

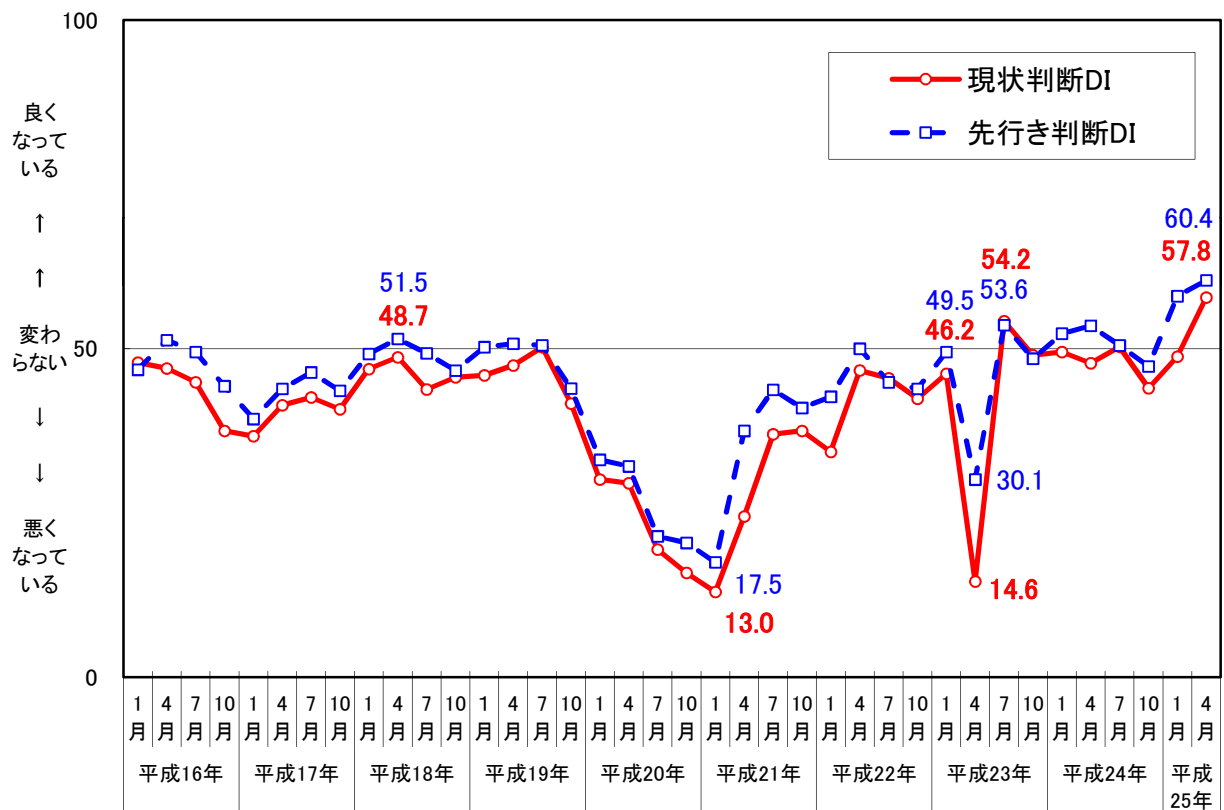
# 青森県景気ウォッチャー調査 (平成25年4月期)

調査期間 平成25年4月1日～4月12日 回答率100%

## 概況

4月期の景気現状判断DIは57.8と、3期ぶりに横ばいを示す50を上回った。先行き判断DIは60.4と、2期連続で横ばいを示す50を上回った。  
現状判断、先行き判断ともに、平成13年10月の調査の本格開始以降、過去最高となった。

## 景気現状判断DI・先行き判断DIの推移



平成25年4月

青森県企画政策部統計分析課

# 青森県景気ウォッチャー調査について

## 1. 調査の目的

統計データには表れないきめ細かな生活実感のある情報を収集し、県内景気動向判断の基礎資料とする。

### (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2.0ポイント減少、「やや良くなっている」が25.0ポイント増加、「変わらない」11.0ポイント減少、「やや悪くなっている」が9.0ポイント減少、「悪くなっている」が3.0ポイント減少したことにより、全体では9.0ポイント増加の57.8と、平成13年10月の調査の本格開始以降、過去最高となり、景気の横ばいを示す50を3期ぶりに上回った。

判断理由では、景気回復が県内にまだ波及していないことや円安などによる原材料費などの物価上昇といったマイナス面をあげる声がある一方で、豪雪だった前期から春になって来客数や客単価が向上したなどの季節的要因のほか、「客の雰囲気がいい」など直感的な明るい兆しをあげる声も多くあった。

#### ② 分野別の動向

前期調査と比べて、全分野で増加し、家計関連で7.3ポイント、企業関連で12.5ポイント、雇用関連で17.9ポイント増加した。

#### ③ 地区別の動向

前期調査と比べて、全地区で増加し、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、「やや良くなる」が5.5ポイント増加、「変わらない」が1.6ポイント減少、「やや悪くなる」が0.1ポイント増加、「悪くなる」が3.0ポイント減少したことにより、全体では2.4ポイント増加の60.4と、平成13年10月の調査の本格開始以降、過去最高となり、景気の横ばいを示す50を2期連続で上回った。

判断理由では、景気回復の県内波及に対する疑問視や、所得が上向かない中で消費増税や物価上昇を懸念する声もあったものの、春の観光シーズンに向けての消費増加のほか、円安と株高を背景とした景気上昇、景気対策効果の県内への波及期待、消費増税前の駆け込み需要を見込む声が多くあった。

#### ② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で3.5ポイント増加、企業関連で1.4ポイント減少、雇用関連で横ばいとなった。

#### ③ 地区別の動向

前期調査と比べて、県南、下北地区でポイントが減少したものの、前期に引き続き全地区で景気の横ばいを示す50を上回った。

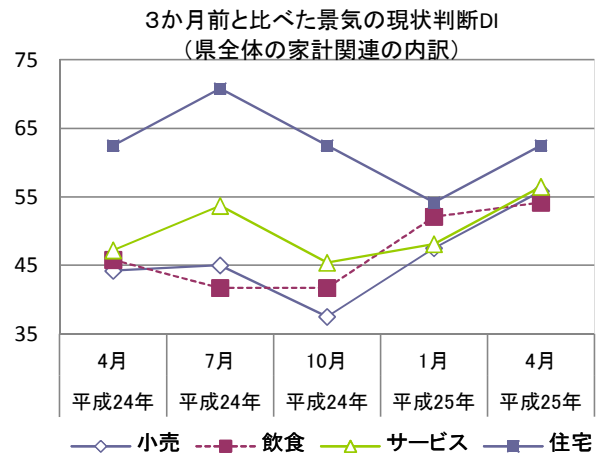
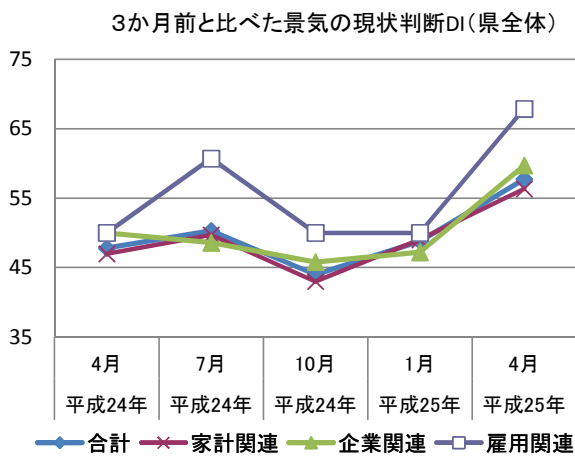
## 2. 県全体の動向

### (1) 3か月前と比べた景気の現状判断

#### ① D I

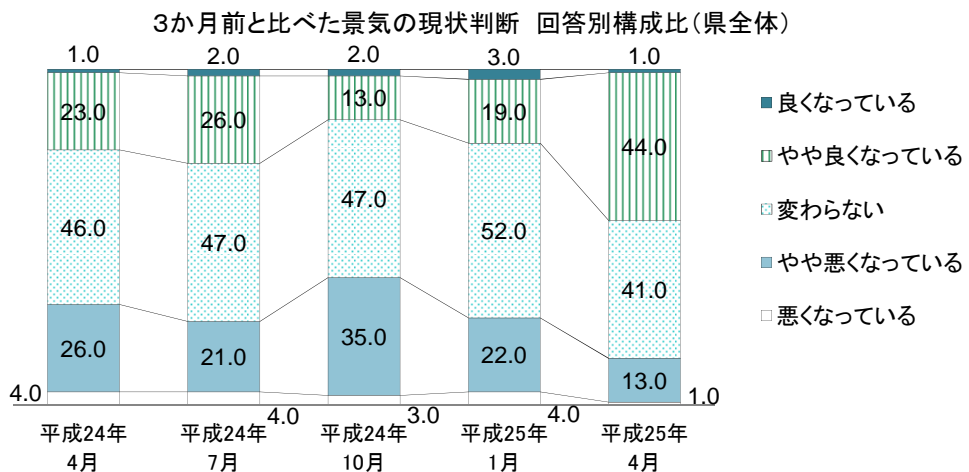
n = 100

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>47.8</b>	<b>50.3</b>	<b>44.0</b>	<b>48.8</b>	<b>57.8</b>	9.0
家計関連	47.0	49.7	43.0	49.0	56.3	7.3
小売	44.2	45.0	37.5	47.5	55.8	8.3
飲食	45.8	41.7	41.7	52.1	54.2	2.1
サービス	47.2	53.7	45.4	48.1	56.5	8.4
住宅	62.5	70.8	62.5	54.2	62.5	8.3
企業関連	50.0	48.6	45.8	47.2	59.7	12.5
雇用関連	50.0	60.7	50.0	50.0	67.9	17.9



#### ② 回答別構成比 (%)

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
良くなっている	1.0	2.0	2.0	3.0	1.0	▲ 2.0
やや良くなっている	23.0	26.0	13.0	19.0	44.0	25.0
変わらない	46.0	47.0	47.0	52.0	41.0	▲ 11.0
やや悪くなっている	26.0	21.0	35.0	22.0	13.0	▲ 9.0
悪くなっている	4.0	4.0	3.0	4.0	1.0	▲ 3.0

