

(参考3) 東日本大震災からの景気の回復程度

1. 本調査について

平成23年3月11日に発生した東日本大震災によって落ち込んだ景気回復程度について、青森県景気ウォッチャーの方々に答えていただき、その結果をまとめたものです。

調査期間

平成23年7月1日～7月21日 回答率 96%

質問項目

現在の景気は、震災前と比べて、どの程度回復していると思いますか。

回答方法

5段階（震災前を上回っている／震災前をやや上回っている／震災前と同程度／震災前をやや下回っている／震災前を下回っている）から選択し、その判断理由を自由形式で記述。

2. 結果概要

(1) 東日本大震災からの景気回復程度

県全体を見ると、「震災前を上回っている」、「震災前をやや上回っている」とする回答が合わせて15.6%、「震災前と同程度」は27.1%、「震災前をやや下回っている」、「震災前を下回っている」とする回答が合わせて57.3%となった。

判断理由としては、復興需要や代替需要がある、震災前程度のお客様が戻ってきているという声がある一方、資材の入荷の遅れがまだ続いている、電力不足が景気回復に水を差している、自粛の影響があるという声があった。

地区別に見ると、震災前と同程度以上の回復をしていると回答した割合が、県南地区が55.2%と最も高く、下北地区では11.1%と最も低かった。

分野別に見ると、震災前と同程度以上の回復をしていると回答した割合が、家計関連では43.7%、企業関連では50%であったが、雇用関連では14.3%と低かった。

3. 統計表

表1 東日本大震災からの景気の回復程度

(%)

n= 96	震災前を上回っている	震災前を やや上回っている	震災前と同程度	震災前を やや下回っている	震災前を 下回っている
平成23年 7月	3.1	12.5	27.1	33.3	24.0

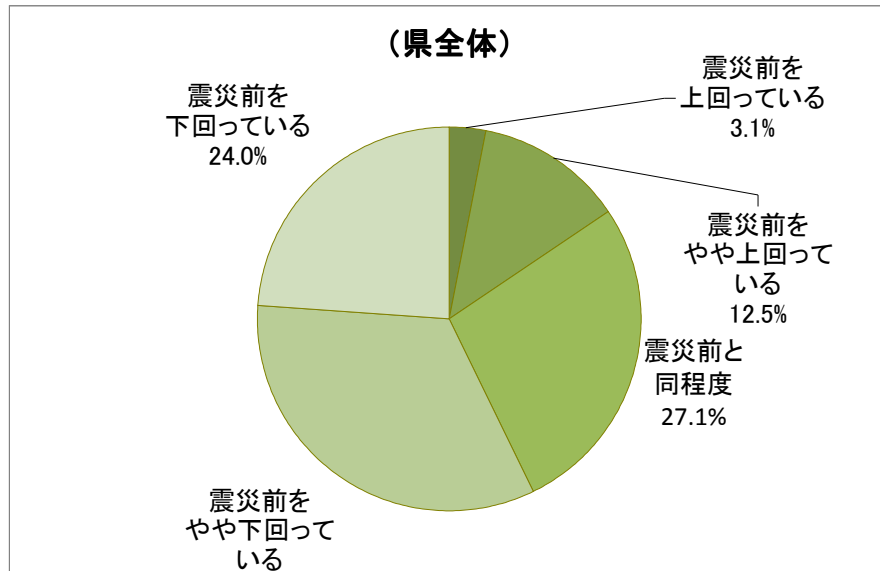


表2 東日本大震災からの景気の回復程度 (地区別)

(%)

n= 96	震災前を上回っている	震災前を やや上回っている	震災前と同程度	震災前を やや下回っている	震災前を 下回っている
県全体	3.1	12.5	27.1	33.3	24.0
東青	3.3	6.7	30.0	36.7	23.3
津軽	0.0	14.3	28.6	32.1	25.0
県南	6.9	20.7	27.6	27.6	17.2
下北	0.0	0.0	11.1	44.4	44.4

