

第2部 コロナ禍における本県経済と人口の動向について

はじめに

令和2年(2020年)に世界全体に感染拡大した新型コロナウイルス感染症(COVID-19、以下「新型コロナ」という。)は、デルタ株やオミクロン株などの変異株、さらには変異株の派生型などの相次ぐ出現により、感染拡大から3年が経過した令和5年(2023年)2月時点においても収束の見通しは未だ立っていません。

そのような中、令和3年(2021年)からの欧米を中心とした世界同時的な経済回復に伴う需要の高まりによって生じたエネルギー価格や食料品価格などの世界的な物価の上昇は、令和4年(2022年)2月に始まったロシアによるウクライナ侵攻をきっかけに加速し、さらには、米国との金利差による記録的な円安の影響も相まって、本県はもとより国内外の経済は様々な影響を受けました。新型コロナと同様にウクライナ情勢の先行きも未だ不透明で、世界的な景気の後退が懸念される中、我が国では令和5年(2023年)においても様々な商品の値上げが予定されるなど、物価の先行きも見通せない状況となっています。

また、新型コロナの感染拡大期はまん延防止策として、不要不急の外出自粛や県外との往来自粛などの要請等が行われ、人流の抑制や人同士の接触機会の低減等を図るため、観光関連産業や飲食業、サービス業を始めとした経済に対する影響が生じただけでなく、テレワークやオンライン授業、オンライン会議の定着、キャッシュレスを始めとした非接触サービスの進展など我々の生活行動様式に大きな変容をもたらしました。その後、ワクチン接種の進展などから、令和4年(2022年)は新型コロナの感染防止対策と社会経済活動の両立を進めるために様々な制約が緩和されていき、新型コロナとの共存が図られつつあります。

以上を踏まえ、第2部では、「コロナ禍における本県経済と人口の動向について」と題して、令和4年(2022年)までの新型コロナの感染状況と、景況感からみた県内経済への影響、ロシアによるウクライナ侵攻や円安により加速した物価の高騰が本県経済に与えた影響を考察していきます。

さらには、コロナ禍が本県の人口動態に与えた影響を、自然動態と社会動態の2つの側面から捉え、出生率の向上と若年者の県内定着、還流の促進について考察していきます。

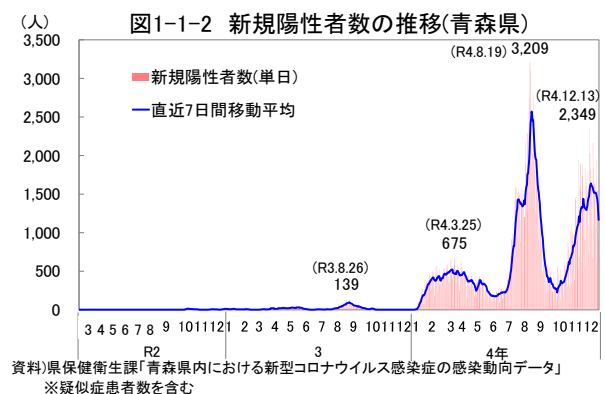
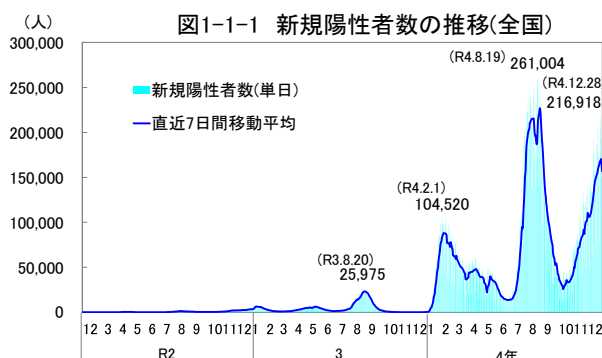
また、統計データを利活用できる人財を育成するため、県が産学官金連携で実施した「統計データ利活用人財育成のための共同研究」において、令和4年度(2022年度)の研究テーマとした「コロナ禍における本県の農林水産業の動向」について、考察した内容を紹介します。

第1章では、新型コロナの国内の感染状況の推移と、県が県内各事業者を対象に令和2年(2020年)4月から令和4年(2022年)4月まで実施した「青森県景気ウォッチャー調査」の特別調査の結果を基に、景況感からみた県内経済への影響についてみていきます。

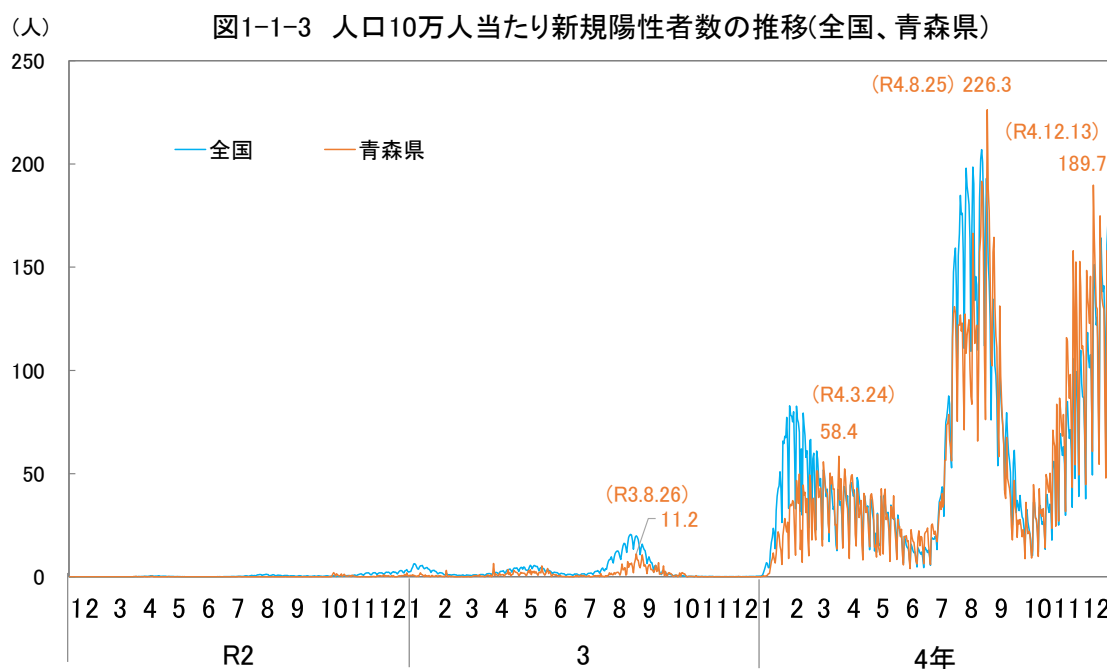
第1節 感染拡大の状況

はじめに、国内の新規陽性者数の推移をみると、令和4年(2022年)末時点での新規陽性者数の累計は2,921万2,535人、死亡者数は5万7,266人となっています。この間の新規陽性者数の推移をみると、令和2年(2020年)4月から5月にかけて全国的に増加し、令和3年(2021年)には感染力の強いデルタ株が猛威を振るい、8月をピークとしてこれまでにないスピードで感染拡大が続きしました。さらに令和4年(2022年)に入ってから、デルタ株よりも更に感染力の強いオミクロン株を中心に感染が急拡大し、同年2月にピークに達し、その後減少傾向に転じましたが、ワクチン効果の減少と免疫をすり抜ける性質を持つとされる同株の派生型「BA・5」への置き換わり等により、7月に入ってから一転して、これまでのスピードをはるかに上回る勢いで感染が急拡大しました。(図1-1-1)

本県の新規陽性者数の推移をみると、令和2年(2020年)3月に初めての陽性者が確認されて以降、しばらくの間は散発的に感染が確認される程度でしたが、同年10月以降は、県内各所で複数のクラスターが発生するなど新規陽性者数は断続的に増加しました。令和4年(2022年)は、全国と同様にオミクロン株による感染が急拡大し、保育施設、学校、医療機関、高齢者施設などを中心にクラスターの発生が相次ぎ、8月に新規陽性者数は最多となりました。令和4年(2022年)12月末時点での累計の新規陽性者数は25万7,720人、死亡者数は538人となっています。(図1-1-2)



次に、全国と本県の、人口10万人当たりの新規陽性者数を比較すると、全国、本県ともに令和3年(2021年)までは人口10万人当たりの新規陽性者数が50人を下回り、本県は、ほぼ全期間にわたり全国水準を下回っていました。しかし、令和4年(2022年)1月以降、全国で50人を上回る状況が続き、本県も3月以降6月までは全国水準を上回る状況が多くなりました。さらに、同年7月以降は急激に増加し、本県は8月25日に全国水準を上回る226.3人となりました。(図1-1-3)



資料)厚生労働省「データからわかる-新型コロナウイルス感染症情報-」
 ※青森県分の数値は、R4.9.26までの疑似症患者数を含まない

令和2年(2020年)4月には感染拡大に歯止めをかけるため、不要不急の外出や都道府県をまたぐ移動の自粛、事業者への休業などの要請等を行う緊急事態措置が本県を含む全都道府県で講じられました。その後も、感染状況に応じて緊急事態措置や、まん延防止等重点措置などが講じられたほか、各自治体でそれぞれ独自の感染防止対策が実施されました。

本県においても、令和3年(2021年)は9月1日から30日まで県が独自に県内全域で実施した「青森県新型コロナウイルス感染症緊急対策パッケージ」において、①県外との不要不急の往来自粛、②県有施設等の原則休館・使用中止、③不特定あるいは多数の県民等が集まる県主催イベント等の原則中止・延期、④県立学校の学校行事等の原則中止・延期や部活動の禁止などの措置が講じられたほか、八戸市では市内の飲食店に対する営業時間短縮の協力要請などが行われました。

令和4年(2022年)に入ると、オミクロン株による感染拡大に伴い、まん延防止等重点措置の適用地域が全国的に拡大(同年1月27日時点で本県を含む34都道府県に拡大)し、本県においても、新規陽性者数が急増した弘前市に対して、同年1月27日から3月21日までまん延防止等重点措置を実施することとされました。このほか、同年1月20日から4月10日まで、県独自の対策として県有施設を休館するなど、「オミクロン株による新規感染者増に対する対策の強化」が県内全域で実施されました。

その後もオミクロン株による感染拡大が続いたものの、国において、オミクロン株の特性を踏まえた療養の考え方を見直し、重症化リスクの高い患者への適切な医療提供の確保のため、令和4年(2022年)9月26日に新型コロナウイルス感染者の全数届出の見直しを図り、発生届が必要な対象者を高齢者等重症化リスクの高い人に限定しました。これを踏まえ、本県においては9月27日からクラスターの公表を取りやめ、みなし陽性の疑似症患者も感染者に含めて公表しています。

さらには、国が同年 11 月にオミクロン株に対応したレベル分類の考え方を提示したことを踏まえ、本県においても 12 月に国の見直し内容に基づき「オミクロン株対応の新レベル分類」に運用を見直しました。また、新たなレベル分類での運用後、感染者数の減少に伴って、令和 5 年(2023 年)2 月 9 日に 4 段階のうち最も低いレベル 1(感染小康期)に引き下げられました。(表 1-1)

表 1-1

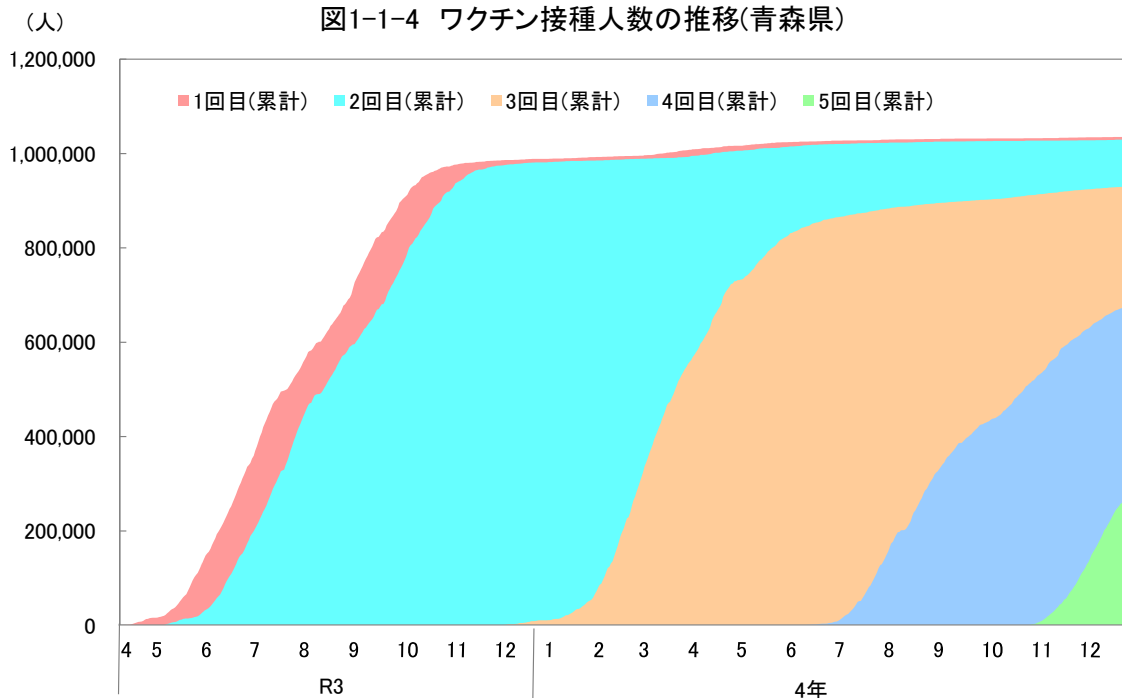
見直し前(令和4年(2022年)4月6日～12月1日)		見直し後(令和4年(2022年)12月2日～)	
区分	レベル移行の指標	区分	レベル移行の事象と指標
レベル0～4	<ul style="list-style-type: none"> ・1週間あたりの新規陽性者数 ・1週間あたりの新規陽性者数前週比 ・1週間あたりの新規陽性者に占める70代以上の割合 ・療養者数 ・病床使用率(全体) ・病床使用率(重症) ・自宅療養者数と療養等調整中の者の合計 	レベル1～4	(事象) <ul style="list-style-type: none"> ・保健医療の負荷の状況 ・社会経済活動の状況 ・感染状況 (指標の目安) <ul style="list-style-type: none"> ・確保病床使用率 ・重症病床使用率

この間、新型コロナに対するワクチン接種の動きも世界的に広まり、国内においては令和 3 年(2021 年)2 月に米ファイザー社のワクチンが初めて薬事承認されたことを受けて、接種が本格化しました。

本県のワクチン接種人数の推移をみると、1 回目、2 回目は高い水準で推移したものの接種回数を重ねるにつれ、接種人数が少なくなる傾向がみられます。令和 4 年(2022 年)10 月にはオミクロン株「BA・1」に対応した 2 価ワクチンの接種が本県においても開始されましたが、ワクチン接種の後遺症や副反応を懸念する風潮などにより、4 回目ワクチンの接種率は過去 3 回と比較すると低い水準にとどまっています。(図 1-1-4)

令和 5 年(2023 年)1 月 12 日時点における本県のワクチン接種率(ワクチン接種回数の人口に占める割合)は、1 回目接種が 86.9%(全国 81.41%)、2 回目が 85.89%(全国 80.37%)、3 回目が 74.87%(全国 67.79%)、4 回目が 54.42%(全国 44.21%)となっており、いずれも全国を上回っています。

図 1-1-4 ワクチン接種人数の推移(青森県)



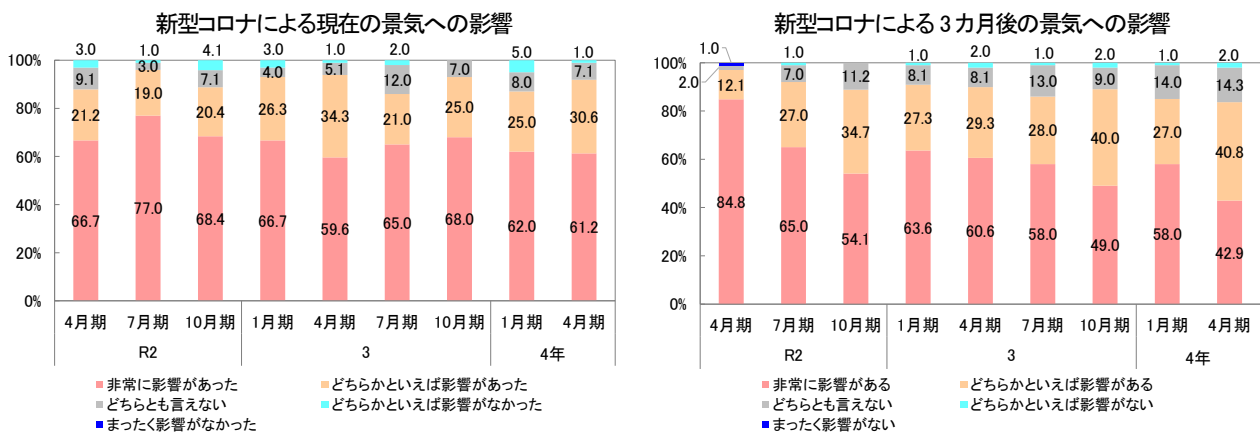
資料)政府CIOポータル「新型コロナワクチンの接種状況」

以上のように、新型コロナは相次ぐ変異株とその派生型の出現により、感染拡大と収縮の期間を繰り返し、令和5年(2023年)に入ると、国内の累計陽性者数は延べ3千万人を超え、発生してから約3年で人口の4分の1近くが感染した計算となったほか、1月時点で死亡者数が最多を更新するなど、未だに収束する兆しはみえません。その一方で、新型コロナとの共存に向けた移行策が着々と進められ、国は令和2年(2020年)に実施された「Go To トラベル」に代わり令和4年(2022年)10月11日から全国旅行支援を開始するとともに、同日から入国時の水際対策を大幅緩和するなど新型コロナ対策と経済活動との両立が少しずつ進んでいます。

第2節 景況感からみた県内経済への影響

県では、新型コロナが県内の景気に及ぼす影響を探るため、県内各分野の事業者100名を対象として実施している「青森県景気ウォッチャー調査」の特別調査を、令和2年(2020年)4月から令和4年(2022年)4月にかけて計9回実施しました。各調査期における新型コロナによる現在の景気への影響について聞いたところ、すべての調査期において「非常に影響があった」「どちらかといえば影響があった」との回答が合わせて85%以上となりました。また、3カ月後の景気への影響についても、すべての調査期において「非常に影響がある」「どちらかといえば影響がある」との回答が合わせて83%以上となり、現状、先行きともに新型コロナの影響を大きく受けたことがわかります。(図1-2-1)

図1-2-1 青森県景気ウォッチャー調査特別調査の結果



資料) 県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査特別調査」

では、具体的にどういった分野でどんな影響を受けたのか、また、本県が受けた影響を全国と比べてときに何が見えてくるのかなど、調査結果をより詳細に検証するため、本項では回答のうち自由記述していただいた現状判断及び先行き判断の理由(以下「現状判断コメント」「先行き判断コメント」という。)に着目した分析を行うこととしました。手法としては、テキストマイニング(ソフトウェア:「KH-coder 3」)を用いており、コメントの中でどのような語がよく使われていたのか、語と語の関連性はどうなっていたのかなどについて、時期的な特徴も合わせて分析しています。

なお、語の抽出に当たっては、語と語の結びつきをより正確にみるため、回答の前提となっている「コロナ」「影響」「青森」などの語を取り除いて処理しています。

(1) 現状判断コメントについて

① 全調査期間の分析

まず、全調査期間を通して、現状判断コメントにどのような語がよく使われていたのかをみてみます。

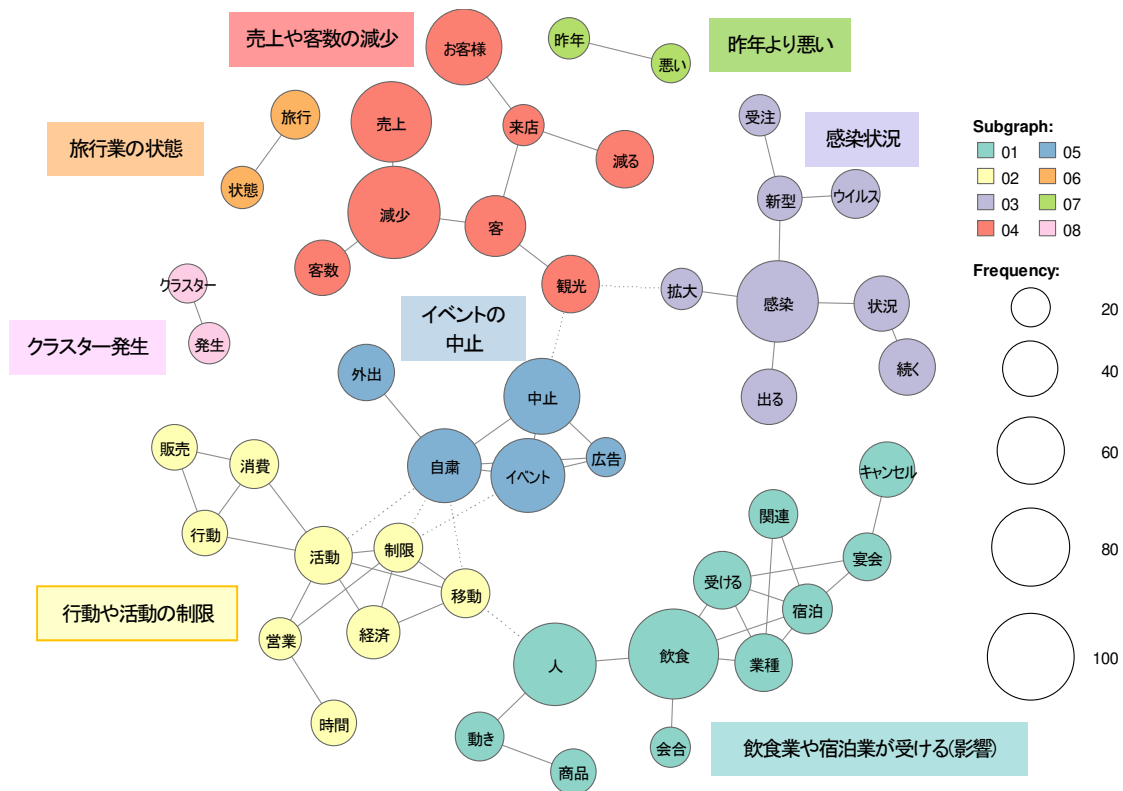
最も多く使われたのは「減少」、次いで「飲食」「人」などとなっています。また、よく一緒に使われている(共起)語を結びつけた「共起ネットワーク」の結果をみると、「減少」は「売上」や「客数」、「飲食」は「人」や「受ける」などと結びつきが強く、語の結びつきによって8つのグループが形成されています。それぞれのまとまりの内容をみると、売上や客数の減少、飲食業や宿泊業が受ける影響などといった話題を読み取ることができ、これらに関するコメントが特に多かったことがわかります。(表1-2-1、図1-2-2)

表 1-2-1 現状判断コメントの単語出現頻度(上位 100 語)

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
減少	113	経済	38	昨年	23	入る	18
飲食	106	特に	34	大幅	23	防止	18
人	89	宿泊	33	発生	23	企業	17
感染	88	増える	33	来店	23	景気	17
売上	85	ウイルス	32	受注	22	今後	17
お客様	76	関連	32	店	22	以降	16
中止	76	需要	32	会合	21	県外	16
イベント	72	動き	32	関係	21	取引	16
自粛	71	旅行	32	対策	21	大変	16
大きい	58	移動	31	利用	21	伴う	16
多い	55	消費	31	クラスター	20	予約	16
客	48	制限	31	悪い	20	落ち込む	16
仕事	48	宴会	30	広告	20	外食	15
観光	44	行動	28	非常	20	傾向	15
業種	44	時間	28	ホテル	19	施設	15
減る	44	販売	28	出張	19	集客	15
受ける	44	激減	27	出来る	19	縮小	15
少ない	44	商品	27	生活	19	団体	15
活動	43	新型	26	動く	19	無い	15
外出	42	休業	25	会社	18	業界	14
続く	42	前年	25	回復	18	業務	14
客数	41	変化	25	緊急事態宣言	18	控える	14
キャンセル	40	営業	24	厳しい	18	高騰	14
出る	40	状態	24	考える	18	建築	13
状況	40	拡大	23	増加	18	県内	13

資料) 県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査特別調査」 ※一般的に過ぎる「コロナ」「影響」「青森」「思う」「感じる」などを除いて抽出した。

図 1-2-2 現状判断コメントの共起ネットワーク(上位 60 語程度)



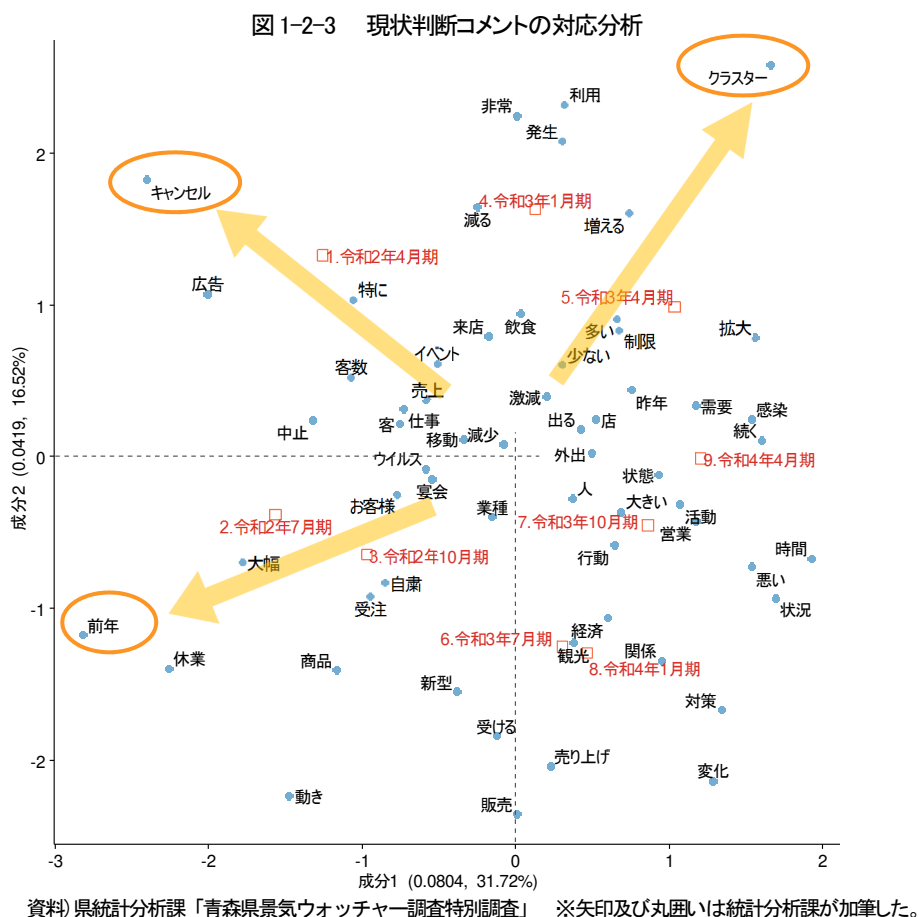
資料) 県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査特別調査」 ※図中の円の大きさは語の出現回数を示し、線の太さは関連の強さを示す。
※四角で囲った「話題」は統計分析課が加筆した。

② 調査期ごとの分析

次に、それぞれの調査期でどのような語が多く使われていたのかをみてみます。令和2年(2020年)4月以降様々な新型コロナウイルス感染防止対策が行われ、日々の生活や社会経済活動のあり方がめ

まぐるしく変容していきました。このような中で、その時々によどのようなコメントが記述されていたのか、語と外部変数(ここでは調査期とする)の関係性を示す「対応分析」の散布図からみていきます。

この図では、原点からの距離と方向に注目して結果を読み取ります。まず、縦軸と横軸の点線が交わる「原点」付近にある語は、どの調査期にも出現している、いわば特徴のないありふれた語です。逆に原点から遠くにある語ほど、何らかの強い特徴を持っていると言えます。次に、その語が原点から見てどの調査期の方向にあるかもみてみます。例えば原点から令和2年(2020年)4月期の方向に向かって遠いところに「キャンセル」という単語がありますが、これは「キャンセル」が令和2年(2020年)4月期のコメントにおいて強い特徴があったことを示しています。他の単語も同様にみていくと、令和2年(2020年)7月期と10月期の「前年」、令和3年(2021年)4月期の「クラスター」などが特徴的な語となっています。このような動きを踏まえると、令和2年(2020年)にはまず会合や宿泊等のキャンセルが増え、それに伴い売上や客数が前年に比べ減少したという話題が多かったと言えます。その後、令和3年(2021年)に入ると、県内各所で発生したクラスターに関する話題が増えていったことがわかります。(図1-2-3)



(2) 先行き判断コメントについて

① 全調査期間の分析

続いて、先行き判断コメントについても、同じようにみていきます。

全調査期間を通して最も多く使われた語は「感染」であり、次いで「ワクチン」「接種」などとなっています。共起ネットワークの結果をみると、「感染」は「拡大」「状況」などと結びつい

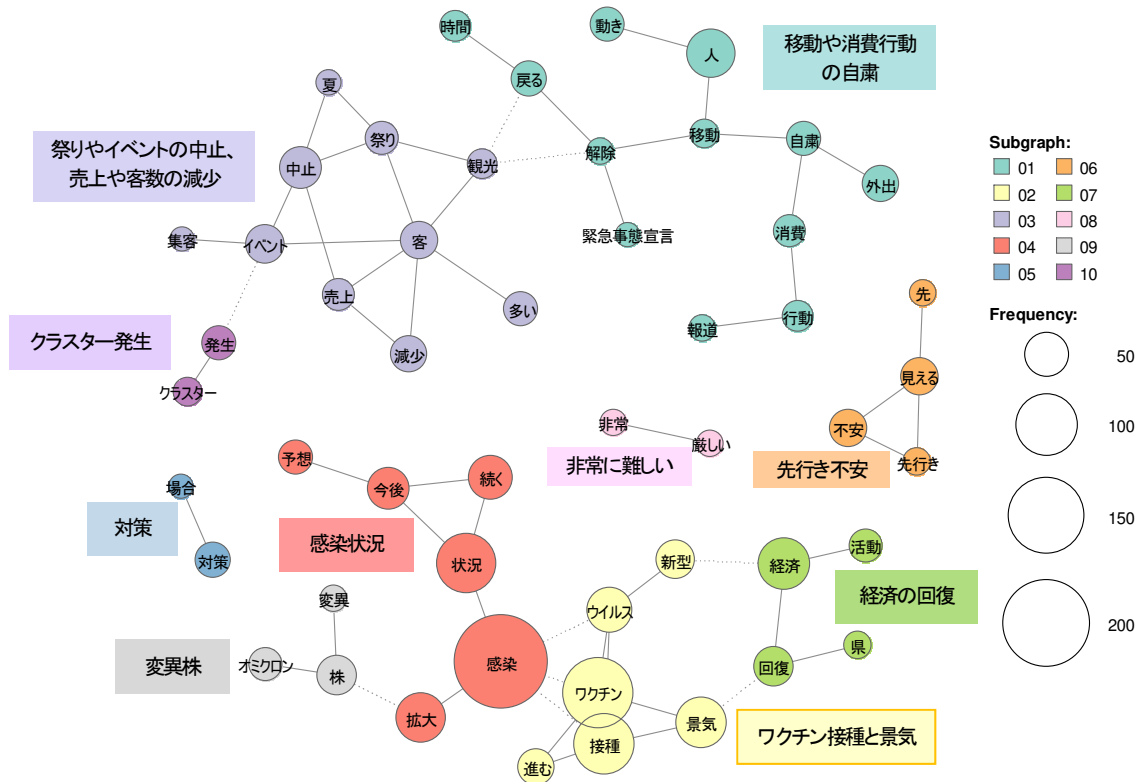
ていると同時に、「ワクチン」のグループともつながっています。他には「祭り」や「イベント」の「中止」といったまとまりもみられ、全部で10のグループが形成されています。感染状況とワクチン接種に関することや、祭り等の中止による売上や客数の減少などに関するコメントが特に多かったことがわかります。(表1-2-2、図1-2-4)

表 1-2-2 先行き判断コメントの単語出現頻度(上位 100 語)

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
感染	231	外出	34	増加	22	開催	16
ワクチン	132	減少	34	受ける	21	緊急事態宣言	16
接種	96	進む	34	少し	21	場合	16
状況	94	今	33	懸念	20	県内	15
経済	69	戻る	33	県	20	集客	15
景気	66	期待	32	心配	20	企業	14
拡大	64	対策	32	先行き	20	状態	14
出る	64	動き	31	解除	19	第6波	14
人	61	発生	31	厳しい	19	東京	14
ウイルス	53	お客様	30	仕事	19	難しい	14
続く	51	自粛	30	少ない	19	不透明	14
今後	47	多い	30	先	19	インフルエンザ	13
中止	45	予想	30	ねぶた/ねぶた	19	以前	13
飲食	44	オミクロン	29	減る	18	帰省	13
大きい	44	活動	29	出来る	18	言う	13
回復	42	祭り	28	特に	18	次第	13
株	41	良い	27	非常	18	収まる	13
新型	40	消費	26	変わる	18	制限	13
増える	40	売上	26	変異	18	対応	13
イベント	39	行動	25	報道	18	日本	13
考える	38	時間	25	夏	17	年	13
見える	37	収束	25	業種	17	方向	13
不安	37	観光	24	現状	17	予防	13
客	36	クラスター	22	落ち着く	17	悪い	12
終息	36	移動	22	旅行	17	悪化	12

資料) 県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査特別調査」 ※一般的に過ぎる「コロナ」「影響」「青森」「思う」「感じる」などを除いて抽出した。

図 1-2-4 先行き判断コメントの共起ネットワーク(上位 60 語程度)

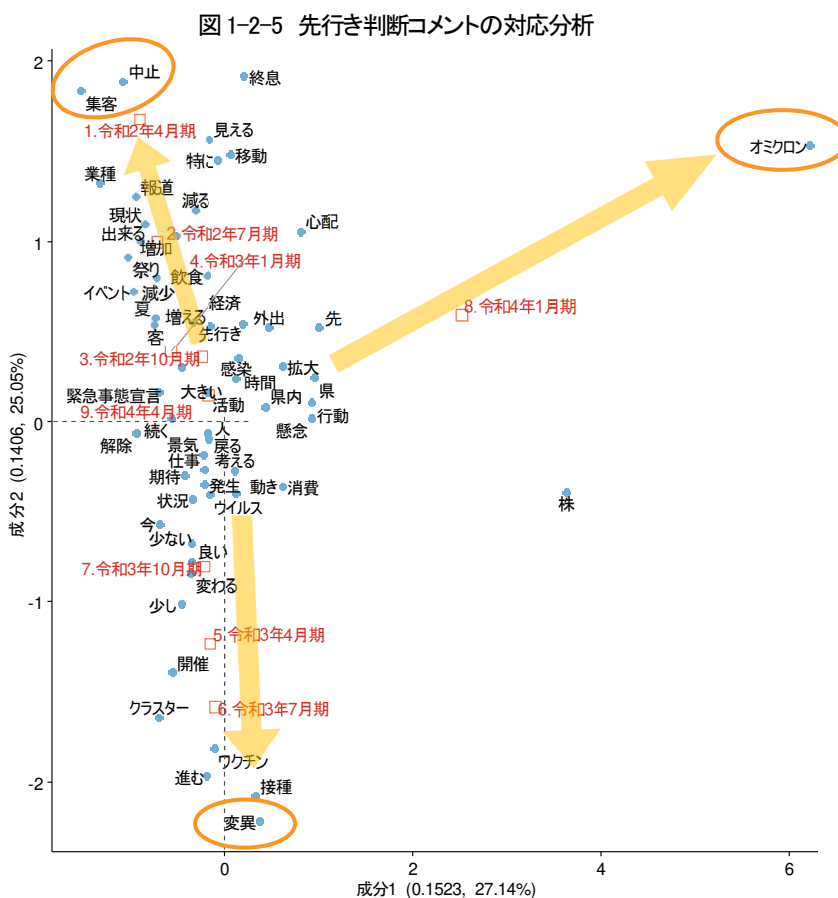


資料) 県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査特別調査」 ※図中の円の大きさは語の出現回数を示し、線の太さは関連の強さを示す。
※四角で囲った「話題」は統計分析課が加筆した。

② 調査期ごとの分析

次に、対応分析の散布図から、それぞれの調査期における特徴をみていきます。

原点からの距離と方向に注目し、強い特徴が出ている語を読み取ってみると、令和2年(2020年)4月期から10月期にかけての「集客」「中止」、令和3年(2021年)4月期から10月期にかけての「変異」、令和4年(2022年)1月期の「オミクロン」などがあります。令和2年(2020年)は4月の弘前さくらまつりを始めとした春のイベントが相次いで中止となり、青森ねぶた祭などの夏祭りの中止も発表され、例年のような集客が望めなくなりました。令和3年(2021年)は変異株のデルタ株が出現し、令和4年(2022年)になるとオミクロン株を中心に感染が急拡大しました。これらのことから、当初は大規模イベントの中止による客数の減少を嘆く声が話題の中心となり、その後、変異株の出現等により、今後も感染拡大が繰り返されることへの不安が広がっていったことが推測されます。(図1-2-5)



資料) 県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査特別調査」 ※矢印及び丸囲いは統計分析課が加筆した。

(3) 他地域との比較から見える本県の特徴

今度は、地域間のデータを比較し、本県の特徴について検証してみます。

比較対象としては、内閣府の景気ウォッチャー調査¹における景気判断理由を用います。ただし、調査時における休業要請や外出自粛要請の有無といった状況をなるべく同一としたいため、緊急

¹ 景気ウォッチャー調査 …街角の景況感を把握するために内閣府が毎月実施している調査。調査期間や調査事項が異なる点や、景気判断理由については同義語等が整理されている点など、青森県景気ウォッチャー調査特別調査の結果と比較するにあたっては留意が必要である。ここではあくまで参考指標とする。

事態宣言及びまん延防止等重点措置の対象となった期間が本県と類似している地域を選定し、甲信越、中国及び四国(以下「他地域」という。)のデータと比較することとします。(表1-2-3~4)

表1-2-3 緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置の実施状況

緊急事態宣言の実施状況			まん延防止等重点措置の実施状況		
令和2年 (2020年)	4月7日～ 5月25日	東京都など7都府県 ※4月16日 全47都道府県に拡大	令和3年 (2021年)	4月5日～ 9月30日	大阪府など3府県 ※4月12日 東京都など3都府県を追加 ※4月20日 埼玉県など4県を追加 ※4月25日 愛媛県を追加 ※5月9日 北海道など3道県を追加 ※5月16日 群馬県など3県を追加 ※6月21日 東京都など7都道府県を追加 ※8月2日 北海道など5道府県を追加 ※8月8日 福島県など8県を追加 ※8月20日 宮城県など10県を追加 ※8月27日 長崎県など4県を追加 ※9月13日 岡山県など2県を追加
令和3年 (2021年)	1月8日～ 3月21日	東京都など4都府県 ※1月14日 京都府など7府県を追加			
	4月25日～ 6月20日	東京都など4都府県 ※5月12日 愛知県など2県を追加 ※5月16日 北海道など3道県を追加 ※5月23日 沖縄県を追加 (沖縄県以外は6月20日で解除)			
	7月12日～ 9月30日	東京都 ※8月2日 埼玉県など4府県を追加 ※8月20日 京都府など7府県を追加 ※8月27日 北海道など8道県を追加	令和4年 (2022年)	1月9日～ 3月21日	広島県など3県 ※1月21日 東京都など13都県を追加 ※1月27日 本県を含む18道府県を追加 ※2月5日 和歌山県を追加 ※2月12日 高知県を追加

