

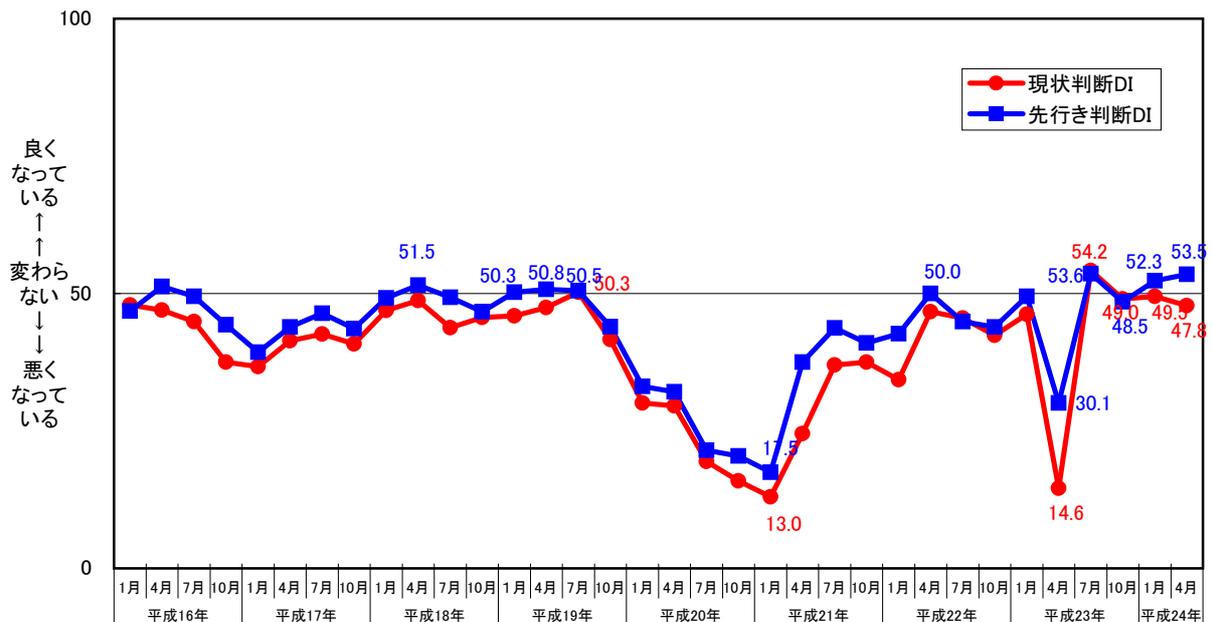
青森県景気ウォッチャー調査 (平成24年4月期)

調査期間 平成24年4月2日～4月17日 回答率100%

概況

4月期は、景気の現状判断DIは、3期連続で横ばいを示す50を下回った。先行き判断DIは、2期連続で横ばいを示す50を上回った。

景気現状判断DI・先行き判断DIの推移



平成24年4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。

2. 調査の実施概要

(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
計		100	75	18	7

(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
- 参考3 東日本大震災からの景気の回復程度
- 参考4 新幹線全線開業による景気への影響

(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が景気の方向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) 又は017-722-1111 (内線2188)
 FAX 017-734-8038

1. 結果概要

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断DI

① 県全体の動向

前期調査と比べると、「やや良くなっている」が0.2ポイント減少、「変わらない」が7.5ポイント減少、「やや悪くなっている」が8.8ポイント増加したことにより、全体では1.7ポイント減少の47.8となり、景気の横ばいを示す50を3期連続で下回った。

判断理由をみると、来店者数が増加している、消費抑制ムードが和らいでいる、という声があった。一方で、ガソリンや原油価格高騰による原材料の値上げや消費への影響、大雪、低温による売上の落ち込みがみられた、という声もあった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で2.7ポイント減少、企業関連で2.8ポイント増加、雇用関連で3.6ポイント減少した。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、津軽地区ではポイントが増加し、東青、県南地区では減少した。県南地区では横ばいを示す50となったが、東青、津軽、下北地区では50を下回った。

(2) 3か月後の景気の先行き判断DI

① 県全体の動向

前期調査と比べると、「良くなる」が2.0ポイント増加、「やや良くなる」が0.7ポイント増加し、「変わらない」が1.5ポイント減少、「やや悪くなる」が2.2ポイント減少したことにより、全体では1.2ポイント上昇の53.5となり、景気の横ばいを示す50を2期連続で上回った。

判断理由を見ると、桜まつりなどのイベント、観光シーズン到来を期待する声や、エコカー補助金に期待する声があった。一方で、ガソリンや原油価格高騰が企業収益や消費に与える影響を不安視する声や、天候不順による農業への影響を懸念する声もあった。

② 分野別の動向

前期調査と比べて、家計関連で0.4ポイント減少、企業関連で7.0ポイント増加、雇用関連で3.6ポイントの増加となった。

③ 地区別の動向

前期調査と比べて、東青、下北地区ではポイントが増加し、津軽、県南地区では減少した。東青、県南地区では景気の横ばいを示す50を上回ったが、津軽、下北地区では50を下回った。

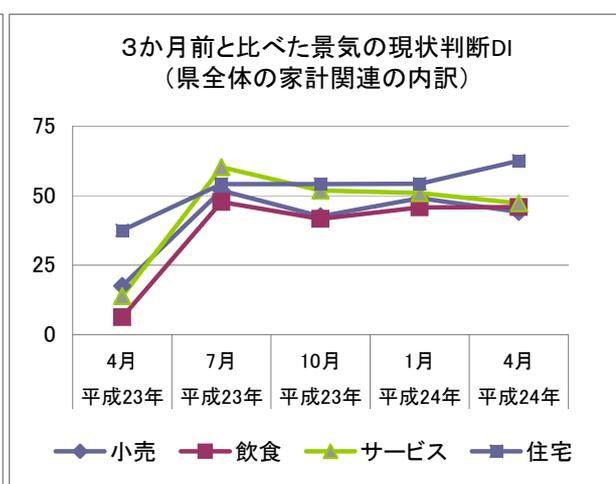
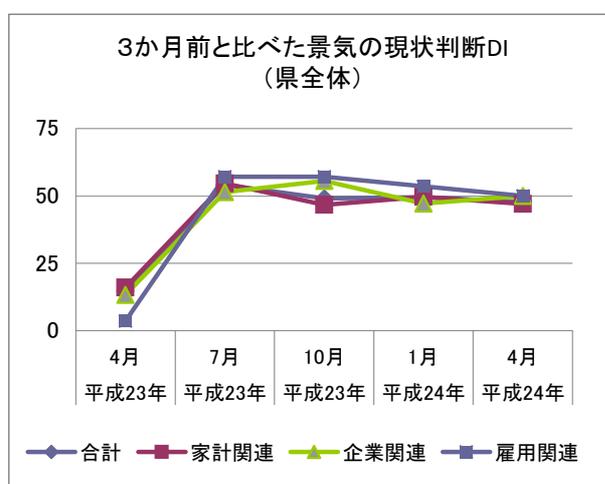
2. 県全体の動向

(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

① D I

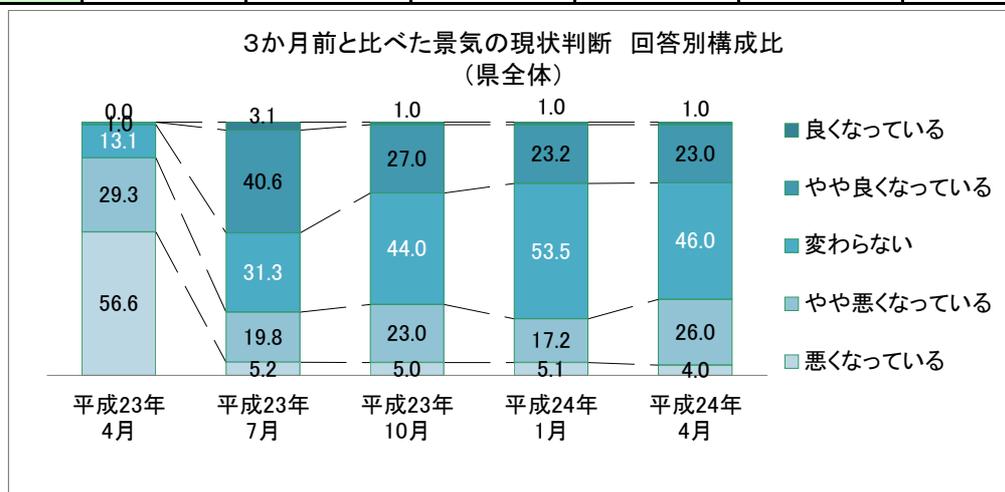
n = 100

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	14.6	54.2	49.0	49.5	47.8	▲ 1.7
家計関連	16.0	54.6	46.7	49.7	47.0	▲ 2.7
小売	17.5	51.9	42.5	49.1	44.2	▲ 4.9
飲食	6.3	47.7	41.7	45.8	45.8	0.0
サービス	13.9	60.2	51.9	50.9	47.2	▲ 3.7
住宅	37.5	54.2	54.2	54.2	62.5	8.3
企業関連	13.2	51.4	55.6	47.2	50.0	2.8
雇用関連	3.6	57.1	57.1	53.6	50.0	▲ 3.6



② 回答別構成比 (%)

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	3.1	1.0	1.0	1.0	0.0
やや良くなっている	1.0	40.6	27.0	23.2	23.0	▲ 0.2
変わらない	13.1	31.3	44.0	53.5	46.0	▲ 7.5
やや悪くなっている	29.3	19.8	23.0	17.2	26.0	8.8
悪くなっている	56.6	5.2	5.0	5.1	4.0	▲ 1.1

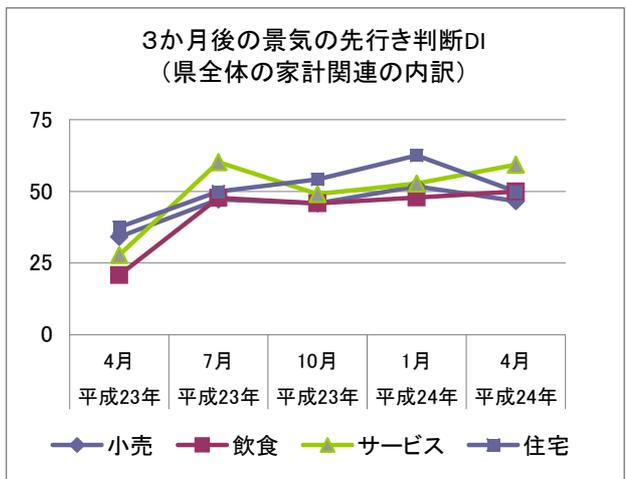
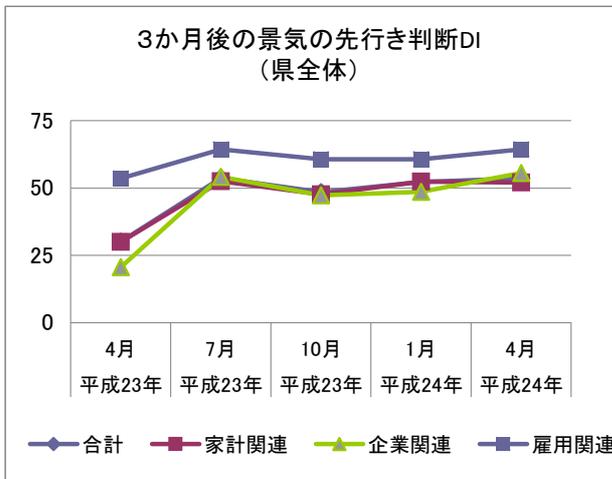


(2) 3か月後の景気の先行き判断

①DI

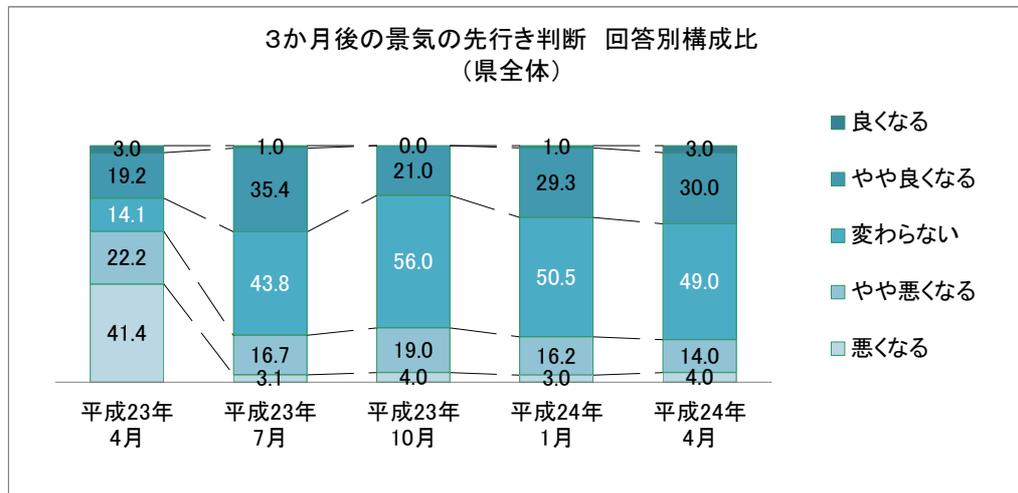
n = 100

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	30.1	53.6	48.5	52.3	53.5	1.2
家計関連	30.0	52.5	47.7	52.4	52.0	▲ 0.4
小売	34.2	47.2	45.8	51.7	46.7	▲ 5.0
飲食	20.8	47.7	45.8	47.9	50.0	2.1
サービス	27.8	60.2	49.1	52.8	59.3	6.5
住宅	37.5	50.0	54.2	62.5	50.0	▲ 12.5
企業関連	20.6	54.2	47.2	48.6	55.6	7.0
雇用関連	53.6	64.3	60.7	60.7	64.3	3.6



②回答別構成比 (%)

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
良くなる	3.0	1.0	0.0	1.0	3.0	2.0
やや良くなる	19.2	35.4	21.0	29.3	30.0	0.7
変わらない	14.1	43.8	56.0	50.5	49.0	▲ 1.5
やや悪くなる	22.2	16.7	19.0	16.2	14.0	▲ 2.2
悪くなる	41.4	3.1	4.0	3.0	4.0	1.0



3. 地区別の動向

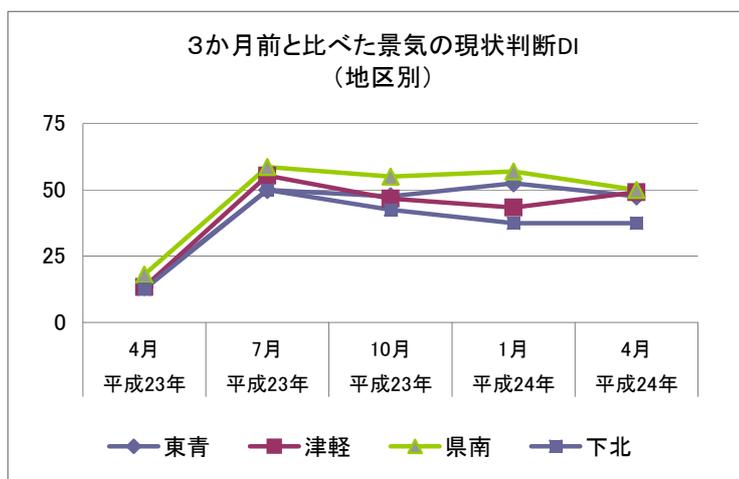
(1) 3か月前と比べた景気の現状判断

<地区別>

①DI

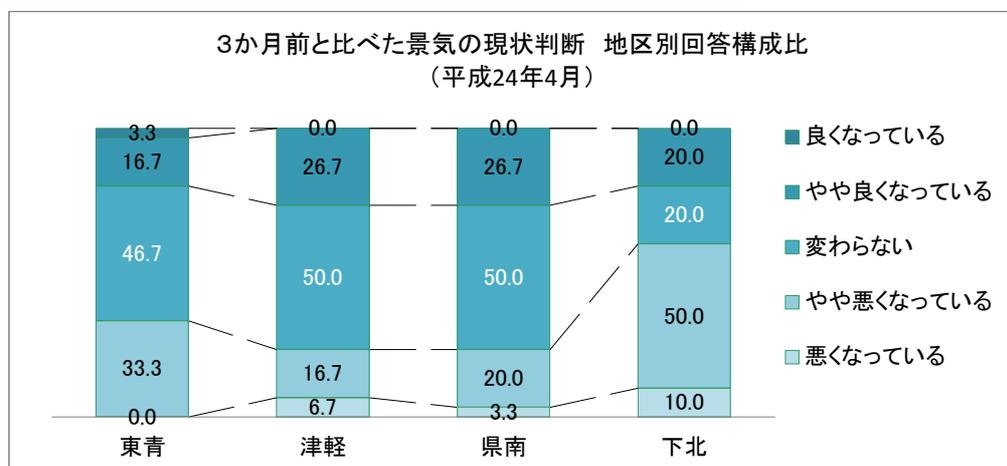
n = 100

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	14.6	54.2	49.0	49.5	47.8	▲ 1.7
東青	13.3	50.0	47.5	52.5	47.5	▲ 5.0
津軽	13.3	55.4	46.7	43.3	49.2	5.9
県南	18.1	58.6	55.0	56.9	50.0	▲ 6.9
下北	12.5	50.0	42.5	37.5	37.5	0.0



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北
良くなっている	3.3	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	16.7	26.7	26.7	20.0
変わらない	46.7	50.0	50.0	20.0
やや悪くなっている	33.3	16.7	20.0	50.0
悪くなっている	0.0	6.7	3.3	10.0

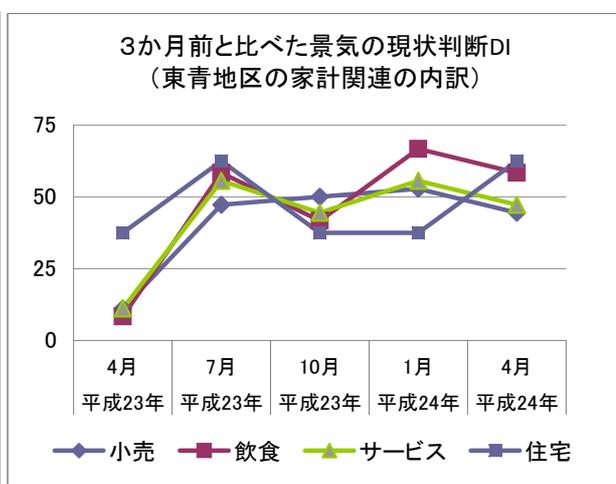
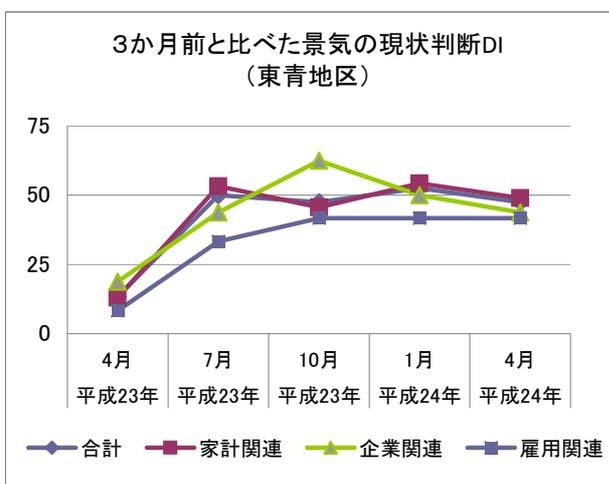


