

青森県景気ウォッチャー調査

【2025(令和7)年10月期】

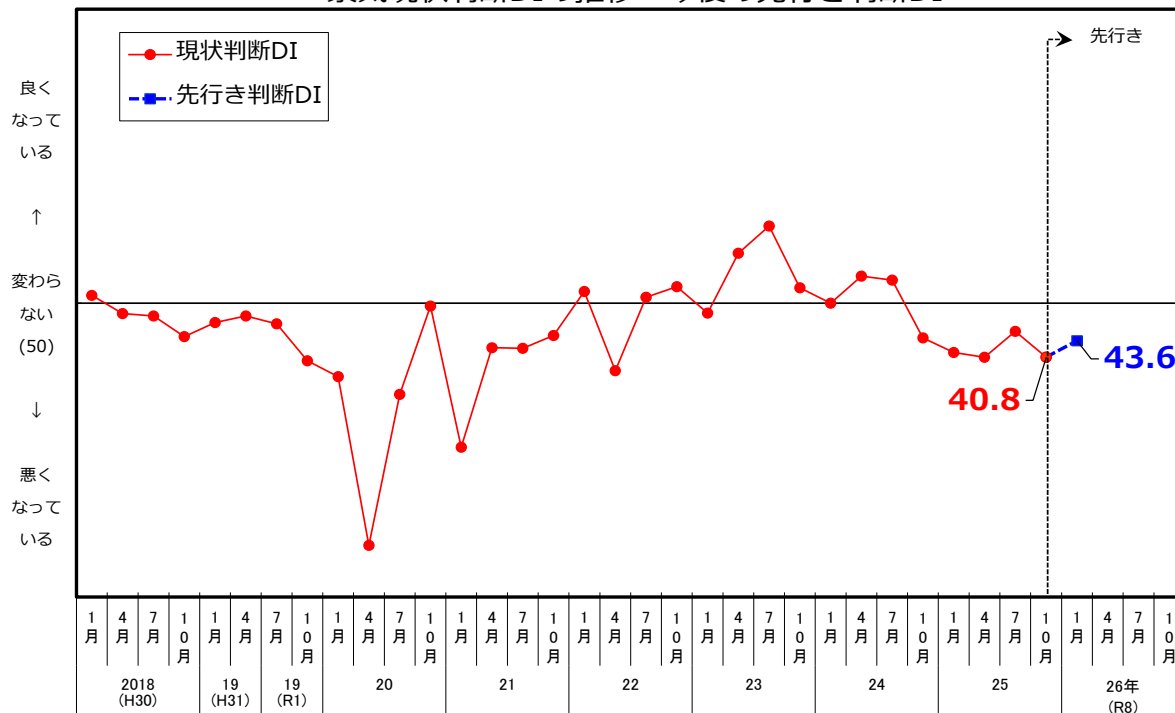
調査期間 2025(令和7)年10月1日～2025(令和7)年10月21日 回答率98%

概 況

10月期の景気の現状判断DIは40.8となり、前期から4.4ポイント低下し、前回調査（2025年7月期）に引き続き景気の横ばいを示す50を下回った。

先行き判断DIは、現状判断DIと比べて2.8ポイント上昇の43.6となった。

景気現状判断DIの推移・今後の先行き判断DI



2025(令和7)年11月

青森県総合政策部統計分析課

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ポイント低下、「やや良くなっている」が10.0ポイント低下、「変わらない」が4.6ポイント上昇、「やや悪くなっている」が7.4ポイント上昇、「悪くなっている」が1.0ポイント低下となった。

全体では40.8となり、前期から4.4ポイント低下し、景気の横ばいを示す50を下回った。

判断理由では、前回調査に引き続き食料品やガソリン等の価格高騰により消費者の購買行動に影響が見られるといった声が多い一方で、高単価商品の購入やインバウンド等による活発な購買需要が見られるとの声もあった。

② 分野別の動向

前期調査と比べると、家計関連全体で4.8ポイント低下、企業関連で4.1ポイント低下、雇用関連で同水準となった。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、東青では4.3ポイント、津軽では6.1ポイント、県南では2.5ポイント、下北（参考）では5.0ポイント低下し、いずれも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

今期調査の現状判断DIと比べると、「良くなる」が1.0ポイント上昇、「やや良くなる」が7.1ポイント上昇、「変わらない」が8.2ポイント低下、「やや悪くなる」が2.0ポイント上昇、「悪くなる」が2.0ポイント低下となった。

全体では43.6となり、今期調査の現状判断DIと比べて2.8ポイント上昇したものの、景気の横ばいを示す50を下回った。

判断理由では、食料品値上げや最低賃金引き上げに伴う影響に関して不安の声が多く見られた一方で、冬季の観光需要や国政に対する期待の声も見られた。

② 分野別の動向

今期調査の現状判断DIと比べて、家計関連全体で3.8ポイント上昇、企業関連で1.4ポイント上昇、雇用関連で3.6ポイント低下となった。

③ 地区別の動向

今期調査の現状判断DIと比べて、東青では4.3ポイント上昇し、景気の横ばいを示す50と同水準になった。県南では6.7ポイント上昇したものの、景気の横ばいを示す50を下回った。下北では今期調査の現状判断DIと同水準であり、景気の横ばいを示す50を下回った。津軽では1.7ポイント低下し、景気の横ばいを示す50を下回った。

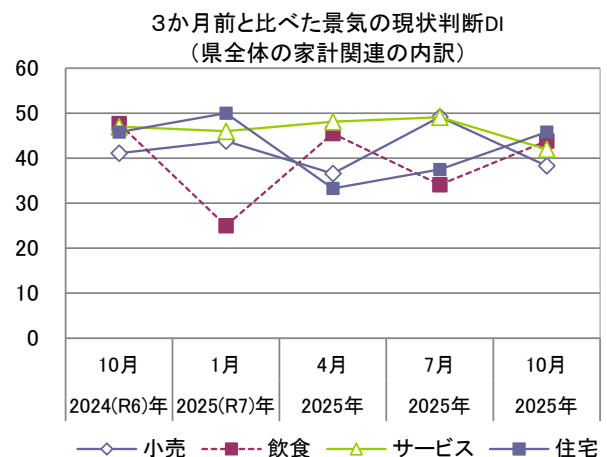
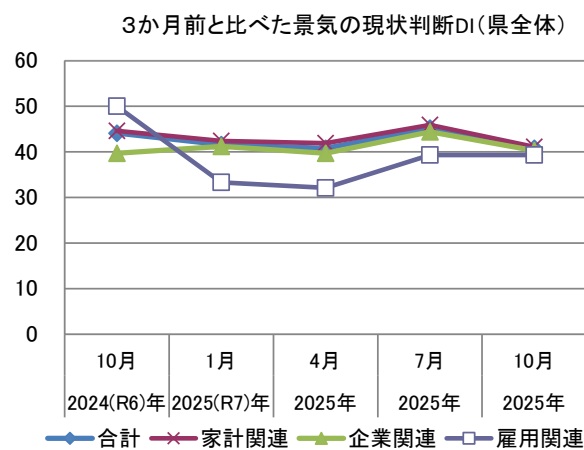
2. 県全体の動向

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

①DI

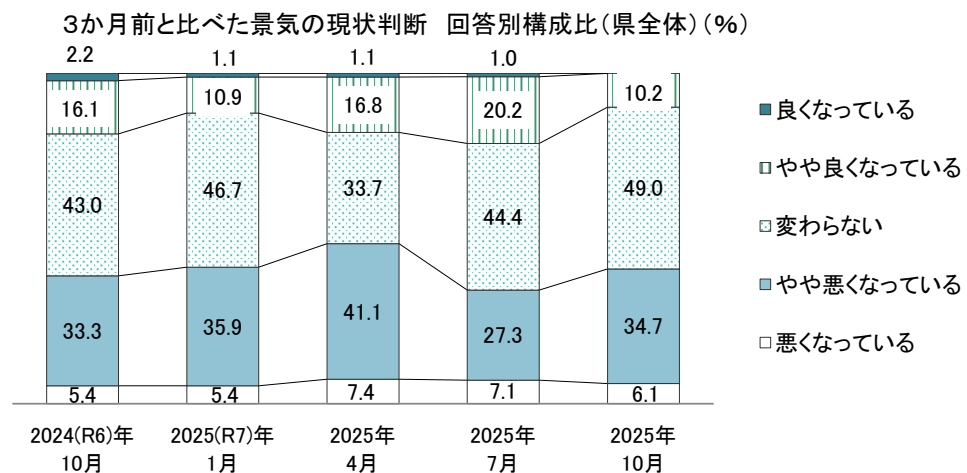
n = 98

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
合 計	44.1	41.6	40.8	45.2	40.8	▲ 4.4
家計関連	44.6	42.4	41.9	45.9	41.1	▲ 4.8
小売	41.1	43.8	36.6	49.2	38.3	▲ 10.9
飲食	47.7	25.0	45.5	34.1	43.8	9.7
サービス	47.0	46.0	48.1	49.1	42.0	▲ 7.1
住宅	45.8	50.0	33.3	37.5	45.8	8.3
企業関連	39.7	41.2	39.7	44.4	40.3	▲ 4.1
雇用関連	50.0	33.3	32.1	39.3	39.3	0.0



②回答別構成比 (%)

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
良くなっている	2.2	1.1	1.1	1.0	0.0	▲ 1.0
やや良くなっている	16.1	10.9	16.8	20.2	10.2	▲ 10.0
変わらない	43.0	46.7	33.7	44.4	49.0	4.6
やや悪くなっている	33.3	35.9	41.1	27.3	34.7	7.4
悪くなっている	5.4	5.4	7.4	7.1	6.1	▲ 1.0



(2) 3か月後の景気の先行き判断 ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

① D I

n = 98

	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	2026(R8)年 1月	前期調査 との差
合 計	44.1	48.4	43.4	45.2	43.6	▲ 1.6
家計関連	43.2	49.3	46.1	44.3	44.9	0.6
小売	41.1	47.3	42.0	45.8	40.8	▲ 5.0
飲食	52.3	47.5	50.0	38.6	50.0	11.4
サービス	43.0	51.0	51.9	46.3	49.0	2.7
住宅	37.5	54.2	33.3	37.5	37.5	0.0
企業関連	45.6	44.1	36.8	47.2	41.7	▲ 5.5
雇用関連	50.0	50.0	32.1	50.0	35.7	▲ 14.3

