

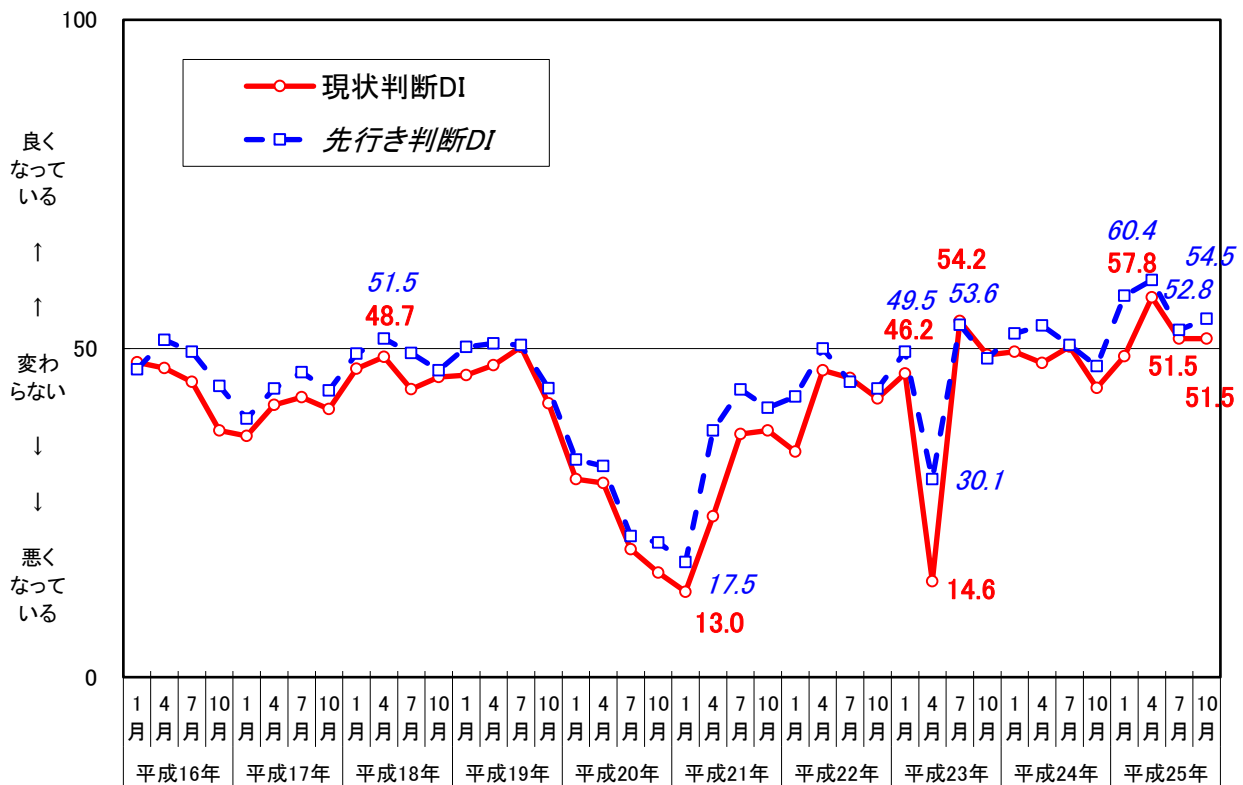
青森県景気ウォッチャー調査 (平成25年10月期)

調査期間 平成25年10月1日～10月11日 回答率100%

概況

10月期の景気の現状判断DIは51.5と、3期連続で横ばいを示す50を上回った。先行き判断DIは54.5と、4期連続で横ばいを示す50を上回った。
現状判断が3期連続、先行き判断が4期連続でそれぞれ50を上回ったのは、平成13年10月の調査の本格開始以降、初めてとなった。

景気現状判断DI・先行き判断DIの推移



平成25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カ月前と比べた景気の現状判断とその理由
 - ② 3カ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カ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2.0ポイント減少、「変わらない」が横ばい、「やや悪くなっている」が2.0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、全体では前期と同じく51.5となり、景気の横ばいを示す50を3期連続で上回った。

判断理由では、燃料、電気料金や原材料費などの物価上昇による収益悪化のほか、夏場の天候不順による夏物衣料や飲料などの売上不振といったマイナス面をあげる声があった一方で、主に住宅建設販売、設計事務所や乗用車販売を中心に、消費税増税前の駆け込み需要による業績アップをあげる声があった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連の住宅と雇用関連での増加が目立った。家計関連全体で横ばい、企業関連で1.4ポイント減少、雇用関連で3.5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、下北地区で増加、県南地区で横ばい、津軽地区で減少した。全地区で景気の横ばいを示す50を上回った。

(2) 3カ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12.0ポイント増加、「変わらない」が11.0ポイント減少、「やや悪くなる」が3.0ポイント減少、「悪くなる」が3.0ポイント増加したことにより、全体では1.7ポイント増加の54.5と、景気の横ばいを示す50を4期連続で上回った。

判断理由では、前回調査から引き続いて消費増税や生活必需品の物価上昇による節約志向への懸念のほか、住宅建設販売では(消費税5%が適用される期限である)9月の契約完了後の反動減をあげる声があったものの、秋の観光シーズンや年末年始に向けた消費増加、消費税増税前の駆け込み需要、暖房器具やタイヤなど冬物商品による売上増を見込む声があった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連の住宅のみ大きく減少したものの、家計関連全体で0.3ポイント増加、企業関連で5.5ポイント増加、雇用関連で7.1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、津軽地区で4.1ポイント減少し、4期ぶりに50を下回ったものの、その他の地区では、前期に引き続き景気の横ばいを示す50を上回った。

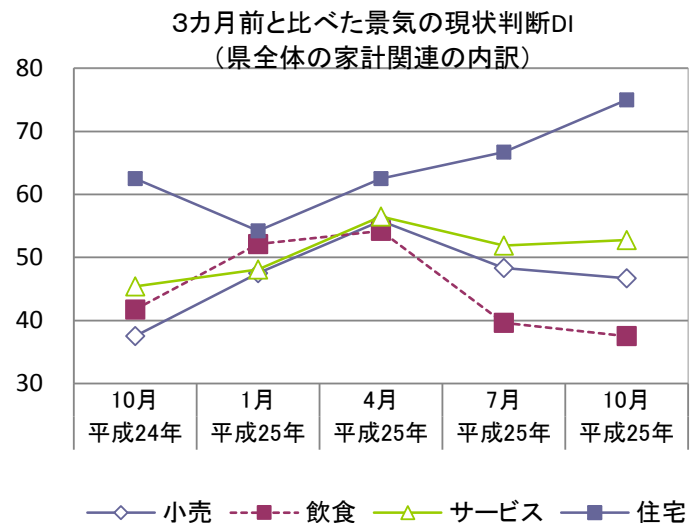
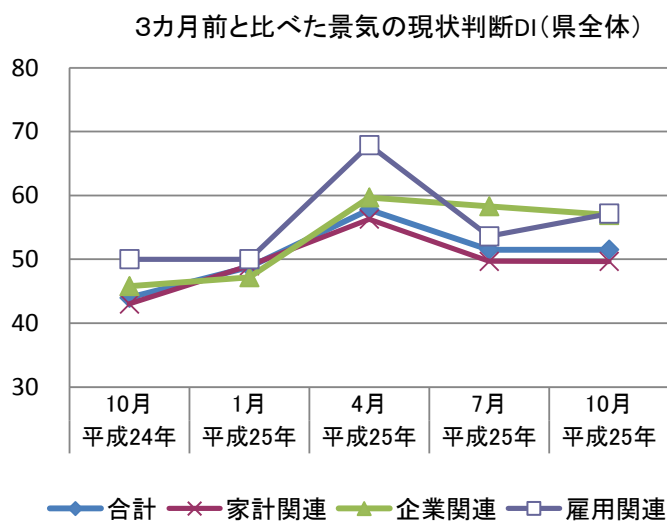
2. 県全体の動向

(1) 3カ月前と比べた景気の現状判断

①DI

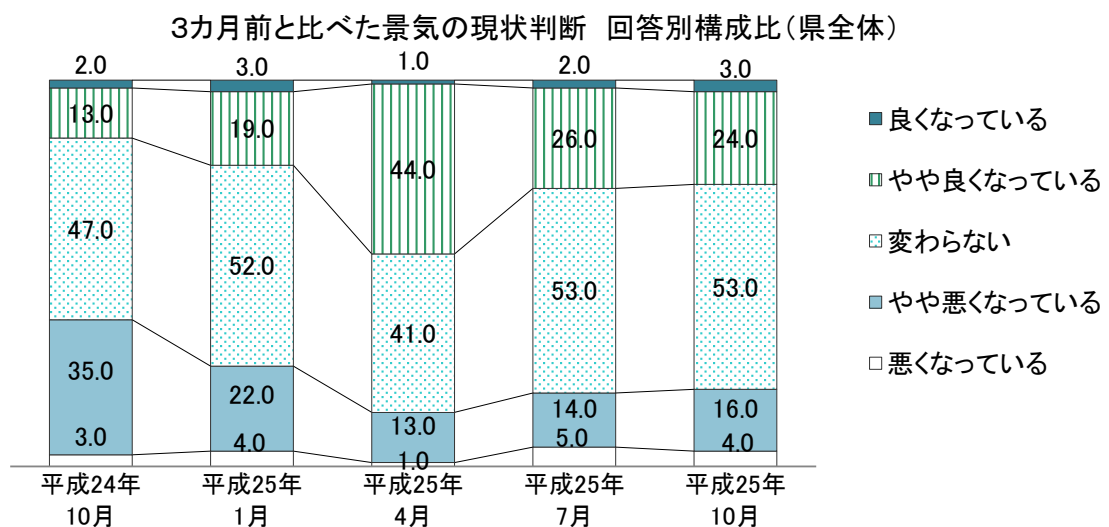
n = 100

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	44.0	48.8	57.8	51.5	51.5	0.0
家計関連	43.0	49.0	56.3	49.7	49.7	0.0
小売	37.5	47.5	55.8	48.3	46.7	▲ 1.6
飲食	41.7	52.1	54.2	39.6	37.5	▲ 2.1
サービス	45.4	48.1	56.5	51.9	52.8	0.9
住宅	62.5	54.2	62.5	66.7	75.0	8.3
企業関連	45.8	47.2	59.7	58.3	56.9	▲ 1.4
雇用関連	50.0	50.0	67.9	53.6	57.1	3.5



②回答別構成比 (%)

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
良くなっている	2.0	3.0	1.0	2.0	3.0	1.0
やや良くなっている	13.0	19.0	44.0	26.0	24.0	▲ 2.0
変わらない	47.0	52.0	41.0	53.0	53.0	0.0
やや悪くなっている	35.0	22.0	13.0	14.0	16.0	2.0
悪くなっている	3.0	4.0	1.0	5.0	4.0	▲ 1.0