<東青地区>

①DI

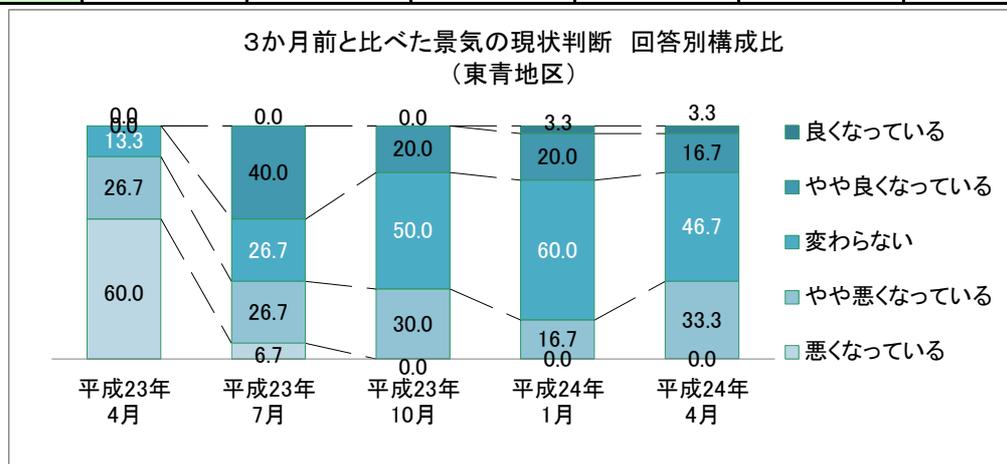
n = 30

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	13.3	50.0	47.5	52.5	47.5	▲ 5.0
家計関連	13.0	53.3	45.7	54.3	48.9	▲ 5.4
小売	11.1	47.2	50.0	52.8	44.4	▲ 8.4
飲食	8.3	58.3	41.7	66.7	58.3	▲ 8.4
サービス	11.1	55.6	44.4	55.6	47.2	▲ 8.4
住宅	37.5	62.5	37.5	37.5	62.5	25.0
企業関連	18.8	43.8	62.5	50.0	43.8	▲ 6.2
雇用関連	8.3	33.3	41.7	41.7	41.7	0.0



②回答別構成比 (%)

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	0.0	0.0	3.3	3.3	0.0
やや良くなっている	0.0	40.0	20.0	20.0	16.7	▲ 3.3
変わらない	13.3	26.7	50.0	60.0	46.7	▲ 13.3
やや悪くなっている	26.7	26.7	30.0	16.7	33.3	16.6
悪くなっている	60.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0

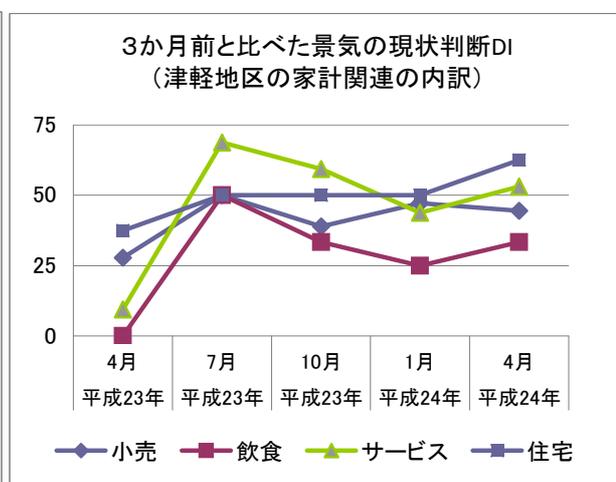
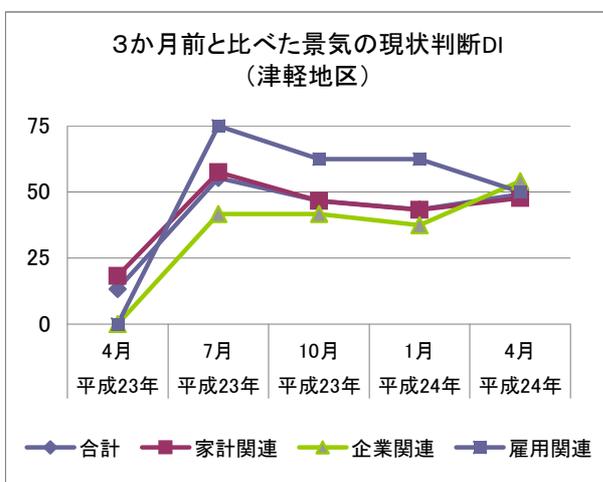


<津軽地区>

① D I

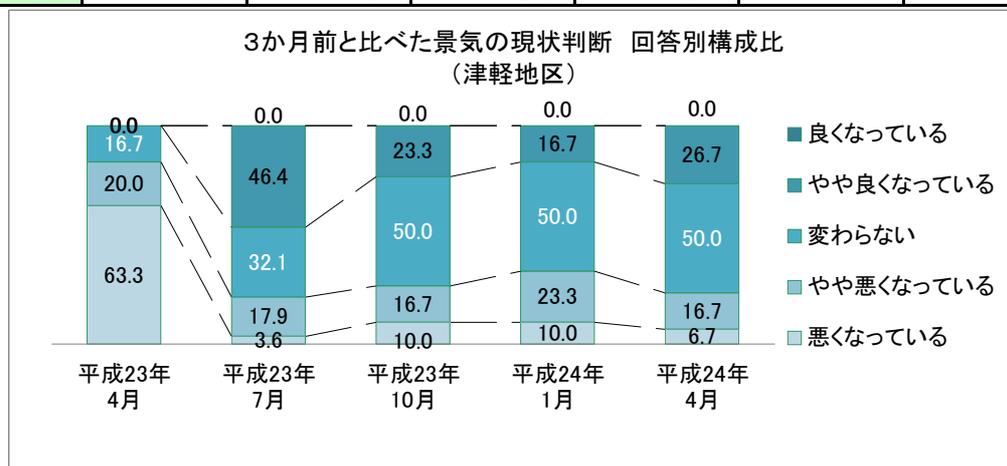
n=30

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	13.3	55.4	46.7	43.3	49.2	5.9
家計関連	18.2	57.5	46.6	43.2	47.7	4.5
小売	27.8	50.0	38.9	47.2	44.4	▲ 2.8
飲食	0.0	50.0	33.3	25.0	33.3	8.3
サービス	9.4	68.8	59.4	43.8	53.1	9.3
住宅	37.5	50.0	50.0	50.0	62.5	12.5
企業関連	0.0	41.7	41.7	37.5	54.2	16.7
雇用関連	0.0	75.0	62.5	62.5	50.0	▲ 12.5



②回答別構成比 (%)

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4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	0.0	46.4	23.3	16.7	26.7	10.0
変わらない	16.7	32.1	50.0	50.0	50.0	0.0
やや悪くなっている	20.0	17.9	16.7	23.3	16.7	▲ 6.6
悪くなっている	63.3	3.6	10.0	10.0	6.7	▲ 3.3

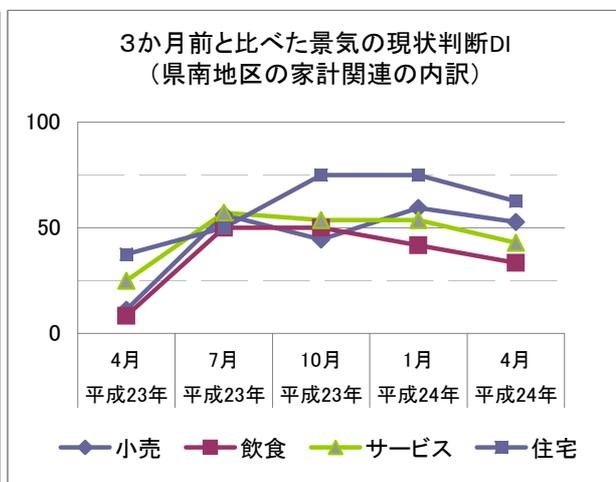
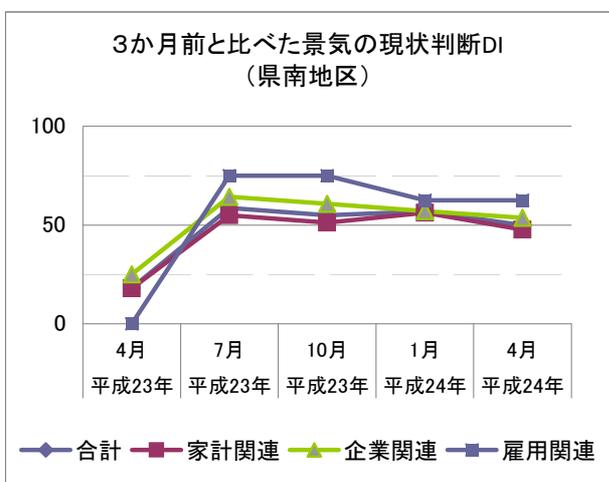


< 県南地区 >

① D I

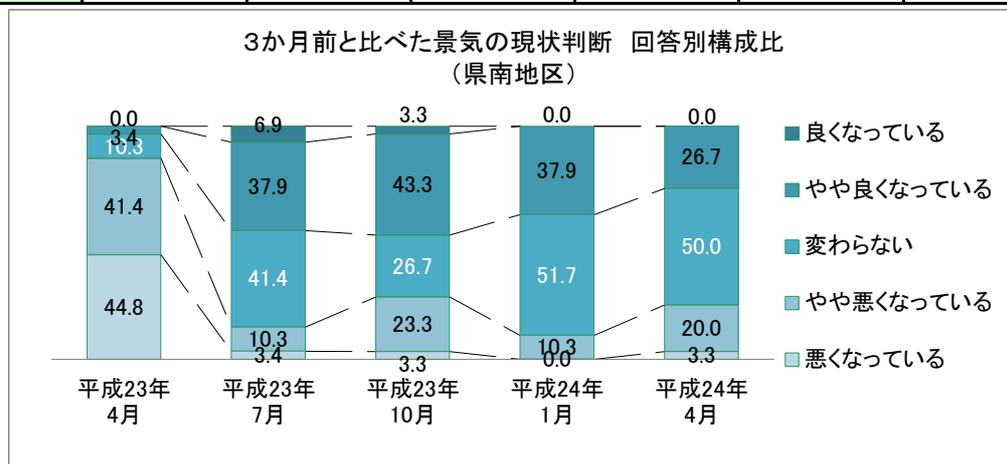
n = 30

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	18.1	58.6	55.0	56.9	50.0	▲ 6.9
家計関連	17.9	55.0	51.2	56.3	47.6	▲ 8.7
小売	11.1	56.3	44.4	59.4	52.8	▲ 6.6
飲食	8.3	50.0	50.0	41.7	33.3	▲ 8.4
サービス	25.0	57.1	53.6	53.6	42.9	▲ 10.7
住宅	37.5	50.0	75.0	75.0	62.5	▲ 12.5
企業関連	25.0	64.3	60.7	57.1	53.6	▲ 3.5
雇用関連	0.0	75.0	75.0	62.5	62.5	0.0



② 回答別構成比 (%)

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	6.9	3.3	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	3.4	37.9	43.3	37.9	26.7	▲ 11.2
変わらない	10.3	41.4	26.7	51.7	50.0	▲ 1.7
やや悪くなっている	41.4	10.3	23.3	10.3	20.0	9.7
悪くなっている	44.8	3.4	3.3	0.0	3.3	3.3

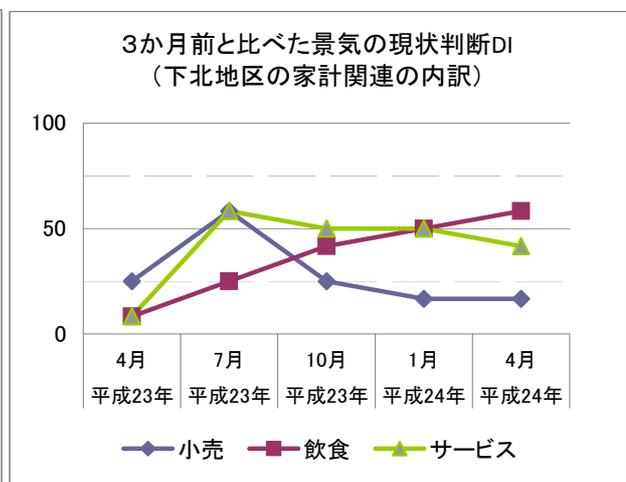
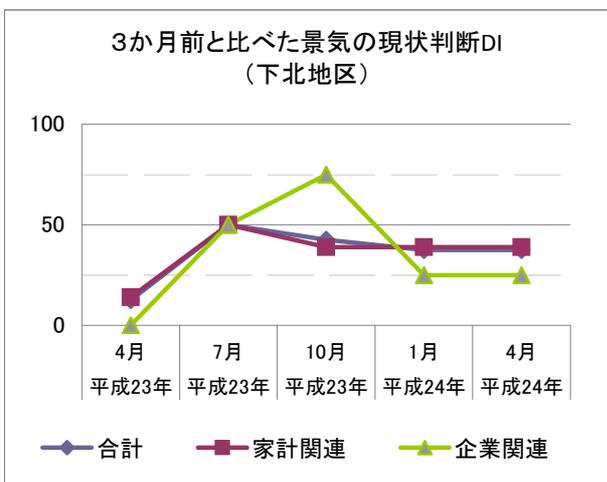


<下北地区> (参考)

① D I

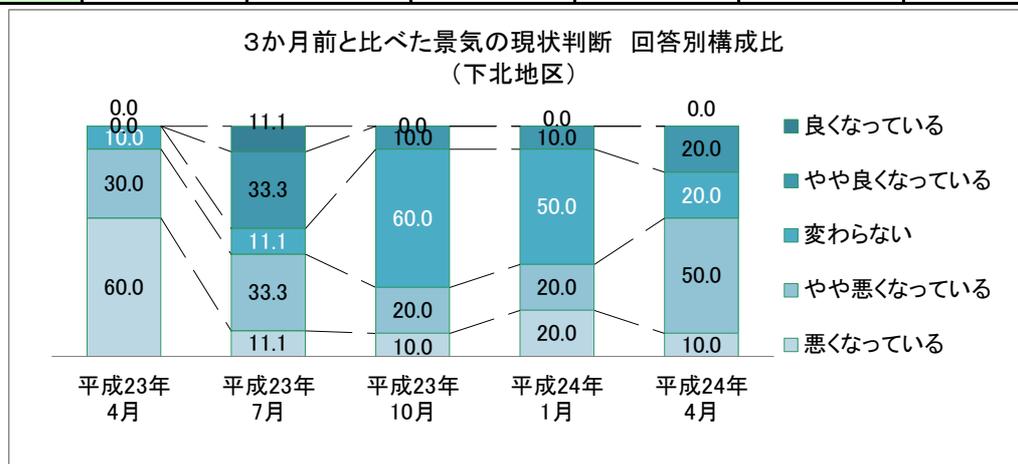
n = 10

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	12.5	50.0	42.5	37.5	37.5	0.0
家計関連	13.9	50.0	38.9	38.9	38.9	0.0
小売	25.0	58.3	25.0	16.7	16.7	0.0
飲食	8.3	25.0	41.7	50.0	58.3	8.3
サービス	8.3	58.3	50.0	50.0	41.7	▲ 8.3
住宅	-	-	-	-	-	
企業関連	0.0	50.0	75.0	25.0	25.0	0.0
雇用関連	-	-	-	-	-	



② 回答別構成比 (%)

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
良くなっている	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなっている	0.0	33.3	10.0	10.0	20.0	10.0
変わらない	10.0	11.1	60.0	50.0	20.0	▲ 30.0
やや悪くなっている	30.0	33.3	20.0	20.0	50.0	30.0
悪くなっている	60.0	11.1	10.0	20.0	10.0	▲ 10.0



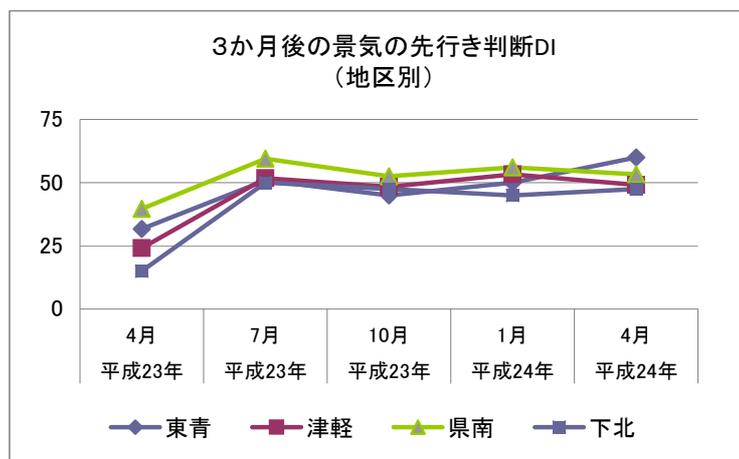
(2) 3か月後の景気の先行き判断

<地区別>

①DI

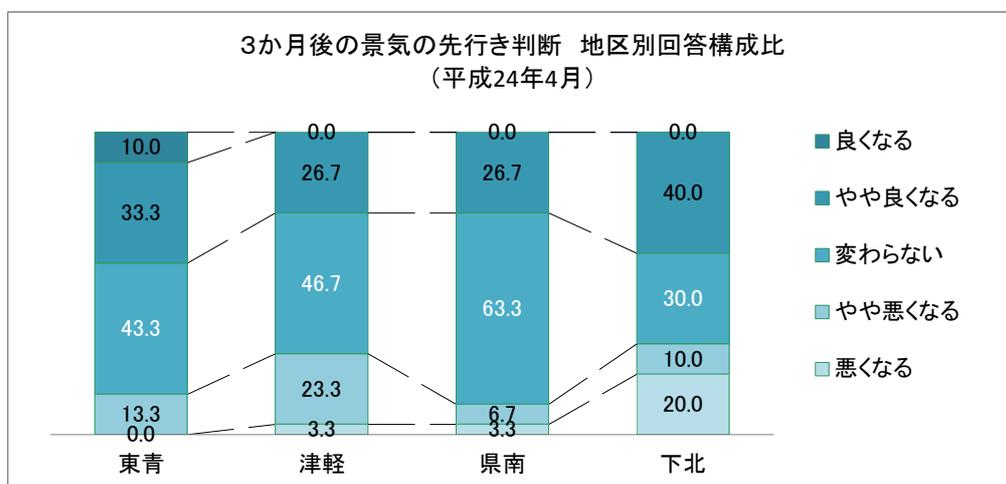
n = 100

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	30.1	53.6	48.5	52.3	53.5	1.2
東青	31.7	50.8	45.0	50.0	60.0	10.0
津軽	24.2	51.8	48.3	53.3	49.2	▲ 4.1
県南	39.7	59.5	52.5	56.0	53.3	▲ 2.7
下北	15.0	50.0	47.5	45.0	47.5	2.5



②地区別回答構成比 (%)

	東青	津軽	県南	下北
良くなる	10.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	33.3	26.7	26.7	40.0
変わらない	43.3	46.7	63.3	30.0
やや悪くなる	13.3	23.3	6.7	10.0
悪くなる	0.0	3.3	3.3	20.0

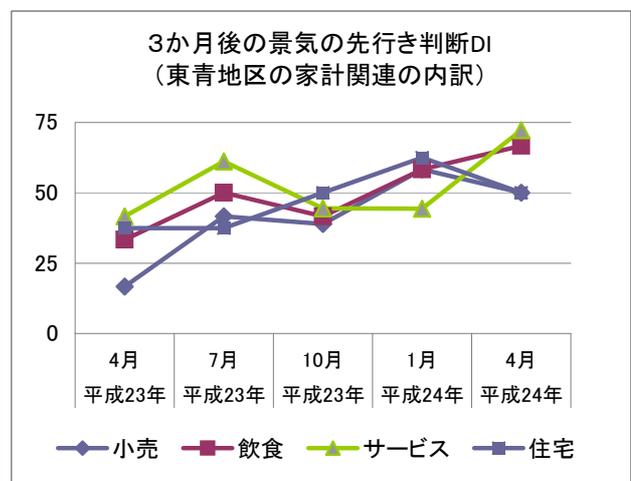
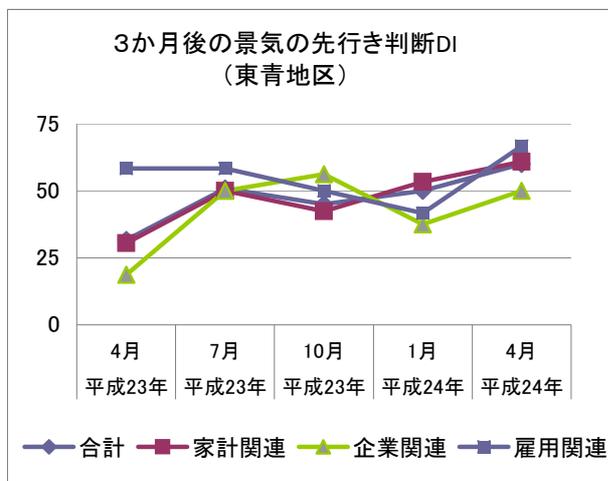