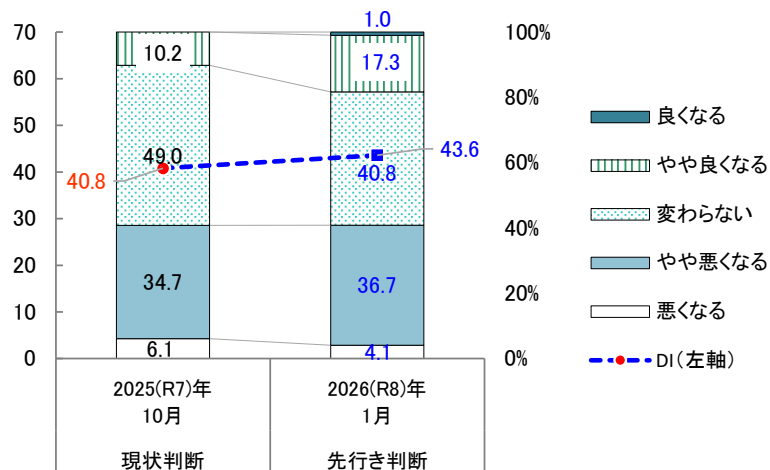
② 今期の現状判断D Iと先行き判断D Iとの比較

	現状判断 2025(R7)年 10月	先行き判断 2026(R8)年 1月	差
合 計	40.8	43.6	2.8
家計関連	41.1	44.9	3.8
小売	38.3	40.8	2.5
飲食	43.8	50.0	6.2
サービス	42.0	49.0	7.0
住宅	45.8	37.5	▲ 8.3
企業関連	40.3	41.7	1.4
雇用関連	39.3	35.7	▲ 3.6

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2025(R7)年 10月	先行き判断 2026(R8)年 1月	差
良くなる	0.0	1.0	1.0
やや良くなる	10.2	17.3	7.1
変わらない	49.0	40.8	▲ 8.2
やや悪くなる	34.7	36.7	2.0
悪くなる	6.1	4.1	▲ 2.0

現状判断と先行き判断との比較(県全体・合計)



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。

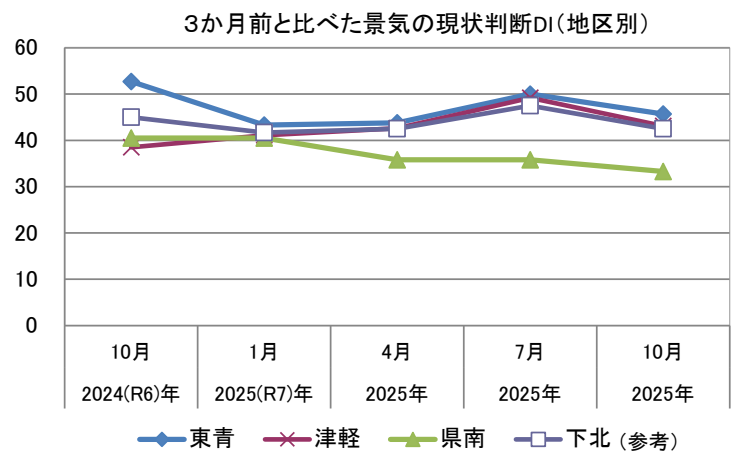
(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

<地区別>

① D I

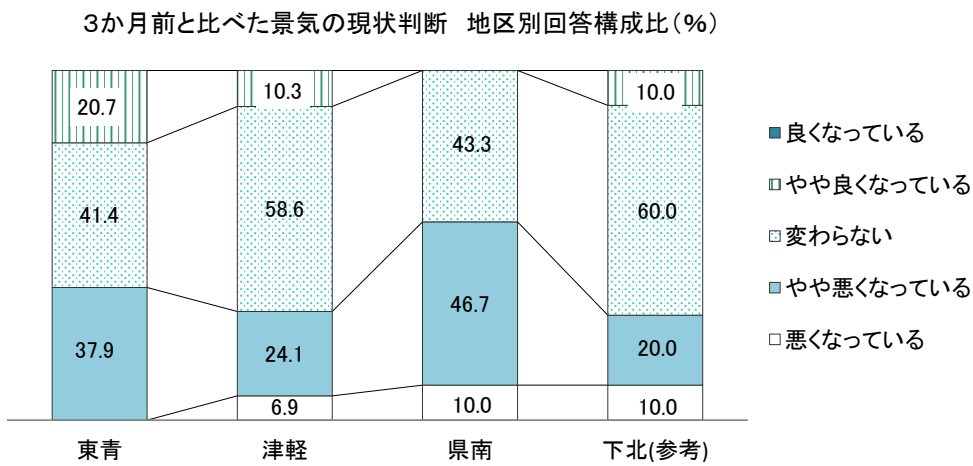
n = 98

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
合 計	44.1	41.6	40.8	45.2	40.8	▲ 4.4
東青	52.7	43.3	43.8	50.0	45.7	▲ 4.3
津軽	38.5	41.1	42.6	49.2	43.1	▲ 6.1
県南	40.5	40.5	35.8	35.8	33.3	▲ 2.5
下北	45.0	41.7	42.5	47.5	42.5	▲ 5.0



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北(参考)
良くなっている	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	20.7	10.3	0.0	10.0
変わらない	41.4	58.6	43.3	60.0
やや悪くなっている	37.9	24.1	46.7	20.0
悪くなっている	0.0	6.9	10.0	10.0



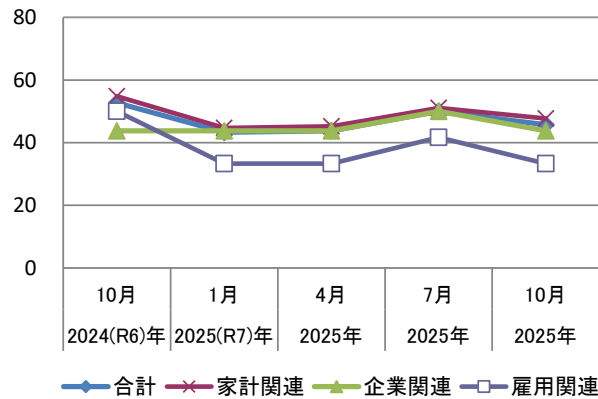
<東青地区>

① D I

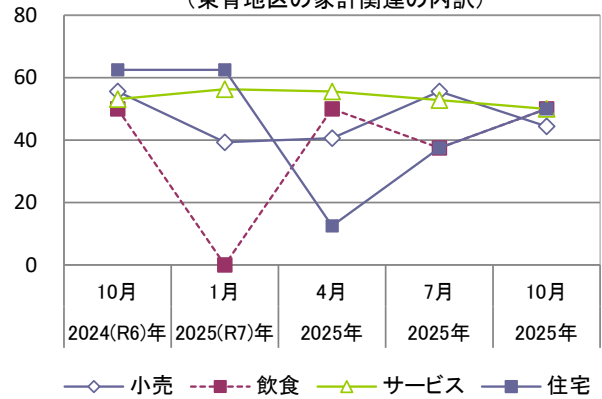
n = 29

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
合 計	52.7	43.3	43.8	50.0	45.7	▲ 4.3
家計関連	54.8	44.7	45.2	51.1	47.7	▲ 3.4
小売	55.6	39.3	40.6	55.6	44.4	▲ 11.2
飲食	50.0	0.0	50.0	37.5	50.0	12.5
サービス	53.1	56.3	55.6	52.8	50.0	▲ 2.8
住宅	62.5	62.5	12.5	37.5	50.0	12.5
企業関連	43.8	43.8	43.8	50.0	43.8	▲ 6.2
雇用関連	50.0	33.3	33.3	41.7	33.3	▲ 8.4

3か月前と比べた景気の現状判断DI(東青地区)



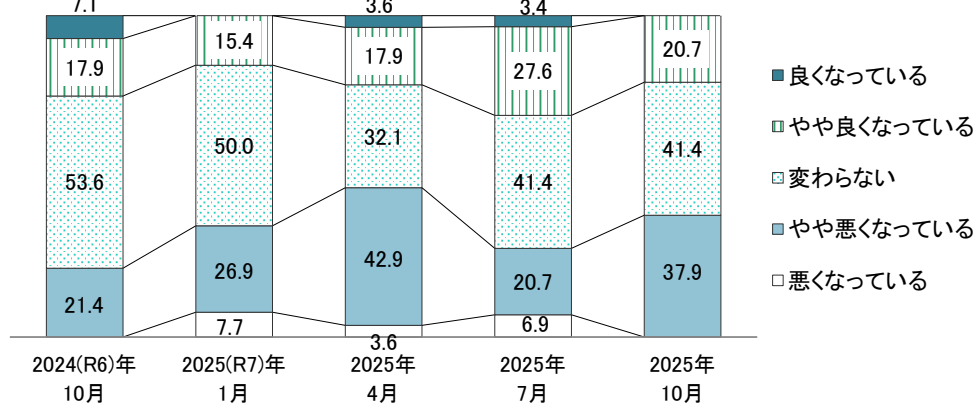
3か月前と比べた景気の現状判断DI
(東青地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比 (%)

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
良くなっている	7.1	0.0	3.6	3.4	0.0	▲ 3.4
やや良くなっている	17.9	15.4	17.9	27.6	20.7	▲ 6.9
変わらない	53.6	50.0	32.1	41.4	41.4	0.0
やや悪くなっている	21.4	26.9	42.9	20.7	37.9	17.2
悪くなっている	0.0	7.7	3.6	6.9	0.0	▲ 6.9

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)(%)

