

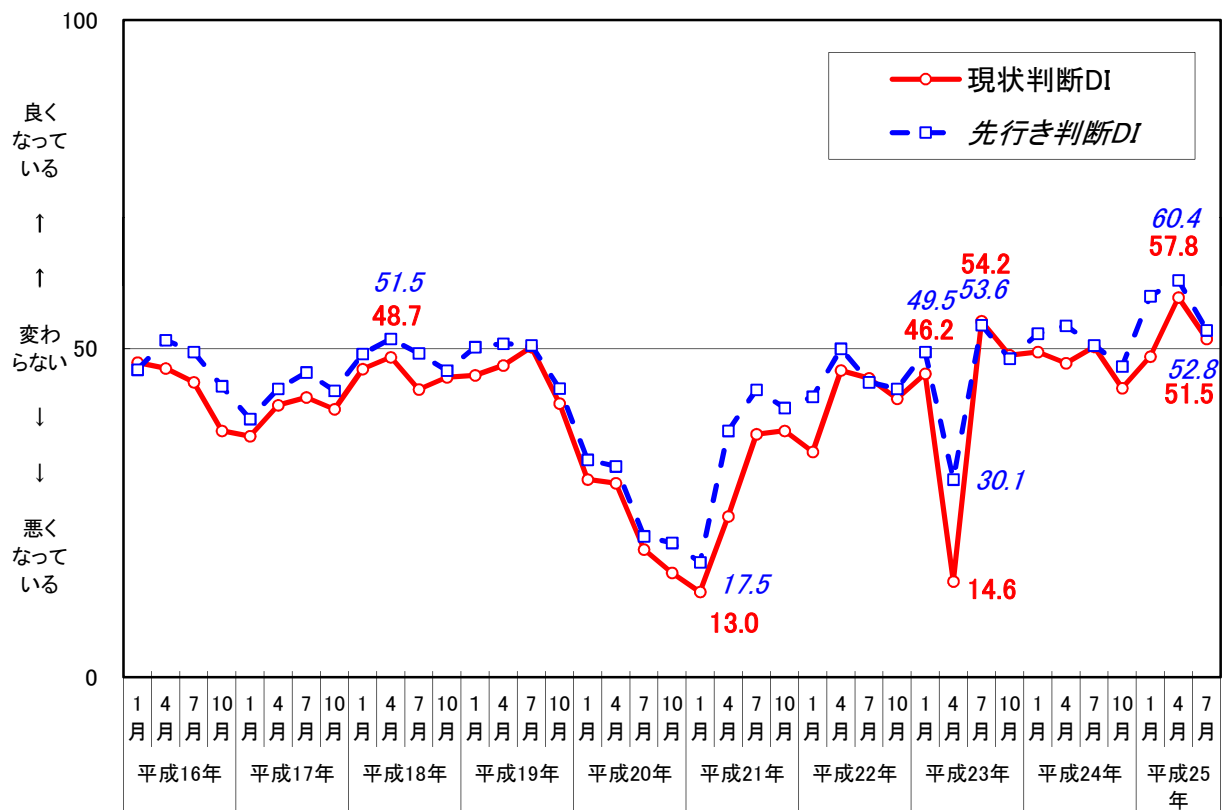
青森県景気ウォッチャー調査 (平成25年7月期)

調査期間 平成25年7月1日～7月12日 回答率100%

概況

7月期の景気の状態判断DIは51.5と、2期連続で横ばいを示す50を上回った。先行き判断DIは52.8と、3期連続で横ばいを示す50を上回った。

景気現状判断DI・先行判断DIの推移



平成25年7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18.0ポイント減少、「変わらない」12.0ポイント増加、「やや悪くなっている」が1.0ポイント増加、「悪くなっている」が4.0ポイント増加したことにより、全体では6.3ポイント減少の51.5と、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、大企業を中心とした首都圏などでの景気回復に比べて、県内にはまだ回復傾向が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、住宅関連での消費税引き上げ前の駆け込み需要のほか、個人消費の緩やかな改善などによる前年比での売上や予約の増加、客単価の向上、関与企業の業績アップなどをあげる声があった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連での住宅のみが増加した。家計関連で6.6ポイント、企業関連で1.4ポイント、雇用関連で14.3ポイント減少した。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、全地区で減少し、東青、下北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21.5ポイント減少、「変わらない」が13.6ポイント増加、「やや悪くなる」が2.9ポイント増加、「悪くなる」が4.0ポイント増加したことにより、全体では7.6ポイント減少の52.8と、景気の横ばいを示す50を3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依然として多くあったものの、夏祭りなど観光シーズンに向けての消費増加のほか、政府の経済政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、家計関連での住宅のみが増加した。家計関連で6.5ポイント減少、企業関連で9.7ポイント減少、雇用関連で14.3ポイント減少となった。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、全地区で減少したものの、3期連続で全地区で景気の横ばいを示す50を上回った。

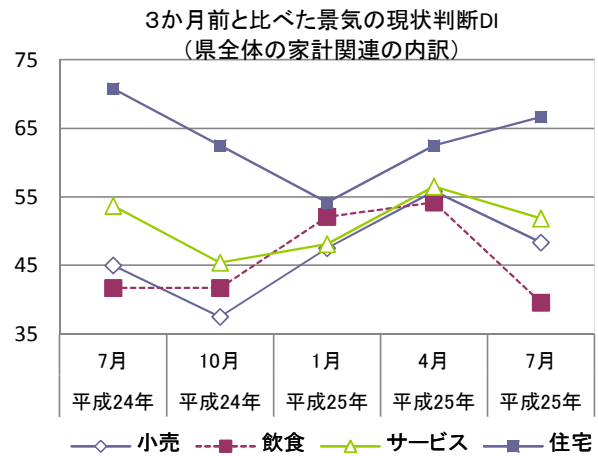
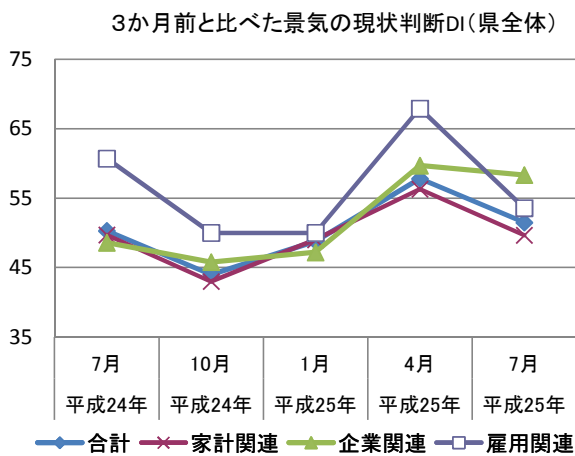
2. 県全体の動向

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

① D I

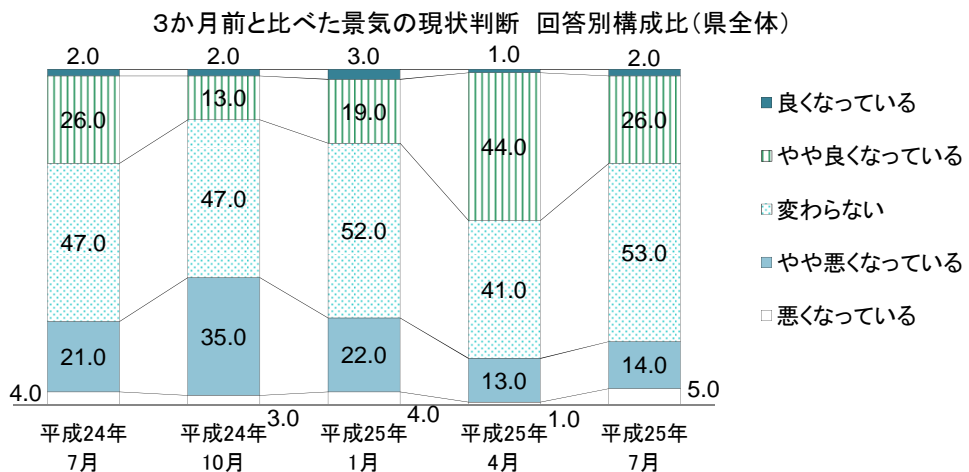
n = 100

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	50.3	44.0	48.8	57.8	51.5	▲ 6.3
家計関連	49.7	43.0	49.0	56.3	49.7	▲ 6.6
小売	45.0	37.5	47.5	55.8	48.3	▲ 7.5
飲食	41.7	41.7	52.1	54.2	39.6	▲ 14.6
サービス	53.7	45.4	48.1	56.5	51.9	▲ 4.6
住宅	70.8	62.5	54.2	62.5	66.7	4.2
企業関連	48.6	45.8	47.2	59.7	58.3	▲ 1.4
雇用関連	60.7	50.0	50.0	67.9	53.6	▲ 14.3



② 回答別構成比 (%)

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
良くなっている	2.0	2.0	3.0	1.0	2.0	1.0
やや良くなっている	26.0	13.0	19.0	44.0	26.0	▲ 18.0
変わらない	47.0	47.0	52.0	41.0	53.0	12.0
やや悪くなっている	21.0	35.0	22.0	13.0	14.0	1.0
悪くなっている	4.0	3.0	4.0	1.0	5.0	4.0

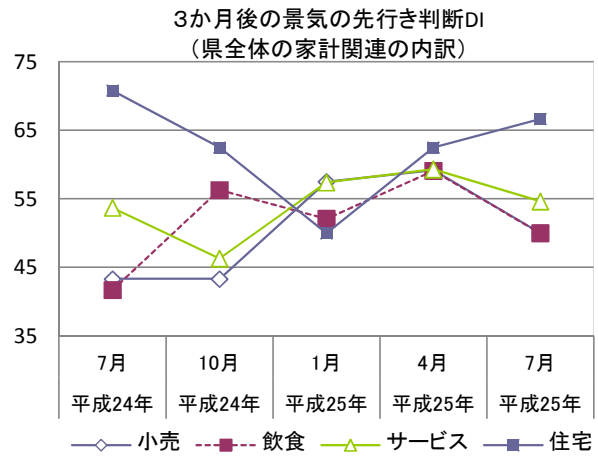
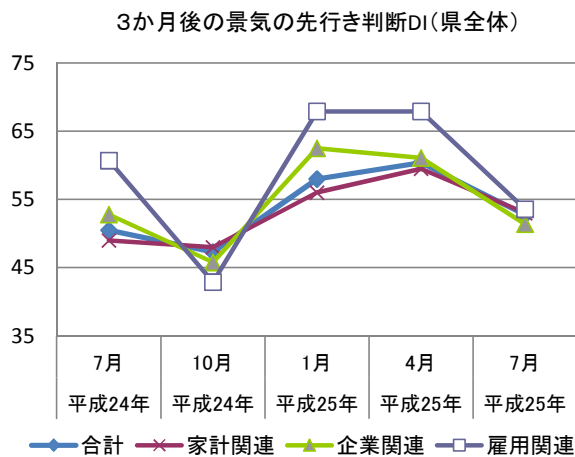