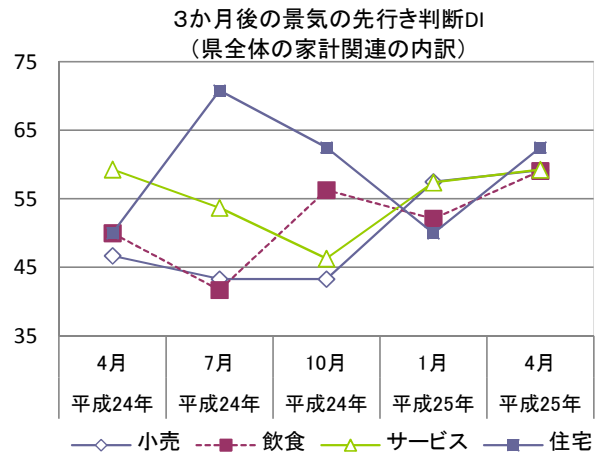
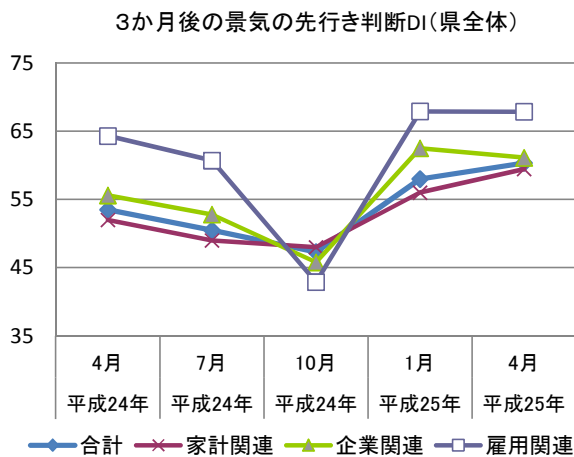


(2) 3か月後の景気の先行き判断

① D I

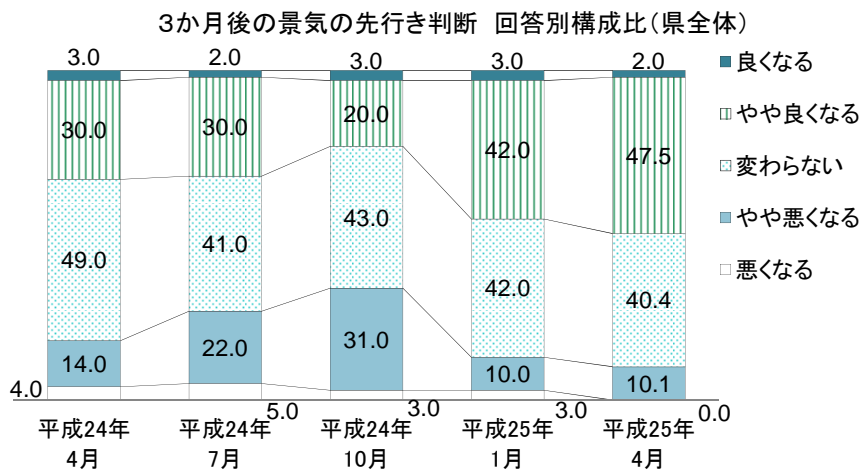
n = 99

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>53.5</b>	<b>50.5</b>	<b>47.3</b>	<b>58.0</b>	<b>60.4</b>	2.4
家計関連	52.0	49.0	48.0	56.0	59.5	3.5
小売	46.7	43.3	43.3	57.5	59.2	1.7
飲食	50.0	41.7	56.3	52.1	59.1	7.0
サービス	59.3	53.7	46.3	57.4	59.3	1.9
住宅	50.0	70.8	62.5	50.0	62.5	12.5
企業関連	55.6	52.8	45.8	62.5	61.1	▲ 1.4
雇用関連	64.3	60.7	42.9	67.9	67.9	0.0



② 回答別構成比 (%)

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
良くなる	3.0	2.0	3.0	3.0	2.0	▲ 1.0
やや良くなる	30.0	30.0	20.0	42.0	47.5	5.5
変わらない	49.0	41.0	43.0	42.0	40.4	▲ 1.6
やや悪くなる	14.0	22.0	31.0	10.0	10.1	0.1
悪くなる	4.0	5.0	3.0	3.0	0.0	▲ 3.0



### 3. 地区別の動向

#### (1) 3か月前と比べた景気の現状判断

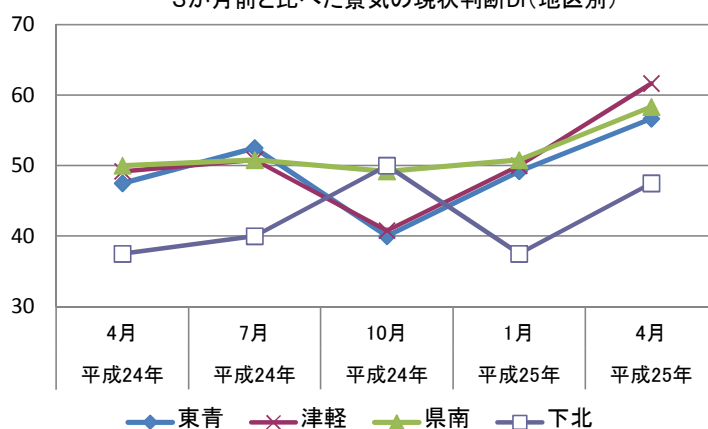
<地区別>

①DI

n = 100

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>47.8</b>	<b>50.3</b>	<b>44.0</b>	<b>48.8</b>	<b>57.8</b>	9.0
東青	47.5	52.5	40.0	49.2	56.7	7.5
津軽	49.2	50.8	40.8	50.0	61.7	11.7
県南	50.0	50.8	49.2	50.8	58.3	7.5
下北	37.5	40.0	50.0	37.5	47.5	10.0

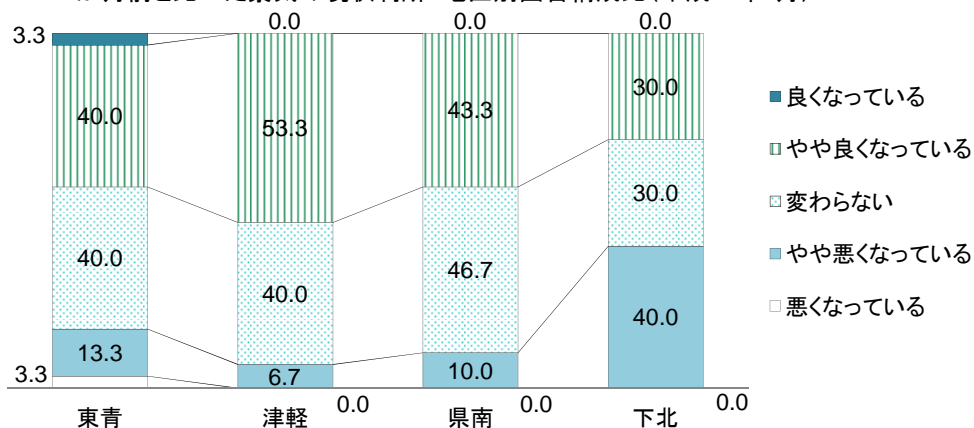
3か月前と比べた景気の現状判断DI(地区別)



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	40.0	53.3	43.3	30.0
変わらない	40.0	40.0	46.7	30.0
やや悪くなっている	13.3	6.7	10.0	40.0
悪くなっている	3.3	0.0	0.0	0.0

3か月前と比べた景気の現状判断 地区別回答構成比(平成25年4月)



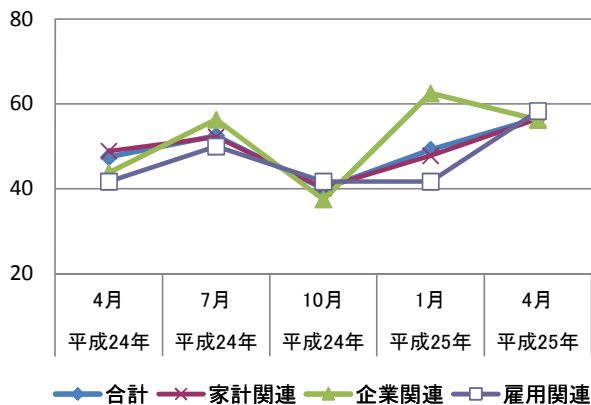
<東青地区>

①DI

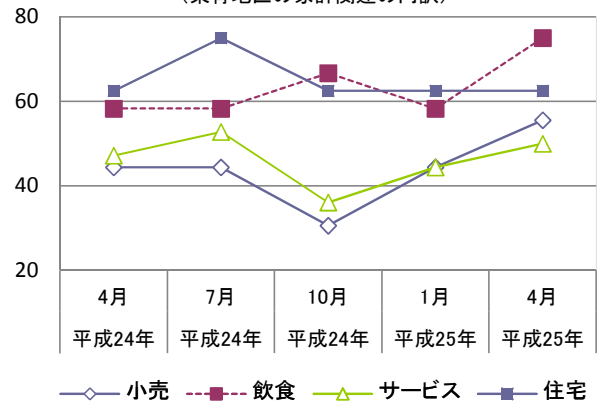
n= 30

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>47.5</b>	<b>52.5</b>	<b>40.0</b>	<b>49.2</b>	<b>56.7</b>	7.5
家計関連	48.9	52.2	40.2	47.8	56.5	8.7
小売	44.4	44.4	30.6	44.4	55.6	11.2
飲食	58.3	58.3	66.7	58.3	75.0	16.7
サービス	47.2	52.8	36.1	44.4	50.0	5.6
住宅	62.5	75.0	62.5	62.5	62.5	0.0
企業関連	43.8	56.3	37.5	62.5	56.3	▲ 6.2
雇用関連	41.7	50.0	41.7	41.7	58.3	16.6

3か月前と比べた景気の現状判断DI(東青地区)



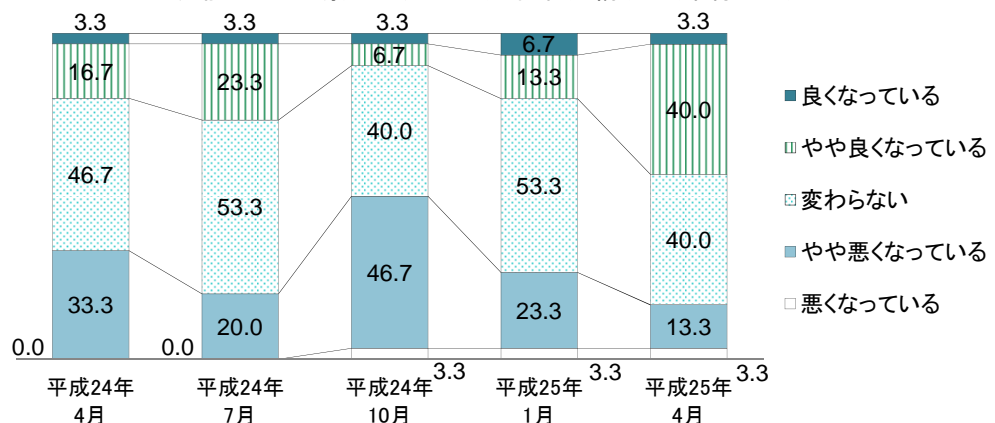
3か月前と比べた景気の現状判断DI  
(東青地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
良くなっている	3.3	3.3	3.3	6.7	3.3	▲ 3.4
やや良くなっている	16.7	23.3	6.7	13.3	40.0	26.7
変わらない	46.7	53.3	40.0	53.3	40.0	▲ 13.3
やや悪くなっている	33.3	20.0	46.7	23.3	13.3	▲ 10.0
悪くなっている	0.0	0.0	3.3	3.3	3.3	0.0