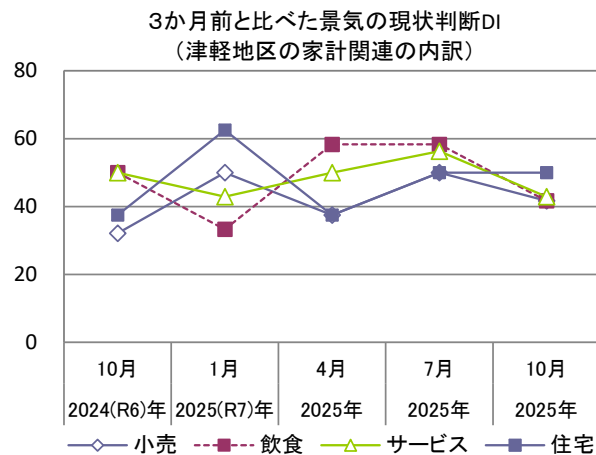
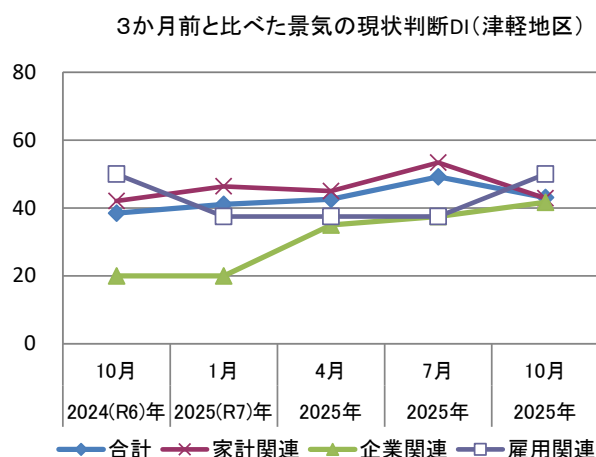


<津軽地区>

① D I

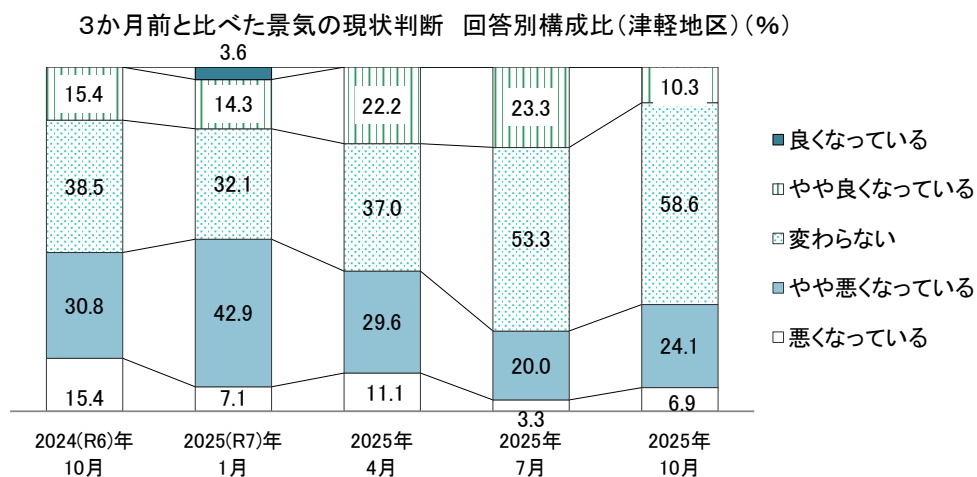
n = 29

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
合 計	38.5	41.1	42.6	49.2	43.1	▲ 6.1
家計関連	42.1	46.4	45.0	53.4	42.9	▲ 10.5
小売	32.1	50.0	37.5	50.0	41.7	▲ 8.3
飲食	50.0	33.3	58.3	58.3	41.7	▲ 16.6
サービス	50.0	42.9	50.0	56.3	42.9	▲ 13.4
住宅	37.5	62.5	37.5	50.0	50.0	0.0
企業関連	20.0	20.0	35.0	37.5	41.7	4.2
雇用関連	50.0	37.5	37.5	37.5	50.0	12.5



②回答別構成比 (%)

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	15.4	14.3	22.2	23.3	10.3	▲ 13.0
変わらない	38.5	32.1	37.0	53.3	58.6	5.3
やや悪くなっている	30.8	42.9	29.6	20.0	24.1	4.1
悪くなっている	15.4	7.1	11.1	3.3	6.9	3.6

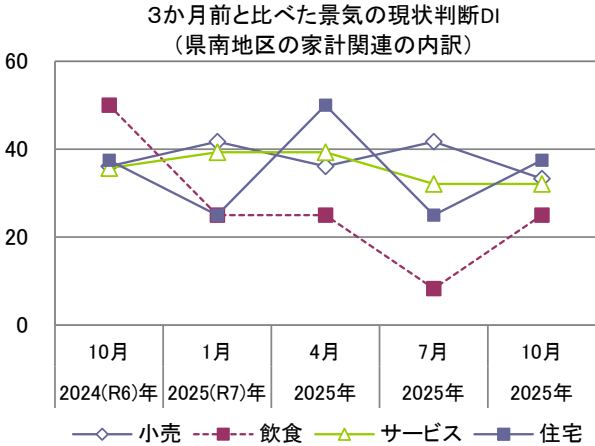
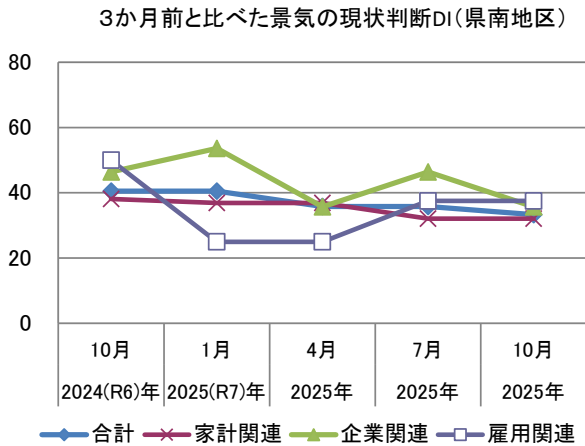


<県南地区>

①DI

n = 30

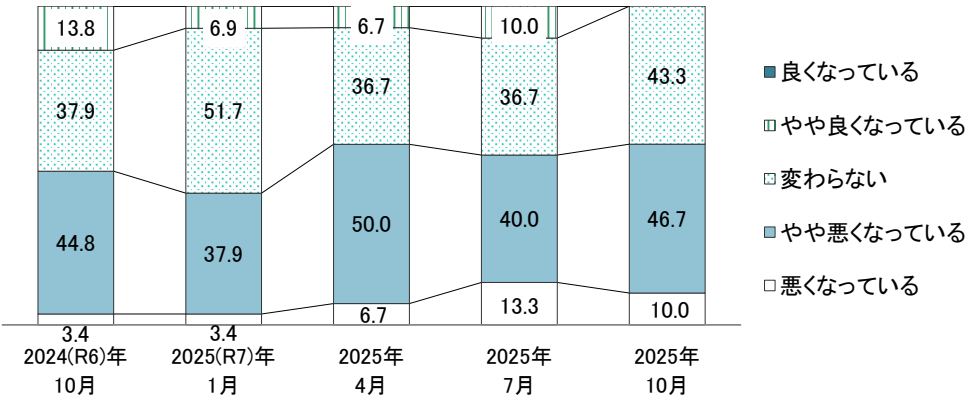
	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
合 計	40.5	40.5	35.8	35.8	33.3	▲ 2.5
家計関連	38.1	36.9	36.9	32.1	32.1	0.0
小売	36.1	41.7	36.1	41.7	33.3	▲ 8.4
飲食	50.0	25.0	25.0	8.3	25.0	16.7
サービス	35.7	39.3	39.3	32.1	32.1	0.0
住宅	37.5	25.0	50.0	25.0	37.5	12.5
企業関連	46.4	53.6	35.7	46.4	35.7	▲ 10.7
雇用関連	50.0	25.0	25.0	37.5	37.5	0.0



②回答別構成比 (%)

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025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	13.8	6.9	6.7	10.0	0.0	▲ 10.0
変わらない	37.9	51.7	36.7	36.7	43.3	6.6
やや悪くなっている	44.8	37.9	50.0	40.0	46.7	6.7
悪くなっている	3.4	3.4	6.7	13.3	10.0	▲ 3.3

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)(%)



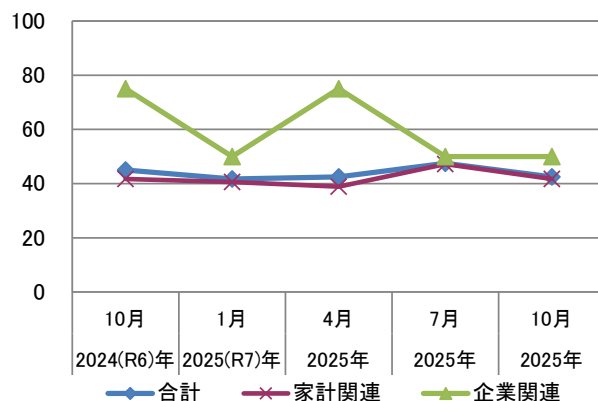
<下北地区> (参考)

① D I

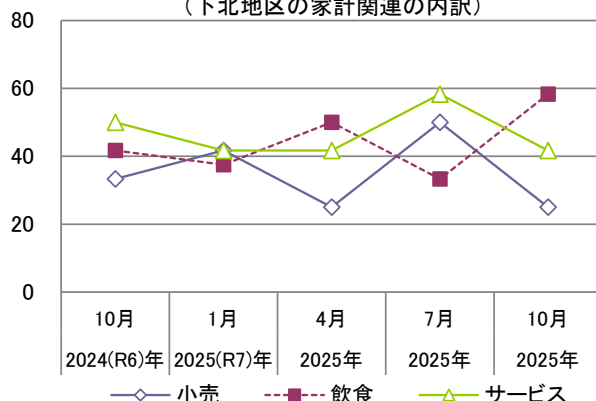
n = 10

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
合 計	45.0	41.7	42.5	47.5	42.5	▲ 5.0
家計関連	41.7	40.6	38.9	47.2	41.7	▲ 5.5
小売	33.3	41.7	25.0	50.0	25.0	▲ 25.0
飲食	41.7	37.5	50.0	33.3	58.3	25.0
サービス	50.0	41.7	41.7	58.3	41.7	▲ 16.6
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	75.0	50.0	75.0	50.0	50.0	0.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