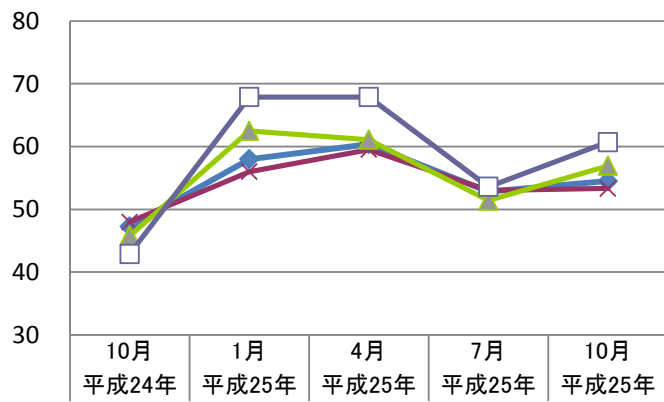
(2) 3カ月後の景気の先行き判断

①DI

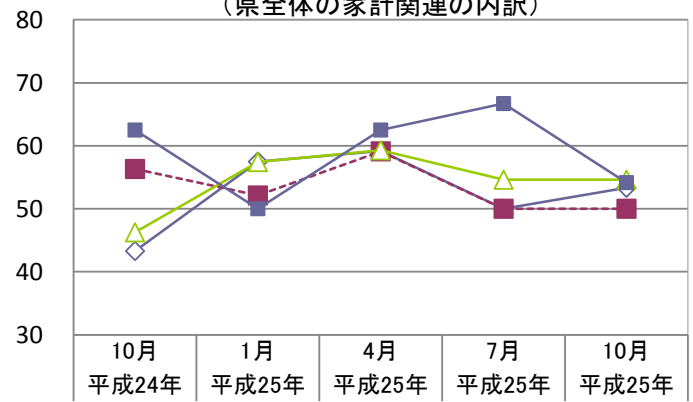
n = 100

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	47.3	58.0	60.4	52.8	54.5	1.7
家計関連	48.0	56.0	59.5	53.0	53.3	0.3
小売	43.3	57.5	59.2	50.0	53.3	3.3
飲食	56.3	52.1	59.1	50.0	50.0	0.0
サービス	46.3	57.4	59.3	54.6	54.6	0.0
住宅	62.5	50.0	62.5	66.7	54.2	▲ 12.5
企業関連	45.8	62.5	61.1	51.4	56.9	5.5
雇用関連	42.9	67.9	67.9	53.6	60.7	7.1

3カ月後の景気の先行き判断DI(県全体)



3カ月後の景気の先行き判断DI
(県全体の家計関連の内訳)



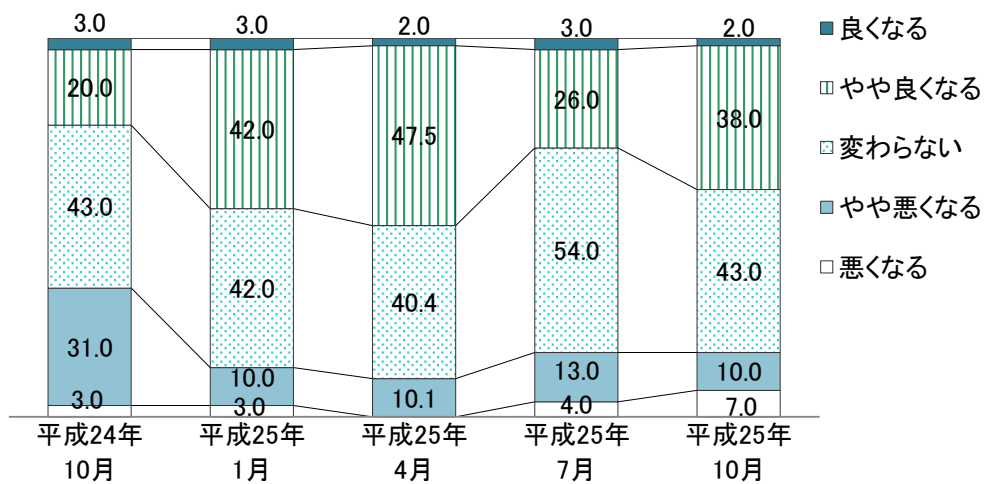
◆ 合計 ◆ 家計関連 ◆ 企業関連 ◆ 雇用関連

◆ 小売 ◆ 飲食 ◆ サービス ◆ 住宅

②回答別構成比 (%)

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
良くなる	3.0	3.0	2.0	3.0	2.0	▲ 1.0
やや良くなる	20.0	42.0	47.5	26.0	38.0	12.0
変わらない	43.0	42.0	40.4	54.0	43.0	▲ 11.0
やや悪くなる	31.0	10.0	10.1	13.0	10.0	▲ 3.0
悪くなる	3.0	3.0	0.0	4.0	7.0	3.0

3カ月後の景気の先行き判断 回答別構成比(県全体)



3. 地区別の動向

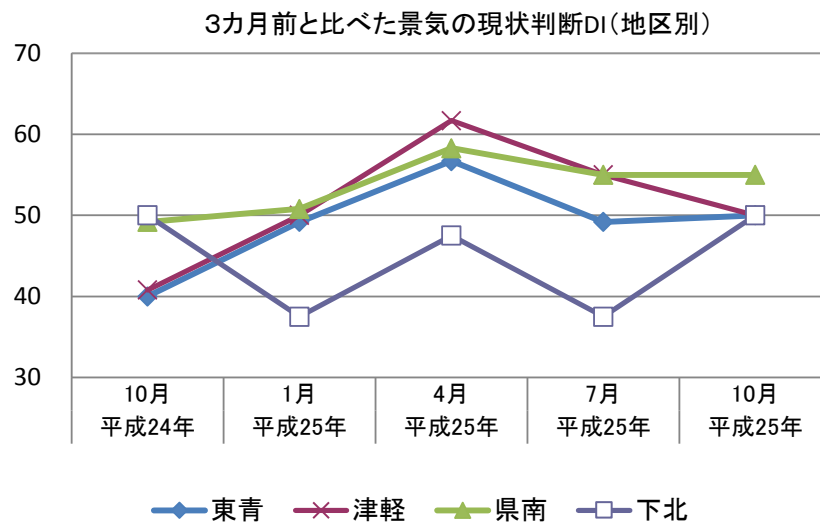
(1) 3カ月前と比べた景気の現状判断

<地区別>

①DI

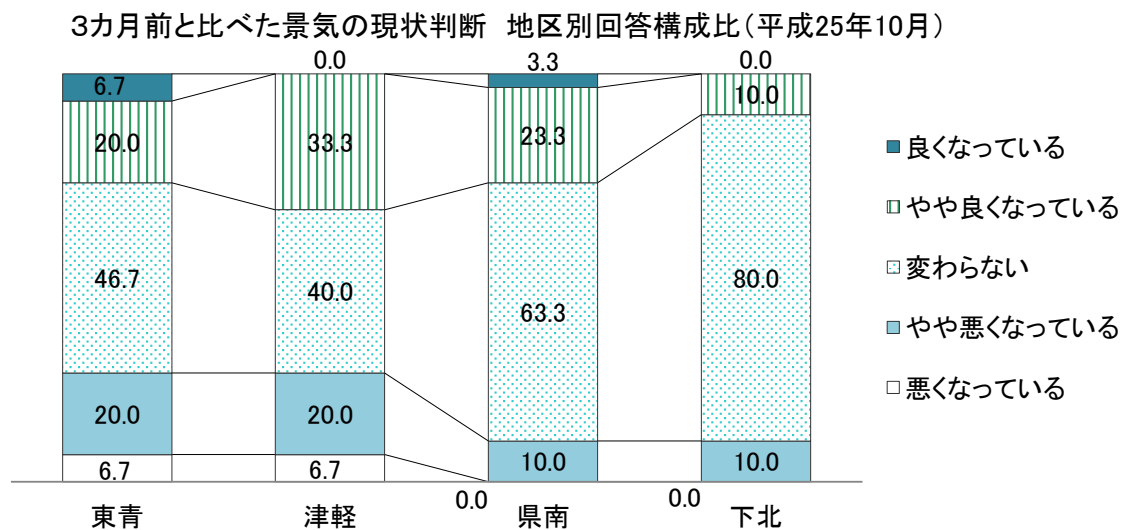
n = 100

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	44.0	48.8	57.8	51.5	51.5	0.0
東青	40.0	49.2	56.7	49.2	50.0	0.8
津軽	40.8	50.0	61.7	55.0	50.0	▲ 5.0
県南	49.2	50.8	58.3	55.0	55.0	0.0
下北	50.0	37.5	47.5	37.5	50.0	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	0.0	3.3	0.0
やや良くなっている	20.0	33.3	23.3	10.0
変わらない	46.7	40.0	63.3	80.0
やや悪くなっている	20.0	20.0	10.0	10.0
悪くなっている	6.7	6.7	0.0	0.0



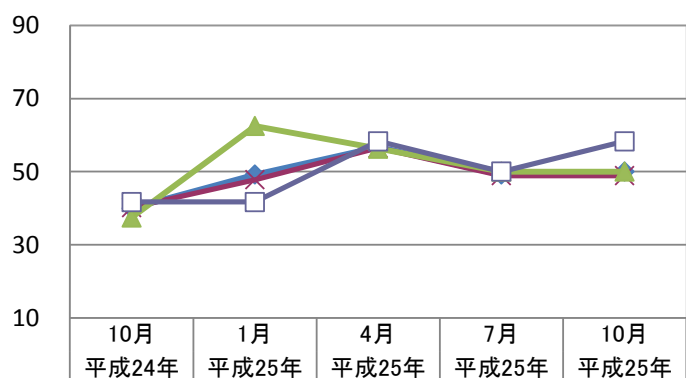
<東青地区>

①DI

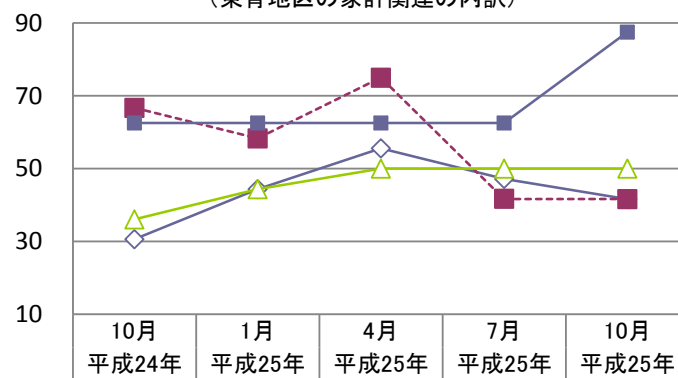
n = 30

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	40.0	49.2	56.7	49.2	50.0	0.8
家計関連	40.2	47.8	56.5	48.9	48.9	0.0
小売	30.6	44.4	55.6	47.2	41.7	▲ 5.5
飲食	66.7	58.3	75.0	41.7	41.7	0.0
サービス	36.1	44.4	50.0	50.0	50.0	0.0
住宅	62.5	62.5	62.5	62.5	87.5	25.0
企業関連	37.5	62.5	56.3	50.0	50.0	0.0
雇用関連	41.7	41.7	58.3	50.0	58.3	8.3

3カ月前と比べた景気の現状判断DI(東青地区)



3カ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)

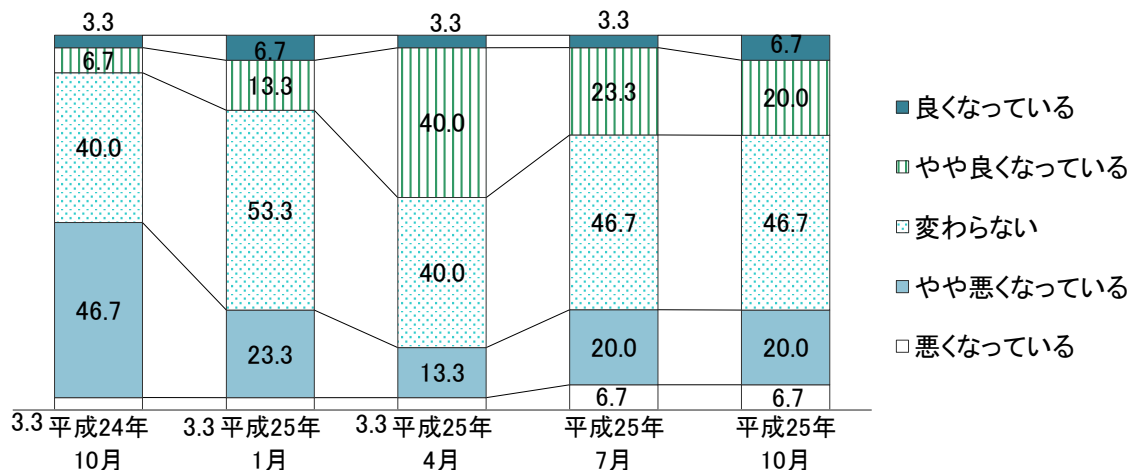


● 合計 × 家計関連 ▲ 企業関連 □ 雇用関連 ◆ 小売 - - 飲食 ▲ サービス ■ 住宅

②回答別構成比 (%)

