

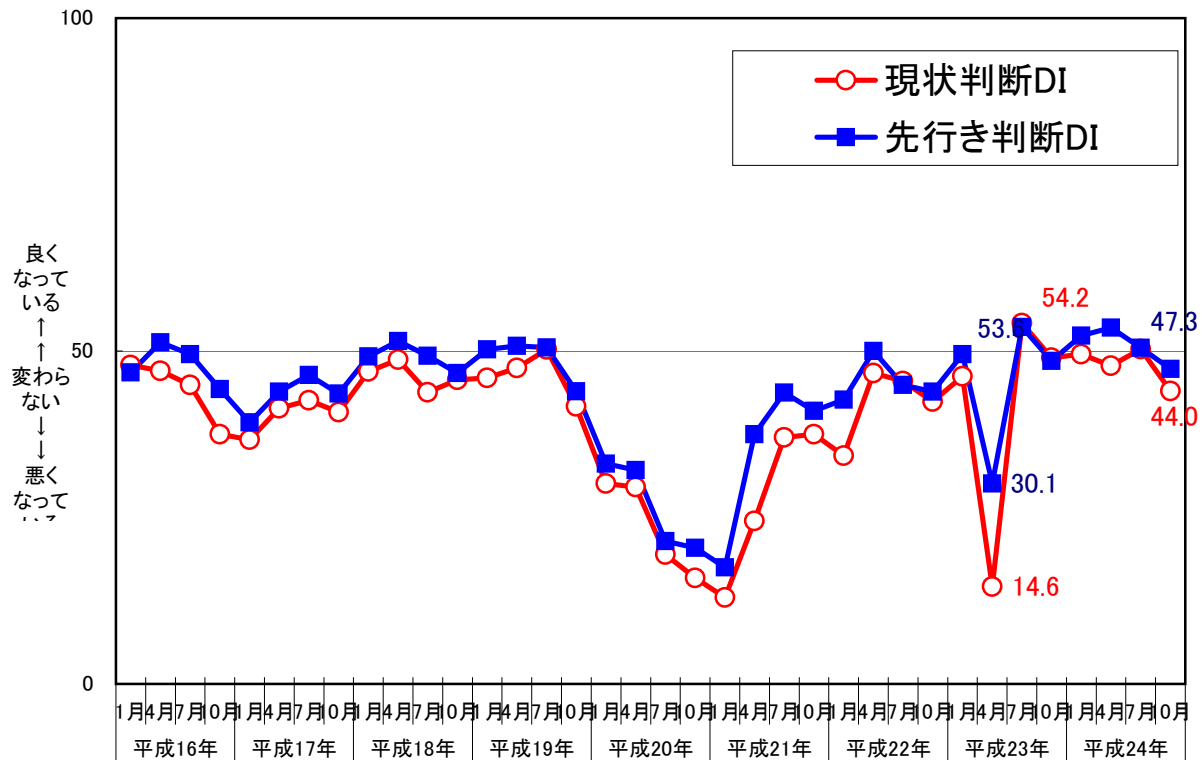
青森県景気ウォッチャー調査 (平成24年10月期)

調査期間 平成24年10月1日～10月16日 回答率100%

概況

10月期は、景気の現状判断DIは、2期ぶりに横ばいを示す50を下回った。先行き判断DIは、4期ぶりに横ばいを示す50を下回った。

景気現状判断DI・先行判断DIの推移



平成24年11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、「やや良くなっている」が13.0ポイント減少、「やや悪くなっている」が14.0ポイント増加、「悪くなっている」が1.0ポイント減少したことにより、全体では6.3ポイント減少の44.0となり、景気の横ばいを示す50を2期ぶりに下回った。

判断理由をみると、旅行者が増えてきた、客数が増加している、という声があった。一方で、夏の猛暑により秋物商品の売れ行きが不調となった、ヨーロッパ向け輸出の減少、中国・韓国などとの国際問題が経済に与える影響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6.7ポイント減少、企業関連で2.8ポイント減少、雇用関連で10.7ポイント減少した。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、東青、津軽、県南地区ではポイントが減少し下北地区では増加した。東青、津軽、県南地区では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、「良くなる」が1.0ポイント増加、「やや良くなる」が10.0ポイント減少、「変わらない」が2.0ポイント増加、「やや悪くなる」が9.0ポイント増加、「悪くなる」が2.0ポイント減少したことにより、全体では3.2ポイント減少の47.3となり、景気の横ばいを示す50を4期ぶりに下回った。

判断理由を見ると、消費税導入前の駆け込み需要を期待する声や、年末の需要期を迎えることを期待する声があった。一方で、中国向け受注の停滞や、増税・各種値上げに伴う生活防衛意識の高まり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1.0ポイント減少、企業関連で7.0ポイント減少、雇用関連で17.8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、東青、津軽、県南地区ではポイントが減少し、下北地区では増加した。東青、津軽、県南地区では景気の横ばいを示す50を下回ったが、下北地区では50を上回った。

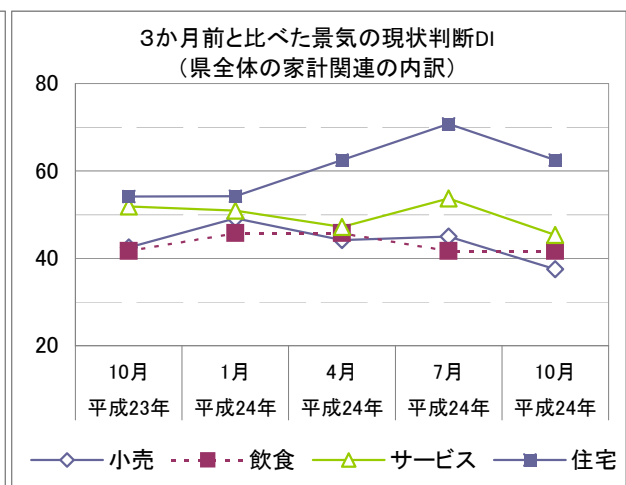
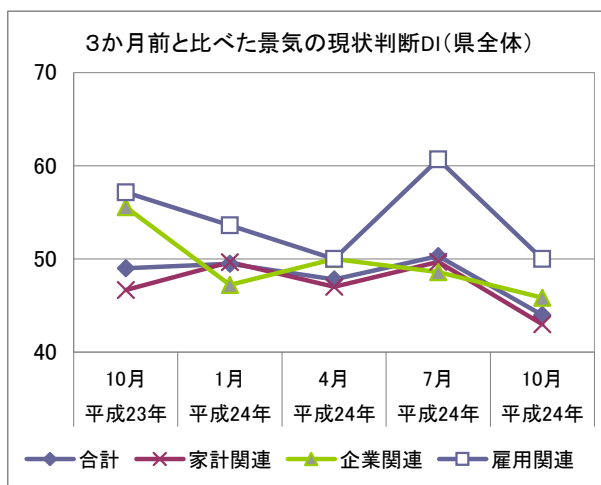
2. 県全体の動向

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

① D I

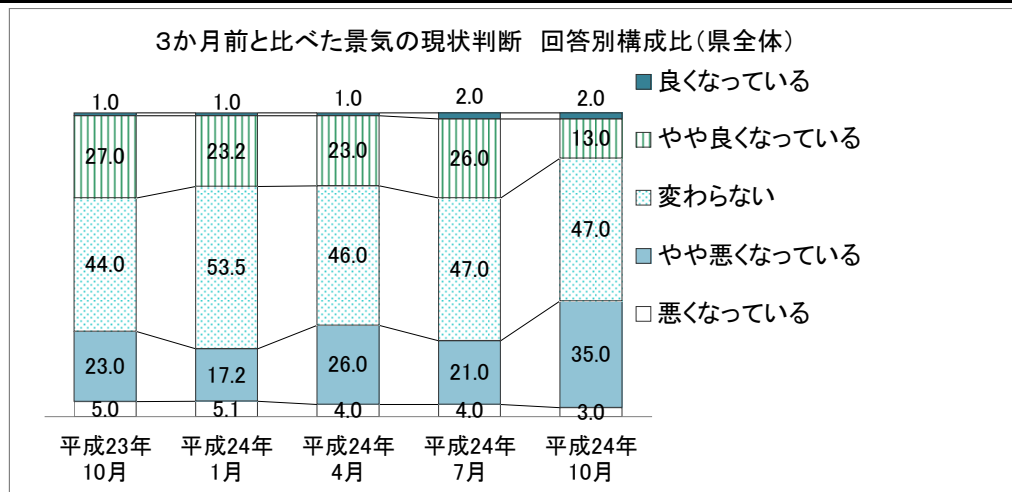
n = 100

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	49.0	49.5	47.8	50.3	44.0	▲ 6.3
家計関連	46.7	49.7	47.0	49.7	43.0	▲ 6.7
小売	42.5	49.1	44.2	45.0	37.5	▲ 7.5
飲食	41.7	45.8	45.8	41.7	41.7	0.0
サービス	51.9	50.9	47.2	53.7	45.4	▲ 8.3
住宅	54.2	54.2	62.5	70.8	62.5	▲ 8.3
企業関連	55.6	47.2	50.0	48.6	45.8	▲ 2.8
雇用関連	57.1	53.6	50.0	60.7	50.0	▲ 10.7



② 回答別構成比 (%)

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
良くなっている	1.0	1.0	1.0	2.0	2.0	0.0
やや良くなっている	27.0	23.2	23.0	26.0	13.0	▲ 13.0
変わらない	44.0	53.5	46.0	47.0	47.0	0.0
やや悪くなっている	23.0	17.2	26.0	21.0	35.0	14.0
悪くなっている	5.0	5.1	4.0	4.0	3.0	▲ 1.0

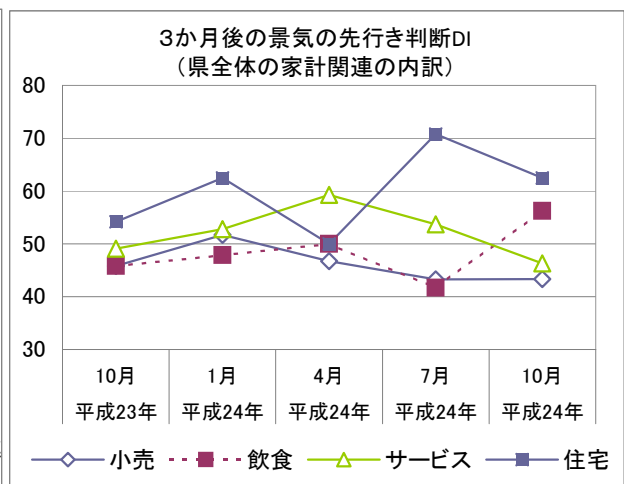
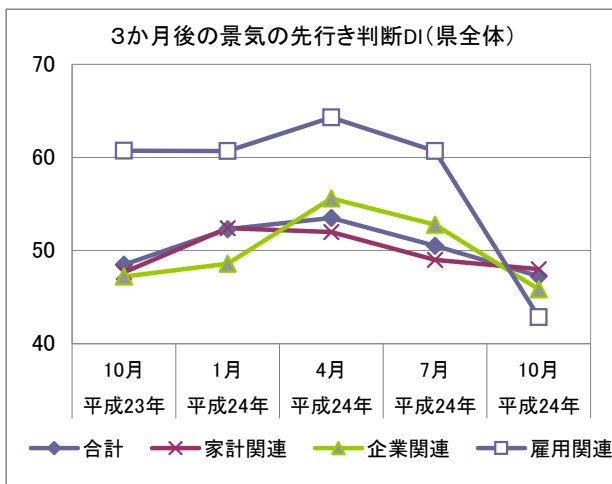


