

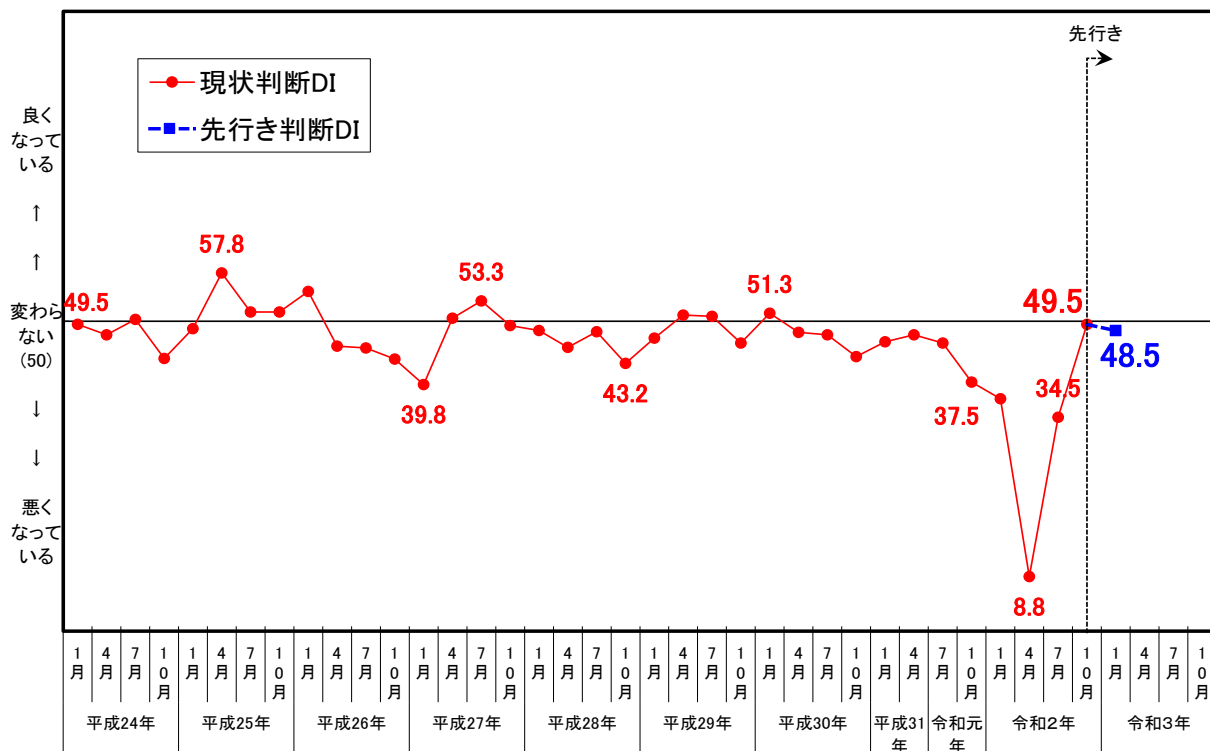
青森県景気ウォッチャー調査 (令和2年10月期)

調査期間 令和2年10月1日～10月20日 回答率 98%

概 況

10月期の景気の現状判断DIは49.5となり、前期に続き増加したが、景気の横ばいを示す50を11期連続で下回った。
先行き判断DIは、現状判断DIと比べて1.0ポイント減少の48.5となった。

景気現状判断DIの推移・今後の先行き判断DI



令和2年11月

青森県企画政策部統計分析課

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0.1ポイント増加、「やや良くなっている」が19.7ポイント増加、「変わらない」が0.5ポイント減少、「やや悪くなっている」が1.5ポイント増加、「悪くなっている」が20.8ポイント減少となった。

全体では49.5となり、前期と比べて15.0ポイント増と大幅に増加したものの、景気の横ばいを示す50を11期連続で下回った。

判断理由では、Go To トラベル等の経済対策の効果が出ているとの声や、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響が最も強かった時期と比べれば、新しい生活様式に人々が慣れてきたこともあり、人の動きが戻り客数や売上が回復してきているという声がある一方で、感染症の影響は依然として大きく、売上も減少傾向が続いているとの声も多かった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連全体で12.0ポイント増加、企業関連で20.8ポイント増加、雇用関連で32.1ポイント増加した。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、全地区でポイントが増加した。東青地区においては、景気の横ばいを示す50を平成31年4月期以来6期ぶりに上回った。

(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9.6ポイント増加、「変わらない」が7.7ポイント増加、「やや悪くなる」が1.6ポイント増加、「悪くなる」が17.9ポイント減少となった。

全体では48.5となり、前期と比べて10.5ポイント増と大幅に増加したものの、景気の横ばいを示す50を6期連続で下回った。

判断理由では、Go To トラベル効果やイベント等の開催への期待のほか、年末年始の経済活動への期待を上げる声があった一方で、今後も新型コロナウイルス感染症の影響が続くことへの不安や、インフルエンザ等別の感染症の流行時期が到来することへの懸念、先行きの不透明感、クラスターが発生したことに対する警戒などを上げる声があった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連全体で10.7ポイント増加、企業関連で9.8ポイント増加、雇用関連で10.7ポイント増加した。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、全地区でポイントが増加したが、いずれの地区においても景気の横ばいを示す50をわずかに下回った。

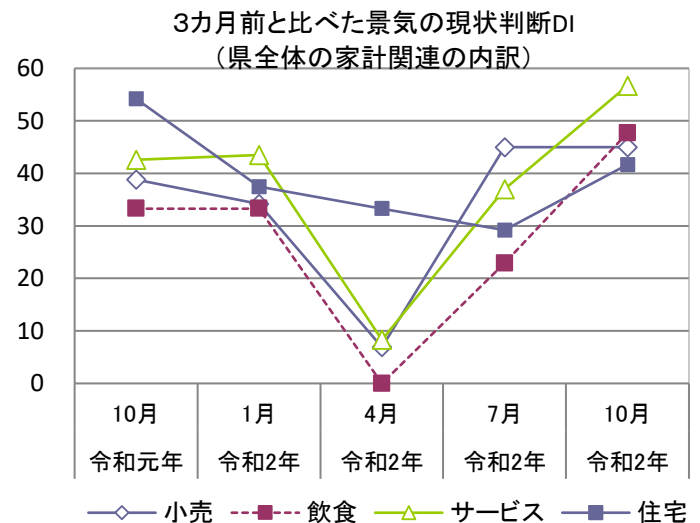
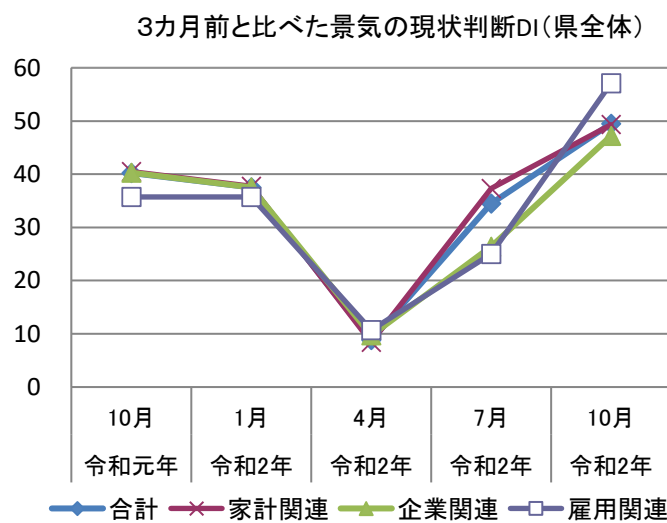
2. 県全体の動向

(1) 3カ月前と比べた景気の現状判断

①DI

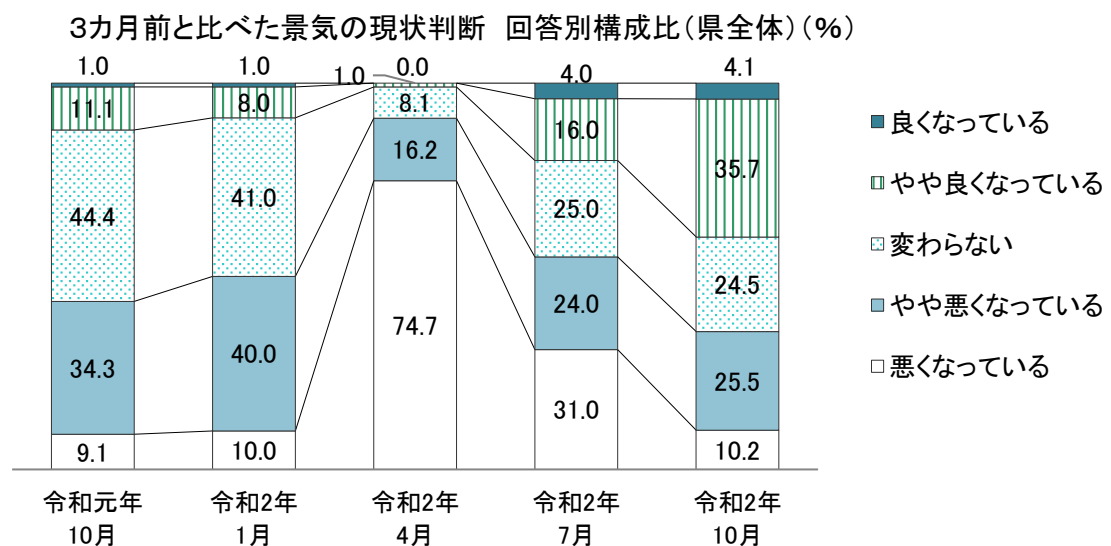
n = 98

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	40.2	37.5	8.8	34.5	49.5	15.0
家計関連	40.5	37.7	8.4	37.3	49.3	12.0
小売	38.8	34.2	6.9	45.0	45.0	0.0
飲食	33.3	33.3	0.0	22.9	47.7	24.8
サービス	42.6	43.5	8.3	37.0	56.7	19.7
住宅	54.2	37.5	33.3	29.2	41.7	12.5
企業関連	40.3	37.5	9.7	26.4	47.2	20.8
雇用関連	35.7	35.7	10.7	25.0	57.1	32.1



②回答別構成比 (%)

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
良くなっている	1.0	1.0	0.0	4.0	4.1	0.1
やや良くなっている	11.1	8.0	1.0	16.0	35.7	19.7
変わらない	44.4	41.0	8.1	25.0	24.5	▲ 0.5
やや悪くなっている	34.3	40.0	16.2	24.0	25.5	1.5
悪くなっている	9.1	10.0	74.7	31.0	10.2	▲ 20.8

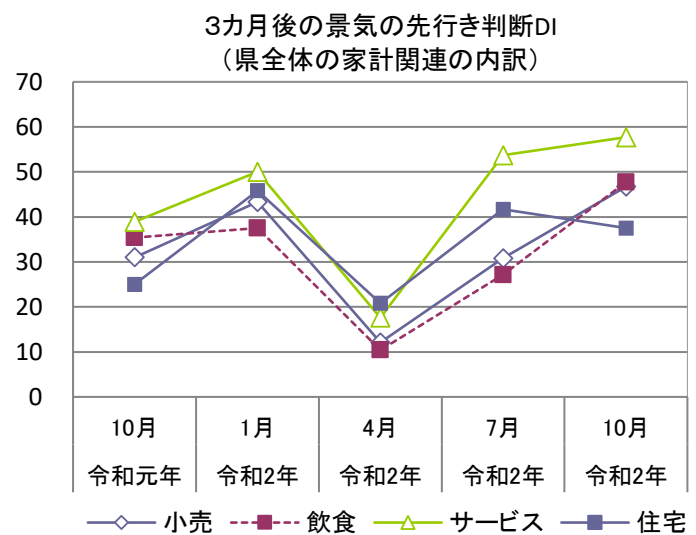
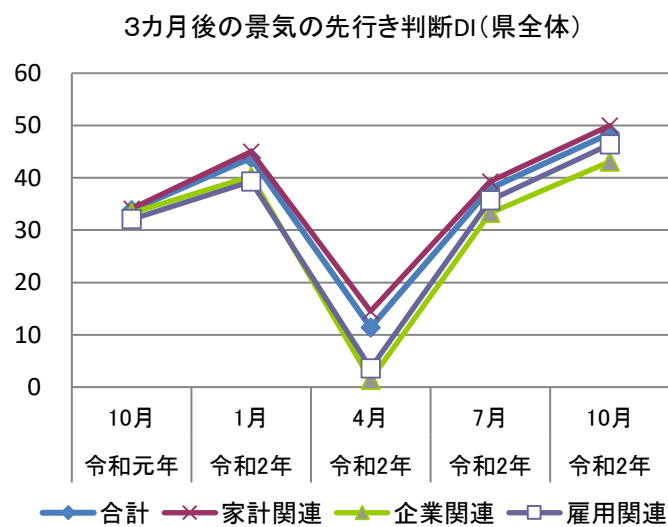


