

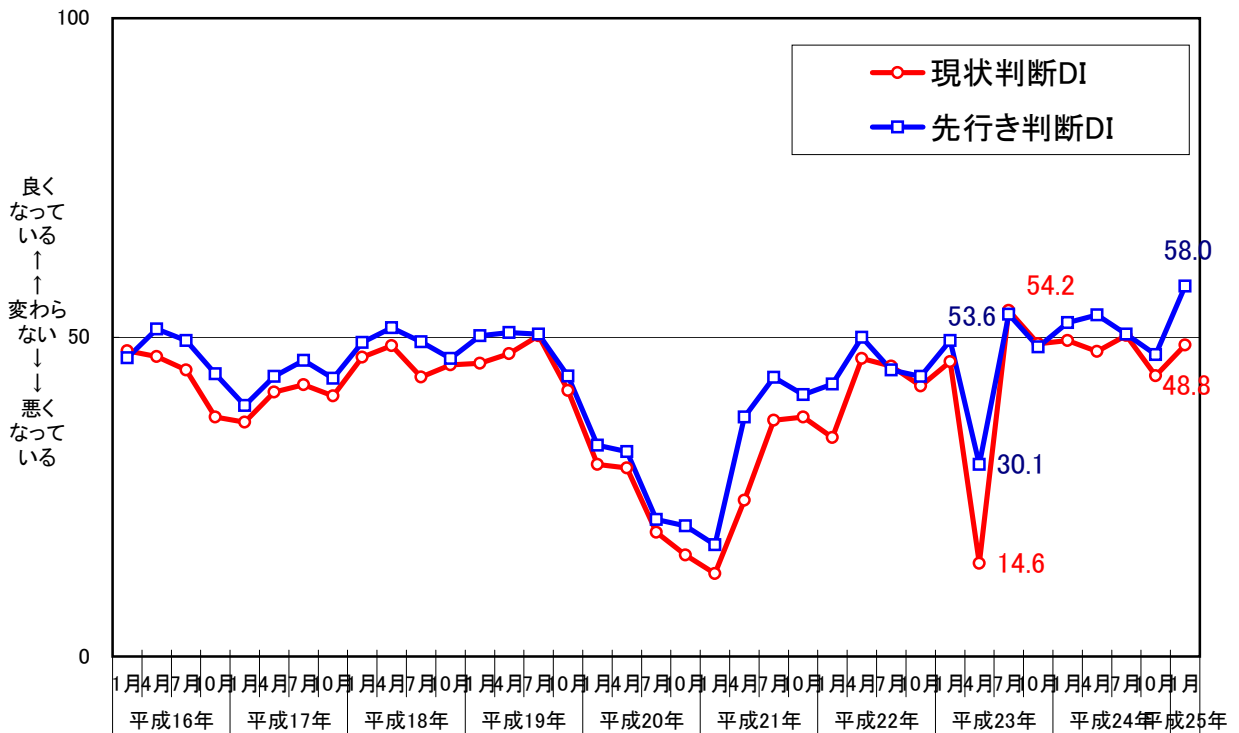
青森県景気ウォッチャー調査 (平成25年1月期)

調査期間 平成25年1月4日～1月17日 回答率100%

概況

1月期の景気の現状判断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・先行判断DIの推移



平成25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。

(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6.0ポイント増加、「変わらない」が5.0ポイント増加、「やや悪くなっている」が13.0ポイント減少、「悪くなっている」が1.0ポイント増加したことにより、全体では4.8ポイント増加の48.8となり、景気の横ばいを示す50を2期連続で下回った。

判断理由を見ると、新店舗開店に伴って商店街を訪れる人が増えた、消費税増税を前に売上が増えたという声があった。一方で、お歳暮用の商品の売上が伸びなかった、客数、客単価が落ち込んでいる、景気低迷で需要が伸びない中で価格も下落しているという声があった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で6.0ポイント増加、企業関連で1.4ポイント増加した。

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増加し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。

(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22.0ポイント増加、「変わらない」が1.0ポイント減少、「やや悪くなる」が21.0ポイント減少したことにより、全体では10.7ポイント増加の58.0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、円安と株価の上昇を背景とした景気上昇を期待する声や、景気対策の効果を期待する声があった。一方で、地方では厳しい状況が続くという声や、増税や収入の低下による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8.0ポイント増加、企業関連で16.7ポイント増加、雇用関連で25.0ポイント増加となった。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、東青、津軽、県南、下北地区全てでポイントが増加するとともに、景気の横ばいを示す50を上回った。

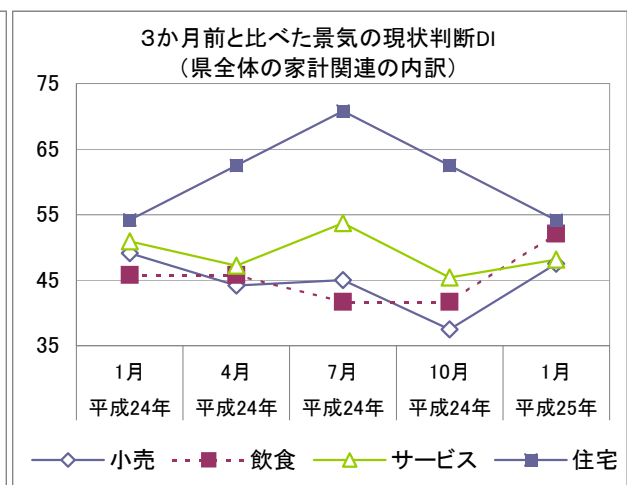
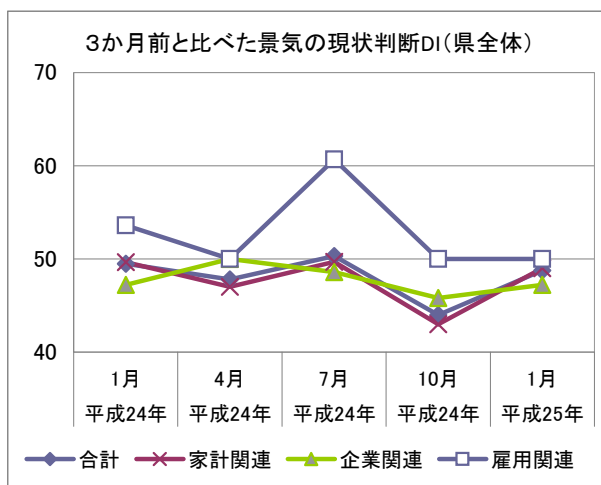
2. 県全体の動向

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

① D I

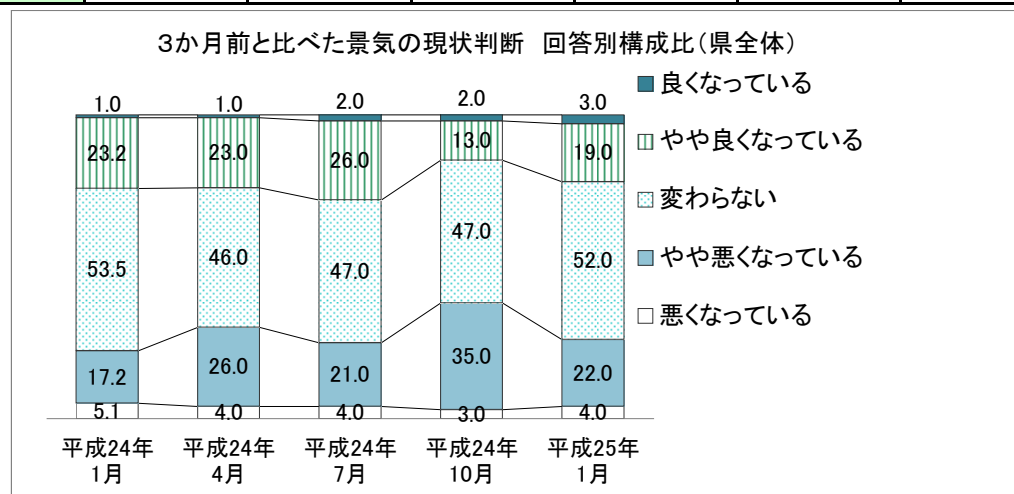
n = 100

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	49.5	47.8	50.3	44.0	48.8	4.8
家計関連	49.7	47.0	49.7	43.0	49.0	6.0
小売	49.1	44.2	45.0	37.5	47.5	10.0
飲食	45.8	45.8	41.7	41.7	52.1	10.4
サービス	50.9	47.2	53.7	45.4	48.1	2.7
住宅	54.2	62.5	70.8	62.5	54.2	▲ 8.3
企業関連	47.2	50.0	48.6	45.8	47.2	1.4
雇用関連	53.6	50.0	60.7	50.0	50.0	0.0



② 回答別構成比 (%)

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
良くなっている	1.0	1.0	2.0	2.0	3.0	1.0
やや良くなっている	23.2	23.0	26.0	13.0	19.0	6.0
変わらない	53.5	46.0	47.0	47.0	52.0	5.0
やや悪くなっている	17.2	26.0	21.0	35.0	22.0	▲ 13.0
悪くなっている	5.1	4.0	4.0	3.0	4.0	1.0

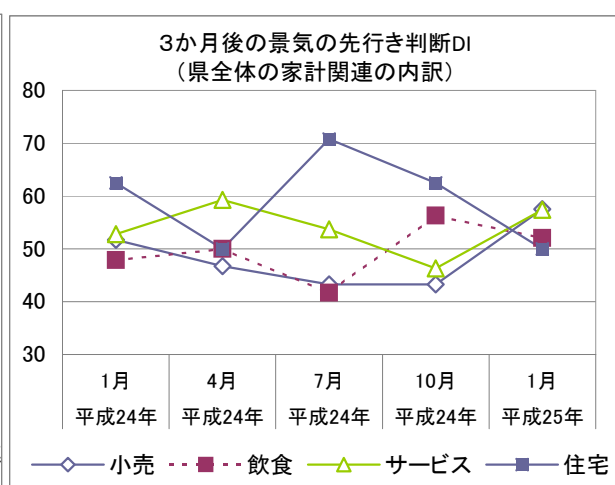
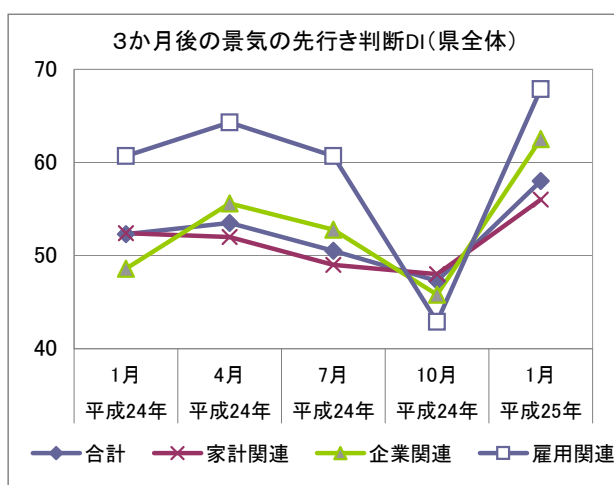