(2) 3か月後の景気の先行き判断

①DI

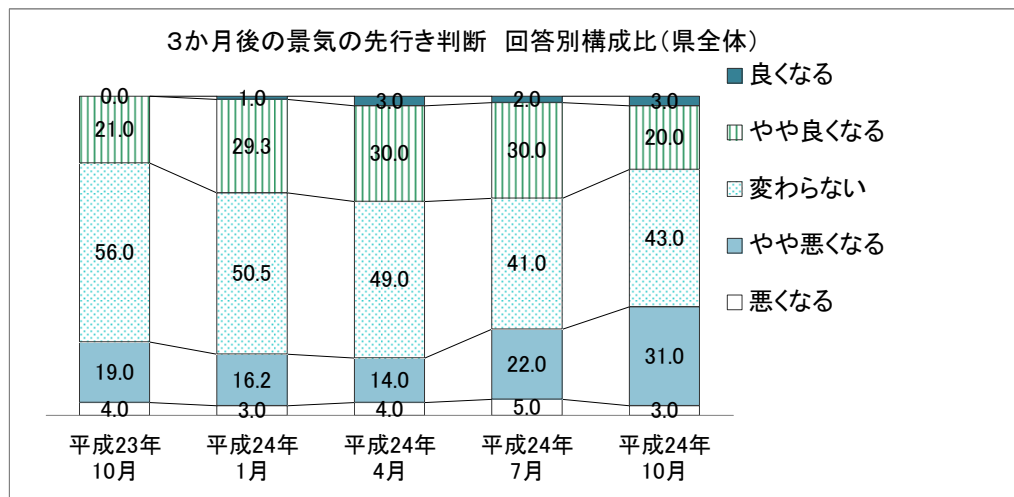
n = 100

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	48.5	52.3	53.5	50.5	47.3	▲ 3.2
家計関連	47.7	52.4	52.0	49.0	48.0	▲ 1.0
小売	45.8	51.7	46.7	43.3	43.3	0.0
飲食	45.8	47.9	50.0	41.7	56.3	14.6
サービス	49.1	52.8	59.3	53.7	46.3	▲ 7.4
住宅	54.2	62.5	50.0	70.8	62.5	▲ 8.3
企業関連	47.2	48.6	55.6	52.8	45.8	▲ 7.0
雇用関連	60.7	60.7	64.3	60.7	42.9	▲ 17.8



②回答別構成比 (%)

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
良くなる	0.0	1.0	3.0	2.0	3.0	1.0
やや良くなる	21.0	29.3	30.0	30.0	20.0	▲ 10.0
変わらない	56.0	50.5	49.0	41.0	43.0	2.0
やや悪くなる	19.0	16.2	14.0	22.0	31.0	9.0
悪くなる	4.0	3.0	4.0	5.0	3.0	▲ 2.0

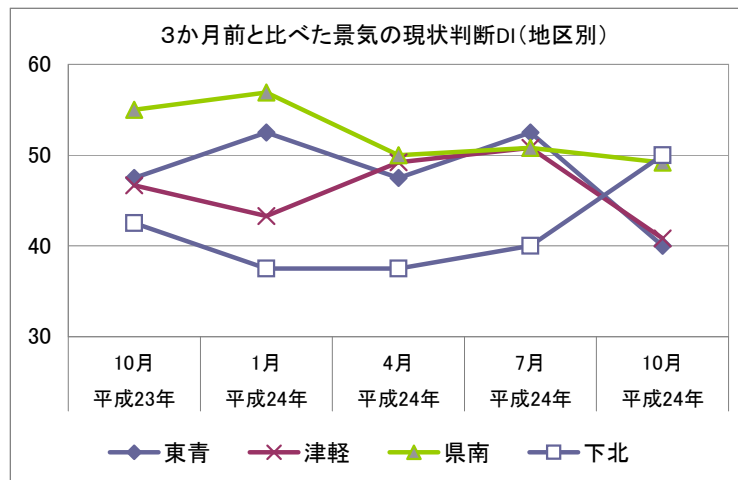


3. 地区別の動向

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

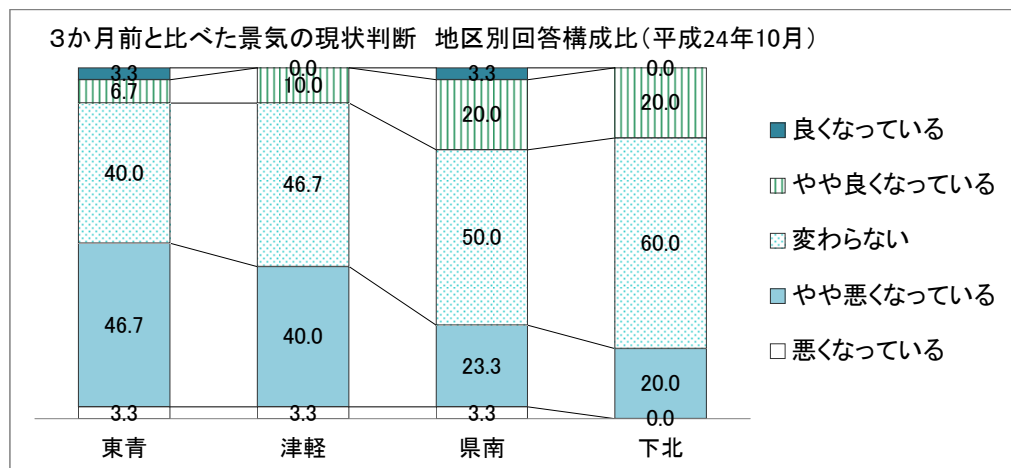
<地区別>

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	49.0	49.5	47.8	50.3	44.0	▲ 6.3
東青	47.5	52.5	47.5	52.5	40.0	▲ 12.5
津軽	46.7	43.3	49.2	50.8	40.8	▲ 10.0
県南	55.0	56.9	50.0	50.8	49.2	▲ 1.6
下北	42.5	37.5	37.5	40.0	50.0	10.0



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	3.3	0.0
やや良くなっている	6.7	10.0	20.0	20.0
変わらない	40.0	46.7	50.0	60.0
やや悪くなっている	46.7	40.0	23.3	20.0
悪くなっている	3.3	3.3	3.3	0.0

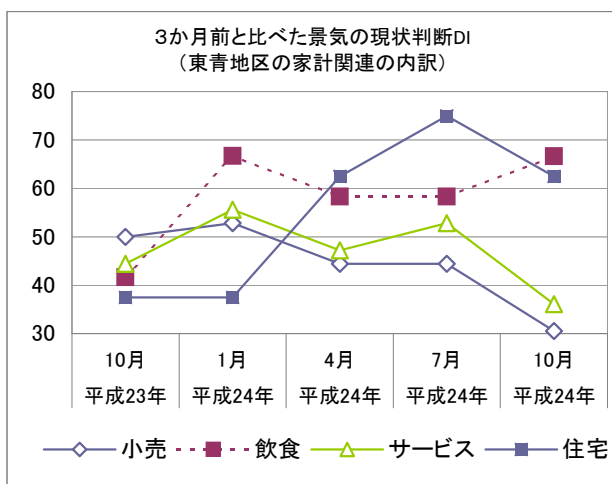
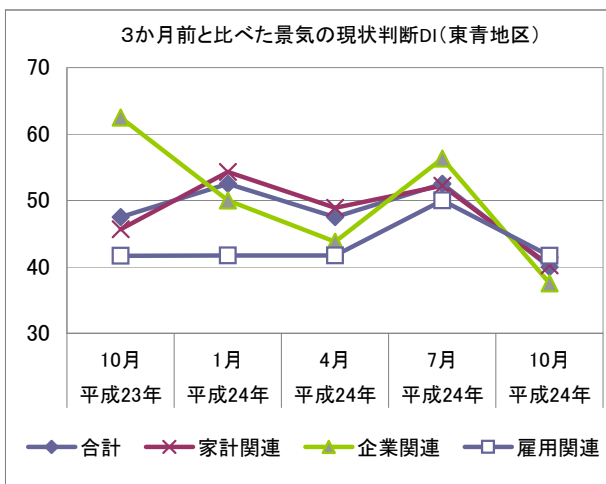


<東青地区>

①DI

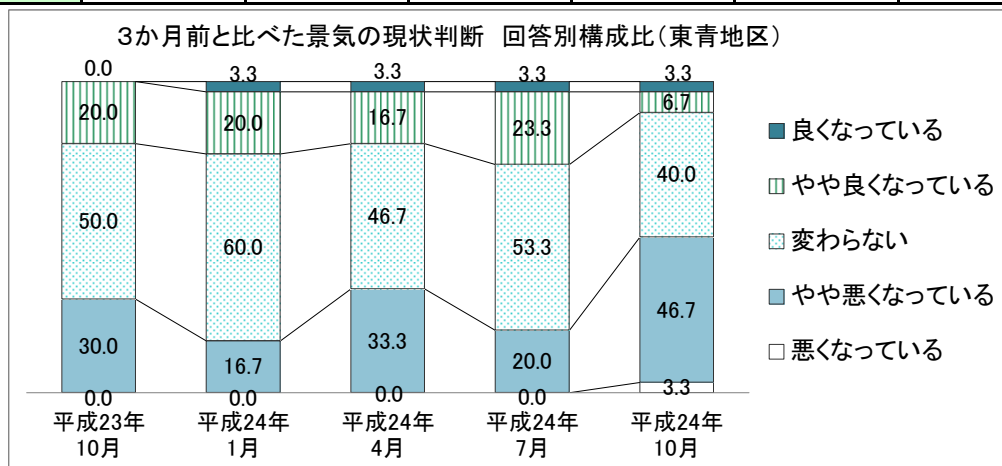
n = 30

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	47.5	52.5	47.5	52.5	40.0	▲ 12.5
家計関連	45.7	54.3	48.9	52.2	40.2	▲ 12.0
小売	50.0	52.8	44.4	44.4	30.6	▲ 13.8
飲食	41.7	66.7	58.3	58.3	66.7	▲ 8.4
サービス	44.4	55.6	47.2	52.8	36.1	▲ 16.7
住宅	37.5	37.5	62.5	75.0	62.5	▲ 12.5
企業関連	62.5	50.0	43.8	56.3	37.5	▲ 18.8
雇用関連	41.7	41.7	41.7	50.0	41.7	▲ 8.3



②回答別構成比 (%)

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	3.3	3.3	3.3	3.3	0.0
やや良くなっている	20.0	20.0	16.7	23.3	6.7	▲ 16.6
変わらない	50.0	60.0	46.7	53.3	40.0	▲ 13.3
やや悪くなっている	30.0	16.7	33.3	20.0	46.7	▲ 26.7
悪くなっている	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	▲ 3.3