(2) 3か月後の景気の先行き判断

①DI

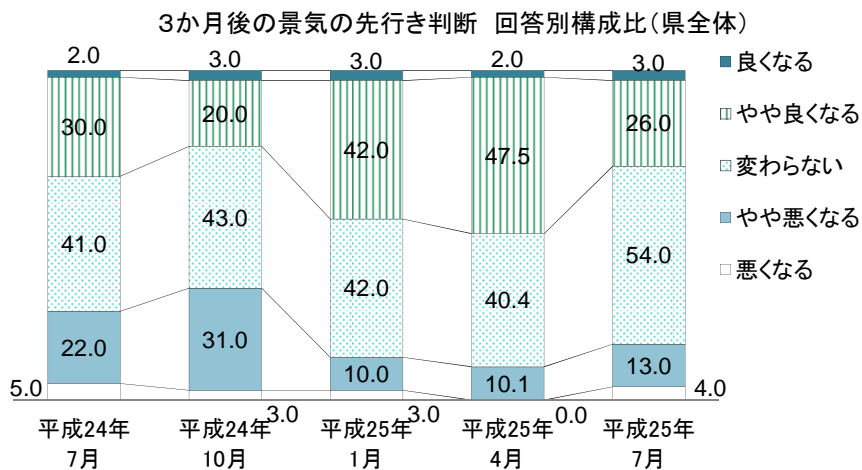
n = 100

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	50.5	47.3	58.0	60.4	52.8	▲ 7.6
家計関連	49.0	48.0	56.0	59.5	53.0	▲ 6.5
小売	43.3	43.3	57.5	59.2	50.0	▲ 9.2
飲食	41.7	56.3	52.1	59.1	50.0	▲ 9.1
サービス	53.7	46.3	57.4	59.3	54.6	▲ 4.7
住宅	70.8	62.5	50.0	62.5	66.7	4.2
企業関連	52.8	45.8	62.5	61.1	51.4	▲ 9.7
雇用関連	60.7	42.9	67.9	67.9	53.6	▲ 14.3



②回答別構成比 (%)

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
良くなる	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0	1.0
やや良くなる	30.0	20.0	42.0	47.5	26.0	▲ 21.5
変わらない	41.0	43.0	42.0	40.4	54.0	13.6
やや悪くなる	22.0	31.0	10.0	10.1	13.0	2.9
悪くなる	5.0	3.0	3.0	0.0	4.0	4.0



3. 地区別の動向

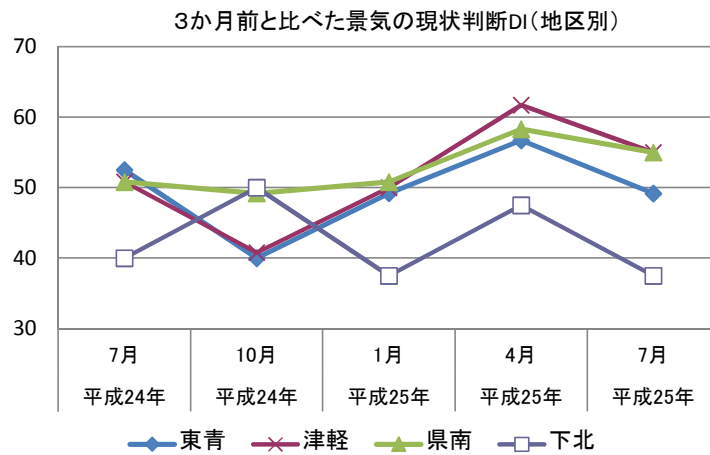
(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

<地区別>

①DI

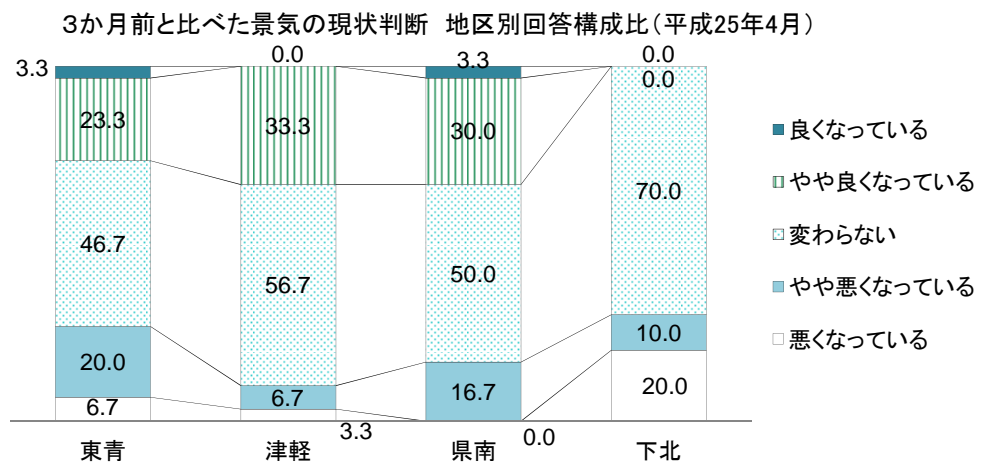
n = 100

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	50.3	44.0	48.8	57.8	51.5	▲ 6.3
東青	52.5	40.0	49.2	56.7	49.2	▲ 7.5
津軽	50.8	40.8	50.0	61.7	55.0	▲ 6.7
県南	50.8	49.2	50.8	58.3	55.0	▲ 3.3
下北	40.0	50.0	37.5	47.5	37.5	▲ 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	23.3	33.3	30.0	0.0
変わらない	46.7	56.7	50.0	70.0
やや悪くなっている	20.0	6.7	16.7	10.0
悪くなっている	6.7	3.3	0.0	20.0



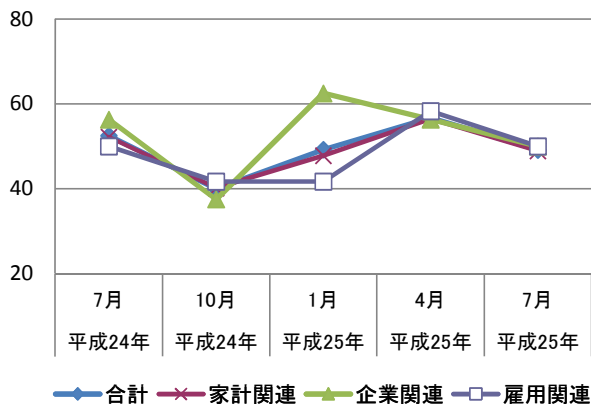
<東青地区>

①DI

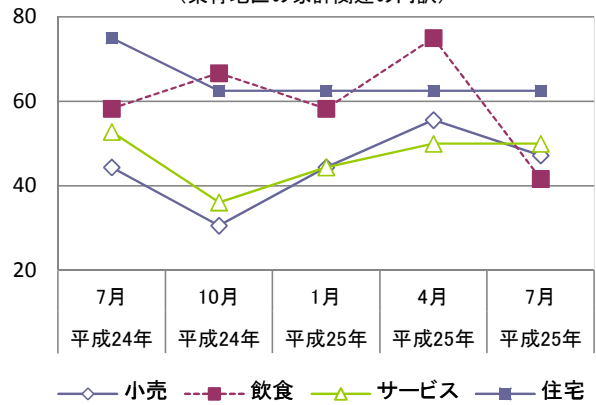
n= 30

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	52.5	40.0	49.2	56.7	49.2	▲ 7.5
家計関連	52.2	40.2	47.8	56.5	48.9	▲ 7.6
小売	44.4	30.6	44.4	55.6	47.2	▲ 8.4
飲食	58.3	66.7	58.3	75.0	41.7	▲ 33.3
サービス	52.8	36.1	44.4	50.0	50.0	0.0
住宅	75.0	62.5	62.5	62.5	62.5	0.0
企業関連	56.3	37.5	62.5	56.3	50.0	▲ 6.3
雇用関連	50.0	41.7	41.7	58.3	50.0	▲ 8.3

3か月前と比べた景気の現状判断DI(東青地区)



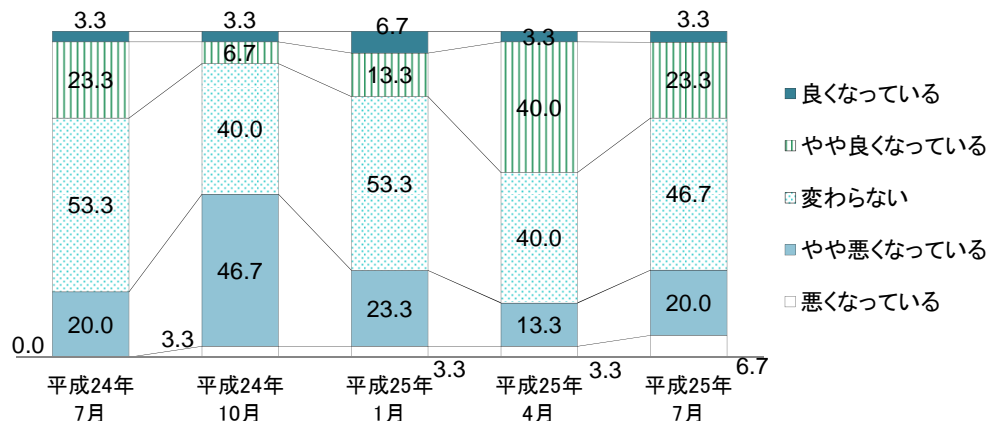
3か月前と比べた景気の現状判断DI
(東青地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

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

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)