資料) 内閣府「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針」

表1-2-4 景気ウォッチャー調査の対象地域

地域	都道府県	
北海道	北海道	
東北	青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島	
関東	北関東	茨城、栃木、群馬
	南関東	埼玉、千葉、東京、神奈川
甲信越	新潟、山梨、長野	
東海	静岡、岐阜、愛知、三重	
北陸	富山、石川、福井	
近畿	滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山	
中国	鳥取、島根、岡山、広島、山口	
四国	徳島、香川、愛媛、高知	
九州	福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島	
沖縄	沖縄	
全国	上記の計	

資料) 内閣府「景気ウォッチャー調査」

まず、現状判断コメントの対応分析で特徴が強く表れた調査期について、他地域と比較してみます。前述の結果では、令和2年(2020年)4月期の「キャンセル」、令和2年(2020年)7月期及び10月期の「前年」、令和3年(2021年)4月期の「クラスター」に強い特徴がありました。これらの調査期のうち、令和2年(2020年)10月期を除く3つの調査期の結果について、外部変数を地域として対応分析を行ったところ、令和2年(2020年)4月期の「キャンセル」が本県の強い特徴として表れました。一方、令和2年(2020年)7月期の「前年」は特徴がなく、どの地域でもありふれた語だったことがわかります。なお、この時期は「中止」が本県の強い特徴として表れています。令和3年(2021年)4月期の「クラスター」は本県の特徴が出ているものの、本県単独で分析した場合よりは特徴が弱まっています。

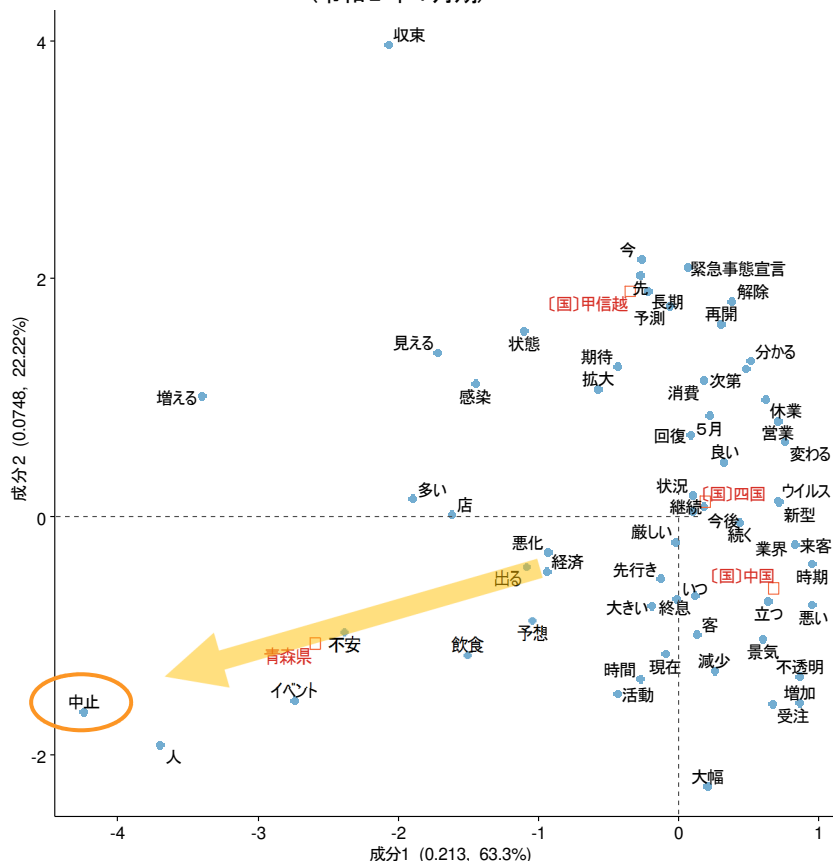
実際のコメントを見てみると、令和2年(2020年)4月期には弘前さくらまつりの中止や予約のキャンセルを訴える声が多く挙がっています。本県の春のイベントの多くが桜の開花時期と合致するこの時期に開催されるため、中止となったイベントが他地域と比べて多かったことにより、ウォッチャーへの影響も大きかったと考えられます。同年7月期のコメントにおいてもイベント等の中止を挙げる声が多く、散布図でも「イベント」は特徴が強く出ていることから、他地域と

図 1-2-7 令和2年4月期及び7月期における現状判断コメントの例

- 【令和2年4月期】
- ・ 3, 4, 5月の予約がほとんどキャンセルとなり、目標の売上計画に達成できなかった。(レストラン)
 - ・ 2月に台湾へ出張時、旅行エージェントより送客中止予告。3月末弘前さくらまつり中止。毎日予約キャンセル。(観光名所等)
- 【令和2年7月期】
- ・ さくらまつりやねぶた祭りの中止により観光客が来ない。(レストラン)
 - ・ 広告が前年比から半減した。イベントも軒並み中止となりイベント収入もなくなった。(新聞社求人広告)

次に、先行き判断コメントの対応分析で特徴が強く表れた調査期についてみてみます。前述の結果では令和2年(2020年)4月期から10月期にかけての「集客」「中止」、令和3年(2021年)4月期から10月期にかけての「変異」、令和4年(2022年)1月期の「オミクロン」が強い特徴を持っていました。これらの調査期のうち、令和2年(2020年)4月期、7月期、令和3年(2021年)7月期及び令和4年(2022年)1月期の結果について、地域を外部変数として対応分析を行ったところ、令和2年(2020年)4月期及び7月期の「中止」が本県の強い特徴として表れました。一方、令和3年(2021年)7月期の「変異」は特徴がそれほどなく、令和4年(2022年)1月期の「オミクロン」は本県の特徴が出ているものの、本県単独で分析した場合よりは特徴が弱まっています。このほか、令和2年(2020年)7月期においては「祭り」も特徴が強く出ており、実際のコメントをみると、青森ねぶた祭などの夏祭りの中止が観光業のみならず様々な業種に打撃を与え、県全体の経済に影響するといった声が挙がっています。(図 1-2-8~9)

図 1-2-8 先行き判断コメントの対応分析(地域間の比較)
(令和2年4月期)



資料) 内閣府「景気ウォッチャー調査」、県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査特別調査」

※矢印及び丸囲いは統計分析課が加筆した。

図 1-2-9 令和 2 年 4 月期及び 7 月期における先行き判断コメントの例

【令和2年4月期】

- ・ 青森のねぶた祭りが中止になり、その他の祭りも中止になった場合、相当な経済の打撃があると思われるし、息切れ倒産や廃業が加速することが懸念される。(ガソリンスタンド)
- ・ さくらまつり等のイベントの中止により、キャンセルとなり、収入が見込めない。(レストラン)

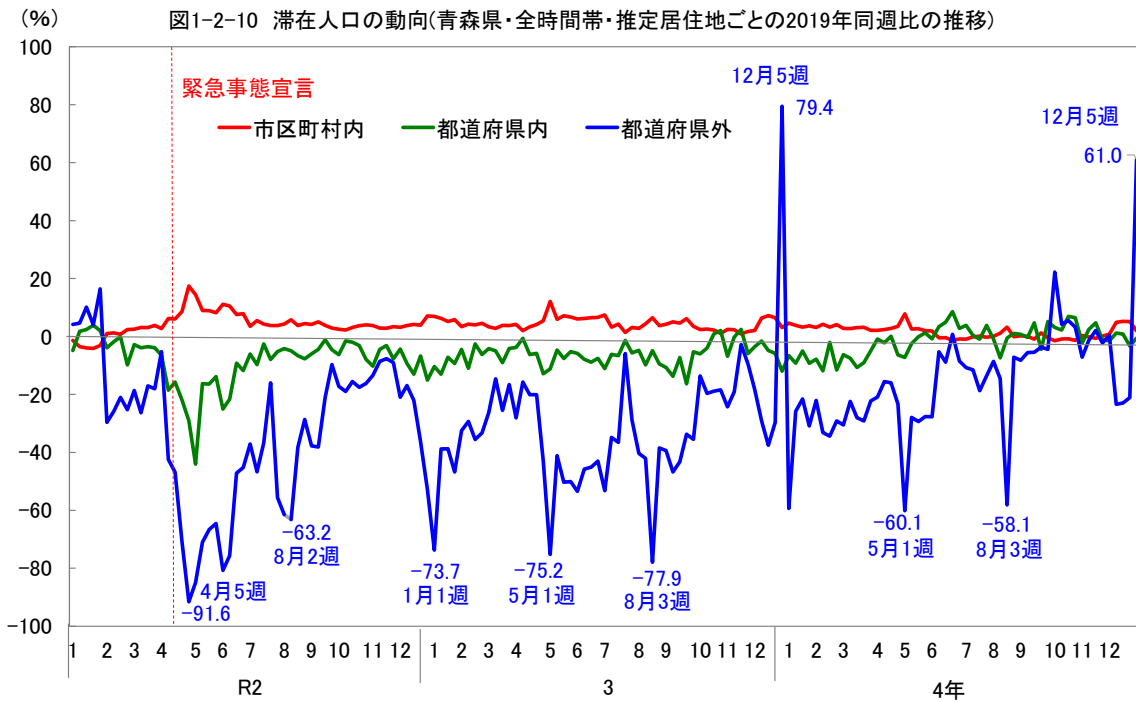
【令和2年7月期】

- ・ ねぶた祭りの恩恵を前提としていた各種様々な業種の業績ダウンは目に見えている。(タクシー)
- ・ 7月～8月一番の繁忙期に、祭りが無い。イベントが無い。お盆の帰省客も多く見込めない。(食料品製造)

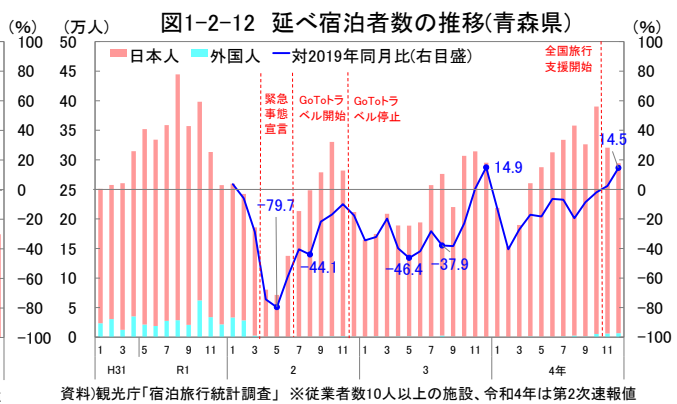
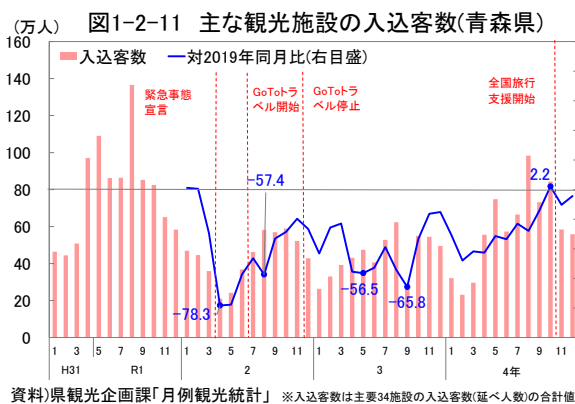
現状判断コメントと先行き判断コメントのいずれにおいても、令和 2 年(2020 年)4 月期及び 7 月期に地域的な特徴が強くみられ、キーワードは「キャンセル」「中止」「祭り」となっています。このことから、春の弘前さくらまつりや、青森ねぶた祭を始めとした県内各地で行われる夏祭りの中止が、本県の景気ウォッチャーの景況感に強く影響を及ぼしていたことがわかります。

そこで、コロナ禍における人流の変化を V-RESAS²でみると、緊急事態宣言が全国に発出された令和 2 年(2020 年)4 月以降、都道府県外滞在人口(当該市町村に滞在している人口のうち、推定居住地が他の都道府県である人口)が平成 31 年、令和元年(2019 年)同週比で大きく落ち込んでいます。中でも、県内各地で桜祭りや春祭りが開催される 4 月最終週から 5 月第 1 週と、夏祭りが開催される 8 月上旬から県外からの帰省客が増加する 8 月中旬にそれぞれ落ち込みが大きくなっています。減少幅が最も大きかったのは、全国を対象とした緊急事態宣言直後の令和 2 年(2020 年)4 月第 5 週で、県外からの滞在人口が平成 31 年(2019 年)同週比マイナス 91.6%となっており、都道府県内滞在人口も大きく落ち込んでいます。一方、市町村内滞在人口はコロナ禍において平成 31 年、令和元年(2019 年)同週比を上回って推移しています。(図 1-2-10)

² V-RESAS …地方創生の様々な取組を情報面から支援するために、内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局と内閣府地方創生推進室がデータを提供し、新型コロナウイルスが地域経済に与える影響を適時適切に把握すること等を目的としたウェブサイト。



また、人流と関連が強い県内の主な観光施設の入込客数と宿泊者数をみると、全国を対象に緊急事態宣言が発出された令和2年(2020年)4月に大きく落ち込み、以降、国のGo Toトラベルや県の宿泊キャンペーンなどの効果により、令和2年(2020年)の後半は回復傾向となりましたが、感染再拡大に伴いGo Toトラベルが停止されると再び落ち込みが続きました。先にみた滞在人口の動向と同様に、令和2年(2020年)から令和3年(2021年)にかけては、桜祭りや春祭りが開催される4月～5月と、夏祭りが開催される8月で減少幅が大きくなったほか、県独自の緊急対策により県外との不要不急の往来自粛や県有施設の一斉休館が要請された令和3年(2021年)9月に大きく落ち込んでいます。その後、令和4年(2022年)の入込客数と宿泊者数は、概ね回復基調で推移し、国の全国旅行支援開始前後でコロナ禍前を上回るようになりました。(図1-2-11～12)



あおり創生パートナーズ株式会社の推計によると、弘前さくらまつりと青森ねぶた祭の中止

で失われる経済損失額は、県内総生産(名目)の1.26%に相当するとされています³。一年のうち最も稼ぎ時と見込んでいたイベント時期の売上が望めなくなったことで、観光業はもとより関連する様々な業種にとって大打撃となりました。特に、景気ウォッチャー調査の先行き判断において特徴が強く出ていることから、祭りを始めとした大規模イベントの中止が、経済的にだけでなく、ウォッチャーの今後の展望にも大きなダメージを与えたことがうかがえます。こうした不安や危惧、あるいは絶望感が、本県経済をさらに停滞させていったのではないのでしょうか。それほどまでに、春から夏にかけての祭りやイベントは、本県にとって経済的にも心情的にも重要なものであったことがうかがえます。

〈参考文献〉

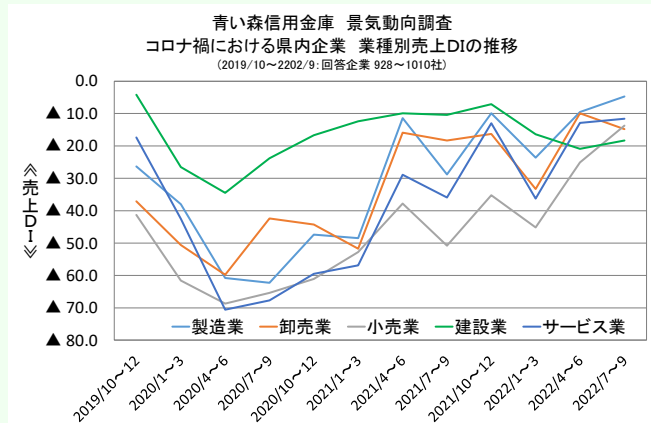
樋口耕一・中村康則・周景龍(2022年)「動かして学ぶ! はじめてのテキストマイニング」ナカニシヤ出版

³ 参考資料：あおもり創生パートナーズ「Région」2020年6月号「青森県二大祭り中止の経済的影響 ～弘前さくら・青森ねぶた中止で失う「富」とアフターコロナの展望～」

<コラム1 サイクル>

青い森信用金庫 地域支援室 室長 畑中 猛志

3年以上にわたり私たちを苦しめてきた新型コロナウイルスは、感染対策の徹底や医療体制の構築に加え、今後の感染症法上の位置づけの見直し等により、ウィズコロナのあり方について1つの転換期を迎えようとしている。しかし、世界情勢に起因する原油や原材料価格の高騰や、日米の金利差拡大を背景とした円安による物価高の見通しは、FRBの利上げ動向や、日銀のイールドカーブ・コントロールの影響度等まだまだ不透明要素が多く、特に原価高騰による県内事業者を取り巻く経営環境は依然厳しい状況が続きそうである。弊庫で行っている景気動向調査(県内企業回答928社)によれば、この原価高騰に対する転嫁状況について、実施済と回答した企業は45.2%(2022年9月末時点)である。また、この実施済と回答した企業の大半が、2022年の早い段階で転嫁に踏み切っているという実態も勘案すれば、必ずしも期間に比例して一定的に転嫁が進んでいるというわけではない。見方を変えれば、転嫁出来る企業と出来ない企業に大別されつつあり、転嫁したくても諸事情により出来ず、企業努力を重ねながら頑張っている県内事業者の方々がまだまだ多くいらっしゃるということだ。一方、売上へ目を向けてみると、新型コロナウイルスが発生した2019年末頃からの売上DIの推移を業種別(製造業、卸売業、小売業、建設業、サービス業)に見ると、右図の通り、DI値は業種毎それぞれだが、全体としてのトレンドについては実に近似的変遷を辿ってきたことが分かる。コロナ禍で逆に潤った業態も一部あるのかもしれないが、基本的にはやはり経済の基盤は繋がっているということを改めて痛感する。



これは地方創生にも同じことが言えるのではないだろうか。人、教育、文化、経済、医療、学術、技術・・・様々なものが繋がり合い補完し合いながら今日がある。そして何より、人と人との繋がりが最も大切であることは言うまでもないだろう。超高齢化社会に対し核家族化や少子化に歯止めがかからず、IT化だけはどんどん進み、人同士の繋がりの希薄化が問題視される中、新型コロナウイルスは更にそれを加速させてしまった・・・。

人との繋がりというものを考える時「情けは人の為ならず」という言葉を思い出す。これは「情けをかけることは、かえってその人の為にならない」という意味「ではない」。ある年の世論調査では約46%の人が勘違いをしていたという。ここでいう「情け」とは「気遣い」「思いやり」といったところか。そして「人の為ならず」→人の為ではない→自分の為である→いつか自分に還ってくるもの、と解釈し『人にかけての気遣いや思いやりは、めぐりめぐって必ずいつか自分に還ってくる』という意味である。語源については諸説あるが、新渡戸稲造の詩の一部分とも言われている。この詩には続きがあり「我れ人にかけてし恵は忘れても、ひとの恩をば長く忘るな(だから、自分の他人への善行は忘れてもいいが、人から受けた恩は決して忘れてはいけないよ)」と続いている。あくまでも理論上だが、世界中の人々全員が同時にとなりの人に優しくしたら、世界に大きな「情けのサイクル」が一つ、出来るということだ。そんな世の中なら、あれこれと悩むことはずいぶんと減るのだろう。

もちろん世界平和や地域経済も大事だが、そもそも職場での情けのサイクルが出来ているだろうか。いやいやその前に家族とはどうだろう、思いやりのもう一言が疎かになっていやしないか、その親しさゆえに・・・。えっ、言わなくても分かるだろ? いいえ、たまには言わなきゃ伝わらねえよ、きっと。

第1章でみたように新型コロナの感染拡大が続く中、令和4年(2022年)はロシアによるウクライナ侵攻や記録的な円安、さらには世界的な物価の高騰などにより国内外の経済は様々な影響を受けました。第2章では、円安や物価高が本県経済に与えた影響についてみていきます。

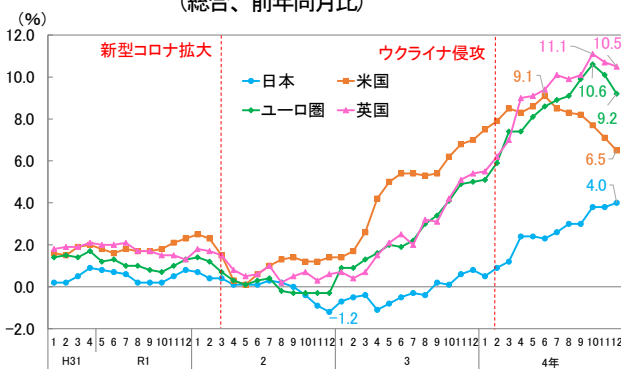
1 世界的な物価の高騰・円安の状況

はじめに、我が国、米国、ユーロ圏、英国の消費者物価指数(総合)をみると、世界的な新型コロナの感染拡大により令和2年(2020年)は我が国とユーロ圏では前年同月を下回り下落の傾向がみられましたが、米国と英国は物価上昇率が下落傾向にありながらも前年同月を上回って推移していました。令和3年(2021年)はワクチン接種が順次拡大されていったことで個人消費などを中心に需要の回復が続いたほか、原材料・部品等や労働者の不足などもあり、米国、英国、ユーロ圏の物価は急激な上昇に転じ、下落が続いていた我が国の物価も上昇に転じました。

そのような中、令和4年(2022年)2月24日にロシアがウクライナへの軍事行動を開始したことで、アメリカやEU等の主要先進国ではロシアへの各種経済制裁措置を講じ、ロシア側も欧州のエネルギー関連企業への輸出停止等の対抗措置を相次いで発動したことによりエネルギー価格が上昇しました。また、世界の多くの国々が小麦を始めとした農産物をロシア・ウクライナの両国からの輸入に依存する中で農産品が供給不安に陥り、一部の農産品輸出国が輸出制限等の保護主義的な政策を実施したことで、農産品価格が上昇しました。このようにウクライナ情勢によるエネルギーや農産品などの価格の高騰が、世界的な物価の上昇を加速させる結果となりました。(図2-1)

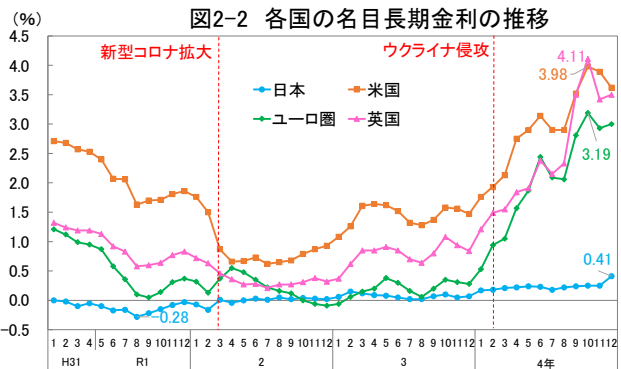
また、令和3年(2021年)からは景気の持ち直しや物価の上昇を背景に、各国で金融緩和の縮小や金融引き締めが進められてきており、アメリカでは消費者物価の上昇率が令和4年(2022年)3月に約40年ぶりの高水準となる中、同月に利上げが開始されました。また、ユーロ圏でもオミクロン株による感染再拡大が抑制的となったことで、社会経済活動の再開が一層進展し、消費需要が一段と高まるとともに、失業率の持続的な低下により労働需給の引き締まりが強まるなど、需要面の価格上昇圧力の高まりがみられた中、同年7月に利上げが決定されました。(図2-2)

図2-1 各国の消費者物価指数上昇率の推移
(総合、前年同月比)



資料)外務省「主要経済指標」※消費者物価指数(総合)の上昇率

図2-2 各国の名目長期金利の推移



資料)外務省「主要経済指標」

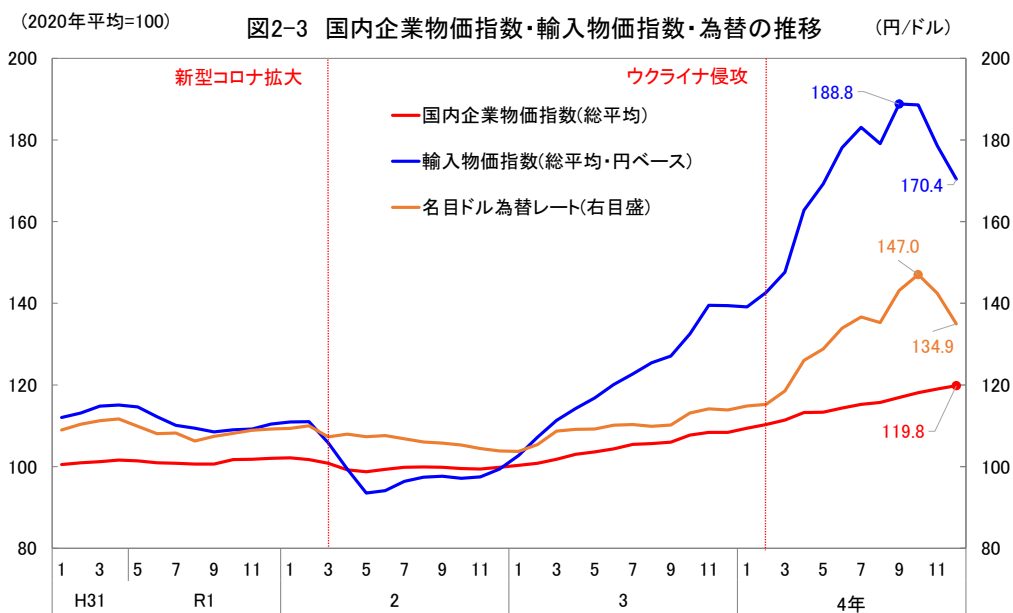
一方で、国内では景気を下支えするために長期短期の金利を低く抑える大規模な金融緩和策が維持されたことにより、日米の金利差が拡大し、円を売ってドルを買う動きが急速に進みました。その結果、米国が利上げを開始した令和4年(2022年)4月以降、円が急落し、同年10月21日には1ドル151円台となるなど、平成2年(1990年)以来32年ぶりの円安・ドル高水準となりました。

ロシアによるウクライナ侵攻などに伴うエネルギー価格、食料品価格、原材料価格の高騰に加え、円安が加速したことで、令和4年(2022年)4月以降は輸入物価指数が急速に上昇、それを受けて企業間で取引される商品の価格水準を示す国内企業物価指数も併せて上昇し、統計を開始した昭和35年(1960年)以来、過去最高値を更新する基調が続きました。また、令和4年(2022年)の国内企業物価指数(速報値)は前年比9.7%上昇の114.7と、年間ベースの伸び率も比較可能な昭和56年(1981年)以来で最大となりました。

このように輸入物価の高止まりの影響と、エネルギー価格の高騰による物流コストの上昇などを受け、我が国においても食料品を始め、日用品、衣料品、家電製品など様々な商品の値上げが相次ぎました。小麦粉や食用油、またこれらを原料とする食料品、紙製品のように1年に複数回の値上げが実施された商品もあるなど、記録的な値上げラッシュとなりました。さらには、エネルギー価格の高騰に伴い、電気料金やガス料金も順次値上げが実施され、大手電力会社では燃料価格の変動を反映する燃料費調整制度の上限に達するなど、一般家庭はもとより企業にも多大な影響を与えています。

このため、全国の消費者物価指数(生鮮食品を除く総合)は、多くの飲食料品が値上げされた令和4年(2022年)10月に前年同月比で3.6%上昇し、昭和57年(1982年)以来40年8カ月ぶりの高い伸び率となりました。(第1部14ページ「物価の推移」参照)

これらを受け、政府は令和4年(2022年)9月22日に、ドルを売って円を買う為替介入を平成10年(1998年)以来24年ぶりに実施し、円の買い入れ額は同年4月10日を上回る過去最高額の2兆8,382億円となりました。さらに、32年ぶりの円安水準となった令和4年(2022年)10月21日には為替介入を再び実施し、前月の過去最高額を上回る5兆6,202億円で円買いを行ったことで、翌日には円が6円近く高騰しました。それ以降は、これらにより円安の進行が抑制された状態となっています。(図2-3、表2-1)



資料)日本銀行「企業物価指数」、「名目ドル為替レート」 ※インターバンク中心相場の月中平均

表2-1 令和4年(2022年)に値上がりした主な品目

分類	月	品目・内容	値上げ幅
食品	1	昭和産業 小麦粉・パスタ	4~9%
	1	山崎製パン 食パン、菓子パン	平均7.3%
	3	ローソン おにぎりなど	最大14%
	4	セブンイレブン、ファミリーマート 惣菜など	2~15%
	4	農水省 輸入小麦平均価格	17.3%
	5	コカ・コーラなど清涼飲料	5~8%
	5	明治 チョコレート菓子など	3~11%
	6	カルビー じゃがポックルなど9品目	10~20%
	6	ニッポン、昭和産業 業務用小麦粉(例)パンなどに使う強力系	25kgあたり370円
	6	日清食品 カップヌードルなど180品目	5~12%
	7	Jオイル 食用油	1kgあたり60円以上
	7	工藤パン 食パン、菓子パン	平均5.9%
	7	山崎製パン 食パン、菓子パン	平均7%
	7	ワダカン 料理酒、みりんタイプ調味料	約5~10%
	8	昭和産業 パスタ	3~7%
	9	ロッテ ガムなど	4~17%
	9	Jオイル 家庭用マーガリン	15~20%
	9	エスピー食品 即席ルウ、パスタソース製品など	5~15%
	9	プリマハム ハム・ソーセージなど	家庭用5~20%
	9	UCC上島珈琲 レギュラーコーヒー	7~20%
	10	アサヒ、キリン、サッポロ、サントリー ビール	4~13%
	10	白鶴酒造 日本酒	5~10%
	10	コカ・コーラ、サントリー天然水、カルピス、お~いお茶 など	4~22%
	10	日本ハム シャウエッセンなど	2~34%
	10	キューピー マヨネーズなど	2~20%
	10	飲食品 6500品超(帝国データバンク調べ)	
	11	明治、森永乳業、雪印メグミルク 牛乳類の出荷価格	2.8~10.2%
	11	食品メーカー主要105社 765品目(帝国データバンク調べ)	
	12	森永製菓 inゼリーエネルギー	200円→210円
	12	ネスレ日本 ボトルタイプコーヒー	13%
	12	食品メーカー主要105社 145品目(帝国データバンク調べ)	

資料)報道資料などをもとに県統計分析課において作成

分類	月	品目・内容	値上げ幅
アパレル		ユニクロ、GU、しまむら 秋冬物	
製紙・家庭用紙	1	大王製紙、三菱製紙、日本製紙 印刷・情報用紙	15%以上
	4	花王 紙おむつ	10%
	4	日本製紙クレシア ティッシュ・トイレットペーパー	
家電製品等	7~12	王子製紙、日本製紙、三菱製紙 印刷・情報用紙	15%以上
	9	ソニー ゲーム機「プレイステーション5」	5,500円
	8~10	パナソニック 冷蔵庫、食洗器、ファンヒーターなど250品目以上	2~50%
外食	10	岩谷産業 カセットコンロ、カセットガス	5~20%
	6	カレーハウスCoCo壱番屋 主要5品目	33円
	6	天丼てんや 14品	10~30円
	7	ケンタッキーフライドチキン オリジナルチキン	250円→260円
	7	モスバーガー メニュー全体の9割	
	9	デニーズ パスタなど約40品目	10~80円
	9	マクドナルド 約6割の品目	10~30円
	10	吉野家 牛丼など	平均18.8円
	10	スシロー 郊外型店舗一部メニュー※1皿税抜き100円のすしは終了	10~30円
	10	ガスト 値上げ対象メニュー	平均5.6%
	11	ミスタードーナツ 57品目	10~30円
交通	3	全日空 国内線運賃(2022年度から)	平均3%
	4	日本航空 国内線運賃	最大8%
生産資材	4	ステンレス鋼板	1割強
	5	東京製鉄 鋼材全品種	1tあたり3,000円
	5	銀歯素材 パラジウム合金 公定価格	約8%
	6~10	JA全農 肥料	前期比 最大9割
住宅・建築資材	4	国産針葉樹合板	前月比6%
	6	積水ハウス	
	10	大和ハウス	販売価格の3%以内
エネルギー	10	TOTO ウォシュレット、ユニットバスなど	2~20%
	12	東北電力 家庭向け電気料金 一般家庭の平均モデル(8月分) 東北電力 家庭向け電気料金「自由料金プラン」、事業者向け料金	前年同月 1,301円増 13~18%程度

2 県内経済への影響

ここで、物価の高騰や円安が本県の企業に与えた影響をみてみます。初めに、日本銀行青森支店「県内企業短期経済観測調査」による本県企業の仕入価格判断D I と販売価格判断D I をみると、仕入価格判断は令和2年(2020年)9月以降上昇傾向に転じ、令和3年(2021年)12月期と令和4年(2022年)3月期に大きく上昇してからは、高止まりの状況が続いています。同様に販売価格判断の状況をみると、令和2年(2020年)9月期から緩やかに上昇し、仕入価格判断と同様に令和3年(2021年)12月期から大きく上昇しています。仕入価格判断と販売価格判断が同じような上昇傾向にありますが、仕入価格判断の方がやや早く、かつ急激に上昇しており、また、仕入価格判断と販売価格判断の差が拡大傾向にあったことから、物価高の影響による仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁するまでにタイムラグがあり、かつ十分に転嫁できているとは言えない状況がみてとれます。(図

2-4)

これは、あおり創生パートナーズ株式会社が令和4年(2022年)10月に県内企業に実施した「原材料・仕入れ価格高騰の企業経営への影響」の調査結果からもみてとれ、コスト増加分の価格転嫁の状況は、「転嫁できていない」が27.1%と最も高く、次いで「1~2割」が24.4%、「5~6割」が16.5%の順となっています。一方で、「9~10割」は12.0%にとどまっています。これを業種別にみると、「転嫁できていない」の割合は運輸・サービス業が47.6%と突出して高く、次いで建設業27.6%、製造業22.2%の順となっています。(図2-5)

なお、コスト上昇分に対する販売価格への転嫁割合を示す「価格転嫁率⁴」は、全体で35.9%と4割未満にとどまり、業種別では、卸売業47.5%、小売業46.4%、製造業37.5%、建設業33.6%、運輸・サービス業18.9%の順となり、業種ごとの転嫁状況には大きな違いがみられると報告されています。

図2-4 仕入価格判断DI及び販売価格DIの推移
(青森県)

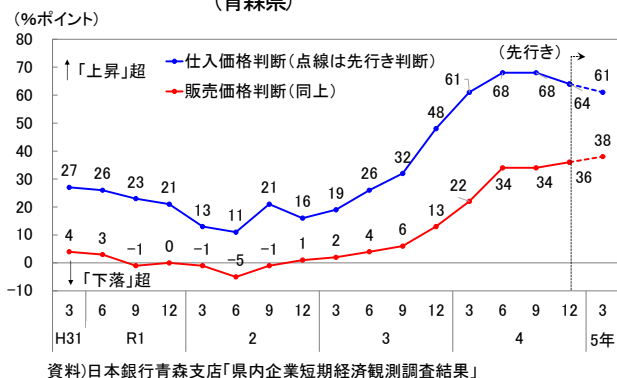
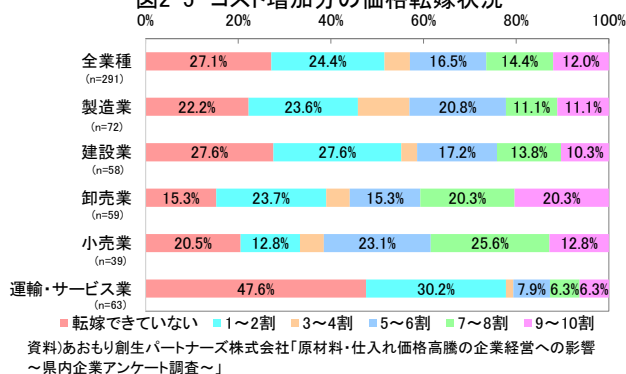


図2-5 コスト増加分の価格転嫁状況



コスト増加分の販売価格への転嫁が難しい理由をみると、「他社との競争が激しい」が41.0%と最も高く、次いで「売上減少が懸念される」が30.7%、「取引先との交渉が困難」が30.1%の順となっています。業種別にみると、全業種における理由以外では、製造業では「取引先との交渉が困難」が42.9%と最も高く、建設業では「契約上の問題」が23.2%、小売業では「消費者の節約志向が強い」が21.7%となっています。(図2-6)

また、原材料・仕入れ価格高騰の企業経営への影響については、「現在マイナスの影響がある」が61.7%と最も高く、「今後マイナスの影響がある」の28.0%を合わせると9割近くの企業で企業経営への懸念材料となっていることがうかがわれます。これを業種別にみると、「現在マイナスの影響がある」とした割合は製造業が72.7%と最も高く、次いで運輸・サービス業66.2%、建設業59.4%の順に高くなっています。(図2-7)

これらのことから、業種によって程度の違いはあるものの、原材料・仕入れ価格を始めとした物価の高騰は県内企業に大きな影響を与えています。

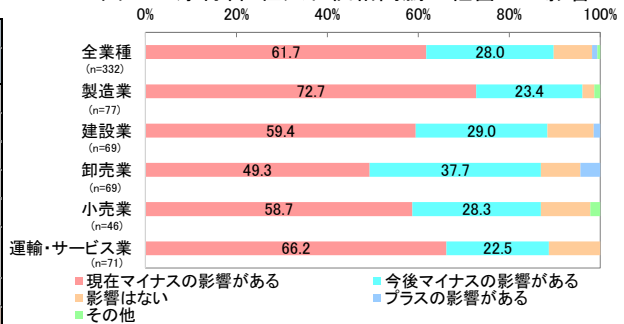
⁴ 価格転嫁率 …各選択肢に各回答者数を乗じ加算したものを全回答者数で除したもの。(ただし、「影響はない」、「プラスの影響がある」、「その他」を除く)

図2-6 販売価格への転嫁が難しい理由(業種別・複数回答)

n=	332	77	69	69	46	71
	全業種	製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸・サービス業
他社との競争が激しい	41.0%	40.3%	44.9%	40.6%	41.3%	38.0%
売上減少が懸念される	30.7%	32.5%	18.8%	31.9%	41.3%	32.4%
取引先との交渉が困難	30.1%	42.9%	27.5%	29.0%	15.2%	29.8%
消費者の節約志向が強い	15.4%	15.6%	11.6%	17.4%	21.7%	12.7%
契約上の問題	12.0%	9.1%	23.2%	7.2%	6.5%	12.7%
すでに値上げを実施しており、これ以上の転嫁が困難	11.4%	14.3%	5.8%	14.5%	10.9%	11.3%
需要が減少している	9.3%	6.5%	8.7%	13.0%	8.7%	9.9%
その他	6.6%	2.6%	4.3%	2.9%	6.5%	16.9%

資料)あおり創生パートナーズ株式会社「原材料・仕入れ価格高騰の企業経営への影響～県内企業アンケート調査～」 ※赤字は「業種」別上位3位、色付きセルは「理由」毎(横軸)のトップ