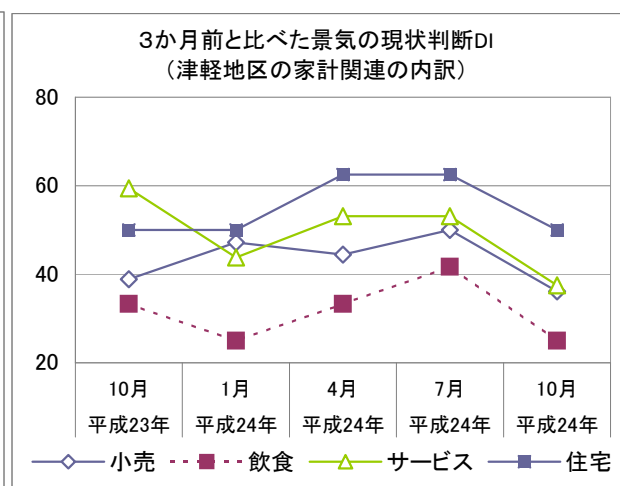
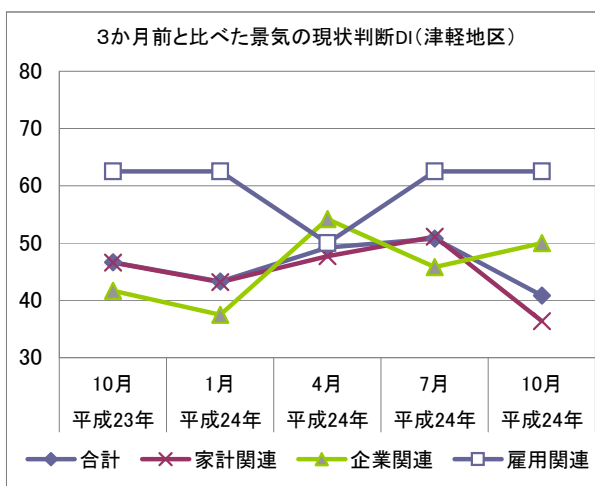


<津軽地区>

① D I

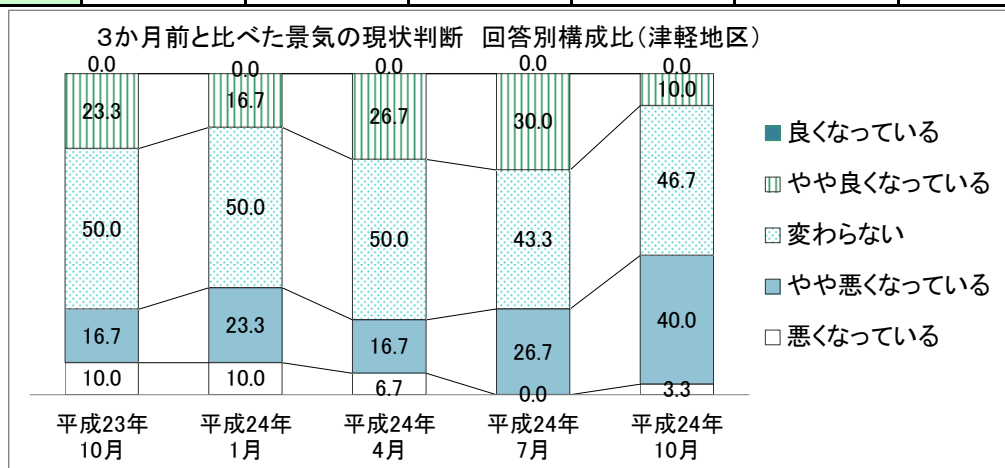
n=30

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	46.7	43.3	49.2	50.8	40.8	▲ 10.0
家計関連	46.6	43.2	47.7	51.1	36.4	▲ 14.7
小売	38.9	47.2	44.4	50.0	36.1	▲ 13.9
飲食	33.3	25.0	33.3	41.7	25.0	▲ 16.7
サービス	59.4	43.8	53.1	53.1	37.5	▲ 15.6
住宅	50.0	50.0	62.5	62.5	50.0	▲ 12.5
企業関連	41.7	37.5	54.2	45.8	50.0	4.2
雇用関連	62.5	62.5	50.0	62.5	62.5	0.0



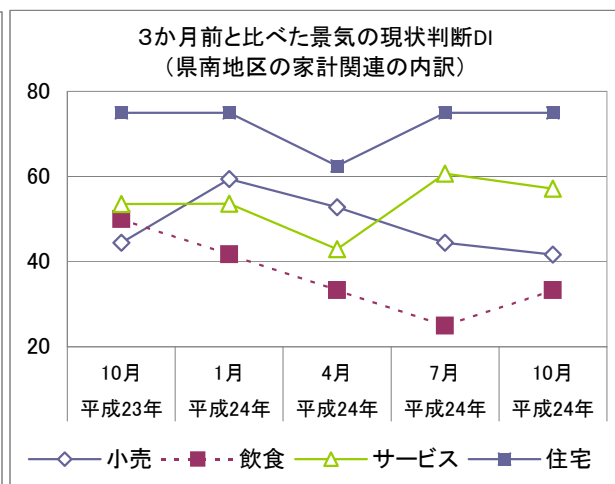
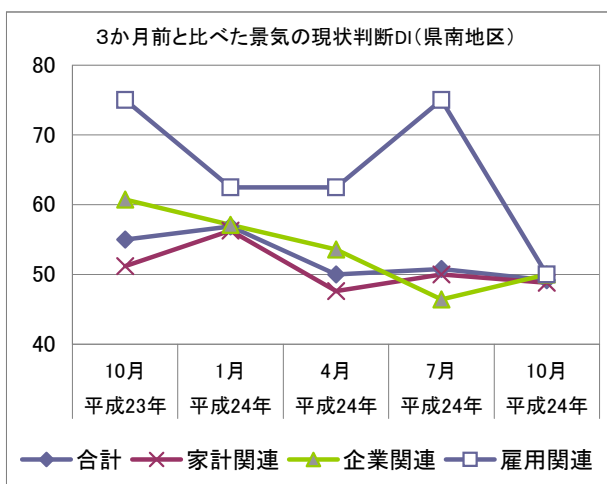
②回答別構成比(%)

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10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	23.3	16.7	26.7	30.0	10.0	▲ 20.0
変わらない	50.0	50.0	50.0	43.3	46.7	3.4
やや悪くなっている	16.7	23.3	16.7	26.7	40.0	13.3
悪くなっている	10.0	10.0	6.7	0.0	3.3	3.3



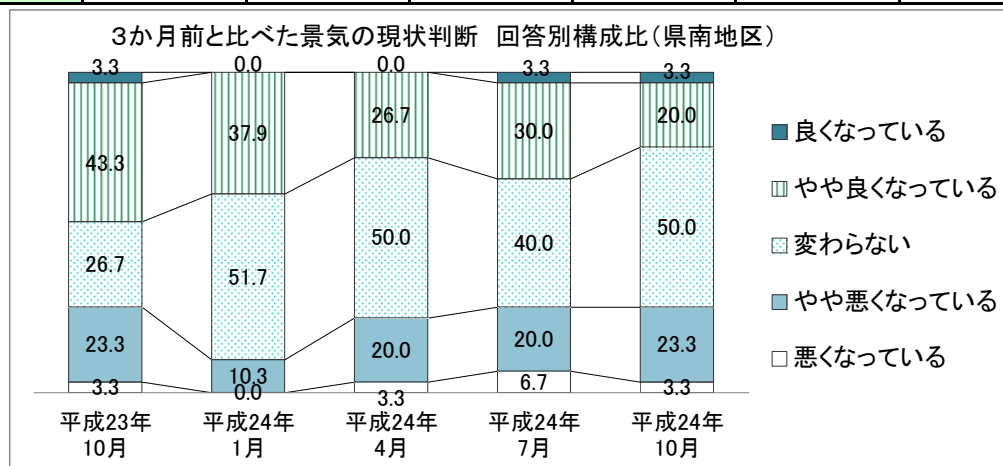
< 県南地区 >

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	55.0	56.9	50.0	50.8	49.2	▲ 1.6
家計関連	51.2	56.3	47.6	50.0	48.8	▲ 1.2
小売	44.4	59.4	52.8	44.4	41.7	▲ 2.7
飲食	50.0	41.7	33.3	25.0	33.3	8.3
サービス	53.6	53.6	42.9	60.7	57.1	▲ 3.6
住宅	75.0	75.0	62.5	75.0	75.0	0.0
企業関連	60.7	57.1	53.6	46.4	50.0	3.6
雇用関連	75.0	62.5	62.5	75.0	50.0	▲ 25.0



②回答別構成比 (%)

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
良くなっている	3.3	0.0	0.0	3.3	3.3	0.0
やや良くなっている	43.3	37.9	26.7	30.0	20.0	▲ 10.0
変わらない	26.7	51.7	50.0	40.0	50.0	10.0
やや悪くなっている	23.3	10.3	20.0	20.0	23.3	3.3
悪くなっている	3.3	0.0	3.3	6.7	3.3	▲ 3.4

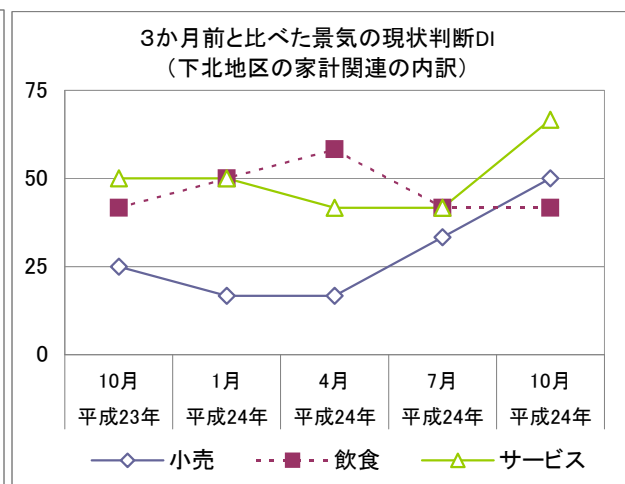
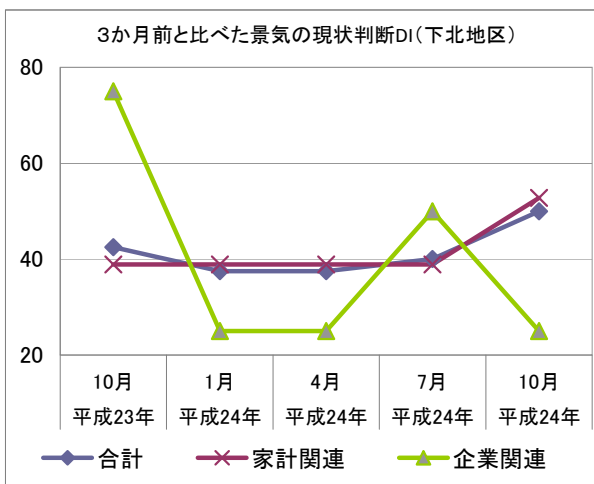


<下北地区> (参考)