3か月前と比べた景気の現状判断 回答別構成比(東青地区)



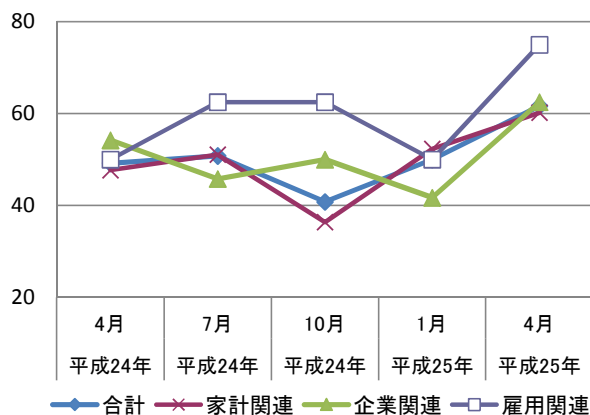
< 津軽地区 >

① D I

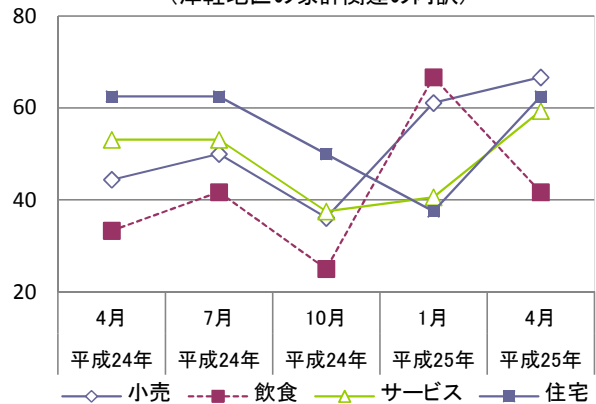
n = 30

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>49.2</b>	<b>50.8</b>	<b>40.8</b>	<b>50.0</b>	<b>61.7</b>	11.7
家計関連	47.7	51.1	36.4	52.3	60.2	7.9
小売	44.4	50.0	36.1	61.1	66.7	5.6
飲食	33.3	41.7	25.0	66.7	41.7	▲ 25.0
サービス	53.1	53.1	37.5	40.6	59.4	18.8
住宅	62.5	62.5	50.0	37.5	62.5	25.0
企業関連	54.2	45.8	50.0	41.7	62.5	20.8
雇用関連	50.0	62.5	62.5	50.0	75.0	25.0

3か月前と比べた景気の現状判断DI(津軽地区)



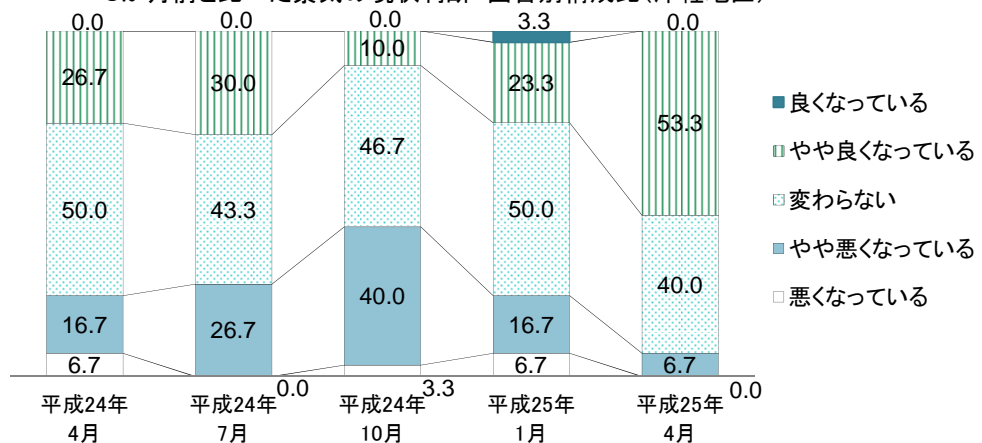
3か月前と比べた景気の現状判断DI  
(津軽地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0	▲ 3.3
やや良くなっている	26.7	30.0	10.0	23.3	53.3	30.0
変わらない	50.0	43.3	46.7	50.0	40.0	▲ 10.0
やや悪くなっている	16.7	26.7	40.0	16.7	6.7	▲ 10.0
悪くなっている	6.7	0.0	3.3	6.7	0.0	▲ 6.7

3か月前と比べた景気の現状判断 回答別構成比(津軽地区)





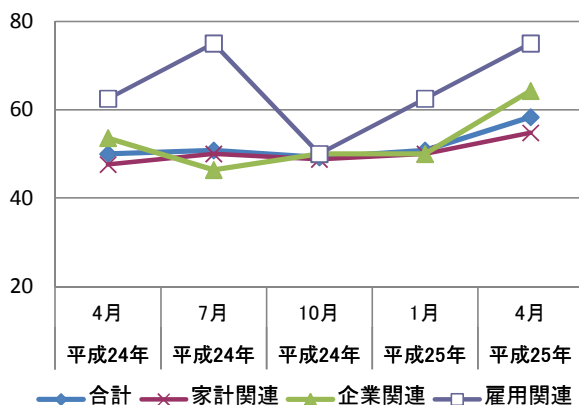
< 県南地区 >

① D I

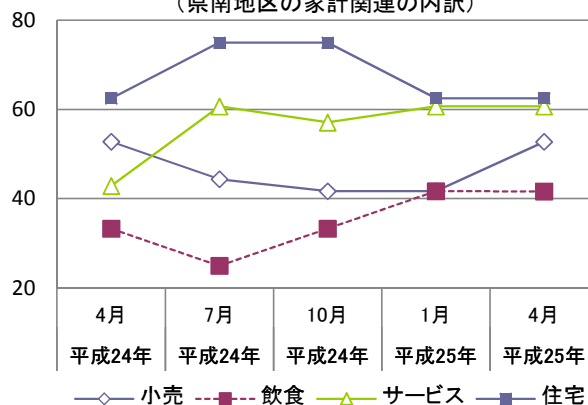
n = 30

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>50.0</b>	<b>50.8</b>	<b>49.2</b>	<b>50.8</b>	<b>58.3</b>	7.5
家計関連	47.6	50.0	48.8	50.0	54.8	4.8
小売	52.8	44.4	41.7	41.7	52.8	11.1
飲食	33.3	25.0	33.3	41.7	41.7	0.0
サービス	42.9	60.7	57.1	60.7	60.7	0.0
住宅	62.5	75.0	75.0	62.5	62.5	0.0
企業関連	53.6	46.4	50.0	50.0	64.3	14.3
雇用関連	62.5	75.0	50.0	62.5	75.0	12.5

3か月前と比べた景気の現状判断DI(県南地区)



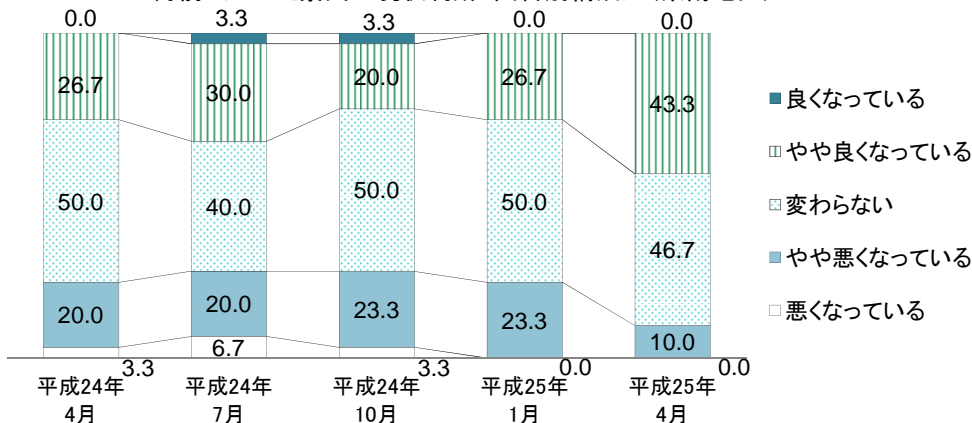
3か月前と比べた景気の現状判断DI  
(県南地区の家計関連の内訳)



② 回答別構成比 (%)

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	3.3	3.3	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	26.7	30.0	20.0	26.7	43.3	16.6
変わらない	50.0	40.0	50.0	50.0	46.7	▲ 3.3
やや悪くなっている	20.0	20.0	23.3	23.3	10.0	▲ 13.3
悪くなっている	3.3	6.7	3.3	0.0	0.0	0.0

3か月前と比べた景気の現状判断 回答別構成比(県南地区)



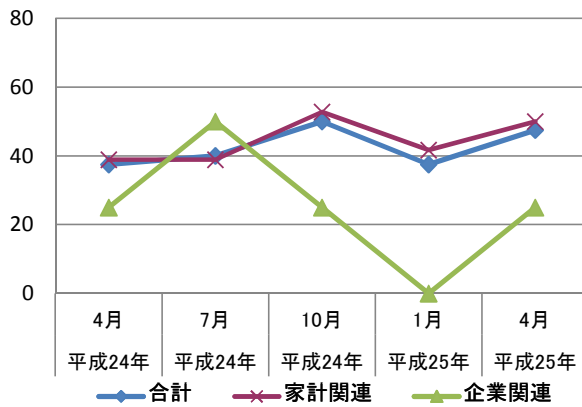
<下北地区> (参考)

①DI

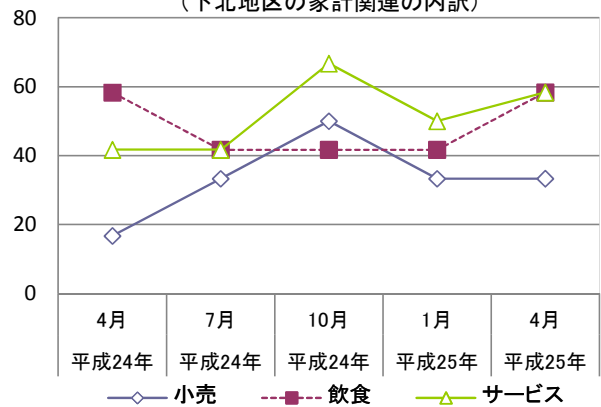
n= 10

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>37.5</b>	<b>40.0</b>	<b>50.0</b>	<b>37.5</b>	<b>47.5</b>	10.0
家計関連	38.9	38.9	52.8	41.7	50.0	8.3
小売	16.7	33.3	50.0	33.3	33.3	0.0
飲食	58.3	41.7	41.7	41.7	58.3	16.6
サービス	41.7	41.7	66.7	50.0	58.3	8.3
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	25.0	50.0	25.0	0.0	25.0	25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

3か月前と比べた景気の現状判断DI(下北地区)