(2) 3カ月後の景気の先行き判断

①DI

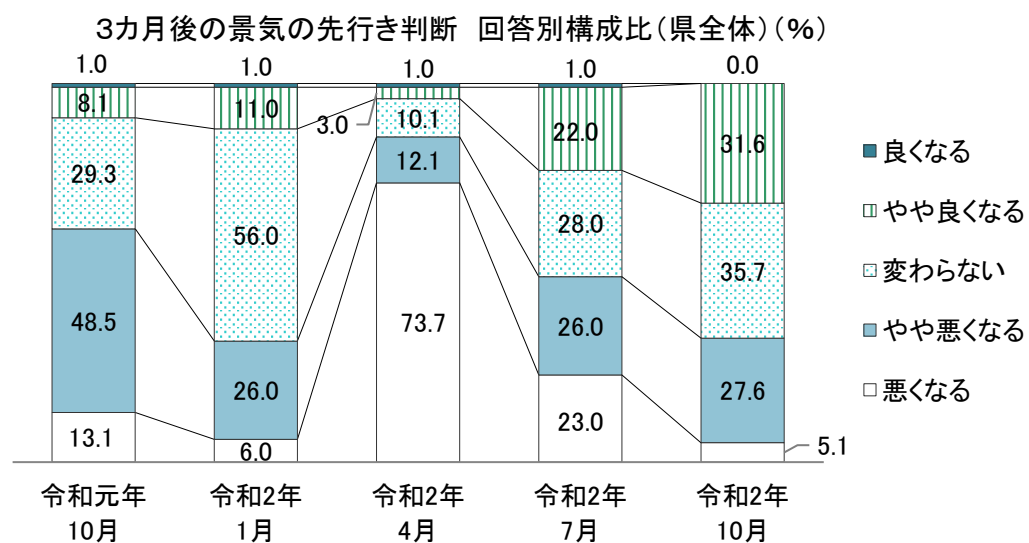
n = 98

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	33.8	43.8	11.4	38.0	48.5	10.5
家計関連	34.1	45.0	14.5	39.3	50.0	10.7
小売	31.0	43.3	12.1	30.8	46.7	15.9
飲食	35.4	37.5	10.4	27.1	47.7	20.6
サービス	38.9	50.0	17.6	53.7	57.7	4.0
住宅	25.0	45.8	20.8	41.7	37.5	▲ 4.2
企業関連	33.3	40.3	1.4	33.3	43.1	9.8
雇用関連	32.1	39.3	3.6	35.7	46.4	10.7



②回答別構成比 (%)

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
良くなる	1.0	1.0	1.0	1.0	0.0	▲ 1.0
やや良くなる	8.1	11.0	3.0	22.0	31.6	9.6
変わらない	29.3	56.0	10.1	28.0	35.7	7.7
やや悪くなる	48.5	26.0	12.1	26.0	27.6	1.6
悪くなる	13.1	6.0	73.7	23.0	5.1	▲ 17.9



3. 地区別の動向

※下北地区については、サンプル数が少ないため、参考値とする。

(1) 3カ月前と比べた景気の現状判断

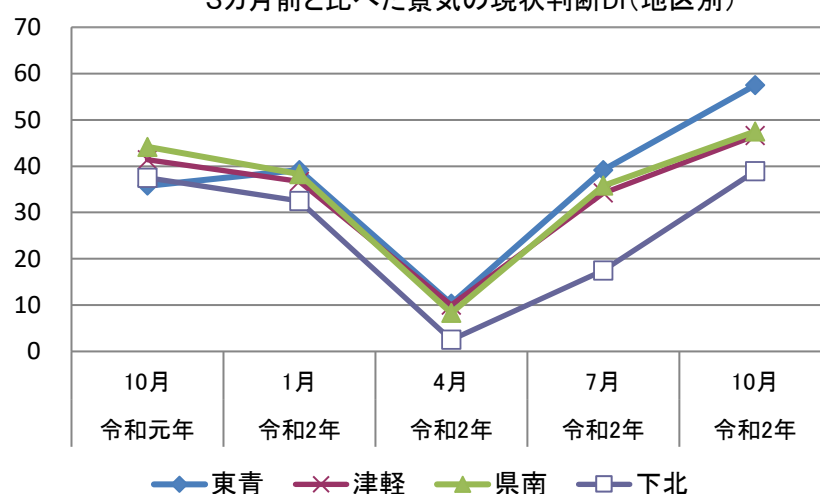
<地区別>

①DI

n = 98

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	40.2	37.5	8.8	34.5	49.5	15.0
東青	35.8	39.2	10.3	39.2	57.5	18.3
津軽	41.4	36.7	10.0	34.2	46.6	12.4
県南	44.2	38.3	8.3	35.8	47.5	11.7
下北	37.5	32.5	2.5	17.5	38.9	21.4

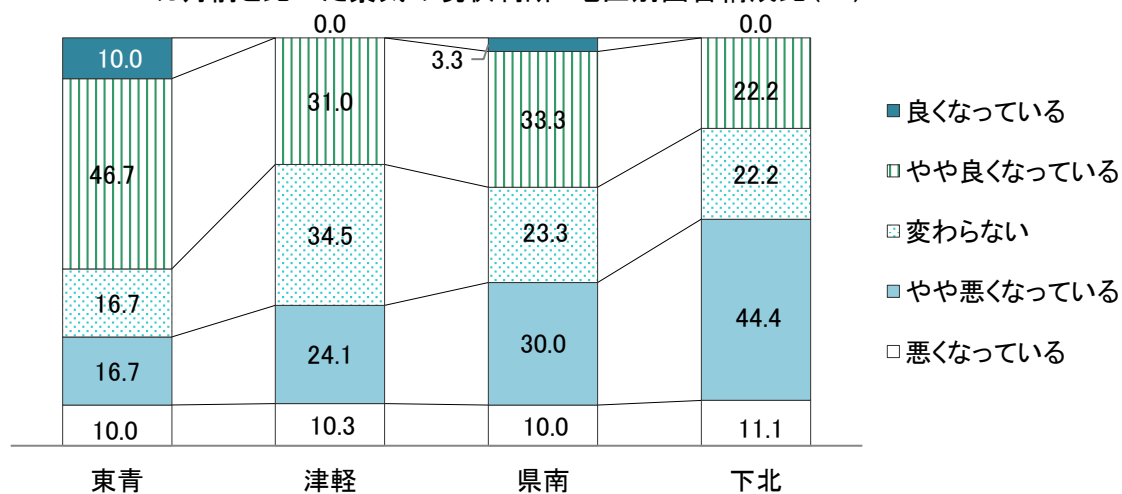
3カ月前と比べた景気の現状判断DI(地区別)



②地区別回答構成比(%)

	東青	津軽	県南	下北
良くなっている	10.0	0.0	3.3	0.0
やや良くなっている	46.7	31.0	33.3	22.2
変わらない	16.7	34.5	23.3	22.2
やや悪くなっている	16.7	24.1	30.0	44.4
悪くなっている	10.0	10.3	10.0	11.1

3カ月前と比べた景気の現状判断 地区別回答構成比(%)



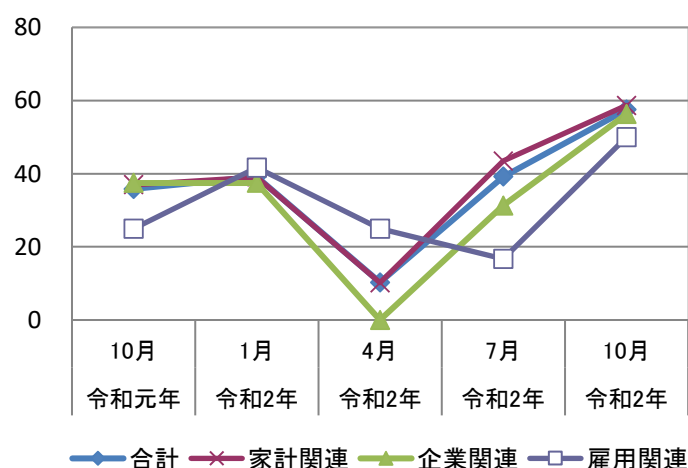
<東青地区>

①DI

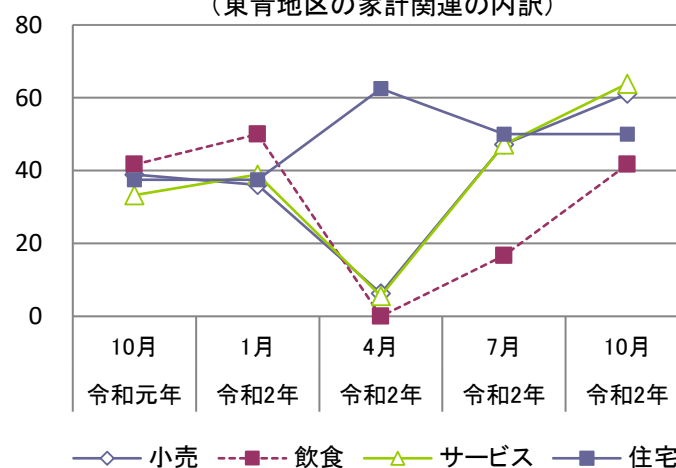
n = 30

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	35.8	39.2	10.3	39.2	57.5	18.3
家計関連	37.0	39.1	10.2	43.5	58.7	15.2
小売	38.9	36.1	6.3	47.2	61.1	13.9
飲食	41.7	50.0	0.0	16.7	41.7	25.0
サービス	33.3	38.9	5.6	47.2	63.9	16.7
住宅	37.5	37.5	62.5	50.0	50.0	0.0
企業関連	37.5	37.5	0.0	31.3	56.3	25.0
雇用関連	25.0	41.7	25.0	16.7	50.0	33.3

3カ月前と比べた景気の現状判断DI(東青地区)



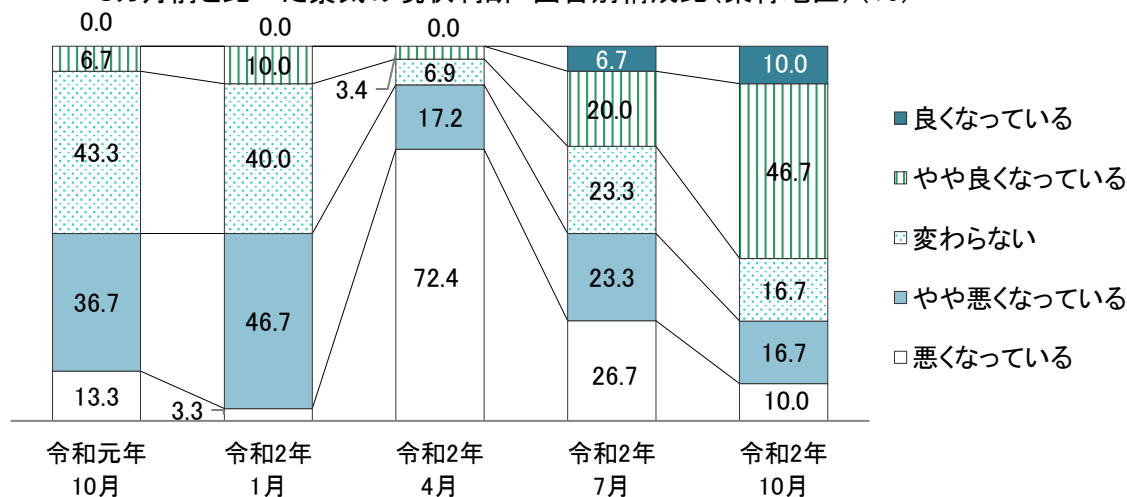
3カ月前と比べた景気の現状判断DI
(東青地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	0.0	6.7	10.0	3.3
やや良くなっている	6.7	10.0	3.4	20.0	46.7	26.7
変わらない	43.3	40.0	6.9	23.3	16.7	▲ 6.6
やや悪くなっている	36.7	46.7	17.2	23.3	16.7	▲ 6.6
悪くなっている	13.3	3.3	72.4	26.7	10.0	▲ 16.7