① D I

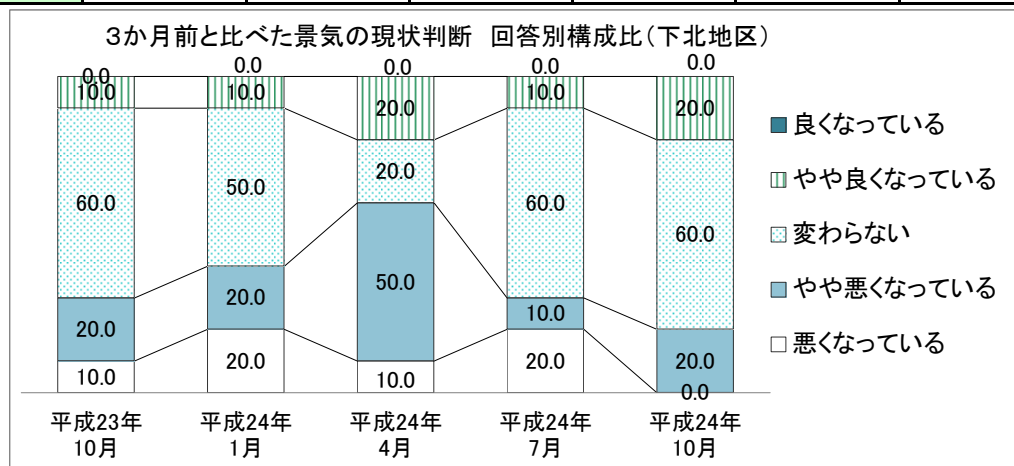
n = 10

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	42.5	37.5	37.5	40.0	50.0	10.0
家計関連	38.9	38.9	38.9	38.9	52.8	13.9
小売	25.0	16.7	16.7	33.3	50.0	16.7
飲食	41.7	50.0	58.3	41.7	41.7	0.0
サービス	50.0	50.0	41.7	41.7	66.7	25.0
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	75.0	25.0	25.0	50.0	25.0	▲ 25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



② 回答別構成比 (%)

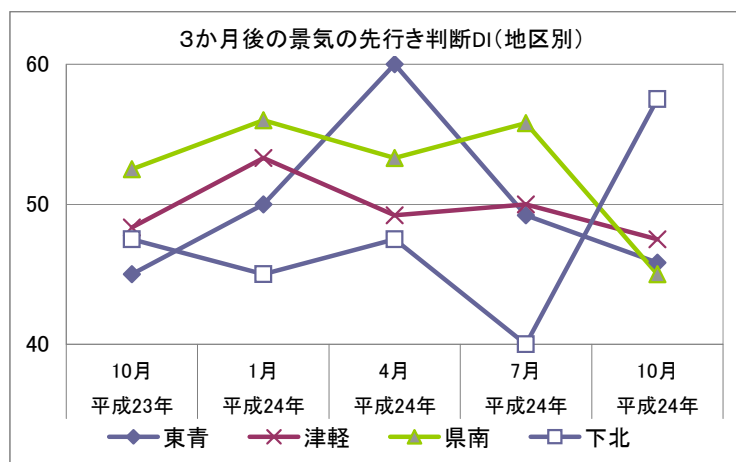
	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	10.0	10.0	20.0	10.0	20.0	10.0
変わらない	60.0	50.0	20.0	60.0	60.0	0.0
やや悪くなっている	20.0	20.0	50.0	10.0	20.0	10.0
悪くなっている	10.0	20.0	10.0	20.0	0.0	▲ 20.0



(2) 3か月後の景気の先行き判断

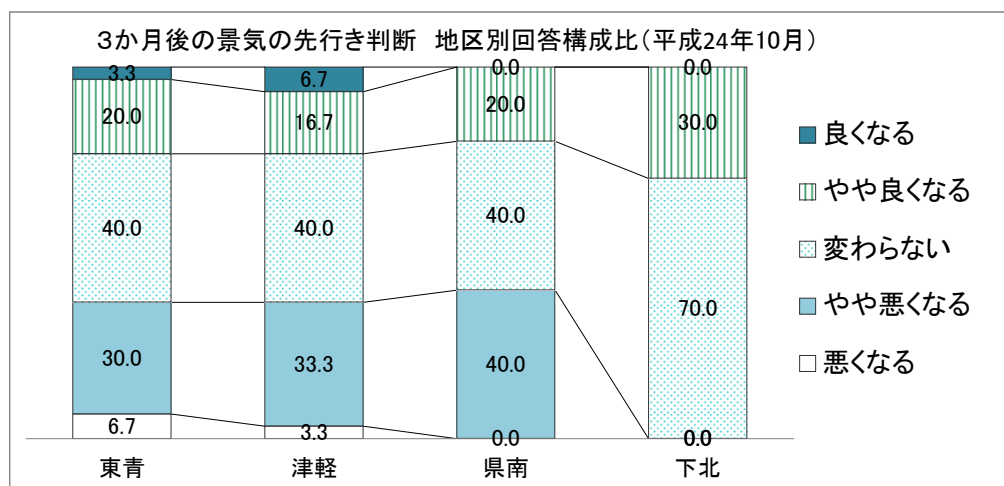
<地区別>

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	48.5	52.3	53.5	50.5	47.3	▲ 3.2
東青	45.0	50.0	60.0	49.2	45.8	▲ 3.4
津軽	48.3	53.3	49.2	50.0	47.5	▲ 2.5
県南	52.5	56.0	53.3	55.8	45.0	▲ 10.8
下北	47.5	45.0	47.5	40.0	57.5	17.5



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北
良くなる	3.3	6.7	0.0	0.0
やや良くなる	20.0	16.7	20.0	30.0
変わらない	40.0	40.0	40.0	70.0
やや悪くなる	30.0	33.3	40.0	0.0
悪くなる	6.7	3.3	0.0	0.0

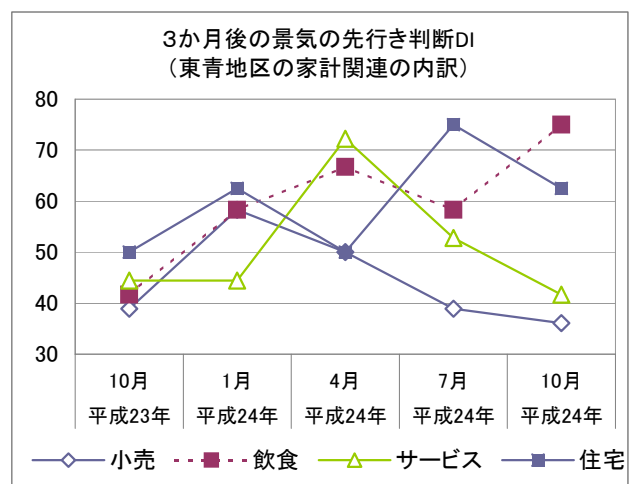
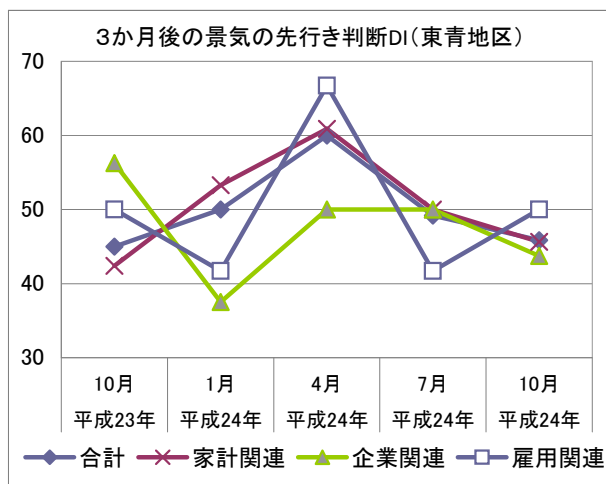


<東青地区>

①DI

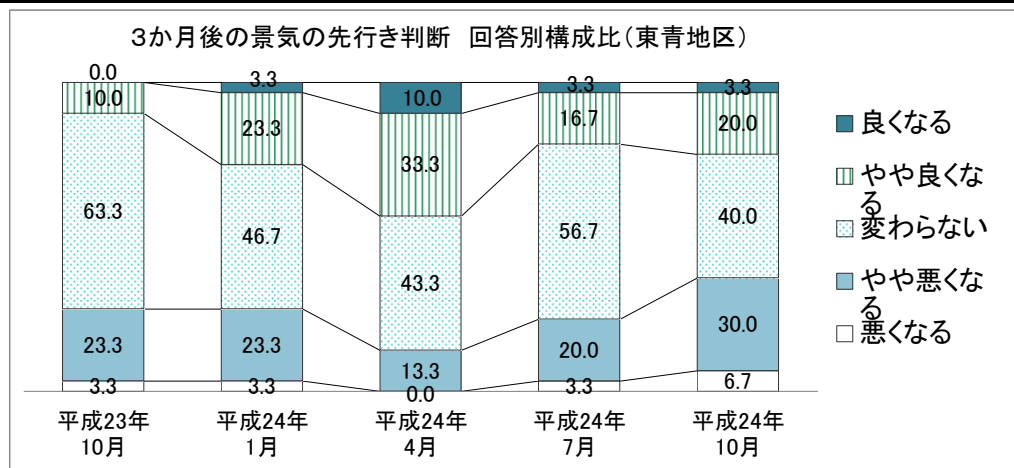
n= 30

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	45.0	50.0	60.0	49.2	45.8	▲ 3.4
家計関連	42.4	53.3	60.9	50.0	45.7	▲ 4.3
小売	38.9	58.3	50.0	38.9	36.1	▲ 2.8
飲食	41.7	58.3	66.7	58.3	75.0	16.7
サービス	44.4	44.4	72.2	52.8	41.7	▲ 11.1
住宅	50.0	62.5	50.0	75.0	62.5	▲ 12.5
企業関連	56.3	37.5	50.0	50.0	43.8	▲ 6.2
雇用関連	50.0	41.7	66.7	41.7	50.0	8.3



②回答別構成比(%)

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
良くなる	0.0	3.3	10.0	3.3	3.3	0.0
やや良くなる	10.0	23.3	33.3	16.7	20.0	3.3
変わらない	63.3	46.7	43.3	56.7	40.0	▲ 16.7
やや悪くなる	23.3	23.3	13.3	20.0	30.0	10.0
悪くなる	3.3	3.3	0.0	3.3	6.7	3.4

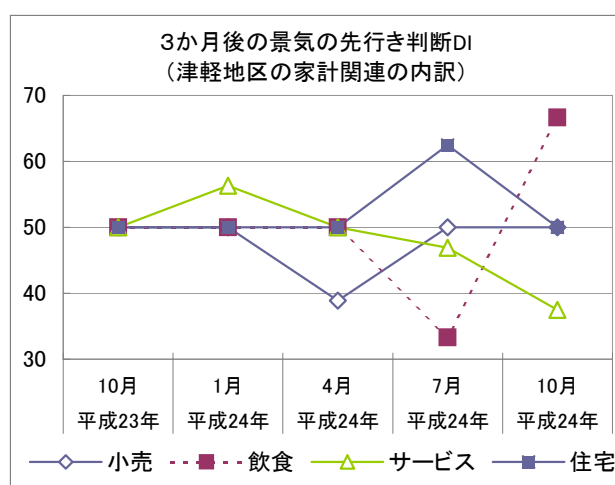
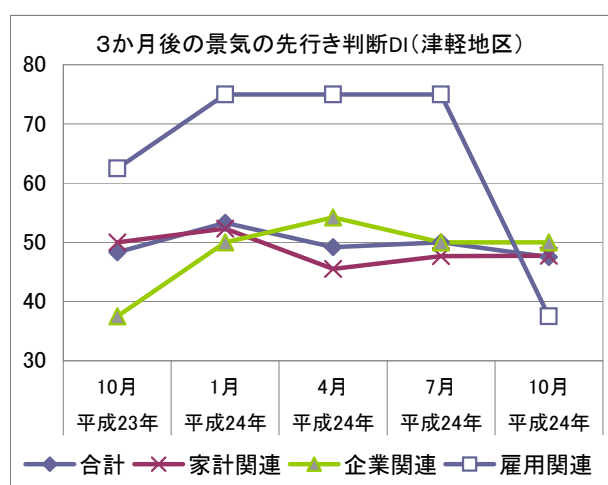