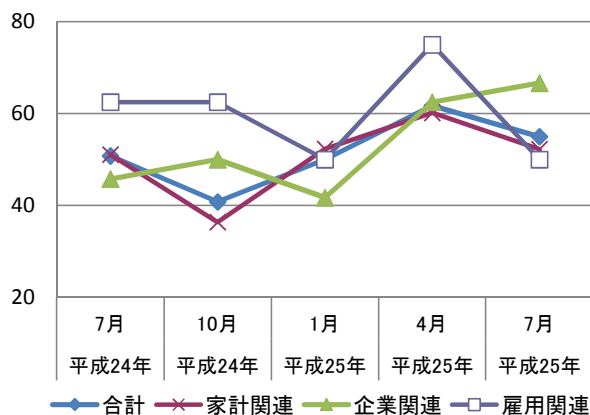
< 津軽地区 >

① D I

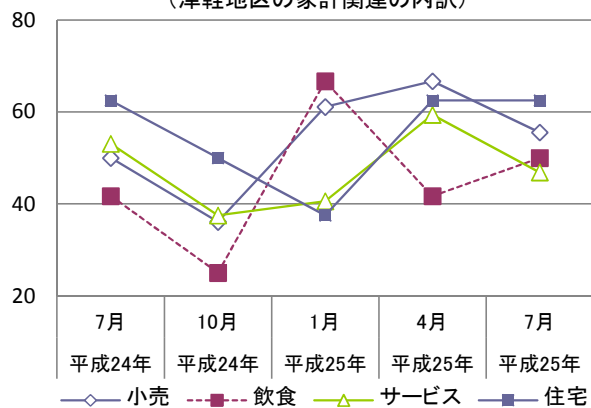
n = 30

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	50.8	40.8	50.0	61.7	55.0	▲ 6.7
家計関連	51.1	36.4	52.3	60.2	52.3	▲ 7.9
小売	50.0	36.1	61.1	66.7	55.6	▲ 11.1
飲食	41.7	25.0	66.7	41.7	50.0	8.3
サービス	53.1	37.5	40.6	59.4	46.9	▲ 12.5
住宅	62.5	50.0	37.5	62.5	62.5	0.0
企業関連	45.8	50.0	41.7	62.5	66.7	4.2
雇用関連	62.5	62.5	50.0	75.0	50.0	▲ 25.0

3か月前と比べた景気の現状判断DI(津軽地区)



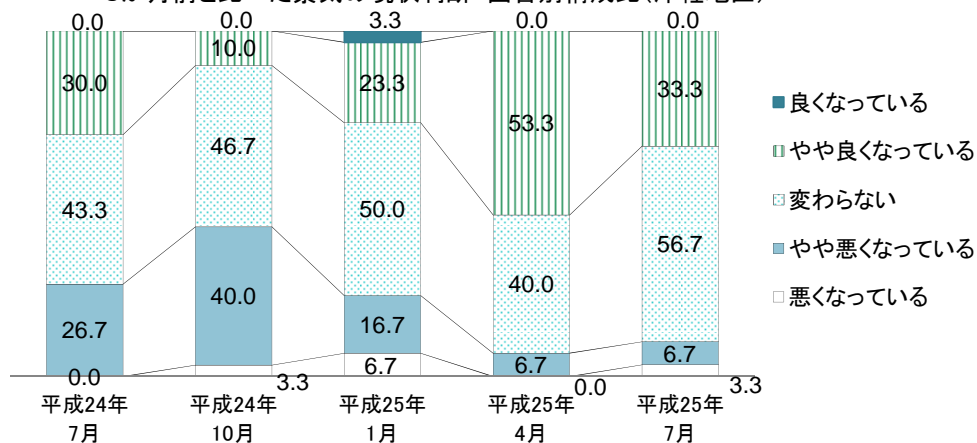
3か月前と比べた景気の現状判断DI
(津軽地区の家計関連の内訳)



② 回答別構成比 (%)

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	30.0	10.0	23.3	53.3	33.3	▲ 20.0
変わらない	43.3	46.7	50.0	40.0	56.7	16.7
やや悪くなっている	26.7	40.0	16.7	6.7	6.7	0.0
悪くなっている	0.0	3.3	6.7	0.0	3.3	3.3

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)



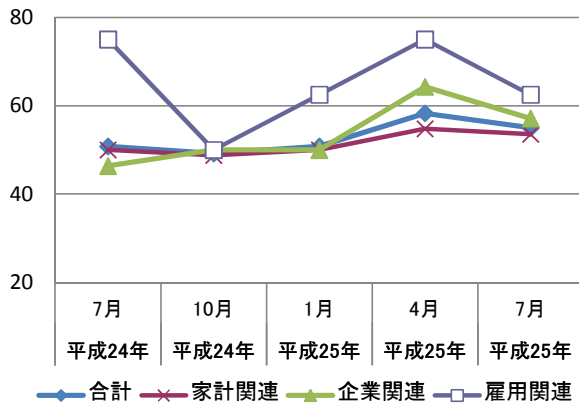
< 県南地区 >

① D I

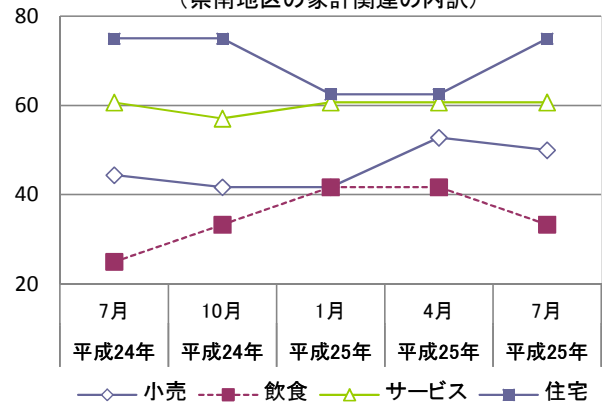
n = 30

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	50.8	49.2	50.8	58.3	55.0	▲ 3.3
家計関連	50.0	48.8	50.0	54.8	53.6	▲ 1.2
小売	44.4	41.7	41.7	52.8	50.0	▲ 2.8
飲食	25.0	33.3	41.7	41.7	33.3	▲ 8.4
サービス	60.7	57.1	60.7	60.7	60.7	0.0
住宅	75.0	75.0	62.5	62.5	75.0	12.5
企業関連	46.4	50.0	50.0	64.3	57.1	▲ 7.2
雇用関連	75.0	50.0	62.5	75.0	62.5	▲ 12.5

3か月前と比べた景気の現状判断DI(県南地区)



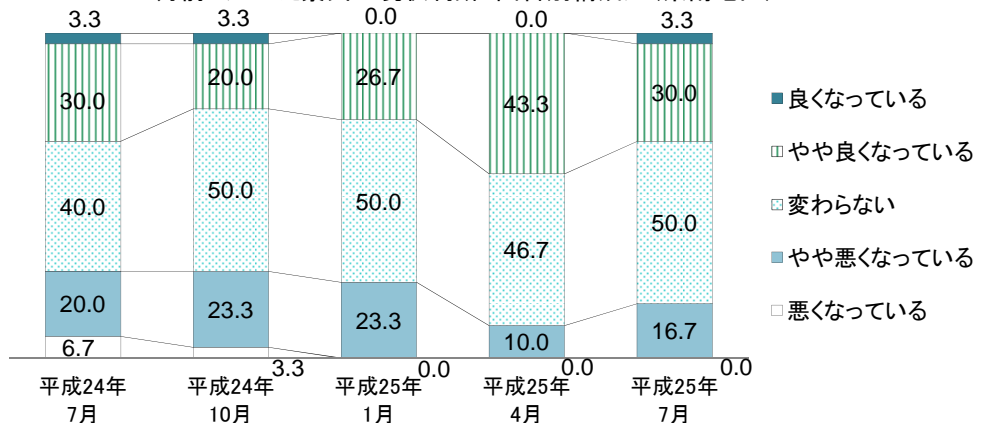
3か月前と比べた景気の現状判断DI
(県南地区の家計関連の内訳)



② 回答別構成比 (%)

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
良くなっている	3.3	3.3	0.0	0.0	3.3	3.3
やや良くなっている	30.0	20.0	26.7	43.3	30.0	▲ 13.3
変わらない	40.0	50.0	50.0	46.7	50.0	3.3
やや悪くなっている	20.0	23.3	23.3	10.0	16.7	6.7
悪くなっている	6.7	3.3	0.0	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)



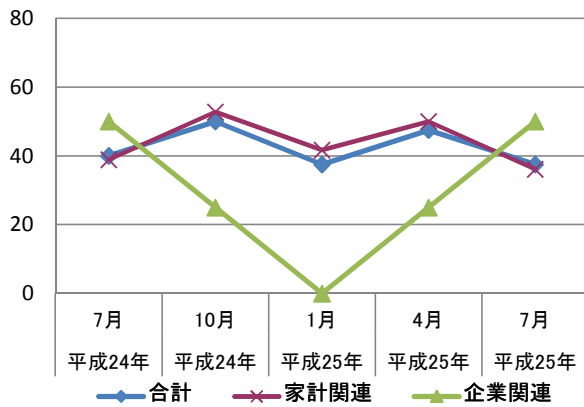
<下北地区> (参考)

①DI

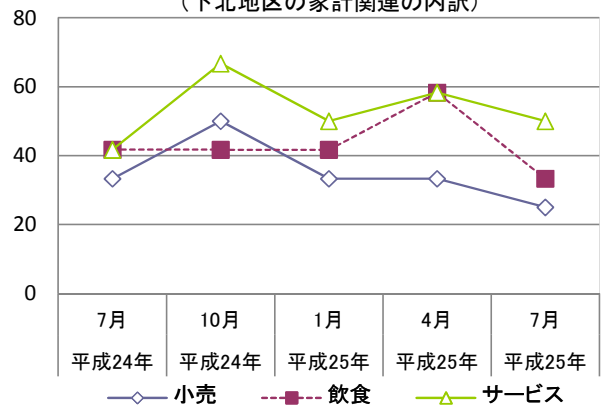
n= 10

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	40.0	50.0	37.5	47.5	37.5	▲ 10.0
家計関連	38.9	52.8	41.7	50.0	36.1	▲ 13.9
小売	33.3	50.0	33.3	33.3	25.0	▲ 8.3
飲食	41.7	41.7	41.7	58.3	33.3	▲ 25.0
サービス	41.7	66.7	50.0	58.3	50.0	▲ 8.3
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	50.0	25.0	0.0	25.0	50.0	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)