(2) 3か月後の景気の先行き判断

①DI

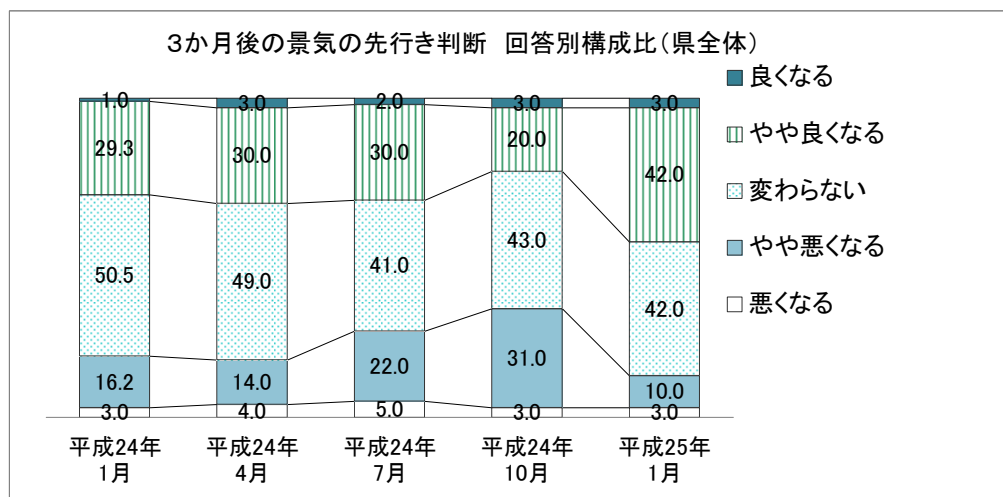
n = 100

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	52.3	53.5	50.5	47.3	58.0	10.7
家計関連	52.4	52.0	49.0	48.0	56.0	8.0
小売	51.7	46.7	43.3	43.3	57.5	▲ 14.2
飲食	47.9	50.0	41.7	56.3	52.1	▲ 4.2
サービス	52.8	59.3	53.7	46.3	57.4	▲ 11.1
住宅	62.5	50.0	70.8	62.5	50.0	▲ 12.5
企業関連	48.6	55.6	52.8	45.8	62.5	16.7
雇用関連	60.7	64.3	60.7	42.9	67.9	25.0



②回答別構成比 (%)

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
良くなる	1.0	3.0	2.0	3.0	3.0	0.0
やや良くなる	29.3	30.0	30.0	20.0	42.0	22.0
変わらない	50.5	49.0	41.0	43.0	42.0	▲ 1.0
やや悪くなる	16.2	14.0	22.0	31.0	10.0	▲ 21.0
悪くなる	3.0	4.0	5.0	3.0	3.0	0.0



3. 地区別の動向

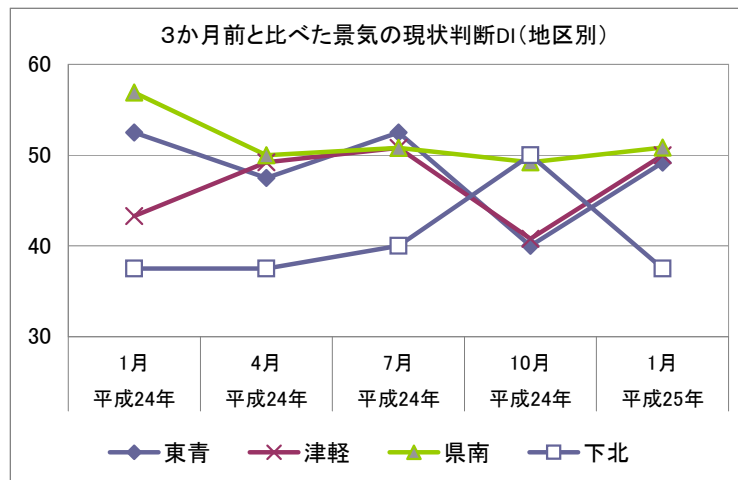
(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

<地区別>

① D I

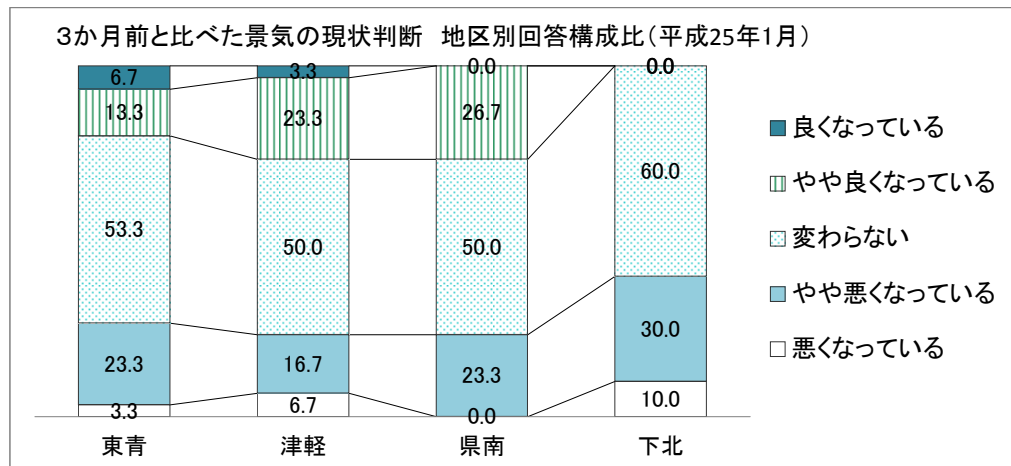
n = 100

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	49.5	47.8	50.3	44.0	48.8	4.8
東青	52.5	47.5	52.5	40.0	49.2	9.2
津軽	43.3	49.2	50.8	40.8	50.0	9.2
県南	56.9	50.0	50.8	49.2	50.8	1.6
下北	37.5	37.5	40.0	50.0	37.5	▲ 12.5



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北
良くなっている	6.7	3.3	0.0	0.0
やや良くなっている	13.3	23.3	26.7	0.0
変わらない	53.3	50.0	50.0	60.0
やや悪くなっている	23.3	16.7	23.3	30.0
悪くなっている	3.3	6.7	0.0	10.0

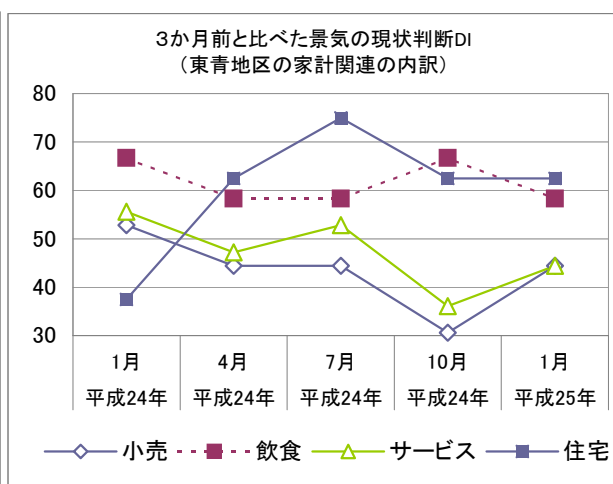
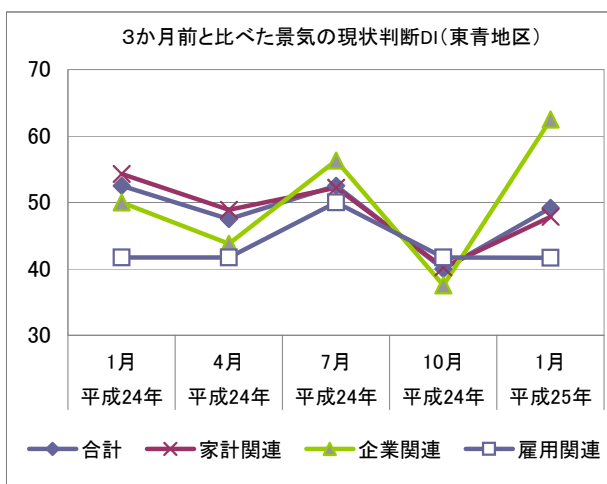


<東青地区>

①DI

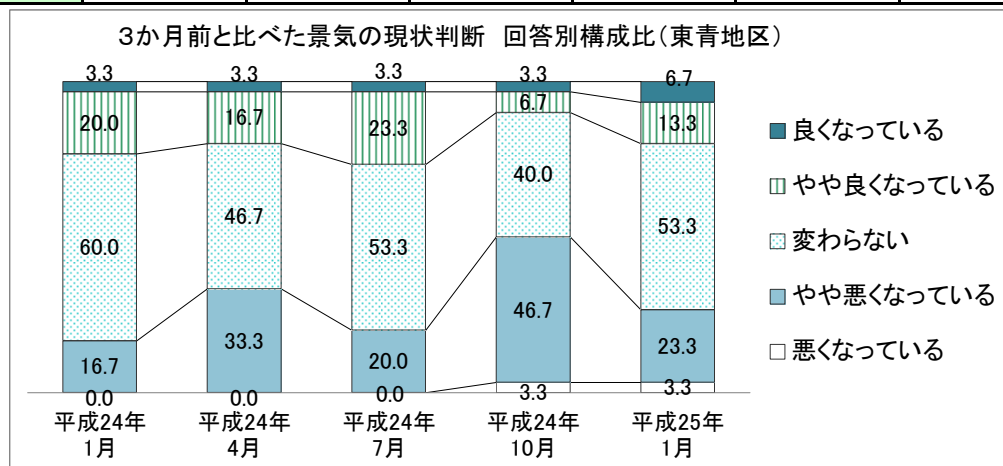
n= 30

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	52.5	47.5	52.5	40.0	49.2	9.2
家計関連	54.3	48.9	52.2	40.2	47.8	7.6
小売	52.8	44.4	44.4	30.6	44.4	13.8
飲食	66.7	58.3	58.3	66.7	58.3	▲8.4
サービス	55.6	47.2	52.8	36.1	44.4	8.3
住宅	37.5	62.5	75.0	62.5	62.5	0.0
企業関連	50.0	43.8	56.3	37.5	62.5	25.0
雇用関連	41.7	41.7	50.0	41.7	41.7	0.0



②回答別構成比(%)

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
良くなっている	3.3	3.3	3.3	3.3	6.7	3.4
やや良くなっている	20.0	16.7	23.3	6.7	13.3	6.6
変わらない	60.0	46.7	53.3	40.0	53.3	13.3
やや悪くなっている	16.7	33.3	20.0	46.7	23.3	▲23.4
悪くなっている	0.0	0.0	0.0	3.3	3.3	0.0