<津軽地区>

①D I

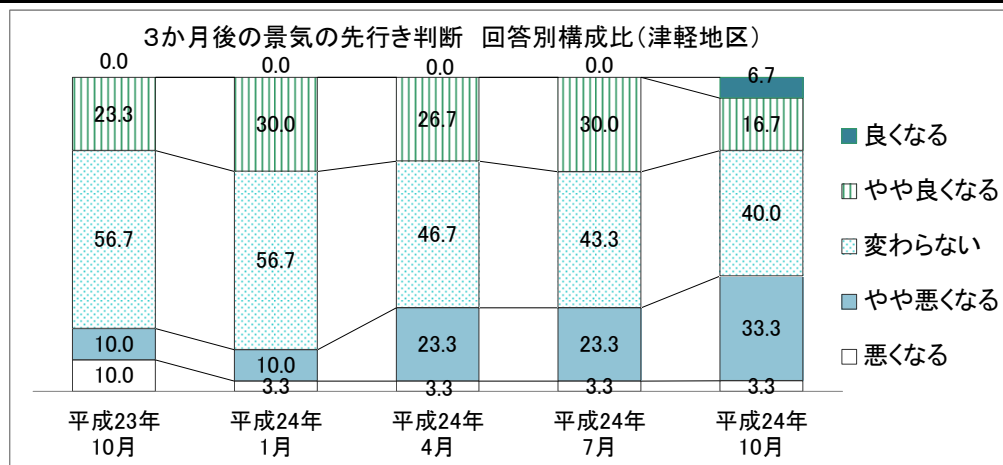
n=30

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	48.3	53.3	49.2	50.0	47.5	▲ 2.5
家計関連	50.0	52.3	45.5	47.7	47.7	0.0
小売	50.0	50.0	38.9	50.0	50.0	0.0
飲食	50.0	50.0	50.0	33.3	66.7	33.4
サービス	50.0	56.3	50.0	46.9	37.5	▲ 9.4
住宅	50.0	50.0	50.0	62.5	50.0	▲ 12.5
企業関連	37.5	50.0	54.2	50.0	50.0	0.0
雇用関連	62.5	75.0	75.0	75.0	37.5	▲ 37.5



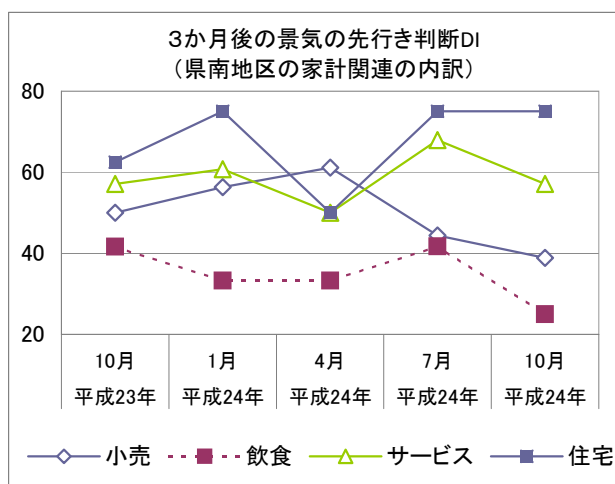
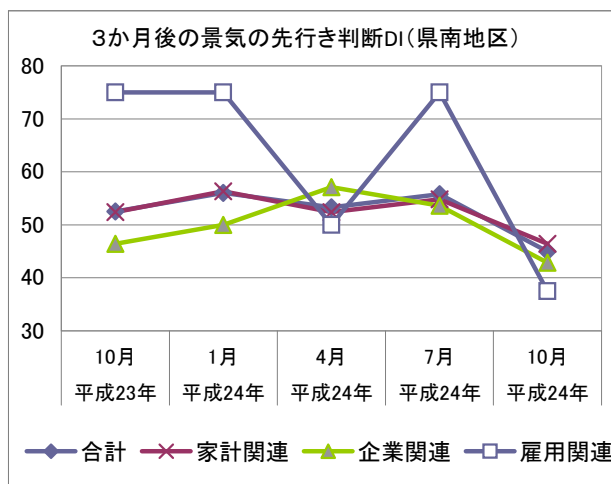
②回答別構成比 (%)

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



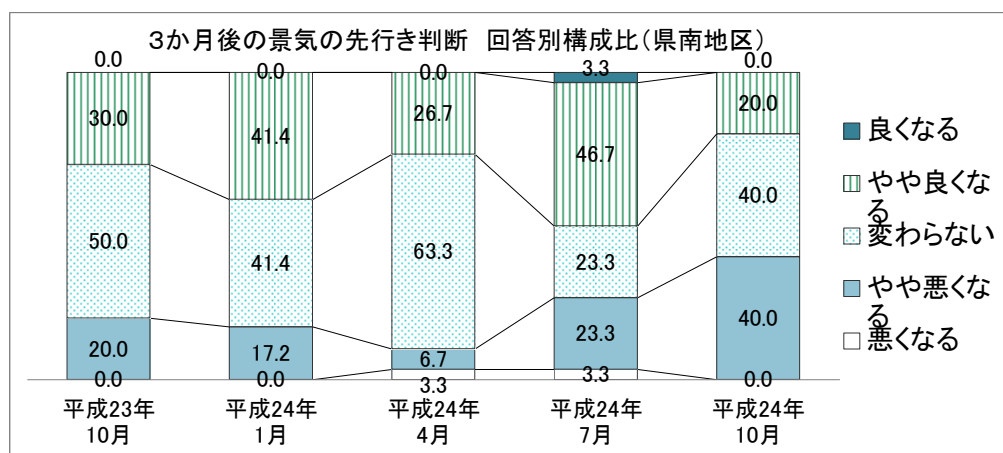
< 県南地区 >

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	52.5	56.0	53.3	55.8	45.0	▲ 10.8
家計関連	52.4	56.3	52.4	54.8	46.4	▲ 8.4
小売	50.0	56.3	61.1	44.4	38.9	▲ 5.5
飲食	41.7	33.3	33.3	41.7	25.0	▲ 16.7
サービス	57.1	60.7	50.0	67.9	57.1	▲ 10.8
住宅	62.5	75.0	50.0	75.0	75.0	0.0
企業関連	46.4	50.0	57.1	53.6	42.9	▲ 10.7
雇用関連	75.0	75.0	50.0	75.0	37.5	▲ 37.5



②回答別構成比(%)

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
良くなる	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0	▲ 3.3
やや良くなる	30.0	41.4	26.7	46.7	20.0	▲ 26.7
変わらない	50.0	41.4	63.3	23.3	40.0	16.7
やや悪くなる	20.0	17.2	6.7	23.3	40.0	16.7
悪くなる	0.0	0.0	3.3	3.3	0.0	▲ 3.3

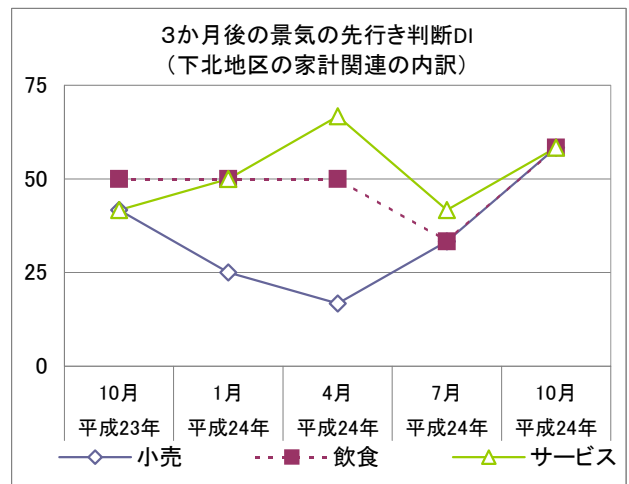
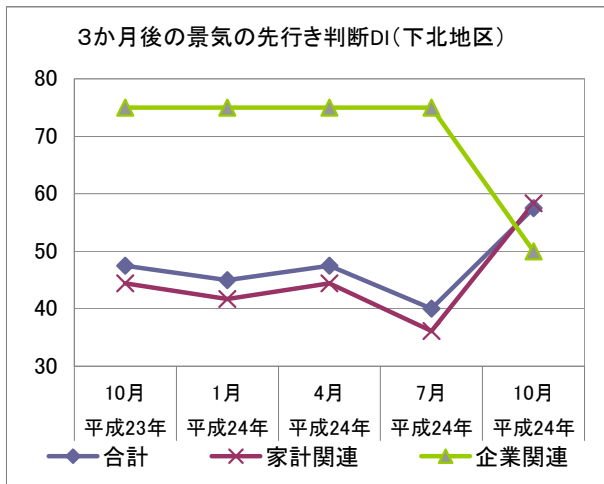


<下北地区> (参考)

①DI

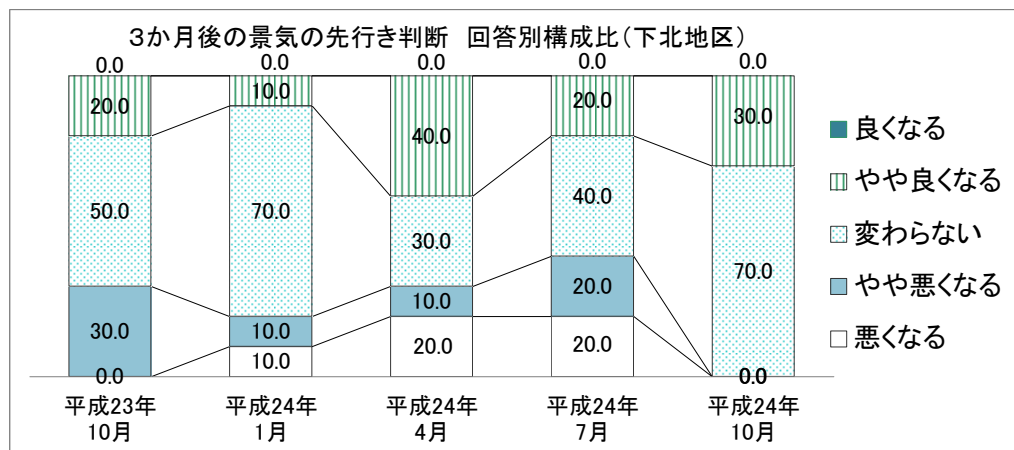
n = 10

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	47.5	45.0	47.5	40.0	57.5	17.5
家計関連	44.4	41.7	44.4	36.1	58.3	22.2
小売	41.7	25.0	16.7	33.3	58.3	25.0
飲食	50.0	50.0	50.0	33.3	58.3	25.0
サービス	41.7	50.0	66.7	41.7	58.3	16.6
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	75.0	75.0	75.0	75.0	50.0	▲ 25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