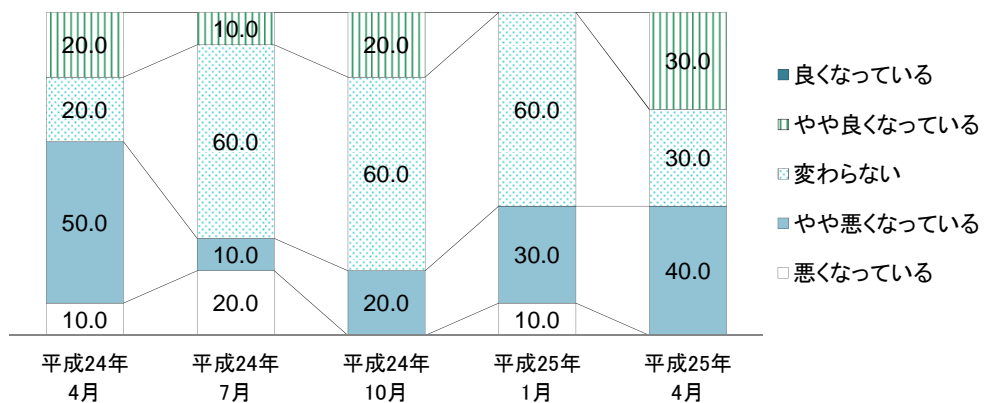
3か月前と比べた景気の現状判断DI  
(下北地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	20.0	10.0	20.0	0.0	30.0	30.0
変わらない	20.0	60.0	60.0	60.0	30.0	▲ 30.0
やや悪くなっている	50.0	10.0	20.0	30.0	40.0	10.0
悪くなっている	10.0	20.0	0.0	10.0	0.0	▲ 10.0

3か月前と比べた景気の現状判断 回答別構成比(下北地区)



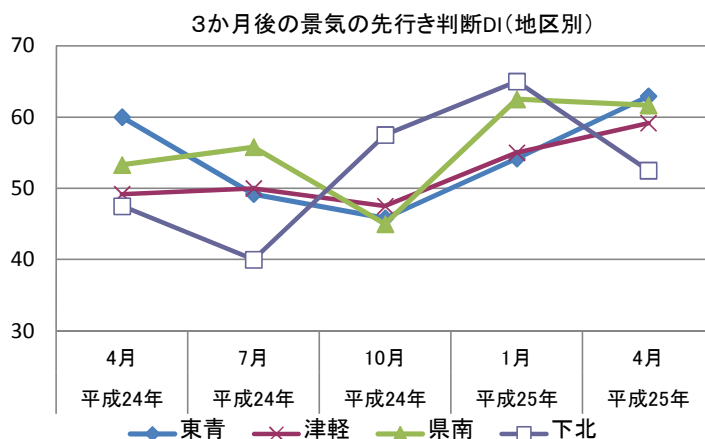
(2) 3か月後の景気の先行き判断

<地区別>

① D I

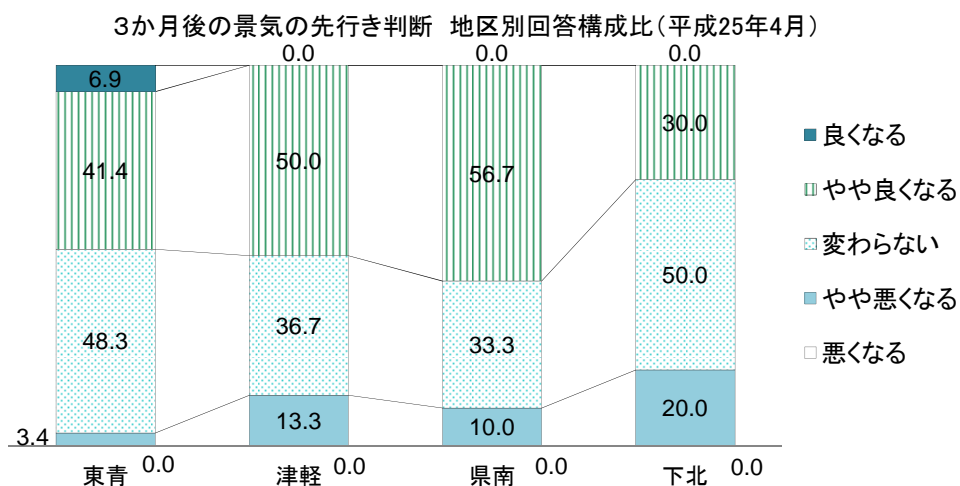
n = 99

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>53.5</b>	<b>50.5</b>	<b>47.3</b>	<b>58.0</b>	<b>60.4</b>	2.4
東青	60.0	49.2	45.8	54.2	62.9	8.7
津軽	49.2	50.0	47.5	55.0	59.2	4.2
県南	53.3	55.8	45.0	62.5	61.7	▲ 0.8
下北	47.5	40.0	57.5	65.0	52.5	▲ 12.5



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北
良くなる	6.9	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	41.4	50.0	56.7	30.0
変わらない	48.3	36.7	33.3	50.0
やや悪くなる	3.4	13.3	10.0	20.0
悪くなる	0.0	0.0	0.0	0.0



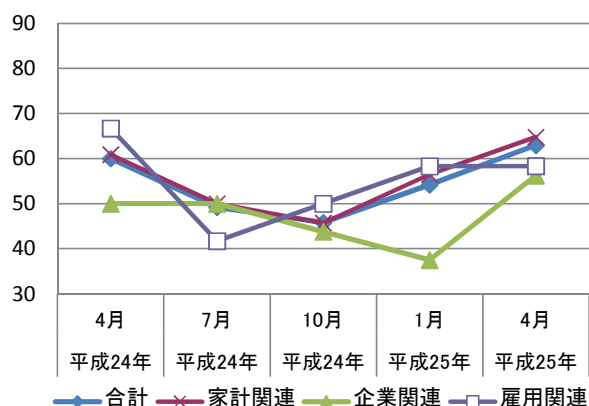
<東青地区>

①DI

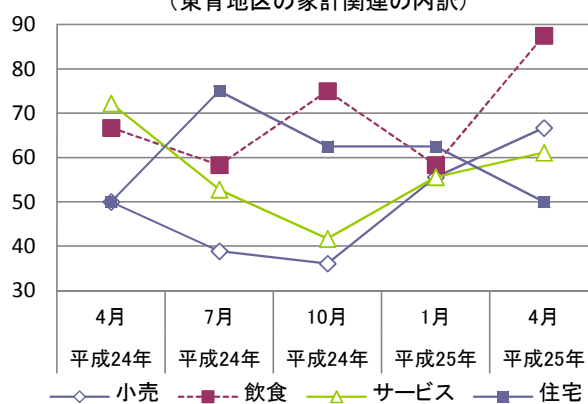
n = 29

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>60.0</b>	<b>49.2</b>	<b>45.8</b>	<b>54.2</b>	<b>62.9</b>	8.7
家計関連	60.9	50.0	45.7	56.5	64.8	8.3
小売	50.0	38.9	36.1	55.6	66.7	11.1
飲食	66.7	58.3	75.0	58.3	87.5	29.2
サービス	72.2	52.8	41.7	55.6	61.1	5.5
住宅	50.0	75.0	62.5	62.5	50.0	▲ 12.5
企業関連	50.0	50.0	43.8	37.5	56.3	18.8
雇用関連	66.7	41.7	50.0	58.3	58.3	0.0

3か月後の景気の先行き判断DI(東青地区)



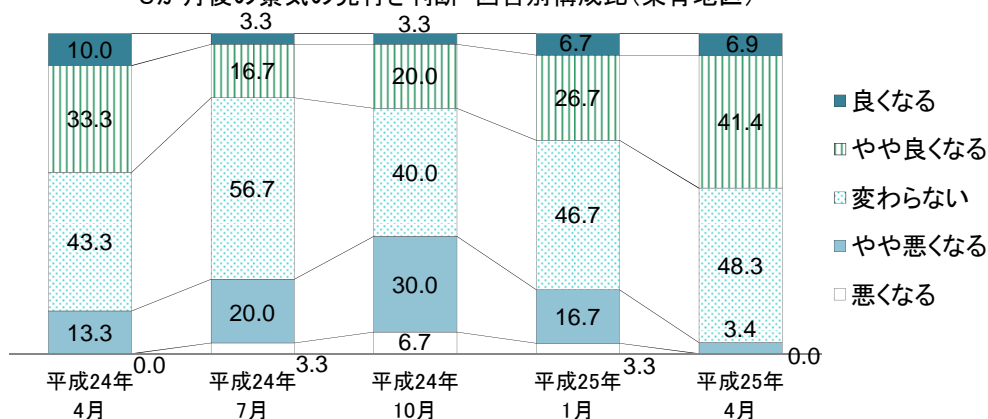
3か月後の景気の先行き判断DI  
(東青地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
良くなる	10.0	3.3	3.3	6.7	6.9	0.2
やや良くなる	33.3	16.7	20.0	26.7	41.4	14.7
変わらない	43.3	56.7	40.0	46.7	48.3	1.6
やや悪くなる	13.3	20.0	30.0	16.7	3.4	▲ 13.3
悪くなる	0.0	3.3	6.7	3.3	0.0	▲ 3.3

3か月後の景気の先行き判断 回答別構成比(東青地区)



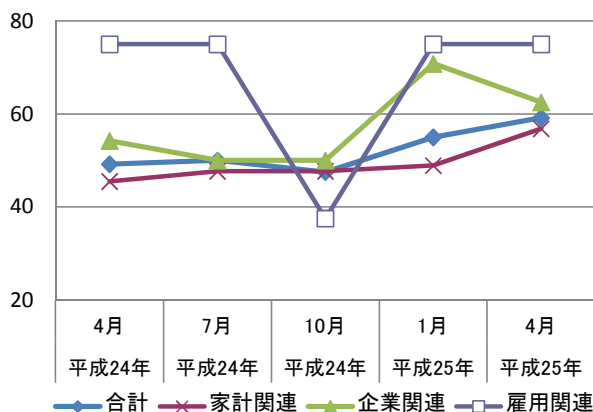
<津軽地区>

①DI

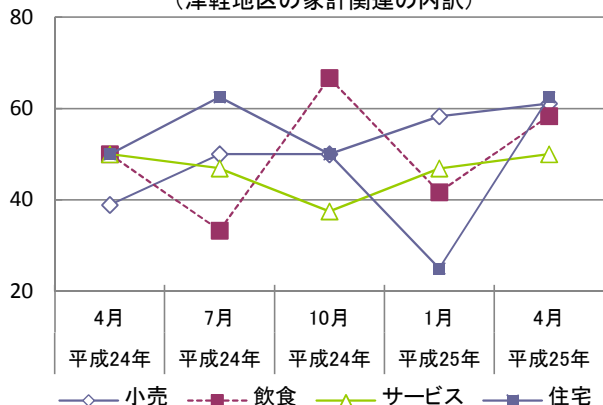
n=30

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>49.2</b>	<b>50.0</b>	<b>47.5</b>	<b>55.0</b>	<b>59.2</b>	4.2
家計関連	45.5	47.7	47.7	48.9	56.8	7.9
小売	38.9	50.0	50.0	58.3	61.1	2.8
飲食	50.0	33.3	66.7	41.7	58.3	16.6
サービス	50.0	46.9	37.5	46.9	50.0	3.1
住宅	50.0	62.5	50.0	25.0	62.5	37.5
企業関連	54.2	50.0	50.0	70.8	62.5	▲ 8.3
雇用関連	75.0	75.0	37.5	75.0	75.0	0.0