<東青地区>

①D I

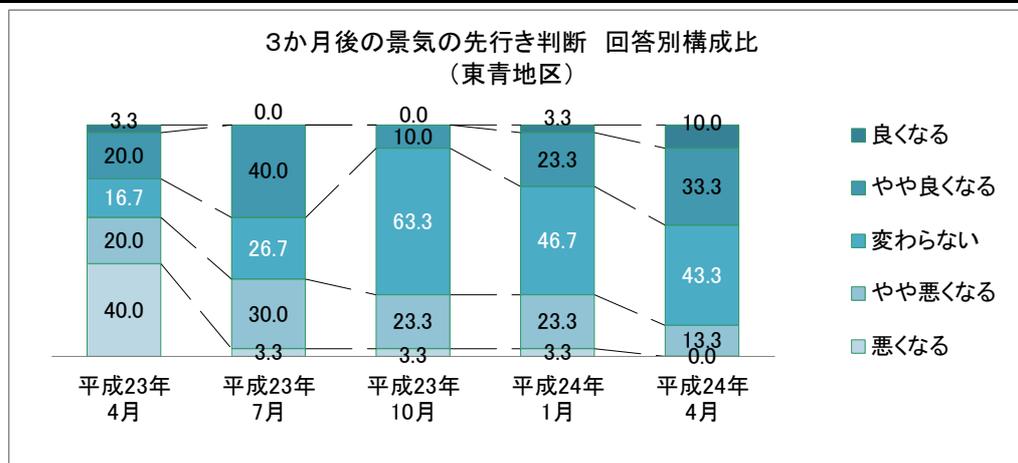
n= 30

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	31.7	50.8	45.0	50.0	60.0	10.0
家計関連	30.4	50.0	42.4	53.3	60.9	7.6
小売	16.7	41.7	38.9	58.3	50.0	▲ 8.3
飲食	33.3	50.0	41.7	58.3	66.7	8.4
サービス	41.7	61.1	44.4	44.4	72.2	27.8
住宅	37.5	37.5	50.0	62.5	50.0	▲ 12.5
企業関連	18.8	50.0	56.3	37.5	50.0	12.5
雇用関連	58.3	58.3	50.0	41.7	66.7	25.0



②回答別構成比 (%)

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
良くなる	3.3	0.0	0.0	3.3	10.0	6.7
やや良くなる	20.0	40.0	10.0	23.3	33.3	10.0
変わらない	16.7	26.7	63.3	46.7	43.3	▲ 3.4
やや悪くなる	20.0	30.0	23.3	23.3	13.3	▲ 10.0
悪くなる	40.0	3.3	3.3	3.3	0.0	▲ 3.3

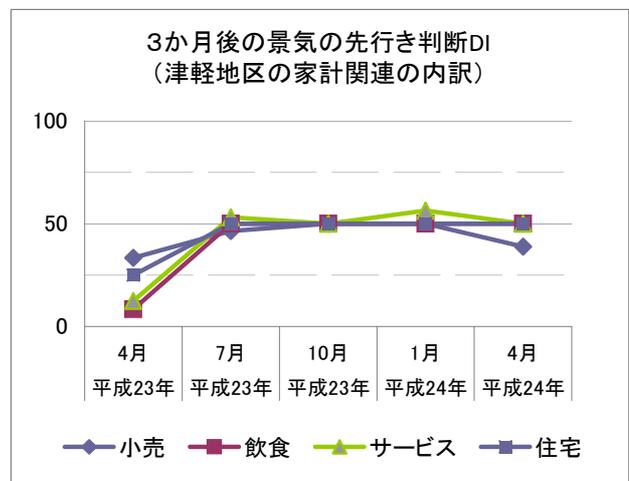
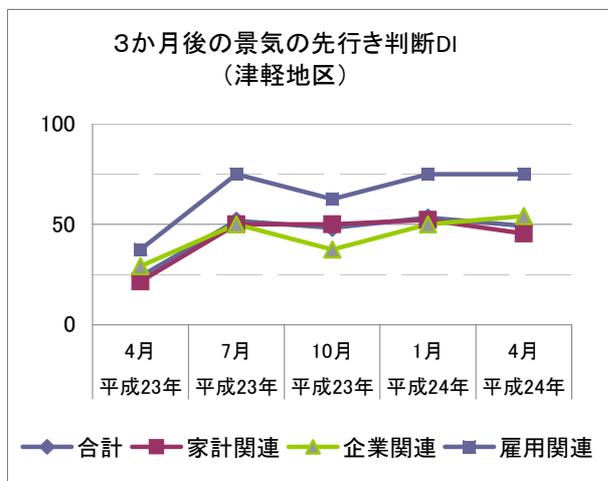


<津軽地区>

①D I

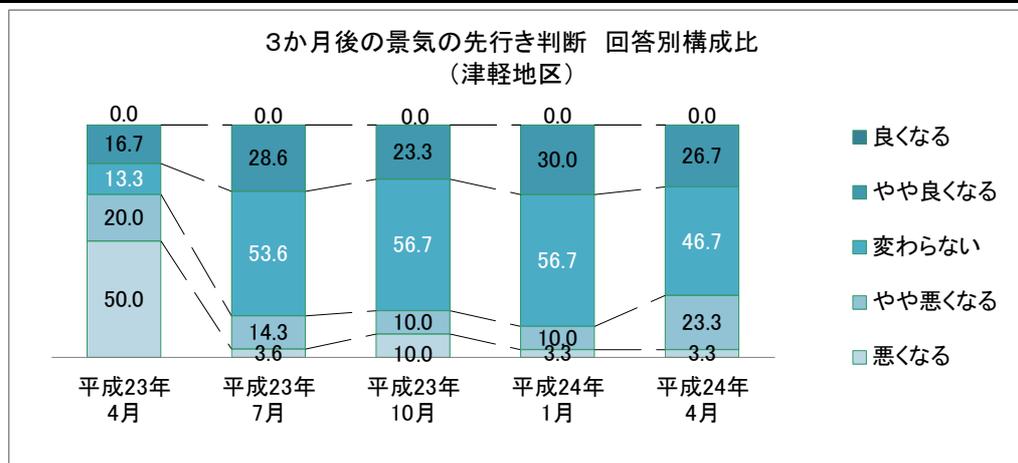
n=30

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	24.2	51.8	48.3	53.3	49.2	▲ 4.1
家計関連	21.6	50.0	50.0	52.3	45.5	▲ 6.8
小売	33.3	46.4	50.0	50.0	38.9	▲ 11.1
飲食	8.3	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0
サービス	12.5	53.1	50.0	56.3	50.0	▲ 6.3
住宅	25.0	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0
企業関連	29.2	50.0	37.5	50.0	54.2	4.2
雇用関連	37.5	75.0	62.5	75.0	75.0	0.0



②回答別構成比 (%)

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4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	16.7	28.6	23.3	30.0	26.7	▲ 3.3
変わらない	13.3	53.6	56.7	56.7	46.7	▲ 10.0
やや悪くなる	20.0	14.3	10.0	10.0	23.3	13.3
悪くなる	50.0	3.6	10.0	3.3	3.3	0.0

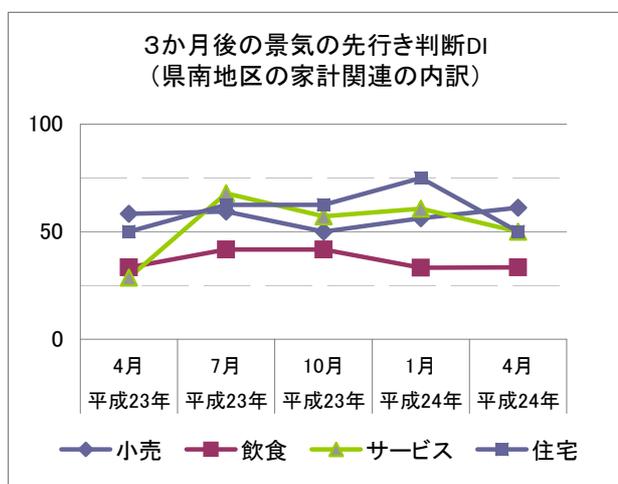
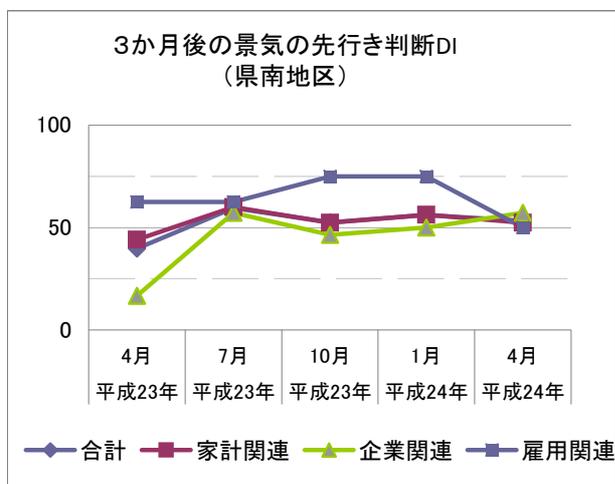


< 県南地区 >

① D I

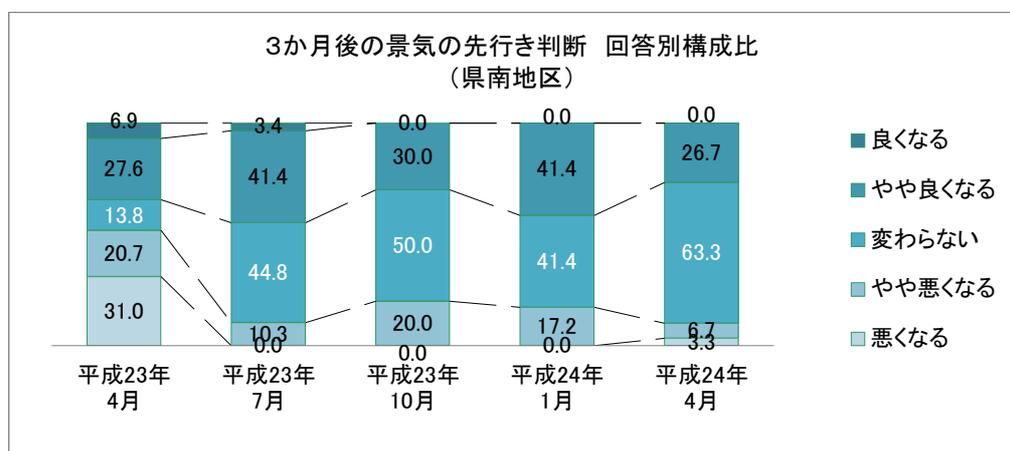
n = 30

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	39.7	59.5	52.5	56.0	53.3	▲ 2.7
家計関連	44.0	60.0	52.4	56.3	52.4	▲ 3.9
小売	58.3	59.4	50.0	56.3	61.1	4.8
飲食	33.3	41.7	41.7	33.3	33.3	0.0
サービス	28.6	67.9	57.1	60.7	50.0	▲ 10.7
住宅	50.0	62.5	62.5	75.0	50.0	▲ 25.0
企業関連	16.7	57.1	46.4	50.0	57.1	7.1
雇用関連	62.5	62.5	75.0	75.0	50.0	▲ 25.0



② 回答別構成比 (%)

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
良くなる	6.9	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良くなる	27.6	41.4	30.0	41.4	26.7	▲ 14.7
変わらない	13.8	44.8	50.0	41.4	63.3	21.9
やや悪くなる	20.7	10.3	20.0	17.2	6.7	▲ 10.5
悪くなる	31.0	0.0	0.0	0.0	3.3	3.3

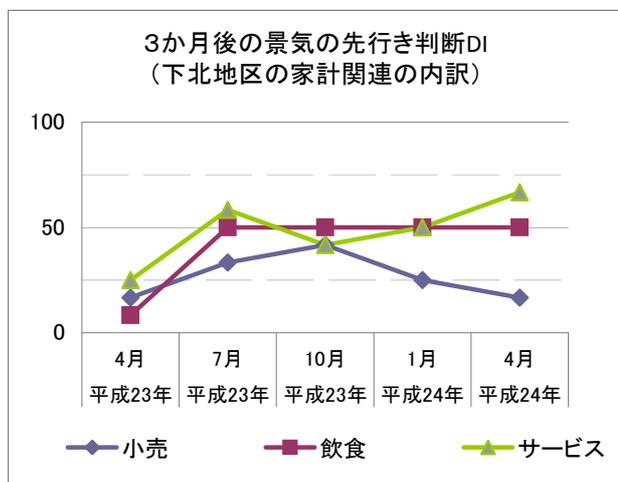
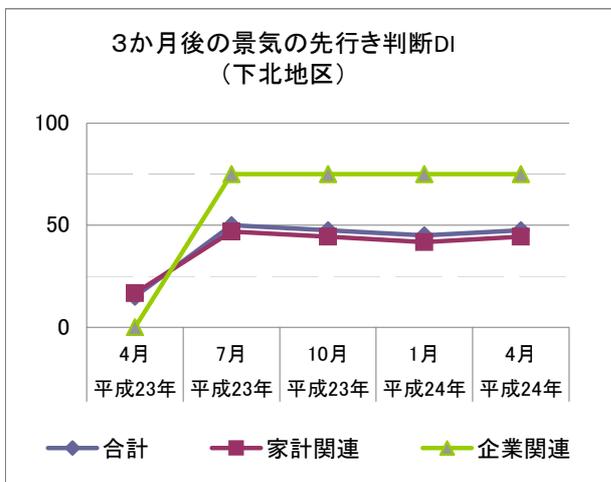


<下北地区> (参考)

①DI

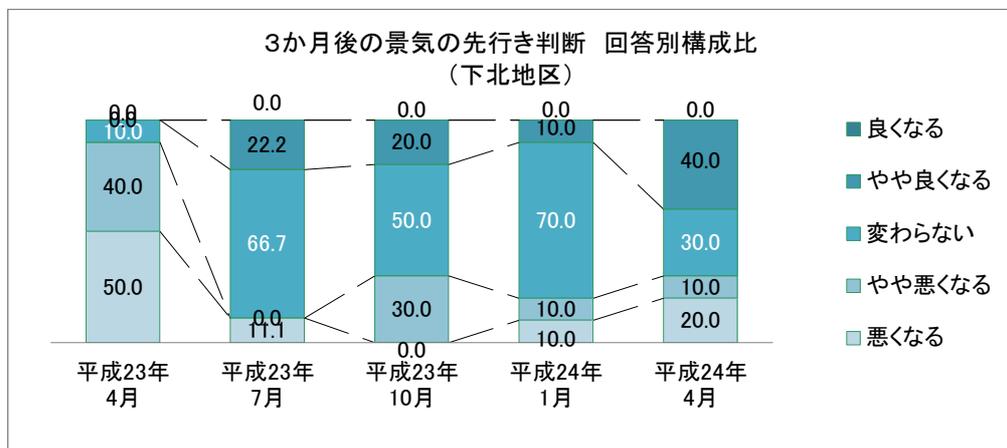
n = 10

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	15.0	50.0	47.5	45.0	47.5	2.5
家計関連	16.7	46.9	44.4	41.7	44.4	2.7
小売	16.7	33.3	41.7	25.0	16.7	▲ 8.3
飲食	8.3	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0
サービス	25.0	58.3	41.7	50.0	66.7	16.7
住宅	-	-	-	-	-	-
企業関連	0.0	75.0	75.0	75.0	75.0	0.0
雇用関連	-	-	-	-	-	-



②回答別構成比 (%)

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4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	22.2	20.0	10.0	40.0	30.0
変わらない	10.0	66.7	50.0	70.0	30.0	▲ 40.0
やや悪くなる	40.0	0.0	30.0	10.0	10.0	0.0
悪くなる	50.0	11.1	0.0	10.0	20.0	10.0



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	一般飲食店	古い習慣や、それまでの考えにとらわれずに、新しいチャレンジを繰り返すことだけが道をひらく手段だと信じています。新しい波を知る手だては、生活感性、普通の考えを持っていることだと思う。
やや良くなっている	家計	東青	旅行代理店	春の行楽シーズンを迎えているため。
			住宅建設販売	春先となり住宅の需要が増加したと思われる。見学会への来場者数増加や物件への問合せの内容が具体的である。
			観光名所等	春になり、休みを利用した観光客が来ているように感じる。
			衣料専門店	前調査で秋冬物の売れ行き好調と伝えています。底堅い消費動向がクリアランス、先行受注される春物オーダー品にも現れています。
			パチンコ	3月に入り多少ではあるがお客様の来店数が増えた。
	津軽	百貨店	マインドの回復などによって、食品を中心に良くなりつつある。	
		美容院	雪が溶けて、皆の動きが活発化している。	
		商店街	大型店への来店者増加傾向に伴い、商店街への来客数も増加しており、少しではあるが景気の上向きが感じられる。	
		住宅建設販売	3ヶ月位前は雪もあり、寒もあり、春になると気候も良く、暖かくもなる。気分的にも頑張ろうと明るくなるせいであろう。	
		観光名所等	昨年の地震、原発事故の影響が尾を引いているが、その事故時より回復基調が見られる。	
		タクシー	近郊の農家の人がやや元気を取り戻してきている感じがする。	
	県南	百貨店	今年の1~3月の状況は、大雪や気温低下等で来店客数が減ったり、春物の衣料品の動きが悪かったりしていますが、徐々に春物の動きも出て衣料品が上向いている。また、食品も少しずつではあるが、生鮮品の商品入荷が増えてきている為。	
		住宅建設販売	4月になって少しお客様の動きが出てきた感がある。	
		レストラン	客商売をしていますが、常に景気が良くなってほしいと思っています。	
		スーパー	来店客数が回復傾向である。	
	下北	一般飲食店	最近、3月末から4月の始めまで歓送迎会があるためか、少しずつ忙しくなってきましたが、この期間が終われば、またひまになると思います。	
スナック		震災から1年がたち、皆さんの気持ちもこれから少しでも景気を良くして行こうと思っている感じで、外でお金を使うようになってきたと思います。		
企業	津軽	電気機械製造	電化製品は依然として低調が続いているが、車関係で明るい兆しが見えるため。	