②回答別構成比 (%)

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10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	20.0	10.0	40.0	20.0	30.0	10.0
変わらない	50.0	70.0	30.0	40.0	70.0	30.0
やや悪くなる	30.0	10.0	10.0	20.0	0.0	▲ 20.0
悪くなる	0.0	10.0	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
良くなっている	家計	東青	一般飲食店	私が行くお店はとても人がいっぱい来ていますし、当店も人が入るときはとてもよく大勢のお客さんが来てくれます。逆に入っていないところは全然入っていないと思います。それは昔からです。
		県南	観光名所等	客足も増え、売上も上がってきたようです。サクランボはだめでしたが、桃等が良く、地方発送するお客様もかなりありました。
やや良くなっている	家計	東青	住宅建設販売	モデルハウスの来場者増加。受注件数の増加。着工現場数増加による資材供給遅れ、人材不足、仮設部材不足。
			スーパー	客数が伸びつつある。
		県南	美容院	お盆、彼岸の年間の行事を終え、気持ちと資金にゆとりが見えて来た様に思います。
			設計事務所	景気対策が徐々にではあるが、浸透しているのでは？
			住宅建設販売	消費税増税までは駆け込み需要等が出てくると思う。
			観光型ホテル・旅館	旅館は高稼働である。
		下北	都市型ホテル	個人で旅行する方が増えて来ている。
			ガソリンスタンド	夏以降、県外ナンバーの車やレンタカーが多少増えて来ているので、観光客も戻りつつあると思われます。
	企業	津軽	経営コンサルタント	この秋は農産物が豊作で、特にりんごは単価も高いので、全体的に活性化している。
		県南	経営コンサルタント	震災復興し、からんで物資の流通が多くなり、また、雇用面でも需要がタイトになっている。
雇用	津軽	新聞社求人広告	飲食店が前よりにぎわっている。生活を切り詰めても、記念日とか仲間内、身内で飲食する機会が増えているように思う。	
	県南	新聞社求人広告	八戸市田向地区に、大型スーパー、全国チェーンのコーヒーストアができ、にぎわいを見せている。	
変わらない	家計	東青	都市型ホテル	悪くはなっていないが、良くなっている感じはない。横ばい状態。
			設計事務所	めっきりメーカー営業マンの来訪が少ない。
			商店街	9月の残暑で消費活動が停滞したものの、その後は通常の動きに戻ったのではないかな。
			観光名所等	3ヶ月前と比べて明確な変化がないので。
			レストラン	どちらかという地元客よりも県外のお客が目立った。(ねぶたとか、観光とか) 秋のシーズンも良いのでは。
			パチンコ	集客数は横ばいで、上向く気配が感じられません。
			スナック	悪く変わらないという事です。仲間が次から次と閉店しています。私達飲食業はどうして大変なのか。日々それなりに努力していますが、悩みます。
	津軽	旅行代理店	公共事業等は受注があり良好ですが、一般消費について良い材料が見当たらない。	

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	津軽	都市型ホテル	特に良い変化も見当たらない。
			設計事務所	政府の方針等がころころ変わる現状では変わらないと思う。現実的に原子力政策（エネルギー政策）でも確定したものがなく、選挙用の行動のみである。
			住宅建設販売	例年ですと、時期的に多少下降気味になるのですが、今年は雪解けが遅れたためか、まだ10月とは思われず9月頃の仕事の量である。
			卸売業	日本及び世界の今後の状況があまりにも不透明で先行きが見えない。
		県南	百貨店	売上状況から見ると、6月末から7月中頃まで衣料品を中心に動きが活発であったが、猛暑の影響で7月後半以降動きが低迷。また、食品にも影響を受けた。9月末から10月に入り温度が下がり、秋物の動きが出てきたこともあり、景気というより天候による影響が大きいと判断したため。
			乗用車販売	震災による復興工事等で一部業種は回復しているが、それ以外は消費低迷で回復基調にない。
			家電量販店	売上金額や客数、客単価に変化があまりない。
			卸売業	異常な高温がお客様の購買意欲を減退させた感があり、また、農作物への先行き不安をあおる。
			一般飲食店	良い時、悪い時入り混じり、はっきり「これ」というのが見当たらない。
			レストラン	今年は年末に向けて景気がかんばしくない方向に向かっていると思います。
			パチンコ	売上の横這いと、中央商店街に立地していますが、車の運行量、人の通行量とも少ない。
			タクシー	今年の夏は暑すぎて人が街に出ず、涼くなったらタクシーではなくバスを利用している。
	コンビニ	客数、客単価殆ど変わっていない。		
	下北	一般小売店	最近のお客様の様子から、特に変わった様子も見られないため。来店客数も昨年並に推移しております。	
		レストラン	お客様の状況をみても、あまり変わっていない。	
		タクシー	先行き不安の声が多い。日中の商店街、夜の飲食店街の人通りが少ない。	
		コンビニ	悪いまま、生活必需品だけを買っている人が多いようだ。	
	企業	東青	広告・デザイン	業種によってバラつきがある。
			経営コンサルタント	一部に公共工事の下支えが見られたものの、夏場の観光は平年並みに止まった模様。小売業界は猛暑がマイナスの方向に影響し、競争が激化した。全体としては横ばいの様子。
		津軽	食料品製造	秋物商品が動かない。
広告・デザイン			見積依頼件数、受注物件数が、減少はしていないが増加もしていない。	
県南		食料品製造	主原料の切替で産地として好機を迎えている一方で、海外を中心として副資材、副原料の高騰（大豆、油、小麦等）が悪影響を及ぼしているから。	
		紙・パルプ製造	内需もふるわず、円高の長期化で輸出にも活路を見出せない中で、景気が上向く糸口が見えない。	

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	企業	県南	広告・デザイン	東日本大震災から1年以上が経ち落ち着いた空気はあるとしても、我々のような業種は二次災害としての仕事の減少は否めないのが現実。
			建設	震災復旧の影響から、重機、資材、技術員、作業員と多岐に渡り不足が生じている。仕事があっても、コストアップとなりおり上向き、下向きと一言では言い難い。
			飲料品製造	市場全体の雰囲気とすれば少しずつ消費が増えている気がするが、月によっては出荷数量が突然低迷したり、不安定。プラスマイナスゼロ。
	雇用	東青	人材派遣	人の採用への意欲は高まっているように感じるが、まだ契約社員等有期契約が多く感じ、安定したと感じるには至らない。
やや悪くなっている	家計	東青	旅行代理店	個人客は景気による左右は感じませんが、企業の関係の方からは益々厳しくなっていくのではとの話題が多く、明るい話題が少なくなっているため。
			百貨店	絵画、陶器、呉服・宝飾等の不振。食料品が継続的不振。
			美容院	商品に対する価値観に慎重な姿勢を感じる。
			乗用車販売	車両販売に対する補助金の終了
			競輪場	年間当初策定した事業計画(車券売上・入場者)に対して、未達となっているため。
			観光型ホテル・旅館	農業、漁業とも悪天候のためと高温による海水温度の上昇などがあり、悪い方向です。
			家電量販店	7月、8月は夏物商材、お盆セール等で売上は伸びたが、夏が長かっただけに、秋物商材の出足が鈍い。
			卸売業	各小売業・卸売業ともに売上・利益とも減少傾向
			タクシー	いろいろな職業の方々と話をしていて、各分野での売上が落ち込み、3ヶ月前と比べてやや悪くなっていると思います。
			コンビニ	売上が減少
	津軽	百貨店	残暑の厳しさ等の要因も大きいですが、全体的に消費が冷え込んでいる印象がある。	
		商店街	商店街等への来街者数が若干減っているように見受けられる。	
		観光型ホテル・旅館	8,9月は昨年対比微増でしたが、10月紅葉シーズンに入り、予約が伸び悩んでいる状況です。(このままでは昨年より宿泊者数は減となるのではないかと予測している)	
		家電量販店	家電購入の形(消費スタイル)が変化しており、その変革の最中で形がつかめない時期である。	
		一般小売店	8月はよかったが、7月と9月が悪く、3ヶ月間で落ち込んでしまったため。	
		衣料専門店	猛暑で人の出が悪かった。夏物製品不足気味。	
		レストラン	消費者のサイフのヒモがしまっている。	
		タクシー	観光関連は戻った感じであるが、肝心の地元の人の活気がみられない。	
		スナック	とにかく、静かである。	
家計	津軽	ガソリンスタンド	夏の新幹線効果を期待した割にはハズレでした、の声が・・・	
	県南	旅行代理店	政治の悪影響	

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	県南	一般小売店	対中国、韓国の問題が良い方向でない方向に進んでいるから。
			衣料専門店	残暑が長引いたためなのか経済の先行き不安からなのか、フリー客の財布のヒモはかたく、更に顧客の姿が見えませんでした。前代未聞の売上でした。
			スーパー	7月から9月にかけて、猛暑や残暑の影響で夏物商材が好調に推移したが、9月下旬から端境期になり、秋物商材の動きが鈍い。また、野菜の相場は安く推移しているが、お客様の購買状況は悪い。
			ガソリンスタンド	団塊の世代が退職し、年金生活になり購買力が下がった。
	企業	東青	一般飲食店	長い間この商売をやっていますが全くよくなりませんので、とても不安で一杯です。明日がみえないのです。
			食料品製造	今夏の異常ともいえる高温により、購買需要が減少。
		津軽	建設	利益が出る仕事が減少している。
			電気機械製造	欧州向けの受注は毎月減少しているため。
		県南	電気機械製造	ヨーロッパ向け輸出に加え、中国向けも受注が少ない。世界のどこにも伸びている活発な市場が現在は無いような印象を受ける。
		下北	食料品製造	実数字も落ちているし空気が明るくない。
悪くなっている	家計	東青	衣料専門店	今年に入って（4月から）連続前年割れです。昨年、景気は回復傾向にあると感じていましたが、消費税増税が現実味を帯びてきてから、消費マインドが下降気味。更に、8月後半から9月後半までの残暑は衣料品販売には応えました。
		津軽	観光名所等	国際（中国、韓国の影響）、国会の行方、福島原発の影響、増税等良い話題がない。
		県南	スナック	中央の政治不安。価格下落。