図2-7 原材料・仕入れ価格高騰の経営への影響

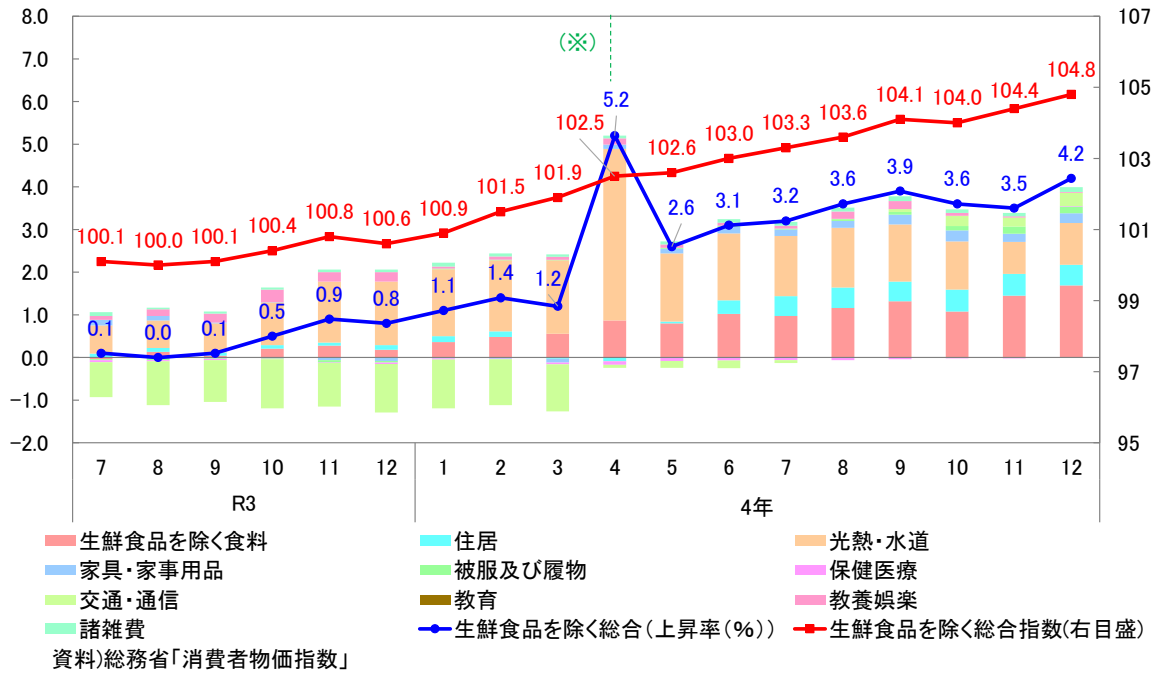


資料)あおり創生パートナーズ株式会社「原材料・仕入れ価格高騰の企業経営への影響～県内企業アンケート調査～」

次に、物価の高騰などが家計に与えた影響についてみてみます。まず、青森市の消費者物価指数(生鮮食品を除く総合)をみると、令和3年(2021年)9月から上昇傾向となり、令和4年(2022年)6月以降は前年同月比で3%以上の上昇が続いており、同年12月は前年同月比で4.2%の上昇となりました。これを各費目別の寄与度でみると、令和3年(2021年)10月からエネルギー価格を含む光熱・水道の寄与度が大きくプラスになっています。時期を同じくして生鮮食品を除く食料もプラスの寄与度が大きくなっており、特にロシアによるウクライナ侵攻が始まった令和4年(2022年)3月以降はプラスの寄与度が更に大きくなっています。その他の費目についても、同年12月では全ての費目でプラスの寄与度となっており、本県においても物価が全般的に上昇し続けている状況となっています。なお、令和4年(2022年)4月に消費者物価指数が大きく上昇しているのは、前年(令和3年(2021年))の4月に青森市で全世帯を対象とした上下水道料金の減免が実施されたためです。(図2-8)(第1部66ページ「消費者物価の動向」参照)

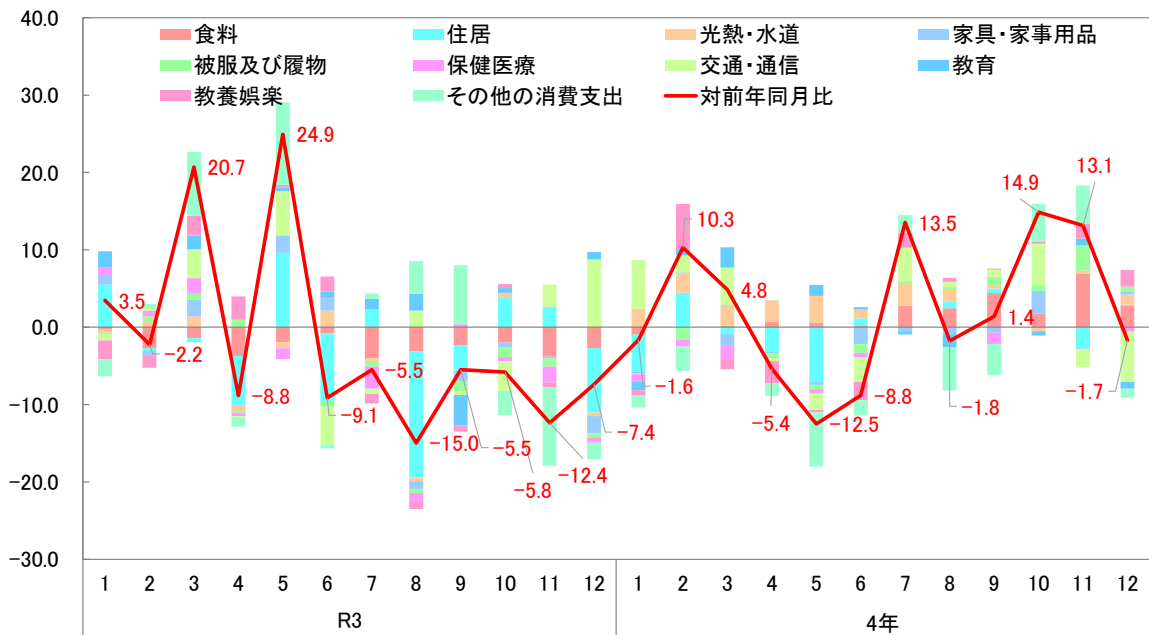
続いて、家計の支出状況をみてみます。青森市の1世帯当たりの消費支出額は令和3年(2021年)6月から前年同月を下回っていましたが、令和4年(2022年)2月からは前年同月を上回る月もみられます。これを費目別の寄与度でみると、光熱・水道が令和4年(2022年)1月からプラスの寄与に転じているほか、同月まではマイナスに寄与することが多かった食料が7月からプラスに転じ、特に7月以降はプラスの寄与が続いていることから、家計においても物価上昇の影響を受けていることがみてとれます。(図2-9)

(%、ポイント) 図2-8 消費者物価指数(生鮮食品を除く総合)と寄与度の推移(青森市・前年同月比) (令和2年=100)



※令和4年4月の上昇は、青森市において前年同月に当該月分の上下水道料金を免除した影響が大きい

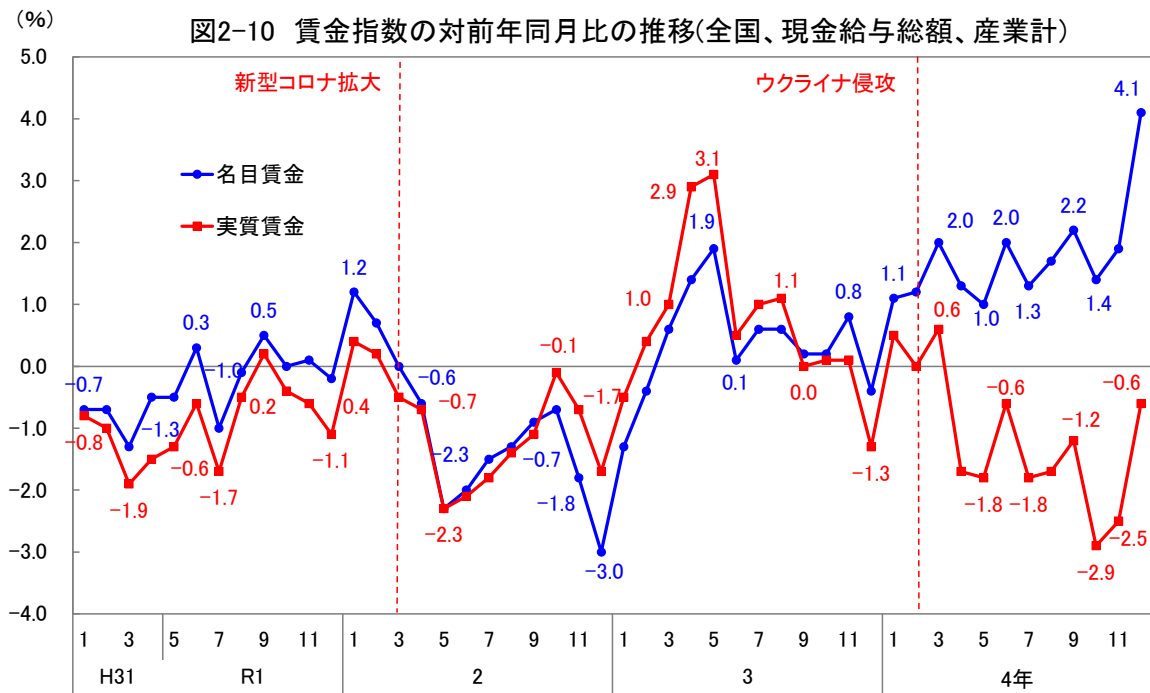
(%、ポイント) 図2-9 1世帯当たり十大消費支出寄与度(青森市・2人以上世帯・前年同月比)



全国の賃金の推移をみると、令和4年(2022年)の名目賃金指数はコロナ禍からの社会経済活動の再開の動きが見え始めた令和3年(2021年)3月以降は前年同月を上回って推移し、令和4年(2022年)12月には前年比4.1%増と25年11カ月ぶりの上昇幅となっています。一方で、物価上昇を勘案した実質賃金指数は令和3年(2021年)2月から前年同月を上回って推移していましたが、ロシアによるウクライナ侵攻に加え円安が加速し国内の消費者物価指数(総合)が大きく上昇した

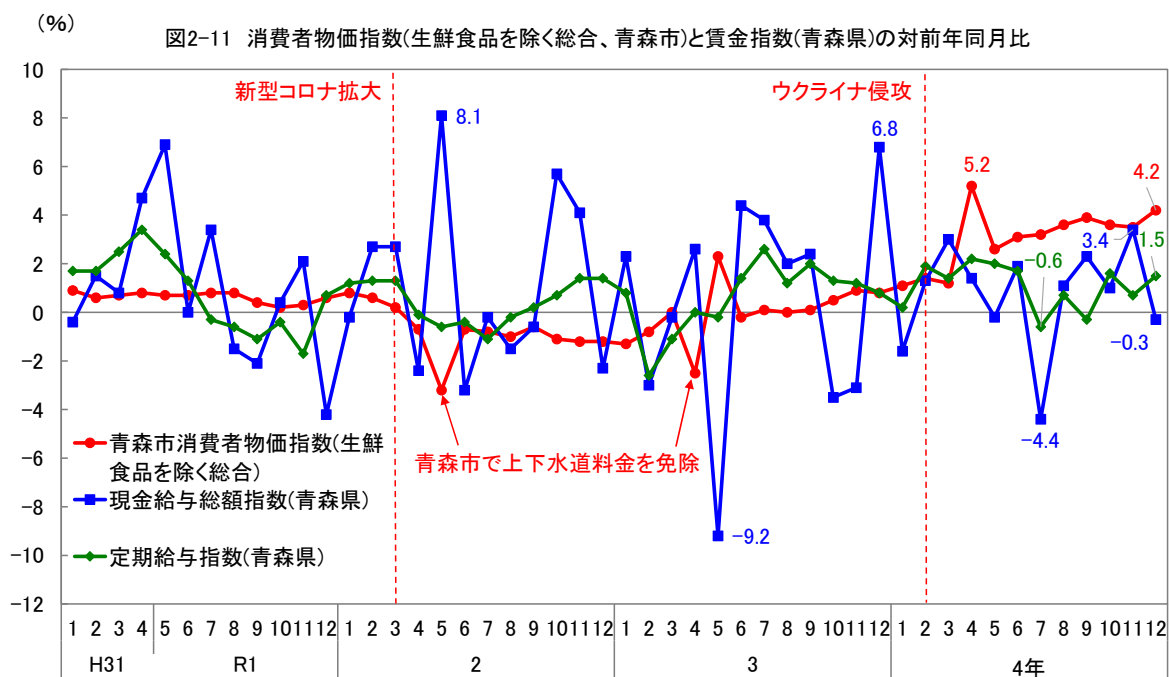
令和4年(2022年)4月以降は、前年同月を下回って推移しています。同年10月の実質賃金指数は前年同月比2.9%減に下降し、12月には賞与増やインフレ手当の支給などがあったものの0.6%減にとどまっています。

年間を通じてみると、令和4年(2022年)の名目賃金指数は2.0%増と2年連続で前年を上回り、賃金は上昇しているものの、実質賃金指数は1.0%減と2年ぶりに前年を下回っていることから、賃金の上昇幅が物価上昇分に追いついていない状況となっていることがみてとれます。(図2-10)



資料)厚生労働省「毎月勤労統計調査」※事業所規模5人以上

同様に本県の名目賃金の推移をみると、現金給与総額指数、定期給与指数の伸び率は、ロシアによるウクライナ侵攻後の令和4年(2022年)4月以降、青森市消費者物価数(生鮮食品を除く総合)の伸び率をともに下回って推移しています。全国と同様に本県も賃金の伸びが物価の上昇に追いついていない状況が続いています。(図2-11)



資料)総務省「消費者物価指数」
 県統計分析課「毎月勤労統計調査地方調査結果」※事業所規模5人以上、産業計

令和3年(2021年)以降、欧米を中心とした世界同時的な景気の回復等による物価上昇が、ロシアによるウクライナ侵攻をきっかけに一段と進行し、さらには円安が物価の高騰を加速化させる結果となり、足元の物価の高止まりが続く中で、本県においては企業が原材料などの仕入価格の上昇分を販売価格に十分転嫁できている状況とは言えないことから、物価の高騰や円安が県内企業に大きな影響を与えているものと考えられます。

また、家計においてもエネルギー価格の高騰や各種商品の相次ぐ値上げにより光熱・水道や食料に対する支出が増える一方で、賃金の伸びが物価の上昇に追いついていない状況から家計への負担は大きくなり、今後は購買意欲の低下や消費活動の停滞が懸念されます。

〈参考文献〉

『世界経済の潮流 2022年Iー世界経済の不確実性の高まりと物価上昇ー』内閣府、2022年7月

＜コラム2 PERMACRISIS の時代に＞

青森中央学院大学 経営法学部 教授 竹内 紀人

コリンズ英語辞典を出版する英国のコリンズ社が 2022 年を代表する言葉として発表した「PERMACRISIS」。permanent(永続する)+crisis(危機)の造語であり、「長期にわたる不安定な状況」を指す言葉である。

長期にわたる不安定な状況の内容は、いうまでもなく、コロナパンデミック、ロシアのウクライナ侵攻とその継続、気候変動などが含まれる。関連して、資源・エネルギーの不安、グローバルサプライチェーンの断絶、景気と関係のない物価上昇・・・など、不安が尽きない時代を私たちは迎えており、それらが22年にとどまるものではなく、「永続的」であることに注意を要する。

例えば、コロナパンデミックの今後については、アフター、ウィズ、ビヨンドなど、いろいろなことが言われてきた。大切なことは、今後も新たな感染症が発生するかもしれない中、どこかに終わりがあって、元に戻るというストーリーではないことであろう。だから新常态(ニューノーマル)ということが盛んに言われるようになった。

リモートワークが当たり前になり、家の中での過ごし方も上手になって、以前に比べれば外にあまり出掛けない現在の私たち。外に出かける楽しさも人と会う喜びも特別になっている一方、デジタルでできることはデジタルで済みます。いろいろな変化が、すでに私たちの日常となっている。

世の中が変われば、ビジネスも変わらなくてはならない。オフィスで従業員の動向を掌握できないなら、メンタル面を含め、より、人を大切に作る経営が必要となる。対面が主体の職場であっても、非接触の活用など、感染リスクの軽減は必須課題である。お客様の行動スタイルが変化し、かつてのセオリーが通用しないなら、ニューノーマル対応の新たなマーケティングや営業を仕掛けなくてはならない。こうした種々の対応を進める上で、デジタル投資は不可欠である。

さて、「永続的な危機」であらわになった「地域の危機」は、必ずしも新規的なテーマではない。かつて、先送りや見逃しが可能であった課題が「永続的な危機」で加速し、待ったなしの局面に追い込まれている点が特徴である。

不安定が蔓延する世の中で少子化はさらに進み、コロナや戦争が与えた経済的ダメージは、地域企業だけでなく、地域社会における人手不足問題や後継者問題を加速させている。人的資源が不足している中で、地域の需要に応えようとするなら、デジタル化の遅れが許されない件も、実は PERMACRISIS 以前からの課題が、よりクローズアップされているだけである。

これまでそれぞれが独自に地方創生に取り組んできた青森銀行とみちのく銀行の統合がこうした時代に実現し、約2年後の2025年1月には正式合併で「青森みちのく銀行」が誕生する。このことは非常に重要な意味を持つ。つまり、青森県においては、PERMACRISIS が加速させた人口減少社会に、パワーアップした「青森みちのく銀行」が立ち向かっていくのである。

2015年に66万人存在した本県の労働力人口は、45年には35万人まで減少するとされている。地元の社会経済が待ったなしの危機にさらされている中、「まち」と「ひと」と「しごと」を創る新たな銀行の手腕に大いに期待したい。

コロナ禍では感染防止対策として不要不急の都道府県をまたいだ移動の自粛などが要請され、人の流れに影響を与えました。また、新型コロナの感染拡大は婚姻や出生の動向にも影響を与えています。そこで、第3章では、コロナ禍が人口動向に与えた影響について、自然動態のうち出生数と社会動態の2つの観点からみていきます。

第1節 出生の動向

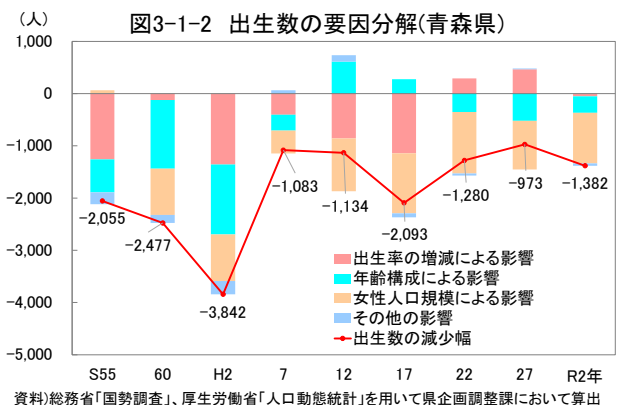
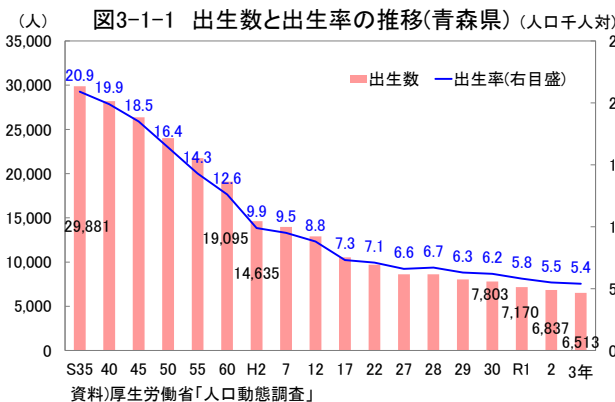
はじめに、本県の出生数の推移をみると昭和35年(1960年)以降減少傾向が続いていますが、特に昭和60年(1985年)から平成2年(1990年)にかけて大きく減少し、人口千人当たりの出生率も12.6から9.9に低下しました。平成28年(2016年)には微増となったものの、平成29年(2017年)以降は再び減少しています。コロナ禍以降の出生数をみると、令和2年(2020年)に7千人を割り、令和3年(2021年)は6,513人と、昭和60年(1985年)の約3分の1に減少しています。さらに令和4年(2022年)の出生数(速報値)は6,348人と過去最少となる見通しです。(図3-1-1)

また、全国においても、令和4年(2022年)の出生数は初めて80万人を下回り過去最少となる見通しとなっています。国の推計では出生数の80万人割れの時期を令和12年(2030年)としていましたが、想定を超えるペースで少子化が進んでいます。

少子化の流れは、本県、全国ともに平成初期(1990年代)から長期的に継続しており、その主な原因は、未婚化、晩婚化、有配偶出生率の低下と言われています。また、その背景には個々人の結婚や出産、子育ての実現を阻む様々な要因があると考えられています。(内閣府「少子化社会対策要綱」)

そこで、本県の出生数の減少要因を、出生率の増減による影響度合い、15~49歳の女性の年齢構成による影響度合い、女性人口の減少による影響度合いに分けてみると、少子化の現象が現れ始めた昭和60年(1985年)から女性人口の減少による影響度合いが大きくなっており、本県では特に女性人口の減少が出生数の減少に大きな影響を与えていると考えられます。(図3-1-2)

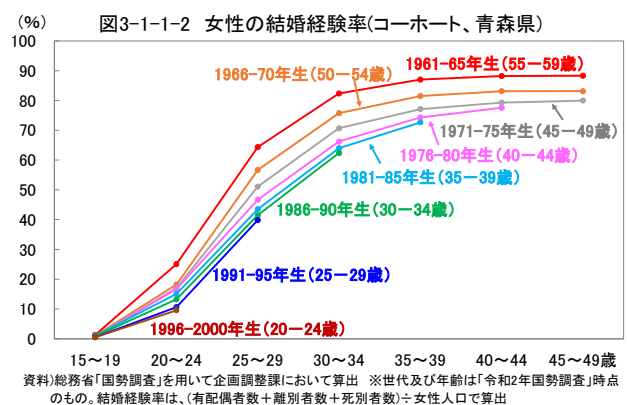
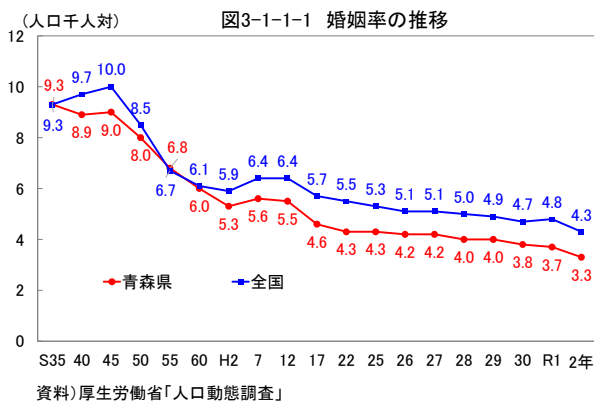
これらのことから、本節ではコロナ禍における出生の動向に着目し、出生の3つの要素となる婚姻、出生率、女性人口の動向について詳しくみていきます。



1 婚姻の動向

我が国においては婚外子の割合が低いことから、婚姻の動向は出生数の動向に大きな影響を与えると考えられます。そこで、これまでの婚姻率の推移をみると、全国は昭和45年(1970年)をピークとして、本県はほぼ一貫して低下傾向が続いており、特に昭和50年(1975年)から昭和55年(1980年)にかけて大きく落ち込んでいます。本県の婚姻率は、昭和35年(1960年)と昭和55年(1980年)を除き全国を下回っており、全国との差は平成12年(2000年)以降マイナス1.0ポイント前後で推移しています。(図3-1-1-1)

次に、本県の女性の結婚経験率をコーホート⁵分析により同じ年齢層で比較すると、令和2年(2020年)時点の年齢で50代(1961~65年生、1966~70年生)、40代(1971~75年生、1976~80年生)、30代(1981~85年生、1986~90年生)、20代(1991~95年生、1996~2000年生)と世代が下がるほど結婚経験率が低下する傾向にあります。特に、55~59歳(1961~65年生)とバブル経済崩壊後に大学を卒業し就職活動時期が就職氷河期にあった50~54歳(1966~70年生)、45~49歳(1971~1975年生)間でその差が大きくなっています。40~44歳(1976~80年生)は、30~34歳の時点での結婚経験率において45~49歳(1971~1975年生)との開きがみられたものの、40~44歳の時点になるとその差が縮まっていることから、晩婚化の傾向がうかがわれます。一方で、35~39歳(1981~85年生)以下の若い世代は、40~44歳(1976~80年生)と同じような傾向で推移しています。(図3-1-1-2)

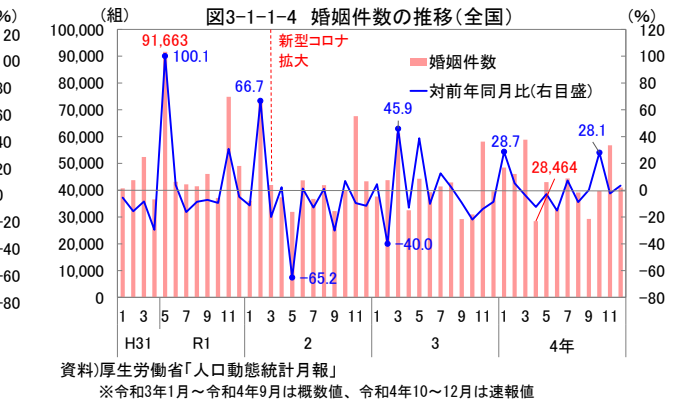
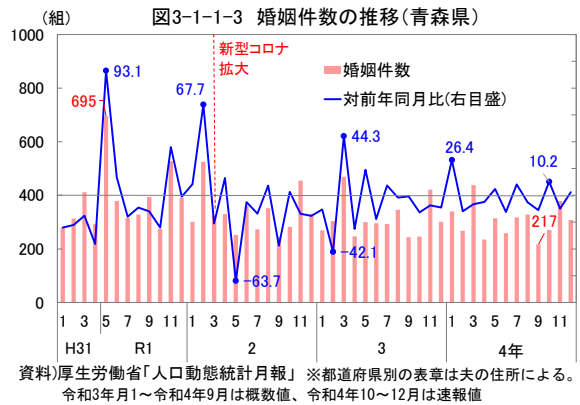


婚姻率が長期的に低下傾向で推移する中、コロナ禍の婚姻件数を前年比で見ると、令和元年(2019年)は改元月の5月に大きく増加したことで本県は2.9%減、全国は2.1%増となりましたが、令和2年(2020年)は新型コロナの影響に加え前年の反動減もあり本県は12.4%減、全国は12.3%減と大きく低下しました。続く令和3年(2021年)は本県が7.3%減、全国が4.6%減と前年よりも減少幅は小さくなったものの、コロナ禍での制約が引き続き影響したものと考えられます。一方で、令和4年(2022年)は本県の1.7%減に対して、全国では1.5%増と回復傾向にあります。

さらに月別の推移をみると本県、全国ともに同じような動きで推移しており、令和元年(2019年)5月と令和2年(2020年)2月、令和3年(2021年)3月のゼロ目日を含む月には婚姻件数が増加し、前年同月を上回りましたが、新型コロナの感染が拡大した令和2年(2020年)3月以降では前年同月を下回る月が多くなっています。コロナ禍前までの少子化や晩婚化、非婚化に加え、コロナ禍での人流の抑制により出会いの機会が減少したことや、三密回避から結婚式が挙げられない等の

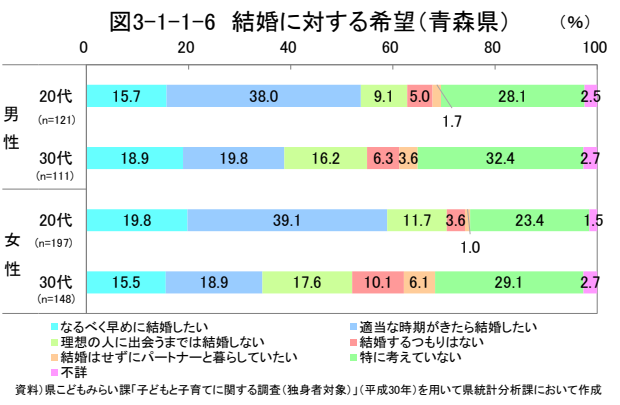
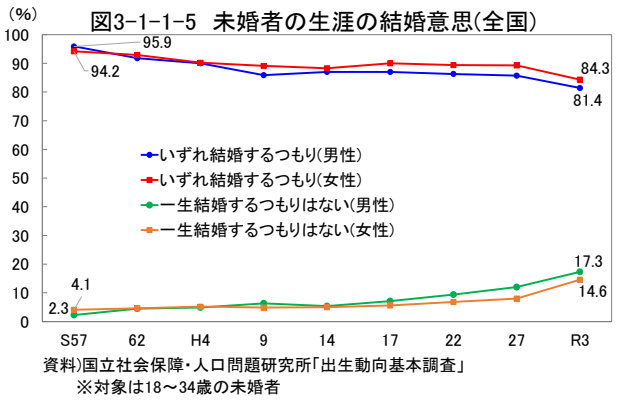
⁵ コーホート …ある期間に結婚・出生等何らかの事象が発生した人を集団としてとらえたもの。

理由で婚姻件数が減少したことが考えられます。令和4年(2022年)は前年の反動増から1月に本県、全国ともに前年同月比20%以上の増加、10月は本県が10.2%増、全国が28.1%増となったほか、他の月も令和2年(2020年)や令和3年(2021年)のように大きく低下するような月が少なくなりました。新型コロナウイルス感染防止対策と社会経済活動の両立に向けた取組が進んだことでこれまでの制約が緩和され、結婚式を延期していたカップルが入籍するなど過去2年と比べて結婚しやすい環境になったことなどが背景にあるものと考えられます。(図3-1-1-3~4)



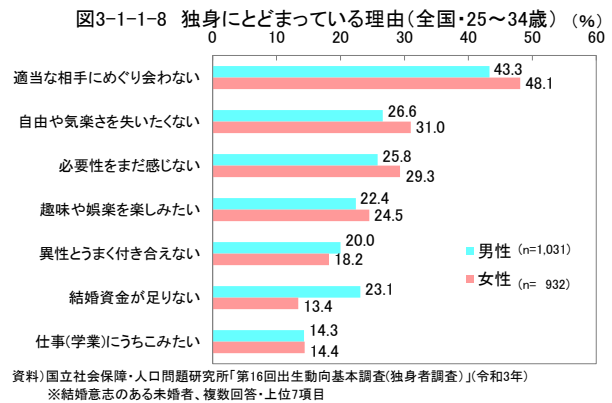
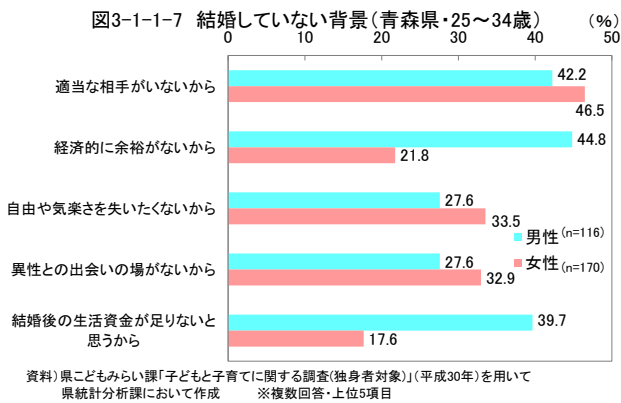
ここからは30代半ばまでの世代の結婚に対する意識を各種調査結果からみていきます。まず、全国の未婚者の結婚意思をみると「いずれ結婚するつもり」が男性、女性ともに低下傾向にある一方で、「一生結婚するつもりはない」が上昇傾向にあります。いずれも男性が女性よりも結婚に対する意識が低く、男性、女性ともに平成27年(2015年)から令和3年(2021年)にかけてはそれまでよりも大きく変動しています。

次に、本県の20代と30代の独身者の結婚に対する希望をみると、20代では男性、女性ともに「なるべく早めに結婚したい」、「適当な時期がきたら結婚したい」を合わせると50%を上回るものの、30代では50%を下回っており、さらに「結婚するつもりはない」が高くなっていることから、30代になると結婚希望者が少なくなることがうかがわれます。(図3-1-1-5~6)

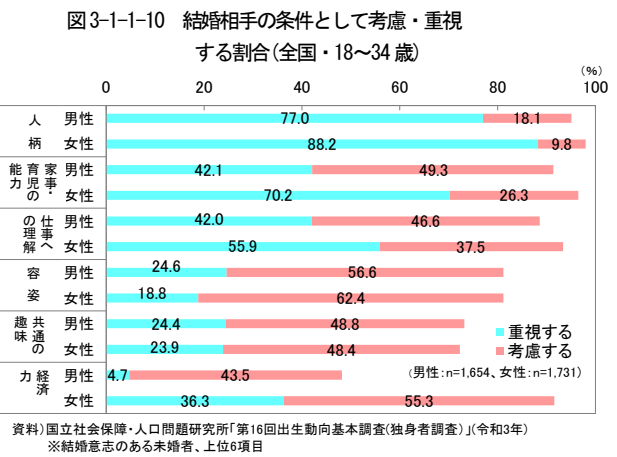
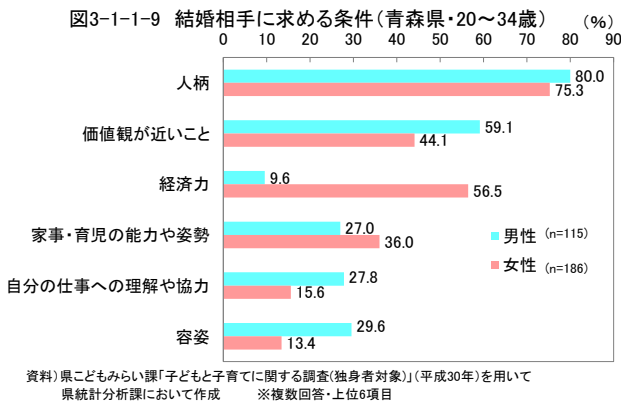


同様に結婚していない背景をみると、「適当な相手がいないから」では男性、女性ともに高いのに対し、「経済的に余裕がないから」、「結婚後の生活資金が足りないと思うから」では男女の差が大きく、男性においては経済的な理由により結婚に踏み切れない背景がうかがえます。調査時期や対象が異なるため単純比較はできませんが、全国の調査結果においても独身にとどまっている理

由として「適当な相手にめぐり合わない」が最も高く、「結婚資金が足りない」では男女の差が大きくなっており、本県と同様の傾向となっています。(図3-1-1-7～8)



結婚相手に求める条件をみると、本県の場合には「人柄」が男性、女性ともに高いのに対し、「経済力」で男女の差が大きく、女性の方が経済的な条件を重視している傾向がうかがえます。調査時期や対象が異なるため単純比較はできませんが、全国の調査結果においても結婚相手の条件として考慮・重視する割合では「人柄」が最も高く、「経済力」で男女の差が大きくなっています。(図3-1-1-9～10)



近年では、生き方の多様性が社会的に受容されるようになったことで結婚を望まない層も徐々に増えつつありますが、結婚希望者が依然として多い状況です。結婚希望者が結婚しない背景として、「適当な相手がいない」ことが大きいことから、コロナ禍で婚姻件数が減少したのは、人流の抑制により出会いの機会が少なくなったことが要因の一つと考えられます。

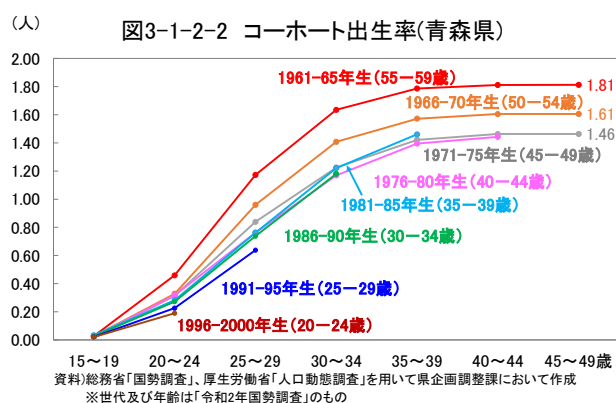
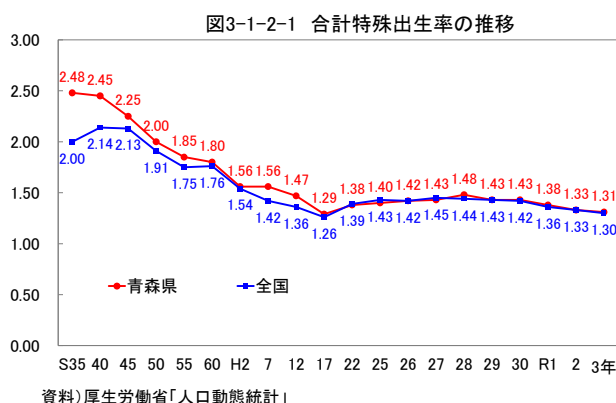
県では、令和4年(2022年)8月から人工知能(AI)を活用したマッチングシステム「AI(あい)であう」の登録を開始し、同年10月からマッチングをスタートしました。今後、出会いの機会の創出やマッチングを増やしていくことで、結婚希望者が結婚に至る可能性が高まると期待されます。

一方で、結婚していない背景として、男性は「経済的に余裕がない」、「結婚後の生活資金が足りない」が高く、結婚相手に求める条件として、女性は「経済力」が高いことから、男女とも経済的な理由が未婚にとどまっている要因の一つにつながっているものと推察されます。

2 出生率の動向

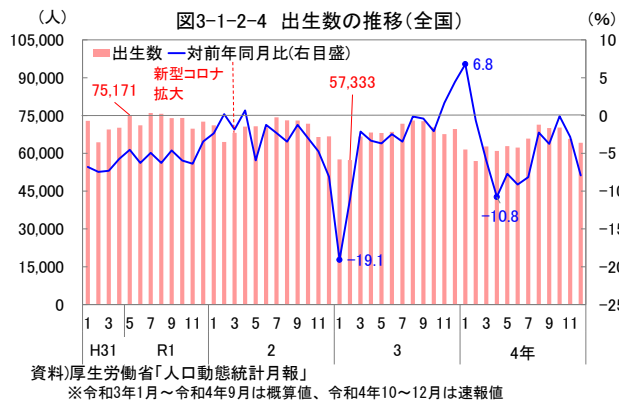
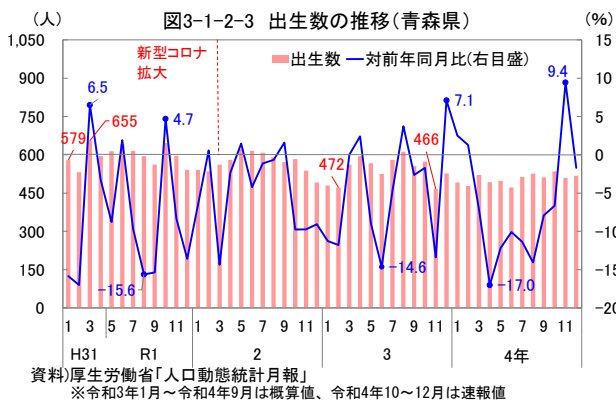
合計特殊出生率は15～49歳までの女性の年齢別出生率を合計したもので、一人の女性がその年齢別出生率で一生の間に生むとしたときの子ども数に相当し、人口動態の出生の傾向をみるときの主要な指標です。本県の合計特殊出生率をみると、昭和50年(1975年)までは2.00を上回っていましたが、昭和55年(1980年)には1.85と2.00を下回り、平成17年(2005年)に1.29まで低下し、平成22年(2010年)以降は1.40前後で推移していましたが、しかし、平成29年(2017年)以降は再び低下に転じ、令和3年(2021年)には1.31まで低下しています。また、全国と比較すると平成17年(2005年)までは全国を上回っていましたが、平成22年(2010年)からは全国とほぼ同じ値で推移しています。(図3-1-2-1)

同一世代生まれ(コホート)の女性の各年齢(15～49歳)の出生率を過去から積み上げたコホート出生率をみると、令和2年(2020年)時点の年齢で55～59歳(1961～65年生)、50～54歳(1966～70年生)、45～49歳(1971～75年生)では世代が下がるほどコホート出生率が低下しています。これは、142ページの図3-1-1-2「女性の結婚経験率(コホート、青森県)」でみたようにこれらの世代の結婚経験率が低下し、世代間での差が大きかったことが影響しているものと考えられます。それ以外の若い世代では、30代(1981～85年生、1986～90年生)が40代(1971～75年生、1976～80年生)を上回る傾向がみられる一方で、20代(1991～95年生、1996～2000年生)は他の世代と比較して低い傾向があることがうかがえます。(図3-1-2-2)