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

3カ月前と比べた景気の現状判断 回答別構成比(東青地区)



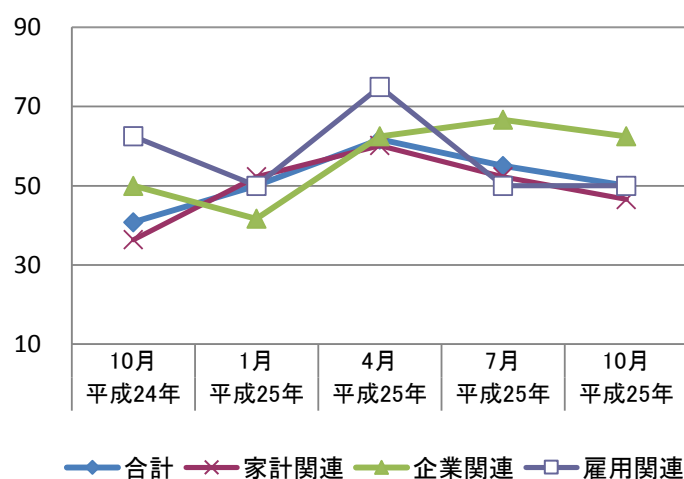
<津軽地区>

①DI

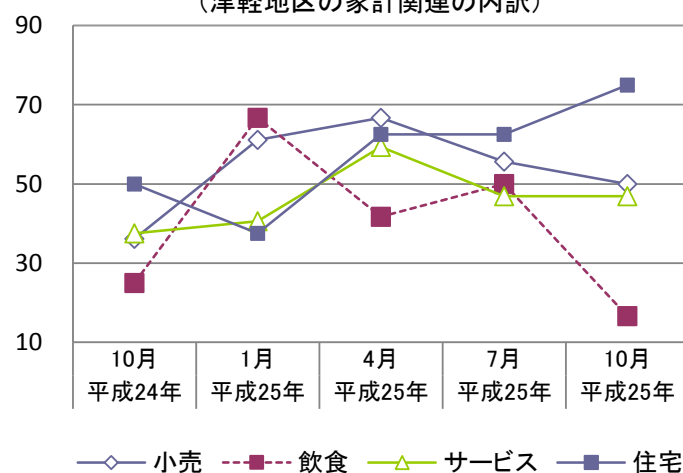
n = 30

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	40.8	50.0	61.7	55.0	50.0	▲ 5.0
家計関連	36.4	52.3	60.2	52.3	46.6	▲ 5.7
小売	36.1	61.1	66.7	55.6	50.0	▲ 5.6
飲食	25.0	66.7	41.7	50.0	16.7	▲ 33.3
サービス	37.5	40.6	59.4	46.9	46.9	0.0
住宅	50.0	37.5	62.5	62.5	75.0	12.5
企業関連	50.0	41.7	62.5	66.7	62.5	▲ 4.2
雇用関連	62.5	50.0	75.0	50.0	50.0	0.0

3カ月前と比べた景気の現状判断DI(津軽地区)



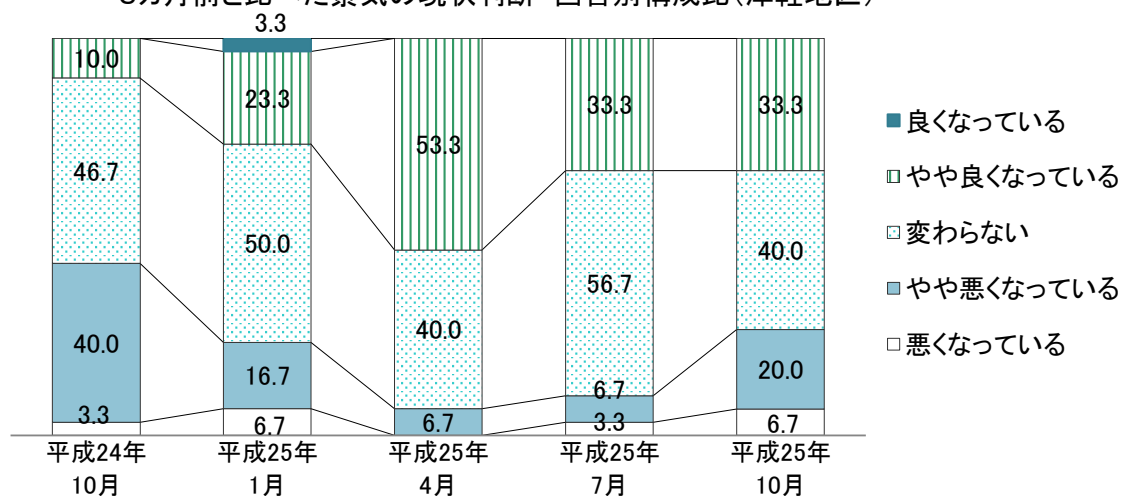
3カ月前と比べた景気の現状判断DI
(津軽地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	10.0	23.3	53.3	33.3	33.3	0.0
変わらない	46.7	50.0	40.0	56.7	40.0	▲ 16.7
やや悪くなっている	40.0	16.7	6.7	6.7	20.0	13.3
悪くなっている	3.3	6.7	0.0	3.3	6.7	3.4

3カ月前と比べた景気の現状判断 回答別構成比(津軽地区)



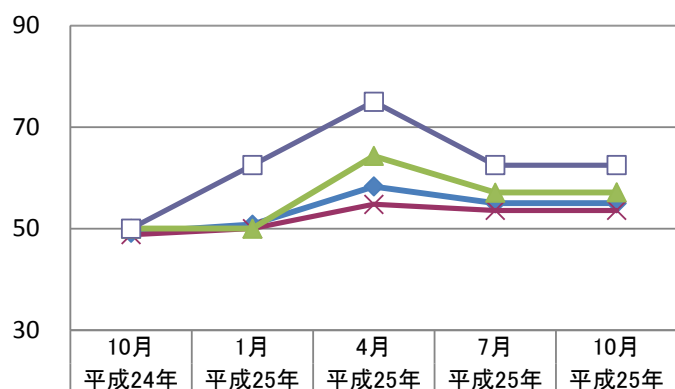
< 県南地区 >

① D I

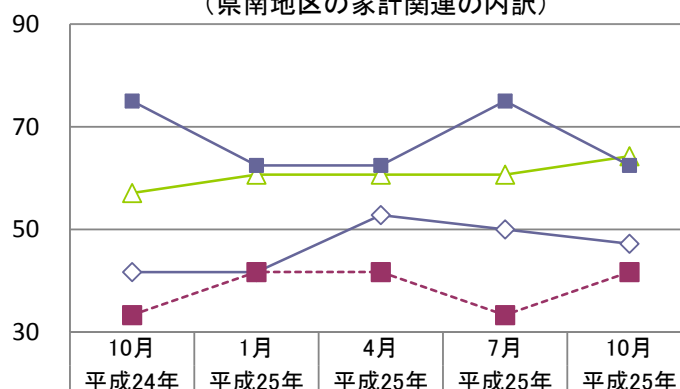
n = 30

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	49.2	50.8	58.3	55.0	55.0	0.0
家計関連	48.8	50.0	54.8	53.6	53.6	0.0
小売	41.7	41.7	52.8	50.0	47.2	▲ 2.8
飲食	33.3	41.7	41.7	33.3	41.7	8.4
サービス	57.1	60.7	60.7	60.7	64.3	3.6
住宅	75.0	62.5	62.5	75.0	62.5	▲ 12.5
企業関連	50.0	50.0	64.3	57.1	57.1	0.0
雇用関連	50.0	62.5	75.0	62.5	62.5	0.0

3カ月前と比べた景気の現状判断DI(県南地区)



3カ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)



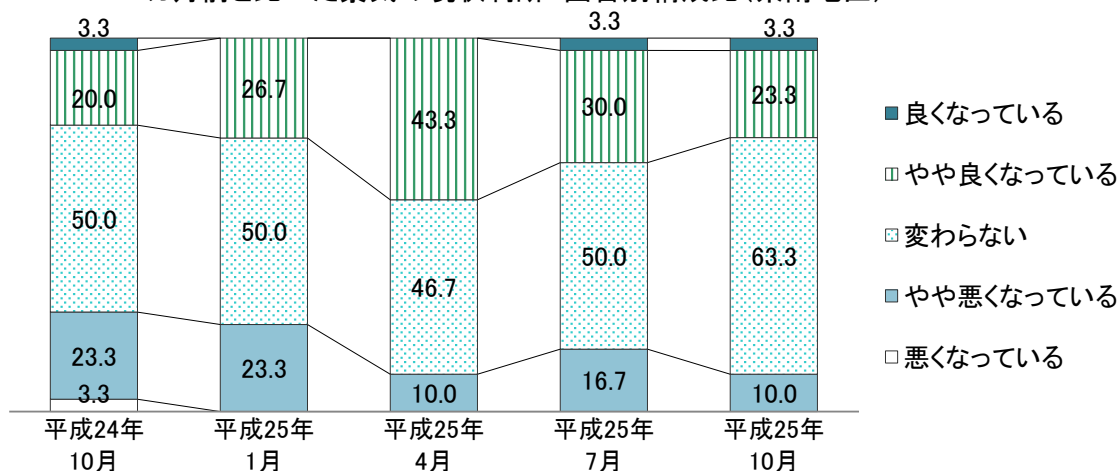
● 合計 × 家計関連 ▲ 企業関連 □ 雇用関連

◇ 小売 ■ 飲食 ▲ サービス ■ 住宅

② 回答別構成比 (%)

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25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	20.0	26.7	43.3	30.0	23.3	▲ 6.7
変わらない	50.0	50.0	46.7	50.0	63.3	13.3
やや悪くなっている	23.3	23.3	10.0	16.7	10.0	▲ 6.7
悪くなっている	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

3カ月前と比べた景気の現状判断 回答別構成比(県南地区)



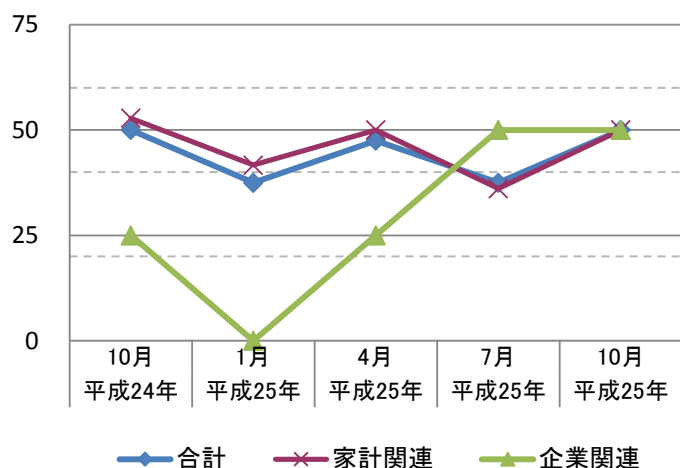
<下北地区> (参考)