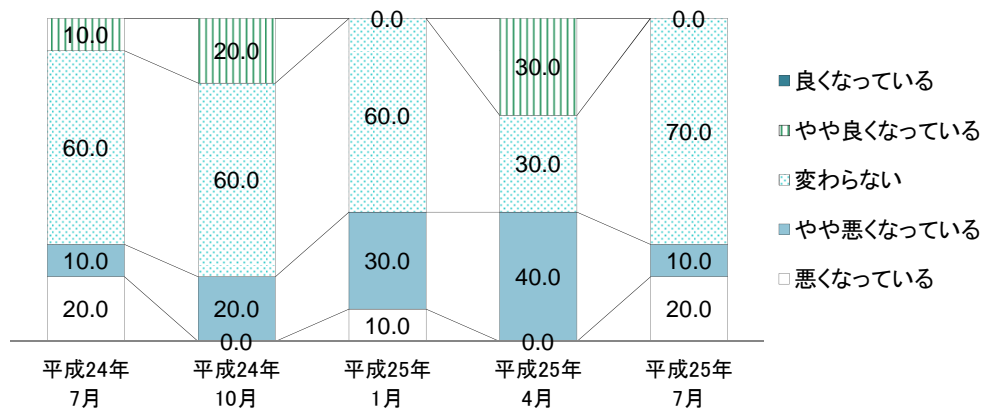
3か月前と比べた景気の現状判断DI
(下北地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25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	10.0	20.0	0.0	30.0	0.0	▲ 30.0
変わらない	60.0	60.0	60.0	30.0	70.0	40.0
やや悪くなっている	10.0	20.0	30.0	40.0	10.0	▲ 30.0
悪くなっている	20.0	0.0	10.0	0.0	20.0	20.0

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)



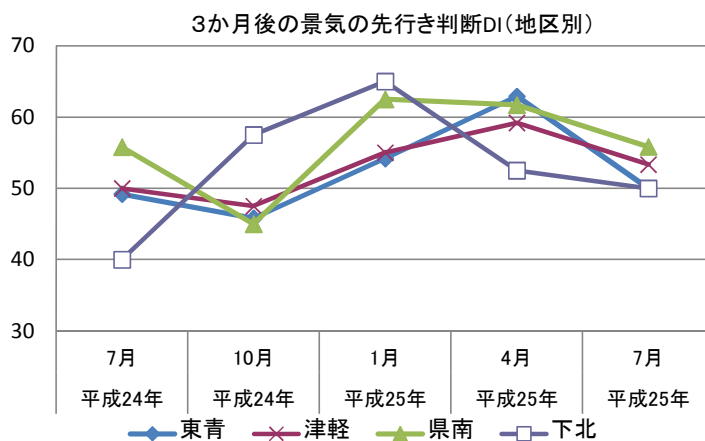
(2) 3か月後の景気の先行き判断

<地区別>

① D I

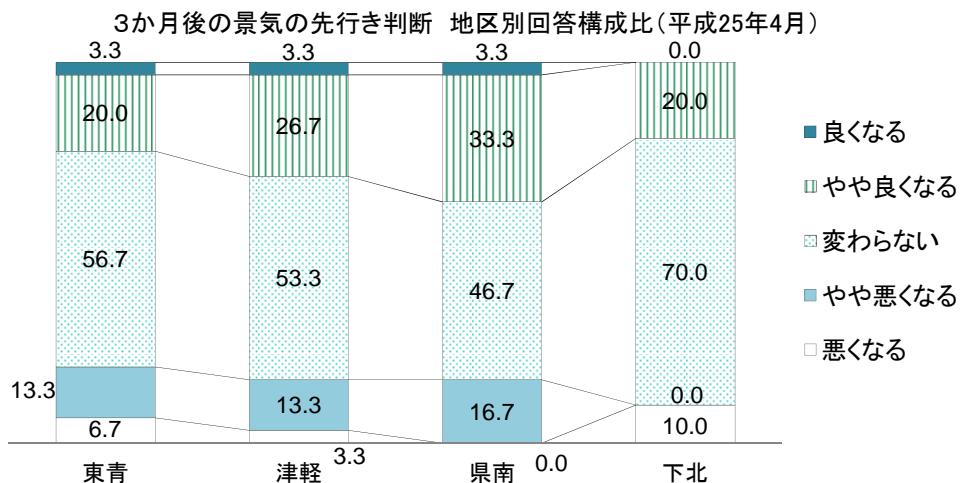
n = 100

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	50.5	47.3	58.0	60.4	52.8	▲ 7.6
東青	49.2	45.8	54.2	62.9	50.0	▲ 12.9
津軽	50.0	47.5	55.0	59.2	53.3	▲ 5.9
県南	55.8	45.0	62.5	61.7	55.8	▲ 5.9
下北	40.0	57.5	65.0	52.5	50.0	▲ 2.5



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北
良くなる	3.3	3.3	3.3	0.0
やや良くなる	20.0	26.7	33.3	20.0
変わらない	56.7	53.3	46.7	70.0
やや悪くなる	13.3	13.3	16.7	0.0
悪くなる	6.7	3.3	0.0	10.0



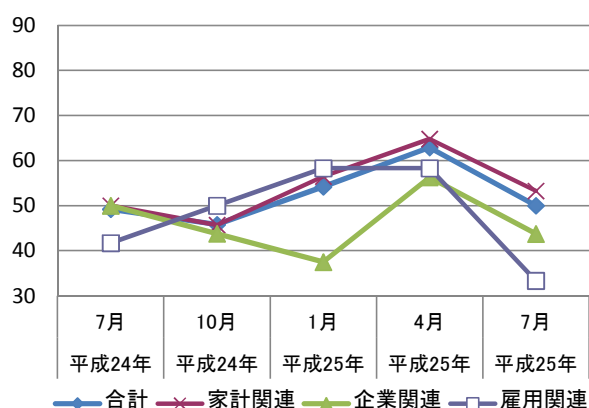
<東青地区>

①DI

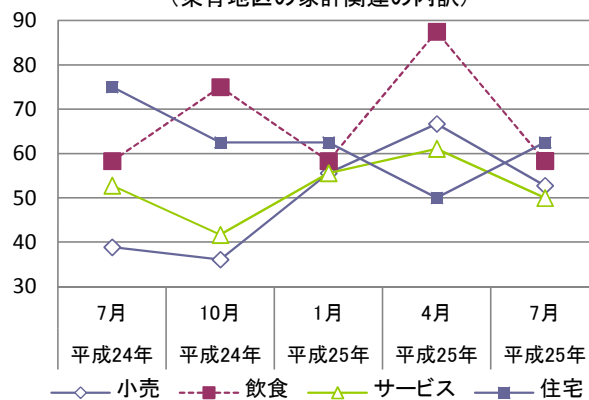
n = 30

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	49.2	45.8	54.2	62.9	50.0	▲ 12.9
家計関連	50.0	45.7	56.5	64.8	53.3	▲ 11.5
小売	38.9	36.1	55.6	66.7	52.8	▲ 13.9
飲食	58.3	75.0	58.3	87.5	58.3	▲ 29.2
サービス	52.8	41.7	55.6	61.1	50.0	▲ 11.1
住宅	75.0	62.5	62.5	50.0	62.5	12.5
企業関連	50.0	43.8	37.5	56.3	43.8	▲ 12.5
雇用関連	41.7	50.0	58.3	58.3	33.3	▲ 25.0

3か月後の景気の先行き判断DI(東青地区)



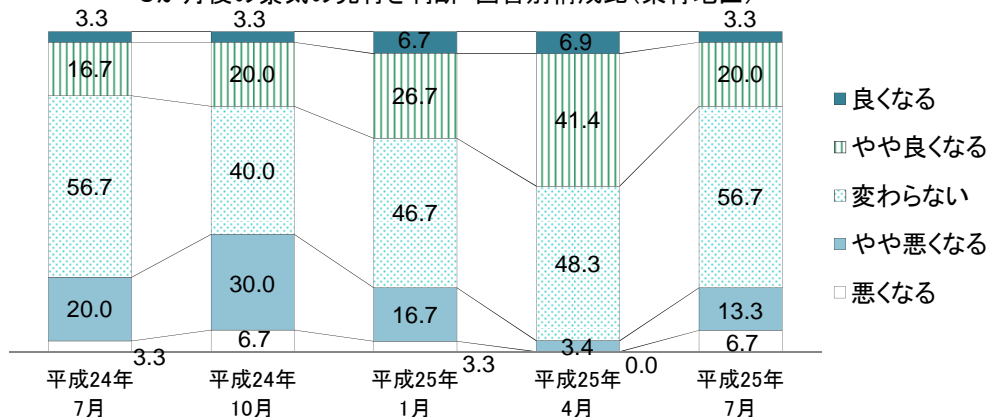
3か月後の景気の先行き判断DI
(東青地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
良くなる	3.3	3.3	6.7	6.9	3.3	▲ 3.6
やや良くなる	16.7	20.0	26.7	41.4	20.0	▲ 21.4
変わらない	56.7	40.0	46.7	48.3	56.7	8.4
やや悪くなる	20.0	30.0	16.7	3.4	13.3	9.9
悪くなる	3.3	6.7	3.3	0.0	6.7	6.7

3か月後の景気の先行き判断 回答別構成比(東青地区)