コロナ禍以降の月別の出生数をみると、本県の出生数はコロナ禍前の平成31年(2019年)1月に579人と600人を割り込んでからは、令和2年(2020年)にかけて600人前後で推移したものの、令和2年(2020年)年12月には500人を割り492人となりました。令和3年(2021年)3月から再び600人前後で推移していたものの、同年11月から再び大きく減少し、その後は500人前後で推移しています。前年同月との比較では、コロナ禍前から前年同月を下回る月が多く、令和4年(2022年)3月から10月まで8カ月連続で前年を下回りました。同年11月は前年からの反動増により、前年同月比9.4%増と9カ月ぶりに増加に転じました。

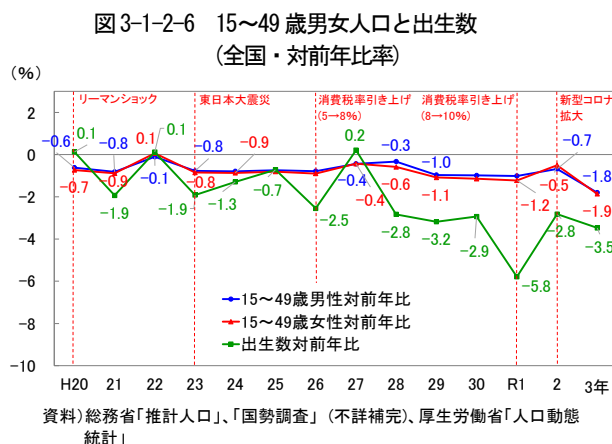
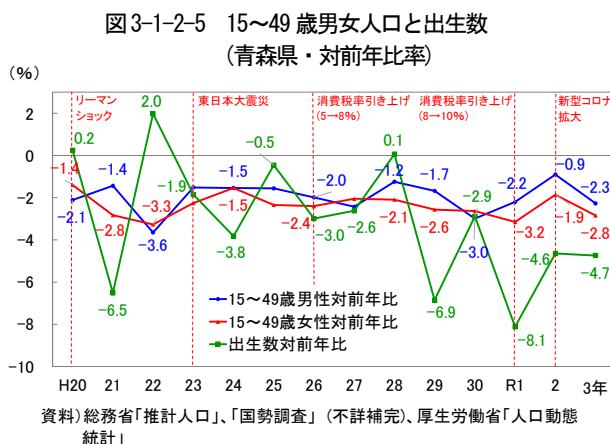
全国をみると、令和2年(2020年)までは7万人前後で推移していましたが、令和3年(2021年)1月に6万人を割り込むと、6万人台で推移する月が多くなっています。本県同様、コロナ禍前から前年同月を下回る月が多くなっており、令和4年(2022年)5月以降は本県と同様に回復基調となっています。(図3-1-2-3～4)



合計特殊出生率は平成17年(2005年)から本県、全国ともに大きな変動はないものの、本県の出生数が減少していく要因として、141ページの図3-1-2「出生数の要因分解(青森県)」でみたように女性人口の減少が挙げられます。

そこで、本県と全国の男女別の15～49歳人口を対前年比で比較してみると、全国では令和2年(2020年)までは男女とも0～1%減で推移しており、男女間で殆ど差がみられないのに対し、本県では前年比1～4%減で推移しており、男性よりも女性の減少率が高くなっています。本県の15～49歳人口の減少幅が全国よりも大きく、更に女性の減少幅が男性よりも大きいことが、出生数の減少幅が全国よりも大きくなっていることの要因と考えられます。

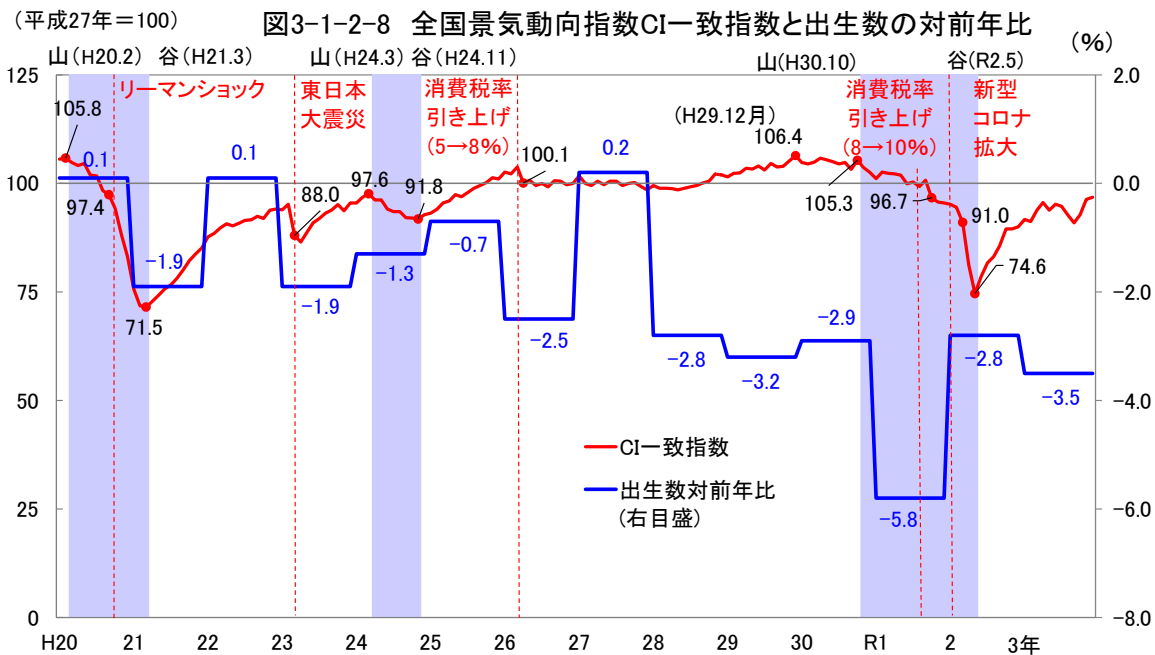
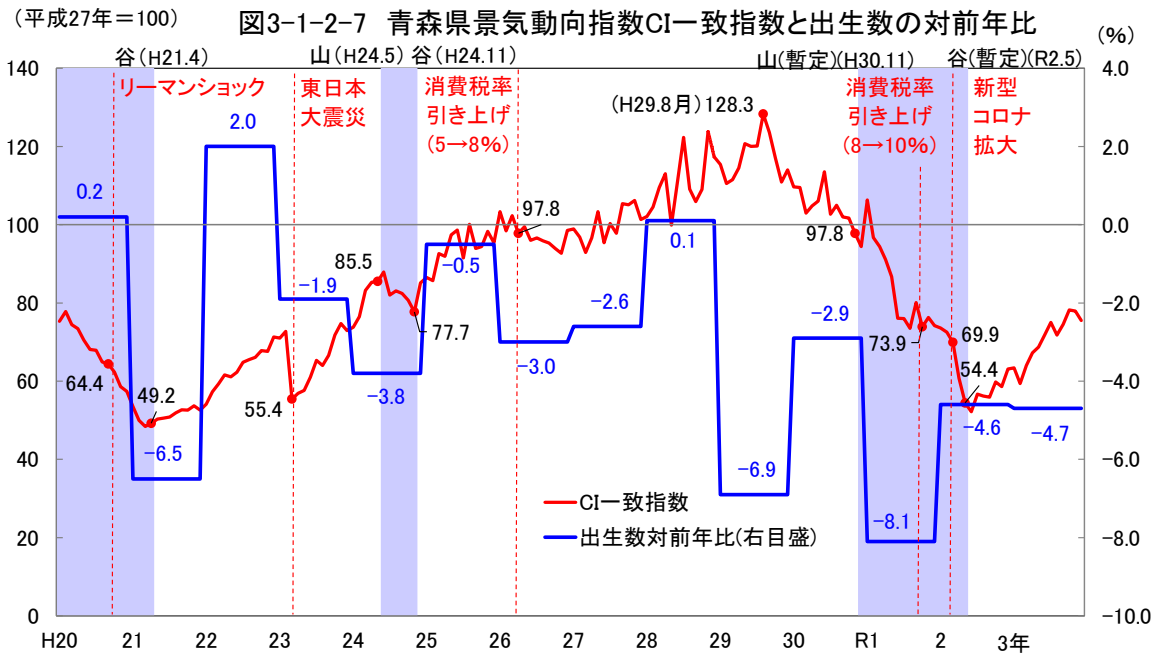
また、出生数は本県、全国ともにリーマンショック翌年の平成21年(2009年)や東日本大震災の翌年の平成24年(2012年)、消費税率の引き上げがあった平成26年(2014年)でそれぞれ減少幅が拡大しています。減少幅が拡大した年の翌年には前年の反動で増加に転じる傾向がありますが、再度消費税率の引き上げがあった令和元年(2019年)に減少幅が大きく拡大したのち、コロナ禍の令和2年(2020年)から令和3年(2021年)においても依然として減少幅が大きいことから、コロナ禍での経済的な理由や妊娠・出産に対する健康上の不安等から出産を控えたケースがあったものと考えられます。なお、本県で平成29年(2017年)に出生数が前年よりも大きく落ち込んでいるのは、前年(平成28年(2016年))の出生数が増加に転じたことからの反動や、男性人口、女性人口の減少幅が拡大していることなどが要因として考えられます。(図3-1-2-5～6)



次に、出生数の対前年比と景気の大きさやテンポ(量感)を測定する景気動向指数C I一致指数

の動きを比較してみます。(景気動向指数の概要は、統計資料編 195～200 ページ参照)

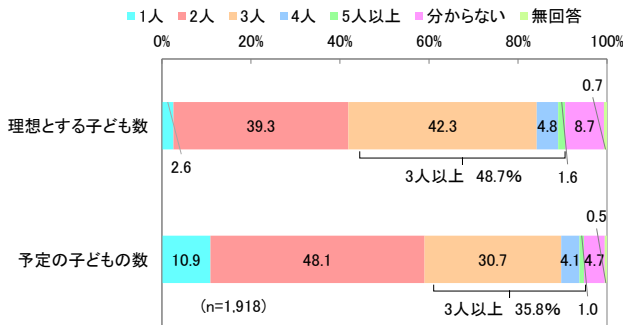
出生数が本県、全国ともに減少傾向にある中で、本県の出生数の対前年比はC I一致指数と連動するとは言えませんが、景気の山(拡張期から収縮期への転換点)から景気の谷(収縮期から拡張期の転換点)に向かう景気後退期では、出生数の減少幅が前年よりも大きくなっています。全国も同様にC I一致指数と連動するとは言えませんが、平成 24 年(2012 年)を除くと景気後退期では前年よりも出生数の減少幅が大きくなっています。(図 3-1-2-7～8)



先にみたように本県の合計特殊出生率はこのところ 1.30～1.40 で推移しています。本県の 0～

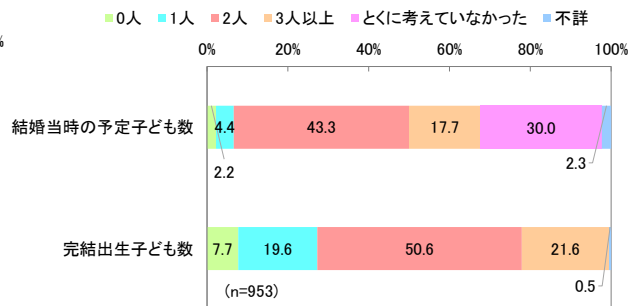
15歳までの子どものいる親を対象とした意識調査の結果では、理想の子ども数は3人以上とする割合が最も高かった一方で、予定の子ども数では2人の割合が最も高くなっています。調査時期や対象が異なるため単純比較はできませんが、全国調査の結果では、結婚当時の予定子ども数と完結出生子ども数⁶がともに2人の割合が最も高くなっています。(図3-1-2-9~10)

図3-1-2-9 理想とする子ども数と予定の子ども数(青森県)



資料)県こどもみらい課「子どもと子育てに関する調査」(平成30年)
※対象:0~15歳の子どもの親

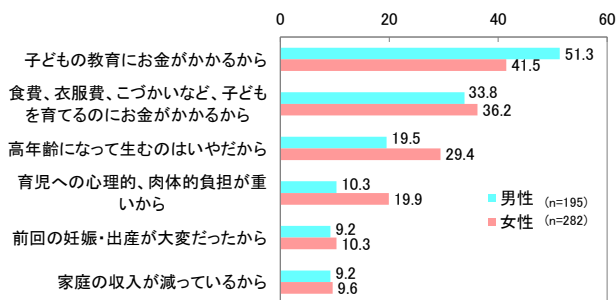
図3-1-2-10 結婚当時の予定子ども数と完結子ども数(全国)



資料)国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向基本調査」(令和3年)
※対象:結婚持続期間15~19年の初婚どうしの夫婦

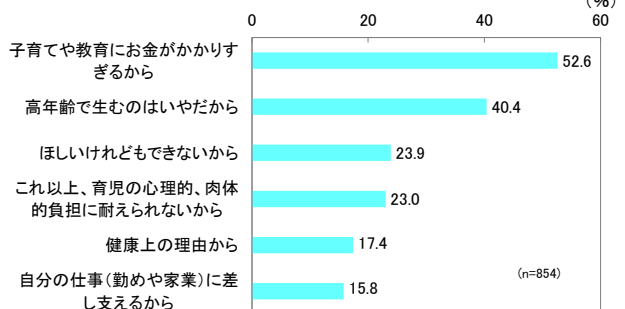
予定の子ども数が理想の子ども数よりも少ない理由として、本県では「子どもの教育にお金がかかるから」、「食費、衣服費、こづかいなど、子どもを育てるのにお金がかかるから」、「家庭の収入が減っているから」など経済的な理由を挙げた割合が高く、続いて「高年齢になって生むのはいやだから」、「育児への心理的、肉体的負担が重いから」、「前回の妊娠・出産が大変だったから」と身体的・精神的負担を理由とした割合が高く、特に男性よりも女性で高い傾向となっています。単純比較はできませんが、全国の調査結果においても、本県と同様に経済的な理由が最も高く、次いで身体的・精神的理由が高くなっています。(図3-1-2-11~12)

図3-1-2-11 予定の子ども数が少ない理由(青森県) (%)



資料)県こどもみらい課「子どもと子育てに関する調査」(平成30年)
※対象:予定子ども数が理想とする子ども数を下回ると回答した0~15歳の子どもの親、複数回答、上位6項目

図3-1-2-12 理想の子ども数を持たない理由(全国) (%)



資料)国立社会保障・人口問題研究所「第16回出生動向基本調査」(令和3年)
※対象:予定子ども数が理想子ども数を下回ると回答した初婚どうしの夫婦、不詳を含まない選択率、複数回答、上位6項目

続いて、女性の身体的負担についてみていきます。令和2年(2020年)に6歳未満の子供のいる女性の従業上の地位をみると、本県は正規の職員・従業員が40.9%と最も高く、次いでパート・アルバイト・その他の雇用者が28.3%となり、役員や事業主等を含めると70%以上の女性が働きながら育児をしている状況となっています。これに対し、全国では非労働力人口いわゆる専業主婦などが36.6%と最も高く、次いで正規の職員・従業員となっており、正規の職員・従業員の割合は本県が全国を8.3ポイント上回っています。また、平成22年(2010年)以降でみると、本県、全

⁶ 完結出生子ども数 …子どもを追加する予定がほぼない結婚持続期間15~19年の夫婦の平均出生子ども数。

国ともに正規の職員・従業員として働く女性の割合が上昇しています。(図 3-1-2-13~14)

図 3-1-2-13 6 歳未満の子供のいる女性(15~49 歳)の従業上の地位(青森県)

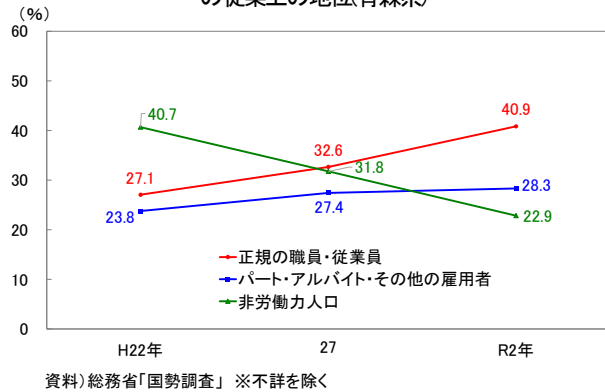
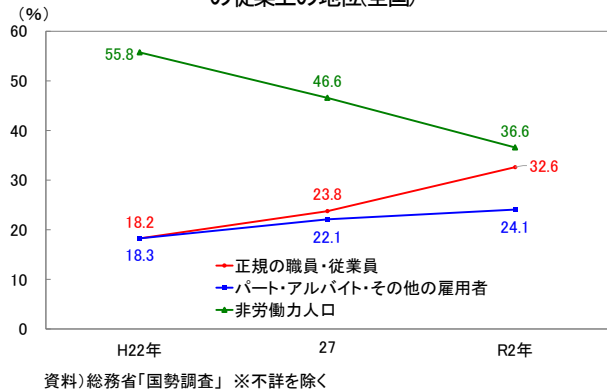


図 3-1-2-14 6 歳未満の子供のいる女性(15~49 歳)の従業上の地位(全国)



本県における 20~49 歳の男女の家庭での家事の役割分担の理想をみると、「夫婦で同程度」とする割合が男性 64.3%、女性 70.2%とともに最も高くなっています。同様に、育児の役割分担の理想も、「夫婦で同程度」とする割合が男性 74.1%、女性 82.3%とともに最も高くなっています。いずれも女性の方がやや高くなっていますが、男女とも理想としては夫婦で同程度であるべきだと考えていることがわかります。(図 3-1-2-15~16)

図 3-1-2-15 20~49 歳 家庭での役割分担の理想 (家事・青森県)

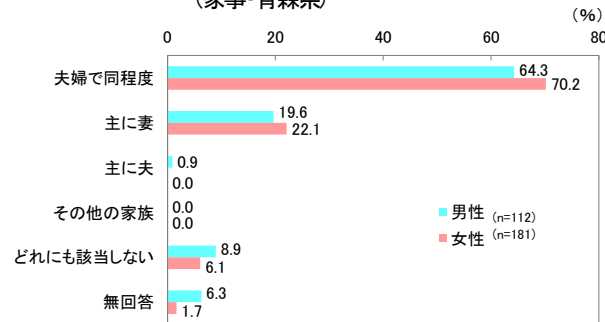
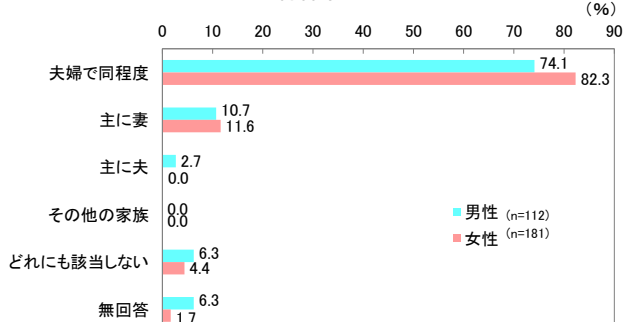


図 3-1-2-16 20~49 歳 家庭での役割分担の理想 (育児・青森県)



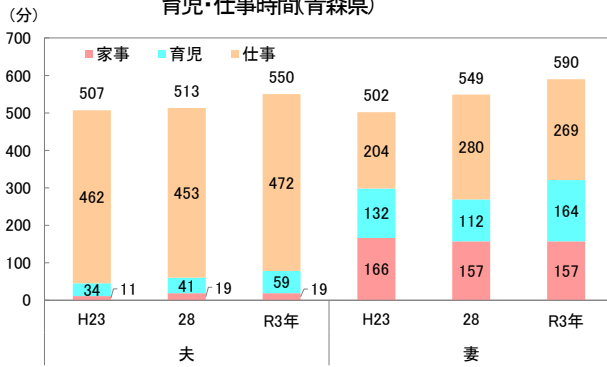
次に、6 歳未満の子供のいる共働き世帯の家事、育児、仕事を夫と妻で比較してみると、全国、本県ともに夫の家事や育児に従事する時間は増えているものの、令和 3 年(2021 年)における全国の夫の家事時間は妻の 21.2%、育児時間が 31.0%、本県の夫の家事時間は妻の 12.1%、育児時間が 36.0%程度にとどまっています。

本県では、夫の家事、育児時間が全国よりも短く、特に家事時間で 14 分短くなっています。また、妻の育児時間が増加しており、仕事時間を含めると、夫の家事、育児、仕事時間の合計を 40 分上回っています。さらに、本県の妻の仕事時間は全国よりも長い傾向となっています。これは図 3-1-2-13~14 でみたように、本県では子育て中の女性の多くが就業し、全国と比べて正規の職員や従業員として働く女性が多いためと考えられます。

これらのことから、家事や育児に関しては、本県、全国ともに共働き世帯であっても依然として女性の負担が大きく、家庭での役割分担の理想と現実とは大きく乖離している実態がみてとれ

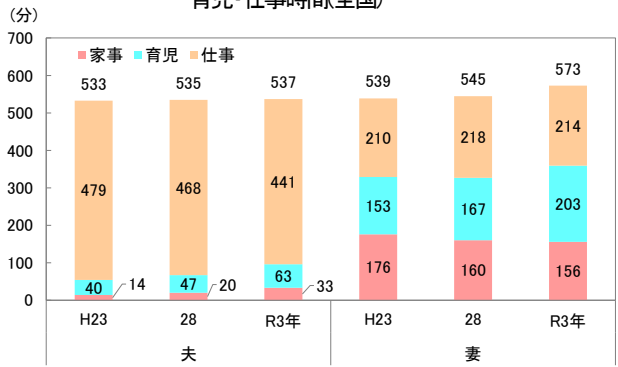
ます。(図 3-1-2-17~18)

図3-1-2-17 6歳未満の子供がいる共働き世帯の家事・育児・仕事時間(青森県)



資料)総務省「社会生活基本調査」 ※行動の種類別総平均時間-週全体

図 3-1-2-18 6歳未満の子供がいる共働き世帯の家事・育児・仕事時間(全国)



資料)総務省「社会生活基本調査」 ※行動の種類別総平均時間-週全体

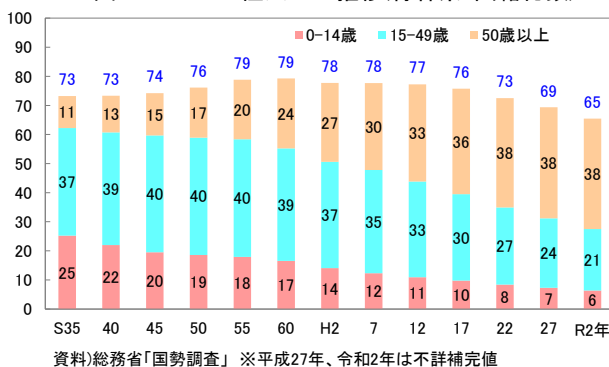
夫婦が理想の数の子どもを持つには、子育て世代の経済的な負担感や不安感を軽減していくことが望ましいと考えられます。併せて、女性の労働参画が進み、子育てしながら働く女性が多くなってきていることから、女性の家事・育児への心理的・肉体的負担を軽減していくことが求められます。特に、本県においては未就学児を養育しながら正規の職員・従業員として働く女性が多いことから、夫である男性が家事や育児に従事しやすい働き方や環境整備がより一層望まれます。

3 女性人口の動向

はじめに、本県の女性人口の推移をみると、平成2年(1990年)から減少に転じ、令和2年(2020年)には戦後最少の約65万人となっています。年代区分別にみると、0~14歳と15~49歳が減少する一方で、50歳以上が増加傾向にあり、令和2年(2020年)には0~14歳が約6万人、15~49歳が約21万人と戦後最少となっているのに対し、50歳以上は約38万人と戦後最高となっています。(図 3-1-3-1)

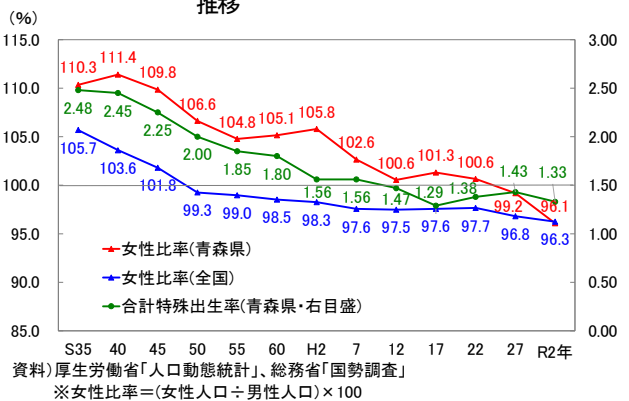
昭和35年(1960年)以降における15~49歳人口の女性比率をみると、本県は合計特殊出生率が2.0を上回っていた昭和45年(1970年)までは110%前後で推移し、男性に比べて女性が約1割多い状態となっていました。その後長年にわたって低下しています。平成27年(2015年)には100%を割り、男性が女性人口を上回るようになりました。同様に全国の女性比率も低下傾向にあります。その動きは本県に比べると緩やかなものになっています。また、本県では女性比率の低下とともに合計特殊出生率が低下する傾向にあります。(図 3-1-3-2)

図3-1-3-1 女性人口の推移(青森県・国籍総数)



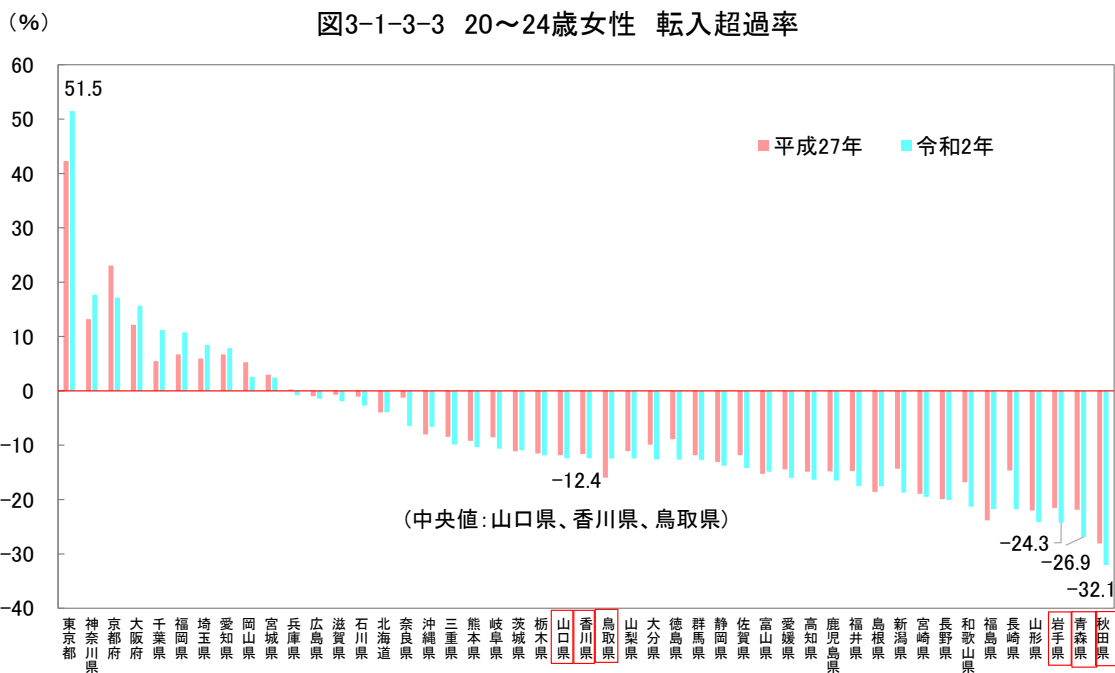
資料)総務省「国勢調査」 ※平成27年、令和2年は不詳補完値

図3-1-3-2 15~49歳女性比率と合計特殊出生率の推移



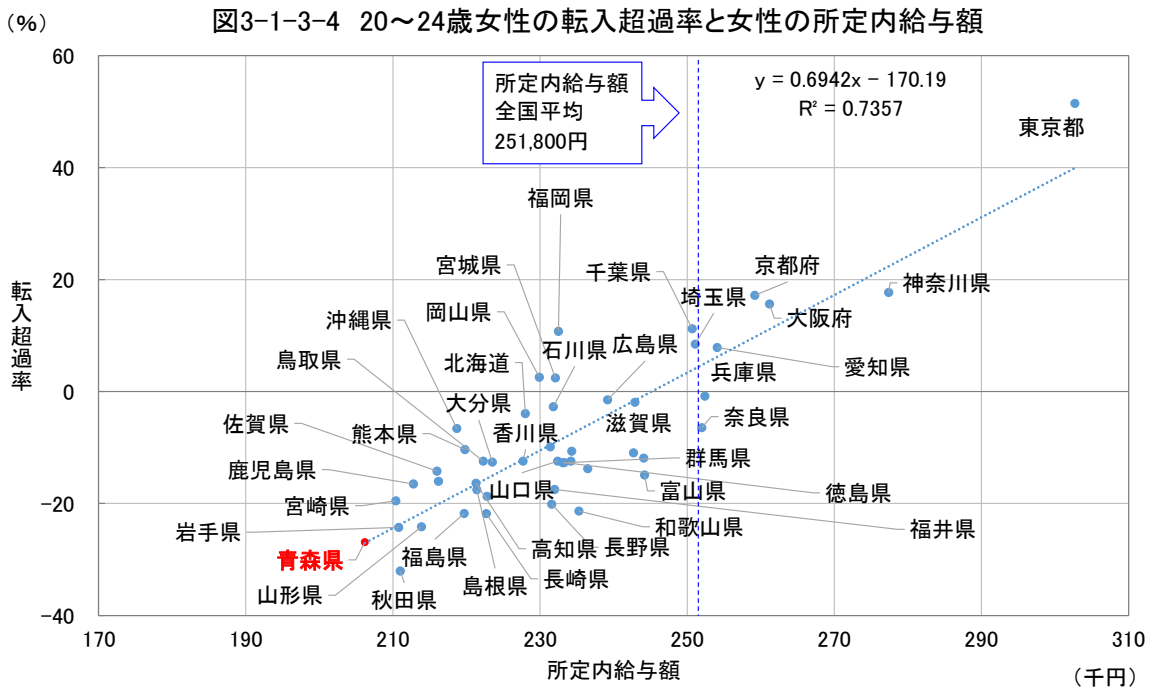
資料)厚生労働省「人口動態統計」、総務省「国勢調査」
※女性比率=(女性人口÷男性人口)×100

本県の15～49歳人口の女性比率が低下した主な要因は、少子化により生まれてくる女性人口そのものが減少していることに加え、県外への転出者が県外からの転入者を上回る転出超過です。特に、本県では高校卒業時の18歳と大学卒業時の22歳での転出超過が大きく、近年では20～24歳の女性の県外転出超過率が大幅に拡大しています。平成22年(2010年)から平成27年(2015年)、平成27年(2015年)から令和2年(2020年)のそれぞれの5年間における20～24歳の女性の転出超過率を全国で比較すると、本県は26.9%と秋田県の32.1%に次いで高く、この5年間で女性人口の約4分の1が転出超過により減少したことになります。中央値は、山口県、香川県、鳥取県の12.4%で本県とは14.5ポイントの開きがあります。また、本県の転出超過率を平成27年(2015年)と比較すると5ポイント拡大しています。(図3-1-3-3)



資料) 総務省「国勢調査」 ※不詳補完
 転入超過率=(転入-転出)÷前回国勢調査時の15～19歳人口、-(マイナス)は転出超過

次に、20～24歳の女性の転入超過率と女性の所定内給与額の相関をみると、所定内給与額が高くなると転入超過率が高くなるという強い相関がみられます。例えば、東京都及びその近郊の神奈川県や大阪府、京都府、愛知県のように令和2年(2020年)の所定内給与額が全国平均の25万1,800円以上のところでは転入超過となり、県外からの転入者が多くなる傾向にあります。本県についてみると、所定内給与額は20万6,200円と全国最下位の賃金水準で、転入超過率は前述のとおり秋田県に次いで2番目に低くなっています。また、宮城県を除く東北地方と、宮崎県、鹿児島県の南九州では本県と同様に賃金水準が低く、転入超過率が低い傾向がみられ、20～24歳の女性では就業機会や高い賃金水準を求めて転出する傾向があることがうかがえます。(図3-1-3-4)

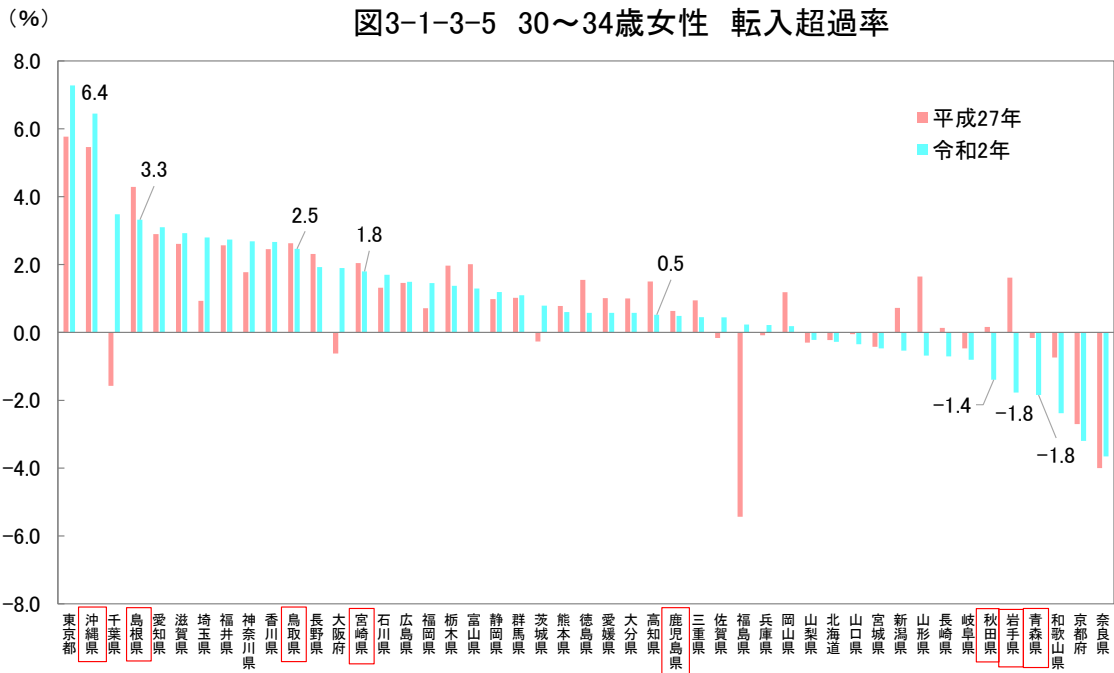


資料)総務省「令和2年国勢調査」、厚生労働省「令和2年賃金構造基本統計調査」※-(マイナス)は転出超過

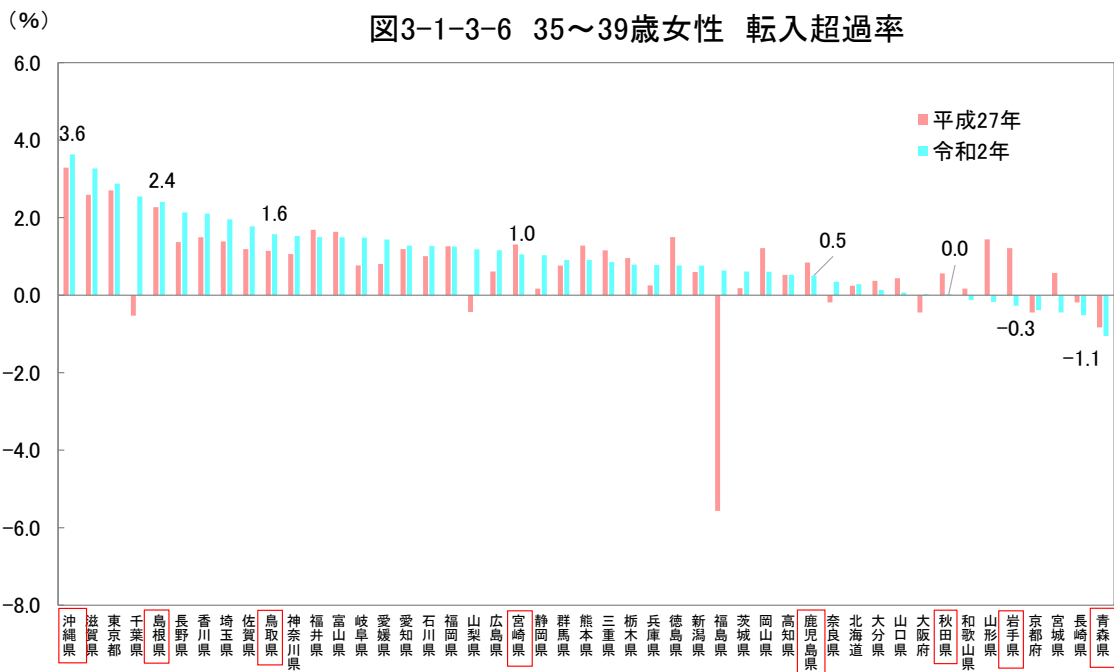
続いて、30～34歳、35～39歳の女性の転入超過率をみると、20～24歳で転入超過率がマイナス即ち転出超過となっていた地域でも年齢が高くなるにつれ、転出超過から転入超過に転じる地域が多くなっています。

30～34歳では、沖縄県が東京都の次に転入超過率が高くなっており、島根県や鳥取県のほか、本県と同様に賃金水準が低い宮崎県や鹿児島県も転入超過に転じています。一方で、本県、岩手県、秋田県は転出超過となっており、本県の転入超過率のマイナス幅は秋田県よりも大きくなっています。(図3-1-3-5)

さらに35～39歳では、沖縄県の転入超過率が全国最高となり、20～24歳で転入超過率のマイナス幅が最大となっていた秋田県においても平成27年(2015年)は転入超過となっており、令和2年(2020年)も転入と転出の均衡がとれている状態となっています。なお、本県は平成27年(2015年)、令和2年(2020年)とも転入超過率のマイナス幅は全国で最大となっています。(東日本大震災の影響が大きかった平成27年(2015年)の福島県を除く。)(図3-1-3-6)



