

発刊にあたって

県では、県経済及び県民生活の現状等を県民の皆様へ御報告することを目的として、昭和 25 年度(1950 年度)から「青森県経済白書」を、また、昭和 44 年度(1969 年度)から「県民生活白書」を作成し、その後平成 14 年度(2002 年度)からは二つの白書を統合して「青森県社会経済白書」を作成して参りました。

「青森県社会経済白書」は二部構成となっており、第一部においては、県経済の現状と課題を明らかにする観点から、さらには、毎年度刊行を重ねることにより、その資料的価値を高めるという意味合いから、毎月公表している「青森県経済統計報告」の年次版として本県経済の 1 年間の動向を分析・記録しています。

また、第二部では、その時々的重要な課題を特定テーマとして抽出し、統計手法により多角的に分析のうえ課題解決に向けた処方箋を提示しており、今年度は東北新幹線全線開業を機に、交流人口の拡大による外貨の効果的な獲得と観光を軸とした産業間の連携強化を図るため、本県の観光に係る現状と課題を取り上げたところです。

今後とも「青森県社会経済白書」の内容の充実を図って参りますが、この白書が県民の皆様の本県社会経済を御理解いただく一助となり、様々な活動や取組を進めて行く上で少しでもお役にたつことができれば幸いです。

最後に、資料の提供等に御協力いただいた関係者各位、とりわけ、お忙しい中であって専門的見地による御意見等とともに御寄稿をいただいた「青森県地域経済研究会」の方々に対し、心から感謝申し上げ、平成 22 年度版「青森県社会経済白書」発刊に当たっての御挨拶とさせていただきます。

平成 23 年 3 月

青森県知事 三 村 申 吾

目 次

第一部 青森県経済の動向

はじめに	1
第1章 最近の我が国の経済動向	
第1節 最近の世界経済の動向	
1 世界経済の動向	
(1) 新興国需要に支えられた景気回復	2
(2) 中国の経済成長	3
(3) 世界経済の見通し	4
第2節 最近の我が国の経済動向	
1 日本経済の動向	
(1) 景気動向指数(CI)の推移	6
(2) 実質経済成長率の推移	7
(3) 輸出の動向	7
(4) 政府の景気対策と民間消費	8
(5) 株価と為替の推移	10
(6) デフレの進行	11
(7) 景気は足踏み状態から持ち直しの動きへ	12
第2章 最近の本県の経済動向	
第1節 総体的な動向	
1 平成20年度(2008年度)の本県経済	
(1) 県民経済計算からみた平成20年度(2008年度)の本県経済	
① 概況	14
② 県内総生産(名目、実質)の実額の推移	16
③ 産業別生産額増加寄与度	16
(2) 景気回復期への移行	17
2 平成21年～22年(2009年～2010年)の本県経済	
(1) 概況	18
(2) 本県の景気動向	20
3 各機関の景況判断	22
<コラム1 成長期待の底上げが求められる時代>	26
第2節 主なる経済分野の動向	
1 生産の動向	
(1) 製造業の動向	28
① 工業統計	29

② 鉱工業生産指数等	32
(2) 農林水産業の動向	34
① 農作物の動向	35
② 畜産の動向	37
③ 林業の動向	37
④ 水産業の動向	38
<決め手は、青森県産!>	40
2 雇用情勢	
(1) 求人・求職の動向	
① 有効求人倍率の推移	41
② 新規求人数・新規求職者数の推移	42
③ 新規求人数の産業別内訳の推移	43
(2) 労働力人口・失業率の動向	
① 労働力人口の推移	45
② 有業者数の産業別内訳の状況	45
③ 完全失業率の推移	46
(3) 賃金・労働時間の動向	
① 現金給与総額の推移	47
② 総実労働時間の推移	48
3 消費の動向	
(1) 消費者物価の動向	
① 消費者物価指数（総合指数）の推移	50
② 平成 22 年(2010 年)の消費者物価指数（総合指数）	51
③ 青森市の消費者物価指数の推移	51
(2) 家計消費の動向	
① 勤労者世帯の実収入の推移	53
② 勤労者世帯実収入の内訳の推移	54
③ 勤労者世帯の消費支出の推移	54
(3) 大型小売店販売額の動向	
① 大型小売店販売額の推移	57
② 業態別販売額の推移	57
③ 対前年同月増減率の動き	58
④ 商品別販売額の動向	59
(4) 乗用車新車登録・届出台数	
① 乗用車新車登録・届出台数の推移	60
② 車種別にみた乗用車登録台数の推移	60
③ 乗用車登録・届出台数の直近の動向	61

(5) 宿泊旅行と観光消費の動向	
① 都道府県別の延べ宿泊者数の動向	63
② 延べ宿泊者数の推移	65
③ 都道府県別延べ宿泊者数の推移	67
④ 観光消費額の推移	69
4 建設投資・民間設備投資の動向	
(1) 建設投資の動向	
① 建設投資額の推移	70
② 公共建設投資額の推移	71
③ 民間建設投資額の推移	72
(2) 民間設備投資の動向	73
(3) 住宅着工の動向	
① 新設住宅着工戸数の推移	74
② 新設住宅着工戸数利用関係別推移	74
③ 四半期別推移	75
5 企業倒産の動向	
(1) 企業倒産状況	
① 企業倒産件数及び負債総額の推移	77
② 業種別倒産件数の推移	77
③ 原因別倒産件数の推移	78
④ 形態別倒産状況	79
6 金融の動向	
(1) 金融情勢	
① 銀行貸出金残高の推移	80
② 信用保証協会保証債務残高の推移	81
③ 県内企業の金融環境	81
第3節 青森県の人口	
1 青森県の人口の推移	83
2 青森県の人口動態	85
3 青森県の人口構成	87
おわりに	89
<コラム2 「結輪(ゆうわ)力」、「地際(ちさい)力」、「住民力」の結集!>	90

第二部 交流人口の拡大と観光を軸とした産業間の連携強化に向けて

— 本県における観光の現状と課題 —

はじめに	91
第1章 観光をめぐる本県・全国の動向	
1 本県の動向	
(1) 観光客入込数の推移	92
(2) 交通利用の状況	
① 高速道路インターチェンジ出入台数	94
② 自動車輸送量の推移	95
③ 旅客輸送量の推移	95
(3) 観光レクリエーション客の動向	
① 年代別・住所別・利用交通機関別にみた動向	96
② 旅行消費額の動向	97
(4) 外国人宿泊者の動向	99
(5) 青森県への来訪希望	100
2 全国の動向	
(1) 我が国の年齢構造の変化	102
(2) 国内における観光の現状	
① 国民一人当たり国内観光の回数等	103
② 国内の観光市場規模	103
(3) 年齢階層別にみた旅行費用	104
(4) 旅行形態・情報収集源の変化	105
(5) 外国人観光客の動向	
① 外国人旅行者数の推移	108
② 主要国別外国人旅行者数	109
③ 主要国別旅行内容	109
④ 主要国別消費動向	110
⑤ 主要国別旅行情報入手先	110
⑥ 主要国別満足度と再訪希望	111
第2章 地域経済と観光産業	
1 東北新幹線八戸駅開業の経済効果	
(1) 観光客及び観光事業者の動向	
① 観光客の入込交通手段と宿泊数	113
② 観光事業者の動向	114
(2) 他地域と比較した観光客等入込数	115
<コラム3 観光へとつながる食のまちおこし>	117

2 観光がもたらす経済波及効果	
(1) 本県における経済波及効果	118
<参考：経済波及効果の推計方法>	119
(2) 我が国における経済波及効果	123
(3) 旅行客の増加による経済波及効果	124
3 観光産業の動向	
(1) 飲食店・宿泊業及び道路旅客運送業の現状	
① 事業所数の推移	126
② 経営組織別にみた状況	126
③ 従業者数からみた事業所規模	127
(2) 飲食店・宿泊業の状況	128
(3) 一般旅客自動車運送業の状況	129
(4) サービス事業者の現状	131
4 新たな観光産業	132
(1) 本県農林水産業と観光の現状	133
(2) 本県におけるグリーン・ツーリズム	134
(3) 農商工連携の現状	135
<コラム4 観光ブランドとロングセラー商品の視点 そして住民の役割>	138
第3章 本県の観光の現状と課題	
1 本県の観光の現状と課題	
(1) 本県観光レクリエーション客の動向からみた現状と課題	139
(2) 全国の旅行者動向からみた観光の現状と課題	139
(3) 観光産業の現状と課題	140
2 交流人口の拡大と観光を軸とした産業間の連携強化に向けて	
(1) 観光産業における経営力の強化	141
(2) 産業間の連携強化	142
(3) 地域資源を活かした観光戦略	143
<コラム5 八戸市民の熱い思いがもたらした新幹線「はやて」効果>	146

【統計資料編】

1	青森県景気基準日付(景気の谷)の暫定設定	
(1)	青森県景気基準日付(景気の谷)の暫定設定	147
(2)	景気基準日付の設定方法	148
(3)	ヒストリカルDI	148
(4)	累積景気動向指数(累積DI)	150
(5)	景気動向指数(CI)	150
(6)	青森県と全国の景気基準日付の比較	151
2	青森県景気ウォッチャー調査	
(1)	調査の目的	152
(2)	景気の現状判断DI・先行き判断DIの推移	152
(3)	景気の実感～「景気ウォッチャー」生の声 平成22年調査のコメントから～	155
3	各種統計調査	
(1)	2010年世界農林業センサス	
①	農家数の推移	157
②	販売農家の農業就業者の推移	158
③	販売金額別農業経営体数の推移	158
④	経営耕地面積規模別経営体の推移	160
(2)	全国消費実態調査	
①	1世帯当たりの消費支出の推移	161
②	世帯類型別消費構造	161
③	貯蓄及び負債の状況	162
④	購入先別消費動向	163
⑤	購入地域・購入先・費目別消費動向	164
4	経済動向の年表	
(1)	平成19年(2007年)	166
(2)	平成20年(2008年)	167
(3)	平成21年(2009年)	168
(4)	平成22年(2010年)	169
	<コラム6 平成22年度版「青森県社会経済白書」の注目点>	170
	青森県地域経済研究会構成員名簿	171

第一部 青森県経済の動向

はじめに

平成19年(2007年)から景気後退局面に入ったとされる日本経済は、平成20年(2008年)9月のリーマンショックを契機とした世界的な経済危機により、急速な悪化へと転じました。その後、新興国需要に支えられた輸出の回復などにより在庫調整、生産活動の持ち直しが進み、平成21年(2009年)3月を景気の谷として日本経済は景気拡張局面に移行しています。しかしながら、長引くデフレの影響や為替相場の変動といった要因から、景気回復の動きは緩やかなものとなっています。

本県経済も、日本経済と同様に景気の急激な後退を経た後生産面を中心に回復基調にありますが、雇用情勢などにおいては依然として厳しい状況が続いています。

このような状況の中で、本県経済の一年間の動向を把握し、県経済の現状と課題を明らかにするため、本書では、第1章で、世界経済の動向や我が国の経済動向について世界や我が国の各種統計をもとに解説し、続く第2章では、最近の本県の経済動向について解説しています。まず、平成23年(2011年)1月に公表した直近の「平成20年度青森県県民経済計算」をもとに平成20年(2008年)の本県経済の状況を確認するとともに、景気転換(景気後退期・回復期への移行)についてみていきます。その後、平成21年(2009年)から平成22年(2010年)にかけての本県経済の概況と生産、雇用、消費、建設投資、企業倒産、金融等の各経済分野の動向について、青森県企画政策部統計分析課において毎月公表している「青森県経済統計報告」をもとに分析・解説をしています。

第1章 最近の我が国の経済動向

第1節 最近の世界経済の動向

1 世界経済の動向

平成20年(2008年)9月のアメリカ大手投資銀行リーマン・ブラザーズの破たん(以下「リーマンショック」という)から急速に悪化した世界経済ですが、発生から2年が経過し、世界経済は緩やかな回復過程にあります。

この間、先進国においては緊急の財政出動や金融緩和策といった景気刺激策で危機を乗り越えてきましたが、景気対策が縮小される中、平成22年(2010年)4月には、ギリシャの財政危機が表面化し、世界的な金融危機が再来するのではとの不安感から欧州金融市場に端を発した金融不安が世界の金融市場に広がり、世界的な株価の低迷を招く事態となりました。また、アメリカ経済も雇用や生産面の回復の遅れから、平成22年(2010年)11月に追加金融緩和政策を実施するなど低調な個人消費や企業の投資意欲刺激策を講じています。

低迷する先進国に対し、世界経済の牽引役として前面に出て来たのが中国などの新興国です。リーマンショックからの世界経済回復に新興国は大きな役割を果たしたといえます。

(1) 新興国需要に支えられた景気回復

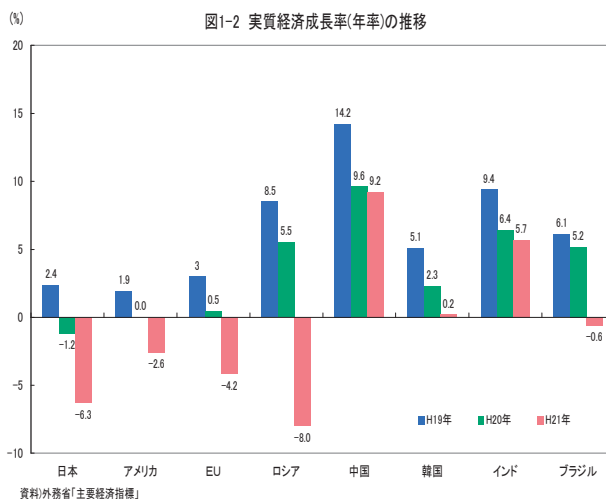
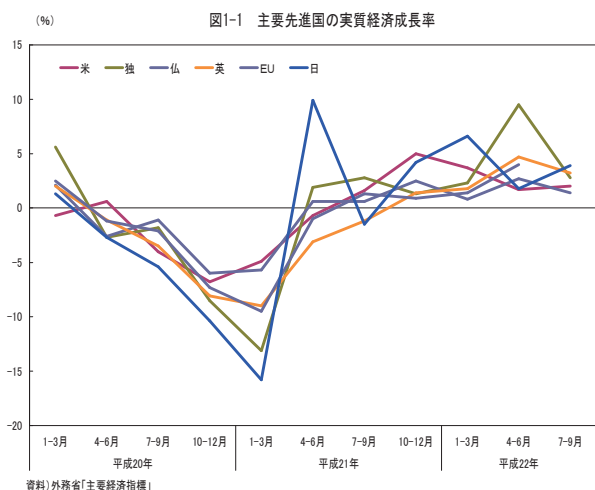
主要先進国の実質経済成長率の推移をみると、各国とも平成21年(2009年)1~3月期頃まで著しいマイナス成長となった後、アメリカでは平成21年(2009年)7~9月期に、日本でも平成21年(2009年)10~12月期以降継続してプラス成長に転じるなど、世界経済は景気回復局面にあるといえます。

(図1-1)

リーマンショックの発生した平成20年(2008年)は、先進各国の実質経済成長率(年率)は平成19年(2007年)を下回り、続く平成21年(2009年)においても、日本はマイナス6.3%、アメリカはマイナス2.6%、EUがマイナス4.2%となるなど、成長率は大きく下落しました。

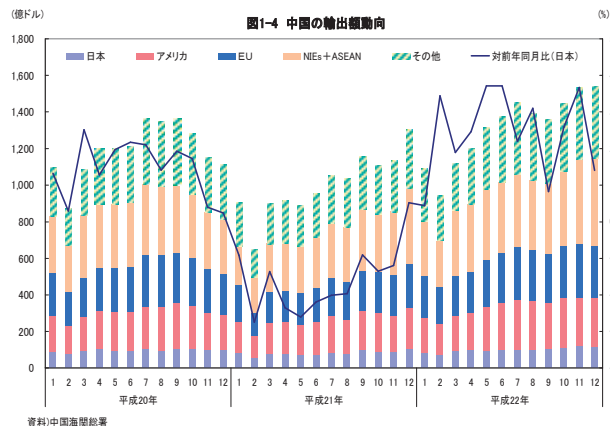
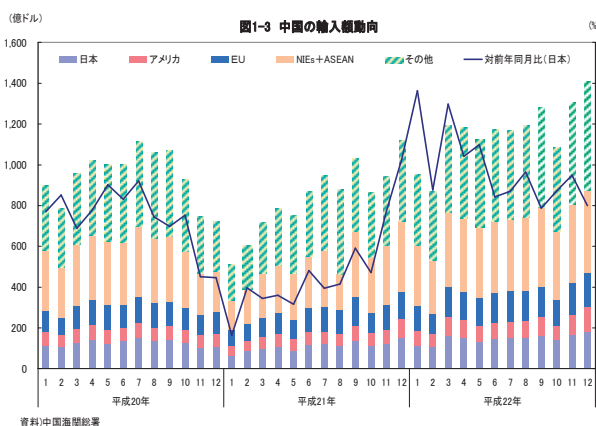
一方、先進各国が著しいマイナス成長を示していた時期にあっても、新興国はプラス成長で推移し、特に中国では平成20年(2008年)が9.6%、平成21年(2009年)が9.2%と高成長を遂げています。

(図1-2)



(2) 中国の経済成長

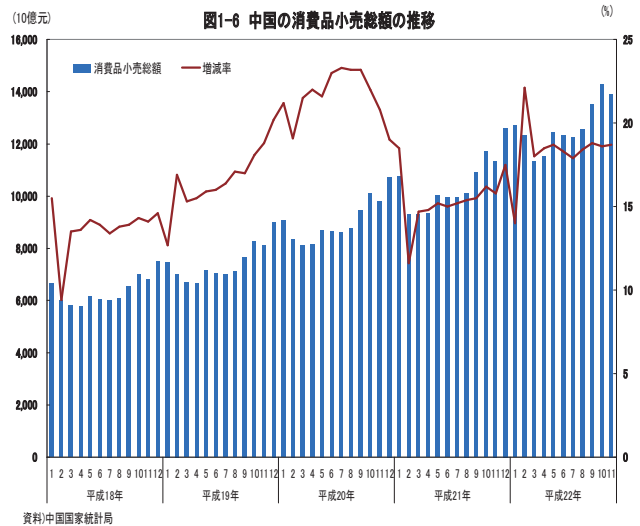
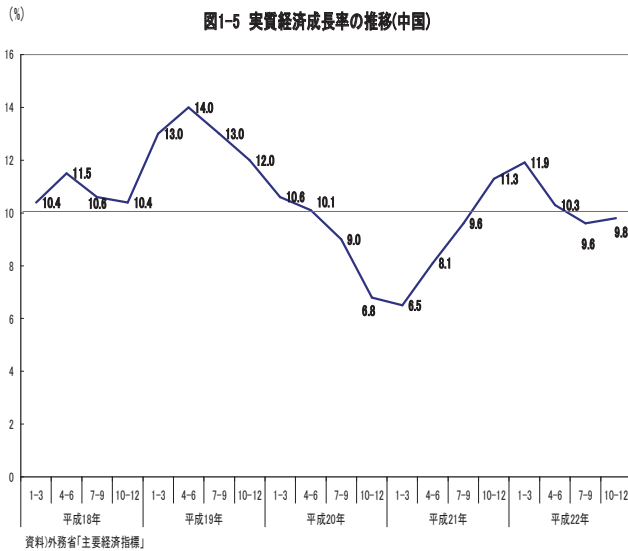
中国が他国に先駆けて世界金融危機からの回復を果たした要因は、公共投資を始めとする大規模な景気刺激策による内需の拡大を図ったことによるものといわれています。中国は、内陸部を中心にインフラ整備を行う必要があったことや、平成20年(2008年)に発生した四川大地震の復興対策などもあり、公共投資を行うことで雇用を確保し景気の失速を最小限に留めたといえます。また、こういった内需の拡大は対外的には日本など貿易相手国の中国への輸出の回復につながり世界経済の景気回復に寄与しました。(図1-3, 4)



この結果、中国では平成21年(2009年)10~12月期から3期連続で実質経済成長率が10%を超えて推移するなど高成長を続けてきましたが、輸出先である主要先進国の景気減速から輸出の伸びが鈍化したことなどにより、平成22年(2010年)10~12月期は9.8%となりました。(図1-5)

平成23年(2011年)から始まる第12次5ヵ年計画では、都市と農村部の所得格差の是正や、内需の拡大、あるいは二酸化炭素の削減など環境へ配慮した経済への転換などが方向性として示されており、今後の中国経済はこれまでのような高い経済成長率による急激な経済成長期から安定的な成長期へ転換を図っていくものと考えられます。

次期計画でも重点項目としてあげられている内需について消費品小売額の推移をみると、中国国内の売上額は前年同月で10%を越える高い割合で伸び続けており、消費を中心とした内需拡大による景気押し上げ効果は今後も継続するものと考えられます。(図1-6)

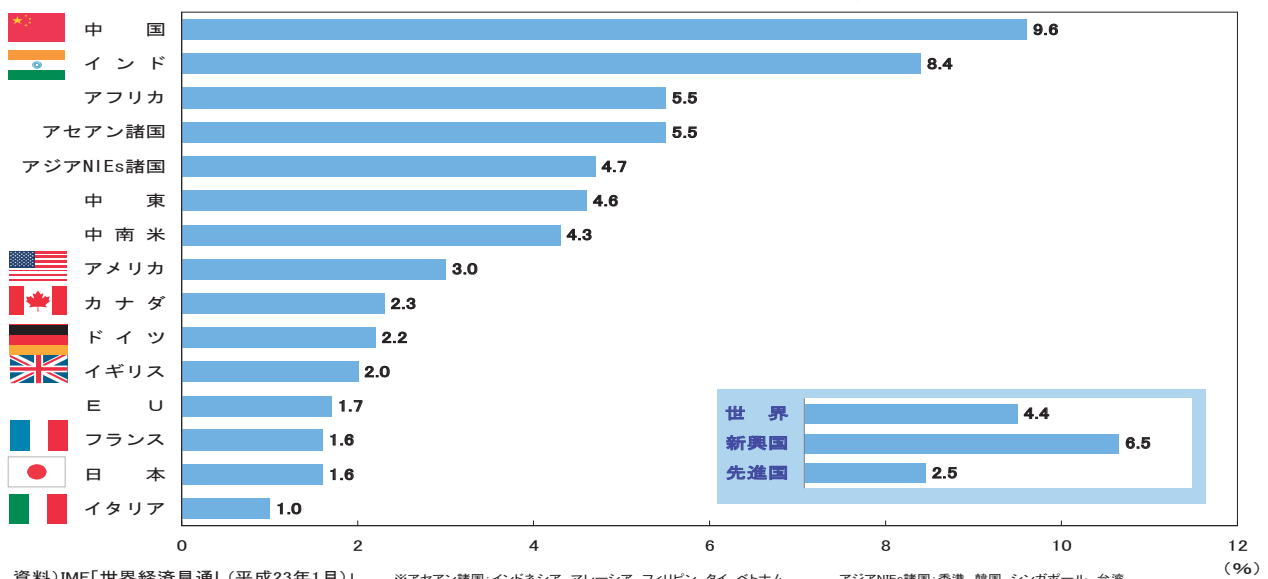


(3) 世界経済の見通し

国際通貨基金（IMF）が平成22年(2010年)10月に発表した「世界経済見通し」では、「経済は総じて予測通りの回復を見せているが、引き続き下振れリスクが高い状態になっている」との見方が示されました。また、平成22年(2010年)前半は、先進国(地域)の回復のペースは緩やかであったものの新興国(地域)は力強い成長を維持するなど、地域により回復のペースに違いがあったことを指摘しています。

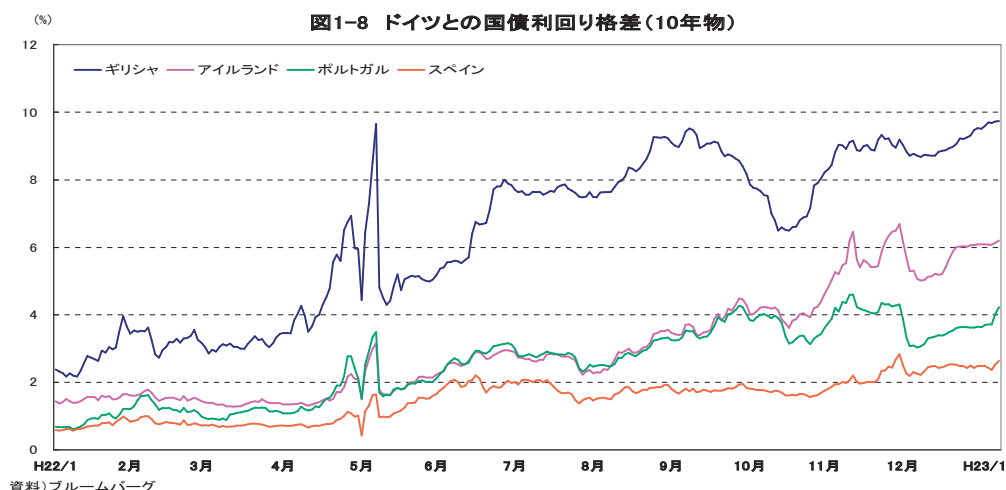
さらに、平成23年(2011年)1月に公表した「改訂見通し」では「世界経済は、依然として2つの異なるスピードで回復を続けている」としたうえで、先進国については「経済活動は予測されていた程緩慢ではなかったが、依然として成長は抑制されており失業率は高い」、また、新興国については「多くの新興市場国の経済活動は引き続き活発」と現状を評価し、平成23年(2011年)の世界経済の成長予想を前回の4.2%から4.4%へと上方修正しています。このように、予測がやや上向きとなった要因について、IMFでは、アメリカの追加経済対策による景気刺激効果や、アジア途上国の勢いのある成長、新興国の力強い回復が続くことをあげています。(図1-7)

図1-7 国際通貨基金（IMF）による世界経済の成長予測（平成23年）



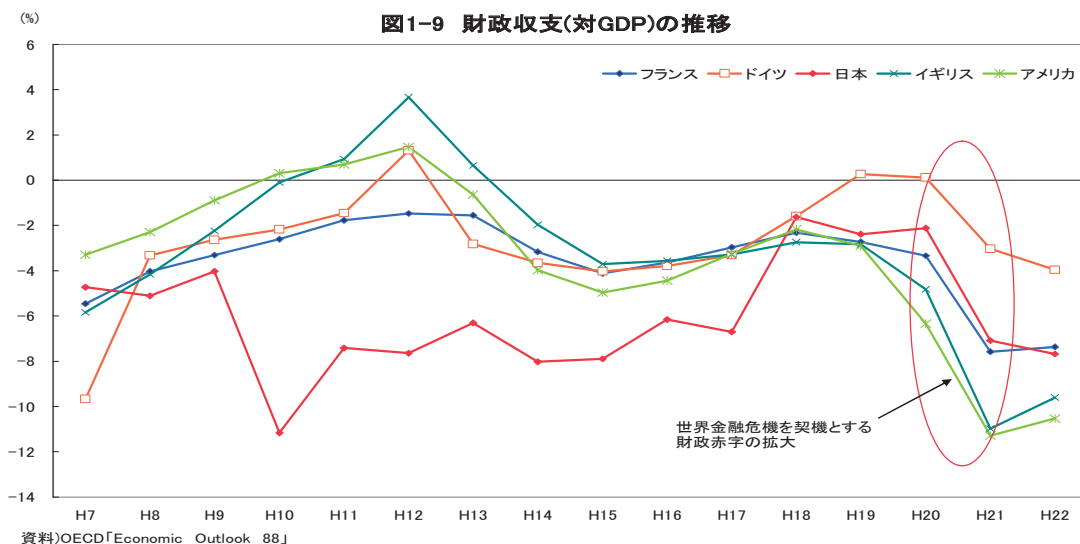
また、平成 22 年(2010 年)の世界経済に大きな影響を与えたギリシャの財政危機を発端とする欧州の金融市場の混乱ですが、ギリシャに対する EU、IMF の融資が実施されたことにより一旦は落ち着きをみせていたものの、平成 22 年(2010 年)終わり頃に再び金融市場の混乱が懸念される事態となりました。

平成 22 年(2010 年)10 月に国内金融機関の経営悪化からアイルランドが財政危機に陥り、アイルランド政府が EU に対し金融支援を要請する事態となったことがきっかけですが、ギリシャやアイルランド以外にも財政状況の悪化が指摘されている国々もあり、これらの国では国債の利回りが上昇傾向となるなど欧州内における地域格差が生じています。(図 1-8)



国債などが債務不履行になる危険性のことを「ソブリンリスク」といい、ギリシャの財政危機に際して広く使われるようになりました。

こういった政府に対する信用不安の高まりは、リーマンショック後の金融危機に対し各国政府が実施した景気対策により、財政赤字が大幅に膨らんだことなどがその背景にあります。各国政府による景気刺激策により世界経済は回復局面に向かったものの、先進各国においては景気回復のペースは緩やかなものとなっています。景気対策を続ける中で、ソブリンリスク回避のためには財政再建に取り組まなければならないなど、各国政府は難しい局面を抱えています。(図 1-9)



第2節 最近の我が国の経済動向

1 日本経済の動向

我が国の経済は、平成19年(2007年)10月を景気の山として景気後退局面に入り、平成20年(2008年)9月のリーマンショックの後急激に悪化しました。その後平成21年(2009年)3月を景気の谷として景気は回復局面に入っています。

この景気回復の背景には、政府の経済対策の効果や新興国向けの輸出の回復といった要因があるものと考えられますが、平成22年(2010年)後半になると、政府の経済対策の縮小による減産やアメリカや欧州経済に対する不安感から円高が進み輸出企業の業績悪化が懸念されるなど、景気は足踏み状態となりました。

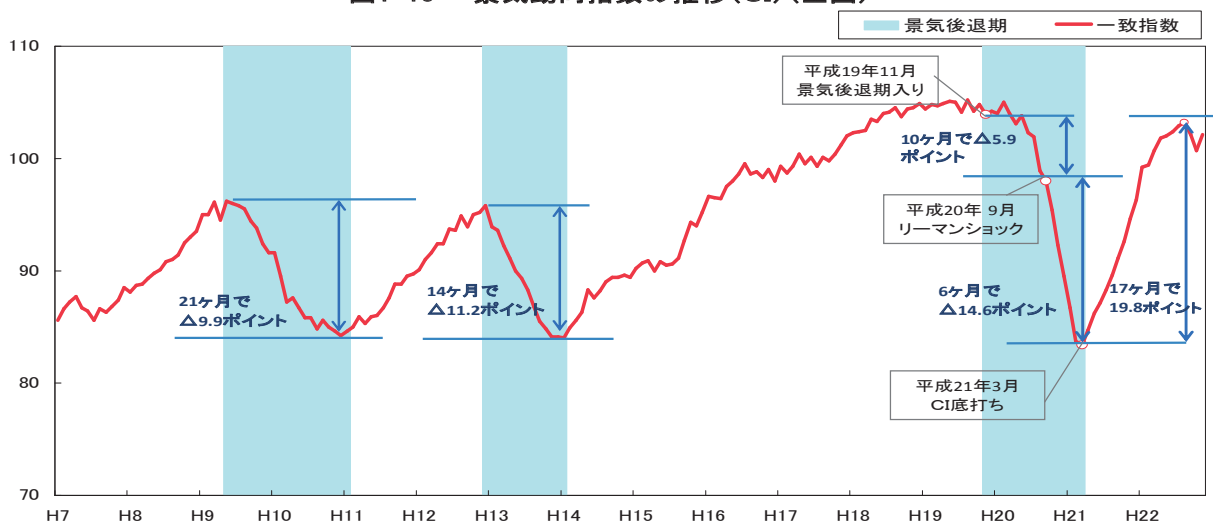
(1) 景気動向指数(CI)の推移

内閣府が公表している景気動向指数のCI(コンポジット・インデックス)の推移から、日本経済の動向をみていきます。CIは複数の経済指標について、前月と比べた変化量を合成したもので、景気の山の高さや谷の深さ、拡大や後退の勢いなど景気の「量感」を示す指標と言われます。

平成19年(2007年)11月からのCIの推移をみると、リーマンショック前までは、10ヶ月でマイナス5.9ポイントと比較的緩やかに下降しているのに対して、リーマンショック後は、6ヶ月でマイナス14.6ポイントと急速に落ち込んでいます。このようにリーマンショックをはさみ、その前後でCIの様相が異なり、リーマンショック後に記録的な速さで景気の悪化が進んだことが平成19年(2007年)11月から平成21年(2009年)3月の景気後退局面の大きな特徴です。

その後の景気回復局面では、平成21年(2009年)4月以降、CIは17ヶ月連続して上昇するなど改善傾向で推移していましたが、平成22年(2010年)9月から円高やエコカー補助金の終了による生産調整などから2ヶ月連続で下落したものの、12月には家電エコポイントによる駆け込み需要や自動車の減産が一段落したことを受け、やや持ち直しの動きを見せています。(図1-10)

図1-10 景気動向指数の推移(CI)(全国)



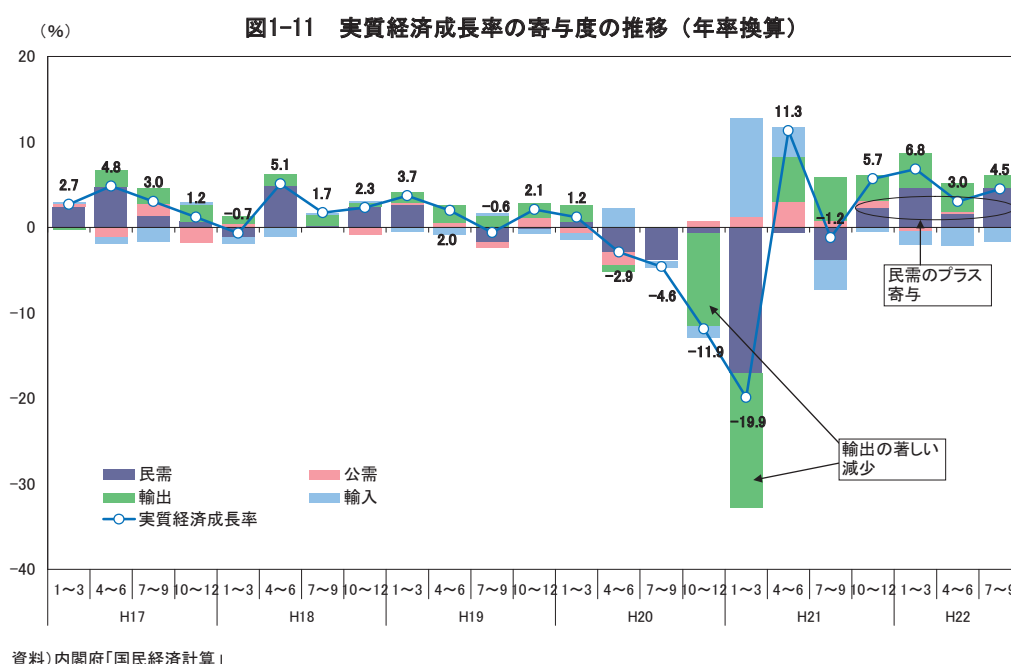
※ 平成19年11月～21年3月の景気後退期は暫定設定
資料)内閣府「景気動向指数」

(2) 実質経済成長率の推移

今回の景気回復局面について、四半期毎の実質経済成長率の推移からみていきます。

平成20年(2008年)9月のリーマンショック直後には、10～12月期から2期連続して実質経済成長率が二桁のマイナス成長となりました。実質経済成長率について内訳を寄与度でみると、この間、輸出が大きく減少しています。その後、輸出の回復とともに実質経済成長率もプラスに転じており、日本経済は輸出の動向に大きく影響されていることがうかがえます。

また、民需は平成20年(2008年)第2四半期からマイナスが続き、リーマンショック後の平成21年(2009年)第1四半期にはマイナス成長に大きく寄与しています。その後、政府の経済対策の効果により耐久財を中心とする個人消費が下支えをしたことから、平成21年(2009年)第4四半期以降はプラスに寄与しています。(図1-11)

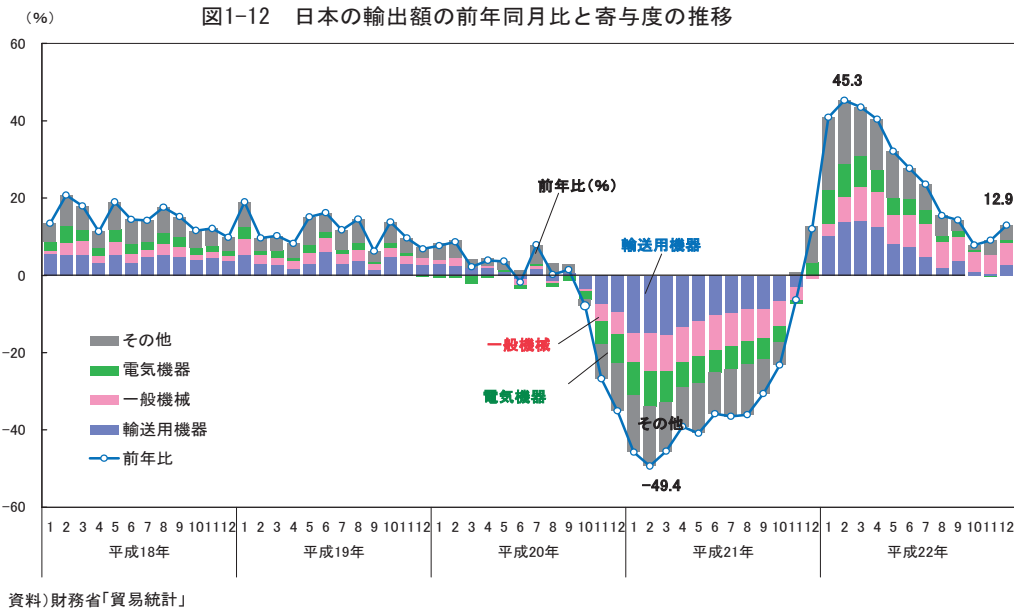


(3) 輸出の動向

リーマンショック以降の日本経済に大きな影響を与えた輸出動向について、輸出金額から詳細を確認してみます。

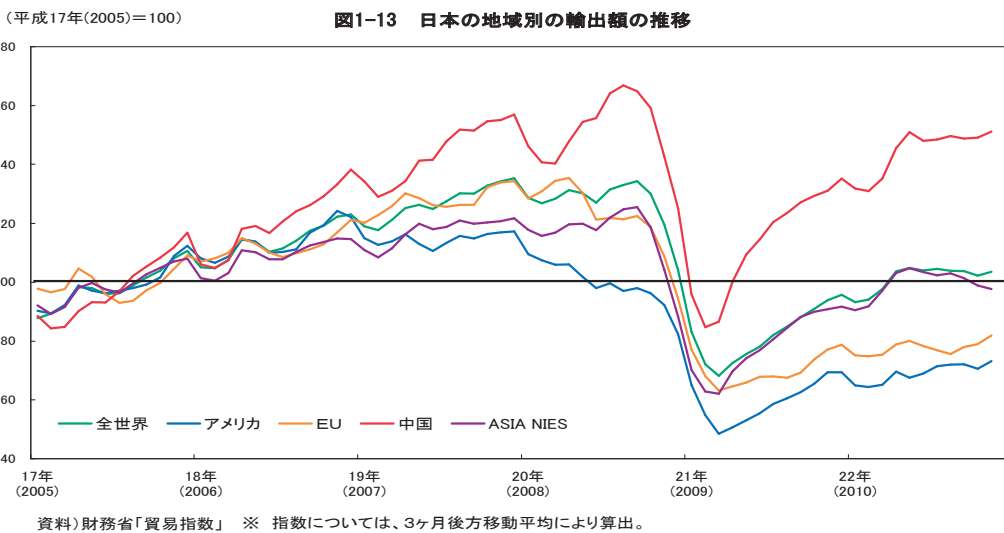
まず、輸出金額の対前年比は、平成20年(2008年)10月からマイナスに転じ、ボトムとなった平成21年(2009年)2月にはマイナス49.4%を記録しています。品目別では、日本の主力品目である輸送用機器、電気機器、一般機械がいずれも大きく減少しており、特に、平成21年(2009年)1月～3月にかけて輸送用機器の減少が一際大きく、これはアメリカを中心とした国々において金融危機の影響で自動車ローンの組成ができなかったことによる販売減少が影響しているとみられています。

平成21年(2009年)12月以降、アジア向け輸出の回復などを背景として電気機器などがプラスに寄与し、以降継続して前年を上回って推移しています。(図1-12)



一方、地域別の輸出金額では、平成20年(2008年)後半の景気後退期においては、金融危機の震源地であるアメリカの減少幅が最も大きく、その後の回復にも弱さが目立ち、金融危機の影響が大きかったEUへの輸出も低調に推移しています。

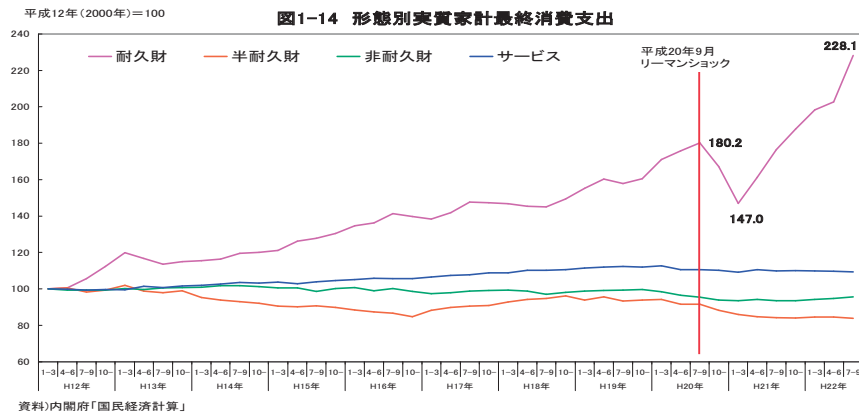
これに対して中国を始めとするアジア諸国への輸出は、景気が後退する前から他地域を上回るペースで伸び、回復の勢いも力強いものとなっています。しかしながら、平成22年(2010年)半ばから、中国経済の減速により中国への輸出額が横ばいとなってきたことやアメリカやEUへの輸出も横ばいで推移するなど、これまで日本経済を牽引してきた輸出の動きに弱さがうかがえます。(図1-13)



(4) 政府の景気対策と民間消費

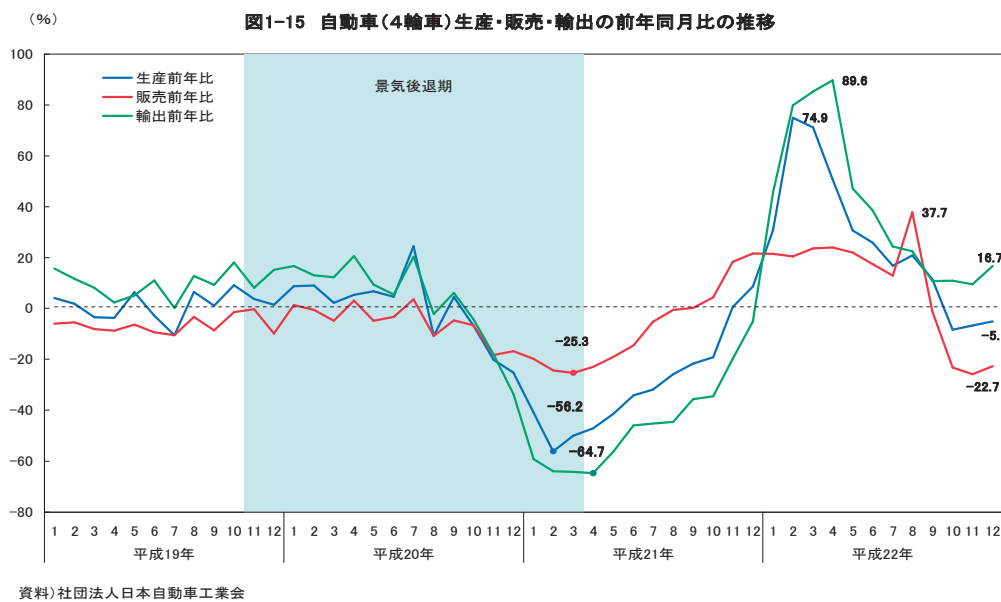
国民経済計算から、形態別に実質家計最終消費支出をみると、半耐久財、非耐久財は横ばいもしくは低下傾向であるのに対し、耐久財は平成20年(2008年)半ばまで上昇傾向にありましたが、リーマンショック後の平成20年(2008年)第4四半期に大きく落ち込み、平成21年(2009年)第1

四半期には 147.0 となっています。その後、政府の景気対策などにより再び上昇に転じ、平成 22 年(2010 年)第 3 四半期には 228.1 となり、半耐久財や非耐久財、サービスなどの動きと大きな開きをみせています。(図 1-14)



この耐久財の大幅な上昇は、政府による景気刺激策として実施された、グリーン家電の購入により様々な商品・サービスと交換可能なポイントが取得できる家電エコポイント制度や、環境性能に対応した新車への買い替えに対する補助制度(エコカー補助金)、また低燃費、電気自動車等の重量税、取得税減税(エコカー減税)といった各制度が家計消費を取り込んだものと考えられます。

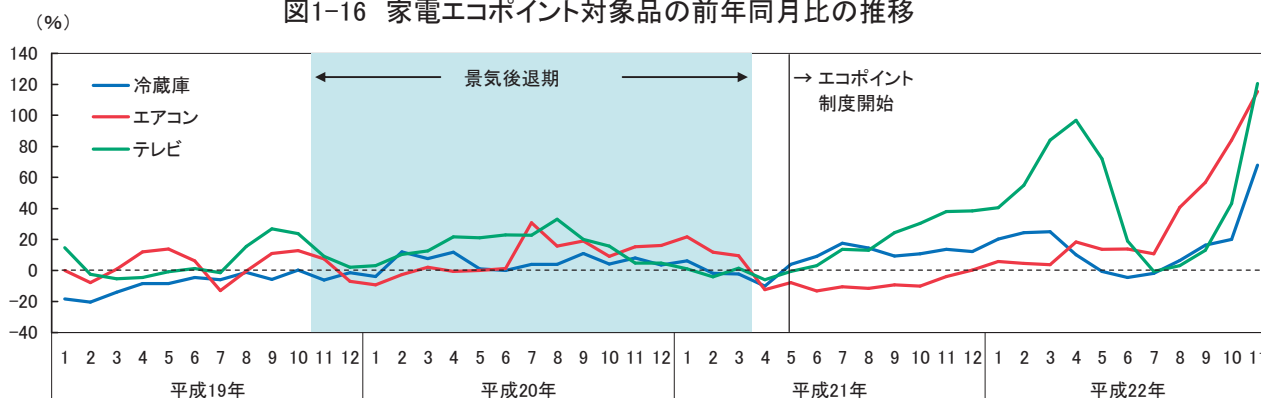
まず、自動車生産・販売・輸出の対前年同月比をみると、国内販売は平成 21 年(2009 年)9 月以降、生産は平成 21 年(2009 年)11 月以降、輸出は平成 22 年(2010 年)1 月以降連続して前年を上回っていましたが、販売にあってはエコカー補助金の終了直前の平成 22 年(2010 年)8 月に対前年比プラス 37.7%となった後、平成 22 年(2010 年)9 月以降にはマイナスに転じるなど、エコカー補助金の終了とともに国内における販売、生産は減少傾向にあります。(図 1-15)



次に、家計消費状況調査から家電エコポイント制度の効果をみると、制度の対象商品に指定されているのは一定の省エネルギー性能を有する「地上デジタル放送対応テレビ」、「エアコン」、「冷蔵庫」となっていますが、平成 23 年(2011 年)7 月には地上デジタル放送完全移行となることもあり「地

上デジタル放送対応テレビ」は制度開始以降消費の拡大がみられています。また、「エアコン」についても、平成22年(2010年)夏の記録的な猛暑といった気候条件も影響し、平成22年(2010年)6月以降連続して前年を上回っています。(図1-16)

図1-16 家電エコポイント対象品の前年同月比の推移



※ 増減値については、3ヶ月後方移動平均により算出

資料)総務省「家計消費状況調査」

(5) 株価と為替の推移

一般的に、株価は実体経済の半年先の先行指標と言われていますが、日本経済新聞社が公表している日経平均株価で推移をみると、リーマンショック後の平成21年(2009年)2月に7,568円(月末値)となりましたが、その後持ち直しの動きがみられ、景気拡張局面に入った平成21年(2009年)7月には月末値で10,357円と10,000円の大台を回復しています。

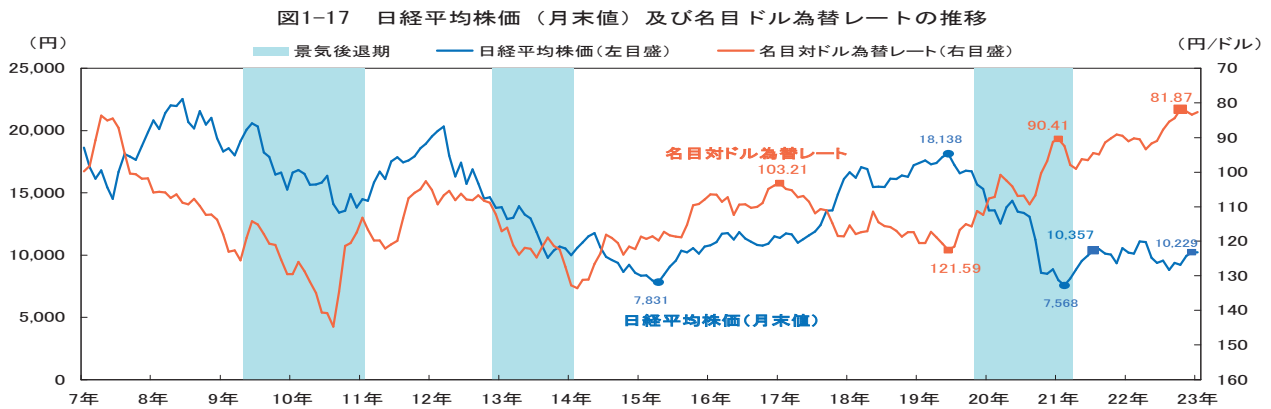
平成22年(2010年)に入ると、4月に表面化したギリシャの財政危機を発端として、世界的に株価が下落し、日本においても平成22年(2010年)5月には月末値で再び10,000円を割り込みました。その後も、後述する円高ドル安による輸出企業の経営環境悪化への懸念などから、株価は10,000円を下回って推移していましたが、11月以降の円相場の落ち着きなどを背景に、年末にかけて持ち直しの動きを見せています。(図1-17)

一方、名目ドル為替レートについては、平成17年(2005年)1月の103円21銭をピークとして、平成19年(2007年)半ばまで円安が進みました。その理由の一つには、低利の日本円を借りて海外へ投資するキャリートレードの影響があったといわれています。キャリートレードの動きが加速すると、資金運用の過程で円が売られ、外貨が買われるため円安の要因となります。

その後、平成19年(2007年)半ばからは、世界的な景気後退の中で円高が進み、これはキャリートレードで調達した資金を返済するため日本円を買う動きが強まったことに加え、金融危機の影響が大きい欧米諸国に比べて、日本の金融システムの方が相対的に健全であるとの見方から、日本円が買われたことによるものとみられています。

平成22年(2010年)に入ると、欧州の財政危機やアメリカの経済指標が予測を下回る動きとなったことから景気減速への懸念が高まり、日本円を買う動きが加速しました。その結果、平成22年(2010年)9月15日には1ドル82円台の水準となり、その対策として政府は6年ぶりとなる為替介入を実施しています。その後も円高は進行し、平成22年(2010年)10月の月中平均で81円87銭ま

で上昇しましたが、同年11月に連邦準備（制度）理事会(FRB)による長期国債の追加買い取りといったアメリカの金融緩和策が決定されたことや、家計向け減税措置の継続が発表されたことを受けてアメリカ経済の景気回復への期待感が高まり、11月を境に下落に転じています。(図1-17)

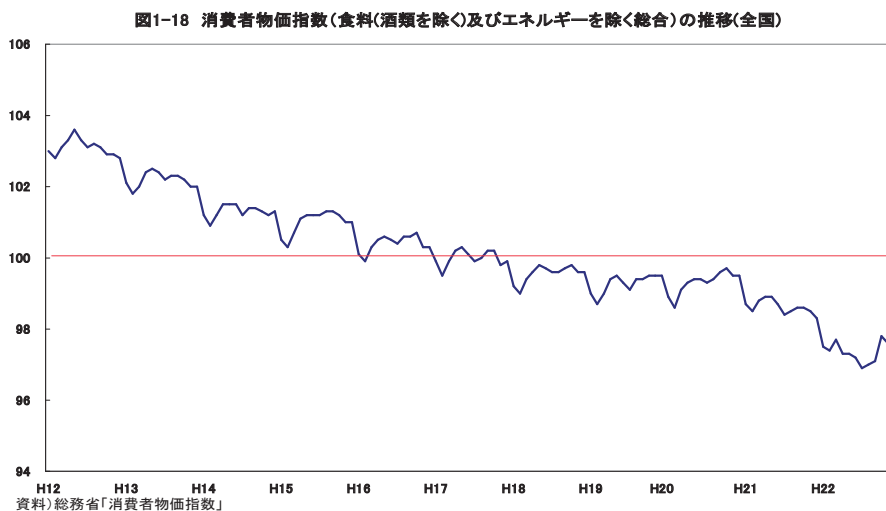


資料) 日経平均株価(月末値) : 日本経済新聞社「日経平均プロフィール」の月末値
 名目ドル為替レート : 日本銀行「金融経済統計」のインターバンク中心相場(月中平均)

(6) デフレの進行

平成21年(2009年)11月に、内閣府は月例経済報告において「緩やかなデフレ状況にある」との基調判断を示し、日本経済がデフレ状態にあるとの認識を示しています。

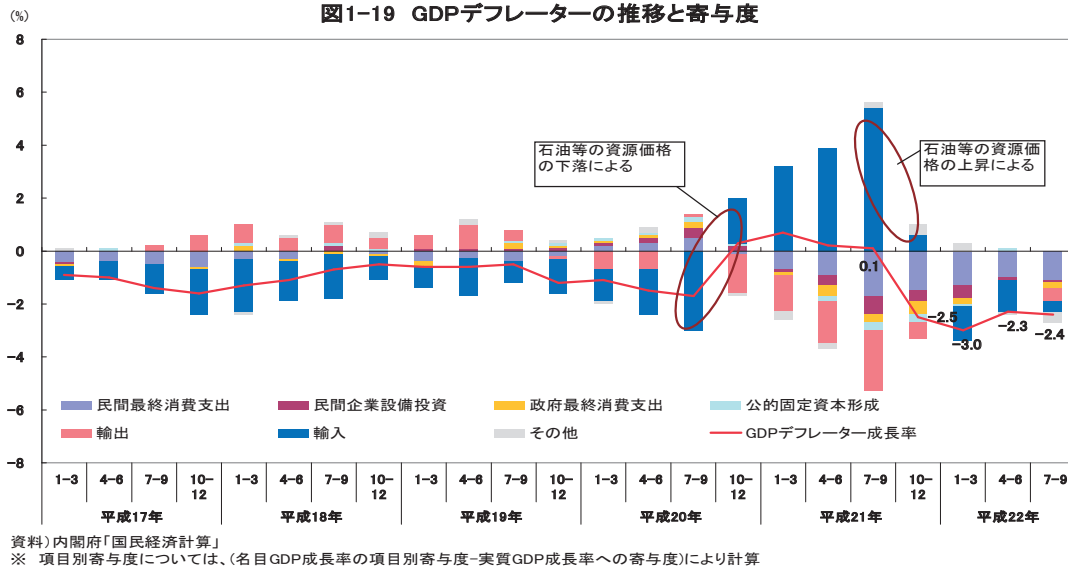
食料(酒類を除く)及びエネルギーを除く消費者物価指数について平成12年(2000年)以降の長期的な推移をみると、全体的に下落傾向が認められます。(図1-18)



企業の設備投資や公共投資なども含めた物価の状況についてGDPデフレーター(※)の推移からみると、近年は平成20年(2008年)第4四半期から平成21年(2009年)第3四半期を除きマイナスで推移しています。項目別寄与度からこの期においてGDPデフレーターがプラスになった要因をみると、石油などの輸入資源価格の影響を受けたことによるものとなっています。

平成22年(2010年)においても、民間最終消費支出、民間企業設備投資が連続してマイナスとなるなど、GDPデフレーターのマイナス成長が続いています。(図1-19)

図1-19 GDPデフレーターの変遷と寄与度



日本のデフレの要因として、大幅な需要不足にあることが指摘されていますが、需要不足が続くと企業の設備投資が抑えられ雇用の調整も行われるなど、さらなる景気悪化の材料となることが懸念されます。

※GDP デフレーター：名目 GDP を実質 GDP で除して求められる価格指数。デフレーターの変動率がマイナスの場合はデフレ傾向、プラスはインフレ傾向を示すなど、経済全体の物価動向を表す。

(7) 景気は足踏み状態から持ち直しの動きへ

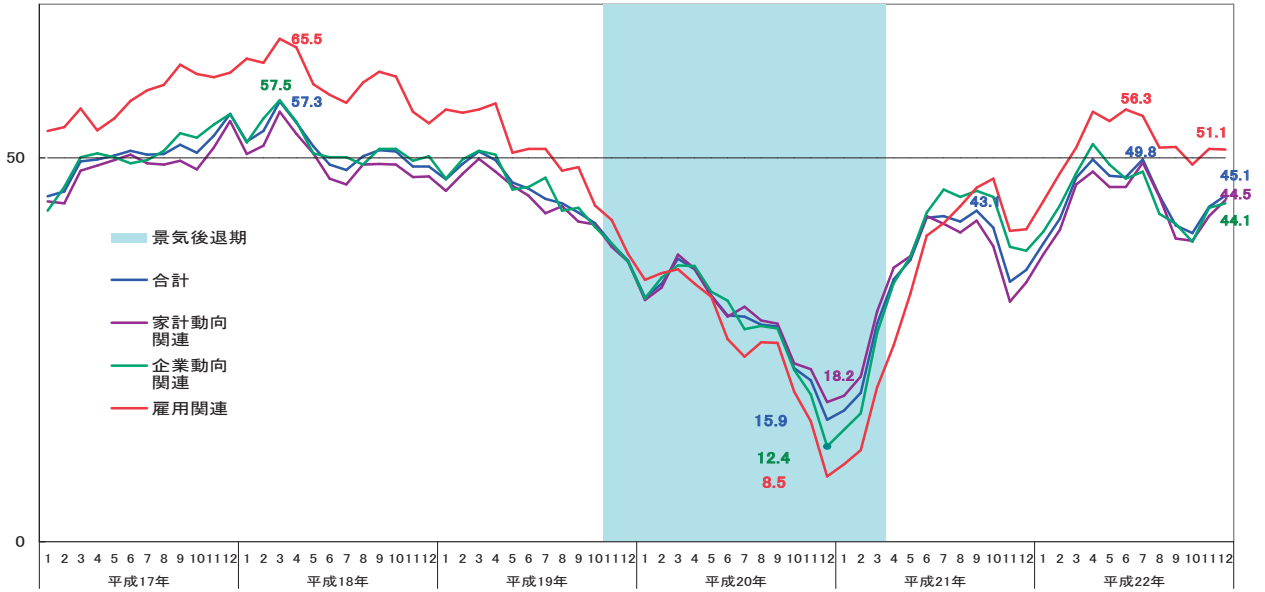
ここまで経済指標の動きから日本経済をみてきましたが、最後に、街角の景況感を示すといわれる景気ウォッチャー調査（内閣府）結果をみてみます。この調査は、景気動向を実感できる職業の人達から協力を得て、3ヶ月前との比較で景況感を評価してもらい、その結果を指数化したもので、景気の方角性をいち早く把握することができます。

景気の現状判断DI(ディフュージョン・インデックス)は、平成20年(2008年)12月を底として、平成21年(2009年)3月から6月にかけて企業の生産活動が活発化する時期とほぼ歩調を合わせて急激に上昇し、平成21年(2009年)9月には43.1まで回復しました。

平成21年(2009年)11月に内閣府が公表した月例経済報告において「緩やかなデフレ状況にある」との基調判断が示され、「景気を下押しするリスクが存在する」とされたことが景況感を押し下げた面もあるとされ、11月になると前月比で7ポイントの低下と急速に悪化し、比較可能な平成13年(2001年)8月以降で最大の下落幅を記録することとなりました。

続く平成22年(2010年)は、政府の経済対策への期待や、製造業を中心とする求人数の増加などを受けて7月に49.8まで上昇したものの、8月は急激な円高に伴う輸出環境の悪化から前月に比べ4.7ポイントの下落となりました。その後は、家電エコポイントの駆け込み需要や製造業の一部において海外からの受注が増えていることなどを反映し、持ち直しの動きがみられます。(図1-20)

図1-20 内閣府景気ウォッチャー調査 景気現状判断DIの推移(全国)



資料)内閣府「景気ウォッチャー調査」

<参考:景気ウォッチャー調査における調査客体の業種・職種の例>

	区分	業種・職種の例
家計動向関連	小売関連	商店街代表者等、一般小売店(個店)の経営者・店員、スーパーの店長・店員、コンビニのエリア担当・店長、専門店の経営者・従業員、家電量販店の経営者・従業員、その他専門店の経営者・従業員等
	飲食関連	レストランスタッフ、スナック経営者等
	サービス関連	ホテル・旅館の経営者・スタッフ、観光名所・遊園地・テーマパーク職員、競輪・競馬・競艇場職員、旅行代理店店員、タクシー運転手等
	住宅関連	設計事務所職員、住宅販売会社従業員
企業動向関連	製造業	食料品製造業、電気機械器具製造業等
	非製造業	広告代理店店員、輸送業関係者、司法書士・経営コンサルタント等
雇用関連		人材派遣会社、新聞社職員(求人広告欄担当)、職業安定所職員等

第2章 最近の本県の経済動向

第1節 総体的な動向

1 平成20年度(2008年度)の本県経済

(1) 県民経済計算からみた平成20年度(2008年度)の本県経済

① 概況

県では、毎年度、企業の生産活動を含む県内及び県民の1年間の経済活動の実態を、総合的に把握した「青森県県民経済計算」を推計しており、平成23年(2011年)1月に平成20年度県民経済計算を公表しました。

これによると、平成20年度(2008年度)の本県経済は、県内総生産は名目で4兆4,751億円、実質で4兆8,192億円となり、経済成長率は名目で3.0%減、実質では2.8%減といずれも2年連続でマイナス成長となりました。(図1-21、図1-22)

県内総生産(生産側、名目)を産業別にみると、農林水産業では、林業や水産業の産出額が減少となり、農業においても米や畜産の産出額は増加しましたが、りんごや野菜の産出額が減少したことや、燃料価格高騰により農業経営費等が増加したことにより、総生産は前年度に比べて1.4%の減少となりました。

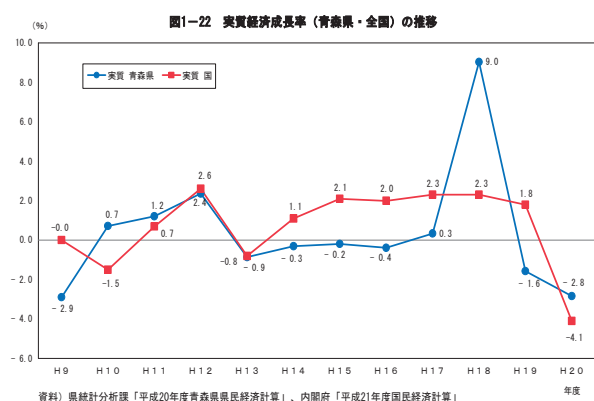
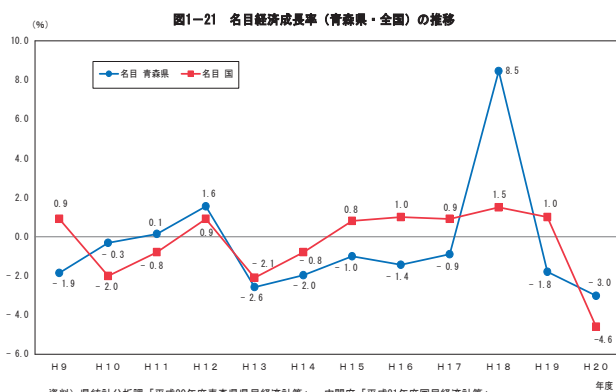
製造業は、電気機械、一次金属、一般機械などの産出額が減少したことなどにより、8.1%の減少となりました。

建設業は、民間、公共ともに工事費が減少、なかでも土木工事が民間、公共ともに大きく減少したことにより、12.9%の減少となりました。

電気・ガス・水道業は、電気業において景気の冷え込みにより発電量が減少したことに加え、年度前半での燃料価格の高騰により中間投入費が増加したことから、12.5%の減少となりました。

卸売・小売業は、卸売業・小売業ともに販売額は減少しましたが、売上に対する利益率が向上したことから、3.5%の増加となりました。

金融・保険業は、金融業、保険業ともに減少しましたが、特に生命保険が大きく減少したことにより、18.1%の減少となりました。(表1-1)



※ 名目値は、その時点の価格で評価した値であり、これを基準年次の価格で評価し直し、価格変動による増減を除去したものが実質値となる。

表1-1 経済活動別別県内総生産(名目)

項目	年度		実額		増加率		構成比		増加率	
	19年度	20年度	19年度	20年度	19年度	20年度	19年度	20年度	19年度	20年度
1. 産業	3,919,879	3,759,494	- 2.3	- 4.1	81.7	81.0	- 3.5			
1) 農業	163,825	161,538	- 0.8	- 1.4	3.4	3.5	- 0.0			
2) 林業	7,529	7,460	5.1	- 0.9	0.2	0.2	- 0.0			
3) 水産業	31,860	28,378	0.6	- 10.9	0.7	0.6	- 0.1			
4) 鉱業	14,257	12,150	2.0	- 14.8	0.3	0.3	- 0.0			
5) 製造業	706,412	648,917	- 10.4	- 8.1	14.7	14.0	- 1.2			
6) 建設業	351,565	306,328	8.7	- 12.9	7.3	6.6	- 1.0			
7) 電気・ガス・水道業	122,768	107,474	- 10.2	- 12.5	2.6	2.3	- 0.3			
8) 卸売・小売業	524,347	542,816	- 6.3	3.5	10.9	11.7	0.4			
9) 金融・保険業	206,076	168,689	- 1.9	- 18.1	4.3	3.6	- 0.8			
10) 不動産業	545,939	549,398	1.5	0.6	11.4	11.8	0.1			
11) 運輸・通信業	287,198	284,191	- 2.1	- 1.0	6.0	6.1	- 0.1			
12) サービス業	958,103	942,155	1.4	- 1.7	20.0	20.3	- 0.3			
2. 政府サービス生産者	763,503	763,015	1.3	- 0.1	15.9	16.4	- 0.0			
1) 電気・ガス・水道業	71,952	71,983	2.3	0.0	1.5	1.6	0.0			
2) サービス業	155,448	150,960	- 0.9	- 2.9	3.2	3.3	- 0.1			
3) 公務	536,103	540,072	1.8	0.7	11.2	11.6	0.1			
3. 対家計民間非営利サービス生産者	115,017	118,529	- 2.5	3.1	2.4	2.6	0.1			
小計	4,798,399	4,641,038	- 1.7	- 3.3	100.0	100.0	- 3.4			
輸入品に課される税・関税	17,953	13,965	- 1.3	- 22.2			- 0.1			
(控除) 総資本形成に係る消費税	27,677	23,836	27.8	- 13.9			- 0.1			
(控除) 帰属利子	174,362	156,030	- 3.8	- 10.5			- 0.4			
合計	4,614,313	4,475,137	- 1.8	- 3.0			- 3.0			
(再掲) 第一次産業	203,214	197,376	- 0.4	- 2.9	4.2	4.3	- 0.1			
第二次産業	1,072,234	967,395	- 4.7	- 9.8	22.3	20.8	- 2.3			
第三次産業	3,522,951	3,476,267	- 0.9	- 1.3	73.4	74.9	- 1.0			

(注) この表のうち、構成比については、小計を100として算出している。

資料)県統計分析課「平成20年度青森県県民経済計算」

表1-2 経済活動別別県内総生産(実質:連鎖方式)ー平成12暦年連鎖価格ー

項目	年度		実額		増加率		増加率		デフレター	
	19年度	20年度	19年度	20年度	19年度	20年度	19年度	20年度	19年度	20年度
1. 産業	4,232,750	4,072,603	- 2.0	- 3.8	- 3.2				92.6	92.3
1) 農業	180,656	189,788	6.5	5.1	0.2				90.7	85.1
2) 林業	10,689	11,177	7.1	4.6	0.0				70.4	66.7
3) 水産業	39,779	37,135	- 0.8	- 6.6	- 0.1				80.1	76.4
4) 鉱業	16,011	12,842	- 4.9	- 19.8	- 0.1				89.0	94.6
5) 製造業	894,256	803,243	- 9.0	- 10.2	- 1.8				79.0	80.8
6) 建設業	351,696	302,371	6.2	- 14.0	- 1.0				100.0	101.3
7) 電気・ガス・水道業	156,919	140,007	- 9.3	- 10.8	- 0.3				78.2	76.8
8) 卸売・小売業	535,024	543,559	- 7.1	1.6	0.2				98.0	99.9
9) 金融・保険業	201,012	161,547	- 1.3	- 19.6	- 0.8				102.5	104.4
10) 不動産業	553,510	558,138	1.7	0.8	0.1				98.6	98.4
11) 運輸・通信業	319,427	338,945	- 1.8	6.1	0.4				89.9	83.8
12) サービス業	1,028,280	1,020,146	1.5	- 0.8	- 0.2				93.2	92.4
2. 政府サービス生産者	795,994	787,737	0.6	- 1.0	- 0.2				95.9	96.9
1) 電気・ガス・水道業	71,679	69,294	0.4	- 3.3	- 0.0				100.4	103.9
2) サービス業	163,685	158,567	- 1.0	- 3.1	- 0.1				95.0	95.2
3) 公務	560,697	560,002	1.1	- 0.1	- 0.0				95.6	96.4
3. 対家計民間非営利サービス生産者	122,815	127,651	- 2.4	3.9	0.1				93.7	92.9
小計	5,150,560	4,987,727	- 1.6	- 3.2	- 3.3				93.2	93.0
輸入品に課される税・関税	12,668	9,670	- 8.1	- 23.7	- 0.1				141.7	144.4
(控除) 総資本形成に係る消費税	29,838	25,652	19.6	- 14.0	- 0.1				92.8	92.9
(控除) 帰属利子	174,340	153,032	- 4.6	- 12.2	- 0.4				100.0	102.0
県内総生産	4,959,745	4,819,202	- 1.6	- 2.8	- 2.8				93.0	92.9
開差	-304	224								
(再掲) 第一次産業	233,602	241,083	5.4	3.2	0.2				87.0	81.9
第二次産業	1,220,900	1,079,680	- 4.6	- 11.6	- 2.8				87.8	89.6
第三次産業	3,707,392	3,671,419	- 1.0	- 1.0	- 0.7				95.0	94.7