3か月前と比べた景気の現状判断DI(下北地区)



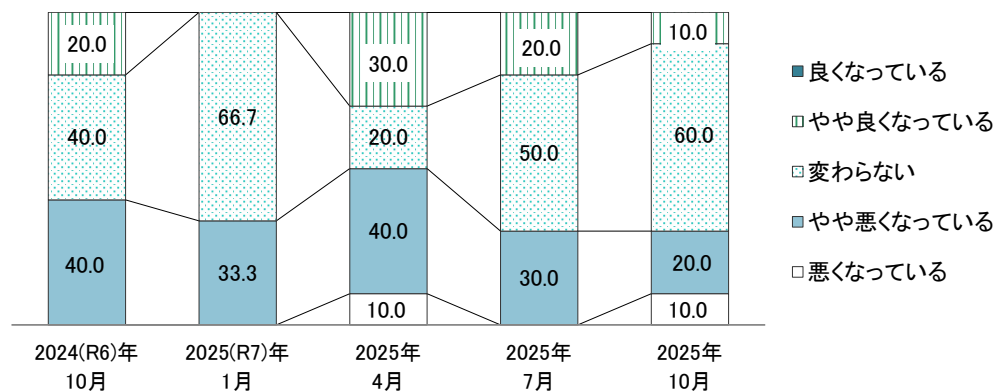
3か月前と比べた景気の現状判断DI
(下北地区の家計関連の内訳)



②回答別構成比(%)

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025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	20.0	10.0	▲ 10.0
変わらない	40.0	66.7	20.0	50.0	60.0	10.0
やや悪くなっている	40.0	33.3	40.0	30.0	20.0	▲ 10.0
悪くなっている	0.0	0.0	10.0	0.0	10.0	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)(%)



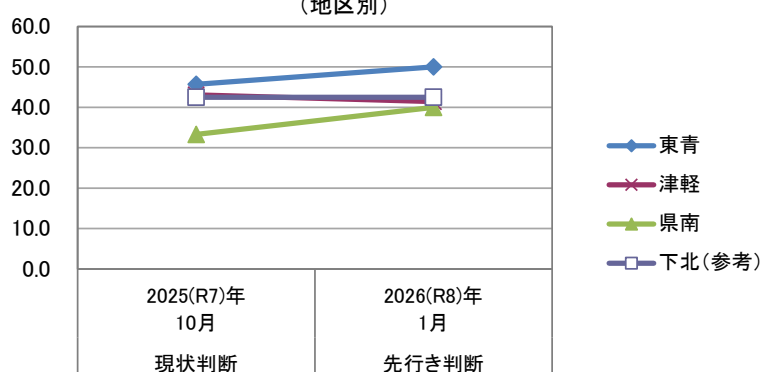
(2) 3か月後の景気の先行き判断 ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

<地区別>

① 今期の現状判断DIと先行き判断DIとの比較

n = 98	現状判断	先行き判断	差
	2025(R7)年 10月	2026(R8)年 1月	
合 計	40.8	43.6	2.8
東青	45.7	50.0	4.3
津軽	43.1	41.4	▲ 1.7
県南	33.3	40.0	6.7
下北	42.5	42.5	0.0

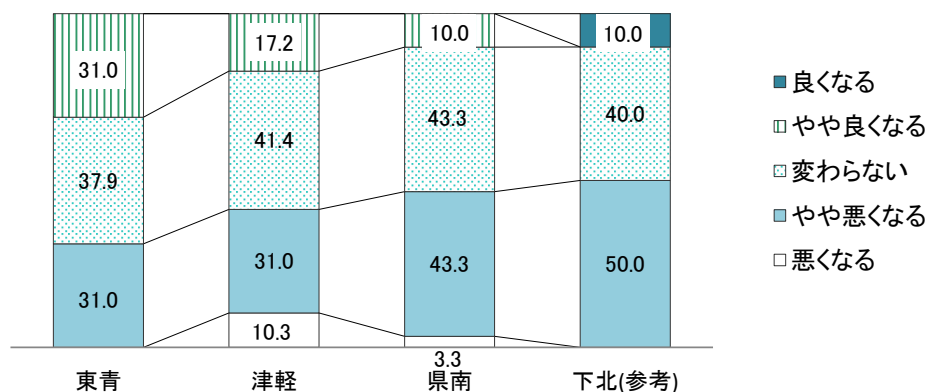
今期の現状判断DIと先行き判断DIとの比較
(地区別)



② 地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北(参考)
良くなる	0.0	0.0	0.0	10.0
やや良くなる	31.0	17.2	10.0	0.0
変わらない	37.9	41.4	43.3	40.0
やや悪くなる	31.0	31.0	43.3	50.0
悪くなる	0.0	10.3	3.3	0.0

3か月後の景気の先行き判断 地区別回答構成比(%)



<東青地区> ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

① D I

n = 29

	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	2026(R8)年 1月	前期調査 との差
合 計	44.6	52.9	48.2	51.7	50.0	▲ 1.7
家計関連	42.9	56.6	52.4	51.1	52.3	1.2
小売	41.7	50.0	50.0	52.8	41.7	▲ 11.1
飲食	62.5	62.5	62.5	37.5	75.0	37.5
サービス	37.5	56.3	61.1	55.6	59.4	3.8
住宅	50.0	75.0	12.5	37.5	37.5	0.0
企業関連	56.3	50.0	43.8	50.0	50.0	0.0
雇用関連	41.7	33.3	25.0	58.3	33.3	▲ 25.0

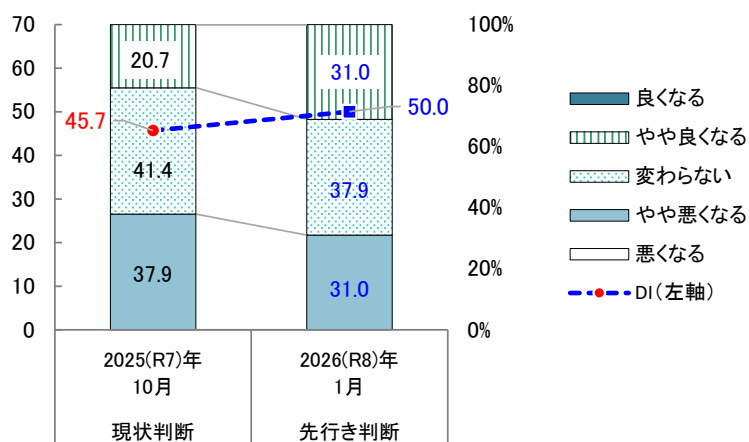
② 今期の現状判断 D I と先行き判断 D I との比較

	現状判断 2025(R7)年 10月	先行き判断 2026(R8)年 1月	差
合 計	45.7	50.0	4.3
家計関連	47.7	52.3	4.6
小売	44.4	41.7	▲ 2.7
飲食	50.0	75.0	25.0
サービス	50.0	59.4	9.4
住宅	50.0	37.5	▲ 12.5
企業関連	43.8	50.0	6.2
雇用関連	33.3	33.3	0.0

・回答別構成比 (%)

	現状判断 2025(R7)年 10月	先行き判断 2026(R8)年 1月	差
良くなる	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	20.7	31.0	10.3
変わらない	41.4	37.9	▲ 3.5
やや悪くなる	37.9	31.0	▲ 6.9
悪くなる	0.0	0.0	0.0

現状判断と先行き判断との
比較(東青・合計)



<津軽地区> ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

① D I

n = 29

	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	2026(R8)年 1月	前期調査 との差
合 計	39.4	48.2	50.9	49.2	41.4	▲ 7.8
家計関連	40.8	50.0	51.3	48.9	41.7	▲ 7.2
小売	39.3	52.8	53.1	52.8	38.9	▲ 13.9
飲食	33.3	41.7	41.7	41.7	41.7	0.0
サービス	46.4	53.6	53.6	46.9	50.0	3.1
住宅	37.5	37.5	50.0	50.0	25.0	▲ 25.0
企業関連	30.0	35.0	50.0	50.0	41.7	▲ 8.3
雇用関連	50.0	62.5	50.0	50.0	37.5	▲ 12.5

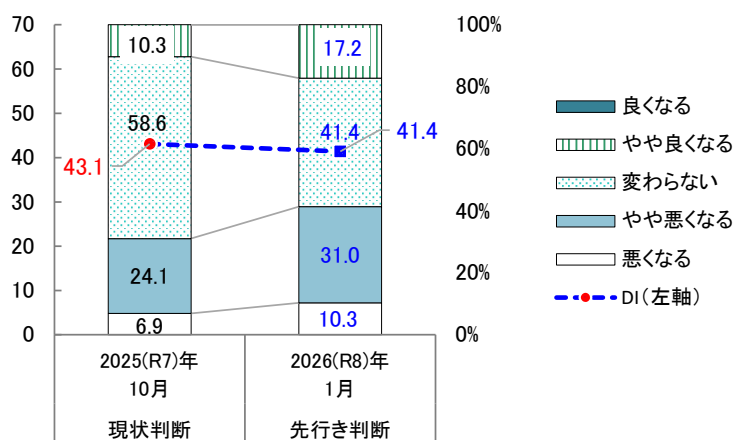
② 今期の現状判断D I と先行き判断D I との比較

	現状判断 2025(R7)年 10月	先行き判断 2026(R8)年 1月	差
合 計	43.1	41.4	▲ 1.7
家計関連	42.9	41.7	▲ 1.2
小売	41.7	38.9	▲ 2.8
飲食	41.7	41.7	0.0
サービス	42.9	50.0	7.1
住宅	50.0	25.0	▲ 25.0
企業関連	41.7	41.7	0.0
雇用関連	50.0	37.5	▲ 12.5

・ 回答別構成比 (%)

	現状判断 2025(R7)年 10月	先行き判断 2026(R8)年 1月	差
良くなる	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	10.3	17.2	6.9
変わらない	58.6	41.4	▲ 17.2
やや悪くなる	24.1	31.0	6.9
悪くなる	6.9	10.3	3.4