資料)総務省「国勢調査」 ※不詳補完
 転入超過率=(転入-転出)/前回国勢調査時の25～29歳人口 ※-(マイナス)は転出超過

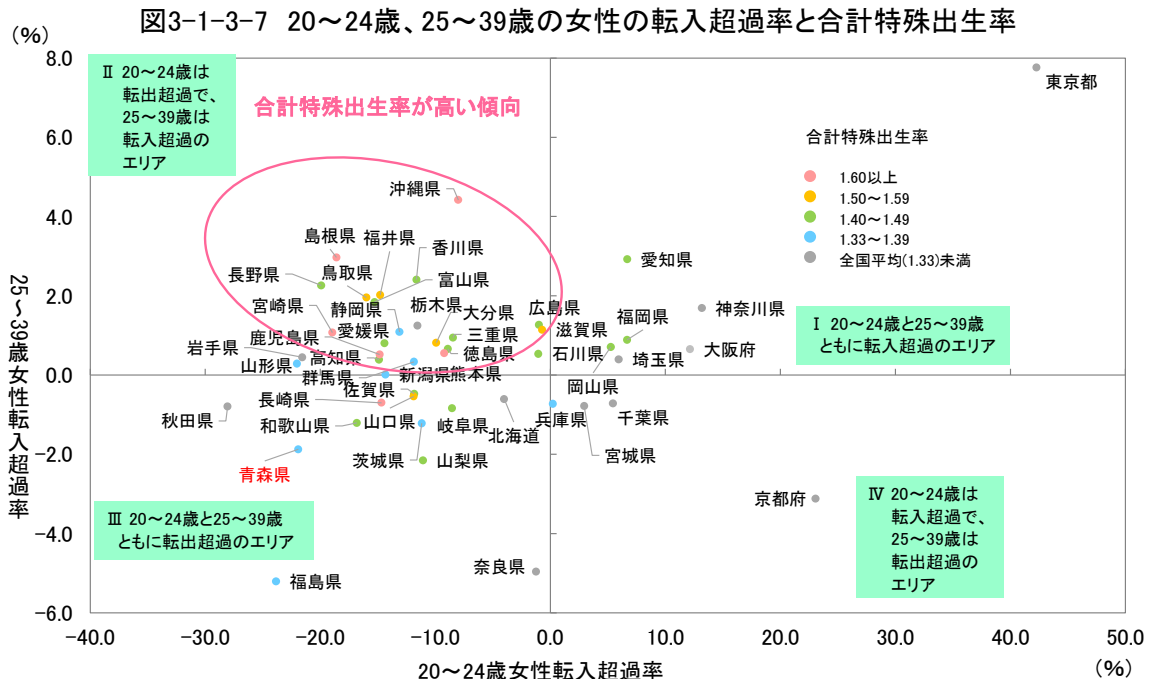


資料)総務省「国勢調査」 ※不詳補完
 転入超過率=(転入-転出)/前回国勢調査時の30～34歳人口 ※-(マイナス)は転出超過

次に20～24歳の女性の転入超過率と25～39歳の女性の転入超過率をプロットして見てみます。それぞれの転入超過率の0%を軸に、東京都、神奈川県、愛知県、大阪府、福岡県などの大都市が含まれる20～24歳と25～39歳でともに転入超過となるエリア(I)、鳥取県、島根県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県など20～24歳は転出超過で25～39歳は転入超過となるエリア(II)、本県や秋田県、福島県など20～24歳と25～39歳でともに転出超過となるエリア(III)、宮城県、千葉県、京都府など20～24歳は転入超過で25～39歳は転出超過となるエリア(IV)の4つのエリアに分類され

ます。

これらに合計特殊出生率を合わせてみると、IIのエリアでは、合計特殊出生率が高い県が多い傾向にあり、合計特殊出生率が近年上昇傾向にある鳥取県、島根県や、本県と同様に賃金水準が低く、高卒者の県外就職率が高い宮崎県や鹿児島県など多くの県が含まれています。一方、IのエリアやIVのエリアでは、合計特殊出生率が全国平均以下の都府県が多く含まれています。(図3-1-3-7)



以上のことから、就業機会や高い賃金水準を求めることなどにより、20～24歳の女性の転出超過幅の大きい地域においても、20代後半からの女性の転入を増やしていくことで女性人口の減少に歯止めをかけられる可能性がうかがえます。女性人口の減少が出生率の低下に大きな影響を与えている本県においては、女性の還流を促進していくことが、今後の出生率向上の糸口になると考えられます。

ここまで、婚姻、出生率、女性人口の3つの側面からコロナ禍の出生動向を考察してきました。多様な生き方が尊重され社会的に受容されていく中で、結婚、出産はそれぞれの個人の意思や自らの選択を尊重するものであることは言うまでもありません。その上で、結婚を希望する人が結婚し、子どもを望む人が理想の数の子どもを持てるような環境づくりが望まれます。

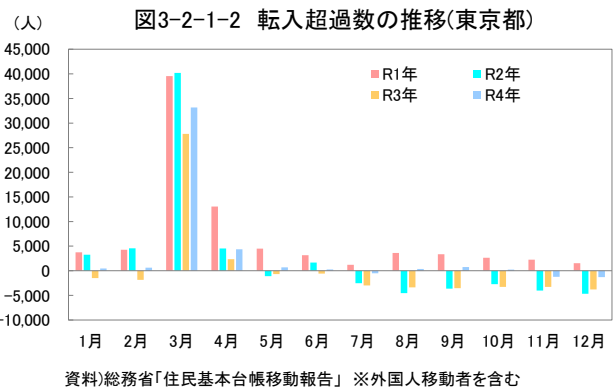
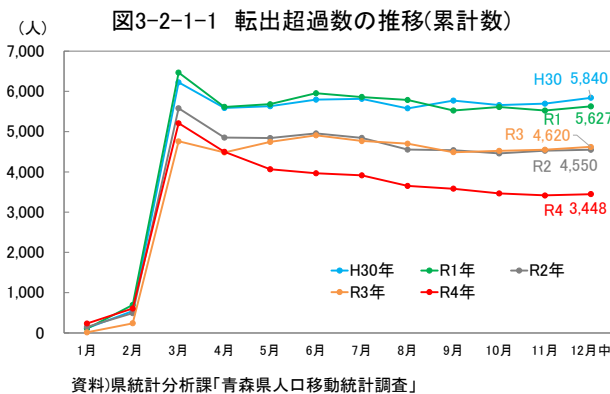
第2節 社会動態の動向

コロナ禍では感染拡大地域への転出を回避したり、感染拡大地域から本県へ転入するなど社会動態に変化をもたらしました。本節ではコロナ禍の社会動態を県外からの転入出と県内市町村間の移動に分けてみていき、他世代に比べて県外転出の多い若年者の県内定着と還流の促進について考察していきます。

1 県外転入出の動向

はじめに、本県の社会動態について県外転入出の動向をみると、昭和52年(1977年)以降、県外への転出者数が県外からの転入者数を上回る転出超過の状態が続いています。本県の直近5年間の転出超過数は、コロナ禍前の平成30年(2018年)と令和元年(2019年)は年間の累計で5千人を上回っていましたが、新型コロナウイルスの感染が拡大した令和2年(2020年)は前年比19.1%減の4,550人となり転出超過幅が大きく縮小しました。続く令和3年(2021年)はやや拡大したものの、令和4年(2022年)は前年比25.4%減の3,448人となり、令和3年(2021年)と比較して千人以上縮小しました。このように、本県の転出超過数はコロナ禍をきっかけに抑制される状態が続いています。(図3-2-1-1)

一方で、東京都の社会動態は転入者数が転出者数を上回る転入超過の状態が長く続いていましたが、新型コロナウイルスの感染拡大を機にリモートワークの活用といった新しい働き方が広まったほか、本社機能の移転などで郊外への転出の動きが生じたこと等により、令和2年(2020年)5月には外国人を含めて集計を開始した平成25年(2013年)7月以降で初めての転出超過となりました。続く令和3年(2021年)は進学や就職等により人の移動が多くなる3月、4月以外は転出超過が続いたものの、令和4年(2022年)に入ると転入超過の状態に戻り、年間をみても3年ぶりに転入超過となるなど、少しずつコロナ禍前の状態に戻りつつあります。(図3-2-1-2)

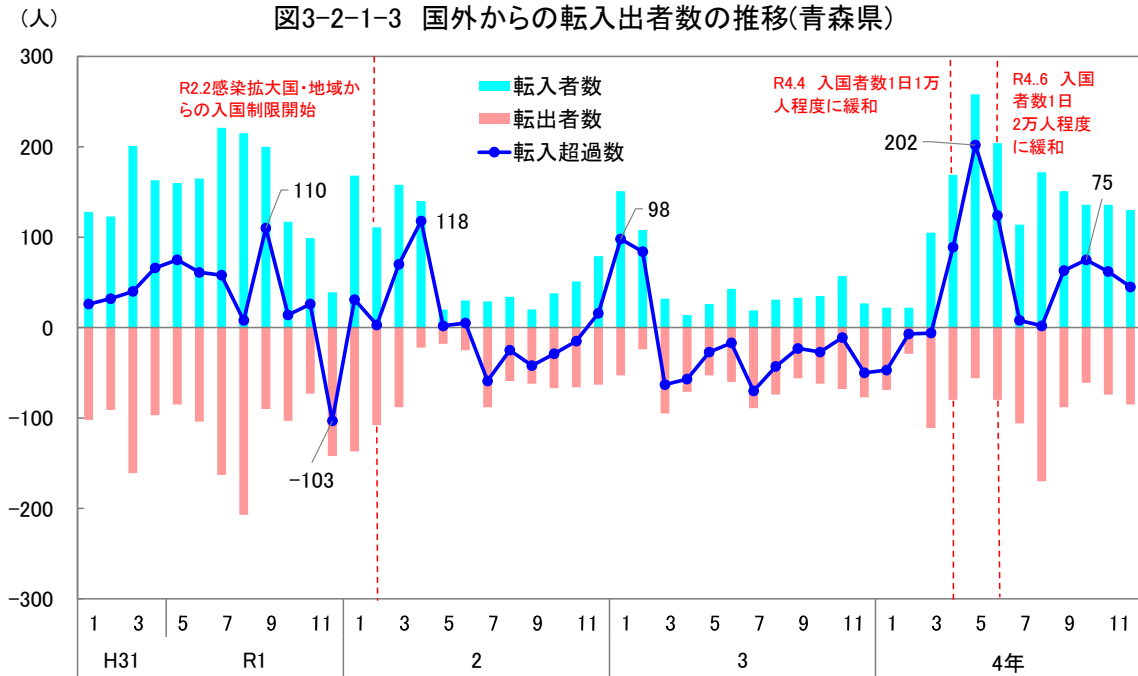


世界的に新型コロナウイルスの感染が拡大した令和2年(2020年)は、2月に感染が拡大する国・地域からの入国制限が実施され、3月に全世界を対象とした海外渡航自粛要請が行われたことで、国外からの転入出者数も大きな影響を受けました。

本県の国外からの転入出者数(日本人を含む)をみると、コロナ禍前の令和元年(2019年)は月別の転入者数、転出者数がともに100人を上回るなど移動が盛んに行われ、転入超過の月が多くなっていましたが、入国制限が実施された令和2年(2020年)以降は転入者数、転出者数ともに減少していきまし。同年5月には転入者数が大幅に減少したことで転出超過に転じ、令和3年(2021年)

も転出超過の状態が続きました。しかし、令和4年(2022年)は、4月と6月に入国者数の上限が見直され、転入者数が大幅に増加したことで、同年4月以降は転入超過に転じ、以降その状態が続いています。(図3-2-1-3)

令和4年(2022年)の国外からの転入超過数は610人となっていることから、同年における社会動態の転出超過幅の縮小の大半は、国外からの転入超過幅の拡大によるものとなっています。



資料)県統計分析課「青森県人口移動統計調査」※転入出者数には、日本人を含む

次に国内移動の状況を日本人と外国人に分けてみていきます。日本人の国内移動者数(12カ月後方移動平均)をみると、コロナ禍以降、本県の転出超過幅は縮小傾向にあります。コロナ禍前は福島県に次いで大きな転出超過幅となっていました。令和4年(2022年)12月時点での転入超過数(12カ月後方移動平均)を平成31年(2019年)1月時点と比較してみると、東北6県の中では宮城県に次いで縮小しており、岩手県と同水準の転出超過幅となっています。ただし、足元では単月の日本人国内移動者の転出超過数が再び拡大傾向にあります。(図3-2-1-4)

一方で、外国人の国内移動者数をみると、本県は令和2年(2020年)に転入超過となっていました。令和3年(2021年)は転出超過に転じ、令和4年(2022年)は転出超過幅が拡大しています。東北各県と比較すると、令和3年(2021年)から令和4年(2022年)にかけて転出超過幅が拡大しているのは本県のみとなっています。(図3-2-1-5)

先にみたように、本県における令和4年(2022年)の国外からの転入出者数(日本人を含む)は転入超過の状態が続いているものの、国内移動の外国人については転出超過の状況となっています。

図3-2-1-4 日本人国内移動者の転入超過数
(東北6県・12カ月後方移動平均)

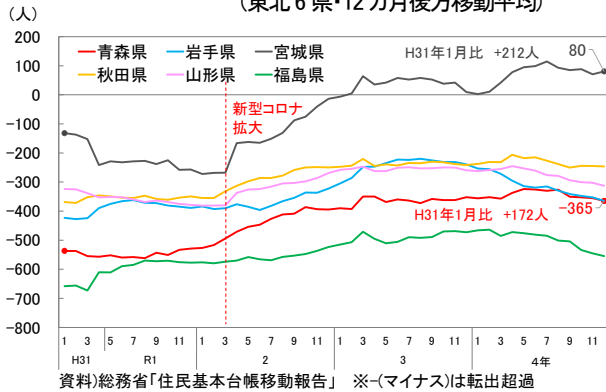
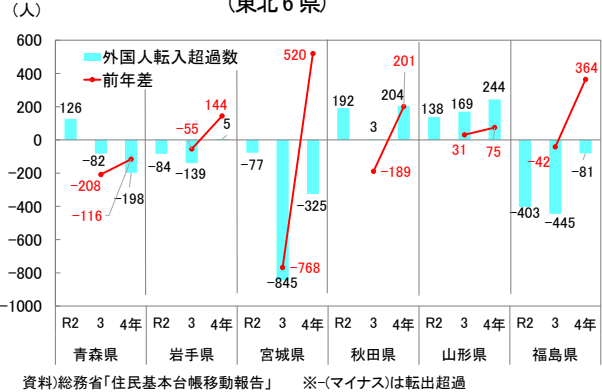


図3-2-1-5 外国人国内移動者の転入超過数
(東北6県)



続いて、平成27年(2015年)以降の本県における日本人の転入、転出の動向を年齢階層別にみます。県外からの転入者数をみると、令和2年(2020年)は15～19歳と25～29歳、令和3年(2021年)は20～24歳と50歳以上、令和4年(2022年)は30～34歳と40～49歳、50歳以上がプラスに寄与しています。

一方で、県外への転出者数を年齢階層別にみると、令和2年(2020年)は全ての年齢階層でマイナスに寄与し、中でも20～24歳と40～49歳がマイナスに大きく寄与しています。同様に、令和3年(2021年)も15～19歳と50歳以上を除いた年齢階層でマイナスに寄与しました。しかし、令和4年(2022年)は15～19歳と35～39歳を除いた全ての年齢階層がプラスに寄与しています。

新型コロナの影響により令和2年(2020年)、令和3年(2021年)では転入者数、転出者数ともに減少したものの、新型コロナ対策と社会経済活動との両立が進んだことで令和4年(2022年)には転入者数、転出者数がともに増加に転じ、再び人の移動が活発になってきていることがうかがわれます。(図3-2-1-6～7)

図3-2-1-6 県外からの転入の年齢階層別寄与度
(青森県)

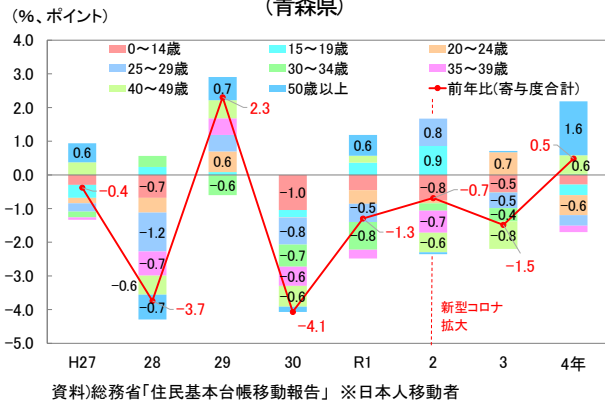
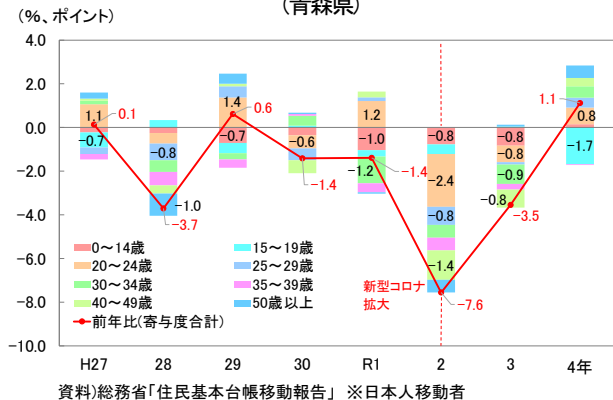
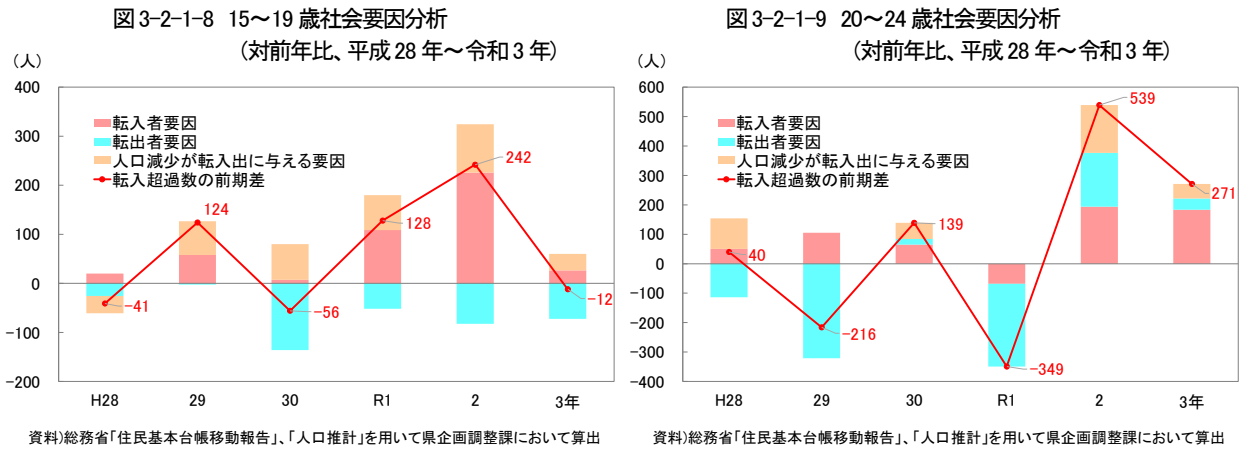


図3-2-1-7 県外への転出の年齢階層別寄与度
(青森県)



次に、15～19歳、20～24歳の若年世代の移動が社会減に与える影響をみていきます。これらの世代の社会減の要因を、転入者、転出者、人口減少が転入出に与える要因の3つの要因に分けてみると、どちらの世代も少子化による人口減少の影響があるものの、転入者、転出者要因の方が大きく影響していることがみてとれます。15～19歳では、令和元年(2019年)と令和2年(2020年)は転入者要因がこの世代の社会減の縮小に大きく寄与し、令和3年(2021年)は転出者要因が社会

減の拡大に寄与しています。また、20～24歳では、令和元年(2019年)は転出者要因が社会減の拡大に寄与していましたが、令和2年(2020年)と令和3年(2021年)は転入者要因が社会減の縮小に大きく寄与しています。(図3-2-1-8～9)



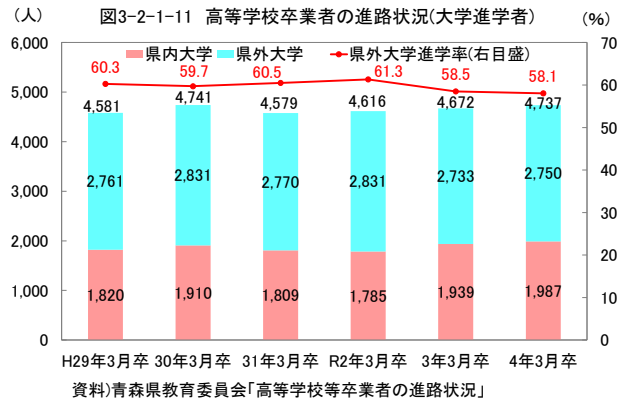
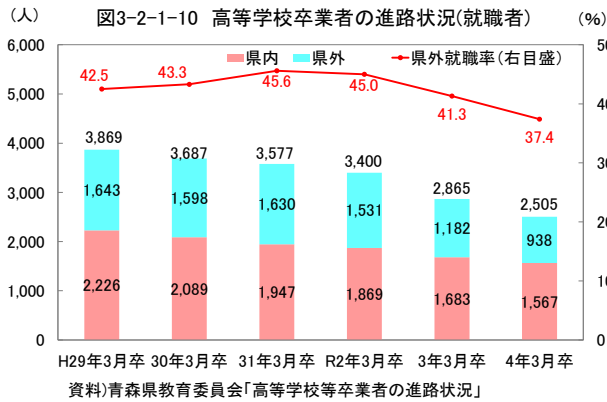
注)人口減少が転入出に与える要因は、15～19歳、20～24歳の年齢層が前年より増減したことによる要因であり、分母の人口の増減の影響を把握することができる。

続いて、近年の高卒者の進路状況をみていきます。まず、就職者の状況を見ると、少子化に加え、進学率の上昇とともに就職者数は減少傾向で推移しており、コロナ禍の令和3年(2021年)3月卒業生についてみると前年比15.7%減の2,865人となりました。これを県内、県外別にみると、コロナ禍による県外求人減少や地元志向の高まりなどを受け、県外就職率は前年比3.7ポイント減の41.3%となっており、更に令和4年(2022年)3月卒業生では前年比3.9ポイント減の37.4%と、県外就職率が40%を下回りました。これまで本県の高卒者は全国で最も高い県外就職率で推移していましたが、同年の県外就職率は熊本県、宮崎県に次いで3位となりました。(第1部59ページ図2-2-2-17「高等学校卒業生の県外就職率」参照)

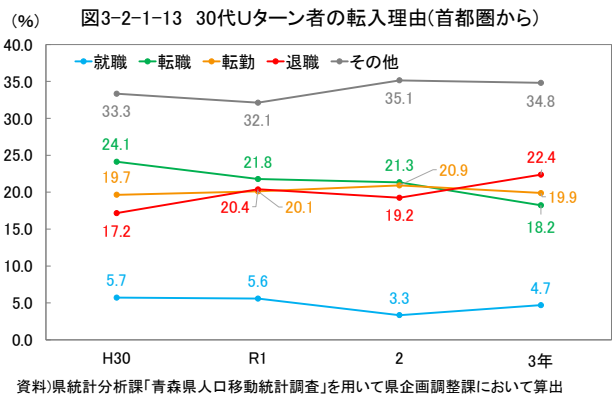
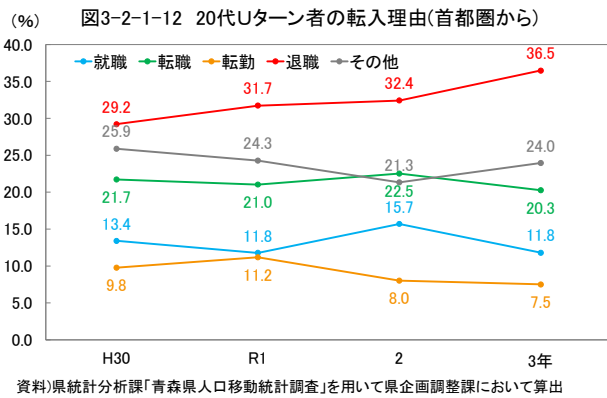
次に進学者の状況を見ると、少子化により高卒者数が減少する中であっても進学率の高まりなどにより、大学進学者数は横ばいで推移しています。コロナ禍以降の令和3年(2021年)と令和4年(2022年)3月卒業生では、就職から進学に切り替える生徒が増えたことなどで、コロナ禍前より微増しています。進学先を県内、県外別にみると、コロナ禍前は県外大学への進学率が60%前後で推移していましたが、令和3年(2021年)3月卒業生では前年比2.8ポイント減の58.5%となり、令和4年(2022年)3月卒業生も前年比0.4ポイント減の58.1%となっています。(図3-2-1-10～11)

さらに、新規大卒予定者の就職内定状況においても、令和3年(2021年)3月卒業生から県内就職内定者数の割合が高くなっています。(第1部59ページ図2-2-2-19「県内大学卒業生の就職内定者数の推移」参照)

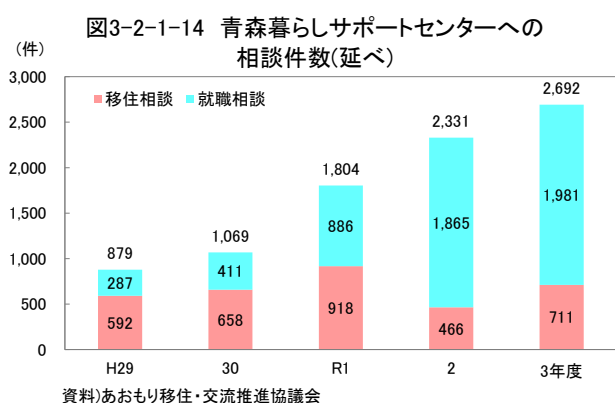
このように、コロナ禍は高卒者や大卒者の進路選択にも影響を及ぼしました。



また、本県の主な転出先となる1都3県(東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県)からのUターン者の転入理由をみると、20代のUターン者ではコロナ禍前から「退職」の割合が最も高い状況にありましたが、コロナ禍以降は更にその割合が高まっており、令和3年(2021年)では約3人に1人の割合となっています。30代のUターン者では結婚、離婚、介護等を含めた「その他」の割合が最も高くなっていますが、20代と同様に令和3年(2021年)では「退職」が上昇し、2番目に高い割合となっています。(図3-2-1-12~13)



次に、首都圏における移住相談窓口である「青森暮らしサポートセンター」への延べ相談件数は、増加傾向にあります。相談件数の内訳をみると、コロナ禍前の令和元年度(2019年度)までは、移住相談件数、就職相談件数ともに増加していましたが、コロナ禍の令和2年度(2020年度)は移住相談件数が減少した一方で、就職相談件数が大幅に増加しており、令和3年度(2021年度)は移住相談件数が増加に転じています。(図3-2-1-14)



【青森暮らしサポートセンターの概要】

- 住所
東京都千代田区有楽町2-10-1 東京交通会館8階
認定NPO法人ふるさと回帰支援センター内
- 開設時間
10時00分～18時00分
※月曜日、夏季休業期間及び年末年始を除く
- 相談体制
移住・交流相談員 1名
就職相談員 1名

続いて、「青森県への移住に関するアンケート調査」※で把握できた県内への移住決定者数は、平成29年度(2017年度)は37組・64名、令和元年度(2019年度)は68組・131名、令和2年度(2020年度)は52組・103名、令和3年度(2021年度)は61組・109名となっており、概ね増加傾向となっています。

※「青森県への移住に関するアンケート調査」は、県の移住相談窓口等利用者を対象に、移住動向を把握するために実施しているものであり、本県への移住者数や転入者数全体を示すものではありません。

令和3年度(2021年度)の移住決定者について、主相談者の年代別にみると、働き盛りの30代の方が相談に来て移住を決定した割合が最も高く、続いて40代、20代となっており、この3つの世代で全体の8割を占めています。

移住の形態別にみると、令和3年度(2021年度)はUターン者が40組(65.6%)、Iターン者のうち同行者がUターン者のケースが7組(11.5%)、同じくIターン者のうち親が青森県出身者のケースが4組(6.6%)と、本県出身者や何らかの形で本県と所縁のあるケースが多く、全体の8割を占めています。

なお、青森県に移住を決定した理由をみると、「地元で暮らしたい」が最も多く、Uターン者の多くがこの理由を選んでいます。(表3-2-1)

表3-2-1 青森県に移住を決定した理由(複数回答、上位5項目)

① 地元で暮らしたい
② 新たな仕事を始めたい
③ 自然に恵まれた環境で生活したい
④ 家族の介護のため
⑤ 都会での生活に疲れた

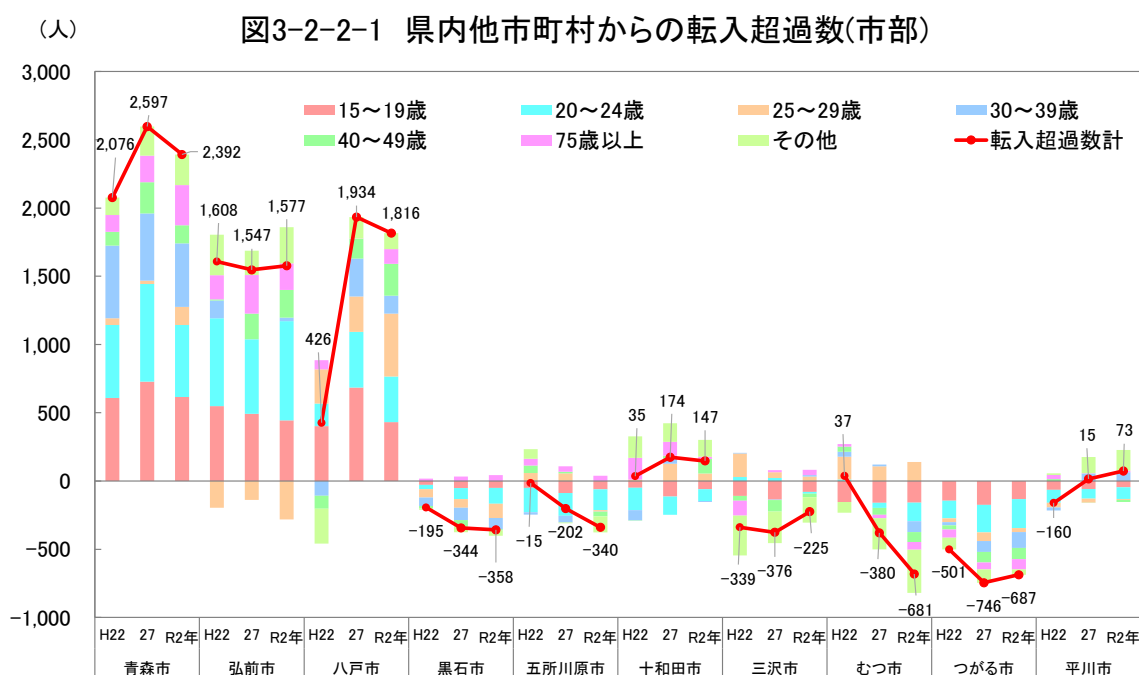
資料)あおもり移住・交流推進協議会「令和3年度青森県への移住に関するアンケート調査」

新型コロナの感染拡大は、県境をまたぐ移動制限や人流の抑制など人の動きに大きな変化をもたらしましたが、リモートワークの進展やそれに伴う二拠点生活、地元回帰の機運の高まりなどもあり、本県のように、地方にとっては転出超過幅が縮小するなどの影響をもたらしました。

2 県内市町村間の移動の動向

ここからは県内市町村間の移動の動向を国勢調査の結果からみていきます。まず、県内他市町村からの5年間の転入超過数をみると、市部では青森市、弘前市、八戸市で転入超過数が千人以上となっています。さらに年齢階層別にみると、15～19歳、20～24歳での転入超過数が多いことから、県内主要3市に大学、短期大学等の教育機関が多いことや、様々な産業が集積していることが若年層を中心とした転入超過につながっているものと考えられます。

一方で、3市以外をみると十和田市と平川市は転入超過となっているものの、その他の市部では転出超過となっています。中でも五所川原市とむつ市では、平成22年(2010年)から令和2年(2020年)までの10年間の転出超過幅が大きくなっています。さらに年齢階層別にみると、両市ともに15～19歳は転出超過となっていますが、むつ市では25～29歳が転入超過となっています。(図3-2-2-1)



資料)総務省「国勢調査」

※-(マイナス)は転出超過、県内他市町村からの転入者数-県内他市町村への転出者数

続いて、前述の市部の転入超過数に加え、町村部の転入超過数と令和2年(2020年)での県内市町村間の移動動向を合わせてみていくと、転入超過数の傾向などから次の3つのパターンに分類して捉えることができます。

【パターン1】 県内主要3市とその近郊エリア	東青地域、中南地域、三八地域
【パターン2】 他管内の市部から町村部への転入がみられるエリア	上北地域
【パターン3】 管内全域で転出超過のエリア	西北地域、下北地域

【パターン1】 県内主要3市とその近郊エリア…東青地域、中南地域、三八地域

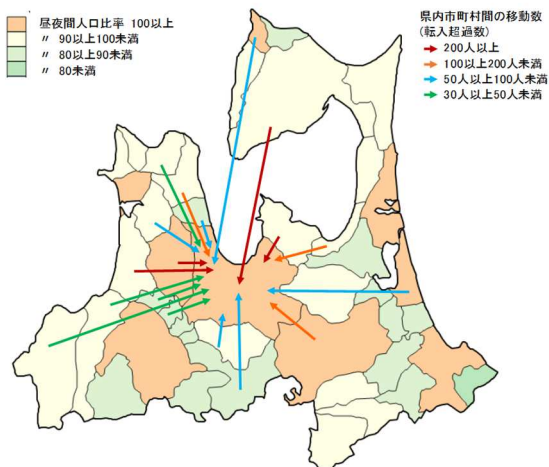
昼夜間人口比率(夜間人口100人当たりの昼間人口)が100以上となっている青森市、弘前市、八戸市の主要3市に管内市町村から多くの人口が流入し、これらの市部では転入超過となっています。また、管内市町村からだけでなく他管内の市町村からの流入も多くなっています。

さらに、地域別にみても、東青地域は青森市以外の全ての町村で転出超過となっており、青森市に一極集中しています。年齢階層別にみると、今別町や外ヶ浜町では県内でも少子高齢化が進み、若年人口の減少が加速していることで、15～19歳と20～24歳の転出超過幅が縮小傾向となっています。(図3-2-2-2～3)

中南地域は、弘前市、平川市の他に、西目屋村と藤崎町で転入超過となっています。平川市には弘前市、黒石市、大鰐町から、藤崎町には弘前市や青森市からの人口流入がみられます。また、藤崎町からは田舎館村への流入もみられます。年齢階層別では、藤崎町で30～39歳の転入超過が続いています。弘前市への一極集中ではなく、周辺市町村でも転入超過がみられる傾向が、東青地域や三八地域と異なります。(図3-2-2-4～5)

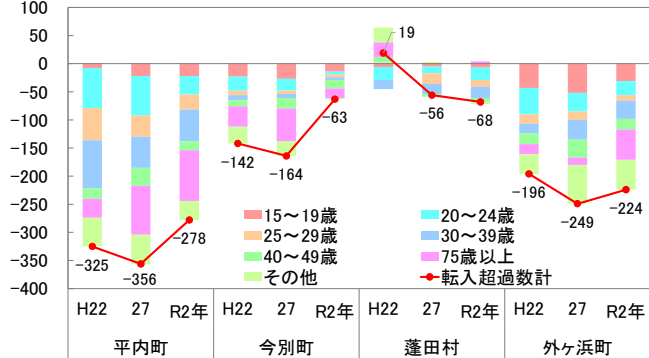
三八地域は、八戸市に県内全域から人口が流入しています。また、階上町が八戸市からの流入により転入超過となっていますが、転入超過幅は縮小傾向にあります。その他の町村では転出超過となっています。年齢階層別では、階上町で15～19歳と20～24歳の転入超過が続いており、南部町では75歳以上が転入超過となったことで、令和2年(2020年)の転出超過幅は縮小しています。(図3-2-2-6～7)

図3-2-2-2 県内市町村間の転入超過数と昼夜間人口比率(東青)



資料)総務省「令和2年国勢調査」※現住地別人口と5年前の常住地

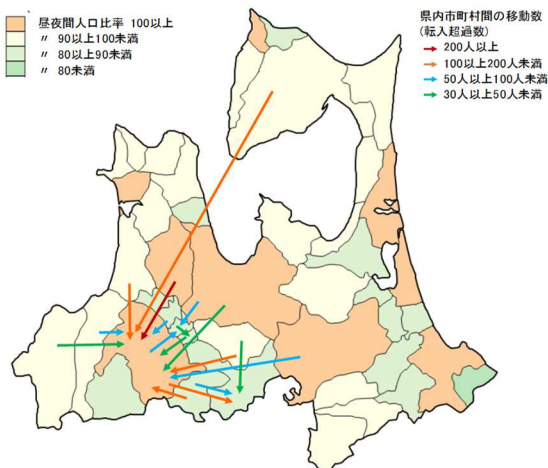
図3-2-2-3 県内他市町村からの転入超過数(東津軽郡)



資料)総務省「国勢調査」

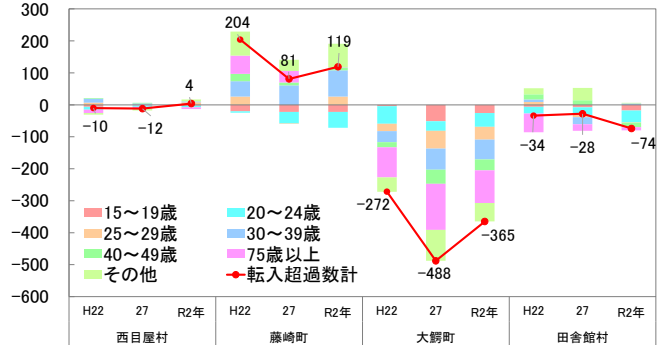
※-(マイナス)は転出超過、県内他市町村からの転入者数-県内市町村への転出者数

図3-2-2-4 県内市町村間の転入超過数と昼夜間人口比率(中南)



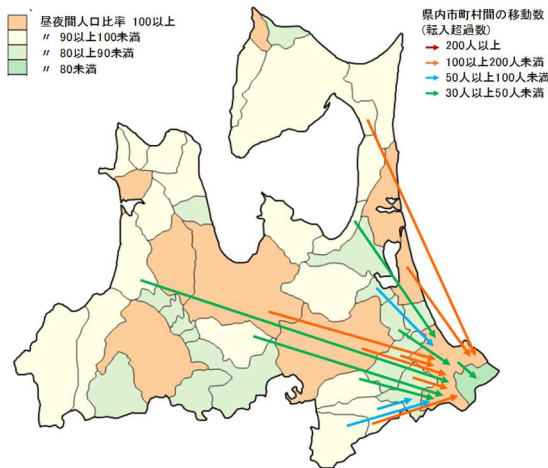
資料)総務省「令和2年国勢調査」※現住地別人口と5年前の常住地

図3-2-2-5 県内他市町村からの転入超過数(中津軽郡、南津軽郡)



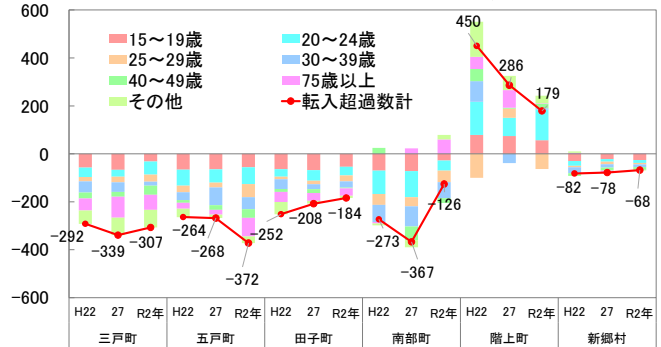
資料)総務省「国勢調査」
※-(マイナス)は転出超過、県内他市町村からの転入者数-県内市町村への転出者数

図3-2-2-6 県内市町村間の転入超過数と昼夜間人口比率(三八)



資料)総務省「令和2年国勢調査」※現住地別人口と5年前の常住地

図3-2-2-7 県内他市町村からの転入超過数(三戸郡)



資料)総務省「国勢調査」
※-(マイナス)は転出超過、県内他市町村からの転入者数-県内市町村への転出者数

【パターン2】他管内の市部から町村部への転入がみられるエリア…上北地域

十和田市に加え、六戸町とおいらせ町で転入超過となっています。市町村間の流入では、特定の地域に一極集中せず、管内の市町村間の移動が活発な上、横浜町がむつ市から、六ヶ所村が弘前市とむつ市から、おいらせ町が八戸市からなどと、管内のみならず隣接する他管内の市部などから町村部への流入がみられます。年齢階層別では、六戸町とおいらせ町で30～39歳と40～49歳の転入超過数が多くなっています。また、横浜町では75歳以上の転入超過数が拡大したことで、令和2年(2020年)の転出超過幅が縮小し、六ヶ所村では20～24歳と25～29歳が転入超過となっています。(図3-2-2-8～9)

