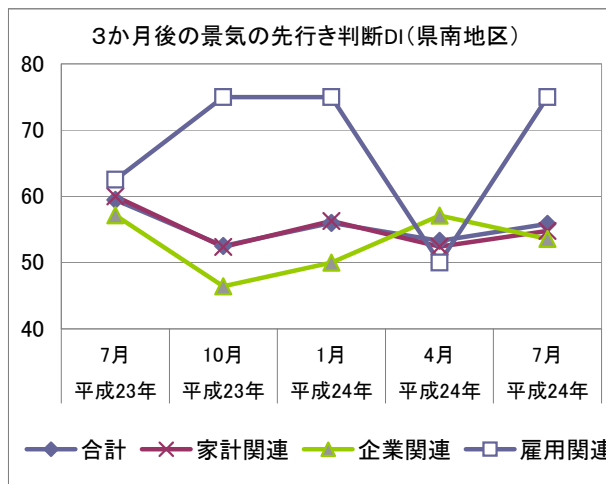
②回答別構成比 (%)

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7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	28.6	23.3	30.0	26.7	30.0	3.3
変わらない	53.6	56.7	56.7	46.7	43.3	▲ 3.4
やや悪くなる	14.3	10.0	10.0	23.3	23.3	0.0
悪くなる	3.6	10.0	3.3	3.3	3.3	0.0



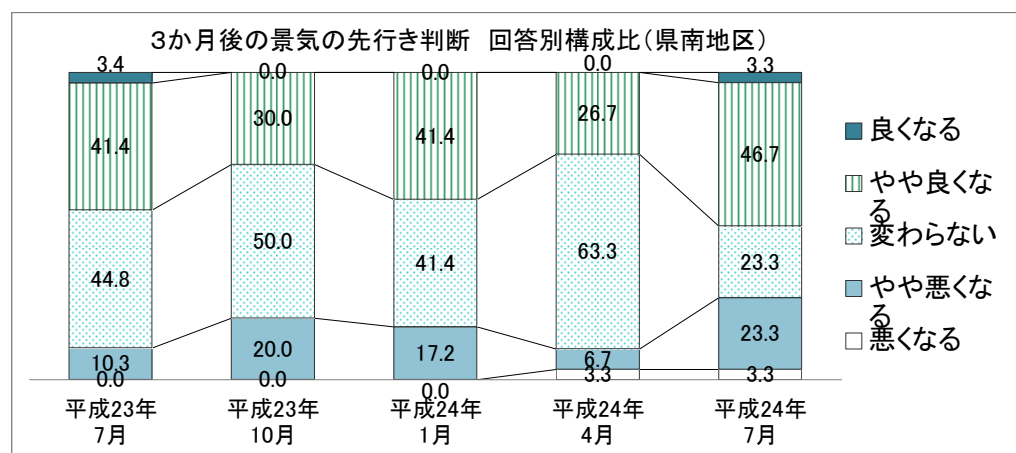
< 県南地区 >

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	59.5	52.5	56.0	53.3	55.8	2.5
家計関連	60.0	52.4	56.3	52.4	54.8	2.4
小売	59.4	50.0	56.3	61.1	44.4	▲ 16.7
飲食	41.7	41.7	33.3	33.3	41.7	8.4
サービス	67.9	57.1	60.7	50.0	67.9	17.9
住宅	62.5	62.5	75.0	50.0	75.0	25.0
企業関連	57.1	46.4	50.0	57.1	53.6	▲ 3.5
雇用関連	62.5	75.0	75.0	50.0	75.0	25.0



②回答別構成比 (%)

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
良くなる	3.4	0.0	0.0	0.0	3.3	3.3
やや良くなる	41.4	30.0	41.4	26.7	46.7	20.0
変わらない	44.8	50.0	41.4	63.3	23.3	▲ 40.0
やや悪くなる	10.3	20.0	17.2	6.7	23.3	16.6
悪くなる	0.0	0.0	0.0	3.3	3.3	0.0

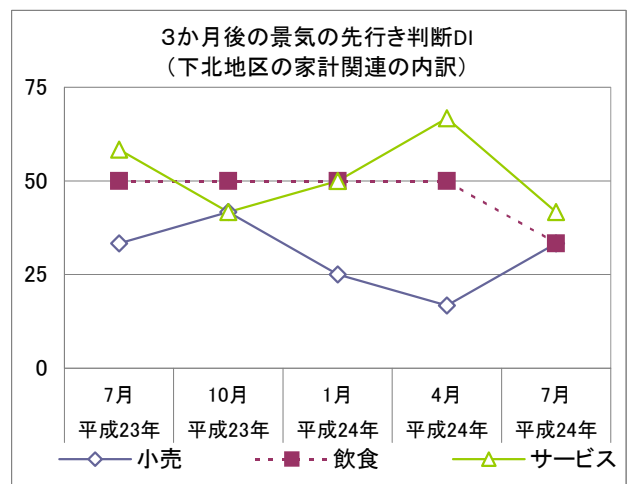
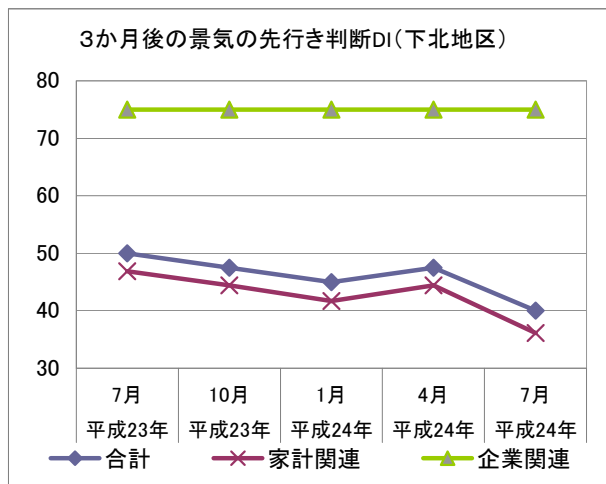