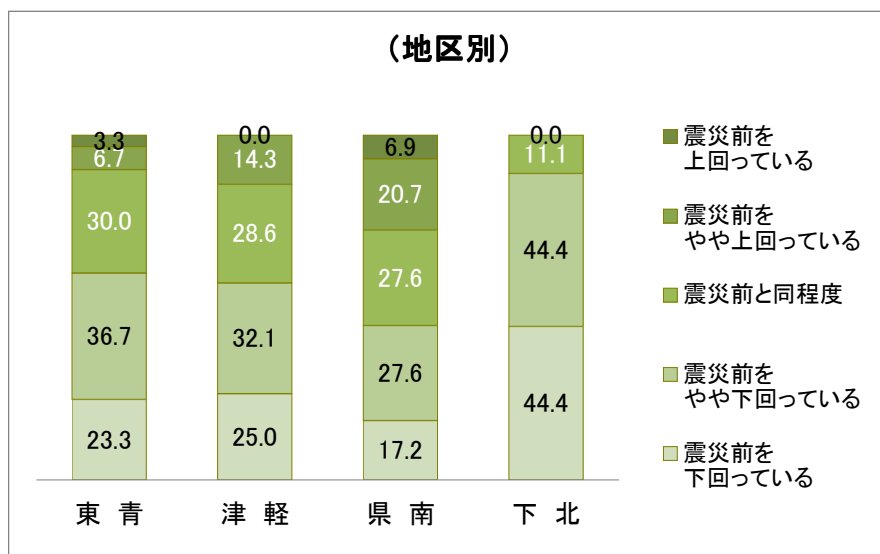
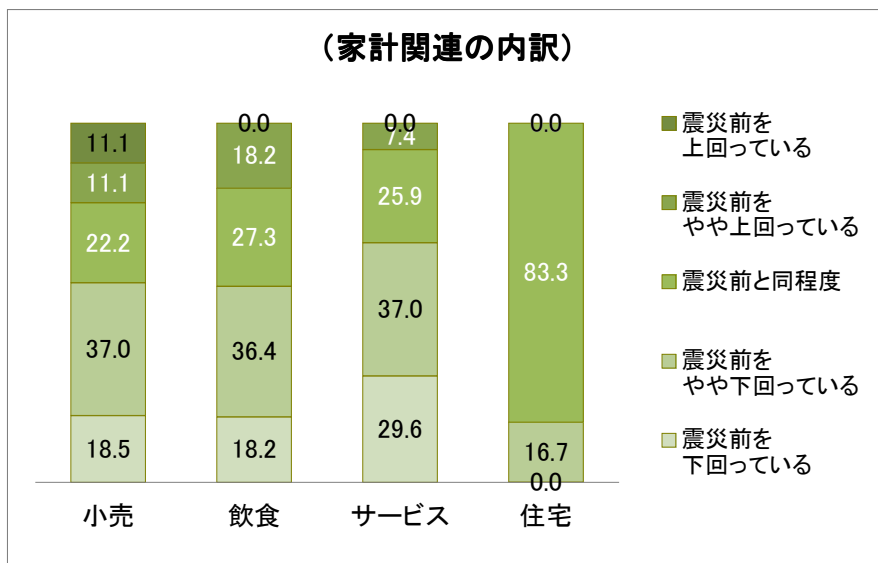
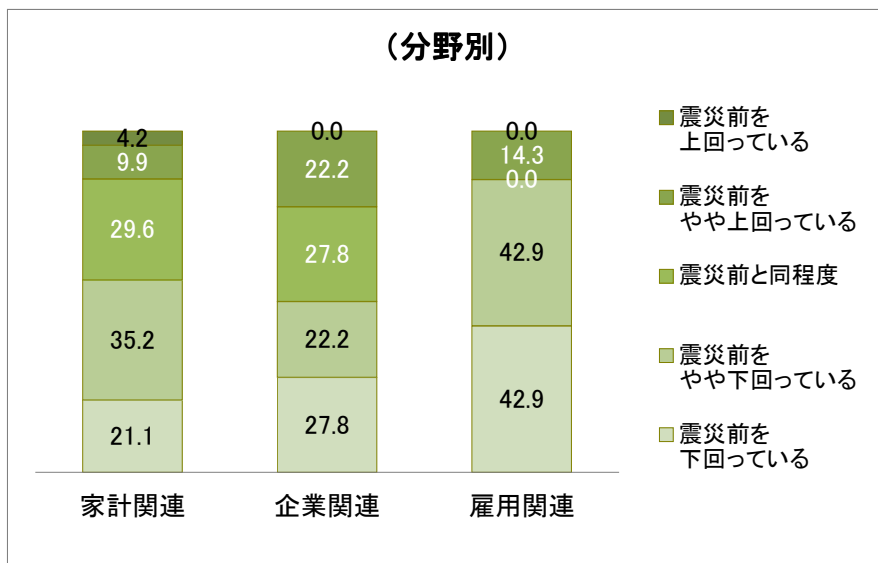