①DI

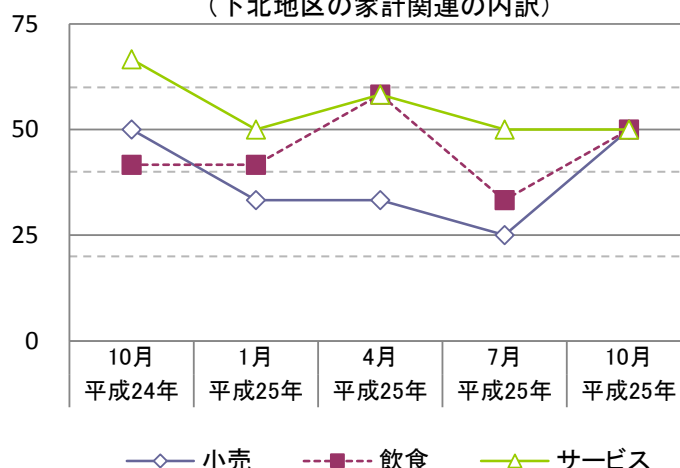
n = 10

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	50.0	37.5	47.5	37.5	50.0	12.5
家計関連	52.8	41.7	50.0	36.1	50.0	13.9
小売	50.0	33.3	33.3	25.0	50.0	25.0
飲食	41.7	41.7	58.3	33.3	50.0	16.7
サービス	66.7	50.0	58.3	50.0	50.0	0.0
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	25.0	0.0	25.0	50.0	50.0	0.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

3カ月前と比べた景気の現状判断DI(下北地区)



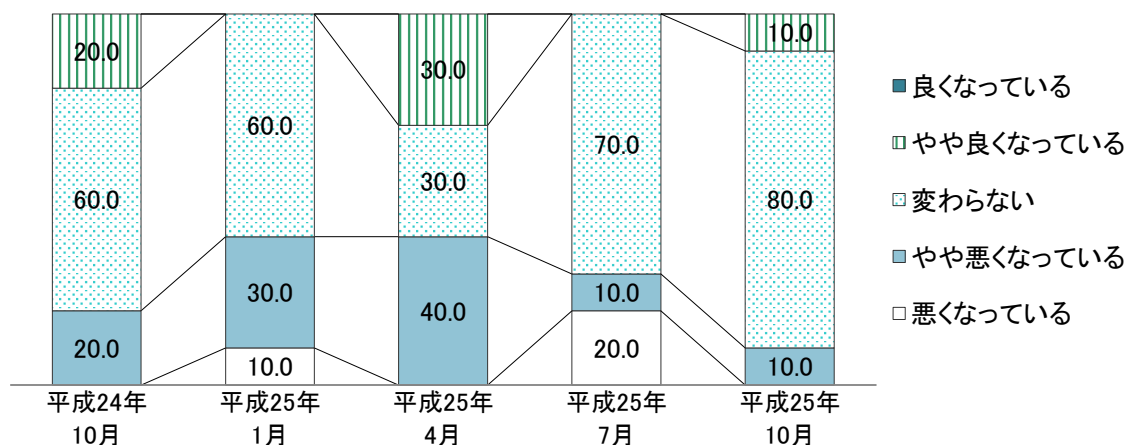
3カ月前と比べた景気の現状判断DI
(下北地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25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	20.0	0.0	30.0	0.0	10.0	10.0
変わらない	60.0	60.0	30.0	70.0	80.0	10.0
やや悪くなっている	20.0	30.0	40.0	10.0	10.0	0.0
悪くなっている	0.0	10.0	0.0	20.0	0.0	▲ 20.0

3カ月前と比べた景気の現状判断 回答別構成比(下北地区)



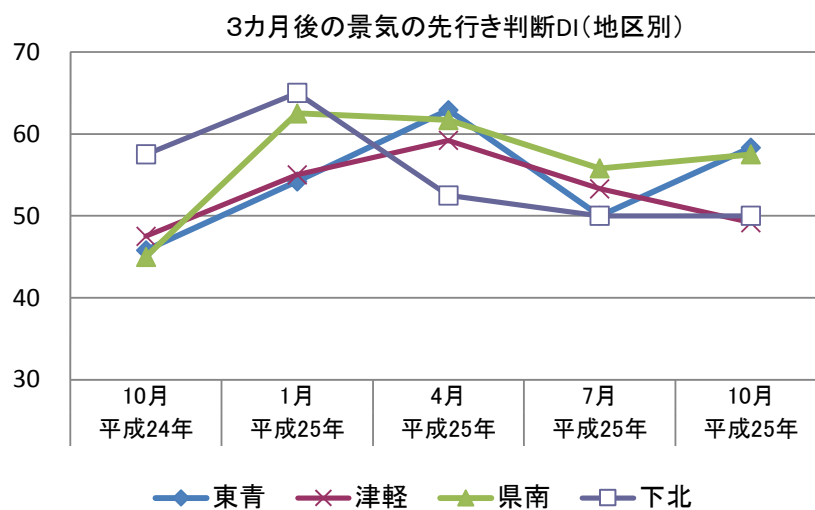
(2) 3カ月後の景気の先行き判断

<地区別>

①DI

n = 100

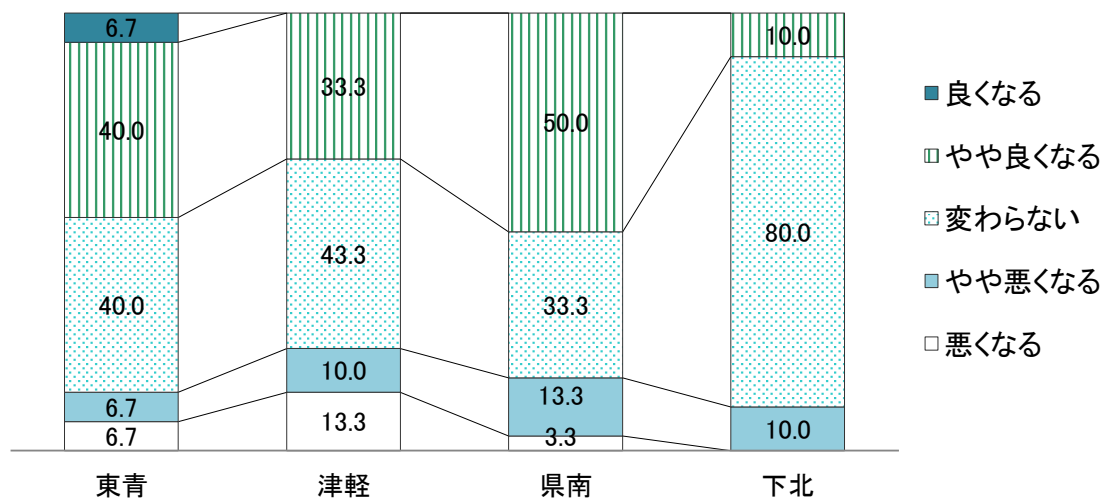
	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	47.3	58.0	60.4	52.8	54.5	1.7
東青	45.8	54.2	62.9	50.0	58.3	8.3
津軽	47.5	55.0	59.2	53.3	49.2	▲ 4.1
県南	45.0	62.5	61.7	55.8	57.5	1.7
下北	57.5	65.0	52.5	50.0	50.0	0.0



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	0.0	0.0
やや良くなる	40.0	33.3	50.0	10.0
変わらない	40.0	43.3	33.3	80.0
やや悪くなる	6.7	10.0	13.3	10.0
悪くなる	6.7	13.3	3.3	0.0

3カ月後の景気の先行き判断 地区別回答構成比(平成25年10月)



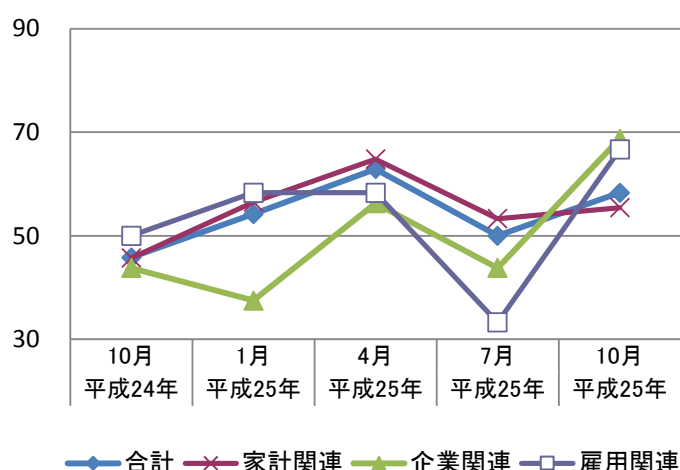
<東青地区>

①DI

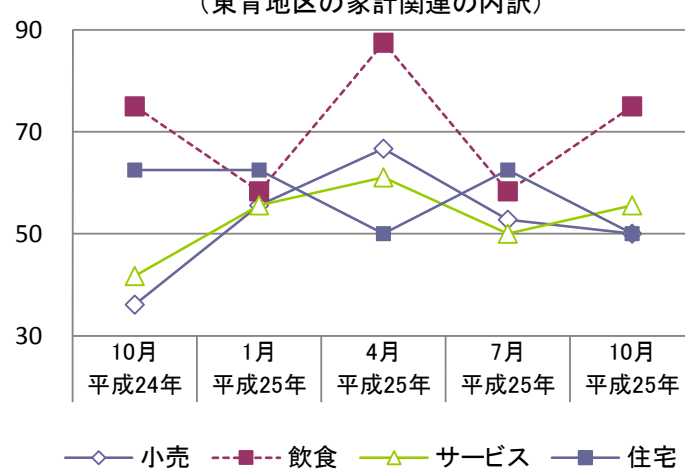
n = 30

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	45.8	54.2	62.9	50.0	58.3	8.3
家計関連	45.7	56.5	64.8	53.3	55.4	2.1
小売	36.1	55.6	66.7	52.8	50.0	▲ 2.8
飲食	75.0	58.3	87.5	58.3	75.0	16.7
サービス	41.7	55.6	61.1	50.0	55.6	5.6
住宅	62.5	62.5	50.0	62.5	50.0	▲ 12.5
企業関連	43.8	37.5	56.3	43.8	68.8	25.0
雇用関連	50.0	58.3	58.3	33.3	66.7	33.4

3カ月後の景気の先行き判断DI(東青地区)



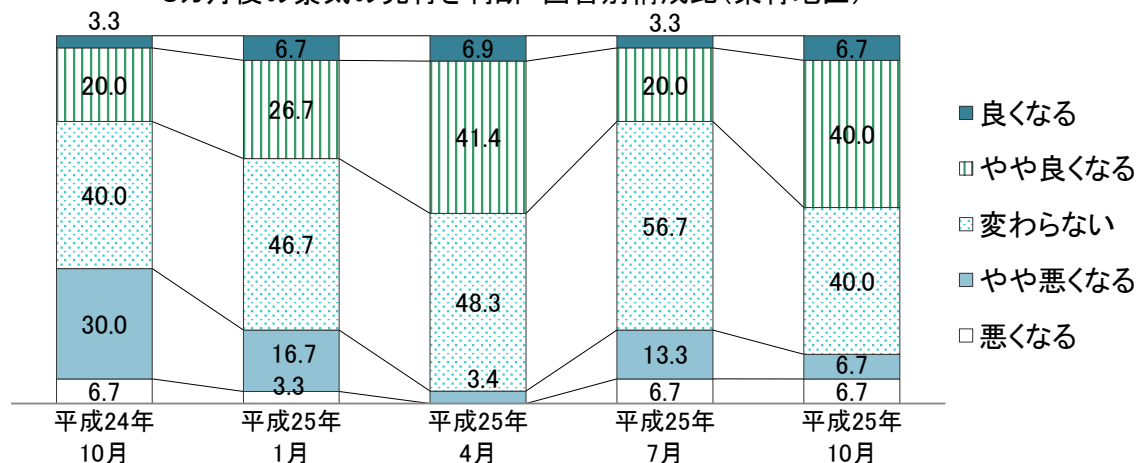
3カ月後の景気の先行き判断DI
(東青地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
良くなる	3.3	6.7	6.9	3.3	6.7	3.4
やや良くなる	20.0	26.7	41.4	20.0	40.0	20.0
変わらない	40.0	46.7	48.3	56.7	40.0	▲ 16.7
やや悪くなる	30.0	16.7	3.4	13.3	6.7	▲ 6.6
悪くなる	6.7	3.3	0.0	6.7	6.7	0.0

3カ月後の景気の先行き判断 回答別構成比(東青地区)