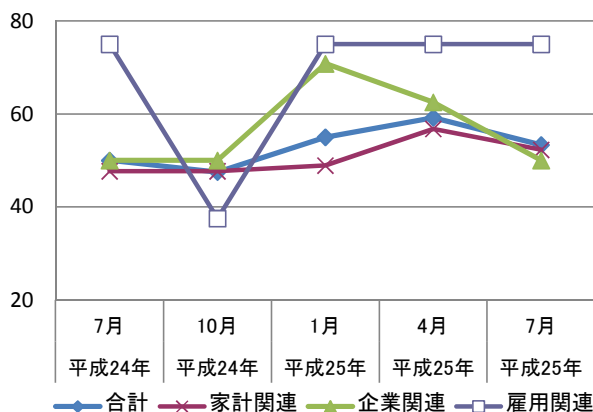
<津軽地区>

①DI

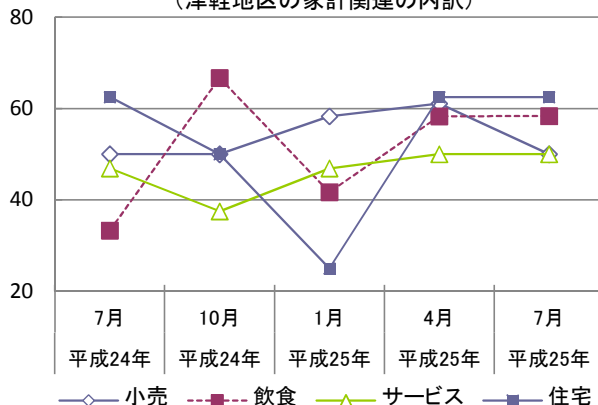
n=30

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	50.0	47.5	55.0	59.2	53.3	▲ 5.9
家計関連	47.7	47.7	48.9	56.8	52.3	▲ 4.5
小売	50.0	50.0	58.3	61.1	50.0	▲ 11.1
飲食	33.3	66.7	41.7	58.3	58.3	0.0
サービス	46.9	37.5	46.9	50.0	50.0	0.0
住宅	62.5	50.0	25.0	62.5	62.5	0.0
企業関連	50.0	50.0	70.8	62.5	50.0	▲ 12.5
雇用関連	75.0	37.5	75.0	75.0	75.0	0.0

3か月後の景気の先行き判断DI(津軽地区)



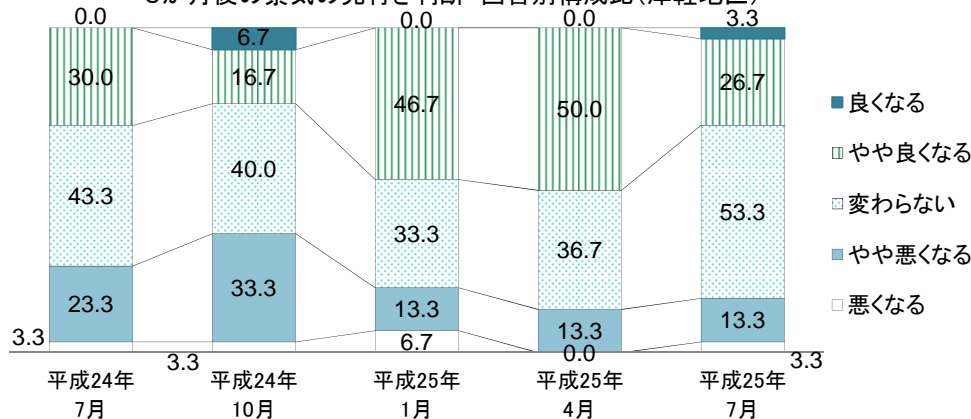
3か月後の景気の先行き判断DI
(津軽地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
良くなる	0.0	6.7	0.0	0.0	3.3	3.3
やや良くなる	30.0	16.7	46.7	50.0	26.7	▲ 23.3
変わらない	43.3	40.0	33.3	36.7	53.3	16.6
やや悪くなる	23.3	33.3	13.3	13.3	13.3	0.0
悪くなる	3.3	3.3	6.7	0.0	3.3	3.3

3か月後の景気の先行き判断 回答別構成比(津軽地区)



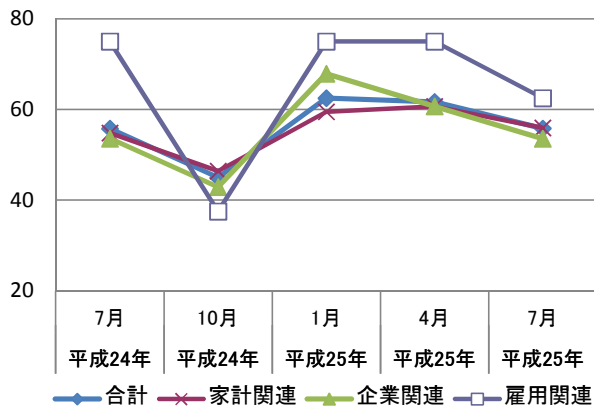
< 県南地区 >

① D I

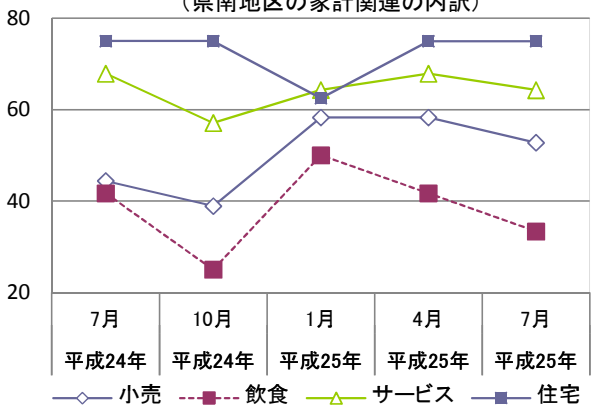
n = 30

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	55.8	45.0	62.5	61.7	55.8	▲ 5.9
家計関連	54.8	46.4	59.5	60.7	56.0	▲ 4.7
小売	44.4	38.9	58.3	58.3	52.8	▲ 5.5
飲食	41.7	25.0	50.0	41.7	33.3	▲ 8.4
サービス	67.9	57.1	64.3	67.9	64.3	▲ 3.6
住宅	75.0	75.0	62.5	75.0	75.0	0.0
企業関連	53.6	42.9	67.9	60.7	53.6	▲ 7.1
雇用関連	75.0	37.5	75.0	75.0	62.5	▲ 12.5

3か月後の景気の先行き判断DI(県南地区)



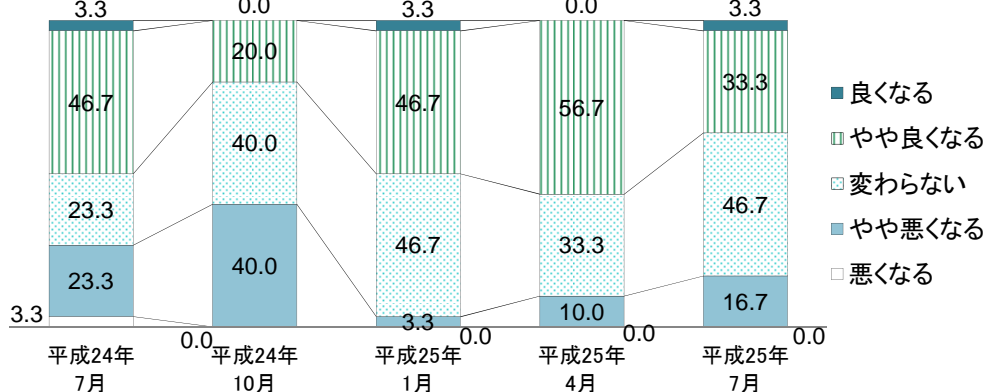
3か月後の景気の先行き判断DI
(県南地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
良くなる	3.3	0.0	3.3	0.0	3.3	3.3
やや良くなる	46.7	20.0	46.7	56.7	33.3	▲ 23.4
変わらない	23.3	40.0	46.7	33.3	46.7	13.4
やや悪くなる	23.3	40.0	3.3	10.0	16.7	6.7
悪くなる	3.3	0.0	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(県南地区)



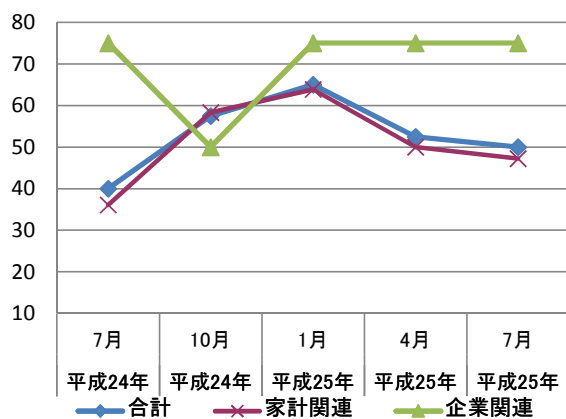
<下北地区> (参考)

① D I

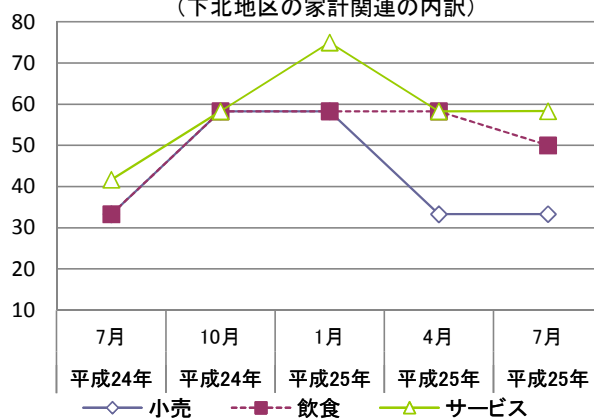
n = 10

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	40.0	57.5	65.0	52.5	50.0	▲ 2.5
家計関連	36.1	58.3	63.9	50.0	47.2	▲ 2.8
小売	33.3	58.3	58.3	33.3	33.3	0.0
飲食	33.3	58.3	58.3	58.3	50.0	▲ 8.3
サービス	41.7	58.3	75.0	58.3	58.3	0.0
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	75.0	50.0	75.0	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)



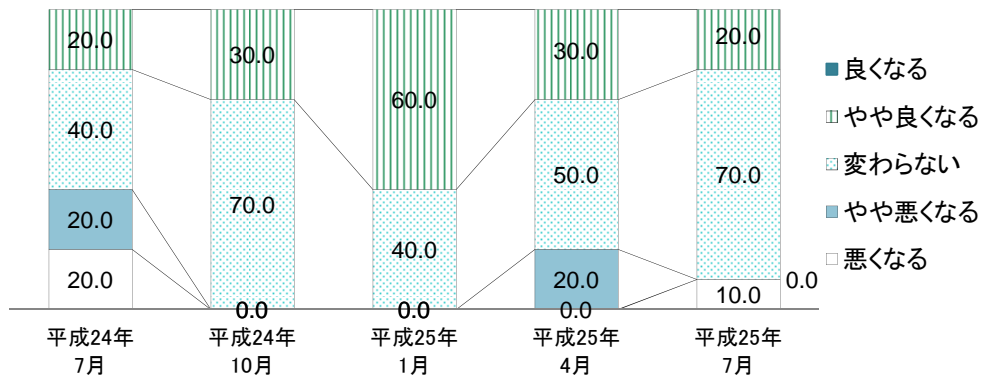
3か月後の景気の先行き判断DI
(下北地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25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	20.0	30.0	60.0	30.0	20.0	▲ 10.0
変わらない	40.0	70.0	40.0	50.0	70.0	20.0
やや悪くなる	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	▲ 20.0
悪くなる	20.0	0.0	0.0	0.0	10.0	10.0