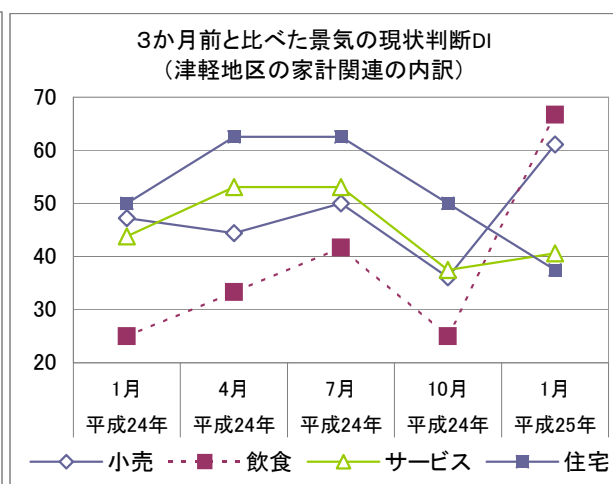
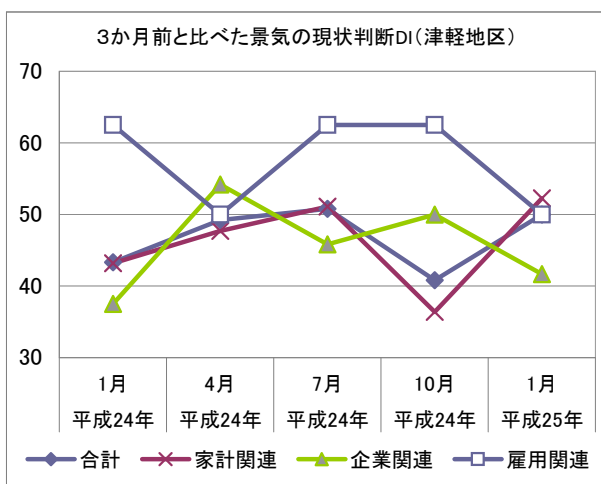


<津軽地区>

① D I

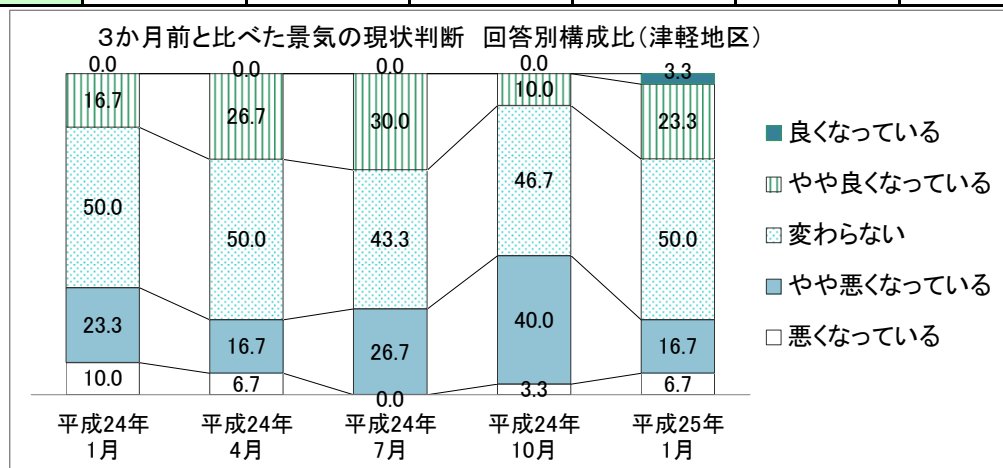
n=30

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	43.3	49.2	50.8	40.8	50.0	9.2
家計関連	43.2	47.7	51.1	36.4	52.3	15.9
小売	47.2	44.4	50.0	36.1	61.1	25.0
飲食	25.0	33.3	41.7	25.0	66.7	41.7
サービス	43.8	53.1	53.1	37.5	40.6	3.1
住宅	50.0	62.5	62.5	50.0	37.5	▲ 12.5
企業関連	37.5	54.2	45.8	50.0	41.7	▲ 8.3
雇用関連	62.5	50.0	62.5	62.5	50.0	▲ 12.5



②回答別構成比 (%)

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25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	16.7	26.7	30.0	10.0	23.3	13.3
変わらない	50.0	50.0	43.3	46.7	50.0	3.3
やや悪くなっている	23.3	16.7	26.7	40.0	16.7	▲ 23.3
悪くなっている	10.0	6.7	0.0	3.3	6.7	3.4

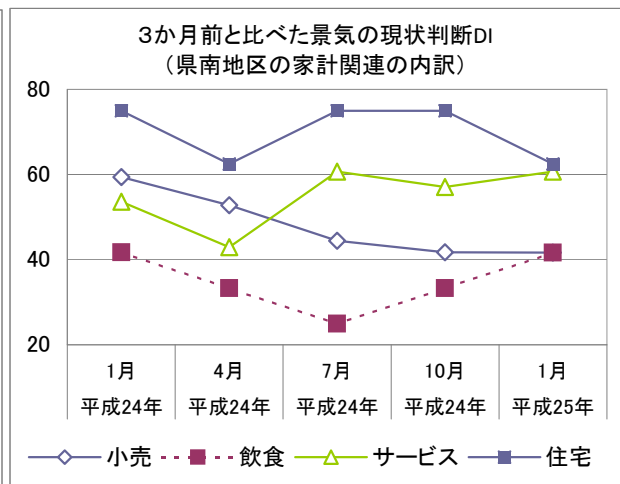
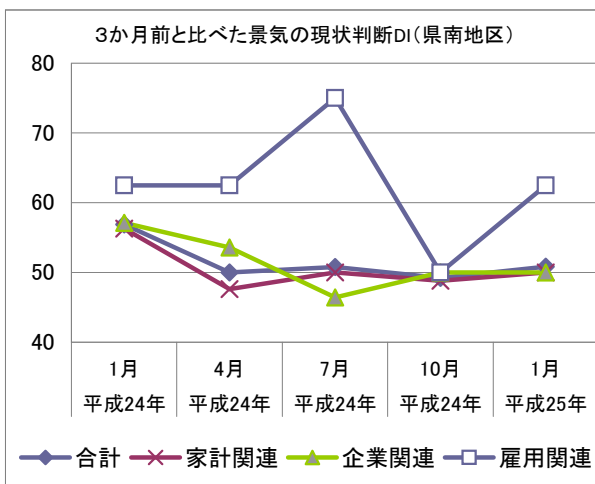


< 県南地区 >

① D I

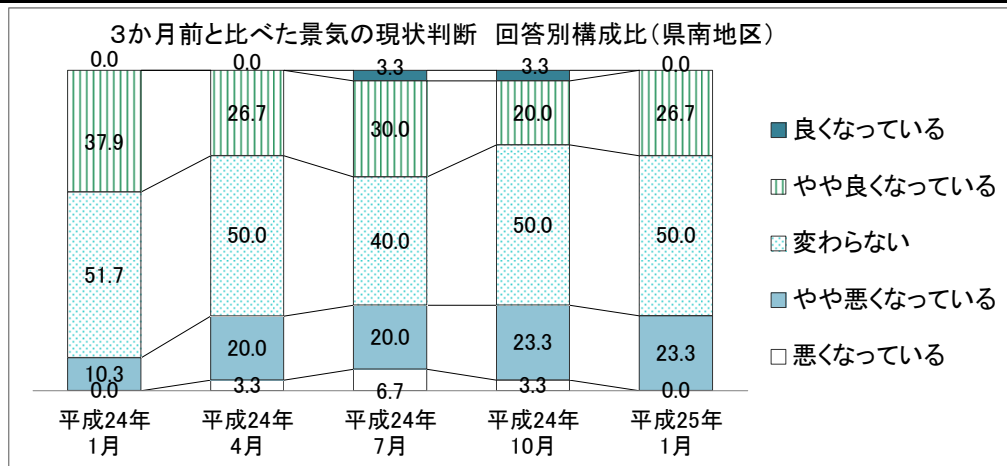
n = 30

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	56.9	50.0	50.8	49.2	50.8	1.6
家計関連	56.3	47.6	50.0	48.8	50.0	1.2
小売	59.4	52.8	44.4	41.7	41.7	0.0
飲食	41.7	33.3	25.0	33.3	41.7	8.4
サービス	53.6	42.9	60.7	57.1	60.7	3.6
住宅	75.0	62.5	75.0	75.0	62.5	▲ 12.5
企業関連	57.1	53.6	46.4	50.0	50.0	0.0
雇用関連	62.5	62.5	75.0	50.0	62.5	12.5



② 回答別構成比 (%)

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	3.3	3.3	0.0	▲ 3.3
やや良くなっている	37.9	26.7	30.0	20.0	26.7	6.7
変わらない	51.7	50.0	40.0	50.0	50.0	0.0
やや悪くなっている	10.3	20.0	20.0	23.3	23.3	0.0
悪くなっている	0.0	3.3	6.7	3.3	0.0	▲ 3.3

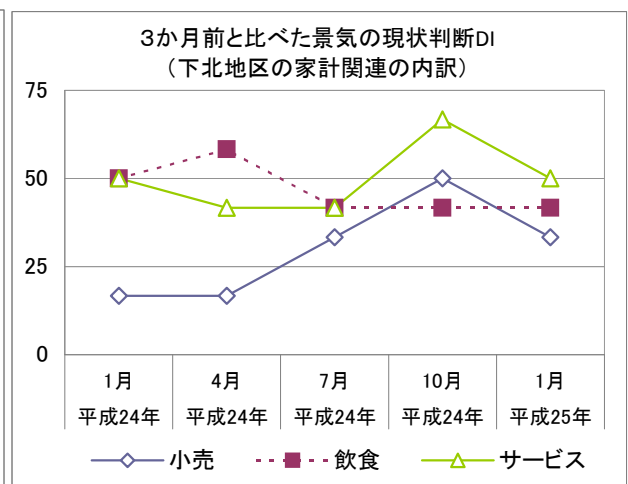
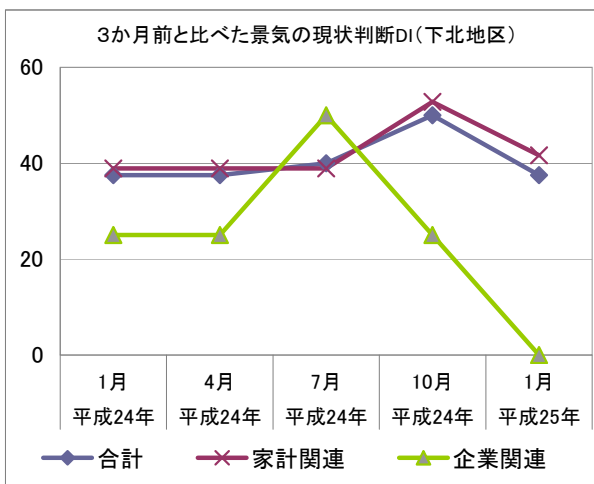