図3-2-2-8 県内市町村間の転入超過数と昼夜間人口比率(上北)

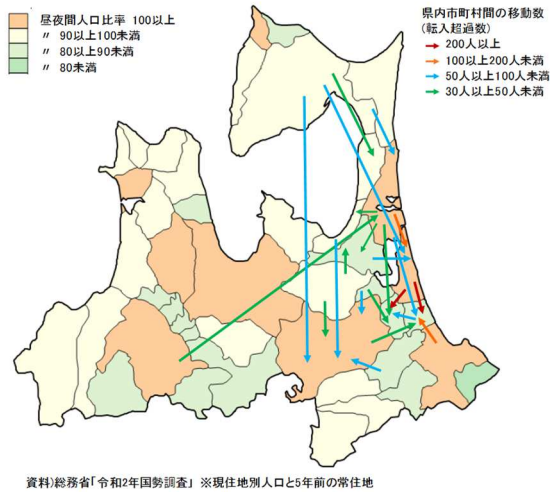
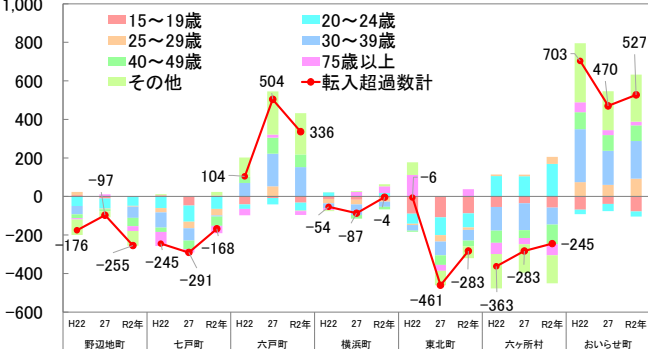


図3-2-2-9 県内他市町村からの転入超過数(上北郡)



【パターン3】管内全域で転出超過のエリア…西北地域、下北地域

西北地域、下北地域ともに市部だけでなく全ての町村で転出超過となっています。市町村間の流入においては管内での流入が少なく、管内町村から管内市部への流入も他の地域と比べて少ない一方で、他管内への流出が多くなっています。年齢階層別では、むつ市で25～29歳が転入超過となっているものの、その他の市町村はいずれも15～19歳と20～24歳で転出超過となり、西北地域、下北地域では他管内と比べ管内全域で若年層の転出超過数が多い傾向がみられます。(図3-2-2-10～13)

図3-2-2-10 県内市町村間の転入超過数と昼夜間人口比率(西北)

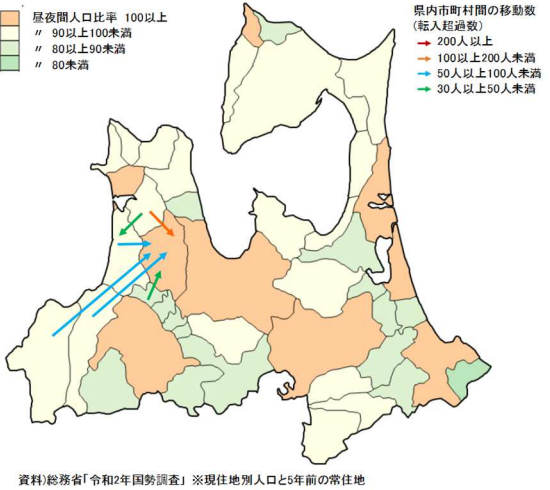


図3-2-2-11 県内他市町村からの転入超過数(西津軽郡、北津軽郡)

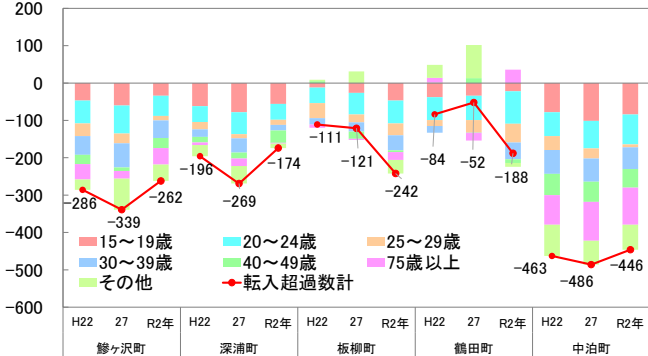
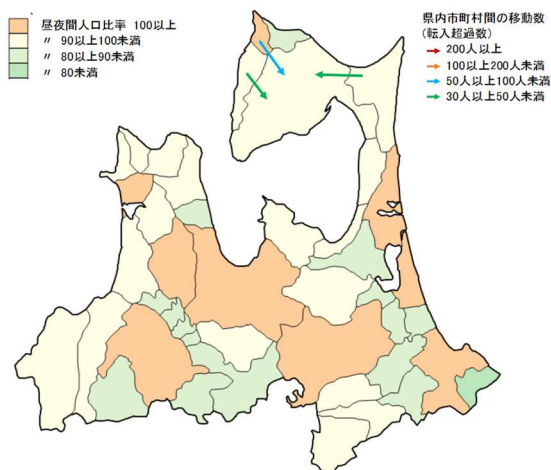
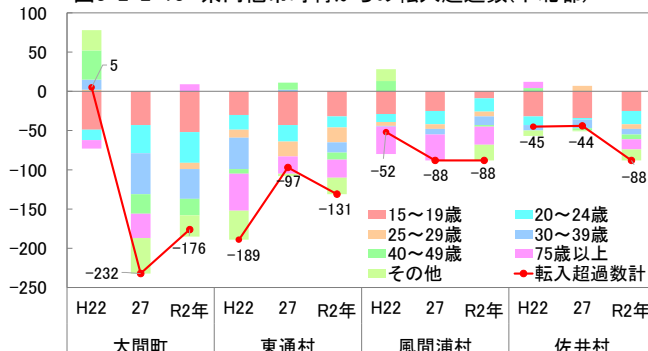


図3-2-2-12 県内市町村間の転入超過数と昼夜間人口比率(下北)



資料)総務省「令和2年国勢調査」※現住地別人口と5年前の常住地

図3-2-2-13 県内他市町村からの転入超過数(下北郡)



資料)総務省「国勢調査」

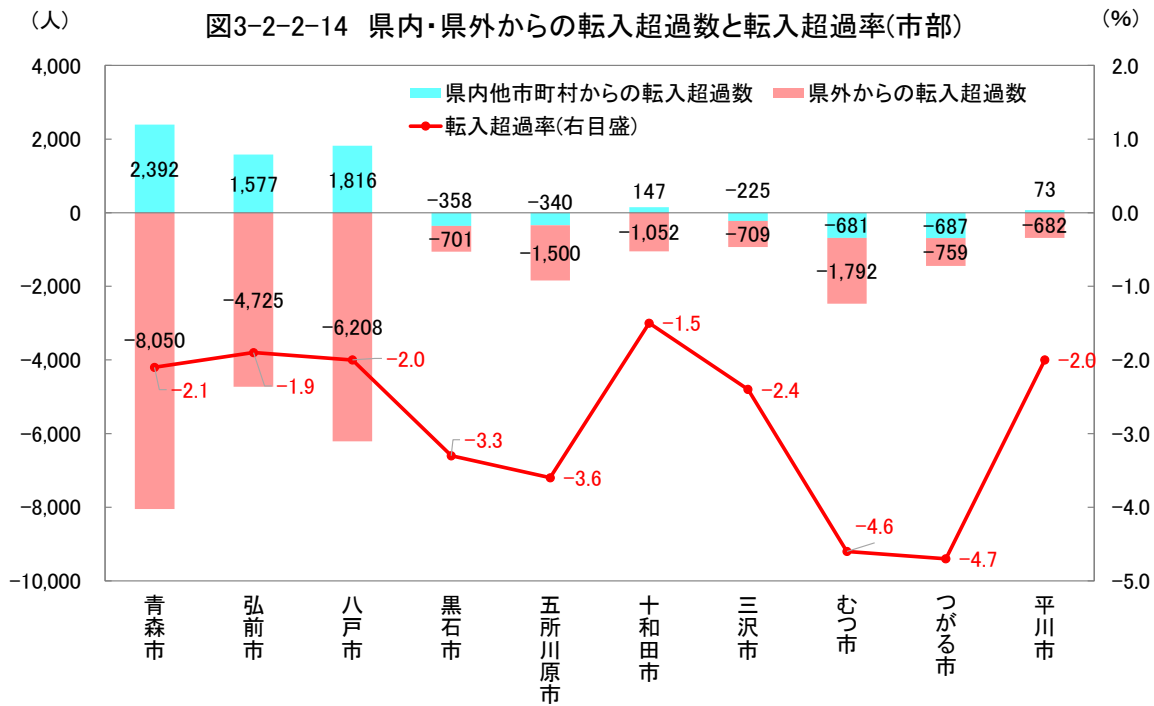
※-(マイナス)は転出超過、県内他市町村からの転入者数-県内市町村への転出者数

以上を踏まえ、令和2年(2020年)の転入超過数を県内他市町村からと県外からとで分けてみると、市部では青森市、弘前市、八戸市など県内他市町村からの流入により転入超過となっている地域においても県外への流出がそれを上回るため、県内外を合わせると全ての市で転出超過となっており、県内移動よりも県外移動が転出超過に大きな影響を与えています。(図3-2-2-14)

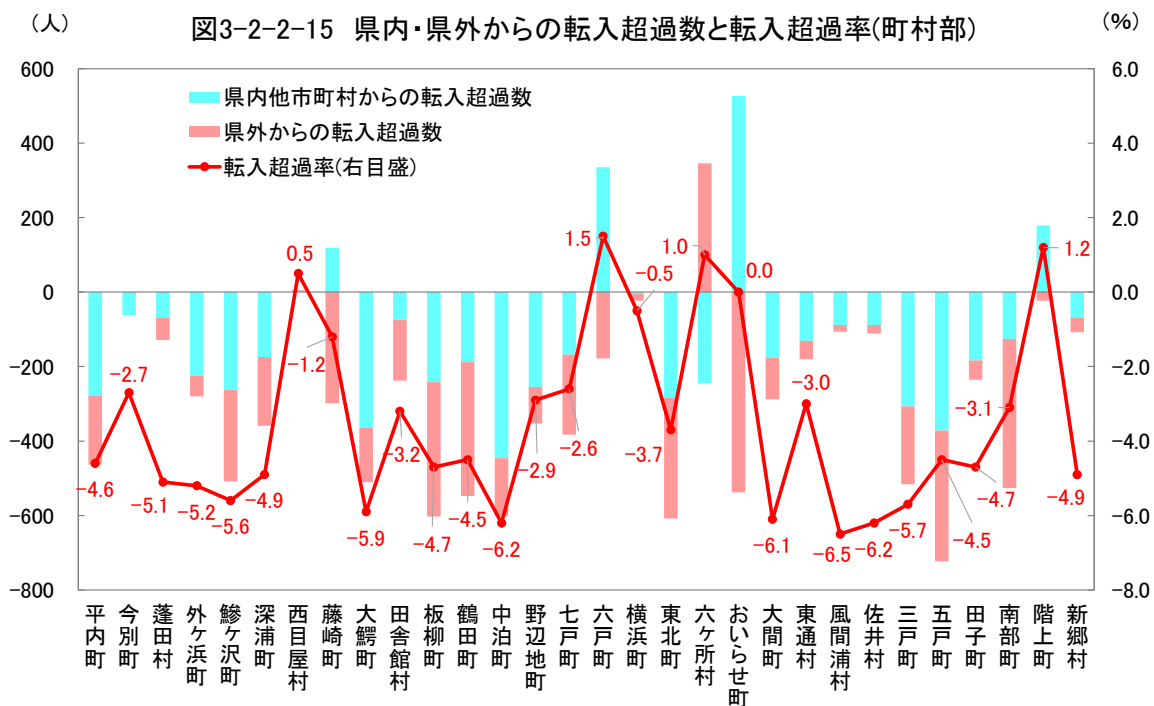
一方で、町村部では平内町、今別町、蓬田村、外ヶ浜町、鱒ヶ沢町、大鰐町、中泊町、野辺地町、大間町、東通村、風間浦村、佐井村、三戸町、五戸町、田子町、新郷村で県内他市町村への流出が県外への流出を上回り、県内移動が転出超過に大きな影響を与えています。

同様に、西目屋村、六戸町、階上町では、県内他市町村からの流入が県外への流出を上回ることによって転入超過となっており、上記の町村と同様に県内移動が大きく影響しています。

また、六ヶ所村では県外からの流入が県内他市町村への流出を上回ることによって、転入超過となり、その他の10町村では県内移動よりも県外移動が転出超過に大きく影響しています。(図3-2-2-15)



資料)総務省「令和2年国勢調査」※-(マイナス)は転出超過



資料)総務省「令和2年国勢調査」※-(マイナス)は転出超過

青森市、弘前市、八戸市のように県内移動では転入超過となっている地域においても、周辺町村の人口減少が進むことで、若年層を中心に流入数が少なくなっていく、今後は県内移動の転入超過幅が縮小していくことが推測されます。また、市町村によって転入超過あるいは転出超過となる要因が異なることから、県外移動に加え県内移動の状況も踏まえた上で、それぞれの地域の特徴に応じた取組の推進が望まれます。

3 若年者の県内定着と還流の促進

第1節の女性人口の動向でみたように、本県の社会動態は20～24歳に加え25～39歳でも転出超過となっています。東北や大都市圏などを除いた多くの地域では、20～24歳が転出超過となっても、25～39歳では転入超過となり、近年、合計特殊出生率が上昇傾向にある鳥取県、島根県や、本県と同様の賃金水準にある宮崎県、鹿児島県などでこのような動向となっています。

そこで、北東北(青森県、岩手県、秋田県)と主に山陰地方(ここでは鳥取県、島根県)、南九州地方(ここでは宮崎県、鹿児島県)の社会動態の動向をみながら、若年者の県内定着と還流の促進について考察していきます。

まず、北東北と山陰、南九州における日本人の転出超過率の長期的な推移をみると、北東北は山陰や南九州と比べ転出超過率が高い傾向が長期にわたって続いています。その差は縮小しています。(図3-2-3-1)

これを転入率と転出率に分け、北東北と南九州の動向をみていくと、転入率、転出率ともに南九州が北東北を上回って推移していますが、転出率よりも転入率の方で地域差が大きくなっています。(図3-2-3-2)

図3-2-3-1 北東北・山陰・南九州の日本人
転出超過率

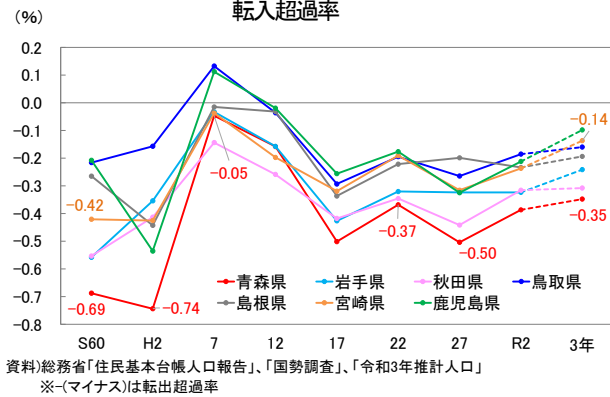
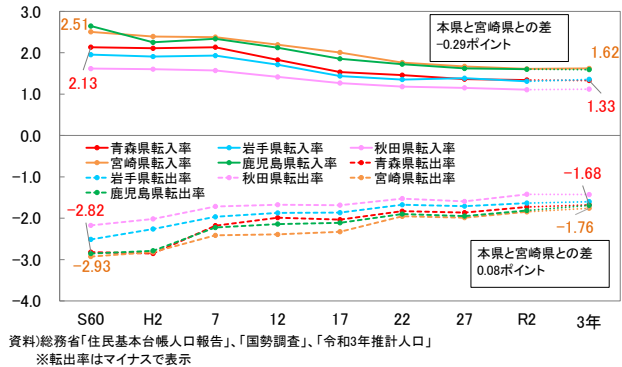
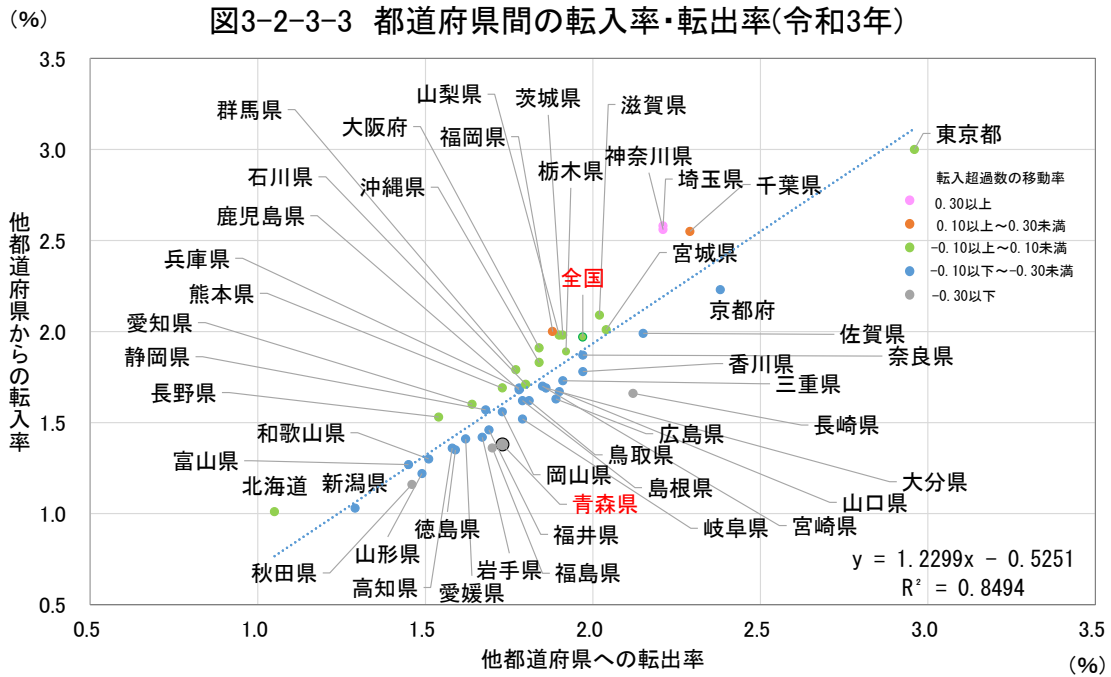


図3-2-3-2 北東北と南九州の日本人転入率・転出率



さらに、他都道府県への転出率と他都道府県からの転入率をプロットして見てみます。まず、転出率をみると、本県は全国30位の1.73%で、全国平均の1.97%を0.24ポイント下回り、首都圏などの大都市圏や、鳥取県、島根県、宮崎県、鹿児島県などよりも低い転出率となっています。続いて、転入率をみると、本県は全国38位の1.38%で、全国平均の1.97%を0.59ポイント下回り、転出率と同様に本県は首都圏などの大都市圏や鳥取県、島根県、宮崎県、鹿児島県などよりも低い転入率となっていますが、全国平均との差は転出率よりも大きくなっています。

本県の場合には転出率自体は全国の中でも高い方ではありませんが、それ以上に転入率が低いために転出超過率が高くなっているものと考えられます。(図3-2-3-3)



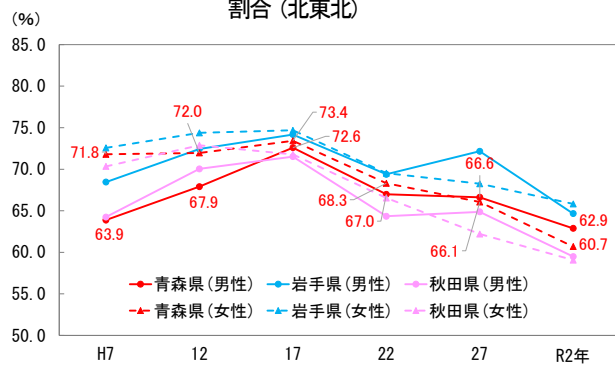
資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」

続いて、令和2年(2020年)における30歳人口に対する15歳時点人口(同世代の15年前の人口)の割合をみると、本県は男性、女性ともに60%台となっています。つまり、15歳から30歳にかけて、その世代の約4割の人口が県外への転出超過や死亡により減少したことになります。同じ割合を平成7年(1995年)以降の男女別にみていくと、男性は平成7年(1995年)から平成17年(2005年)にかけて上昇傾向にありましたが、平成22年(2010年)以降は下降し、令和2年(2020年)では平成7年(1995年)と同水準となっています。女性は平成7年(1995年)から平成17年(2005年)にかけては70%台で推移していましたが、男性と同様に平成22年(2010年)以降は下降しており、令和2年(2020年)では最も高かった平成17年(2005年)と比べて12.7ポイント下降しています。男性よりも女性の下降幅が大きいことから、若い世代の女性の転出超過が加速していることがうかがえます。(図3-2-3-4)

南九州の動向をみると、男性は鹿児島県で本県よりも低い割合で推移し、宮崎県では本県と同様に6割台で推移しています。女性は本県と同様に下降傾向にあるものの宮崎県では依然として7割台で推移し、鹿児島県は令和2年(2020年)に6割台に下降したものの、平成7年(1995年)から令和2年(2020年)の下降幅は北東北よりも小さく、南九州と本県、秋田県との差が大きくなっています。(図3-2-3-5)

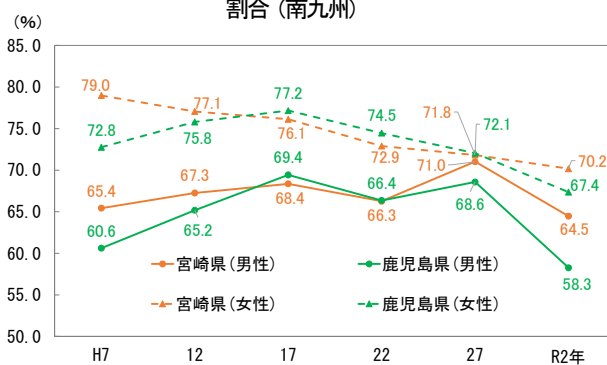
先にみたように、宮崎県や鹿児島県は本県を含めた北東北3県よりも高い転出率となっています。しかし、転入率も高いことで、30歳人口に対する15歳時点人口割合は、鹿児島県の男性を除き本県や秋田県を上回っています。

図3-2-3-4 30歳人口に対する15歳時点人口の割合（北東北）



資料) 総務省「国勢調査」※日本人

図3-2-3-5 30歳人口に対する15歳時点人口の割合（南九州）



資料) 総務省「国勢調査」※日本人

152 ページ図3-1-3-4「20～24歳女性の転入超過率と女性の所定内給与額」でみたように、女性の所定内給与額は宮崎県が全国46位、鹿児島県が同43位で本県(同47位)と同水準となっています。また、高卒者の県外就職率も宮崎県が全国2位、鹿児島県が同4位で本県(同3位)と同水準となっています。(第1部59ページ図2-2-2-17「高等学校卒業者の県外就職率」参照)

さらには、「令和元年度県民経済計算」の都道府県別1人当たり県民所得をみると、宮崎県や鹿児島県のほかに鳥取県が本県と同水準となっています。(表3-2-2)

このように、本県と南九州、鳥取県では賃金水準や1人当たり県民所得などで大きな格差がみられないことから、転入率の地域差は決して経済的な理由だけによるものではないことがうかがわれます。

表3-2-2 「令和元年度県民経済計算」都道府県別1人当たり県民所得

(単位:百万円)

順位	都道府県	金額	順位	都道府県	金額	順位	都道府県	金額	順位	都道府県	金額	順位	都道府県	金額
1	東京都	5,757	11	神奈川県	3,199	21	京都府	3,005	31	佐賀県	2,854	41	高知県	2,663
2	愛知県	3,661	12	広島県	3,153	22	三重県	2,989	32	福岡県	2,838	42	長崎県	2,655
3	静岡県	3,407	13	徳島県	3,153	23	和歌山県	2,986	33	北海道	2,832	43	青森県	2,628
4	栃木県	3,351	14	山梨県	3,125	24	石川県	2,973	34	岡山県	2,794	44	鹿児島県	2,558
5	福井県	3,325	15	千葉県	3,058	25	新潟県	2,951	35	岩手県	2,781	45	鳥取県	2,439
6	滋賀県	3,323	16	大阪府	3,055	26	島根県	2,951	36	奈良県	2,728	46	宮崎県	2,426
7	富山県	3,316	17	埼玉県	3,038	27	宮城県	2,943	37	愛媛県	2,717	47	沖縄県	2,396
8	群馬県	3,288	18	兵庫県	3,038	28	福島県	2,942	38	熊本県	2,714	全県平均		3,345
9	山口県	3,249	19	岐阜県	3,035	29	長野県	2,924	39	秋田県	2,713			
10	茨城県	3,247	20	香川県	3,021	30	山形県	2,909	40	大分県	2,695			

資料)内閣府公表資料を用いて県統計分析課において作成

※1人当たり県民所得は、雇用者報酬、財産所得、企業所得の合計を総人口で除したものであり、個人の所得水準を表す指標ではないことに留意すること。

そこで、北東北(青森県、岩手県、秋田県)と九州(ここでは長崎県、宮崎県、鹿児島県)、山陰(ここでは鳥取県、島根県)とで移動者の転出先と転入元の割合をみていきます。まず、北東北をみると本県からの転出先は東京都、宮城県、神奈川県の順に高く、岩手県では宮城県、東京都、本県、秋田県では宮城県、東京都、神奈川県の高くなっています。(図3-2-3-6)

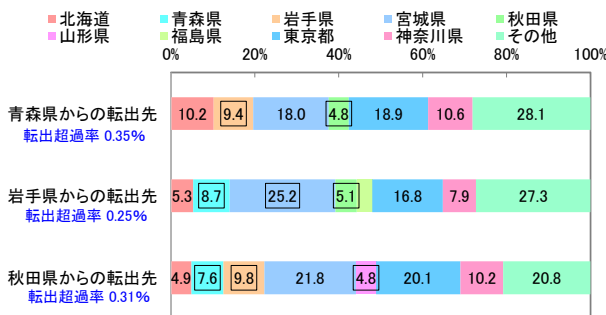
続いて山陰をみると鳥取県では大阪府、島根県、東京都、島根県では広島県、鳥取県、大阪府の順に高くなっています。(図3-2-3-8)

九州をみると長崎県では福岡県、東京都、佐賀県、宮崎県では福岡県、鹿児島県、東京都、鹿児島県では福岡県、東京都、宮崎県の順に高くなっています。(図3-2-3-10)

これらを踏まえた上で、各県に転入した転入元の地域をみると、転出先と同じような傾向となっています。

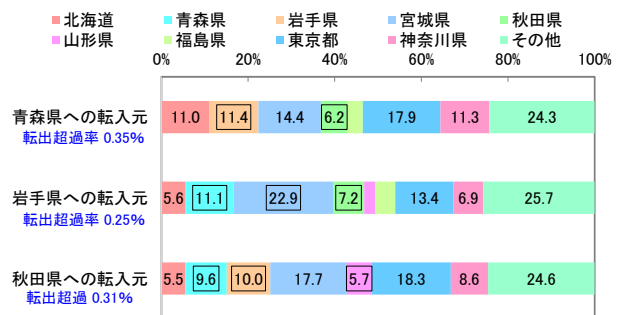
まず、東京都への転出割合をみると、本県と秋田県は 20%前後と高い割合を占めていますが、山陰や九州では 10%前後にとどまっています。次に、同じ地域にある政令指定都市への転出割合をみると、北東北と山陰、長崎県を除く九州では 20%前後となっています。さらに、近隣県への転出割合をみると、岩手県では宮城県、山陰は鳥取県から島根県、島根県から鳥取県、九州は宮崎県から鹿児島県、鹿児島県から宮崎県など近隣県への転出割合が 1 割以上となっています。本県と秋田県では東京都に宮城県を加えた転出割合が高く、長崎県では福岡県への転出割合が高いことなどから、近隣県への転出割合は低くなっています。令和 3 年(2021 年)の転出超過率は、長崎県、本県、福島県、秋田県の順に高いことから、これら 3 地域の動向からは、地理的距離や移動時間が短く、比較的移動のしやすい地域への転出が、その後の転入のしやすさに影響を与えている可能性があることが考えられます。(図 3-2-3-7、3-2-3-9、3-2-3-11)

図3-2-3-6 北東北からの主な転出先



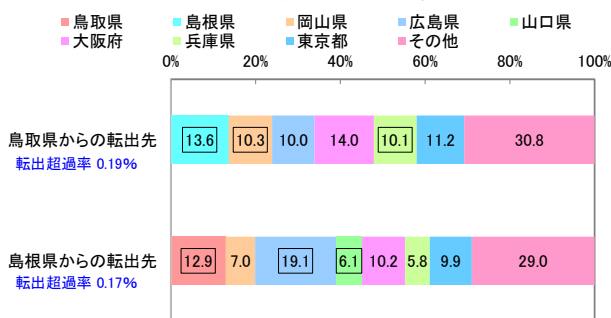
資料)総務省「住民基本台帳移動報告(令和3年)」※日本人移動者、口は隣接県への転出割合、青字は令和3年の転出超過率を表す。

図3-2-3-7 北東北への主な転入元



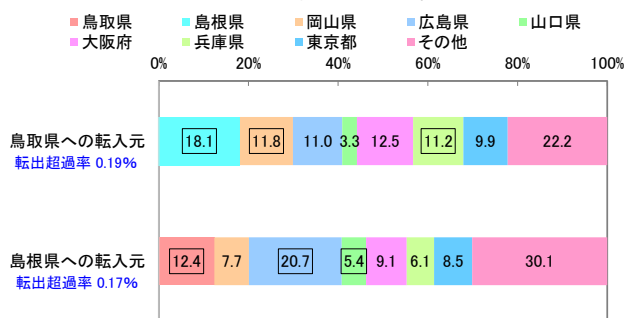
資料)総務省「住民基本台帳移動報告(令和3年)」※日本人移動者、口は隣接県からの転入割合、青字は令和3年の転出超過率を表す。

図3-2-3-8 山陰からの主な転出先



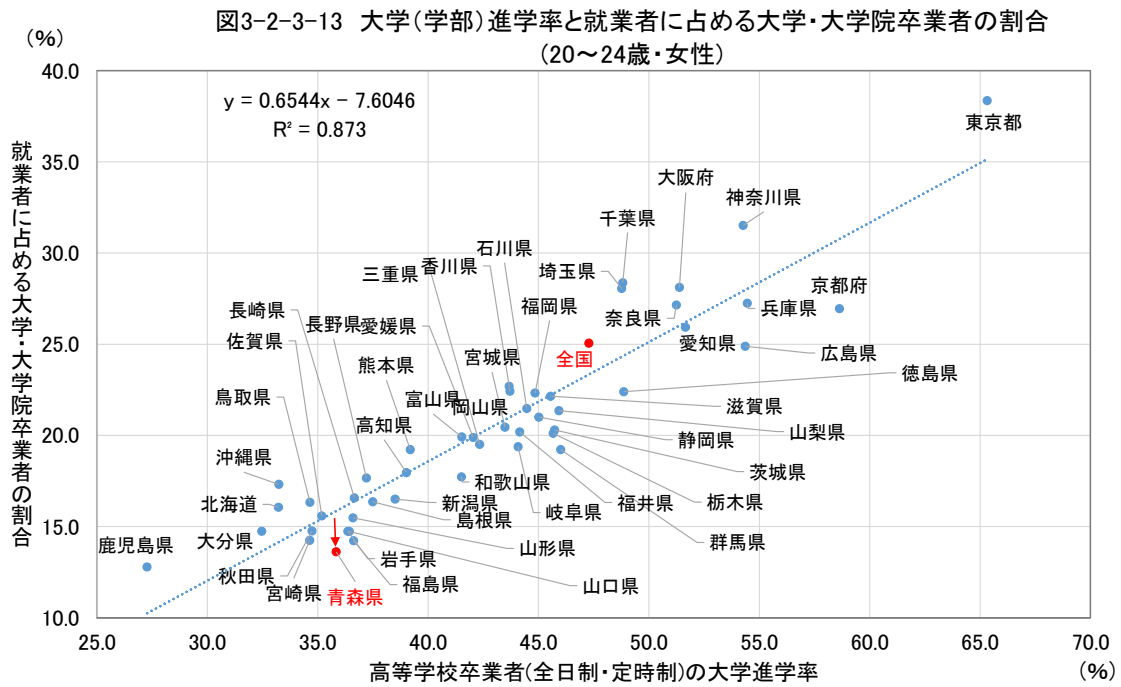
資料)総務省「住民基本台帳移動報告(令和3年)」※日本人移動者、口は隣接県への転出割合、青字は令和3年の転出超過率を表す。

図3-2-3-9 山陰への主な転入元



資料)総務省「住民基本台帳移動報告(令和3年)」※日本人移動者、口は隣接県からの転入割合、青字は令和3年の転出超過率を表す。

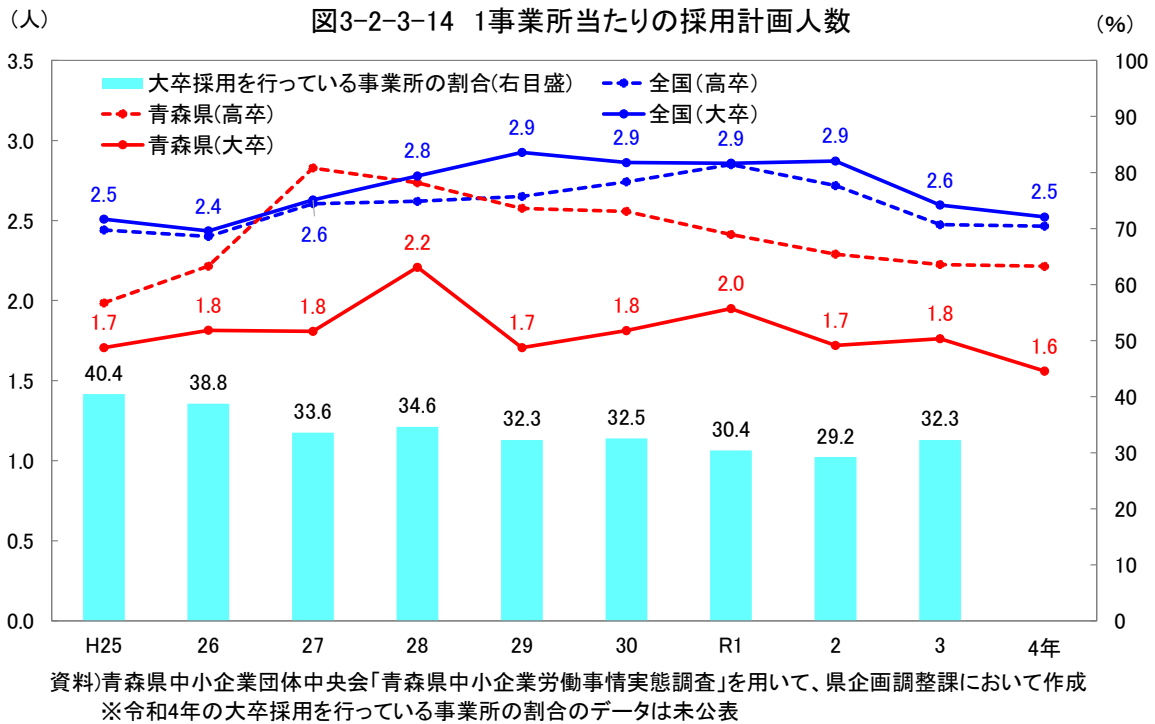
高まりとともに大学進学者が増加しても、大学・大学院卒業者の県内定着が他地域ほど進んでいないということがみてとれます。(図3-2-3-13)



そこで、中小企業における1事業所当たりの採用計画人数をみていきます。本県の中小企業における大卒者の採用計画人数は1.8人前後で推移しています。高卒者が大卒者を上回り、その差は0.5人前後で推移しています。一方で、全国の中小企業では、大卒者の採用計画人数は2.7人前後と高卒者とほぼ同水準で推移し、大卒者が高卒者を上回っています。本県と全国とを比較すると、高卒者、大卒者ともに全国の採用計画人数が本県を上回り、特に大卒者において全国との差が大きくなっています。また、大卒者の採用を行っている本県の事業所割合は3割程度にとどまっています。

平成25年(2013年)に大学を卒業した学生の入学年(平成21年(2009年))における本県の大学等進学率は42.3%であるのに対し、令和4年(2022年)に大学を卒業した学生の入学年(平成30年(2018年))における大学等進学率は44.6%と10年間で2.3ポイント上昇しています。(第1部57ページ図2-2-2-13「高等学校等卒業生数と進路状況」参照)

しかし、この10年間に本県の中小企業の大卒者採用計画人数は同じ水準で推移し、大卒者の採用を行っている事業所の割合も低下していることから、進学率の上昇により大卒者が増加する中であっても、県内では大卒者の受け皿となる就業先が少ないことがうかがえます。その結果、大卒者が仕事を求めて県外へ転出する構造に改善傾向がみられないことにつながっているのではないかと推測されます。(図3-2-3-14)



コロナ禍で地方回帰や地元志向の機運が高まり、高校生、大学生ともに県内就職率は上昇しています。このような状況の中、コロナ禍における労働市場の不透明さ等を背景に就職から進学への切り替えの動きもみられ、コロナ禍前から上昇していた大学進学率は、今後、更に上昇していくことが予測されます。大卒者の割合が今後ますます上昇していくことが予想される中で、大卒者の受け皿となる就業先が県内に少ない状況が続くことにより、県内就職を希望する大卒者の県外流出が一層続くことが懸念されます。そのため、県内外への大学進学者が大学等を卒業後、本県での就業を希望した際に、着実に受け入れられるような体制づくりが望まれます。

ここまで、県外転入出の動向、県内市町村間の転入出の動向から、若年者の県内定着と還流の促進について考察してきました。結婚や出産と同様に、働く場所や暮らす場所はそれぞれの個人の意思や自らの選択が尊重されるべきものです。その上で、県内在住者、Uターン者、Iターン者を問わず、県内での就業を希望する人が希望どおりに県内で就業し、活躍できるような環境づくりが望まれるとともに、県内を就業先として選択してもらうためには、付加価値の高いものづくりや商品、サービスの提供などにより県内企業の労働生産性を高め、全国と格差の大きい賃金水準を改善することが望まれます。高卒者だけではなく、大卒者や大学院卒業者、豊かな社会人経験を持つ人財への投資と、DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進によって新たなビジネスモデルの創出や生産性の向上を図り、魅力のある仕事や多様な働き方を増やしていくことで、若年者だけでなく、進学や就職を機に県外転出した人財の還流の促進につながっていくことが期待されます。

特に、本県では25～39歳の女性の転出超過が続いていることから、この世代の女性人財の還流

促進が最も期待される場所です。なお、本県は保育所待機児童数が0人であることに加え、0～5歳人口1万人当たりの幼稚園、保育所及び認定こども園の施設数は全国2位、また、延長保育実施施設割合は全国1位となっており、子どもを預けやすく、なおかつ延長保育が充実していることなどにより働きながら子育てしやすい環境となっていることが、未就学児を養育しながら正規の職員・従業員として働く女性の割合が全国よりも高い傾向にあることの背景につながっているものと考えられます。このような優位性を官民が一体となって積極的に発信することなどで、女性人財のより一層の還流の促進につなげていくことも望まれます。