(注) 連鎖方式では加法整合性がないため、総数と内訳の合計は一致しない。

資料)県統計分析課「平成20年度青森県県民経済計算」

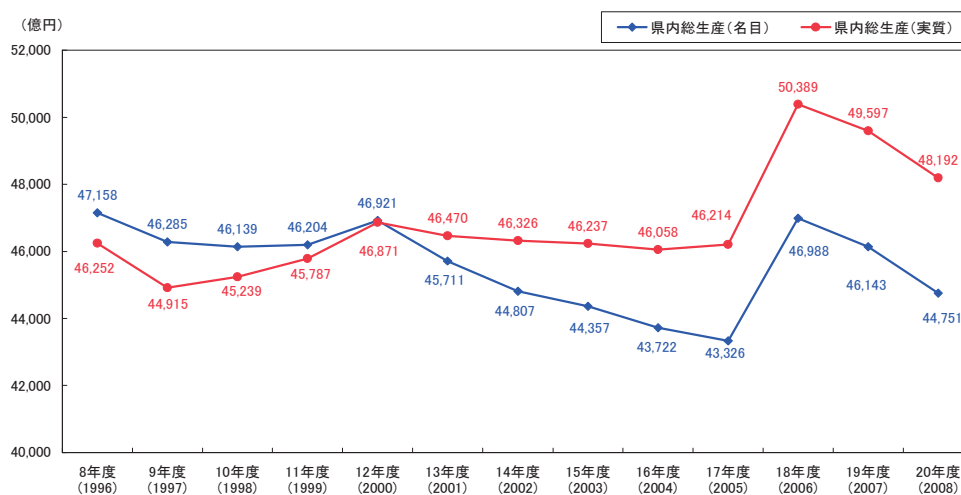
② 県内総生産（名目、実質）の実額の推移

県内総生産の名目値と実質値の実額の推移をみると、平成12年度(2000年度)までは名目値が実質値を上回っていましたが、平成13年度(2001年度)から名目値と実質値が逆転し、特に、平成12年度～17年度(2000年度～2005年度)にかけては、実質値が横ばい傾向で推移しているのに対し、名目値が低下傾向にあり、年々、その差が広がっています。

実質値は名目値から物価変動の影響を除いたものになりますが、実質値が名目値を上回るのは、物価の伸びがマイナスになっているためであり、名実逆転の状態が続くのは、物価が継続して下落している状況、いわゆるデフレ状況を反映しているためと考えられます。(図1-23)

過去の内閣府の月例経済報告において、デフレの認識が示されたのは平成13年(2001年)3月からであり、平成18年(2006年)8月まで記述が継続された後、平成21年(2009年)11月に改めてデフレ状況の認識が示されました。本県の県内総生産においても同様の動きがみられ、本県経済にもデフレの影響があるものと考えられるところです。

図1-23 県内総生産の実額の推移(青森県)

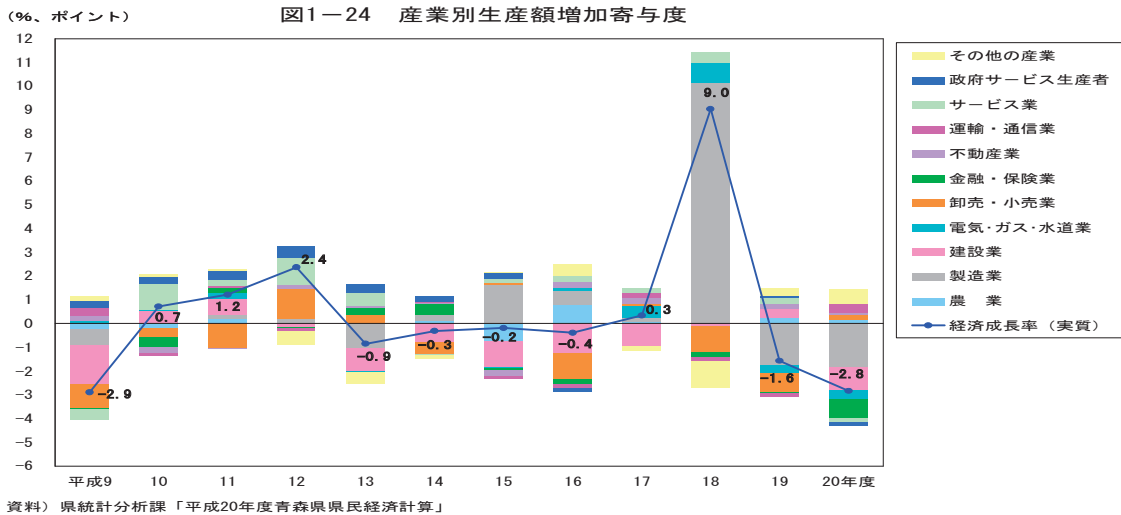


資料) 県統計分析課「平成20年度青森県県民経済計算」

③ 産業別生産額増加寄与度

経済成長率(実質)を産業別増加寄与度でみると、平成20年度(2008年度)の実質経済成長率マイナス2.8%に対して、プラスに寄与した産業は運輸・通信業の0.4ポイントが最も大きく、次いで農業及び卸売・小売業が0.2ポイントとなっています。一方、マイナスに寄与した産業として、製造業がマイナス1.8ポイント、建設業がマイナス1.0ポイント、金融・保険業がマイナス0.8ポイントとなっています。

製造業がマイナスに大きく寄与したのは、一次金属、一般機械などの生産額がそれぞれ前年度比で18.3%、16.8%のマイナスとなったことによるものです。(表1-2、図1-24)



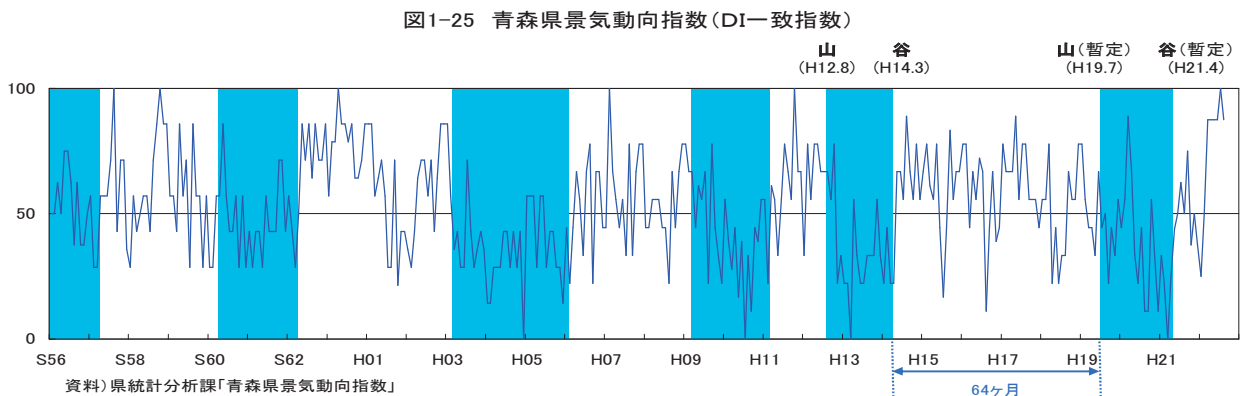
(2) 景気回復期への移行

内閣府は、平成21年(2009年)1月に第14景気循環の景気の山を平成19年(2007年)10月と暫定設定し、これ以降を景気後退期と判定しました。その後、平成22年(2010年)6月7日に開催された景気動向指数研究会において、第14景気循環の景気の谷を平成21年(2009年)3月と暫定設定しています。

景気基準日付の設定方法等詳細については、本書【統計資料編】147ページにおいて後述しますが、国の第14景気循環に相当する本県の景気動向について、本県の景気循環の局面の判断材料とし、また、本県経済の動向を分析するにあたってのいわば座標軸とするため、国と同様の手法で分析したところ、本県の景気基準日付、いわゆる景気の山は平成19年(2007年)7月、景気の谷については平成21年(2009年)4月と暫定的に設定されました。(図1-25)

平成21年(2009年)4月は、平成20年(2008年)9月のリーマンショック後に陥った深刻な経済危機に対して、政府が個人消費を中心とした内需刺激策として、エコカー補助金や家電エコポイント制度を柱とする経済対策が実施され、雇用面及び消費面では厳しい状況が続いていた時期でしたが、生産面を中心に持ち直しの動きが出始めた時期にあたります。

なお、景気基準日付の確定については景気動向指数の採用系列指標の見直しも含めて検討することとしています。



2 平成 21 年～22 年(2009 年～2010 年)の本県経済

(1) 概況

平成 20 年(2008 年)9 月のリーマンショックによる世界的な金融危機により、我が国では輸出や生産が大きく減少し、それに伴う雇用環境の悪化や内需の減少といった要因も加わって日本経済の悪化は急速に進みました。

その後、平成 21 年(2009 年)半ばから、アジア向け輸出の回復により製造業の在庫調整が進み、生産活動が持ち直すとともに、政府の経済対策により個人消費の一部に動きがみられるようになりました。しかしながら、内閣府が平成 21 年(2009 年)11 月の月例経済報告でデフレ状況の認識を示し、その後もデフレが継続していることや、平成 22 年(2010 年)半ばから顕著となった円高により日本経済を牽引する輸出産業の業績悪化が懸念されるなど、平成 22 年(2010 年)末には、日本経済の回復は足踏み状態にあるとの見方が内閣府が公表する「月例経済報告」において示されています。

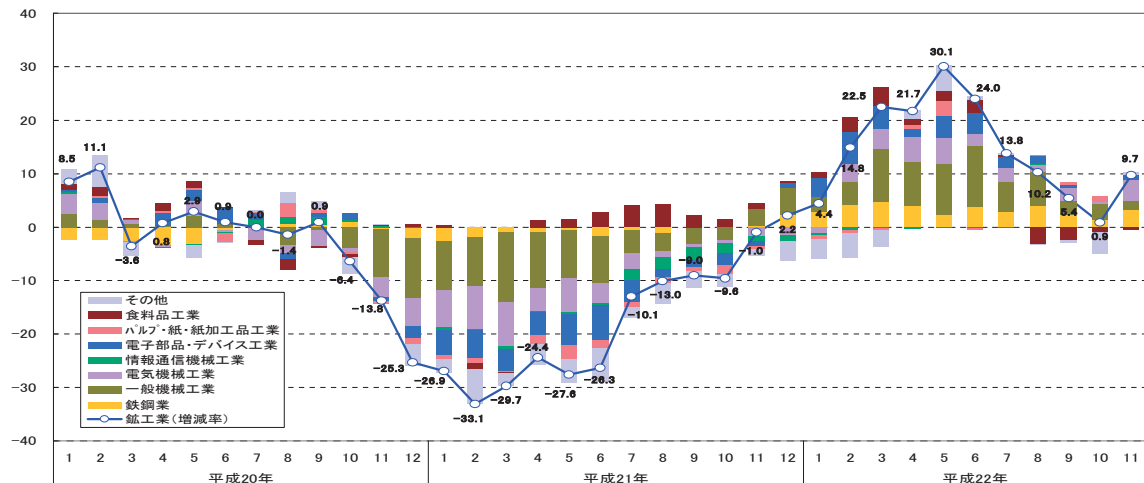
本県経済も、平成 21 年(2009 年)の前半までは全体として悪化・後退傾向にありましたが、その後、新興国向け需要の回復から生産活動が回復し、消費面においても政府の景気刺激策により平成 22 年(2010 年)前半は一部耐久財を中心に堅調に推移しました。また、雇用情勢をみると有効求人倍率は依然として全国の水準との開きはあるものの、リーマンショック前の水準まで回復しています。

個別の経済指標については、第 2 節の「主なる経済分野の動向」において詳述しますので、ここでは平成 21 年～22 年(2009 年～2010 年)の本県経済の概要について述べます。

製造業の生産動向は、鉱工業生産指数(原指数)の前年同月比が平成 20 年(2008 年)9 月まではプラス傾向で推移していましたが、10 月にマイナスに転じた後大きく前年を下回って推移しました。その後、在庫調整が進んだことや新興国需要の高まりから生産活動は回復し、平成 21 年(2009 年)12 月にプラス 2.2 と 15 ヶ月ぶりにプラスに転じています。増減率に対する寄与度を業種別にみると、増加に転じた平成 21 年(2009 年)12 月以降、鉄鋼業、一般機械工業は連続してプラスに寄与し、電気機械工業も平成 22 年(2010 年)2 月以降プラスに寄与するなど、これらの業種における生産活動の回復がうかがえます(図 1-26)(本書 28 ページ「製造業の動向」参照)

(前年同月比、%)

図 1-26 鉱工業生産指数(業種別寄与度)の推移(前年同月比)(青森県)

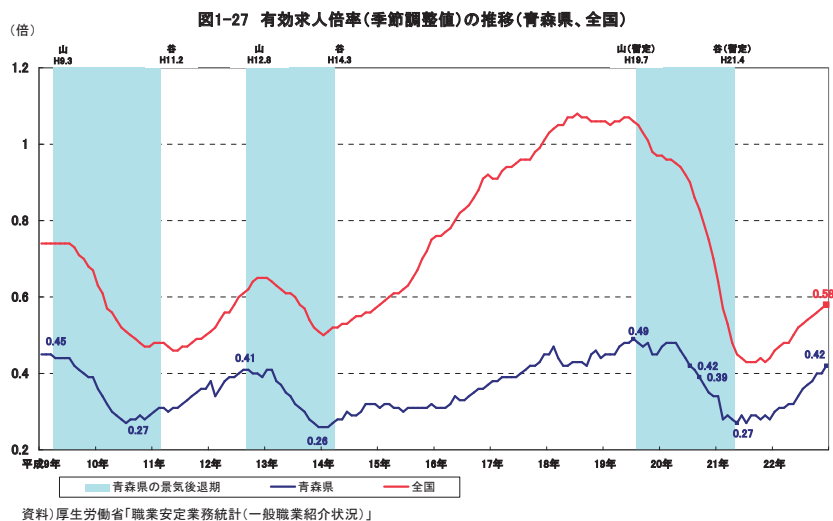


資料)県統計分析課「青森県鉱工業生産指数」

※ 寄与度の原指数の前年同月比

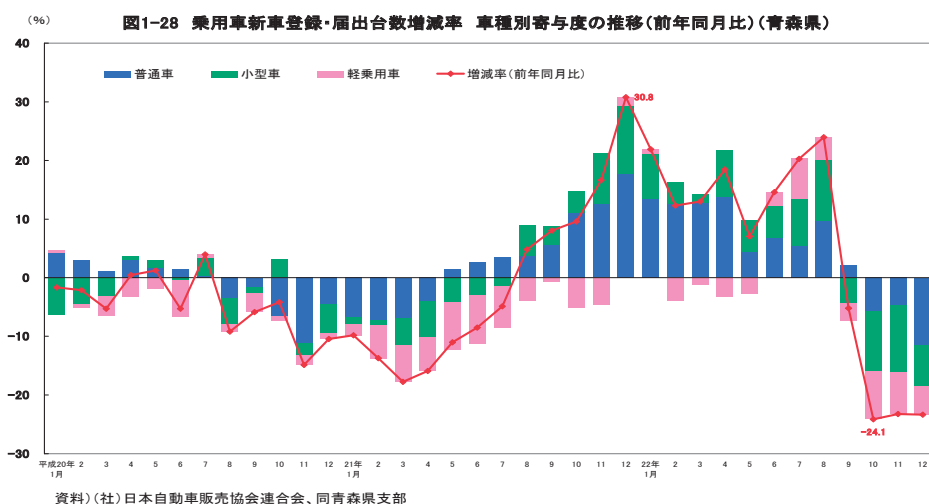
雇用情勢は、有効求人倍率(季節調整値)が平成14年(2002年)から平成19年(2007年)にかけて上昇傾向で推移しましたが、平成19年(2007年)半ばから下降に転じ、平成20年(2008年)9月には0.39倍と3年3ヶ月ぶりに0.4倍を割り込みました。

その後も有効求人倍率は下落を続け、平成21年(2009年)5月に0.27倍と平成14年(2002年)の景気後退局面の0.26倍とほぼ同水準になりました。その後、製造業などにおける新規求人数の増加から有効求人倍率は徐々に上昇し、製造業の回復が消費関連やサービス業へと波及したことにより、平成22年(2010年)12月の有効求人倍率は0.42倍とリーマンショック前の平成20年(2008年)7月の水準まで回復しています。(図1-27) (本書41ページ「求人・求職の動向」参照)



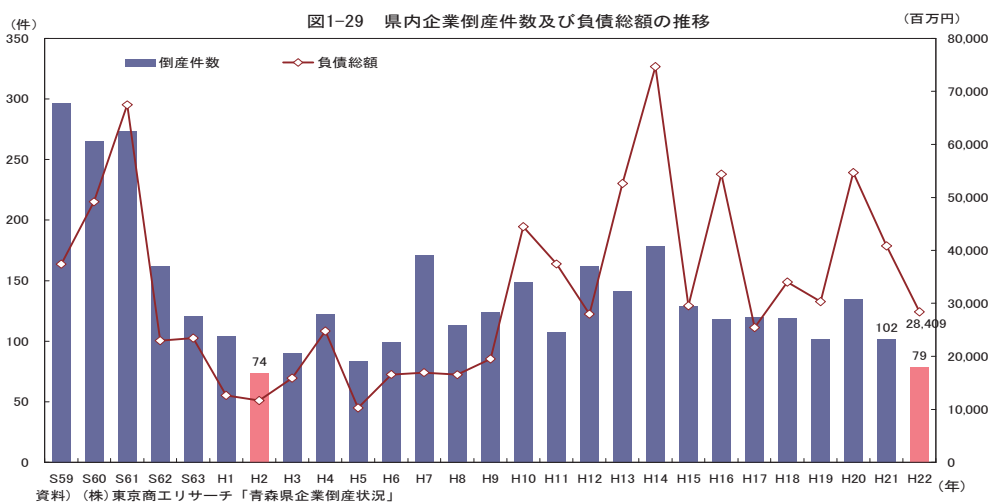
消費の動向については、大型小売店販売額(全店舗ベース)が平成22年(2010年)4月に17ヶ月ぶりに前年同月比プラスになり、その後も夏場の猛暑から飲料、衣料品が好調に推移したことや、家電エコポイント制度により薄型テレビが好調だったことなどにより平成22年(2010年)8月以降連続して前年を上回る販売額となっています。(本書57ページ「大型小売店販売額の動向」参照)

乗用車新車登録・届出台数は、政府によるエコカー補助金等の景気対策が影響して、平成21年(2009年)8月から前年同月比プラスで推移していましたが、補助金が終了した平成22年(2010年)9月に小型車と軽乗用車が前年を下回り、10月以降は全車種とも前年を下回って推移しています。(図1-28) (本書60ページ「乗用車新車登録・届出台数」参照)



住宅建設について、平成22年(2010年)の新設住宅着工戸数は4,708戸となり、2年連続で前年を下回りました。利用関係別でみると、貸家は2年連続して前年を下回って推移していますが、持家は住宅版エコポイント制度などの実施により4年ぶりに前年の水準を上回るなど、一部に持ち直しの兆しがうかがえます。(本書74ページ「住宅着工の動向」参照)

企業倒産の状況について、平成22年(2010年)の企業倒産件数をみると、政府の「景気対応緊急保証制度」などの効果により、前年を23件下回る79件と平成2年(1990年)の74件に次ぐ低い水準となりました。近年の動向をみると、平成20年(2008年)はリーマンショックを契機とする世界的な経済危機による景気の低迷や原油価格の高騰などにより倒産件数や負債総額が増加しましたが、中小企業の金融対策として実施された「緊急保証制度」や前述の「景気対応緊急保証制度」などの政策効果により、平成21年(2009年)、平成22年(2010年)と2年連続して倒産件数、負債総額とも減少となりました。(図1-29)(本書77ページ「企業倒産状況」参照)



金融の状況について企業金融判断DI(デフュージョン・インデックス)(資金繰り判断)をみると、リーマンショック発生後は本県、全国ともほぼ同様の動きをしており、急激に落ち込んだ後、平成21年(2009年)6月期以降上昇し、改善傾向が認められます。また、企業金融判断DI(貸出態度判断)では、全国では平成21年(2009年)6月期以降上昇傾向となっていますが、本県の動きをみると上昇した後再び下落に転じるなど再び全国との乖離が出始めています。(本書80ページ「金融情勢」参照)

(2) 本県の景気動向

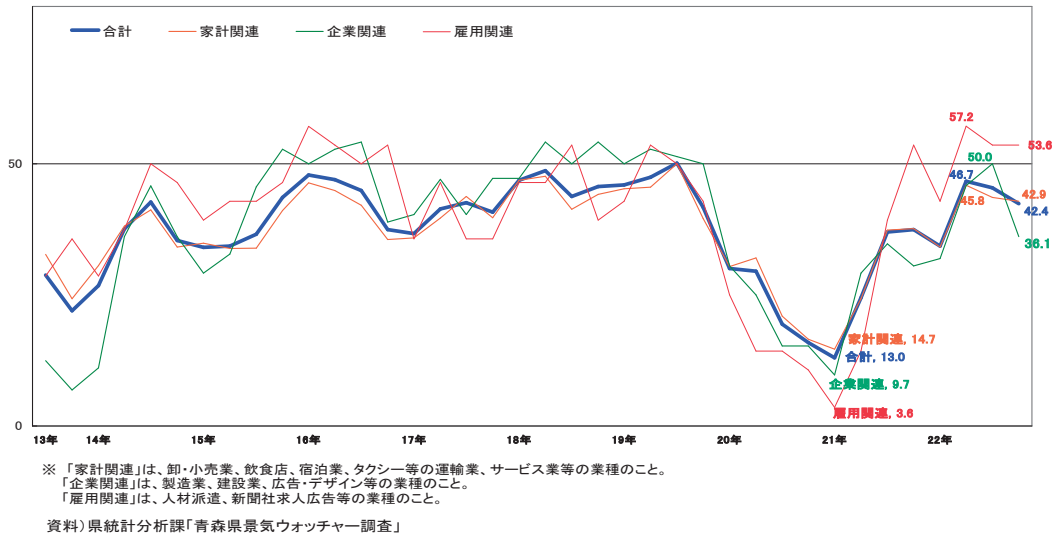
本県の景気動向について、まず、景気動向指数(一致指数)をみると、指数を構成する指標の全てが5か月前に比べ減少したことを示す「0%」が平成21年(2009年)3月に生じるなど、景気後退の状態を強く表していましたが、その時期を底に上昇に転じ、持ち直しの動きをみせています。(本書17ページ「青森県景気動向指数(DI一致指数)」グラフ参照。)

また、本県が四半期に1回実施している青森県景気ウォッチャー調査では、景気の現状判断DIは、平成21年(2009年)1月に過去最低の13.0となった後に上昇に転じ、平成22年(2010年)4月には46.7まで上昇しましたが、7月、10月と2期連続で下落しています。

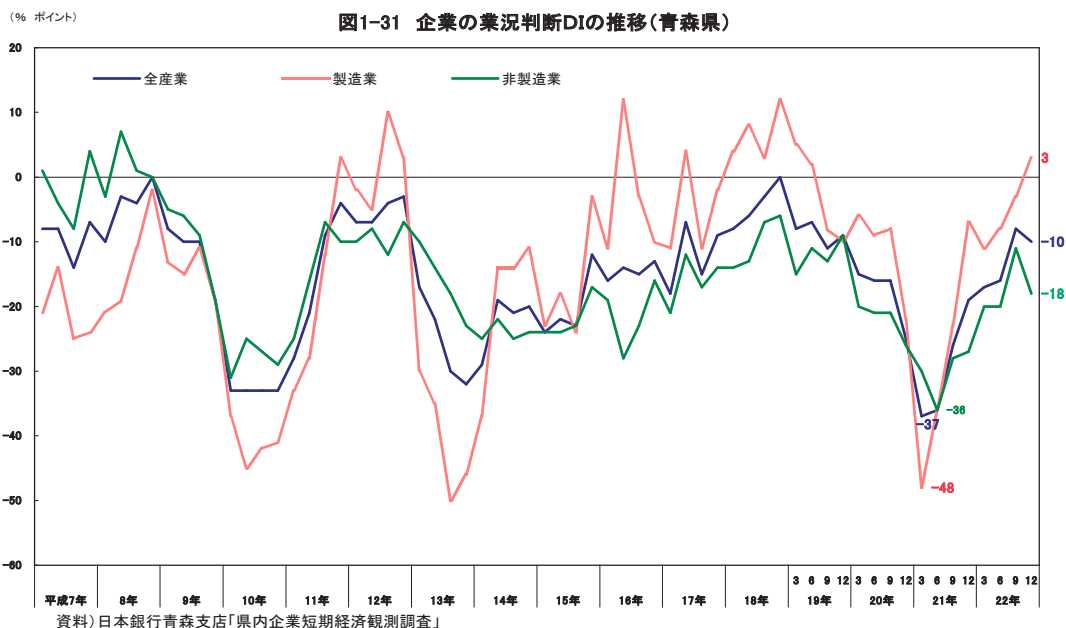
分野別では、人材派遣等の雇用関連の指標の動向が激しく、平成21年(2009年)1月に3.6となった後急上昇し、平成22年(2010年)1月に一度落ち込んだものの4月には57.2となりました。

平成22年(2010年)10月は合計、分野別とも前期と比べ下落もしくは横ばいの状況となり、その要因として、エコカー補助金の終了や夏場の猛暑による農産物への影響などがあげられています。(図1-30、本書152ページ「青森県景気ウォッチャー調査」参照)

図1-30 青森県景気ウォッチャー調査 景気現状判断DIの推移(青森県)



一方、企業の景況感について、日本銀行青森支店の県内企業短期経済観測調査結果でみると、業況判断DIは、平成21年(2009年)3月期に全産業ベースでマイナス37となり、特に製造業ではマイナス48と大きく落ち込み、業況が悪いと認識している企業が多い状況にありました。その後、全産業、製造業、非製造業とも上昇傾向となりましたが、平成22年(2010年)12月期は、政策効果の減少などの要因から、全産業では前期と比べて2ポイント減のマイナス10、非製造業では7ポイント減のマイナス18となっています。一方、製造業は鉄鋼、電気機械などほとんどの業種で改善したことを受け、14期ぶりにプラスに転じています。(図1-31)



3 各機関の景況判断

<平成19年(2007年)>

機関名 公表月	全国		県内			
	内閣府 「月例経済報告」	日本銀行 「金融経済月報」	日本銀行青森支店 「県内金融経済概況」	青森財務事務所 「県内経済情勢報告」 (四半期毎)	青森銀行 「最近の景気動向」	青森県 「青森県経済統計報告」
H19.1	消費に弱さがみられるものの、回復している。	緩やかに拡大している。	生産活動を中心に持ち直しの動きがみられている。この間、企業マインドも改善している。	厳しい状況にあるものの、持ち直しに向けた動きが続いている	個人消費の足踏み状態が続いているものの、生産活動を中心に持ち直しの動きがみられる。	雇用面や消費面の一部に改善の動きがみられるものの、生産面で足踏み状態が続いている。
H19.2	▽	▽	生産活動を中心に持ち直しの動きがみられている。	—	▽	消費面の一部に弱さが残るものの、生産面を中心に改善の動きがみられる。
H19.3	▽	▽	▽	—	生産活動を中心に持ち直しの動きがみられる。	消費面の一部に弱さが残るものの、生産面を中心に改善傾向が続いている。
H19.4	生産の一部に弱さがみられるものの、回復している。	▽	生産活動を中心に持ち直しの動きがみられている。この間、企業マインドは、やや慎重化している。	厳しい状況にあるものの、持ち直しに向けた動きが続いている	個人消費で足踏み状態が続いているものの、生産面では持ち直しの動きがみられる。	生産面を中心に改善の動きがみられる。
H19.5	▽	▽	生産活動を中心に持ち直しの動きがみられている。	—	個人消費にやや弱めの動きがみられるものの、生産面では引き続き持ち直しの動きが続いている。	生産面を中心に、堅調に推移している。
H19.6	▽	▽	▽	—	個人消費で弱めの動きがみられるものの、生産面では持ち直しの動きが続いている。	生産面を中心に、引き続き堅調に推移しているものの、消費面の一部に弱さがみられる。
H19.7	▽	▽	生産活動を中心に持ち直しの動きがみられている。この間、企業の景況感は、ほぼ横ばいとなっている。	厳しい状況にあるものの、持ち直しに向けた動きが続いている	個人消費が弱含んでいるものの、生産面では持ち直しの動きが続いている。	消費面に弱さがみられるものの、生産面を中心に堅調に推移している。
H19.8	▽	▽	生産活動を中心に持ち直しの動きがみられている。	—	個人消費が弱含みで推移しているものの、生産面では持ち直しの動きが続いている。	消費面の弱さが残るものの、生産面を中心に堅調に推移している。
H19.9	このところ一部に弱さがみられるものの、回復している。	▽	▽	—	▽	消費面の弱さが続いているものの、生産面を中心に、引き続き堅調に推移している。
H19.10	▽	▽	生産活動を中心に持ち直しの動きがみられている。この間、企業マインドは、減益見通しを受けて慎重化している。	—	個人消費の足踏み状態が続いているものの、生産面では持ち直しの動きがみられる。	消費面の一部に弱さが残るものの、生産面を中心に、引き続き堅調に推移している。
H19.11	▽	▽	生産活動を中心に持ち直しの動きがみられている。	厳しさが残るものの、緩やかな持ち直しの動きとなっている	生産面では持ち直しの動きがみられるものの、個人消費の足踏み状態が続いている。	消費面の弱さが続いているものの、生産面を中心に堅調に推移している。
H19.12	一部に弱さがみられるものの、回復している。	住宅投資の落ち込みなどから減速しているとみられるが、基調としては緩やかに拡大している。	ここにきてやや足踏み感が窺われ始めている。	—	やや足踏み感がうかがわれる。	生産面を中心に堅調に推移しているものの、消費面に弱さが残っている。

※「▽」は前回と同じ

<平成 20 年 (2008 年) >

機関名 公表月	全国		県内			
	内閣府	日本銀行	日本銀行青森支店	青森財務事務所	青森銀行	青森県
	「月例経済報告」	「金融経済月報」	「県内金融経済概況」	「県内経済情勢報告」 (四半期毎)	「最近の景気動向」	「青森県経済統計報告」
H20. 1	一部に弱さがみられるものの、回復している。	住宅投資の落ち込みなどから減速しているとみられるが、基調としては緩やかに拡大している。	足踏み感が窺われている。この間、企業マインドは、ほぼ横這いとなっている。	一部に足踏み感がみられるものの、緩やかな持ち直しの動きとなっている。	個人消費の盛り上がりや足を欠く動きに加え、足元の生産動向にもやや足踏み感がうかがわれる。	全体としては足踏み感が窺われてきている。
H20. 2	このところ回復が緩やかになっている。	▽	足踏み感が窺われている。	—	個人消費、生産活動にやや足踏み感がうかがわれる。	全体としては足踏み感が窺われる。
H20. 3	回復は、このところ足踏み状態にある。	住宅投資の落ち込みやエネルギー・原材料価格高の影響などから減速しているが、基調としては緩やかに拡大している。	▽	—	全体に足踏み感がうかがわれる。	消費面の弱さが続くものの、生産面で好調な動きがみられる。
H20. 4	▽	エネルギー・原材料価格高の影響などから、減速している。	このところ足踏み感が強まっている。この間、企業マインドは、収益悪化や先行き不透明感を受けて慎重度を増している。	緩やかな持ち直しの動きに足踏み感がみられる	全体に足踏み感が強まっている。	消費面の弱さが続いているが、生産面は好調に推移している。
H20. 5	▽	▽	足踏み感が強い状態が続いている。	—	▽	生産面は堅調なもの、消費面の弱さが続いている。
H20. 6	回復は足踏み状態にあるが、このところ一部に弱い動きがみられる。	▽	▽	—	▽	消費面はプラスになったものの、生産面にやや足踏み感がみられる。
H20. 7	▽	エネルギー・原材料価格高の影響などから、さらに減速している。	足踏み感が強い状態が続いている。この間、企業の景況感は慎重な姿勢が続いているが、先行きについては不透明感を更に強めている。	全体としては足踏み状態となっている	足踏み状態が続いており、先行きの不透明感が強まっている。	消費面の一部に動きがあるものの、生産面にやや足踏み感が窺われる。
H20. 8	このところ弱含んでいる。	エネルギー・原材料価格高や輸出の増勢鈍化などを背景に、停滞している。	弱めの動きとなっている。	—	全体に弱めの動きとなっている。	生産面の一部に動きがあるものの、消費面に足踏み感が窺われる。
H20. 9	▽	▽	▽	—	全体に弱めの動きが続いている。	▽
H20. 10	弱まっている。	エネルギー・原材料価格高や輸出の増勢鈍化が続いていることなどから、停滞している。	さらに弱めの動きとなっている。この間、企業の景況感は引き続き慎重な姿勢にあり、先行きについては不透明感がより強まっている。	このところ弱含んでいる	全体に弱めの動きが広がっている。	全体としては足踏み感が窺われてきている。
H20. 11	弱まっている。さらに、世界経済が一段と減速するなかで、下押し圧力が急速に高まっている。	既往のエネルギー・原材料価格高の影響や輸出の減少などから、停滞色が強まっている。	弱さを増している。	—	全体に弱さが増している。	全体として足踏み感が窺われる。
H20. 12	悪化している。	悪化している。	厳しい状況にある。この間、企業の景況感も悪化している。	—	全体に厳しい状況となっている。	全体として弱めの動きになっている。

※「▽」は前回と同じ

<平成21年(2009年)>

機関名 公表月	全国		県内			
	内閣府 「月例経済報告」	日本銀行 「金融経済月報」	日本銀行青森支店 「県内金融経済概況」	青森財務事務所 「県内経済情勢報告」 (四半期毎)	青森銀行 「最近の景気動向」	青森県 「青森県経済統計報告」
H21.1	急速に悪化している。	大幅に悪化している。	—	厳しさが増しており、悪化している	悪化している。	全体として厳しい状況にある。
H21.2	急速な悪化が続いており、厳しい状況にある。	▽	厳しい状況にある。	—	悪化の度合いが強まっている。	厳しさを増している。
H21.3	▽	▽	厳しい状況が続いている。	—	生産活動が大幅に低下しており、悪化の度合いが強まっている。	一層厳しさを増している。
H21.4	▽	▽	一段と厳しい状況にある。この間、企業の景況感も大幅に悪化している。	悪化が続いている	個人消費、生産活動が低下しており、厳しさが一段と増している。	▽
H21.5	厳しい状況にあるものの、このところ悪化のテンポが緩やかになっている。	悪化を続けているが、輸出や生産は下げ止まりつつある。	一段と厳しい状況にある。	—	個人消費、生産活動とも厳しい状態が続いている。	▽
H21.6	厳しい状況にあるものの、一部に持ち直しの動きがみられる。	大幅に悪化したあと、下げ止まりつつある。	▽	—	▽	▽
H21.7	厳しい状況にあるものの、このところ持ち直しの動きがみられる。	下げ止まっている。	一段厳しい状況にある。この間、企業の景況感、大幅に悪化した後底ばい状態が続いている。	厳しい状況にあるものの、悪化のテンポが緩やかになっている	生産面は一部で底打ちの兆しがかがわれるものの、個人消費、雇用面では全体に厳しい状態が続いている。	依然厳しい状況が続いているものの、生産面の一部に下げ止まりに向けた動きがみられる。
H21.8	▽	▽	一段厳しい状況にある。	—	生産面は一部で底打ちの兆しがかがわれるものの、全体に厳しい状態が続いている。	生産面の一部に下げ止まりに向けた動きがみられるものの、消費面、雇用面を中心に依然厳しい状況が続いている。
H21.9	失業率が過去最高水準となるなど厳しい状況にあるものの、このところ持ち直しの動きがみられる。	持ち直しに転じつつある。	▽	—	全体に厳しい状態が続いている。	全体として厳しい状況にある。
H21.10	持ち直してきているが、自律性に乏しく、失業率が高水準にあるなど依然として厳しい状況にある。	景気は持ち直しつつある。	厳しい状況にある。この間、企業の景況感は改善した。	厳しい状況にあるものの、一部に持ち直しの動きがみられる	一部で上向きの動きがみられるものの、全体に厳しい状況が続いている。	一部に持ち直しの動きがみられるものの、厳しい状況が続いている。
H21.11	▽	国内民間需要の自律的回復力はなお弱いものの、内外における各種対策の効果などから持ち直している。	厳しい状況にある。	—	生産面や個人消費の一部に上向きの動きがみられるものの、全体に厳しい状況が続いている。	▽
H21.12	▽	国内民間需要の自律的回復力はなお弱いものの、内外における各種対策の効果などから持ち直している。	厳しい状況にある。この間、企業の景況感をみると、足許は製造業を中心に改善しているが、先行きは不透明感が強まっている。	—	生産面や個人消費の一部に上向きの動きが続いているものの、全体としては依然として厳しい状況にある。	▽

※「▽」は前回と同じ

<平成22年(2010年)>

機関名 公表月	全国		県内			
	内閣府	日本銀行	日本銀行青森支店	青森財務事務所	青森銀行	青森県
	「月例経済報告」	「金融経済月報」	「県内金融経済概況」	「県内経済情勢報告」 (四半期毎)	「最近の景気動向」	「青森県経済統計報告」
H22.1	持ち直してきているが、自律性に乏しく、失業率が高水準にあるなど依然として厳しい状況にある。	国内民間需要の自律的回復力はなお弱いものの、内外における各種対策の効果などから持ち直している。	—	厳しい状況にあるもの、一部に持ち直しの動きがみられる。	個人消費や生産活動の一部に上向きの動きがみられるものの、全体としては依然として厳しい状況にある。	一部に持ち直しの動きがみられるものの、厳しい状況が続いている。
H22.2	▽	▽	厳しい状況にある。	—	個人消費や生産活動の一部に上向きの動きがみられるものの、全体としては厳しい状況が続いている。	▽
H22.3	着実に持ち直してきているが、なお自律性は弱く、失業率が高水準にあるなど厳しい状況にある。	▽	▽	—	個人消費の一部で経済対策効果から上向きの動きがみられるものの、全体としては、依然として厳しい状況にある。	▽
H22.4	▽	国内民間需要の自律的回復力はなお弱いものの、海外経済の改善や各種対策の効果などから、持ち直しを続けている。	厳しい状況が続く中で持ち直しの兆しが窺われる。この間、慎重な企業マインドが続いている。	厳しい状況にあるもの、一部に持ち直しの動きがみられる	個人消費の一部で経済対策効果から上向きの動きが続いているほか、生産面に持ち直しの動きがみられるものの、全体としては依然として厳しい状況にある。	▽
H22.5	▽	海外経済の改善を起点として、緩やかに回復しつつある。	厳しい状況が続く中で持ち直しの兆しが窺われる。	—	全体としては厳しい状況にあるものの、経済対策効果から個人消費の一部で上向きの動きがみられるほか、生産面に持ち直しの動きがうかがわれる。	生産面に持ち直しの動きが広がっているものの、厳しい状況が続いている。
H22.6	景気は、着実に持ち直してきており、自律的回復への基盤が整いつつあるが、失業率が高水準にあるなど依然として厳しい状況にある。	▽	▽	—	全体としては厳しい状況にあるものの、生産面に持ち直しの動きがうかがわれる。	厳しい状況にあるものの、生産面を中心に持ち直しの動きが続いている。
H22.7	▽	▽	厳しい状況が続く中で持ち直しの兆しが窺われる。この間、企業の景況感は慎重な姿勢が続いているが、先行きについては不透明感が幾分弱まっている。	厳しい状況にあるもの、一部に持ち直しの動きがみられる。	全体としては厳しい状況が続く中、生産面に持ち直しの動きがうかがわれる。	雇用面・消費面に弱さが残るものの、生産面に改善の動きがみられる。
H22.8	▽	▽	厳しい状況が続く中で持ち直しの動きがみられる。	—	全体としては厳しい状況が続く中、生産活動や個人消費の一部に持ち直しの動きがみられる。	▽
H22.9	引き続き持ち直してきており、自律的回復に向けた動きもみられるが、このところ環境の厳しさは増している。また、失業率が高水準にあるなど依然として厳しい状況にある。	緩やかに回復しつつある。	▽	—	全体としては厳しい状況が続く中、個人消費の一部に持ち直しの動きがみられる。	雇用面に弱さが残るものの、生産面に改善の動きが続いているほか、消費面の一部に持ち直しの兆しがうかがわれる。
H22.10	このところ足踏み状態となっている。また、失業率が高水準にあるなど厳しい状況にある。	緩やかに回復しつつあるものの、改善の動きが弱まっている。	厳しい状況が続く中で持ち直しの動きがみられる。この間、企業の景況感は改善したものの、先行きについては不透明感が窺われる。	厳しい状況にあるもの、一部に持ち直しの動きがみられる	全体としては厳しい状況が続く中、生産活動や個人消費の一部に持ち直しの動きがみられる。	雇用面・消費面の一部に弱さが残るものの、生産面に改善の動きが続いている。
H22.11	▽	緩やかに回復しつつあるものの、改善の動きに一服感がみられる。	厳しい状況が続く中で持ち直しの動きがみられる。	—	全体としては厳しい状況が続く中、住宅着工や雇用など一部に持ち直しの動きがみられる。	▽
H22.12	▽	▽	持ち直しの動きが緩やかになっている。この間、企業の景況感はやや慎重化しており、先行きについては不透明感を強めている。	—	全体としては厳しい状況の中、住宅着工や雇用など一部に持ち直しの動きがみられる。しかしながら、先行きについてはエコカー補助金終了など経済対策効果剥落の影響が懸念される。	雇用面・消費面の一部に弱さが残るほか、生産面の改善の動きが弱まっている。

※「▽」は前回と同じ

<コラム1 成長期待の底上げが求められる時代>

日本銀行青森支店 支店長 木下 智博

2010年に、日本のGDPは中国に抜かれたようだ。これが経済史上の転機を画する不名誉な出来事として記録されるのかどうかは、後世の専門家の評価を待つしかない。しかし残念なのは、こうした話題が世間の耳目を集める一方で、ひそかに進行している高齢化・少子化、労働力人口の減少が、わが国の潜在成長力を確実にむしばんでいることに関する危機感が広がらないことである。

否、危機感は広がっている。それでも、こうした構造問題への根本的な取り組みが長らく先送りされてきたがために、われわれはもはや、危機感に慣れっこになっており、何とかなるだろうという根拠なき楽観論が蔓延してしまった。

とはいえ、事態は深刻である。労働力人口の減少は、それを補うような生産性向上や技術革新を伴わない限り、将来の生産や所得の減少、ひいては支出の抑制につながる。商売の先細りを予想する企業が「合理的」に行動するならば、投資や雇用の拡大には慎重にならざるを得ない。将来収入の伸び悩みを心配する家計も、節約と貯蓄による生活防衛を心掛ける。企業や家計のこうした経済行動は、さらなる需要減退をもたらすことから、先行きわが国経済の成長期待を一段と低下させる悪循環に陥るリスクがある。

今まさにわが国は、経済活動の委縮がさらなる委縮を呼ぶ負のスパイラルに陥る瀬戸際に立っているのかも知れない。

当県は、早くからこうした問題を強く認識していた。2008年に策定された「青森県基本計画 未来への挑戦」も、緊急性の高い政策課題に、高齢化や人口減少などの構造問題へ取り組みを掲げた。中央の政府・国も、2010年半ばに至り、遅れ馳せながら「新成長戦略」を取りまとめた。

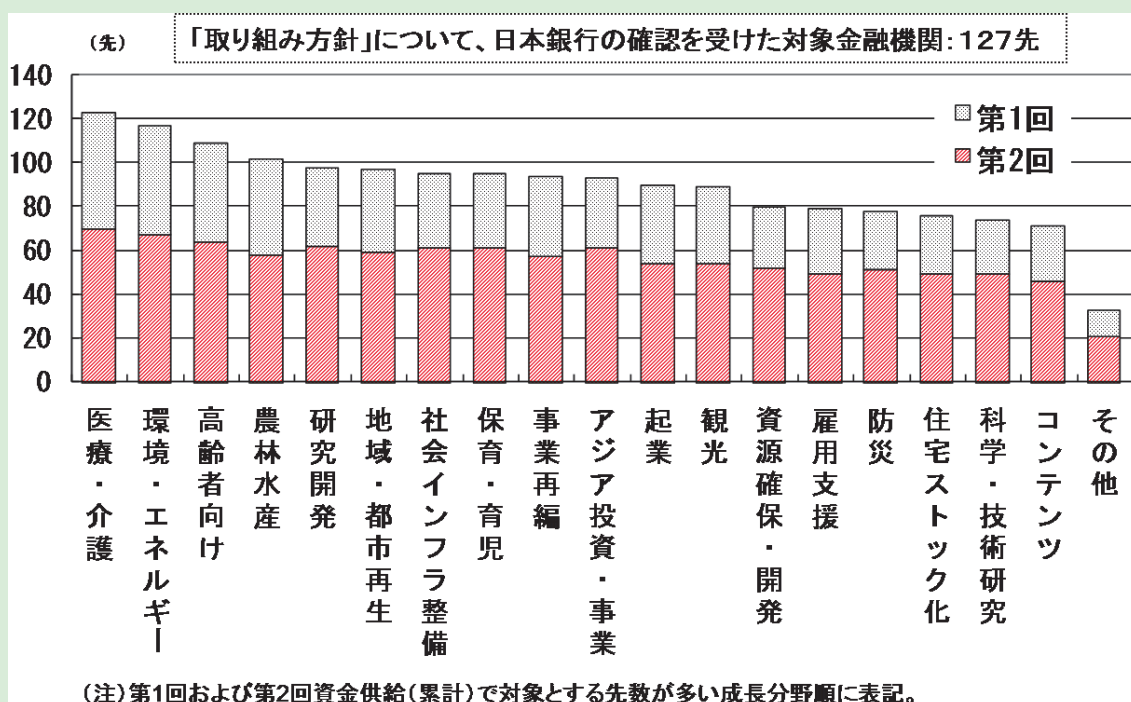
しかしながら、公的セクターの旗振りや規制改革が正しい方向を向いていても、それだけで、成長期待の低下という負のスパイラルを逆回転させられるほど、この問題は生易しくない。いくら民間セクターに、新事業に挑戦するアニマル・スピリッツを発揮せよとか、成長事業への選択と集中をせよとか、そうでない部門は「断捨離」せよとか説いてみても、生き物である経済や企業が狙ったように動くものではない。背中を押す何かが必要なのである。

日本銀行は、2010年6月に成長基盤強化を支援する資金供給の枠組みを導入した。これは、成長基盤強化に向けた、民間金融機関の融資・投資の取り組みに応じて、当該金融機関に対し、適格な担保を裏付けとして、長期かつ低利の資金を貸し付けるものである。貸付総額の残高上限は3兆円とされた。金融機関が、この資金供給を適切かつ効果的に活用することを通じて、わが国経済の生産性向上や新たな需要の創出に資する事業などへの融資・投資を広げていくことが期待されている。日本銀行は、この資金供給が、それぞれの金融機関の経営判断に基づくさまざまな取り組みを後押しする「呼び水」となることを狙っている。

日本銀行では、各金融機関の策定する「取り組み方針」における融資・投資対象になり得る事業として、18の分野を例示した。その中には、本白書の第二部が取り上げている観光も含まれる。

既に、2010年9月6日に第1回目の4,625億円が、次いで12月7日に第2回目の9,983億円が資金供給さ

れた。対象金融機関の「取り組み方針」をみると、下図のように、医療・介護、環境・エネルギー、高齢者向け事業など幅広い分野が万遍なく選択されている。



当県でも、青森銀行、みちのく銀行の2行が、資金供給の対象金融機関として名乗りを挙げている。日本銀行青森支店では、この資金供給を適切に実施していくことに加え、地域産業振興に資する情報収集と情報発信を積極的に行うことを通じて、青森県経済の成長基盤の強化に少しでも貢献していきたい。

第2節 主なる経済分野の動向

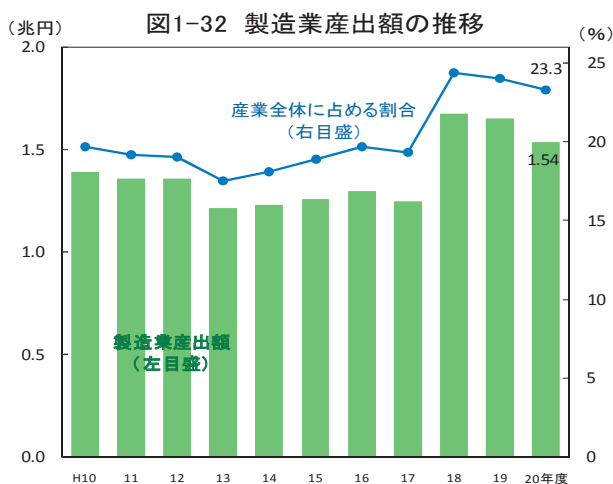
1 生産の動向

(1) 製造業の動向

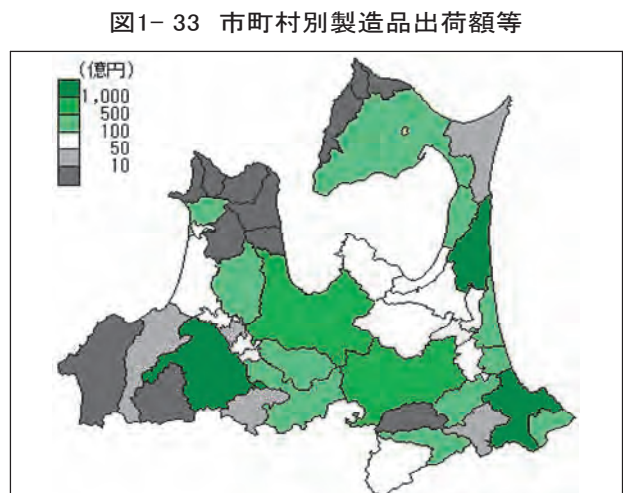
はじめに、本県における製造業産出額の推移を県民経済計算でみると、平成17年度(2005年度)まで減少傾向にありましたが、平成18年度(2006年度)に非鉄金属の産出額が増えたこと等から大きく増額しました。その後再び減少傾向となり、平成20年度(2008年度)は全産業の約23%を占める1兆5,373億円となっています。(図1-32)

次に、工業統計から製造品出荷額等を市町村別にみると、八戸市が最も高く、次いで六ヶ所村、弘前市の順となり、これら3市村が1,000億円を上回っています。一方で、半島沿岸部や中山間を抱える地域では総じて低い傾向がみられます。(図1-33)

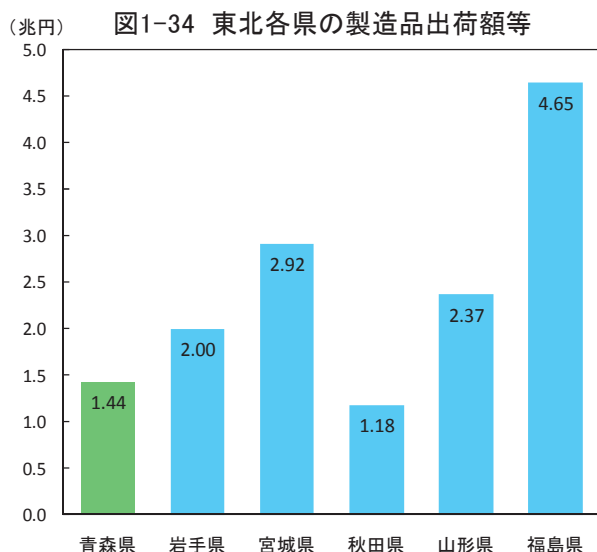
製造品出荷額等を他県と比較してみると、本県は全国で第41位、東北では第5位にあり、製造業の集積が相対的に進んでいないことがうかがわれます。(図1-34、1-35)



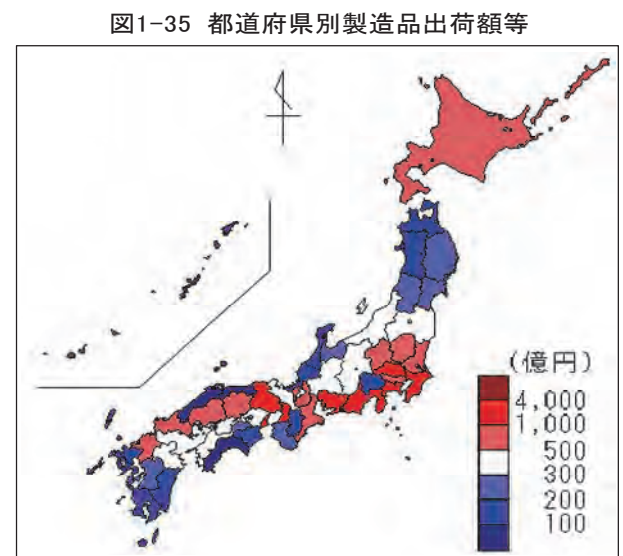
資料) 県統計分析課「平成20年度県民経済計算」



資料) 県統計分析課「平成21年青森県の工業」速報値



資料) 経済産業省「平成21年工業統計表」速報値



資料) 経済産業省「平成21年工業統計表」速報値

① 工業統計

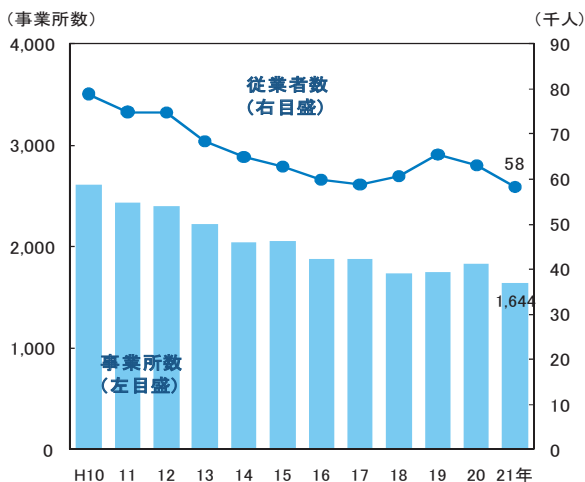
1) 事業所数

本県の事業所数は長期的な減少傾向にあり、それに伴い従業者数も減少しています。全国でも昭和58年(1983年)をピークに事業所数は減少していますが、全国に比べると、元々の事業所が少ないことが本県特有の課題としてあげられます。(図1-36)

経済産業省の平成21年工業統計表(速報値)で都道府県別の事業所数をみると、本県は全国で第40位、東北では最下位となっています。

また、事業所数を推計人口で除して人口千人当たりの事業所数を求め、事業所数の下位10県と比較すると、本県は1.2となり、沖縄県の0.9に次いで低い水準にあります。(図1-37)

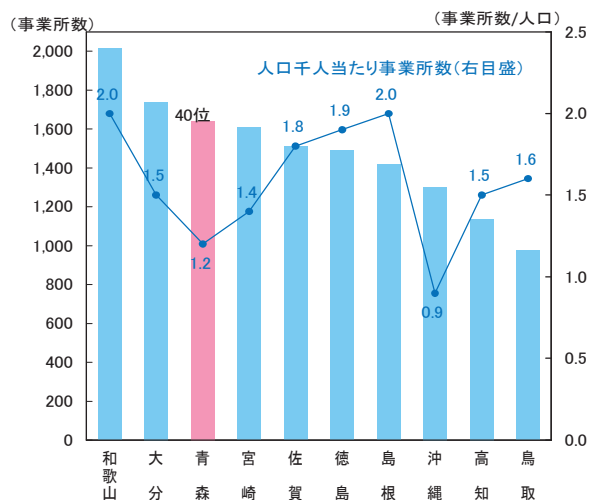
図1-36 製造業の事業所数と従業者数の推移



※ 平成14年以降は新聞・出版業を除く。

資料) 県統計分析課「青森県の工業」

図1-37 都道府県別事業所数(下位10県)



資料) 経済産業省「平成21年工業統計表」速報値

総務省「平成21年10月1日現在推計人口」

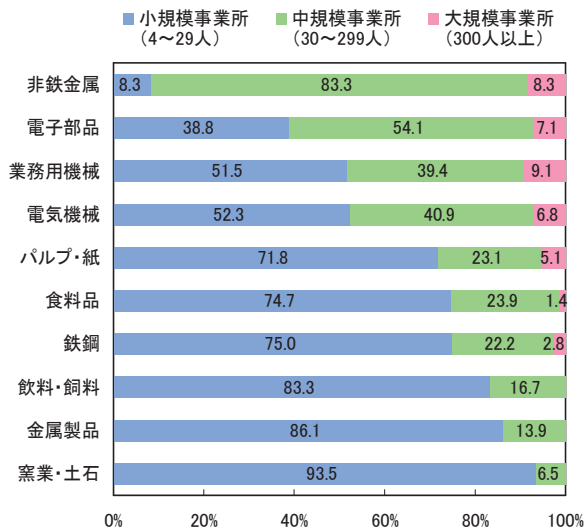
2) 事業所規模

事業所規模について、主要な業種毎に比較すると、非鉄金属、電子部品では30~299人の事業所の割合が過半数を占めていますが、窯業・土石、金属製品、飲料・飼料では4~29人の事業所の割合が80%以上となるなど、業種によって大きな違いがみられます。(図1-38)

一方、製造業全体で捉えた場合、事業所数については4~29人の事業所、従業者数については30~299人の事業所、製造品出荷額及び付加価値額については300人以上の事業所の割合が最も高くなっています。

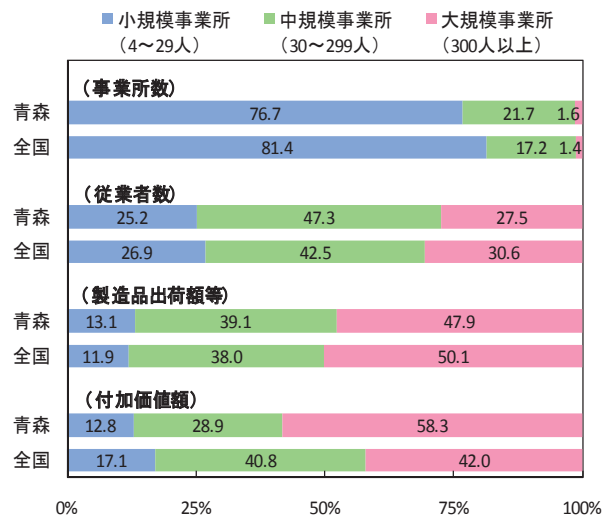
また、全国と本県の比較では、付加価値額については300人以上の事業所の割合が全国と比べて高く、30~299人の事業所が低くなっていますが、事業所数、従業者数、製造品出荷額等については、その構成に大きな開きはみられません。(図1-39)

図1-38 主要業種の事業所規模比較(青森県)



資料) 県統計分析課「平成20年青森県の工業」

図1-39 全国との事業所規模比較



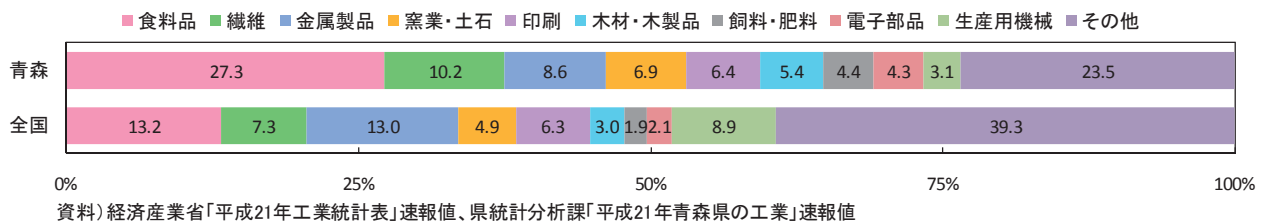
資料) 経済産業省「平成21年工業統計表」速報値、
県統計分析課「平成21年青森県の工業」速報値

3) 業種構成

本県と全国の業種構成を比較すると、事業所数については、最も高い割合を占める業種が食料品であり、全国と同様の状況にありますが、全国の13.2%に対して本県では27.3%と、構成比が約2倍あることが特徴といえます。(図1-40)

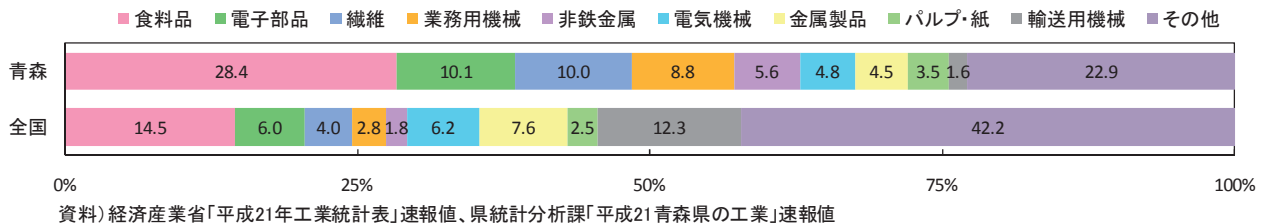
また、従業者数については、本県では食料品の28.4%、電子部品の10.1%、繊維の10.0%が比較的高い割合となっているのに対して、全国では食料品、輸送用機械、金属製品が高い割合を占めています。(図1-41)

図1-40 業種別の事業所数



資料) 経済産業省「平成21年工業統計表」速報値、県統計分析課「平成21年青森県の工業」速報値

図1-41 業種別の従業者数

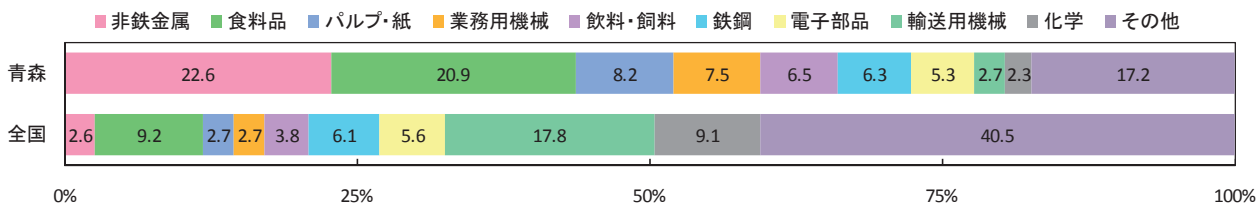


資料) 経済産業省「平成21年工業統計表」速報値、県統計分析課「平成21年青森県の工業」速報値

製造品出荷額等については、本県では非鉄金属が22.6%と最も高く、次いで食料品20.9%、パルプ・紙8.2%の順となっています。全国では輸送用機械の割合が17.8%と最も高く、次いで食料品9.2%、化学9.1%の順となっており、全国と本県の業種構成に大きな違いがみられます。(図1-42)

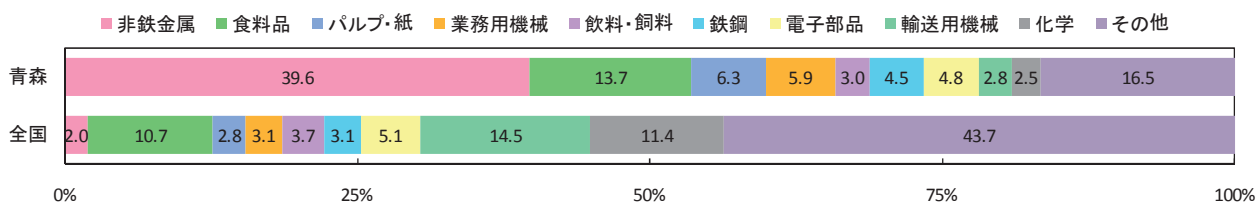
また、業種別の付加価値額については、本県では、製造品出荷額等と同様に、非鉄金属が 39.6%と最も高く、次いで食料品 13.7%、パルプ・紙 6.3%の順となっています。これに対して全国では、輸送用機械の割合が 14.5%と最も高く、次いで化学 11.4%、食料品 10.7%の順となっています。(図 1-43)

図1-42 業種別の製造品出荷額等



資料) 経済産業省「平成21年工業統計表」速報値、県統計分析課「平成21年青森県の工業」速報値

図1-43 業種別の付加価値額



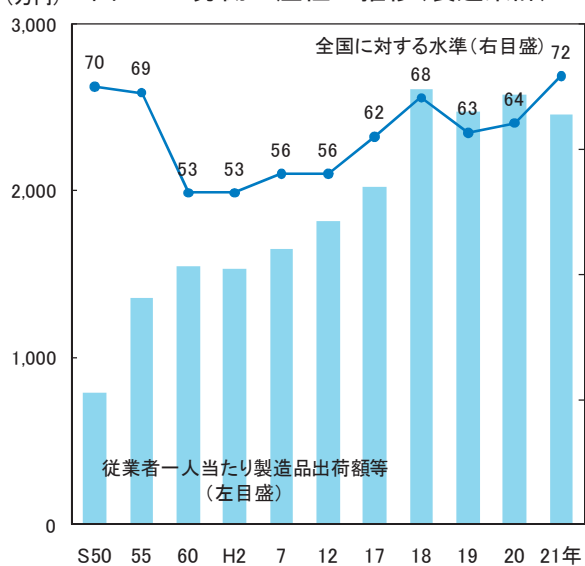
資料) 経済産業省「平成21年工業統計表」速報値、県統計分析課「平成21年青森県の工業」速報値

4) 労働生産性

本県の労働生産性(従業者一人当たりの製造品出荷額等)は、全国に比べると 60%程度の水準で推移していましたが、長期的には上昇する傾向にあります。平成 21 年(2009 年)は、全国と比べて製造品出荷額等の落ち込みが緩やかであったことなどから、72%の水準となりました。(図 1-44)

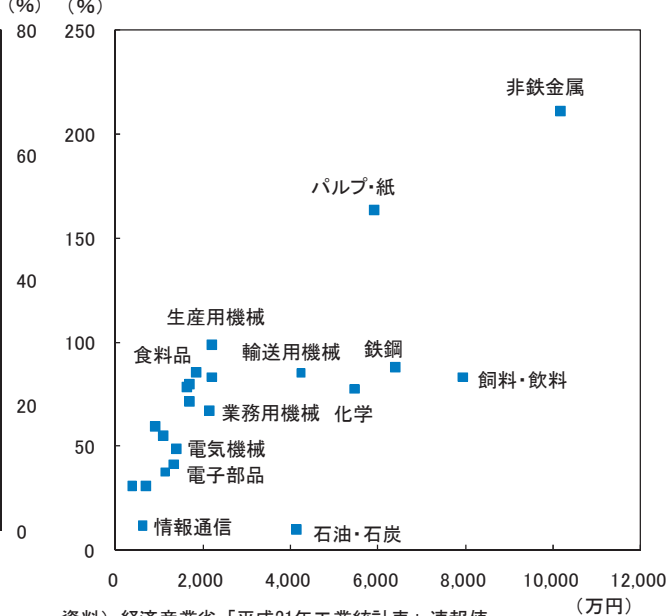
業種別では、労働生産性が全国の 100%以下の業種がほとんどで、主要な業種では電子部品が全国の 50%を下回っていますが、非鉄金属、パルプ・紙は全国を上回る水準にあります。(図 1-45)

図1-44 労働生産性の推移(製造業計)



※ 平成21年は速報値である。
資料) 経済産業省「工業統計表」、県統計分析課「青森県の工業」

図1-45 労働生産性の対全国比



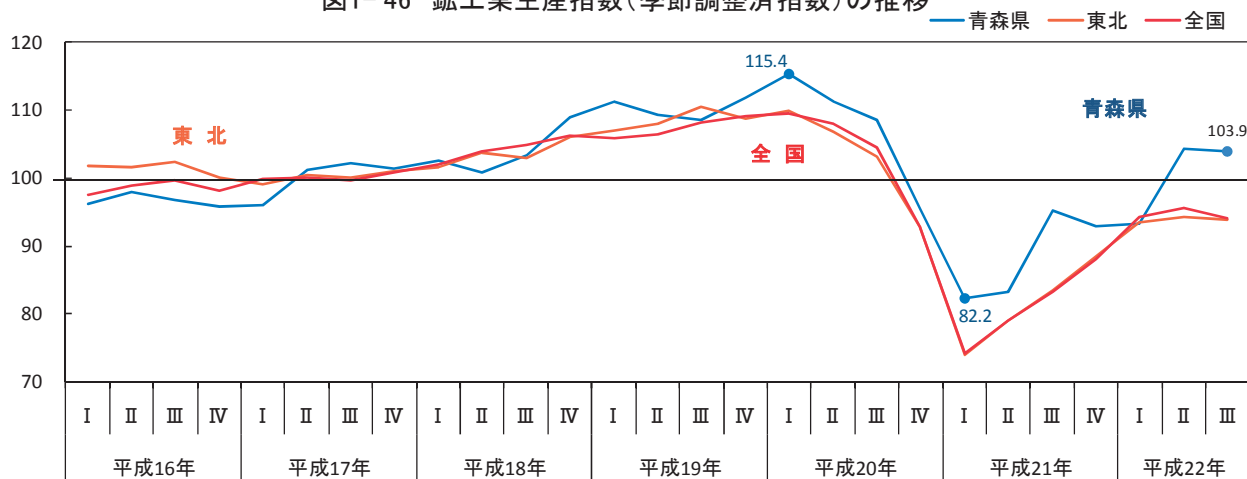
資料) 経済産業省「平成21年工業統計表」速報値

② 鉱工業生産指数等

1) 鉱工業生産指数(季節調整済指数)の推移

鉱工業生産指数は、鉱工業全体の生産活動の水準や推移を示すもので、国・県が毎月公表しています。本県の鉱工業生産指数は、平成20年(2008年)第1四半期の115.4をピークに減少へ転じ、リーマンショック後の大きな落ち込みを経て、平成21年(2009年)第1四半期には82.2まで減少しました。その後、平成21年(2009年)第2四半期からは持ち直しの動きがみられ、平成22年(2010年)第3四半期には103.9まで回復しています。(図1-46)

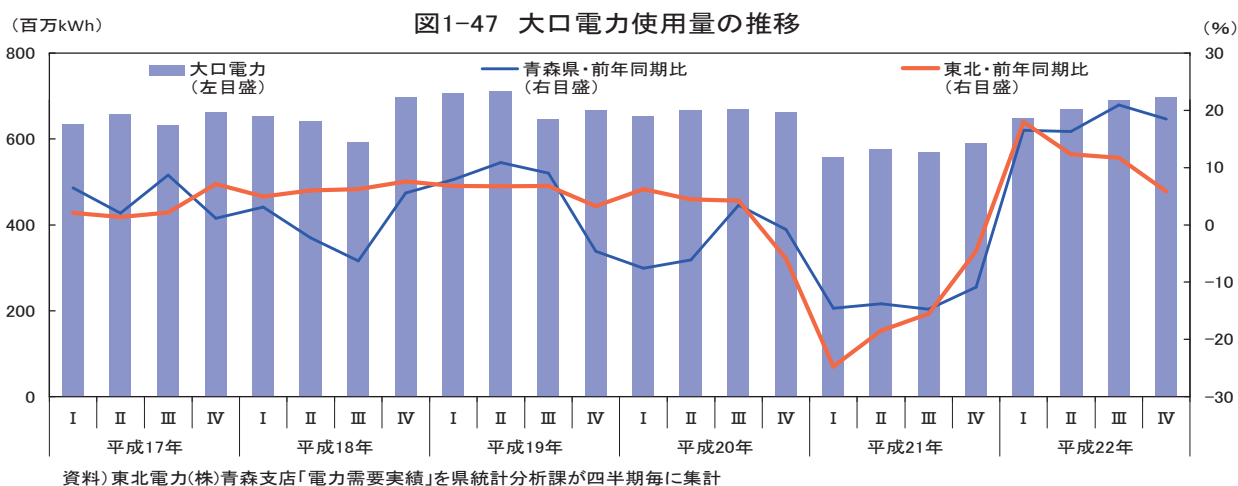
図1-46 鉱工業生産指数(季節調整済指数)の推移



※ 季節調整済指数、平成22年は速報値
資料) 県統計分析課「青森県鉱工業生産指数」

2) 大口電力使用量の動き

大口電力使用量は、契約電力500kw以上の、主として工場等における電力需要について電力会社が公表しているものですが、工場の稼働率や稼働時間の影響を大きく受けるため、鉱工業生産指数と似た動きを示すといわれています。本県の大口径電力使用量の対前年比をみると、景気の急速な悪化に伴い平成20年(2008年)第4四半期以降マイナスが続いていましたが、平成22年(2010年)第1四半期以降は大幅なプラスとなっています。(図1-47)