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)(%)



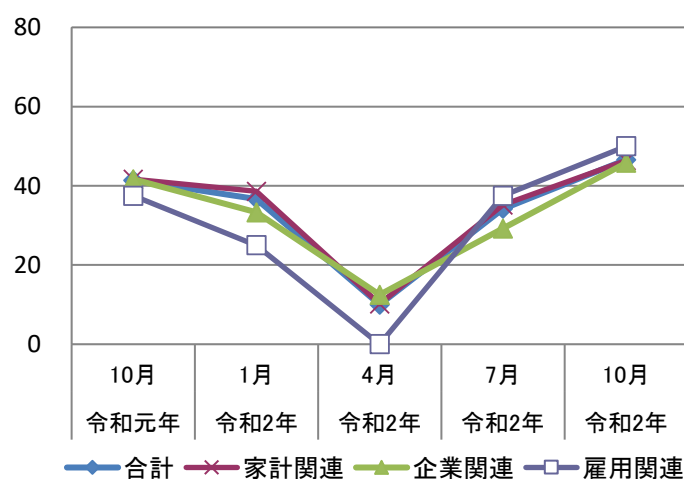
< 津軽地区 >

① D I

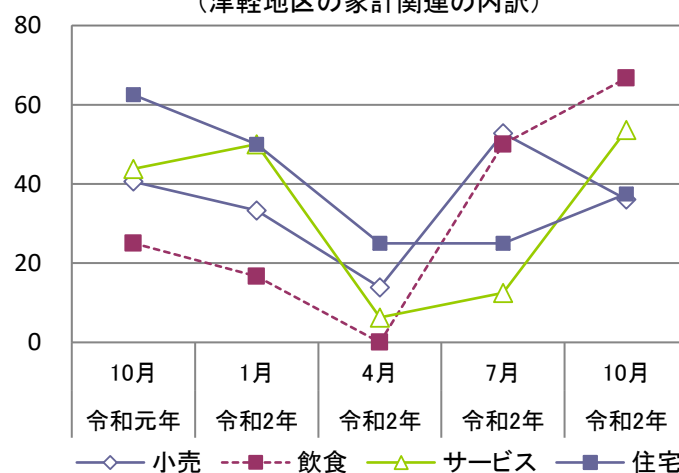
n = 29

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	41.4	36.7	10.0	34.2	46.6	12.4
家計関連	41.7	38.6	10.2	35.2	46.4	11.2
小売	40.6	33.3	13.9	52.8	36.1	▲ 16.7
飲食	25.0	16.7	0.0	50.0	66.7	16.7
サービス	43.8	50.0	6.3	12.5	53.6	41.1
住宅	62.5	50.0	25.0	25.0	37.5	12.5
企業関連	41.7	33.3	12.5	29.2	45.8	16.6
雇用関連	37.5	25.0	0.0	37.5	50.0	12.5

3カ月前と比べた景気の現状判断DI(津軽地区)



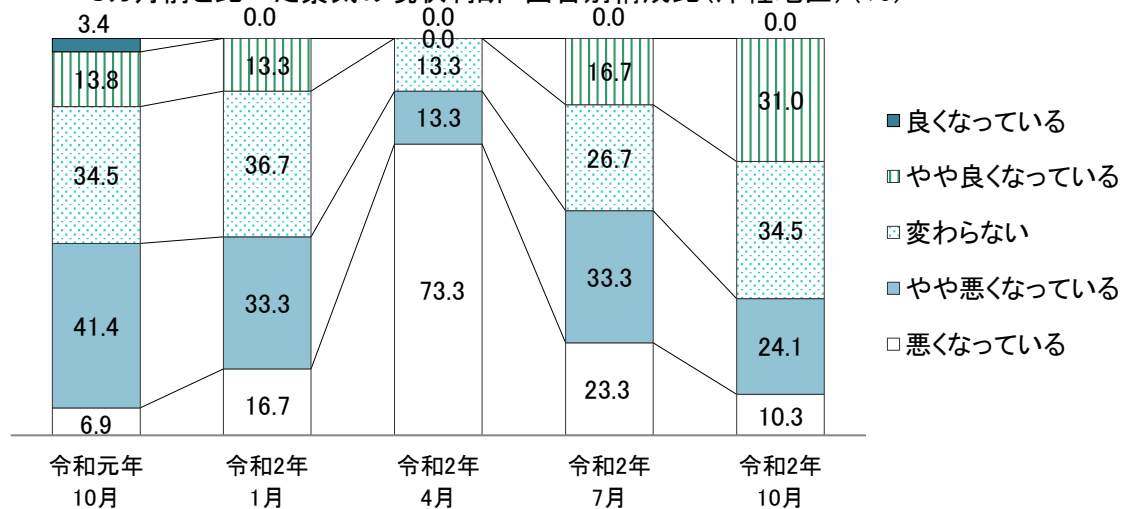
3カ月前と比べた景気の現状判断DI
(津軽地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
良くなっている	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	13.8	13.3	0.0	16.7	31.0	14.3
変わらない	34.5	36.7	13.3	26.7	34.5	7.8
やや悪くなっている	41.4	33.3	13.3	33.3	24.1	▲ 9.2
悪くなっている	6.9	16.7	73.3	23.3	10.3	▲ 13.0

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)(%)



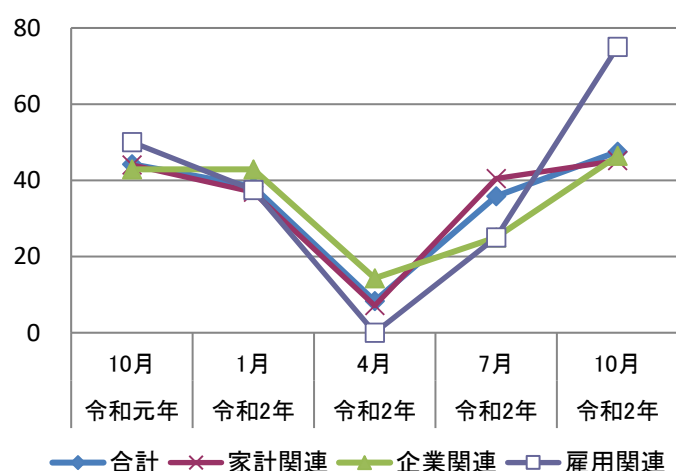
< 県南地区 >

① D I

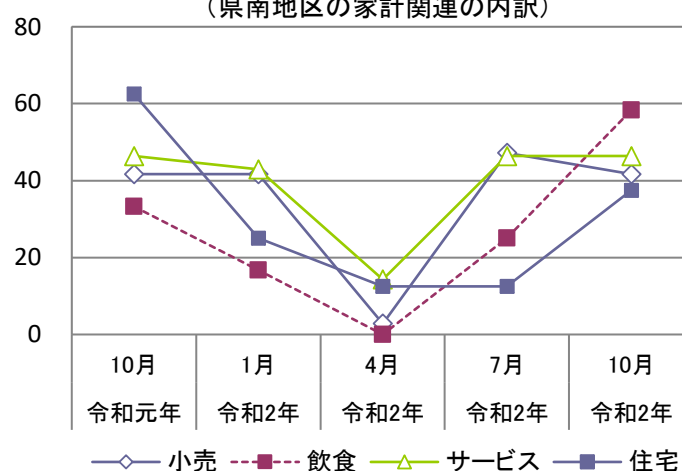
n = 30

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	44.2	38.3	8.3	35.8	47.5	11.7
家計関連	44.0	36.9	7.1	40.5	45.2	4.7
小売	41.7	41.7	2.8	47.2	41.7	▲ 5.5
飲食	33.3	16.7	0.0	25.0	58.3	33.3
サービス	46.4	42.9	14.3	46.4	46.4	0.0
住宅	62.5	25.0	12.5	12.5	37.5	25.0
企業関連	42.9	42.9	14.3	25.0	46.4	21.4
雇用関連	50.0	37.5	0.0	25.0	75.0	50.0

3カ月前と比べた景気の現状判断DI(県南地区)



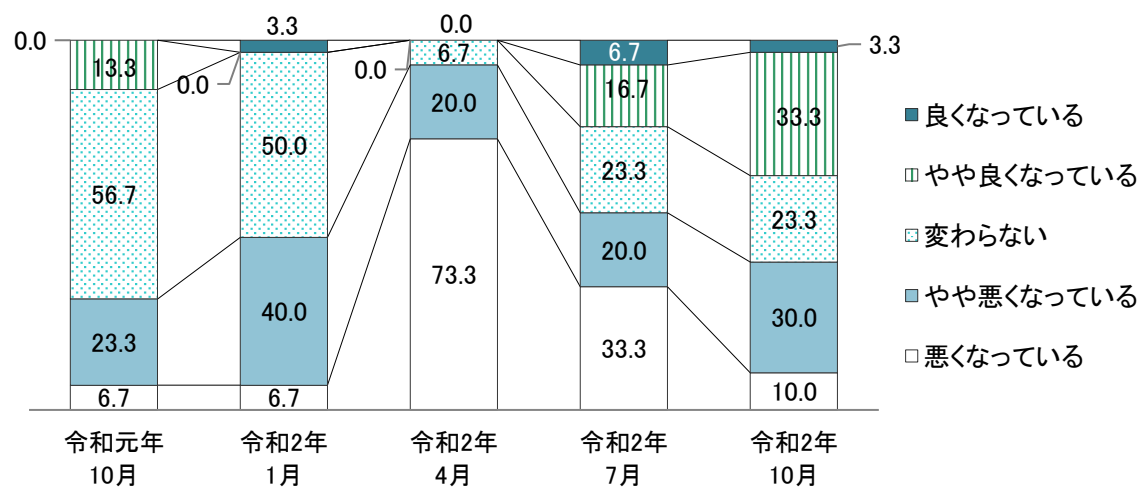
3カ月前と比べた景気の現状判断DI
(県南地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	3.3	0.0	6.7	3.3	▲ 3.4
やや良くなっている	13.3	0.0	0.0	16.7	33.3	16.6
変わらない	56.7	50.0	6.7	23.3	23.3	0.0
やや悪くなっている	23.3	40.0	20.0	20.0	30.0	10.0
悪くなっている	6.7	6.7	73.3	33.3	10.0	▲ 23.3

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)(%)

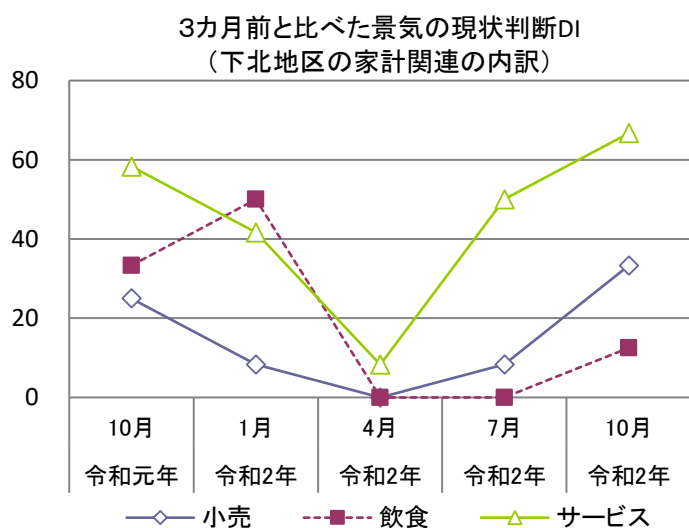
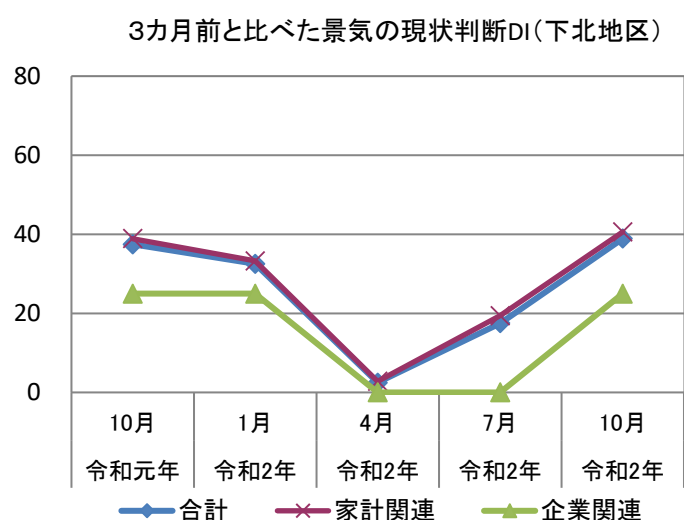