3か月後の景気の先行き判断DI(津軽地区)



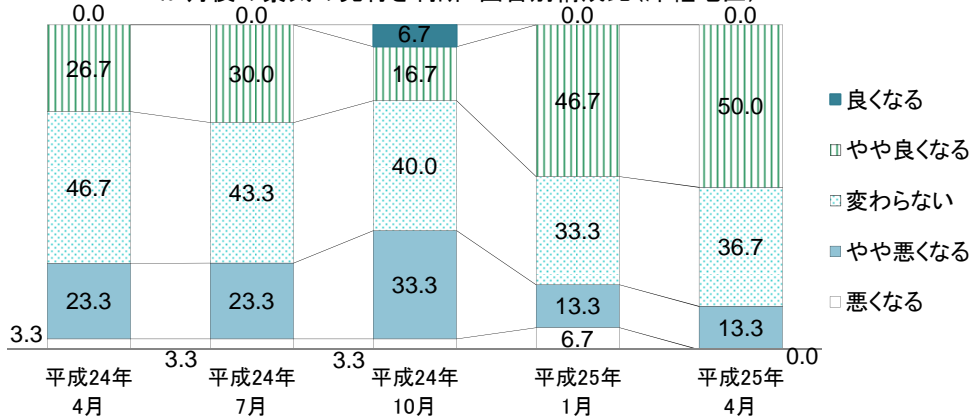
3か月後の景気の先行き判断DI  
(津軽地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
良くなる	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	26.7	30.0	16.7	46.7	50.0	3.3
変わらない	46.7	43.3	40.0	33.3	36.7	3.4
やや悪くなる	23.3	23.3	33.3	13.3	13.3	0.0
悪くなる	3.3	3.3	3.3	6.7	0.0	▲ 6.7

3か月後の景気の先行き判断 回答別構成比(津軽地区)



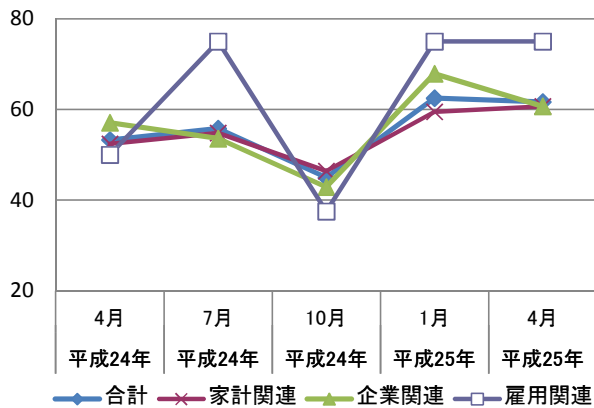
< 県南地区 >

① D I

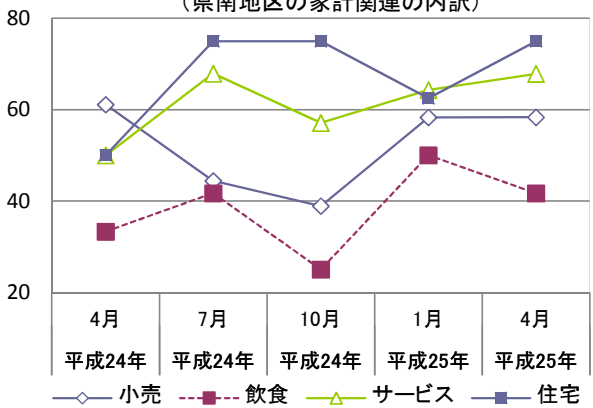
n = 30

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>53.3</b>	<b>55.8</b>	<b>45.0</b>	<b>62.5</b>	<b>61.7</b>	<b>▲ 0.8</b>
家計関連	52.4	54.8	46.4	59.5	60.7	1.2
小売	61.1	44.4	38.9	58.3	58.3	0.0
飲食	33.3	41.7	25.0	50.0	41.7	▲ 8.3
サービス	50.0	67.9	57.1	64.3	67.9	3.6
住宅	50.0	75.0	75.0	62.5	75.0	12.5
企業関連	57.1	53.6	42.9	67.9	60.7	▲ 7.2
雇用関連	50.0	75.0	37.5	75.0	75.0	0.0

3か月後の景気の先行き判断DI(県南地区)



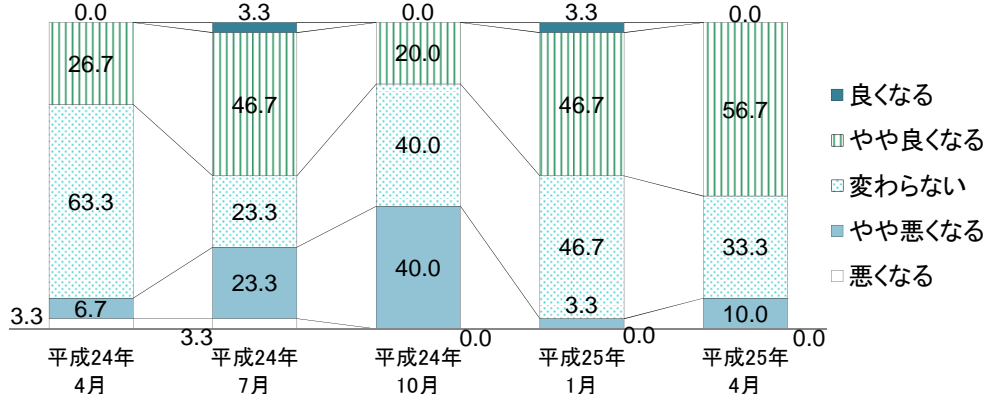
3か月後の景気の先行き判断DI  
(県南地区の家計関連の内訳)



② 回答別構成比 (%)

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
良くなる	0.0	3.3	0.0	3.3	0.0	▲ 3.3
やや良くなる	26.7	46.7	20.0	46.7	56.7	10.0
変わらない	63.3	23.3	40.0	46.7	33.3	▲ 13.4
やや悪くなる	6.7	23.3	40.0	3.3	10.0	6.7
悪くなる	3.3	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0

3か月後の景気の先行き判断 回答別構成比(県南地区)



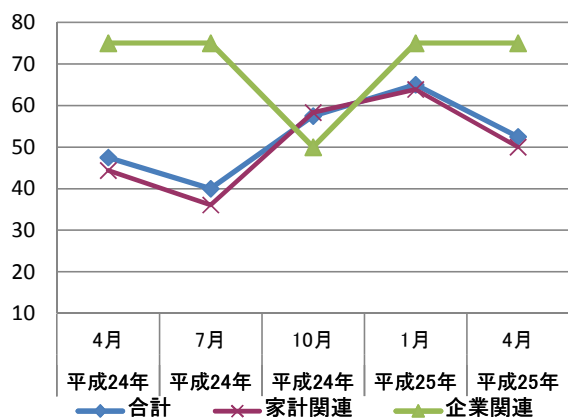
<下北地区> (参考)

① D I

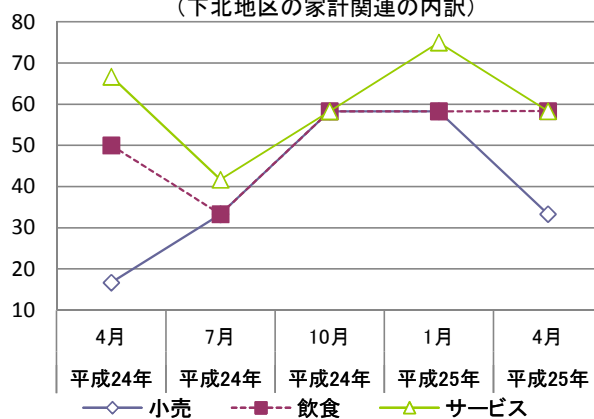
n = 10

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>47.5</b>	<b>40.0</b>	<b>57.5</b>	<b>65.0</b>	<b>52.5</b>	<b>▲ 12.5</b>
家計関連	44.4	36.1	58.3	63.9	50.0	▲ 13.9
小売	16.7	33.3	58.3	58.3	33.3	▲ 25.0
飲食	50.0	33.3	58.3	58.3	58.3	0.0
サービス	66.7	41.7	58.3	75.0	58.3	▲ 16.7
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	75.0	75.0	50.0	75.0	75.0	0.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

3か月後の景気の先行き判断DI(下北地区)



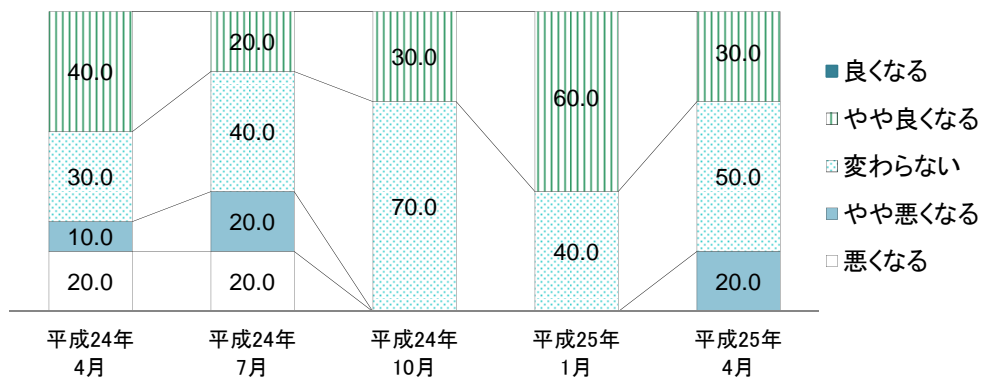
3か月後の景気の先行き判断DI  
(下北地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
良くなる	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	40.0	20.0	30.0	60.0	30.0	▲ 30.0
変わらない	30.0	40.0	70.0	40.0	50.0	10.0
やや悪くなる	10.0	20.0	0.0	0.0	20.0	20.0
悪くなる	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0

3か月後の景気の先行き判断 回答別構成比(下北地区)