<下北地区> (参考)

① D I

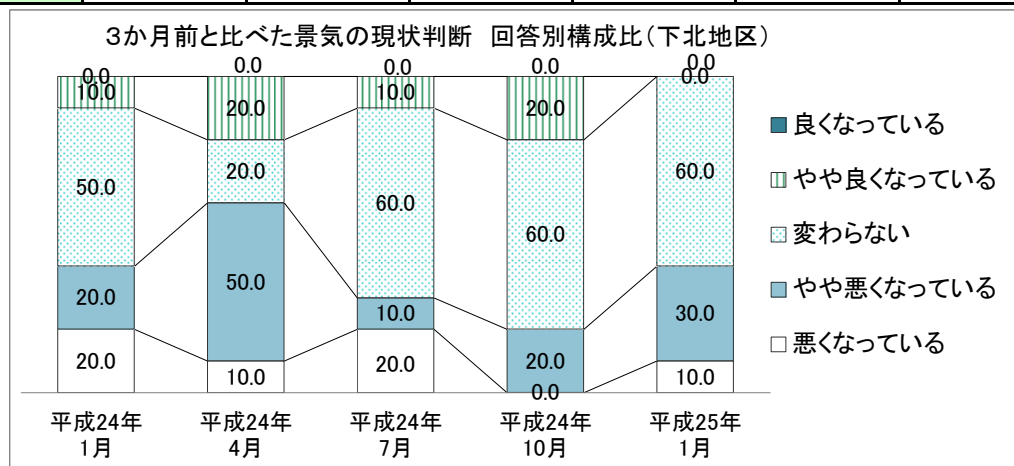
n = 10

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	37.5	37.5	40.0	50.0	37.5	▲ 12.5
家計関連	38.9	38.9	38.9	52.8	41.7	▲ 11.1
小売	16.7	16.7	33.3	50.0	33.3	▲ 16.7
飲食	50.0	58.3	41.7	41.7	41.7	0.0
サービス	50.0	41.7	41.7	66.7	50.0	▲ 16.7
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	25.0	25.0	50.0	25.0	0.0	▲ 25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



② 回答別構成比 (%)

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	10.0	20.0	10.0	20.0	0.0	▲ 20.0
変わらない	50.0	20.0	60.0	60.0	60.0	0.0
やや悪くなっている	20.0	50.0	10.0	20.0	30.0	10.0
悪くなっている	20.0	10.0	20.0	0.0	10.0	10.0



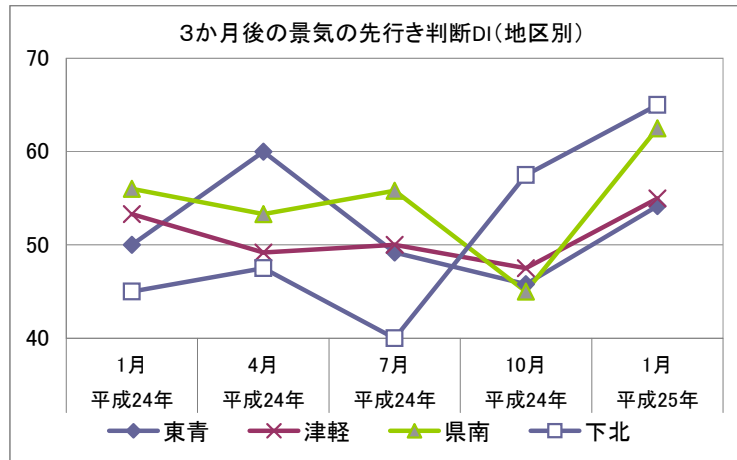
(2) 3か月後の景気の先行き判断

<地区別>

①DI

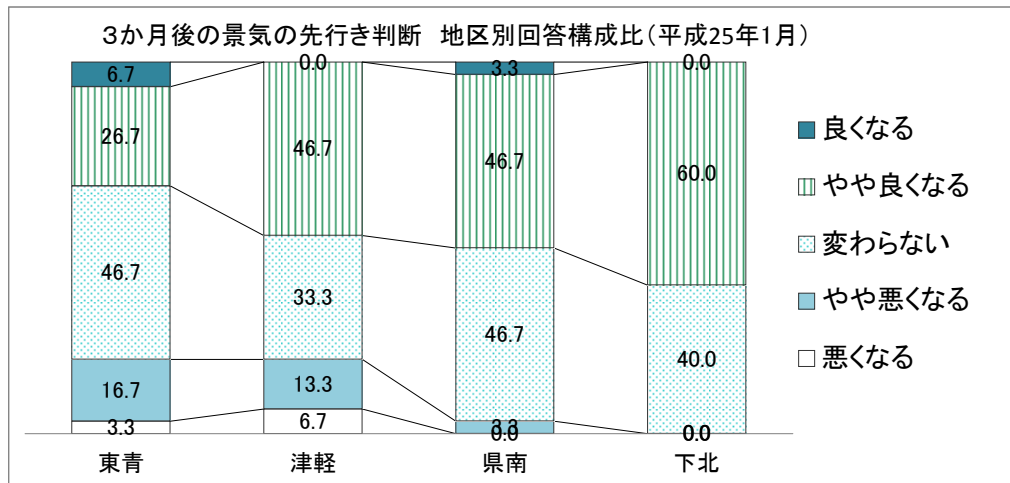
n = 100

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	52.3	53.5	50.5	47.3	58.0	10.7
東青	50.0	60.0	49.2	45.8	54.2	8.4
津軽	53.3	49.2	50.0	47.5	55.0	7.5
県南	56.0	53.3	55.8	45.0	62.5	17.5
下北	45.0	47.5	40.0	57.5	65.0	7.5



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北
良くなる	6.7	0.0	3.3	0.0
やや良くなる	26.7	46.7	46.7	60.0
変わらない	46.7	33.3	46.7	40.0
やや悪くなる	16.7	13.3	3.3	0.0
悪くなる	3.3	6.7	0.0	0.0

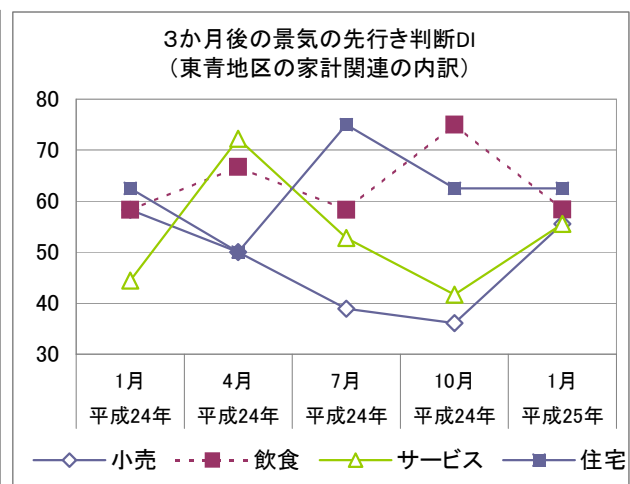
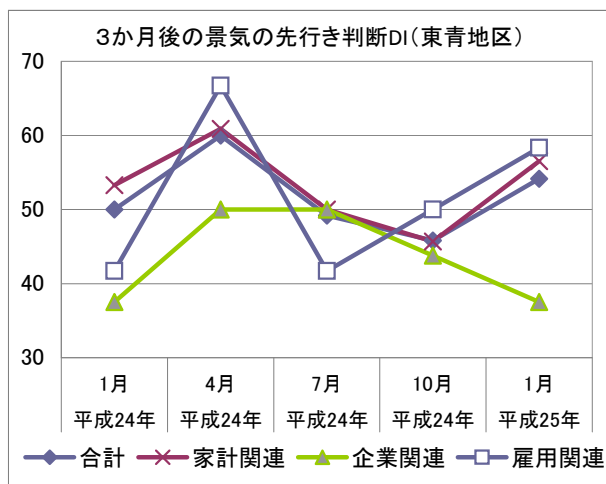


<東青地区>

①DI

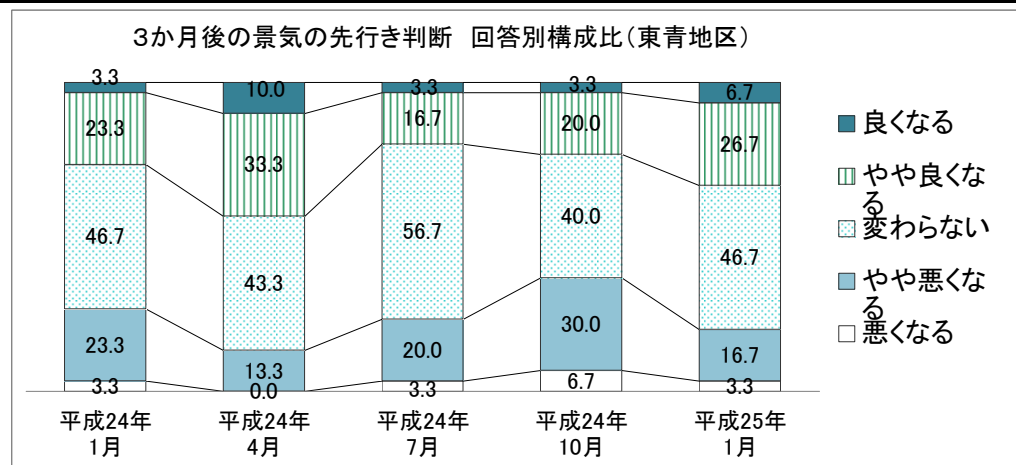
n= 30

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	50.0	60.0	49.2	45.8	54.2	8.4
家計関連	53.3	60.9	50.0	45.7	56.5	10.8
小売	58.3	50.0	38.9	36.1	55.6	▲ 19.5
飲食	58.3	66.7	58.3	75.0	58.3	▲ 16.7
サービス	44.4	72.2	52.8	41.7	55.6	▲ 13.9
住宅	62.5	50.0	75.0	62.5	62.5	0.0
企業関連	37.5	50.0	50.0	43.8	37.5	▲ 6.3
雇用関連	41.7	66.7	41.7	50.0	58.3	8.3



②回答別構成比 (%)

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
良くなる	3.3	10.0	3.3	3.3	6.7	3.4
やや良くなる	23.3	33.3	16.7	20.0	26.7	6.7
変わらない	46.7	43.3	56.7	40.0	46.7	6.7
やや悪くなる	23.3	13.3	20.0	30.0	16.7	▲ 13.3
悪くなる	3.3	0.0	3.3	6.7	3.3	▲ 3.4