表3 東日本大震災からの景気の回復程度（分野別）

(%)

n= 96		震災前を上回っている	震災前をやや上回っている	震災前と同程度	震災前をやや下回っている	震災前を下回っている
合計		3.1	12.5	27.1	33.3	24.0
家計関連		4.2	9.9	29.6	35.2	21.1
小売		11.1	11.1	22.2	37.0	18.5
飲食		0.0	18.2	27.3	36.4	18.2
サービス		0.0	7.4	25.9	37.0	29.6
住宅		0.0	0.0	83.3	16.7	0.0
企業関連		0.0	22.2	27.8	22.2	27.8
雇用関連		0.0	14.3	0.0	42.9	42.9



4. 東日本大震災からの景気の回復程度の判断理由

現状	分野	地区	業種	理由
震災前を上回っている	家計	東青	百貨店	他の百貨店の経営破綻による影響が大きい。
		県南	コンビニ	震災復興のため。
			家電量販店	震災需要とは別に、TVのアナログ停波の影響で店は1.5～2倍の売上げ。
震災前をやや上回っている	家計	東青	商店街	3月末は商店街として、歳末に次ぐ、2番目の消費の山になる予定でした。その分をカバーするほど消費が盛り上がりはしていません。
			津軽	家電量販店
		一般飲食店		来店客が増えて来た。8階にある店なので、震災後、余震が来るとこわいので、8階まで来れなかった、とのお客様の声が多かった。
		県南	スーパー	来店客数で3～5%回復しています。
			一般飲食店	県外のお客様がお見えになりつつある。
			パチンコ	自店だけをみて、震災前より来客数が増え、売上も伸びている。娯楽に使う余裕はないと思うものの、経営戦略がうまくいっているのか、検討しているところである。
	企業	津軽	飲料品製造	震災時は一時的に落ちたが、徐々に回復して来たと思われる。
			県南	食料品製造
		県南	電気機械製造	復興需要があり、製造業として壊れた物の代わりとしての注文が入っている。
			広告・デザイン	当時はあまりにひどすぎました。
	雇用	東青	人材派遣	復興関連の業界を中心に活性がみられることから、震災前よりも回復傾向にあると考えられる。
	震災前と同程度	家計	東青	スーパー
家電量販店				一時、生活必需品中心に価格に関係なく買い占めするお客様が増したが、それも一巡した。
スナック				もともと不景気で大変な毎日でしたのに、あげく地震、津波、原発とそれこそ踏んだり蹴ったりですね。回復までまだまだ時間がかかる事と思いますが、いつまでもめげてはいられません。悩みながら、頑張るしか有りません。

現状	分野	地区	業種	理由
震災前と同程度	家計	東青	競輪場	特に変わった動きが見られず同程度。
			設計事務所	地域内は震災による影響がなく、直接的変化は見られない。建築資材入荷も通常に戻りつつある。
			住宅建設販売	これまで建材の仕入に難航して落込みが大きかっただけに、上回っているように感じるが、実際は、元に戻っただけである。数字上。
		津軽	乗用車販売	生産の回復はしているものの震災前と同程度の需要となっている。
			レストラン	底のままで行くのかと思っていたが、思ったより回復が早かった。
			観光型ホテル・旅館	売上から判断
			ガソリンスタンド	昨年の新幹線開通の効果も短期的で、震災後は、観光客など消費に力が見られない。
			設計事務所	政治の混乱で何も前に進んでいないし、むしろ後退している感がある。
		県南	百貨店	主力産業の早期復興と雇用情勢の安定が課題。贅沢をひかえる傾向が続き、消費回復はもっと先になるのではないかと。
			衣料専門店	震災前から景気が良くなかった。
	レストラン		飲食店は、最近になって、震災前程度にお客様が戻って来ています。	
	観光型ホテル・旅館		7月には前年実績に着地予測。	
	観光名所等		今の時期が、一年で一番賑わう時期ですが、駐車場がいっぱいになる日もあったりします。	
	設計事務所		自粛がやっと済み、安心しました。	
	下北	一般小売店	売上、客数も6月ぐらいから平年（前年）並になってきました。4月、5月は数字的に見て厳しかったです。	
	企業	東青	建設	青森で震災バブルは無い。メディアでも青森県は被災地から外れている。東北の高速道路無料化は経済的には好機かもしれない。
			津軽	食料品製造
		県南	経営コンサルタント	売上など、サービス・小売業において開業前の水準に戻ってきている。
			飲料品製造	震災復興のための企画や商品に対しては反応があるが、通常の商品についての動きはにぶい。
	震災前をやや下回っている	家計	東青	コンビニ