## 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	いろいろな手段により宣伝を冬期間に行ったこともあり、その成果なのか寒さも和らぎ人出も上々。予約以外のお客さんも気軽に来店される。いつもの年より平日も人出が落ちないように感じます。
やや良くなっている	家計	東青	旅行代理店	ゴールデンウィークの旅行商品の予約が伸びているため（昨年以上）。
			住宅建設販売	消費税増税前の駆け込み需要の反応が高い。
			観光名所等	冬が終わり、春に向けて購買意欲も上がり、良くなっていると思う。
			卸売業	3ヶ月前は冬季真っ只中で、特に日中の雪も多かったため、買物客の購買欲も薄く、スーパーマーケット、コンビニ、小売店の売上が1月～2月かなり減少していた。
			衣料専門店	政権が交代し期待感からお客様の雰囲気違います。実質の収入まではまだなのでしょうが、景気の「気」はいいようです。
			レストラン	移動の時期なので、それなりに動いています。これからは暖かくなると、それなりの売上はあるのではないかと、そうあってほしい。
			パチンコ	若干ではあるが、来店客数が増えている。
			スーパー	アベノミクスの効果で景気は上昇傾向にある。買上点数、客数ともに前年を上回っている。
			コンビニ	売上、客数ともに上向いてきた。
	津軽	旅行代理店	春到来と、国の方針。	
		百貨店	徐々にではあるが、春の訪れと共にお客様の来店数や購買意欲が高まってきているように感じている。	
		美容院	優先順位でお金を使ってらっしゃるので、使っていただいているんだと思われます。	
		都市型ホテル	全体として横ばい感があるが、期待を込めて。	
		乗用車販売	直近3ヶ月の販売台数など、やや上向いているように感じる。	
		商店街	政権交代後、最近になって商店街来客数が多少ではあるが上向き傾向の兆しが見受けられ、特に3月の大型店売上が向上したことによる。	
		住宅建設販売	雪国特有の季節的要因が大きいと思う。	
		観光型ホテル・旅館	4月14日現在、4月の予約が昨年4月実績数と比較して、96名増になっていることから。	
		家電量販店	景気回復の期待感から。	
		一般小売店	1、2月は雪のせいもあり、低調でしたが、3月の伸びが良かった。	
県南	衣料専門店	アベノミクス。リンゴ農家は去年今年にかけて所得が多い。		
	旅行代理店	株価上昇で世間の雰囲気がよい。		



現状	分野	地区	業種	理由	
やや良くなっている	家計	県南	百貨店	売上状況については前年近くまで上がってきている。客数については競合店対応もあり伸び悩んでいるが、客単価が上がってきている点を考え、購買意欲が出てきていると考える。	
			美容院	「アベノミクス」の言葉が少しずつ心理にこたえてくると思われる。店販品などが回復してきた。	
			住宅建設販売	消費税増税前にお客様が若干動き出した。	
			観光名所等	売上はあまり変わりませんが、客数が増加してきています。ゴールデンウィークに期待しています。	
			観光型ホテル・旅館	冬の暇な時期が過ぎ、春からの集客に期待している。	
			一般小売店	日本を代表する家電メーカーは大幅なリストラ計画等、暗い話題が多いが、東北が生産拠点となるトヨタのアクアはそれを上回るほど好調だ。	
		下北	都市型ホテル	歓送迎会の時期だったが、昨年より街に出ている人数が多いような気がする。	
			一般飲食店	いくらお客様の出入りが当店は良くなって来たなと思っっているが、外の職種の人達は変わらないと言っている。明日のことなど分からない。	
			レストラン	お客様の来店回数が少し上がっている。	
	企業	東青	食料品製造	各業界とも現状打破に向け異業種とのコラボによる商品開発や販売行動を積極的に行い、消費者動向を刺激してきている様子が窺われます。	
			津軽	食料品製造	春になって物が動いている。
				広告・デザイン	見積り依頼件数等が増加している。
				経営コンサルタント	全体的にみて、中央への出荷が農作物など前年に比べて数量的に増えている。
		県南	電気機械製造	新規引き合いが増えている。（ただし、今までとは違う業界。世間の事業シフト、事業環境の変化を感じます。）	
			紙・パルプ製造	輸出企業の採算改善、年収アップをする企業など景気が上向き動きがいろいろ聞かれるようになった。	
建設			補正予算の執行による工事発注はまだないものの、震災復興がらみで県外での受注を積極的に行っている同業もあり、また、消費税増税前の駆け込みかどうかは分からないが、民間設備投資が多くなっている印象がある。		
経営コンサルタント			株高や円安の進行で明るい兆しが見えてきて、雰囲気は少し変わってきているように感じられるため。		
雇用		東青	人材派遣	短期的な契約が増えてきており、途中（契約）での条件変更等も出ている。ただし、問い合わせや新規計画の話は増えている。	
			津軽	新聞社求人広告	求人広告が出てきた。
	県南	人材派遣	求人が増加傾向にある点。		
		新聞社求人広告	アベノミクス効果か分からないが、前に比べると「景気が悪い」という人が少なくなってきた気がする。		
変わらない	家計	東青	百貨店	特に高額品が好調といった事例も見られず、灯油、ガソリン代の上昇も生活に影響があると思われるため。	
			設計事務所	年度内の仕事に追われたが、それ以外の仕事の動きは鈍かった。	

現状	分野	地区	業種	理由	
変わらない	家計	東青	乗用車販売	景気は良くなると思うが、今現在は変わらないと思う。	
			商店街	アベノミクス効果で、株高など景気の上昇ムードがあるものの、首都圏とは違い地方景気にはなかなか反映するのには時間を要するのではないかと。	
			家電量販店	カテゴリーでの価格販売をみると、まだ低価格ラインの支持が高い。	
			スナック	飲食業は相変わらず大変な毎日です。私なりに努力しておりますが、見当が付きません。今年に入り、知人、友人が閉店しております。頑張るしかないです。	
				ガソリンスタンド	景気が上向いているのは大都市圏だけで、そこへ地方人口が流出し、地方の景気は少しずつ下降していくと思う。
		津軽	設計事務所	アベノミクスによる株高で輸出関係の業種は良いかもしれないが、実体経済がついてゆくの不安。	
			観光名所等	大雪、雪害、役所等の給与値下げ、人口減少、諸物価値上げ、買物難民増加。	
			卸売業	中小企業においては、所得向上などまだまだ目に見えるものではなく、大手と違い温度差があると思う。	
			パチンコ	売上、客の動向調査でも変化はない。	
			タクシー	給料は変わらなくても、ガソリン代等物価上昇の傾向にあるので、節約の傾向にある。	
			スナック	アベノミクス効果が感じられない。何年後？	
			コンビニ	特徴的な変化が見られないこと。	
		県南	設計事務所	アベノミクスがまだこちらまで浸透してこない。	
			家電量販店	特別に伸びている、落ちているといった極端な動きが感じられないため、横ばいといった感じがします。	
			一般飲食店	景気は政府は良いと言っているが、円安での恩恵は一部の大企業だけで、中小企業、ローカルでは逆に輸入物価上昇で生活が苦しいのが現状。	
			衣料専門店	変わらず良くないです。お客様の財布のヒモは固く、厳しいです。	
			レストラン	アベノミクスがこれからどうなるのか、お客さんが様子を見ている様に感じる。	
			パチンコ	仕事上もお客様の様子からも、これといって変わったことはない。	
			スーパー	客単価、買上点数は前年並み。	
			コンビニ	客数、客単価ともに減。	
			ガソリンスタンド	夜の街に人出が少ない。	
	下北	タクシー	多少期待はあったが、この3ヶ月ほとんど変化がない。逆に下降気味な気がする。		
		コンビニ	春への期待感です。公共事業を待っています。		
		ガソリンスタンド	アベノミクスで景気が良くなる機運になっているが、実際円安で石油の価格が上昇し、家計や会社の経費を圧迫している。		

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	企業	東青	広告・デザイン	安倍政権の経済政策の影響がまだ地方まで及んでいない。ただし、期待感はある。
			建設	特に実感する変化はない。しかし、「何となく明るい雰囲気」は感じる。
			経営コンサルタント	建設工事、資材関係は震災需要が一段落したとみられること。大雪の影響で除雪の需要があった反面、運送貨物の減少があった模様。
		津軽	電気機械製造	国内大手電機メーカーが海外勢に押されて回復の兆しが見られないため、弊社の受注も増えていない。
			飲料品製造	報道などで、株価や円についてだけ見ると全国的に景気上昇しているようだが、地方での景気については比較的な上昇とはいえない。ガソリンや灯油の価格が高いことや野菜などの価格も高い状態であり、消費者の負担が大きい要因がある。
			食料品製造	良くなって欲しいという願望が先行しているが、実態の景気はデフレ基調から抜け出せていない。
		県南	広告・デザイン	良くない意味で変わらないということ。
			飲料品製造	中央では新政権で盛り上がっているが、まだ市場に影響は出ず、また消費税アップなども関係しているのか、消費が抑えられている気がする。
			雇用	東青
	やや悪くなっている	家計	東青	美容院
都市型ホテル				冬季間（閑散期）の悪い状況が続いている感がある。
観光型ホテル・旅館				周辺エリアに比べ、青森市の発信が弱い。
タクシー				今年の大雪で出費が多くなったので、生活を切り詰めている様子。
津軽		一般飲食店	今年雪が多く、まだ雪が残っている所もあります。客数も減少、春もう少し、営業にも大変支障がありました。	
			ガソリンスタンド	円安の影響で油、食料品等の消費者物価が上がり、家計、企業経費にしわ寄せが来る。
		県南	卸売業	来店頻度、客単価が低迷。
タクシー			年度末で仕事が終わっている。街の活気が足りない。	
スナック			相変わらず暇続き。	
下北		一般小売店	テレビ、新聞等で消費税増税の報道がされる度に、お客様の購買意欲が減っていている感じがします。特にタバコが落ち込んできているように感じます。生活防衛に向いているのでは。	
			スナック	飲み屋街を歩く人々が減っていると感じます。
			スーパー	客単価、購入点数が減っていることと、遠くからの客数が減。
企業		下北	食料品製造	年明けから物が動かない。食品を扱う卸小売業者そうなのか。この業種のみがそうなのか。