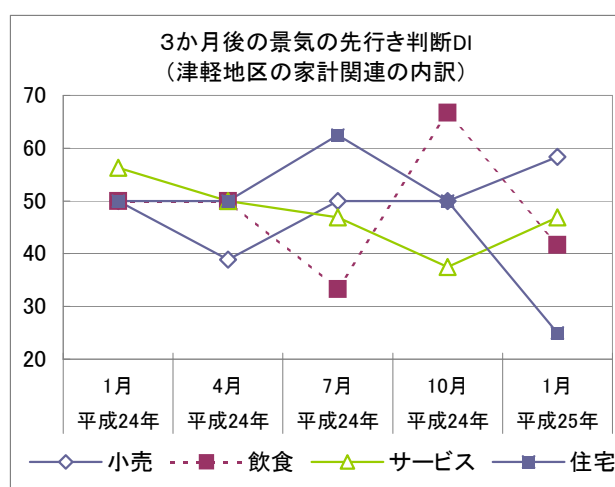
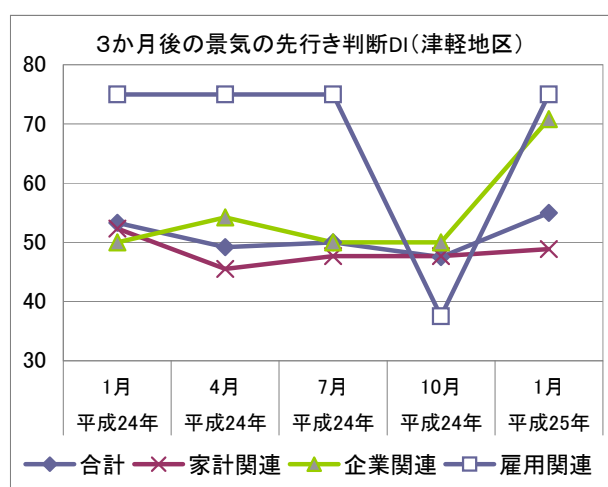


<津軽地区>

①D I

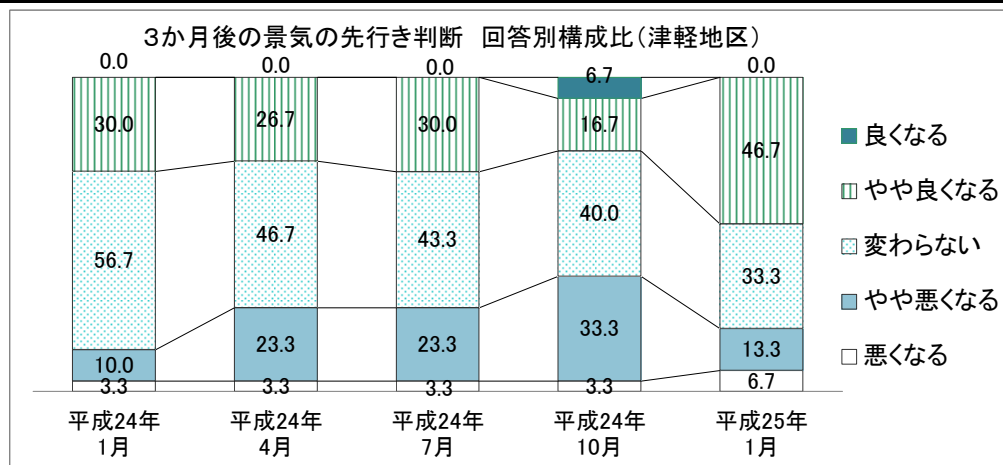
n=30

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	53.3	49.2	50.0	47.5	55.0	7.5
家計関連	52.3	45.5	47.7	47.7	48.9	1.2
小売	50.0	38.9	50.0	50.0	58.3	8.3
飲食	50.0	50.0	33.3	66.7	41.7	▲ 25.0
サービス	56.3	50.0	46.9	37.5	46.9	9.4
住宅	50.0	50.0	62.5	50.0	25.0	▲ 25.0
企業関連	50.0	54.2	50.0	50.0	70.8	20.8
雇用関連	75.0	75.0	75.0	37.5	75.0	37.5



②回答別構成比 (%)

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
良くなる	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	▲ 6.7
やや良くなる	30.0	26.7	30.0	16.7	46.7	30.0
変わらない	56.7	46.7	43.3	40.0	33.3	▲ 6.7
やや悪くなる	10.0	23.3	23.3	33.3	13.3	▲ 20.0
悪くなる	3.3	3.3	3.3	3.3	6.7	3.4

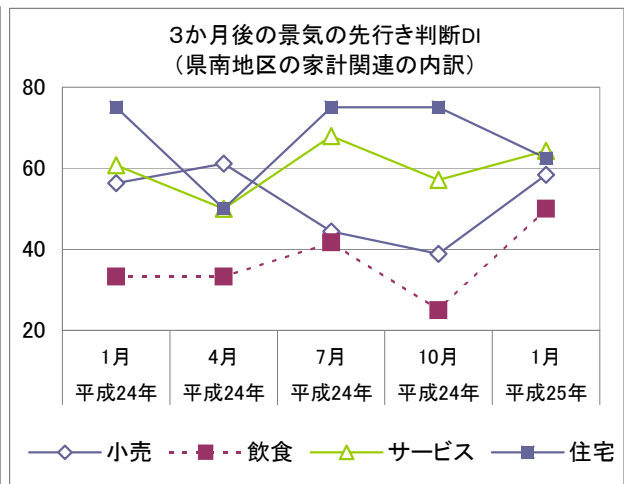
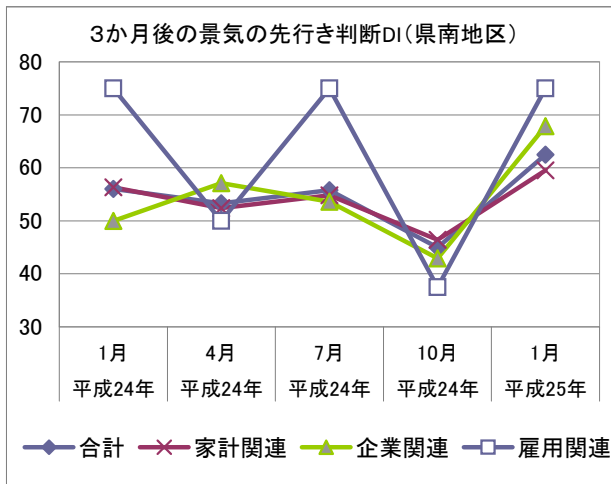


< 県南地区 >

① D I

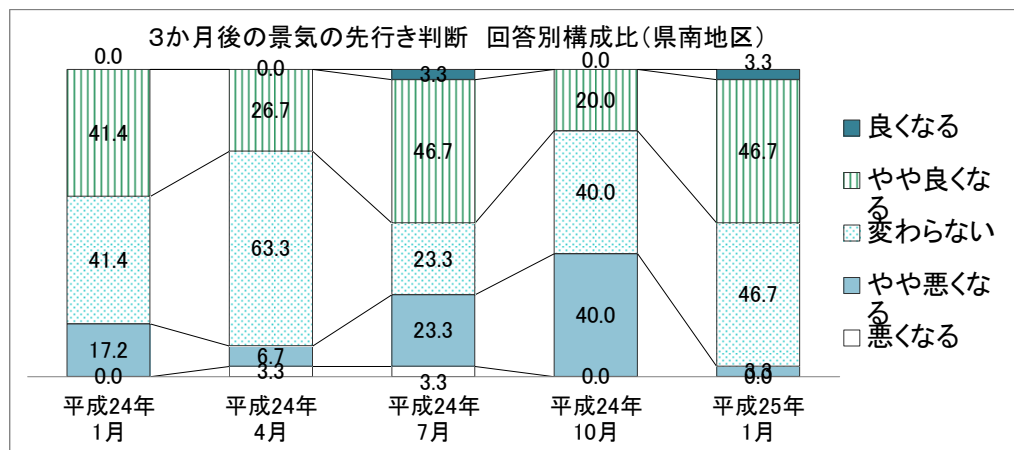
n = 30

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	56.0	53.3	55.8	45.0	62.5	17.5
家計関連	56.3	52.4	54.8	46.4	59.5	13.1
小売	56.3	61.1	44.4	38.9	58.3	19.4
飲食	33.3	33.3	41.7	25.0	50.0	25.0
サービス	60.7	50.0	67.9	57.1	64.3	7.2
住宅	75.0	50.0	75.0	75.0	62.5	▲ 12.5
企業関連	50.0	57.1	53.6	42.9	67.9	25.0
雇用関連	75.0	50.0	75.0	37.5	75.0	37.5



② 回答別構成比 (%)

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
良くなる	0.0	0.0	3.3	0.0	3.3	3.3
やや良くなる	41.4	26.7	46.7	20.0	46.7	26.7
変わらない	41.4	63.3	23.3	40.0	46.7	6.7
やや悪くなる	17.2	6.7	23.3	40.0	3.3	▲ 36.7
悪くなる	0.0	3.3	3.3	0.0	0.0	0.0

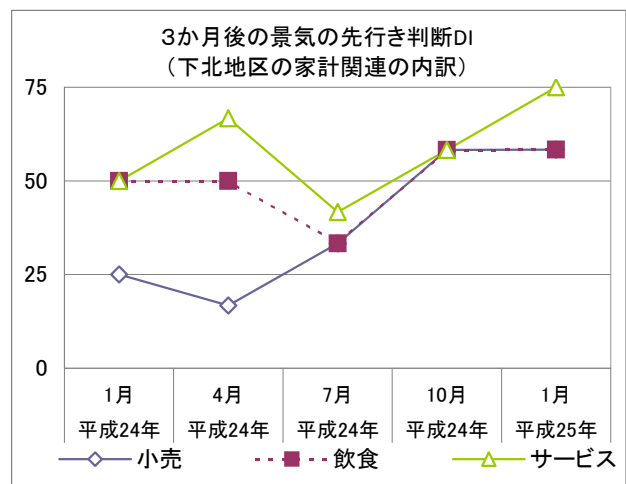
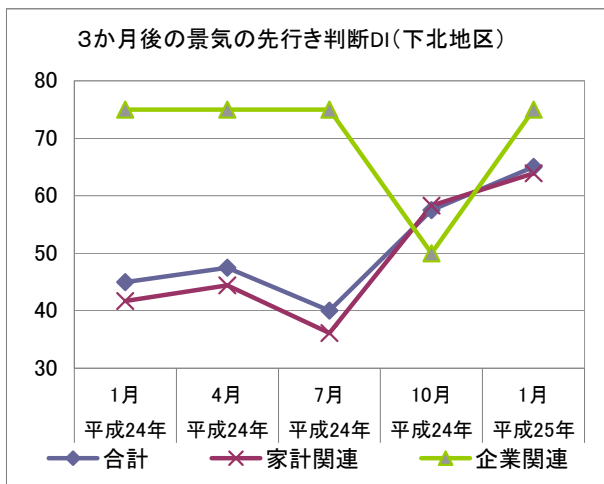


<下北地区> (参考)