現状	分野	地区	業種	理由
やや良くなっている	企業	県南	経営コンサルタント	震災復興などで雇用がタイトになり、感覚的には良くなっている。
			飲料品製造	雰囲気落ち着いてきており、商品の動きも多少良くなっている。新製品などへの反応も良い。
	雇用	津軽	人材派遣	3.11の自粛ムードから徐々に脱却しているような気配を感じる。
		県南	新聞社求人広告	求人が増えつつあるようだ。
変わらない	家計	東青	設計事務所	良くも悪くも現状維持のまま推移している。
			商店街	大雪により買い物行動の抑止につながったようですが、その後も低温が続いており、消費意欲が減退している。
			競輪場	観光地や観光関連は上向くと思うが、当方は平行線か。
			卸売業	去年は震災特需があったため、何ともいえない。
			スナック	悪い意味での変わらないということです。震災から一年経ちましたが、私達の飲食業は相変わらず大変です。まだまだ不景気のせいだと思います。
			スーパー	前々年比で売上を見た場合、大きな変化はない。(前年は震災があったので参考にならないため)
		津軽	旅行代理店	豪雪の影響もあり、人の動きが鈍くなっている。
			設計事務所	景気が一向に上向かないいらいだちがあるのか、何も変わらないと思う。
			乗用車販売	前年比では上向いているが、前々年比では変化していない。
			観光型ホテル・旅館	毎月の売上
			一般飲食店	売上、来店者数が上向かない。
			衣料専門店	新学期に入り購買力が上向いているものの、特別いいとはいえない。
		県南	旅行代理店	売上の状況からすれば、消費抑制ムードが和らいでいる兆しは感じられる面はあるものの、景気が上向いていると言えるほどではない。
			設計事務所	建設関連業は上向きの様だが、他の業種は変わらない。
			観光型ホテル・旅館	経済に好影響となる事項がない。
			家電量販店	お客様単価があまり変化がない。
			一般小売店	復興需要のきざしも有り、少しは良くなると思ったが、原油価格の高騰で、重油、軽油、ガソリン全てが上がり、相殺された。
			パチンコ	客数や客単価は1、2月は伸びたが、3、4月と落ちている。新生活シーズンを考えて娯楽への出費は控えていると思われ、余裕がないのだと思う。
			タクシー	皆さん、必要最小限の生活用品しか買わないようだ。移動のシーズンとはいえ、そんなに混雑するほどでもない。

現状	分野	地区	業種	理由
変わらない	家計	県南	コンビニ	企業も働いている方々も、特に変化がみられない。
			ガソリンスタンド	誰と話しても良い話は無い。
		下北	都市型ホテル	歓送迎会の時期にも関わらず、街に賑わいが無い。
			ガソリンスタンド	リサイクル中間貯蔵施設の工事の再開で良くなり始めたかと思っただけ、原油の高騰で、燃料油の値上げという悪い要因が出てきたため。
	企業	東青	広告・デザイン	震災復興事業に関わる業種の業績は伸びているものの、全体の中では一部である。
			経営コンサルタント	豪雪は一部の建設業に除雪需要をもたらした。スーパーが好調な反面、外食産業、旅館ホテルは不振が続いている。原発関係工事の休止等から全体として横ばいと見る。
		津軽	食料品製造	寒さが続いているせいで物が売れない。春物衣料だとか夏タイヤ等
			広告・デザイン	見積り依頼及び受注件数、工事総金額が増加していない状況であり、依然として良くない。
			経営コンサルタント	今年は例年になく大雪で、雪のため経済活動が不活発だった。
		県南	電気機械製造	人員増加のため募集をしているが集まりが悪い。それだけこの地域には仕事があるということと感じます。
			紙・パルプ製造	春の需要期の盛り上がりもあまり感じられなかった。
			広告・デザイン	悪い意味で変わらない。震災で利益を得た業種は限られているため、他は震災での2次的影響が経済の方向でまだ続いている。
		雇用	東青	人材派遣
	やや悪くなっている	家計	東青	百貨店
美容院				記録的な冬だったせいか、出足が鈍くなっている。
都市型ホテル			大雪の影響で野菜等の食品や油の価格の高騰が戻らず、収益を圧迫している。	
観光型ホテル・旅館			冬場の光熱費とガソリンの高騰等があり、生活費が切り詰められる。	
タクシー			今年の天候(大雪・低温)で人々の外出などが少なくなって、各分野での売上が落ち込んでいると思います。	
コンビニ			雪がなくなり、気温も上がっているが、客の出がいまひとつ伸びない。	
津軽		都市型ホテル	値上げとなる商品(原材料)が非常に多い。	
		卸売業	震災復興が最優先に予算が付き、一般工事予算がどの位になるのか不安。	
		一般小売店	24年1月～3月の23年度第4四半期は、第2、第3四半期に比べて伸びが落ちついてきているため。	

現状	分野	地区	業種	理由
やや悪くなっている	家計	津軽	ガソリンスタンド	原油高の影響で、ガソリン、灯油が高止まりして、消費に影響が出ている。
			県南	美容院
		観光名所等		給料日後でも、一万円札で買い物をする人が少なくなったように思います。何日も、店のつり銭を補充しないことが多くなりました。
		卸売業		来店客数の減少。天候不順。客単価の減少。
		一般飲食店		今年の天候は不順で、その影響で消費の伸びも鈍いように思われる。
		衣料専門店		50代～60代の顧客が多く、そろそろ物の整理をしないといいながら、本当に必要なものだけのお買い物になっています。(特に震災後から)考え方が変わってきているようです。
		下北		一般小売店
			レストラン	お客様の来店(回数)が減少している。
			タクシー	タクシーの冬期利用客の減少等による。
			スーパー	石油価格の高騰、大雪の影響。
	企業	東青	食料品製造	今年の異常気象・春が遠いという意味では一般消費財の消費動向に悪く作用していると感じています。
		県南	食料品製造	エネルギー関連、原材料価格の高騰による景気の悪化。
		下北	食料品製造	冬の雪の関係なのか、増税になるだろうという心理的なものなのか、ガソリン、灯油等の高値の影響なのか、必要最低限の物しか動かない。
	雇用	津軽	新聞社求人広告	記録的豪雪の影響もあるのだろうが、商取引に活気が感じられない。
悪くなっている	家計	津軽	家電量販店	エコポイントの終了に伴い、テレビの売上が予想以上に低迷しておりその影響が大きい。
			スナック	前にもまして静かな毎日なので。
		県南	スナック	震災の影響、風評被害もあり、回復の兆しが見えない。
		下北	コンビニ	原発問題、天候不順、最悪です。

(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	観光名所等	GWや夏が来て、桜祭やねぶた祭へ参加しに来てくれると思う。
			旅行代理店	予約及び問い合わせが増大しているため。ただし、残雪の量と桜の開花が遅れていることが心配ではあります。
			一般飲食店	毎日できることを全力でやっているの、3ヶ月先は今より確実に良くなっています。何もしないと何も起こらないので、企画を立て、実行反省、その繰り返しのみです。
やや良くなる	家計	東青	衣料専門店	春物の先行受注を見ると、低価格志向が薄れ、価値観の高い物へ嗜好が向かっているようです。訴求方法の見直しで、消費は上向くと思われます。
			観光型ホテル・旅館	桜まつり等各地でいろいろなイベントで盛りあがると予想される。
			スナック	多少なりとも良くなる事を期待して、それなりに営業にがんばるのみです。ただ、単にお客様を待っていてもだめです。ご来店して下さるように努力をすることが大切です。
			タクシー	これから暖くなる季節をむかえて、人々が行楽地へ外出したり、来県者が多くなるのでやや良くなると思います。
			コンビニ	今は、春としては気温が低いので、もっと暖くなれば人出が増えるかも。
			パチンコ	4月に新年度入りし、公共事業、民間企業の施設投資などが見込まれると思う。
	津軽		百貨店	売場の改編により、これまで来店されなかったお客様の動員も見込める。
			旅行代理店	桜まつり等のイベントにかなりの人の動きが予想されます。
			タクシー	燃料費の高騰という不安材料を除けば、徐々に回復していくと思う。
	県南		乗用車販売	自動車業界は、エコカー減税やエコカー補助金という国策により3ヶ月先までは良くなると思われるが、特にエコカー補助金終了後の反落の方が気にかかっている。
			美容院	消費税問題や、政局が進展して、社会的に安定してくることを期待。進学準備が落ち着き、復興需要が効果を示すと思う。
			レストラン	消費税、原油価格などいろいろ問題もありますが、少しずつ景気は良くなって欲しいです。
			一般小売店	マスコミ等も「これから東北へ」という気運もあり、特に「弘前の桜」「十和田湖」等昨年とくらべ良くならないとおかしい。
			スーパー	平均買上点数は回復傾向です。
	下北		都市型ホテル	これからの観光シーズンに期待します。
			スナック	今年は大雪で、災害だったと思いますので、雪もとけてこれから少し良くなるのでは。
			ガソリンスタンド	去年は震災の影響で観光客が減っていたようだが、今年は増えると思われるので、希望的観測でやや良くなると思います。

先行き	分野	地区	業種	理由
やや良くなる	企業	東青	建設	本格的な復興需要と消費増税かけこみ景気があるかもしれません。
			津軽	経営コンサルタント
		電気機械製造		車関係の増産に刺激されて、景気の回復が予想されるため。
		県南	建設	公共工事の発注が増加する時期であるため。(昨年は震災のため、発注が大きくズレた。)
			経営コンサルタント	株式市場の活性化や震災がらみで需要(消費)が生まれてくるから。
		下北	食料品製造	去年のGW、それ以降の観光面より悪い事はないだろうという期待感。ガソリンが安くなる事が前提。
	雇用	東青	人材派遣	資金、人員共に震災後1年経ち、出てきたところもある。
			新聞社求人広告	今年の大雪からリフォーム需要が伸び、住宅関連企業の業績が改善するのではないかと期待している。
		津軽	新聞社求人広告	桜の開花とともに、春の観光が本番を迎えることへの期待感から。
変わらない	家計	東青	住宅建設販売	3ヶ月程度で急に景気は上がらない。具体的な政策などがないため、現状維持で精一杯だと思う。
			競輪場	観光地や観光関連は上向くと思うが、当方は平行線か。
			都市型ホテル	不透明感があり、悪い状況で横ばいが続く。
			設計事務所	新年度、公共事業(建築)は縮小されたまま、民間の新規建築の情報は少ない。
			スーパー	お客様の購買傾向に大きな変化がみられない。(必要な物以外は買わない。)
			美容院	異常気象などの影響を受けかねない予感がします。
			商店街	4月に入ってから雪が降ったり、台風並みの暴風雨があったり、天候不順による春物の動きが鈍い。
	津軽	乗用車販売	ガソリン等の生活関連支出が増え、その他の消費は落ち込みそうである。	
		設計事務所	政策で景気のでこ入れ等の対策がない限り変わらない。	
		住宅建設販売	観光客は多少増えて、飲食店などには良い影響があると思うが、その経済効果が住宅関連に表れるようになるには時間がかかる。	
		商店街	景気の上向き感はあるが、今より良くなるとは考えにくい。さくらまつりの人出は昨年よりは期待できるものの、石油関連商品の値上がりが予想されることから、消費が横ばい状況になるのではないかと予想される。	
		スナック	先が全く見えないので。	
		衣料専門店	消費税は15年からですが、ムードが悪い。	

先行き	分野	地区	業種	理由	
変わらない	家計	津軽	観光名所等	原油高の影響や原発完全収束等悪影響が尾を引いている。	
			県南	家電量販店	良くなる要素がみあたらない。
				パチンコ	良くなると思う要素がない。(物価上昇等)先が不安で、財布の口はますます締まるのではないかと思う。
				ガソリンスタンド	3ヶ月先くらいだと、すぐに良くなるように思えません。
				設計事務所	政府、与野党は国民・国家のことを考えていない。党利・党略、つまり選挙のことだけ考えている。
				卸売業	ガソリン価格の高値維持。復興需要一段落。
				コンビニ	良い話も悪い話も聞こえない。
				百貨店	震災から1年が過ぎ、少しずつ復興が進む事で、一部業種が好転しているが、反面石油の高騰が今後、商品価格を圧迫しそうな状況の為、景気が良くなりかけている所に水を差す状況になるのではと考える。
				観光型ホテル・旅館	景気ではなく、企業努力次第と考えているため。
				観光名所等	天候が悪い(雪が多い)からか、あまり外出しないように思います。また、ガソリンも高いので、遠方からのお客様が少なくなるのではないのでしょうか。
				ガソリンスタンド	中高年男性や女性の就職先が無いと聞く。(新聞の求人も少ない。)
				広告・デザイン	お客様が口を揃えて言う「増税・増税」という大振動からも家庭を守らなくてはと。財布の口が開かなくなるだろう。農家の方々も気温が低くて困っている。
		下北	タクシー	むつ・下北地方は、特に原発関係の建設工事再開の目途が立っていない状況。観光客等の予約減少など。	
			一般飲食店	その時節によって先が分からない状態です。明るさがみえないとはこのことです。昔の古き良き時代、つくづくなつかしく思います。	
			スーパー	上向く要因が見当たりません。	
	企業	東青		広告・デザイン	大型イベント、全国大会等が少ない。また、観光業は「いわてデスティネーションキャンペーン」にどれだけ観光客が持っていられるのか未知数である。
				経営コンサルタント	勤労者所得の伸び悩みから家計消費は弱い状況にある。
		津軽		広告・デザイン	先行きを判断する工事見込み物件、見積依頼等の営業物件が増えていない。
		県南		電気機械製造	「微妙に良い」が続くと思います。マスコミは景気が悪いと騒ぎ立てるが、地域で仕事に困っている人が増えている感じはなく、皆一人一台車に乗っている。
			紙・パルプ製造	日経平均株価の上昇のような明るい材料もあるが、消費税増税の議論など消費者の心理にはマイナスで、一進一退が続くそう。	
			飲料品製造	少しは購買意欲があがったような気がするが、まだまだ足踏み状態。何か大きなきっかけが欲しい。	

先行き	分野	地区	業種	理由
変わらない	企業	県南	食料品製造	現況が一定期間続くと思うから。
	雇用	県南	新聞社求人 広告	良くなって欲しいと思うが、石油の高騰などで不安がある。
やや悪くなる	家計	東青	百貨店	仕入先、同業者から好転する要素を含んだ情報が少ない。
			レストラン	いつもの年より気温が低く悪くなると思う。
			卸売業	昨年は震災特需があり、最近では復興作業の為、人口の流出がみられる。
	津軽		観光型ホテル・旅館	例年であれば修学旅行生が5.6月700名前後宿泊するが、今年は1/3程度になっている。昨年は、震災後東北支援ということで観光客が戻ったが、今年は関東関西の人達は西に九州に向いている(旅行代理店)とのこと。(ゴールデンウィークは例年通りの予約がある。)
			都市型ホテル	値上げとなる商品(原材料)が多いことから、利益率が低下すると予想される。
			一般小売店	公務員の給与が抑えられていること。消費税や電気料金の値上げの話が景気に悪い影響を与える。
			ガソリンスタンド	ゴールデンウィークと弘前さくらまつりがリンクしない。(桜の開花が遅れそう)
	県南		一般飲食店	震災景気も終りに近づき、あとはマイナス要因しかない様な状態の感がする。政治的要因もある。
			旅行代理店	観光面では、ガソリン・灯油価格の高騰、高速道路無料化廃止等で出控えが増えるなど旅行需要が後戻りするのではないかと懸念している。
	企業	東青	食料品製造	原料高・製品安の傾向は続いており、製品価格に即反映できない企業の収益が圧迫され続けて行くのが懸念されます。
津軽		飲料品製造	取引先からの聞き取りで、原油が高騰する見通し。	
悪くなる	家計	津軽	コンビニ	介護保険料など公的負担のアップによる可処分所得の減少。
		県南	スナック	いつまでも自粛をしていると経済が悪くなる一方です。
	下北	コンビニ	全体的に春が来るのが遅いため、1ヶ月~2ヶ月ほど遅くなっている状態。	
		一般小売店	所得が増えない時に、燃料費が増え、消費に回すお金が減っていくと思われまます。	

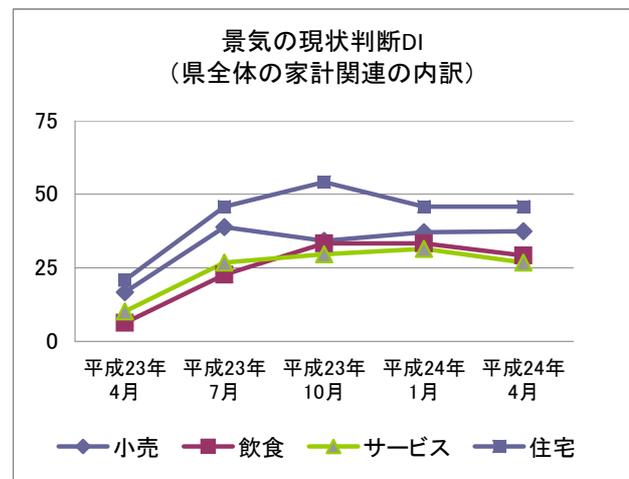
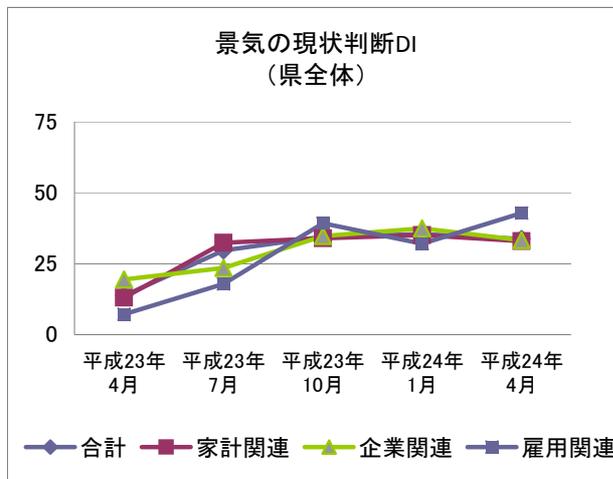
5. 参考

(参考1) 景気の現状判断

① D I

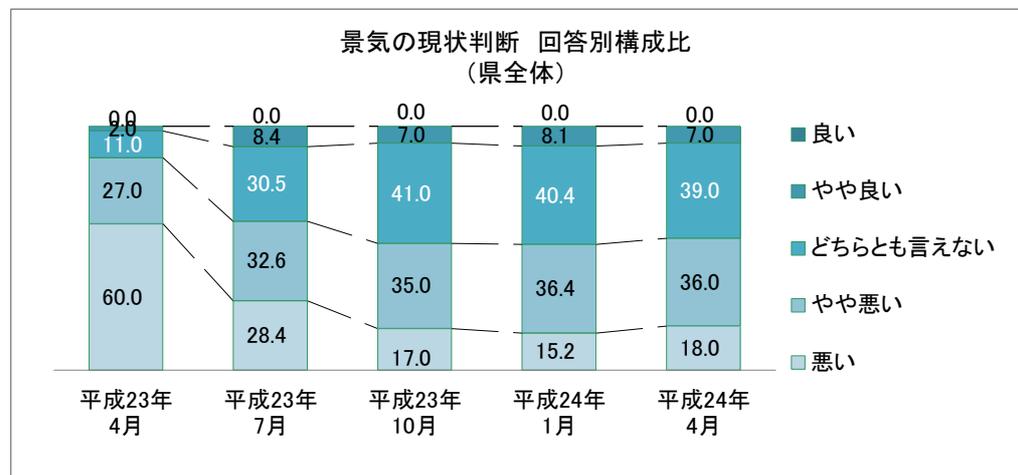
n = 100

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	13.8	29.7	34.5	35.4	33.8	▲ 1.6
家計関連	13.0	32.4	34.0	35.1	33.0	▲ 2.1
小売	16.7	38.9	34.2	37.1	37.5	0.4
飲食	6.3	22.7	33.3	33.3	29.2	▲ 4.1
サービス	10.2	26.9	29.6	31.5	26.9	▲ 4.6
住宅	20.8	45.8	54.2	45.8	45.8	0.0
企業関連	19.4	23.5	34.7	37.5	33.3	▲ 4.2
雇用関連	7.1	17.9	39.3	32.1	42.9	10.8



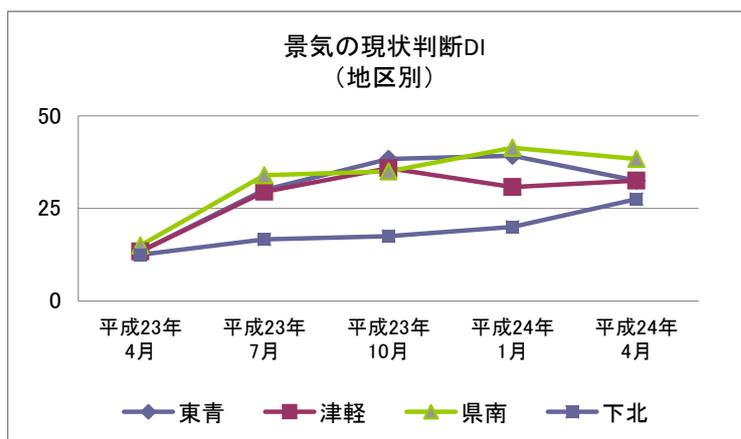
② 回答別構成比 (%)