現状判断と先行き判断との
比較(津軽・合計)



<県南地区> ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

① D I

n = 30

	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	2026(R8)年 1月	前期調査 との差
合 計	49.1	43.1	30.0	35.0	40.0	5.0
家計関連	47.6	41.7	34.5	32.1	40.5	8.4
小売	44.4	41.7	27.8	33.3	44.4	11.1
飲食	66.7	41.7	41.7	25.0	25.0	0.0
サービス	50.0	39.3	39.3	35.7	39.3	3.6
住宅	25.0	50.0	37.5	25.0	50.0	25.0
企業関連	50.0	42.9	17.9	42.9	39.3	▲ 3.6
雇用関連	75.0	75.0	25.0	37.5	37.5	0.0

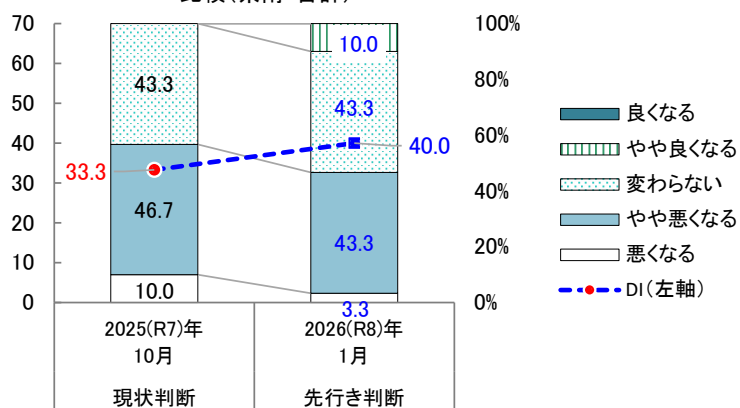
② 今期の現状判断 D I と先行き判断 D I との比較

	現状判断 2025(R7)年 10月	先行き判断 2026(R8)年 1月	差
合 計	33.3	40.0	6.7
家計関連	32.1	40.5	8.4
小売	33.3	44.4	11.1
飲食	25.0	25.0	0.0
サービス	32.1	39.3	7.2
住宅	37.5	50.0	12.5
企業関連	35.7	39.3	3.6
雇用関連	37.5	37.5	0.0

・回答別構成比 (%)

	現状判断 2025(R7)年 10月	先行き判断 2026(R8)年 1月	差
良くなる	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	0.0	10.0	10.0
変わらない	43.3	43.3	0.0
やや悪くなる	46.7	43.3	▲ 3.4
悪くなる	10.0	3.3	▲ 6.7

現状判断と先行き判断との
比較(県南・合計)



<下北地区>（参考） ※表及びグラフでは各調査期の3か月後の月で表記

① D I

n = 10

	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	2026(R8)年 1月	前期調査 との差
合 計	40.0	52.8	50.0	45.0	42.5	▲ 2.5
家計関連	38.9	50.0	47.2	44.4	44.4	0.0
小売	33.3	41.7	33.3	41.7	33.3	▲ 8.4
飲食	50.0	50.0	58.3	50.0	58.3	8.3
サービス	33.3	58.3	50.0	41.7	41.7	0.0
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	50.0	75.0	75.0	50.0	25.0	▲ 25.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-

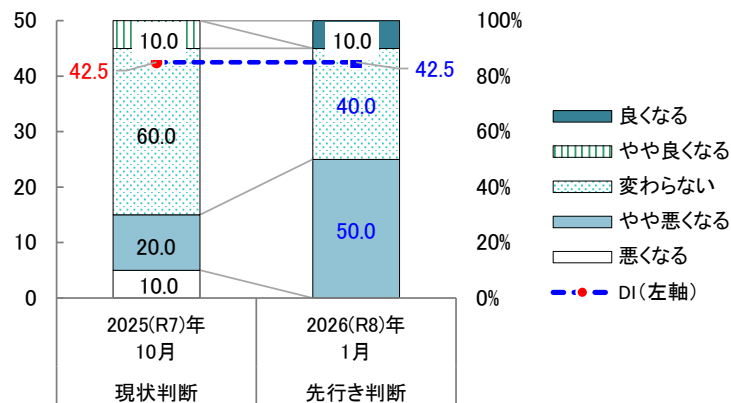
② 今期の現状判断D I と先行き判断D I との比較

	現状判断 2025(R7)年 10月	先行き判断 2026(R8)年 1月	差
合 計	42.5	42.5	0.0
家計関連	41.7	44.4	2.7
小売	25.0	33.3	8.3
飲食	58.3	58.3	0.0
サービス	41.7	41.7	0.0
住宅	-	-	-
企業関連	50.0	25.0	▲ 25.0
雇用関連	-	-	-

・ 回答別構成比（％）

	現状判断 2025(R7)年 10月	先行き判断 2026(R8)年 1月	差
良くなる	0.0	10.0	10.0
やや良くなる	10.0	0.0	▲ 10.0
変わらない	60.0	40.0	▲ 20.0
やや悪くなる	20.0	50.0	30.0
悪くなる	10.0	0.0	▲ 10.0

現状判断と先行き判断との
比較(下北・合計)



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
やや良くなっている	家計	東青	百貨店・スーパー	高単価商品（ダウンコートなど）に動きが出てきたため。
			一般飲食店	今年の夏は猛暑が続き大変厳しい気候となりましたが、客足は安定しており落ち込みも見られず、売上はここ数年で最も高い水準となりました。夏場の帰省や祭に伴う来青が大きな要因と考えられます。特に例年と比べて顕著だったのは、大人数での利用が多かった点です。これまで推奨されてきた少人数での利用が緩和され、その流れがさらに自然な形で定着してきている印象を受けています。
			都市型ホテル	客室単価上昇と稼働率上昇。
			家電量販店	多方面での値上げないし価格の高止まりにより、個人消費の停滞が続いているものの、製造業や、一部インバウンド需要の回復などが見受けられ、緩やかではあるものの景気は改善傾向にあると思われる。
			住宅建設販売	夏前よりもお客様が動いているように感じます。
			娯楽業	8月の業績が、季節要因とは思いますが、上向きました。
		津軽	観光型ホテル・旅館	インバウンドの回復。
			一般小売店	3か月前は「やや悪い」でした。今回は7月があまり良くなかったが、8・9月はすこし持ち直してきているので。
	企業	津軽	経営コンサルタント	米やリンゴの主要農作物が収穫期に入り、特にリンゴは高値の予想になっている。傷が付いてジュース等の加工用に回るような物も市場で買取されていると聞きます。新米も店舗に並び始め、一瞬価格に驚きますが受け入れていかなければならないのでしょうか。物価は徐々に上がっており、外食単価も以前と比較すると高くなっていますが、それでも混雑具合は以前とたいして変わらないように感じます。10月からまた多くの品目が値上げされるとニュースで見ますが、それも概ね受け入れられているように感じます。
変わらない	家計	東青	一般小売店	祭や帰省など人流の多い前期と比較してさすがに分母は小さくなっているものの、大人の休日倶楽部やインバウンド含め、域外の客による活発な購買需要が見られる。
			観光名所等	来館者の推移より。
			乗用車販売	元々、値引きをして販売していることや、原価高騰からの車両金額の値上げもあり、正直分かりにくいのが現状です。
			百貨店・スーパー	食品中心に各種値上げが続く中で使えるお金は変わらないため。その中でやりくりする生活、買い物のメリハリ、節約志向は継続すると思います。
			美容院	暑さが和らぎ、しのぎやすくなったので出歩いているようです。ただ町の中で歩き回るのではなく、外に出ているので商売としてはいまひとつでしょうか。
			レストラン	10月に入ってから材料関係が一斉に値上げしてお客様の動きが鈍くなったように思う。
			旅行代理店	お客様の申込みの数が横ばい。
		津軽	美容院	米の値段も新米が出てその高さにビックリ、庶民が笑顔で買える値段ではない。政府も農協も農家もまさか日本人の米離れを推進しているのか。

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	津軽	設計事務所	公共、民間による設計業務が共に多くない状況が続いている。
			一般飲食店	売上はコロナ以前に戻ったが、材料費・人件費・光熱費等、諸経費の高騰による資金難に併せて、消費税や社会保険料の値上げで景気が良くなっているとは言えない。
			商店街	お客様の来社された人数が、あまり変わっていないため。
			レストラン	ねぶた祭り等のイベントもあり、青森県を訪れる人が増えているため。
			コンビニ	物価高騰が影響しそう。
			住宅建設販売	弊社が行う見学会やイベントへの参加者が少ないです。住宅展示場・見学会の来場数で景気判断するのは正確なものさしではないのですが、動向は鈍いと思います。
		県南	観光名所等	あまり変化がないと思う。今後を期待したい。
			レストラン	よくもなっていないければ、悪くもなく、変わらない。とにかく管内市街に人が居ない。
			タクシー	依然として、燃料高止まり、物価高騰等々、景気が上向く要素がないと思われる。
			商店街	何の分野でも良い状況が見えないから。新米の価格も異常。
			家電量販店	米の価格、ガソリン代の価格など物価高は購買意欲の低下につながっていると思う。
			乗用車販売	物価高の影響が続いており、新車の買い換えサイクルにも影響をきたしている。
		下北	レストラン	物価高。
			都市型ホテル	宿泊については、引き続き堅調に推移しています。ただ、宴会・会議等の御利用は8月・9月と苦戦しましたが、全体的にみれば好調を維持していると思います。
			一般飲食店	先日、新聞報道であったとおり慢性的なホテル不足もあり、夜の街が静かだと思います。来店したお客様もホテルを取るのが大変だったという話を聞きます。
			ガソリンスタンド	コロナの影響もなくなりお盆や祭の帰省客や観光客が増えるかと思ったがそれほどでもなかった。ガソリンが高止まりしているせいか県外ナンバーよりもレンタカーの割合が増えてきた。
	企業	東青	経営コンサルタント	猛暑の影響で清涼飲料や夏物衣料、エアコンの売上は上昇していたが、農産物は打撃を受け販売する企業にとっては悪影響があった。物価高、人手不足は継続しており、県内の中小企業に影を落としている。特に県内の賃上げ率は3.26%と高水準であったが、労務費上昇分の価格転嫁が全くできていない企業や転嫁率50%未満の企業は75%に及んでいる。
			食料品製造	経営改革や事業所の統合で経費を抑える企業が出てきている。経費を抑えるため容量の変更で価格を抑える企業もあり、努力を感じます。
		津軽	広告・デザイン	最低賃金の上昇に伴い、中小企業の人件費逼迫の影響が出ていると感じる。商品購入等に対して意欲的ではないように見受けられる。
			食料品製造	日々の買い物で物価の上昇を切実に感じる。
		県南	飲料品製造	暑い夏が終わり祭の雰囲気も一段落。相変わらずの旅行客の入り込みなどもあるが、あらゆる分野で値上げの情報があり、財布のひもも固くなっている気がする。