<下北地区>（参考）

①D I

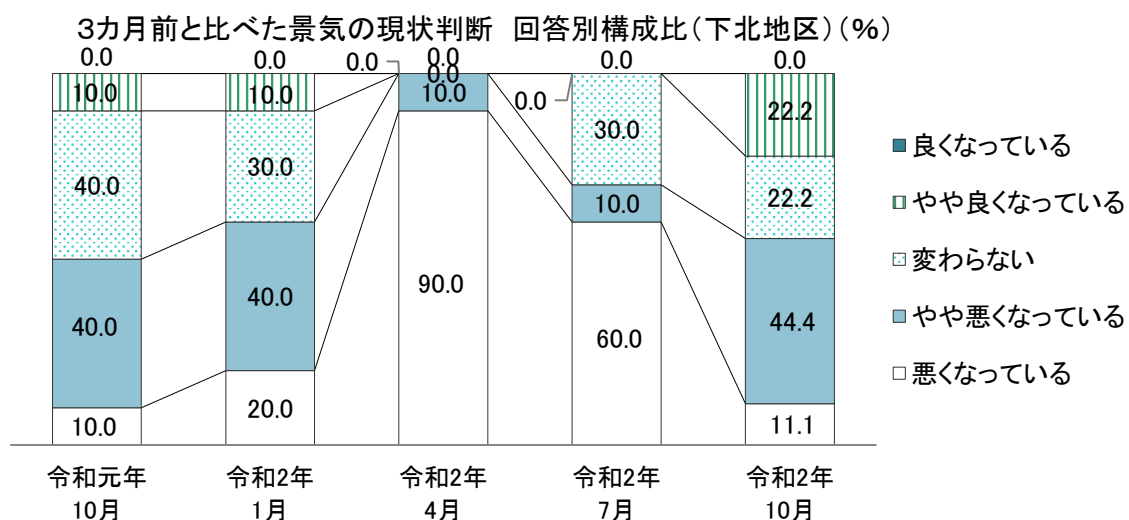
n = 9

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	37.5	32.5	2.5	17.5	38.9	21.4
家計関連	38.9	33.3	2.8	19.4	40.6	21.2
小売	25.0	8.3	0.0	8.3	33.3	25.0
飲食	33.3	50.0	0.0	0.0	12.5	12.5
サービス	58.3	41.7	8.3	50.0	66.7	16.7
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



②回答別構成比（％）

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2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	10.0	10.0	0.0	0.0	22.2	22.2
変わらない	40.0	30.0	0.0	30.0	22.2	▲ 7.8
やや悪くなっている	40.0	40.0	10.0	10.0	44.4	34.4
悪くなっている	10.0	20.0	90.0	60.0	11.1	▲ 48.9



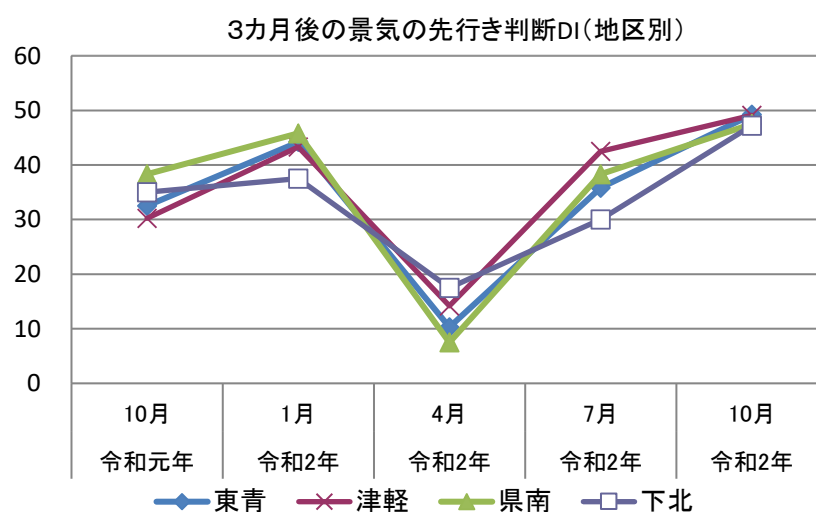
(2) 3カ月後の景気の先行き判断

<地区別>

①DI

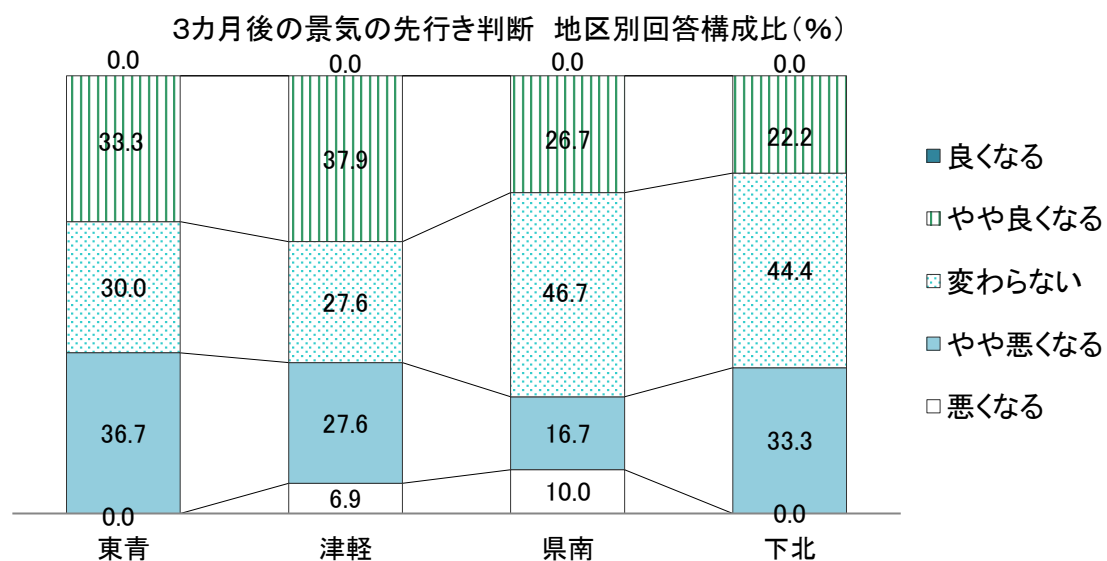
n = 98

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	33.8	43.8	11.4	38.0	48.5	10.5
東青	32.5	44.2	10.3	35.8	49.2	13.4
津軽	30.2	43.3	14.2	42.5	49.1	6.6
県南	38.3	45.8	7.5	38.3	47.5	9.2
下北	35.0	37.5	17.5	30.0	47.2	17.2



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北
良くなる	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	33.3	37.9	26.7	22.2
変わらない	30.0	27.6	46.7	44.4
やや悪くなる	36.7	27.6	16.7	33.3
悪くなる	0.0	6.9	10.0	0.0



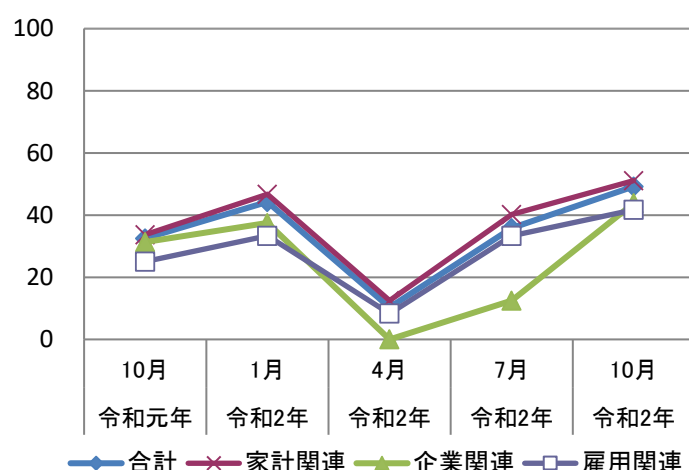
<東青地区>

①DI

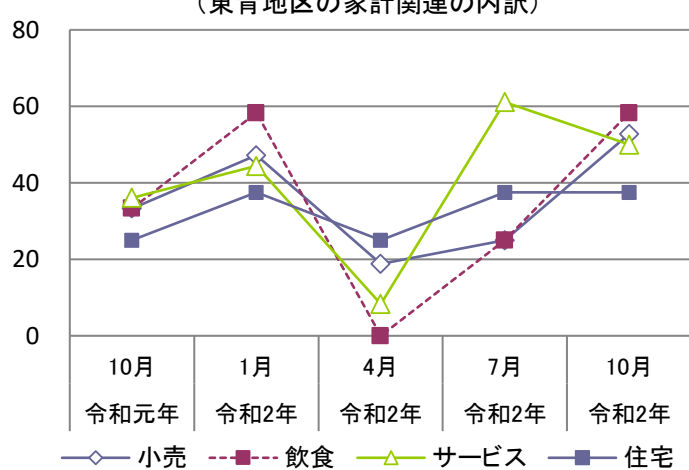
n = 30

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	32.5	44.2	10.3	35.8	49.2	13.4
家計関連	33.7	46.7	12.5	40.2	51.1	10.9
小売	33.3	47.2	18.8	25.0	52.8	27.8
飲食	33.3	58.3	0.0	25.0	58.3	33.3
サービス	36.1	44.4	8.3	61.1	50.0	▲ 11.1
住宅	25.0	37.5	25.0	37.5	37.5	0.0
企業関連	31.3	37.5	0.0	12.5	43.8	31.3
雇用関連	25.0	33.3	8.3	33.3	41.7	8.4

3カ月後の景気の先行き判断DI(東青地区)



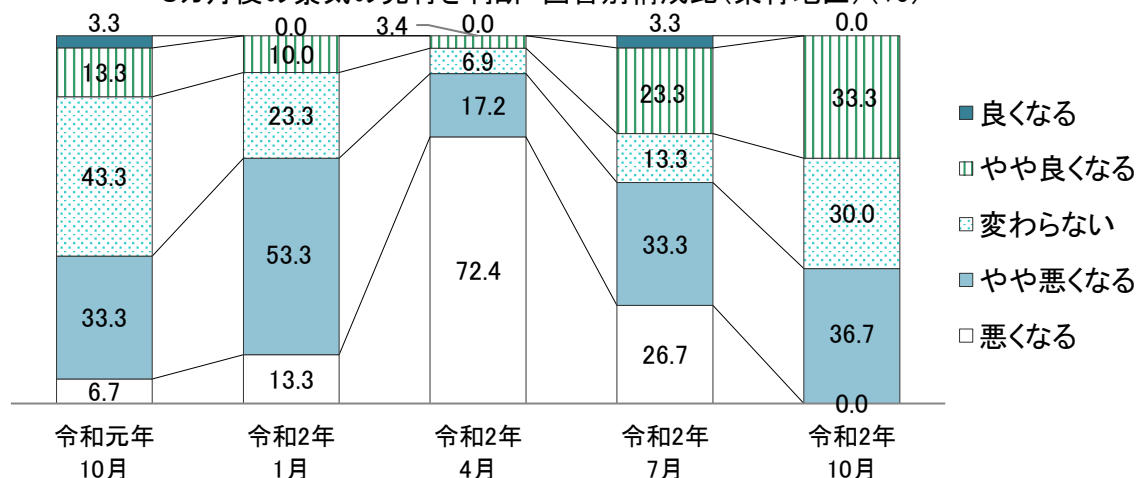
3カ月後の景気の先行き判断DI
(東青地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
良くなる	3.3	0.0	0.0	3.3	0.0	▲ 3.3
やや良くなる	13.3	10.0	3.4	23.3	33.3	10.0
変わらない	43.3	23.3	6.9	13.3	30.0	16.7
やや悪くなる	33.3	53.3	17.2	33.3	36.7	3.4
悪くなる	6.7	13.3	72.4	26.7	0.0	▲ 26.7