⁷ 待機児童数 …厚生労働省「保育所等関連状況取りまとめ」（令和4年(2022年)4月)全国平均62.6人、青森県0人

⁸ 幼稚園、保育所及び認定こども園の施設数(0～5歳人口1万人当たり) …文部科学省「学校基本調査(令和4年(2022年)5月1日)」、厚生労働省「福祉行政報告例(令和4年(2022年)4月1日)」及び総務省「令和2年(2020年)国勢調査」人口等基本集計を用いて算出 全国平均71.6箇所、青森県122.7箇所

⁹ 延長保育実施施設割合 …厚生労働省「令和3年度(2021年度)社会福祉施設等調査」全国平均82.0%、青森県94.9%

＜コラム3 青森の地域ブランド創出のもう一つの可能性：アパレル企業を起点とした発想＞

弘前大学大学院 地域社会研究科 教授 佐々木 純一郎

周知のように青森県にはアパレル工場が数多く立地している。最盛期には、青森県内のアパレル関係の就業者は10,000人を超えていた。1993年、筆者が弘前大学人文学部経済学科に着任した当時、青森県と中国との国際競争を研究していた。特に衣服と農産物での競争が激しかった。このように国際競争の中の青森県経済や企業を中心に研究し、その後、地域経済の高付加価値化のための産学連携、そして地域ブランドやふるさと納税を含む地域商社に研究領域を拡大してきた。

あらためてアパレル企業を起点に青森の地域ブランド創出ができるのではないかと考えている。

今回インタビューしたのは、佐藤繊維株式会社(山形県寒河江市)、株式会社サンライン(青森県田舎館村)、そして岩手モリヤ株式会社(岩手県久慈市)の3社の企業家である。

(1)佐藤繊維株式会社・佐藤正樹社長は、米国オバマ大統領の就任式の際、ミシェル夫人が着たカーディガンの糸をつくったことから、欧米での評価が高まり、そのブランド力を生かした紡績とニット生産に取り組んでいる。また都会のトレンドを追いかけるのではなく、小売でも山形だからできる店として、6年前、飲食可能な店GEAをスタートさせた。地元の寒河江を愛しており、寒河江市観光物産協会の会長を務め、ふるさと納税の拡大にも尽力している。寒河江のふるさと納税は、数年前に山形県内1位、45億円となった。地元の工場が脱下請として自分達のブランド販売を目指す、その第一歩のチャンスがふるさと納税であると考えているという。

(2)株式会社サンライン・佐藤克豊社長は黒石市に生まれ、縫製業を経営し販売子会社を持ち、売上の1割が自社ブランドである。海外14カ国を訪問し、パリのように歴史的背景がある街に文化が根付き、レストランにおしゃれして行くのは、その文化の表れだとする。観光地として歴史や文化を発信できる弘前市に隣接していることも強みである。県内縫製企業に地元出身のオーナー社長は少ないが、衣類と、食や工芸そしてインテリアと融合した地域ブランドは十分魅力的であるという。

(3)岩手モリヤ株式会社・森奥信孝社長は、東京生まれである。誘致企業として本社東京より久慈工場を設立し、本社の常務を経て独立し、現在に至っている。北岩手には、多彩なアイテムを扱う縫製工場が集積し全国でも珍しい縫製産地であることから2015年一般社団法人北いわてアパレル産業振興会を立ち上げた(代表理事)。現在17社が加入し、地域に根付き雇用を支える縫製産業ということで県などが様々な産業支援や産学官での取組みを行っている。下請け主体の労働集約産業でもあり、同業社が力を合わせて取り組む目的で、「北いわてはアパレルの聖地だ!」をキャッチフレーズに地域連携している。また、自社ブランド開発では、自社の優れた技術力をアピールするとともに国産の優れた特徴ある素材を使用して、真のオリジナル自社ブランドを開発するという。

以上の3人の企業家の事例から参考となるのは次の2点であろう。第一に、衣食住の「衣」を生み出すアパレルと「食」などの地域ブランドの親和性の高さである。第二に、県内だけでなく、森奥氏のように県外出身者が、地域のブランド力向上や情報発信に取り組んでいる。このことから青森県内に本社を持つ縫製企業も、青森ブランドの魅力を発揮できる可能性を十分に持つと考えられる。

*参考：佐々木純一郎(2023.3)「東北地方のアパレル産業の企業家、ファクトリーブランド、そしてSCMの適正化—佐藤繊維株式会社、株式会社サンライン、岩手モリヤ株式会社—」、大阪経済大学中小企業・経営研究所『中小企業季報』、2022 No 2-4 合併号

県は統計データを利活用できる人財を育成するために、「統計データ利活用人財育成のための共同研究」を開催し、民間企業、大学、県、金融機関等から参加者やアドバイザーを募り、産学官金連携での共同研究を実施しました。

令和4年度(2022年度)は「コロナ禍における本県の農林水産業の動向」を研究テーマとして、ポストコロナを見据え、県産米や県産果実で更に外貨を稼ぐ¹⁰ための方向性について、阻害している要因をデータで捉え、分析結果に基づき考察しました。

第4章では統計データの利活用事例報告として、共同研究での考察結果^{*}を紹介します。

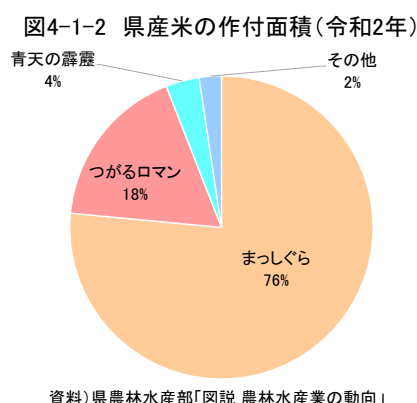
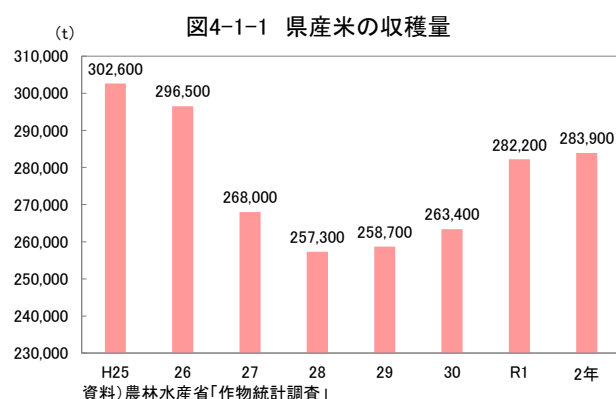
※ここで紹介する考察結果は、共同研究の参加者がまとめたものであり、県及び関係機関の今後の取組などを表すものではありません。

第1節 県産米

第1節では、本県産米による外貨獲得についてみていきます。

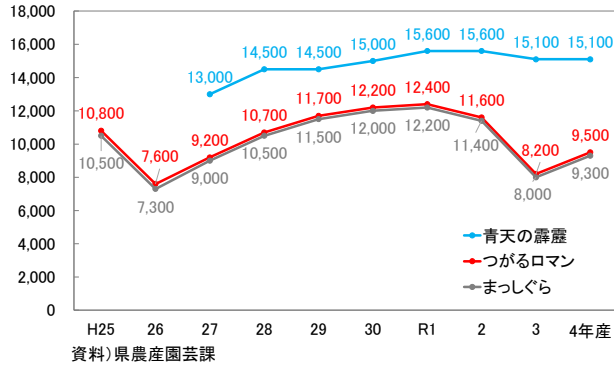
1 米をめぐる現状

本県産米の収穫量についてみると、近年では25万トンから30万トンの間で推移しており、品種ごとの作付面積割合は、主力品種の「まっしぐら」と「つがるロマン」で全体の95%弱を占めています。また、概算金の目安額は、「青天の霹靂」が概ね横ばいで推移している一方で、「まっしぐら」と「つがるロマン」は令和2年(2020年)産までは1万円を超えていたものの、新型コロナウイルスによる外食産業の需要低迷等を受けて、令和3年(2021年)産以降は1万円を割り込んでいます。(図4-1-1～3)



¹⁰ 外貨を稼ぐ …本共同研究での定義は、農林水産物の販売・加工などにより県外及び海外からの対価を得ること。

図4-1-3 JA概算金目安額の推移



国内の米の需給動向をみると、需要実績、生産量とも減少傾向にあり、令和3年(2021年)産では700万トン程度まで落ち込んでいます。また、1人1カ月当たりの米の消費量は、平成23年(2011年)時点の4,900グラム程度に対し、令和3年(2021年)では4,500グラム程度まで落ち込んでいます。(図4-1-4～5)

図4-1-4 米の需給実績

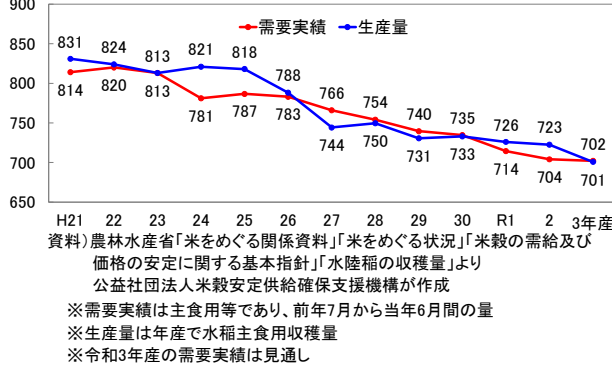
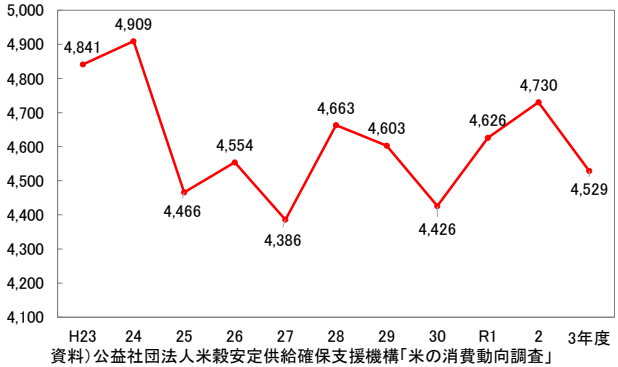


図4-1-5 1人1カ月当たり消費量



米の流通についてみると、令和元年(2019年)産米では、約7割が出荷・販売用として流通し、約2割が無償譲渡を含む農家の自家消費、約1割が加工用に使用されています。主要な米の加工品の生産量をみると、米みそや米菓等の加工品は、概ね横ばいで推移する一方で、減少傾向が続く清酒は、新型コロナに伴う需要低迷等により、令和元年(2019年)以降、急速に生産が落ち込んでいます。(図4-1-6～7)

図4-1-6 令和元年産米の流通経路別流通量

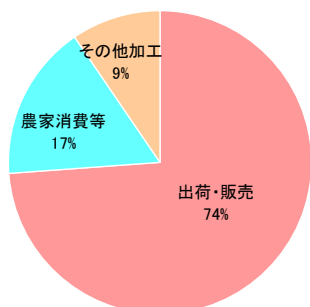
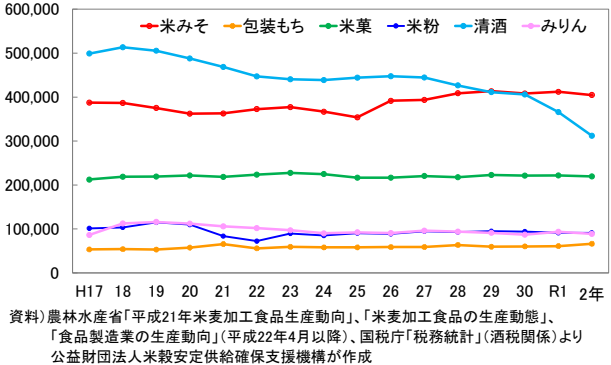


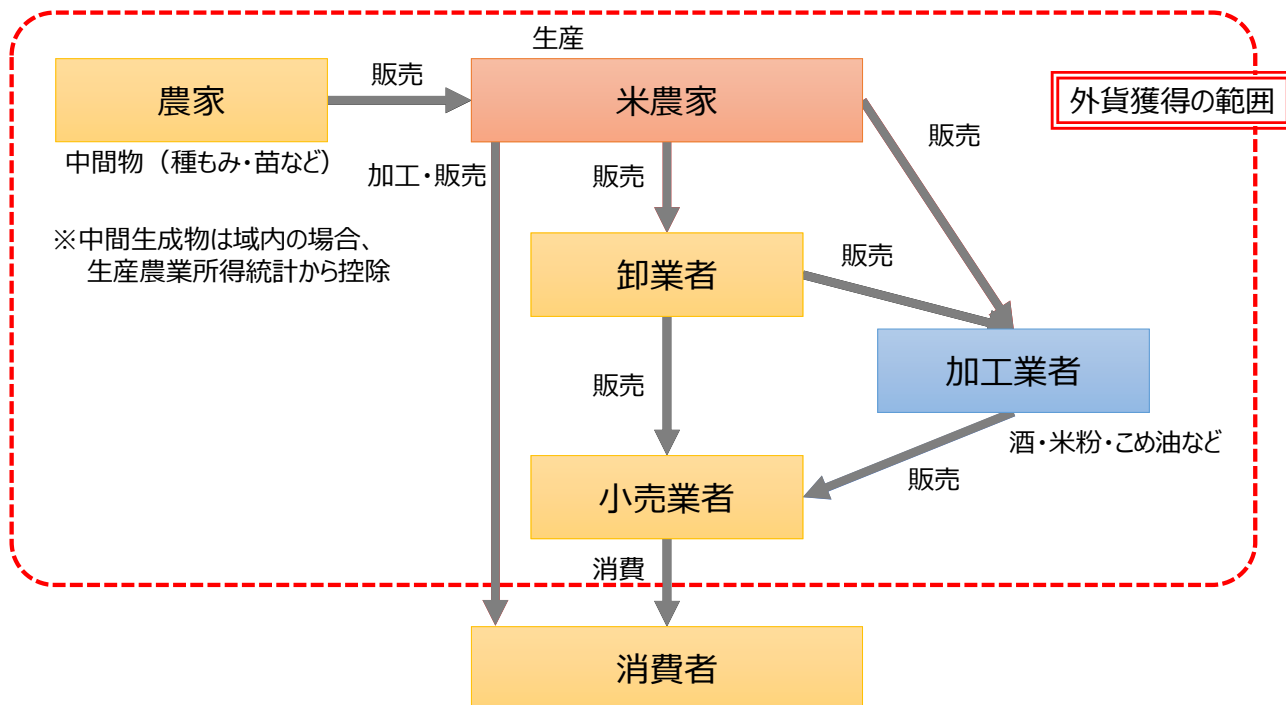
図4-1-7 米加工品の生産動向



2 外貨獲得の阻害要因と解決策

本研究における米の外貨獲得は、米農家の販売・加工による外貨獲得分や加工業者等による付加価値向上分を対象としており、本県産米を通じた最終消費者からの外貨獲得全体をターゲットとしています。(図4-1-8)

図4-1-8 外貨獲得のターゲット



また、本研究では外貨獲得増加への阻害要因を検討するにあたり、外貨獲得額を構成要素である販売単価(阻害要因1)と販売量(阻害要因2)に分解してみています。

(1) 阻害要因1 販売単価

米の販売価格には、米農家と集荷業者が取引する概算金、集荷業者と卸業者が取引する相対取引価格、卸業者と小売業者が取引する流通価格、小売業者が消費者に販売する小売価格等があり、いずれの価格も川上となる概算金の目安額を受けて決められています。概算金の決定方法は、詳細は非公開とされているものの、米の需給バランス、銘柄や他県相場等を総合的に勘案して決定しているとされています。なお、概算金の目安額として発表されている金額は、一等米の価格で、下位等級品については、金額面も劣後します。

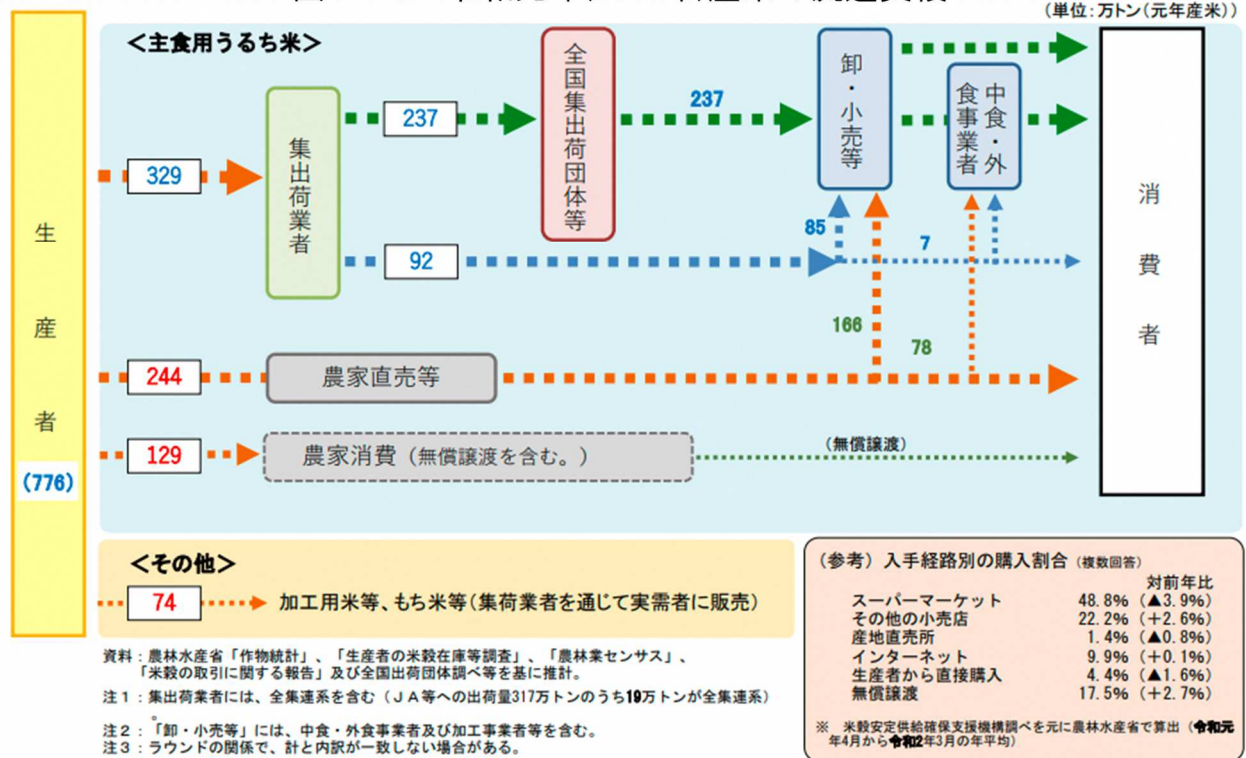
販売単価引き上げのための解決策として、①需給バランスの調整、②ブランド力強化、③品質向上化が考えられます。①需給バランスの調整については、供給量の減少または需要の拡大が考えられますが、供給量減少は販売量の減少にもつながるため、外貨獲得の減少にもつながるおそれがあります。需要の拡大は、販売量増加にも資するため、阻害要因2の解決策として後述します。②ブランド力強化については、米の品種ごとのブランド力向上を図るものですが、厳しい基準の品質検査や多大な広告宣伝費が必要となり、外貨獲得策とするのは難しいと考えられます。③品質向上化は、価格の劣後する下位等級品の生産割合を減らして一等米の生産割合を増やしていくものですが、米は元来他作物に比べて下位等級品の割合が低く、品質は天候要因による影響

が大きいため、解決策とするのは難しいと考えられます。

(2) 阻害要因 2-① 生産ロス

販売量に関する阻害要因の一つ目として、生産ロスが考えられます。令和元年(2019年)産米の流通実績をみると、全体の8~9割が販売・加工用として流通し、1~2割が農家の自家消費等に使用されています。農家の自家消費には親戚等への無償譲渡を含んでおり、生産後に流通しない分量が一定数あるものの、生産量全体の中でのウエイトは小さく、供給過多の状況にあることから、外貨獲得増加に寄与する可能性は小さいと考えられます。(図4-1-9)

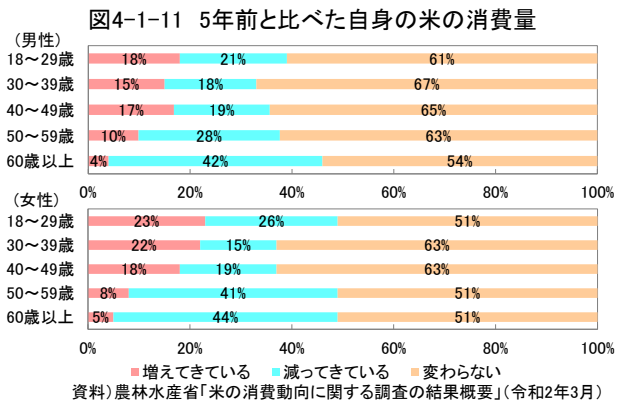
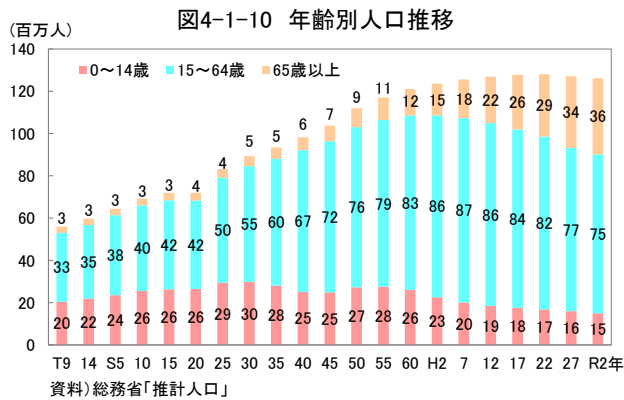
図4-1-9 令和元年(2019年)産米の流通実績



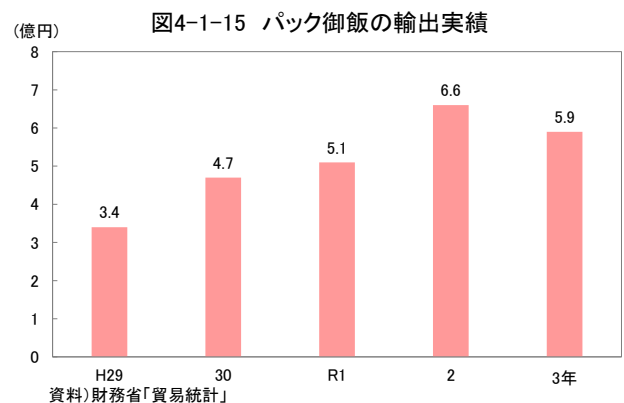
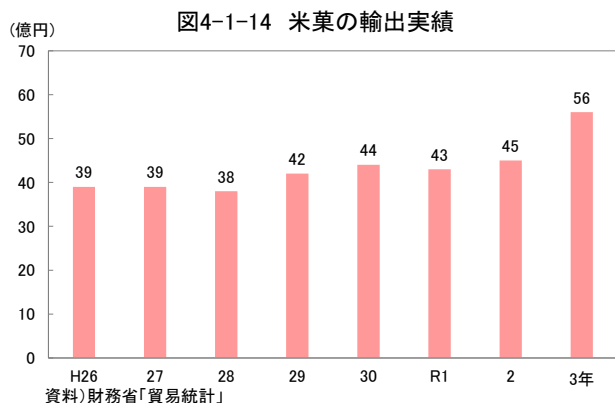
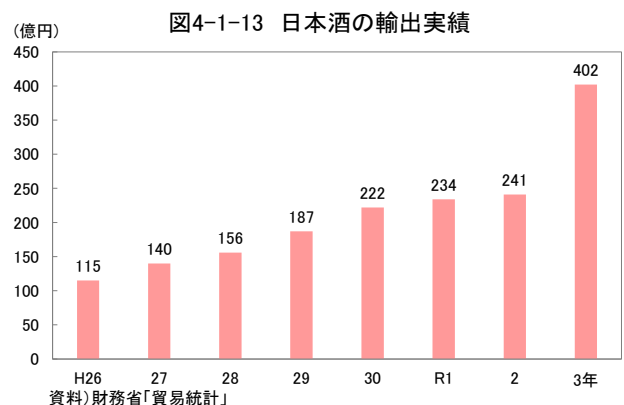
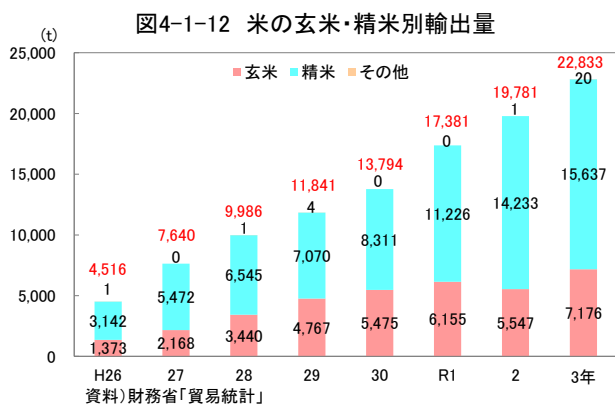
資料)農林水産省「米をめぐる関係資料」(令和3年2月)

(2) 阻害要因 2-② 人口減・高齢化による需要減

販売量に関する阻害要因の二つ目として、人口減・高齢化による需要減が考えられます。国立社会保障・人口問題研究所によると、人口総数は平成20年(2008年)頃をピークに減少し始めており、構成年齢も65歳以上の高齢者の割合が高まっています。また、5年前と比べた自身の米の消費量について、高齢者ほど「減ってきている」の割合が高くなっており、人口減少と高齢化の進行により、国内需要は減少傾向が続くと考えられます。(図4-1-10~11)



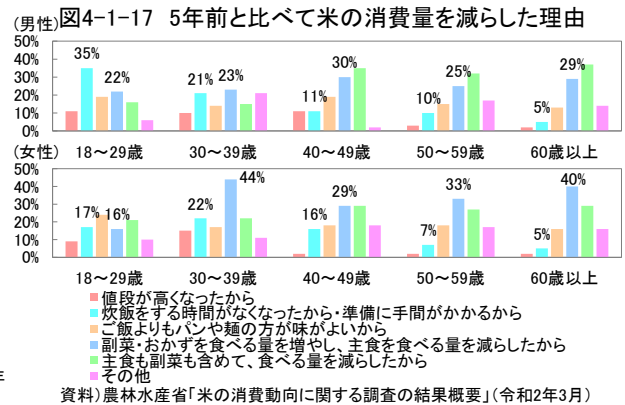
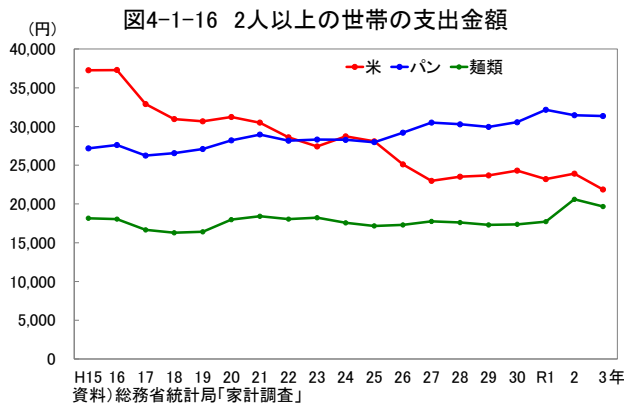
解決策の一つとして、新規マーケットの創出が挙げられます。米(玄米・精米)、日本酒や米菓といった米の加工品は輸出が増加しており、注目を集めています。現状では、輸出に当たっては食糧法の規定に基づき、農政局への届出等の手続が必要となっていますが、ニーズの把握やターゲットの絞り込み等を的確に進めることで、今後の市場拡大余地が大きいと考えられます。(図4-1-12~15)



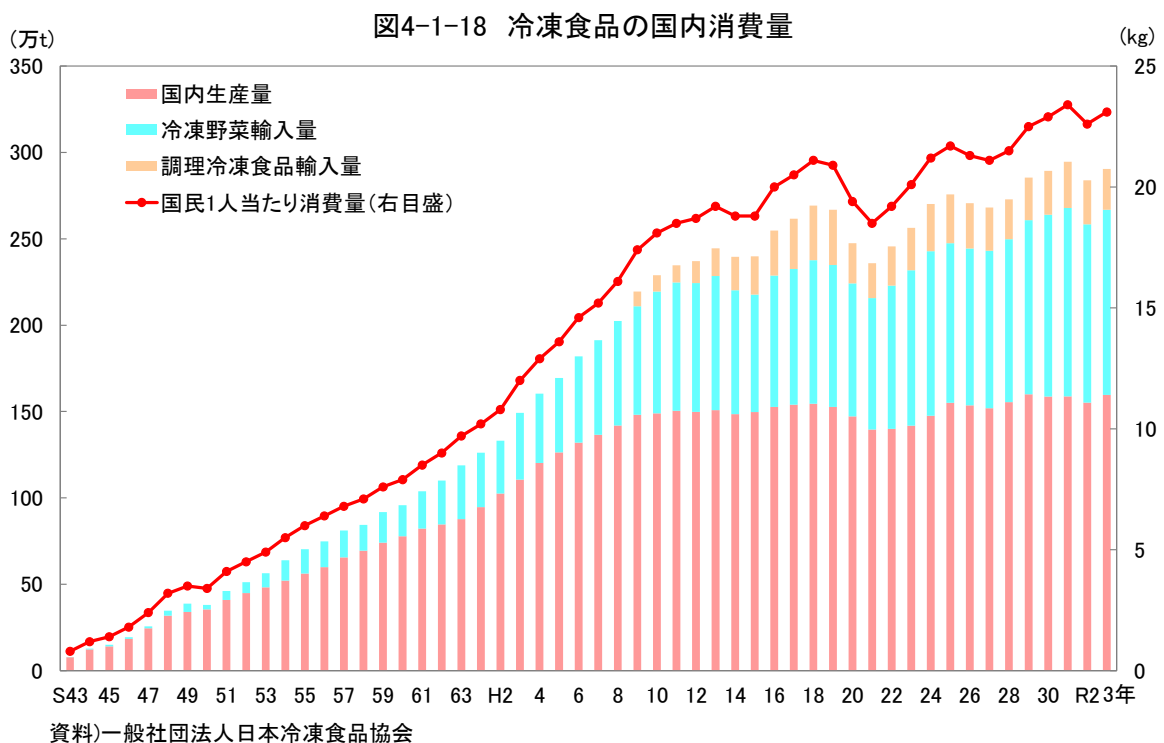
もう一つの解決策として、既存米の販売形態見直しが挙げられます。近年では、少量規格品を購入する消費者が増えているほか、贈答用のパッケージデザインや包装形態が注目を集めています。これらの販売形態の見直しにより、新たな需要喚起が期待されます。

(3) 阻害要因 2-③ 代替食品の普及による需要減

販売量に関する阻害要因の三つ目として、代替食品の普及による需要減が考えられます。家計調査によると、主な主食となる米、パン、麺類への支出金額は、平成24年(2012年)頃を境に、パンが米を上回って最も多くなっています。また、5年前と比べて米の消費量を減らした理由をみると、「副菜・おかずを食べる量を増やし、主食を食べる量を減らした」がどの年齢層でも高く、米の代替となる食品の台頭がうかがえます。加えて、特に若年層において、「炊飯をする時間がなくなったから・準備に手間がかかるから」の割合が高く、準備の簡便さという点でも課題があると考えられます。(図4-1-16~17)



解決策として、新たな加工品の開発が考えられます。レンジアップですぐに食べることができる冷凍食品は、時短・簡便に加え、保存がきくことから国内需要が拡大しています。現在では、マイナス60℃の低温・特殊な急速冷凍機の導入によって、食材の品質を保った冷凍食品の製造が可能となっています。県産米を生かした独自の冷凍食品を開発することで、県産米の付加価値を高めることができ、新たな外貨獲得が期待されます。(図4-1-18)






(4) 阻害要因 2-④ 米加工品のPR方法

販売量に関する阻害要因の四つ目として、米加工品のPR方法が考えられます。米の加工品は、米粉やパック御飯、日本酒など様々あるものの、加工品の魅力や活用方法が消費者に伝わっていない場合が多くあります。

解決に向けたPR方法の見直しとして、特にパック御飯と日本酒への注力が考えられます。これらについては、それぞれ国内及び国外において需要が拡大しており、米の品種による差別化も図りやすい加工品です。食べ合わせを意識したセット販売による販売促進や、イベントとの組み合わせによる体験型の販売促進など、購買意欲を促進するPR方法を実践することが考えられます。(図4-1-19)

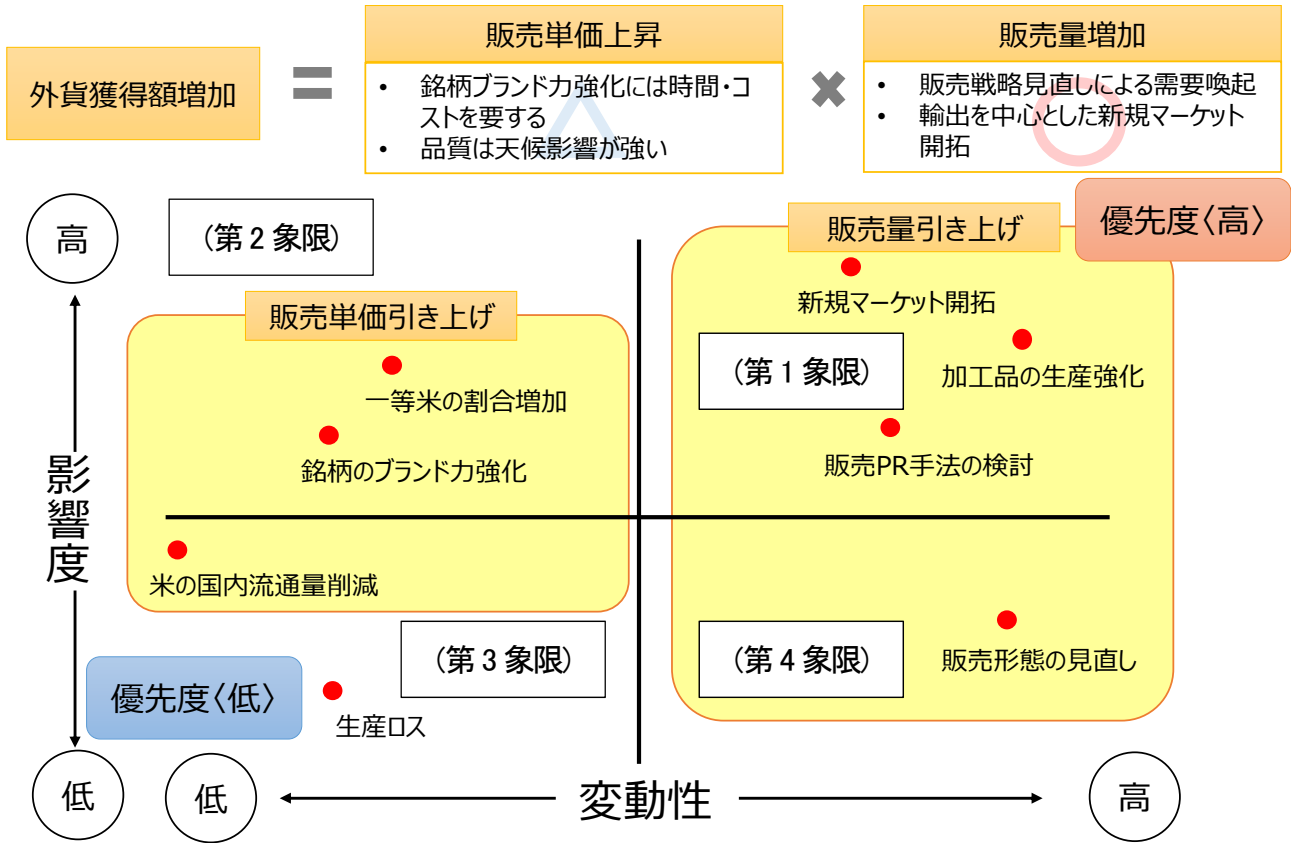
図4-1-19 加工品目の整理

加工品目	特徴・用途・機能性	青森県としての強みがあるか
 <p>米粉</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■パン、洋菓子、麺類など幅広く使用されている ■小麦粉で揚げる場合に比べ、ヘルシーに仕上がりと、栄養価が高いことから健康志向の人に需要がある 	<ul style="list-style-type: none"> ■産地直売所などでは県内で製粉された米粉が販売されることもあるが、製粉する事業者は限られているほか、製造コストがかかる ■大手メーカー販売品に及ばない
 <p>パック御飯</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■電子レンジで温めてすぐに食べられる商品 ■炊飯前のお米を殺菌して調理済み御飯を無菌包装した米飯類 ■購入層は50代以上が約半数を占める 	<ul style="list-style-type: none"> ■青森県産米の主力品種「まっしぐら」、「つがるロマン」、「青天の霹靂」のパック御飯が、県内中心に販売が開始されている。
 <p>日本酒</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■日本の「和食」ブームが続いている海外への輸出货量及び輸出金額は年々増加傾向にあり、お酒の中でも日本酒は健康的なイメージを持たれることから海外からも高い評価を得ている 	<ul style="list-style-type: none"> ■県内では17の蔵元が地酒として日本酒を製造 ■2021年の酒蔵の格付けを決める「世界酒造ランキング」で1位を獲得した「八戸酒造」をはじめ、「田酒」や「豊盃」など評価の高い銘柄が多い

(5) まとめ

ここまで本県産米による外貨獲得増加に向け、販売単価と販売量に分解して、阻害要因と解決策を検討してきました。この解決策を影響度と変動性の二軸で分類すると、販売量引き上げに関する解決策が第1象限に多く分布していることがわかります。本県産米による外貨獲得を増加させていくためには、販売単価引き上げに関する解決策よりも、販売量引き上げに関する解決策に注力することが、有効性が高いと考えられ、海外市場への輸出強化や冷凍食品を始めとする需要の拡大が見込まれる加工商品の製造等により、さらなる外貨獲得が期待されます。(図4-1-20)

図4-1-20 解決策の整理



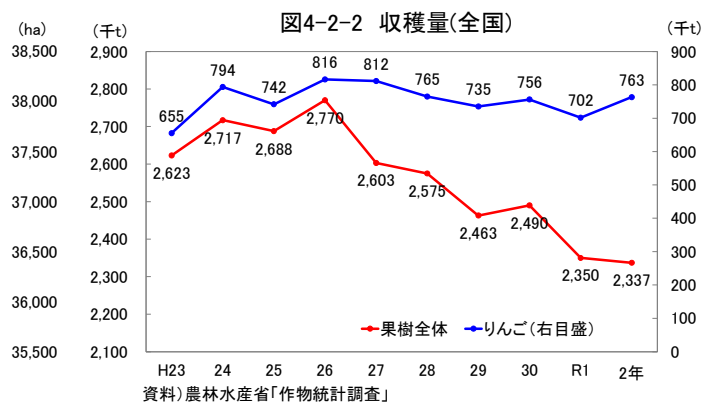
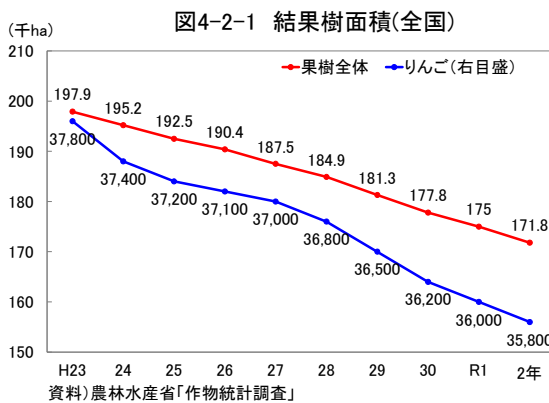
第2節 県産果実