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
良い	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
やや良い	2.0	8.4	7.0	8.1	7.0	▲ 1.1
どちらとも言えない	11.0	30.5	41.0	40.4	39.0	▲ 1.4
やや悪い	27.0	32.6	35.0	36.4	36.0	▲ 0.4
悪い	60.0	28.4	17.0	15.2	18.0	2.8



③地区別DI

	平成23年 4月	平成23年 7月	平成23年 10月	平成24年 1月	平成24年 4月	前期調査 との差
合 計	13.8	29.7	34.5	35.4	33.8	▲ 1.6
東青	13.3	30.0	38.3	39.2	32.5	▲ 6.7
津軽	13.3	29.5	35.8	30.8	32.5	1.7
県南	15.0	33.9	35.0	41.4	38.3	▲ 3.1
下北	12.5	16.7	17.5	20.0	27.5	7.5



(参考2) その他自由意見

分野	地区	業種	自由意見
家計	東青	コンビニ	最低気温が平年と比べて低いため、夜の人出が少ないようだ。
		スーパー	競争が激しくなってきたと実感している。(まさに、スロートカットコンペティションである。)
		乗用車販売	並売車種が多くなり、各ディーラーが独自のサービスを考えていく時期がきたと思う。
		衣料専門店	人材の一次産業化が出来ないか話題になっている。目的別に人材を育成し、送り出すことを効率よくできないか。その過程で物流を増やせないか。その土壌を作れないかです。
		一般飲食店	最近の流れとしては、やはりインターネット、スマホなどを中心とした呼びかけが不可欠だと思います。何をさておいても、普通目線からもう一度身の周りをながめてできることを拾っていく。一人ひとりがベストを尽くしてやれば、未来は明るいと思ひましょう。今みているのは、弱気な自分の気持ちが見させているのだと悟るべきではないでしょうか。
		レストラン	やはり飲食業は「イマイチ」のような感じですが。東京の知り合いと話しても同じような感じですが。
		観光型ホテル・旅館	新聞の「若手経営者に聞く」というコーナーがいろいろ参考になっています。青森に、こんな人々がいて、どんどん活躍して青森の経済の柱になってほしいと思っています。
		観光名所等	積雪が多かったので、まだまだ溶けずに残っている。GWなどにも影響が出そう。(施設内の足場不良)
		タクシー	青森での大きなイベントが多くなりました。これから、各分野、いろいろな業界の協力で、青森に来県者が増えるイベントをもっともっと誘致して、青森の経済効果があがる様に、自分も協力していきたいと思っています。
		美容院	まだ震災の影響なのか、産地にこだわる人が居ると感じる。
	住宅建設販売	一体、消費税はどうなるのだろう。住宅のような大きな買い物には正直きついです。	
津軽		一般小売店	当商店街には、テナントビルと大きいマンションが建設中で、完成して来街者が増加して欲しい。また、大型小売店もリニューアルされるので、期待しているところです。
		都市型ホテル	異常な燃料高に対する対応策は無いかな。
		旅行代理店	津軽地方の雪害の影響がこれからどう出るか、農業を中心に心配の種です。
		ガソリンスタンド	金融緩和と言っている割には、相変わらず貸し出しはきびしいとの事です。
		設計事務所	役人と民間人の物の考え方が違いすぎる。もっと自然に考えないと他の国に差をつけられるだけだと思う。
県南		コンビニ	良い天候に恵まれて欲しいと思います。

分野	地区	業種	自由意見
家計	県南	百貨店	今年の6～7月にかけて、八戸市田向地区に郊外型のスーパーがオープンします。2月末のスーパー(石堂地区)オープンに続くもので、地元の小売業界において、競争激化が予想されます。
		スーパー	八戸市にスーパーマーケットの新規出店が増える傾向。業態変更もあると思われる。
		一般小売店	いち早く震災がれきの受け入れを決断した青森県は少し誇りに思う。
		卸売業	農水産物に対する放射能新検査基準は、今後多方面に影響を与える。(物価、品不足等)
		レストラン	飲食店はいい所と悪い所(店)がハッキリしている。これからは、県外向けの商売(インターネット販売)も考えたいです。
		観光名所等	子どもが東京の大学に入ったのですが、始発の新幹線で、入学式に間に合いました。日帰りができて大変うれしいです。また、高速道路の無料化が終わったので、これからは新幹線を大いに利用しようと思っています。(片道の料金があまり変わらなくなりました。)
		旅行代理店	昨年末当たりまでは、ホテルの宿泊者の朝の動きをみていると、八戸に宿泊して三陸海岸方面に向かう復旧・復興に携わるらしき人の動きもみられたが、最近はあまり見かけなくなりました。
		タクシー	明るい話題を見つけようとしているけれど、お客様と話をすると「ため息」と「グチ」。明るく楽しくしようと心がけているようです。
		美容院	街中の大型建造物数箇所の再開発の報道があつてから、話題が明るくなり、少しずつ前向きに進みそう。コンビニの開店が相次いでいるのも活発化につながりそうです。
下北	下北	コンビニ	下北半島は原発が経済に直結しています。安全を二重、三重にして、早く再開して欲しいです。そして、同時に下北地方の避難道路の早期完成、確保を切に願います。今、日本で嫌われている「米軍基地」、「原子力」、「発電所」、「放射能」全部青森県にあります。なのに、なぜ、こんなに景気が良くならないのでしょうか。不思議でなりません。
		一般飲食店	下北は、誰に聞いても良いという人はいません。私もひとつとではないです。
		ガソリンスタンド	原油高騰で、ガソリン価格の上昇によるゴールデンウィークの観光客への影響が気になります。
企業	東青	食料品製造	青森から東京へというストロー現象に対抗する観光客誘致のための目玉事業と街づくりに県内企業と協力していきたいと思っております。
		食料品製造	高速道路によって県外からどんどん物が入ってくる。県内の企業は生き残りに必死である。
		飲料品製造	このまま原油の高騰が続くと、各企業ともかなり苦慮すると思うので、政府の早めの対応をお願いしたい。
		電気機械製造	タイの洪水の影響でタイから国内に仕事が流れてきましたが、徐々にタイに戻っています。
		建設	震災から1年、復興はまだ進んでいない状態。原発問題も再稼働でつまづいている。その中で、平成24年度がスタートした。今年度は、どうなるのだろう。復興地はこれから景気が良くなると思うが、県内のこちら側は先が見えない。
		広告・デザイン	県、国問わず財政規律ばかりでやるのではなく、経済の活性化も同時にやらなくては人の暮らしは良くはならないし、更に倒産や自殺者が増えていくのでは。

分野	地区	業種	自由意見
企業	県南	電気機械製造	飛行機のFDA青森・名古屋便が好調のようで、工業の中心地＝愛知との交通の便を地域の産業発展に生かしたいところです。
		経営コンサルタント	やみくもな消費税増税を懸念する。景気が冷え込むのは間違いない。無理な政策(ばらまき)は止めないと駄目だ。自助努力が大切である。公助、扶助はそのあとの事。
雇用	東青	人材派遣	派遣から契約社員へ、または正社員への切り替の動き、直接雇用への動きが強くなりつつある。派遣法の適正運用の影響とともに、固定の業務についてはスタッフの雇用を安定的にこの思いが経営者側に出てきた影響もあると推察される。
		新聞社求人広告	エコカー補助金の復活で、自動車メーカーの業績回復が予想されていることから、季節従業員の求人広告の動きが活発になってきた。

(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のリcovery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24年4月2日～4月17日 回答率 100%

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のリcovery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」、「震災前と同程度」とする回答が合わせて50.0%、「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50.0%となった。

判断理由としては、震災の影響が薄れ、行事や催事の自粛がない分良くなっている、建築関連で震災前よりやや上回っている、という声がある一方、震災特需が落ちついてきた、復興事業は続くかもしれないが他の業種のリcoveryが見込まれない、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、津軽地区が63.4%と最も高く、下北地区では20.0%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は、企業関連が61.1%で最も高く、次いで、雇用関連が57.2%、家計関連が46.7%であった。

3. 統計表

表1 東日本大震災からの景気の回復程度（県全体）

n= 100	(%)				
	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
平成23年10月	1.0	12.0	33.0	35.0	19.0
平成24年1月	2.0	12.1	38.4	29.3	18.2
平成24年4月	1.0	19.0	30.0	39.0	11.0
前期調査との差	▲ 1.0	6.9	▲ 8.4	9.7	▲ 7.2

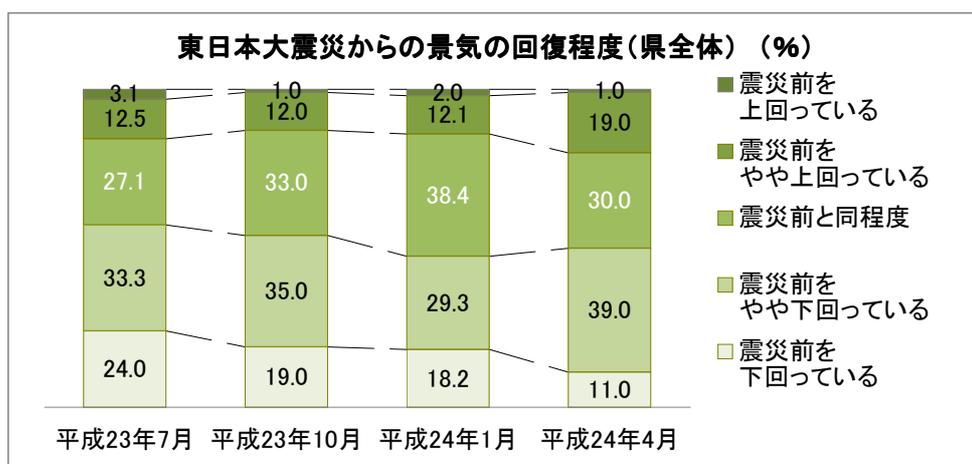
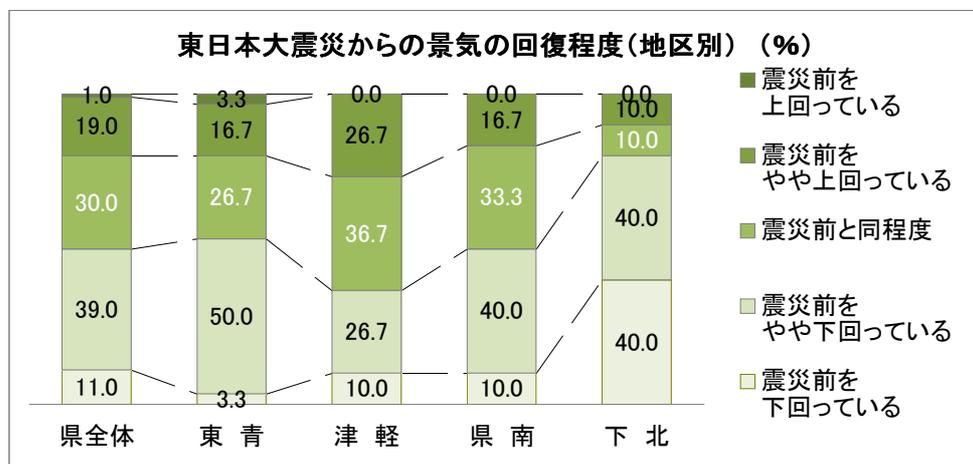


表2 東日本大震災からの景気の回復程度（地区別）

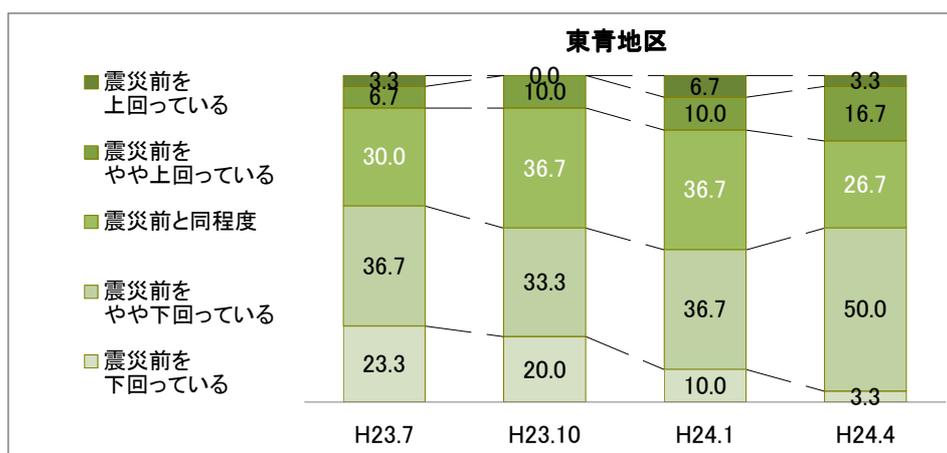
n= 100	(%)				
	震災前を上回っている	震災前を やや上回っている	震災前と同程度	震災前を やや下回っている	震災前を 下回っている
県全体	1.0	19.0	30.0	39.0	11.0
東 青	3.3	16.7	26.7	50.0	3.3
津 軽	0.0	26.7	36.7	26.7	10.0
県 南	0.0	16.7	33.3	40.0	10.0
下 北	0.0	10.0	10.0	40.0	40.0



<東青地区>

(%)

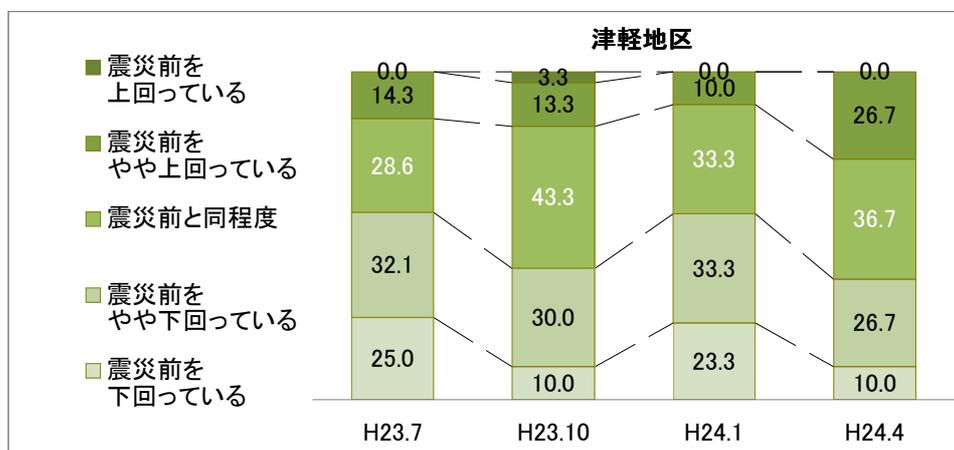
n= 30	震災前を上回っている	震災前をやや上回っている	震災前と同程度	震災前をやや下回っている	震災前を下回っている
平成23年7月	3.3	6.7	30.0	36.7	23.3
平成23年10月	0.0	10.0	36.7	33.3	20.0
平成24年1月	6.7	10.0	36.7	36.7	10.0
平成24年4月	3.3	16.7	26.7	50.0	3.3
前期調査との差	▲ 3.4	6.7	▲ 10.0	13.3	▲ 6.7



<津軽地区>

(%)

n= 30	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	0.0	14.3	28.6	32.1	25.0
平成23年10月	3.3	13.3	43.3	30.0	10.0
平成24年1月	0.0	10.0	33.3	33.3	23.3
平成24年4月	0.0	26.7	36.7	26.7	10.0
前期調査との差	0.0	16.7	3.4	▲ 6.6	▲ 13.3

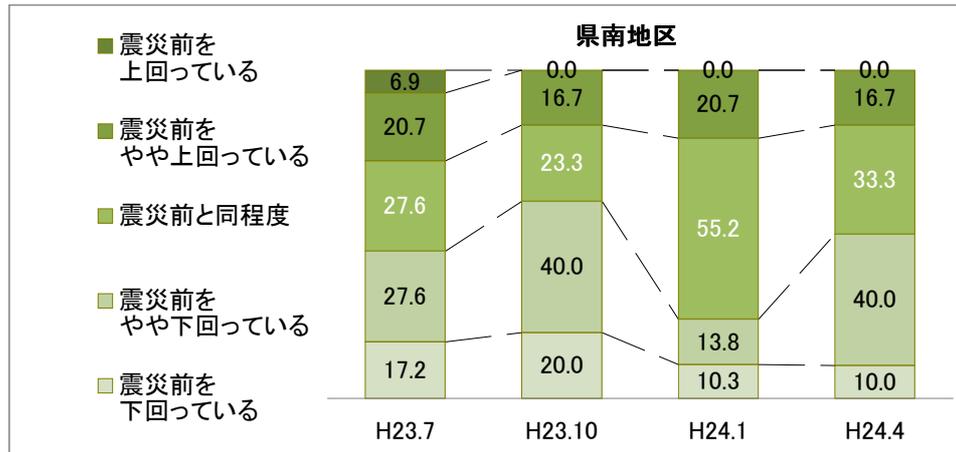


< 県南地区 >

(%)

n= 30

	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	6.9	20.7	27.6	27.6	17.2
平成23年10月	0.0	16.7	23.3	40.0	20.0
平成24年1月	0.0	20.7	55.2	13.8	10.3
平成24年4月	0.0	16.7	33.3	40.0	10.0
前期調査との差	0.0	▲ 4.0	▲ 21.9	26.2	▲ 0.3



< 下北地区 >

(%)

n= 10

	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	0.0	0.0	11.1	44.4	44.4
平成23年10月	0.0	0.0	20.0	40.0	40.0
平成24年1月	0.0	0.0	10.0	40.0	50.0
平成24年4月	0.0	10.0	10.0	40.0	40.0
前期調査との差	0.0	10.0	0.0	0.0	▲ 10.0