<下北地区> (参考)

①DI

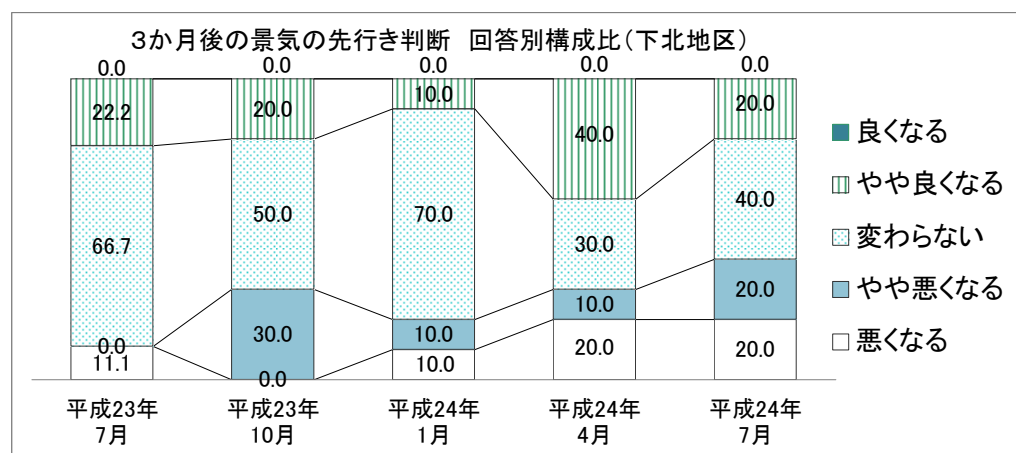
n = 10

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	50.0	47.5	45.0	47.5	40.0	▲ 7.5
家計関連	46.9	44.4	41.7	44.4	36.1	▲ 8.3
小売	33.3	41.7	25.0	16.7	33.3	▲ 16.6
飲食	50.0	50.0	50.0	50.0	33.3	▲ 16.7
サービス	58.3	41.7	50.0	66.7	41.7	▲ 25.0
住宅	-	-	-	-	-	
企業関連	75.0	75.0	75.0	75.0	75.0	0.0
雇用関連	-	-	-	-	-	



②回答別構成比 (%)

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



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	陽気も良くなっているせいか、人の動きも3ヶ月前より活発になっていると思う。ただ、集中度がすごすぎて、週末など対応が難しい。
		県南	観光型ホテル・旅館	高稼動を維持できている。
やや良くなっている	家計	東青	旅行代理店	旅行シーズンに入っている事と、旅客数が順調に伸びている為。
			都市型ホテル	宴会等のお客様の利用状況をみると、緩やかではあるが回復している。
			設計事務所	公共の仕事が昨年度より多少多く発注されている。
			住宅建設販売	住宅契約棟数増加のため。今年の大雪による被害拡大を食い止めようと、年内入居者増加しているため。
			家電量販店	・3,4月は低温により春物が不振。・食品強化のため、客数増加。・5月に入り自転車、園芸用品が好調に推移した。
			パチンコ	春先からの集客が増えています。
		津軽	旅行代理店	小さいかもしれないけど、公共工事が増えている。
			商店街	当商店街に位置する大型店の営業再開効果と震災によるイベント及び購買自粛ムードの解消により、来街客の増加傾向が見受けられる。
			住宅建設販売	同業社及び下請業者の人達も職人不足を訴える人が多くなっている。
			観光名所等	来館者、施設利用者の増加。外客もちらほら。岩手や秋田ナンバーが目立った。
			観光型ホテル・旅館	今年も例年通り、春の観光シーズンから売上が上がってきている。特に6月はJR東日本の大人の休日倶楽部会員の利用が昨年よりも多かった。
			一般小売店	昨年は、近くの百貨店が当社取扱商品を売場で扱わなくなったため売上が急増したが、昨年と比べてさらに良くなっている。
			衣料専門店	りんご価格高騰により生産者の所得額大きい。ガソリン価格の下落。
		県南	設計事務所	復興予算の浸透や、風評被害が徐々に薄らいでいるのでは。
			住宅建設販売	6月期は不動産の動きが結構ある。
			卸売業	気温の上昇に伴い、飲料、乾麺等夏季商品の動きが良くなってきた。お中元の動きもでてきており、夏に向けて期待。
			一般小売店	昨年のような悲愴感が無い。復興景気の恩恵を受けている人達が少しずつ目に付き始めている。
			タクシー	お客様と話をしても、愚痴を言う人が少なくなった。仕事が出てきているように見える。