資料) 東北電力(株)青森支店「電力需要実績」を県統計分析課が四半期毎に集計

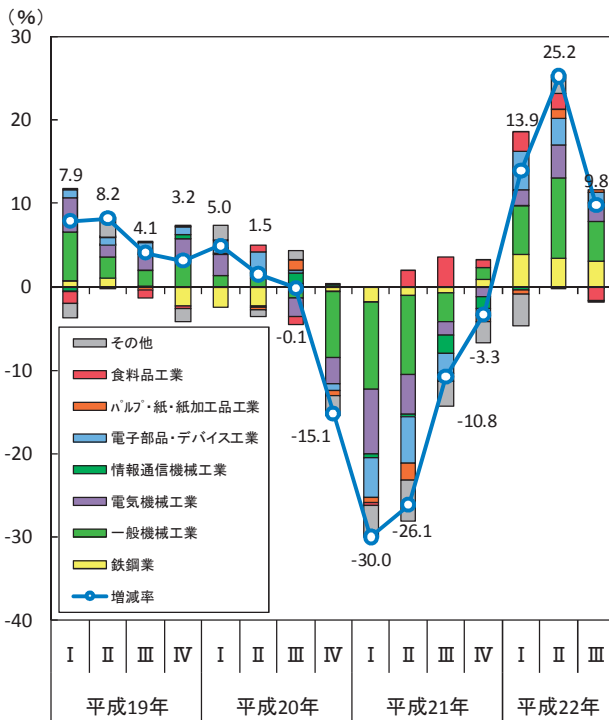
3) 鋳工業生産指数寄与度(原指数)

鋳工業生産指数の寄与度をみると、平成21年(2009年)第2四半期以降は食料品工業がプラスに寄与し全体を押し上げていることに加えて、平成21年(2009年)第4四半期には、リーマンショック後マイナスに寄与していた鉄鋼業、一般機械工業がプラスに転換し、平成22年(2010年)に入ってから電気機械工業、電子部品・デバイス工業もプラスとなっています。

なお、直近の平成22年(2010年)第3四半期をみると、これまでプラスに寄与してきた食料品工業が平成21年(2009年)第1四半期以来のマイナスへと転じました。(図1-48)

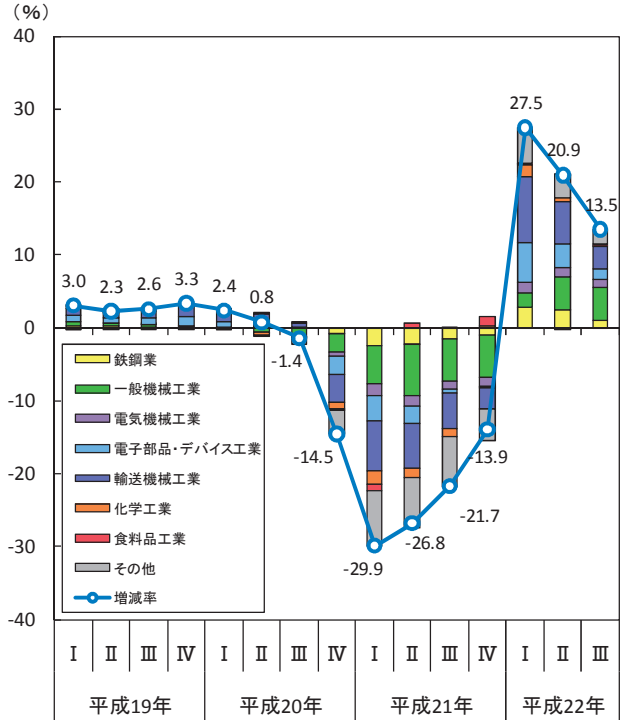
全国では、平成20年(2008年)第4四半期以降、ほぼ全ての業種で寄与度のマイナスが続いていましたが、平成22年(2010年)第1四半期以降はほとんどがプラスとなっています。(図1-49)

図1-48 鋳工業生産指数寄与度の推移(青森県)



※ 寄与度は原指数の前年同期比、平成22年は速報値
資料) 県統計分析課「青森県鋳工業生産指数」

図1-49 鋳工業生産指数寄与度の推移(全国)

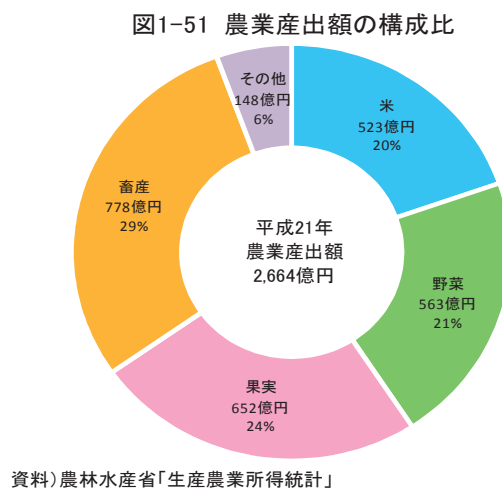
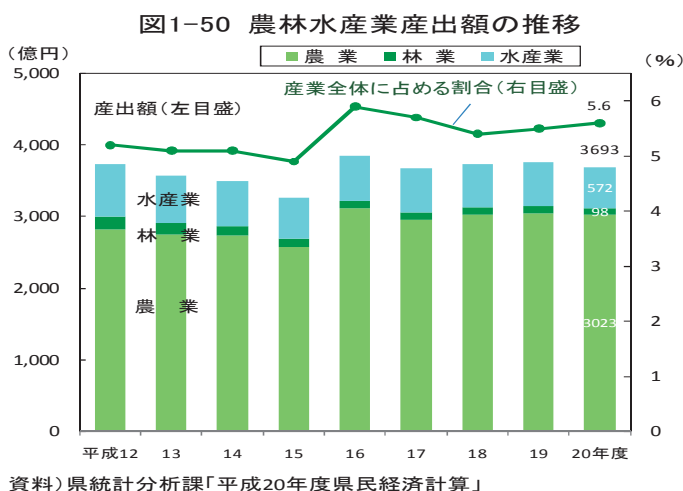


※ 寄与度は原指数の前年同期比
資料) 経済産業省「鋳工業指数」

(2) 農林水産業の動向

平成20年度県民経済計算によると、本県における平成20年度(2008年度)の農林水産業の産出額は、水産業の落ち込みにより、前年度を68億円下回る3,693億円となりましたが、産業全体に対する割合は、前年度を0.1ポイント上回る5.6%となりました。(図1-50)

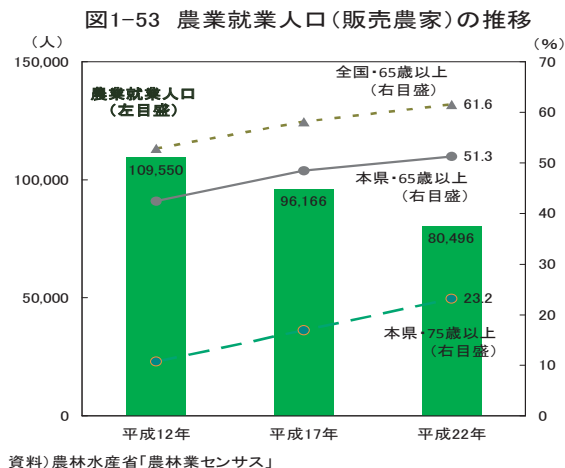
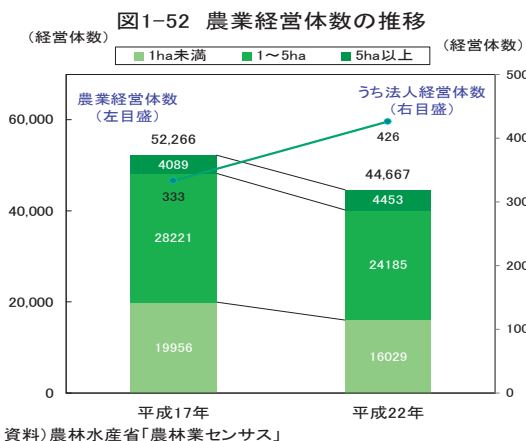
このうち、大半を占める農業産出額について、生産農業所得統計で最新のデータをみると、平成21年(2009年)は、低温・日照不足等の影響による収穫量の減少や価格の低迷などにより、前年を164億円下回る2,664億円となり、米、野菜、果実、畜産がいずれも前年を下回りました。しかしながら、全国的に同様の傾向であったことから、全国の都道府県別では前年と同じ第8位にランクし、米、野菜、果実、畜産がいずれも20%台とバランスのとれた構成となっています。(図1-51)



一方、農業を巡っては、農業従事者の減少と高齢化が全国的に大きな問題となる中で、本県においても農業経営体数は小規模層を中心に減少する傾向にあり、平成22年(2010年)における農業経営体数は平成17年(2005年)から14.5%減の44,667経営体、農業就業人口は同じく16.3%減の80,496人となっています。

また、農業経営体をみると、5ヘクタール以上の大規模経営体や法人経営体が増加していることから、農業経営の大規模化・法人化・多角化が進んでいるものと考えられます。(図1-52)

高齢化の進行は全国よりも、緩やかなペースとなっていますが、平成22年(2010年)における65歳以上の割合は51.3%まで上昇し、特に75歳以上の割合が23.2%と増加しています。(図1-53)



① 農作物の動向

本県農業の主要品目の生産動向をみると、水稻については、全国的な米消費の低迷を背景に、平成21年(2009年)産までの生産調整の強化と平成22年(2010年)産からの生産調整への協力を前提とした戸別所得補償制度の導入により、収穫量、作付面積ともに減少傾向にあります。

平成21年(2009年)産水稻は、作況指数は平年並みの101となったものの、夏場以降の低温の影響により、収穫量は前年対比95.4%の28万7千トとなり、前年を1万4千ト下回っています。

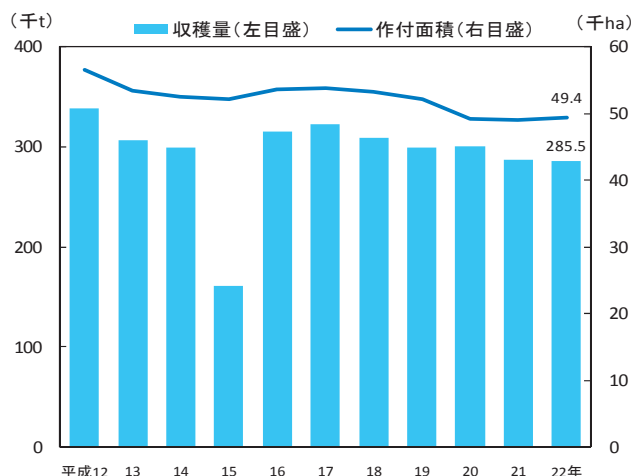
なお、平成22年(2010年)産水稻は、作況指数は平年並みの100となったものの、いもち病、春先の日照不足による生育障害、猛暑による高温障害により、収穫量は前年対比99.6%の28万6千トとなり、前年を1千ト下回っています。さらに高温障害により1等米比率が低下していることに加え、市場価格も低迷していることから、産出額の減少が懸念されるようです。(図1-54)

また、野菜については、本県のながいも、にんにく、ごぼうなど多くの品目が出荷量全国ベスト10にランクしていますが、全体の作付面積、収穫量はともに減少傾向にあります。

平成21年(2009年)産野菜は、夏場の日照不足や低温の影響により、収穫量は前年対比94.7%の44万4千トとなり、前年を2万5千ト下回っています。(図1-55)

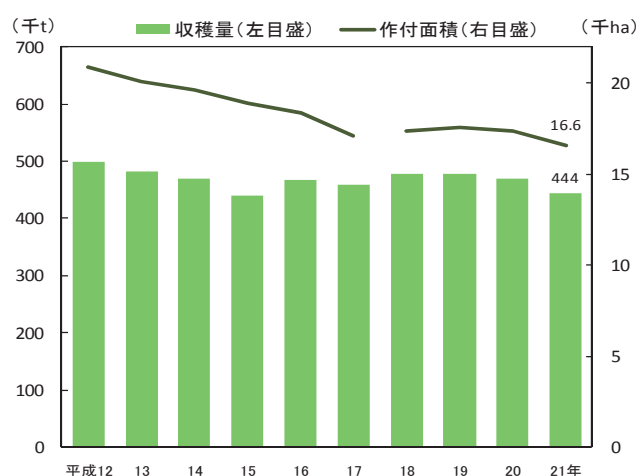
なお、平成22年(2010年)産野菜は、春先の低温・日照不足や夏場の猛暑、秋口の急激な冷え込み、冬場の寒波の影響により、全国的に収穫量が減少しており、本県においても同様に収穫量が減少している状況です。品薄感から価格自体は上昇しているものの、産出額の減少が懸念されるようです。

図1-54 水稻の収穫量・作付面積の推移



資料)農林水産省「農作物統計」

図1-55 野菜の収穫量・作付面積の推移



※ 17年以降、統計調査対象品目が減少したため、前年と接続しない
資料)農林水産省「園芸作物統計」「野菜生産出荷統計」

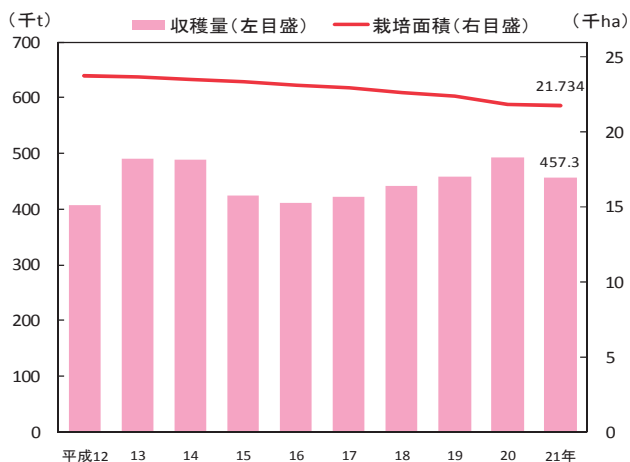
一方、本県農業の象徴ともいえるりんごについては、高齢化の進行に伴う労働力不足等から栽培面積は減少傾向にあります。近年は生産性の高いわい化栽培への改植が進んでいることに加え、台風による落下被害が少なかったこと等から、平成20年(2008年)まで収穫量は増加基調で推移していました。

平成21年(2009年)産りんごの収穫量は、春先の霜害やつる割れ被害により、前年対比92.7%の45万7千トとなり、前年を3万6千ト下回っています。(図1-56)

また、販売数量は、収穫量の減少と選果の影響により、前年対比82.9%の37万4千トと前年を7万7千ト下回っていますが、生食用りんごの消費地市場価格、産地価格がともに前年を上回ったことから、販売額(加工仕向含む)は、前年対比98.2%の770億円と前年に近い水準が確保されました。(図1-57)

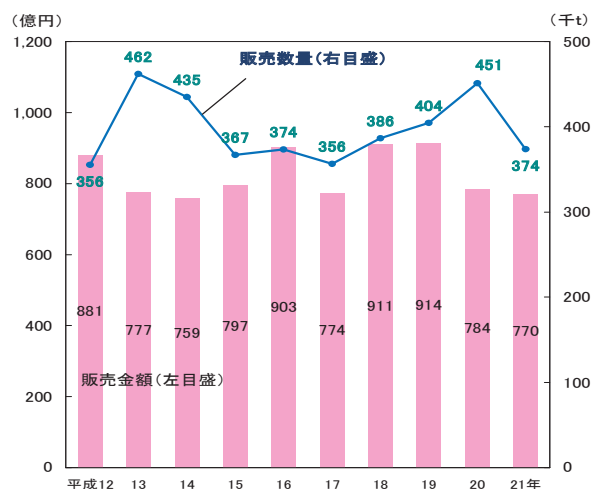
りんごの価格が前年より上昇した背景としては、霜害や産地混合問題があったものの、輸出の拡大により在庫量が減少したことや、厳選出荷の徹底により品質が保たれたこと、春先の天候不順により他の競合果物の出荷量が少なかったことなどがあげられます。(図1-58)

図1-56 りんごの収穫量・栽培面積の推移



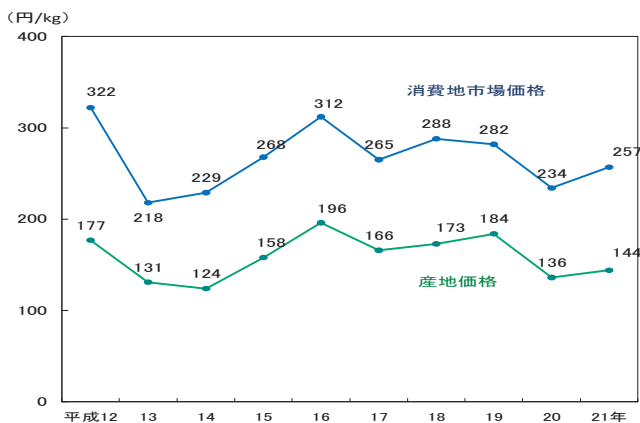
資料) 収穫量は農林水産省「園芸作物統計」、栽培面積は県りんご果樹課調べ

図1-57 本県産りんごの販売金額と販売数量



資料) 県りんご果樹課調べ

図1-58 本県産りんごの価格推移



資料) 県りんご果樹課調べ

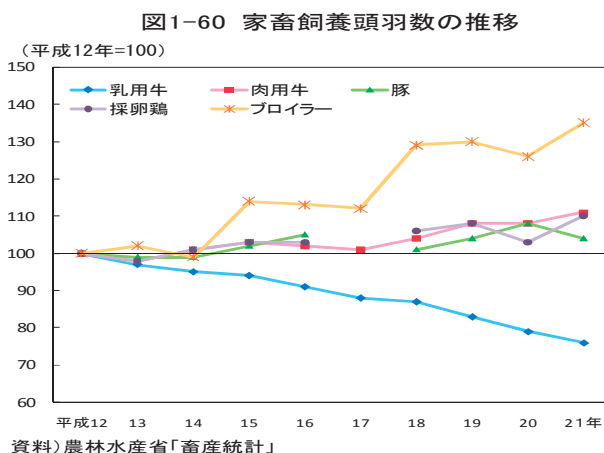
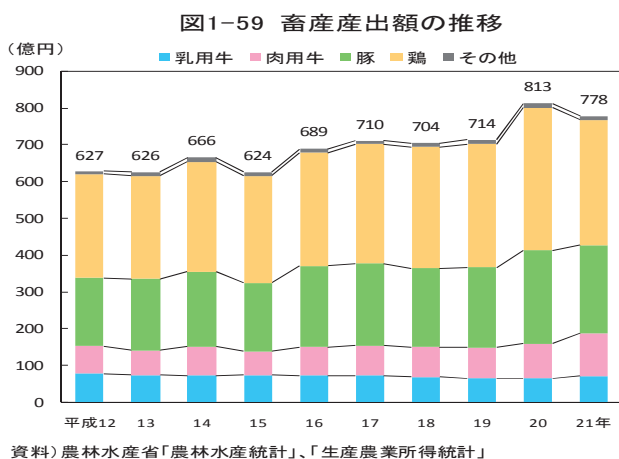
なお、平成22年(2010年)産りんごの収穫量は、春先の低温により小玉傾向にあり、果樹面積も減少していることから、前年対比99.1%の45万3千トと、前年を4千ト下回る見込みとなっています。販売額は、猛暑の影響により、他の競合果実の出荷量が少なく、果実全般に品薄感が強いことから、市場価格、産地価格ともに前年を上回っている状況であり、産出額の増加が期待されます。一方、海外向け輸出は、主力の台湾向けが産地価格の高値に加え円高で割高になっていることや、台湾において安価なチリ産が供給過剰となっていることから、落ち込んでいる状況にあります。

② 畜産の動向

平成21年(2009年)の畜産産出額は、ブロイラー鶏の価格の落ち込みにより、前年を35億円下回る778億円となっています。主な畜種別では鶏340億円、豚239億円、肉用牛116億円、乳用牛72億円となっています。(図1-59)

また、家畜の頭羽数を平成12年(2000年)との対比で見るとブロイラー鶏の伸びが大きく、豚、採卵鶏、肉用牛も増加傾向で推移していますが、乳用牛については減少傾向で推移しています。

(図1-60)



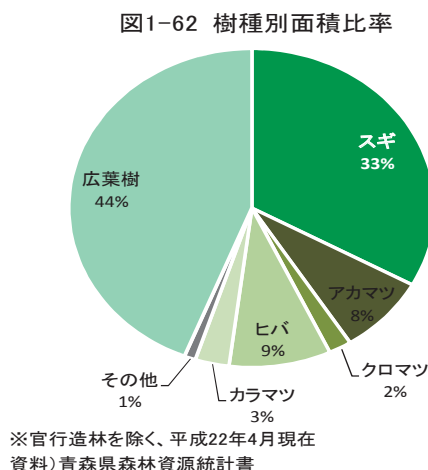
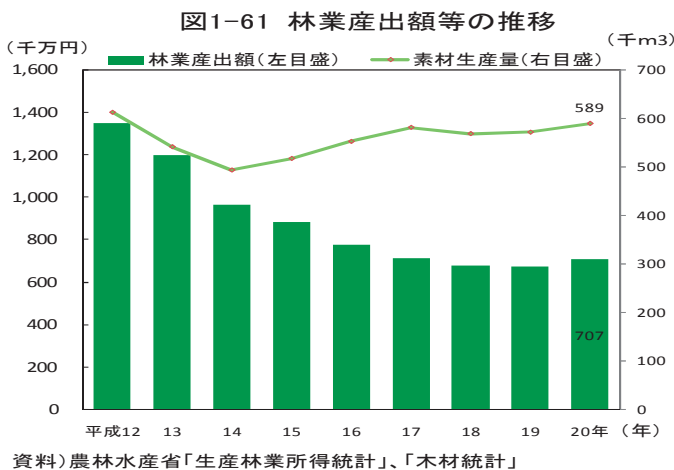
なお、平成22年(2010年)は、前年の価格低迷を受けた鶏卵の生産調整に加え猛暑の影響による採卵鶏及びブロイラー鶏の大量死、産卵数の減少により出荷量が減少している状況にあり、鶏卵や鶏肉の価格は上昇しているものの、養羽数や採卵数の減少による産出額の減少が懸念されます。

③ 林業の動向

林業産出額は、低価格の外材の輸入による国産材の価格の低迷などから減少が続いていますが、近年の素材生産量は、横ばいで推移しています。

一方、平成20年(2008年)の生産量は前年を1万8千 m^3 上回る58万9千 m^3 、産出額は前年を3億5千万円上回る70億7千万円となり、9年ぶりに産出額が増加しています。(図1-61)

また、樹種別面積比率をみると、本県ではスギが33%と高い割合を占めており、次いでヒバが9%、アカマツが8%などとなっています。(図1-62)



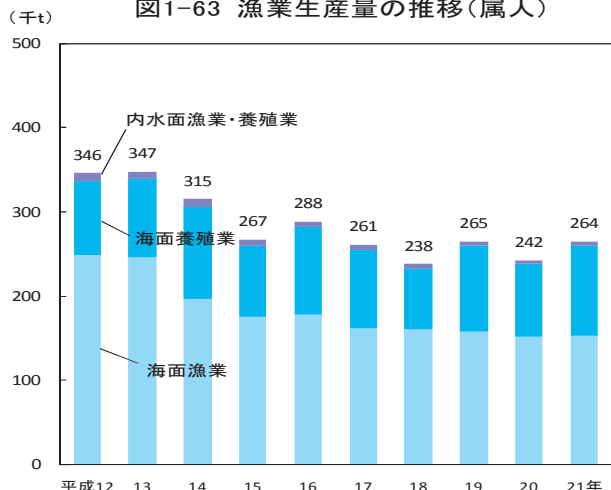
④ 水産業の動向

本県の平成21年(2009年)の漁業生産量は、前年不漁であった「いか類」「ほたてがい」の回復により、前年対比109.1%の26万4千トと前年を2万2千ト上回っています。(図1-63)

また、平成20年(2008年)に「いか類」「ほたてがい」の不漁により540億円と前年から27億円落ち込んだ生産額について、青森県海面漁業に関する調査結果によると、平成21年(2009年)の本県の漁獲金額は、「するめいか」「ほたてがい」は漁獲数量の増加により前年を上回ったものの、「あかいか」は価格が落ち込み、「さば」は漁獲数量・価格ともに落ち込んだことにより、全体として前年対比96.3%の512億円と前年を20億円下回ったことから、平成21年(2009年)の生産額も前年を下回ることが予想されます。(図1-64、1-65)

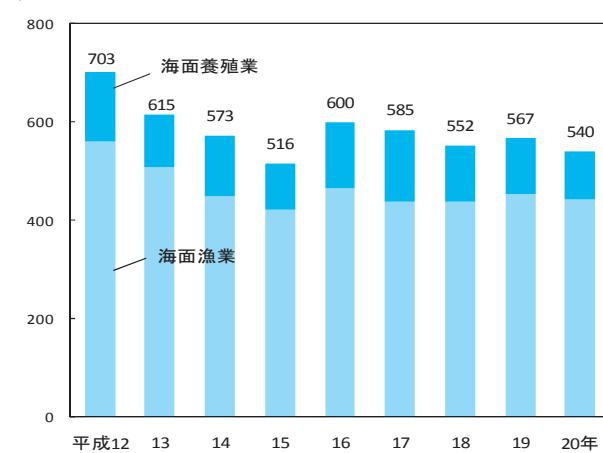
一方、漁業経営体は、高齢化等の影響により、個人経営体を中心に減少傾向が続いており、平成20年(2008年)においては、平成15年(2003年)から6.7%減の5,146経営体となり、漁業就業者数は3.7%増の11,469人となっています。(図1-66)

図1-63 漁業生産量の推移(属人)



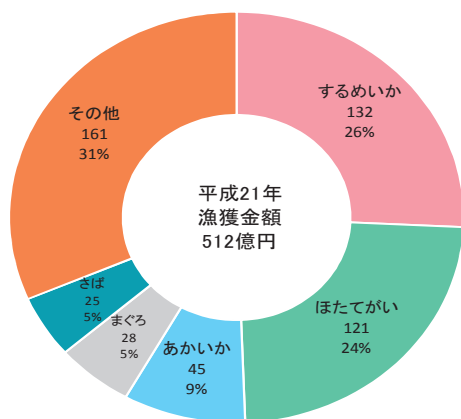
資料) 農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

図1-64 海面漁業・養殖業生産額(属人)



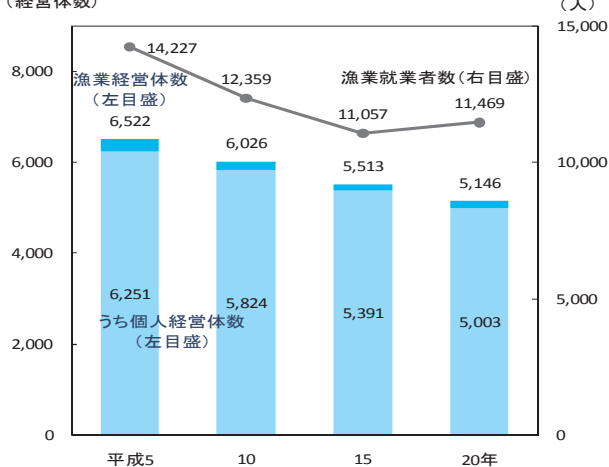
資料) 農林水産省「漁業生産額」統計

図1-65 平成21年漁獲金額内訳



資料) 県水産振興課「平成21年青森県海面漁業に関する調査結果」

図1-66 漁業経営体数等の推移



資料) 農林水産省「漁業センサス」

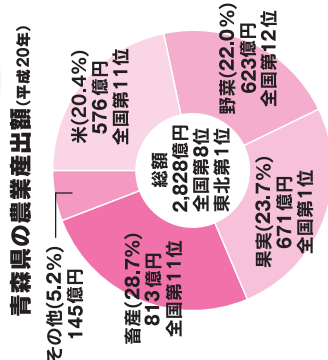
なお、平成22年(2010年)の漁獲数量は、「さば」は天候不順や操業規制により出だしが鈍かったものの後半好調で持ち直して前年並みとなっています。「ほたてがい」は猛暑による高水温の影響で大量へい死が発生したことにより大幅に落ち込んでおり、「いか類」は近海操業の不振により大幅に落ち込んでいることから、全体として前年を下回っている状況です。

また、漁獲金額では全体として前年の水準を確保している状況にありますが、これは漁獲数量の減少や中国などの海外需要の拡大により国内向け在庫が減少し、水産加工向けが品薄状態となり魚価が年々高値傾向となっていることなどがその要因となっています。

決め手は、青森県産!



日本の食料自給率が41%と低下する中、**青森県は121%**(H20年度概算値、カローラーベース)で**全国第4位**! 胸を張って自慢できる「安全・安心」で「おいしい」農林水産物がいっぱいです。りんごだけでなく、**米、野菜、果実、畜産、漁業のバランスが良く**、収穫量・生産量の多さはもちろん、**農業産出額、漁業生産額**や東京中央卸売市場年間取扱金額もすごい! やっぱ「**決め手は、青森県産!**」ですね。

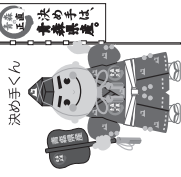


◆野菜・果実

収穫量日本一の**ながいも、にんにく、ごぼう**は金額でもすごいのももちろん、**だいこん**は産出額で**ごぼうを上回り、かぶ、にんじん、特にねぎとトマト**は東京中央卸売市場年間取扱金額がすごい! 果実はりんごだけでなく、**さくらんぼ、ぶどう**も健闘! (りんごについては前ページをご覧ください。)



決め手は、青森県産!

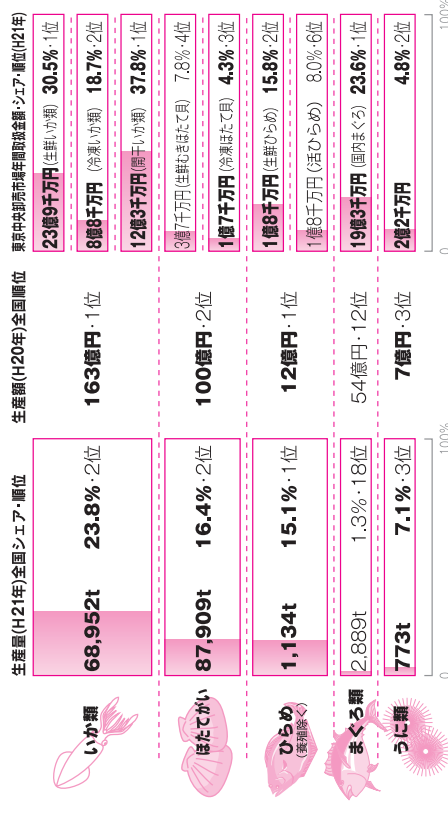


◆**畜産**
鶏卵は東京中央卸売市場年間取扱金額が**全国第1位!** 産出額をみると**ブロイラー**は**全国第4位!** 豚(254億円)は県内農業産出総額2,828億円の9.0%を占め、りんご(632億円)、米(576億円)に次ぐベスト3!



◆魚介類

海面漁業・養殖業は**総生産量238,108tで全国第4位、総生産額540億円で全国第7位!** 生産量の多い**いか類、ほたて**が**いはいもちろん、まぐろ類**の東京中央卸売市場年間取扱金額は**ダントツ1位!** **ひらめ、うに類**も評価が高い!



(「ピカイチデータ 数字で読む青森県2010」より)

資料: 農林水産統計速報、平成20年畜産統計、平成20年畜産統計、平成20年食鳥流通統計調査結果、平成20年海面漁業・養殖業生産額(農水産省)、東京都中央卸売市場統計情報HP、農林水産省商會ほか

2 雇用情勢

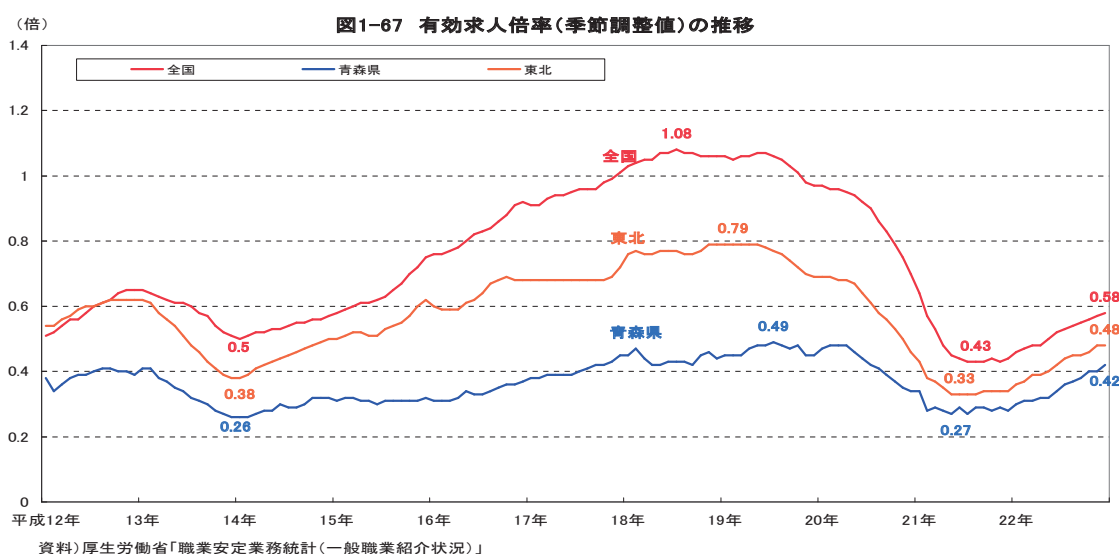
(1) 求人・求職の動向

① 有効求人倍率の推移

有効求人倍率について、全国、東北及び本県の状況を比較してみると、全国、東北とも景気回復期に入った平成14年(2002年)ははじめから上昇し、全国では平成18年(2006年)7月に1.08倍のピークとなりましたが、東北の改善幅は全国に比べ小さく、ピークは平成18年(2006年)11月の0.79倍にとどまりました。

この間の本県の有効求人倍率は、平成14年(2002年)はじめに0.26倍の低い水準となり、平成14年(2002年)から平成19年(2007年)の景気拡大局面においても、本県の伸びは他地域に比べ弱く、ピークは平成19年(2007年)7月の0.49倍にとどまりました。その背景としては、全国では製造業が好調であったことから求人が大幅に伸びたものの、本県は製造業の集積が少ないことから、求人の伸びが鈍かったことなどがあげられます。

景気後退期に入った平成19年(2007年)後半から平成21年(2009年)前半にかけて雇用情勢は急激に悪化し、全国では平成21年(2009年)7月に過去最低となる0.43倍を記録し、東北でも平成21年(2009年)5月に0.33倍まで低下しました。本県も同様に、平成21年(2009年)5月に0.27倍と平成14年(2002年)の水準まで低下しました。(図1-67)



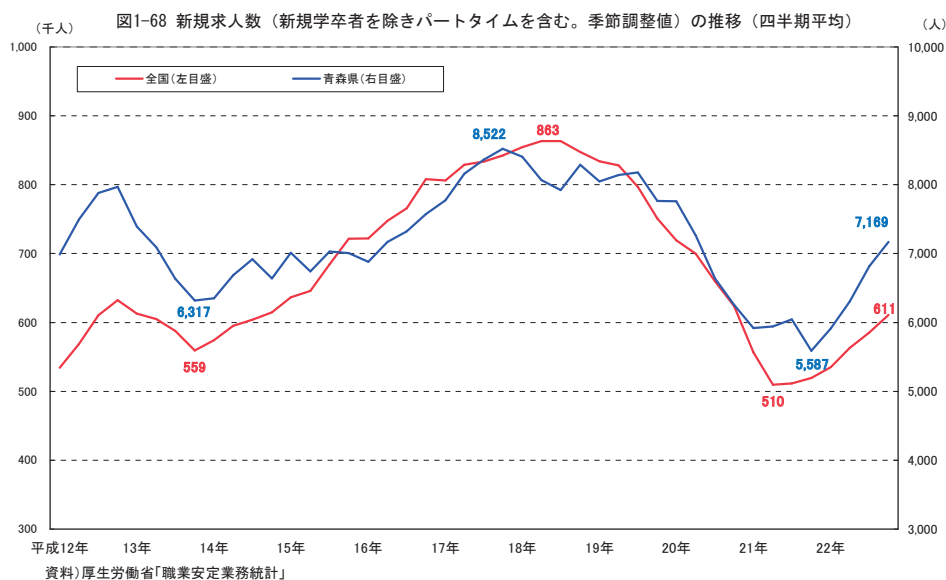
その後、景気回復期に入った平成21年(2009年)から、全国、東北とも輸出の回復や経済政策の効果により製造業の生産活動が回復し、上向きの数値となっているものの、リーマンショック前の水準には至っていない状況です。本県でも輸出の回復により製造業の生産活動が回復し、有効求人倍率はリーマンショック前の水準まで回復しているものの、依然として全国の水準を下回っており、厳しい状況が続いているといえます。

② 新規求人数・新規求職者数の推移

新規求人数の推移をみると、全国では景気回復期に入った平成14年(2002年)はじめてから増加し、平成18年(2006年)4～6月期に平成14年(2002年)当初の約1.5倍に相当する約86万人のピークを迎えました。本県では全国と同じ時期から増加しているものの増加のスピードは全国に比べて緩やかで、また、全国より早い平成17年(2005年)10～12月期にピークを迎えています。

景気後退期に入った平成19年(2007年)後半から平成21年(2009年)はじめにかけて急激に新規求人数が減少し、全国では平成21年(2009年)4～6月期に50万9,655人まで、本県では平成21年(2009年)10～12月期に5,587人まで落ち込みました。この間の本県の落ち込み幅は全国より小さく、その背景としては、本県は製造業の集積が少ないために、全国に比べて製造業における求人数の減少による影響が小さかったことなどがあげられます。

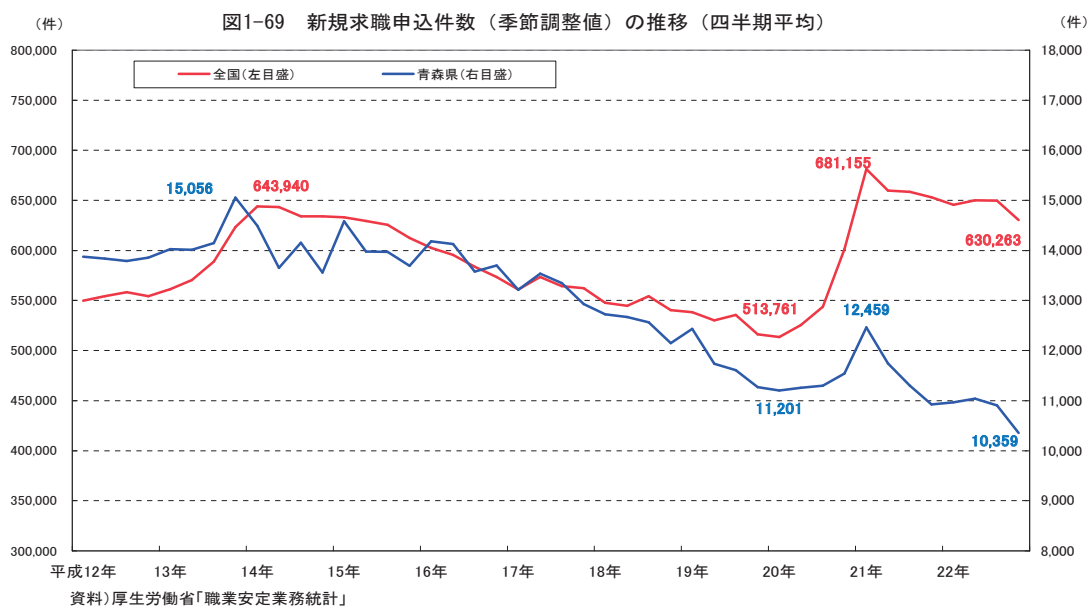
その後、輸出の回復や経済政策の効果により製造業の生産活動が回復し、全国、本県とも上昇傾向で推移しています。(図1-68)



一方、新規求職申込件数の推移をみると、全国、本県とも平成14年(2002年)はじめてから平成20年(2008年)1～3月期にかけて新規求職件数が減少しました。

続く平成20年(2008年)4～6月期から平成21年(2009年)1～3月期にかけて、全国、本県ともに新規求職申込件数は急激に増加しましたが、全国に比べ本県の増加幅は小さなものとなっています。その背景としては、本県は製造業の集積が少ないために、全国に比べて派遣労働者の大量解雇などによる求職者増加の影響が小さかったことなどがあげられます。

その後、景気回復期に入った平成21年(2009年)4～6月期から、製造業を中心とした雇用情勢の改善により、全国、本県とも新規求職申込件数は減少傾向となっていますが、全国では緩やかな減少にとどまり、失業率の高止まりから依然として高い水準にあります。(図1-69)



なお、県では新規学卒予定者等の未就職対策の一つとして、平成22年(2010年)1月から5月に正社員を2人（新規学卒者等一定の要件を満たす場合は1名）以上雇用する中小企業に対し事業資金を融資利率1%で融資する県特別保証融資制度「雇用創出特別支援枠」を実施し、雇用創出に取り組む県内中小企業者を金融面から支援する対策を講じました。この制度により、最終的に約117億円の融資が実行され、これを通じて、新卒者354人を含む688人の雇用創出が見込まれています。

さらに、県では平成22年(2010年)12月から平成23年(2011年)3月までの期間、融資条件を拡充の上、「雇用創出特別支援枠」制度を再度実施しており、新規学卒予定者等の雇用創出に大きな効果が期待されるところです。

③ 新規求人数の産業別内訳の推移

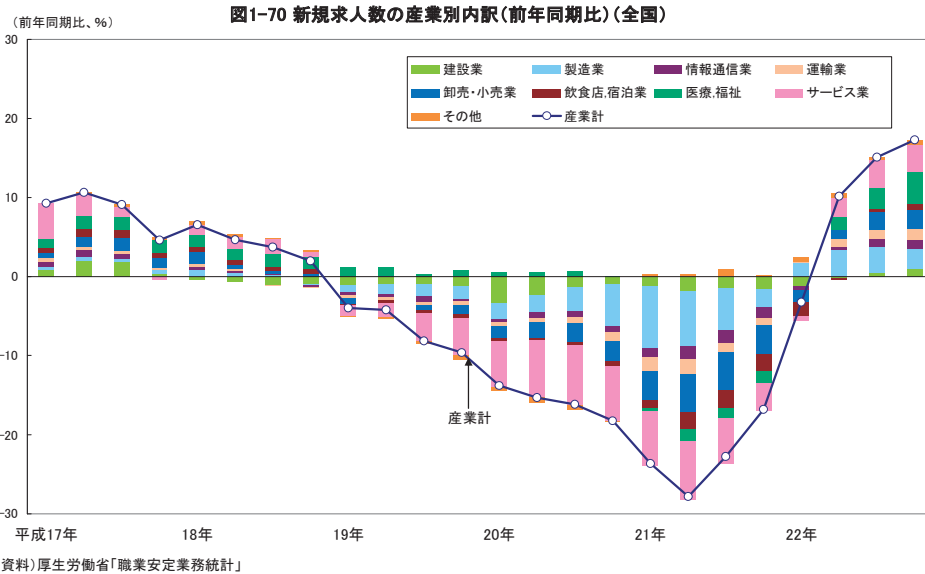
次に、新規求人数を前年同期比の推移で見ると、全国では全産業の新規求人数は平成18年(2006年)までは増加基調で推移していましたが、平成19年(2007年)1～3月期から減少に転じています。

その後、平成21年(2009年)4～6月期を境に減少率は縮小し、平成22年(2010年)4～6月期以降プラスで推移しています。

産業別内訳で見ると、平成19年(2007年)からは製造業、卸売・小売業などが減少に寄与しており、輸出の落ち込みによる製造業への影響に加え、消費低迷により消費関連の求人が減少したことが考えられます。

また、平成22年(2010年)4～6月期以降では、製造業のほか、医療・福祉、サービス業、卸売・小売業が増加に大きく寄与し、平成22年(2010年)7～9月期以降は全産業でプラスとなるなど、製造業において生産活動が活発になっていることや、高齢化の進展により福祉・介護サービス分野での求人が増加していること、政府の消費刺激策により消費関連の求人が回復していることがうかがわれます。

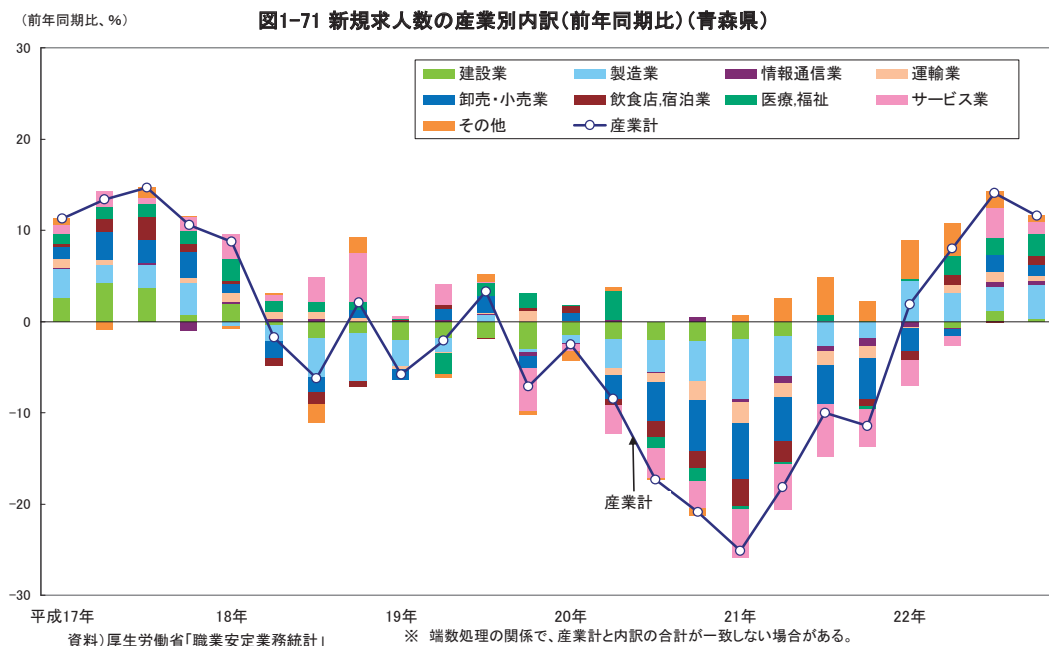
なお、新規求人数の増減の動向にサービス業の占める割合が大きくなっていますが、これはサービス業の中に労働者派遣業が含まれているためと考えられます。(図1-70)



一方、本県では、全産業の新規求人数は平成18年(2006年)4~6月期以降、増減を繰り返し、平成19年(2007年)10~12月期から減少基調となりました。その後、平成21年(2009年)1~3月期を境に減少率が縮小し、平成22年(2010年)1~3月期以降、プラスで推移しています。

産業別内訳でみると、平成18年(2006年)1~3月期までの増加基調時には建設業、卸売・小売業、製造業などが増加に寄与していましたが、平成19年(2007年)10~12月期からの減少基調時には、サービス業、卸売・小売業、製造業などがマイナスに寄与して推移しています。

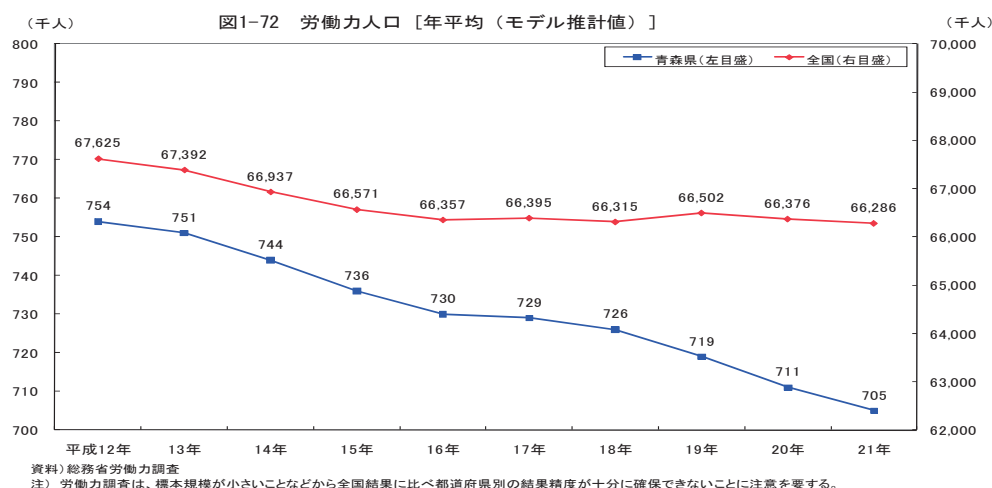
平成22年(2010年)1~3月期以降では、製造業を中心に、医療・福祉、サービス業、卸売・小売業などが増加に寄与して推移しており、平成22年(2010年)10~12月期には全産業でプラスとなるなど、全国と同様に、製造業において生産活動が活発になっていることや、高齢化の進展により福祉・介護サービス分野での求人が増加していること、消費の持ち直しにより消費関連の求人が回復していることがうかがわれます。(図1-71)



(2) 労働力人口・失業率の動向

① 労働力人口の推移

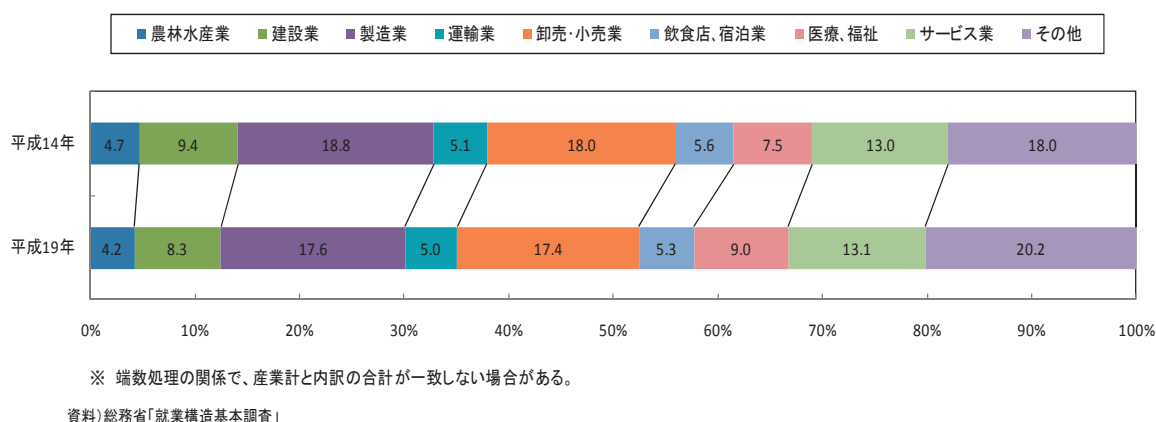
労働力人口の動向についてみると、全国、青森県とも減少傾向にあります。全国では減少幅は緩やかで平成16年(2004年)以降はほぼ横ばいで推移し、平成12～21年(2000～2009年)の期間において約2.0%の減少となっています。これに対し本県では、減少幅は全国より大きく、平成12～21年(2000～2009年)の期間で約6.5%の減少となっており、これは人口の減少や高齢化の進展の影響が全国に比べて大きいことによるものと考えられます。(図1-72)



② 有業者数の産業別内訳の状況

平成19年(2007年)の有業者数について産業別内訳をみると、全国では製造業(17.6%)の占める割合が最も高く、次いで卸売・小売業(17.4%)、サービス業(13.1%)などとなっており、平成14年(2002年)と比較すると、製造業、建設業、卸売・小売業などの割合が減少し、代わりに医療・福祉の割合が増加しています。これは高齢化の進展により福祉・介護サービス分野の需要が高まっていることによるものと考えられます。(図1-73)

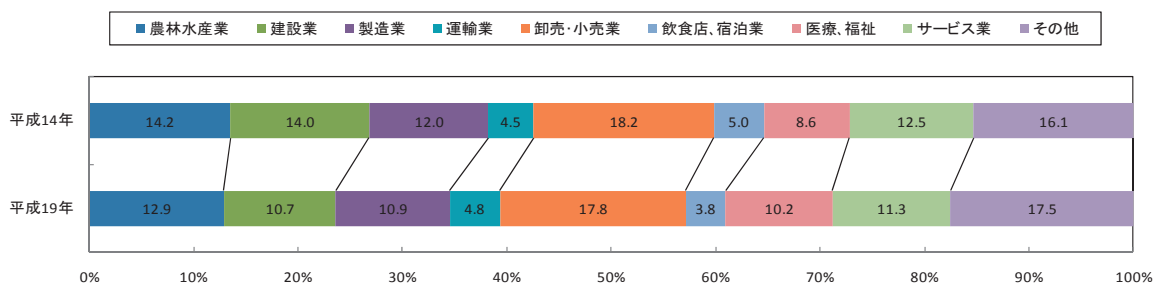
図1-73 有業者数の産業別内訳(全国)



一方、本県では、平成19年(2007年)において卸売・小売業(17.8%)の占める割合が最も高く、次いで農林水産業(12.9%)、サービス業(11.3%)、製造業(10.9%)、建設業(10.7%)、医療、福祉(10.2%)などとなっており、平成14年(2002年)と比較すると、建設業、農林水産業、製造

業などの割合が減少し、代わって医療・福祉の割合が増加しています。これは公共事業の減少等による建設業界の低迷や、高齢化の進展により農林水産業の従事者が減少する一方で、全国と同様に福祉・介護サービス分野の需要が高まっていることによるものと考えられます。(図1-74)

図1-74 有業者数の産業別内訳 (青森県)



※ 端数処理の関係で、産業計と内訳の合計が一致しない場合がある。

資料)総務省「就業構造基本調査」

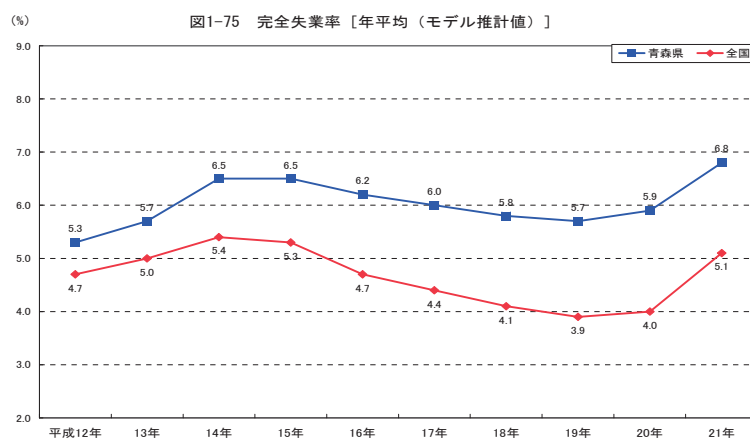
③ 完全失業率の推移

完全失業率 (年平均) についてみると、全国では平成14年(2002年)に5.4%まで上昇した後、平成19年(2007年)には3.9%まで低下しました。その後、平成20年(2008年)から再び上昇し平成21年(2009年)は前年を1.1ポイント上回る5.1%となり、特に29歳以下の若年層の失業者の増加や失業期間の長期化が問題となっています。

本県においても、平成14～15年(2002～2003年)に6.5%まで上昇した後、平成19年(2007年)には5.7%まで回復しましたが、平成20年(2008年)から再び上昇し平成21年(2009年)は前年を0.9ポイント上回る6.8%となりました。

この背景には、企業による新卒者の採用抑制に伴い未就職者が増加していることや、職探しを諦めていた人(労働力人口、失業者数ともにカウントされない)が経済情勢の回復により就職活動を再開(労働力人口、失業者数ともにカウントへ)していることに加え、従来の製造業や建設業中心から情報通信業や医療・福祉など専門性の高い業種へと求人がシフトしていることに伴う企業の求人業種と求職者の希望業種に隔たり(いわゆるミスマッチ)が生じていることなどがあげられます。

(図1-75)



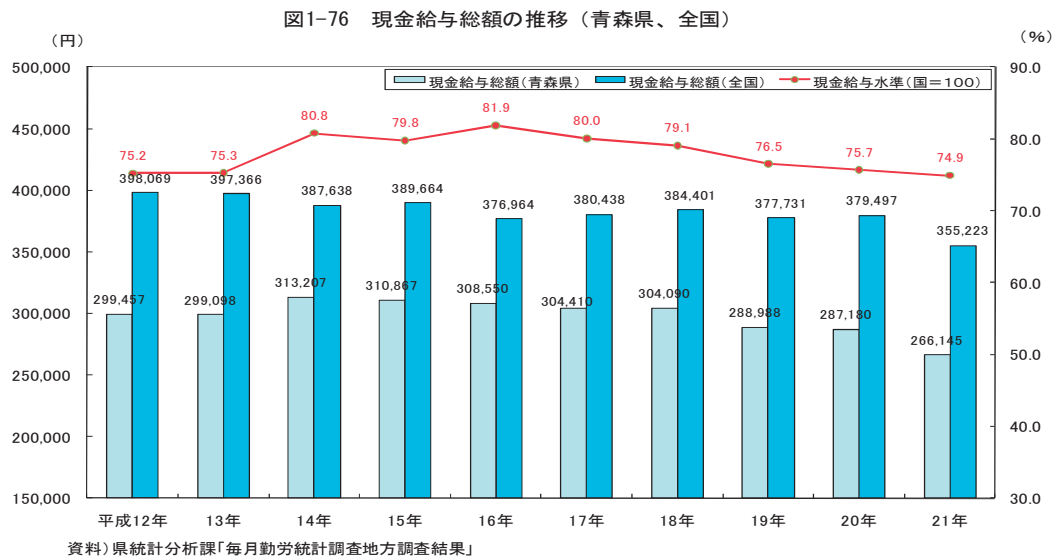
資料)総務省「労働力調査」
注)労働力調査は、標本規模が小さいことなどから全国結果に比べ都道府県別の結果精度が十分に確保できないことに注意を要する。

(3) 賃金・労働時間の動向

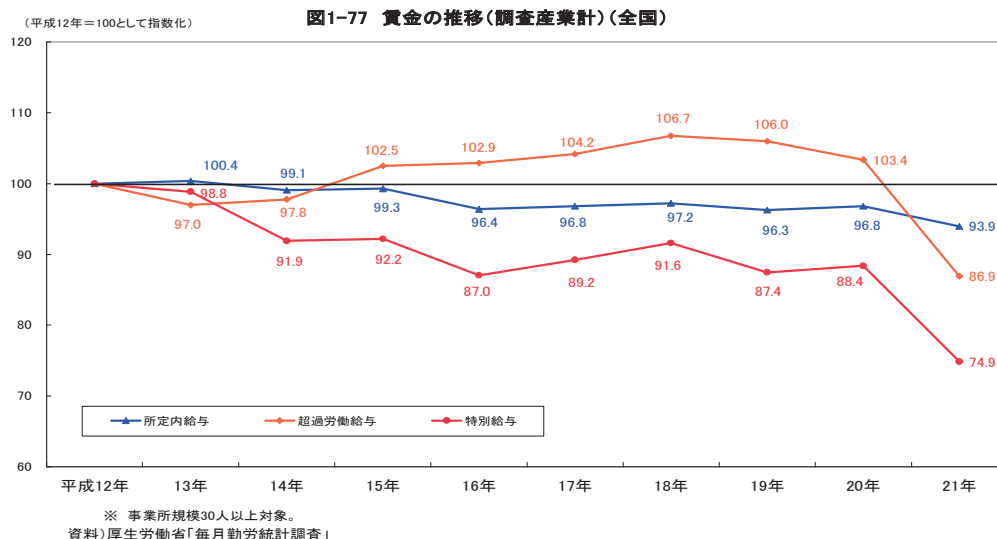
① 現金給与総額の推移

事業所規模30人以上の事業所で働いている雇用者の一人平均の現金給与総額（所定内給与、超過労働給与、特別給与の合計）は、全国では平成16年(2004年)まで減少傾向が続いた後、同水準で推移していましたが、経済情勢が急激に悪化した平成21年(2009年)に大きく落ち込みました。

一方、本県は平成14年(2002年)まで増加傾向が続いた後、平成18年(2006年)までほぼ同水準で推移していましたが、景気後退期に入った平成19年(2007年)から全国に先駆けて減少傾向となり、平成21年(2009年)には266,145円と全国との格差も拡大しています。（図1-76）

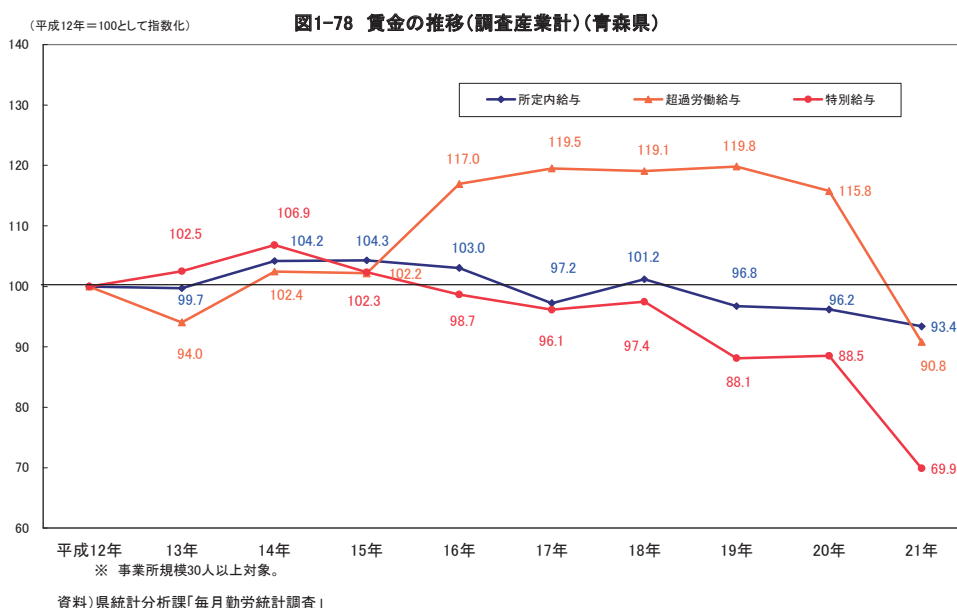


次に、賃金の動向について、平成12年(2000年)の所定内給与、超過労働給与、特別給与を100とした指数で推移をみると、全国では平成18年(2006年)までは所定内給与及び特別給与が低下傾向にあったのに対し、超過労働給与は増加していました。その後、景気後退期に入った平成19年(2007年)以降は超過労働給与も減少し、経済情勢が急激に悪化した平成21年(2009年)においては超過労働給与及び特別給与が大きく落ち込んでいます。（図1-77）



一方、本県では、平成 14～15 年(2002～2003 年)以降、所定内給与、特別給与とも減少傾向にあったのに対し、超過労働給与は高い水準で推移していました。その後、景気後退期に入った平成 19 年(2007 年)以降は超過労働給与も減少し、平成 21 年(2009 年)においては全国と同様に超過労働給与及び特別給与が大きく落ち込んでいます。

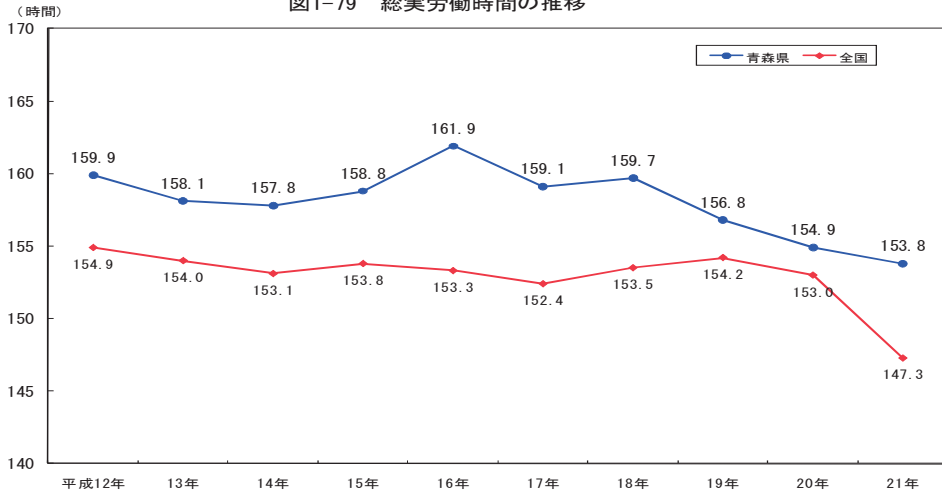
その要因として全国、本県とも、平成 18 年(2006 年)までは景気回復期にあったものの、賃金の低い派遣労働者やパート労働者の増加により所定内給与や特別給与が減少する一方で、超過労働時間の増加により超過労働給与が増加していました。景気後退期に入った平成 19 年(2007 年)以降は、賃金の低い派遣労働者やパート労働者の解雇により所定内給与額の落ち込み幅は小さいものの、生産活動の停滞による超過労働時間の大幅な減少により超過労働給与が減少し、企業収益の急激な悪化により特別給与の減少幅も大きくなっていることが考えられます。(図 1-78)



② 総実労働時間の推移

事業所規模 30 人以上の事業所で働いている雇用者一人当たりの総実労働時間は、全国、本県とも、国の労働時間短縮に向けた取組により、長期的には減少傾向が続いています。平成 14 年(2002 年)から平成 18 年(2006 年)までの景気回復期にはやや伸びる動きもみられましたが、それ以降の景気後退期では再び減少している状況にあります。その後、経済情勢が急激に悪化した平成 21 年(2009 年)には全国、本県ともに総実労働時間は大きく減少していますが、本県の減少幅は全国と比較して小さいものになっています。これは、全国では製造業における超過労働時間の大幅な減少によるものですが、本県では製造業の集積が少ない分、影響も小さくなっているものと考えられます。(図 1-79)

図1-79 総実労働時間の推移



3 消費の動向

ここからは、消費者物価指数や家計調査など消費関連の統計についてみていきますが、観光に伴う消費も大きく、本県の消費動向に直接・間接的に影響を及ぼすと考えられることから、観光関係の宿泊旅行統計調査等についても分析・解説します。

(1) 消費者物価の動向

消費者物価指数は、消費者が平均的に購入する商品やサービスを基準年(平成17年(2005年))を100として指数化し、物価がどのように変化しているかをみたものです。市場の需要と供給の関係を反映して、経済活動が活発になると上昇率が高まり、停滞すると上昇率が低下する傾向があることから、「経済の体温計」とも呼ばれています。

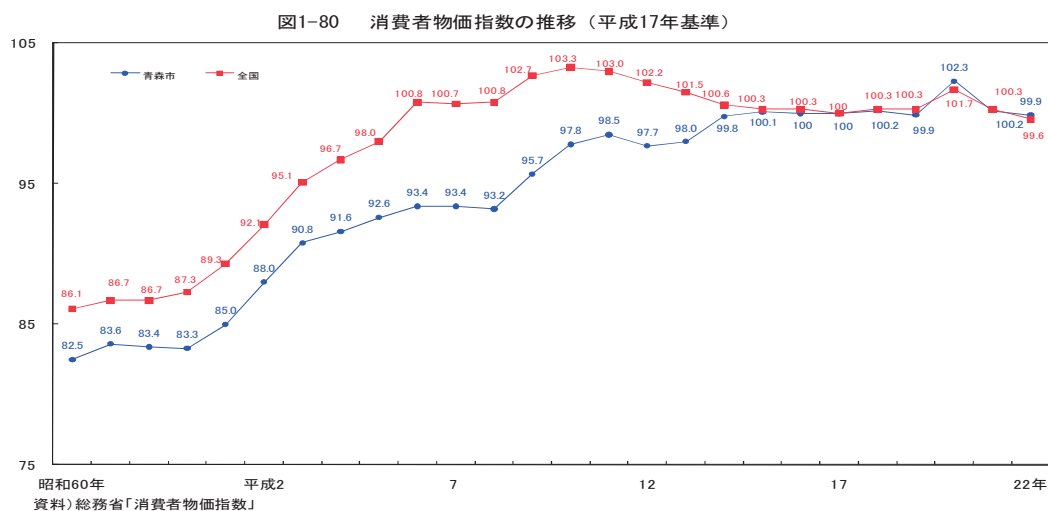
生鮮食品は天候などの要因によって価格が大幅に変動するため、生鮮食品を除いた指数を使う場合や、税制の変更や原油等のエネルギー価格変動の影響を除いた指数でみることもあります。

① 消費者物価指数(総合指数)の推移

青森市の総合指数(平成17年(2005年)を100とする)は、昭和60年(1985年)以降上昇傾向で推移してきましたが、平成15年(2003年)から横ばい傾向となりました。平成20年(2008年)には前年から2.4ポイント上昇の102.3となりましたが、平成21年(2009年)以降は連続して下落し、平成22年(2010年)は99.9となっています。

全国の総合指数は、平成10年(1998年)の103.3をピークに下落し、その後横ばいで推移してきましたが、平成20年(2008年)は青森市同様に前年を1.4ポイント上回り101.7となりました。続く平成21年(2009年)以降再び下落し、平成22年(2010年)は99.6となっています。

青森市の消費者物価指数(総合指数)は、平成21年(2009年)に全国値を0.6ポイント、平成22年(2010年)に全国値を0.3ポイント上回った以外は、全国値を下回って推移しています。(図1-80)



② 平成22年(2010年)の消費者物価指数(総合指数)

青森市の総合指数の前年比が0.3%の下落となった内訳を費目別に寄与度で見ると、教育(寄与度マイナス0.66)などが下落の要因となっています。全国の総合指数は前年比で0.7%の下落となっており、その内訳を寄与度で見ると青森市と同様に、教育(寄与度マイナス0.36)などが下落の要因となっています。これは、平成22年(2010年)4月に、公立高校の授業料無償化等が開始されたことによるものです。(表1-3)

表1-3 10大費目指数の動向(対前年増減率・寄与度)