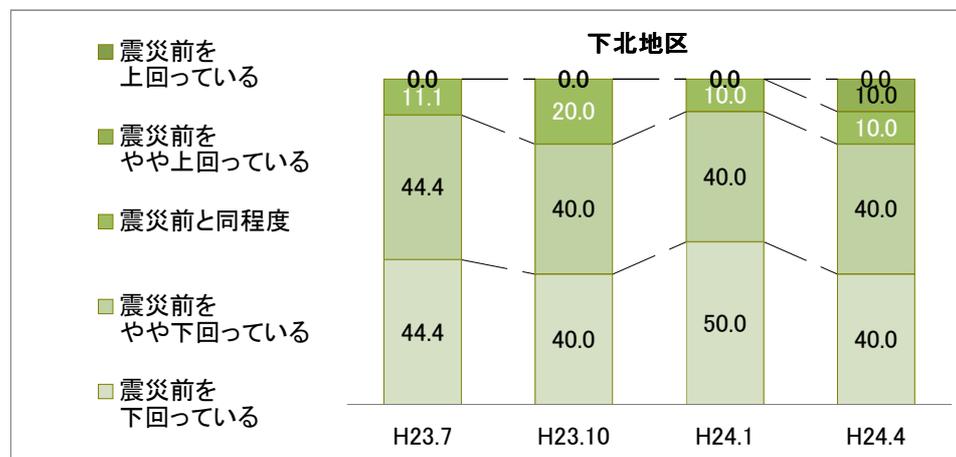
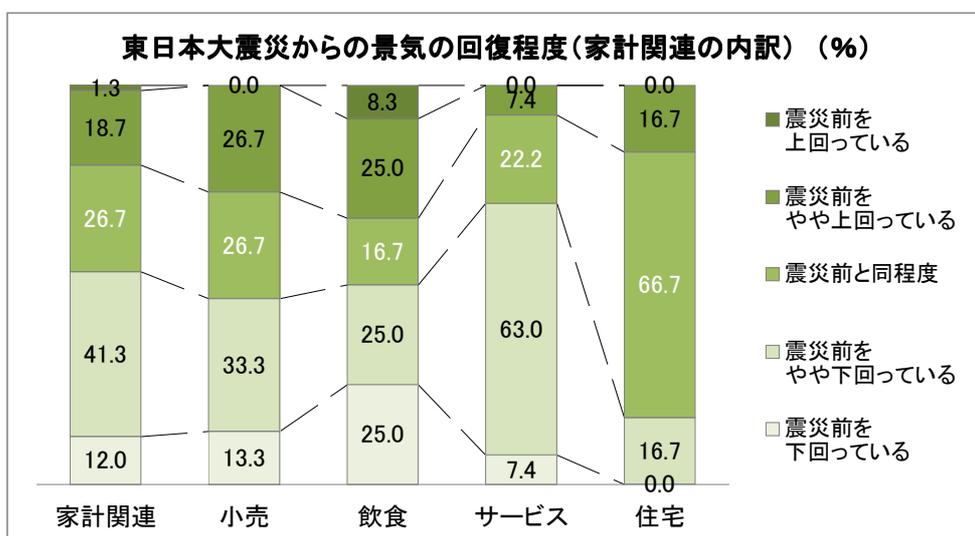
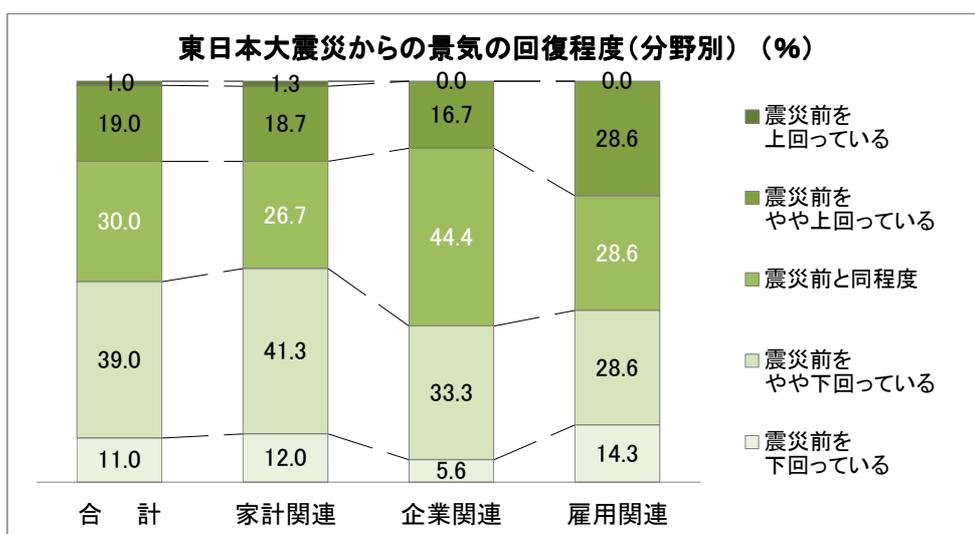


表3 東日本大震災からの景気の回復程度（分野別）

(%)

n= 100	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	1.0	19.0	30.0	39.0	11.0
家計関連	1.3	18.7	26.7	41.3	12.0
小売	0.0	26.7	26.7	33.3	13.3
飲食	8.3	25.0	16.7	25.0	25.0
サービス	0.0	7.4	22.2	63.0	7.4
住宅	0.0	16.7	66.7	16.7	0.0
企業関連	0.0	16.7	44.4	33.3	5.6
雇用関連	0.0	28.6	28.6	28.6	14.3



<家計関連>

(%)

n= 75	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	4.2	9.9	29.6	35.2	21.1
平成24年10月	1.3	8.0	37.3	32.0	21.3
平成24年1月	2.7	13.5	32.4	32.4	18.9
平成24年4月	1.3	18.7	26.7	41.3	12.0
前期調査との差	▲ 1.4	5.2	▲ 5.7	8.9	▲ 6.9

<企業関連>

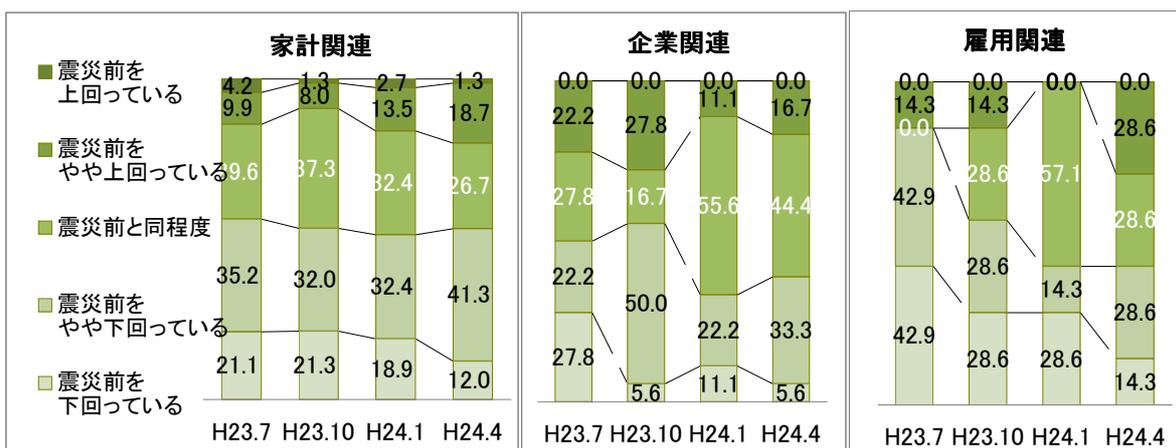
(%)

n= 18	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	0.0	22.2	27.8	22.2	27.8
平成23年10月	0.0	27.8	16.7	50.0	5.6
平成24年1月	0.0	11.1	55.6	22.2	11.1
平成24年4月	0.0	16.7	44.4	33.3	5.6
前期調査との差	0.0	5.6	▲ 11.2	11.1	▲ 5.5

<雇用関連>

(%)

n= 7	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	0.0	14.3	0.0	42.9	42.9
平成23年10月	0.0	14.3	28.6	28.6	28.6
平成24年1月	0.0	0.0	57.1	14.3	28.6
平成24年4月	0.0	28.6	28.6	28.6	14.3
前期調査との差	0.0	28.6	▲ 28.5	14.3	▲ 14.3



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	一般飲食店	震災は多くのことを教えてくれました。皆、協力し合いながら物事ができあがっているということなど、試練は必ず乗り越えられるということなど数えたらきりがありませんが、それぞれ様々なことを見直す機会であったと思います。
震災前をやや上回っている	家計	東青	百貨店	震災前より売上は上がっている。ただし、直後より現在は減少。
			乗用車販売	車の販売が上向いている。
			衣料専門店	3月の売上を震災前の22年度の同時期と置き換えてみると、若干ではあるが伸びています。震災時の景気から回復基調になっていると思われます。
	津軽	一般小売店	1月、2月は昨年比べてよい。3月は昨年悪かったにもかかわらず伸びが低下している。	
		商店街	大型小売店の再開が大きく影響し、人出の増加がみられることから、震災前よりは景気回復傾向にあるものとみている。	
		一般飲食店	地震の話題が出なくなった。売上、来店者数は震災時を上回っている。	
		タクシー	震災の影響が薄れ、行事や催事の自粛がない分、良くなっていると思う。	
		美容院	地元の方々も動いていますが、応援してくださっている他県の方々にも支えられて滞ってはいられなくなっています。	
		県南	スーパー	前々年の売上をクリアしている。(前年比及び前々年比をクリア)
	一般小売店		小規模の建設会社や工務店等に仕事が回って来ているようで、ようやくお金が回り出したようだ。	
	レストラン		震災前もあまり良くなかったが、震災直後は正直な所、先行き不安でした。現在は、少しは良くなって来たかなと思います。	
	設計事務所		建築関連が震災復旧で受注しているため、震災前よりやや上回っている。	
	企業	津軽	電気機械製造	タイの洪水の影響で受注が増えている製品もあるため。
		県南	広告・デザイン	よく見えるのは一部のみ。
下北		食料品製造	去年の3,4月を上回るとは至極当たり前のことで、然らば、自分たちの考えていたような数字かということ、そこ迄行けない。	
雇用	津軽	新聞社求人広告	業種、業態によって好不況のバラつきが感じられる。平均すればやや向上というところか。	
		設計事務所	職種によって異なると思う。当方は変化なしと思う。	
震災前と同程度	家計	東青	競輪場	職種によって異なると思う。当方は変化なしと思う。
			設計事務所	地元業者数社 仙台に進出したとのこと。成果は。

現状	分野	地区	業種	理由	
震災前と同程度	家計	東青	住宅建設販売	震災中は建材などの流通で苦労して、現在は震災中よりは、はるかに良いが、震災前の売上とほとんど変化なし。一時的に増えたかも・・・と思っただけでした。	
			津軽	衣料専門店	弘前は震災に関係ない。
				観光名所等	大雪による影響が残っている。
				旅行代理店	復興事業はまだ続くかもしれませんが、他の業種の回復が見込まれません。
		住宅建設販売	弘前近郊での当業界にはあまり影響が無かったような気がする。		
		県南	コンビニ	売上、客数とも同程度で推移している。	
			家電量販店	八戸は震災のダメージが少なかったため。	
			卸売業	震災復興も一段落したため、昨年対比では厳しい数字になる。	
	一般飲食店		今は上回っているが、これからは落ち着きダウンする流れになる様に思われる。色々な補助が終了する。		
	企業	東青	食料品製造	物流は完全に回復。当社で生産している製品の消費動向は下げ止まったという感じ。	
			経営コンサルタント	政府の対応遅れから震災復旧の本格的動きが出てこない。	
		津軽	経営コンサルタント	弘前は、震災の被害もほとんど無かった為、震災復興関連の仕事が少なく、以前のままでのような感じがする。	
			広告・デザイン	仙台地区では震災復旧に関連した仕事が多くある様だが、地元では回復を実感する程の仕事量が無い。	
		県南	食料品製造	代替需要が一段落しつつあるから。	
紙・パルプ製造			被災の影響は限定的で目立った復興需要もなく、景気全般は震災前後変わらず低迷している。		
雇用	県南	新聞社求人広告	1年がたち、ようやく落ち着きが戻ってきたような気がする。		
震災前をやや下回っている	家計	東青	コンビニ	客数、売上共にぱっとしない。	
			スーパー	震災前はやや上向き傾向がみられたが、震災後から現在まで停滞傾向である。	
			商店街	セールやイベントを展開しても、なかなか前のような景況感を実感できない。	
			卸売業	被災地への復興作業の為、人が結構流出していると思われる。	
			観光型ホテル・旅館	1年たってもまだまだ改善されていない。国がもっと力をいれるべきだ。	
			都市型ホテル	婚礼需要が回復していない。	
			観光名所等	団体のお客様がみえない。	

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	タクシー	震災後1年が経過しましたが、まだまだ原発問題での風評被害などで低迷していて、震災前をやや下回っていると思います。
			美容院	まだまだ、地震が起こっている中、神経質になっている人が多く見受けられる。
		津軽	観光型ホテル・旅館	震災後の景気の悪い状態が続いている。
			都市型ホテル	震災特需が落ちついてきたことに併せ、東北の消費需要はまだ弱い。
			ガソリンスタンド	土手町、鍛冶町に賑わいが無い。
			設計事務所	技術者が震災関係にとられ、地元で数が少なく、人材確保が難しい。
		県南	百貨店	震災復興関連の業種は、業績が上向いているが、地元としては水産加工業や漁業関連はまだまだ元に戻っていない。また、10年度と比較しても、売上状況は良いとは言えない。
			衣料専門店	良い方向に向いてくれそうな期待感があったのですが、昨年よりはいくらか良いのですが、22年度の売上には達していない状態です。
			観光名所等	店の売り上げをみると、去年の今頃(震災後)とあまり変わらない金額です。
			旅行代理店	前年同期の頃は旅行自粛の真っ只中であつたが、それでは復旧・復興につながらないとの雰囲気もあり、回復はしているものの、震災前ほどではない。
			タクシー	震災後、1年が過ぎ、目鼻のついた所もあるようだけれども、未だに思考しながら歩んでいるところもあるようだ。でも、力強く足音は聞こえている。
			美容院	物が動かず、余震不安も関係ありそう。
	パチンコ		復興に向けて建設業等は景気が良いと言われていますが、それが全体に浸透し、景気が上向いてくるのはいつのことでしょうか?と思われる現状かと思います。	
	下北	観光型ホテル・旅館	海外事業の業績が風評被害から回復していない。	
		一般小売店	震災の直接被害は無かったですが、東通原発、大間原発の工事のストップは影響有だと思えます。	
		ガソリンスタンド	原発関係の仕事が止まっている以上、良くならないと思えます。	
	企業	東青	広告・デザイン	観光に携わる業種は未だ回復しきってはいない。
			津軽	食料品製造
		県南	飲料品製造	気持ち的に消費行動が控え気味の気がする。地方だと顕著。首都圏では復興支援の動きがひんばんらしいが。
			電気機械製造	震災前はヨーロッパや中国が良かった。今は良くなく、その影響を地域の製造業も大きく受けている。近所の工場も少しヒマそうです。
			経営コンサルタント	被災地には保険金、公的助成金、見舞金など多額の資金が流入したが、まだ特需にはなっていない。

現状	分野	地区	業種	理由
震災前をやや下回っている	雇用	東青	人材派遣	風評とはいかないまでも、東北全体でまだマイナスになっている部分は大きいと感じる。
震災前を下回っている	家計	東青	旅行代理店	震災後に旅行計画を中断しているお客様からの再計画についての話が不景気を理由になかなか立ち上がってこないため。
		津軽	スナック	雪が多かったせいもあるかもしれません。
		下北	コンビニ	震災前にいた原発関係者の人数が下回っている。
			スーパー	原発工事等が再開できない。
			一般飲食店	どこの地方がよくなっているのか分かりませんが、震災前からみるとまるっきりよくありません。
			タクシー	むつ、下北地方は原発関係の建設工事再開の目途が立っていない状況。観光客等の予約減少など。

(参考4) 新幹線全線開業による景気への影響について

1. 本調査について

平成22年12月4日に全線開業した東北新幹線は、東日本大震災後、平成23年4月29日から全線運転を再開し、9月23日から通常ダイヤに戻りました。本報告書は、東北新幹線全線開業が景気に与えた影響と今後与える影響について、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24年4月2日～4月17日 回答率 100%

質問項目

- ①新幹線の全線開業により、ここ3カ月間の景気に何らかの影響がありましたか。
- ②新幹線の全線開業により、今後3カ月先の景気に何らかの影響があると思いますか。

回答方法

5段階（良い影響があった／ある、どちらかといえば良い影響があった／ある、どちらとも言えない、どちらかといえば悪い影響があった／ある、悪い影響があった／ある）から選択し、その判断理由を自由形式で記述。

なお、業種別の結果の取りまとめにあたっては、業種を「観光関連」、「企業活動関連」、「県民生活関連」の3つに分類して行った。分類の内容は以下のとおりである。

観光関連 (客体数 22)	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、食料品製造、飲料品製造
企業活動関連 (客体数 19)	紙・パルプ製造、電機機械製造、建設、経営コンサルタント、広告・デザイン、人材派遣、新聞社求人広告、求人情報誌
県民生活関連 (客体数 59)	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、一般飲食店、レストラン、スナック、美容院、パチンコ、競輪場、ガソリンスタンド、設計事務所、住宅建設販売

2. 結果概要

(1) 新幹線全線開業によるここ3カ月間の景気への影響

県全体の動向を見ると、「良い影響があった」、「どちらかといえば良い影響があった」とする回答が合わせて20.0%、「どちらとも言えない」は75.0%、「どちらかといえば悪い影響があった」、「悪い影響があった」とする回答が合わせて5.0%となった。

判断理由としては、帰省客の増加や、出張の際の交通手段としての利用が増えた、アクセスが良くなり人の流れが出てきた、という声があった。一方で、特に大きな変化・影響はない、開業から1年以上が経過し開業の効果は出尽くした、大雪や厳しい寒さが影響し観光客が少なかった、という声があった。

業種別に見ると、観光関連では、良い方向の影響があったとする回答が27.2%、「どちらとも言えない」が63.6%、悪い方向の影響があったとする回答が9.1%となった。企業活動関連では、良い方向の影響があったとする回答が26.4%、「どちらとも言えない」が63.2%、悪い方向の影響があったとする回答が10.6%となった。県民生活関連では、良い方向の影響があったとする回答が15.3%、「どちらとも言えない」が83.1%、悪い方向の影響があったとする回答が1.7%となった。

地区別に見ると、東青、津軽、県南、下北の全ての地区で、「どちらとも言えない」とする回答が最も多く、60%以上となった。良い方向の影響があったとする回答は、津軽地区では30%台となったが、東青、県南地区では10%台となった。

分野別に見ると、家計、企業、雇用の全ての分野で、「どちらとも言えない」とする回答が最も多くなった。良い方向の影響があったとする回答は、雇用関連が42.9%と最も高く、次いで、企業関連が27.8%、家計関連が16.0%となった。

(2) 新幹線全線開業による今後3カ月先の景気への影響

県全体の動向を見ると、「良い影響がある」、「どちらかといえば良い影響がある」とする回答が合わせて48.0%、「どちらとも言えない」が48.0%、「どちらかといえば悪い影響がある」、「悪い影響がある」とする回答が合わせて4.0%となった。

判断理由としては、さくらまつり等のイベントへの予約が前々年よりも増えている、高速道路の無料化が終了したので新幹線には好影響があるかもしれない、という声がある一方で、産業全体への新幹線効果が見込めないのではないか、支社・支店の統廃合によるストロー現象が懸念される、という声があった。

業種別に見ると、観光関連では、良い方向の影響があるとする回答が45.5%、「どちらとも言えない」が45.5%、悪い方向の影響があるとする回答が9.1%となった。企業活動関連では、良い方向の影響があるとする回答が42.1%、「どちらとも言えない」が52.6%、悪い方向の影響があるとする回答が5.3%となった。県民生活関連では、良い方向の影響があるとする回答が50.8%、「どちらとも言えない」が47.5%、悪い方向の影響があるとする回答が1.7%となった。

地区別に見ると、津軽地区では「どちらかといえば良い影響がある」とする回答が最も多く53.3%となった。東青地区は「どちらかといえば良い影響がある」とする回答と「どちらとも言えない」とする回答が同割合で46.7%となった。県南、下北地区では、「どちらとも言えない」とする回答が最も多く、下北地区では90%となった。良い方向の影響があるとする回答は、津軽地区が63.3%と最も多く、次いで、東青地区が53.4%となった。

分野別に見ると、家計と企業の分野では、「どちらとも言えない」とする回答が最も多く、企業関連では66.7%となった。雇用関連では、「どちらかといえば良い影響がある」とする回答が最も多く、57.1%となった。良い方向の影響があるとする回答は、雇用関連が71.4%と最も多く、次いで家計関連が50.7%となった。

3. 統計表

表1 新幹線全線開業がここ3カ月間の景気に与えた影響

n= 100	(%)				
	良い影響があった	どちらかといえば 良い影響があった	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響があった	悪い影響があった
平成23年7月	7.3	21.9	63.5	5.2	2.1
平成23年10月	6.0	27.0	60.0	6.0	1.0
平成24年1月	4.0	27.3	66.7	2.0	0.0
平成24年4月	2.0	18.0	75.0	4.0	1.0
前期調査との差	▲ 2.0	▲ 9.3	8.3	2.0	1.0