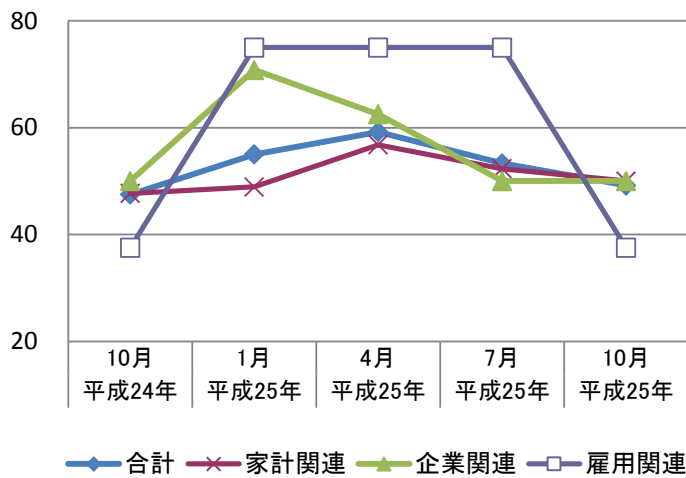
<津軽地区>

①DI

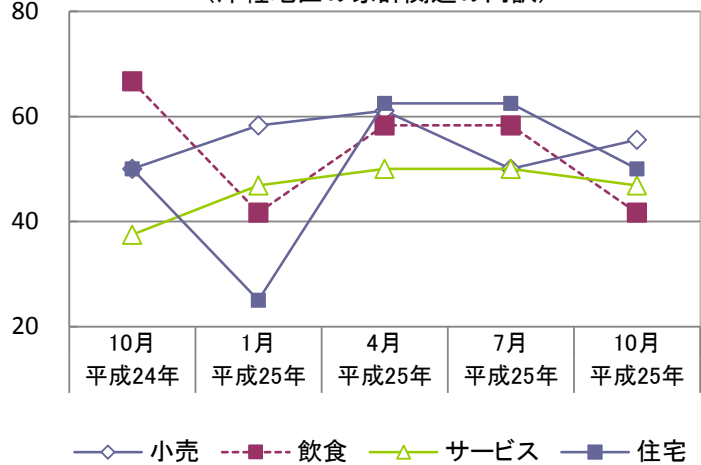
n=30

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	47.5	55.0	59.2	53.3	49.2	▲ 4.1
家計関連	47.7	48.9	56.8	52.3	50.0	▲ 2.3
小売	50.0	58.3	61.1	50.0	55.6	5.6
飲食	66.7	41.7	58.3	58.3	41.7	▲ 16.6
サービス	37.5	46.9	50.0	50.0	46.9	▲ 3.1
住宅	50.0	25.0	62.5	62.5	50.0	▲ 12.5
企業関連	50.0	70.8	62.5	50.0	50.0	0.0
雇用関連	37.5	75.0	75.0	75.0	37.5	▲ 37.5

3カ月後の景気の先行き判断DI(津軽地区)



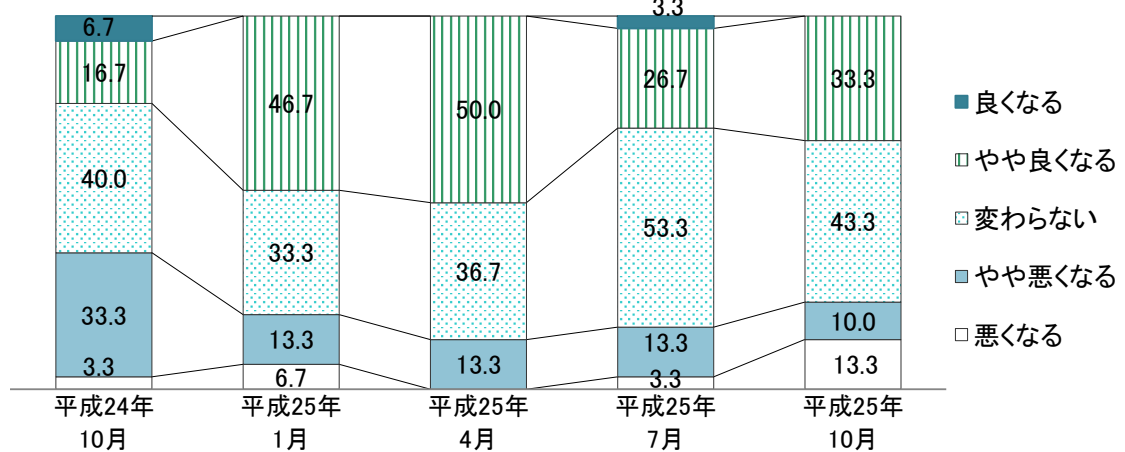
3カ月後の景気の先行き判断DI
(津軽地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
良くなる	6.7	0.0	0.0	3.3	0.0	▲ 3.3
やや良くなる	16.7	46.7	50.0	26.7	33.3	6.6
変わらない	40.0	33.3	36.7	53.3	43.3	▲ 10.0
やや悪くなる	33.3	13.3	13.3	13.3	10.0	▲ 3.3
悪くなる	3.3	6.7	0.0	3.3	13.3	10.0

3カ月後の景気の先行き判断 回答別構成比(津軽地区)



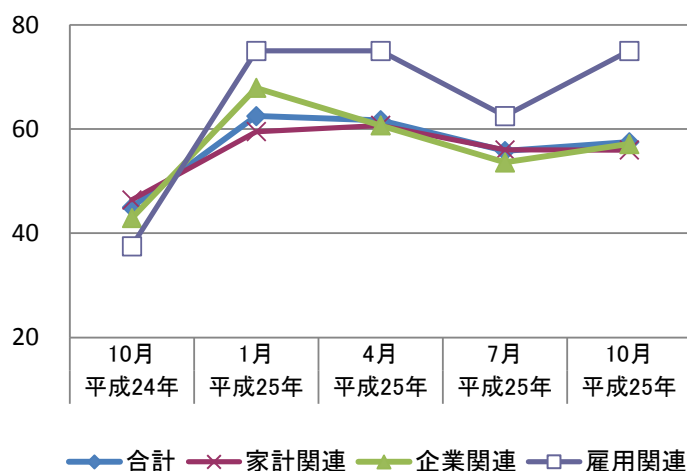
< 県南地区 >

① D I

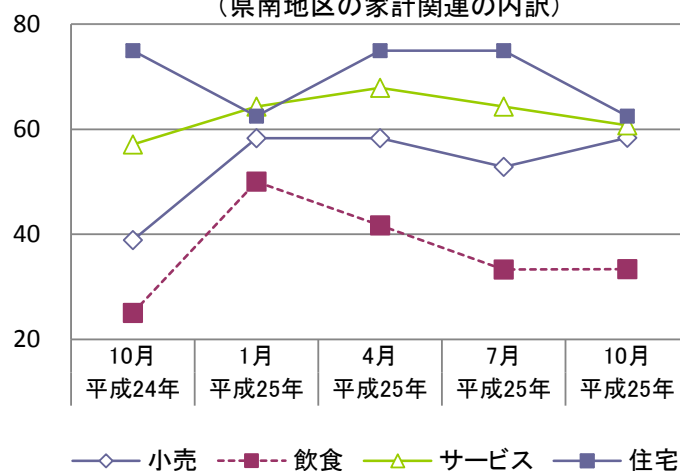
n = 30

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	45.0	62.5	61.7	55.8	57.5	1.7
家計関連	46.4	59.5	60.7	56.0	56.0	0.0
小売	38.9	58.3	58.3	52.8	58.3	5.5
飲食	25.0	50.0	41.7	33.3	33.3	0.0
サービス	57.1	64.3	67.9	64.3	60.7	▲ 3.6
住宅	75.0	62.5	75.0	75.0	62.5	▲ 12.5
企業関連	42.9	67.9	60.7	53.6	57.1	3.5
雇用関連	37.5	75.0	75.0	62.5	75.0	12.5

3カ月後の景気の先行き判断DI(県南地区)



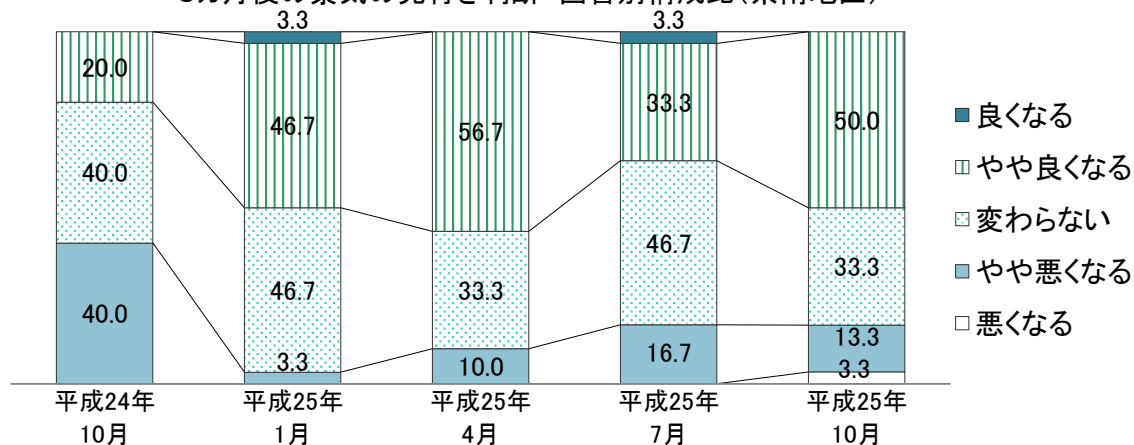
3カ月後の景気の先行き判断DI
(県南地区の家計関連の内訳)



② 回答別構成比 (%)

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10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	20.0	46.7	56.7	33.3	50.0	16.7
変わらない	40.0	46.7	33.3	46.7	33.3	▲ 13.4
やや悪くなる	40.0	3.3	10.0	16.7	13.3	▲ 3.4
悪くなる	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	3.3

3カ月後の景気の先行き判断 回答別構成比(県南地区)



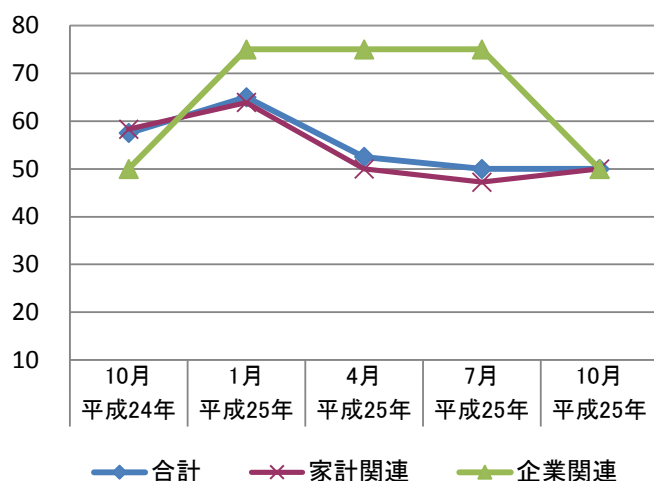
<下北地区> (参考)

①DI

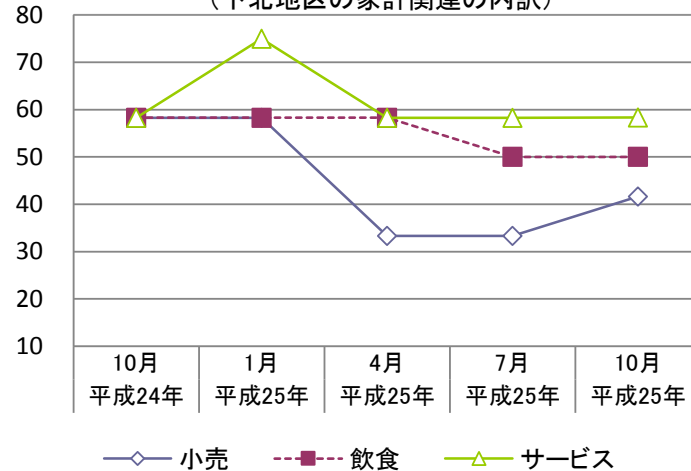
n = 10

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	57.5	65.0	52.5	50.0	50.0	0.0
家計関連	58.3	63.9	50.0	47.2	50.0	2.8
小売	58.3	58.3	33.3	33.3	41.7	8.4
飲食	58.3	58.3	58.3	50.0	50.0	0.0
サービス	58.3	75.0	58.3	58.3	58.3	0.0
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	50.0	75.0	75.0	75.0	50.0	▲ 25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