		総合	食料	住居	光熱・水道	家具・家事用品	被服及び履物	保健医療	交通・通信	教育	教養・娯楽	諸雑費
青森市	指数	99.9	103.4	98.1	108.4	91.1	101.5	97.9	99.3	80.2	92.6	103.1
	前年比(%)	▲0.3	0.3	▲0.5	2.6	▲4.9	3.2	▲0.1	0.7	▲21.4	▲1.2	1.5
	寄与度	▲0.30	0.09	▲0.10	0.27	▲0.14	0.13	▲0.00	0.08	▲0.66	▲0.11	0.08
全国	指数	99.6	103.3	99.4	105.9	89.6	99.8	98.8	98.4	93.1	92.7	103.0
	前年比(%)	▲0.7	▲0.3	▲0.4	▲0.2	▲4.6	▲1.2	▲0.5	1.0	▲9.6	▲1.7	1.3
	寄与度	▲0.70	▲0.08	▲0.08	▲0.01	▲0.15	▲0.06	▲0.02	0.14	▲0.36	▲0.18	0.08

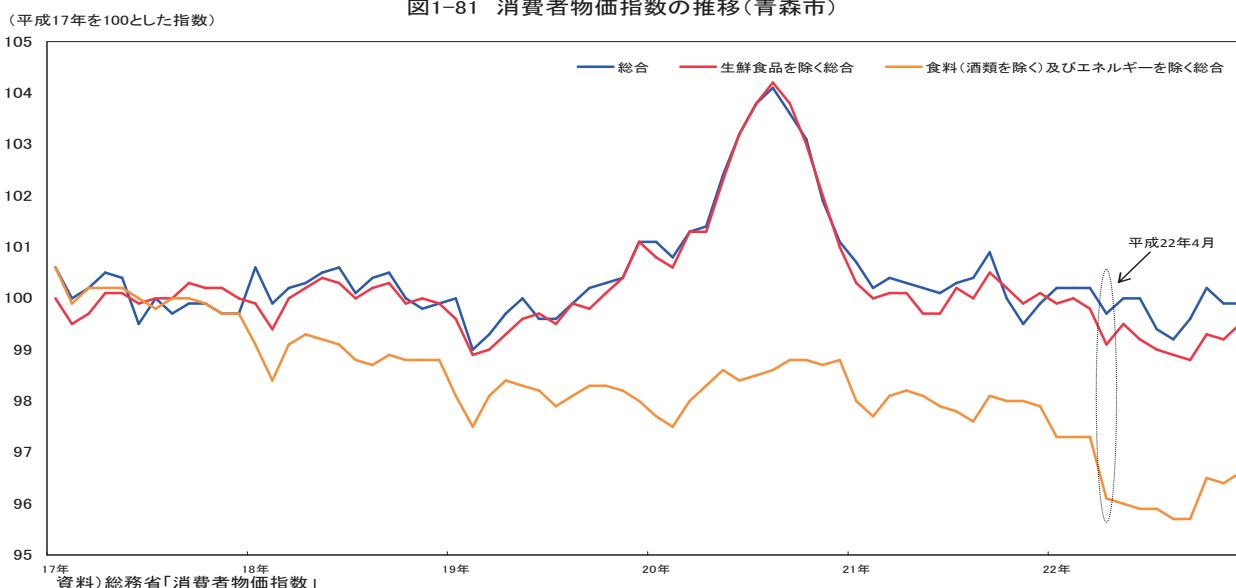
資料)総務省「消費者物価指数」

③ 青森市の消費者物価指数の推移

青森市の消費者物価指数の推移について、総合指数、生鮮食品を除く総合、食料及びエネルギーを除く総合指数でみてみると、食料及びエネルギーを除く総合指数は、平成17年(2005年)以降下落傾向にあります。総合指数、生鮮食品を除く総合指数は、エネルギー価格の影響を受けて平成19年(2007年)半ばから上昇し始め、その後平成20年(2008年)8月にかけて大きく上昇しています。平成20年(2008年)9月以降は急激に下落し、平成21年(2009年)2月には平成19年(2007年)前半と同水準となりました。

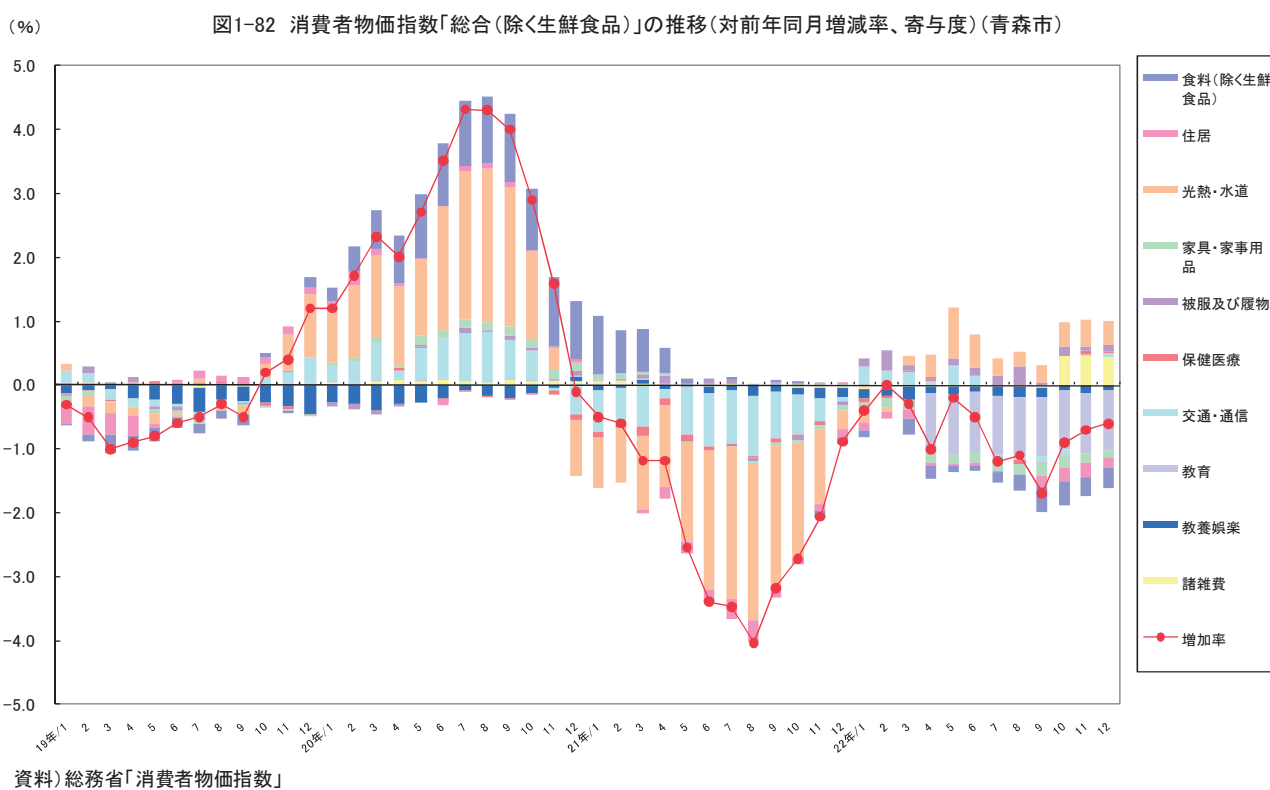
平成22年(2010年)4月には、前述の公立高校の授業料無償化等による影響を受けて指数が落ち込み、その後も下落傾向が続いていましたが、平成22年(2010年)10月以降、たばこが値上がりしたことや生鮮野菜が高値になったことにより上昇傾向を示しているものの、依然として100を下回る状況が続いています。(図1-81)

図1-81 消費者物価指数の推移(青森市)



生鮮食品を除く総合指数について、増減率(対前年同月)及び費目別の寄与度をみると、平成 19 年(2007 年)10 月から平成 20 年(2008 年)11 月にかけて増減率はプラスで推移しており、増減率の上昇には、光熱・水道、交通・通信、食料(生鮮食品を除く)などの費目が寄与しています。これは、世界的な原油価格の高騰や穀物価格の高騰による影響を受けて、灯油やガソリン、穀物、油脂等の価格が上昇したことによるもので、その後の原油価格、穀物価格の下落に伴い、交通・通信は平成 21 年(2009 年)12 月まで、光熱・水道は平成 22 年(2010 年)2 月まで増減率の低下に寄与しました。

平成 22 年(2010 年)をみると、4 月以降は教育が指数の下落に大きく寄与しているほか、消費者の低価格志向を受けて日用品や食品などの価格が下落傾向にあることから、家具・家事用品、食料(生鮮食品を除く)が低下に寄与しています。なお、平成 22 年(2010 年)10 月以降、諸雑費が上昇に寄与しているのは、たばこの値上がりによるものです。(図 1-82)



国は、平成 21 年(2009 年)11 月の月例経済報告において、「物価の動向を総合してみると、緩やかなデフレ状況にある。」との基調判断を示していますが、消費者物価指数(総合指数)の推移をみても、全国、青森市ともに平成 21 年(2009 年)、平成 22 年(2010 年)と連続して下落するなど、デフレの影響がうかがえます。

(2) 家計消費の動向

個人消費は実質国内総支出の約6割を占めることから、景気動向にも大きな影響を及ぼしています。その個人消費の需要動向について、ここでは家計調査結果からみていきます。家計調査は全国の世帯の収入や支出、貯蓄・負債を調査しているもので、国民生活の実態とその変化を家計面から把握することができます。

① 勤労者世帯(※)の実収入の推移

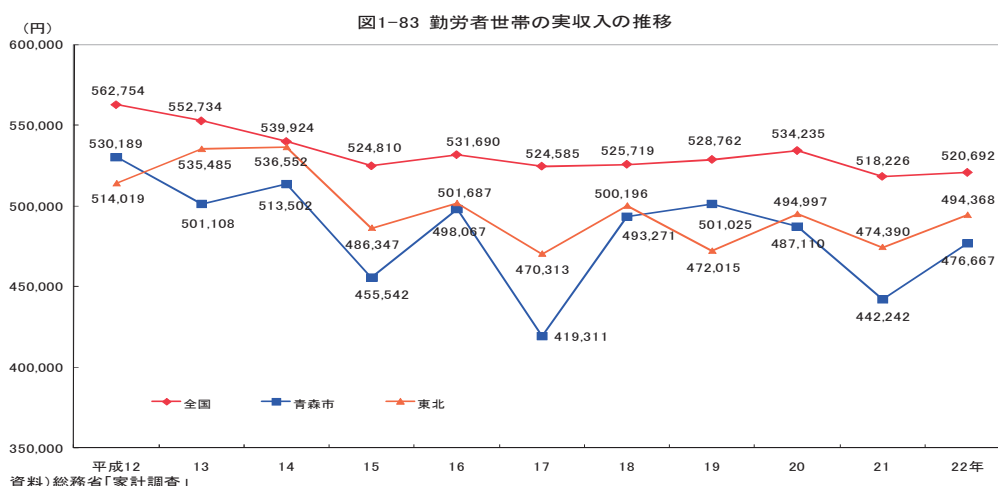
青森市の勤労者世帯の1ヶ月の実収入(年平均)は、近年、増減を繰り返しながら推移していますが、平成22年(2010年)は前年を3万4,425円上回る47万6,667円となりました。

全国は近年、横ばい傾向で推移しており、平成21年(2009年)は前年を下回ったものの、平成22年(2010年)は前年を2,466円上回る52万692円となっています。

東北の実収入の推移をみると、平成14年(2002年)から平成18年(2006年)まで青森市と同様の動きで増減を繰り返していましたが、平成19年(2007年)に前年を下回った後、平成20年(2008年)に増加に転じました。平成21年(2009年)以降は再び青森市と同様の動きとなっており、平成22年(2010年)は前年を1万9,978円上回る49万4,368円となりました。なお、全国との比較では、青森市、東北とも全国を下回って推移しています。

平成14年(2002年)から平成20年(2008年)にかけての景気回復期(全国)は69か月間続き戦後最長となりましたが、その一方では、景気回復の実感を得られ難かったともいわれています。家計調査における実収入の推移からみると、全国、青森市、東北とも長期的には減少傾向で推移しており、企業部門の好調さが雇用や賃金の増加などの形で家計部門に波及し難くなっている状況を示しているといえます。(図1-83)

勤労者世帯(※)「二人以上の世帯のうち勤労者世帯」をいう。

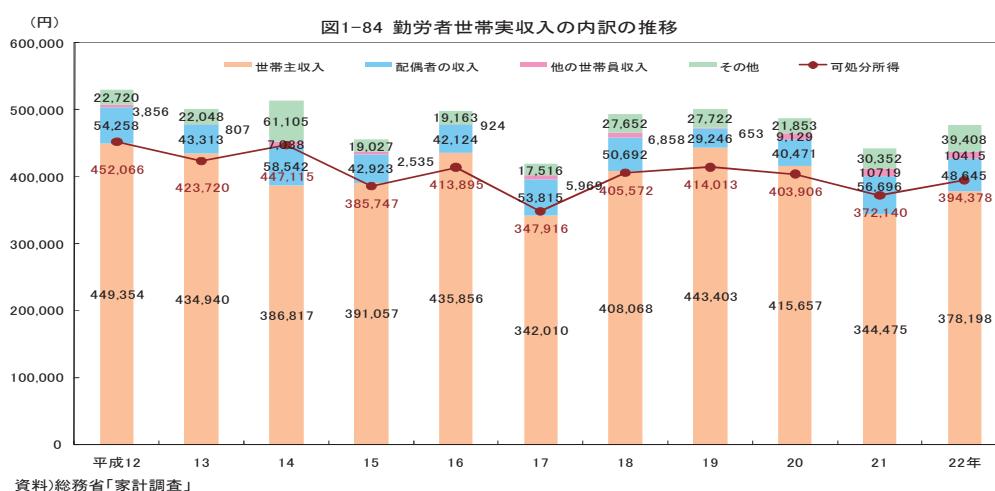


② 勤労者世帯実収入の内訳の推移

青森市の勤労者世帯の実収入について内訳をみると、世帯主収入は平成20年(2008年)以降減少が続いていましたが、平成22年(2010年)は前年より3万3,723円増加し37万8,198円となりました。一方、配偶者の収入は、4万8,645円となり前年から8,051円減少しています。

実収入全体に占める世帯主収入の割合は、平成12年(2000年)以降は概ね8割程度の水準にあり、平成22年(2010年)は配偶者の収入が減少したことなどから、前年より1.4ポイント上昇の79.3%となりました。

可処分所得(実収入から直接税、社会保険料などの非消費支出を差し引いた額)の推移をみると、実収入の増減に伴って上下しながら推移しており、平成22年(2010年)は前年より2万2,238円増加の39万4,378円となりました。(図1-84)



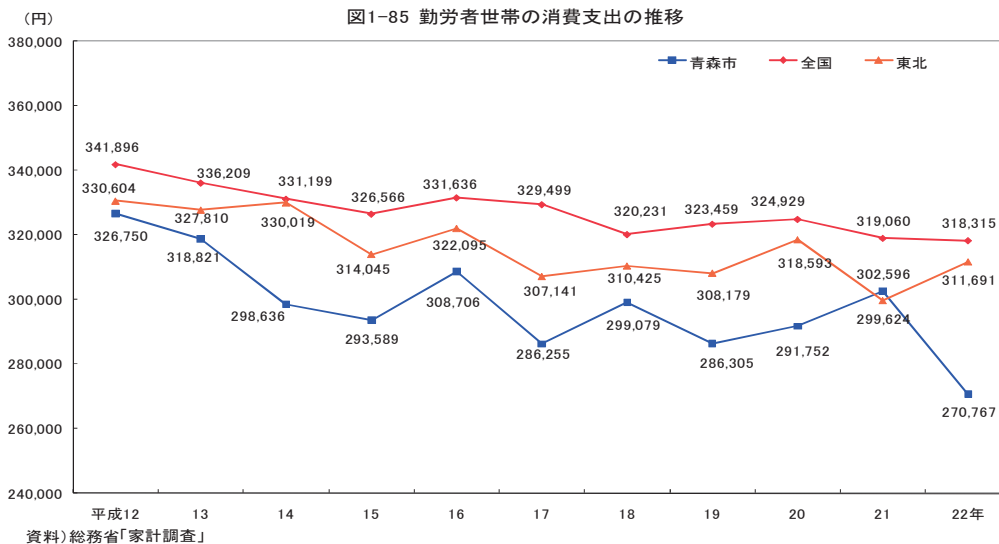
③ 勤労者世帯の消費支出の推移

青森市の勤労者世帯の1ヶ月の消費支出(年平均)は、平成16年(2004年)から19年(2007年)にかけて増減を繰り返して推移した後、平成20年(2008年)以降2年連続で増加しましたが、平成22年(2010年)は前年より3万1,829円減少し27万767円となりました。

全国では平成12年(2000年)以降減少傾向にあり、近年は横ばいで推移しています。平成22年(2010年)は31万8,315円と前年を745円下回りました。

東北の消費支出は、平成15年(2003年)以降青森市と同様の動きで推移していましたが、平成21年(2009年)は前年から減少し青森市の消費支出を下回りました。平成22年(2010年)は増加に転じ、前年より1万2,067円増加の31万1,691円となりました。

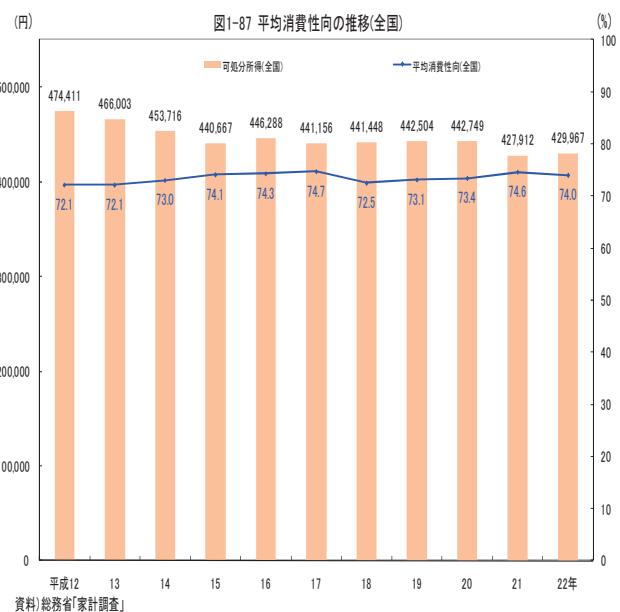
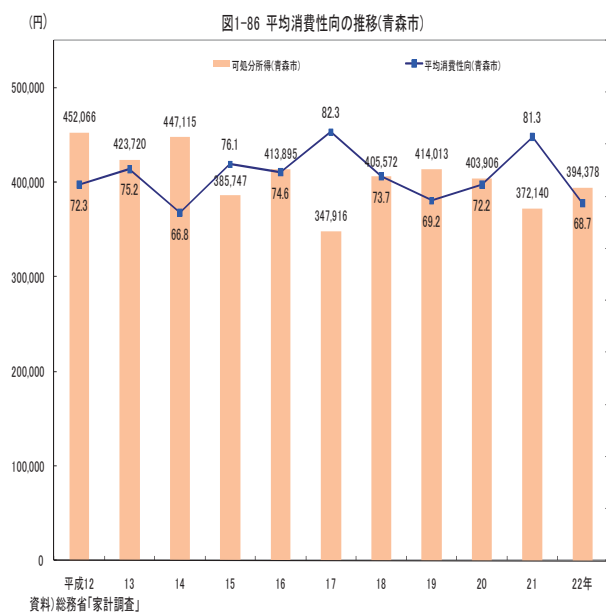
青森市の消費支出は、全国との比較では平成12年(2000年)以降全国平均の概ね9割程度の水準にありましたが、平成22年(2010年)は全国平均の85.1%の水準となり、平成21年(2009年)の94.8%と比べて9.7ポイント減少しました。(図1-85)



青森市の平均消費性向(可処分所得に対する消費支出の割合)は、可処分所得の増減に連動した上下動を繰り返しており、平成22年(2010年)は68.7%と前年から12.6ポイント減少しました。(図1-86)

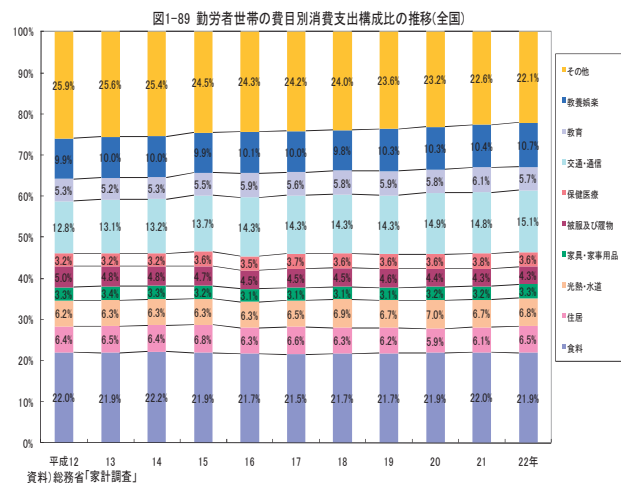
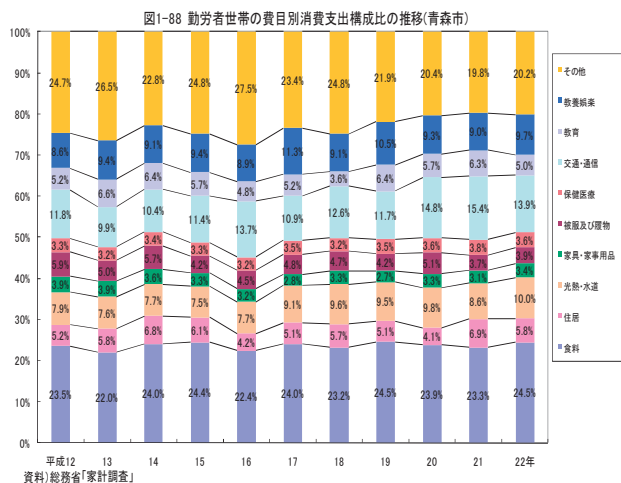
全国の傾向をみると、可処分所得は平成12年(2000年)から15年(2003年)にかけて減少傾向となり、以降横ばいで推移していますが、平成22年(2010年)は前年から2,055円増加し42万9,967円となりました。また、平均消費性向は平成12年(2000年)以降ほぼ横ばいとなっており、平成22年(2010年)は前年から0.6ポイント減少し74.0となりました。(図1-87)

一般的に、平均消費性向は可処分所得の減少幅ほど増加しない傾向があるといわれます。消費者は景気後退期に入り所得が減少しても、これまでの生活を簡単には変えられないことから、貯金の取り崩しなどで当面消費を維持することがその背景となっており、景気後退期でも個人消費は落ち込み難いことから、景気の下支えをすることにもなります。

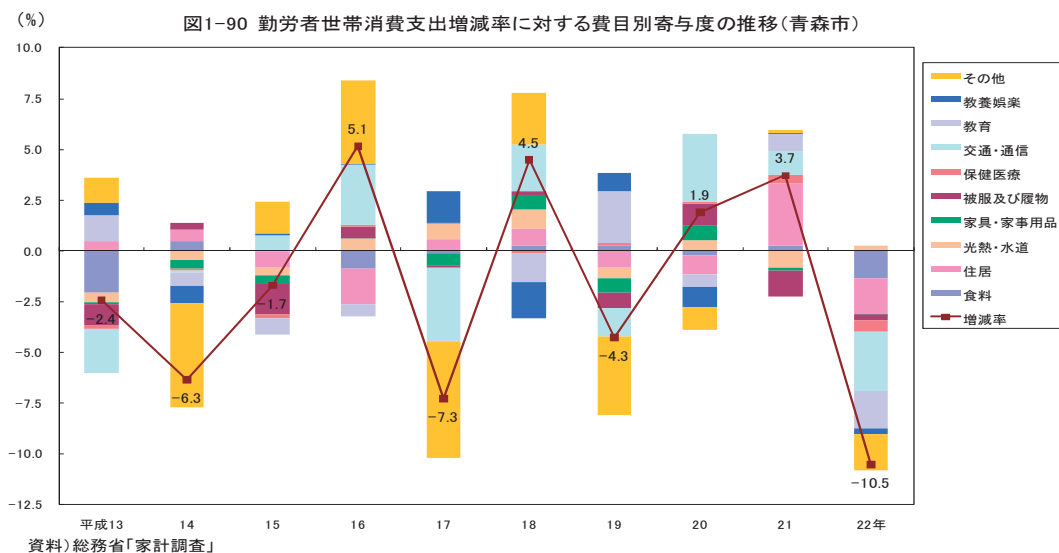


青森市の勤労者世帯の消費支出について費目別に構成比をみると、食料費の占める割合(エンゲル係数)が最も高く、次いで交通・通信費となっています。エンゲル係数は平成20年(2008年)、21年(2009年)と2年連続で低下した後、平成22年(2010年)は増加した一方、交通・通信費は減少となりました。また、近年では水道・光熱費の占める割合が増加傾向にあります。(図1-88)

全国の消費支出の費目別構成比をみると、構成比はあまり変動がなく平成19年(2007年)以降ほぼ横ばいで推移し、平成22年(2010年)のエンゲル係数は21.9%となっています。なお、青森市と全国のエンゲル係数をみても、全国は青森市よりも低く推移する傾向にあります。(図1-89)



平成22年(2010年)の青森市の勤労者世帯消費支出の対前年増減率は10.5%のマイナスとなっており、これを費目別寄与度でみると、高熱・水道費が上昇に寄与している一方、教育費、住居費、食料費、その他費用などが低下に寄与しています。(図1-90)



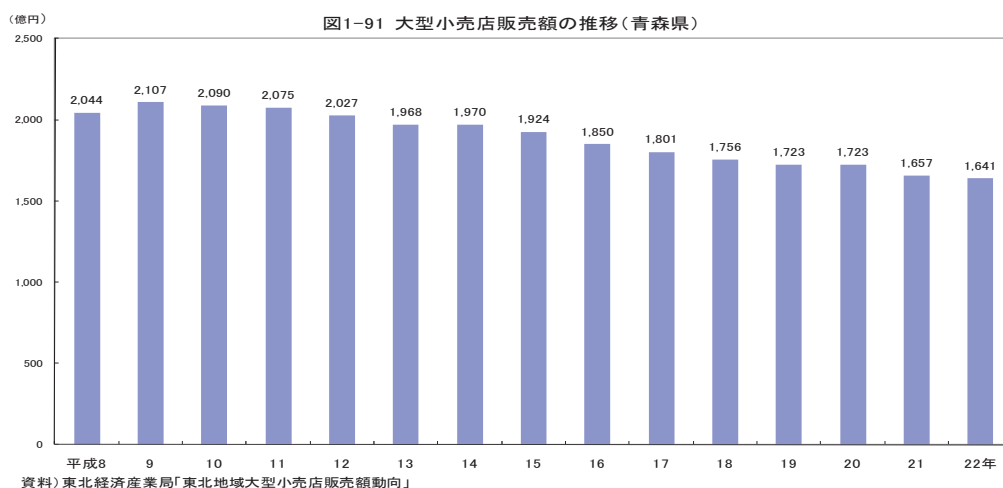
(3) 大型小売店販売額の動向

① 大型小売店販売額の推移

個人消費の動向について、東北経済産業局が発表する「東北地域大型小売店販売額動向」からみていきます。なお、大型小売店とは、従業員 50 人以上で売場面積が 1,500 m²以上の商店をいいます。

販売額は、全店舗(調査対象となる全商店)・既存店(当月と前年同月も調査の対象となっていた商店)別、商品別(衣料品、身の回り品、飲食料品、家具・家電・家庭用品、その他の商品、食堂・喫茶)などに公表されています。全店舗ベースでは消費の全体的な量感を把握することができ、既存店ベースでは、新規開店や廃業した商店の販売額を除く同一条件下での商品の販売状況を比較することができます。以下、全店舗ベースのデータで動向をみていきます。

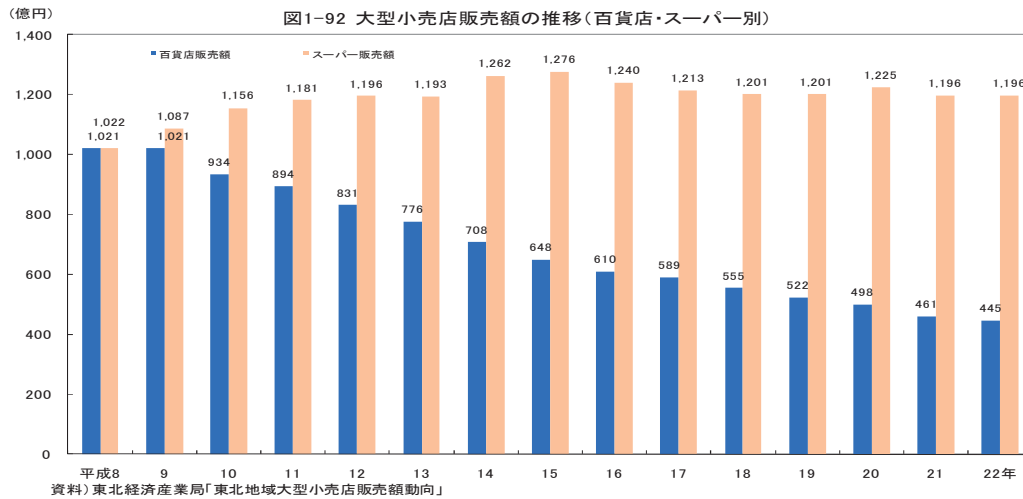
本県の大型小売店販売額は、平成 10 年(1998 年)以降ゆるやかな減少傾向で推移しており、平成 22 年(2010 年)は、前年を 1.0%下回る 1,641 億 3,300 万円となっています。(図 1-91)



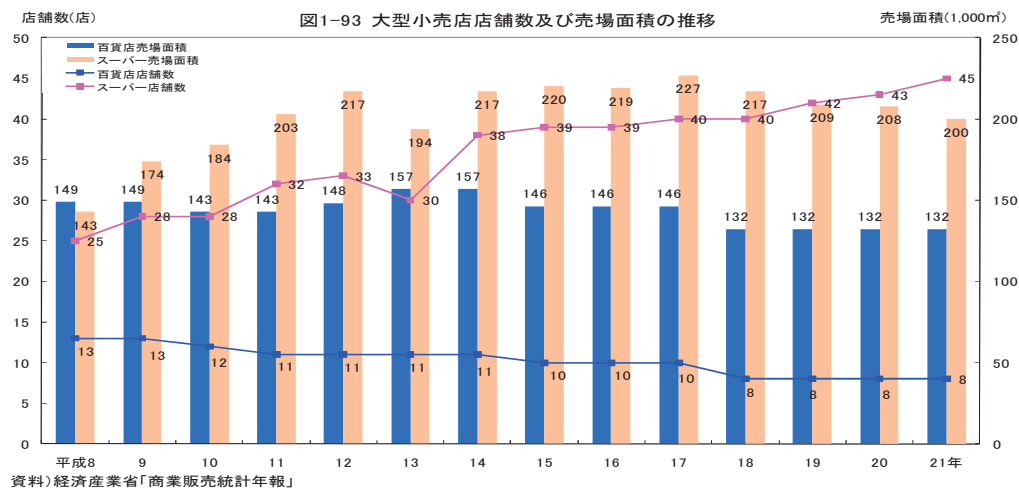
② 業態別販売額の推移

本県の大型小売店販売額について業態別にみると、スーパーの販売額は平成 8 年(1996 年)に百貨店の販売額を上回った後も増加を続け、平成 15 年(2003 年)は 1,276 億 1,800 万円となりました。その後横ばいの状態が続いており、平成 22 年(2010 年)は前年とほぼ同水準の 1,195 億 9,600 万円となりました。一方、百貨店の販売額は平成 9 年(1997 年)以降連続して前年の販売額を下回って推移しており、平成 22 年(2010 年)は 445 億 3,800 万円となりました。

スーパーとの比較でみると、百貨店の販売額は平成 16 年(2004 年)にスーパーの販売額の 50%を下回った以降も減少を続け、平成 22 年(2010 年)はスーパーの販売額の 37.2%となっています。(図 1-92)



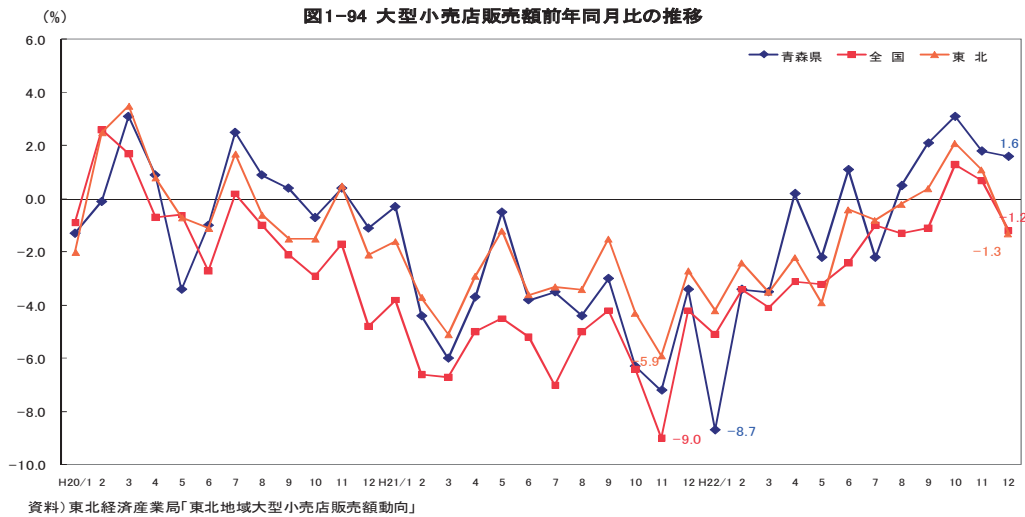
業態別に店舗数及び売場面積をみると、スーパーは店舗数が増加していますが、売場面積は平成18年(2006年)以降減少が続いています。百貨店は、店舗数、売場面積いずれも近年横ばいで推移しています。なお、売場面積は、スーパーが百貨店を上回る状況が続いていますが、近年はスーパーの売り場面積の減少に伴い、その差が縮小する傾向にあります。(図1-93)



③ 対前年同月増減率の動き

平成20年(2008年)1月以降の大型小売店販売額について対前年同月増減率をみると、平成20年(2008年)の前半には、原油高や穀物市場の高騰などを背景に、全国、東北、本県ともに一時消費が落ち込む傾向がみられたものの、年なかばにはやや改善方向に推移しました。しかしながら、世界金融危機を発端とする世界不況の影響から消費が低迷し、平成21年(2009年)後半にかけて前年同月を下回って推移する状況となりました。

平成21年(2009年)12月からは持ち直しの動きが続いており、本県では平成22年(2010年)8月以降5ヶ月連続で前年同月比プラスとなっています。また、東北においては平成22年(2010年)9月に、全国においては平成22年(2010年)10月に前年同月比でプラスとなりましたが、平成22年(2010年)12月には再びマイナスに転じています。(図1-94)



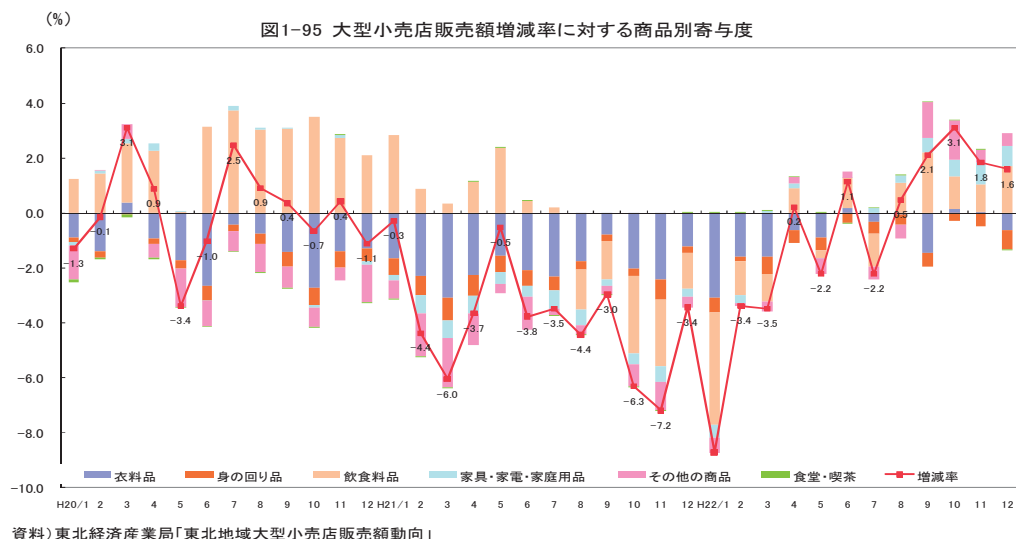
④ 商品別販売額の動向

本県の大型小売店販売額の対前年増減率について商品別に寄与度をみると、衣料品の販売額の不振が続いているものの、平成21年(2009年)8月以降、より低額な商品の購入や購入数量自体を抑えたことなどからマイナスに寄与していた飲食料品が、平成22年(2010年)8月以降は前年の反動もありプラスに寄与しています。

また、家具・家電・家庭用品の分野では、平成21年(2009年)5月15日から実施されたグリーン家電普及促進事業によるエコポイント制度の実施や猛暑の影響により、「エアコン」、「冷蔵庫」、「地上デジタル放送対応テレビ」の販売が好調であるほか、平成22年(2010年)12月以降に付与されるエコポイントが半減することに伴う駆け込み需要から、平成22年(2010年)7月以降プラスに寄与しています。

その他、タバコの増税に伴う駆け込み需要により、その他の商品も平成22年(2010年)9月以降プラスの寄与となりました。

平成22年(2010年)の大型小売店の販売動向をみると、政策効果に支えられた販売額の増加がみられ、売上額は前年と比べてほぼ同水準となりました。(図1-95)



(4) 乗用車新車登録・届出台数

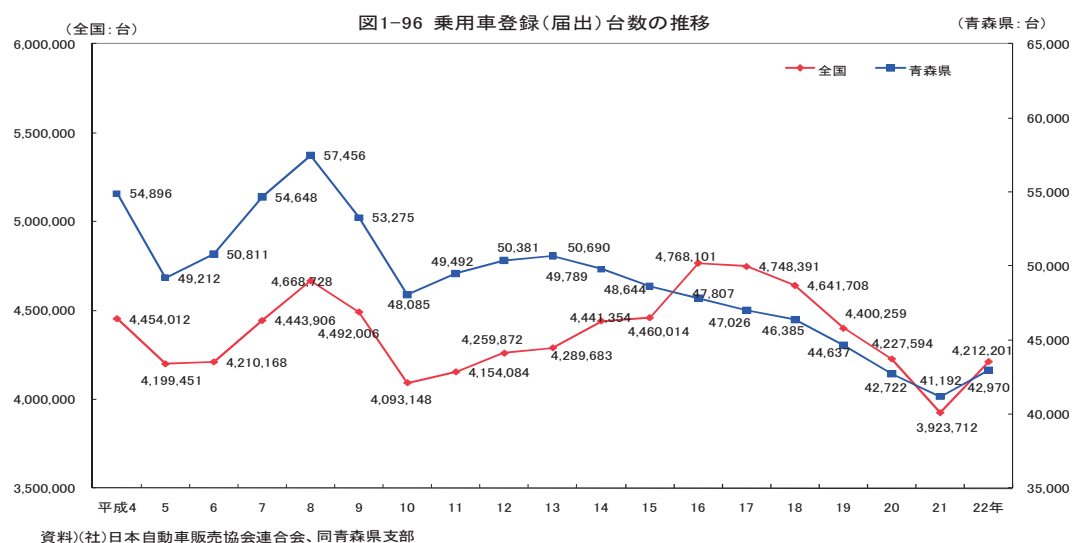
① 乗用車新車登録・届出台数の推移

耐久消費財の販売動向について、乗用車（新車）の購入により運輸支局及び軽自動車検査協会に登録された台数からみていきます。乗用車は、家計においては住宅に次ぐ出費となり、一般的に景気が上向くと販売台数も上昇するといわれています。また、自動車の生産は、エアコン、ガラス、電子機器などの多くの機器、部品を必要とすることから、他の製造業の生産動向との関連が深く、今後の景気の先行きを判断する景気動向指数の先行指数としても採用されています。

全国の登録台数は、平成9年(1997年)4月の消費税率の引き上げに伴う需要増の反動で、平成10年(1998年)には4,093,148台と大きく登録台数が減少し、その後、平成16年(2004年)にかけて上昇傾向で推移しましたが、平成18年(2006年)以降減少傾向となっています。

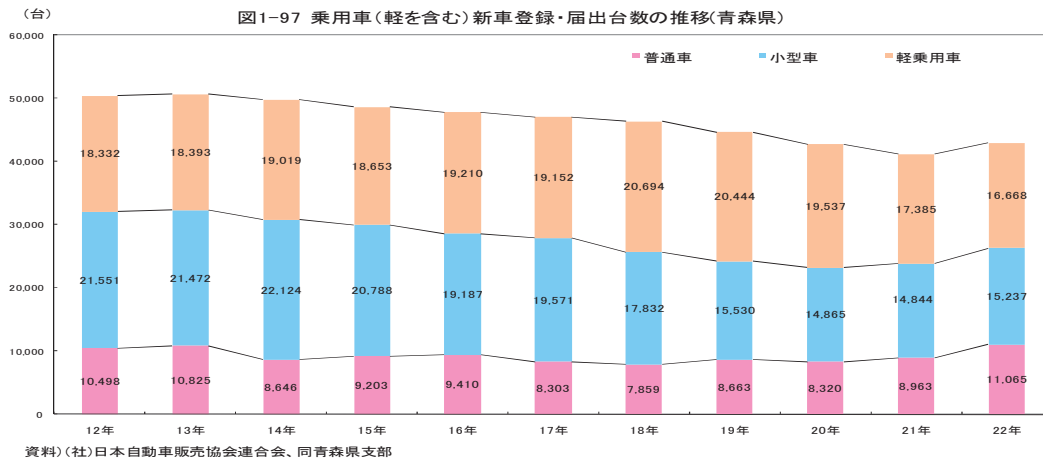
平成21年度(2009年度)途中から実施されたエコカー補助金やエコカー減税といった景気刺激策により、平成22年(2010年)の登録(届出)台数は4,212,201台と前年に比べ7.4%の増加となりました。

本県の登録(届出)台数は、平成14年(2002年)以降減少が続いていましたが、前述の経済対策の効果により、平成22年(2010年)は42,970台となり、前年に比べ4.3%の増加となりました。(図1-96)



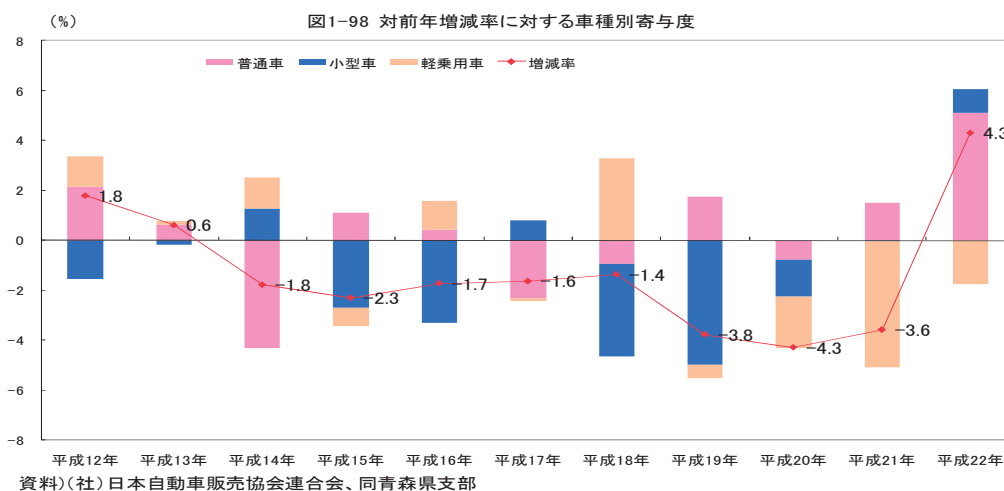
② 車種別にみた乗用車登録台数の推移

本県の登録(届出)台数を車種別にみると、平成12年(2000年)には、小型車が全体の42.8%を占めていましたが、平成22年(2010年)の登録(届出)車に占める小型車の割合は35.5%となり減少してきています。小型車に代わって割合が増えてきたのが軽乗用車で、平成16年(2004年)から平成21年(2009年)まで、4割を越えて推移していましたが、平成22年(2010年)は38.8%と4割を下回っています。普通車は、平成22年(2010年)は全体の25.8%に当たる11,065台となり、平成12年(2000年)以降では最も高い割合となっています。(図1-97)



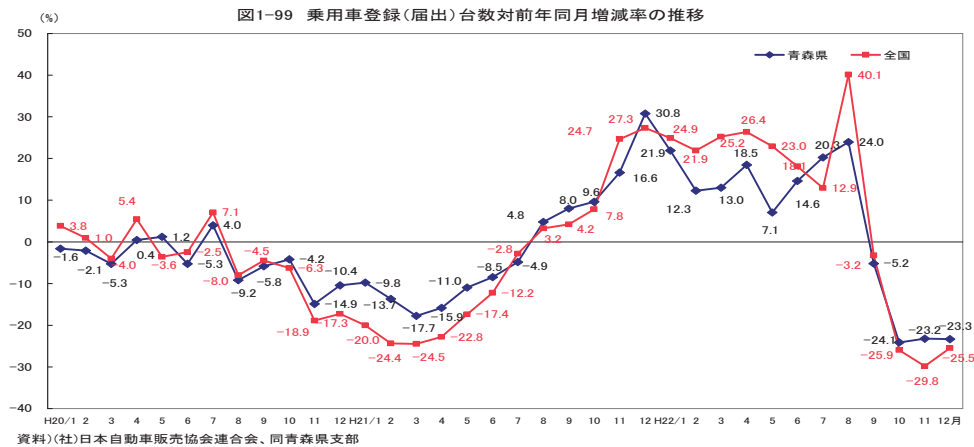
対前年増減率に対する車種別寄与度をみると、軽乗用車は平成18年(2006年)までは、増加に寄与する傾向で推移してきましたが、平成19年(2007年)以降は下落に寄与しています。

一方、小型車は、平成12年(2000年)以降低下に寄与して推移する傾向にありましたが、平成22年(2010年)は5年ぶりに上昇に寄与するとともに、普通車も平成21年(2009年)に続いて平成22年(2010年)は大きく上昇に寄与しています。(図1-98)

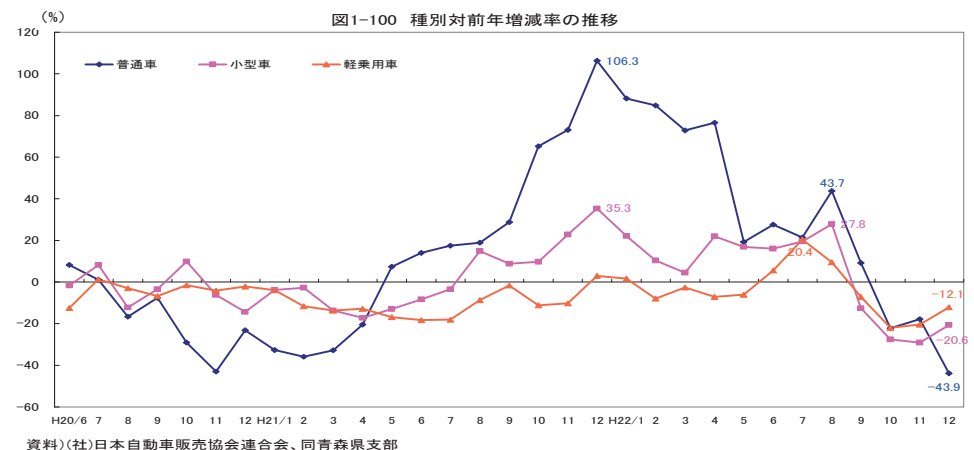


③ 乗用車登録・届出台数の直近の動向

乗用車登録(届出)台数について、前年同月増減率で最近の動きをみてみると、全国、本県ともにほぼ同様の動きとなっています。平成20年(2008年)8月にマイナスとなった後、景気悪化に伴う消費低迷などを背景に、前年を大きく下回って推移し、全国、本県ともに平成21年(2009年)3月にそれぞれ対前年同月比マイナス24.5%、マイナス17.7%まで落ち込みました。その後、エコカー補助金等の経済対策の実施により平成21年(2009年)8月に対前年比でプラスとなり、その後は前年を大きく上回って推移しました。補助制度終了直前の平成22年(2010年)8月は、駆け込み需要により本県においても前年同月比24.0%の伸びを示しましたが、補助制度が終了した平成22年(2010年)9月には本県、全国ともにマイナスとなり、10月以降は前年を大きく下回っています。(図1-99)



車種別に増減率をみると、一般に、景気低迷期には、普通車から小型車へ、小型車から軽乗用車へと登録台数がシフトする傾向にあるといわれていますが、軽乗用車に比べ、普通車、小型車が顕著な伸びを示しています。これは、前述の補助制度や減税効果、また、普通・小型車でも低燃費の車種が出てきたことなどにより、消費者が普通車、小型車を選択する傾向が強まったものと考えられます。特に、エコカー補助金の影響は大きく、制度終了に伴い平成22年(2010年)9月に小型車、軽乗用車がマイナスに転じたのに次いで、10月には普通車もマイナスとなり、12月にはマイナス43.9%と大きく減少しています。(図1-100)



今後、ますます需要が伸びていくと期待されている低公害車（電気、メタノール、CNG(圧縮天然ガス)、ハイブリッド車、ハイブリッド車を除く低燃費かつ低排出ガス認定車)の普及状況を平成21年度(2009年度)までの推移で見ると、全国、東北、本県とも年々普及率は向上しています。

平成21年度(2009年度)末の全国の普及率は43.8%となっていますが、本県の普及率は32.6%と東北では最も低い水準にとどまっています。(表1-4)

表1-4 低公害車普及状況の推移

(単位: %)

	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	東北	全国
平成18年度	19.7	22.4	27.8	25.3	27.4	25.1	25.0	29.2
平成19年度	23.7	26.7	32.9	30.1	32.4	29.9	29.7	34.0
平成20年度	27.6	30.9	37.6	34.6	37.1	34.4	34.1	38.4
平成21年度	32.6	36.3	43.6	40.6	42.9	40.0	39.8	43.8

資料) 東北運輸局

※) 数字は各年度末時点

(5) 宿泊旅行と観光消費の動向

人口減少や高齢化が急速に進む本県の地域活力の維持・向上には、平成22年(2010年)12月に全線開業した東北新幹線などを最大限に活かしながら、観光・ビジネス面での人やモノの交流拡大を図ることが必要です。

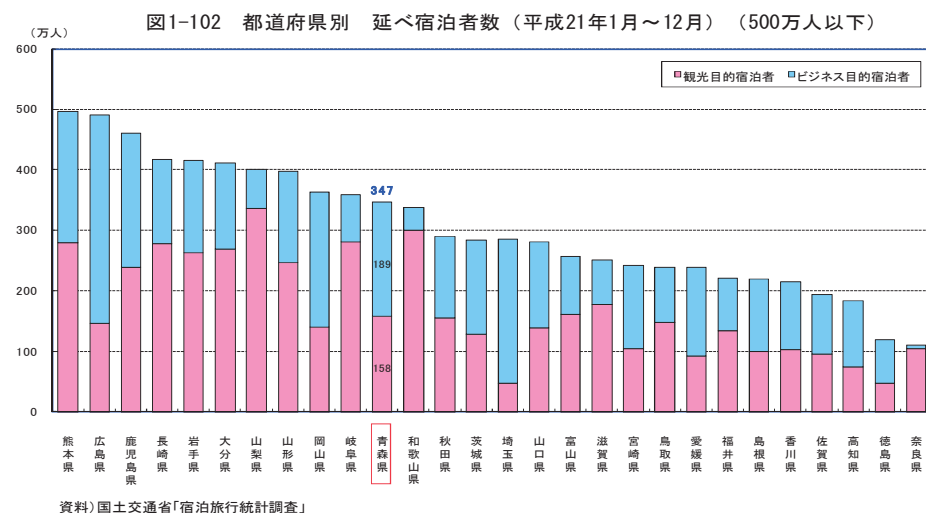
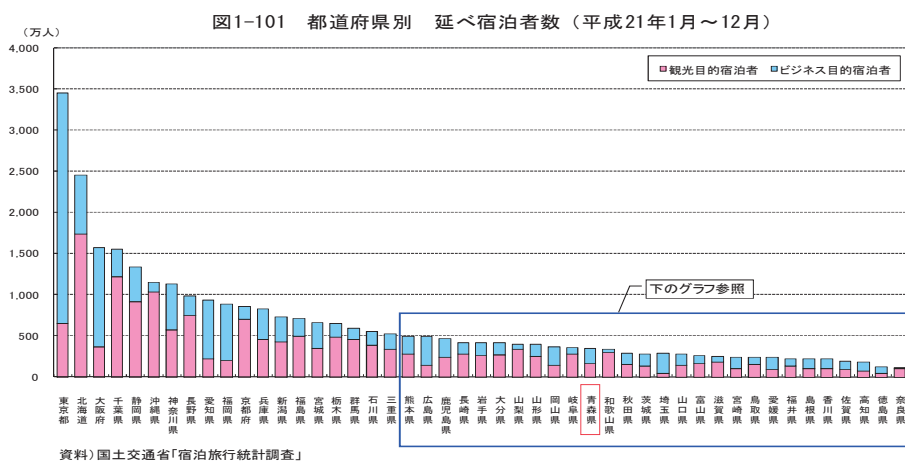
特に観光は裾野の広い産業であり、その経済波及効果は大きく、運輸業や宿泊業、土産物販売等の商業や観光施設のサービス業などへの直接的な効果だけでなく、農業や漁業、販売品の製造などにも間接的に効果が及ぶことが考えられます。

ここでは、国土交通省が宿泊旅行の全国規模の実態等を把握し、観光行政の基礎資料とすることを目的に平成19年(2007年)から実施している「宿泊旅行統計調査」により、各都道府県を比較しながら、本県の旅行・観光の状況をみてみます。

なお、本白書では、延べ宿泊者の宿泊目的のうち、観光目的50%以上を「観光目的」、観光目的50%未満を「ビジネス目的」として区分します。

① 都道府県別の延べ宿泊者数の動向

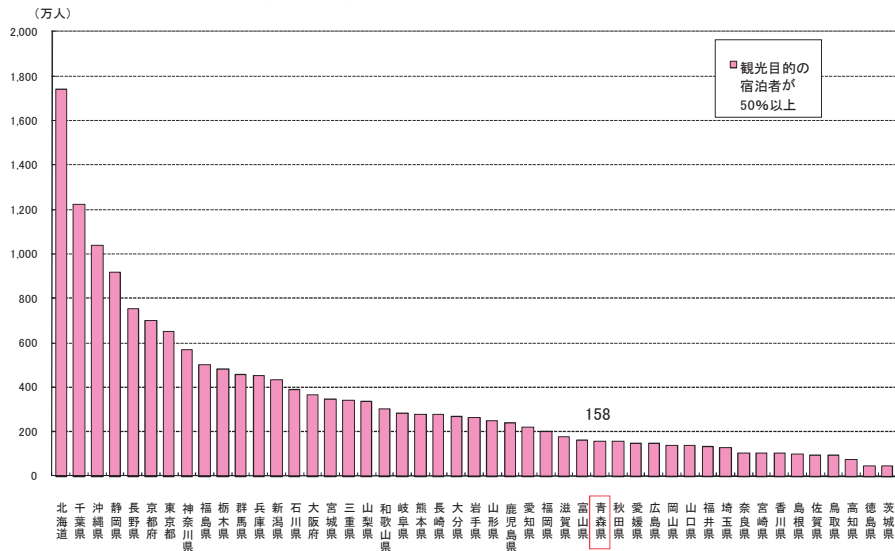
平成21年(2009年)の観光目的とビジネス目的を合わせた延べ宿泊者数について都道府県別にみると、本県は347万人で全国第30位(平成20年(2008年):304万人、同34位)となっています。(図1-101、1-102)



これを宿泊目的別でみると、本県はビジネス目的の宿泊者は189万人で全国第19位(平成20年(2008年):159万人、同23位)なのに対し、観光目的の宿泊者が158万人で全国第31位(平成20年(2008年):145万人、同36位)となっています。観光目的、ビジネス目的ともに増加し、全国順位を上げたものの、本県を訪れた宿泊者は依然として観光目的よりもビジネス目的の方が多くなっています。

東北新幹線の全線開業により、日帰り圏内の範囲が広がり、ビジネス目的の宿泊者の減少が予想されることから、今後とも引き続き観光目的の宿泊者数の拡大を図ることが必要です。(図1-103)

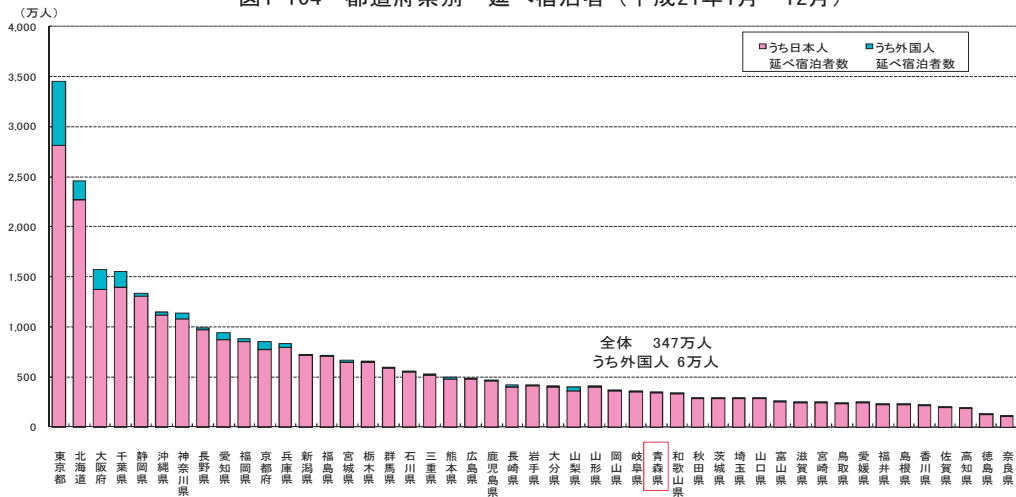
図1-103 都道府県別 延べ宿泊者(平成21年1月~12月)



資料)国土交通省「宿泊旅行統計調査」

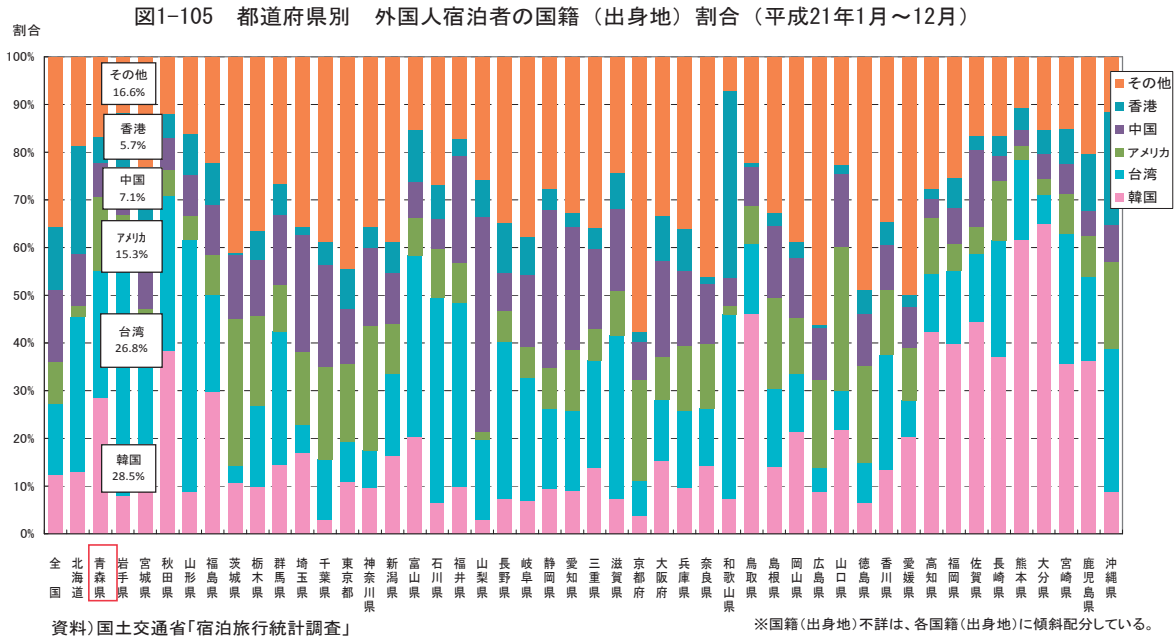
延べ宿泊者数について日本人宿泊者と外国人宿泊者別にみると、本県の延べ宿泊者数347万人のうち、日本人宿泊者は341万人(平成20年(2008年):298万人)、外国人宿泊者は6万人(平成20年(2008年):6万人)で、外国人宿泊者の比率は1.7%となっています。これは全国の外国人比率6.1%に比べ低い水準となっています。日本人宿泊者が最も重要な顧客層ですが、人口減少社会にあっては外国人観光客を取り込んでいくことも大変重要になるものと考えられます。(図1-104)

図1-104 都道府県別 延べ宿泊者(平成21年1月~12月)



資料)国土交通省「宿泊旅行統計調査」

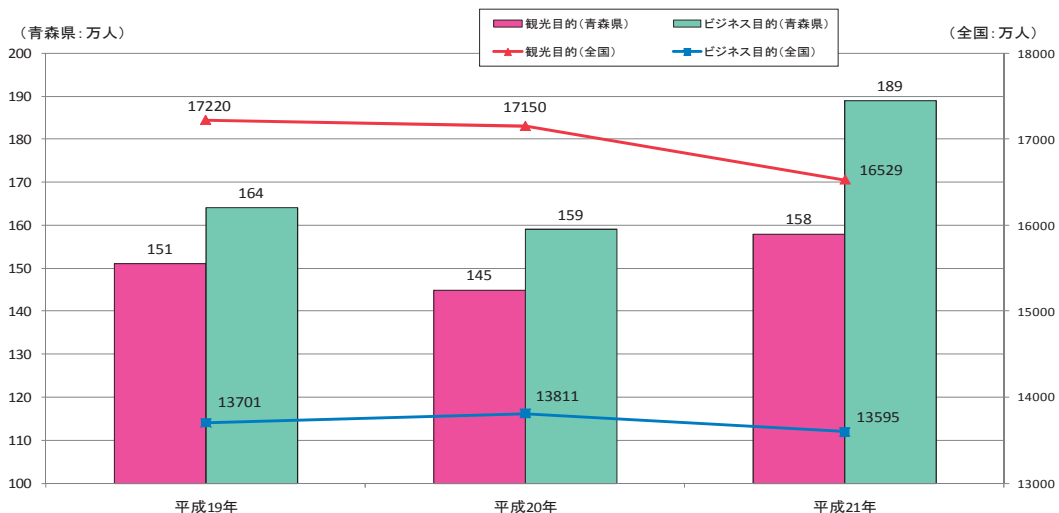
また、外国人宿泊者について国籍(出身地)別にみると、本県の場合は、韓国からの宿泊者が最も多く、次いで、台湾、アメリカ、中国、香港の順となっていますが、平成22年(2010年)7月の中国人向け個人観光ビザの発給対象の拡大などにより訪日中国人数が増えている中、今後は中国人観光客の取り込みも重要です。(図1-105)



② 延べ宿泊者数の推移

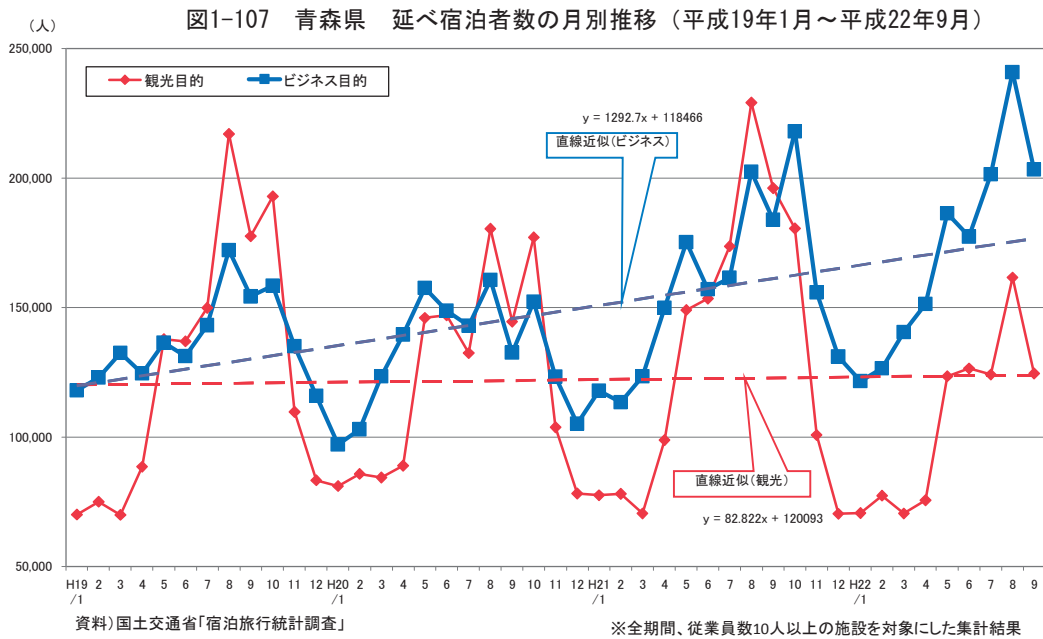
本県の延べ宿泊者数について、宿泊旅行統計調査が始まった平成19年(2007年)からの推移をみると、全国値ではリーマンショックの影響などでやや減少傾向にあるのに対し、本県の場合は、平成21年(2009年)は平成19年(2007年)比で30万人、平成20年(2008年)比で40万人以上増加しています。その多くがビジネス目的の宿泊者の増加によるものとなっており、観光目的の宿泊者との差が拡大しています。(図1-106)

図1-106 青森県 延べ宿泊者数の推移(平成19年~21年)

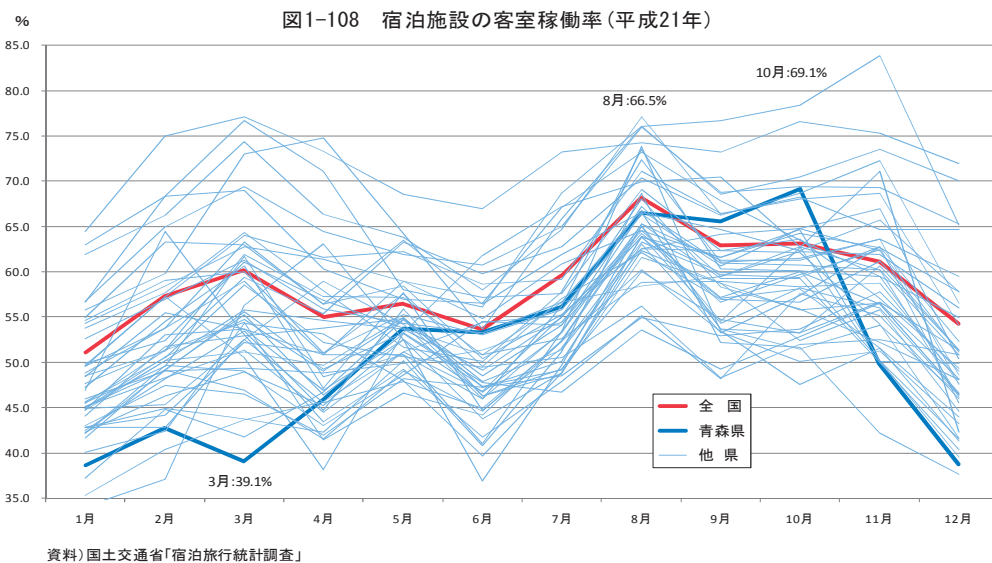


次に、本県の延べ宿泊者数について月別にみると、傾向としては延べ宿泊者総数が4月から増加し始め、8月～10月にかけて最も宿泊者数が増えています。冬季間の12～3月は宿泊者数が落ち込んでいることが分かります。特に観光目的はこうした傾向が強く、繁閑の差が大きくなっていますが、ビジネス目的は年間を通じて比較的安定して推移しており、確実な需要があることがうかがわれます。

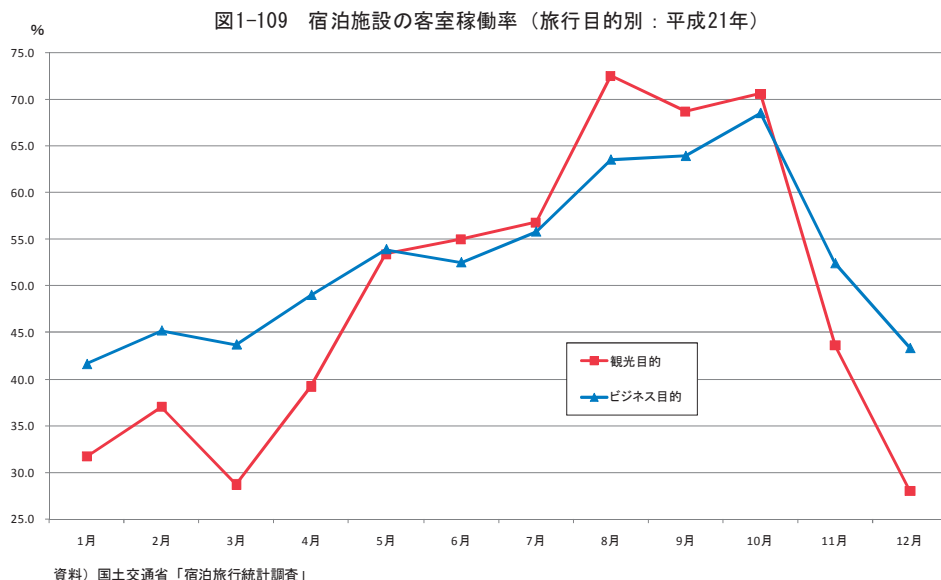
また、全体の傾向を分かりやすくするために目安として挿入した近似直線をみても、観光目的はほぼ横ばいであるのに対し、ビジネス目的はやや増加傾向にあることが分かります。(図1-107)



さらに、月別の推移を宿泊施設の客室稼働率からみると、全国的には8月にピークとなる都道府県が多い中、本県の場合は紅葉シーズンの10月がピークとなっています。9月・10月については全国平均を上回る伸びをみせる一方、12月～3月では40%前後まで低下しており、夏季の需要で冬季の落ち込みをカバーしている状況がうかがわれます。(図1-108)



客室稼働率について旅行目的別にみると、観光目的は8月～10月に首都圏のシティホテル並みの70%前後にまで稼働率が上昇する一方、12月～3月は30%前後となっています。（ただし、主に観光目的に使用される県内のホテルの中には、冬季休業となる施設もある。）（図1-109）