※平成23年7月は「ここ2カ月間の景気に与えた影響」について調査したもの

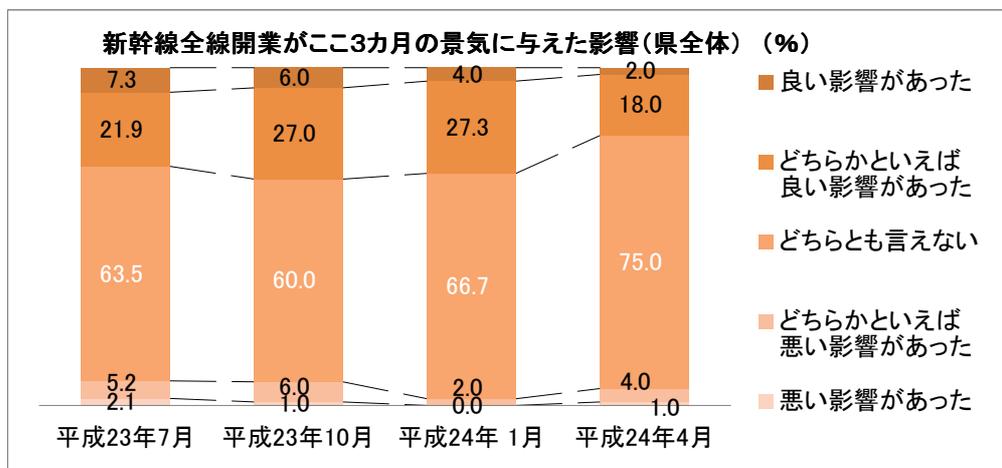
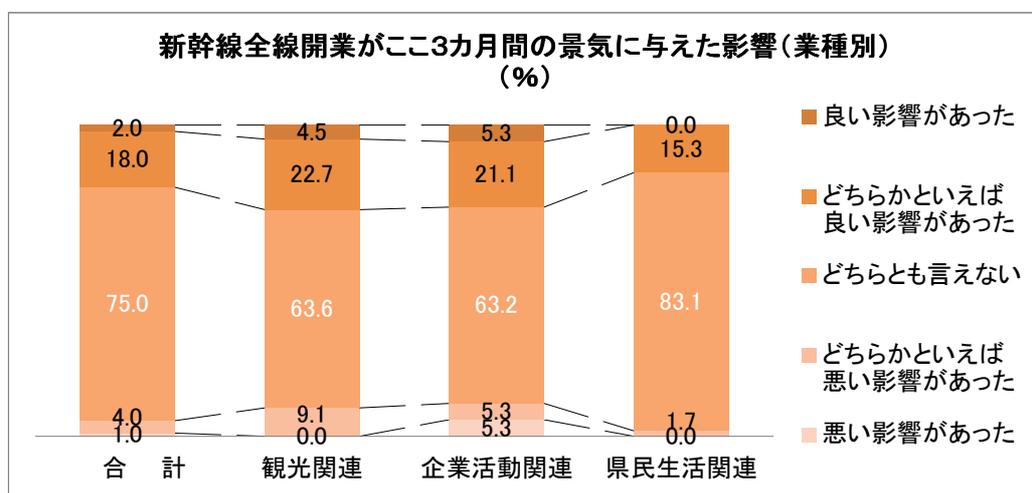


表2 新幹線全線開業がここ3カ月間の景気に与えた影響(業種別)

n= 100	(%)				
	良い影響があった	どちらかといえば 良い影響があった	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響があった	悪い影響があった
合計	2.0	18.0	75.0	4.0	1.0
観光関連	4.5	22.7	63.6	9.1	0.0
企業活動関連	5.3	21.1	63.2	5.3	5.3
県民生活関連	0.0	15.3	83.1	1.7	0.0



<観光関連>

(%)

22	良い影響があった	どちらかといえば 良い影響があった	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響があった	悪い影響があった
平成23年7月	13.6	36.4	40.9	4.5	4.5
平成23年10月	22.7	45.5	27.3	4.5	0.0
平成24年 1月	13.6	45.5	36.4	4.5	0.0
平成24年4月	4.5	22.7	63.6	9.1	0.0
前期調査との差	▲ 9.1	▲ 22.8	27.2	4.6	0.0

<企業活動関連>

(%)

n= 19	良い影響があった	どちらかといえば 良い影響があった	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響があった	悪い影響があった
平成23年7月	15.8	36.8	47.4	0.0	0.0
平成23年10月	5.3	31.6	47.4	15.8	0.0
平成24年 1月	5.3	26.3	68.4	0.0	0.0
平成24年4月	5.3	21.1	63.2	5.3	5.3
前期調査との差	0.0	▲ 5.2	▲ 5.2	5.3	5.3

<県民生活関連>

(%)

n= 59	良い影響があった	どちらかといえば 良い影響があった	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響があった	悪い影響があった
平成23年7月	1.8	10.9	78.2	7.3	1.8
平成23年10月	0.0	18.6	76.3	3.4	1.7
平成24年 1月	0.0	20.7	77.6	1.7	0.0
平成24年4月	0.0	15.3	83.1	1.7	0.0
前期調査との差	0.0	▲ 5.4	5.5	0.0	0.0

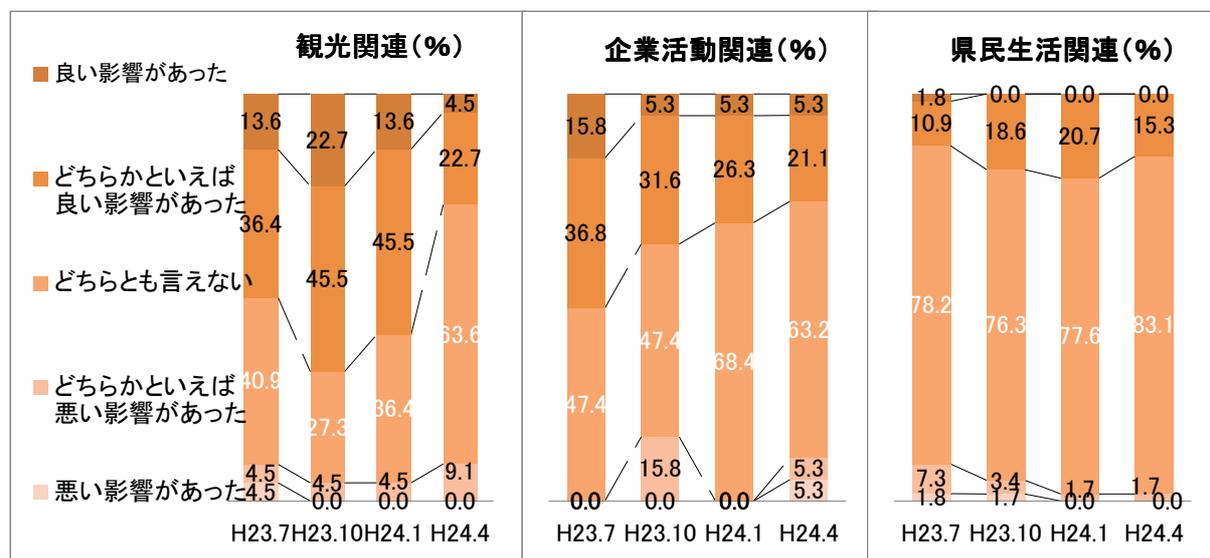


表3 新幹線全線開業がここ3カ月間の景気に与えた影響（地区別）

(%)

n= 100	良い影響があった	どちらかといえば 良い影響があった	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響があった	悪い影響があった
県全体	2.0	18.0	75.0	4.0	1.0
東 青	0.0	16.7	83.3	0.0	0.0
津 軽	3.3	30.0	66.7	0.0	0.0
県 南	3.3	13.3	66.7	13.3	3.3
下 北	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

表4 新幹線全線開業がここ3カ月間の景気に与えた影響（分野別）

(%)

n= 100	良い影響があった	どちらかといえば 良い影響があった	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響があった	悪い影響があった
合 計	2.0	18.0	75.0	4.0	1.0
家計関連	1.3	14.7	80.0	4.0	0.0
小売	0.0	10.0	90.0	0.0	0.0
飲食	0.0	25.0	66.7	8.3	0.0
サービス	3.7	18.5	70.4	7.4	0.0
住宅	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
企業関連	0.0	27.8	61.1	5.6	5.6
雇用関連	14.3	28.6	57.1	0.0	0.0

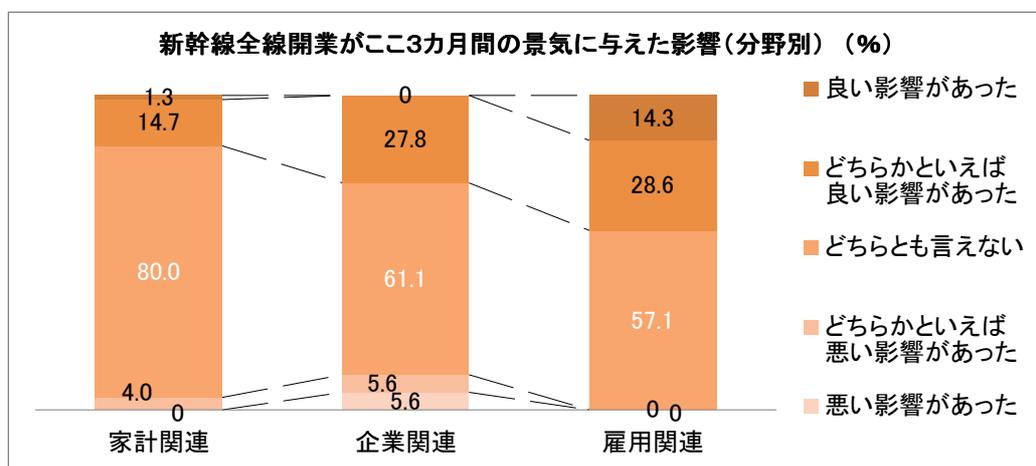
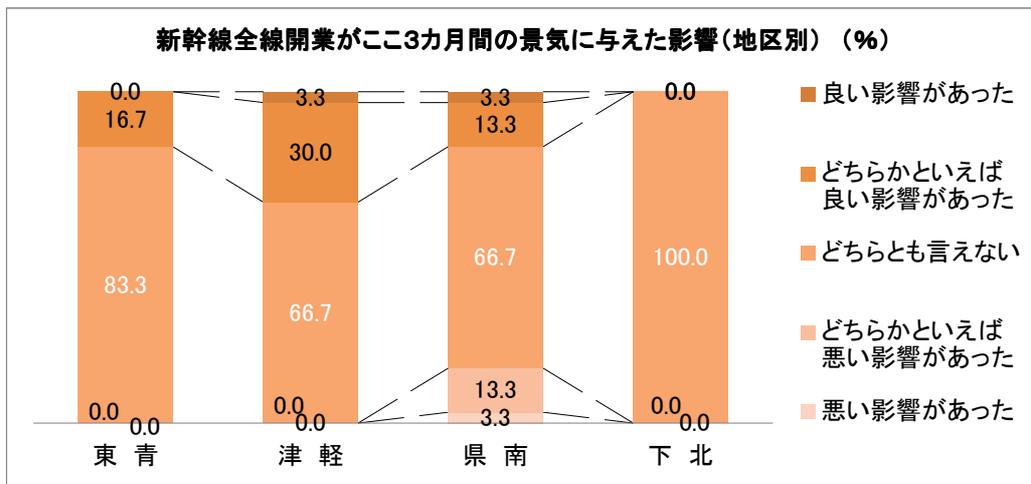


表5 新幹線全線開業が今後3カ月先の景気に与える影響

n= 100	(%)				
	良い影響がある	どちらかといえば 良い影響がある	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響がある	悪い影響がある
平成23年 7月	14.6	40.6	41.7	2.1	1.0
平成23年 10月	9.0	29.0	58.0	4.0	0.0
平成24年 1月	4.0	30.3	61.6	4.0	0.0
平成24年4月	5.0	43.0	48.0	3.0	1.0
前回調査との差	1.0	12.7	▲ 13.6	▲ 1.0	1.0

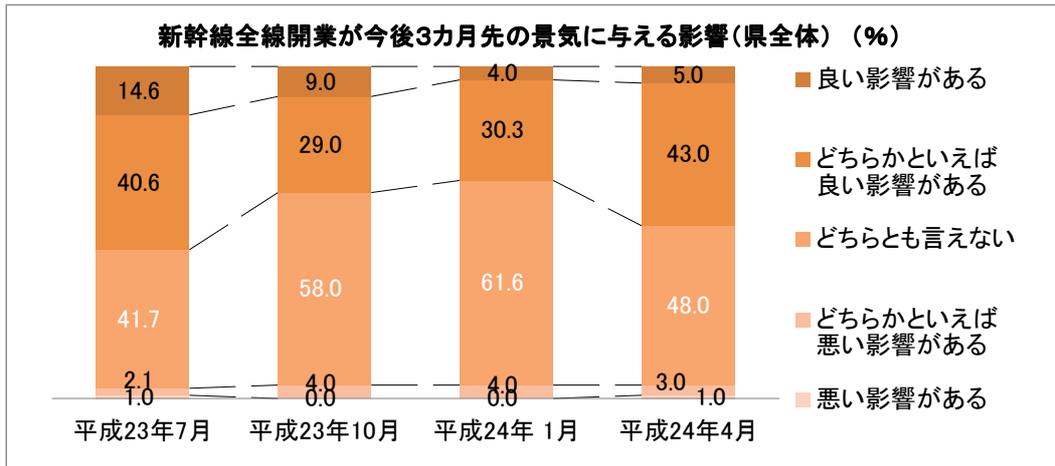
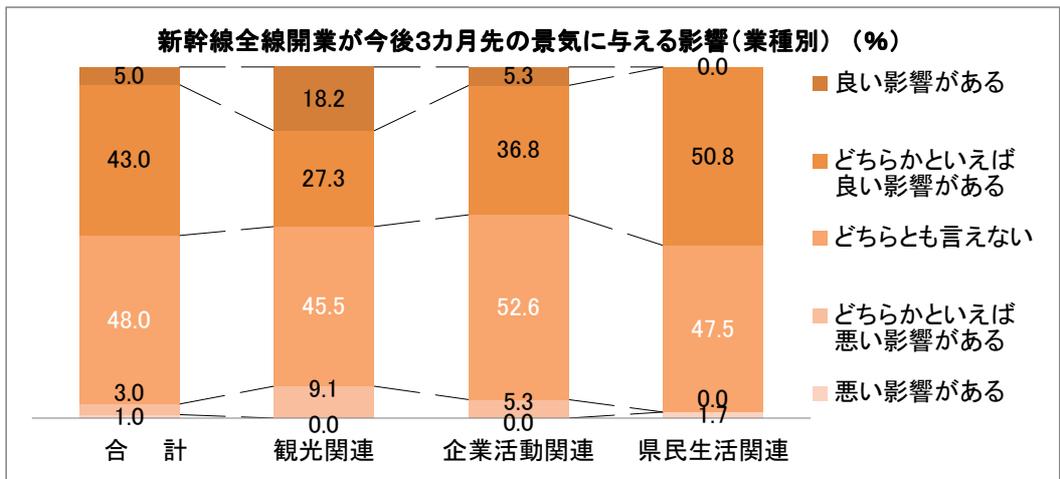


表6 新幹線全線開業が今後3カ月先の景気に与える影響(業種別)

n= 100	(%)				
	良い影響がある	どちらかといえば 良い影響がある	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響がある	悪い影響がある
合計	5.0	43.0	48.0	3.0	1.0
観光関連	18.2	27.3	45.5	9.1	0.0
企業活動関連	5.3	36.8	52.6	5.3	0.0
県民生活関連	0.0	50.8	47.5	0.0	1.7



<観光関連>

(%)

n= 22	良い影響がある	どちらかといえば 良い影響がある	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響がある	悪い影響がある
平成23年 7月	40.9	27.3	27.3	0.0	4.5
平成23年 10月	22.7	31.8	45.5	0.0	0.0
平成24年1月	4.5	40.9	54.5	0.0	0.0
平成24年4月	18.2	27.3	45.5	9.1	0.0
前期調査との差	13.7	▲ 13.6	▲ 9.0	9.1	0.0

<企業活動関連>

(%)

n= 19	良い影響がある	どちらかといえば 良い影響がある	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響がある	悪い影響がある
平成23年 7月	21.1	57.9	21.1	0.0	0.0
平成23年 10月	15.8	31.6	52.6	0.0	0.0
平成24年1月	15.8	21.1	52.6	10.5	0.0
平成24年4月	5.3	36.8	52.6	5.3	0.0
前期調査との差	▲ 10.5	15.7	0.0	▲ 5.2	0.0

<県民生活関連>

(%)

n= 59	良い影響がある	どちらかといえば 良い影響がある	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響がある	悪い影響がある
平成23年 7月	1.8	40.0	54.5	3.6	0.0
平成23年 10月	1.7	27.1	64.4	6.8	0.0
平成24年1月	0.0	29.3	67.2	3.4	0.0
平成24年4月	0.0	50.8	47.5	0.0	1.7
前期調査との差	0.0	21.5	▲ 19.7	▲ 3.4	1.7

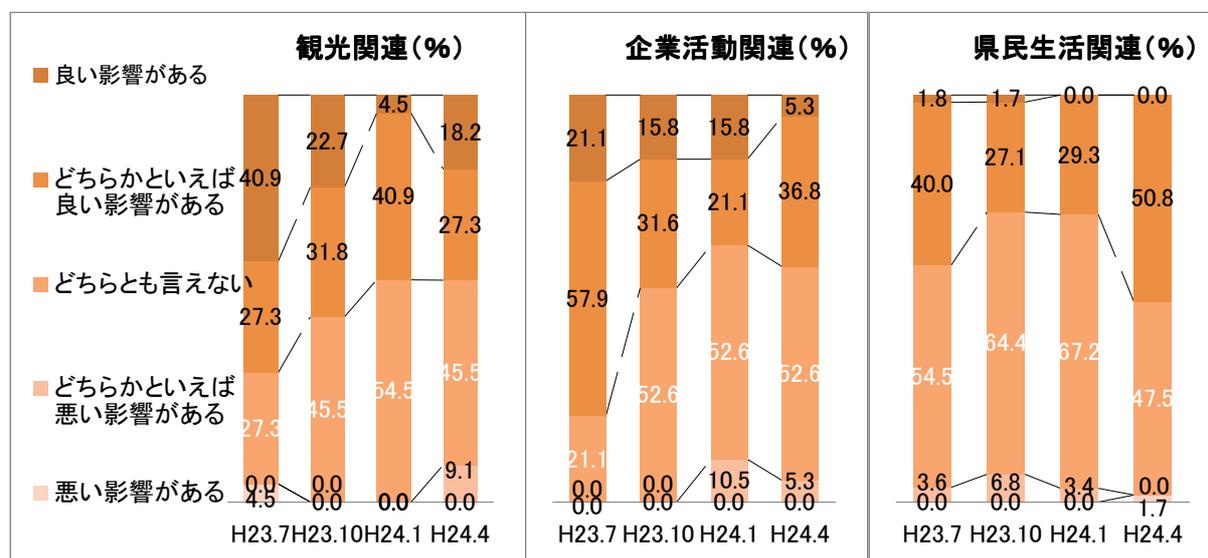


表7 新幹線全線開業が今後3カ月先の景気に与える影響（地区別）

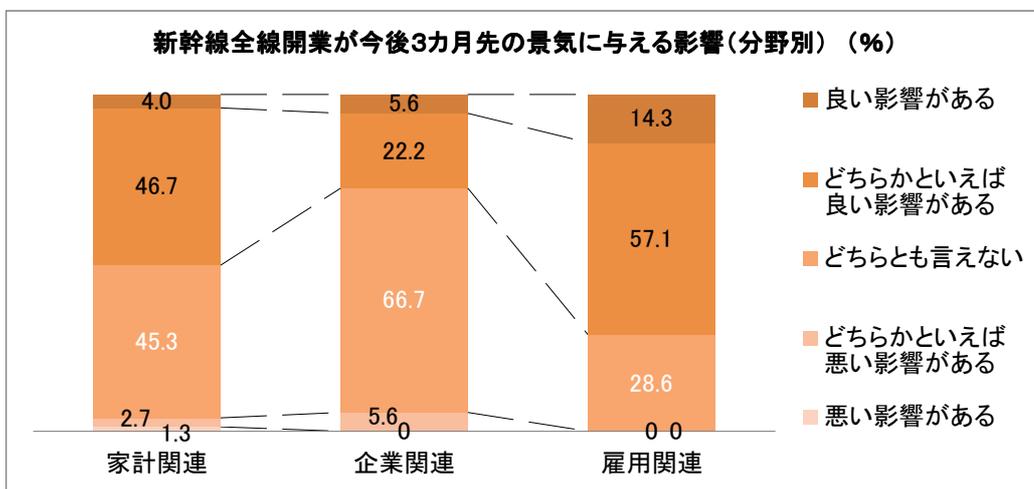
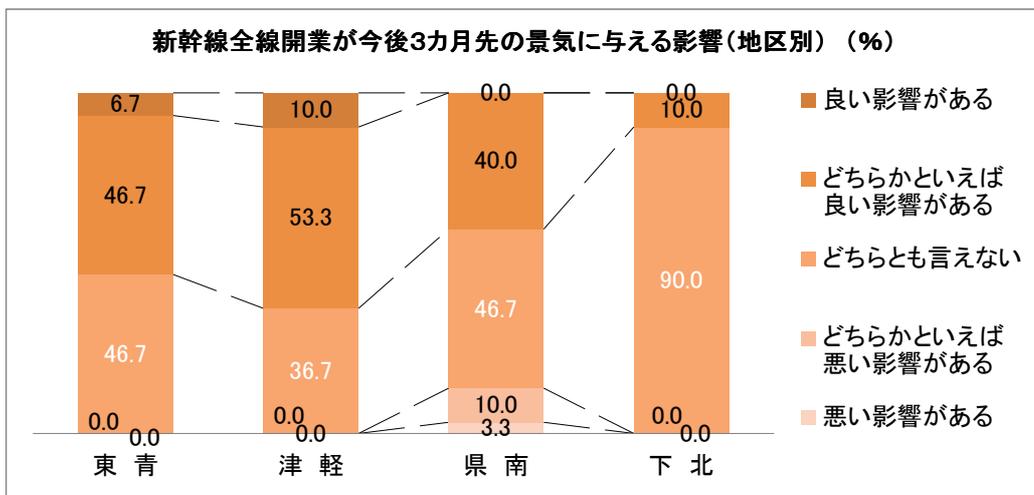
(%)

n= 100	良い影響がある	どちらかといえば 良い影響がある	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響がある	悪い影響がある
県全体	5.0	43.0	48.0	3.0	1.0
東 青	6.7	46.7	46.7	0.0	0.0
津 軽	10.0	53.3	36.7	0.0	0.0
県 南	0.0	40.0	46.7	10.0	3.3
下 北	0.0	10.0	90.0	0.0	0.0