(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	悪くなると思えば悪くなるし、良くなると思えば良くなります。人が入っているところは常に努力しているし、そうではないところは怠けているようです。景気が悪いというのはただの言い訳。少なくとも入るまで努力する必要があります。
		津軽	レストラン	例年通りの年末なら。
やや良くなる	家計	東青	住宅建設販売	消費税増税による駆け込み需要が前倒しの傾向があるため。
			スナック	観光シーズンに多少期待して。(県外のお客様)
			家電量販店	食品を強化している関係で、客足は伸びている。この客数増をホームセンター商材に波及させ、売上・粗利率の向上を図っていく
		津軽	スナック	弘前は、いろいろ変わってくるのではないかと期待している。
			衣料専門店	一般的に景況感維持されている。
			百貨店	暑さも一段落し、衣料品の秋物も動き始めている。また、物産展等の大型イベントもあり、集客も見込まれる。
		県南	住宅建設販売	消費税増税前の駆け込み需要。
			設計事務所	消費税実施までは少し良くなると思う。
			観光型ホテル・旅館	今後の売上予測も好調である。
	観光名所等		9月、10月と結構お客様が来ているので、秋の行楽シーズンですし、行き帰りに寄ってくれるといいなあと思っています。	
	下北	ガソリンスタンド	大間原発建設再開に伴い、雇用も好転してくると思われる。	
		コンビニ	大間原発の建設再開で動きがあるかも。	
	企業	東青	広告・デザイン	年末に向け、モノ、ヒトは今よりは動きがあるものと思われる。
			食料品製造	これから寒さに向かって需要が増す商品を扱っています。残暑が厳しい今年は前年を上回ることはないと考えております。
		津軽	経営コンサルタント	半年くらいは景気は2月前後を除けば持続すると思う。
県南		飲料品製造	年末に向けて需要期。昨年と比べると落ち着いた感じ。気持ち的に消費に前向きさを感じる。	
		経営コンサルタント	引き続いて現在の状況が続いて公共投資(予算)が増えると思われる。	
雇用		東青	新聞社求人広告	大間原発の工事再開によって、下北地域の景気はプラスに転じるのではないかと。
変わらない	家計	東青	観光型ホテル・旅館	これからの3ヶ月は青森は寒い冬に向かって観光も下向きだし、各家庭のサイフのひももガッチリしてくると思う。
			競輪場	3ヶ月先となると、良くも悪くも景気に与える要因がないため。
			都市型ホテル	10月の観光シーズンや忘年会の予約状況をみると例年並みに推移している。

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	東青	設計事務所	震災特需の波及効果はここまで来ず。
			スーパー	1人当たりの買上点数の伸びが見られない。
			レストラン	年末には、ある程度動きがあるのでは？また大雪だと年明けがこわい。
			商店街	最需要期の年末を控えており、消費の上向きを期待したい。
			タクシー	今年の異常気象でこの先、燃料費や各物資の値上げ等で家計の圧迫になると予想され、皆様が節約に入ると思うので、景気の状態は大きくは変わらないと思います。
			コンビニ	冬にかけて客足が悪くなるのが常態
	津軽	設計事務所	何も決められない政治家に嫌気を感じる。このままでは将来の設計が出来ないのが現状である。	
			住宅建設販売	仕事量が決して多いわけではなく、単に工期のずれ、遅れであるため、良くなるという実感はない。
			パチンコ	これから冬になり、新しい年を迎えても、景気が良くなるようなキッカケがないと思います。
			都市型ホテル	景気は低い水準を維持しながらしばらく続くと思われる。
	県南	乗用車販売	自動車業界をみていると、エコカー補助金の効果が十分有ったとは言えず、今後のやり方によっては、急落を避けることも可能だと思われる。	
		美容院	民主党の内閣改造後が安定していない事と、各値上げ状況と政権交代をにらみ、動きがにぶくなりそうです。	
		家電量販店	良くなる要素がない。	
		パチンコ	政治への不安。求人があっても、ほとんどが非正規雇用ばかりである。	
		卸売業	油、粉等の値上げに対する生活不安	
		コンビニ	パイの数が増えるとも減るとも思えない。	
		ガソリンスタンド	特に大きな変化は見られない。	
		旅行代理店	日本の社会・経済構想を革新する必要があるのでは。	
		タクシー	私達に直接関係あるようなモノはない。政治が一番影響しているかも??	
	下北	タクシー	大間原発の工事が始まったが、本格的な工事は来春とのことで、年内は変わらないと思う。政府の政策に安定性がない。	
		レストラン	あまり変わると思わない。	
		一般飲食店	全てに全く変わらないです。頑張っているのですが、いつまで続けるかお先まっくらです。	
		一般小売店	新聞では竹島、尖閣の領土問題により街角景気調査結果が悪化と書いてありましたが、この辺にはそういう影響は無いと思います。灯油価格が極端に値上りすれば別ですが。	
	企業	津軽	広告・デザイン	経済、景気が良くなると思われる要素がない。
			食料品製造	消費税を筆頭に増税が生活を圧迫してくるから。
		県南	広告・デザイン	今年も年末に近い状況になりましたが、仕事に新しい動きはなく、今後広告事業は成り立つか？ということを考えている。

先行き	分野	地区	業種	理由		
変わらない	企業	下北	食料品製造	最悪でも変わらないで欲しい。		
	雇用	東青	人材派遣	採用計画等において大きな変更を聞かず、また、大きな増員等を伴う出店等の話もなし。（出入りがほぼ均衡）		
		津軽	新聞社求人広告	急には良くならない。良くなる材料が見当たらないから。一次産業の好調さが地域経済を引っ張るようだといいのだが。		
		県南	新聞社求人広告	政治不安定で先が見えてこないため。		
やや悪くなる	家計	東青	衣料専門店	昨年は、企業のユニフォーム更新需要、消費意欲も向上、景気回復と期待したが、今年は傾向が見られず、消費税増税、中国問題などのニュースからか消費マインドがなかなか回復しないように感じます。		
			観光名所等	夏場に比べると、これから冬へ向けて景気が停滞すると思う。		
			旅行代理店	旅行計画に入る時期が全体に遅くなっている事から、決算との関連もあるのではと思っています。		
			美容院	食にかかわらず、まだまだ原料に対する産地を気にする方も、少しではあるが目につく。		
			卸売業	先行き不透明。消費税問題。		
	津軽		商店街	今後は当市としての集客を図るビッグイベントの開催が無いことから、景気は下降気味に推移するものと思われる。		
			旅行代理店	東南アジアへのりんごの輸出鈍化が心配です。		
			観光型ホテル・旅館	紅葉シーズン終了後は地元のお客様が対象になります。今の時期は忘新年会プランをもって営業マンが各社回っています。予約状況やお客様の反応が昨年と比較して大変厳しい現状です。		
			タクシー	しばらくは現在の状況よりやや悪い状態で推移するものと思われる。		
			一般飲食店	消費税増、年金減などで厳しい。		
			観光名所等	国際（中国、韓国の影響）、国会の行方、福島原発の影響、増税等良い話題がない。		
			一般小売店	学校の先生や病院の看護師さん等の話しによれば、給料が下がったりボーナスが下がったり、そのような話が多い。		
			コンビニ	介護保険料など公的負担の増加		
			県南		レストラン	最近いいニュースが無い。以前はオリンピック等で盛り上がり感があったが、暗いニュースが多すぎる。
					一般小売店	様々な物（電気料金、食用油、小麦粉等）の値上げが多いから。
	衣料専門店	相次ぐ大型店の郊外進出で経済環境が悪くなっていますし、中心街のかつての集客力もなくなっていますので、先行き良くなると思えません。				
	スーパー	今年の猛暑の影響で、商品の入荷量等に変化が出ると考える。鮮魚では、カキの品不足が出ると思われる。				
	百貨店	景気が良くなると判断出来る材料がないこと。解散総選挙も考えられ、お歳暮ギフト等への影響も懸念。市内田向地区への大型スーパー出店後初めての年末年始で、価格競争も考えられ、小売業への影響も考えられるため。				
	一般飲食店	政局が不安定。気候の不順による野菜の高騰が懸念され、生活が苦しくなるのではと思う。				
	スナック	相変わらずひま続き				

先行き	分野	地区	業種	理由
やや悪くなる	企業	東青	経営コンサル タレント	対中国関係の悪化、世界経済低迷の影響が間接的ながら本県企業にも及んでくるものと思われる。
			津軽	電気機械 製造
		県南	電気機械 製造	中国との摩擦による経済活動の停滞は徐々に影響がでてくると考えられる。
			紙・パルプ 製造	対中関係の悪化により、観光客の減や製品輸出の減など悪影響が出てくるように思う。
			食料品製造	内需自体は同程度で推移しても、この先交代となる主要国（韓国、中国など）の政府の内向きの経済政策が日本、ひいては地域経済にマイナスに働くと思うから。
		建設	領土問題により、対中国で経済の影響が大きくなると思う。また、解散問題をはじめ、政権は不安定。	
雇用	津軽	人材派遣	昨今、隣国である韓国や中国との関係が悪化しており、さらに国内政治が停滞している。国民感情は漠然とした不安を感じ、消費意欲に水を差すことになるのではないかと。景気は消費者の感情に左右されるものです。	
悪くなる	家計	東青	百貨店	単価ダウン傾向が衣料品、暮らしまわり、食品と広くみられる。生活防衛意識が高まっている。
			津軽	ガソリン スタンド
	企業	東青	建設	青森市内の建設業者は非常に厳しい状況に入った。

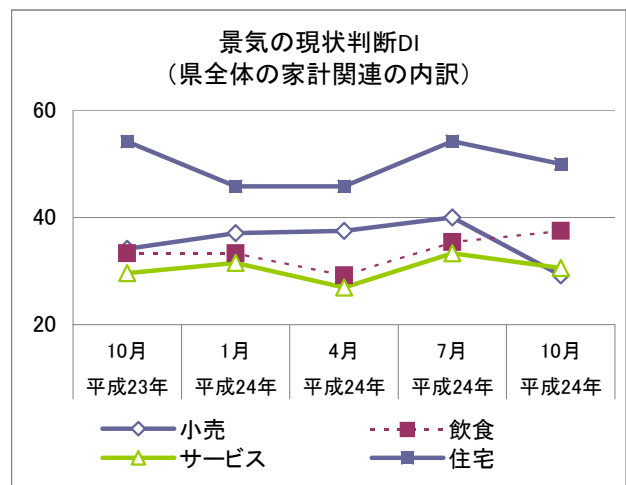
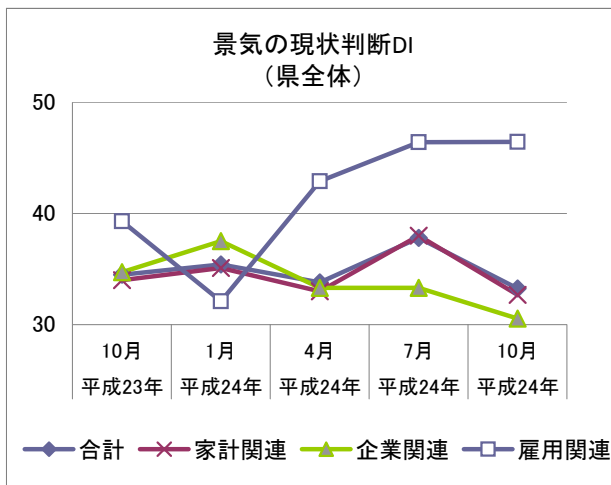
5. 参考