③ 都道府県別延べ宿泊者数の推移

平成21年(2009年)の延べ宿泊者数について四半期毎の推移をみると、本県は1～3月が全国35位、4～6月が28位、7～9月が26位、10～12月が30位と年間を通じて全国順位が概ね30位前後となっています。これは相対的順位が季節や観光地、お祭り等のイベントなどに大きく左右されず定位置化していることを示していると考えられます。参考までに、観光目的のみでは、1～3月期に40位で、その他の期間は30位前後となっていますが、ビジネス目的のみでは、20位前後と順位が高くなっています。（表1-5）

また、都道府県別に平均宿泊日数(=延べ宿泊者数÷実宿泊者数)をみると、大都市圏や沖縄県、湯治宿などの長期滞在向けの温泉がある秋田県などが上位に入っています。本県は1.185日で全国第32位となっており、延べ宿泊客数の全国順位(30位)と同程度となっています。（図1-110）

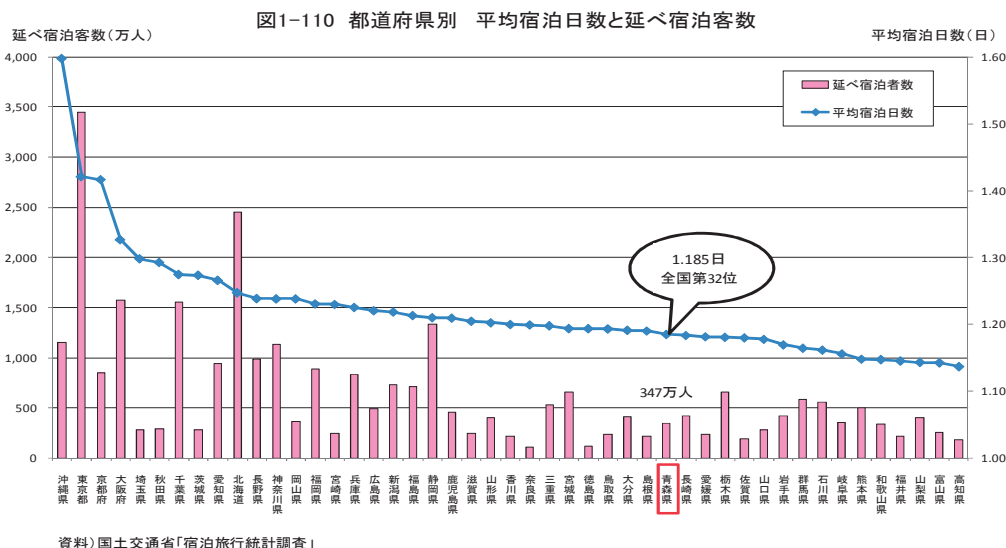


表1-5 都道府県別 延べ宿泊者数の推移（平成21年）

（単位：万人）

	平成21年1月～12月計		平成21年1月～3月計		平成21年4月～6月計		平成21年7月～9月計		平成21年10月～12月計	
	順位		順位		順位		順位		順位	
全国		30,130		7,074		6,919		8,590		7,548
東京都	1	3,453	1	851	1	833	1	902	1	867
北海道	2	2,456	2	564	2	540	2	789	2	562
大阪府	3	1,571	4	376	4	345	4	427	3	422
千葉県	4	1,552	3	387	3	346	3	436	4	382
静岡県	5	1,339	5	340	5	300	5	377	5	323
沖縄県	6	1,151	6	278	6	271	6	341	7	261
神奈川県	7	1,138	7	269	7	265	8	310	6	294
長野県	8	986	8	233	9	216	7	317	11	219
愛知県	9	940	9	227	8	223	9	247	8	242
福岡県	10	886	10	215	11	198	10	246	10	227
京都府	11	854	12	186	10	199	12	227	9	242
兵庫県	12	828	11	203	12	179	11	232	12	213
新潟県	13	728	13	177	15	155	13	222	15	173
福島県	14	712	14	166	13	167	14	197	13	182
宮城県	15	661	15	147	14	157	16	184	16	172
栃木県	16	656	17	132	16	149	15	197	14	178
群馬県	17	589	16	135	17	129	17	176	17	150
石川県	18	558	18	131	18	123	19	156	18	148
三重県	19	530	19	129	20	116	18	159	21	126
熊本県	20	498	21	111	21	113	20	146	19	128
広島県	21	492	22	105	19	122	21	138	20	127
鹿児島県	22	461	20	114	22	107	22	126	22	114
長崎県	23	418	25	94	23	100	25	116	24	108
岩手県	24	416	26	93	25	96	24	124	25	103
大分県	25	412	23	95	26	94	28	112	23	110
山梨県	26	402	29	83	24	97	23	125	27	97
山形県	27	400	24	94	27	92	27	113	26	100
岡山県	28	364	28	84	29	88	31	98	29	93
岐阜県	29	360	30	79	30	82	30	105	28	93
青森県	30	347	35	58	28	88	26	115	30	86
和歌山県	31	338	27	85	32	73	29	108	33	72
秋田県	32	290	37	56	31	74	32	89	35	71
茨城県	33	285	31	69	35	63	33	82	34	71
埼玉県	34	285	32	67	34	68	35	78	31	73
山口県	35	281	33	66	33	70	36	73	32	72
富山県	36	258	41	52	36	62	34	78	37	67
滋賀県	37	250	40	53	37	58	37	71	36	68
宮崎県	38	243	34	65	40	54	40	64	40	60
鳥取県	39	239	36	57	41	53	38	67	39	62
愛媛県	40	239	39	54	38	56	39	66	38	63
福井県	41	221	38	56	45	44	41	63	42	58
島根県	42	220	44	46	39	55	43	60	41	59
香川県	43	217	42	50	42	48	42	62	43	56
佐賀県	44	194	43	49	43	46	45	48	44	50
高知県	45	184	45	43	44	45	44	53	45	43
徳島県	46	120	46	27	46	29	46	35	47	30
奈良県	47	111	47	20	47	27	47	31	46	33

（参考）青森県 観光目的の延べ宿泊者数の推移（平成21年）

（単位：万人）

	平成21年1月～12月計		平成21年1月～3月計		平成21年4月～6月計		平成21年7月～9月計		平成21年10月～12月計	
	順位		順位		順位		順位		順位	
青森県	31	158	40	23	31	40	28	60	36	35

（参考）青森県 ビジネス目的の延べ宿泊者数の推移（平成21年）

（単位：万人）

	平成21年1月～12月計		平成21年1月～3月計		平成21年4月～6月計		平成21年7月～9月計		平成21年10月～12月計	
	順位		順位		順位		順位		順位	
青森県	19	189	25	35	18	48	20	55	20	50

※ 宿泊目的割合不詳を含む。

資料)国土交通省「宿泊旅行統計調査」

④ 観光消費額の推移

県内における観光消費額の推移について観光消費額の合計からみると、シルバーウィークや ETC 休日特別割引などの影響から、平成 21 年(2009 年)は東北新幹線八戸駅開業による効果でピークだった平成 15 年(2003 年)以降 2 番目に高い消費額となっており、リーマンショック以前の水準まで回復していますが、ピーク時との比較では約 9 割となっており、特に宿泊費は約 17%減少しています。

費目別でみると、全体の消費額が増加している中、宿泊費が減少していますが、これは ETC 利用者を対象とした宿泊施設の割引などで、宿泊費単価を抑えた観光客が増加したためと思われます。

(図 1-111、表 1-6)

図1-111 観光消費額の推移(青森県)

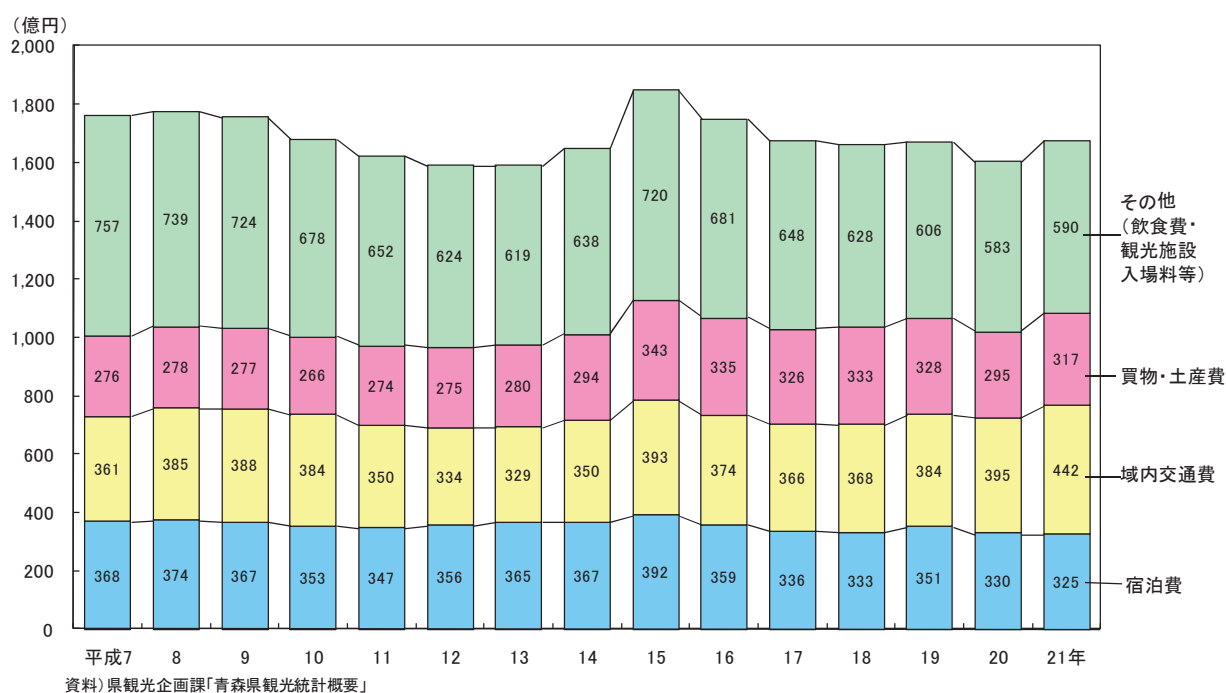


表1-6 観光消費額の推移

(単位：百万円、%)

区分	平成9年	12年	15年	18年	19年	20年	21年	21年/20年
宿泊費	36,691	35,594	39,150	33,252	35,147	32,968	32,505	98.6
域内交通費	38,785	33,408	39,316	36,825	38,408	39,483	44,181	111.9
買物・土産費	27,698	27,537	34,343	33,264	32,832	29,516	31,671	107.3
その他	72,429	62,414	72,005	62,836	60,637	58,333	58,975	101.1
合計	175,603	158,953	184,814	166,177	167,024	160,300	167,332	104.4

資料) 県観光企画課「青森県観光統計概要」

4 建設投資・民間設備投資の動向

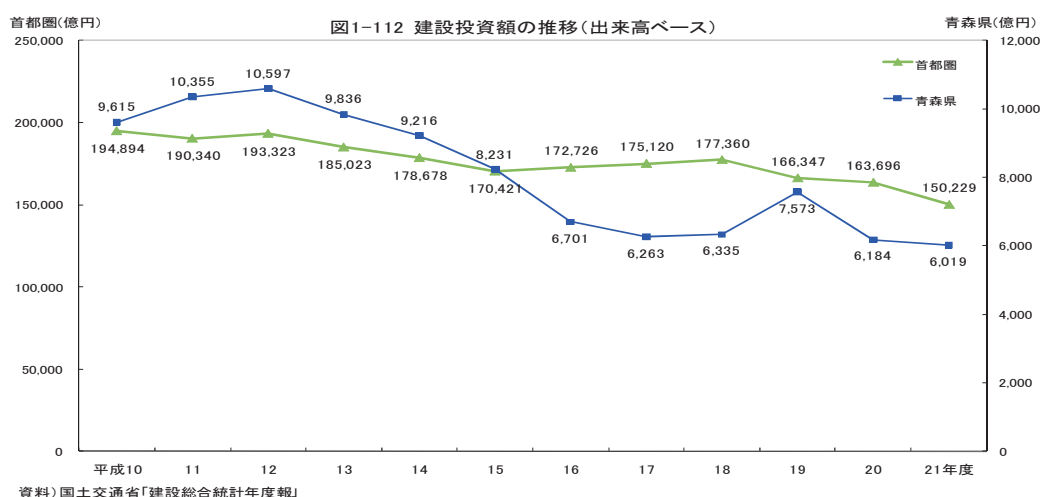
(1) 建設投資の動向

① 建設投資額の推移

建設工事の出来高から建設活動の動きをみていきます。

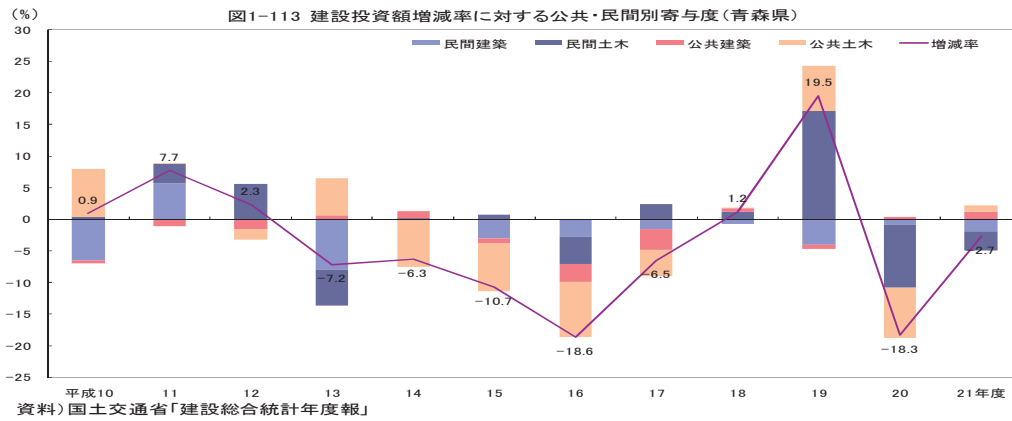
本県の建設投資額は、平成 13 年度(2001 年度)以降減少傾向が続いていましたが、平成 18 年度(2006 年度)に増加に転じ、平成 19 年度(2007 年度)は 7,573 億円と前年度と比べて 19.5%増加しました。しかしながら、平成 20 年度(2008 年度)には 6,184 億円と平成 18 年度(2006 年度)とほぼ同水準まで減少し、続く平成 21 年度(2009 年度)も 6,019 億円で前年度と比べて 2.7%減少しています。

首都圏の建設投資額は、平成 16 年度(2004 年度)から平成 18 年度(2006 年度)にかけて増加したものの、その後は減少が続いており、平成 21 年度(2009 年度)の建設投資額は前年度に比べて 8.2%減の 15 兆 229 億円となっています。(図 1-112)



本県の建設投資額の増減を種類別にみると、民間建築工事は平成 15 年度(2003 年度)以降減少が続いているほか、民間土木工事は平成 17 年度(2005 年度)から平成 19 年度(2007 年度)にかけて増加したものの、平成 20 年度(2008 年度)からは再び減少に転じています。また、公共建築工事及び公共土木工事は平成 15 年度(2003 年度)から平成 17 年度(2005 年度)にかけて減少傾向で推移していましたが、平成 18 年度(2006 年度)はともにプラスに寄与し、続く平成 19 年度(2007 年度)には公共土木が大きくプラスに寄与しています。

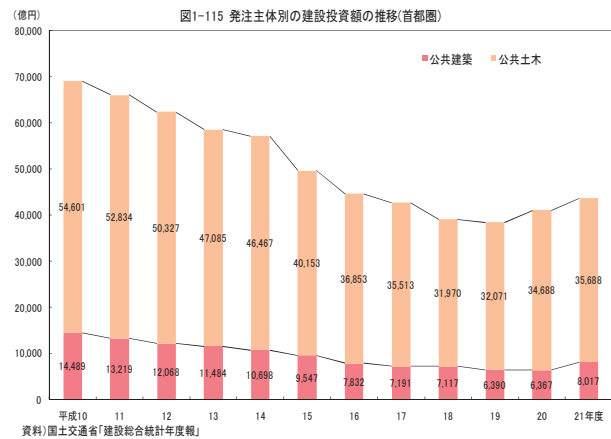
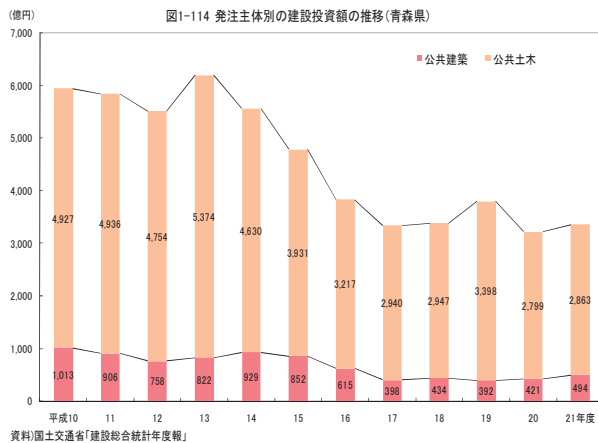
平成 21 年度(2009 年度)は前年度に比べ公共建築工事及び公共土木工事が増加し、民間建築工事及び民間土木工事が減少しています。(図 1-113)



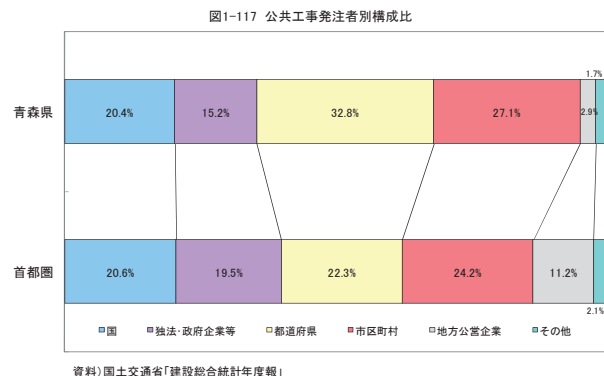
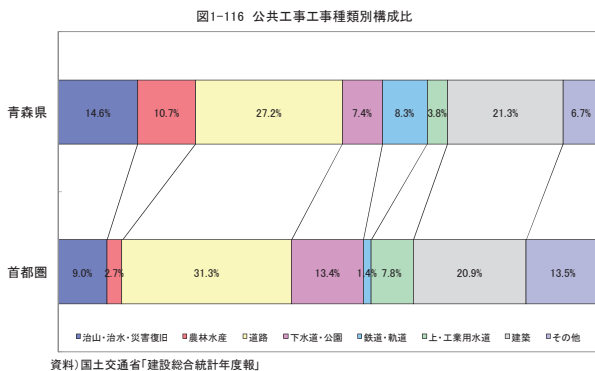
② 公共建設投資額の推移

本県の公共建設投資額は、平成21年度(2009年度)は公共建築工事、公共土木工事いずれも増加したことにより、全体では3,357億3,200万円と前年度を上回りました。(図1-114)

公共投資は、経済動向と連動した動きを示すといわれていましたが、近年の公共建設投資額の推移をみると、財政赤字削減に向けた公共投資の重点化・効率化が進んだことなどにより、本県、首都圏とも公共投資額が減少する傾向にあります。(図1-115)



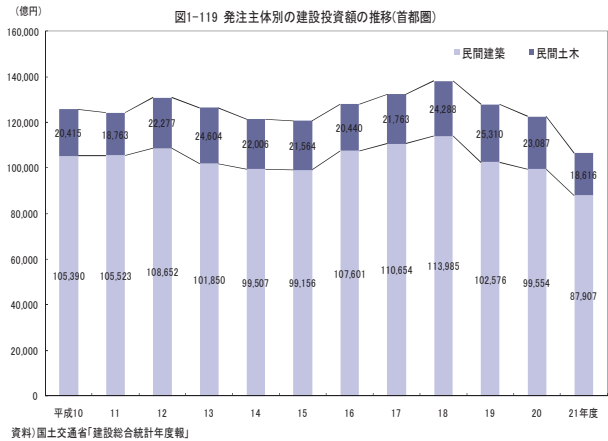
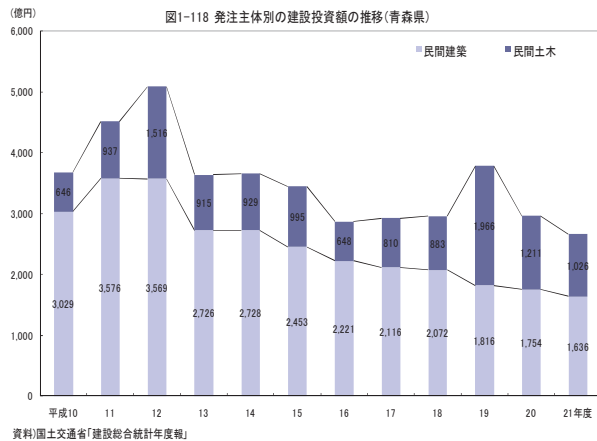
平成21年度(2009年度)の公共工事について、種類別に構成比をみると、本県では「道路」が27.2%と最も高く、次いで「建築」が21.3%となっています。また、発注者別に構成比をみると、本県では「県」が32.8%と最も高く、次いで「市町村」が27.1%となっています。(図1-116、1-117)



③ 民間建設投資額の推移

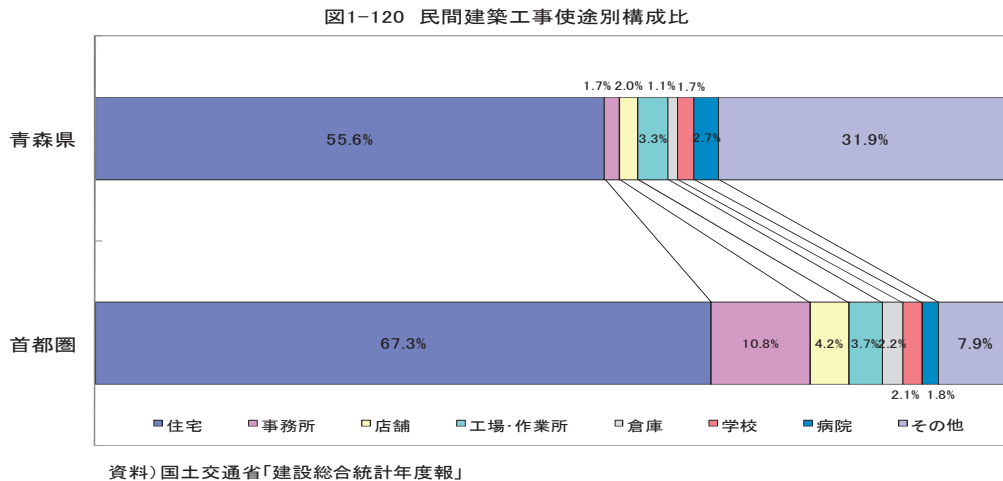
本県の民間建設投資額は、平成 19 年度(2007 年度)に民間土木工事が増加したことにより前年に比べ大きく増加しました。平成 20 年度(2008 年度)以降は民間建築工事・民間土木工事とも前年度を下回って推移しており、平成 21 年度(2009 年度)は2,661 億 7,500 万円となりました。(図 1-118)

首都圏では、改正建築基準法施行の影響などから平成 19 年度(2007 年度)は民間建築工事が減少し、平成 20 年度(2008 年度)以降も、世界同時不況による企業の設備投資抑制の動きや、景気低迷に伴う所得環境の悪化を受けて、民間建設投資額は前年度を下回って推移しています。(図 1-119)



平成 21 年度(2009 年度)の民間建築工事について用途別にみると、本県では「住宅」が 55.6%と最も高く、次いで「工場・作業所」が 3.3%となっています。(図 1-120)

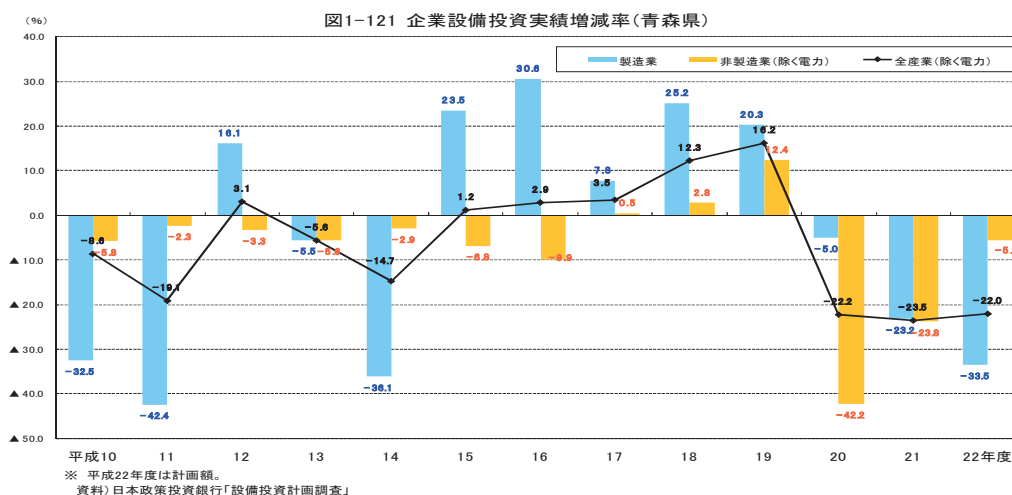
なお、住宅着工の状況については、「(3)住宅着工の動向」(74 ページ～)で詳細をみていきます。



(2) 民間設備投資の動向

本県の企業設備投資について、日本政策投資銀行の設備投資計画調査の推移をみると、平成 17 年度(2005 年度)から製造業及び非製造業(電力を除く)ともに増加し始め、平成 19 年度(2007 年度)は全産業ベース(電力を除く)で前年度比プラス 16.2%となりました。しかしながら、平成 20 年度(2008 年度)には世界経済及び日本経済の減速の影響により、一転して全産業ベース(電力を除く)で前年度比マイナス 22.2%となり、続く平成 21 年度(2009 年度)も、製造業が前年度比マイナス 23.2%、非製造業(電力を除く)がマイナス 23.8%、全産業ベース(電力を除く)でマイナス 23.5%となるなど、企業の投資意欲は大きく冷え込んでいます。

そのような中で、平成 22 年度(2010 年度)の企業の設備投資計画は、非製造業(電力を除く)は前年度比マイナス 5.6%とマイナス幅が前年より縮小するものの、製造業がマイナス 33.5%となり、全産業ベース(電力を除く)では 22.0%のマイナスを見込むなど、3 年連続でマイナス 20%を超える状況が続いています。(図 1-121)



(3) 住宅着工の動向

① 新設住宅着工戸数の推移

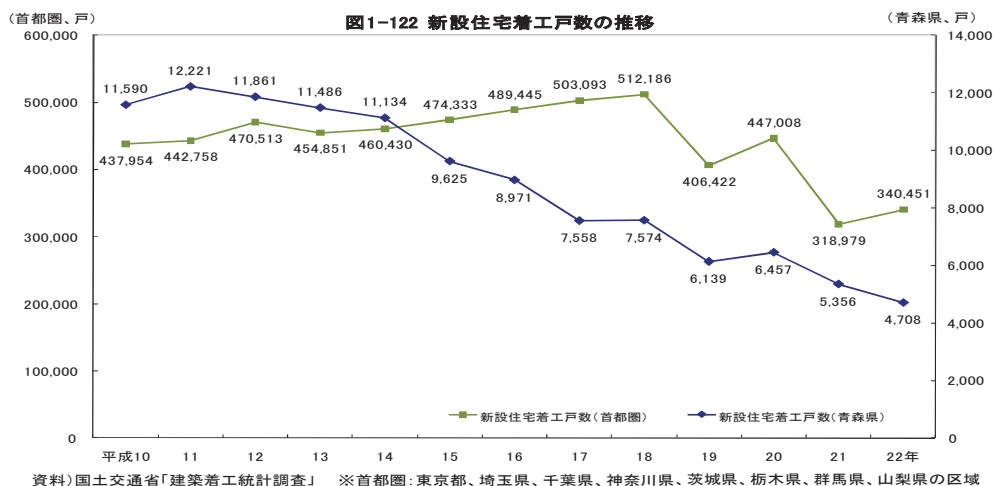
住宅投資の動向について、新設住宅着工戸数からみてみます。新設住宅着工戸数は、所得、地価、建築費、金利などに反応して動き、消費税、住宅ローン減税などの政府の経済対策によっても影響を受けます。また、住宅建設にあたっては、各種建材の需要動向、家具、家電類などの消費動向、あるいは建設に携わる技術者等の雇用面などに影響が及ぶことから、今後の景気の先行きを判断する景気動向指数の先行指数としても採用されています。

本県の住宅着工戸数は、平成10年(1998年)から平成14年(2002年)まで1万1,000～1万2,000戸台で推移した後減少傾向となり、平成19年(2007年)には改正建築基準法の施行もあり6,139戸と前年を18.9%下回る水準となりました。

平成20年(2008年)は6,457戸と前年を5.2%上回ったものの、平成21年(2009年)は前年を17.1%下回り、平成22年(2010年)も前年を12.1%下回る4,708戸となるなど大幅な減少が続いています。

首都圏の住宅着工戸数は、貸家や分譲住宅の増加を背景に平成14年(2002年)から平成18年(2006年)にかけて緩やかに上昇しましたが、本県同様に改正建築基準法の施行の影響から平成19年(2007年)は減少に転じました。その後、平成20年(2008年)に前年を10.0%上回る44万7,008戸となったものの、平成21年(2009年)には再び大幅に減少しました。なお、平成22年(2010年)は34万451戸と前年を6.7%上回っています。

平成20年(2008年)半ばに発生した100年に一度と言われる経済危機の影響から、本県、首都圏とも平成21年(2009年)の住宅投資は大きく落ち込みましたが、首都圏が前年と比べ2年ぶりに増加したのに対して、本県は2年連続で減少となりました。(図1-122)



② 新設住宅着工戸数利用関係別推移

平成14年(2002年)から平成18年(2006年)にかけて、首都圏の新設住宅着工戸数は増加傾向で推移しましたが、本県は減少傾向で推移しています。これについて、利用関係別(持家:建築主が自分で居住する目的で建築するもの、貸家:建築主が賃貸する目的で建築するもの、給与住宅:会社、官公署等がその社員等を居住させる目的で建築するもの、分譲住宅:建て売り又は分譲の目的で建

築するもの)にみても、持家については全国、本県とも同様に減少傾向を示していますが、貸家、分譲住宅は首都圏では増加傾向で推移しました。

その背景には、バブル崩壊による地価の下落やその後の景気低迷期に企業が遊休資産を放出したため都市部の物件が入手しやすい環境となったこと、また、低金利による住宅取得意欲の高まりや、第2次ベビーブーム世代(1971-1974生まれ)が住宅取得年齢を迎えたことなどがあるといわれています。また、老朽化した貸家、マンションなどが建て替えの時期を迎え、地方の建設会社では削減が続く公共事業に代わり都市部のマンション建設に新たな活路を見出したことなども増加の要因とされています。

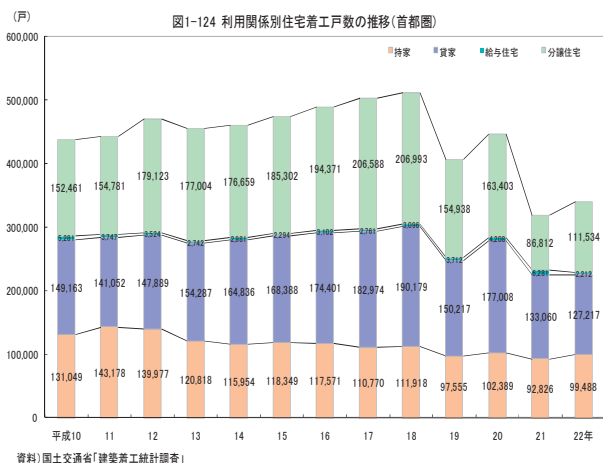
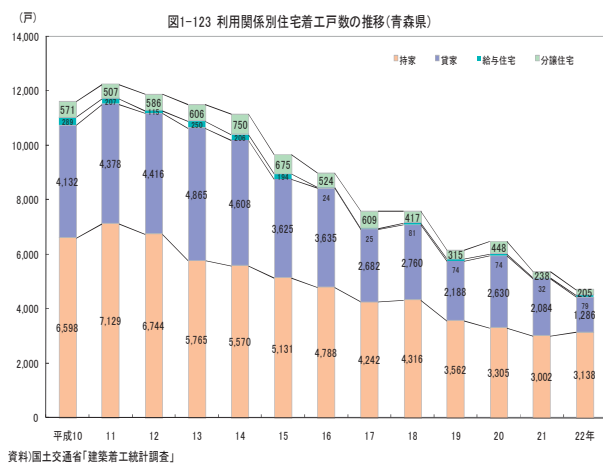
平成22年(2010年)の本県の状況は、持家は前年に比べ4.5%増加の3,138戸、貸家は38.3%減少の1,286戸、給与住宅は146.9%増加の79戸、分譲住宅が13.9%減少の205戸となりました。(図1-123)

首都圏では、持家は前年に比べ7.2%増加の9万9,488戸、貸家は4.4%減少の12万7,217戸、給与住宅は64.8%減少の2,212戸、分譲が28.5%増加の11万1,534戸となりました。

本県は新設住宅着工戸数に占める持家の割合が高く、平成10年(1998年)以降をみても首都圏の水準を上回っています。なお、平成22年(2010年)の本県の持家比率は66.7%で前年から10.6ポイントの上昇となりました。

首都圏では、平成10年(1998年)から平成19年(2007年)にかけて分譲住宅の占める割合が最も高い状況が続いていましたが、平成20年(2008年)以降は貸家の割合が約40%と最も高くなっています。

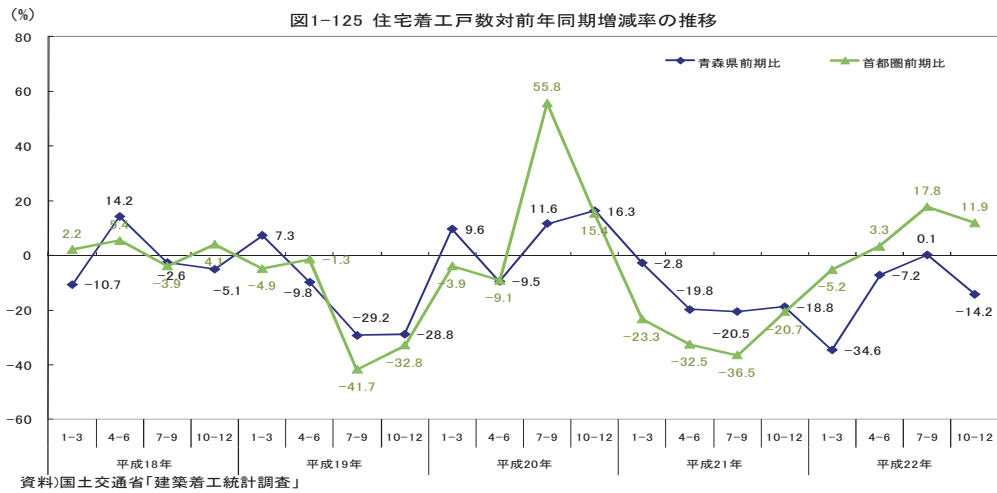
(図1-124)



③ 四半期別推移

平成18年(2006年)以降の着工戸数の動きについて、四半期毎の対前年同期増減率をみると、本県では平成19年(2007年)の4-6月期から3期連続で前年同期を下回った後、平成20年(2008年)の1-3月期、7-9月期、10-12月期には前年同期を上回りました。平成21年(2009年)以降では、平成22年(2010年)7-9月期を除いて前年同期を下回って推移しています。

首都圏も本県とほぼ同様の動きとなっていますが、平成22年(2010年)4-6月期以降は前年同期を上回っています。(図1-125)



平成19年(2007年)の改正建築基準法施行後、首都圏、本県ともに落ち込んだ住宅投資ですが、その後に発生した世界金融危機による景気低迷の影響を受けて、引き続き伸び悩んでいる状況がみられます。しかしながら、住宅版エコポイント制度の実施や同制度の対象範囲拡充などに伴い、平成22年(2010年)に入ってから持家が前年と比べ増加するなど、本県においても一部に持ち直しの兆しがうかがえます。

5 企業倒産の動向

(1) 企業倒産状況

① 企業倒産件数及び負債総額の推移

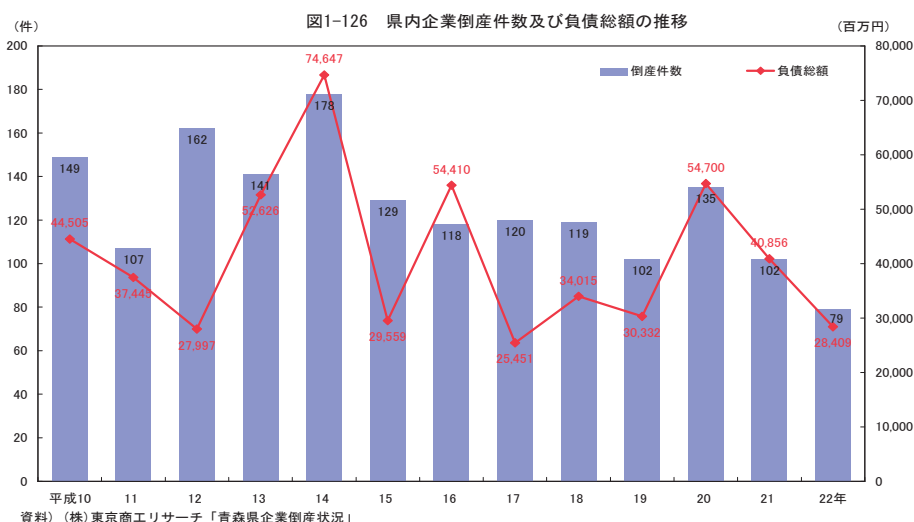
企業倒産について、本県の負債額1,000万円以上の企業倒産の状況からみていきます。

本県の倒産件数の推移をみると、平成15年(2003年)から平成19年(2007年)までおおむね横ばいで推移していましたが、平成20年(2008年)は135件と、対前年増減率で32.4%の増加となりました。

平成21年(2009年)は平成19年(2007年)と同水準の102件となり、続く平成22年(2010年)は対前年増減率が22.5%減少し、過去10年間で最も低い79件となりました。

負債総額の推移をみると、倒産件数が100件を超え、かつ、1件の負債額が100億円を超える大型倒産が発生した平成14年(2002年)、16年(2004年)、20年(2008年)などは、総じて負債総額が高い水準にあります。

平成22年(2010年)は、大型倒産(負債額10億円以上)が前年より1件増加して7件となりましたが、負債額が100億円を超える大型倒産がなかったことなどから、過去10年間では2番目に低い水準の284億900万円となりました。(図1-126)



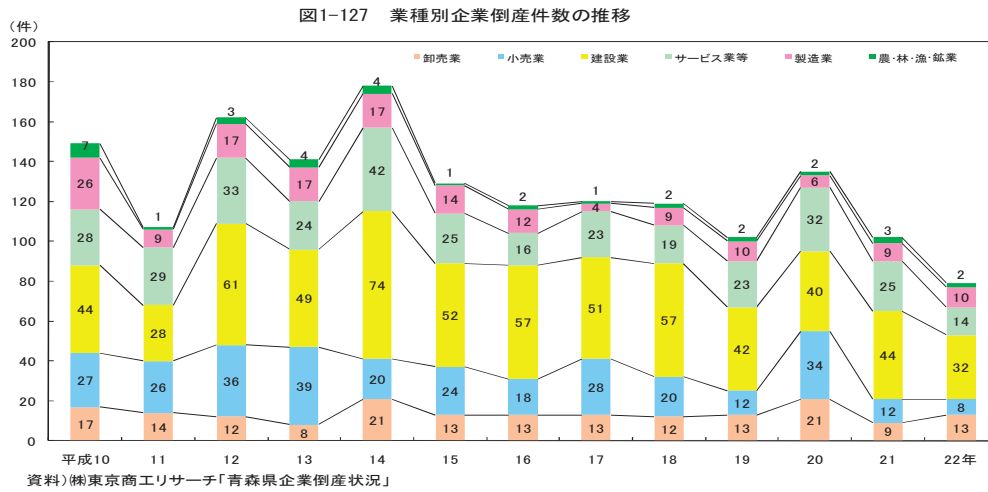
② 業種別倒産件数の推移

本県の企業倒産件数の推移を業種別にみると、平成12年(2000年)以降は建設業が最も多くなっており、近年はサービス業等(金融・保険業、不動産業、運輸業、情報通信業を含む)、小売業が続いています。

平成22年(2010年)においても、建設業の倒産件数が全体に占める割合は40.5%と依然高水準ですが、前年に比べると12件の減少となりました。サービス業等は、前年に比べ11件減少したものの、宿泊業、飲食業での倒産が目立ちました。小売業では、平成20年(2008年)に原油価格高騰の影響を受けてガソリンスタンド等の倒産が増加し34件となった後は、平成19年(2007年)と同水準の10件前後の倒産となっています。

一方、卸売業については、平成21年(2009年)と比べ4件増加しましたが、この要因の1つとし

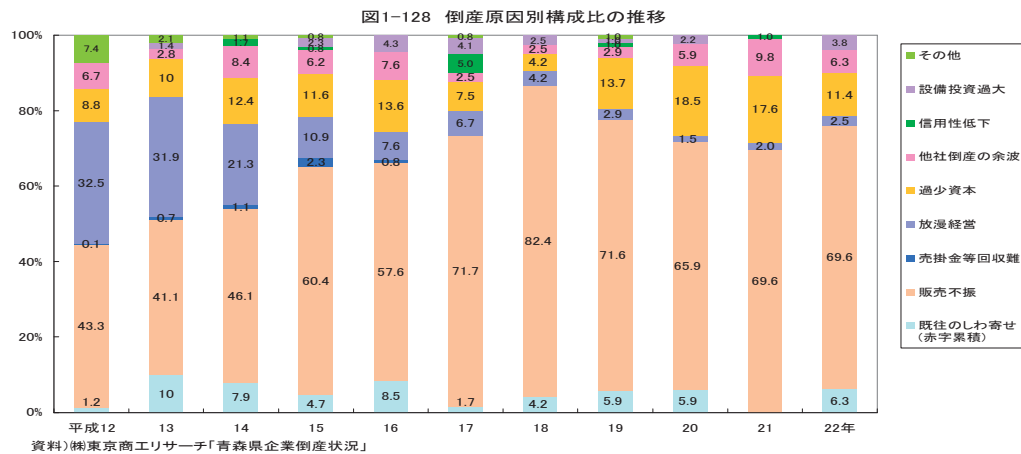
て、インターネットの普及や、生産者と小売業者の直接取引など、卸売業者を介さない取引（中抜き）が広がってきていることが考えられます。（図 1-127）



③ 原因別倒産件数の推移

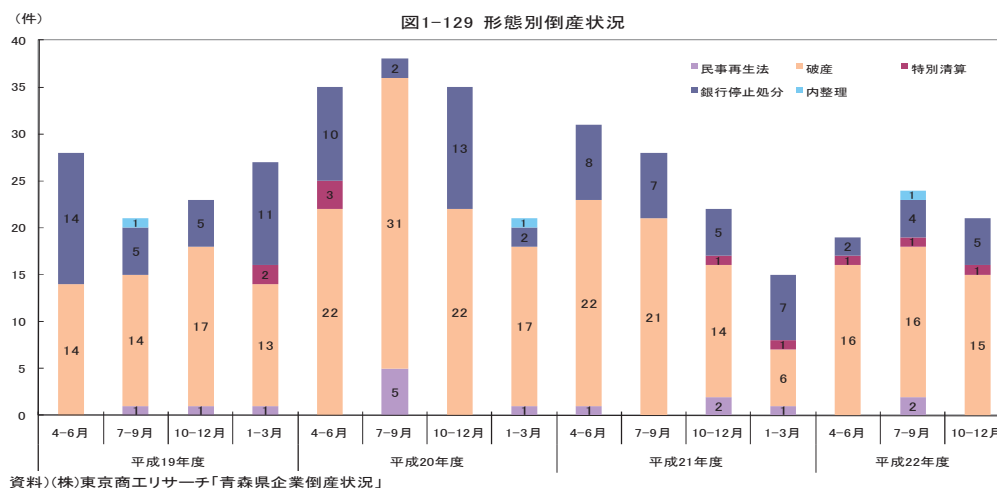
倒産原因別にみると、販売不振による倒産件数の占める割合が総じて高く、平成22年(2010年)では69.6%となりました。販売不振による倒産は平成12年(2000年)から14年(2002年)までは40%台で推移していましたが、平成15年(2003年)に6割を越え、平成18年(2006年)には82.4%を占めるに至りました。一方、平成12年(2000年)には32.5%となっていた放漫経営による倒産は年々減少傾向にあり、平成22年(2010年)は2.5%となっています。

また、既往のしわ寄せ(赤字累積)、販売不振、売掛金等回収難を合わせた不況型倒産の割合は平成13年(2001年)以降5割を超えて推移しており、平成22年(2010年)は75.9%と前年よりも増加しました。（図 1-128）



④ 形態別倒産状況

企業倒産の状況を形態別にみると、法的倒産(会社更生法、民事再生法、破産、特別清算に基づく会社整理)が5割を超えて推移する状況にあり、なかでも破産による倒産がその7割以上を占めています。(図1-129)



平成20年(2008年)10月に始まった緊急保証制度(H22.2.15～「景気対応緊急保証制度」)など、政府や自治体のセーフティネット策の効果により、平成22年(2010年)の倒産件数及び負債総額は前年に比べて減少し、過去10年間でみても低い水準となりました。一方で、雇用環境や消費の一部に持ち直しの兆しがうかがわれるものの、依然として厳しい状況が続いていることなどから、今後販売不振などの不況型倒産が発生することが懸念されます。

景気の先行きが不透明な状況にあって、各種支援策を受けながらも企業経営者が事業継続に対する意欲を持ち続けることが難しくなっていますが、企業は金融機関に対し経営情報を開示するとともに、金融機関は経営の相談機関としての役割を果たすなど、企業と金融機関の双方が日頃から情報交換につとめ、相互理解を深めていくことが重要となります。

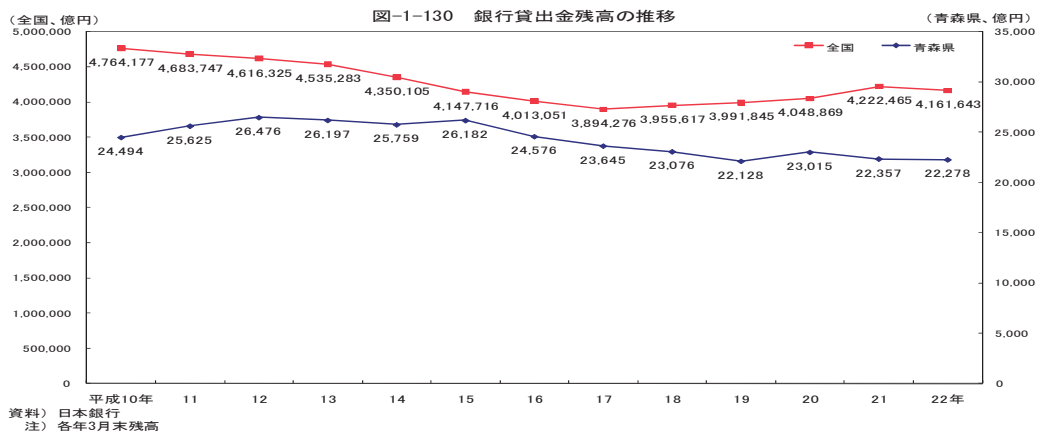
6 金融の動向

(1) 金融情勢

① 銀行貸出金残高の推移

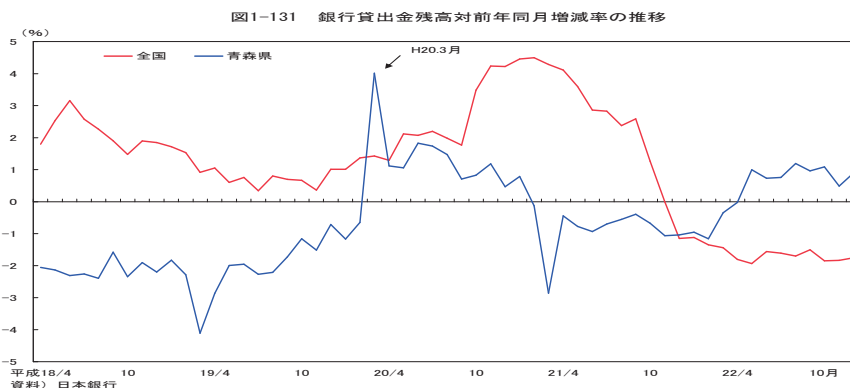
本県の銀行貸出金残高(各年3月末)は、平成15年(2003年)まで増加傾向で推移していましたが、平成16年(2004年)以降は減少傾向となりました。平成22年(2010年)は2兆2,278億円で前年とほぼ同水準となっています。

一方、全国は、平成17年(2005年)まで減少傾向で推移していましたが、平成18年(2006年)以降は増加傾向となり、平成22年(2010年)は再び減少に転じました。(図1-130)



本県の銀行貸出金残高について、対前年同月増減率で推移をみると、平成20年(2008年)2月までマイナスで推移していましたが、地方公共団体に対する財政融資資金の貸付金の一部について、補償金を免除した繰上償還が可能となったことから、地方公共団体による低利資金への借り換えが進み、平成20年(2008年)3月には銀行貸出が大きく増加、以降11ヶ月連続でプラスとなりました。平成21年(2009年)2月からはマイナスでの推移に転じましたが、平成22年(2010年)5月以降は再びプラスで推移しています。

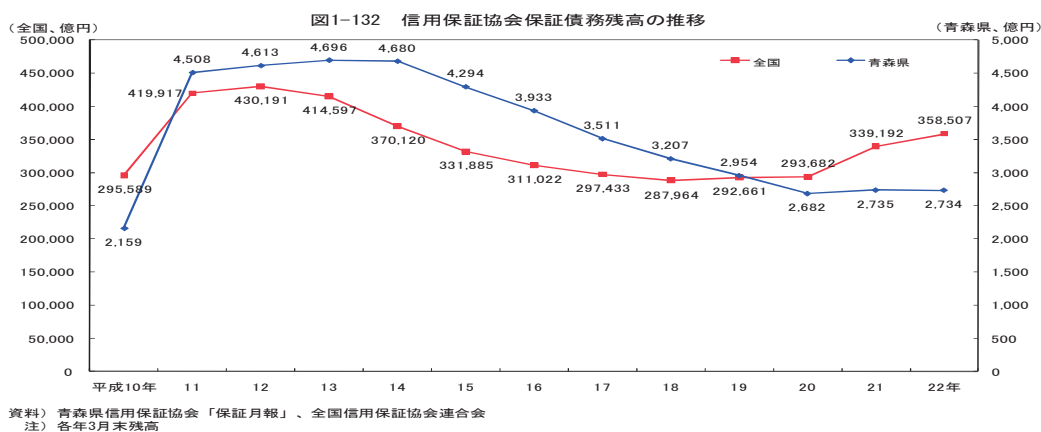
全国の貸出金残高は、平成17年(2005年)12月から平成21年(2009年)10月までプラスで推移しており、特に企業が社債やコマーシャルペーパーの発行を押さえ銀行貸出を増加させたことなどから、平成20年(2008年)11月から平成21年(2009年)4月までは4%を超える水準で推移しました。その後は前年の反動もありマイナスの状況が続いています。(図1-131)



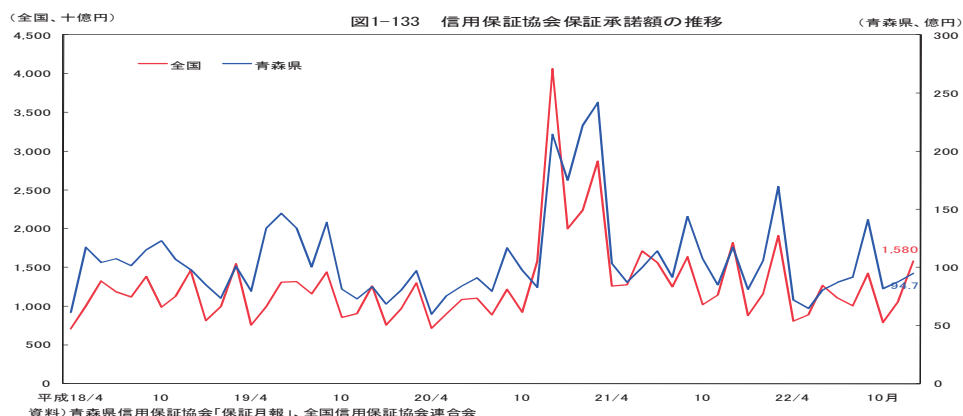
② 信用保証協会保証債務残高の推移

本県の信用保証協会保証債務残高の推移をみると、平成14年(2002年)以降減少が続いていましたが、平成21年(2009年)は増加に転じ、平成22年(2010年)3月末時点は2,734億円で前年と同水準となっています。

全国の保証債務残高は、平成13年(2001年)以降減少が続いていましたが、平成19年(2007年)からは4年連続で増加し、平成22年(2010年)3月末の残高は35兆8,507億円となっています。(図1-132)



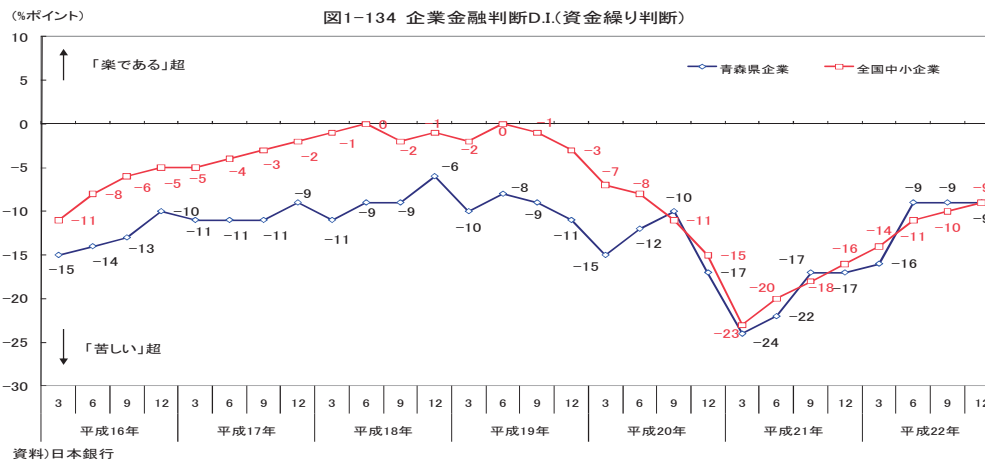
本県の信用保証協会の保証承諾額を月別にみると、平成20年(2008年)10月31日から実施された緊急保証制度の活用により、平成20年(2008年)12月から平成21年(2009年)3月にかけて保証承諾額が大きく増加しており、全国も同様の動きとなっています。その後も、平成22年(2010年)2月15日から実施された景気対応緊急保証制度(旧緊急保証制度)などを活用した資金繰りの状況が続いています。(図1-133)



③ 県内企業の金融環境

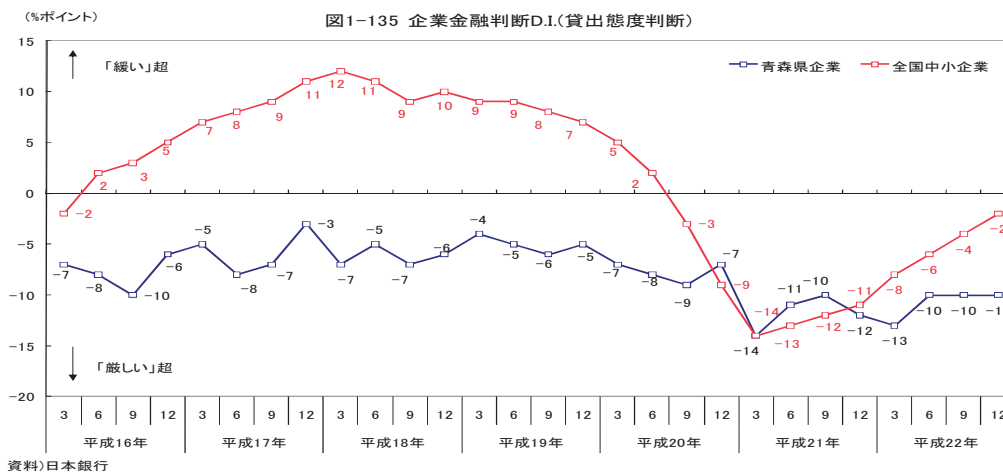
企業金融判断DI(ディフュージョン・インデックス)から、県内企業の金融環境をみていきます。本県企業の資金繰り判断DIは平成16年(2004年)以降マイナス10前後で推移し、リーマンショック発生後の平成20年(2008年)12月期から平成21年(2009年)3月期にかけて落ち込みました。その後「苦しい」超幅の縮小傾向が続いていましたが、平成22年(2010年)6月期からは「苦しい」超幅が3期連続でマイナス9となり、横ばいの状況となっています。

全国(中小企業)の資金繰り判断DIをみると、リーマンショック発生後の動きは本県とほぼ同様で、平成20年(2008年)12月期から平成21年(2009年)3月期にかけて落ち込み、その後「苦しい」超幅の縮小傾向で推移しています。(図1-134)



次に、本県の銀行の貸出態度判断DIをみると、平成21年(2009年)3月期に「厳しい」超幅が7ポイント拡大しマイナス14となった後、平成21年(2009年)9月期までは2期連続で改善傾向となりました。その後、平成22年(2010年)3月期にかけて下落し、6月期以降は「厳しい」超幅がマイナス10と横ばいが続いています。

全国(中小企業)のDIの推移をみると、本県同様にリーマンショック後の平成21年(2009年)3月期にマイナス14となった後、一貫して改善の動きが続いています。(図1-135)



本県企業における金融環境は、リーマンショック以前の景気回復期においても厳しい状況にありましたが、リーマンショックを契機とする世界不況の発生により更に悪化しました。その後、全国と同様に改善方向に推移した時期もありましたが、平成22年(2010年)に入ってから、緊急保証制度などの各種金融支援策が本県企業の金融円滑化に寄与しているものの、企業の貸出態度判断は横ばいの状況が続いています。

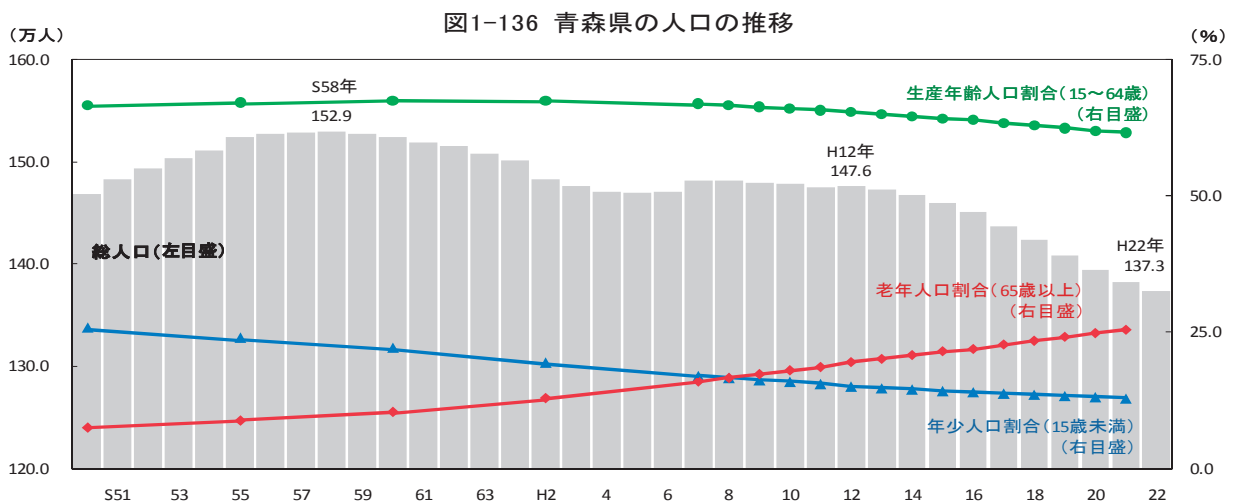
第3節 青森県の人口

1 青森県の人口の推移

推計人口は、直近の国勢調査人口をベースに、出生数、死亡者数、転入者数、転出者数を加減して算出したもので、毎年10月1日現在の状況をその年の推計人口として取り扱っています。

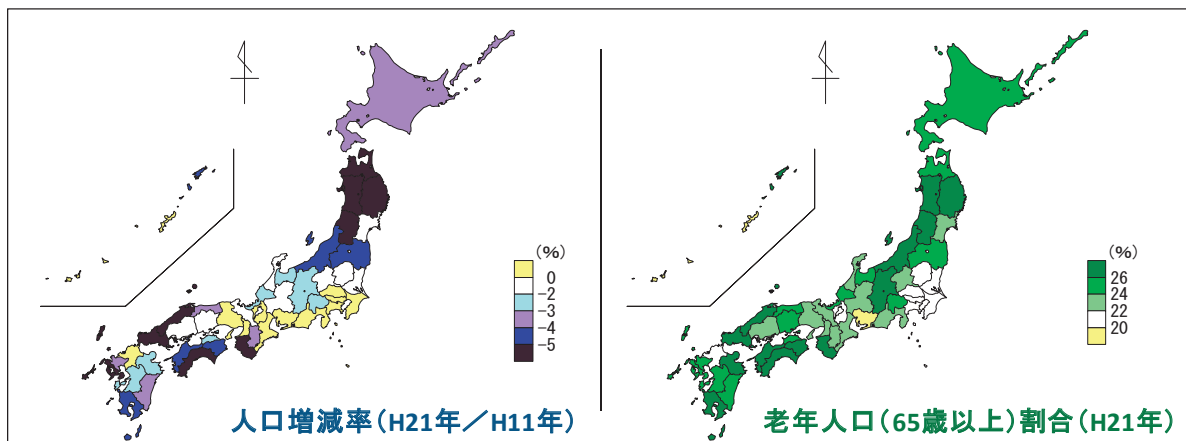
青森県の推計人口については、昭和58年(1983年)の152万9千人をピークに減少が続いており、平成23年(2011年)の国勢調査(速報値)では137万3千人となりました。年齢別(平成21年(2009年)まで)では、年少人口(15歳未満)及び生産年齢人口(15～64歳)の割合が低くなる一方で、老年人口(65歳以上)の割合が高まっています。(図1-136)

全国的には若年層を中心に大都市圏へ人口が集中する一方、地方では人口減少と高齢化が同時に進行する傾向がみられ、特に、平成11年(1999年)から平成21年(2009年)までの10年間の人口増減率に注目すると、本県は秋田、和歌山に次いで全国で3番目に大きい減少幅となっています。(図1-137)



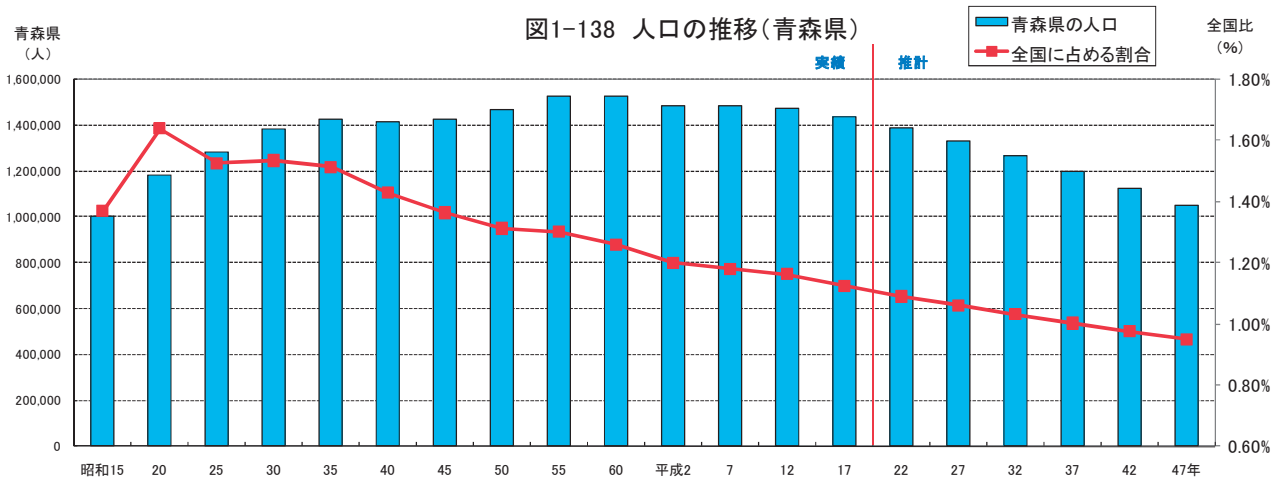
資料) 県統計分析課「推計人口」
 ※平成22年度の年齢別人口割合は未確定(国勢調査集計中)

図1-137 国の人口増減率と老年人口割合



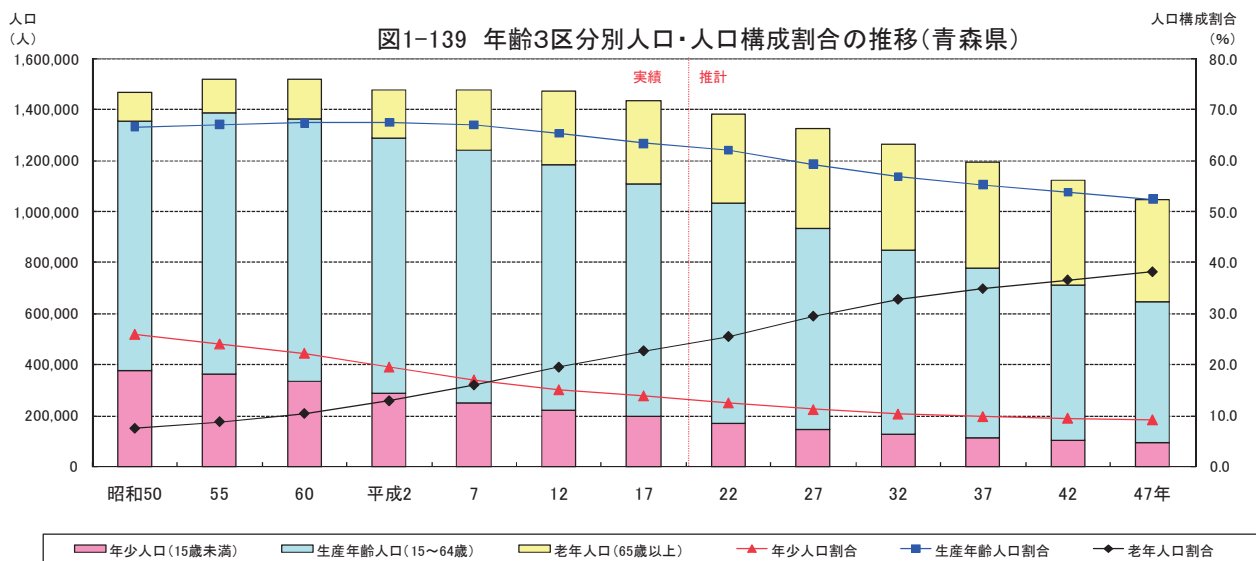
資料) 総務省統計局「推計人口」

また、国立社会保障・人口問題研究所がまとめた「日本の都道府県別将来推計人口(平成19年(2007年)5月推計)について」(以下「将来推計人口」という。)によれば、本県の将来推計人口は、平成32年(2020年)時点で126万6千人(平成17年比: マイナス17万1千人)、平成47年(2035年)時点で105万1千人(平成17年比: マイナス38万6千人)となっており、全国に比べて人口減少のスピードが速いため、全国に占める割合も低減していくことが見込まれています。(図1-138)



資料)総務省「国勢調査」:昭和15～平成17年、国立社会保障・人口問題研究所「日本の都道府県別将来推計人口(平成19年5月推計)について」:平成22～47年

年齢3区分別に将来推計人口をみると、年少人口と生産年齢人口の割合は減少していく一方、老年人口の割合は増加していくことが分かります。ただし、老年人口の絶対数としては、全国では一貫して増加していくのに対し、本県では平成37年(2025年)以降に減少に転じます。これは、団塊の世代以降の割合が全国と比べて小さく、全国よりも早く生産年齢人口が減少していくためであると考えられます。



資料)総務省「国勢調査」:昭和50～平成17年、国立社会保障・人口問題研究所「日本の都道府県別将来推計人口(平成19年5月推計)について」:平成22～47年

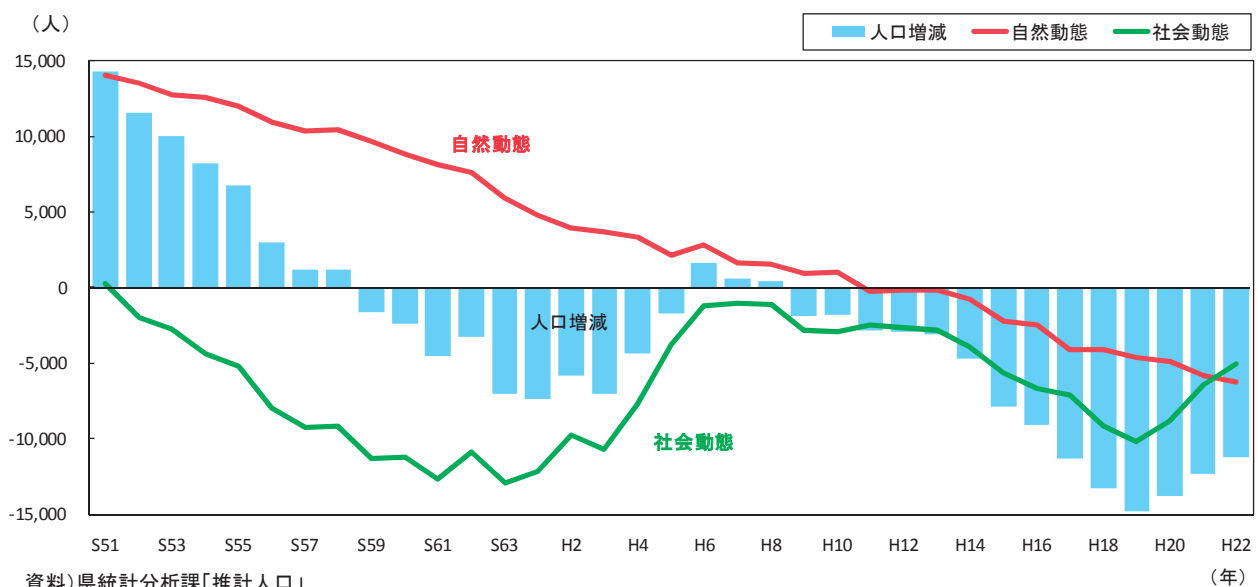
2 青森県の人口動態

人口動態の特徴を捉えるには、出生者数から死亡者数を差し引いた自然動態と、転入者数から転出者数を差し引いた社会動態に分けてみる必要があります。

本県の自然動態については長期的な減少が続いており、平成11年(1999年)からは自然増減数がマイナスへ転じています。平成22年(2010年)は出生者数が9,754人、死亡者数が15,973人となり、自然増減数は過去最大の減少幅となる6,219人の減少となりました。