3カ月後の景気の先行き判断DI(下北地区)



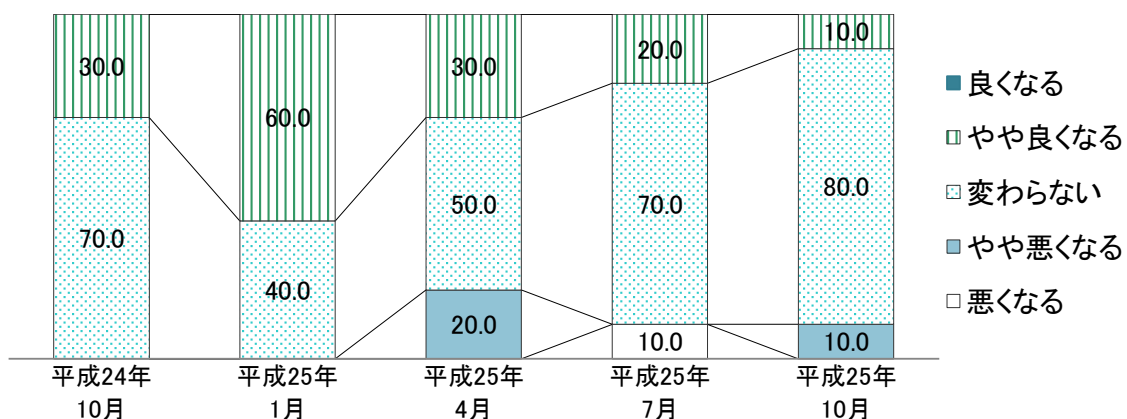
3カ月後の景気の先行き判断DI
(下北地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25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	30.0	60.0	30.0	20.0	10.0	▲ 10.0
変わらない	70.0	40.0	50.0	70.0	80.0	10.0
やや悪くなる	0.0	0.0	20.0	0.0	10.0	10.0
悪くなる	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	▲ 10.0

3カ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	住宅建設販売	消費税増税前の駆け込み需要が非常に多かった。通常の3~4倍の獲得だった。
			一般飲食店	業績は3カ月前と比べて良くなっています。部分的な改善点を意識的に集中して検討します。常に短期の目標を設定しています。そして、継続的に業務内容の向上を計っています。上向き、下向きなんていうのは、自分の姿勢だと思います。
		県南	観光型ホテル・旅館	宿泊稼働率が上向き。
やや良くなっている	家計	東青	百貨店	食料品と婦人衣料を中心にやや上向き。ただし、若い客層のショップは依然足踏み。
			設計事務所	市内建築各社は、春先以降、まんべんなく仕事を受注、協力業者など、広範囲に経済稼働している。
			乗用車販売	消費税アップすることにより、やや車両販売が上昇しているように思う。
			衣料専門店	単純に過去3カ月と、昨年同時期の数字と比べての話、政府の経済対策が騒がれ、期待感で暮れから春先まで売上も良好に推移したが、実質賃金はボーナスなどにもあまり反映しておらず、夏物商戦は不調であった。昨年この時期、過去最低の売上を記録しており、それから見たら良いという程度。
		津軽	旅行代理店	仕事の受注量が増えている業種が多い。
			設計事務所	消費税の4月からの増税に対しての駆け込み需要がある。
			乗用車販売	(消費税) 増税前の駆け込み需要が徐々に感じられる。
			住宅建設販売	正直言って忙しい。ただ、利益が計算どおりでないと思う。
			一般小売店	4~6月期はマイナスでしたが、7~9月期はわずかながらプラスとなったので。
			県南	住宅建設販売
	企業	津軽	観光名所等	平日、休日ともお客様が来ているので。客数も毎月増えているから。
			卸売業	7月以降、お客様の購買意欲に上昇志向が感じられます。特に年金月、高齢者の方。
			レストラン	業種的だと思いますが、自店では来店頻度が上がってきている。
		県南	食料品製造	東京オリンピック決定による効果と消費税増税になる前の駆け込み景気。
			経営コンサルタント	建築関連の業績が良くなっている。
			飲料品製造	東京オリンピックの決定や野球の優勝セールなど、経済効果的出来事があった。また、消費税増税による駆け込み需要(高額品)が見られた。
			電気機械製造	求人を出しても人が集まらない。
			経営コンサルタント	震災復興に関連して上向き。政府の経済対策に刺激されて心理的に上向き。

現状	分野	地区	業種	理由
やや良くなっている	雇用	東青	新聞社求人広告	住宅建築が堅調の様子から。
変わらない	家計	東青	美容院	健康に対する関心が高く、商品の品揃えを考える時期に来ていると感じる。
			都市型ホテル	売上も前年並みで、安定しているといえば聞こえはいいが、電気料等経費が増加しており、利益の確保に四苦八苦している。
			観光名所等	変化がわからないので。
			パチンコ	悪いまま横ばい状態です。
	津軽	観光名所等	積極的に営業活動はしているものの、将来展望は不透明。	
		観光型ホテル・旅館	宿泊単価が低い傾向が続いている。	
		衣料専門店	景気上昇の実感なし。	
		パチンコ	お客様の客数に変化がない。	
		タクシー	東北では会津や久慈に観光客が流れ、人の出入りは依然少なく、状況は変わっていない。	
	県南	百貨店	世間では政府の経済対策効果で少しずつ景気が上向き傾向にあると言われているが、夏から秋の売上、来店客数の状況を見ると、客数はなかなか増えないし、また客数が増えても客単価が下がっている状況が多くみられるため、消費動向としては切り詰めている状況と考える。	
		美容院	特別変わった実感がない。来店頻度や購買状況も変わっていない感じです。	
		設計事務所	仕事量が変わらない。	
		一般飲食店	横ばいではないだろうか。イベント等で良かった時もあるが、その他はまずまずの状態です。	
		衣料専門店	7月、8月と夏物衣料が伸び悩み、前年割れとなってしまいました。	
		レストラン	3カ月前は景気が良かったとは思えない。現在も良くも悪くもないと思います。	
		タクシー	何か行事等がある時だけは忙しくなるが、その時だけで、あとは人がいなくなる。	
		コンビニ	売上、客数、単価ともに変わっていない。	
		ガソリンスタンド	株高と中央の景気が良いので、地元も少し気分だけは上向きかと。	
	下北	都市型ホテル	仕事等で宿泊されるお客様は特に施設内での飲食はせず、コンビニやテイクアウトの商品で済ませる方が多い。	
		一般小売店	消費税の増税は決まりましたが、お客様の様子にはあまり変化はなかったです。急に生活防衛という感じはしません。	
一般飲食店		相変わらず何の変化もないからです。		
タクシー		景気対策等、多少の期待はあったが、ほとんど変わらなかった。		
スーパー		物価上昇（商品価格上昇）が続く割に、収入の上昇が伴わない状況。		

現状	分野	地区	業種	理由	
変わらない	家計	下北	ガソリンスタンド	都会では政府の経済対策効果が多少出ているようだが、地方の中小・零細企業には全く関係ないようです。	
	企業	東青	食料品製造	消費税引き上げ決定により、各企業とも引き上げ前の需要掘り起こしに知恵を出してきており、それにつれ、個人消費は上向いてきているように感じるが、賃金がついてきていないため、やや控えめ。	
			広告・デザイン	若干の上向き感はあるが、マインド的なもので、実際には伸びている業種とそうではない業種があり、トータルではあまり変化がない。	
			経営コンサルタント	建築業など一部に明るさも見られるが一過性とみられる。基本的に収入の増加を伴っていないので、明るい業種は限られている。	
	津軽		電気機械製造	電気業界で売れているものはスマートフォンですが、部品の価格が下落しており、部品メーカーでは利益が出ない状況が続いています。	
			広告・デザイン	経済そのものは良くなる方向ではあるが、県内ではまだそれが実感できず、良くなっているとは言えない。	
	県南		食料品製造	税負担増に対する負担感と政府の改善施策に対する期待感。	
			紙・パルプ製造	様々な指標では景気は上向きのように聞こえてくるが、身近なところでそれを実感することがない。	
			広告・デザイン	悪い状況が変わらないという意味ですが、さらに消費税における値上げで今後が心配。	
			建設	建設業について言えば、公共工事の増加や復興工事の影響もあり、人手不足感は全国的になってきており、景況感はいいが、他業種の様子からは、特に良くなっていると感じない。	
			飲料品製造	政策など、新しい出来事の情報が入り、気分的には前向きになるも、商品の値上げや消費税などの問題で、消費が抑えられている気がする。	
		下北	食料品製造	日々の動向から。	
	雇用		東青	人材派遣	採用活動をしている会社は多くなったが、人材を求めるボーダーは低くなっておらず、大きな雇用改善までには至っていないとみえる。
			県南	新聞社求人広告	春先から、やや上向いているような気がするが、どんどん良くなっているとは思えない。弊社の求人広告の件数が増えているのはいい傾向だ。
	やや悪くなっている	家計	東青	商店街	ガソリン、電気料金など値上げが続いており、買い控えが顕著になってきているようだ。
				卸売業	8月の繁忙期も売上が低迷、9月もほとんど残暑もなく、飲料水、ビール類が低迷。
				レストラン	秋の連休が立て続けにあり、普段は静か、県外からのお客様にも波がある。
タクシー				マスコミの報道とかでは、景気が上向きになっているとのことですが、建設関係や自動車販売などは消費税の関係で上向きらしいですが、その他の方面が低迷していると話に聞きました。	
スーパー				過去3カ月、売上の伸びが見られない。	
コンビニ				7月に比べて何となく客入りが良くない気がする。	
津軽			百貨店	目的買いが少ない。買上点数、客単価も下がっており、依然として消費は冷え込んでいると感じる。	
			都市型ホテル	燃料、食材を中心に値上がりが続いているが、仕事の受注は横ばい。	

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	津軽	商店街	弘前駅前の大型ショッピングセンターが再開したことによって、（駅前ではない当街への）来街者が減少傾向にあることに加え、順調な経済効果がまだ地方には届いていないように思える。
			一般飲食店	食材値上がりの声が聞かれる今日この頃です。本当に食材の値上がりが主婦にとっても、また、営業者にとっても、売上にも大変影響があると思います。
			レストラン	今年の春から急に売上が落ちていっている。なぜか色々な業種でも同様のようだ。
		県南	家電量販店	暑さが終わり、時期的に落ち着いている感じです。
			スナック	とくかく静かです。
			スーパー	天候の影響を受けて景気は回復できていない。来店客数、平均単価は前年を割り込んでいる。
	下北	スナック	市内を車で走っていると、最近、食べ物屋、洋服店など、いろんな業種のお店が無くなっていることが多いように感じます。	
	雇用	津軽	新聞社求人広告	依然として、景気が上昇するための材料、兆しが見当たらない。
悪くなっている	家計	東青	一般小売店	原材料の高騰。
			スナック	良くなっていない、悪くなっているのが変わらないということです。
	津軽	スナック	人の動きが少なく、前にも増して静かである。	
		ガソリンスタンド	弘前の人口減少（合併時19万3千人～現在17万9千人）。	