(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	スーパー	今後ますますアベノミクスの効果が出てくると思われる。
			一般飲食店	時代も変わっていますが、その中でそれに対応している人はいっぱいいるし、意欲を抱いている人もたくさんいると思う（いつでもそうだけど）。そんな人が世の中を変えるから。
やや良くなる	家計	東青	衣料専門店	実質的にこの半年間の売上は好調ですし、景気の好転が企業成績にも現れていることが実感できる場面も現れてきた。青森市にも積極的な変化が欲しい。
			乗用車販売	政権が代わり、色々なものに変化が出てきている思う。（円安、株価等でやや上昇してくると思う。）
			観光名所等	GWや各イベントが増え、外出する機会がある。
			旅行代理店	複数の商品購入と高額商品の購入が少しずつながら増えてきた。
			レストラン	やはり、冬季に比べればいいのではないか。
			卸売業	円安関連で商品の値上げ問題もあるが、底は脱した感がある。
			タクシー	これから暖かい季節を迎えて、人々の流れが良くなり、観光客も多くなるので、経済効果が上がって多少は良くなる。
			コンビニ	先行きの見通しが今は明るくなったような気がする。
			パチンコ	このまま少しでも良くなって欲しいという気持ちからそう思う。
		津軽	美容院	雪がなくなったので人が来ます。
			乗用車販売	株価等の上昇など、日本全体としては上向いているように感じる。
			住宅建設販売	消費税アップ前の駆け込み需要と思われる案件が多少出てきている。
			商店街	4月の当市の桜祭りイベント効果が中央の景気回復傾向と相俟って反映され、観光客の増加による商店街への好影響が期待できる。
			衣料専門店	株価上昇、内閣も経済再生を示しているの、気分的にも上がってくる。
			旅行代理店	円安、デフレ脱却の方針が景気を刺激するのではないか。
			一般飲食店	雪解け春とともに、弘前といえば桜。公園に近く、観光客の玄関としてこれから地元の人、観光客も多く、やや多くなると思います。
			一般小売店	来店客数が増えている。来街客数も増えている。
			県南	美容院
		家電量販店		株価の上昇等、良くなっていく傾向にあると思います。また、特に悪化する要因は見当たりません。
		住宅建設販売		消費税増税前にお客様が若干動き出した。
一般小売店	消費税の増税前に大きな買い物（家→車→大型家電）を控えていた人達が動き始めると考えられる。			

先行き	分野	地区	業種	理由
やや良くなる	家計	県南	コンビニ	政策に期待が持てるのではという気持ちの変化から。
			百貨店	政権交代後の経済状況をみると、景気回復に向けた動きがみられることや、地域的に中央より時間差で波及してくるなどを考え、夏場に向けて景気が少しずつ良くなっていくと考える。
			設計事務所	7月参議院選挙までには少しは経済政策が良い方向へ行くのではと思う。
			観光型ホテル・旅館	震災の影響もない。
			観光名所等	6月末頃からサクランボができて、それから果物が次々と店に並ぶようになるので、賑わってくるはずです。
			旅行代理店	アベノミクス。
			タクシー	新しい仕事が出て、忙しくなることを期待する。
	下北	ガソリンスタンド	長い冬も終わり、震災から時間も経ち、観光客が増えることを期待して。	
		一般飲食店	お客様の出入りが多くなった気がする。	
	企業	東青	広告・デザイン	大型量販店のリニューアル、消費税増税前の高額商品の駆け込み需要等、材料が見込まれる。
			食料品製造	観光シーズン到来。人々の行動が積極的になり、消費活動も活発になるのではないのでしょうか。
		津軽	経営コンサルタント	特に弘前は、桜の時期がGWと一致しそうなので、満開が重なりと相当の人出が見込まれるため。
広告・デザイン			見積り依頼が多くなり、実質受注可能物件も増えている。今までの様な見積り倒れ物件は少なくなると思う。	
食料品製造			マスコミの影響も多々あると思う。	
電気機械製造			リーマンショックを超える不況が続いていますが、円安や回復してきた自動車産業にけん引されて回復が予想されるため。	
県南		電気機械製造	円安傾向により、今までの円高で苦しくとも頑張った苦労は報われると皆が実感又は期待しているようです。明るい話が増えている。	
		紙・パルプ製造	一部に見られる景気回復の動きが地方にも広まって来ることを期待して。	
		飲料品製造	雰囲気だけは実感がある。取引先、流通に携わる皆のなんとかしようという工夫や努力が感じられ、大きな流れになるのではないか。	
		建設	補正予算の執行、株高をはじめ、アベノミクスが实体经济へ反映されてくると思われる。	
企業		下北	食料品製造	震災後、1年目より2年目の方が景気が悪くなるとは思わなかった。3年目は回復してくれるようお願いを込めながら。
雇用		東青	新聞社求人広告	首都圏の好況が地方に波及することに期待できそう。
	津軽	新聞社求人広告	春の観光本番への期待感から。	
		人材派遣	政府が打ち出すデフレ脱却策により、株価の上昇や円安等、日本経済に明るい話題が多い。景気は心理的な要因が少なくないため、このような話題が大きくプラスに働き、景気は上昇へ向かうと思う。	
	県南	新聞社求人広告	蕪島、種差が三陸復興国立公園に指定され、機運が盛り上がり、景気が上がるだろうと思われる。	



先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	東青	住宅建設販売	消費税駆け込み効果は今後3ヶ月ほど継続すると思われる。
			都市型ホテル	予約の状況をみても伸びがない。
			家電量販店	円安からの価格変動での買い控えが増えそう（特に高額商品）。生活消耗品の利益率の低下。
			設計事務所	医療、福祉施設の増改築計画がありますが、これから発注される公共工事に期待がかかる。
			百貨店	景気が好転することが周囲に実感としてないため。
			美容院	景気の実感がまだまだ先のように思える。
			商店街	賃金の上昇が注目されていますが、厳しい経営環境を考えると、青森県においては、さほど反映されないのではないかと考えます。
	津軽		設計事務所	T P P参加には良い面と（悪い面があるが）、特に2%の物価上昇で輸入品目は下がると思うが、1次産業が多い本県は先行きは良くないのではないかと。
			家電量販店	経済・金融政策が本物になってゆくのか。
			スナック	お花見の観光客はいっぱいかと思うが、あまり影響はないと思う。
			百貨店	世の中の流れや天候に左右されての景気変動は多少あると思うが、極端には変わらないと予測。
			観光型ホテル・旅館	今後3ヶ月先の宿泊予約からは判断が難しいが、良くはならないと思う。
			パチンコ	変化する要素がない。アベノミクスはマスコミのプロパガンダだと思う。
			タクシー	給料は変わらなくても、ガソリン代等物価上昇の傾向にあるので、節約の傾向にある。
			観光名所等	大雪、雪害、役所等の給与値下げ、人口減少、諸物価値上げ、買物難民増加。
	県南		レストラン	もしかすると、やや悪くなるかも。マスコミが景気の良いところだけを報道している感じがする。
			パチンコ	中央（東京）では景気回復傾向のようであるが、地方に普及するには時間がかかると思う。八戸市でみた時、良くなる要素が見当たらない。
			衣料専門店	3ヶ月先、良くなりそうな要因がありません。
			卸売業	食用油、粉等の値上げ、電気料金等の値上げ。
			一般飲食店	これから消費税アップ等生活が苦しくなる要因が山積みで、政府の言っている様に、その気になっていられない。
			ガソリンスタンド	特に変化は見られない。
	下北		タクシー	特にこれといったものがない。下北地方はやはり原子力関係の事業が動かなければ変わりようがない。
			都市型ホテル	政治に対する期待感等はあるものの、まだ景気回復には時間がかかると思う。
			スナック	お客様との会話でも、物価も上がるし、厳しいねと言う方が多いので。
コンビニ			先が見えない。	

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	企業	東青	建設	青森市の公共事業の発注量は変化しない。
		津軽	飲料品製造	T P Pの問題での農産物（農業関係）、医療など、また、消費税の増税報道などで行き先に不安が見られるが、前述の株価や円の動向が今後地方まで影響してくることを希望もある。
		県南	広告・デザイン	お客様と話していても、厳しい状況しか出てこない。新しい仕事の発注や計画もない。皆さん現状の商売に不安を抱き、新しい方向性やビジネスを考えている様子である。
			経営コンサルタント	復興景気も建設業等、業種が限定されていて、様々な業種に短期間で波及するとは思えないため。
	雇用	東青	人材派遣	伸びる会社と減る会社が双方あり、全体としては大きく変わらないと思われる。
やや悪くなる	家計	津軽	都市型ホテル	電気料金他の値上げ、円安による物価上昇による経営圧迫。
			ガソリンスタンド	アベノミクスの好調な滑り出しで株価が上がったが、経済政策が後回しで、県内での回復の見込みはない。
			コンビニ	物価上昇の一方で、所得の向上が見込めないこと。
		県南	スーパー	人口減少に対して小売業の店舗が増えて競争が厳しくなる。食材の原価高騰が続くため、利益のコントロールも厳しくなると思われる。
			スナック	とにかく静かです。
		下北	スーパー	物価の上昇に比べて、収入増が伴わない。
	一般小売店		アベノミクスに期待していましたが、公共事業が増えた感はありません。主な産業のない下北では、まず、土建業の景気が良くなしないと、他業種にも波及してこないと思います。	
	企業	東青	経営コンサルタント	新年度入りして明るさが期待される反面、最近の円安から燃料、電気料、小麦をはじめとする食料品関係の値上げが控えており、この価格転嫁は難しいとみられ、収益に影響が出そうである。
		県南	食料品製造	円安による輸入原料・素材の高騰と電力値上げによる悪影響が国内経済の改善の妨げになる。

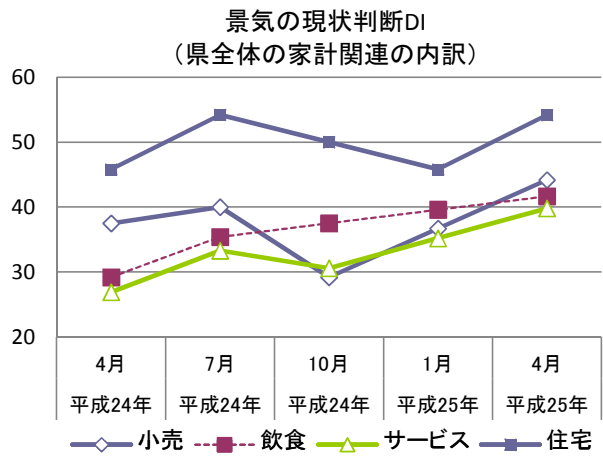
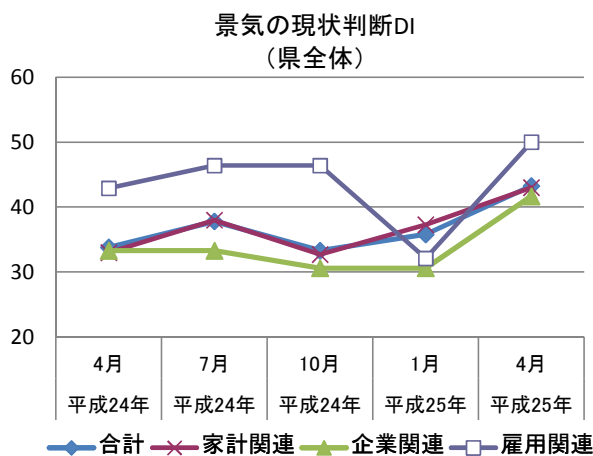
## 5. 参考