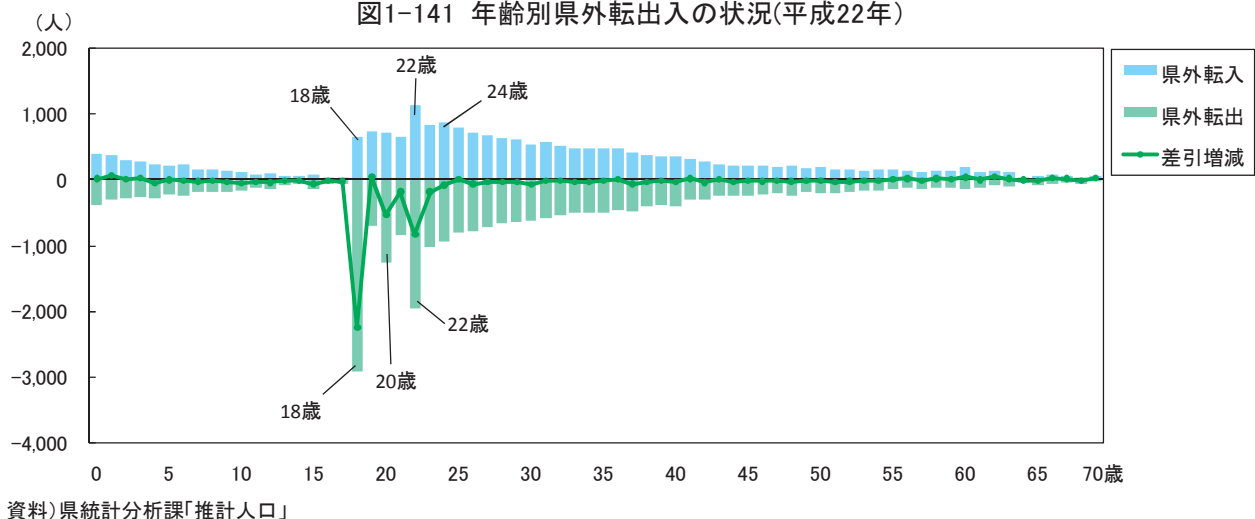
一方、社会動態については、昭和50年(1975年)代から一貫してマイナスの推移となっていますが、過去の動きをみると、景気回復期に減少幅が大きくなり、景気後退期に減少幅が小さくなる傾向がうかがわれます。近年では平成19年(2007年)をボトムに減少幅が拡大から縮小へ転じており、平成22年(2010年)の社会増減数は5,033人の減少となりました。(図1-140)

図1-140 青森県における人口増減数の推移



また、県外への転出入の状況を年齢別にみると、ほとんどの年齢層で転出超過となっていますが、特に、18歳、20歳、22歳の時点での転出超過が際立っています。(図1-141)

図1-141 年齢別県外転出入の状況(平成22年)



本県では市町村の協力のもと、人口移動統計調査の一環として、転出者及び転入者を対象に移動理由等に関するアンケート調査を行っています。

平成22年(2010年)の調査結果から、「県外からの転入」と「県外への転出」について、移動理由の回答を構成比で見ると、「県外からの転入」では、転勤が33.4%で最も多く、次いで転職が12.9%となり、「県外への転出」では、就職が30.3%で最も多く、次いで転勤が29.1%となっています。

一方、転出超過となっている若年者については、15～19歳における「県外からの転入」では、転勤が25.7%で最も多く、「県外への転出」では就職が51.7%で最も多い理由となっています。

また、20～24歳における「県外からの転入」では、転職が17.3%、就職が16.9%、転勤が16.1%で分散されていますが、「県外への転出」では就職が58.9%と大きな割合を占めています。(図1-142、1-143)

図1-142 「県外からの転入」の移動理由(平成22年)

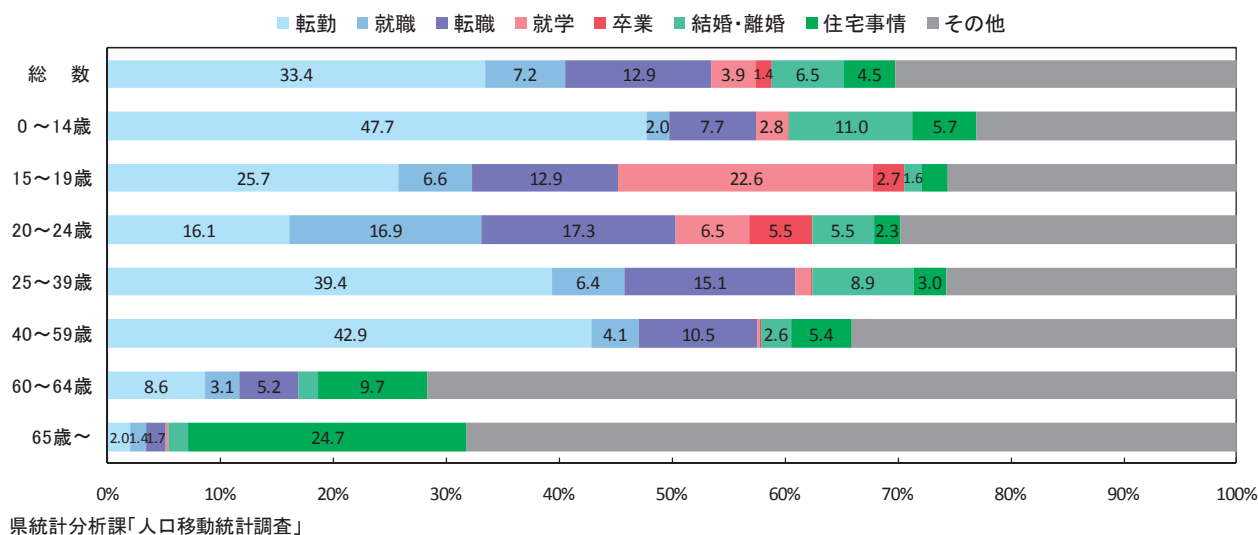
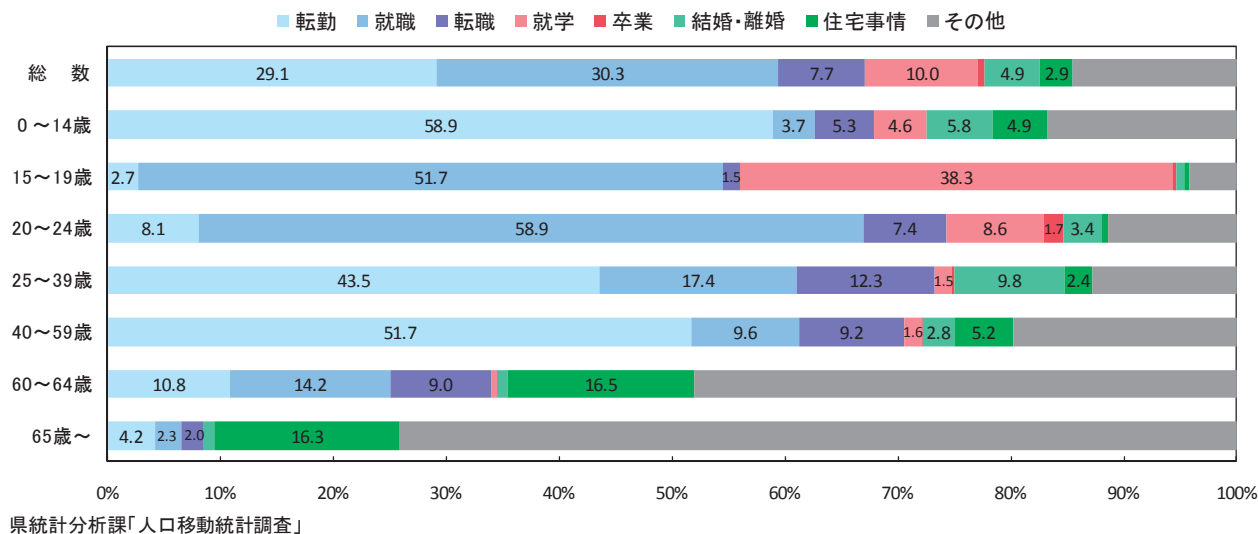


図1-143 「県外への転出」の移動理由(平成22年)

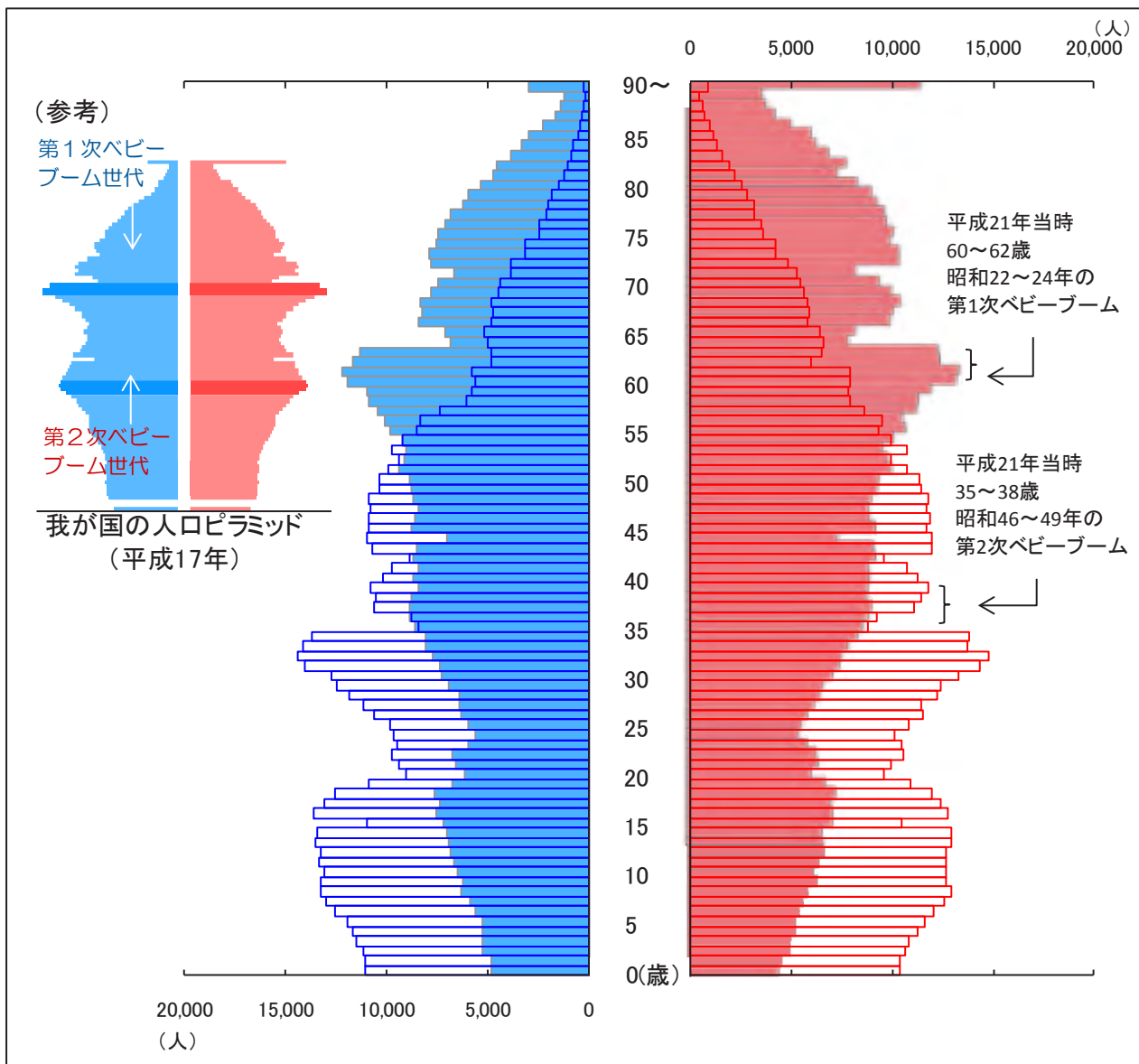


3 青森県の人口構成

我が国の人口ピラミッドは、2つの膨らみを持つ「逆ひょうたん型」(総務省：平成17年国勢調査)となっています。2つの膨らみとは、主として第1次ベビーブーム世代と第2次ベビーブーム世代を指していますが、本県の人口ピラミッドにおいては、全国に比べると第2次ベビーブーム世代の膨らみがあまり目立たない構造となっています。これは本県の社会動態の減少幅が大きかった平成初期に第2次ベビーブーム世代が18歳を迎え、県外に転出するケースが多かったためと考えられます。(図1-140、1-141(85ページ)参照)

また、平成21年(2009年)の本県の人口ピラミッドを約30年前の昭和55年(1980年)と比較すると、少子高齢化の進展に加え、人口の多い第1次ベビーブーム世代が60歳代前半になったことから、人口ピラミッドの重心が上方へスライドした形となっています。(図1-144)

図1-144 青森県の人口ピラミッド(平成21年)



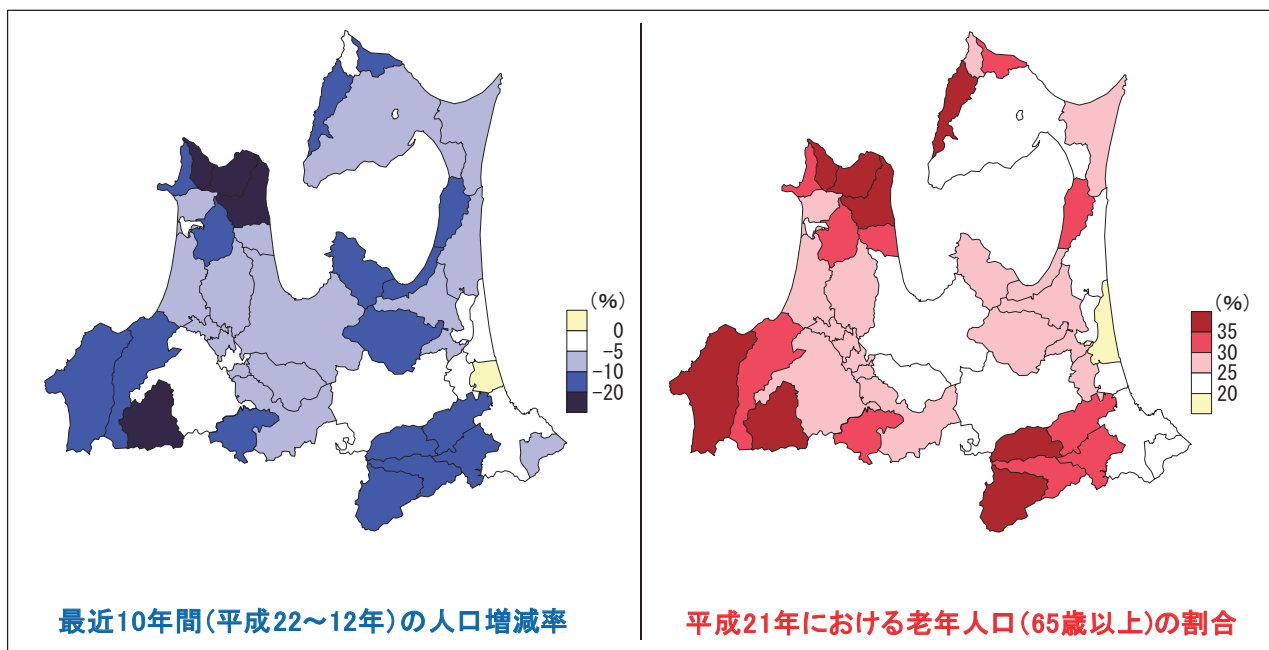
□ 男(昭和55年) ■ 男(平成21年)
 □ 女(昭和55年) ■ 女(平成21年)

資料) 県統計分析課「推計人口」

次に、市町村別に人口動向をみてみます。平成22年(2010年)国勢調査(速報)と平成12年(2000年)国勢調査の結果を比較すると、この10年間で人口が増加したのはおいらせ町のみで、その他の市町村では人口が減少しています。特に、中山間部や半島先端部での減少が目立ち、外ヶ浜町、西目屋村と今別町では、20%を超える減少幅となりました。全体としては、40市町村中、10%を超える減少幅となったのは18市町村に上ります。

また、平成21年(2009年)における老年人口(65歳以上)の割合をみると、20%を下回ったのは三沢市(19.7%)だけで、今別町と新郷村では40%を上回り、全県的に高齢化の進行が顕著に現れています。(図1-145)

図1-145 市町村別の人口動向



資料)県統計分析課「推計人口」

おわりに

世界経済及び日本経済全体が回復局面にあるなか、本県経済も平成21年(2009年)4月を景気の谷(暫定)として景気拡張局面に入りましたが、雇用面や企業の景況感などは全国の水準を下回っており、厳しい状況が続いています。

最近の本県の人口は、平成23年(2011年)2月の国勢調査結果(速報値)によると、前回調査時に比べ全体では4.4%のマイナスとなっています。こういった現象は本県だけではなく、地方においては本県と同様の状況にありますが、このような状況のもとで本県経済の活性化を図り県内での雇用の拡大を図るためには、交流人口の増加などによる外貨獲得、域内市場産業活性化が期待される所です。

本県では、平成22年(2010年)12月4日に東北新幹線全線開業となり、人口減少による経済規模の縮小に直面する中、この新幹線開業は本県経済にとって大きなチャンスであり、この機会を捉え本県の有する地域資源を有効に活用していくことが重要となります。

＜コラム2 「結輪（ゆうわ）力」、「地際（ちさい）力」、「住民力」の結集！＞

青森地域社会研究所 専務理事 高山 貢

2010年国勢調査結果（速報）が公表された。青森県の人口は137万3,164人、前回は6万3,493人減、増減率では4.4%のマイナスとなった。市町村別では大間町、おいらせ町の2町が人口増となったものの、他は全てマイナスと人口の減少に歯止めがかからない。

人口が減り、県内需要が縮むなか、供給サイドは設備過剰、供給過剰の体質が改善されない、いわゆる供給過多の状態が続く、国内経済と同じように需要不足が今後も予想される。県内のデフレ経済脱却の道筋もハードルが高い。経済の低成長は自明の理ということになる。

人口減少が続けば、地域経済の停滞、地域活力の低下につながりかねない。全国各地で行われている「地域づくり」「地域おこし」の活動は、人口減のなかでいかに地域経営を円滑に続け、持続的な地域社会を維持していくかの取組みと言えよう。

地域には、さまざまな資源（人材、技術、自然、文化）がある。それをいかに組み合わせ、ビジネスに結び付けていくか、どのように差別化するのか、地域の知恵が問われている。

内閣府の「地域の経済2008」では、人口減少下の地域経済を、さまざまな地域資源を結びつける「結輪（ゆうわ）力」、地域外への輸出、交流人口の増加で不足する域内需要を補完する「地際（ちさい）力」、縮小する行政サービスを民間が補完する「住民力」の三つの新しい波（ヌーベルバーク）で、復活できるのではないかと提言している。

人口減少による悪循環を断ち切る絶好の機会が東北新幹線全線開業ではないだろうか。県内には、八戸駅、七戸十和田駅、新青森駅の三つの玄関口があり、県内各地で地域資源の見直しとそれを組み合わせたビジネス、「結輪（ゆうわ）力」が発揮されつつある。県外観光客、海外からの観光客誘致に向けた仕掛けも充実し始めている。農産物の移輸出のトップランナー、「地際（ちさい）力」の担い手としての青森県の農林水産業への期待も大きい。

ヌーベルバークを支えるのが人材、新幹線開業で県内と県外との人材交流が盛んになるのも楽しみだ。新幹線開業効果は、大きなインパクトになるのは間違いない。

第二部 交流人口の拡大と観光を軸とした産業間の連携強化に向けて

— 本県における観光の現状と課題 —

はじめに

観光立国の実現に向けた施策の推進にあたり、平成19年(2007年)に観光庁が発足し、成長分野である観光産業強化のための取組が国レベルでも積極的に進められています。観光産業は、宿泊業や運輸・交通関係だけではなく、その周辺も含めた関連産業への経済波及効果が非常に大きく、地域経済に大きな影響を及ぼすことから、各地域においても観光客誘致に向けた積極的な取組が行われています。

本県においては、平成22年(2010年)12月4日に東北新幹線の全線開業を迎えましたが、同年10月には羽田空港の国際線ターミナルがオープンし、羽田発着の国際線が増えたことから、本県は国内外の地域とより短い時間で結ばれたこととなります。こういったアクセス面での利便性の向上は、「自然」、「食」を始めとする多様な地域資源を有する本県にとって、交流人口の拡大という観点から大きな役割を果たすものと考えられます。

一方で、これらの高速交通網の整備による域内から域外へと人やモノを流出させるストロー効果の発生や、平成27年度(2015年度)末の北海道への新幹線の延伸など、今後予想される様々な変化に対し、将来を見据えた対応も求められています。

また、交流人口の拡大は、旅行消費額等の増加による経済効果の本県にもたらしますが、産業間の連関が弱い状態では、獲得した外貨が県内に留まることなく県外に流出してしまい、県内の雇用や所得の増加といった経済効果は小さなものとなってしまいます。自立した地域経済の確立には、獲得した外貨を産業間の連関を通して地域経済において循環させるような仕組みづくりが必要です。

このような状況を踏まえ、先に、第一部では、主に「宿泊旅行統計調査」から平成21年(2009年)の全国と本県の宿泊旅行の現状をみてきましたが、第二部では、長期的な推移などから本県及び全国の観光の動向を確認した後、本県における観光の現状について分析し、交流人口の拡大による外貨の効果的な獲得と、観光を軸とした産業間の連携強化に向けた現状と課題を検証します。

第1章 観光をめぐる本県・全国の動向

第1章では、本県を訪れた観光客の動向について、観光客の入込数や動向調査などから現状分析を行うとともに、観光に関する全国的な動向をみていきます。

1 本県の動向

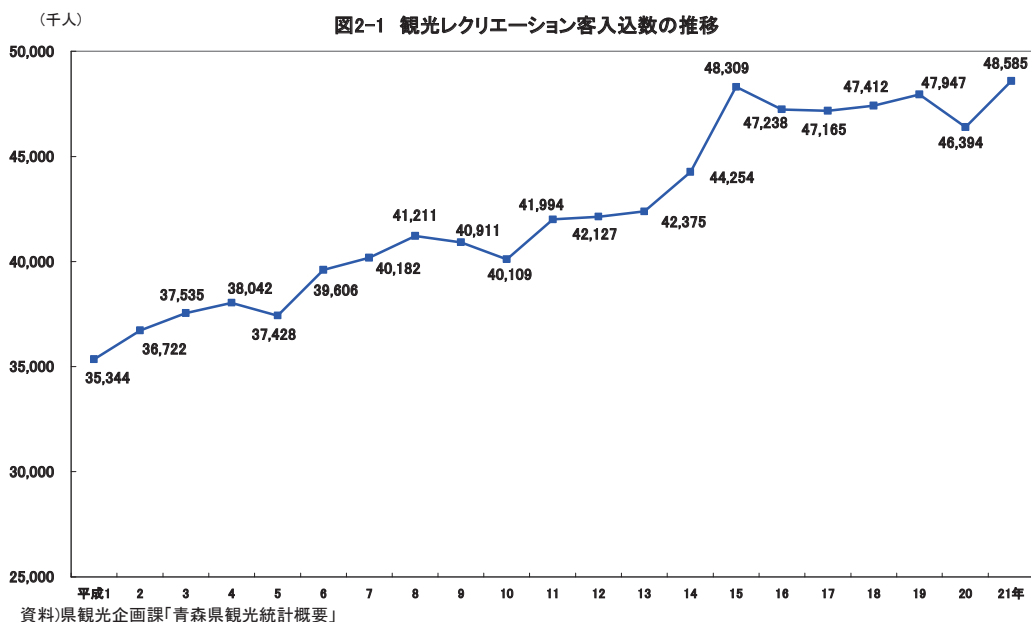
(1) 観光客入込数の推移

最初に、本県に観光目的で訪れる観光客入込数について、推移とその特徴をみてみます。

県観光企画課の「観光レクリエーション客入込数調査」により、観光レクリエーション客入込数(以下「入込数」)の推移をみると、平成7年(1995年)に4,018万人と4,000万人を越えて上昇傾向にありましたが、平成16年(2004年)から平成19年(2007年)にかけて4,700万人前後で横ばいとなっています。

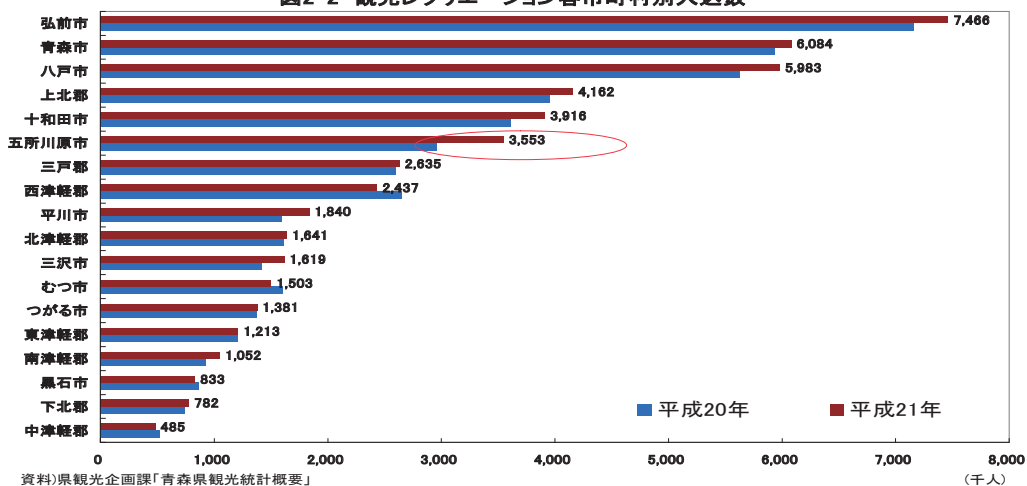
平成20年(2008年)は、大型イベント開催時期の天候不順や、6月の岩手・宮城内陸地震、続く7月の岩手県沿岸北部における地震、更にはガソリン価格の上昇も加わったことで入込数が減少し、前年比3.2%のマイナスとなりました。

全国的にみると、平成21年(2009年)はリーマンショックによる景気の冷え込みで、観光客数が減少した都道府県が多かった中で、本県では前年比4.7%の伸びとなる4,859万人となり過去最高の入込数を記録しました。(図2-1)



その要因としては、平成21年(2009年)3月下旬からスタートした高速道路の料金割引制度や、9月に連休(シルバーウィーク)があり移動しやすい環境にあったこと、五所川原市を中心とした地域で太宰治生誕100年に関連したイベントが開催されたことなどがあげられます。市町村別の入込数においても、平成20年(2008年)に比べて五所川原市は19.9%増加し355万人の入込数となりました。(図2-2)

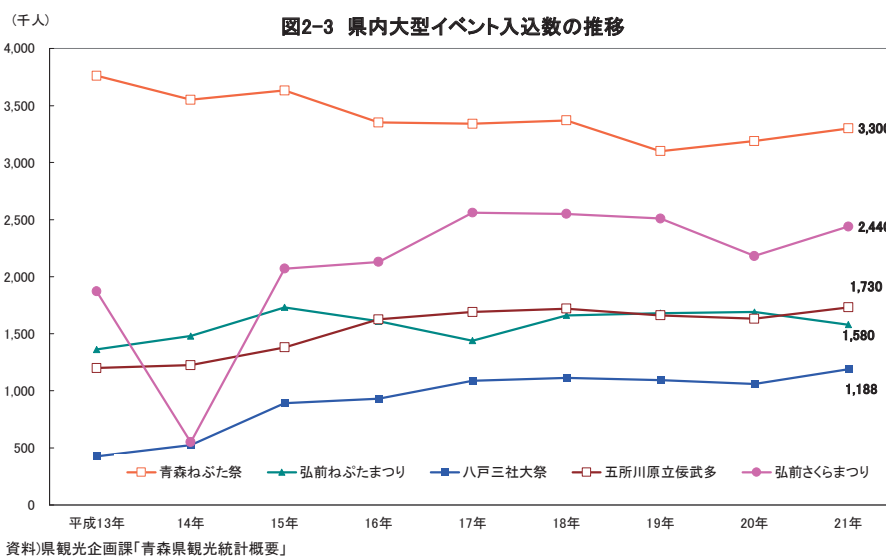
図2-2 観光レクリエーション客市町村別入込数



次に、県内の主な大型イベントの入込数の推移をみると、入込数が最も多く推移しているのは青森市の青森ねぶた祭となっていますが、ここ数年の動きをみると青森ねぶた祭の入込数は減少傾向となっています。

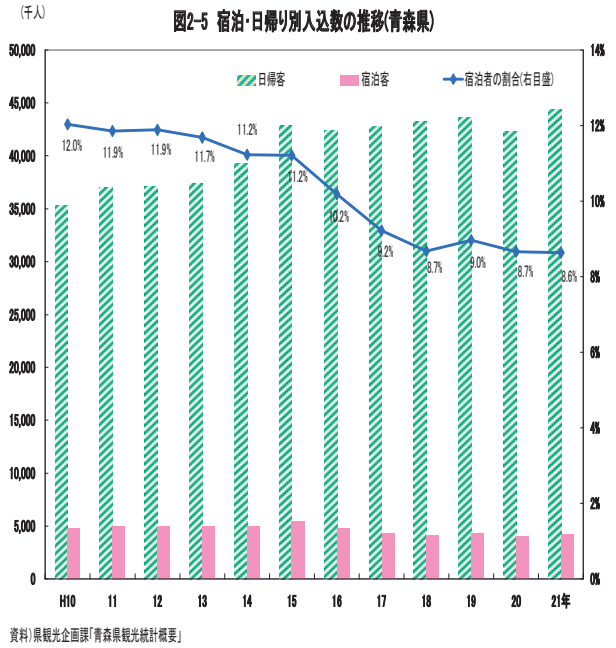
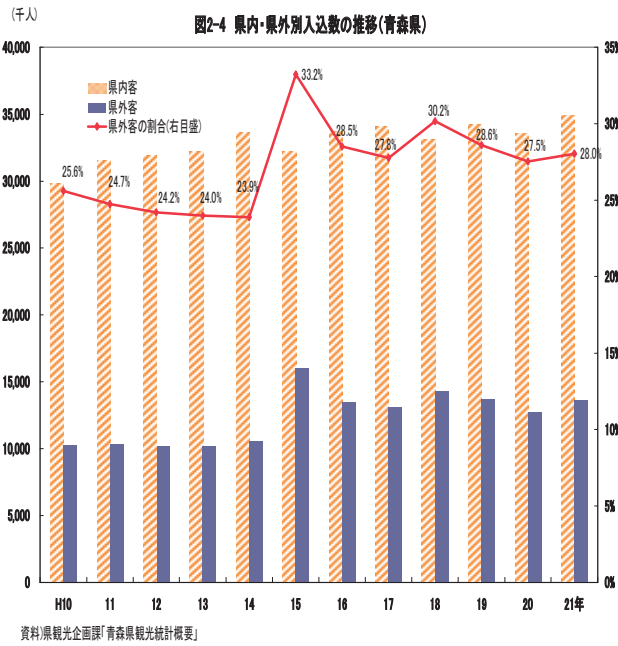
平成14年(2002年)を除き、弘前さくらまつりが青森ねぶた祭に次いで入込数が多く、平成21年(2009年)は244万人となっています。弘前さくらまつりの入込数は桜の開花時期により変動があるものの、おおむね横ばいで推移しています。

一方、八戸三社大祭、五所川原立佞武多は入込数が増加傾向で推移しています。(図2-3)



また、入込数について県内客と県外客でみると、県外客は全体の3割弱となっており、ここ数年その割合には大きな変化はみられません。平成15年(2003年)は33.2%となっていますが、これは東北新幹線八戸駅開業の翌年にあたり、八戸市や周辺市町村における県外客が増加したことによるものです。(図2-4)

次に、宿泊・日帰り別に入込数をみると、日帰り客が全体の約9割を占めており、宿泊客は全体として減少傾向が続き、平成17年(2005年)に9.2%と10%を下回って以降、近年は8%台で推移しています。(図2-5)

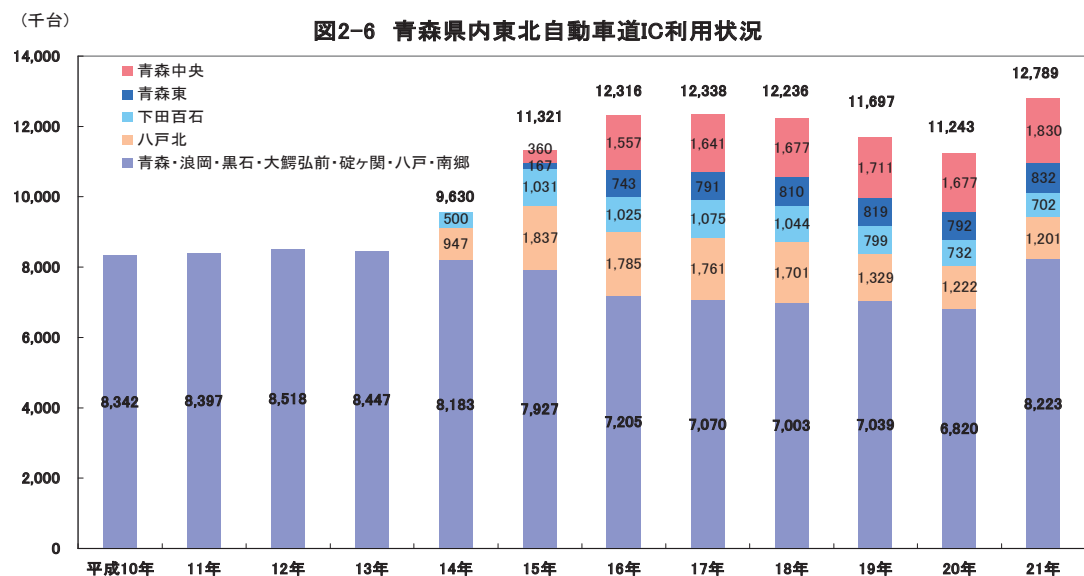


(2) 交通利用の状況

① 高速道路インターチェンジ出入台数

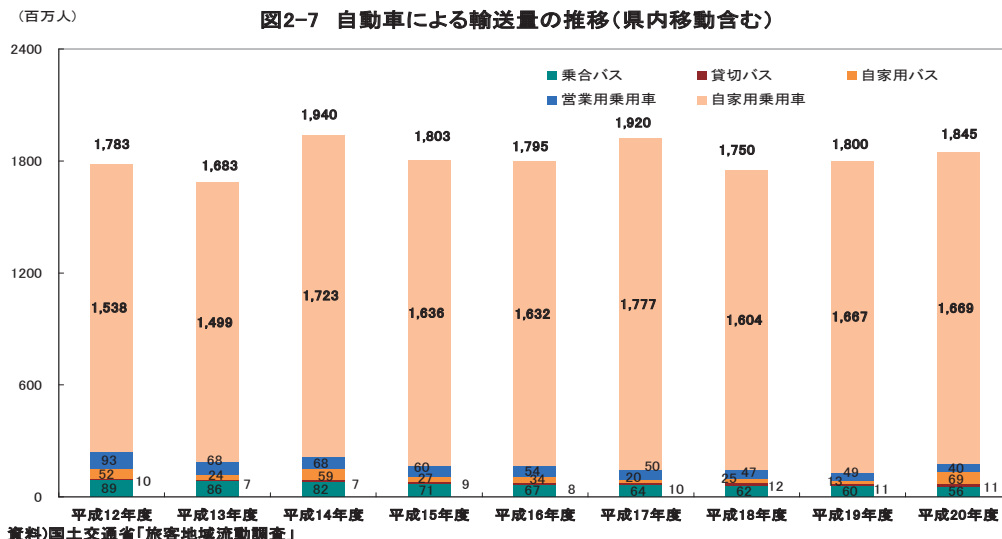
平成 21 年(2009 年)の入込数の増加要因として高速道路の料金割引制度の効果が言われていますが、県内の高速道路のインターチェンジ出入台数からもその動きを捉えることができます。

平成 10 年(1998 年)以降について東北縦貫自動車道の利用状況をみると、平成 14 年(2002 年)に八戸北インターチェンジと下田百石インターチェンジが供用開始となり、平成 15 年(2003 年)には青森東インターチェンジと青森中央インターチェンジの供用が開始され、これらインターチェンジの開設年には利用台数は増加していますが、平成 18 年(2006 年)以降は減少傾向となりました。平成 21 年(2009 年)は前年を 13.8%上回る 1,279 万台となり、高速道路の料金割引制度による出入台数の増加が読み取れます。(図 2-6)



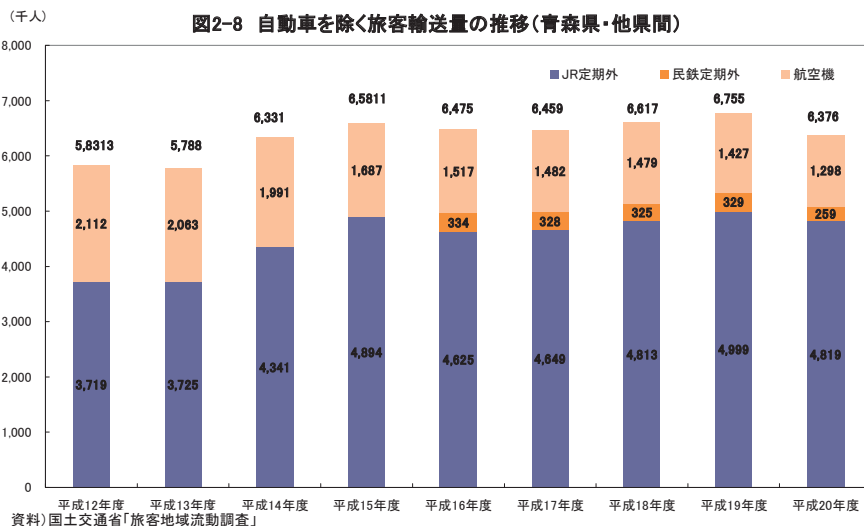
② 自動車輸送量の推移

自動車について県内移動を含めた輸送量を種類別にみると、自家用乗用車による輸送量が最も多く、平成20年度(2008年度)は全体の90.5%に当たる16億6,910万人となっています。営業用の自動車では、乗合バスが5,636万人、次いで営業用乗用車が3,996万人となっています。(図2-7)



③ 旅客輸送量の推移

本県と他県間の旅客輸送量は、平成16年度(2004年度)以降ほぼ横ばいとなっていますが、平成20年度(2008年度)は、いずれの輸送手段も前年度に比べ減少となりました。内訳をみると、航空機は一貫して減少傾向にあり、平成20年度(2008年度)は平成12年度(2000年度)の輸送量の6割程度となりました。これは、平成14年度(2002年度)以降、航空便の減便や航空会社の撤退などが相次いだことなどが要因と考えられます。一方、JRは東北新幹線八戸駅開業翌年の平成15年度(2003年度)には489万人と前年度から12.8%の増加となり、平成16年度(2004年度)、17年度(2005年度)には460万人台に落ち込んだものの、平成18年度(2006年度)は481万人と再び増加に転じ、以降ほぼ横ばいで推移しています。(図2-8)

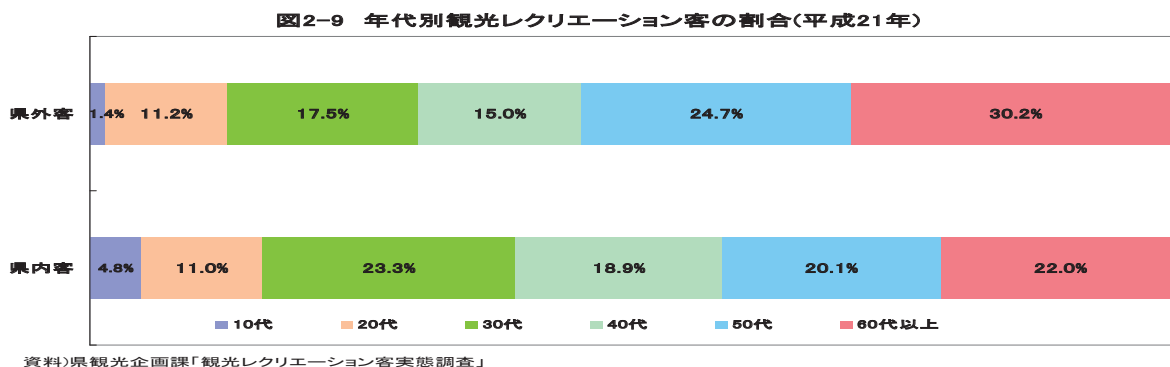


(3) 観光レクリエーション客の動向

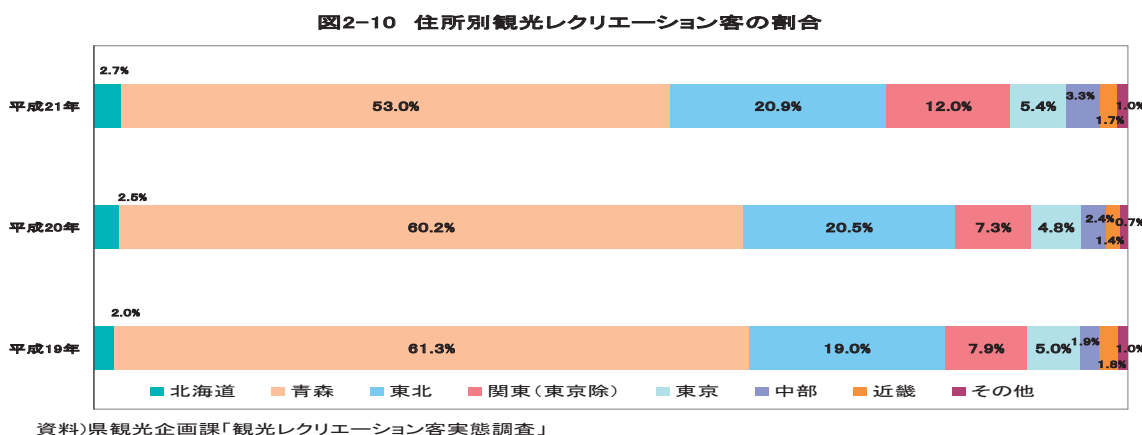
① 年代別・住所別・利用交通機関別にみた動向

面接調査である「観光レクリエーション客実態調査」から、本県の観光客の動向をみていきます。

平成21年(2009年)について県内客、県外客別に年齢階層をみると、県外客では60代以上が30.2%と最も高い割合を占めており、次いで50代の24.7%となっています。県内客では、30代が23.3%と最も高く、次いで60代以上が22.0%となっています。なお、県内客、県外客を合わせた全体では、60代以上が25.8%と最も高く、次いで50代が22.3%となっています。(図2-9)

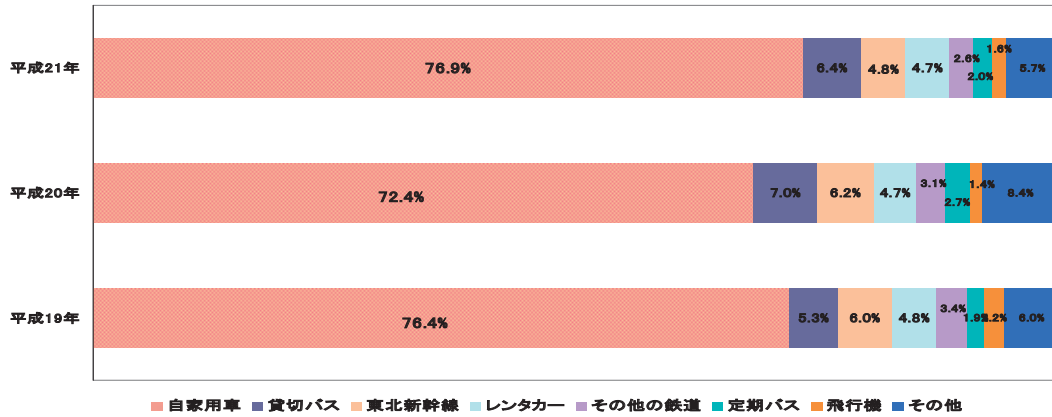


住所別に平成19年(2007年)以降の推移をみると、平成19年(2007年)、20年(2008年)、21年(2009年)とも県内客が最も多く、平成21年(2009年)は全体の53.0%が県内客となっています。次いで、本県を除く東北地域からの来県者が20.9%、東京を除く関東が12.0%、東京が5.4%などとなっており、平成19年(2007年)から21年(2009年)の3年間においても、概ね同様の傾向となっています。(図2-10)



県内客を含め観光客が利用した交通機関では、最も多く利用されているのは自家用車で、特に平成21年(2009年)は全体の76.9%を占め、レンタカーの利用も含めると約8割が自動車を利用しています。これは、平成21年(2009年)3月から実施された高速道路料金の割引制度による効果も大きかったものと考えられます。(図2-11)

図2-11 利用交通機関別観光レクリエーション客の割合(複数回答)

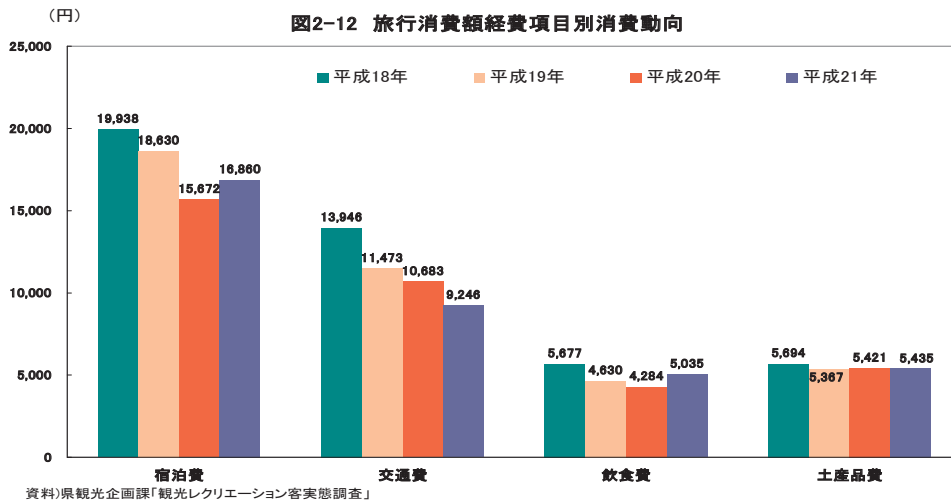


資料) 県観光企画課「観光レクリエーション客実態調査」

② 旅行消費額の動向

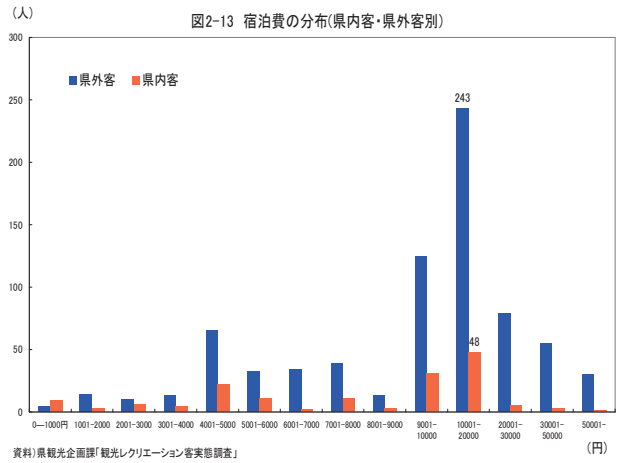
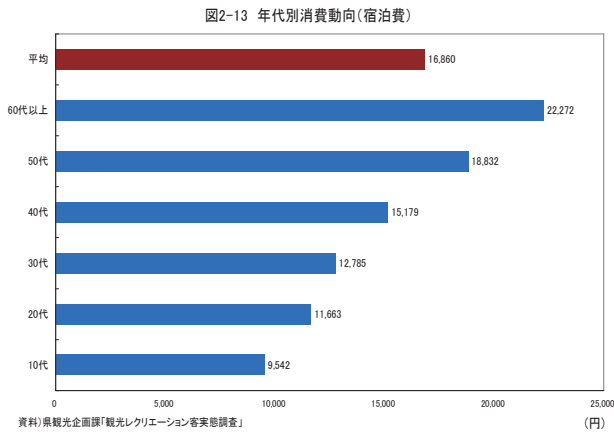
次に、観光レクリエーション客が県内で消費した経費についてみていきます。

宿泊費の平均額は、平成21年(2009年)は16,860円となり、平成20年(2008年)に比べて1,188円増加しました。交通費は平成20年(2008年)から1,437円減少し9,246円、飲食費は751円増加の5,035円、土産品費は14円増加し5,435円となっています。平成18年(2006年)から平成21年(2009年)の4年間における増減をみると全体的に減少傾向にあり、宿泊費15.4%、交通費33.7%、飲食費11.3%、土産品費4.5%の減となっています。(図2-12)

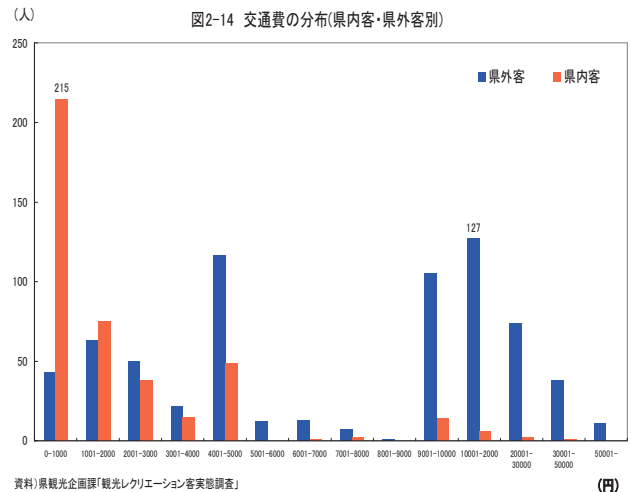
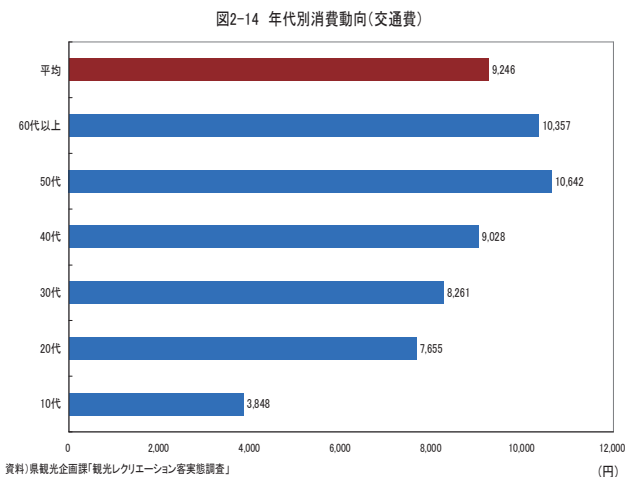


平成21年(2009年)の旅行消費額について経費別にみていきます。

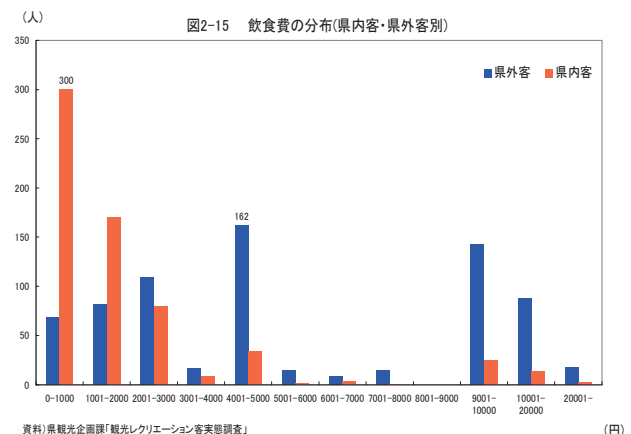
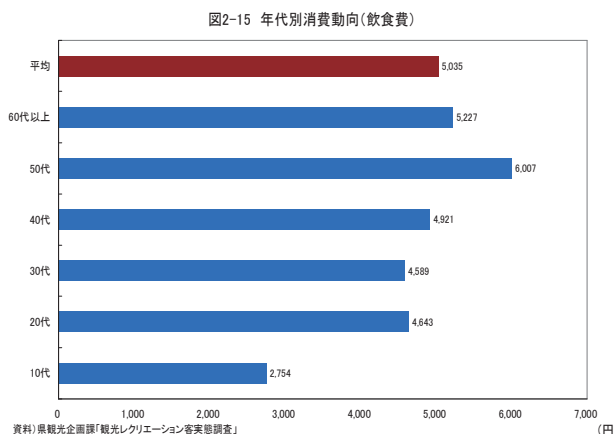
宿泊費について年代別にみると60代以上が22,272円と最も多く、年代が低くなるに連れて消費額が減少しています。また、県外客と県内客別に分布をみると、県内客、県外客ともに10,001円～20,000円が最も多く、次いで9,001～10,000円となっています。特に県外客は10,001円～20,000円が243人と全体の32.1%を占めており、9,001円～20,000円では48.6%と全体の約5割を占めています。(図2-13)



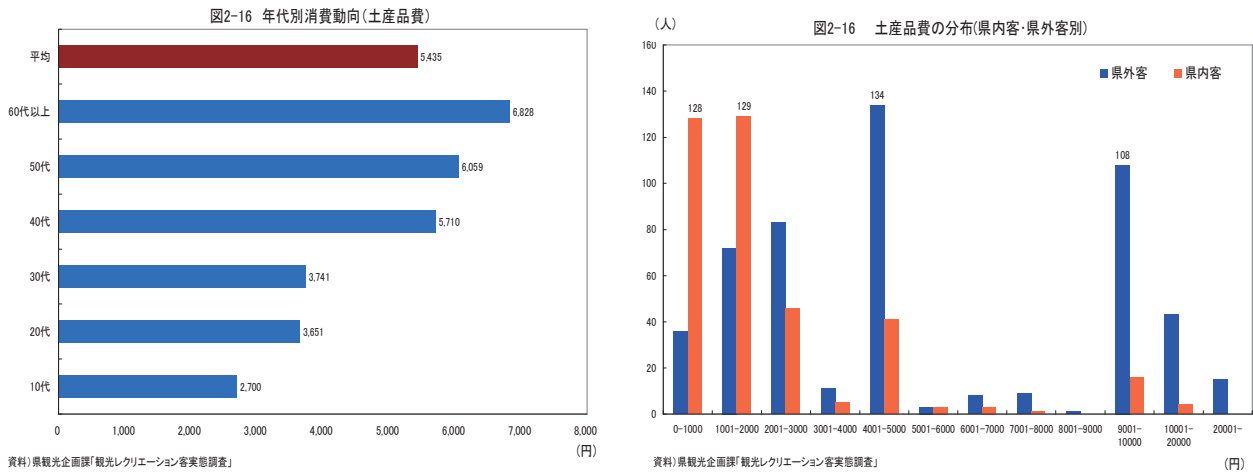
交通費について年代別にみると50代が10,642円と最も多く、次いで60代以上が10,357円となっています。また、県外客と県内客別に分布をみると県外客は10,001～20,000円が127人と最も多く、次いで4,001～5,000円となっています。一方、県内客では、0～1,000円が215人と最も多く全体の51.4%を占めています。(図2-14)



飲食費について年代別にみると50代が6,007円と最も多く、次いで60代以上が5,227円となっています。また、県外客と県内客別に分布をみると、県外客は4,001～5,000円が162人と最も多く、次いで9,001～10,000円となっています。一方、県内客では、0～1,000円が300人と最も多く全体の46.9%を占めています。(図2-15)



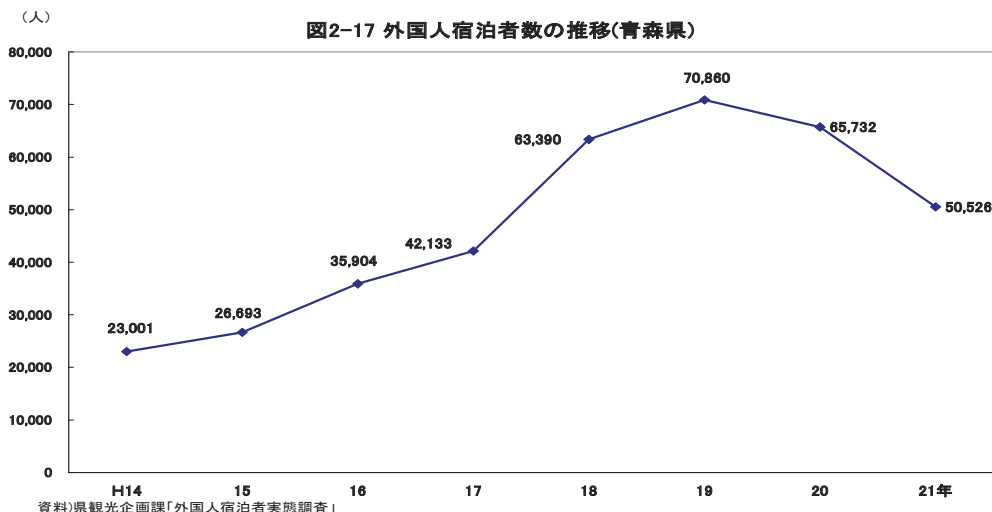
土産品費について年代別にみると60代以上が6,828円と最も多く、次いで50代が6,059円となっています。また、県外客と県内客別に分布をみると、県外客は4,001～5,000円が134人と最も多く、次いで9,001～10,000円が108人ととなっています。一方、県内客では、1,001～2,000円が129人、0～1,000円が128人と2,001～3,000円も含めた3,000円以下の消費が全体の80.6%を占めています。(図2-16)



これらの調査結果から、本県を訪れた観光客の消費動向として、年齢の高い世代の消費額が高いこと、県外客と県内客では全体として県外客の支出額が高い傾向にあることが読み取れます。

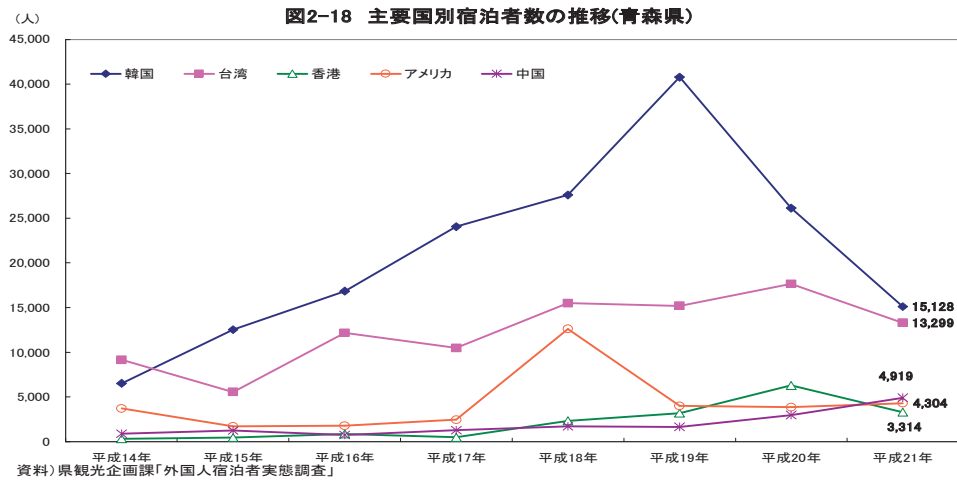
(4) 外国人宿泊者の動向

本県の外国人宿泊者数について「外国人宿泊者実態調査」からみると、平成21年(2009年)の宿泊者数は50,526人と前年比76.9%となりました。減少した要因としては、円高が続いたことや、平成20年(2008年)のリーマンショックを発端とする景気後退の影響などがあると考えられます。(図2-17)



国別に動向をみると、韓国が15,128人と全体の29.9%を占めており、続いて、台湾が13,299人で全体の26.3%となっています。円高や世界的な金融危機の影響で、韓国、台湾、香港からの宿泊者が減少した中で、中国の宿泊者は2年連続で増加しています。中国の宿泊者の増加は、平成21年(2009年)7月から実施された日本政府による中国人向け個人観光ビザの発給緩和に伴うものと考え

えられますが、平成22年(2010年)7月には、富裕層に限られていたビザの発給要件が中間層にも拡大されたことで、今後、中国の宿泊者数のさらなる伸びが期待されます。(図2-18)



近年、地方においても地方空港を利用した海外からの観光客誘致の動きが活発化してきています。

平成21年(2009年)に韓国で放送されたテレビドラマ「IRIS」(アイリス)は、秋田県田沢湖周辺でロケが行われていますが、韓国での放送終了後、多くの韓国人観光客がロケ地である秋田県を訪れ秋田県を中心に「IRIS(アイリス)効果」をもたらしました。

この「IRIS」(アイリス)の撮影地誘致に関しては、低迷していた大韓航空ソウルー秋田線の搭乗率の改善を目的として行政が積極的に誘致を働きかけたことに加え、撮影場所となった宿泊施設がロケ隊に施設を無償提供するといった観光事業者側の協力もあり、官民一体となった態勢で撮影のバックアップを行ったことにより成功した事例といわれています。

(5) 青森県への来訪希望

これまで、各種統計資料により本県を実際に訪れた観光客等についてみてきましたが、本県に対する旅行需要を(財)日本交通公社の調査からみると、平成21年(2009年)の「行ってみたい旅行先」に関する調査では、本県は第11位(海外を除く)となり平成19年(2007年)から7位順位を上げています。テーマごとのアンケート結果では、青森ねぶた祭や弘前さくらまつりなど知名度の高いイベントの影響から、「祭・イベント(祭やイベントを楽しむ旅行)」の地域別では第1位となっており、具体的な表記をみると、青森は20.2%と他地域に大きな差をつけています。「花の名所巡り(桜やハーブなどの花の名所を訪ねる旅行)」の地域別においても第3位となっており、具体的な表記をみると、京都、北海道に次いで弘前が第3位、青森が第8位となっています。また、農産物の収穫体験などを楽しむ「農業体験」では、地域別で第3位となっていますが具体的な表記では長野と並んで青森が最も高くなっています。(図2-19)

これらの調査結果から、本県に対する潜在的な旅行需要は高いものと考えられますが、図2-3(93ページ)をみると、青森ねぶた祭や弘前さくらまつりは減少傾向もしくは横ばいで推移しており、来訪意欲が入込数に結びついていない状況がうかがえます。

図2-19 行ってみたい旅行先(海外を除く)

◎ 総合ランキング

2009年		2007年		2005年	
順位	地域名	順位	地域名	順位	地域名
1	北海道	1	北海道	1	北海道
2	沖縄県	2	沖縄県	2	京都府
3	京都府	3	京都府	3	東京都
4	東京都	4	千葉県	4	沖縄県
5	長野県	5	長野県	5	長野県
6	千葉県	6	東京都	6	千葉県
7	静岡県	7	静岡県	7	静岡県
8	神奈川県	8	大分県	8	神奈川県
9	鹿児島県	9	大阪府	9	大分県
10	大分県	10	神奈川県	10	大阪府
11	青森県	11	日本国内	11	石川県
12	大阪府	12	群馬県	12	群馬県
13	群馬県	12	東北地方	13	九州地方
14	兵庫県	14	石川県	14	日本国内
15	九州地方	15	九州地方	14	青森県
16	石川県	16	岐阜県	16	東北地方
17	東北地方	17	鹿児島県	17	岐阜県
-		18	青森県	18	栃木県

◎ 祭・イベント(2009年)
(地域別)

順位	地域名	%
1	青森県	25.6
2	京都府	9.9
3	北海道	6.6
4	東京都	6.3
5	岐阜県	4.5

(具体的な表記) (%)

青森	20.2
京都	9.6
北海道	4.5
青森ねぶたまつり	4.2
東京	3.9
東北地方	3.6
大阪	3.3
秋田	3.3

◎ 花の名所巡り(2009年)
(地域別)

順位	地域名	%
1	北海道	16.9
2	京都府	16.2
3	青森県	12.2
4	奈良県	6.8
5	長野県	4.0

(具体的な表記) (%)

京都	15.8
北海道	12.6
弘前	9.0
吉野	2.9
角館	2.9
奈良	2.5
富良野	2.5
青森	2.2
東北地方	2.2

◎ 農業体験(2009年)
(地域別)

順位	地域名	%
1	長野県	8.5
2	東北地方	6.8
3	青森県	5.9
4	岐阜県	5.1
5	沖縄県	4.2

(具体的な表記) (%)

長野	5.9
青森	5.9
沖縄	4.2
千葉	4.2
北海道	3.4
新潟	3.4
岩手	3.4
秋田	2.5
鹿児島	2.5
岐阜	2.5

資料)(財)日本交通公社「旅行者動向2010」

《トピックス① ～ 新幹線で行ってみたい東北の観光地》

東北新幹線全線開業を前に、朝日新聞社が同社の読者向け無料の会員サービス組織(アスパラクラブ)のウェブサイトを利用して実施したアンケート (be ランキング) の結果によると、「新幹線で行ってみたい東北の観光地」の第1位は「十和田湖・奥入瀬」(青森県・秋田県)、第2位「白神山地」(青森県・秋田県)、第3位「下北半島」(青森県)、第4位「青森市」と本県関係が1位から4位までを占めています。

10位までをみても、第8位に「弘前市」がランクインしており、上位10位の半数が本県関係となるなど、この調査結果からも本県に対する来訪希望の高さがうかがえます。

一方で、今までに行ったことのある観光地では、第1位が「仙台市」、第2位「松島」、第3位「十和田湖・奥入瀬」、第4位「猪苗代湖」(福島県)、第5位「会津若松市」(福島県)と首都圏に近い南東北が上位を占める結果となっています。

平成22年(2010年)12月の東北新幹線の全線

開業は、今まで南東北で足を止めていた多くの観光客に、北東北、特に行ってみたい観光地の上位を占める本県の良さを実感してもらう絶好の機会といえます。(本文中のデータは平成22年10月23日付朝日新聞 be on Saturday から引用)

新幹線で行ってみたい東北の観光地
(「be ランキング」)

順位	観光地名	得票数
1	十和田湖・奥入瀬(青森県・秋田県)	1,478
2	白神山地(青森県・秋田県)	1,277
3	下北半島(青森県)	944
4	青森市(青森県)	722
5	平泉町(岩手県)	695
6	角館(秋田県)	614
7	遠野市(岩手県)	560
8	弘前市(青森県)	549
9	松島(宮城県)	523
10	陸中海岸(岩手県・宮城県)	432

(※) 調査方法

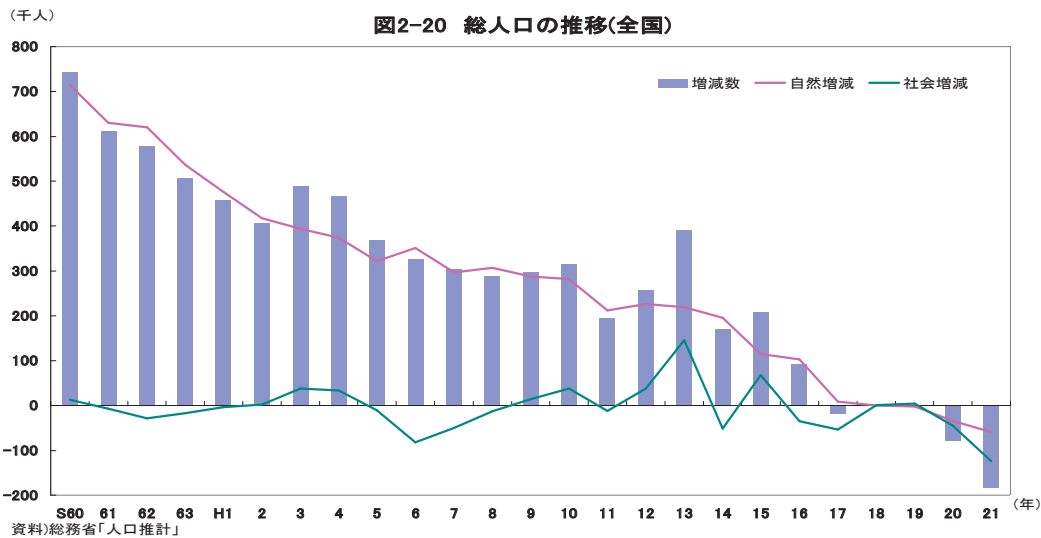
東北の観光地46箇所 (be編集部が選択肢を提示) の中から、行きたい場所を5箇所まで選択してもらう方法で実施。回答者数は3,413人

資料)平成22年10月23日付 朝日新聞 be on Saturdayより引用

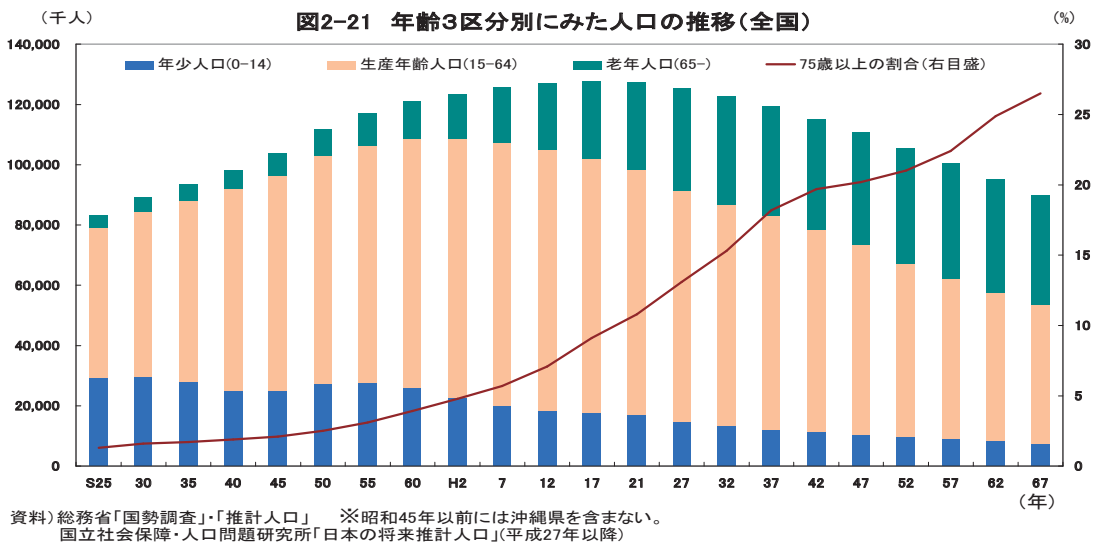
2 全国の動向

(1) 我が国の年齢構造の変化

我が国の推計人口の推移をみると、自然動態は出生児数の減少と死亡者数の増加に伴って減少傾向にあり、平成 19 年(2007 年)に死亡者数が出生児数を上回り、以降マイナスに転じています。入国者数と出国者数による社会動態も平成 20 年(2008 年)以降、出国者数が入国者数を上回って推移しており、我が国の推計人口は、平成 20 年(2008 年)、21 年(2009 年)と連続して減少しました。(図 2-20)



また、年少人口(15歳未満)、生産年齢人口(15~64歳)、老年人口(65歳以上)の3区分で推移をみると、生産年齢人口、年少人口の割合が減少する中で老年人口の占める割合が増加しています。国立社会保障・人口問題研究所の推計人口によると、今後の我が国の人口は減少傾向で推移するとともに、老年人口の占める割合が増加していくことが予想されています。(図 2-21)