(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	家電量販店	これから需要の高まる暖房関連やスタッドレスタイヤ等、単価の大きい商品が動く。また、消費税アップに伴う消費者心理に期待。
			一般飲食店	客層が変化しています。動いているを感じます。私たちの仕事は変わらずにながらも更なる変化がいつも求められています。人というのは自分の経験の中でしか理解できないと思いますので、自社では特別変わった政策はとりません。しかし、ちょっとだけ工夫します。本当にお客様が必要とするものを提供していくことで、常にお客様の満足を得ていこうと努力し、それを実行します。
やや良くなる	家計	東青	衣料専門店	県庁所在地ということから、公的関係の従業者が多く、賃金抑制から個人消費は非常に心配である。全国的には報道にあるように好景気をうたっている、もう少し政府の経済対策に酔わせてほしい。
			競輪場	今後3カ月先とした場合、消費税率アップ前に駆け込み的な消費増が予想されるため。
			設計事務所	年内はこのまま持続する見通し。内実はつかめないが。
			乗用車販売	消費税アップの前に車を購入する企業や人が増えると思うため。
			観光名所等	紅葉シーズンに突入し、自然豊かな青森県へリラックスしにいらっしやと思う。
			百貨店	消費税増税前の駆け込み需要。
			レストラン	年末を迎えるので少しは良くなることを期待。消費税が上がるのでどうなるか。
		津軽	乗用車販売	3月末までは駆け込みにより消費が拡大されていくと思うが、その後の反動が怖い。
			商店街	来年4月からの消費税アップによる駆け込み消費が増えることが見込まれるが、その後にもまた現状以下に落ち込むのではと考えている。
			家電量販店	(消費税) 増税前の駆け込み需要と東京五輪のお祝いムード。
			旅行代理店	消費税増税の影響。
			一般飲食店	秋と言えば、まだ観光のシーズンなので、まだ催し物も、少しでも観光客も地元の方も来てくれるのではと思っています。
			一般小売店	市内に大型店が開店し、失業率が改善され、また、商店街の近くにマンションが完成し、域内人口が少し増えることは、やや景気にプラス。
		県南	家電量販店	消費税アップに伴う駆け込み需要があると思われます。導入後はしばらく落ち込むと思います。
			住宅建設販売	消費税増税のため。
			一般小売店	前回(5%)、前々回(3%)、消費税導入前には3カ月前くらいから何もしなくても売上が2ケタ伸びた。現在、すでに住宅、自動車等の単価の高いものから動きが出ている。
			卸売業	消費税増税前の駆け込み需要に期待。

先行き	分野	地区	業種	理由		
やや良くなる	家計	県南	百貨店	今後3カ月先となると、年末年始を迎える。また、消費税増税（4月）を控えて、一時的に消費動向は上向くと考える。また、百貨店やスーパーにおいても増税前での売出し強化を図る等、業況は良くなると予測できる。		
			観光型ホテル・旅館	4月の消費税増税前の特需。		
			観光名所等	消費税が上がる前にお客様は動くと思うので。		
			ガソリンスタンド	消費税の前倒し需要があると思う。特に建設業関連。		
			旅行代理店	ムードとして。		
	企業	東青	東青	広告・デザイン	消費税率アップに伴う駆け込み需要は一時的であるにしろ、見込める。	
				経営コンサルタント	消費税増税を控え、年末ボーナスは消費に向かう割合が増えるのではないかと。しかし、生活必需品の物価上昇が続くとみられるので、多くは期待できない。	
				食料品製造	消費税引き上げ決定により、必然的に引き上げ前の消費は上向くこととなりますが、賃金がついてこないと実質的に景気が良くなったとは言えないかもしれません。	
		津軽	津軽	広告・デザイン	大都市、中央ではすでに景況感（の改善）があると思われ、地方でもこの後それを感じてくると思われる。	
				飲料品製造	消費税増税の駆け込み需要がさらに高まりそう。	
		県南	県南	紙・パルプ製造	消費税率アップの駆け込み需要が出てくる。	
				飲料品製造	業界では値上げの流れが当然として受け入れられている風潮。確定事項がこなされて新しい展開が見えてくる。一步前進。	
				食料品製造	良くなる「かもしれない」期待感が増税の負担感を上回る「かもしれない」から。	
				建設	消費増税前の前倒し消費が今後半年間は続くと思う。	
		雇用	東青	東青	人材派遣	消費税増税前の駆け込み需要に対応するために、若干の人員補強等で採用が増えそう。ただし、継続的な良くなる材料としては弱いと思われる。
					新聞社求人広告	消費税増税に伴う駆け込み消費が増加しそう。
			津軽	津軽	人材派遣	平成26年4月より消費税が現行の5%から8%に増税されるが、増税される前に駆け込みで特に高額な商品を購入しようという消費者が増えると思う。結果、消費者の購買力が向上し、消費増に繋がると思う。需要の先取りということなので、来年4月以降の増税された後の反動が怖い。
					新聞社求人広告	期待値も含めてやや良くなるにした。広告売上が前年実績を大きく上回っているものもある。
		変わらない	家計	東青	スナック	いつもと同じ回答ですが、私達飲食業は相変わらず大変な毎日です。自分なりに何かと努力するのみです。これから10月、11月の観光客、また忘年会に期待していますが、いかがなものでしょうか。
都市型ホテル	経済対策効果が肌で感じられない。地方で実感できるのはいつのことになるのか。					
美容院	消費税（の引き上げの）導入が決まってから、価格の話題にふれることが多くなった。					

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	東青	卸売業	低価格商品は伸びると思うが、中間及び高価格商品が売れず、トータルでトントンか少し低迷か。
			タクシー	今後3カ月先の見通しとして、やはり消費税問題などで景気あまり変わらないと思います。
			パチンコ	今までの低迷から急に回復する要因が見当たらないし、気配も感じられません。
		津軽	設計事務所	変わらないというよりは、わからないといったほうが良いのか、消費税の問題で賃金が確実に上がるとは思えない。特に地方都市は。
			住宅建設販売	消費税がらみの駆け込み需要のお客様が少なくなっている。
			百貨店	消費税増税の影響も春先には現れると思うが、直近3カ月、年内については、目的買いの少なさや買上点数、客単価の減少傾向が続くのではないかと考えている。
			観光型ホテル・旅館	宿泊単価が低い傾向が続いている。
			パチンコ	新しい年に期待したいが、景気アップの要素がない。
			タクシー	円安による値上げ、消費税の増税の確定により、心理的に冷え込んだままでこのまま行くと思う。
			観光名所等	積極的に営業活動はしているものの、将来展望は不透明。
	県南	美容院	消費税8%になると発表されましたが、以前より周知しており、覚悟ができていますので、変化はないのでは。高額な買い物には少し影響が出るかもしれません。	
		レストラン	正直なところ、3カ月では変わらないと思います。	
		衣料専門店	変わらず良くないと思います。9月に入った時はいくらか顧客の来店数が増え、良くなる兆しを見せていながら、10月に入るやピタッと止まり、伸び悩んでいます。	
		設計事務所	消費税の引き上げによる影響は既に始まっている。	
		スーパー	現在の景気から考えても収入、賞与等が増えるとは思えない。一部、増税直前に駆け込み需要があると思うが、一過性であると考えて。	
		コンビニ	人口が減少している中で、景気が良くなると思っている人はいないのでは。	
	下北	タクシー	今の下北地方は変わりようがないと思う。むしろ悪くならないことを祈っています。	
		都市型ホテル	冬場に向けて観光客も減り、また、忘新年会も年々減少の傾向にある。	
		レストラン	消費税の問題などでまだ先が分からない。	
		スーパー	お客様のお買い上げ点数も減っている。	
	企業	東青	建設	他地域は「動く」が、青森市には変化を望む姿勢がないので、多分変わらないでしょう。
		津軽	経営コンサルタント	消費税アップが確定し、駆け込み需要があると思う。
			食料品製造	消費税が上がるまではこの調子でいくと思う。
電気機械製造			将来もスマートフォン以外に売れそうな電化製品が見当たらないため。	

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	企業	県南	経営コンサルタント	消費税増税がある。(一時的に需要は盛り上がるが。)
		下北	食料品製造	マスコミ報道等から。
やや悪くなる	家計	東青	住宅建設販売	消費税増税が確定し、9月契約完了に伴い、今後落ち込んだり、長期的に検討してしまう顧客が増加すると思われるため。
			スーパー	消費税8%体制となり、日々の必需品についてはサービスと価格の競争が激化していく。
		津軽	衣料専門店	台風18号の被害、消費税アップの発表。
			都市型ホテル	大企業優先の経済政策により、中央は活気づくだろうが、それが末端に波及するまで数年はかかるとされる。
			コンビニ	消費税増税への懸念から消費がおさえられそう。
		県南	一般飲食店	10月から値上げのラッシュになる。消費税アップも購買意欲をなくす要因になるのでは。
			スナック	円安によるさらなる原材料の値上げ。
			タクシー	消費税の値上げの影響がもう出て来て、皆さん防衛策に四苦八苦している。
		下北	一般小売店	年金支給額の減少等、これから灯油を使う季節になるので、若干影響が予想されます。年明け、増税前は変化がありそうです。
		悪くなる	家計	東青
商店街	政府の経済対策ということで、景気の上昇機運が感じられるが、なかなか青森県にまで波及効果が現れるのには時間を要するのではないかと。			
津軽	スナック			年末に向け忙しくなることを期待していたところですが、何とも予想がつかない。
	ガソリンスタンド			来年4月からの消費税増税が決まり、中小零細企業には景気減速ムードが出てきている。
企業	県南		広告・デザイン	消費税の増税に向けて、消費が低下すると思われる。増税前に一時的に消費拡大になることがあるとしても、今後は先行き不安。
雇用	津軽		新聞社求人広告	来春からの消費税3%上げで節約ムードが高まると思うから。電気料値上げや牛乳、小麦製品の値上がりも家計には打撃で、消費が落ち込む懸念から。

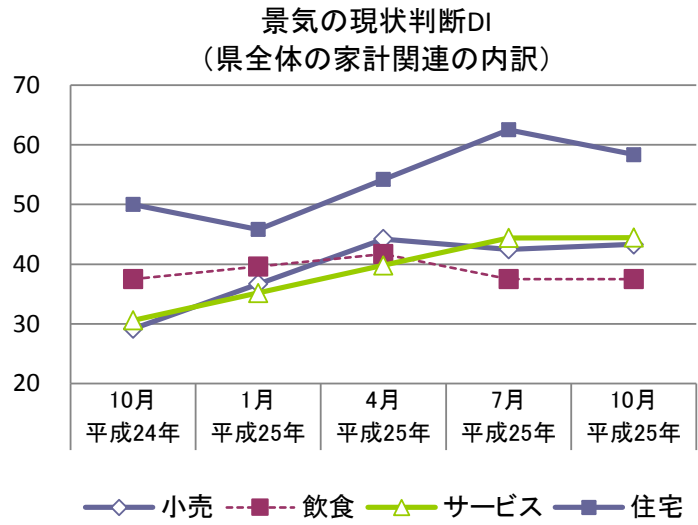
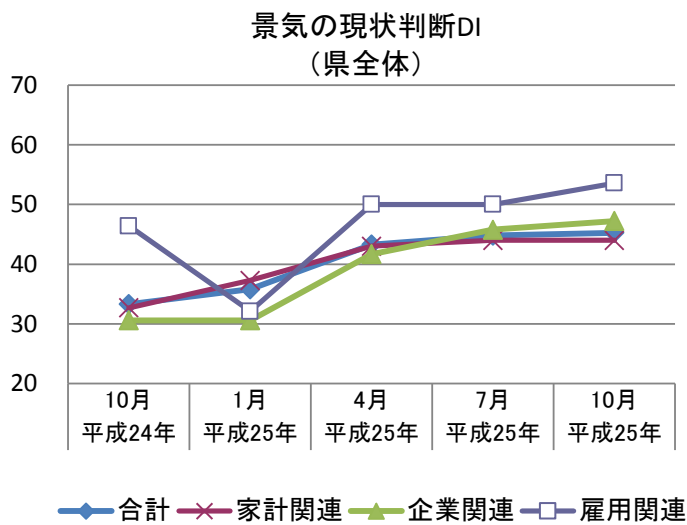
5. 参考