① D I

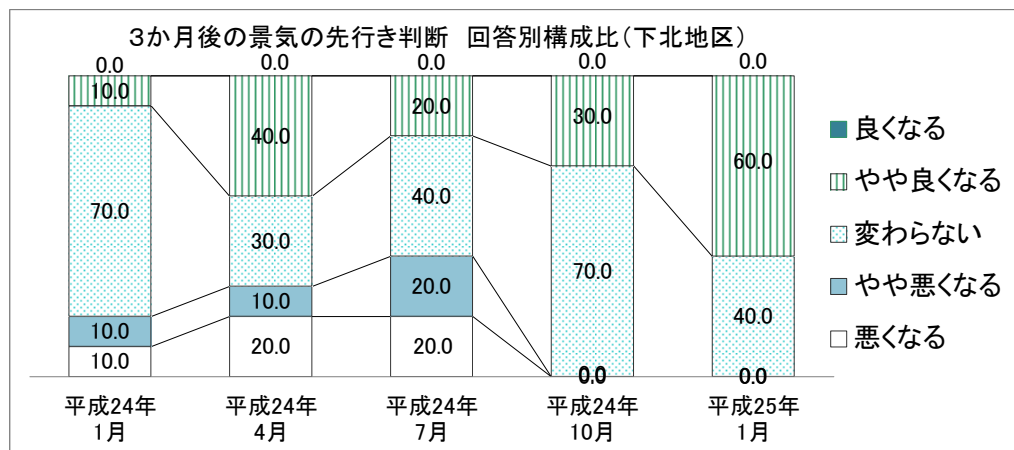
n = 10

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	45.0	47.5	40.0	57.5	65.0	7.5
家計関連	41.7	44.4	36.1	58.3	63.9	5.6
小売	25.0	16.7	33.3	58.3	58.3	0.0
飲食	50.0	50.0	33.3	58.3	58.3	0.0
サービス	50.0	66.7	41.7	58.3	75.0	16.7
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	75.0	75.0	75.0	50.0	75.0	25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



②回答別構成比 (%)

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25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	40.0	20.0	30.0	60.0	30.0
変わらない	70.0	30.0	40.0	70.0	40.0	▲ 30.0
やや悪くなる	10.0	10.0	20.0	0.0	0.0	0.0
悪くなる	10.0	20.0	20.0	0.0	0.0	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	統計を取っている数字にも表れているので、確実に良くなっています。去年よりも、先月よりも、昨日よりも昔を越えようと努力しているので、だんだんと結果も出てきています。間違っただなと思ったら、その都度直してもいます。あらゆる可能性を試します。
		津軽	レストラン	季節的なもの。
	企業	東青	食料品製造	当業界に限って言えば、扱う商品の消費量は寒さに向かって増加して行きます。(季節的要因)
やや良くなっている	家計	東青	住宅建設販売	消費税増税の前倒しによる売上増のため。
			衣料専門店	先の6ヶ月間は最悪な売り上げでしたが10月からは右上がり回復、先の内閣で景気の先行き不安から消費を抑制したが、政権交代で期待感から景気が上向きと変化したのか？上がったりがったり意味が分からない。まったく景気は「気」だ？
			パチンコ	去年末の選挙における新政権の圧勝を境に雰囲気が変わったように思える。
	津軽	百貨店	年末年始の人出も前年と比較して多く、購買意欲も増してきているように感じる。ただし客単価は下がっており、売上高は微増の状況。	
		都市型ホテル	政権交代による株価上昇と円安基調。	
		商店街	商店街に新規飲食店関係店舗のオープンにより話題性が高まったことと、百貨店に新規テナントが入った相乗効果により、来街者の増加につながっている点と、空店舗率が減少し商店街としての充実度の向上が見受けられる。	
		一般小売店	9月、10月あたりが底であったような感じで、11月、12月と前年比マイナスではあるが幅が縮小してきている。	
	県南	旅行代理店	数年ぶりに社員旅行を実施・再開したケースも出てきた。	
		美容院	来店数が今迄より動きが良くなってきました。迷走から実績の政権への移行の安心感かと思う。	
		住宅建設販売	消費税が上がるまでと新年になった期待感。	
		観光型ホテル・旅館	集客による判断。	
		一般小売店	昨年末、円安で終り、年明け円安でスタートした。また、金地金も過去数年の中、最高値が付いている。	
	企業	津軽	飲料品製造	新政権への政権交代による株価上昇や、新たな政策への期待を各業界で持っているため。
			県南	広告・デザイン
		経営コンサルタント		新政権になって各種の政策が実施されそうだから。
変わらない	家計	東青	美容院	現在の雪の影響や暖房費の増加などで、客数が減っているが、ただ戻る程度だと思います。

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	東青	都市型ホテル	個人消費に上向き感があるが、良くなっているとまでは言えない。
			設計事務所	清閑な年末年始でした。
			商店街	駐車券事業の清算額の動向をみると、昨年よりも芳しくなかった。一方で、スタンプ事業では、昨年よりもセール売上が2割アップだったりと、指標によるバラツキがあった。
			スナック	飲食業は相変わらず悪いです。12月には大変期待しておりましたが、残念ながら駄目でした。選挙後1週間は忙しかったが、曜日が悪かったせいもあり、年末は考えられないほど静かでした。
			スーパー	売上の伸びが見られない。
	津軽		乗用車販売	政権交代により株価等は上向きになってきてはいるが、身近なところでは、その影響は感じられない。
			衣料専門店	段々良くなる可能性あり。
			タクシー	これといった景気上向きの要素が感じられないので、まだ、しばらくは現状のままで推移すると思う。
			スナック	人の流れが少なかった。
			コンビニ	客単価は横ばい。
	県南		設計事務所	数年前に比べれば悪いと思うが、悪いのに慣れてしまい、3ヶ月程度だと変わらずと思う。
			乗用車販売	政権交代により、株価上昇、円安にはなったが、地方に好影響をもたらすにはまだ時間がかかると思われる。
			観光名所等	お歳暮用の商品の売れが良くなかった。
			卸売業	お歳暮ギフト、年末の購買動向、客単価等から判断して、お客様のサイフのひもは固い。
			一般飲食店	自店から見ても、良くもないが悪くもなく横ばいを維持している。
			レストラン	年末に選挙があったため？
			タクシー	年末もう少し期待をしたが、選挙のためか皆さん街に出かけるのを控えたようだ。(特に夜の街に)
			スーパー	来店客数には大きな変化は出ていないが、客単価は前年を下回っている。特に平均単価の落ち込みが大きい。
			ガソリンスタンド	特に良くなる要因も見当たらない。
	下北		都市型ホテル	忘・新年会シーズンですが、夜の街はガラガラです。
			レストラン	お客様の来店頻度があまり変わっていない。
タクシー			年末年始で多少良いところもあるが、業種によっては変わらない所も多い様です。	

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	下北	スナック	原発関係の方が動かないと、むつ市民だけでは景気に動きがないのではと思うからです。
			ガソリンスタンド	特に良くなった話を全く聞いていません。
	企業	東青	広告・デザイン	特に大きなイベント・催事もなく、新しい材料がない。
			経営コンサルタント	年末商戦は期待した程盛り上がりなかった。
		津軽	食料品製造	景気のどん底。
			広告・デザイン	悪い状況のままで変わっていない。見積依頼件数が増えておらず、物件単価も上昇していない。
			経営コンサルタント	昨年の同時期の売上と同一水準のため。
		県南	電気機械製造	2012年の円高や国際問題、国内経済の行き詰まりに対し、明確な改善要因が見られない。輸出も下げ止まったままである。地方であっても製造業は今や世の中の動きと連動している。
	食料品製造		政権交代に伴う行政主導の経済対策への期待感は広がりつつあるが、未だ意識レベルに留まっており、景気はデフレで良くならない。	
	雇用	津軽	新聞社求人広告	地元の求人関係にあまり動きがみられない。
		県南	新聞社求人広告	12月の選挙のため、全体的に静かだった。
	やや悪くなっている	家計	東青	旅行代理店
観光名所等				秋の紅葉で観光客が多かったが、冬期はデータ的に見ても下回ることが多いので。
観光型ホテル・旅館				新幹線景気、復興景気も落ち着き、特に上向きの要因がないため。
卸売業				小売業が売り上げ増の施策として値下げを実施していますが、数字・客数とも増えないで利益を圧迫している状況。
レストラン				年末の選挙が大きいと思います。
タクシー				寒くなってきて、人々の外出などが少なくなってきていて、外でお金を使わなくなっている。
津軽			旅行代理店	12月からの記録的大雪による一般消費の落ち込みの傾向がみえる。
			設計事務所	政治が混沌としていると消費が上向かず、景気は新政権が言う様に良くならない。
			観光名所等	震災地域は活況なれど、出稼ぎしたがピンハネされる、手元には少し。農産物直売所は飽和状態。買物難民が増加中。
			ガソリンスタンド	銀行の審査が厳しくなった。円滑化法終了で融資の貸出がどうなるのかわからない。
県南		百貨店	年末年始の売上状況やお客様の来店状況を見ると、衆議院選挙や競合店等の影響も考えられますが、12月はお客様の動きが鈍く、また、年始においても期待ほどの動きになっていない。	

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	県南	衣料専門店	昨年の秋物商戦から、10月、11月、12月と昨比90～92%と厳しい状況が続いています。11月頃からは、もうバーゲンを意識した顧客の動きで、今本当に必要な物だけ買っていかれます。
			スナック	とにかく静かである。
			コンビニ	客数、客単価下がっている。
	下北	一般小売店	当店では、ギフトの取引もあるのですが、お歳暮の買上点数が減っているのが目立ちます。家計を切り詰めていると思われます。	
		一般飲食店	下北地方は全体的に見て悪くなっています。	
		コンビニ	サイフのヒモがとても固いように思われる。	
	企業	県南	紙・パルプ製造	景気低迷で需要が伸びない中、価格の下落など厳しさが増した。
飲料品製造			商店街(飲食店等)の人出が少ない(静かである)。	
雇用	東青	人材派遣	求人の数等に大きな変化は見られないが、条件が正→契、月給→時給と安定していないものが多くなり、時間当たりの賃金も若干ではあるが減っている。	
悪くなっている	家計	東青	百貨店	年末商戦、初売りの苦戦、特に食料品の単価ダウンでの売上縮小傾向続く。(当店内容)
		津軽	観光型ホテル・旅館	11月末～12月末の忘年会の利用状況から、宿泊しないで日帰りが増え、宴会場には飲物の持込が多くなっている。
	企業	津軽	電気機械製造	3ヶ月前と比べて受注は半減しているから。
		下北	食料品製造	とにかく商品が出ない。