(2) 国内における観光の現状

① 国民一人当たり国内観光の回数等

国民一人当たりの旅行平均回数の推移をみると、平成 21 年度(2009 年度)は、宿泊旅行、日帰り旅行とも前年度を上回り、宿泊旅行は2.90回、日帰り旅行は3.13回となりました。平成20年度(2008 年度)は、リーマンショックによる景気の落ち込みなどから、宿泊旅行は出張・業務旅行の減少により全体で2.83回に、日帰り旅行は、帰省等や出張・業務旅行の減少により2.90回と調査開始以降最も低い数値となりました。(図2-22)

次に、国民一人当たりの宿泊旅行単価は、出張・業務旅行では増加したものの、観光レクリエーション旅行、帰省等が減少したことから、平成20年度(2008年度)から3,115円減少し52,071円となりました。また、日帰り旅行単価は、平成21年度(2009年度)は16,157円となり、平成20年度(2008年度)に比べて1,393円の減少となりました。内訳をみると、観光レクリエーション旅行、帰省等、出張・業務旅行のいずれにおいても減少となっています。

なお、平均泊数は、平成21年度(2009年度)は2.01泊とほぼ横ばいで推移しています。(図2-23)

図2-22 国民一人当たり旅行平均回数の推移

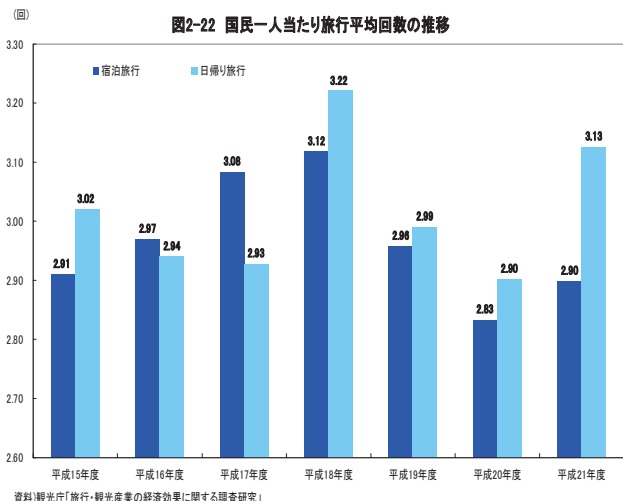
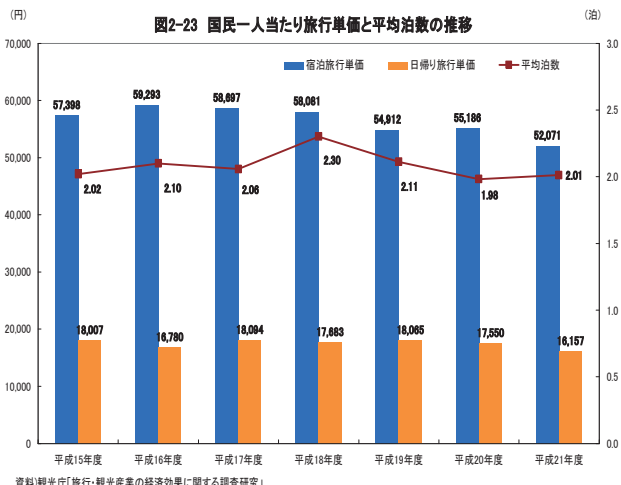


図2-23 国民一人当たり旅行単価と平均泊数の推移



なお、観光庁「平成22年版観光白書」によると、旅行回数(国内宿泊)と1回当たり宿泊数の主要国による国際比較では、最も旅行回数が多かったのはフランス、オーストラリアで3.4回、1回当たりの宿泊数ではフランスが5.8泊と最も多くなっており、我が国は諸外国と比べると1回当たりの宿泊数が少ない傾向にあります。(図2-24)

図2-24 主要国における国内旅行の現状

	日本	韓国	フランス	イギリス	ドイツ	アメリカ	オーストラリア
旅行回数(国内宿泊)(回)	2.8	2.2	3.4	1.9	2.2	3.2	3.4
1回当たり宿泊数(泊/回)	2.0	2.7	5.8	3.2	3.4	4.4	3.9

資料)観光庁「平成22年版観光白書」

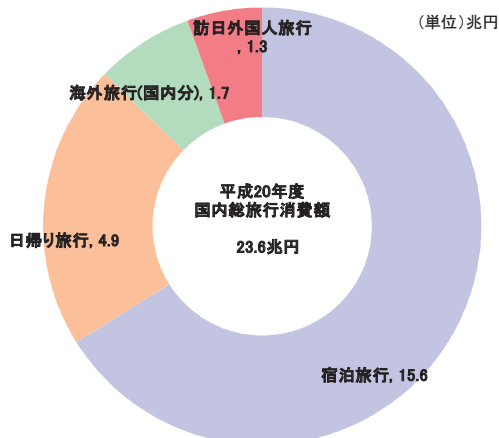
② 国内の観光市場規模

次に、国内の観光市場規模をみてみると、平成20年度(2008年度)の日本国内における総旅行消費額は、全体で23兆6,000億円の規模となっています。内訳をみると、国内旅行は全体の約8割にあたる20兆5,000億円となっており、そのうち約7割にあたる15兆6,000億円が宿泊旅行となっ

ています。

観光市場全体の規模からみても、国内宿泊旅行は全体の約6割を占めていることから、国内宿泊旅行の動向が観光市場規模に与える影響は大きいものと考えられます。(図2-25)

図2-25 平成20年度における国内の観光市場規模



資料)観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究区」

旅行消費額について、国内の宿泊旅行、日帰り旅行別に旅行前後支出と旅行中支出をみると、国内宿泊旅行のうち旅行前後支出は16.7%にあたる2兆6,110億円、旅行中支出は83.3%にあたる12兆9,880億円となっています。また、国内日帰り旅行のうち旅行前後支出は18.6%にあたる9,150億円、旅行中支出は81.4%にあたる4兆900億円となっています。国内宿泊旅行、日帰り旅行とも、消費額の8割以上が旅行中における支出となっています。(図2-26)

図2-26 旅行消費額の内訳(平成20年度)

項目	国内宿泊旅行		国内日帰り旅行	
	消費額 (十億円)	(%)	消費額 (十億円)	(%)
旅行消費額	15,599		4,924	
旅行前後支出	2,611	16.7%	915	18.6%
旅行中支出	12,988	83.3%	4,009	81.4%
旅行会社収入	261	1.7%	36	0.7%
交通費	4,782	30.7%	2,120	43.1%
宿泊費	3,198	20.5%	0	-
宿泊費(別荘等帰属計算)	596	3.8%	0	-
飲食費	1,539	9.9%	582	11.8%
土産代・買物代	1,869	12.0%	855	17.4%
入場料・施設利用料	647	4.1%	391	7.9%
その他	96	0.6%	26	0.5%

資料)観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究区」

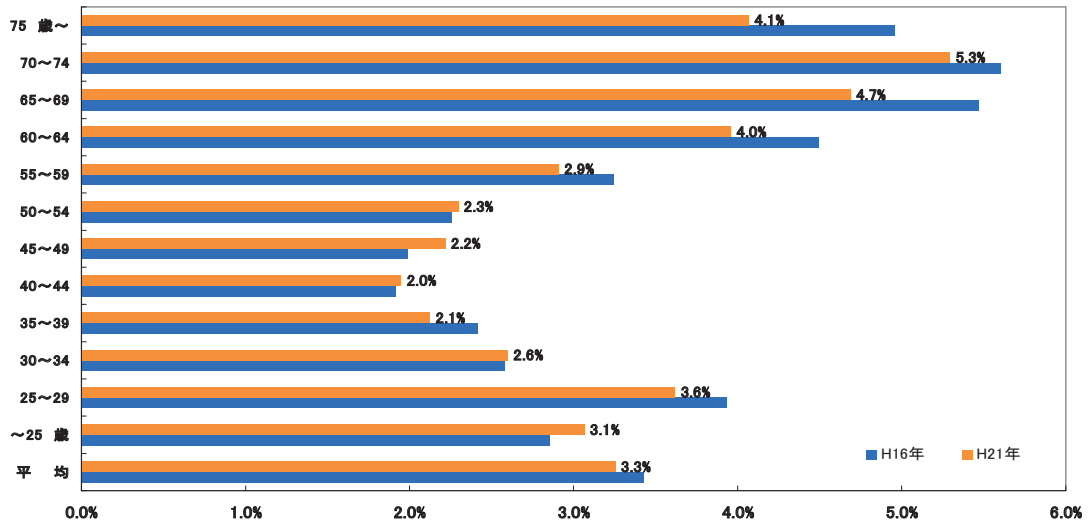
(3) 年齢階層別にみた旅行費用

消費支出に占める旅行費用の割合をみると、平成21年(2009年)の平均は3.3%となり、平成16年(2004年)に比べて0.1ポイント低下しています。世帯主の年齢階層別では、平均を上回っている年齢階層は、25~29歳が3.6%、60~64歳が4.0%、65~69歳が4.7%、70~74歳が5.3%、75歳以上が4.1%となっており、60歳を越える年齢階層において高くなっています。

平成16年(2004年)との比較では、60歳以上の年齢階層の割合が高い状況は共通していますが、

平成 21 年(2009 年)はこれらの年齢階層においていずれも前回調査に比べて割合を下げています。
(図 2-27)

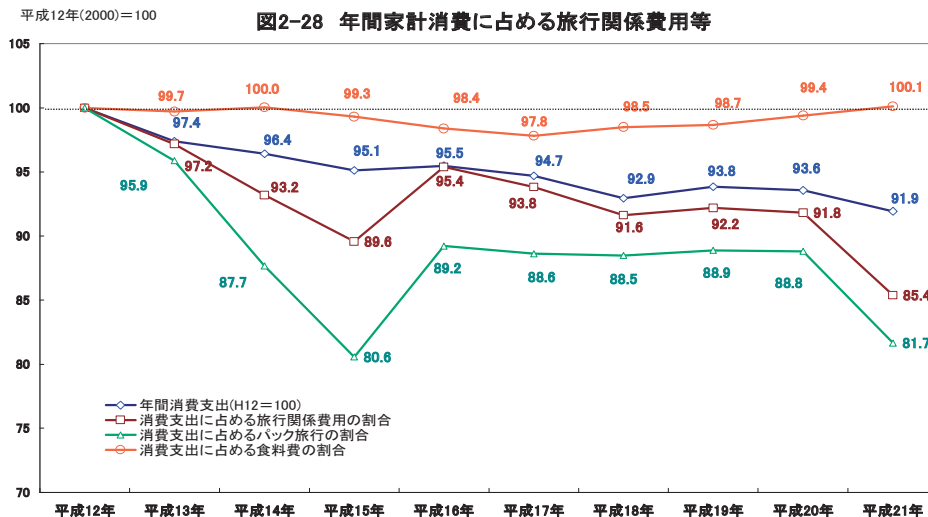
図2-27 消費支出に占める旅行費用の割合(全国)



資料)総務省「全国消費実態調査」(総世帯)

平成 12 年(2000 年)の年間消費支出を 100 として推移をみると、平成 21 年(2009 年)は 91.9 となり、近年、消費支出は減少傾向にあります。消費支出に占める食料費の割合はほぼ横ばいで推移していますが、旅行関係費の割合をみると、年間消費支出の減少にあわせて旅行関係費も減少傾向となっています。家計支出においては、食料費は基礎的支出(必需品)であるのに対し、旅行関係費は選択的支出(贅沢品)であることから、年間消費支出の減少とともに支出額が減少しているものと考えられます。(図 2-28)

図2-28 年間家計消費に占める旅行関係費用等



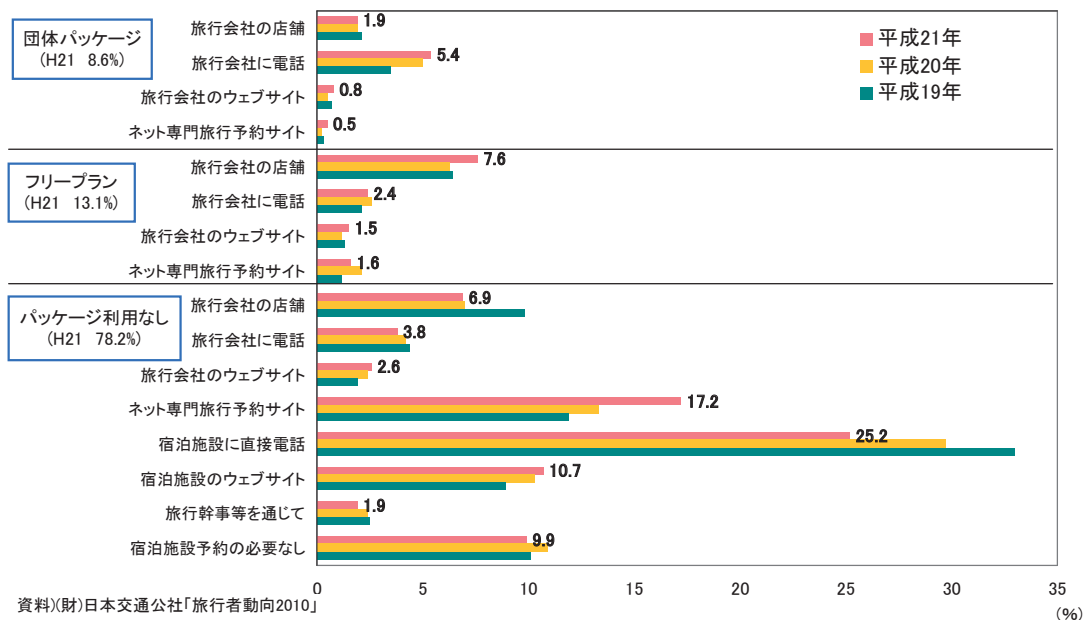
資料)総務省「家計調査」※ 二人以上の世帯(農林漁家を含む)

(4) 旅行形態・情報収集源の変化

(財)日本交通公社の「旅行者動向 2010」によると、添乗員やガイドが同行する団体パッケージツアーや、添乗員等の同行しないフリープランの利用は近年全体の 2 割程度で推移しており、平成 21 年(2009 年)は、団体パッケージツアーやフリープランを使用しなかった旅行形態が 78.2%となっています。

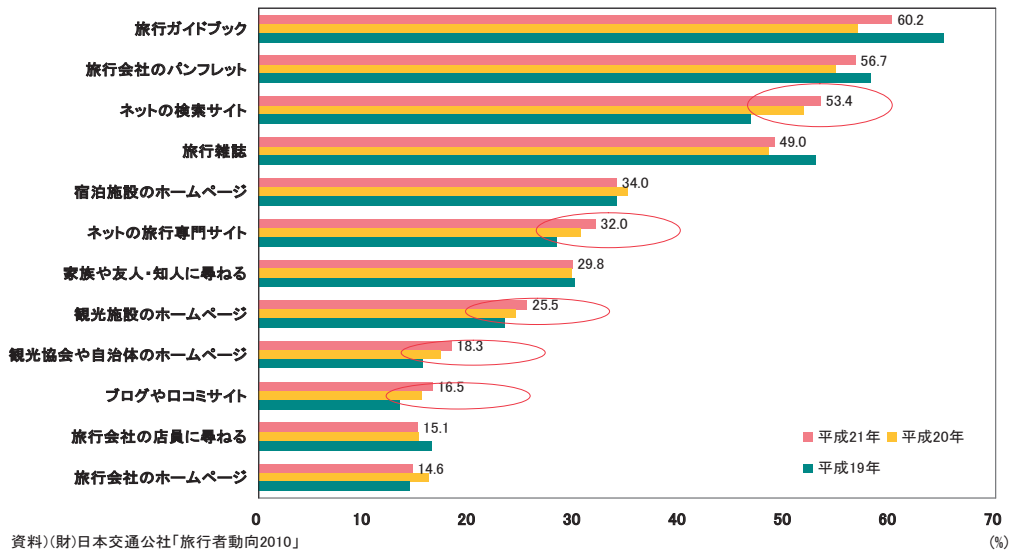
近年、インターネットを利用した宿泊や移動手段の予約が増加傾向にあり、パッケージツアーの申込では旅行会社の店舗や電話を利用する割合が高くなっていますが、パッケージを利用しない宿泊のみの予約の形態をみると、ネット専門旅行予約サイトや宿泊施設のウェブサイトの利用が年々増加する傾向にあります。(図2-29)

図2-29 国内旅行申込方法の推移



また、旅行に関する情報収集の手段についてしてみると、平成21年(2009年)では最も割合が高いのは「旅行ガイドブック」で60.2%、次いで「旅行会社のパンフレット」が56.7%となっており、これは過去2年間に於いても同様の傾向となっています。次いで「ネットの検索サイト」が53.4%となっていますが、「ネットの検索サイト」は前年の平成20年(2008年)に「旅行雑誌」を抜いて第3位にランクインしており、これ以外にも、「ネットの旅行専門サイト」、「観光施設のホームページ」などインターネットを利用した情報収集は年々増加傾向にあります。(図2-30)

図2-30 旅行情報収集源(複数回答)

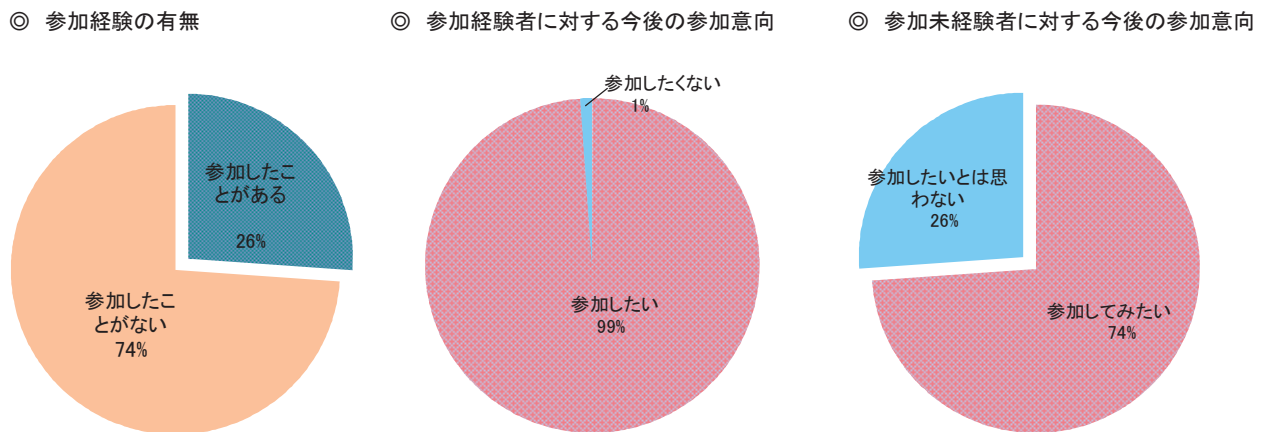


パッケージツアー以外の個人旅行やフリープランの旅行の増加は、旅行先での行動範囲、自由度の拡大をもたらし、新たに着地型旅行商品という形態も生み出しています。

(※)着地型旅行商品：地域のことを熟知した地元の人が主導的な役割を担って、人や自然とのふれあいなど体験・交流的要素を取り入れた旅行商品で、観光地(着地)を拠点として、現地集合・現地解散型で個人や小グループでの旅行に適している。これに対し、旅行会社が出発地起点に企画販売する従来の旅行商品を「発地型」としている。

旅行会社が企画した国内旅行の現地発着型旅行商品(オプションプラン)に関するアンケート調査から着地型旅行商品の需要をみると、JTBが行った「WEB(ウェブ)アンケート調査」(平成21年(2009年)1月実施)では、回答者の26%が現地発着型プランに参加した経験を持ち、経験者に対し今後の参加意向を聞いたところ、参加経験者については99%が参加したいと答えており、過去に体験したプランに対し高い満足度を感じていることが推察されます。また、参加未経験者についても、その74%が参加してみたいと答えており、参加経験者の参加意向が高いことについて調査を実施したJTBでは、「今後プランの普及とともに参加者が増える可能性がある」としています。(図2-31)

図2-31 現地発着型(※)プランへの参加経験の有無と今後の参加意向



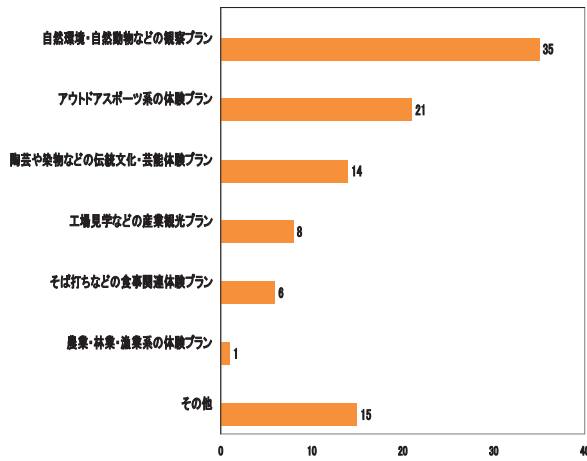
資料)JTB WEBアンケート「現地発着型プランアンケート調査」(2009年1月調査)

(※)現地発着型プラン:主にツアーのオプションプランとして販売されるもので、自然観察、スポーツ体験、伝統文化体験など現地ならではの体験ができるもの。

この調査では、参加したプランの内容やプランの情報収集の方法についても調査しており、参加したプランの内容に関する結果をみると自然環境・自然動物などの観察プラン、アウトドアスポーツ系の体験プラン、伝統文化・芸能体験プランなどが上位を占めており、この結果について、JTBでは「参加しやすいプランへの参加率が高い」と分析しています。(図2-32)

また、現地発着型観光のメニュー、プランに関する情報入手方法としては、旅行に出かける前に情報を得ていた人は68%と半数を超えており、事前に旅行プランに組み込んでいることがうかがえます。(図2-33)

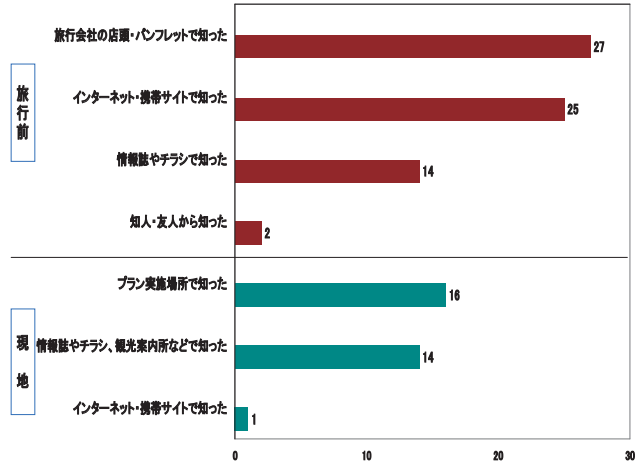
図2-32 経験した現地発着型プランの内容



資料)JTB WEBアンケート「現地発着型プランアンケート調査」

(%)

図2-33 現地発着型プランに関する情報入手時期と媒体



資料)JTB WEBアンケート「現地発着型プランアンケート調査」

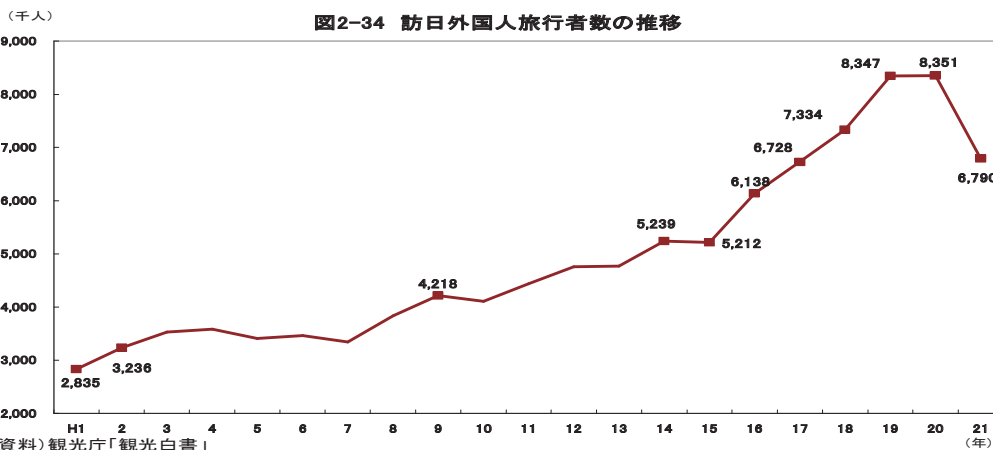
(%)

(5) 外国人観光客の動向

① 外国人旅行者数の推移

日本国内においては人口減少と少子高齢化が進展している中で、観光は21世紀のリーディング産業として注目されるようになり、成長する近隣アジア地域の活力を積極的に取り入れていくという意味においても、観光立国の実現は我が国の社会経済にとって重要な課題となりました。この観光立国の実現に向けて官民を挙げて取り組むために、平成20年(2008年)10月に観光庁が発足しています。

我が国を訪れる外国人旅行者数は、平成2年(1990年)に300万人を越えその7年後の平成9年(1997年)には422万人となり、この間で約100万人の増加をみています。その5年後の平成14年(2002年)には500万人を超えて524万人となり、100万人増加に要した期間は前回よりも短く、訪日外国人数が堅調に伸びてきたことがうかがえます。さらに、平成15年(2003年)以降、海外に向けて日本の魅力の発信などを積極的に進める「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を官民一体で展開したことにより、訪日外国人旅行者数は大きな伸びを示していたものの、平成20年(2008年)に発生した世界金融危機や平成21年(2009年)の新型インフルエンザの感染拡大を受けて、平成21年(2009年)は679万人と大きく落ち込みました。(図2-34)

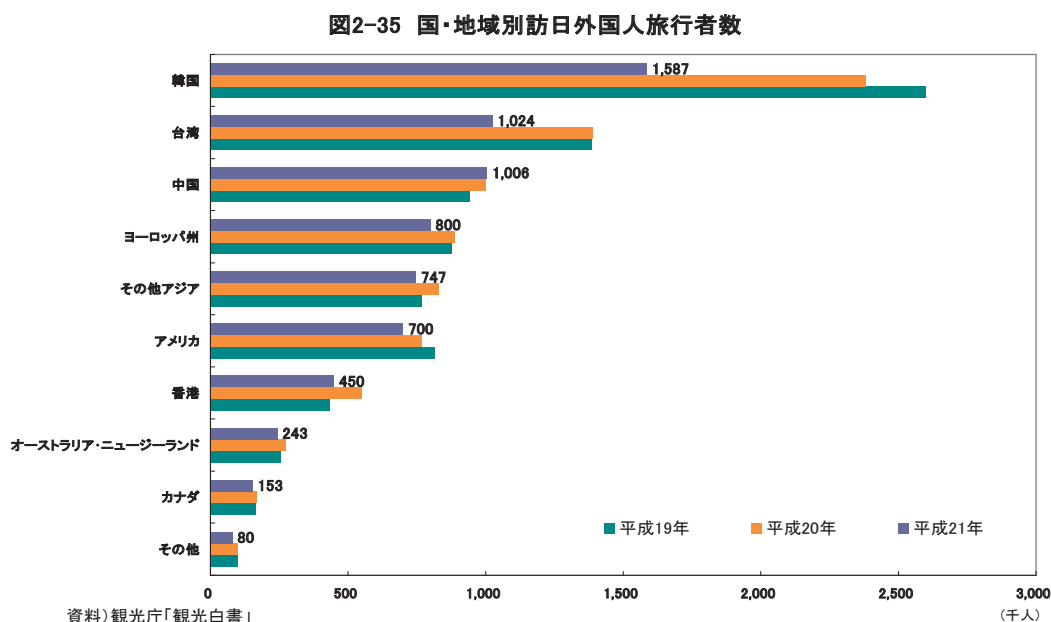


資料)観光庁「観光白書」

(年)

② 主要国別外国人旅行者数

平成 21 年(2009 年)の訪日外国人旅行者について国籍別にみると、韓国が 158 万 7,000 人(23.4%)、台湾が 102 万 4,000 人(15.1%)、中国が 100 万 6,000 人(14.8%)となっています。平成 21 年(2009 年)は、全体では前年比で 18.7%にあたる訪日外国人旅行者が減少する中で、中国からの旅行者は増加しています。(図 2-35)



③ 主要国別旅行内容

平成 22 年(2010 年)7~9 月期調査の「訪日外国人消費動向調査」から訪日外国人の旅行内容についてみると、滞在日数では全体では「4~6 日間」が 48.5%と最も高くなっています。国別では、アジア地域では「4~6 日間」の滞在が、欧米地域では「7~13 日間」の滞在が最も多い割合を占めています。

同行者についても、アジア地域と欧米地域では回答が異なっており、アジア地域では「家族・親族」、「職場の同僚」、「友人」の割合が高くなっているのに対し、欧米地域では「自分ひとり」の割合が最も高く、英国、米国、カナダでは半数を超えています。

旅行の目的については、全体では「観光・レジャー」が 55.3%で最も高く、次いで「商談等その他ビジネス」が 16.4%と観光とビジネスで全体の 7 割を超えています。アジア地域は「観光・レジャー」が 5 割を超えています。英国、米国をみると「観光・レジャー」の割合が最も高いのはアジア地域と同様ですが、「商談等その他ビジネス」との開きが小さい傾向にあります。

旅行形態については、全体では個人旅行が 70.9%となっており、特に米国、カナダ、オーストラリアでは 9 割以上が個人旅行となっています。一方、アジア地域では、台湾、中国において団体ツアーの割合が高くなっています。(図 2-36)

図2-36 主要国別訪日外国人旅行内容

(単位)%

項目		全体	韓国	中国[台湾]	中国(香港)	中国	英国	米国	カナダ	オーストラリア
滞在日数 (※)	3日間以内	10.8	25.7	5.6	4.9	2.9	5.7	5.7	6.4	14.3
	4～6日間	48.5	56.2	68.9	66.8	56.7	32.3	21.2	22.0	19.2
	7～13日間	23.6	10.2	16.7	25.0	24.5	35.4	41.1	42.6	47.3
	14～20日間	5.3	2.3	1.6	1.7	2.8	13.3	12.9	12.8	8.9
	21～27日間	2.3	0.6	1.1	0.6	1.2	3.2	4.8	8.5	4.4
	28～90日間	7.5	3.9	5.6	1.1	8.9	7.6	10.2	7.1	4.9
	91日以上1年未満	2.0	1.2	0.5	0.0	2.9	2.5	4.1	0.7	1.0
日本への 来訪回数 (単一回答)	1回目	42.2	32.3	25.0	21.5	66.5	47.1	42.7	44.3	52.7
	2回目	15.9	18.2	17.7	17.1	10.7	13.4	16.5	11.4	17.2
	3回目	10.1	12.3	13.8	13.7	6.9	5.7	7.7	13.6	5.4
	4回目	5.0	5.4	5.9	8.3	3.5	5.7	5.0	5.7	3.4
	5回目	5.7	6.6	8.0	8.9	3.1	5.1	5.3	5.7	3.4
	6～9回目	6.2	6.0	9.0	11.7	2.9	7.6	8.1	7.1	5.9
	10～19回	6.3	6.3	9.2	11.1	2.6	7.0	6.9	6.4	6.9
	20回以上	8.6	13.0	11.5	7.7	3.8	8.3	7.7	5.7	4.9
同行者 (複数回答)	自分ひとり	30.2	29.4	15.4	10.8	18.2	52.9	61.0	53.3	43.1
	夫婦・パートナー	11.1	10.2	8.7	14.6	8.4	14.6	13.2	13.9	28.2
	家族・親族	22.9	14.7	37.1	49.0	31.9	8.9	9.7	15.3	15.8
	職場の同僚	17.2	17.8	14.6	12.9	28.0	16.6	9.2	4.4	5.9
	友人	18.8	25.2	27.5	16.0	14.7	8.3	7.1	13.9	9.4
	その他	3.0	5.6	1.6	1.1	2.9	0.0	0.5	0.0	1.5
主な来訪目的 (単一回答)	観光・レジャー	55.3	57.6	74.6	81.2	56.8	33.8	28.4	46.0	54.2
	親族・知人訪問	8.3	8.0	4.1	1.7	9.2	10.2	17.4	16.5	15.3
	ハネムーン	0.4	0.4	0.2	0.2	0.3	1.3	0.5	0.0	0.0
	学校関連の旅行	1.2	1.8	1.3	0.2	1.2	0.0	1.2	0.7	0.5
	イベント	1.0	0.6	0.2	0.4	1.5	2.5	0.5	1.4	1.5
	留学	2.1	1.3	1.5	0.2	2.5	3.2	1.5	0.7	1.0
	インセンティブツアー	0.3	0.0	0.6	0.4	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	展示会・見本市	1.4	1.3	0.9	1.9	1.7	0.6	0.9	2.9	1.5
	国際会議	4.5	1.7	2.0	1.9	2.1	11.5	8.4	10.8	7.9
	研修	4.5	4.9	1.9	1.3	5.8	0.6	6.2	0.7	2.0
	商談等その他ビジネス	16.4	18.5	10.0	9.3	15.4	28.0	24.6	14.4	13.8
	その他	4.6	3.9	2.6	1.3	2.8	8.3	10.3	5.8	2.5
旅行形態 (単一回答)	団体ツアーでの来訪	29.1	23.3	42.4	33.0	52.4	12.2	7.1	5.0	1.5
	団体ツアーでない(個人旅行)	70.9	76.7	57.6	67.0	47.6	87.8	92.9	95.0	98.5

(※)滞在日数は、入国日と出国日から算出している。

資料)観光庁「訪日外国人消費動向調査」

④ 主要国別消費動向

同様に、日本訪問中の費目別支出の状況を見ると、購入率では全体では「買物代」が 88.3%と最も高く、いずれの国においても「買物代」は高くなっています。

購入者単価では、全体では「宿泊料金」が 57,839 円と最も高く、地域別では欧米地域の単価が高い傾向にあります。また、「飲食費」についても、アジア地域に比べ欧米地域の旅行者の単価が高い傾向がみられます。(図 2-37)

図2-37 主要国別訪日外国人費目別購入率・購入者単価

(単位)購入率:%、購入者単価:円/人

日本訪問中の費目別支出(※)1	全体(※)2		韓国		中国[台湾]		中国(香港)		中国		英国		米国		カナダ		オーストラリア	
	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価	購入率	購入者単価
宿泊料金	58.6	57,839	68.0	30,926	44.1	38,683	49.7	46,035	32.7	64,549	77.3	127,540	77.9	91,378	80.9	67,674	87.1	61,209
飲食費	68.7	31,890	73.4	17,112	59.0	20,182	67.3	30,911	52.0	33,632	83.1	40,179	85.2	45,706	87.5	30,391	89.7	39,819
交通費	59.5	21,327	71.2	11,976	46.2	12,334	44.6	19,937	34.6	20,500	73.4	33,132	79.5	30,650	81.6	25,087	82.5	25,453
娯楽サービス費	30.1	18,302	29.0	11,083	26.2	14,807	27.0	13,384	26.4	26,684	36.4	21,560	36.0	15,568	46.3	7,782	41.2	11,879
買物代	88.3	51,849	84.4	21,021	94.1	39,065	94.7	54,024	95.2	95,581	72.1	28,290	82.2	47,190	86.0	29,953	84.0	39,941

(※)1回答者1人当たりの支出額を円に換算して集計したもの。

(※)2全体数値は国籍別訪日外客数をウェイトとする加重平均。

資料)観光庁「訪日外国人消費動向調査」

⑤ 主要国別旅行情報入手先

旅行情報を得る情報源としては、全体では「その他インターネット」が 32.0%と最も高くなっており、「個人のブログ」や「旅行会社ホームページ」なども含めると、様々なウェブサイトが活用されています。その一方で、「自国の親族・知人」や「日本在住の親族・知人」から情報を得ている割合もそれぞれ 17.3%、19.7%を占めており情報源の多様化がうかがわれます。(図 2-38)

図2-38 主要国別旅行情報の入手先(複数回答)

(単位)%

出発前に得た旅行情報源	全体	韓国	中国(台湾)	中国(香港)	中国	英国	米国	カナダ	オーストラリア
ロンリープラネット	9.7	2.0	4.0	7.5	4.2	31.9	17.4	19.2	38.5
ミシュラン	1.8	0.0	2.3	1.1	1.1	1.4	2.5	1.9	0.0
その他旅行ガイドブック	19.1	30.6	13.8	20.8	9.6	23.2	15.7	17.3	7.3
日本政府観光局の案内所	5.3	3.4	8.2	7.2	2.6	11.6	2.9	3.8	8.3
日本政府観光局ホームページ	9.3	3.1	16.4	18.5	7.5	7.2	9.5	11.5	9.2
旅行会社/パンフレット	13.8	10.2	20.4	22.3	19.0	4.3	6.2	11.5	19.3
旅行会社ホームページ	10.7	10.1	17.6	13.2	12.7	5.8	5.4	5.8	7.3
宿泊施設ホームページ	9.9	6.5	11.9	10.2	2.9	18.8	14.0	15.4	26.6
宿泊予約サイト	5.5	5.1	7.6	8.3	1.3	5.8	4.1	13.5	5.5
個人のブログ	19.9	39.1	33.9	14.0	9.9	2.9	8.7	11.5	5.5
YouTube	5.7	1.1	6.2	7.9	2.9	5.8	5.4	7.7	6.4
Twitter	1.7	1.5	2.2	1.5	1.1	2.9	2.5	0.0	2.8
その他インターネット	32.0	34.6	29.3	25.7	26.8	29.0	38.4	28.8	24.8
自国の親族・知人	17.3	10.5	20.7	14.7	14.6	15.9	25.2	19.2	31.2
日本在住の親族・知人	19.7	14.4	16.7	7.5	13.5	31.9	36.8	32.7	22.0
その他	7.2	3.9	5.0	12.1	7.5	10.1	10.7	9.6	3.7

資料)観光庁「訪日外国人消費動向調査」

⑥ 主要国別満足度と再訪希望

主な活動別に満足度をみると、「日本食を食べること」や「旅館に宿泊」については、いずれの国においても「期待以上」と「期待通り」の割合が高く、9割以上が満足している結果となっていますが、「繁華街の街歩き」や花見・紅葉などを楽しむ「四季の体感」は、「不満」の割合が高く全体で10%を越えています。全体的な動向としては、欧米地域の満足度が高い傾向にあるのに対し、韓国や中国などで「やや満足」「普通」が多い状況がうかがえます。(図2-39)

図2-39 主要国別旅行中の活動に対する満足度(複数回答)

(単位)%

活動内容別の満足度		全体	韓国	中国(台湾)	中国(香港)	中国	英国	米国	カナダ	オーストラリア
日本食を食べること	期待以上	51.8	41.6	38.4	53.6	53.2	71.7	64.2	60.9	69.0
	期待通り	44.1	52.7	57.7	44.0	38.8	28.3	34.4	37.0	28.0
	不満	4.1	5.7	3.9	2.4	8.0	0.0	1.4	2.2	3.0
旅館に宿泊	期待以上	46.2	38.5	33.0	45.6	59.5	81.8	58.5	47.6	57.9
	期待通り	48.5	51.7	62.2	50.9	35.1	9.1	40.0	52.4	42.1
	不満	5.3	9.8	4.8	3.5	5.4	9.1	1.5	0.0	0.0
自然・景勝地観光	期待以上	57.1	50.4	49.8	52.6	56.6	78.1	73.2	65.5	70.7
	期待通り	40.0	45.1	47.4	45.6	39.5	21.9	23.6	34.5	27.6
	不満	2.8	4.5	2.8	1.8	3.9	0.0	3.1	0.0	1.7
繁華街の街歩き	期待以上	46.0	35.1	43.7	43.5	57.9	43.9	54.4	54.3	68.1
	期待通り	50.0	56.0	53.1	53.0	38.0	53.7	44.2	45.7	31.9
	不満	10.9	31.6	5.9	16.7	28.6	0.0	8.3	0.0	0.0
自然体験ツアー・農漁村体験	期待以上	55.1	51.5	40.8	57.7	63.0	100.0	68.0	60.0	55.6
	期待通り	40.9	45.5	54.9	38.5	29.6	0.0	32.0	40.0	44.4
	不満	4.0	3.0	4.2	3.8	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0
四季の体感(花見・紅葉・雪など)	期待以上	52.9	60.6	60.0	62.5	68.2	80.0	61.5	20.0	42.9
	期待通り	32.5	33.3	34.5	29.2	22.7	20.0	38.5	60.0	28.6
	不満	14.6	6.1	5.5	8.3	9.1	0.0	0.0	20.0	28.6
映画・アニメ縁の地を訪問	期待以上	52.7	40.5	51.6	54.5	55.6	50.0	60.0	100.0	100.0
	期待通り	42.0	54.1	45.2	36.4	27.8	50.0	33.3	0.0	0.0
	不満	5.3	5.4	3.2	9.1	16.7	0.0	6.7	0.0	0.0
日本の歴史・伝統文化体験	期待以上	60.3	52.8	43.3	43.3	56.9	68.0	74.5	78.9	77.8
	期待通り	37.2	42.1	54.8	53.3	34.7	32.0	24.5	21.1	20.0
	不満	2.5	5.0	1.9	3.3	8.3	0.0	0.9	0.0	2.2
日本の生活文化体験	期待以上	61.5	48.4	50.3	46.4	72.3	73.3	71.9	72.7	79.5
	期待通り	36.4	48.4	47.9	53.6	24.1	23.3	26.0	27.3	20.5
	不満	2.1	3.2	1.8	0.0	3.6	3.3	2.1	0.0	0.0
治療・検診	期待以上	45.7	7.7	22.2	57.1	76.2	50.0	44.4	0.0	100.0
	期待通り	37.1	46.2	66.7	28.6	19.0	50.0	33.3	0.0	0.0
	不満	17.1	46.2	11.1	14.3	4.8	0.0	22.2	100.0	0.0
全体の満足度	大変満足	35.7	18.7	21.0	29.4	21.8	67.6	64.8	68.0	71.6
	満足	48.2	56.0	66.1	57.0	53.2	31.0	27.0	30.0	18.3
	やや満足	9.3	13.2	8.8	9.2	19.9	0.0	4.1	0.0	4.6
	普通	5.6	10.2	3.4	4.0	4.2	1.4	3.3	2.0	4.6
	やや不満	0.8	1.2	0.7	0.4	0.9	0.0	0.8	0.0	0.9
	不満	0.2	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
大変不満	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

資料)観光庁「訪日外国人消費動向調査」

日本への再訪意向をみると、全体では「必ず来たい」が 51.6%となるなど、日本での活動に対する満足度が高い状況を反映して総じて高い傾向にありますが、欧米地域に比べアジア地域、特に韓国や中国では「必ず来たい」の割合が低い傾向にあります。(図 2-40)

図2-40 主要国別日本への再訪意向

(単位)%

項 目	全体	韓国	中国(台湾)	中国(香港)	中国	英国	米国	カナダ	オーストラリア
必ず来たい	51.6	35.3	56.8	59.8	42.0	63.4	70.2	68.0	69.1
来たい	37.0	49.9	34.9	33.6	39.0	26.8	23.3	28.0	23.6
やや来たい	6.3	9.3	4.9	4.4	5.9	9.9	4.9	4.0	5.5
何ともいえない	3.9	3.6	3.1	2.2	10.5	0.0	1.2	0.0	0.9
あまり来たくない	0.4	0.5	0.1	0.0	0.9	0.0	0.4	0.0	0.9
来たくない	0.6	0.9	0.1	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0
絶対来たくない	0.2	0.5	0.1	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0

資料)観光庁「訪日外国人消費動向調査」

第2章 地域経済と観光産業

第2章では、観光産業が地域経済に及ぼす影響をみていきます。最初に、平成14年(2002年)12月の東北新幹線八戸駅開業前後のアンケート調査結果から八戸地域における開業効果について検証し、次いで観光による経済波及効果について産業連関表により推計するとともに、観光産業において波及効果の大きな業種を中心にその現状をみていきます。

1 東北新幹線八戸駅開業の経済効果

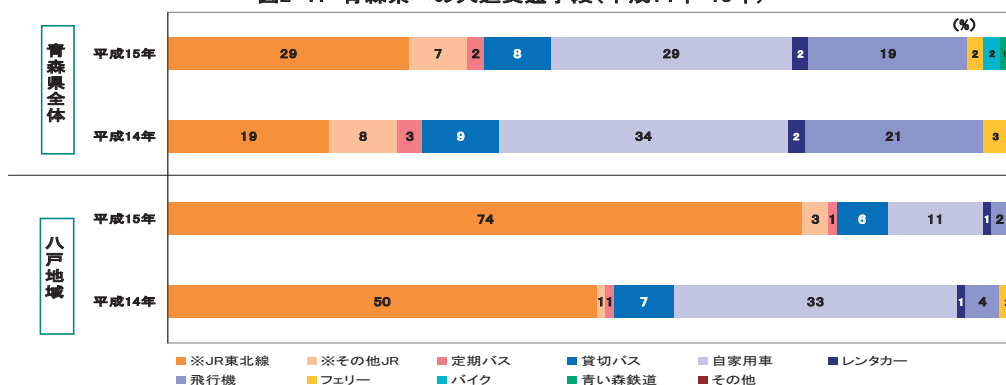
(1) 観光客及び観光事業者の動向

① 観光客の入込交通手段と宿泊数

開業前後における本県への入込交通手段をみると、県全体では平成14年(2002年)に「JR東北線」を利用して本県を訪れた観光客は全体の19%でしたが、開業後の平成15年(2003年)に「東北新幹線」を利用して本県を訪れた観光客は29%と10ポイント上昇しました。

八戸地域に限定してみると、平成14年(2002年)の50%から74%へと24ポイントの上昇となっており、代わって「自家用車」を利用した観光客の割合が大きく減少しています。(図2-41)

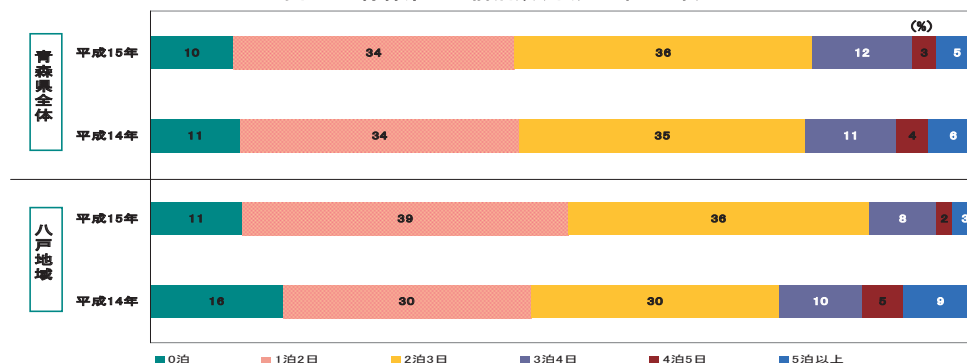
図2-41 青森県への入込交通手段(平成14年・15年)



資料)青森県・(社)青森県観光連盟「新幹線開業前後における観光客実態調査」
 ※「JR東北線」は、平成15年は「東北新幹線」となる。 ※ その他JRは、JR奥羽線、JR五能線、JR海峡線

次に、開業前後における宿泊数についてみてみると、県全体では開業前後でほとんど変化はありませんでしたが、八戸地域をみてみると「0泊」と3泊以上の割合が減少していますが、「1泊」及び「2泊」の観光客の占める割合が増加しています。(図2-42)

図2-42 青森県内の宿泊数(平成14年・15年)

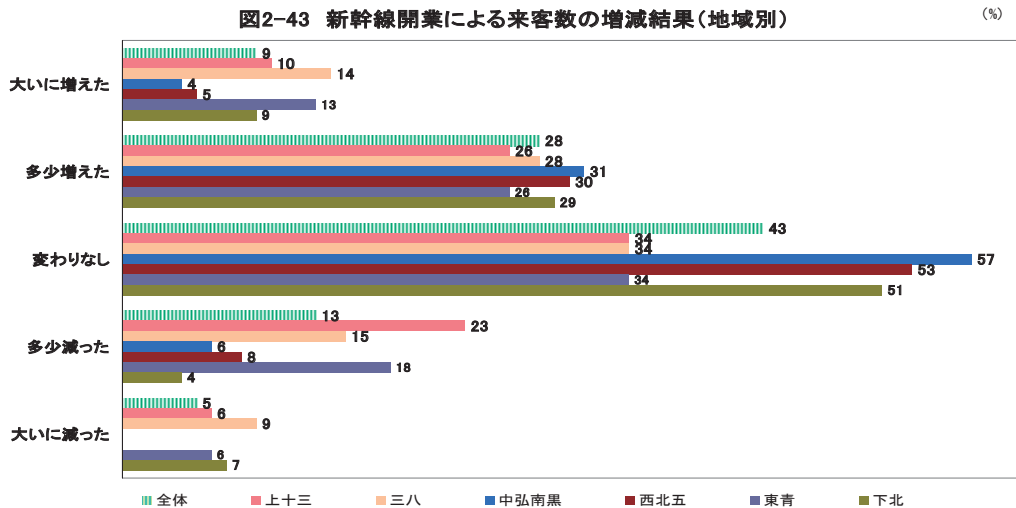


資料)青森県・(社)青森県観光連盟「新幹線開業前後における観光客実態調査」

② 観光事業者の動向

観光事業者からみた実際の来客者の増減では、県全体では「変わりなし」が43%と最も高い割合を占め、次いで「多少増えた」が28%となっています。地域別にみると「増えた」と答えた割合が最も高かったのは三八地域の42%で、次いで東青地域の39%となっており、いずれも開業前の予想で増えると予想した事業者の割合の高い地域となっています。

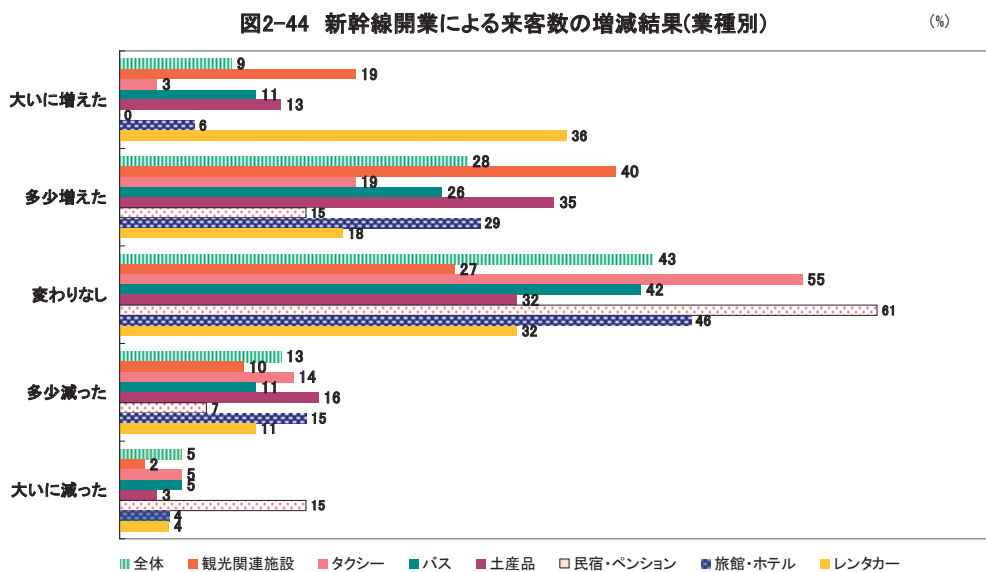
一方で、開業前には「大いに減る」と予想した事業者は下北地域と上十三地域を除きありませんでしたが、開業後「大いに減った」と回答した事業者は、三八地域9%、下北地域7%、上十三、東青地域で6%となっています。(図2-43)



資料)青森県・(社)青森県観光連盟「新幹線開業前後における観光事業者意識調査」

また、業種別にみると、「大いに増えた」と答えた割合が最も高かったのはレンタカー業で、次いで観光関連施設業となっています。一方、県内移動の手段としてレンタカー業とパイを争うタクシー業では「変わりなし」が55%と最も高い割合を占めています。

また、「大いに減った」と回答した割合が最も高かったのは「民宿・ペンション」で、15%に上っています。(図2-44)



資料)青森県・(社)青森県観光連盟「新幹線開業前後における観光事業者意識調査」

東北新幹線開業に伴い、新たな取組を行った事業者と行わなかった事業者別に来客者数の増減をみると、新たな取組を行った事業者について、その63%が来客者が「増えた」としているのに対し、新たな取組を行わなかった事業者では58%が「変わりなし」と回答しています。(図2-45)

業種別に取組実施の有無をみると、「新たな取組を行った」と回答した割合が最も高かったのはレンタカー業で、5割の事業者が「実施した」と回答しています。レンタカー業は、図2-44(114ページ)にあるように実際の来客者数において「多いに増加した」と回答した事業者が多い業種であったことから、東北新幹線八戸駅開業をチャンスと捉え、事業拡大に積極的に取り組んだものと考えられます。また、民宿・ペンション、旅館・ホテルなど宿泊関係の事業者では、「行わなかった」とした事業者の割合がともに6割を超えており、八戸駅開業時には宿泊業における取組が低調であったことがうかがえます。(図2-46)

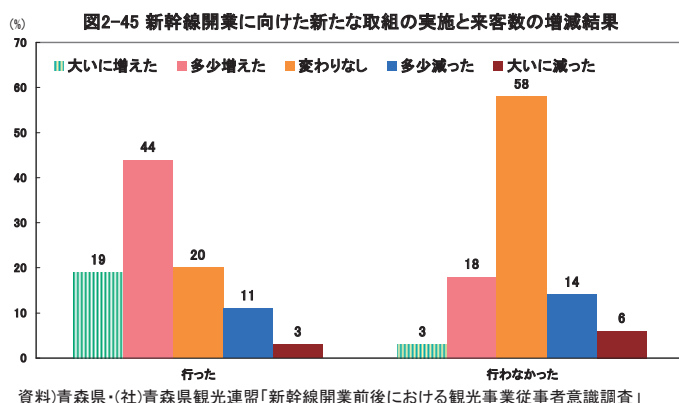


図2-46 新幹線開業に伴う新たな取組の実施状況(業種別)

業種	行った	行わなかった	無回答
全体	39	61	1
観光関連施設	46	54	0
タクシー	47	52	2
バス	47	53	0
土産品	45	55	0
民宿・ペンション	24	75	0
旅館・ホテル	35	64	1
レンタカー	50	46	4

資料)青森県・(社)青森県観光連盟「新幹線開業前後における観光事業者意識調査」

(2) 他地域と比較した観光客等入込数

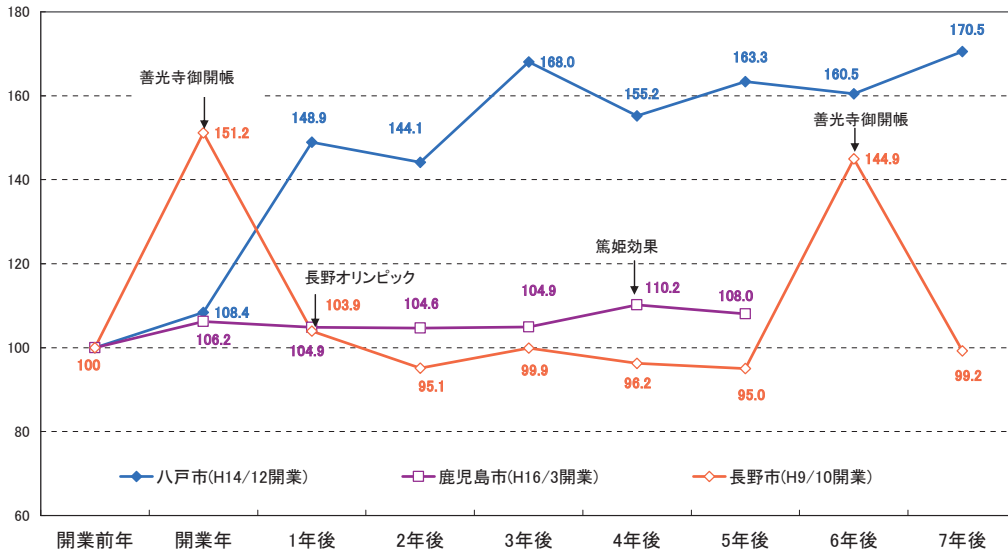
東北新幹線八戸駅開業の前年の観光客入込数を100とした指数で推移をみると、八戸市の観光客入込数は大きく上昇した後、横ばいで推移しています。

同様に、新幹線の新駅開業となった他県の事例についても開業前年の観光客数等を100とした指数で比較してみると、他県では新幹線開業後の観光客入込数が大きなイベント時期を除けば概ね横ばいで推移しているという状況の中、八戸市の動向は特徴的なものとなっています。

この要因としては、「八食センター」や「みろく横丁」といった「食」に関する観光スポットが観光客のニーズに合致したことや、朝市を観光コースに設定することで新たな宿泊客を呼び込むといった取組が継続して行われたこと、さらには近年のB級グルメブームの中で「せんべい汁」が広く全国に知られるなど、地域の資源を新たな魅力として発信し続けたことなどがあると考えられるところです。(図2-47)

さらに、こういった取組は、第2章(1)でみてきた観光事業者などの開業に向けた取組だけではなく、116ページのトピックスや、117ページ、146ページのコラムで紹介するように、地域住民を始めとして様々な団体が連携して観光による地域づくりに取り組んだ成果であると考えられます。

図2-47 新幹線開業後の観光客等入込数



資料)青森県「青森県観光統計概要」、長野県「観光地利用者統計調査結果」、鹿児島市「鹿児島市観光統計」

《トピックス② ～ 八戸屋台村 みろく横丁》

八戸屋台村みろく横丁は、平成14年(2002年)11月19日に八戸市中心部の三日町と六日町を結ぶ通りにオープンしました。八戸弁の「おんでやあんせ(いらっしゃいませ)」から、三日町側は「おんで市」、六日町側が「やあんせ市」となっており、昭和30年代風の雰囲気個性豊かな25店舗が軒を連ねています。

みろく横丁は、もともとは環境問題に取り組む地域づくり団体が、環境に配慮したまちづくりについての調査・研究を進めていたところに、東北新幹線八戸駅開業に向けて市や商工団体等が進めるプロジェクトのなかで「屋台村構想」として取り上げられ、東北新幹線八戸駅開業の目玉のひとつとして実現に至ったものです。そのため、環境への取組という観点からも全国から注目されており、例えば、各店舗が出した生ごみは肥料に、その他の廃棄物も分別され全てリサイクルされるほか、生活排水による水質汚染を防ぐため、店舗で使用する洗剤も自然素材から作られたものを使用するなど「環境対応型屋台村」として完全なゼロ・エミッションを実践しています。

この他にも、みろく横丁では八戸市の中心市街地

活性化、あるいは各店舗での地元食材の利用・八戸の伝統料理の提供(スローフードの推進)、若手企業家の育成などにも取り組んでいます。

オープンから8年が経過しましたが、みろく横丁は、東北新幹線開業後は八戸の新たな観光スポットとして八戸を訪れる観光客・ビジネス客をもてなすだけでなく、地元の人も多く訪れる交流の場となり、全国に八戸の食の魅力を発信しています。

おいしい郷土料理を前に、屋台で繰り広げられる店主とお客さん、あるいはお客さん同士の交流が何より多くの人を引き付けるのかもしれない。



＜コラム3 観光へとつながる食のまちおこし＞

八戸せんべい汁研究所 事務局長

八戸広域観光推進協議会 観光コーディネーター 木村 聡

「せんべいじる♪、じる、じる♪」の歌と一緒に、八戸地方の郷土料理「八戸せんべい汁」が全国に知られるようになり、今では多くの旅行者が八戸を訪れせんべい汁を食べるようになった。

ここ数年、やきそばやホルモンなどの身近な日常食がスポットを浴び、全国各地の“安くて”“美味しいから”“地元の人に愛される”「B級ご当地グルメ」に向けて人々が動くようになった。地元ならではの食によるまちおこしは、今や全国的な広がりを見せている。このブームを作り出したのが「B級ご当地グルメの祭典！B-1グランプリ」だと思うが、実はB-1グランプリを発案・開催したのが、八戸市民によるまちおこし団体「八戸せんべい汁研究所」（以下「汁研/じるけん」）である。

汁研の活動は、せんべい汁を提供する飲食店の調査とマップの作成、県外各地に鍋や食材を持って行き振る舞う試食会の他、応援ソングの制作、B-1グランプリの企画・参加などと幅広いが、その目的は八戸せんべい汁の知名度を高めて「食べてみたい・本場に行ってみよう」と思ってもらい、実際に八戸に来てもらうことである。そのことで経済波及効果を高めて、八戸を元気にしようとしているのだ。ボランティア活動だから資金はないが、B-1グランプリなどユニークな企画で話題を作り、メディアに取り上げてもらうことで情報を全国に発信している。

そんな活動の効果もあり、今では八戸せんべい汁はB級ご当地グルメの全国ブランドとしてすっかり定着した感がある。しかし、それで満足してはいけな。次は、八戸に来てくれた人たちをいかにもてなすのかが問われる。宿泊してもらうことで滞在時間を延ばし、せんべい汁以外の魅力も体験してもらい、満足度を高めて“八戸ファン”や“リピーター”にできるかということである。

八戸の魅力の1つに「横丁」がある。中心街の10分程度で歩ける距離の間に8つの横丁があり、そこでは八戸せんべい汁はもちろん新鮮な魚などの料理が食べられる店が軒を連ねる。一方、早朝文化として「朝市」と「朝ぶろ」がある。市内のあちこちで朝市が開かれるが、中でも「イサバのカッチャ」と呼ばれる市場のおばちゃん達が元気なJR八戸線「陸奥湊駅前朝市」と、毎週日曜日に港の岸壁で開かれる巨大な朝市・通称「館鼻岸壁の朝市」が魅力的で、僕はそこで朝食を食べるのがとても好きだ。また、市内には約40軒の銭湯があるがその半分近くは朝5時や6時から営業していて、市民が仕事前などに朝ぶろを楽しんでいる。

横丁も朝市も朝ぶろも、もともと地元の人が楽しんでいたものだが、それが今の旅行者には喜ばれる。わざわざ八戸まで来て横丁の店での夕食や朝市での朝食か、ましてや銭湯なんて、と思われそうだが、2年半前に朝市と朝ぶろを巡る早朝の乗り合いタクシー「八戸あさぐる」を売り出したところ人気商品になった。夜の横丁と朝の朝市・朝ぶろを楽しむためには、八戸に泊まらなくてはならないところにミソがある。旅行者は夜には横丁でせんべい汁を始めとする地元の美味しい食や地酒を楽しみ、ホテルに泊まって、翌朝タクシーで朝市に行って朝食を食べ、銭湯に入ってさっぱりしてホテルに戻る。その間あちこちでお金をたくさん落としてくれるのだ。普段着のツアーなのに「食・体験・ふれあい」の満足度が高いから、また来なくなるし、家に帰ってからも周りの人に自慢してくれる。家族や友人を誘って再訪するリピーターも少なくない。

せんべい汁も横丁も、朝市も朝ぶろも、何一つ新しいものを作ったわけではない。これまで地元の人が楽しんでいたものを旅行者も一緒に体験できるように、使いやすくしたり、魅せ方や売り方を変えただけだ。

青森県にはまだまだ素材がたくさんある。「ありふれたものだから…」とか「お客様に出すには…」と決め付けずに、自分たちの足元を見つめ直してみよう。きっと「行ってみたい・食べてみたい・やってみたい」と思わせるような、青森ならではの【宝もの】が落ちこちているはずだから。

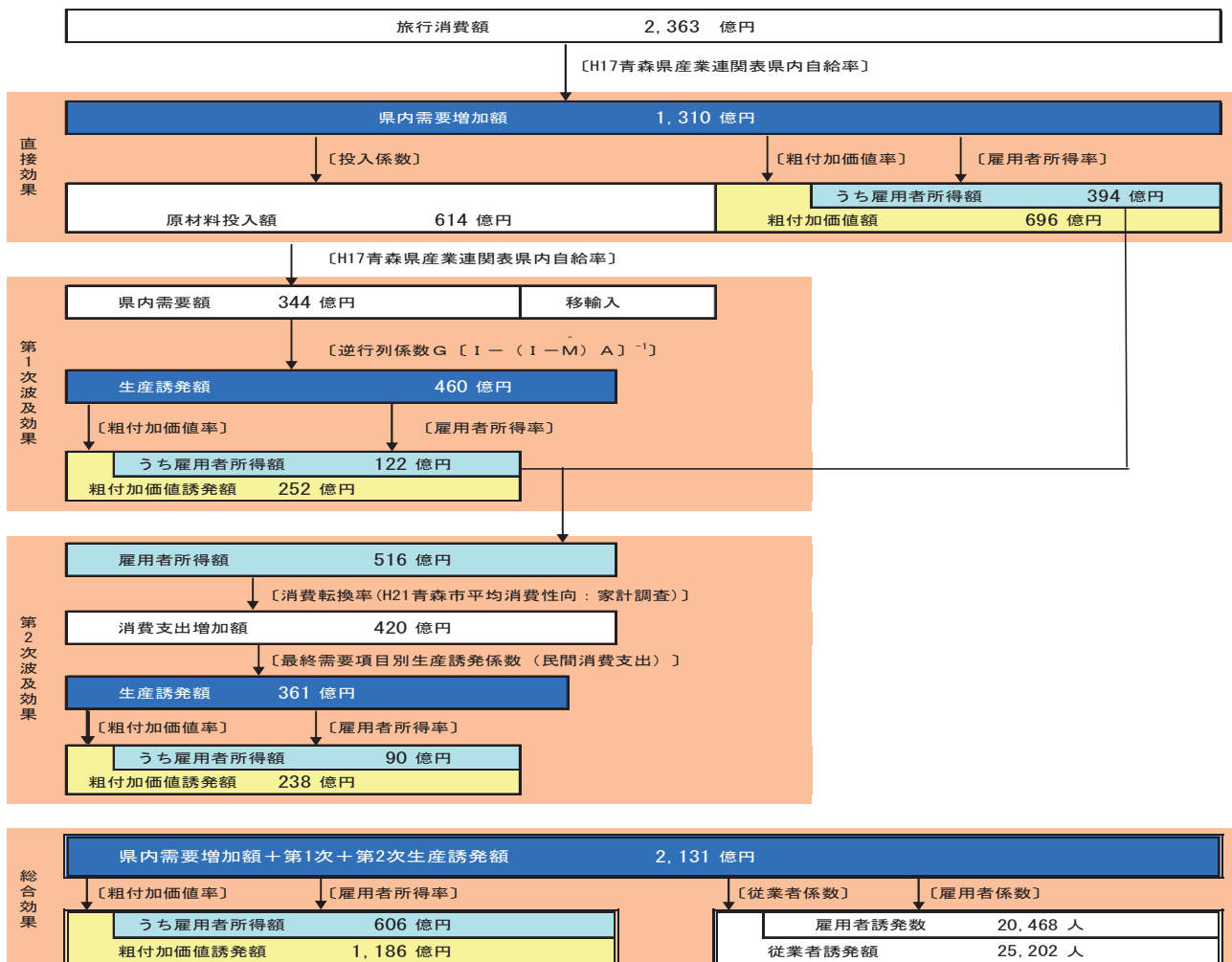
2 観光がもたらす経済波及効果

観光は、観光に直接携わる産業・業種だけではなく、周辺の多くの産業への経済波及効果をもたらすと言われていますが、ここでは、平成17年青森県産業連関表により観光がもたらす県内産業への経済波及効果をみていきます。

(1) 本県における経済波及効果

まず、「平成21年観光レクリエーション客入込調査」から県内客・県外客別、宿泊者・日帰り者別に実人数を算出し旅行消費額を推計すると、これらの旅行者による旅行消費額は2,363億円で、このうち、県外との取引を除き県内産業への需要に当てられる額は1,310億円となります。これから、平成17年産業連関表により経済波及効果を推計すると、直接効果により生産が行われるなかで、他の産業部門から原材料購入等を通じて誘発される第1次波及効果に、直接効果及び第1次波及効果で誘発された生産額のうち、雇用者所得の一部が消費に回ることにより各産業の生産を誘発する第2次波及効果を合計した総合効果(生産誘発額)は2,131億円で、県内需要増加額(1,310億円)に対する波及倍率は1.63倍という結果が得られます。(計算方法の詳細については、119ページ以降の「参考：経済波及効果の推計方法」を参照してください。)(図2-48)

図2-48 経済波及効果のフロー図



注) 四捨五入により合計値が表示の数値と合わない場合があります。

〈参考：経済波及効果の推計方法〉

◆推計に使用する係数等について

- ・推計には、平成 17 年青森県産業連関表 37 部門表、108 部門表、及び競争移輸入型均衡産出高モデルを使用します。
- ・購入者価格から生産者価格への変換については、平成 17 年全国産業連関表(民間消費支出部門)の商業マージン率及び国内貨物運賃率を使用します。
- ・県内需要額を求める際の自給率については、平成 17 年青森県産業連関表の自給率を使用します。
- ・直接効果、第 1 次波及効果による雇用者所得について、第 2 次波及効果推計に当たり使用する消費転換率は、平成 21 年家計調査結果における青森市平均消費性向である 0.813 とします。

◆分析に当たっての留意点

産業連関表による経済分析は、ひとつの経済モデルであり以下のような制約・仮定のもとに行われています。

◎前提条件

- ①産業構造（相互依存関係）は作成対象年当時(平成 17 年(2005 年))のものとする。
- ②生産物の価格は、作成対象年当時(同上)のもので、短期的には大きな変動はないものとみなす。

◎基本的仮定

- ①投入係数は安定的である。(対象年と分析年では短期的に大幅な変化はない。)
- ②在庫の影響を考慮しない。(波及効果の中断はない)
- ③波及効果が達成される期間は不明である。
- ④第 2 次波及効果の対象を雇用者所得に限定している。
- ⑤従業者数は生産額に比例して増加する。(従業者の時間外労働での対応を考慮していない)

1 旅行者実人数の推計

まず県内旅行者の実人数を算出します。

県の「平成 21 年観光レクリエーション客入込調査」(以下「入込調査」という)から得られる県内・県外別の値に、「平成 21 年観光レクリエーション客実態調査」(以下「実態調査」)による宿泊者、日帰り者の割合を乗じて、県内客、県外客毎に宿泊者と日帰り者に按分します。(表 C2-1)

なお、この値は入込数であることから、実人数に変換する必要があり、宿泊者数については、「実態調査」から得られる県内・県外別に求めた平均宿泊日数を、日帰り者数については、同様に県内客・県外客別の一人当たり平均訪問箇所数で除します。(表 C2-2)

表 C2-1 県内・県外別宿泊者数と日帰り者数
(千人)

	宿泊者数	日帰り者数	合計
県内客	6,014	28,951	34,965
県外客	11,168	2,452	13,620
計	17,182	31,403	48,585

表 C2-2 県内・県外別宿泊者実人数と日帰り者実人数
(千人)