3カ月後の景気の先行き判断 回答別構成比(東青地区)(%)



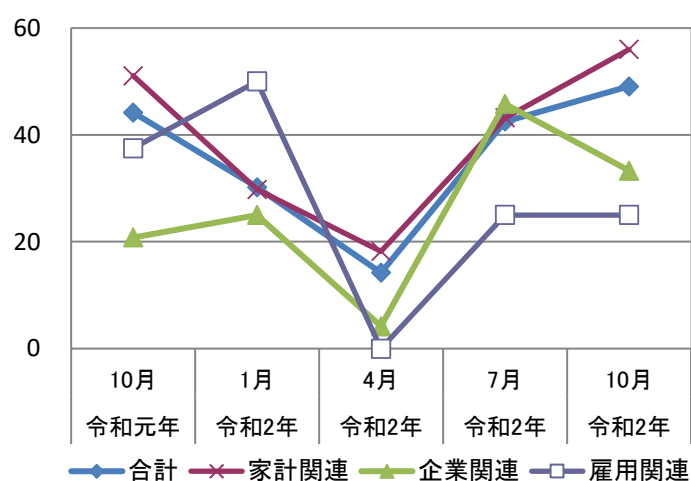
<津軽地区>

①DI

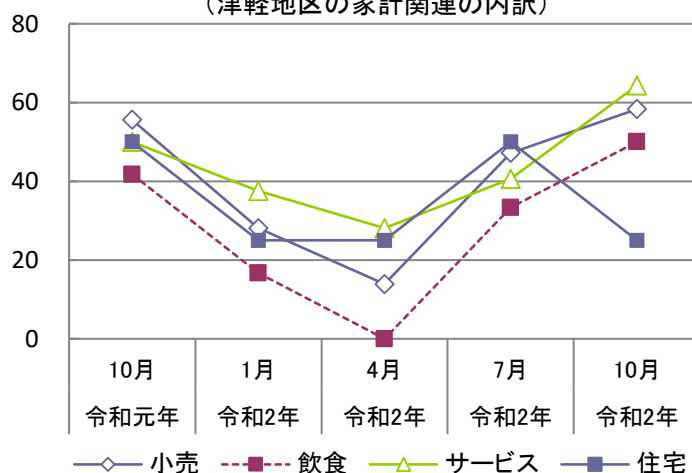
n = 29

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	44.2	30.2	14.2	42.5	49.1	6.6
家計関連	51.1	29.8	18.2	43.2	56.0	12.8
小売	55.6	28.1	13.9	47.2	58.3	11.1
飲食	41.7	16.7	0.0	33.3	50.0	16.7
サービス	50.0	37.5	28.1	40.6	64.3	23.7
住宅	50.0	25.0	25.0	50.0	25.0	▲ 25.0
企業関連	20.8	25.0	4.2	45.8	33.3	▲ 12.5
雇用関連	37.5	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0

3カ月後の景気の先行き判断DI(津軽地区)



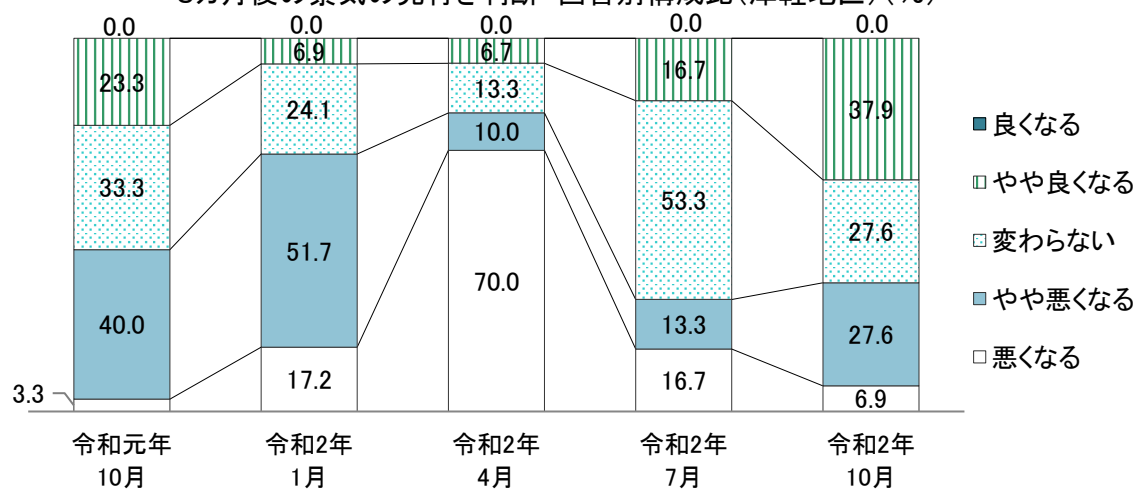
3カ月後の景気の先行き判断DI
(津軽地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2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	23.3	6.9	6.7	16.7	37.9	21.2
変わらない	33.3	24.1	13.3	53.3	27.6	▲ 25.7
やや悪くなる	40.0	51.7	10.0	13.3	27.6	14.3
悪くなる	3.3	17.2	70.0	16.7	6.9	▲ 9.8

3カ月後の景気の先行き判断 回答別構成比(津軽地区)(%)



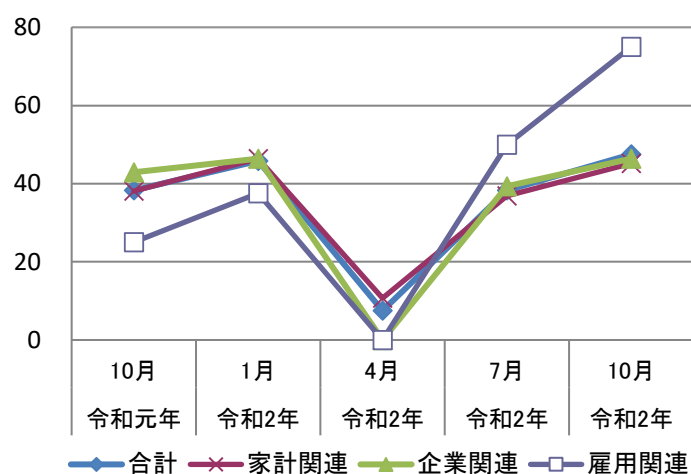
< 県南地区 >

① D I

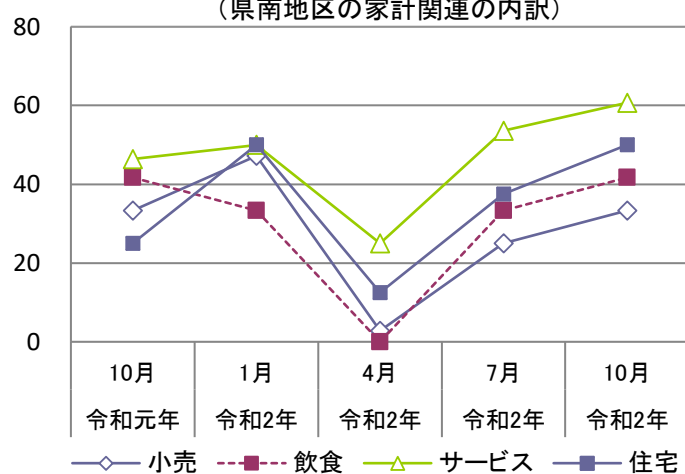
n = 30

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	38.3	45.8	7.5	38.3	47.5	9.2
家計関連	38.1	46.4	10.7	36.9	45.2	8.3
小売	33.3	47.2	2.8	25.0	33.3	8.3
飲食	41.7	33.3	0.0	33.3	41.7	8.4
サービス	46.4	50.0	25.0	53.6	60.7	7.1
住宅	25.0	50.0	12.5	37.5	50.0	12.5
企業関連	42.9	46.4	0.0	39.3	46.4	7.1
雇用関連	25.0	37.5	0.0	50.0	75.0	25.0

3カ月後の景気の先行き判断DI(県南地区)



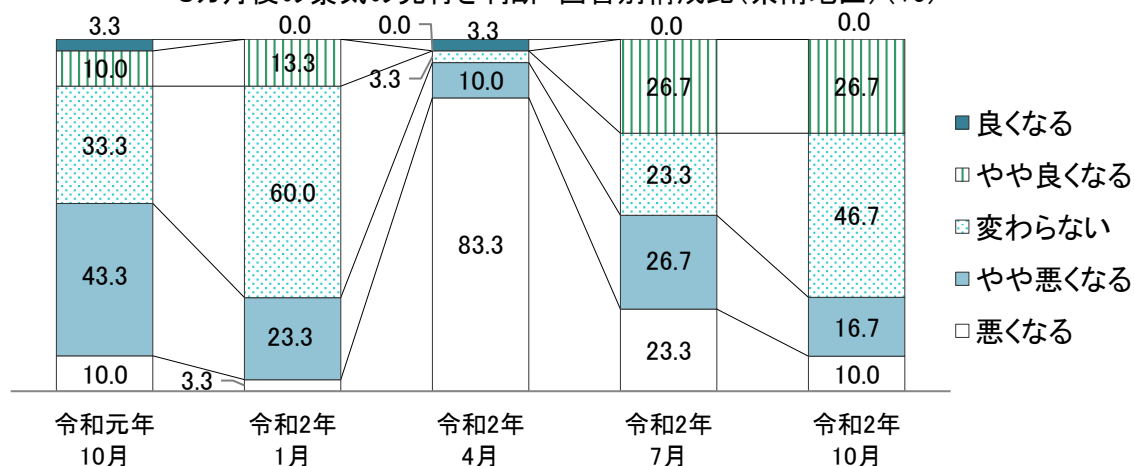
3カ月後の景気の先行き判断DI
(県南地区の家計関連の内訳)



② 回答別構成比 (%)

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
良くなる	3.3	0.0	3.3	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	10.0	13.3	0.0	26.7	26.7	0.0
変わらない	33.3	60.0	3.3	23.3	46.7	23.4
やや悪くなる	43.3	23.3	10.0	26.7	16.7	▲ 10.0
悪くなる	10.0	3.3	83.3	23.3	10.0	▲ 13.3

3カ月後の景気の先行き判断 回答別構成比(県南地区)(%)

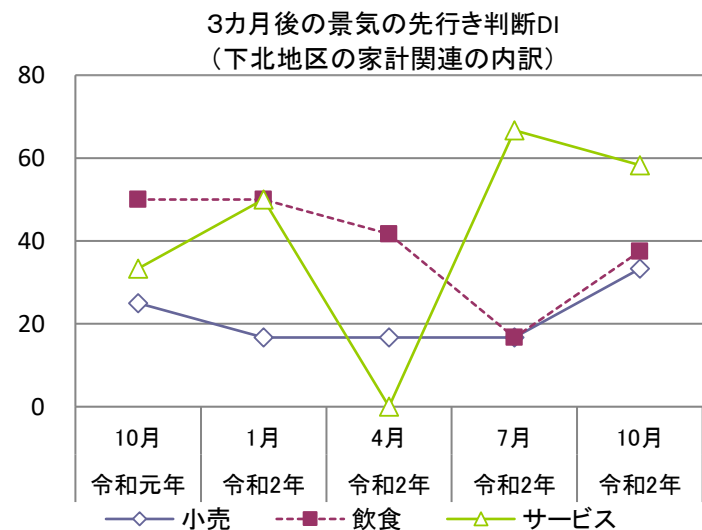
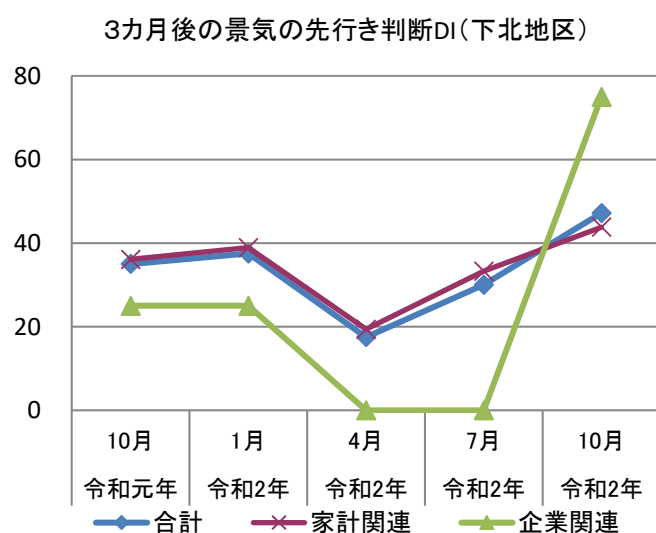