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	目標を明確にして、それを達成するためにいろいろ試しながら進んできていますので、時にはうまくいかない時もありますが、前よりは良くなっていると思います。
	企業	県南	経営コンサルタント	関与企業の業績がアップしているため、黒字企業が多くなった。
やや良くなっている	家計	東青	旅行代理店	具体例は無いが、震災の時と比べて。
			百貨店	高額品の売れ行きが好調（絵画、陶芸、宝飾）。
			住宅建設販売	消費税増税の影響が強く、受注数が先期よりも上回っているため。
			観光名所等	夏場は景気が良いから。
			スーパー	客数、客単価ともに前年より伸びている。
	津軽	美容院	映画で津軽が話題になっている分、観光客が増えたように思う。弘前でのイベントがたくさん計画されていて、賑やかになっている。	
		乗用車販売	全国的な傾向を見ると上向きになっているような気がするが、実感はまだない。	
		住宅建設販売	消費税率が上がる前、住宅ローンの金利が上がる前の駆け込みと思われるお客様が多くなっている。	
		観光型ホテル・旅館	昨年対比売上が5月2%減、6月2.5%減となっており、7月の予約は順調に推移し、売上増の予定。	
		家電量販店	全体的な総売上が好調であること。	
		県南	旅行代理店	株価上昇で資産家層が動き出していると思う。
	設計事務所		業界は仕事が多く、人手が足りない状態。	
	観光名所等		客入込数が増えているので。	
	観光型ホテル・旅館		宿泊稼働率の推移から。	
	家電量販店		暑さでエアコン、冷蔵庫等の売上が伸びているが、例年より購入の単価が高いため。	
	スーパー		売上高前年比、客数前年比、客単価前年比、ともに3ヶ月前より回復しています。	
	企業	東青	食料品製造	個人消費が緩やかに改善しつつあるように感じます。しかし、生活防衛意識は依然として根強く、食品や日用品の低価格化志向が継続しているのも事実です。
			津軽	電気機械製造
		津軽	広告・デザイン	提出済見積等の受注割合率が上昇している。
		津軽	経営コンサルタント	土木・建築関係の会社の決算が上向いている。
津軽		飲料品製造	本会商品の売上について、昨年より若干ではあるが伸びており、消費者からの需要が上向きではないかと思われる。	

現状	分野	地区	業種	理由
やや良くなっている	企業	県南	建設	前年度の補正予算及び今年度の予算執行がこれから本格的に工事発注へ結びつく予想される。また、消費税増税前の民間建築工事の増大が予想される。
変わらない	家計	東青	美容院	全体的に商品の売上は伸びてはいないが、高価格商品が特に落ち込んでいる。
			都市型ホテル	お客様の予約状況や動向を見ても活発な動きがない。
			設計事務所	漂う景況感の良さそうでしたが、実体はついてきていなかった。
			観光型ホテル・旅館	自身の会社のみで言えば、悪くなっている。
			家電量販店	景気回復への期待感が高まっているが、売上に反映されるまでには至っていない。
			卸売業	毎年6月は飲料水、ビール関係が気温上昇と共に伸びていくカテゴリーだが、7月上旬の現在に至っても伸びていない。
			ガソリンスタンド	人口流出は需要減少を加速させる。
	津軽	旅行代理店	業種間の格差がみられ、平均して変わっていないのではないかと。	
		設計事務所	中央では政府の経済政策の恩恵が出始めているようだが、地方にはその影響が何の実感も感じられない。	
		商店街	景気回復の波及効果が地方まで及んでいない。回復傾向が続くとしても地方に効果が現れるのはまだ先のことと思われる。	
		観光名所等	政府リーダーが代わり、明るい話題は多くなったが、地方都市への影響は未だ変わらず、先行見通し不安定。	
		一般小売店	4月は寒かったのが悪く、5月は取り返したようで良かったが、6月が悪いという具合で、3ヶ月合計では前年を割り込んでしまった。	
		一般飲食店	この夏の暑さ、食材、家電、電気の値上げ、節約をしながら天候にも左右され、営業も影響されてる気がします。	
		衣料専門店	経済政策、未だ実感なし。	
		パチンコ	売上、客数等、ともに変化ない。	
		タクシー	今の景気も冷え込んだままで、良くなっているという実感は感じられない。	
		スナック	変化がない。	
	県南	百貨店	夏のクリアランスシーズンに入ってもお客様の購買状況は活気を見せずにおり、また、天候も夏らしさになっていないことも加え、夏の商戦としては低迷していること。	
		美容院	政府の経済政策や参議院選挙の雰囲気の中、あまり動きが良くないと思われる。(国会の)ねじれが解消されたとしたら、少し期待できるかも。	
		卸売業	良い月、悪い月と景気に安定感がない。	
		レストラン	選挙が始まるため。	
パチンコ		変わったことが何もないから。		
タクシー		景気の上向きに期待したけれども、生活必需品の値上げラッシュで財布のひもが固い。		

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	県南	コンビニ	客数、客単価ともに変わっていない。
			ガソリンスタンド	団塊の世代が退職して、飲食街が静かである。
		下北	都市型ホテル	観光シーズンに入っても、ツアーのお客様が伸びない。
			レストラン	良い時もあれば悪い時もあり、月によって変わる。
			タクシー	これといった動きがなく、むしろ全体的には落ち込んでいるかも。
			スーパー	継続して売上不振、客数はどうにか前年をクリアしているが、単価がダウン。
			ガソリンスタンド	これといった変化が感じられない。政府の経済政策効果も全くと言っていいほど感じられない。
	企業	東青	広告・デザイン	一部の業界ではモノが動いているようだが、全体的には期待していた政府の経済政策効果はなく、経済自体の動きがない。
			経営コンサルタント	民間住宅建築が、回復しつつあるものの、円安に伴う原材料の高騰、個人消費の低迷により、全体として大きな変化はない。
		津軽	食料品製造	世の中がいろいろ騒いでいるようだが、自分のところでは何も変わらない。
		県南	紙・パルプ製造	株価の調整局面もあり、景気回復が波に乗り切れていない印象。
			広告・デザイン	震災以来、段々に仕事は増えてきているものの、絶対数が足りないことと、当時の負債が大きく、利益が残らない。現状より3割～4割の仕事が増えて何とかなる状況である。
			飲料品製造	政府の経済対策で気分的には明るくなったが、やはり地方には影響せず、新しい商品等にも食いつきが悪い気がする。
		下北	食料品製造	むつ・下北は観光面、経済面で震災後、全く静かです。
	雇用	東青	人材派遣	設備等に資金をとの話や、雇用者にボーナス等の一時金アップの話が若干あるが、定期昇給等の判断をしている企業は少ない。パート契約の雇用は増えているが、正社員の求人は若干増えても、（採用が）決まっている率はあまり伸びていないように感じる。
			新聞社求人広告	小売店に活気が感じられない。
		県南	新聞社求人広告	良い業種もあれば悪い業種もある。
	やや悪くなっている	家計	東青	商店街
衣料専門店				昨年の暮れから続いた政府の経済政策効果も実態が伴っていないことから失速してきたようだ。夏のボーナス時期を挟んでも少し消極的です。
レストラン				花見後はいまいち。やはり大型連休で使い果たした感があるかも。
タクシー				お客様とか各企業の方々とお話をしますが、皆様が景気が悪いと言われます。自分も週末でも夜は特に町に活気がないと思います。
津軽		都市型ホテル	輸入に依存する中小企業が多く、経済政策の恩恵が少ない。	

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	県南	一般小売店	政府の経済政策の限界が少し見えてしまったことと、シャープの海外資本受入等、大きい会社（トヨタ等）でも良いことばかりではないことがわかった。
			一般飲食店	不順天候もあるし、円安による物価上昇などローカルは大変な状況である。
			衣料専門店	5月、6月と気温の低い日が多かったため、春・夏物衣料の動きが悪く、前年割れになってしまいました。
			スナック	相変わらず暇続き。
	企業	下北	一般小売店	政府の経済政策効果は実感できず、消費税の増税が頭にあるのか、生活防衛に入っている感があります。当店ではギフトも取り扱いがあるのですが、買上個数が減っております。
		東青	建設	建設の工事（事業）は青森市だけが取り残されていく。
		県南	食料品製造	円安による海外原料の高騰、国内原材料の不安定感による手詰まり感がある。
雇用	津軽	新聞社求人広告	円安による原料、資材等の値上がりが影響して、消費動向が下がりつつある。	
悪くなっている	家計	東青	スナック	私達飲食業は相変わらず悪いです。また、忙しさに落差が有りすぎます。悩みの毎日ですね。
		津軽	ガソリンスタンド	円安で物価だけ上昇して、所得は変わらない。
		下北	一般飲食店	人出が丸っきり悪いから。
			コンビニ	飲食店の方など、「もう廃業しようかな」と言っている。