(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	良くなるように努力をするので、良くなる以外にないと思います。日本の経済力は本当に昔と比べても目を見張る位の発展を遂げており、昔のように飢えて死ぬ人も少なくなっているし、仕事に関しても欲を言わなければあるはずだし物の見方、とらえ方を変えたならばいくらでもチャンスのヒントがあると思うんです。だから、自分しただいと思うんです。
	企業	県南	建設	補正予算の執行。国土強靱化政策に基づく公共工事の発注。
	雇用	東青	新聞社求人 広告	円安、中国との関係改善、アメリカの景気回復によって、自動車をはじめとする国内基幹産業が活性化すれば季節従業員の採用など本県へ好影響が期待できる。
やや良くなる	家計	東青	衣料専門店	政権交代で景気対策へのスピード感があり、隣国との外交問題も進展が期待できる事から、景気浮揚が期待できる「気」がする。当市もそれに期待したい。
			住宅建設販売	まだまだ住宅の場合、消費税増税の駆け込み需要が見込めるため。逆にこれからが本番。
			一般小売店	新政権の経済対策
			スーパー	新政権への期待が強まっている。
			コンビニ	政権交代への期待で
			パチンコ	為替の円安と日経株価の上昇と雰囲気が良い。
	津軽	商店街	政権交代による経済効果に期待が持てることに伴い、景気も徐々に回復していくものと捉えている。	
		衣料専門店	新内閣の誕生、復興予算の増額、アメリカ財政の崖の回避等いい条件がそろいつつある。	
		旅行代理店	政治的な配慮の期待の声が大きい(景気回復)。	
		都市型 ホテル	新政権の景気対策に期待したい。	
		一般小売店	新政権の経済対策で株式の上昇、外国為替が円安となり公共投資増で建設業も仕事が増えると思うので。	
	県南	美容院	新政権への期待と明確な方針の効果が出てくると思う。	
		家電量販店	新生活の需要があるため(3月)。	
		住宅建設販売	消費税が上がるまでと新年になった期待感。	
		レストラン	新政権の経済対策	
		旅行代理店	今までが悪かった。政権が変わって期待していると思います。	
		タクシー	選挙も終わったので、大いに期待している。	
	下北	タクシー	新政府の原発推進、景気対策等に期待を込めて。	

先行き	分野	地区	業種	理由		
やや良くなる	家計	下北	都市型ホテル	新政権に期待して。		
			スナック	期待・希望を持って頑張りたいです。		
			ガソリンスタンド	政権交代もあって、株価も少しずつ上がり始め、築地市場で大間マグロが過去最高額を出すなど、閉塞感から脱却しつつあるのではないかと思います。		
			一般小売店	新政権で公共事業が増えるようです。公共事業で土建業が動くと地域でお金が回るようになり、景気は上向くと思われま。		
	企業	津軽	経営コンサルタント	夏までは政府の景気対策で良くなってくると考えられる。		
			広告・デザイン	政権が変わり、次々と積極的に政策を進めようとしている事は評価されており、景気回復に大きく反映されると思う。		
			食料品製造	新政権に期待して。		
			電気機械製造	今が景気の底でこれ以上悪くならないと思う。ただし、スマートフォン以外の電化製品は売れていないため、V字回復は望めないと思う。		
		県南	紙・パルプ製造	円安・株高などを背景に、景気が上向く糸口が見えた気がする。		
			食料品製造	国主導の15ヶ月を期間とした経済対策の確定と実施により、早期の効果が現れるから。		
			経営コンサルタント	地方にとって公共工事が発注される事が一番の景気対策です。又、円高になり製造業の収益が改善され、貿易収支が黒字になるから。		
		下北	食料品製造	新政権への期待から。		
			雇用	津軽	新聞社求人広告	新政権に対する期待感から。
				県南	新聞社求人広告	12月に選挙があり、新政権に変わり打ち出す政策に対し、期待を持っているようだ。
変わらない	家計	東青	スナック	見当が付きません。居酒屋さんの景気が良いお話は聞いておりますが。		
			都市型ホテル	冬期間という季節要因もあり横ばい状態ではないか。		
			設計事務所	大型経済対策による好影響が地元にも速やかに辿り着くか。		
			観光名所等	プラス要因が見当たらない。		
			旅行代理店	長年続いている不景気からの脱却にはまだまだ時間が必要。		
			美容院	まだまだ、生活に対する先行きの不透明感を持っている人が多い。		
			卸売業	政権交代し、多少景気が上向きになると予想されますが、今のところわからない。		
			商店街	最も需要のない2月を控えて、需要期である3月でいかに挽回するかによりますが、ならせばさほど変化はないのではないか。		

先行き	分野	地区	業種	理由	
変わらない	家計	東青	タクシー	冬で燃料費や除雪にお金を使うので、3ヵ月後はお金を使わなくなると思います。	
			津軽	乗用車販売	消費税値上げを控え、消費動向は鈍くなると思われる。
				スナック	期待していた年末も静かだったので、今後3ヶ月では変わらないと思います。
				百貨店	景気対策により回復していくと考えられるが、短期では効果はあられなれないと考える。特に地方ではなかなか厳しい状況が続くであろう。
				パチンコ	新政権の景気対策はまだ見えてこない。
				タクシー	国の方針が発表されたが、実施はこれからのので現状のまま変わらないと思う。
				観光名所等	景気ムード先走り。天候異常。雪害が増加傾向。
	県南	パチンコ	政権が変わり、景気回復に全力で動き出すようですが、良い方向に行ったとしても3ヶ月先では変わらないと思いますし、小さな企業は余計にダメージを受けると思います。		
		衣料専門店	早く空きビルをなくし、複合ビルの建て替えが実行されると変わっていくと思いますが、3ヶ月先では悪いまま変わらないと思います。		
		設計事務所	政府の景気対策の効果が出るのはもう少し先ではないでしょうか。		
		卸売業	景気が上向いてほしいというのが希望ですが、政権交代して安定するまでは、まだ時間がかかりそう。		
		スーパー	新たな地元産業の活性化が殆どなく、雇用の回復が見込めないため、景気回復は厳しいと思われる。		
		コンビニ	好転する材料が少ない。政権が代わり政策が効を奏したとしても、効果が出るのはまだ先だと思われる。		
		百貨店	衆議院選挙で新政権に替わり、株価の上昇や円安など景気の上向きについて話しも出ているが、地方においては即効性のある要因とはなり得ないとする。		
		一般飲食店	政局が変わり、どの様になるかわからない。これからは、天候要因にも左右される。		
		ガソリンスタンド	特に良くなる要因も見当たらない。		
		下北	一般飲食店	今のまま変わらないと思います。	
	コンビニ		東通原発の停止。青森県、特に下北半島の展望が見えない。		
	企業	東青	広告・デザイン	4月以降の国の予算や施策次第で良くなると思うが、それまでは要素が見当たらない。	
			建設	新政権の「国土強靱化」には多少の期待を持っていますが、青森への波及効果は・・・。	

先行き	分野	地区	業種	理由	
変わらない	企業	県南	電気機械製造	財政出動や円安傾向で一時的に改善するかもしれないが、その時間稼ぎの間に、日本の抱える問題（高齢化や硬直化、過度な規制など）を解決の方向に導けるか。全国的にあまり注目はされていない青森だからこそ打てる手があるとも思うのだが。	
			飲料品製造	賃金が安く消費行動が低調。	
			広告・デザイン	政権が変わり、景気回復に全力で動き出すようですが、良い方向に行ったとしても3ヶ月先では変わらないと思いますし、小さな企業は余計にダメージを受けると思います。経済にどのような影響が出てくるのか？期待と不安の半々。全く予想がつかない。	
	雇用	東青	人材派遣	大きな雇用変動が見込めないため。	
やや悪くなる	家計	東青	レストラン	政権が変わったからと言って良くなるようには見えないと思う。	
			津軽	設計事務所	政権が変わって選挙時のマニフェストが少しずつスタンスが変化している様に感じ、原発、TPPについての方向性が変わっているので、先が見えない。
			住宅建設販売	いつもこの時期になると、この地域は一般的にはやや悪くなる傾向である。	
			一般飲食店	消費税アップで今から使わないようにしている。	
			コンビニ	所得税の増税等による公的負担増による可処分所得の減少が心配されます。	
	県南	スナック	サイフのヒモがしまっている。		
	企業	東青	経営コンサルタント	野菜等生鮮食品の高値、消費の低迷、就職難改善の見通しもない。	
			食料品製造	商品の消費量は、人口構成の変化などが進むにつれ年々減少してきており、3ヶ月以内に消費が上向く要因は見当たりませんが、消費者ニーズに叶う商品開発に努力しております。	
悪くなる	家計	東青	百貨店	良くなる材料は何もなく、増税や収入の低下による生活防衛意識がますます強くなる。（一般論・地域経済の予測）	
			津軽	観光型ホテル・旅館	今の状況がこのまま続くのではないか。2月の宿泊、日帰り予約数が芳しくない。
			ガソリンスタンド	新政権で円安・インフレ政策で物価が上がり、所得が変わらないので、消費が増えるとは考えられない。	

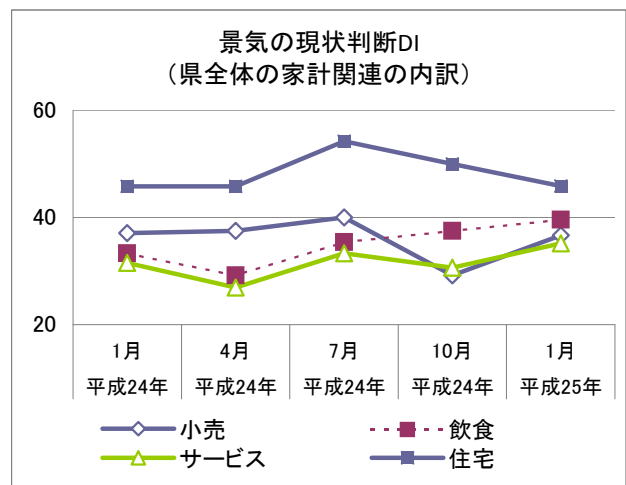
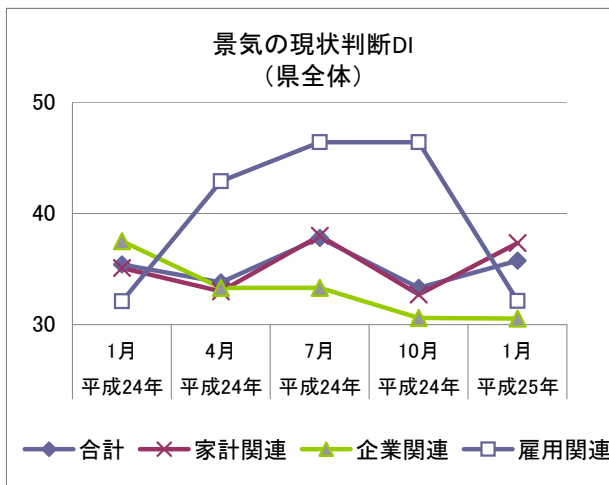
5. 参考