<下北地区>（参考）

①DI

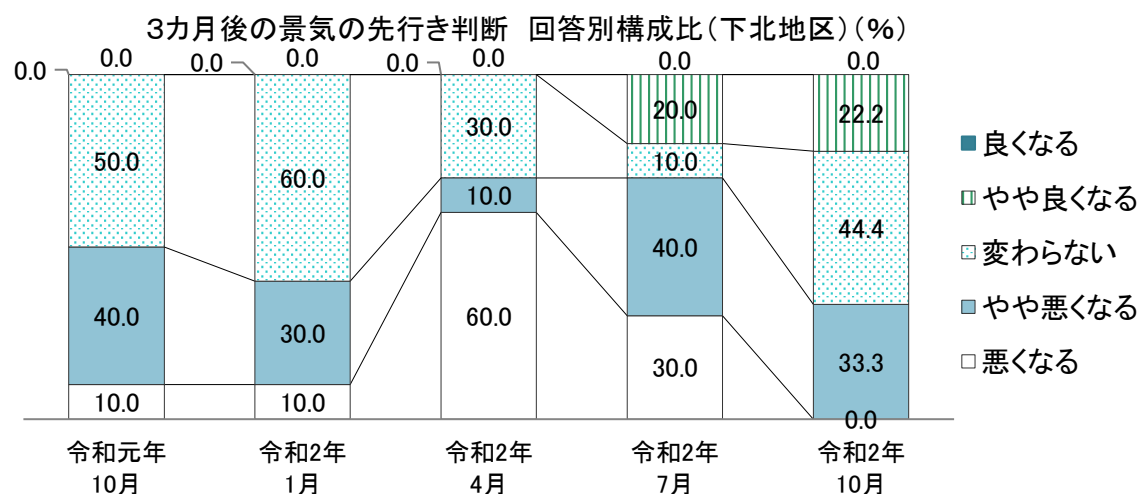
n = 9

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	35.0	37.5	17.5	30.0	47.2	17.2
家計関連	36.1	38.9	19.4	33.3	43.8	10.5
小売	25.0	16.7	16.7	16.7	33.3	16.6
飲食	50.0	50.0	41.7	16.7	37.5	20.8
サービス	33.3	50.0	0.0	66.7	58.3	▲ 8.4
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	25.0	25.0	0.0	0.0	75.0	75.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



②回答別構成比（％）

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2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	0.0	0.0	0.0	20.0	22.2	2.2
変わらない	50.0	60.0	30.0	10.0	44.4	34.4
やや悪くなる	40.0	30.0	10.0	40.0	33.3	▲ 6.7
悪くなる	10.0	10.0	60.0	30.0	0.0	▲ 30.0



4. 判断理由

(1) 景気の現状判断理由

現状	分野	地区	業種	理由
良くなっている	家計	東青	都市型ホテル	宿泊利用について、ビジネス利用客の移動については、概ね許容されており、GoToトラベルを含む観光需要増や自粛期間から延期された利用などにより増加傾向にある。
			家電量販店	世間一般の景気は下向きとなっているが、コロナ特需により売上は上向いている。
			観光名所等	前期が底なので。
やや良くなっている	家計	東青	コンビニ	GoToキャンペーンで県外からのお客様が多少増えている。
			一般小売店	感染拡大防止施策の要件緩和と、GoTo等様々な経済対策が景気を少し上向かせている。
			一般飲食店	客数が横ばい気味であるが多少だけ上昇しているように感じる。
			百貨店	客数が感染症前に戻りつつある。
			ガソリンスタンド	自粛期間が終わり、人の移動が活発になり始めれば、徐々に消費も上向くと思う。事実レンタカーの利用者がかなり増加している。
			住宅建設販売	住宅購入者の増加により、契約数の向上、問合せ件数も増加しているため。
			衣料専門店	承知の通りコロナ禍で最悪の状況であった4, 5, 6, 7, 8月から見れば9月の売上は上昇傾向である。各種補助、助成と景気浮揚の政策報道からの期待感があると思います。
			タクシー	新型コロナに対する情報が徐々に浸透してきており未知なる物に対する恐怖は減少傾向のように見える。反対の意見は依然としてあるものの、経済優先の政策に対して人々が慣れ始めており、その最たるものがGoToトラベルなどの動きに表れているが、全体的に今ひとつふんぎりがつけられない状態のよう。
			旅行代理店	人が動き出し、お金が回り始めた。
			観光型ホテル・旅館	青森市、青森県、国のキャンペーンにより7月以降確かに宿泊客は増加している。しかし例年並みにはいまだ全く届かない。
		津軽	一般小売店	9月は前年が消費増税前の駆け込み需要のため今年は悪いが、7, 8月は4～6月に比べて少し明るさが見えてきたと思う。
			一般飲食店	コロナ禍により減少した売上が、極僅かであるが回復基調にあるため。
			観光名所等	市内で秋の大祭典が開催され、それにつれて団体客の数(特に県内客)が目に見えて増えた。またGoToキャンペーンについてはすごく効果を感じている。ツアーに組み込まれた夜の食事等も入ってきている。あとはクーポン券(プレミアム付商品券)の買物が今は目立っている。
			レストラン	宿泊・飲食共にお客様が増加している。
			乗用車販売	新車の登録が前年実績に近づいて来ている。
		県南	一般小売店	2019年は消費増税の年で、10, 11, 12月と売上が落ち込んだ時との比較だから。
			百貨店	お客様の行動様式がコロナの中で変化しなければならなかったが、だんだん慣れてきた様子が感じられる。
			パチンコ	コロナに対する意識もだいぶ緩和？慣れてきて、消費者の活動が徐々に回復してきている。

現状	分野	地区	業種	理由
やや良くなっている	家計	県南	乗用車販売	メーカーによる新商品の投入や販売支援策によるものもあるが、徐々にではあるが自動車購入マインドは高まっている。
			スナック	景気が悪いわけではなく、私たちのような、コロナの影響をもろに受けるサービス・飲食・イベント業など以外は、普通に忙しくしているし、スーパーやホームセンターなどは起業以来最高の売り上げとなっている。景気が悪いのではなくて、職種ごとの差が激しいのである。しかし、八戸においては、ホテルなどの宴会ではない飲食業、レストランや食堂などは、以前のように家族連れなどで混んできているので、少しずつ回復するのではと期待している。
		下北	ガソリンスタンド	コロナの影響でお盆の帰省客が少なかったため、販売数量は大幅に減ったものの、9月のシルバーウィーク以降、多少持ち直したため。
			都市型ホテル	夏場頃までは、前年比30%台まで落ち込んでいたんですがようやく前年の半分位まで回復してきました。宴会等は相変わらずですが、宿泊が伸びてきています。
	企業	東青	経営コンサルタント	GoToキャンペーンの効果がでている。
			食料品製造	飲食店向け商品が少し動きだした。他県からの観光客も来ているのでしょう。
		津軽	電気機械製造	新機種スマートフォン向け部品の生産がピークになっている。
			経営コンサルタント	新型コロナウイルス感染症の流行も落ち着き、新様式の生活にもだいぶ慣れてきて、各種会合、人手も増えてきているが、冠婚葬祭関係等はまだまだ回復の兆しが見えない。
		県南	飲料品製造	コロナの影響の最悪時と比較すると、ホテルの会合や飲食店の人出も以前より徐々に戻ってきている。
			紙・パルプ製造	新型コロナウイルスの影響はまだあるが、経済回復に向けて少しずつ動きが始まっている。
			建設	東京を含めたGoToトラベルの開始で観光分野では多少の上向き傾向が見られていると思うが、その効果は地域や業種、企業規模で差が見られる。3ヶ月前と比べると、ある程度自粛も解除されてきているので回復傾向にはある。
	雇用	東青	新聞社求人広告	人やモノに動きがみられるようになってきた。
		県南	新聞社求人広告	悪かった時期にくらべると少し回復してきているように思う。
			人材派遣	新型コロナウイルスによる経済への影響は、特にサービス・観光・飲食業、更に海外取引のある製造業、またその関連企業に対して非常に大きかったが、徐々に客足が戻る傾向があると感じる。但し、一部の製造業については回復の兆しが見えていない。
変わらない	家計	東青	レストラン	まだまだコロナの影響が…。
			乗用車販売	現在の景気が平行状態と感じている。また、景気が良い業界と悪い業界の差も大きいと感じている。
		津軽	旅行代理店	GoToトラベルキャンペーン実施中ですがいまいち動きが鈍い。
			スナック	コロナ禍の中で会合等のイベントが少ない。年末年始の繁盛期も期待出来ない。
			商店街	景気は変わらず悪いまま。
			住宅建設販売	青森、弘前のお客様の動きは、活発。家を建てる、買うなど高価な取得になるが、準備（家を建てる）に時間もかかることから活発に動いている。
			都市型ホテル	売上げ横ばい。

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	県南	タクシー	「GoToトラベル」に期待をしていたが、今のところ期待はずれ。また、金曜日、土曜日の夜は若い人たちは出ているが、平日の日中は殆ど街に人がいない。夜も同じ。
			一般飲食店	何と言っても「コロナ」に尽きる。お盆前までは回復基調になりつつありましたが、お盆から落ち込んで今に至っている状態です。
			レストラン	市街へ足を運ぶ人がへっている。自粛期間と変わらないと思う。
			設計事務所	新型コロナウイルスへの怖さは消えず、苦しい戦いは続いている印象。
			商店街	人の動きは以前よりあるように感じるが、経済活動に直結しているかは疑問だ。
			ガソリンスタンド	多少、自粛ムードは緩和されて、往来は増えてきているように感じられるが、従前のような行動様式には戻っていない。戻れない。
	下北		タクシー	コロナが終息しない限り、変わらないと思う。
			スーパー	小売業、特に食品関連のスーパーは外食の自粛によりお客様の購買意欲が落ちていない。
	企業	津軽	食料品製造	スーパー関係の売上は悪くはない。
		県南	広告・デザイン	悪い意味で変わらない。コロナが終息に向かったとしても、我々の様なイベント会社は、中止と決定された以上、仕事は、消滅しました。
やや悪くなっている	家計	津軽	新聞社求人広告	新型コロナウイルスの影響が続いている。GoToキャンペーンや地域で発行しているプレミアム商品券などの効果はあっても一時的で、冷え込んだ地域経済を押し上げるまでに至っていない。
		東青	スーパー	コロナ禍で客数、来店頻度が減少。客単価は上昇していますが、必要なものしか買っていない。チラシ構成比が上がっている。
			美容院	そんなに変化はないのですが、やはりコロナの関係はあります。
			設計事務所	日常生活感や景気の悪さをそんなに感じないが、企業に出入りしている営業マンは全体的に低調と話す。
		津軽	スーパー	10月からの第3のビール・たばこの増税により、消費は下向き傾向に感じます。
			美容院	コロナ、クラスター発生を受けて町に人がいない。
			設計事務所	計画している設計物件が延期となるケースが増えてきています。新型コロナによる影響です。
			ガソリンスタンド	売上が減っている。
		県南	家電量販店	5月末でコロナ感染の特別給付金がでて、5,6月で売上が伸びた分の反動が考えられる為。
			住宅建設販売	コロナでお客様が動かなくなってから、まだ活発に動こうとしない。
			衣料専門店	コロナ禍の中での先行き不透明感が社会情勢として蔓延。
			卸売業	会合なども開かれておらず、景気が悪い話をしている方が多いし店を閉めようか検討している方も多い。
			観光名所等	客入数、売上共減少傾向。
			美容院	自粛生活がまだ尾を引いている様です。外出する機会が少なくなっているように感じます。これからの規制緩和に期待します。
		下北	レストラン	コロナが今後どのように収束して行くか解らない状況で、先が読みにくくなっている。