(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	悪くなると思ったらその通りになります。常に前向きな姿勢でやっていくことがどの業種でも大切だと思うので、とにかく良く思ってやっています。
		津軽	美容院	弘前でいろんな取組が行われているので、今後が楽しみなところ。
		県南	タクシー	三陸復興公園にもなったし、参議院選挙も終わるし、相当な期待感を持っている。
やや良くなる	家計	東青	住宅建設販売	消費税増税の駆け込み需要のピークを迎えるため。しかし、対応が間に合うのか、未知数です。
			家電量販店	春の商戦は天候不順の悪影響が大きくマイナスだった。夏物商品に期待したい。
			スーパー	政府の経済政策の効果が出てくると予想される。
		津軽	住宅建設販売	今年一杯は同業者の話を聞いてもかなり仕事量を抱えているようである。
			衣料専門店	大手企業業績が良くなるので、小売業も多少良くなるのでは。
			旅行代理店	中央の大手の景気の良さが旅行業を通じて青森県へ好結果が出てくると思う。(祭りや秋の行楽シーズン)
			一般飲食店	これからお祭り事が多くなる季節、地元客、観光客、少しでも景気の良さにつながればと思います。
		県南	美容院	日本の先行きが見えてくるのと、政策上、経済へのテコ入れが活発になってきそうです。
			住宅建設販売	消費税増税前の駆け込み需要。
	一般小売店		消費税増税の前倒しで、特に住宅、自動車等、高額なものが動き出すのでは。	
	設計事務所		震災の復興がこれから本格的になると予想される。	
	観光型ホテル・旅館		今年も稼働が好調の予測であるため。	
	旅行代理店		参議院選で現政権が過半数を取り、良くも悪くも前に進むと思うので。	
	下北	ガソリンスタンド	これから夏に向けて祭りや盆の帰省で多少良くなることを期待して。	
	企業	東青	食料品製造	本格的な観光シーズンの到来。人々の行動が積極的になり消費活動も活発になり景気も上向くものと思われます。その後の消費税引き上げの影響が気掛かり。
			津軽	経営コンサルタント
		県南	飲料品製造	日経平均株価が約15,000円台にもあり、各企業が上昇傾向のように思われる。
紙・パルプ製造			全体的な方向性としては、デフレに歯止めがかかり、徐々に上向いてくるのでは。	
経営コンサルタント			公共事業が多くなったのか、道路・港湾などで働いている人が増えている。暑さの関係か飲料など消費が多くなっている。	
下北		食料品製造	参議選後の与党政策に期待して。	
雇用	津軽	新聞社求人広告	夏祭り、お盆の行楽などで政府の経済政策の効果による集客力アップに期待したい。	

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	東青	観光型ホテル・旅館	近県と比べても青森の景況感は悪いと思う。
			スナック	見当がつきません。それなりの営業だして努力するのみです。
			都市型ホテル	政府の経済政策、円や株価の変動が注目されているが、身近な生活がどうなるのか先が見えない。
			設計事務所	社会状況が突然好転することは望むことはなく、各々の立場で先を見据え、1歩地固め。
			観光名所等	過去の例をみると、今年も例年どおりであると思うので。
			旅行代理店	地方まで景気はなかなか波及してこない。
			百貨店	商品価格が上昇傾向にも関わらず、所得の増加が小幅もしくは見られないため。
			美容院	政府の経済政策効果は、まだまだ地方にはほど遠い感じがする。
			卸売業	政府の経済政策の効果が疑問視されている状況下で消費者の財布のひもが固いのではと思われる。
			タクシー	これから消費税の問題や物価上昇などの問題があり、個人消費が下がると思うので、今と変わらないと思います。
			パチンコ	4月、新年度に入って景気回復を期待したが、実感なく、肩透かしを受けた感じなので、この先も近々に回復は期待できない。
	津軽		乗用車販売	青森県内においては大きな影響は少ない。
			設計事務所	参議院選挙終了後、ある程度時間が経たないと経済がどのようになるのか予想がつかない。
			商店街	景気回復の波及効果が地方まで及んでいない。回復傾向が続くとしても地方に効果が現れるのはまだ先のことと思われる。
			家電量販店	円の見通しと国債の利回り上昇の本当の原因と傾向が確定していない。
			スナック	毎年、お祭り時期になると、いつにも増して静かになるので。
			百貨店	購買意欲の向上は地方にはまだ見られない。依然として消費は冷え込んでおり、急速な改善要素も見当たらない。
			観光型ホテル・旅館	8月の予約者数が昨年同様の状況で、宿泊料金も低価格の傾向にある。
			パチンコ	自社内での努力は続けていますが、良くなる要素がない。
			タクシー	政府の経済政策で景気回復を期待しているが、まだ中央の大企業だけで、地方はまだ現状のままでいくと思う。
			観光名所等	消費税、TPP、隣接国の動向など気になることが多い。
			県南	
	レストラン	株、円、政治が不安定なため。		
	パチンコ	変わる要素が見つからない。		
	衣料専門店	今月はバーゲン月なので、いくらか盛り上がりはあるが、8月、9月はお祭り、お盆と入店客数の割に数字には結びつかないでしょうから、3ヶ月先良くなるように思えません。		

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	県南	卸売業	商品の値上げが続いており、消費拡大の期待は望みにくい。
			コンビニ	何の変化も見られない。
			百貨店	政権与党が変わり、政府の経済政策によって東北以外は景況感が改善されているとの話もありますが、八戸地域としては、景気の上向き感は見られず、逆に財布のひもが固くなっているように感じられるため。
			観光名所等	仕事の求人も少ないので、今より良くはならないと思う。
		下北	タクシー	仕事、観光ともに人の出入りが無い。少しでも上向くことを期待したい。
			都市型ホテル	夏の恐山大祭や8月のねぶた祭り目的の集客が例年より出足が悪い。
			レストラン	まだ何とも言えない。
			一般飲食店	良くなる材料が何もありません。
			スーパー	むつ・下北地区での変化がみられない。
			コンビニ	先が全く見えない。
	企業	東青	広告・デザイン	消費税導入前の駆け込み需要はあると思うが、それも一時的、一部業界に限られる。
			津軽	電気機械製造
		県南	食料品製造	政府主導の経済対策と実体経済のギャップは、今後も埋まらないと思う。
広告・デザイン			我々同様に、お客様も震災当時からの厳しい状況が多少良くなりつつあるだけなので、広告に予算を出す余裕がないのが現状のようだ。	
建設			政府の経済政策の成長戦略に期待をしたい。ただ、金融円滑化法の終了、円安のマイナスの影響もあり、倒産が年後半には増大するとの予想が多いので、プラス、マイナスで「変わらない」とした。	
雇用	東青	人材派遣	様子見で、大きな投資等の話は少ないと感じるため。	
	県南	新聞社求人広告	政府の経済政策効果がどう影響するのか判断しかねる。	
やや悪くなる	家計	東青	衣料専門店	6月のボーナス消費もあまり感じられないことから民間が支給されても実質的に支給額に反映されていないと消費には回らない、雰囲気だけでは限界かも。
			レストラン	ボーナス後の団体予約は去年よりあるかも（たまたま?）。しかし、平日は・・・。ねぶた期間もあまり期待はない。
	津軽	都市型ホテル	電気料金等の値上分を価格に転嫁できなければ利益率は下がる。	
		一般小売店	中心の客層は公務員とか教職員の方が多いため、給料が下がっているという声が多い。	
	県南	スーパー	円安の影響で原価が高くなる商品も多く、値上げになる商品もあり、お客様の購買動向に変化が出ると思われる。一部出ている。	
		一般飲食店	円安によるさらなる原材料アップ、その後に控える消費税増税などを考えると、大きなダメージが来るような気がします。	

先行き	分野	地区	業種	理由
やや悪くなる	家計	県南	ガソリンスタンド	大企業は伸びているようだが、地方の消費者はいろいろ物価が上がってくるので、景況感は悪くなる。
			スナック	とにかく静かです。
	企業	東青	経営コンサルタント	円安に伴う原材料の高騰はこれからも続く。電気料金等の値上げも予想される。賃上げは期待できないので、消費の好転も見込めない。
			建設	ニュース等でも報道されてきたが、「格差」が広がってゆく。青森市は最も厳しい状態に向かっている。
		津軽	広告・デザイン	9月～12月の工事物件が少なく、見積依頼件数も少ない。
			食料品製造	輸入原材料を多く使っているのので、徐々に収益を圧迫してくると思う。
		県南	飲料品製造	メーカーは原材料の仕入価格の上昇や増税に対しての商品値上げ等、気配を伺っている雰囲気。消費もアルコールは低迷しそう。
悪くなる	家計	東青	商店街	円安の影響で、輸入食材の値上げ、電力・ガス料金の値上げと続くことが予想され、消費者の財布のひもは固くなることが予想される。
			津軽	ガソリンスタンド
		下北	一般小売店	円安が中国からの商品卸価格を押し上げております。企業努力では値上げ分を吸収できず、止むを得ず、店頭価格を上げなければなりません。まさにインフレ方向ですが、所得が増えない中での値上げに消費者は敏感です。買い控えすると思われる。この円相場が続いたまま、消費税が上がった時のことを考えると恐ろしいです。
	雇用	東青	新聞社求人広告	イベントなどの催事に人が集まらない。

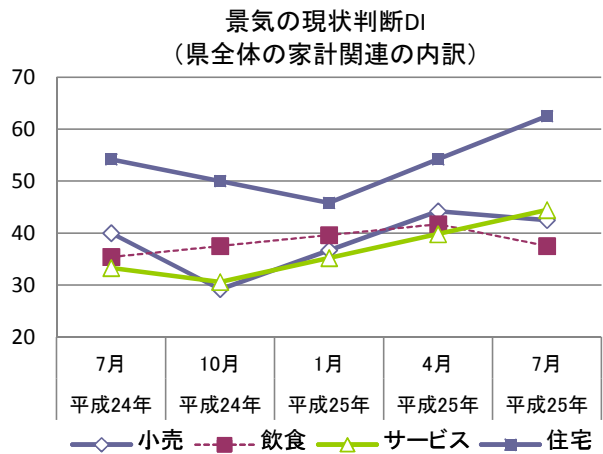
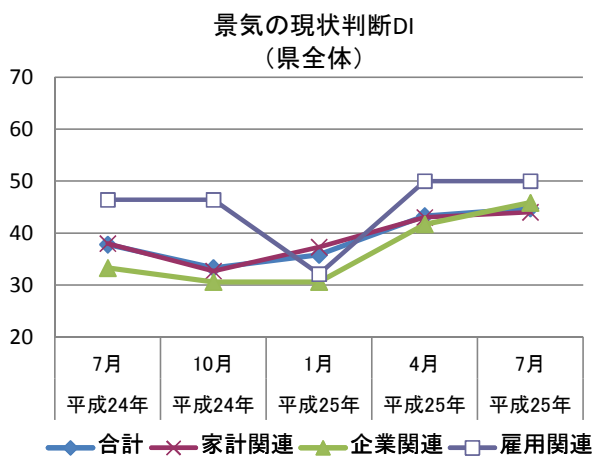
5. 参考