(参考1) 景気の現状判断

① D I

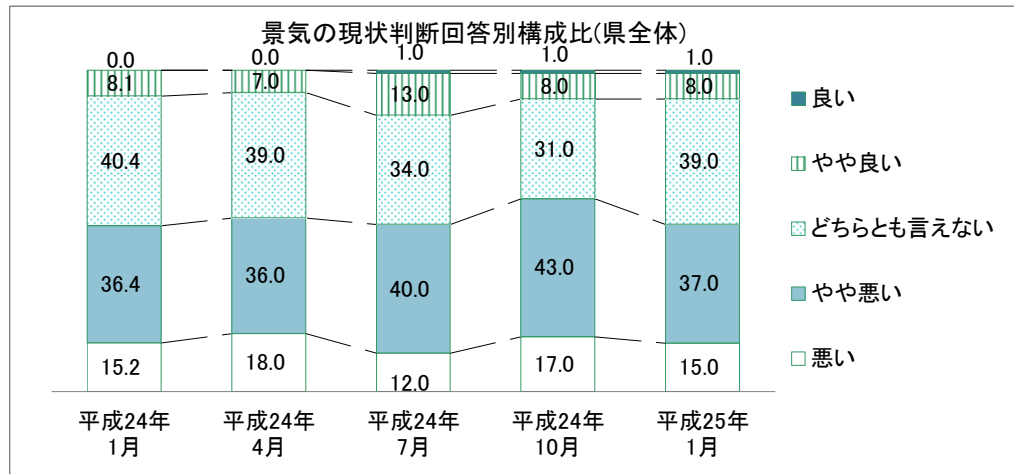
n = 100

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	35.4	33.8	37.8	33.3	35.8	2.5
家計関連	35.1	33.0	38.0	32.7	37.3	4.6
小売	37.1	37.5	40.0	29.2	36.7	7.5
飲食	33.3	29.2	35.4	37.5	39.6	2.1
サービス	31.5	26.9	33.3	30.6	35.2	4.6
住宅	45.8	45.8	54.2	50.0	45.8	▲ 4.2
企業関連	37.5	33.3	33.3	30.6	30.6	0.0
雇用関連	32.1	42.9	46.4	46.4	32.1	▲ 14.3



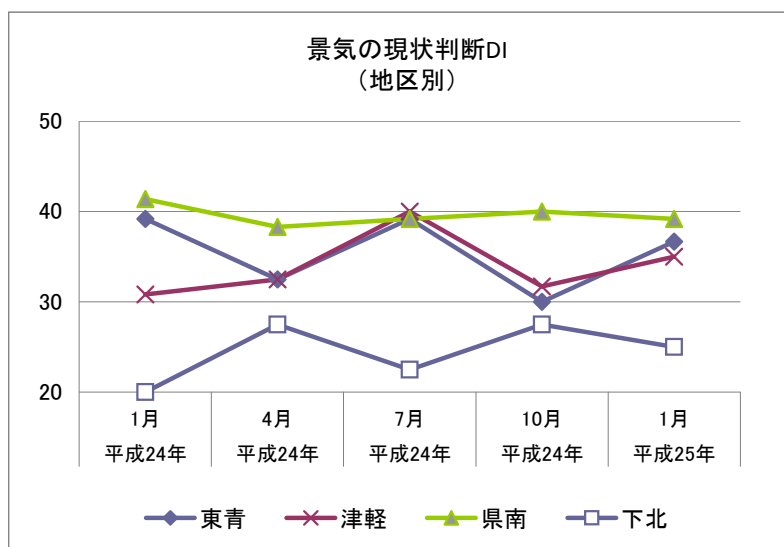
② 回答別構成比 (%)

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
良い	0.0	0.0	1.0	1.0	1.0	0.0
やや良い	8.1	7.0	13.0	8.0	8.0	0.0
どちらとも言えない	40.4	39.0	34.0	31.0	39.0	8.0
やや悪い	36.4	36.0	40.0	43.0	37.0	▲ 6.0
悪い	15.2	18.0	12.0	17.0	15.0	▲ 2.0



③地区別DI

	平成24年 1月	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	前期調査 との差
合 計	35.4	33.8	37.8	33.3	35.8	2.5
東青	39.2	32.5	39.2	30.0	36.7	6.7
津軽	30.8	32.5	40.0	31.7	35.0	3.3
県南	41.4	38.3	39.2	40.0	39.2	▲ 0.8
下北	20.0	27.5	22.5	27.5	25.0	▲ 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	当店は下期(9月～)各月上は前年を確保。ただし、顧客対象の営業が成果を上げているため、フリー客相手の食品は苦戦。中心商店街は低温や雪の影響で集客は少ない。
		スーパー	新内閣への期待が景気に反映されると思う。
		衣料専門店	昨年の暮れに商店街のビルの3階にオープンした飲食店が話題だ、安い、旨い、可愛い子がいる、等の物差しでは計れない。三階まで一直線の階段の先にインターホンがあり、スタッフが出迎え、履物を預け、席に案内される。そこは最高の音楽と、最高の食べ物、最高の空間が用意され、友人宅にでもいるようなリラックス感を提供している。まったく、満ち足りた世の中、景気は雰囲気、キーワードは「気」?
		商店街	2月の冬まつりイベントの開催地が中心市街地に移行することから、回遊性が増すことが考えられ、観光客の誘引にもつながることで、景気にも好影響を期待。
		一般飲食店	景気の良し悪しは言い訳にならないはずだし、政治家の人に託すだけでは何も変わりはないだろうことは少し考えればわかるはずなんです。世界は確実に自分たちが創り出しています。特に経営に携わるものは、そのことを肝に命じていなければその資格はないと言われても仕方ないと悟るべきです。
		レストラン	何か良くなるような気がしないし、今年も雪が多く経済に影響するのは・・・。
		スナック	政権交代になり、期待しております。
		観光名所等	交通機関の整っている場所は景気が良くなっていると感じるが、郊外にある施設はなかなかお客様の足が向かわず、苦戦を強いられていると思う。
		タクシー	青森でのイベントを多くして、他府県から大勢の人を呼んで経済効果があがる様に、イベントーにお願いして、自分も努力します。
		美容院	北国ということもあり、暖房費の高騰が経済力の足かせになっているのかな?と感じる。
	住宅建設販売	消費税増税後の売上が非常に心配。同業でもかなり倒産するのでは。	
	津軽	衣料専門店	去年12月、中心商店街に新しい施設がオープン。百貨店周辺に中年女性の人数多くなっている。
		一般小売店	11月に当商店街に新しい飲食施設がオープンし、ランチタイムに駐車場も無料化しているので、来街客が増加している。
		レストラン	新店舗開店やイベントがたくさんあり、少しは町に入る人が多くなっているが、いつまで続くのか?
		観光名所等	TV, 新聞報道を注視。実体経済はどうなるのかいまだ見極めできず。
		旅行代理店	冬場の観光をどうとらえるか。積極的な動きがみられる。
		パチンコ	市街地のマンションが完売となり今後の動きに変化が出てきている。
		ガソリンスタンド	多数の飲食店のオーナーから、「こんな12月は初めてだ」という話が聞かれた。景気が冷え込んでいる現場の声でした。
		住宅建設販売	新政権の経済対策に期待を持っている人が意外と多くて驚いている。

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	百貨店	八戸市の経済に関しては、特に特徴的な動きはみられません。また、景気に関して今は期待感が先行しているだけです。今後の政府の動向をみないと何とも言えない状況と考えます。
		衣料専門店	中心街から商業施設がなくなり郊外へ大型複合店が開店していき、空ビルだらけで、すっかり街中の魅力が低下している現状です。不況のあおりでゆっくりお茶を飲める場所がなくなったというお客様の声をよく耳にします。「地域観光交流施設」だけに頼らず、街の魅力を増すようもっともっと工夫が必要かと思います。
		一般小売店	金がプラチナよりも高くなってしまってから、もう何年も経過したが、ここ数ヶ月プラチナが金に追いつこうという値上りである。裏には、単なる投資ではなく、工業生産が世界的に活性化しつつある背景がある。
		一般飲食店	やはり首長しだいでも良くも悪くもなるのでは。大いに期待するところです。
		レストラン	今年はいいい年にしたいです。
		スナック	誰に聞いても良いという人はいない。
		タクシー	新年を迎え、政権も交代したので、皆さん心(新)機一転「頑張るゾー！」と意気込んでいる。
		美容院	街中の活気が見えて来ました。出入口という様に、出せば入ってくるという事が身近になって来る。
		パチンコ	長女の同期がこの春社会人1年となる。公務員を目指し、高校・大学受験勉強の比でなく、これまでで一番勉強したという話を聞きました。現在の景気を見て、やりたいことより安定した職業を親も子も選ぶのだなあと感じました。
		設計事務所	新政権に期待したい。
	下北	コンビニ	コンビニが閉店、飲食店の閉店多数。全国チェーンのアイスクリーム店やフードサービス(和食、中華)などが苦戦しているという話。
		一般小売店	公共事業に頼らなくとも、雇用・経済の安定したむつ市になれるといいのですが。
		一般飲食店	私のところをはじめとして、良いという人はいません。
		ガソリンスタンド	原油が値上りし、円安の影響もあり、石油の値上げが気にかかります。特に灯油は需要期の影響もあり顕著に上がっています。
企業	東青	食料品製造	帰省、観光客の方々は、価格ではなく青森関連商品を買って求めているようですが、周辺は依然として質の良い物より安い物を求める傾向が続いているように感じます。
		建設	日本人は悲観論が好きなのだと感じます。
		経営コンサルタント	震災復興は、具体的事業が見えてこない。景気振興に懸命であるが、本県への波及は遅く、小さいとみられる。円滑法終了の対応次第では倒産、自主廃業が増加するのではないかと。
	津軽	食料品製造	円安になったのはいいが、原材料を輸入に頼っている食料品製造業は農産物の生産国の気象にも左右され、今年の見通しは暗い。
		電気機械製造	政府が製造業復活の方針を発表しているので、その効果に期待しています。

分野	地区	業種	自由意見
企業	津軽	建設	政権が交替し、景気が良くなることを希望するだけです。前政府の二の舞は踏まないで欲しい。現政府は、以前、信頼を失墜した事を忘れずに、着実に実行して欲しい。消費税増税はもう少し待ってからでいいと思う。
		広告・デザイン	出張で東京、仙台に毎月行くが、飲食店の客数、密度が本県とあまりに違い、客数が多いように感じる。もちろん、人口が多くその密度も大きいわけですが、県民所得の格差を痛切に感じる。
	県南	飲料品製造	極力外食は控える。経済的に目新しい動きがない。
		紙・パルプ製造	政権交代を機にした景気回復への期待感を多くの人が持っているようです。是非、実現して欲しいと思います。
		電気機械製造	農家の方など意欲のある自営業の方はインターネットを使用して商売を広げている（今まで捨てていた農産物を直売するなど）。ひとつひとつは小さい規模だが、夢のある良い動きと思う。これからは企業誘致をするというより、事業を掘り起こす時代なのだと感じます。
		広告・デザイン	震災に対する国の支援機関に去年申請をしているが、未だに動かずあまりに対応が遅い。