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	下北	一般小売店	コロナ禍で自粛傾向にあるため。
	企業	東青	建設	先行きの不安からか投資への意欲が下向きみと感じます。
		津軽	飲料品製造	取引先からの聞取にて。
			広告・デザイン	売上額が更に悪くなっている。
		県南	経営コンサルタント	クライアントの殆どの事業者が数字を落としている。
			電気機械製造	旅行や飲食の業界が大きくダメージを受けていて、人の動きが低調になり、「何か仕事はないか」と探す人々が増えている。その割に新しい動きが見られない。
		下北	食料品製造	全てコロナの影響。
	雇用	東青	人材派遣	求人数が激減している。
悪くなっている	家計	東青	パチンコ	8月、9月と一向に上向く気配が無い。
			商店街	コロナウイルスの影響が続き、経済的に通行数・お客様の来店に大きく影響が出ている！
			スナック	コロナの影響と景気悪化の為にどうしたらいいか解らない毎日です。
		津軽	衣料専門店	コロナで会議、結婚式がないためスーツが売れない。
			家電量販店	コロナ対策の国策・地域支援策で経済への打撃をカバーしているものの、昨年度の売上実績まではとどかず苦戦中。
		県南	旅行代理店	コロナの影響で旅行部門は売上減。
			コンビニ	たばこ値上げの影響が大きいです。

(2) 景気の先行き判断理由

先行き	分野	地区	業種	理由
やや良くなる	家計	東青	タクシー	あくまでも現状との比較で回答するならば今より悪くなるような方向性をほとんど感じないから。ただし、絶対値で観れば総てが最悪の状態から一進一退を繰り返し、ようやくここまで来て微速前進の状態にまでは転換したように見えるも「好景気」にまでは程遠いように感じる。
			旅行代理店	コロナが終息し、年末年始活動が活発になる？
			家電量販店	コロナ特需は継続しているであろうが、多少の落ち着きは見せられると思われる。
			観光名所等	紅葉シーズン、修学旅行が春から秋へ、大人の休日倶楽部臨時設定、GoToトラベルにも期待。
			都市型ホテル	宿泊利用は季節変動要素によりマイナスするが、景況的にはややプラス。レストラン・宴会利用については、かなり宴会利用が冷え込んでいることから、忘新年会時期から歓送迎会に向けて需要増を自粛傾向の縮小と相まって見込む。
			衣料専門店	当然ですが、各事業所は業績アップに色々な販促をしてきます、世の中の消費機運が上向くと思います。
			一般小売店	動き出した経済施策によって感染が再拡大しなければ、より上向くと考えます。
			レストラン	年末なので、少しは…。
		津軽	乗用車販売	そう願っている。
			百貨店	プレミアム商品券販売により。(10月1日～1月31日まで利用可)
			観光名所等	やや良くなるとは思っているが、クラスターが発生した現在の状況では何とも言えない。ひょっとしたら4月の状態よりさらに深刻化する事態にもなりかねないと危惧している。
			都市型ホテル	希望的見通しであるが、コロナの予防薬に期待。
			商店街	現在、大きな販促イベントを開催している。少しでも景気回復を期待し、「やや良くする」とした。
			一般小売店	昨年の10～12月は増税後の落ち込みがあり、今年はコロナであるがやや回復気味ではないかと期待している。
			美容院	自治体の景気対策がいろいろあり期待できる。
	県南		タクシー	「GoToトラベル」の結果が出てほしい。とにかく人の動きがないことにはどうにもならない。
			旅行代理店	GoTo効果。ワクチン開発。
			一般小売店	コロナワクチン開発の情報や対策が現在より良い方向に進行していると思うから。
			美容院	規制や集合人数緩和など、少しずつ影響が出て来ると思います。
			スナック	景気が悪いわけではなく、私たちのような、コロナの影響をもろに受けるサービス・飲食・イベント業など以外は、普通に忙しくしているし、スーパーやホームセンターなどは起業以来最高の売り上げとなっている。景気が悪いのではなくて、職種ごとの差が激しいのである。しかし、八戸においては、ホテルなどの宴会ではない飲食業、レストランや食堂などは、以前のように家族連れなどで混んできているので、少しずつ回復するのではと期待している。

先行き	分野	地区	業種	理由
やや良くなる	家計	下北	ガソリンスタンド	GoToトラベルでホテルの宿泊者は10月いっぱいにはコンスタントに入っているようですが、11・12月の忘年会のシーズンはどうなるのか？良くなると期待を込めて…。
	企業	東青	食料品製造	コロナの影響が少ない青森県に観光客がくるのではないのでしょうか。
		津軽	食料品製造	自粛が解除されれば消費が増える為。
		県南	飲料品製造	完全にもとには戻らないと思うが、例年の年末に向けての流れは出てくると思う。あくまでも現在と比較しての考えではある。
		下北	食料品製造	県、国等の施策により、人の往来が増えてくると思われる為。
	雇用	県南	新聞社求人広告	GoToキャンペーンの効果とイベント等の開催が小規模ながらも景気の回復に影響しそう。
			人材派遣	様々な業種の企業・団体が、コロナ対策のもと、冬季・年末年始の経済活動・イベントなどを開催して頂くことで、少しでも景気が上向きになることを期待したい。
変わらない	家計	東青	百貨店	「変わらない」というよりも、これまで通り感染症如何によって良くも悪くもなると思うので、「わからない」というのが本音です。
			コンビニ	だんだん寒くなるので外出しなくなる為。
			設計事務所	降雪前に向けて仕事は前進するが漂うムードは重い。
			一般飲食店	正直わからないです。今の事態もこんな風になるとは思ってなかったし、できる事をやってるという感じなので、どう結果がでるか未知。
			スナック	変らないという事は良くならないという事です。多少なりに期待しております。努力のみです。
		津軽	一般飲食店	インフルエンザとコロナウイルスにより、自粛ムードが強まると予想されるため。
			スナック	まだまだコロナウイルスの影響がある。
			旅行代理店	まだまだ経済の動きが鈍い。
			レストラン	今より良くはならないです。冬場はお客様が減少する為。
			家電量販店	世界的な経済後退や、日本国そのものの消費のあり方のゆくえがどの様な落ち着きをしてゆくのか現段階では見通せない。
			スーパー	政府のGoToトラベルやGoToイート、イベントの人数制限の緩和など景気対策が実施されていますが、他県からの来県者が増えることで、逆に地元の方は人ごみになるような場所（大型ショッピングセンターなど）へ行くことを避ける人も少なくないと思います。
		県南	ガソリンスタンド	GoToの緩和も始まり、全ては新型コロナが今後増加するかにかかっていると思われるが、現段階での往来の自由化が必ずしも良い影響を及ぼすとは思えない。
			パチンコ	コロナウイルスの感染拡大がどうなるかによって、状況が一変するので予測しづらい。
			一般飲食店	コロナの影響が今日、明日収まる状況は考えられない中、不安の中コツコツやっていくほかないのでは。スキルアップにはいいチャンスかもと思うほかない。
			卸売業	コロナの治療薬・ワクチンができていないわけではない。
			百貨店	コロナの生活には慣れてきた感があるが、まだまだ旅行、飲食への警戒が強く内向きの消費が続くと思われるため。
			設計事務所	人の出歩く数は増えると思う。しかし、潤うかどうかは疑問です。

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	県南	観光名所等	特に効果が見えない。
			乗用車販売	年末年始の商戦での若干の盛り上がりはあると思うが、完全に好転するかは不明。
		下北	コンビニ	コロナがおさまらない。
			都市型ホテル	まだまだ新型コロナウイルスの影響によって落ち込んだ景気が回復するには、時間がかかると思います。
	企業	東青	広告・デザイン	プレミアム商品券、宿泊キャンペーンなど積極的な政策によって、多少の効果はあると想定するが、コロナの状況が大きく前進しない限り、単発的なものとして終わると思われる。
		県南	建設	このままGoToトラベルで感染が地方に広がらなければ、ある程度の回復は見込まれると思うが、まだコロナが下火となったとは言えない状況にあり、個人の感染対策も緩んできていることから、今後景気がどちらに傾くかは予断を許さない。
			広告・デザイン	全く想定できない。このまま自粛が続き、イベントが行われない場合、営業を継続できるか？わからない。
			経営コンサルタント	東京が対象に加えられたGoToトラベルと新しく始まるGoToイートの政策効果に期待したい。
	雇用	東青	新聞社求人広告	感染の状況をにらみながらの経済が続くので、大きく改善することはむずかしいと思う。
			人材派遣	状況の先行きが不透明な間は現状維持・または悪化する可能性があると考えます。
やや悪くなる	家計	東青	パチンコ	3月頃から、ひたすら集客が落ち込み、まだ下げ止まり感が無い。
			観光型ホテル・旅館	いわゆるオフシーズンを迎え、県外からの観光客も少なくなり、これまでの期間多く来てもらった地元客に再び来て貰う努力をしなければならない。
			乗用車販売	このコロナ禍で、どの業界も落ち込むと思うため。
			商店街	コロナウイルスの影響は、今後も続くと思われる！
			スーパー	マイナポイント、GOTOキャンペーン、トラベルの効果は限定的。景気底上げにはつながらない。
			美容院	去年よりは足を運ぶ回数は減っていると思う。
			住宅建設販売	今は順調に推移しているが、いずれコロナ前の通常に戻り通常の売上となるため。
		津軽	住宅建設販売	景気そのものは、下降気味だが、家を建てる意欲とローンの金利低下で一旦積極的、活発な行動に見えるが、長続きはしないと思う。
			ガソリンスタンド	新内閣に期待しているが、経済に即効性のある施策がまだない。
			設計事務所	例年であれば来年再来年の設計物件の依頼がこの時期に出始めるのですが今年は動きが遅いです。
		県南	家電量販店	5月末でコロナ感染の特別給付金が出て、5、6月で売上が伸びた分の反動が少し続くと考えられる。
			商店街	このままの状態では雇用が増えるとは思えないから。
			スーパー	上期は10万円支給はあったが、下期はボーナス減額が消費に影響してくるのではないかな？
		下北	スーパー	コロナがほぼ日常になりつつある現在、外食にも出かけつつある為。
			一般小売店	コロナがまだ収まるとも思えませんし、10月1日から様々な商品の値上げもあり、当分景気が良くなるとは思えません。
	企業	東青	建設	ワクチンと治療薬が提示されるまでは不安と恐怖は消えないのでしょう。

先行き	分野	地区	業種	理由
やや悪くなる	企業	東青	経営コンサルタント	業績が伸びている業種もあるもののコロナの影響は今後、徐々に強くなるのではという不安感があり、今後の景気に影響がある。収支マイナスの状態が続いており、資金が徐々に不足してくると思われる。
			津軽 広告・デザイン	工事物件数が減少傾向にあり、見積り依頼数も少ない。
			電気機械製造	新機種発売後の部品生産は落込むため。
			経営コンサルタント	冬になるとインフルエンザ等の別の感染症との流行時期とも重なるため、景気回復は難しいと思う。
		県南	電気機械製造	やはり旅行や飲食にかかわる人の仕事が大きく減っており、廃業など周囲に与える影響は今後避けられない。航空や鉄道の関係の受注も減ってきた。
悪くなる	家計	津軽	衣料専門店	コロナで会議、結婚式がないためスーツが売れない。
		県南	衣料専門店	コロナ禍の中での先行き不透明感が社会情勢として蔓延。特にインフルエンザシーズンに入る事も要因。
			レストラン	家族や会社には迷惑をかけられないと夜の外出を自粛しているという声が多く、3か月先もこのままだと不安である。
			コンビニ	雇用の維持が難しくなっていくと思われる。
	雇用	津軽	新聞社求人広告	弘前市内で新型コロナウイルス感染のクラスターが発生したこと、また、ウィズコロナの時代、新しい生活様式の下では経済活動も限定的で、収束しない限り良くはならないのでは。