(参考1) 景気の現状判断

①DI

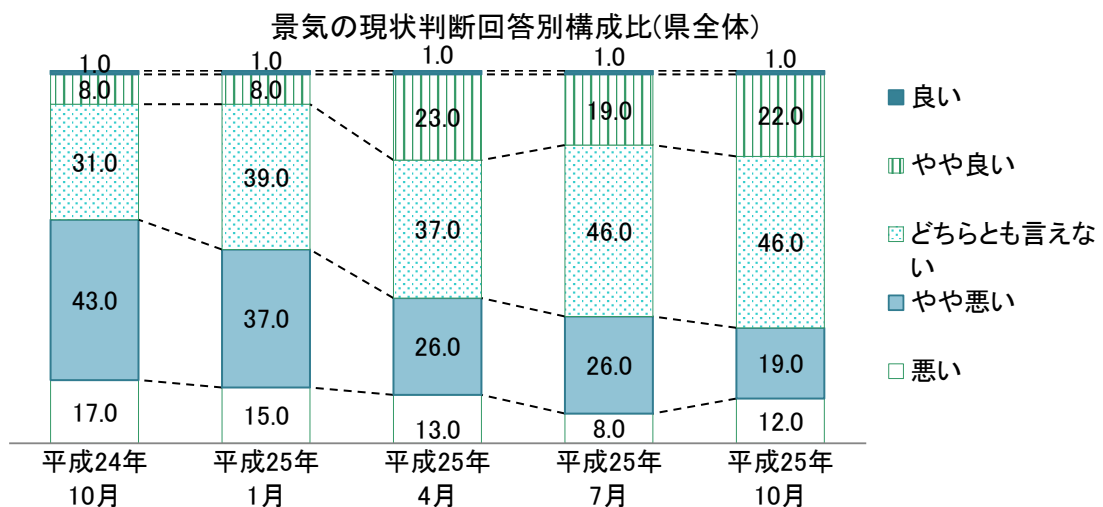
n = 100

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	33.3	35.8	43.3	44.8	45.3	0.5
家計関連	32.7	37.3	43.0	44.0	44.0	0.0
小売	29.2	36.7	44.2	42.5	43.3	0.8
飲食	37.5	39.6	41.7	37.5	37.5	0.0
サービス	30.6	35.2	39.8	44.4	44.4	0.0
住宅	50.0	45.8	54.2	62.5	58.3	▲ 4.2
企業関連	30.6	30.6	41.7	45.8	47.2	1.4
雇用関連	46.4	32.1	50.0	50.0	53.6	3.6



②回答別構成比 (%)

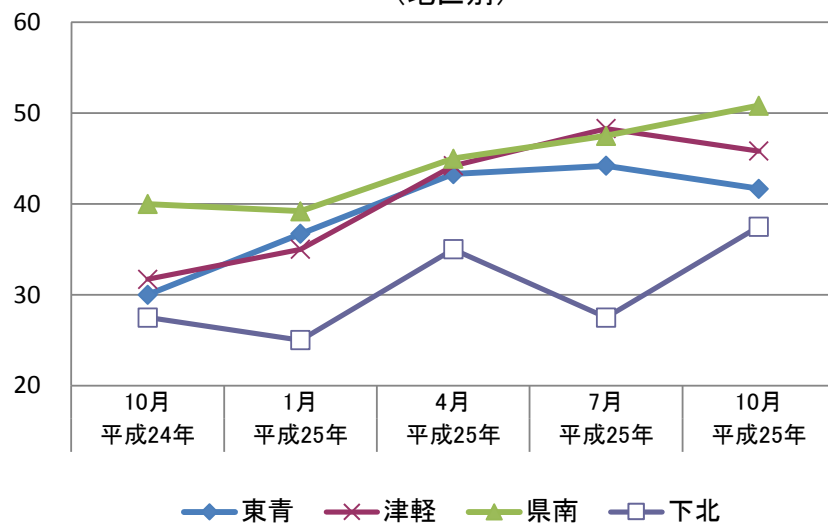
	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
良い	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	0.0
やや良い	8.0	8.0	23.0	19.0	22.0	3.0
どちらとも言えない	31.0	39.0	37.0	46.0	46.0	0.0
やや悪い	43.0	37.0	26.0	26.0	19.0	▲ 7.0
悪い	17.0	15.0	13.0	8.0	12.0	4.0



③地区別DI

	平成24年 10月	平成25年 1月	平成25年 4月	平成25年 7月	平成25年 10月	前期調査 との差
合 計	33.3	35.8	43.3	44.8	45.3	0.5
東青	30.0	36.7	43.3	44.2	41.7	▲ 2.5
津軽	31.7	35.0	44.2	48.3	45.8	▲ 2.5
県南	40.0	39.2	45.0	47.5	50.8	3.3
下北	27.5	25.0	35.0	27.5	37.5	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	衣料専門店	先の報告で元映画館をリニューアルしたことを伝え、中心市街地活性化事業が多数行われていることをお知らせしています。この秋から冬にかけて商店街をあげての事業がスタートします。商店街全体をフルに活用した事業で最後のトリに商店街をテーマにした喜劇を上演する「爆発劇場」で終了するものですが、報道関係でも取り上げられ、来街者、商店を巻き込んだ大事業です。
		一般飲食店	新聞やテレビなどを見てばかりいると、確かに気持ちが沈んでくる人もいるとは思いますが、いつも実行力を伴う人が受けてるのはプラスに考えていくことです。同じ物事には2つの側面があります。それからいかに学ぶのか我々は皆でプラスのビジョンを掲げ、良き未来を築けるはずで。景況感に対する自身の見解こそがそのままそれぞれの明日をつくっていると思います。私はこれを書かせてもらう時、常に自分にそんなことを語りかけています。そして弱気になってはならない、強くなろうと思います。
		レストラン	はっきり言って、これから先、どうなるかはわかりません。
		観光名所等	弊社としては、前年比を見ても客数が減る一方。かなり厳しい。
		タクシー	今現在、燃料も高いし、消費税が上がると機器等の設備投資に経費がかかるので、運輸業界は大変だと思います。
		美容院	消費税（の引き上げの）導入がどちらに動くか、動向を見守ることが必要かなと感じる。
		ガソリンスタンド	新築住宅、リフォーム、車の購入等に消費税増税前の駆け込み需要が見受けられる。
		住宅建設販売	住宅の場合、意外と、9月末までに契約しなければ(消費税は)5%ではないということを知らない消費者が多い。3月までOKだと思っている顧客も多かった。
	津軽	一般小売店	市や会議所等がハロウィンや合コン、駐車場の無料開放など、いろいろな施策を打ってくれるので、活性化が感じられ、ありがたいと思う。
		卸売業	景気は上向き傾向と言われているが、その実感を感じることができない。
		一般飲食店	今、少しでも安い物をとよくきかれています。でも、毎年毎年、生活の衣食住の値上がりで景気回復につながらないと思います。
		都市型ホテル	人材（人手）の県外流出が続き、人手不足が深刻となっている。
		旅行代理店	台風によるりんごの被害、また、これからの台風等の影響が心配されています。
		パチンコ	消費税アップの前に買う物を考えてもそのお金がない。
ガソリンスタンド		中央資本の進出ばかりが目につき、地元の人が疲弊している。	
県南	コンビニ	店舗数が増えているため、既存店の売上が減少している。	
	百貨店	八戸市十三日町の商業ビル「ファッションパル・ヴィアノヴァ」の運営会社が資産コンサルティング会社「リオ・ホールディングス」（東京）のグループ企業「リオ・マネジメント」（東京）に移行した。契約内容やテナント料は変わらないとのこと。	
	乗用車販売	来年4月の消費税率8%に向け、業界によっては駆け込み需要も考えられるが、その後の状況の見通しが全く分からない。政府の経済対策効果とも言われてはいるが、青森県まで波及するまでは1年以上はかかると思われる。	
	衣料専門店	消費税アップの関心は高く、これから先、何を我慢するかというと、衣料は充分あるし、食べていかなければいけないし、これから先は不安材料ばかりです。	
	家電量販店	来年3月までは消費税増税までの駆け込み需要があると思われます。（以前の5%へのアップの時と同様です。）	

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	一般小売店	お金に余裕がある人ほど、お金を計画的に使うようだ。今、急に必要ではないが、どうせ買うなら消費税アップ前にとということで買い物する人が見え始めている。
		商店街	あおもり10市大祭典、たくさんの方に楽しんでいただき、大盛況でした。このようなイベントが各地で開催されることを望みます。
		一般飲食店	地方ではどうしたらよいか。行政もどうしようもないだろうし、行政、会社、民が経済を動かしているのに。
		レストラン	オリンピック、消費税アップといろいろなニュースがあるが、汚染水問題等、早く解決できなければ、景気に反映されると思わない。
		スナック	長く商売をやっていますが、全く良くないので。
		旅行代理店	みろく横丁に中央からの出張者が多い。
		タクシー	消費税（増税）で買い控え、乗り控えと、生活を守るためつつまじやかになっている。
		美容院	消費税8%の件について、外税が多くなりそうですが、実質払うのは同じだから、特に高齢者は後で加算するより、わかって買う方が良い。マスコミは8%の消極的な情報が多すぎる。8%をどうカバーするの知恵を教えてくださいの方が世の中明るくなります。
		設計事務所	景気対策は良いのだが、急に仕事が多くなっても人、物がないので、もっと平滑な仕事量を望む。
	下北	一般飲食店	いつもの回答で申し訳なく思っていますが、何か変化があればいいのになあと思っていますが、最悪が長く続いているので、返答もできません。また、この調査票がこなければ淋しいので、続けてほしいです。82歳になっても頑張っております。店は私の生きがいなのです。
		ガソリンスタンド	シリア問題が落ち着き、原油も値下がりしてきたが、まだまだ石油の高い水準が続いており、特に需要期に入る灯油の高値による家計や経費の負担が気になる。
企業	東青	食料品製造	電力料金値上げをどのようにして取り込むか、内需型中小企業の厳しさは増すものと思います。
		建設	これから10年間で他地域と青森市との格差が広がっていくことに少し危機感があります。
		経営コンサルタント	金融円滑化法に支えられてきた企業で、この先立ち直れない先も出てくると思われ、先行き楽観出来ないのではないかと。
	津軽	飲料品製造	(製造業のため) 消費税の増税に対しての国の対策が上っ面だけで、しわ寄せが業者に来るだけにしか思えない。
		電気機械製造	政府の経済対策で景気が良くなっているとよく耳にしますが、電気業界では全く景気が良くなった感じがありません。
		建設	消費税増税が決定し、来年4月1日より8%になる。使い道は本当に福祉、年金関係に使われるのだろうか。今月より値上げしているものもある。生活面でこれからどうなるのか不安だ。賃金アップも期待できないまま進んでいいのか。明るい材料が1つ、2020年東京オリンピックが決定したこと。少しでも景気が良くなればいいのだが。
		広告・デザイン	消費税の増税が決定的になり、最近、見積等が増え、来年3月までの仕事量が少し増えると思うが、心配なのはその後の落ち込みが気になること。
県南	紙・パルプ製造	円安で日用品、食料品の値上げが目につくようになった。消費税アップもあり、個人的には出費を控えるようになりそうです。景気回復の恩恵を受けられる日は来るのでしょうか。	
	広告・デザイン	現状維持することが最大の目標になっている状況。もはや同業種で売上を見込める気がしない。県内7割の企業が震災当初とあまり進展していないということで、国や県などの対策が必要。	
雇用	東青	新聞社求人広告	県外からのビジネス客が目につく。休日の交通量も多く、人が動いている実感あり。