現状	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	食料品を中心とした物価上昇、人手不足、最低賃金の上昇によるコストアップの状況が継続している。
			建設	様々な材料や商品など、値上げが止まることを知らず、皆節約モードを継続している。特に米は値下がりの動きが鈍く、古米が未だ新米並みの水準を維持しているのが驚き。スーパーの客の買い物かごを覗くと、ごはんのおかずの材料を購入するというよりは、米に代わるパン、パスタ、冷凍食品などが多く入っている気がするのはいのせいか。
		下北	食料品製造	売れている商品や数に変化があまりなく増減があまりないように思います。
	雇用	東青	新聞社求人広告	米をはじめとする物価の高騰。さらに各種商品、サービスの値上げが続いていること。
		津軽	新聞社求人広告	変わらないとはいえ、企業の人手不足感はさらに強まっており、これが今後の景気の足を引っ張る懸念材料ではないかと思う。消費者同様に、企業の「節約志向」も変わらず、特に宣伝広告費といった高額な支出に慎重さを感じる。
			人材派遣	物価高騰が留まるどころがない。3ヶ月前と比較しても、特に食料品、ガソリン、灯油等、生活必需品の値上がりが見え家計に直接影響を及ぼしている。
		県南	人材派遣	依然として続く物価高騰、また人手不足等の影響が多くのお客様に影響を及ぼしている。
やや悪くなっている	家計	東青	卸売業	米の価格高騰による影響で嗜好品(酒類)等の買上げ点数が悪くなっている。
			コンビニ	値上げラッシュの影響なのかお客様の購買点数が落ちていると思われます。
			衣料専門店	自然環境は全然問題ないのですが消費環境は冷たく感じます。観光客の入込増は感じ、そちら関係の景気は良いと報告されますが、一般国民の消費意欲は弱いようです。
			タクシー	3ヶ月前は、祭や交流人口の増加からコロナ禍前の売上に戻り好調であったが、その反動からか、9月は前年比横ばいの推移となります。
			ガソリンスタンド	少子高齢化が加速し、消費の需要が縮小し、結果企業間の競争が激化して、倒産・事業譲渡する会社が増えている。
			設計事務所	景気が上向く要因が見当たらず、先行き不透明感があるため。
			商店街	インバウンド客の動きは相変わらずいいが、地元顧客については、この時期の季節の移り変わりによる購買行動があまり大きく動き出さないように感じる。高温が続いた気象による季節感の認識ずれが起きているのではと思われる。
			スナック・バー	管内はねぶた、お盆が終わると週末は昼間のイベントだらけで夜はきつい。コロナの移動できない時期の反動で三連休等は旅行に行く様な傾向になっていて困っています。
		津軽	観光名所等	物価高に伴う買い控え傾向。
			旅行代理店	仕入れ値が高くなっている。
			百貨店・スーパー	衣料品の売上が気温の影響もあり鈍化しているように見受けられる。全体的な値上げの中で買い控えもあるように見える。

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	津軽	家電量販店	今年の夏は猛暑で、エアコンや冷蔵庫などの販売が好調であったが、秋に向けては各メーカーの小売価格の値上げや、米の新米価格など、物価高がこれから景気に響いてくると思う。政治の不安定感も否めない。
			スナック・バー	長引く物価高。
		県南	旅行代理店	物価高騰。
			百貨店・スーパー	売上は、商品の値上げにより上がっているが、客数と買上点数の前年割れが続いている。
			ガソリンスタンド	適切な物価高騰対策が何も打たれないことから。
			百貨店・スーパー	物価高と円安。
			一般飲食店	これだけの材料高騰では景気は太刀打ちできない。一般市民も値上げで生活が苦しくなる。その影響の絡みで外食頻度が減ると感じられる。また、最低賃金の問題で、利益が圧迫され存続自体が非常に難しくなるであろう。良くなる状況が皆無に感じられる。
			卸売業	新米の値上げや10月からの食品類値上げにより買い控えが起きている。
			コンビニ	商品の値段が上がり、売れなくなっている。
			住宅建設販売	住宅購入者が減ってきている。社内でも節約の話題が頻繁に聞かれるようになった。
			衣料専門店	物価高。食品以外にも原材料の高騰により衣料品の価格も上がっている。
			一般小売店	諸物価高騰、特に10月からの食品の値上げ。一般消費者には物価高の影響が強い。
		下北	タクシー	青森県の最賃が低いうえに物価の上昇はとまらない。
			一般小売店	物価の上昇が止まらない。
	企業	東青	建設	物件減少、原価高騰、残業規制、人手不足。
		津軽	電気機械製造	物価高及び受注の減少。
		県南	電気機械製造	賃金の価格転嫁が進まない。
雇用	東青	人材派遣	物価も人件費も急激に高騰しており、それに見合う給与改定がなされていないため。景気悪化していくように見受けられる。	
		求人情報誌	通常入ってきている仕事が入ってきていない。	
	県南	新聞社求人広告	管内では、人口減少や若者の流出、地域でのお金の動きの弱さなどが続いており、そのせいで景気が上向きにくい原因になっていると感じています。	
悪くなっている	家計	津軽	衣料専門店	物価高。
		県南	スナック・バー	お客様が少ない。街が閑散としている。
			美容院	来店頻度がかなり落ち込んでいる。最近の値上げムードの結果かと思っている。
		下北	コンビニ	物価が高くて、必要なもの以外買わない。
	企業	県南	広告・デザイン	同業者(広告代理店や印刷会社)の廃業、倒産、企業売却が近年多い。中央資本によるネット販売も安価で太刀打ちできない。

(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	下北	一般飲食店	年末年始は繁忙期なので大丈夫だとは思いますが、1月過ぎの雪害が無ければいいと思いますが。
やや良くなる	家計	東青	一般飲食店	物価高の影響は大きいので、店舗によっても違うとは思いますが、今後3か月については、天候の安定化が来店・消費を促す可能性がある点と、物価高・コスト上昇の影響を抑える対策が徐々に効いてくる点を考慮すると、地域・当店水準では「やや良くなる」との見通しです。ただし、冬場入りに伴う気温低下・降雪・交通影響などが逆風になり得るため、改善の歩みは緩やか〜波を伴うものになると想定しています。
			娯楽業	去年、今年と最低賃金の上げ幅が大きく、やっと物価上昇に追いつくことで消費が増える事を期待しています。
			レストラン	これから年末にかけて人の動きがあってほしいという願いを込めて。
			観光型ホテル・旅館	青函観光キャンペーンを控えPR等が活発になっている。冬季のインバウンド需要にプラスしてなお一層の盛り上がりを期待している。
			都市型ホテル	上昇傾向にある(客室平均単価、客室稼働率)。
			タクシー	インバウンド需要の予約が好調である点。
			スナック・バー	年末年始に重なるので、さすがに今の閑散期よりは繁忙期になるのでは上がると思います。
		津軽	一般小売店	9月下旬から10月はじめの期間の売り上げがやや良くなってきているので。
			美容院	どんな形にせよ戦争や紛争が一つでも無くなれば経済はいい動きをするに違いない。
		県南	卸売業	値上げ商品はまだあるが、最低賃金も上がるため多少の景気アップにつながるのではと考えている。
			家電量販店	政治力に期待。
			設計事務所	国の政治に対する期待感により。
変わらない	家計	東青	食料品製造	青森県は観光に良い季節で観光客・訪問客の増加を感じます。期待したいです。
			経営コンサルタント	11月から最低賃金が例年にない大幅な上がり幅で、フルタイム勤務で最低賃金に近い水準でも月給換算で概ね1万円以上は上昇する事となりますので、多くの方が12月給与から手取りが増えるのを感じられると思います。会社や事業主にはかなり厳しいですが。
		東青	一般小売店	冬期に向かい観光入込の分母はやや縮小するもそれなりの需要は期待できそう。
			乗用車販売	職種によっては回復するような気はしますが、雇用されている側は収入が大きく増えるわけではないので、そんなに変わらないと思います。
			商店街	気候、経済、政治ともに非常に不透明と思われ、想定が難しい。
			旅行代理店	物価高対策が良くならないと思うため。
			美容院	物価そのものがおちつかないでしょう。皆さんゆっくりかまえています。
			設計事務所	国の案件がスムーズに解決できる体制になく、今の状態が改善されず停滞すると思うから。