現状	分野	地区	業種	理由	
やや良くなっている	企業	下北	都市型ホテル	徐々にではあるが、観光客が増えてきている。	
			東青	食料品製造	現状維持は駄目。各企業とも変わらなければいけないと危機感を持って経営努力をしているのではないのでしょうか。
		県南	津軽	経営コンサルタント	6月中などは旅行者が数多くみられ、ホテルなどのスタッフ派遣会社の延人数が多くなった。
			建設	夜の町に出かける人がやや多くなったかなと感じる。代行の運転手に聞いても、忙しくなっていると返答あり。	
	雇用	津軽	経営コンサルタント	震災復旧事業及びそれに伴う雇用環境が好転した。	
			人材派遣	季節的要因もあるのかもしれないが、イベント等に関連した求人がやや増加しているようだ。	
		県南	新聞社求人広告	震災から1年以上が過ぎ、少しずつではあるが、動き出している。	
変わらない	家計	東青	乗用車販売	車の補助制度が思ったより機能していない。	
			商店街	目だった上向きの材料が見当たらない。	
			競輪場	売上が平行線で変化見られず。	
			観光名所等	違いが分からない。	
			観光型ホテル・旅館	4月末と5月の桜まつりは上向きに向かったが、6月の台風等の大雨、竜巻で被害が多くあり、景気が下向きになったと思う。	
			卸売業	先行き不透明	
			スナック	飲食業は全く良くなっていない状況です。閉店が目立っています。同業者と話し合っていますが、見当がつきません。	
			スーパー	競争が激しくなっており、売上アップの要因が少ない。	
		津軽	都市型ホテル	低調な景気のまま、それを維持している。	
			設計事務所	長い景気低迷で、企業の体力が限界に近づいている企業が多い状態です。	
			パチンコ	客数的に全く伸びていない。売上も変わりありません。	
			スナック	総会の多い3ヶ月にもかかわらず、今ひとつの動きがない。	
		県南	美容院	来店頻度が長引いて回復していない。食料品以外の買い控えが話題の中に出て来る。	
	家電量販店		何も変化がない為		
	レストラン		景気が上向きの職種と下向きの職種がハッキリしていると思います。		
	パチンコ		何も変化を感じないから		
	コンビニ		必要最低限の分しかお買上げ頂けていない。		

現状	分野	地区	業種	理由	
変わらない	家計	県南	ガソリンスタンド	繁華街に人が出ていない。	
			下北	一般小売店	お客様の買い物の仕方に最近は変化がない様に思われます。
		下北	スナック	お客様と話をして、変化を感じませんので、変わっていないと思います。	
			ガソリンスタンド	原発が動かない限り、下北はなかなか景気が良くならないと思います。	
	企業	東青	広告・デザイン	特段の大きな変化がない。	
			経営コンサルタント	個人消費は全体として見れば低迷が続いている。	
		津軽	食料品製造	物の値段は安くなっているが売れない。	
			広告・デザイン	悪い状況で変わりなく、見込工事物件、見積依頼件数、製品単価全てについて増数及び上昇していない。	
		県南	電気機械製造	円高が解消しないことによる輸出品販売の苦戦、値下げ要求への対応に苦慮している。製品は悪くないものの、必要以上に買い叩かれてしまう。	
			食料品製造	燃料費上昇に一服感が出てきた一方で、消費者の節約志向は相変わらず強いから。	
			飲料品製造	出荷数量が安定したように見えたが、店頭での商品の回転がにぶく、結果として不安定。良い部分、悪い部分でプラスマイナスゼロ。	
		下北	食料品製造	3ヶ月前は去年の大震災の影響で伸びたが、その流れが続かない。	
		雇用	東青	人材派遣	昨年等と比較すると、有期雇用→無期雇用、パート→契約社員等、雇用が安定した案件の割合が若干増えた印象はあるが、ここ3ヶ月で大きくという印象ではない。
			津軽	新聞社求人広告	3ヶ月前もそんなに悪くなかった。春観光本番でしたから。今後、更なる景気の上昇は期待薄。政治の停滞、低迷も原因のひとつ。
やや悪くなっている	家計	東青	百貨店	売上前年比の低下。5月前年割れ。食品、飲料の売上前年割れ。	
			美容院	政治に対する閉塞感があり、買い控えている印象を受ける。	
			衣料専門店	昨年秋頃から景気は回復傾向と聞いていましたが、4,5,6月と消費が一向に盛り上がりません。なぜ急に売上が下がったのか皆目見当が付きません。	
			レストラン	不安定な政治の影響では？	
			タクシー	消費税アップ等の問題で、人々がお金を使わなくなっていますし、日々、車の流れ、観光客などの流れも悪く、経済効果が上がっていないと思います。	
			コンビニ	売上、客数とも減少気味	
	津軽	百貨店	消費税増税や公務員の給与カットなど暗いニュースが影を落とし、消費マインドは冷えてきている。		
		卸売業	自己破産業者が増加傾向になっている。		