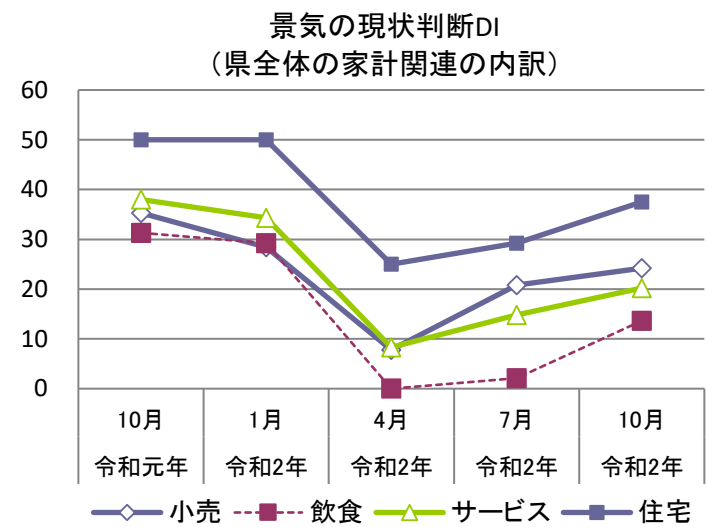
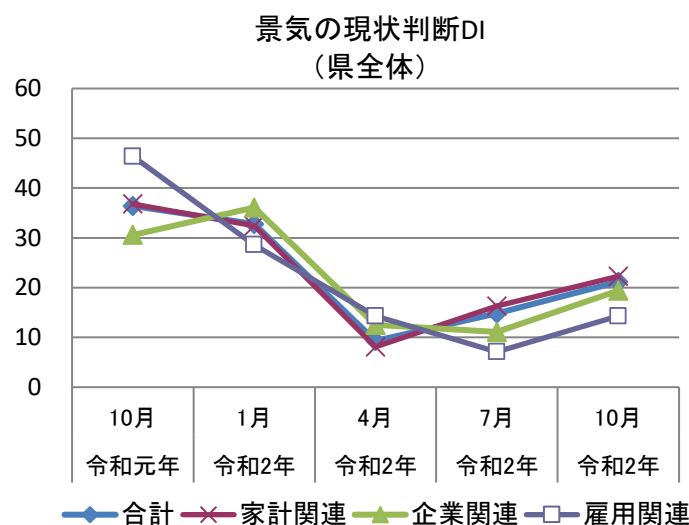
5. 参考

(参考1) 景気の現状判断

①DI

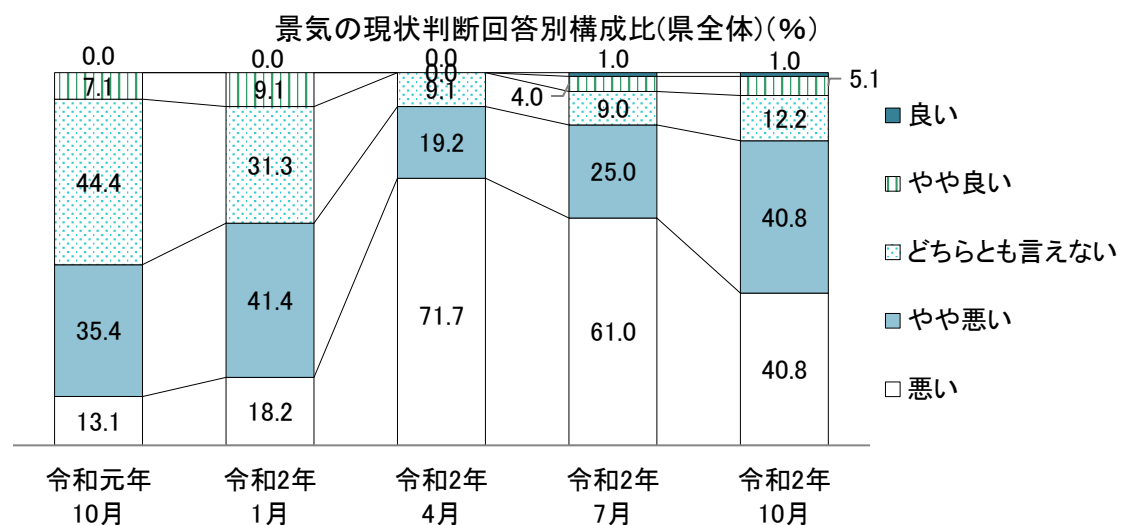
n = 98

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	36.4	32.8	9.3	14.8	21.2	6.4
家計関連	36.8	32.4	8.1	16.3	22.3	6.0
小売	35.3	28.4	7.8	20.8	24.2	3.4
飲食	31.3	29.2	0.0	2.1	13.6	11.5
サービス	38.0	34.3	8.3	14.8	20.2	5.4
住宅	50.0	50.0	25.0	29.2	37.5	8.3
企業関連	30.6	36.1	12.5	11.1	19.4	8.3
雇用関連	46.4	28.6	14.3	7.1	14.3	7.2



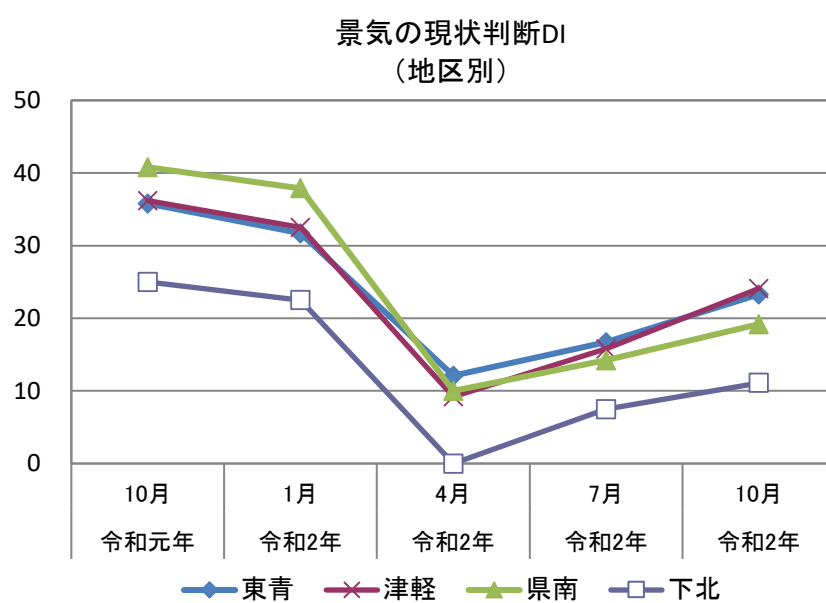
②回答別構成比 (%)

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
良い	0.0	0.0	0.0	1.0	1.0	0.0
やや良い	7.1	9.1	0.0	4.0	5.1	1.1
どちらとも言えない	44.4	31.3	9.1	9.0	12.2	3.2
やや悪い	35.4	41.4	19.2	25.0	40.8	15.8
悪い	13.1	18.2	71.7	61.0	40.8	▲ 20.2



③地区別DI

	令和元年 10月	令和2年 1月	令和2年 4月	令和2年 7月	令和2年 10月	前期調査 との差
合 計	36.4	32.8	9.3	14.8	21.2	6.4
東青	35.8	31.7	12.1	16.7	23.3	6.6
津軽	36.2	32.5	9.2	15.8	24.1	8.3
県南	40.8	37.9	10.0	14.2	19.2	5.0
下北	25.0	22.5	0.0	7.5	11.1	3.6



(参考2) その他自由意見

分野	地区	業種	自由意見
家計	東青	百貨店	10月は商店街と青森市が発行するプレミアム商品券が発売になるので、消費喚起になってくれることを期待しています。
		都市型ホテル	ある程度の人数を集めることにより成り立つビジネスモデルが成り立たないものとなり、婚礼ビジネスやコンベンション等のトレンドは大きく変わっていくと思われる。
		商店街	コロナの影響は、特に飲食業に大きい！
		一般小売店	シルバーウィーク以降、県外からの観光客やビジネス客が目立ってきた。
		レストラン	どのように動くのか予想できない。
		スーパー	レジ袋が有料になり、備え付けのポリ袋を大量に持っていく方が増えている。
		乗用車販売	夏季賞与等、出る、出ない企業があるため。
		衣料専門店	色々な災害等での報道の効力を実感したが、コロナ禍での報道の脅威も感じる、市民の自制心は誇れた。渦中でも商業施設の再開発、駅舎改修などなどの開発は進行中であり先は明るい。
		一般飲食店	人数が制限されていたせいで業績がなかなかうまく上がらない。社会全体が同じだと思うが、早くコロナが収まって欲しい。
	津軽	商店街	サービス業の景気が少し良くなってきたと思う。屋外イベント開催が増えてきた。
		一般小売店	飲食業もにぎわいを少しずつ取り戻しているように感じられる。
		ガソリンスタンド	給料が増えたとか、利益実感がなくて、利益実感できる施策を願う。
		設計事務所	弘前市で新型コロナの感染者が出たということで益々警戒感が強まると思います。今までゼロということで大規模な宴会なども行われてきた矢先ですがまた一気に冷え込むような気がします。
	県南	観光名所等	9月から果樹の販売で、売上が増える見込みである。
		卸売業	コロナのワクチン・治療薬ができていくわけではなく、GoToなどのキャンペーンを利用したいと思っても、心配せずに出かけることができる状態ではなく、楽しめない。そんな影響が多いと思う。
		スナック	テイクアウトが売れなくなっているように思う。飽きたのか、食べに行けるようになったのか。
		商店街	飲食や宿泊業では、営業時間や労働時間が短縮されている所が多い。
		一般飲食店	給付金には来年「税金」が徴収される。そのことから、いただいたお金を思い切り店に使えない。何とかならないものかと苦しています。
		タクシー	言っています。「More Positive・More Active」。頑張ろう！！もう少しだ！！
		コンビニ	身近で閉店が相次いでいます。
		美容院	生活、仕事、授業など、自宅内又家庭生活と混同されるので、通販やテイクアウトなど様子が変わって来ると思います。
		一般小売店	八戸市の中心商店街は、空き店舗が増えているという視点から過去最悪の状況だ。
家計	県南	旅行代理店	保険部門はまずまず。三沢空港は回復基調。旅行は修学旅行しかない。
	下北	コンビニ	閉店の店ばかりです。

分野	地区	業種	自由意見
家計	下北	スーパー	夜の居酒屋等徐々に客が戻りつつある。
企業	東青	経営コンサルタント	M&A、事業承継を考える経営者が多くなりつつある。
		広告・デザイン	首都圏の企業が積極的な電話セールスとオンラインによるセールスを行っている。また、自治体等のプロポーザルに今まで見向きもしなかったような首都圏の大企業が参加し、仕事を持っていく。地元の中小企業はキツイ。
	津軽	広告・デザイン	コロナの件で皆さんが全てに閉鎖的になっており、社会全体に活性感が無い。
		経営コンサルタント	雇用調整助成金の特別措置が9月30日から12月31日まで延長されたことは、事業主にとっても労働者にとっても救済となる。活用して解雇阻止に役立てて欲しい。
		建設	首相が交代になり、地域・地方の為に何が出来るのか期待している。
		飲料品製造	新型コロナが今後どのようなようになって行くのか心配です。
		電気機械製造	弊社が携わっている業界は今のところコロナの影響が少ない状況が続いている。しかし今後の状況は不透明である。
	県南	経営コンサルタント	マスメディアが新型コロナをあおりすぎだと思う。これだけ悪い報道がされれば、人間の活動が委縮してしまうのは当たり前であろう。結果、経済活動も委縮してしまう。
		電気機械製造	自宅で過ごし、いわゆる「巣ごもり需要」の経済は活発だ。スーパーや日曜大工、ガーデニング、サイクリングやランニング…新しい需要に仕事をシフトさせる必要性を強く感じます。
		広告・デザイン	世間では、コロナで大変な職種として飲食店や観光ばかりとりあげられるが、我々イベント運営会社は、中止になった時点で収益がなくなることが決定します。やはり県の支援が必要です。
雇用	東青	新聞社求人広告	これまでの反動か、観光客が目立って増えてきているように思う。

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反映する現象を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 津 軽 県 南 下 北	青森市とその周辺部	30	23	4	3
	弘前市、黒石市、五所川原市とその周辺部	30	22	6	2
	八戸市、十和田市、三沢市とその周辺部	30	21	7	2
	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	コンビニエンスストア、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、パチンコ店、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。

2. 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、景気の現状または先行きに対する5段階の判断それぞれの所定の点数に各判断の構成比(%)を乗じて算出している。

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が景気の方角性を表す目安となる。

(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
T E L 017-734-9166 (直通) F A X 017-734-8038