(参考1) 景気の現状判断

①DI

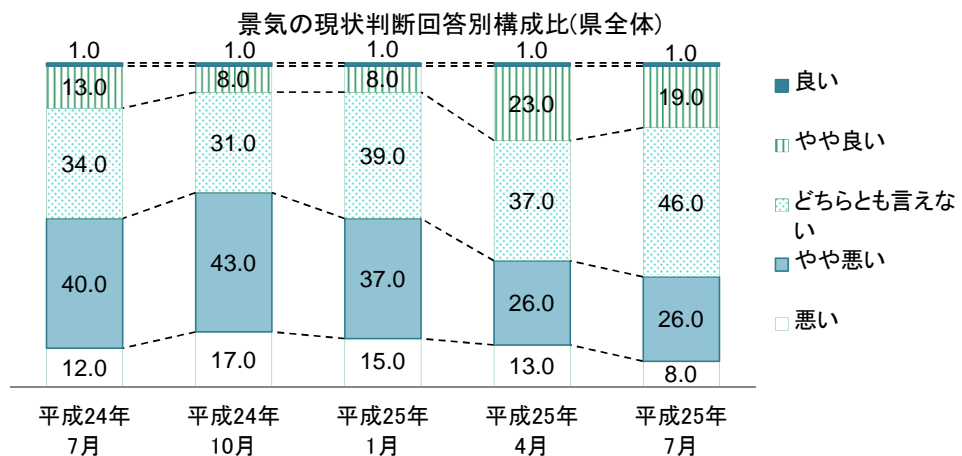
n = 100

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	37.8	33.3	35.8	43.3	44.8	1.5
家計関連	38.0	32.7	37.3	43.0	44.0	1.0
小売	40.0	29.2	36.7	44.2	42.5	▲ 1.7
飲食	35.4	37.5	39.6	41.7	37.5	▲ 4.2
サービス	33.3	30.6	35.2	39.8	44.4	4.6
住宅	54.2	50.0	45.8	54.2	62.5	8.3
企業関連	33.3	30.6	30.6	41.7	45.8	4.1
雇用関連	46.4	46.4	32.1	50.0	50.0	0.0



②回答別構成比 (%)

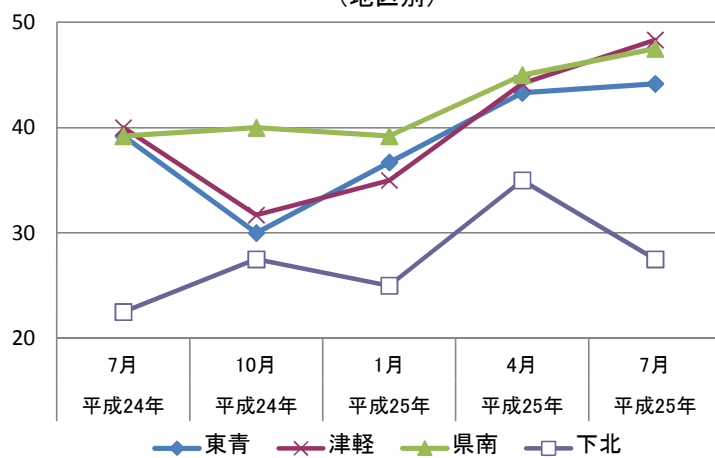
	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
良い	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	0.0
やや良い	13.0	8.0	8.0	23.0	19.0	▲ 4.0
どちらとも言えない	34.0	31.0	39.0	37.0	46.0	9.0
やや悪い	40.0	43.0	37.0	26.0	26.0	0.0
悪い	12.0	17.0	15.0	13.0	8.0	▲ 5.0



③地区別DI

	平成24年 7月	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	前期調査 との差
合 計	37.8	33.3	35.8	43.3	44.8	1.5
東青	39.2	30.0	36.7	43.3	44.2	0.9
津軽	40.0	31.7	35.0	44.2	48.3	4.1
県南	39.2	40.0	39.2	45.0	47.5	2.5
下北	22.5	27.5	25.0	35.0	27.5	▲ 7.5

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	衣料専門店	元映画館を改修しての施設がオープンし、報道関係も賑わした。現実的に空き店舗は解消され、連休から6月後半は話題に事欠かなかった。商店街も秋から冬に向かって第二、第三の企画は進行中で、活性化が期待される。基幹産業が細い当市は県都であることを利用した思い切った施策が必要なのでは。民間は頑張っています。
		一般飲食店	景気とは即ち人の気持ちです。それに尽きると思います。心を望まないことに使うより、望むことに向けた方が良いことは誰でもわかるはずですが。経済政策に対する見方もわかれるかも知れませんが、とらえ方によって違ってくると思うので、前向きに頑張り、次世代に伝えるべき時が来るまで頑張りましょう。
		レストラン	輸入食材（ワインなど）がジワジワ値上げしてきていますが、それに伴い、売上も上がればいいのですが。政府の経済政策はいったいどうなるのか。来年には消費税アップ、本当にやっつけていけるのでしょうか。
		タクシー	機会があれば景気ウォッチャーの委嘱を受けている方々集まっていただいて、意見を聞いて、何かしらできることをしてもいいかなと思います。
		美容院	まだまだ中小企業は賃金アップしないと思われる。
		パチンコ	今の好業績企業は円安の恩恵を受けた輸出関連企業であって、地方の（青森県）サービス業等には恩恵が薄いと思います。
		住宅建設販売	消費税増税後の落ち込みが非常に不安である。
津軽		一般小売店	当商店街の駐車場が11時から2時まで無料になるので、その時間帯は来街客数が昔のように増えている。今のところ飲食業だけ良い影響を受けているが、小売全般に広がってほしいと思う。
		一般飲食店	四季を通して見ると、やっぱり館の中でも近くでも催し物がなければお客様も出向くことがなく、多少なり影響あると思います。
		旅行代理店	報道ほどの景気の上向きの実感がないのが現状ではないでしょうか。財布のひもが固い。
		美容院	逆に、そちらから発信できることはないのか。
		ガソリンスタンド	金融円滑化法終了後、資金需要は潤沢なのに、金融機関の融資基準が厳しいと聞く。
県南		百貨店	八戸市の十三日町商店街にあった「旧三元」のビルに、信号を挟んで斜め向かいにあったドトールコーヒーが移設することになり、内装工事が始まった。お客様の流れに良い変化が出てくるかもと期待している。
		スーパー	消費税増税前に税抜き価格表示に変える企業、業態が増える傾向になる。
		乗用車販売	政府の経済政策効果などと言われているが、青森県まで波及効果が出てくるには、1年はかかると思う。それまで食品の値上げ等、消費税率アップに対応しなければならない。
		一般小売店	三沢（八戸）から札幌への1日1便の運航が始まり、8月1日から函館経由便も始まる。（北海道エアシステム）
		商店街	当街区にも空き店舗がありますが、少しずつ出店が進みつつあります。入居になった店舗の多くは路面で通行量が増加傾向にある当街区に出店することにより、お客様の増加が見込めるのではないかと思います。
		一般飲食店	政府の経済政策は地方には恩恵がないことを中央の関係者に声を大にして実情を訴えて頂きたい。
		レストラン	商売では一番つらい時期だと思います。（仕入れの値上げ等）
スナック	長い間商売をやっていますが、全く良くならないので、とても不安でいっぱいです。		

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	観光型ホテル・旅館	青森の魅力を県外に訴求する難しさ、青森の2次交通の不便さ、これらに問題を抱えています。
		旅行代理店	タクシー、観光バス、ホテルの状況が昨年より良くない。
		タクシー	またまた値上げ、皆さん青色吐息という感じです。早く地方にもいい風が吹いて来ないかな。
		美容院	基本的に、少子高齢化のために手を打たないと、将来像がわかっているのに、今の目先だけでは日本全体が小さくなっていくと思う。将来の明るい目標達成のための毎日の努力ややりがいを持つべきと思う。
		パチンコ	求人がやや増えたように思われますが、ほとんどが非正規雇用（パート、アルバイト）で、景気回復にはまだまだかかるでしょう。
		設計事務所	専門職、技術職の人間が足りない。また、資材が高騰している。そして、資材が不足気味である。
企業	東青	一般小売店	政府の経済政策による円安、株高、大企業、輸出業者、資産家には恩恵があったかもしれませんが、地方の零細企業にとってはマイナスばかりのような気がします。
		食料品製造	実体経済が上向くのは早くとも秋、遅ければ来春と。しかし、内需型の中小企業の状況は厳しさが続くものと思います。
	津軽	建設	政府の経済政策は、地方にはあまりメリットのない政策である。周囲の人々も含め、「景気が悪い」と感じている人が増加していると思う。県内でも特に青森市の落ち込みが厳しいと思う。
		食料品製造	地産地消という言葉が出て久しいが、今や学校給食でさえ地元を無視して安い物を入れているところもある。地元を守るといことは産業から雇用から納税まであるんだということをや所ももっと考えてほしい。
		電気機械製造	世間では政府の経済政策とか、大企業のボーナスが増えたとか聞きますが、全く実感がありません。
		建設	7月21日（日）に参議院議員選挙が行われる。与党優位の中で野党がどこまで票を取れるのか。TPP問題、原子力問題等、本県にとり、難題が山積している。少しでも本県・日本のために頑張ってもらいたい。弘前駅前地区にようやく「ヒロロ」がオープンする。今まで停滞していただけに期待をしている。活気が戻ってほしい。来月よりねぶた・ねぶたが始まる。夏本番に向けて元気を出して景気を上げてほしい。
	県南	広告・デザイン	都市部の大手企業等は景気の回復を感じているようだが、地方では全くそういう状況ではない。この勢いで回復していくのか、参院選後の経済が少し心配。
		紙・パルプ製造	種差海岸などの国立公園指定は、地元では大きく取り上げられていますが、東京の知人に聞くと、あまり浸透していないようでした。観光客の誘致につながるようなイベントなど期待したいです。
		電気機械製造	景気の判断が難しくなっています。
		経営コンサルタント	円安、株価、そして予算の執行が増えて、好況感が出てきた。
		広告・デザイン	震災関連の支援や助成の話はあるものの、具体的に助けてくれない。段々良くなっているから、今を乗り切ることで将来が見えてくるけれど、「今」を支援してくれない国、県、金融関連に疑問を持っている。
		下北	食料品製造
雇用	東青	新聞社求人広告	夏の暑さ対策に消費需要が見込める。