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	津軽	一般飲食店	中央の政治不安(デフレ)の為。価格低下で地方の景気が低価格に拍車をかけている。
			タクシー	政局の混乱が続いており、まだ、景気が良くなる要素が見当たらない。
			ガソリンスタンド	今年に入って、地域支部の同業者が4件(2社)閉鎖した。
		県南	百貨店	お中元シーズンに入りましたが、お客様の来店や購買力状況を見てみると、景気が上向いているとは見えない。また、物産展においても、来店客数は減っているし、買上げも同様である。企画内容もあると考えるが、購買力が弱いのではと考える。
			乗用車販売	一見、上向いてきた様に思っていたが、誘致企業のリストラや地元中小企業の相次ぐ倒産で職を失う人が増えるため。
			一般飲食店	天候不順、政局不安などマイナス要因が多すぎる。外食を抑えることしか家計を保つことが難しいのでは。
			衣料専門店	本当に不足なものを1,2点加え、単品買いが多く買い控えているように感じます。
			スーパー	外気温(低温)の影響で今売れるべき商品の売れ行きが鈍い。3/11震災の反動が出てきている。インフレ傾向からデフレ傾向になっている。
		下北	一般飲食店	これからは、店の方もうなぎの日とか、また、暑くなるのでそれなりに良くなると思いますが、いま少し控えているのだと思います。
	企業	津軽	電気機械製造	受注が極端に減少しているため。特にヨーロッパ向け受注の落ち込みが激しいです。
飲料品製造			取引先からの聞き取り	
県南		紙・パルプ製造	景気低迷が長引く中で、消費マインドが質よりも価格重視の傾向が強まっているように感じる。	
悪くなっている	家計	県南	スナック	全体的に春が来るのが遅いため、1ヶ月~3ヶ月ほど遅くなっている。
		下北	タクシー	買物、通院客等の減少、夜の飲食店街の不況等による。
			コンビニ	例年に比べて昨年よりも売上が落ちている。
	企業	県南	広告・デザイン	予定した仕事の延期、中止、予算削減が多くなってきた。利益率も厳しく、仕事する意味があるのか? 考えてしまう仕事が多い。

(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	人は自分が望むものを見るものだと思います。新しくお店を始めている人たちがちらほら出てきているのを見て、心から応援したいなと思っています。新しいチャレンジをする人がいる限り、今よりは確実に良くなります。
		県南	観光型ホテル・旅館	先も予約が堅調である。
やや良くなる	家計	東青	住宅建設販売	消費税増税前の駆け込み需要が期待できるため。
			設計事務所	震災復興の余波で好影響を期待している。
			観光名所等	ねぶた祭があるので、青森へ観光する人が増える。
			スーパー	前年の自粛傾向の反動もあり、消費が活発になると思う。
			パチンコ	ねぶた祭の観光客による経済効果が見込まれると思います。
	津軽	住宅建設販売	雪解けの遅れ、雪害等で新築住宅の着工の時期が6月頃より本格的に始まった様な気がする。これから、柱立等が一気に始まり、屋根工事、外壁工事と進んでいくと思う。	
		商店街	当市の最大のイベントである「ねぶたまつり」開催により、新幹線効果と相まった人出の増加が期待できるものと思われる。	
		旅行代理店	祭を中心として、物、人の動きが活発になる。(前半の反動)	
		観光型ホテル・旅館	夏の観光シーズンも今の状況がこのまま続くのではないかとと思われる。	
		一般小売店	これまで、客層は独身40～50代女性でしたが、この層が老後・年金のことで購買単価が下がってきました。その一方で、若い方や65歳以上の方の比率が増えてきている。	
	県南	美容院	夏に向かって、気分高揚し購買力が高まることへの期待と、政局の地域政党への期待で気持ちが楽になりそうだから。	
		家電量販店	オリンピックの影響で少し良くなると思う。	
		住宅建設販売	消費税増税までは駆け込み需要が出てくると思われる。	
		レストラン	毎日、ニュース等でいろいろな事が報道されていますが、天災など起こらないと景気は上向きなると思いますし、なって欲しいです。	
		一般小売店	「東電」の問題がニュースの話題としてこれからも長く続きそんな中、地元のソーラー発電の話題がいくつか取り上げられ、何か期待感がある。	
		設計事務所	建設関連を中心に市場にお金が廻りだした。	
		卸売業	去年は、お中元自粛ムードでしたが、今夏は期待しております。	
観光名所等	お客様の出入りが活発になってきた様に思います。			