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	東青	観光名所等	JRのキャンペーンなどもあり、例年より観光客が増加し良い状況が継続すると思う。
			家電量販店	個人消費の低迷はしばらく続くことが予測されるため。
		津軽	商店街	雪が降り、人が出歩かなくなるのでは。
			旅行代理店	すべての仕入れが高くなっている。
			スナック・バー	物価高での消費控え。
			百貨店・スーパー	今より悪くなることはないが悪いまま継続しそう。最低賃金が増えることは良いが企業側から見れば費用がかさむため更なる売上伸長が必要。
		県南	タクシー	業界的には最繁忙期に入ってくるので、経済対策・物価対策に多少期待したいところがあるが、現状の様子では、さほど変わらないような気がしている。
			観光型ホテル・旅館	価格高騰や最低賃金の上昇が進む中で、現場の負担感や採算性への影響が大きくなっている。
			レストラン	物価高なのか、街づくりが良くないのか。地元民が市街に来ない。12月、1月の忘年会に期待したい。
			観光名所等	今の状態が続くと思われる。
			百貨店・スーパー	今後も商品値上げは続いていく予想。賃金上昇に伴えば話は変わるが、今の状況が続くようであれば、現状と変わらないと思う。
			美容院	10月からの値上げ攻勢で落ちつくまでは期待できないと思う。
			乗用車販売	青森県最低賃金の改定に伴い、賃金ベース引上げの見直しが必要となりますが、売上げ収益に関しては、前年比確保が現状としては、精一杯である。
			商店街	総裁が誰に代わったとしても、あまり良い施策は期待できないから。
		下北	ガソリンスタンド	物価高、賃金を上げないと家計が大変になる。賃金を上げると会社が大変になる、この辺はインバウンドの恩恵が殆ど無いのに。
			コンビニ	コンビニに買いにいくと高いと思うような物価高。
	企業	津軽	広告・デザイン	具体的な企業向けの対策等が目に見えて効果を出していると思えない。
		県南	飲料品製造	冬場に向けて我々の業界では最盛期に向けての流れにはなってくるが、あいかわらずの資材の高騰、最低賃金の上昇の他に暴騰した原料米価格が経営を圧迫している。10月より商品の値上げをしたがその値上げに対して値上げの反応がこれからということと予想以上の原料米高騰に、すでに次の値上げのタイミングを考えざるを得ない。
			建設	今後は高止まりしている米価がどう推移していくか、今後も更なる節約が必要となるのか、はたまた少し落ち着いてくるのか先が読めない。地元の病院経営も赤字や医師不足を解消できておらず、近隣のラーメン店も続々と閉店してきているのが見える。このままだと体力の無い零細企業は材料費高騰や人材不足、最低賃金の引き上げなどでますます閉店が加速すると思う。新総理が経済対策を宣言していたが、たった3ヶ月間での効果は期待薄。
	雇用	東青	新聞社求人広告	物価上昇に連動した賃金上昇がみられない。景気浮揚のきっかけとなるトピックが見当たらない。

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	雇用	津軽	新聞社求人広告	本県はこれから紅葉シーズン、リンゴ収穫のピークを迎える。国内の観光客や外国人旅行者の増加が見込めるが、恩恵は一部の業界に限られるのでは。米をはじめとする食品高騰、物価高は依然続いているため、劇的な変化はないと見ている。
		県南	新聞社求人広告	人口減少や若者の流出といった構造課題は変わらないため。
やや悪くなる	家計	東青	コンビニ	値上げが続きお買い上げ点数が落ちていくと思われます。
			衣料専門店	資本主義の社会では景気刺激が重要ですが、今の政治姿勢からはその対応が感じられず、私たちの明るく、楽しい将来は見えません。
			住宅建設販売	10月からの各品目値上げに始まり景気好転になる要素が見つからない。また青森についてはこれから冬に入り暖房費含めて支出が多くなるため景況感としては厳しくなると思います。
			百貨店・スーパー	天気、気温次第であるが光熱費、特に燃料価格が重くのしかかる季節。食品や日用消耗品をはじめ、節約志向が進むため。
		津軽	設計事務所	これから冬季に入る時期なので建築設計業務は公共、民間共に受注が少なくなります。
			観光名所等	物価高や住宅ローン金利上昇に伴う余暇費抑制の恐れ。不安定な国政情勢に伴う経済停滞可能性。
			レストラン	冬になり客足が減ると思われるため。
			コンビニ	物価高騰で人の動きが悪いと思う。イベントがない。
			家電量販店	秋から冬にかけては、米やリンゴの収穫などで、一定の景気の下支えはあるものの、やはりガソリンや灯油の高騰などの価格の不透明感、物価の上昇などで、消費者の財布の紐は固い。
			住宅建設販売	住宅建築において、住宅ローンの借入は必須です。建築資材の値上がりから、その借入額は多くなるばかり。返済計画もままならず諦めたり、ローンを組めない方も多いです。
		県南	衣料専門店	10月1日からの食衣料品値上げによる買い控え志向。
			旅行代理店	物価高対策が進んでいないため。
			ガソリンスタンド	物価が上昇しているのに、企業の賃上げを期待するばかりで適切な対策が期待できないこと。
			一般小売店	原油高騰により、灯油の値上げが冬の灯油を使う期間に影響が大きい。価格が下がる見込みがない。政局が安定して減税政策が効果的でなければ景気は今後も悪くなると思う。
			住宅建設販売	10月より値上げのニュースが流れているので、さらに節約志向が強まるとされる。
			一般飲食店	やはり物価高騰が一番キツイ。すべてが遠慮せずこれでもかと言わんばかりに高騰が続いている。負けないでプライスアップしたと言うが、今の高騰に合わせて値上げすれば客離れのリスクが待ち受けている。きつい年末を迎えるような状況。
			コンビニ	値上げに加えて灯油代等の負担が増える。
			百貨店・スーパー	最賃が上がり、企業の負担増が計り知れない。

先行き	分野	地区	業種	理由
やや悪くなる	家計	下北	都市型ホテル	現在の宿泊が好調な理由を明確に分析できてはいません。よって冬に向けた閑散期にどれだけ落ち込むか予想ができません。例年の事を考えると間違いなく客数は減少するので悪くなると思います。年末に向けた宴会・会議の御利用も前年確保が精一杯で大きく伸張するとは思われません。
			レストラン	今より、国が変わらないと、何も変わらないかと。
		下北	一般小売店	今後も物価の上昇が続くと思われるので。
	企業	東青	経営コンサルタント	10月に飲食料が3,000品目以上値上りすると発表され、消費者の購買動向に影響が出てくることが予想される。これに加え11月から最低賃金上がり、各業種で企業利益の減少につながる。
			津軽	電気機械製造
		県南	広告・デザイン	物価の上昇、原材料の値上げが続いてる。かと言って、クライアントに対して簡単には値上げできないため利益率が低下している。
			経営コンサルタント	為替相場が円安傾向に動いており、政治状況も不安定で、政府による効果的な物価高対策が、すぐには実行されないと思われるから。
		下北	食料品製造	これから寒くなってくるため来客数が減ってくるので良くはならないと思います。
	雇用	東青	人材派遣	最低賃金も大幅に引き上げられた上、人材のマッチングが機能していないため、人手不足になっている。人手不足を補うために、さらに人件費が高騰し今後の商品等の価格転嫁が見込まれるため。
			求人情報誌	商品の値上げ等が続いているため良いところはいいがうまく回せないところも増えてくると思う。
		津軽	人材派遣	物価高騰に対して賃金上昇が追いつかず、実質手取りが減少している。特に年金生活者は打つ手がなく買い物を控え、貯蓄を取り崩して生活している。すぐにも物価高騰対策が必須だが、政治も今後不安定になることが懸念され、対策も迅速に行われるかは不透明。
			県南	人材派遣
悪くなる	家計	津軽	衣料専門店	物価高。管内は商業にあまり力を入れていない様な気がする。
		県南	スナック・バー	人がいない。

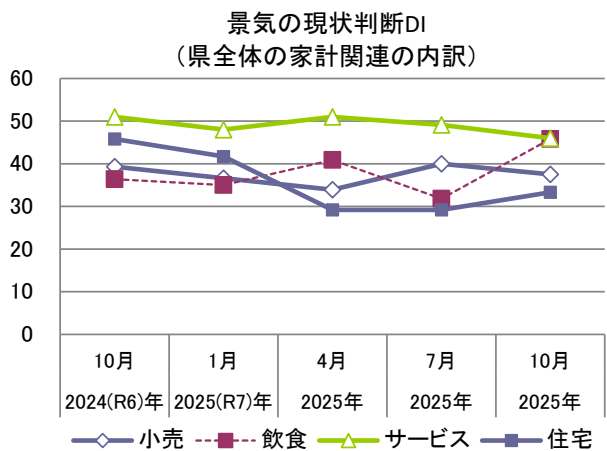
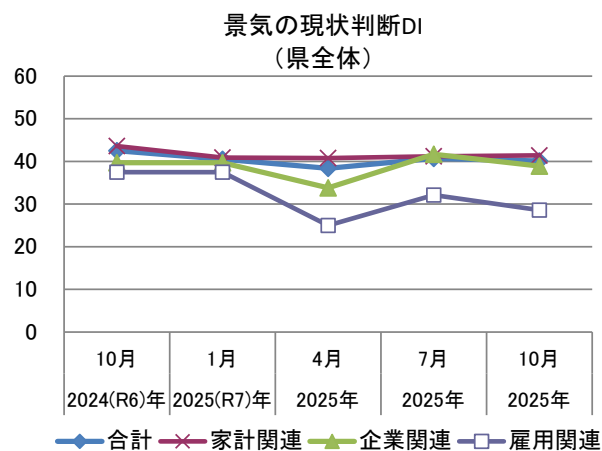
5. 参考

(参考1) 景気の現状判断

①DI

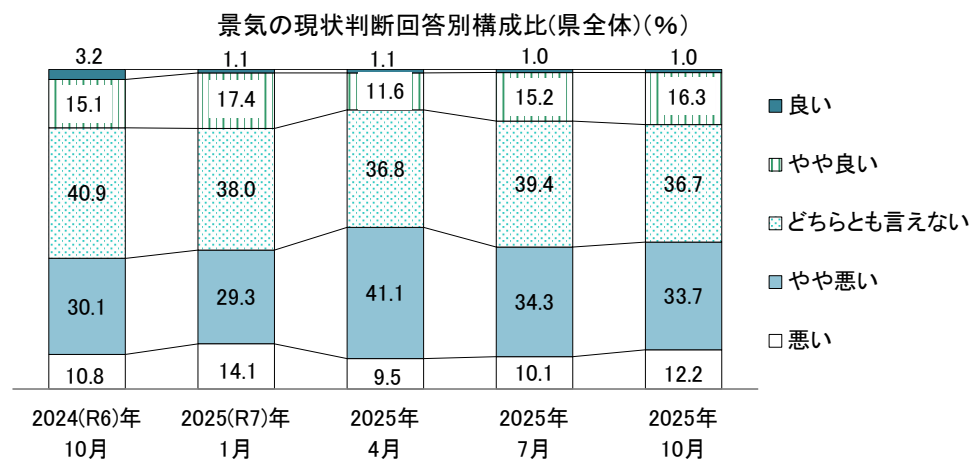
n = 98

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
合 計	42.5	40.5	38.4	40.7	40.1	▲ 0.6
家計関連	43.6	40.9	40.8	41.2	41.4	0.2
小売	39.3	36.6	33.9	40.0	37.5	▲ 2.5
飲食	36.4	35.0	40.9	31.8	45.8	14.0
サービス	51.0	48.0	51.0	49.1	46.0	▲ 3.1
住宅	45.8	41.7	29.2	29.2	33.3	4.1
企業関連	39.7	39.7	33.8	41.7	38.9	▲ 2.8
雇用関連	37.5	37.5	25.0	32.1	28.6	▲ 3.5