第2節では、本県の主たる果実であるりんごについてみていきます。全国1位のりんご生産県として、安定した生産量を確保する本県に対し、第2位の長野県では生産量の減少傾向が続いています。本県に発生しうるリスクを回避するため、長野県との比較分析を進めていくことで阻害要因と解決策にアプローチしていきます。

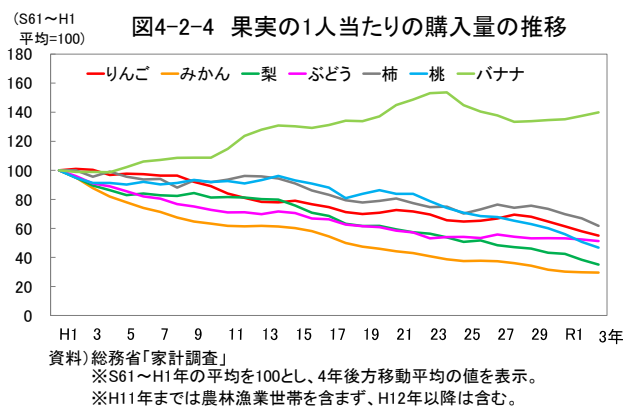
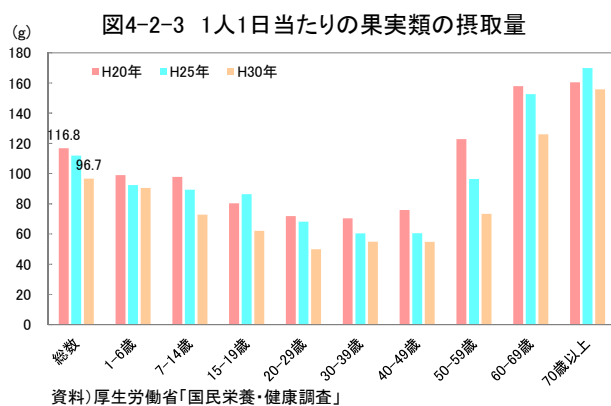
1 長野県との比較分析

(1) 全国の動向

はじめに、国内における果樹全体の結果樹面積及び収穫量についてみると、いずれも年々減少傾向をたどっており、令和2年(2020年)では、結果樹面積は17万1,800ha、収穫量は233万7,000トンまで落ち込んでいます。また、果樹全体のうちりんごについてみると、結果樹面積は平成23年(2011年)対比5.3%減の3万5,800haとなっている一方で、収穫量は70万トン強の水準で横ばいとなっており、生産面では単収が増加していることがわかります。(図4-2-1~2)



果実に関する消費動向をみると、1人1日当たりの果実類の摂取量は年々減少傾向となっており、特に59歳以下の世代では摂取量の減少が顕著となっています。1人当たりの果実の購入量をみると、りんごを含めた多くの果実で購入量が減少しており、国内消費の落ち込みが顕著となっています。(図4-2-3~4)



次に、りんごの輸出実績をみると、令和3年(2021年)の輸出量は3万7,729トン、輸出額は162億円超となり、過去最高となっています。輸出先の内訳をみると、台湾、香港の上位2カ国で、

全体の9割以上を占めており、販路拡大が今後の輸出拡大のポイントとなっています。(図4-2-5～6)

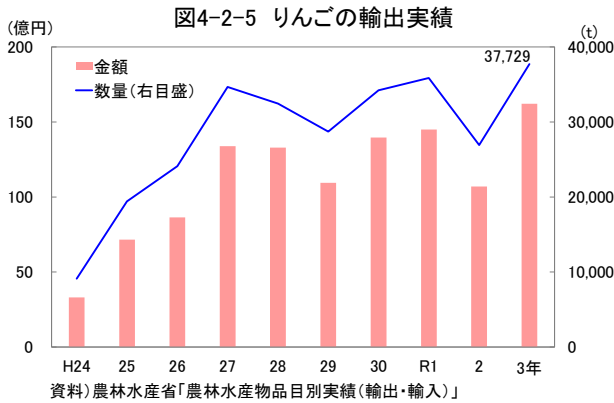


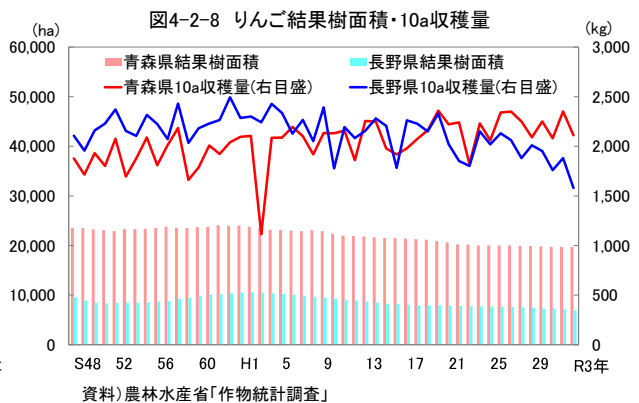
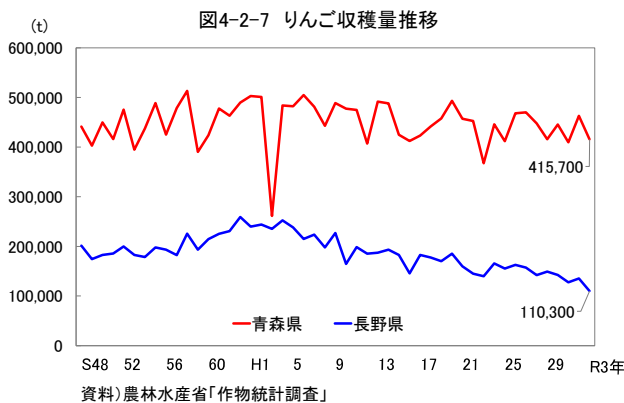
図4-2-6 りんごの国・地域別輸出内訳(令和3年)

国名	輸出額(量)	輸出額前年比	輸出額構成比
1 台湾	118.3億円 (27,194t)	+66.7%	72.9%
2 香港	35.0億円 (8,706t)	+21.0%	21.6%
3 タイ	4.0億円 (920t)	+30.8%	2.5%
4 ベトナム	2.4億円 (395t)	+21.5%	1.5%
5 シンガポール	1.4億円 (339t)	+8.1%	0.9%
- その他	1.0億円 (174t)	+29.7%	0.6%
- 世界合計	162.1億円 (37,729t)	+51.5%	100.0%

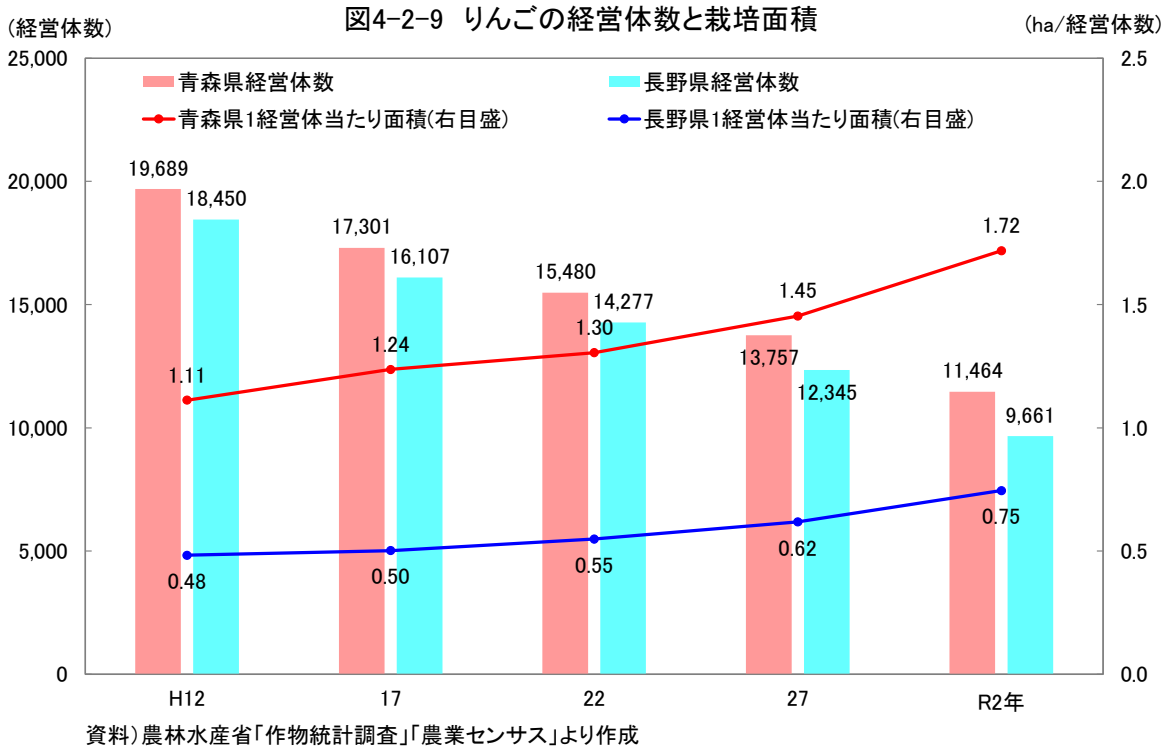
資料) 農林水産省「農林水産物品目別実績(輸出・輸入)」

(2) 本県及び長野県の動向

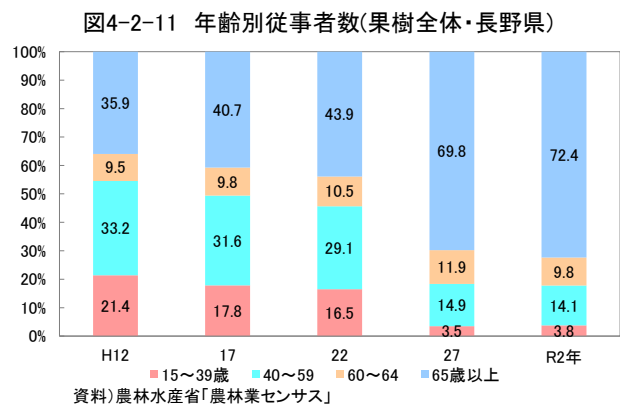
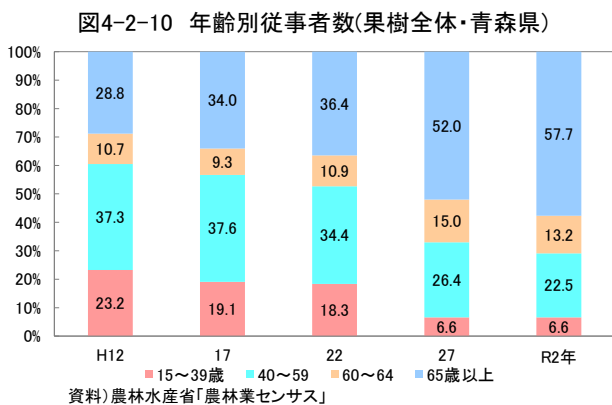
続いて、本県及び長野県のりんごの収穫量についてみると、本県は長期的に40万トンから50万トンの間で推移しているのに対し、長野県は昭和63年(1988年)の25万トンをピークに減少傾向が続いており、令和3年(2021年)では11万トンまで落ち込んでいます。また、10a当たりの収穫量では、本県が長期的に増加傾向で推移しているのに対し、長野県は減少傾向が続いており、平成19年(2007年)以降、本県を下回っています。(図4-2-7～8)



りんご生産を行う経営体数についてみると、平成12年(2000年)と比較し、両県とも約半数まで減少しています。一方で、1経営体当たりの栽培面積については、両県とも増加しており、小規模なりんご農家が減少していることがうかがえます。(図4-2-9)



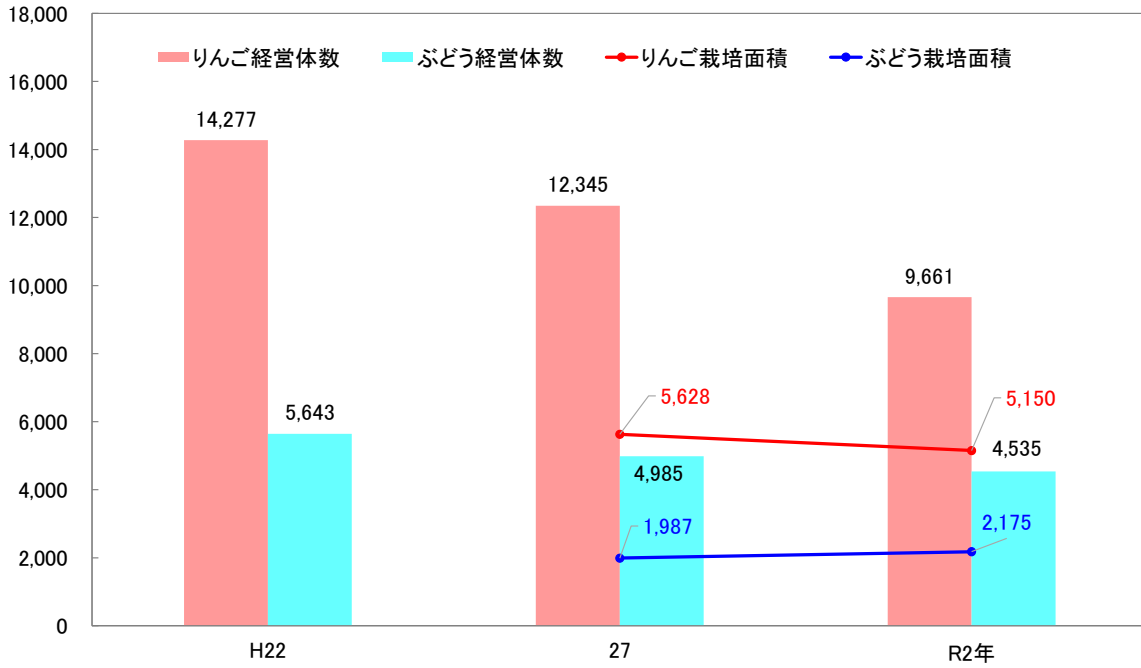
果樹生産者の年齢構成をみると、本県では約7割、長野県では8割以上が60歳以上となっており、両県とも高齢化による担い手の自然減がうかがえます。また、長野県では、39歳以下の割合が極端に少なく、若年層のりんご農家への就農が進んでいないものと考えられます。(図4-2-10～11)



ここで、長野県におけるりんご及びぶどうの生産を行う経営体数と栽培面積をみると、経営体数はいずれの果実も減少傾向が続いていますが、栽培面積はりんごが平成27年(2015年)対比約1割減に対し、ぶどうは同比約1割増となっています。長野県においては、収益性が高いとされるぶどうへの転作が進んだものと推察されます。(図4-2-12)

(経営体数、ha)

図4-2-12 りんご・ぶどうの経営体数・栽培面積(長野県)



資料)農林水産省「農林業センサス」 ※平成22年は栽培面積の統計なし

以上から、長野県の生産量減少は、高齢化に伴う担い手の自然減と、収益性の高いぶどうへの転作が進んだことが主な要因と考えられます。

2 外貨獲得に向けた解決策

長野県との比較により、安定した外貨獲得に向けて、生産力を維持・発展させることが必要と示唆されました。また、国内全体での消費減退により、りんごの稼ぐ力の低下が懸念されており、付加価値向上が不可欠となっています。加えて、さらなる外貨獲得に当たっては海外マーケットの取り込みも必須となっており、生産力向上、りんごの付加価値向上、輸出拡大の3点について、解決策を考察していくこととします。

(1) 産地生産力維持・発展に向けた対応策

生産力の維持・発展に向けては、担い手の確保と作業の省力化が必要と考えられます。県内農業経営体の後継者の確保状況をみると、後継者を確保しているのは全体の25%にとどまり、後継者不足による離農が深刻な課題となっています。(図4-2-13)

図4-2-13 農業経営体の後継者確保状況

	計	後継者を確保している				（※）5年以内に農業経営を引き継がない	確保していない
		小計	親族	親族以外の経営内部の人材	経営外部の人材		
経営体数	29,022	7,484	7,232	181	71	955	20,583
割合	100%	25.8%	24.9%	0.6%	0.2%	3.3%	70.9%

資料) 青森県「2020年農林業センサス」

※「農業経営を開始又は農業経営を引き継いだ直後であり、5年以内に農業経営を引き継がないこと」であり、40代・50代といった、経営者がまだ引退する年齢ではなく、5年以内に農業を引き継ぐ必要のない経営体も含まれている。

後継者が不在の場合、離農する農業者の園地や積み上げてきた技術・ノウハウなどが途絶えることになり、りんご産業にとって大きな損失となってしまいます。そこで担い手の確保に向け、果樹経営の新規就農促進策が必要と考えられます。弘前市では「園地承継円滑化システム」により、離農者と承継者のマッチング増加につながる取組を進めており、同様の取組を全県的に横展開することで、県内における後継者不足の解消を進めていくことが重要と考えられます。また、農業法人等が新規就農者を雇用することで、独立就農に比べてリスクを抑えた形での就農が可能となります。農地の円滑な承継と雇用就農者の増加により、作付面積の維持や労働力不足の解消につながるものと考えられます。(図4-2-14)

図4-2-14 園地承継のイメージ



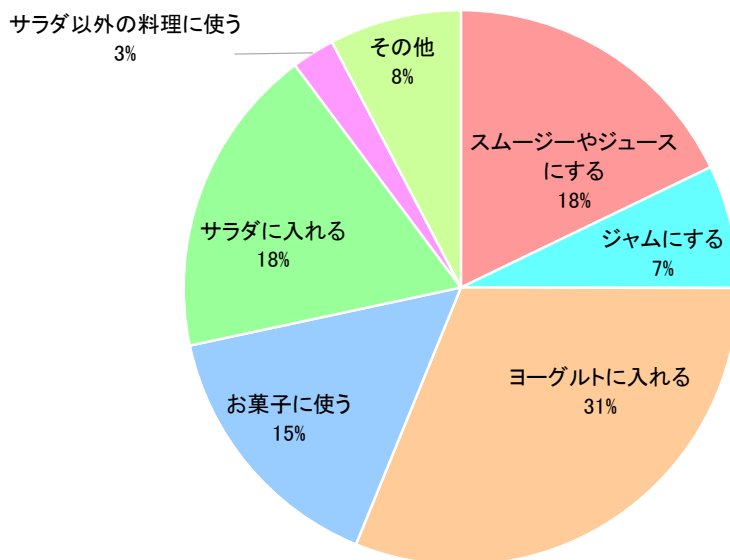
また、担い手の確保とともに、農作業そのものを省力化していくことも重要となります。高密度植栽培では、農作業をしやすい形に植樹することで省力化と単収増加の両立を図っています。こうした取組に対し、造成費用に関する補助事業などを行うことで、省力化園地の拡大を進めていくことが考えられます。

(2) りんごの付加価値向上策

人口減少と消費減退は、りんごの稼ぐ力の低下圧力となっており、新たな商品開発による消費の促進や、地域資源としての有効活用などの付加価値向上策が必要となっています。一般社団法人青森県りんご対策協議会が実施した消費者アンケートによると、丸かじりやカットして食べる

以外のりんごの食べ方として、ヨーグルトに入れるほか、スムージーやジュースにする方法を選択する消費者が多くなっています。ヨーグルト専用りんごジャムや朝食りんごスムージーなど、消費シーンに合わせた商品開発を行うことで、付加価値の向上が期待されます。(図 4-2-15)

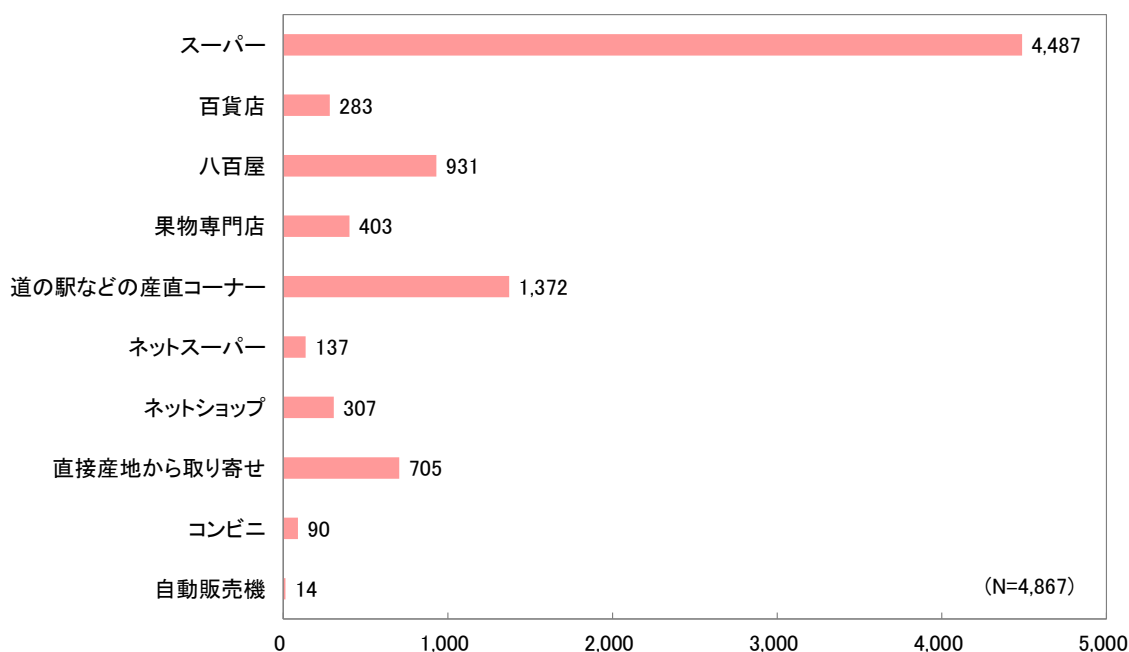
図4-2-15 りんごの食べ方
 (「そのまま丸かじりやカットして食べる」以外で一番多くしている食べ方)



資料)一般社団法人青森県りんご対策協議会「青森りんご消費者アンケート結果2022」

また、りんごの購入先については、スーパーが最も多いものの、道の駅などの産直コーナーや産地からの取り寄せも人気となっています。りんごの食べ比べツアーや、園地・シードル工場の見学ツアーなど、地域資源であるりんごを起点とし、現地に来訪してもらうことで経済活性化につなげることが考えられます。(図 4-2-16)

図4-2-16 りんごの購入先



資料)一般社団法人青森県りんご対策協議会「青森りんご消費者アンケート結果2022」 ※複数回答

(3) 新たなりんごの輸出モデルの拡大策

りんごによるさらなる外貨獲得を図るため、国内マーケットにとどまらず、海外マーケットの取り込みを進めていく必要があります。独立行政法人日本貿易振興機構が実施した日本在住外国人による品目別日本食品評価調査によると、日本産食品については「味が良い」「健康的である」「安全性が高い」等の評価が多く、輸出のポテンシャルは高いと考えられます。SNSを通じた情報発信を強化するとともに、現地の有名インフルエンサーを活用した情報拡散により、味・安全性を積極的にアピールすることで、認知度が向上し、輸出の拡大につながることを期待されます。(図4-2-17)

図4-2-17 日本産食品への評価

(%)	TOTAL	味が良い	健康的である	洗練されている	高級感がある	見た目が良い	流行している	安全性が高い	経済的・リーズナブルな価格で手に入る	美容に配慮している	宗教倫理に適合している	その他	
1	魚類	334	84.7	66.2	30.5	12.9	23.7	3.0	44.9	28.7	1.2	0.3	3.9
2	貝類	134	90.3	47.8	24.6	18.7	23.1	6.7	52.2	23.9	3.0	0.0	9.7
3	水産動物類(いか、たこ、かに、え)	320	90.0	55.0	26.3	11.6	26.3	2.8	49.1	30.3	1.6	0.9	6.3
4	海藻類	164	68.3	82.9	23.8	10.4	18.9	8.5	31.7	37.2	11.0	2.4	4.9
5	牛肉	265	91.7	29.4	33.6	38.5	27.2	6.4	49.1	12.8	1.1	0.8	9.4
6	豚肉	117	84.6	32.5	24.8	10.3	29.9	12.0	48.7	41.9	0.9	0.9	13.7
7	鶏肉	112	82.1	44.6	18.8	6.3	29.5	14.3	37.5	51.8	0.9	0.9	13.4
8	卵	169	78.1	66.9	20.1	5.9	14.8	2.4	62.1	38.5	1.8	0.6	8.9
9	牛乳・乳製品	236	90.3	71.2	18.6	5.5	11.0	3.0	57.2	35.2	2.5	0.0	5.5
10	野菜	233	74.7	78.5	21.9	6.4	28.3	3.9	50.2	19.7	7.7	1.3	7.3
11	果物	258	90.3	72.9	15.5	10.5	45.3	1.2	42.6	7.0	7.4	0.8	6.6
12	茶	269	87.0	77.3	34.6	20.8	16.4	9.7	14.5	26.8	7.4	0.4	5.2
13	米・包装米飯	255	85.9	50.2	14.9	13.3	22.4	13.7	45.5	42.7	0.8	0.4	10.2
14	しょうゆ	184	88.0	34.2	22.8	21.7	21.2	11.4	22.8	58.7	0.5	2.7	15.8
15	トマトケチャップ・トマトソース	33	84.8	36.4	30.3	9.1	30.3	12.1	33.3	51.5	0.0	0.0	12.1
16	みそ	283	90.1	76.7	18.4	8.1	7.4	12.4	19.4	53.7	6.0	1.1	6.7
17	ソース	106	86.8	20.8	28.3	16.0	31.1	22.6	19.8	57.5	0.0	0.9	16.0
18	菓子(米菓除く)	215	87.0	16.3	40.0	18.6	64.2	21.4	13.0	28.4	0.9	0.0	10.2
19	米菓	154	88.3	35.7	20.1	14.3	38.3	16.9	13.6	56.5	0.6	2.6	13.0
20	レトルト食品	155	75.5	14.2	24.5	7.1	44.5	14.8	36.1	60.0	0.0	0.6	22.6
21	めん類	241	89.2	29.5	23.2	9.5	27.8	20.7	19.5	64.3	0.0	1.7	14.5
22	健康食品	155	43.9	91.0	29.0	12.3	16.1	22.6	45.8	10.3	21.9	1.9	5.2
23	清涼飲料水	132	85.6	32.6	15.9	10.6	48.5	22.0	15.2	45.5	3.8	3.8	16.7
24	アルコール飲料水(日本酒除く)	150	88.7	8.7	26.7	36.7	44.0	17.3	16.7	44.7	0.7	0.7	15.3
25	日本酒	200	89.0	12.5	46.0	48.0	32.0	15.5	14.5	30.5	1.5	0.5	10.0

1位の項目 2位の項目 3位の項目

資料) 独立行政法人日本貿易振興機構「日本在住外国人による品目別日本食品評価調査」

輸出拡大に向けたターゲットとしては、令和4年(2022年)3月に新たな輸出先として解禁されたインドが挙げられます。IMFの人口推計によれば、インドは令和5年(2023年)には中国を抜いて人口世界最多の国になることが予想されており、世界最大のマーケットになると見込まれています。現状では日本産りんごは、高所得者層(世帯可処分所得35千ドル以上)向けの贈答用として、大玉りんごが主流となっています。一方で、インドの人口は中間層(同5千ドル以上35千ドル未満)が大幅に増加しており、この層に向けた安価な小玉りんごの展開が外貨獲得増加の鍵になると考えられます。(図4-2-18~19)

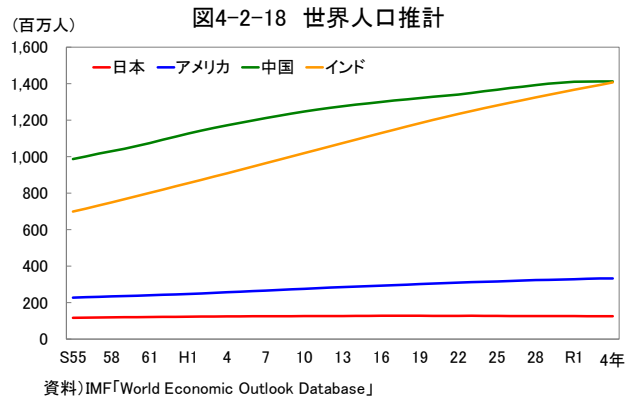


図4-2-19 インドの所得層分布

(百万人)

	H12		H20		H22		H27		R2		R7		R12	
高所得層 (世帯可処分所得35千ドル以上)	3.1	0.3%	8.3	0.7%	8.3	0.7%	8.9	0.7%	10.4	0.7%	13.5	0.9%	20.6	1.4%
中間層 (世帯可処分所得5千ドル以上 35千ドル未満)	42.7	4.1%	215.0	18.1%	243.8	19.9%	334.1	25.5%	455.5	32.8%	610.8	41.9%	794.1	52.1%
低所得層 (世帯可処分所得5千ドル未満)	1,008.0	95.6%	967.6	81.2%	972.5	79.4%	965.2	73.8%	921.1	66.4%	834.6	57.2%	708.8	46.5%
合計	1,053.9	100.0%	1,190.9	100.0%	1,224.6	100.0%	1,308.2	100.0%	1,386.9	99.9%	1,459.0	100.0%	1,523.5	100.0%

資料)在インド日本大使館「Reports on Indian Economy」

(4) まとめ

これまでみてきたとおり、県産りんごを通じた外貨獲得に向けては、生産力向上、りんごの付加価値向上、輸出拡大が必要と考えられます。長野県との比較を通じ、担い手の確保が供給量確保に直結すると想定され、行政と連携した新規就農促進策を展開することが不可欠と考えられます。国内市場の取り込みに向けては、消費シーンに合わせた商品開発や、りんごを起点とした観光との連携事業の展開など、付加価値の向上が必要と考えられます。また、さらなる外貨獲得に向けては、インドを中心とした拡大する世界市場に対し、プロモーションを強化していくとともに、所得層に適したりんご商品を展開していくことで輸出の拡大が期待されます。

<コラム4 世界で戦う1千億円産業の行方>

あおもり創生パートナーズ株式会社 取締役 松田 英嗣

県産りんごの販売額は8年連続で1千億円超えを達成するなど、本県が誇る1千億円産業として「りんご」の存在感は益々重みを増している。

青森県はりんご生産量日本一を誇り、味・見た目などに優れたりんごの産地として世界的にも高い評価を受けているが、それは本県の気候風土がたまたまりんごの生育に適していたからではない。本来りんごの栽培が難しいこの豪雪地帯で、明治以来の先人達が150年にわたって試行錯誤を続け、職人技の域に達した栽培方法を確立するなど、優れたりんご作りを指向してきた結果に他ならない。また、品質のみならず、その圧倒的な生産量を背景とし、通年供給体制を担う卸事業や倉庫業、盤石な出荷体制を担保する運送事業、多様な飲食品製造業など、津軽地域を中心に「りんごクラスター」とも呼ぶべきりんごを核とした多様な産業が集積し、他の産地では一朝一夕には模倣できない本県の大きな資産となり、今や世界で戦う県産品として県外や海外への移輸出に大きく貢献している。

さて、先人の努力の結果、1千億円産業にまで育ったりんご産業であるが、他の産業以上に生産者の高齢化や人手不足といった課題は深刻だ。販売額は「生産量×販売単価」で示されるが、生産現場の高齢化や人手不足が進行し続けると、従来型のりんご栽培手法では「生産量」が減少し、結果として販売額が縮んでゆく危険がある。本県1千億円産業に危機が迫っているということだ。現在県内各地で、人手不足下での「生産量」維持・拡大を実現するため高密度栽培が試行されている。いまだその評価は定まっていないようであるが、コンパクトな樹木を整然と植樹することにより、単位面積あたりの高収量と早期多収を可能にする栽培手法であり、習得に時間を要する職人技的な作業の省力化や管理コストの低下も見込めるという。いわば、少ない人数で大量生産を指向する手法であり、アメリカやヨーロッパでは主流の生産手法だという。世界マーケットの最前線で戦う青森りんごにも必要な手法と考えられる。

また、もう一方の「販売単価」の向上であるが、これにはりんご生産150年で培った知恵と技を商品化することが必要だ。従来型の栽培手法以上に技術と労力と愛情をつぎこんで生産したりんごを「特Aブランドりんご」として付加価値を付け、これまでの数倍の価格帯で販売することを検討する必要がある。高密度栽培による大量生産品とは異なり、職人技を有すプロの生産者が直接手をかけてつくったりんごのアナログな新たな価値は、大量生産型りんごとは異なるマーケットを開拓できると考えられる。

本県りんご生産150年の歴史の中で、これまで先人たちは「優れたりんごを作る」ことに力点を置いてきた。これからは、高密度栽培などによる省力型・大量生産型りんごにしても、150年間蓄積した技術を背景にしたプロの手による高付加価値型りんごにしても、それぞれのりんごに合致した「優良なマーケットを創造する」ことが基本になる。そのためには、生産者のみならず、りんごを核に集積している多様な事業者とともに大きな戦略を練ることが必要だ。圧倒的な生産量と品質、長い歴史の中で育まれた生産技術や集積産業群を背景に、県産りんごは優良なマーケットを創造するポテンシャルを有すると思える。

おわりに

令和4年(2022年)は新型コロナのオミクロン株の出現により過去2年間のスピードをはるかに上回る勢いで感染拡大が続く中、同年2月に始まったロシアによるウクライナ侵攻や米国との金利差によって急速に進展した32年ぶりの円安が、前年からの世界的な経済回復を背景としたエネルギー価格や食料品価格のさらなる高騰を招くなど、歴史的にも記録に残る激動の1年となりました。

本県の社会経済においても、新型コロナからの回復が未だ途上にある中で、原材料価格の高騰が企業への追い打ちをかけ、食料品を始めとした各種商品の値上げは家計への大きな負担となるなど、我々の生活に様々な影響を与えています。

また、新型コロナの感染拡大防止策によって令和2年(2020年)から令和4年(2022年)の半ばにかけて様々な行動制限が実施されたことで人流が抑制され、将来的な経済不安も相まって出生者数の減少が当初の想定よりも加速化し、令和4年(2022年)の出生数は過去最少が見込まれています。

本県においても少子化の進展は「まったなし」の課題です。本県の出生数の減少においては女性人口の減少による影響が大きく、20~24歳の女性の県外転出が多いことが主な要因となっていますが、一方で20代後半からの女性の転入が他県と比べて少ないことがみえてきました。高い賃金水準を求めての転出が多いものと考えられますが、コロナ禍で男性、女性ともに大学進学率が高まる中、本県での大卒者の就業先が少ないために、就業機会を求めて他県に転出したり、Uターンを諦めたりするケースも多々あるのではないのでしょうか。

本県では少子高齢化の加速により県内企業の人手不足感は強まり続けています。若年人口の減少に加え、高校生の進路希望が就職から進学へと切り替わりつつある中、これまでのような新規高卒者を主とした求人だけでは、労働需給のミスマッチが生じ、人財の確保が一層困難となることが懸念されます。

新型コロナの影響がもたらした生活行動様式の変化は、リモートワークの進展などにより地方回帰の機運を高め、コロナ禍では本県においても若い世代の転出者数が減少するなどプラスの効果もありました。ただし、直近では東京都への転入傾向が再び勢いを見せ始めています。このコロナ禍で改めて見直された地方の価値や地元回帰の機運を逃すことなく、人流がコロナ禍前に戻りつつある中で転出超過幅の再拡大を抑えるためには、大卒者や社会人経験者など多様な人財が活躍できる場を増やしていくことが必要となってきます。それにより、将来的には若年者の県内定着や人財の還流につながっていくことが期待されます。

国内ではロシアによるウクライナ侵攻により、緊迫化したエネルギー情勢を受けGX(グリーン・トランスフォーメーション)など脱炭素化への推進の機運が高まり、世界的な地政学的リスクと相まってサプライチェーンの途絶を回避するために生産拠点の国内回帰の機運が高まるなど、構造的な変化が現れつつあります。このような困難な時代の中での転換期だからこそ、新たなビジネスチャンスの到来期とも考えられます。複雑化・多様化する様々な課題に対し、多様な価値観でもって課題を解決し、なおかつ労働生産性や付加価値を高めていくためには、DXの推進とともに多様な人財への積極的な投資が重要です。

そして、県民一人ひとりが自分らしく輝いて活躍できる環境づくりを、官民が連携して「オール青森」で取り組んでいくことで、人口減少下においても持続可能な地域となってくるのです。

青森県内の企業では、人手不足やコロナ禍での収益減少、最近の賃金上昇圧力などを背景に、労働生産性向上に向けた取り組みが行われている。その取り組みは多岐にわたるが、あえて分類すれば、「労働投入量の節約・人材の有効活用に向けた取り組み」と「付加価値の増大に向けた取り組み」に大別できる。以下、日本銀行青森支店が把握する事例を類型化して紹介した後、今後の課題を述べる。

1 労働投入量の節約・人材の有効活用に向けた取り組み

① 設備投資による自動化・機械化

- ・AIで害虫や雑草の発生を検知し、ドローンで農薬散布する技術を開発(農業)
- ・IoT技術(CO2濃度や温度のセンサー感知)を活用したスマート畜産の導入(農業)
- ・日本酒の生産工程の機械化(食料品)
- ・入院患者の睡眠中の心拍数や寝返り等の動きを把握するセンサーの導入(医療)
- ・機械警備の導入による店内警備の全自動化(小売)
- ・プロセスセンターの新設による生産拠点の集約化(小売)
- ・セルフレジの導入や自動発注などによる省人化(小売)

② 業務プロセスの見直し

- ・宿泊需要回復の下でのフロント人員不足に対応するためのマルチタスク化(宿泊)
- ・各スタッフがフロント、シェフ、給仕などの全職種の仕事を行う体制を整備(宿泊)
- ・食料品の販売を専門会社に外注し、当該部門の社員を別部門に配置転換(小売)
- ・クラウドの活用により、エクセルや紙ベースの業務プロセスをデジタル化(小売)

③ 人材教育・人的投資の拡充

- ・資格取得の促進や外部研修費用を企業が負担して現場監督を育成(建設)
- ・蔵人による商品開発意欲を促し、若手の意見を積極的に採用(食料品)

2 付加価値の増大に向けた取り組み

① オンライン技術を活用した販路拡大

- ・コロナ禍における店頭販売減少の経験や人件費抑制の観点からEC販売を拡充(小売)
- ・スマートフォンやアプリの活用によるタクシー利用の利便性向上(対個人サービス)
- ・県外のデジタル企業と業務提携し、東北エリアのニーズに幅広く対応(小売)
- ・県外の需要を取り込むため、自社ECサイトでの日本酒の通販を開始(食料品)

② 高単価商品の開発

- ・客室リニューアルや露天風呂新設により付加価値を高めて客単価を引き上げ(宿泊)
- ・大衆向けの酒造から、製造量を限定してブランド力の高い酒造に転換(食料品)
- ・SNS映えするデザインのサバ缶を開発し、ブランドイメージを引き上げ(食料品)
- ・女性や若者に親しまれるデザインでラベリングされたりんごの洋酒を開発(食料品)

③ デジタル関連財分野などでの生産規模拡大

- ・半導体のシェアアップを目指して能力増強投資を実施(電気機械)
- ・商品の付加価値向上を企図して大型設備を導入(食料品)

3 今後の課題

上記のような事例がみられる一方、課題もある。当県では中小零細企業が多く、機械設備導入費用の高さを障壁として挙げる声は多い。また、特産品であるりんごやホタテなどの一部加工作業では自動化が困難であるとの声も聞かれる。さらに、当県のデジタル化への対応の遅れも大きな障壁である。企業側ではデジタル人材やノウハウの不足が投資の制約となっているほか、消費者側がITスキルを十分有していなかったり、地域社会としてのデジタル技術の活用・普及が遅れているために、十分な投資採算を上げられない事例も存在する。今後は企業だけでなく自治体も含めて、地域社会全体としてのデジタル化を推進していくことが課題であろう。