先行き	分野	地区	業種	理由
やや良くなる	家計	県南	タクシー	今の様子から考えていくと、もっと良くなると思う。我々の業界にも波及効果があればいいけれど。
		下北	ガソリンスタンド	ガソリンの価格も下落してきているので、これから夏の観光シーズンや帰省客の増加が期待できる。
	企業	津軽	経営コンサルタント	スタッフ派遣会社の8月までの予約が見通し以上にあるため。
		県南	飲料品製造	政治もある一定方向に落ち着くだろうし、夏～秋の時期、気持ち的にも盛り上がりがありそうで、消費に期待しています。
			建設	やはり復興資金が直接間接問わず回っているのかなと感じる。
		経営コンサルタント	震災関連で今後も需要が多くなる。予算、補助金などの増加が見込まれる。	
	下北	食料品製造	昨年の7-9月の観光、帰省シーズンよりは悪い事はないと思われるから。	
	雇用	津軽	新聞社求人広告	夏の観光の勢いが秋の行楽、観光につながるよう期待感を込めて。
			人材派遣	観光客が震災の起きた昨年に比較して顕著な増加があると聞いている。ねぷたまつりなど、夏祭り観光客に期待したいところだ。
		県南	新聞社求人広告	平成26年の消費税増税までは動くのではないかな。
変わらない	家計	東青	観光型ホテル・旅館	花火、ねぷたなど観光面やホタテの回復等上向きの分もあるが、増税、年金の downward 等で、とても生活が厳しい。
			競輪場	景気回復の兆候みられず。
			スナック	自分なりに営業してがんばっています。
		都市型ホテル	良い判断材料が見当たらず横ばいではないかな。	
		家電量販店	「変わらない」としたが、心情的にはやや上昇としたい。景気は持ち直し感があると思います。	
		旅行代理店	景気の良い話は殆ど耳にする事が無く、節約する事(方法)の話題が多い為。	
		卸売業	先行き不透明	
		商店街	比較的売上のある時期なのですが、それほどの盛り上がりを感じられません。	
		タクシー	いろいろ、お客様の意見を聞いていますが、これから先は暑い時期を向かえて、観光客や青森の人々が動いていく季節に入っていきますが、国の政策が悪すぎるとの意見が多く、景気が上向くとは思えません。	
		コンビニ	良くなる考える要素が見あたらない。	
	津軽	設計事務所	体力が限界に近づいている企業が増えつつあり、当地域では良い話題がない。	
		衣料専門店	復興需要当地区は殆ど恩恵なし。地価の下落不況感あおる。	
		パチンコ	農家も最も忙しく、良くなる要素がないから。	

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	津軽	タクシー	今のどん底の景気が3ヶ月先も同じと思われる。
			観光名所等	北海道からの客数が減っている。
		県南	パチンコ	景気低迷、政治不安と自分の身を守ることで精一杯ではないかと思えます。
			コンビニ	3ヶ月先でも使えるお金は変わらないと思われる。
			ガソリンスタンド	繁華街に人が出ていない。
			旅行代理店	将来の見通しが立たない。低価格、競争激化、政治の機能低下で、消費者心理、企業マインドが明るくならない。
		下北	スナック	良くなって欲しいですが、県外から仕事での人の行き来がないと変わらないと思えます。
			一般小売店	消費税の増税法案が衆院で可決されましたが、3ヶ月先はまだ影響は出てこないと思うのですが……。来年は怖いです。
	企業	東青	広告・デザイン	昨年のような大きなコンベンションが減っており、現状維持が精一杯か。
			経営コンサルタント	全般に回復の兆しは見られず横ばいの状態。夏のボーナスも期待できない。
			食料品製造	食料品製造業は消費人口に大きな変化が生じない限り変化はありませんが(価格競争は別)、季節要因から例年下降に向かう次期となっています。
		津軽	広告・デザイン	これ以上悪くなるとは思われないが、良くなる要素もなく変わらないのでは。
			食料品製造	消費税が上がるという事だけで消費者心理が下がっている。
			電気機械製造	9月までの内示をみても、ほとんど横ばいでよくなる情報がないため。
県南		電気機械製造	近隣の製造業で大規模リストラの話の話を聞きました。円高がおさまらなければ景気回復は難しいと思えます。1\$=85円にでもなれば少しは上向くとは思いますが。	
		紙・パルプ製造	景気好転のきっかけがない。電力不足、消費税増税など景気回復にとって心理的な足かせが多い。	
		食料品製造	輸出関連産業の大手中心で国内空洞化が進んでおり、今の景況が続くと思うから。	
雇用	東青	人材派遣	夏の節電等の影響もなく、また、観光等でも大きくマイナスになる事項は聞かれないが、プラスになることもないため。	
やや悪くなる	家計	東青	衣料専門店	確かに気温は少し低めであるが、消費減退の理由になるような極端な条件にはなく、ただジリジリと不気味な状況と感じます。
			乗用車販売	補助金も終了し、併売車種も増えお客様(購入予定)の奪い合いになる。
			レストラン	なんだか先が見えない。
			美容院	国会が正常に運営できなければ、安心を得ることが出来ない。

先行き	分野	地区	業種	理由
やや悪くなる	家計	津軽	スナック	お祭り時期になると更に静かになるようです。
			卸売業	自己破産業者が増加傾向になっている。
			一般飲食店	消費税が上がれば外食産業が一番影響を受ける。現在も少し影響あると思う。
			都市型ホテル	消費税を始め、各種の増税はあるが、景気対策が何もなされていない。
			コンビニ	可処分所得の低下、増税政策による圧迫感
	県南	乗用車販売	業種により異なると思うが、自動車業界において考えると、エコカー補助金予算切れになると、市場の冷え込みが懸念される。	
		衣料専門店	八戸市を代表するホテルが東日本大震災の余波での業績低迷で別会社に事業を譲渡することになりました。中心街とのつながりも深く、再生に不可欠なのですが、景気に波紋が広がりそうです。	
		スーパー	夏場に天候の影響で商売は厳しくなると判断している。現在も低単価を販売点数でカバーできていないため、売上は厳しい。	
		百貨店	夏本番に入り、地域のお祭で一時期活気は出ると考えるが、先々を考えた場合、消費税増税が少しずつおもしろとして財布のひもを締めてくる要因になるのではと考える。消費よりは将来の為の貯蓄への気持ちが高まってくるのではと考える。	
		一般飲食店	震災が一段落した後、本来の景気低下が来る気配が感じられる。	
		スナック	なかなか波に乗れない。	
		下北	レストラン	今後の政治の政権交代など有ると変わってくると思う。
	一般飲食店		良くなる見通しは何も無いからです。今迄は、2～3年先、また20～30年先まで見通せましたが、今は明日のことさえ見通せません。	
	雇用	東青	新聞社求人広告	震災の影響は、とりあえず底を打ったとみる向きも多いが、ヨーロッパの信用不安、国内の政治状況を考えると、明るい材料が見あたらない。
悪くなる	家計	東青	百貨店	7月上旬前年割れ。一点単価前年割れ傾向。特に食品苦戦傾向続く。
		津軽	ガソリンスタンド	ガソリンスタンドの地下タンク（40年以上使用）の改善が義務付けられているが、平成25年1月末までに完了しなければならぬので、相当数のスタンドが閉鎖に追い込まれると思います。
		下北	タクシー	政府の景気対策、原発関係への先行きの見通しの無さ等。景気が良くなる要素がまったく無し。
			コンビニ	売上が上がる見込みが全くない。
	企業	県南	広告・デザイン	今の状況は今後も続くものと考えられる。利益率の悪い仕事に時間をかけ続けることは、企業としてはマイナス。苦渋の決意で仕事を断ることや、やめることも実行に移している。