(参考1) 景気の現状判断

① D I

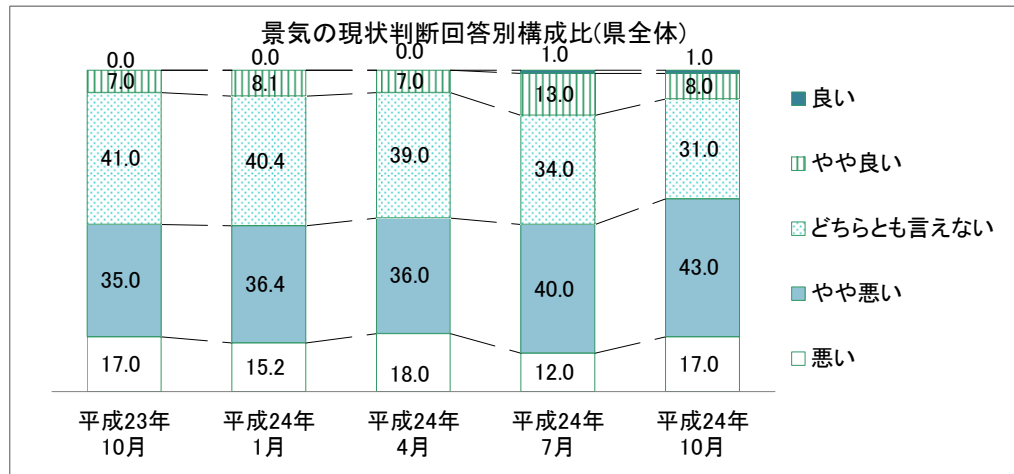
n = 100

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	34.5	35.4	33.8	37.8	33.3	▲ 4.5
家計関連	34.0	35.1	33.0	38.0	32.7	▲ 5.3
小売	34.2	37.1	37.5	40.0	29.2	▲ 10.8
飲食	33.3	33.3	29.2	35.4	37.5	2.1
サービス	29.6	31.5	26.9	33.3	30.6	▲ 2.7
住宅	54.2	45.8	45.8	54.2	50.0	▲ 4.2
企業関連	34.7	37.5	33.3	33.3	30.6	▲ 2.7
雇用関連	39.3	32.1	42.9	46.4	46.4	0.0



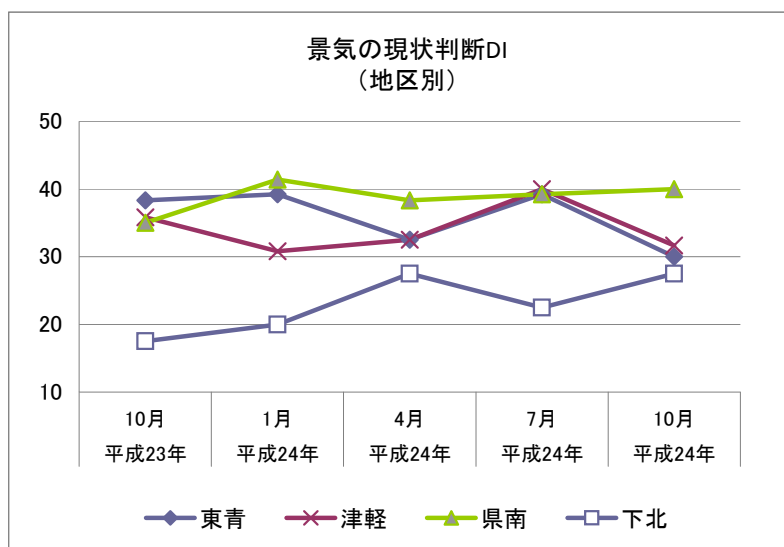
② 回答別構成比 (%)

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
良い	0.0	0.0	0.0	1.0	1.0	0.0
やや良い	7.0	8.1	7.0	13.0	8.0	▲ 5.0
どちらとも言えない	41.0	40.4	39.0	34.0	31.0	▲ 3.0
やや悪い	35.0	36.4	36.0	40.0	43.0	3.0
悪い	17.0	15.2	18.0	12.0	17.0	5.0



③地区別DI

	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	前期調査 との差
合 計	34.5	35.4	33.8	37.8	33.3	▲ 4.5
東青	38.3	39.2	32.5	39.2	30.0	▲ 9.2
津軽	35.8	30.8	32.5	40.0	31.7	▲ 8.3
県南	35.0	41.4	38.3	39.2	40.0	0.8
下北	17.5	20.0	27.5	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	7月期の報告で、商店街の活性化が進んでいると報告しました。有名ラーメン店のビルの外装が更新され、元劇場の外装工事も終了しました。移転、閉店は2件ありましたが、新しいテナントも4件増え、空き店舗も減る傾向にあります。街が活気づいているのを日々感じています。
		家電量販店	業界全体は2期連続市場拡大となっている。
		商店街	活発なイベントセール展開で若干は各個店の売上の販促につながっているのではないかと感じる反面、それらが消費に結びついてこないジレンマがつかまとう。
		一般飲食店	私達の手には未来はあるし、発展もそれぞれの中に芽があるし、今後の景気の良し悪しにしても、それぞれが努力したら努力した分返ってくると思うので、がんばりましょう。弱気を吐いてはだめです。良いこと、悪いことをその人が決めていると思います。
		レストラン	政治に対する不信なのか？消費が落ち込んでいるのは、1日も早く、しっかりした政治になり国力が上がってほしい。
		スナック	相変わらず不景気です。政治家の皆様はお互いの悪口、足の引っ張り合い。国民だけが馬鹿をみている。一票を大事にして考えて人間性のある方に投票したいです。
		観光型ホテル・旅館	反日デモ等で日本の製品不買が拡大しているこの頃、日本内外でいろいろ頭の痛い問題ばかりです。
		観光名所等	会社としては昨年よりもさらに厳しい状況。八甲田ラインの二次交通の利用のしやすさなどを改善して欲しい。
		旅行代理店	ガソリン価格の上昇が大変気になる所であり、今後は灯油価格と合わせて、動向が心配です。
		タクシー	最近、青森でコンサートを企画しても、会場を埋め尽くすことができない位チケットが売れず各アーティストの事務所関係者が困っていました。青森でのコンサートの観客のマナーは良いと評判なのでもったいない気がします。各分野でもイベントに協力できれば少しでも景気上昇につながると思うのですが。
		美容院	震災による風評被害的な側面が根強く、安心・安全を求める人達も少なくない気がする。
住宅建設販売	消費税増税後の需要減少が不安である。		
津軽		一般小売店	弘前では観光客の増加が目立つ。先日、函館に行ったら、中国人観光客が急減しているという話であったが、観光客そのものは函館のほうが弘前より10倍くらい多いと感じられた。
		観光名所等	福島原発事故の風評被害の請求に対し、適切な回答がない。
		旅行代理店	秋の観光シーズンに向けて、人、物、金の動きに期待しています。
		美容院	秋冬の観光客で、また、活気づくでしょう。
		ガソリンスタンド	消費税値上げで価格表示は内税、外税？どうなるのでしょうか。興味あります。
		住宅建設販売	弘前の街はイベントが多く、人は比較的多く集客できているが、本当に街の活性化に結びついているかは疑問である。
県南		百貨店	特に近々では何もありませんが、数年後に向け八戸市中心商店街において閉まっていた大型ビルが何らかの形で展開することが新聞等々で出ている。
		衣料専門店	メインストリートに複合ビルを建て替える計画が出てます。まだまだシャッターが閉まったままの空ビルが点在していますが、これで、空洞化に歯止めがかかることを期待したいと思います。観光交流施設の波及効果も見えてきませんし、集客力をアップさせるためには街全体の魅力をアップさせる努力がまだまだ必要だと思います。

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	一般小売店	何回か出張して夜歩くと、全国チェーンの居酒屋が多く目立ち、おもしろくも何ともない。地方色がどんどん薄れていく。
		卸売業	社会不安、政治不安に対する閉塞感が日常生活にも影響
		一般飲食店	細部にわたり行政は頼りになるということをお願いしたい。
		レストラン	飲食業等は年末に向けて良くなって欲しいです。
		スナック	誰に聞いても良いという人はいません。
		観光名所等	9月、10月、11月と市や町で産業まつりやイベントを催すようなので、賑わってくれればいいなあと思います。
		旅行代理店	やはり二極化していますね。
		タクシー	景気の判断基準も変えなくては。八戸で放射能「タラ」が問題になったが、同じ場所で採った他県の「タラ」は異常がないとはおかしい、と不満タラタラ言っています。
		美容院	かなり財布のヒモが固い割りに、自分に必要だと認識すると多少高価でもアクションを起こしていただけます。着る物より食べる方にウェイトが移ってきているように感じる。
		パチンコ	八戸市の中心街にあった空ビル2件にこのほど動きがありました。来年以降解体・建設になると思いますが、これをきっかけに活気ある街になって欲しいと願っています。
	下北	コンビニ	青森県をもっと元気にしてください。国会議員さん、もっと地域振興に力をいれてください。
		一般小売店	今年の夏ですが、7月に限って景気が悪かった？のか、来店客数が異常な位落ち込みました。同業、異業種、地域差無く全国的に業績が悪かったようです。消費税増税法案が可決されたからかと思います。再来年の増税が本当に恐ろしいです。景気後退しませんか？大丈夫でしょうか。
		一般飲食店	私の周りでは、良くなる気配は一切聞こえてきません。
企業	東青	食料品製造	中小企業で働く人々の所得や雇用環境の改善も見込めないなかで、消費税引き上げ、復興増税などの負担増が徐々に家計の購買力を弱めていくことが危惧されます。
		建設	県内でも地域間で違いが出てきている。青森市は全ての面で停滞している。
		広告・デザイン	創意工夫をしている会社と、していない会社の差が出始めている。
	津軽	食料品製造	地元のスーパーが消えて行く傾向にある。
		電気機械製造	電気業界では、スマートフォンに関する仕事と車載に関する仕事以外は、ほとんど受注がない状況です。
		建設	水は人にとって欠かせないものです。臭いがひどくて水が飲めないというのは、今迄あったか。これほど津軽の広範囲で問題になったのは、あまり聞いたことがない。毎日使う物だから、抜本的な対策をして欲しい。やっぱり、神頼みで雨を降らせてもらうしかないのだろうか。早くおいしい水が飲みたい。
			月に一度のペースで東京方面に営業に行きますが、新幹線の宿泊パックが、家族とかの複数なら適度な金額設定になっているのですが、一人の場合が以前より高額になった様に思える。せっかく積極的に営業活動をしようというのに、JR側の都合なのかホテル側の都合なのかはわからないが、少なからず不便を感じているのは私だけでしょうか。
県南	紙・パルプ製造	金メダル凱旋パレードにたくさんの人が集まっていますが、終了後はすぐに街から人が帰ってしまった気がします。イベントがなかなか消費に結びつかないのかなと感じました。	

分野	地区	業種	自由意見
企業	県南	電気機械製造	インターネットによる情報入手の容易性により、田舎のハンデを越えて活動する方（地域産品や地元経済にかかわる仕事、起業など）は、苦勞されているもの的大変元氣がある。正直うらやましい。これからは、個人や地方の時代と思われ、一次産業をベースにした加工産業などの活性化に期待している。
		広告・デザイン	金融関係の考え方では、今後、事業ができなくなる企業が出て来ることでしょう。
雇用	東青	新聞社求人広告	大間原発の工事再開によって、下北地域の景氣はプラスに転じるのではないか。
	津軽	新聞社求人広告	好不況は業種によってバラつきがあって、それが平準化しない。