### (参考1) 景気の現状判断

#### ①DI

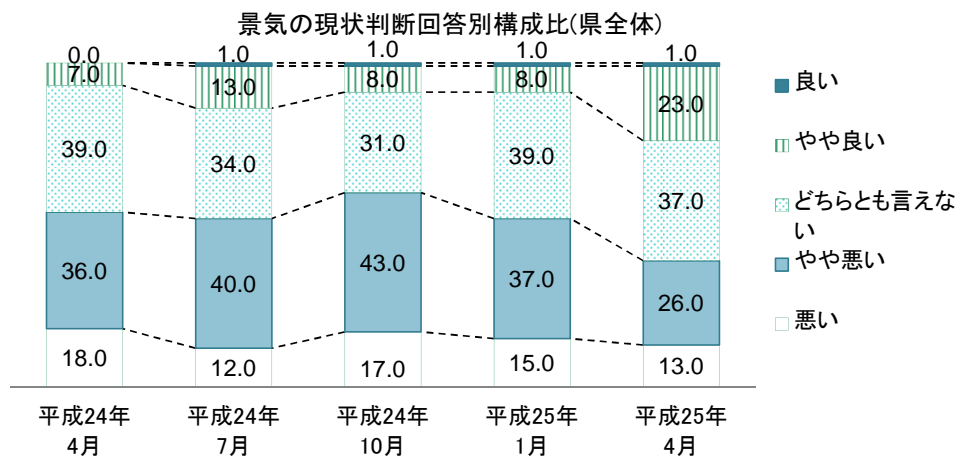
n = 100

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>33.8</b>	<b>37.8</b>	<b>33.3</b>	<b>35.8</b>	<b>43.3</b>	7.5
家計関連	33.0	38.0	32.7	37.3	43.0	5.7
小売	37.5	40.0	29.2	36.7	44.2	7.5
飲食	29.2	35.4	37.5	39.6	41.7	2.1
サービス	26.9	33.3	30.6	35.2	39.8	4.6
住宅	45.8	54.2	50.0	45.8	54.2	8.4
企業関連	33.3	33.3	30.6	30.6	41.7	11.1
雇用関連	42.9	46.4	46.4	32.1	50.0	17.9



#### ②回答別構成比 (%)

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
良い	0.0	1.0	1.0	1.0	1.0	0.0
やや良い	7.0	13.0	8.0	8.0	23.0	15.0
どちらとも言えない	39.0	34.0	31.0	39.0	37.0	▲ 2.0
やや悪い	36.0	40.0	43.0	37.0	26.0	▲ 11.0
悪い	18.0	12.0	17.0	15.0	13.0	▲ 2.0

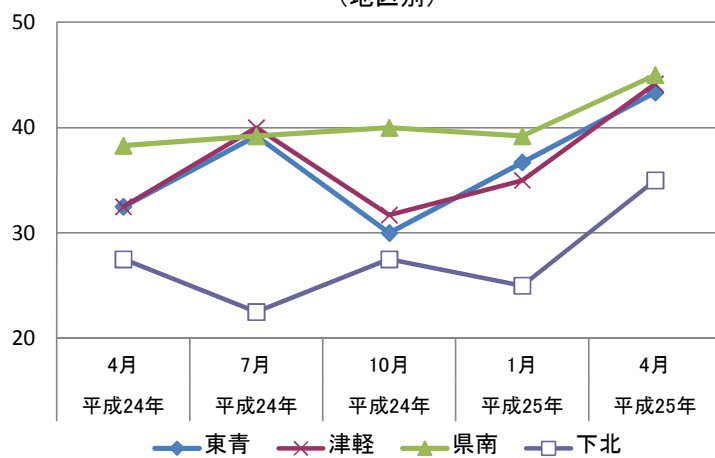




③地区別DI

	平成24年 4月	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	前期調査 との差
<b>合 計</b>	<b>33.8</b>	<b>37.8</b>	<b>33.3</b>	<b>35.8</b>	<b>43.3</b>	7.5
東青	32.5	39.2	30.0	36.7	43.3	6.6
津軽	32.5	40.0	31.7	35.0	44.2	9.2
県南	38.3	39.2	40.0	39.2	45.0	5.8
下北	27.5	22.5	27.5	25.0	35.0	10.0

景気の現状判断DI  
(地区別)



(参考2) その他自由意見

分野	地区	業種	自由意見
家計	東青	スーパー	株価上昇で消費マインドも上がってくると考えている。
		衣料専門店	中心商店街区の空洞化、空き店舗対策が叫ばれるが、当商店街は昨年から空き店舗数が減っている。衣料品店が2店舗、飲食店も2店舗できた。5月には旧映画館が新装オープン、飲食関係ではスポーツバーが開店準備中。プレイスポットが増え、わくわくしている。景気の良さが実感できている。残念なのは、数年前商店街の両入口のファーストフード店が撤退、移転したこと。
		一般飲食店	人の感性が古くなるのは仕方のないことだと思いますが、どこでもそうだと思いますが、若い人たちが周りにいて、年をとった人たちはその若い感性から学ぶこと、若い人たちは年長者からその経験を吸収することで飛躍していけると思います。とにかく、柔軟な発想をもつことで未来は確実によくなると思う。
		レストラン	子供も大学や中学進学で何かと物入りです。ここが踏ん張り時だと思うので、頑張ります。
		スナック	市長選、参議院選がありますから、人出がなくなります。それなりに賑やかになるようお願いしたいです。
		観光名所等	八甲田ゴールドライン沿いとしては、全く好景気を感じない。
		旅行代理店	個人の景気に対する会話のムードは高くなっていると感じる。反面、仕事関係の会話は相変わらず停滞気味の話題が多い状況。
		タクシー	これから先、いろんなイベント（コンサート等）が決定していて、他県の方々が来青される予想。良い傾向。
		美容院	商品の購入の時、価格を考えてから品質を考える方がまだまだ多い。
		住宅建設販売	住宅の場合、消費税増税前に間に合うのは9月頃までなので、その後が怖い。
津軽		百貨店	メディアや広報等で明るいニュース、前向きなニュースを積極的に発信して欲しい。労働する我々のモチベーションアップが良い景気の流れを創ると個人的に思います。
		一般小売店	商店街の駐車場が11:00～14:00のランチタイム無料となってから、来街客数がすごく増加している。
		一般飲食店	今、材料の値上げで市民の生活、営業に影響しています。観光客が多いので、郷土料理、おもてなしの心で頑張ります。
		レストラン	1月～3月にかけて大変な不況だった。理由が分からない。同業者も同意見。
		旅行代理店	豪雪によるりんごの枝折れ等の被害状況を注視しています。
		ガソリンスタンド	石油販売業だが、省エネ政策によりガソリン5～7%、灯油10%、昨年より減少している。業界によると、毎年この程度の減少予想であり、スタンド店舗数の減少のほか、安売り競争によって資金がないところから淘汰され、最終的には中央資本の業者しか残らないのではないかと、いわれている。
		住宅建設販売	株式市場の活性化により、直接的には利害がなくても、マスコミであまりにも報道するので、何となく自分たちも恩恵を受けているような気分になる。
県南		百貨店	八戸市の地元スーパーの一角を担っていた三光が3月27日(水)に筆頭株主のリオン・ドールコーポレーションに経営を引き継ぎ、会社清算に入る方針を明らかにした。
		スーパー	八戸市内や軽米町でのスーパー7店舗を展開する「三光ストア」が、資本提携先の「リオン・ドール」（福島県の企業）が新たに設立する「リッツコーポレーション」に経営を譲渡する。地元企業が1社なくなる状況。
		乗用車販売	これから1年ほどは消費税増税を控え、高額商品の購入を考える人が増えてくると思う。それに伴い、業種によっては駆け込み需要を期待できるかもしれない。

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	衣料専門店	中心街活性化の起爆剤としての「はっち」の波及効果が再生に至るまでいかず、国の支援制度を活用した街づくりが第2期計画に入ります。全50事業を展開する予定になっていることに少し期待をかけたと思います。
		家電量販店	特に大きな変化は感じられませんが、欲しいものにはお金を出すという方が増えてきています。メディアでの景気傾向が左右するのではないのでしょうか。
		一般小売店	NHKの新・朝ドラ「あまちゃん」は岩手県久慈市が舞台であるが、三陸鉄道の玄関となる八戸市も朝ドラ効果を少なからず期待している。
		一般飲食店	今の政府は、うわべだけの景気回復で一喜一憂している様で、小企業は、特にローカルはダウンするのみの感。もちろん自助努力は必要だが行政にも。
		レストラン	4月から仕入れが全て値上げとなった。上代（※売値）を値上げしないでやっていきたいと思っています。（飲食店は苦戦か）
		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	私はハイキングが好きなのですが、ほとんどのお店は平日が安く、私の仕事の休みの日・祭日は料金が高くなります。平日と同じ料金ならどんどん行くのになあとと思います。宿泊施設等も休日の前日は高い料金です。仕方のない事でしょうが…。
		タクシー	アベノミクスにどこまで期待できるか。もちろん期待しているけど、我々一般市民は「いつもただ頑張るだけ」と皆さん言っています。
		美容院	震災復興を願い、国立公園指定やそれに伴うイベントや行事の予告が街の活性化につながる事を願っています。
	下北	一般飲食店	これを機会に良い方向になっていってくれば良いと願っております。
企業	東青	食料品製造	大企業同士の統合が頻繁にあり、益々巨大化。一方、中小は中小同士が生き残りを掛けた競争を強いられ、企業体力を疲労させるのではないかと心配です。青森市長選挙の動向が気になります。
		建設	冷静に見ている人が多いと感じる。また、国がお金を使おうとしている時は、受け手である自治体の考え方によって効果が大きく分かれる。現状、青森市はお金を使う気はないようである。
	津軽	食料品製造	食品製造業は原材料が値上げの嵐である。製品に還元できるかが問題だ。
		飲料品製造	日本の景気が、報道関係によって都合の良い人だけのところへ操作されているような気がする。TPPについても、なぜ進めていくのか理解できないが、メディアでは進めていくのが良い方向になっているような報道をしているのが理解できない。
		電気機械製造	電機業界で売れている製品はスマートフォンしかなく、海外の大手携帯電話メーカーへ各社が低価格で部品を売り込むため、価格が下落している。
		建設	北朝鮮によるミサイル発射は何を意味するのか。もし万が一青森に落ちたらどうなるのか。うちでは「いくさが始まるのか」と聞かれる始末。不明。TPPは青森県にとって良いことなのか悪いことなのか、いまだに詳細が分からない。
		広告・デザイン	アベノミクスの恩恵か、取引業各社の営業員も最近では活気があるように思える。しかし各種原材料の高騰が少し心配。
	県南	紙・パルプ製造	電気代の値上げなど、円安による値上げだけが家計に影響して生活だけ苦しくなることのないような舵取りを政権には期待したい。
		電気機械製造	農業や飲食業、リサイクル業など、あまり儲からないとされてきた仕事で着実な成果を上げる企業が増えている。地味でまだ注目も少ないが、将来有望であり、大きな流れになることを期待している。
		広告・デザイン	震災関連の助成や金融関係が全くあてにならない。県として有望なビジネスに対して前向きな助成が必要。
雇用	東青	新聞社求人広告	県内コンベンションが多いことにより、ヒト、モノの流れが活発化している。
	津軽	人材派遣	株高、円安により周辺で投資に興味を持つ方が増えた。また、証券会社等の投資関連会社の勧誘が増えている。