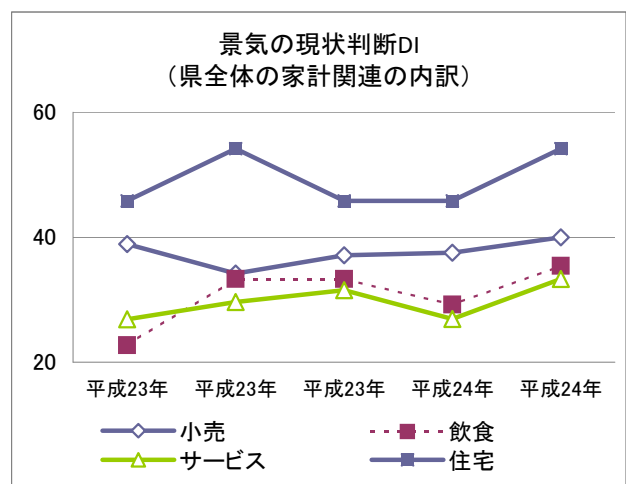
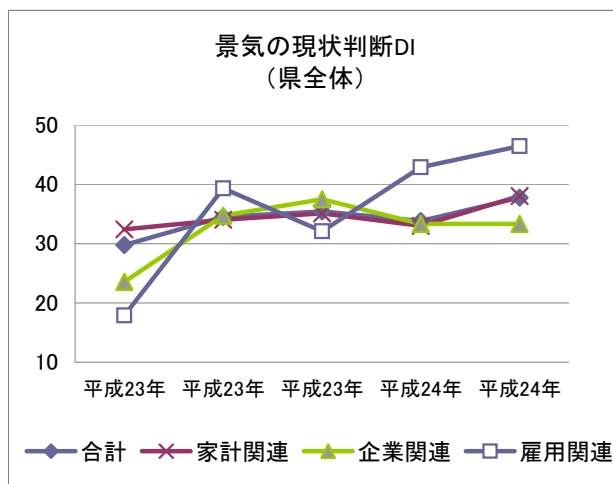
5. 参考

(参考1) 景気の現状判断

① D I

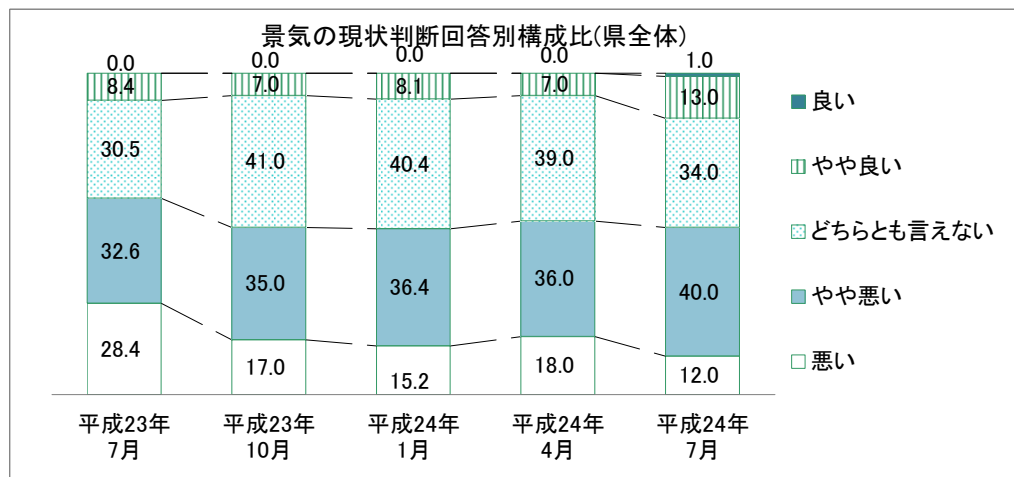
n = 100

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成23年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	29.7	34.5	35.4	33.8	37.8	4.0
家計関連	32.4	34.0	35.1	33.0	38.0	5.0
小売	38.9	34.2	37.1	37.5	40.0	2.5
飲食	22.7	33.3	33.3	29.2	35.4	6.2
サービス	26.9	29.6	31.5	26.9	33.3	6.4
住宅	45.8	54.2	45.8	45.8	54.2	8.4
企業関連	23.5	34.7	37.5	33.3	33.3	0.0
雇用関連	17.9	39.3	32.1	42.9	46.4	3.5