現状	分野	地区	業種	理由
震災前をやや下回っている	家計	東青	乗用車販売	この先の景気がどうなっていくのか不透明なので？
			衣料専門店	先のその他の回答とかぶりますが、就業人口の減少が一番の理由です。一次産業二次産業が不得意の当地はサービス業、医療福祉産業の創造が必要と考えています。
			卸売業	復興状況・原発問題等不透明な為、消費者の方も慎重になっている。
			観光型ホテル・旅館	震災前は、客数も上向きでした。その頃の客数にはまだまだです。でも、少しずつですが増えてきてますので、期待します。
			都市型ホテル	お客様の利用状況を見ると延期や規模の縮小が見られる（震災の影響ではないかも？）
			タクシー	自社の震災前の売上げと比較して見て、売上げはやや下回っているのです。（自社の売上げでが景気の影響が一番受けると思います。）
			美容院	震災による節電意識が、逆に消費が贅沢だと思っている人も少なからずいるように思えます。
	津軽	コンビニ	全体の売上げは伸びているが、それは煙草の売上げが伸びていることによる。他は前年同等か、少し減。	
		一般小売店	3月11日より前の頃は、1月2月合計で106%程でした。そこまではいっていないので④（震災前をやや下回っている）を選びました。	
		卸売業	物流が震災前より悪く感じるため。	
		旅行代理店	まだ人の動きがもどっていない。	
	県南	一般小売店	全ての経済活動がまだもとに戻っていない。特に東北新幹線が東京⇄八戸で一時間近く遅いのは、観光にまで影響してくると思う。	
		スナック	下り坂です。良くなる見通しが無い。	
		タクシー	工場等が、まだ100%の稼働ではない！	
		ガソリンスタンド	自粛が続き、節電から、すべて節約ムードにある。	
	下北	コンビニ	たばこが元通りの状態ではない。	
		レストラン	自衛隊・電力関係者が少なく、まだまだ回復までは時間がかかると思われます。	
	企業	東青	広告・デザイン	一部、広告出稿の減額、イベントサイズの縮小、時期延期がまだある。
		津軽	電気機械製造	車関係の部品の受注が減少しているため。
		県南	紙・パルプ製造	震災による消費マインドの低下に加えて、電力不足も景気回復に水を差している。

現状	分野	地区	業種	理由
震災前をやや下回っている	企業	下北	食料品製造	現状の売上等の数字から。
	雇用	県南	新聞社求人広告	回復しつつあるものの、自粛等が影響している。
震災前を下回っている	家計	東青	一般小売店	資材の入荷の遅れがまだ続いている。
			レストラン	まだまだ余震が、いろいろな場所で発生しているので、観光客も安心できないのでは？これから暑くなるので、県外からのお客様も多くなると思う???
			観光名所等	前年度よりかなり劣るので。
	津軽	商店街	地元百貨店の破綻が大きい。	
		都市型ホテル	特に東北の旅行業界は当面回復は見込めない。	
		観光名所等	先行見通しが難しい。	
	県南	卸売業	復旧・復興のスピードが遅い。	
		旅行代理店	4～6月の売上は前年同月比60%程度である。下期に入れば人の動きも見られてくるのではないかと期待している。	
		美容院	余震の続く現状で、不安材料が多く、心配しながら様子を見ている状況で、重苦しい雰囲気を感じます。	
	下北	一般飲食店	昔のことわざに、いつまで続くぬかるみぞ、という言葉がありますが、その通りだと思います。昭和16年から20年迄の4年間もの長い間の苦しみを、またつくづくと思い返しております。	
		タクシー	当社の売り上げが前年比4月と5月は2割減、6月は1割減と、いくら回復基調というものの、震災前を下回っています。	
		ガソリンスタンド	原発関係の仕事が止まっているので、色々な業種に悪影響を及ぼしていると思います。	
	企業	東青	食料品製造	接する業種のほとんどが、販売数量が増加に転じたのは一時期のみで、現在は減少していると聞く。
			経営コンサルタント	需要は日常生活必需品に止まる。観光地の不振は厳しい状況が続いている。
		津軽	建設	復旧、復興が未だに進んでいない。（目に見えていない）
広告・デザイン			震災直後の状況よりは多少良くなっているが今後の経済不安を考慮し、発注を控える傾向からはまだ脱していない。	
雇用	東青	新聞社求人広告	震災とその後の自粛ムードが、業種、業態を問わず、中小企業の体力を消耗させているようだ。	
	津軽	新聞社求人広告	広告業界は痛手を被っている。	