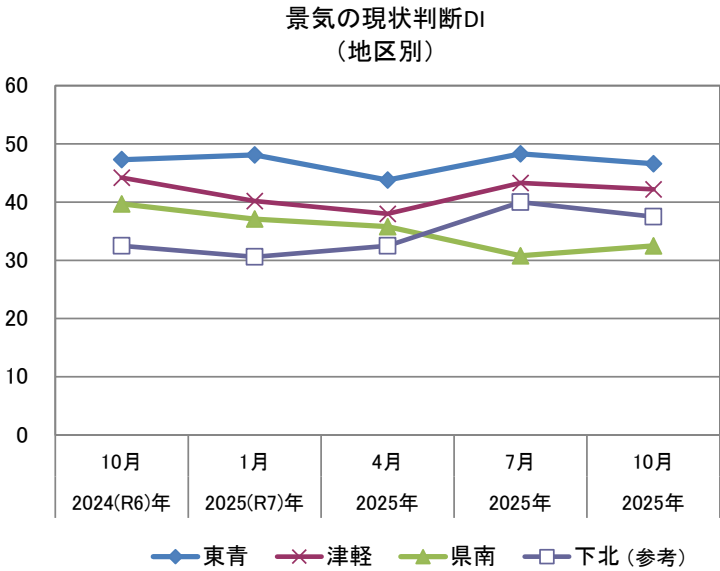
②回答別構成比 (%)

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
良い	3.2	1.1	1.1	1.0	1.0	0.0
やや良い	15.1	17.4	11.6	15.2	16.3	1.1
どちらとも言えない	40.9	38.0	36.8	39.4	36.7	▲ 2.7
やや悪い	30.1	29.3	41.1	34.3	33.7	▲ 0.6
悪い	10.8	14.1	9.5	10.1	12.2	2.1



③地区別D I

	2024(R6)年 10月	2025(R7)年 1月	2025年 4月	2025年 7月	2025年 10月	前期調査 との差
合 計	42.5	40.5	38.4	40.7	40.1	▲ 0.6
東青	47.3	48.1	43.8	48.3	46.6	▲ 1.7
津軽	44.2	40.2	38.0	43.3	42.2	▲ 1.1
県南	39.7	37.1	35.8	30.8	32.5	1.7
下北	32.5	30.6	32.5	40.0	37.5	▲ 2.5



(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	資材高騰で発表されている街区の活性化事業が延期に。政策が物価高対応できていないのは建設業界だけでなく、国民の生活不安にも及んでいる。力強いメッセージが必要と感じます。
		一般飲食店	夏場は宴会需要が好調であったことから、冬場に向けても宴会需要をできるだけ獲得できるよう、運営を工夫しながら取り組んでまいります。一方で、青森県全体としては物価高や農産物・米価の高騰など、不安材料も少なくありません。こうした状況の中でも、地域の景気が安定していけるよう、事業者としてできる限りの努力を重ね、邁進していきたいと考えております。
		レストラン	これから年末年始にかけて多少なりとも人の動きはあると期待はしているが、その反面どうしても解消できないのがコロナの影響によってタクシーの台数が少なすぎるのだ。せっかく来店してくださったお客様が帰りのタクシーが捕まらなくて歩いて自宅まで帰ったという事もあり、それ以来、混み合う時期は避けるようになってしまった。それでなくても大雪で足元が不安なのに。これはお店にとって死活問題です。早く何とかしてほしい。せっかく忙しくなっても意味がない。
		観光名所等	周辺で秋のイベントがあり人が流れてきた。また天候不良により、ルート変更し来館した団体客も多かった。
		娯楽業	不要不急の夜間の人（車）の動きが少ないと感じられます。
		設計事務所	インフレに加えて、日本の主食である米価の高止まりによる国民の感情の不安定さを感じる。
	津軽	衣料専門店	小学校跡地が令和9年に公園になる予定でしたが、できあがるのが令和11年になった。街の後退でしかない。街としてはすこぶる遺憾です。
		家電量販店	以前から多い事ではあるのですが、一人暮らしの老人や、老夫婦の困り事の電話などが、最近特に多くなっているような気がする。
		一般小売店	高齢者が増えて、車の運転が危険になると、免許を返納し運転しない人が増えてくる時代となります。郊外のショッピングセンターより、中心商店街が必要とされる時代となるので、市はコンパクトシティ化を推進すべきであると思う。
		商店街	海外からの方々が増えた。
		観光名所等	香港インバウンド客の減少。
		住宅建設販売	新築の場合、予算を組めない、資金計画の段階で、夢実現に至らない方も多くなりました。また、リフォームでも大掛かりに行うリノベーション工事も予算を考慮し、小規模リフォームに変更する方も多いように思います。
	県南	百貨店・スーパー	サイバー攻撃の脅威にさらされて、どんな準備をしても、あんな大手でも、とんでもない被害を受けている現実が怖い。攻撃を受けた後の対応は、準備はしていても、実際に攻撃されたら、その準備がどこまで有効か不明。然るべき機関が未然に防げるように監視して対応してほしい。ヴァンラーレ八戸がJ2に昇格できたら、とても盛り上がると思います。一過性の盛り上がりではなく、継続して盛り上がるためにも、スタジアムは駐車場をもっと広くして、座席数をもっと多くして、屋根付きのスタジアムを建設してほしいです。
		卸売業	某有名メーカーのサイバーテロに起因して、飲食店がかなり影響を受けている。今後来る御歳暮特需にも大きな影響があると思われる。
		一般飲食店	こう見れば、地方都市は蚊帳の外で中央中心で物事が動いています。ただ頑張ればというレベルではない。政治は、大、中企業寄り、小企業にはあまり見向きもしない様に思われる。
		美容院	生活の中で飲食の充実を第一に考えると、それ以外の出費は後まわしになってしまうと思う。値上げが一段落するまでは期待できない。

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	住宅建設販売	コンビニでの飲料水の購入を控え、スーパー・ドラッグストアなどでまとめ買いをする人が増えてきた。
	下北	コンビニ	小銭で買い物をする老人が多い。
企業	東青	食料品製造	観光もかねて 友人の訪問予定が増えています。雪の季節は不安との事で、秋に今行きたいのは青森とのことです。会食の誘いも増えていますが 感染症にも気を付けなければということです。
		経営コンサルタント	機械化を図り一人当たりの生産性を高めることで利益確保を検討する企業もあるが、設備投資できない企業が多く、金利の上昇や借入の返済に追われている企業が増加している。ますます倒産のリスクは高まってきている。今後トランプ関税の影響も出てくる可能性があり、さらに円安が続き、原材料の高騰につながる事が懸念される。
	津軽	建設	新米の値段が高い。去年の米が店頭にないお店もある。消費者として安い米も並べて比較させてほしい。10月からさらに値上げ品目が多くなった。これ以上の値上げでどうなるのか、賃上げがあっても、物の値上りが多いと賃上げの意味がない。年金生活者は、どうなるのか。自民党総裁が交代した。少しでも物価高をおさえてほしい。これが本音だ。
		経営コンサルタント	熊の被害の報告を毎日テレビや新聞で目にします。実際にリンゴの木が被害にあった9割方のリンゴ農家の切実な話を聞くと心が痛みます。
	県南	建設	2025年問題の団塊世代が75歳を迎え、この人手不足問題がさらに加速し景気に影響を与え、コロナ禍からなんとか凌いできた企業も淘汰される時代に入っていくと言われている。特に警備員の不足が問題になっているようで様々な仕事やイベントに影響を与えてくる。外国人労働者の増加が多すぎると問題視されてきているが、雇わざるを得ないこの問題を政府はどう舵を切るのか。既に都会の観光施設、ホテル、コンビニ、土産店などでは外国人労働者が多く見られていて、日本人だけでは運営できない現状が垣間見える。
		広告・デザイン	このままでは、地方における広告、印刷業界はさらに苦しくなる可能性が大きい。
	下北	食料品製造	「物価が高い」という話はよく聞きます。
雇用	東青	新聞社求人広告	閉店した、あるいは閉店を決めた、という店を最近よくみかけました。また、営業はしているものの、長年販売していた商品の製造や取り扱いをやめた、という状況に遭遇しました。身近なところでも経済が縮小しているのか、と不安になりました。
	県南	新聞社求人広告	広告やお店の宣伝の世界では、いくつもの難しい問題が重なっています。たとえば、人口が減ってお金の動きが小さくなっていること、ネット広告が増えて昔ながらの広告の形が変わってきたこと、人の買い物の仕方が変わったこと、そして広告を作るための費用が上がっていることです。そのため、企業にとっても「広告にお金を使いやすい状況」ではなくなっています。

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	青森市とその周辺町村	30	23	4	3
	弘前市とその周辺市町村	30	22	6	2
	八戸市とその周辺市町村	30	21	7	2
	むつ市とその周辺町村	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、商店街、卸売業
	飲 食	一般飲食店、レストラン、スナック、バー
	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、ガソリンスタンド、娯楽業、エステティック業
	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。

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 青森県総合政策部統計分析課 統計情報分析グループ

tel : 017-734-9166

fax : 017-734-8038