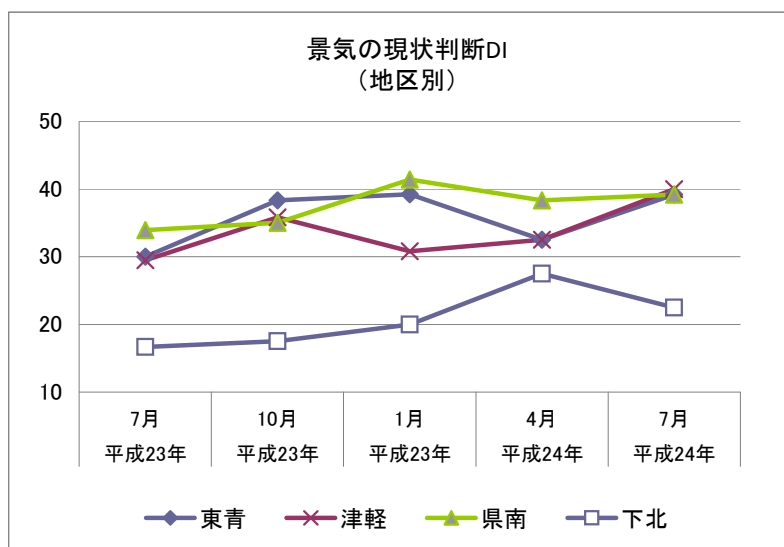
② 回答別構成比 (%)

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
良い	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	1.0
やや良い	8.4	7.0	8.1	7.0	13.0	6.0
どちらとも言えない	30.5	41.0	40.4	39.0	34.0	▲ 5.0
やや悪い	32.6	35.0	36.4	36.0	40.0	4.0
悪い	28.4	17.0	15.2	18.0	12.0	▲ 6.0



③地区別DI

	平成23年 7月	平成23年 10月	平成23年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	前期調査 との差
合 計	29.7	34.5	35.4	33.8	37.8	4.0
東青	30.0	38.3	39.2	32.5	39.2	6.7
津軽	29.5	35.8	30.8	32.5	40.0	7.5
県南	33.9	35.0	41.4	38.3	39.2	0.9
下北	16.7	17.5	20.0	27.5	22.5	▲ 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	百貨店	中心街の空き店舗増加。中心街区大型店の空床スペースが増えている。住民税他増税による変化について今後調査必要。
		衣料専門店	当商店街で長年閉鎖されていた劇場が売却され、再利用の計画が進んでいる。また、全国的にも有名なラーメン店が入居ビルを購入、不動産の動きが活発化している。中心部商店街も活性化事業が本格化、賑わい創出に向けにわかにか動き出している。空き店舗率が大幅に下がることになる。商業活動に良い情報が少なかったが、ここ数年の商店街からは目が離せない。
		家電量販店	家電買換え時は、「消費電量はいくらか」、「電気代はいくらか」といった情報を求めるお客様が増えている。
		商店街	消費税の増税で、また消費の落ち込みになるかと思えば、気持ちがなえてしまいます。
		一般飲食店	みんな、あまり難しく考えがちなのでは？経済って何でしょう。つまりは人の気持ちですよね。上に立っている人が自信を持って何とかかなると言えば、そしてチャレンジしている姿を見せてくれれば良くなるんじゃないですか。また、各人もそういう自覚を持って日々それぞれの仕事に取り組んでいきましょう。
		レストラン	これから、消費税の増税などで、お客様がますます不安な感じ。いったいこの先どうなるのでしょうか？
		スナック	弱い者いじめの世の中に呆れて言葉がありません。国がもめている場合ではないのに。
		観光型ホテル・旅館	日本の経済危機で基礎的財政収支の赤字が累積している。こういう状況を作り出した責任を野党、与党がしっかり考え、立て直して欲しい。私たちもがんばらなければ。
		タクシー	当地区のタクシー協会では他府県へ向けて観光客の誘致のためにいろいろな商品（コース）作りに努力しています。各分野で、業界が、青森県が、経済効果が上がるようなことをしていただきたいと思います。そうすれば、少しは景気が上向くと思います。
		美容院	天候が異常な状態が秋にどんな影響を与えるか心配になります。
		住宅建設販売	今年の大雪により、建替顧客の案件が増加している。
	津軽	都市型ホテル	東北復興の流れから物心両面で取り残されている。
		観光名所等	先行不透明感がぬぐえない。（日本も世界も）
		旅行代理店	今年は農業生産者の声として果物の質が良いのではないかな。
		ガソリンスタンド	金融機関の貸し渋りが前より多くなっているように聞こえてくる。
設計事務所		政治が混乱の中で、いつも損をするのは弱者であり、政治離れがますます進むのではないかな。	
住宅建設販売		街を歩いてみても、解体現場、基礎工事中、柱立等非常に多く見受けられる。これは、震災の反動か。消費税の上がる前倒しか、それとも景気回復の前触れか。	