表8 新幹線全線開業が今後3カ月先の景気に与える影響（分野別）

(%)

n= 100	良い影響がある	どちらかといえば 良い影響がある	どちらとも言えない	どちらかといえば 悪い影響がある	悪い影響がある
合 計	5.0	43.0	48.0	3.0	1.0
家計関連	4.0	46.7	45.3	2.7	1.3
小売	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
飲食	0.0	50.0	41.7	0.0	8.3
サービス	11.1	44.4	37.0	7.4	0.0
住宅	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0
企業関連	5.6	22.2	66.7	5.6	0.0
雇用関連	14.3	57.1	28.6	0.0	0.0



4. 新幹線全線開業によるここ3カ月間の景気への影響の判断理由

現状	分野	地区	業種	理由	
どちらかといえば良い影響があった	観光	東青	食料品製造	弊社の出張時の移動手段も航空機と新幹線の割合が10対0から7対3程度になりました。	
			津軽	都市型ホテル	旅行客の増加。
		県南	食料品製造	震災前のように、県外からの来客、社内からの出張、出来る状態に戻った。	
			飲料品製造	見学に来る個人のお客さんが増加。	
	企業活動	津軽	広告・デザイン	仙台地区及び関東地区への営業が積極的に出来るようになり、人々の移動があるのは経済にも良い結果となっているはず。	
			新聞社求人広告	冬場でも弘前公園周辺で個人カップルの観光客を見かけた。	
		県南	新聞社求人広告	アクセスが良くなり、人の流れが出てきた。	
	県民生活	東青	一般飲食店	何ととっても交通の利便性が良くなるということは、人が動くということなので、県外から人が来やすくなっていることは確かだと思います。ただ、爆発的とはいえないと思います。一部の施設に人が入っていることは聞きますが、入っていないことの方が多いのも事実。	
			レストラン	まだまだ少ないですが、新幹線で来た県外のお客様が来るようになりました。	
			競輪場	個人的に仕事面(出張)等で良いと思っている。	
		津軽	百貨店	観光シーズンには、土産物コーナーを中心に恩恵を得られた。ただ、平常日は目にみえて分かる影響はない。	
			衣料専門店	観光客が弘前方面に案外流れている。	
			美容院	帰省する方の回数が増えた。	
		県南	レストラン	新幹線の一部開業と全線開業では心理的にも安心したし、東北の交通網なので安心しました。	
		どちらとも言えない	観光	東青	観光型ホテル・旅館
都市型ホテル					冬期間の落ち込みも例年と変わらず、新幹線の影響の判断が難しい。
観光名所等	あまり人数の変化を感じられなかった。				
旅行代理店	オフシーズンのため、特別な変化は見受けられませんでした。				
タクシー	冬期間ということで、特に新幹線の影響を受けたという話は聞きませんでした。				
津軽	観光型ホテル・旅館		県外からの観光客が少ない。昨年はJRの「大人の休日」で大勢のお客様が宿泊した。		
	食料品製造		冬が長かったせいでやっと始動してきたようだ。		

現状	分野	地区	業種	理由
どちらとも言えない	観光	県南	旅行代理店	イン・アウトとも特に際立った人の動きは見られないと感じており、良い影響があったと判断できるほどではない。
		下北	タクシー	むつ・下北方面は、新幹線の開業はほとんど影響がないです。
			食料品製造	やはり、開業から1年以上ということで、昨年震災前までの好影響はない。
	企業活動	東青	建設	出張には便利になりました。
			経営コンサルタント	観光客の増加はキャンペーン中に止まっている。目立って増加したとは思えない。
			広告・デザイン	特筆すべき変化がみられない。
			人材派遣	冬で今年は雪の影響からか大きな動きはみられなかった。
		津軽	電気機械製造	原発の影響で観光客が増えていないと聞くため。
			経営コンサルタント	今年の冬は、大雪のため新幹線は新青森まで来るが、それから先の交通機関が乱れたため、観光面では開業前と変わらないのではないかと。
			人材派遣	この冬は、例年より降雪が記録的に多く、東北新幹線を利用した移動が少なかったのではないかと。
		県南	紙・パルプ製造	全線開業による影響はもう出尽くしているのでは。
			経営コンサルタント	全県的には大きな影響がないように思う。観光などには良い影響があったと思うが、消費にはつながらない。
	広告・デザイン		別段影響なし。但し、GW等の大型連休には好影響だとは思っている。	
	県民生活	東青	百貨店	天候厳しく観光客来店少ない。
			スーパー	特に大きな変化を感じない。
			衣料専門店	新幹線全線開業から、売上への影響はあまり感じられない。しかし、中央から当地への支社、支店の統廃合で、顧客の流出が気になる。
			商店街	県や市町村でも新幹線開業対策の部署が解散しており、既に影響がないのではないかと。
			卸売業	現状あまり変化がみられない。
			スナック	全く話題になりません。景気が良くなっているかどうかはわかりませんが、観光客はどうなのでしょう？ビジネスでは、利用客が増えていると思います。
			美容院	青森全体で見れば、少なからず良い影響はあるが、市民レベルではあまり実感がうすい。
住宅建設販売			住宅業界に関しては、特に影響がないため。	
乗用車販売			特に自動車業界としては影響を感じない。また、観光客が増加したようにも感じられない。	

現状	分野	地区	業種	理由	
どちらとも言えない	県民生活	津軽	一般小売店	寒さが続き、観光客は目立たなかった。当店にはもともと旅行者は関係ないが、商店街の中の飲食店なども旅行者は目立っていなかった。	
			商店街	市の集客イベントもさほど無いため、観光客の入りは少ない状況にある。	
			スナック	新幹線の開業は全く影響がない。	
			ガソリンスタンド	青森まで便利になったと思いますが、冬期間はシーズンオフ、これからの期待します。	
			設計事務所	弘前地方は乗継が悪い。奥羽線が雪の影響で不通になった回数が多すぎる。	
			住宅建設販売	業界によっては良い影響、悪い影響があると思うが、一般住宅を主とした会社にはあまり影響がないと思う。	
		県南	コンビニ	新幹線に乗って来たという方に会ったことがない。	
			百貨店	正月や春彼岸等の時期においては、来客数が増えている点では新幹線効果と見ることができるが、普段の日については、お土産等に大きな変化は見られないため、新幹線効果を判断することは出来ない。	
			スーパー	特に変化なし。	
			衣料専門店	新幹線の話ができません。影響がないと思います。	
			家電量販店	八戸は新幹線の影響はないです。	
			卸売業	八戸は通過駅感が強くなった。景気云々には影響はない。	
			一般飲食店	新幹線については、一喜一憂することがなくなったように感じられる。	
			美容院	来客や街の雰囲気から新幹線の影響を感じない。	
			ガソリンスタンド	冬の時期ということもあり、観光客らしき人々も見かけない。	
			設計事務所	あまり関係なかった。	
			下北	コンビニ	新幹線の影響は最初からないため。
				一般小売店	今冬は、むつへ泊まる観光客は少なく、悪い影響は無かったように思うが、良い影響があったとも思えません。ただ、出張等には通常ダイヤはありがたいです。
				一般飲食店	震災前も新幹線はこちらのほう(店)には関係ないような気がします。相変わらず不景気ですので。
				レストラン	今年、天候が悪かったため。
ガソリンスタンド	特に観光客が増えたようには思わない。				
どちらかといえば悪い影響があった	観光	県南	タクシー	乗降客が非常に少ない。家族や企業の車での送迎が多く、タクシーは使ってくれない。	

現状	分野	地区	業種	理由
どちらかといえば 悪い影響があった	観光	県南	観光型ホテル・旅館	最寄駅が八戸駅のため。
	企業活動	県南	建設	民間の鉄道事業者が新幹線七戸十和田駅の開業により、廃業となった。
	県民生活	県南	スナック	今後もあまり期待できない。
悪い影響があった	企業活動	県南	電気機械製造	民間の鉄道事業者の事業廃止で地域が弱体化していくと感じる。これから高齢者が増え、自分で運転して車に乗ることができない人が増えていこうとしているのに、風雪や渋滞に強い鉄道がなくなるのは痛いことです。また、先日来客が何組か来たが、「八戸からの利用交通機関がよくわからない」と八戸からレンタカーやタクシーで来られました。以前は三沢駅まで、必ずJRに乗ってきたのですが。

5. 新幹線開業による3か月先の景気への影響の判断理由

現状	分野	地区	業種	理由
良い影響がある	観光	東青	タクシー	これから、イベントや観光客などで新幹線の利用客が増えるので、来県者も多くなり、そのために良い影響が必ずあると思います。
			食料品製造	当然、新幹線全線開通は航空機より安全で確実性が高く移動手段としての利用も高まり、県内経済に大いに寄与すると思います。ただし、駅及び駅周辺環境や乗り継ぎ列車の時間について、不評意見が大半だと思っています。(県の責任ではありませんが)
		津軽	都市型ホテル	弘前は観光都市なので、アクセスの改善は即メリットである。
			旅行代理店	弘前のさくらまつり等のイベントへの予約が、前々年よりも増えている。
	企業活動	津軽	新聞社求人広告	春の観光本番で威力を発揮するはず。例年並み、それ以上に宿泊客と予約客があるようだ。
どちらかといえば良い影響がある	観光	東青	観光型ホテル・旅館	旅行などで本県を訪れる数が増えると思われます。
			観光名所等	観光シーズンなので、新幹線を利用して青森へ来てくれると思う。
			旅行代理店	東京スカイツリーの開業を待って、新幹線を利用してみたいという個人、団体が多いため、期待しているところです。
		県南	飲料品製造	観光客の足は次第に伸びてきているようなので、これまで以上に期待できると思う。
	企業活動	東青	人材派遣	昨年、震災で見送られた事業等の見直し、再推進等も検討されている企業があると聞かため。
			津軽	経営コンサルタント
		津軽	広告・デザイン	少なからず良い影響があるとは思いますが、根本となる経済が冷えている現状では絶対的に利用、移動しなければならない人に限られ、景気へ良い影響を与えるという程の事はない。
			人材派遣	3.11の大震災後の自粛ムードが急速に回復すると共に、福島原発事故が北東北に与える放射能の影響がほとんどないとの認識が深まり、東北新幹線を利用した観光等に良い影響を与えると思う。
		県南	新聞社求人広告	それなりのイベントがあれば動きは出てくる。
	県民生活	東青	百貨店	観光客増を見込んだ地域のイベントの対策がある。
			スーパー	今年は帰省が増えると予想している。
			卸売業	昨年は震災のため、旅行を控えておりましたが、今年はGWも休み並びもよく、桜もちょうどGWが見ごろとなる為、人出が多いと思われる。

現状	分野	地区	業種	理由
どちらかといえば 良い影響がある	県民 生活	東青	一般飲食店	昨年、震災の影響がとても大きかったのですが、今年は少しそれもなくっているの、昨年よりはよいと思います。ただ、まだまだ観光を気軽に楽しめない気持ちもあるのも確かです。仙台などには、復興のために人が多く行って、活気があると聞きます。青函博の時のような、やはり県を挙げての企画イベントが必要なのかと。
			レストラン	少しですが期待しています。
			スナック	お花見時期に期待しておりますが、飲食業は如何なものか。だが、弘前は賑わうでしょう。
			競輪場	先々不安もある。北海道まで開通した場合、青森は通過駅になるのを恐れている。
			設計事務所	良い結果が出るような仕掛けがあれば。
		津軽	百貨店	弘前さくらまつりのシーズンを迎え、多数の観光客が来店されることが期待できる。
			衣料専門店	弘前の桜、ねふた、紅葉があり、有望。
			一般小売店	暖かくなってきて、観光客が増えれば飲食やおみやげ関連の景気が良くなり、それが回って市内の景気が良くなって欲しいと思う。
			商店街	今後、当地域の最大のイベントである「さくらまつり」の開催に伴い、新幹線を利用した観光客の増加が大いに期待できる。
			一般飲食店	GWには人出が期待できる。白神山地などにも来る人が増えるのではないかと。
			レストラン	春から夏にかけてのイベントに新幹線効果を期待。
			美容院	さくらまつりとねふたがあります。
			パチンコ	これから、イベントや観光客などで新幹線の利用客が増えるので、来県者も多くなり、そのために良い影響が必ずあると思います。夏のねふた祭まで、全国からお客様が来県されます。新幹線は重要な移動手段です。
		県南	コンビニ	GW、夏祭等県外からの方々に来て頂きたい。
			スーパー	行楽需要が増えると思われる。
			乗用車販売	震災の影響で旅行客が激減していたが、全国的に東北復興を応援しようという機運が高まっている。観光客が増えると思う。
			一般小売店	「東北へ行こう」等のキャンペーンがマスコミ等で頻繁に出るので、いつもより観光客は増えると思う。
			レストラン	景気は良くなって欲しいのはみなさん同じだと思う。新幹線で、旅行に行ったり出来る程の余裕が出来るようがんばりたいものです。
			美容院	花見や東北応援の動きにより、今よりは活発化しそうな気がする。各市町村の取組イベントにも期待したい。
パチンコ	花見シーズンとゴールデンウィーク・新緑のシーズン（十和田湖）で観光客が来青すると思うから。			
ガソリンスタンド	行楽シーズンになると、中央より人が来県すると思う。			

現状	分野	地区	業種	理由
どちらとも言えない	観光	東青	都市型ホテル	新幹線効果もある程度落ち着いたように見える。
		津軽	食料品製造	はやぶさの午前発が増えればいいと思う。
		県南	旅行代理店	これから旅行シーズンに入ること、東京の新たな観光名所としての期待が高まるゲートブリッジ開通やスカイツリーの開業を控えており、利用者は増えるのではないか。
			食料品製造	震災前のように、県外からの来客、社内からの出張、出来る状況が続くと思うから。
		下北	タクシー	むつ・下北方面は、新幹線の開業はほとんど影響がないです。
			食料品製造	同じ新幹線でも、九州方面、そして何ととっても今年はスカイツリーなのでは。東北、青森は震災、そして原発事故による心理的悪影響が大きい。
	企業活動	東青	建設	新幹線は「交通手段」ですから、それをどのように使うかが問題だと考えます。「新幹線が何かをしてくれる」ことはありません。新幹線をどう使うかです。
			経営コンサルタント	震災によるイメージ低下は今後も続くものと思われる。
			広告・デザイン	全線開業に伴っての起爆剤的な新しい材料が見当たらない。
		津軽	電気機械製造	観光業には影響があると思うが、産業全体には新幹線の効果はあまり見込めないと思う。
		県南	紙・パルプ製造	首都圏の旅行者が東北に旅行しようと計画しても、予算や時間の制約で青森は不利。官民一体となった企画やPRがないと全線開業の効果も出てこないのでは。
			経営コンサルタント	新幹線効果が見込まれない。
	広告・デザイン		大型連休等のみ好影響があると思う。	
	県民生活	東青	衣料専門店	3ヶ月の期間で極端に売上に影響があるとは思えないが、景気が上向くと人の移動も多くなる。支社・支店の統廃合により青森から中央に向かう出張増でのストロー現象が心配。
			商店街	ストロー効果によるマイナスの影響を懸念していたが、思ったよりも軽微だった。
			美容院	仕事柄、観光客が増えても、良い影響はないのですが、夏に向けては、明るい材料ではあると思います。
			住宅建設販売	もう少し新幹線駅周辺の大型施設誘致などがあってもいいのでは。街全体をもっと盛り上げて欲しい。
		津軽	コンビニ	さくらまつりなどに期待はしたい。
乗用車販売			弘前市は桜の開花の遅れなど観光には大きな影響がありそうだ。	
スナック			今までも変化がないので、これからも変わらないと思う。	
ガソリンスタンド			ゴールデンウィークは期待できないが、高速道路の無料化が終了したので、新幹線には好影響があるかもしれない。	
津軽		設計事務所	建築関係には全線開業により何の影響もない。むしろ、セールス関係の滞在する時間が短くなった。	
どちらとも言えない		県民生活		

現状	分野	地区	業種	理由
		県南	百貨店	春から夏に向けて、行楽やアウトドア対応が増えて来ますが、地域的に観光客を呼ぶ環境に乏しい為、景気への影響は少ないと考える。
			衣料専門店	特に接客をしていて話題にのぼりませんし、これからも影響があると思えません。
			家電量販店	八戸は新幹線の影響はないです。
			卸売業	観光拠点となる企画・イベントが必要。
			一般飲食店	新幹線について、何か新しい事柄がない限り現状維持では。
			設計事務所	震災の影響なのか、観光客は十和田湖にはあまり来なかった。営業関係では、ストロー現象が起こりつつある。
		下北	コンビニ	新幹線の影響は最初からないため。
			一般小売店	夏に向けて、観光客が増えることを期待します。
			一般飲食店	相変わらずひま続きです。理由が分かれば私の方でも有難いです。
			ガソリンスタンド	大湊線からの新幹線への接続が良くならない限り、下北はメリットを感じないため。
どちらかといえば悪い影響がある	観光	県南	タクシー	通過駅の悲しさか、観光客もあまり期待できないだろう。
			観光型ホテル・旅館	最寄駅が八戸駅のため。
	企業活動	県南	電気機械製造	人の動きは即、経済の動き。企業立地にも、不利に動くでしょう。せめて、直通切符や三沢でJRと同様に切符を発券できる体制が必要。
悪い影響がある	県民生活	県南	スナック	なかなか波に乗れない。