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	コンビニ	値下げした商品は、まちがいなく売れます。
		百貨店	6/29に田向地区に大型スーパーがオープンし、近隣のスーパーと競争激化している。
		乗用車販売	6月末より八戸市にオープンした大手流通会社の影響は、地元スーパーや小売店にはダメージとなると思う。自助努力や工夫だけでは対応しきれないと思う。税収はアップするかもしれないが、益々中心街の空洞化には拍車がかかると思われる。自治体からの支援も必要なのかもしれない。
		衣料専門店	八戸に大型ショッピングセンターがオープンしました。大手スーパーの初進出ということで、活性化を見込んでいるようですが、かえって集客が分散されるのではと危惧されています。
		一般小売店	復興景気の恩恵を受けて、仕事が順調な人達はその事を口に出さないが、その人達を相手に商人は上手く商売をしていかななくてはならない。
		卸売業	農作物の生産者にとって、サクランボの出来があまり良くなかったこと。りんごの着果も期待ほどではなく、不安材料。
		一般飲食店	何といっても消費税アップに対策尽きる。どうなるか(経営)危ぶまれる。政局安定が第一と思う。
		スナック	今までも変化がないので、これからも変わらない。
		観光型ホテル・旅館	青森の観光を北東北3県で訴求すべきです。LCCも先駆けて、飛行機も導入すべき。
		観光名所等	春先の天候不順で、特産のくだもの等の出来が思わしくなく、心配しています。
		旅行代理店	原子力、原発問題に政府はリアリティがないので、産業のインフラであるエネルギー政策が不安定となっていて、それが産業連関を逆回転させている。
		タクシー	報道では「3.11」の被災者は政府の援助を受けたように思っていた。実状は、援助を受けていない人達が多くいると聞かされびっくり。もっと多くの人達に援助が行き渡ると景気が良くなるのでは。
		美容院	消費税実施は少し先だが、実施されたらどうなるか、頭の中でシミュレーションし、財布の紐が硬くなるのが心配。自己防衛反応。
		パチンコ	八戸市に関して言えば、田向地区(市民病院近辺)に大型スーパーが出店したことにより、ますます中心商店街(のある地区)離れが進むのではないかと心配されるところです。
	下北	コンビニ	原発反対はいいのですが、それに伴い売上が落ちる。反対しているのは、地元に関係ない、外の人間達がやっているような気がする。
		一般飲食店	これ以上悪くならないことを祈るのみです。8月に入って、お盆やお祭りに期待するしかありません。
企業	東青	食料品製造	価格競争が収まる気配はなく、ますます激化の傾向にあり、対抗策として、業務提携や経営統合等によるスケールメリットに向かう傾向があります。今後は、異業種統合もありえるのではないのでしょうか。
		建設	来年に期限切れとなる金融機関の中小企業支援対策の動向によっては、青森県内の企業に大きな影響があるのではないのでしょうか。
		広告・デザイン	同じ業種の中でも、売上を伸ばしているところと、落としているところとの差が出てきた。
	津軽	食料品製造	政治の閉塞感で世の中が行き詰っている。オリンピックで何とか世の中が明るくなれば。

分野	地区	業種	自由意見
企業	津軽	飲料品製造	増税で消費者にはかなりの負担になると思う。その前にもっとやることがあると思う。
		電気機械製造	電機業界はスマートフォンと自動車に関する受注はありますが、その他は皆無に近いです。
		建設	消費税を今、どうしても上げなければならないのか？大方の人は、いずれ消費税を上げざるを得ないのはわかっていると思っているが、でもなぜ、政府は今なのだろうか。
		経営コンサルタント	現時点で当地区は雨が少なく、農産物に対する影響が心配。
		広告・デザイン	先日、政府では国民の意向を聞きもせず、消費税増税を国会で議決させようとしているが、全く理解できない。庶民の暮らしは未だ苦しく、若者が正規の職に就けずにいる今、経済の回復を先行させるのが今すべき政策と思う。このままでは生活格差が拡大し、犯罪が増え、人々の心がさらに殺伐とした社会になるような気がしてならない。
	県南	紙・パルプ製造	近所の飲食店で閉店するところが増えている。近所の店で飲むなら、家で飲むようになってきたのでしょうか。
		電気機械製造	製造業の海外逃避は大きな流れになっている。一方、日本製品や日本への旅行はアジア新興国の人々にとって未だ大きなあこがれ。産業のシフトを大胆に行ったり、海外旅行客の誘致など、素早く手を打った地域が大きな利益をものにすると強く感じます。
		建設	建設業を中心に、資金繰りが良いようで、例年だと金融機関から借りる季節だが、手元に余裕がある、借入が減少している様だ。
		広告・デザイン	金融関係の支援はまったく得られず、もう期待もなくなっている。苦しい時にこそ力を貸すべき。良くなってからでは必要ない。
	下北	食料品製造	毎日のように報道される消費税絡みの政局問題で、すぐに消費税が上がるような感じを持って、消費が抑えられている様な気がする。
雇用	津軽	新聞社求人広告	6月のJR東日本「大人の休日」乗り継ぎOK(13,000円)の利用者で弘前駅は平日でも混雑した。運賃が安いとこんなにも多くのお客様が津軽、青森の魅力を探訪するものかと改めて感じ入った次第です。