	宿泊者数	平均宿泊数	宿泊者実人数
県内客	6,014	1.52	3,957
県外客	11,168	1.79	6,239

	日帰り者数	訪問箇所数	日帰り者実人数
県内客	28,951	1.34	21,605
県外客	2,452	1.37	1,790

2 旅行消費額の推計

次に、県内における旅行消費額を「実態調査」により推計すると、非購入者も含めた消費単価は県内の宿泊者が9,030円、日帰り者が2,128円、県外の宿泊者が23,193円、日帰り者が5,538円となります。この消費単価に県外・県内別に宿泊者実人数と日帰り者実人数を乗じ、県内旅行消費総額は2,363億円と推計されます。(表C2-3)

表C2-3 県内旅行消費額(単価)及び県内旅行消費額総額

区 分	県内		県外	
	宿泊者	日帰り者	宿泊者	日帰り者
宿泊費	4,000		9,553	
交通費	1,619	443	5,731	2,719
飲食費	1,837	626	3,468	1,089
土産代	1,121	516	3,284	1,326
その他	453	543	1,157	404
消費単価	9,030	2,128	23,193	5,538

(円)

区 分	県内		県外	
	宿泊者	日帰り者	宿泊者	日帰り者
旅行消費額	35,731,710	45,975,440	144,701,127	9,913,020
合計	236,321,297			

(千円)

3 旅行消費額の再分類

県内における経済波及効果額の推計には、産業連関表の部門表に値を入れる必要がありますが、「実態調査」では詳細な購入品目を調査していないことから、観光庁の実施する「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究IX」の旅行消費項目を参考に、旅行消費額について青森県産業連関表を41部門に組み替えた表へ分類します。(表C2-4)

表C2-4 旅行消費項目と分析用41部門の対応表

	消費項目	41部門との対応関係	参考・分析用41部門表	
交通費	1 飛行機	28 運輸	1 農業	
	2 新幹線	28 運輸	2 畜産	
	3 鉄道・ロープウェイ	28 運輸	3 林業	
	4 バス	28 運輸	4 漁業	
	5 タクシー・ハイヤー	28 運輸	5 鉱業	
	6 船舶(フェリー・クルーズ)	28 運輸	6 食料品	
宿泊費	7 レンタカー	34 対事業所サービス	7 繊維製品	
	8 ガソリン代	10 石油・石炭製品	8 パルプ・紙・木製品	
	9 駐車場・有料道路料金	28 運輸	9 化学製品	
	10 宿泊費(キャンプ場利用料を含む)	37 宿泊業	10 石油・石炭製品	
	食事等	11 食事・喫茶・飲酒	36 飲食店	11 窯業・土石製品
		12 農産物	1 農業	12 鉄鋼
	土産購入	13 農産加工品	6 食料品	13 非鉄金属
		14 水産物	4 漁業	14 金属製品
		15 水産加工品	6 食料品	15 一般機械
		16 菓子類	6 食料品	16 電気機械
17 弁当・飲料・酒・茶葉・その他食料品		6 食料品	17 情報・通信機器	
18 繊維製品		7 繊維製品	18 電子部品	
19 靴・カバン類		21 その他の製造工業製品	19 輸送機械	
20 陶磁器・ガラス製品		11 窯業・土石製品	20 精密機械	
21 絵葉書・本・雑誌など		8 パルプ・紙・木製品	21 その他の製造工業製品	
22 木製の小物・家具・和紙など		8 パルプ・紙・木製品	22 建設	
23 医療品・化粧品・はみがき・シャンプー		9 化学製品	23 電力・ガス・熱供給	
24 フィルム		9 化学製品	24 水道・廃棄物処理	
25 電気製品・電池		16 電気機械	25 商業	
26 カメラ・時計・眼鏡		20 精密機械	26 金融・保険	
27 その他の製造品		21 その他の製造工業製品	27 不動産	
入場料・施設利用料		28 立寄温泉・温泉施設・エステ	38 洗濯・理容・美容・浴場業	28 運輸
		29 テーマパーク・遊園地・博覧会など	35 娯楽サービス	29 情報通信
		30 美術館・博物館・資料館・動植物園・水族館など	31 教育・研究	30 公務
	31 ゴルフ場・テニスコートなど	35 娯楽サービス	31 教育・研究	
	32 キャンプ場(日帰りのみ)	35 娯楽サービス	32 医療・保健・社会保障・介護	
	33 スキー場リフト代	28 運輸	33 その他の公共サービス	
	34 スポーツ観戦・芸術鑑賞(舞台・映画など)	35 娯楽サービス	34 対事業所サービス	
	35 展示会・コンベンションなど参加費	33 その他の公共サービス	35 娯楽サービス	
	36 観光農園	1 農業	36 飲食店	
	37 遊漁船(釣り、ホエールウォッチングなど)	35 娯楽サービス	37 宿泊業	
その他	38 ガイド料(自然体験・スキー教室・現地ツアーなど)	35 娯楽サービス	38 洗濯・理容・美容・浴場業	
	39 レンタル料(スキー・自転車・キャンプ用品など)	34 対事業所サービス	39 その他の対個人サービス	
	40 マッサージ	32 医療・保健・社会保障・介護	40 事務用品	
	41 写真撮影代	39 その他の対個人サービス	41 分類不明	
	42 郵便・電話通話料	29 情報通信		
	43 宅配便	28 運輸		
	44 その他	39 その他の対個人サービス		

各消費項目を41部門表に組み替えることで、部門別の旅行消費額が推計されます。なお、飛行機と新幹線の消費額については、県内での消費はないものとして補正を行っています。(表C2-5)

表C2-5 分析用41部門別 旅行消費額(購入者価格)

分析用41部門	県内客		県外客		旅行消費額 (購入者価格)
	宿泊者	日帰り者	宿泊者	日帰り者	
1 農業	225,951	977,485	1,035,551	187,155	2,426,142
2 畜産					
3 林業					
4 漁業	366,704	668,171	1,693,800	142,259	2,870,935
5 鉱業					
6 食料品	2,835,471	6,400,459	13,096,994	1,362,711	23,695,634
7 繊維製品	377,955	1,607,591	1,745,767	342,269	4,073,582
8 パルプ・紙・木製品	42,997	73,427	198,601	15,633	330,658
9 化学製品	65,369	123,177	301,939	26,225	516,710
10 石油・石炭製品	2,072,118	3,644,272	11,565,037	1,853,169	19,134,596
11 窯業・土石製品	97,794	231,155	451,707	49,215	829,871
12 鉄鋼					
13 非鉄金属					
14 金属製品					
15 一般機械					
16 電気機械	35,903	17,815	165,836	3,793	223,347
17 情報・通信機器					
18 電子部品					
19 輸送機械					
20 精密機械	42,067	133,647	194,308	28,455	398,477
21 その他の製造工業製品	359,291	1,053,817	1,659,559	224,366	3,297,033
22 建設					
23 電力・ガス・熱供給					
24 水道・廃棄物処理					
25 商業					
26 金融・保険					
27 不動産					
28 運輸	4,089,765	5,781,658	22,552,508	2,897,333	35,321,264
29 情報通信	24,642	113,479	99,233	6,995	244,349
30 公務					
31 教育・研究	233,166	1,490,059	938,966	91,851	2,754,042
32 医療・保健・社会保障・介護	129,840	128,881	522,868	7,945	789,534
33 その他の公共サービス	124,864	725,611	502,831	44,728	1,398,035
34 対事業所サービス	433,426	298,719	2,398,974	125,978	3,257,098
35 娯楽サービス	780,721	6,366,431	3,143,980	392,443	10,683,575
36 飲食店	7,269,009	13,524,730	21,636,852	1,949,310	44,379,901
37 宿泊業	15,828,000		59,601,167		75,429,167
38 洗濯・理容・美容・浴場業	148,007	1,358,426	596,029	83,737	2,186,199
39 その他の対個人サービス	148,651	1,256,430	598,619	77,450	2,081,149
40 事務用品					
41 分類不明					
合計	35,731,710	45,975,440	144,701,127	9,913,020	236,321,297

注：県内消費額算出に当たり、飛行機、新幹線の利用はないものとして補正を行った。

4 生産者価格への転換

産業連関表を使い分析するに当たり、商業マージンと国内貨物運賃を除いた生産者価格に変換する必要があることから、全国の平成17年産業連関表の商業マージン率と国内貨物運賃率をもとに生産者価格を算出し、県内自給率を乗じることで県内需要増加額を推計します。県内自給率は、平成17年青森県産業連関表の数値を用いています。(表C2-6)

表C2-6 購入者価格旅行消費額から生産者価格旅行消費額への転換と県内需要増加額の推計

購入者価格旅行消費額	−	商業マージン※	−	国内貨物運賃※	⇒	生産者価格旅行消費額	×	県内自給率※	⇒	県内需要増加額
		※全国H17年産業連関表によるマージン率を使用		※全国H17年産業連関表による国内貨物運賃率を使用				※青森県H17年産業連関表による自給率を使用		
部門	旅行消費額(億円)	▲商業マージン額(億円)	▲国内貨物運賃額(億円)	⇒	生産者価格旅行消費額(億円)	×	県内自給率(%)	⇒	部門	県内需要増加額(億円)
1.農業	24.26	9.13	1.21	⇒	13.92	×	0.63120	⇒	1.農業	8.79
4.漁業	28.71	14.15	0.69	⇒	13.87	×	0.46629	⇒	4.漁業	6.47
6.食料品	236.96	83.50	7.01	⇒	146.46	×	0.32166	⇒	6.食料品	47.11
}	}	}	}	⇒	}	×	}	⇒	}	}
39.その他の対個人サービス	20.81	0.00	0.00	⇒	20.81	×	0.97872	⇒	39.その他の対個人サービス	20.37
合計	2363.213			⇒	2363	×		⇒	合計	1310.22

県内産業への経済波及効果(総合効果、生産額)は2,131億円と推計され、これを産業別にみると、対個人サービス部門(娯楽サービス、飲食店、宿泊業、洗濯・理容・美容・浴場業、その他の対個人サービス)の総合効果(生産額)は842億円と全体の39.5%を占めています。対個人サービス部門に次いで波及効果が大きいのは運輸336億円(15.7%)、商業が220億円(10.3%)となっています。(図2-49)

図2-49 部門別経済波及効果額

(億円)

	直接効果			第1次波及効果			第2次波及効果			総合効果		
	県内需要 増加額	粗付加 価値額	雇用者 所得額	生産 誘発額	粗付加 価値額	雇用者 所得額	生産 誘発額	粗付加 価値額	雇用者 所得額	生産額	粗付加 価値額	雇用者 所得額
農業	8.8	5.5	1.4	17.8	11.2	2.9	5.3	3.3	0.9	31.8	20.0	5.2
畜産	0.0	0.0	0.0	11.3	2.8	1.1	2.1	0.5	0.2	13.4	3.3	1.4
林業	0.0	0.0	0.0	1.2	0.9	0.3	0.4	0.3	0.1	1.6	1.1	0.4
漁業	6.5	3.8	1.3	6.0	3.5	1.2	1.2	0.7	0.2	13.7	8.0	2.8
鉱業	0.0	0.0	0.0	0.8	0.3	0.1	0.3	0.1	0.0	1.1	0.5	0.1
食料品	47.1	11.8	7.2	41.7	10.4	6.4	17.2	4.3	2.6	106.0	26.4	16.2
繊維製品	0.3	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.5	0.2	0.1
パルプ・紙・木製品	0.7	0.2	0.1	6.9	1.9	0.7	1.7	0.5	0.2	9.2	2.6	1.0
化学製品	0.1	0.0	0.0	0.3	0.2	0.0	0.3	0.1	0.0	0.6	0.3	0.1
石油・石炭製品	2.6	0.6	0.3	1.0	0.2	0.1	0.4	0.1	0.0	4.0	1.0	0.5
窯業・土石製品	2.3	0.7	0.5	1.9	0.6	0.4	0.4	0.1	0.1	4.6	1.5	0.9
鉄鋼	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
非鉄金属	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
金属製品	0.0	0.0	0.0	1.0	0.5	0.3	0.4	0.2	0.1	1.4	0.6	0.4
一般機械	0.0	0.0	0.0	0.4	0.2	0.1	0.1	0.1	0.0	0.5	0.3	0.1
電気機械	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.3	0.1	0.1	0.4	0.1	0.1
情報・通信機器	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.1	0.1	0.4	0.1	0.1
電子部品	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
輸送機械	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0
精密機械	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
その他の製造工業製品	2.6	1.2	0.8	3.4	1.6	1.1	1.5	0.7	0.5	7.5	3.6	2.4
建設	0.0	0.0	0.0	8.4	3.9	2.6	4.4	2.0	1.4	12.8	5.9	4.0
電力・ガス・熱供給	0.0	0.0	0.0	27.4	13.5	3.2	11.6	5.7	1.3	39.0	19.2	4.5
水道・廃棄物処理	0.0	0.0	0.0	25.7	15.9	8.2	6.2	3.8	2.0	31.9	19.8	10.1
商業	123.6	86.8	50.8	56.3	39.5	23.1	40.4	28.3	16.6	220.2	154.6	90.5
金融・保険	0.0	0.0	0.0	52.6	34.1	14.9	32.4	21.0	9.2	85.1	55.1	24.1
不動産	0.0	0.0	0.0	17.8	15.9	0.3	86.8	77.3	1.6	104.7	93.2	1.9
運輸	259.2	126.9	74.0	55.4	27.1	15.8	21.1	10.3	6.0	335.6	164.4	95.9
情報通信	1.1	0.7	0.2	23.2	14.2	4.9	15.1	9.2	3.2	39.5	24.1	8.4
公務	0.0	0.0	0.0	2.1	1.5	0.9	1.5	1.1	0.6	3.6	2.6	1.5
教育・研究	27.5	22.1	18.2	3.9	3.1	2.6	9.8	7.9	6.5	41.3	33.2	27.3
医療・保健・社会保障・介護	7.9	4.9	4.1	0.2	0.1	0.1	26.8	16.5	13.9	34.8	21.5	18.1
その他の公共サービス	14.0	8.8	7.6	9.2	5.8	5.0	7.0	4.4	3.8	30.2	19.0	16.3
対事業所サービス	19.2	11.3	6.7	64.3	37.7	22.5	16.9	9.9	5.9	100.4	58.8	35.1
対個人サービス	786.7	410.5	220.9	8.7	6.3	2.7	46.8	29.1	12.8	842.2	445.9	236.5
娯楽サービス	91.3	59.8	17.6	1.1	0.7	0.2	13.7	9.0	2.6	106.1	69.4	20.4
(内)												
飲食店	350.9	165.6	103.3	0.0	0.0	0.0	14.5	6.9	4.3	365.5	172.5	107.6
宿泊業	302.2	153.8	86.3	0.0	0.0	0.0	2.5	1.3	0.7	304.8	155.0	87.0
洗濯・理容・美容・浴場業	21.9	16.3	7.7	5.2	3.8	1.8	7.6	5.7	2.7	34.6	25.8	12.2
その他の対個人サービス	20.4	15.1	6.1	2.4	1.8	0.7	8.5	6.3	2.5	31.3	23.1	9.3
事務用品	0.0	0.0	0.0	3.2	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	3.8	0.0	0.0
分類不明	0.0	0.0	0.0	7.6	-0.8	0.2	1.7	-0.2	0.0	9.3	-1.0	0.2
合 計	1310.2	696.0	394.4	460.2	252.4	121.8	361.1	237.7	90.0	2131.5	1186.0	606.3

対個人サービス部門(娯楽サービス、飲食店、宿泊業、洗濯・理容・美容・浴場業、その他の対個人サービス)について、業種別にみると、飲食店が366億円と最も大きく、次いで宿泊業の305億円となっています。飲食店、宿泊業への経済波及効果は大きく、対個人サービス部門における総合効果(生産額)の約8割を占めています。(図2-50)

雇用面では、直接効果、第1次効果、第2次効果をあわせた雇用者数は20,468人となり、産業別にみると、対個人サービスが10,648人と最も多く、次いで、商業の3,077人となっています。41部門中、36部門での雇用が発生する結果となり、幅広い波及効果が認められます。(図2-51)

図2-50 業種別生産誘発額(対個人サービス)

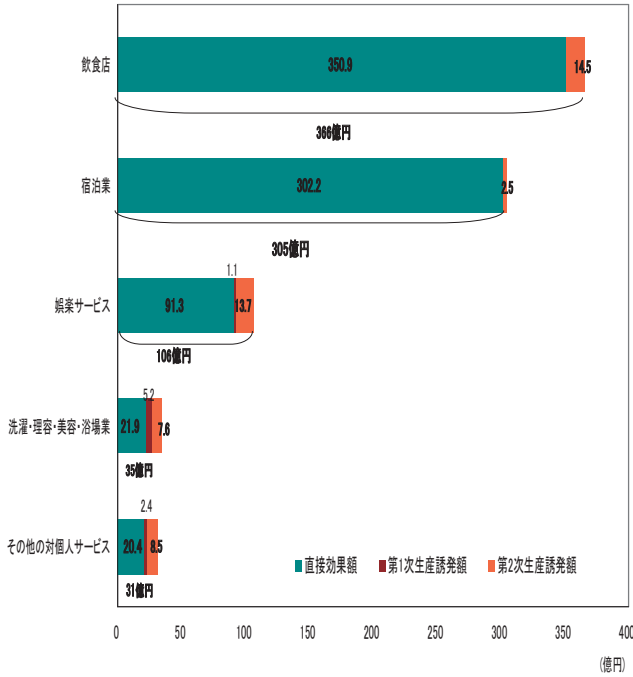


図2-51 産業別波及効果 (雇用効果)

部門	直接効果 雇用者 誘発数	第1次 雇用者 誘発数	第2次 雇用者 誘発数	合計
農業	62	126	38	226
畜産	0	41	8	49
林業	0	9	3	12
漁業	35	33	6	74
鉱業	0	2	1	3
食料品	232	206	85	523
繊維製品	5	2	2	9
パルプ・紙・木製品	2	17	4	23
化学製品	0	1	0	1
石油・石炭製品	8	3	1	12
窯業・土石製品	13	11	2	26
金属製品	0	7	2	9
一般機械	0	2	0	2
電気機械	0	1	2	3
情報・通信機器	0	0	3	3
電子部品	0	1	0	1
その他の製造工業製品	29	38	17	84
建設	0	84	44	128
電力・ガス・熱供給	0	38	16	54
水道・廃棄物処理	0	168	40	208
商業	1,727	786	564	3,077
金融・保険	0	276	170	446
不動産	0	11	52	63
運輸	1,735	371	141	2,247
情報通信	5	98	64	167
公務	0	12	8	20
教育・研究	227	32	81	340
医療・保健・社会保障・介護	97	2	330	429
その他の公共サービス	211	139	105	455
対事業所サービス	214	717	188	1,119
対個人サービス	9,946	119	583	10,648
娯楽サービス	756	9	113	878
(内) 飲食店	5,106	0	212	5,318
宿泊業	3,480	0	29	3,509
洗濯・理容・美容・浴場業	330	78	115	523
その他の対個人サービス	274	32	114	420
分類不明	0	6	1	7
合計	14,548	3,359	2,561	20,468

(2) 我が国における経済波及効果

我が国全体での経済波及効果は、平成17年全国産業連関表による分析では、直接効果、第1次効果、第2次効果を合わせた総合効果(生産額)は全体で51兆4,320億円となり、産業別にみると運輸業が9兆9,650億円となり最も高くなっています。次いで対個人サービスが8兆9180億円、商業が5兆7,940億円となっています。

対個人サービスについて業種別に内訳をみると、宿泊業が3兆8,170億円と最も高く、次いで飲食店の2兆8,690億円となり、この2部門で対個人サービスの総合効果の75.0%を占めるに至っており、本県の分析結果同様に宿泊業、飲食店への波及効果が大きいことが認められます。(図2-52)

図2-52 産業部門別経済波及効果額(全国)

産業部門	直接効果額	第1次生産誘発額	第2次生産誘発額	総合効果
1 農業	77	313	13	542
2 その他農業・林業	9	226	1	332
3 漁業	103	109	1	248
4 畜産	0	58	1	72
5 食料品	1,453	1,293	30	3,632
6 繊維製品	264	108	1	452
7 パルプ・紙・木製品	15	413	2	559
8 化学製品	137	437	9	828
9 石油・石炭製品	668	689	12	1,631
10 履物・皮革製品	57	9	0	80
11 窯業・土石製品	42	86	2	163
12 鉄鋼	0	205	1	288
13 非鉄金属	0	63	0	95
14 金属製品	0	160	0	228
15 一般機械	0	101	0	139
16 電気機械	0	48	3	137
17 情報・通信機器	50	10	0	128
18 電子部品	0	87	0	141
19 輸送機械	0	773	1	1,096
20 精密機械	134	9	2	163
21 その他の製造工業製品	173	598	258	1,029
22 建設	0	334	157	491
23 電力・ガス・熱供給	0	691	331	1,022
24 水道・廃棄物処理	0	406	130	536
25 商業	2,590	1,493	1,711	5,794
26 金融・保険	47	1,599	790	2,436
27 不動産	596	417	1,761	2,774
28 運輸	7,748	1,611	606	9,965
29 通信・放送	79	504	391	974
30 新聞・出版	91	615	272	978
31 公務	37	75	36	148
32 教育・研究	154	236	303	693
33 医療・保健・社会保障・介護	58	2	352	412
34 その他の公共サービス	75	52	125	252
35 対事業所サービス	283	2,557	801	3,641
36 対個人サービス	7,661	123	1,134	8,918
37 事務用品	0	74	21	95
38 分類不明	102	166	50	318
合計	23,560	15,890	11,982	51,432

対個人サービス(業種別)	総合効果 (十億円)
スポーツ施設提供・公園・遊園地	455
娯楽サービス	336
飲食店	2,869
宿泊業	3,817
理容業・美容業	346
写真業	179
その他の対個人サービス	916

資料)観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究Ⅱ」

(3) 旅行者の増加による経済波及効果

旅行者実人数全体が1.5倍に増えた場合、旅行者実人数のうち県外客のみ2倍に増えた場合、宿泊者が2倍に増加した場合の経済波及効果を推計してみます。

旅行者実人数が1.5倍に増えた場合の県内・県外を合わせた実人数は5,038万7,000人となり、一方、県外客のみ2倍となった場合は、4,162万人、宿泊者が2倍となった場合の実人数は4,378万7,000人となります。(図2-53)

図2-53 旅行者実人数と旅行消費額の試算結果

○旅行者実人数が1.5倍となった場合

(旅行者実人数) (千人)			
	宿泊者実人数	日帰り者実人数	合計
県内容	5,935.5	32,407.5	38,343
県外客	9,358.5	2,685.0	12,044
合計	15,294	35,093	50,387

(旅行消費額) (千円)				
区 分	県内		県外	
	宿泊者	日帰り者	宿泊者	日帰り者
旅行消費額	53,597,565	68,963,160	217,051,691	14,869,530
合計	354,481,946			

○県外客の実人数が2倍となった場合

(旅行者実人数) (千人)			
	宿泊者実人数	日帰り者実人数	合計
県内容	3,957	21,605	25,562
県外客	12,478	3,580	16,058
合計	16,435	25,185	41,620

(旅行消費額) (千円)				
区 分	県内		県外	
	宿泊者	日帰り者	宿泊者	日帰り者
旅行消費額	35,731,710	45,975,440	289,402,254	19,826,040
合計	390,935,444			

○宿泊客の実人数が2倍となった場合

(旅行者実人数) (千人)			
	宿泊者実人数	日帰り者実人数	合計
県内容	7,914	21,605	29,519
県外客	12,478	1,790	14,268
合計	20,392	23,395	43,787

(旅行消費額) (千円)				
区 分	県内		県外	
	宿泊者	日帰り者	宿泊者	日帰り者
旅行消費額	71,463,420	45,975,440	289,402,254	9,913,020
合計	416,754,134			

これから119～121ページの手順で経済波及効果の推計を行うと、旅行者実人数全体が1.5倍に増えた場合の総合効果(生産額)は3,197億円、県外客が2倍となった場合は3,457億円、宿泊者が2倍となった場合は3,677億円となります。旅行消費額による経済波及効果の試算結果から、県内における消費単価の高い客層、特に宿泊客数の増加がより大きな経済波及効果をもたらすといえます。(図2-54)

図2-54 経済波及効果額の試算結果

○旅行者実人数が1.5倍となった場合

(単位:億円)				
	直接効果	第1次波及効果	第2次波及効果	合計
生産誘発額	1,965	690	542	3,197
粗付加価値誘発額	1,044	379	357	1,779
雇用者所得誘発額	592	183	135	909

○県外客の実人数が2倍となった場合

(単位:億円)				
	直接効果	第1次波及効果	第2次波及効果	合計
生産誘発額	2,121	751	585	3,457
粗付加価値誘発額	1,119	412	385	1,916
雇用者所得誘発額	637	199	146	982

○宿泊者の実人数が2倍となった場合

(単位:億円)				
	直接効果	第1次波及効果	第2次波及効果	合計
生産誘発額	2,254	801	622	3,677
粗付加価値誘発額	1,186	440	409	2,035
雇用者所得誘発額	677	212	155	1,044

<トピックス③ 東北新幹線全線開業による景気への影響について>

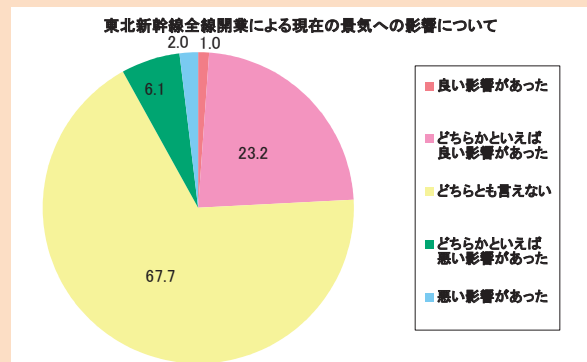
ー 青森県景気ウォッチャーへのアンケート調査結果から ー

県が平成 23 年(2011 年)1 月に青森県景気ウォッチャーに対して行った、東北新幹線全線開業による景気への影響に関する調査結果をご紹介します。

◎ 東北新幹線全線開業による現在の景気への影響について (動向)

県全体の動向をみると、「良い影響があった」、「どちらかといえば良い影響があった」とする回答が合わせて 24.2%、「どちらとも言えない」は 67.7%、「どちらかといえば悪い影響があった」、「悪い影響があった」とする回答が合わせて 8.1%となりました。

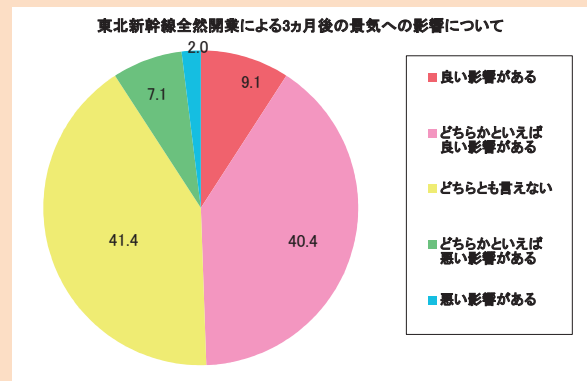
判断理由としては、「まだ影響が出るには早い」、「乗り継ぎなどの不便が増えた」という声があった一方で、「新幹線の利用客や宿泊客が増加した」、「報道などが多く、青森県の宣伝になっていると思う」という声がありました。



◎東北新幹線全線開業による3ヵ月後の景気への影響について (全体の動向)

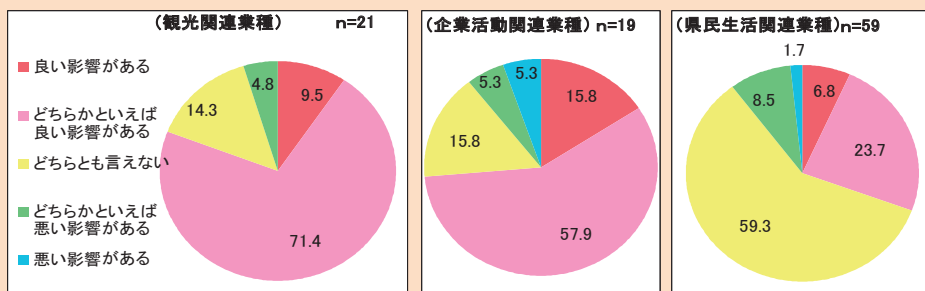
県全体の動向をみると、「良い影響がある」、「どちらかといえば良い影響がある」とする回答が合わせて 49.5%、「どちらとも言えない」は 41.4%、「どちらかといえば悪い影響がある」、「悪い影響がある」とする回答が合わせて 9.1%となりました。

判断理由としては、「ストロー現象が起きるのではないか」、「県南地区では通過駅となった」、「春先からの観光シーズンに向けての期待」、「事業者もこの機会を生かそうと動き出すだろう」という声がありました。



(業種別の動向)

業種別にみると、観光関連や企業活動関連において、「良い影響がある」「どちらかといえばよい影響がある」を合わせるといずれも7割を超えるなど良い影響を期待する割合が高くなっています。



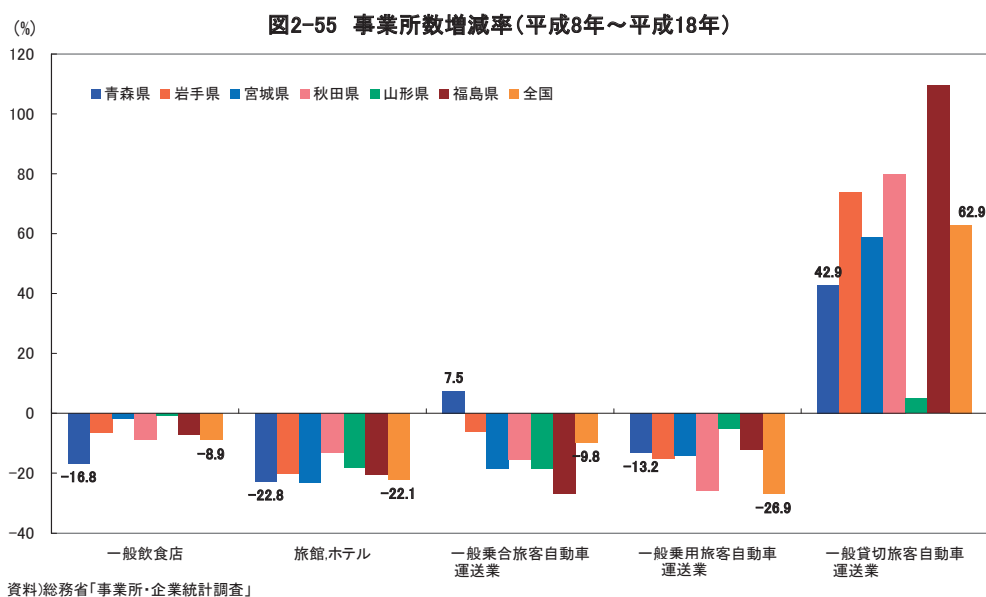
3 観光産業の動向

産業連関表による本県における経済波及効果では、特に対個人サービスや運輸業への波及が大きいことが認められますが、対個人サービス業の中でも特に影響の大きい飲食店や宿泊業、また、運輸業については道路旅客運送業を中心に近年の動きをみていきます。

(1) 飲食店・宿泊業及び道路旅客運送業の現状

① 事業所数の推移

平成8年(1996年)から平成18年(2006年)における事業所数の増減率をみると、本県では、一般飲食店、旅館・ホテル、一般乗用旅客自動車運送業において事業所数が減少しており、減少率はいずれも10%を越えています。特に、一般飲食店、旅館・ホテルでは、全国の水準を上回る減少率となっています。一方、平成8年(1996年)から平成18年(2006年)にかけて事業所数が増加した業種は、一般乗合旅客自動車運送業と一般貸切旅客自動車運送業となっています。一般貸切旅客自動車運送業については、本県、東北、全国とも事業所数が増加していますが、これは規制緩和に伴ってホテル・旅館業あるいは観光産業以外にも、冠婚葬祭業などが新たに参入してきたことによるものです。(図2-55)

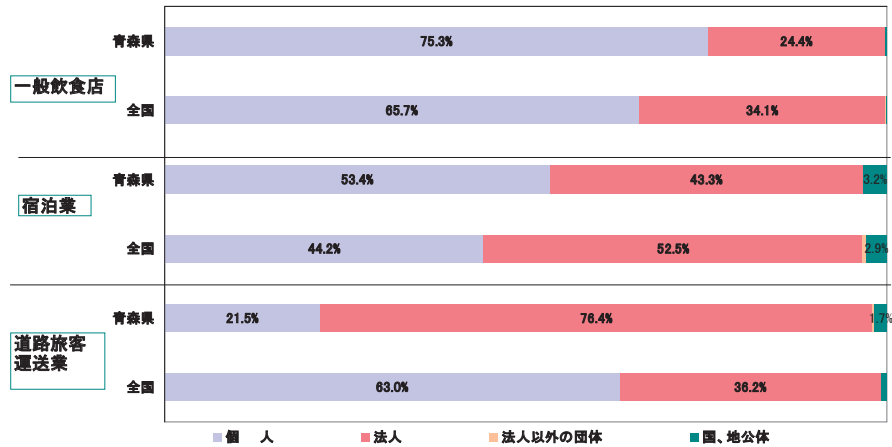


② 経営組織別にみた状況

本県の一般飲食店、宿泊業、道路旅客運送業について経営組織別にみると、一般飲食店、宿泊業では全国よりも個人事業所の占める割合が高く、特に一般飲食店では全国の65.7%を9.6ポイント上回る75.3%が個人事業所となっています。

道路旅客運送業では、全国では個人事業所が全体の63.0%を占めていますが、これはタクシーなどの一般乗用旅客自動車運送業における個人事業所が多いことによるもので、全国では一般乗用旅客自動車運送業のうち約7割が個人事業所となっています。本県における一般乗用旅客自動車運送業に占める個人事業所の割合は約3割に止まっていることから、全国に比べて個人事業所の占める割合が低くなっています。(図2-56)

図2-56 一般飲食店・宿泊業・道路旅客運送業における経営組織別割合



資料)総務省「平成18年事業所・企業統計調査」

③ 従業者数からみた事業所規模

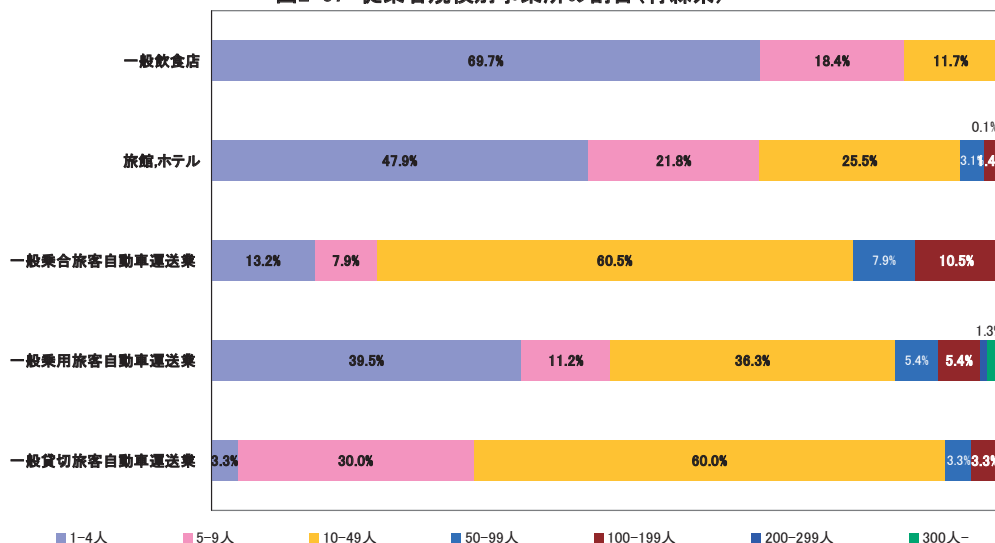
一般飲食店、旅館・ホテル、道路旅客運送業について従業者数から規模をみていくと、いずれの業種も従業者数49人以下の事業所が大きな割合を占めています。従業者数が300人を越える事業所がある業種は一般乗用旅客自動車運送業(1.3%)と旅館・ホテル業(0.1%)にみられますが、これらの業種もそのほとんどは49人以下の事業所となっています。

一般飲食店では従業者数が1~4人の事業所の占める割合が69.7%と最も高くなっており、小分類別にみた従業者数においても、食堂・レストラン、そば・うどん店、すし店、喫茶店などの主だった業種において全体の6割以上を1~4人の従業者数の事業所が占めています。

旅館・ホテル業においても、最も大きな割合を占めるのは4人以下の事業所となっており、全体の約半数に当たる47.9%が従業者数4人以下の事業所となっています。

道路旅客運送業では、一般乗用旅客自動車運送業で1~4人の事業所が全体の39.5%と高くなっています。(図2-57)

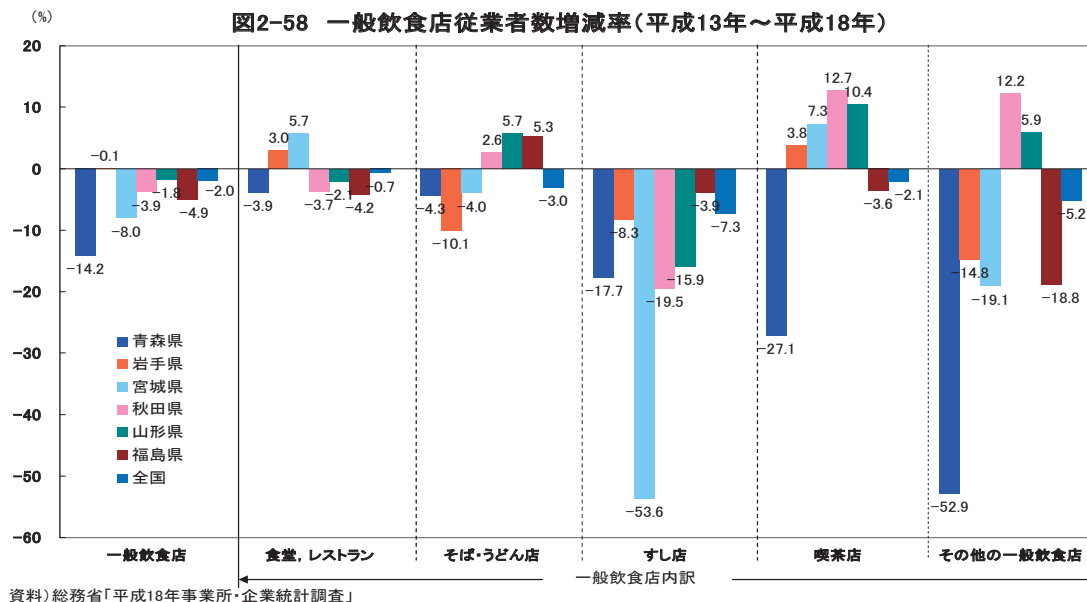
図2-57 従業者規模別事業所の割合(青森県)



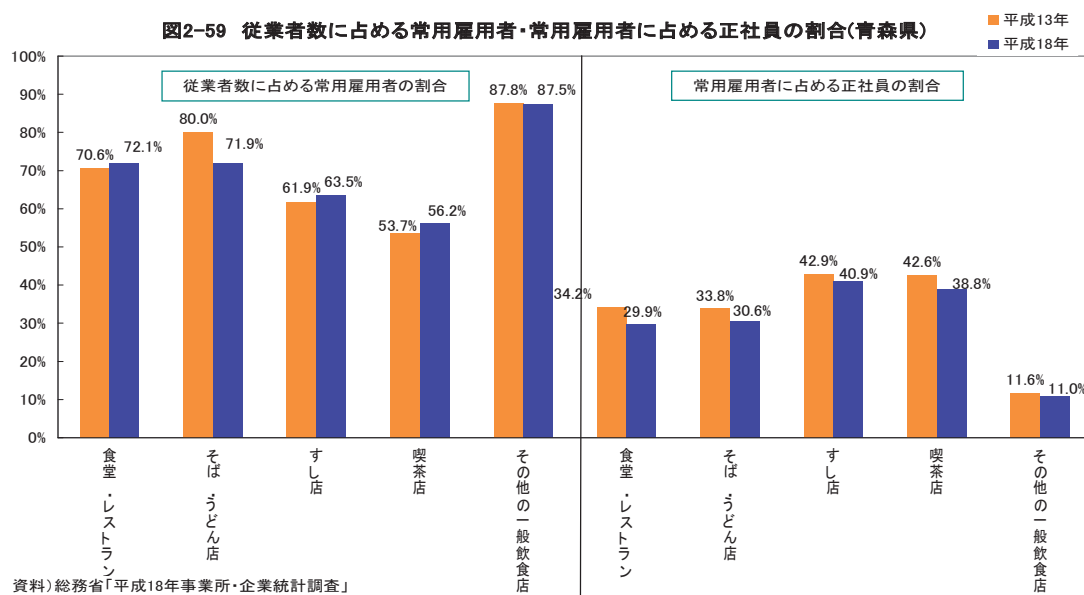
資料)総務省「平成18年事業所・企業統計調査」

(2) 飲食店・宿泊業の状況

本県の飲食店について、平成13年(2001年)から平成18年(2006年)における従業者数の増減をみると、一般飲食店では、本県を含む東北、全国ともに減少となっています。一般飲食店についてさらに小分類別にみると、本県と全国では、「食堂・レストラン」、「そば・うどん店」、「すし店」、「喫茶店」、ハンバーガー店などの「その他の一般飲食店」の全てにおいて減少となっています。(図2-58)

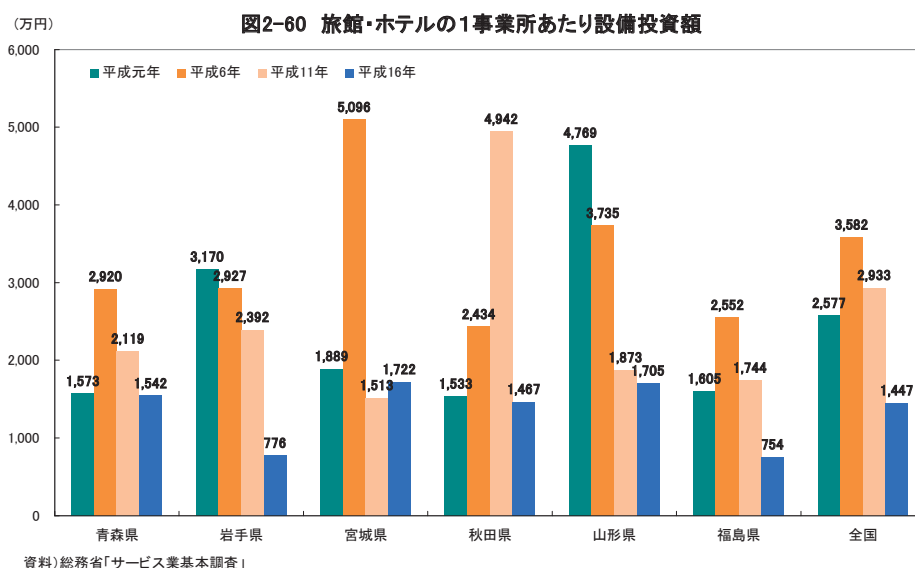


次に、この期間における従業者数の内訳を、従業者数に占める常用雇用者と常用雇用者に占める正社員の割合でみてみると、従業者数に占める常用雇用者の割合は、「そば・うどん店」において8.1ポイントの減少となっている以外はほぼ横ばいの状況ですが、常用雇用者に占める正社員の割合をみると、平成18年(2006年)は全ての業種で平成13年(2001年)を下回っています。(図2-59)

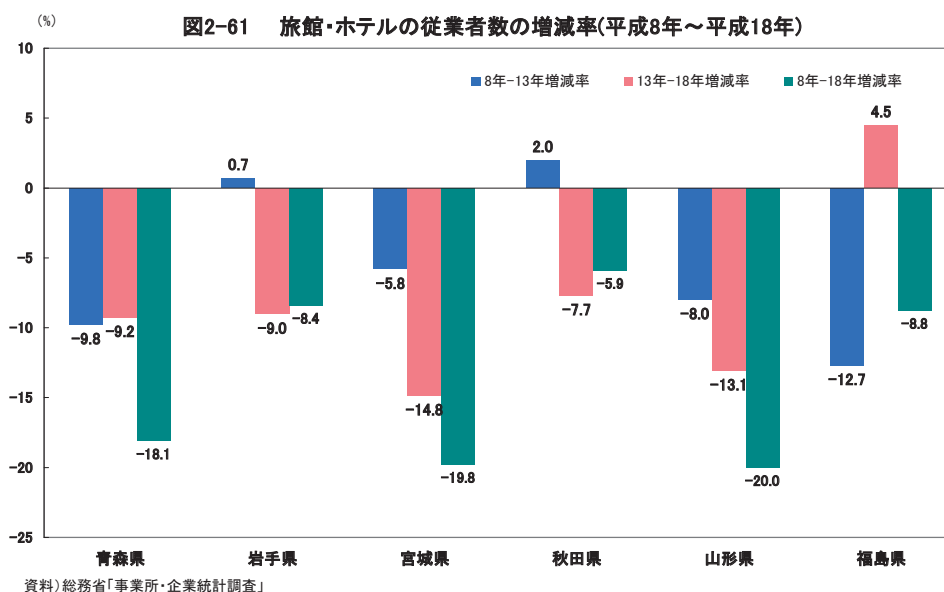


旅館・ホテルにおける1事業所あたりの設備投資額の推移をみると、本県では平成11年(1999年)、平成16年(2004年)と連続で減少しており、平成16年(2004年)では1,542万円と平成元年(1989年)

以降の調査では最も低い額となっています。東北各県及び全国の状況をみると、宮城県を除いて平成16年(2004年)は前回調査時を下回っており、全国も同様の傾向にあり、旅館・ホテルにおける設備投資額は減少傾向にあります。(図2-60)



東北の旅館・ホテルの従業者数の推移をみると、全体的に減少傾向で推移しており、平成8年(1996年)から平成18年(2006年)の期間では、東北では全ての県において従業者数が減少となっています。本県の従業者数も平成8年(1996年)から平成13年(2001年)、平成13年(2001年)から平成18年(2006年)の期間とも減少しています。(図2-61)



(3) 一般旅客自動車運送業の状況

一般旅客自動車運送事業について、平成10年度(1998年度)以降の輸送人員と営業収入の推移をみると、本県の乗合バスなどの一般乗合旅客自動車運送事業の輸送人員、営業収入は減少傾向にあり、東北各県では輸送人員はほとんどの県において減少傾向となり、営業収入は横ばいもしくは

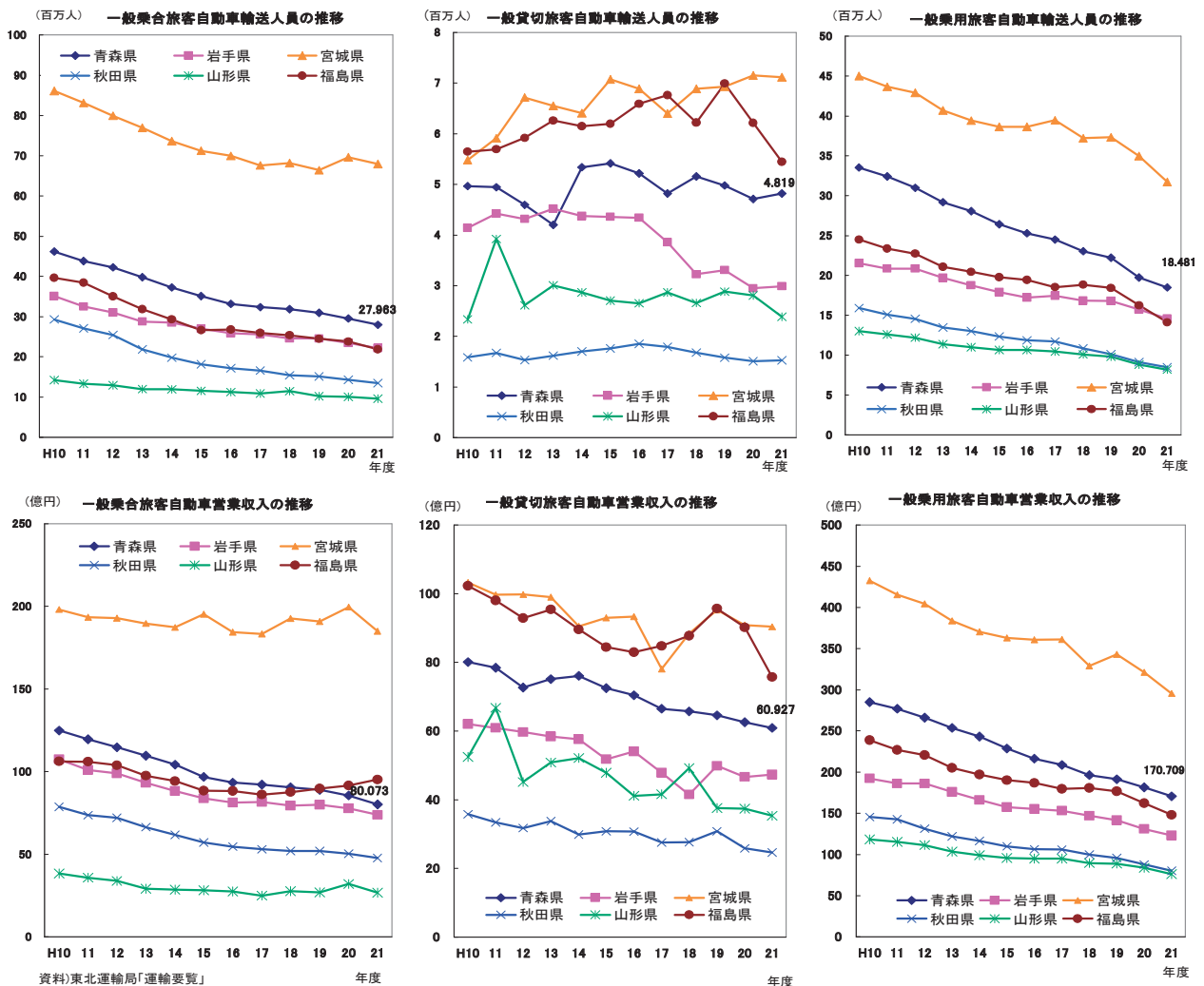
は減少傾向にあります。(図2-62)

次に、貸切バスなどの一般貸切旅客自動車運送事業の輸送人員は、本県においては東北新幹線八戸駅開業に当たる平成14年度(2002年度)に大きく伸びていますが、その後減少傾向となっています。営業収入においても、平成13年度(2001年度)と平成14年度(2002年度)と2年連続して増加した以外は前年度を下回って推移しています。一般貸切旅客自動車運送事業においては、本県の東北新幹線八戸駅開業や平成11年度(1999年度)の山形新幹線の延長といった変化の生じた年度には輸送人員が上昇するものの、営業収入では長期的には減少傾向となっています。(図2-62)

タクシーなどの一般乗用旅客自動車運送事業の輸送人員、営業収入は、本県においてはともに減少傾向を示していますが、これは東北各県共通の傾向となっています。(図2-62)

本書95ページ(図2-7)でみたように、自家用乗用車による輸送量が平成15年度(2003年度)以降継続して全体量の90%を超えて推移していることや、本県を訪れる観光レクリエーション客の利用交通機関として自家用車の利用が最も多い状況(図2-11(97ページ)参照)にあること、また、個人旅行が増加傾向にあるという旅行形態の変化もあり、旅行の移動手段として自家用車の利用が伸びていく傾向は今後も継続するものと考えられ、一般旅客自動車運送事業者にとっては、厳しい状況が続くことが予想されます。

図2-62 一般旅客自動車運送事業における輸送人員・営業収入



(4) サービス事業者の現状

第2章の2で推計した産業連関表による経済波及効果をみると、観光産業の裾野は広いと言われているように、多方面にわたって経済波及効果が認められるとともに、産業別の経済波及効果額では対個人サービスなどサービス業における波及効果が大きいことが読み取れることから、ここからは、これらの経済波及効果の大きいサービス業を中心に、現在直面している課題等についてみていきます。

まず、サービス業全体の動向について、経済産業省東北経済産業局が東北地域のサービス産業の強化に向けて実施した「平成21年度サービス産業生産性向上支援調査事業」におけるサービス事業者(※)に対するアンケート結果をみると、平成21年(2009年)9～10月の時点で、サービス産業の現状について、60.6%の事業者が市場の衰退や成長の鈍化を懸念しており、市場が拡大傾向にあるとした事業者は34.4%に止まりました。また、今後の見通しについては、「良くなる」、「現状維持」、「悪くなる」とも30%台となり、将来展望は分散した結果となっています。(図2-63)

(※) サービス事業者の範囲は以下のとおり

- ① (財)東北産業活性化センターとりまとめの「東北の光り輝く企業たち～2009年サービス産業版～」掲載事業者
- ② 農商工等連携促進法に基づく「農商工等連携事業計画」認定団体
- ③ 中小企業地域資源活用促進法に基づく「地域産業資源活用事業計画」認定事業者
- ④ 新連携(中小企業新事業活動促進法では「異分野連携新事業分野開拓」)事業認定計画事業者
- ⑤ サービス産業生産性協議会が選定する「ハイ・サービス日本300選」認定事業者
- ⑥ 任意で抽出したサービス事業者

図2-63 サービス産業の状況と今後の見通し

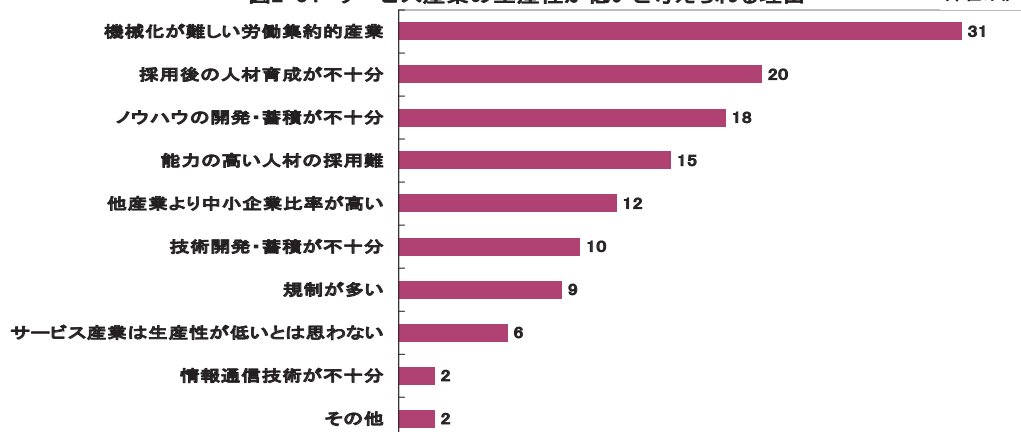
サービス産業の状況	割合(%)	今後の見通し	割合(%)
市場は衰退しており、今後は淘汰が進む	31.1	良くなる	34.4
市場の伸びは鈍化しており、自社は現状維持か衰退気味	29.5	現状維持	32.8
市場は拡大傾向にあり、自社も成長する余地がある	18.0	悪くなる	32.8
市場は拡大するが、競争が激しい	16.4		
その他	4.9		

資料)東北経済産業局「東北地域におけるサービス産業生産性向上事業報告書」

また、同事業の報告書では、「東北地域は、サービス産業のイノベーションや生産性向上の取り組みが国内においても相対的に遅れており、東北地域の民間サービス業従業員一人当たりの収入額をみても全国平均に対し約8割の水準」との現状を踏まえ、前述のアンケート調査において、サービス産業の生産性が低い理由についても調査しています。その理由として最も多かったのは「機械化が難しい労働集約的産業」で、次いで「採用後の人材育成が不十分」、「ノウハウの開発・蓄積が不十分」、「能力の高い人材の採用難」といった理由が上位を占めています。(図2-64)

図2-64 サービス産業の生産性が低いと考えられる理由

(単位:人)



資料)経済産業省「東北地域におけるサービス産業生産性向上事業報告書」

観光に関連する産業を中心に、平成16年(2004年)のサービス業基本調査から、全国の労働生産性を100とした指数により小分類別に労働生産性をみていきます。

本県における経済波及効果の大きい業種である飲食店、宿泊業を取り上げてみると、飲食店では「すし店」、「その他の一般飲食店」では全国の水準を超えています。それ以外の飲食店では全国の水準を下回っています。また、宿泊業においては、旅館・ホテルでは88.8となり、飲食店、宿泊業では概して全国を下回る水準にあります。これは、東北の各県もほぼ同様の状況となっています。

サービス業全体でみると本県の労働生産性は79.0と全国の水準を下回っており、東北各県をみても宮城県以外は全国の水準に届かない状況にあり、サービス業基本調査の結果からも東北のサービス業の労働生産性が全国に比べて低い状況が見受けられます。(図2-65)

図2-65 産業小分類別にみたサービス業の労働生産性(平成16年)

(全国=100)

	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県
飲食店、宿泊業	97.1	95.1	100.5	91.6	97.6	101.5
一般飲食店	94.2	92.0	98.8	91.0	89.9	98.4
食堂、レストラン	91.8	88.2	92.9	89.0	87.8	93.8
そば・うどん店	83.9	94.7	93.5	79.9	86.3	83.3
すし店	103.1	88.7	104.7	82.3	79.8	97.1
喫茶店	74.1	89.3	119.0	67.2	65.3	105.6
その他の一般飲食店	118.2	96.3	108.7	86.1	99.0	117.1
宿泊業	86.8	82.8	95.2	78.2	89.6	89.8
旅館、ホテル	88.8	83.6	97.9	78.6	89.6	89.4
簡易宿所	65.5	57.3	94.2	2.6	31.5	62.7
下宿業	77.9	120.7	105.9	124.9	60.3	107.4
その他の宿泊業	73.7	34.3	28.9	47.1	96.9	120.6
洗濯・理容・美容・浴場業	73.0	75.3	83.7	69.0	71.5	86.2
娯楽業	114.8	134.7	173.4	116.1	117.2	97.6
産業計	79.0	87.3	102.4	80.0	78.5	87.1

資料)総務省「平成16年サービス業基本調査」

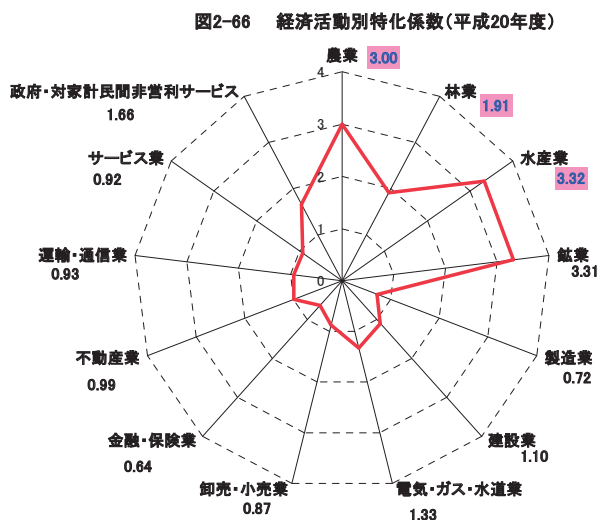
4 新たな観光産業

近年、全国的な動向として、様々な農林水産資源を観光資源として活用する動きが出ている現状を踏まえ、観光に関連した農林水産業の動向をみていきます。

(1) 本県農林水産業と観光の現状

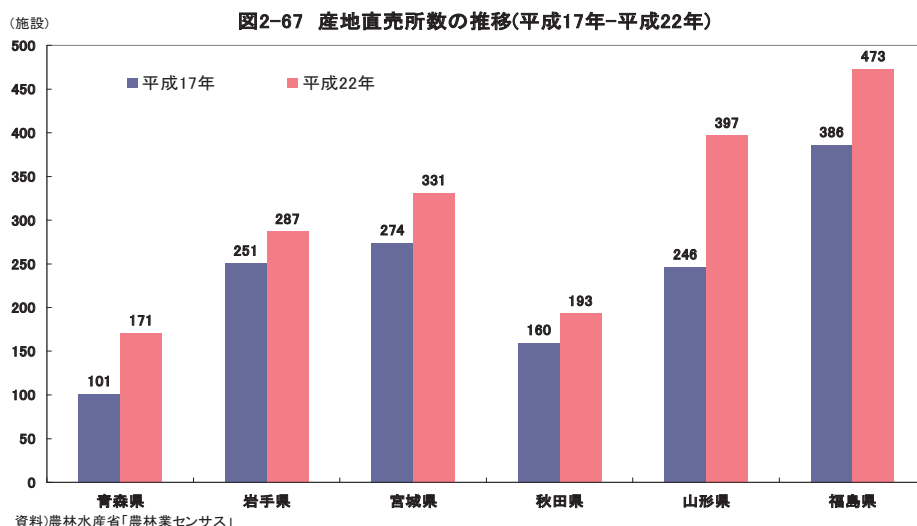
平成20年度県民経済計算から、経済活動別にみた構成比を全国の構成比を1とした場合の特化係数でみると、本県の特徴として、農業、林業、水産業における特化係数がいずれも1を越えており、特に農業では3.0、水産業では3.32と高くなっており、本県の産業構造は農林水産業に特化した構造といえます。

一方で、産業連関表による推計では、農業、畜産、林業、漁業の総合効果における生産額(図2-49(122ページ)参照)は61億円と推計されており、対個人サービスの842億円、運輸業の336億円と比べて大きな開きがあります。(図2-66)

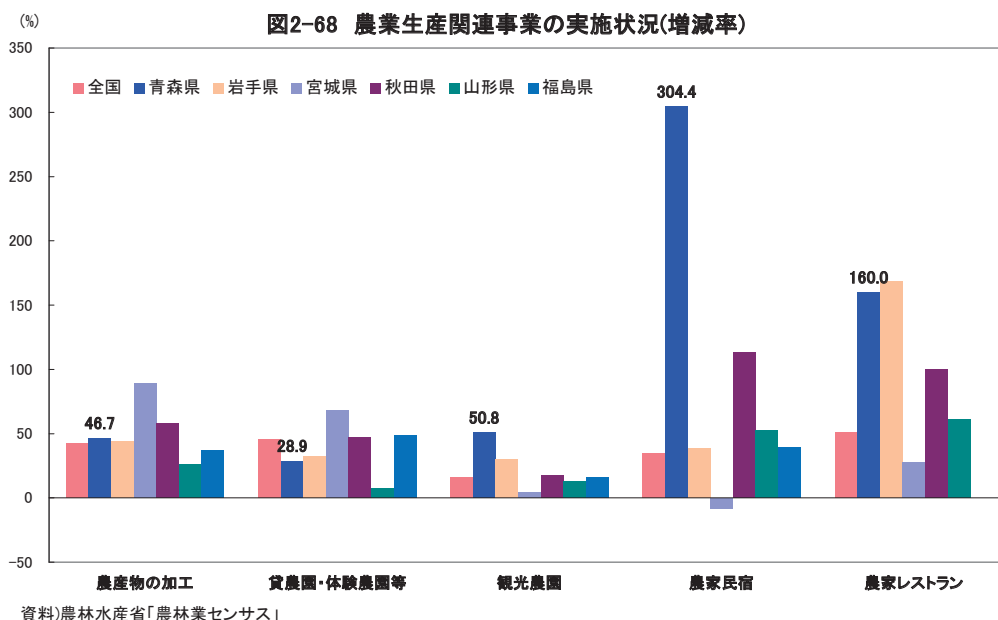


資料)内閣府「平成20年度国民経済計算」、県統計分析課「平成20年度県民経済計算」
 ※特化係数は県内総生産(名目)について、青森県の構成比/全国の構成比で求めている。この値が1より大きければ本県がその産業に特化していることを示す。

近年、地元の農林水産物を販売する産地直売所が観光スポットとして注目され、中には広く県外から集客をしている事例も見受けられるなど、農林水産物を観光資源として活用する動きが拡大しています。農林業センサスからこの産地直売所数をみると、全国的に増加傾向にある中、本県でも前回調査に比べて70施設増加の171施設となっており、伸び率も69.3%と東北の中では最も高くなっています。(図2-67)



また、農業生産関連事業の実施状況をみると、本県では、「農産物の加工」、「貸農園・体験農園等」「観光農園」、「農家民宿」、「農家レストラン」のいずれにおいても前回調査と比べて増加しています。特に、「農家民宿」では、前回調査時の45件から137件増の182件となっており、増減率では304.4%の大幅な増加となっています。本県も含め、全国、東北とも全般的に伸び率が大きく、農業生産に関連した事業は拡大傾向にあると考えられます。(図2-68)

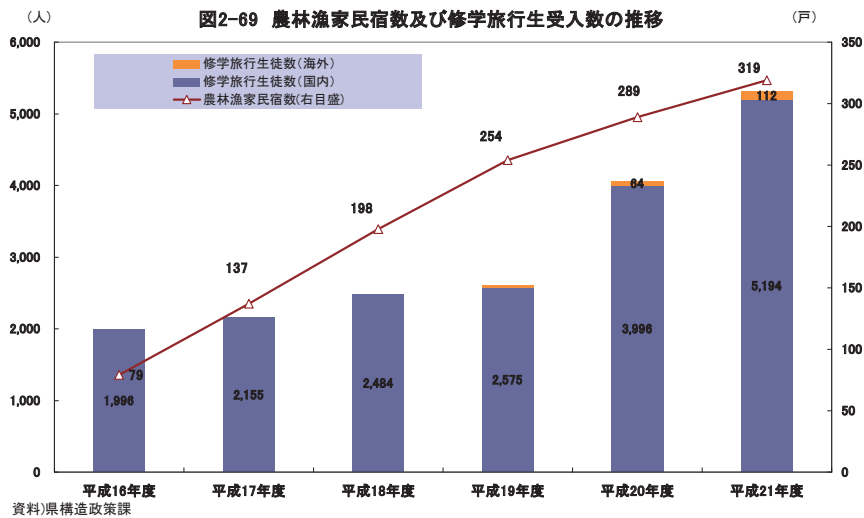


(2) 本県におけるグリーン・ツーリズム

農林業センサスの結果からも、本県における農家民宿をはじめとする関連事業拡大に向けた動きが確認できますが、本県において平成5年度(1993年度)から進められているグリーン・ツーリズムの取組から、観光に関連した農林水産業の動向をみていきます。

グリーン・ツーリズムとは、主に都市部の住民が農山漁村に滞在し自然や地域の人たちとの触れ合いを楽しむもので、具体的には、農林漁家などへ民泊し、滞在先では自然体験や農業体験などの活動を行う旅のスタイルです。特にヨーロッパなどでは長い休暇を楽しむための形態として定着しています。グリーン・ツーリズムは、ライフスタイルの多様化に伴って、健康的でゆとりある田舎暮らしに魅力を感じる都市部の住民のニーズに応えると同時に、人口減少と高齢化が進む農山漁村にとっては、人、モノ、情報の交流による地域活性化が図られることから、都市部住民と農山漁村住民の双方にとって大きなメリットがあります。

本県の農林漁家民宿は、平成21年度(2009年度)は319戸となっており、宿泊者の多くは修学旅行生となっています。農林漁家民宿で受入れした国内の修学旅行生徒数は年々増加し、平成21年度(2009年度)は5,194人となりました。また、平成19年度(2007年度)からは海外の修学旅行生の受入れも始まっており、平成21年度(2009年度)には112人が本県の農林漁家民宿を利用するなど、国内・海外を合わせた受入れ数は毎年増加しています。(図2-69)



滞在中の体験メニューとしては、田植えやリンゴの収穫作業といった季節・時期に応じた農林漁業体験やハイキング等の自然体験も充実しており、県内において農林漁業体験等の受入れを行う団体も18団体に及んでいます。また、複数の市町村にまたがる受入れ団体が広域団体を組織して連携するなど、受入れ態勢の強化も図られてきています。(図2-70)

図2-70 県内の主なグリーン・ツーリズム受入れ団体



資料) 県構造政策課

(3) 農商工連携の現状

農林漁業者と地域の中小企業者が連携して新たな商品やサービスを生み出す取組として農商工連携が進められていますが、観光産業における農林水産資源の活用という観点からも農商工連携の取

組が注目されています。

県総合販売戦略課が平成21年(2009年)5月に実施した県内生産者(農林漁業者、農林漁業団体)、県内中小企業者(食料品製造業者等)に対するアンケート調査によると、農商工連携を「行っている」とした生産者は全体の22.8%、中小企業者においては32.6%となっており、いずれも「行っていない」と回答した割合が高くなっています。また、新しい商品づくり・販路拡大に向けた他企業との連携については、生産者においては「大いに興味がある」、「まあまあ興味がある」を合わせると62%と半数を超えており、中小企業者は「大いに興味がある」が66.0%、「まあまあ興味がある」が22.0%と8割以上が関心を示している結果となっています。

今後の事業の見通しについては、生産者は、「現在のまま事業拡大」が最も高く42.6%を占めており、次いで「現状維持」が31.7%、「他分野での事業拡大」が20.8%となっています。中小企業者においても、「現在のまま事業拡大」が最も高く、割合では67.3%と7割弱を占めており、次いで「他分野での事業拡大」が25.5%となっています。他分野での事業拡大については、生産者に比べ中小企業者の関心が高いことや、生産者からは、「どうやって農商工連携を進めていいかわからない」という意見が出されるなど、生産者側には異分野への進出に対し慎重な姿勢もうかがえます。(図2-71)

図2-71 農商工連携の現状

○農商工連携の実施

項目	生産者	企業者
行っている	22.8%	32.6%
行っていない	77.2%	67.4%

○新しい商品づくり等に向けた他企業との連携

項目	生産者	企業者
大いに興味がある	42.5%	66.0%
まあまあ興味がある	19.5%	22.0%
どちらとも言えない	16.1%	6.0%
あまり興味がない	10.3%	2.0%
全くない	11.5%	2.0%
その他	0.0%	2.0%

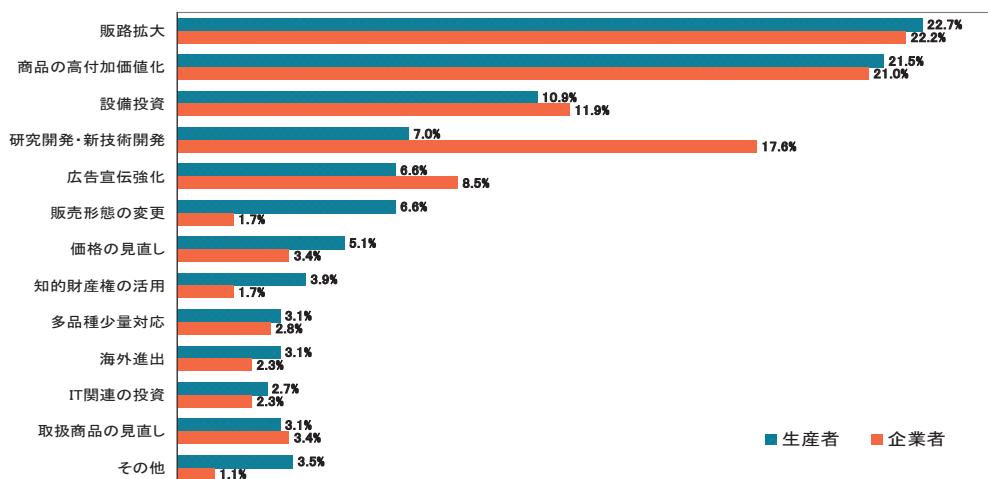
○今後の事業見通し

項目	生産者	企業者
現在のまま事業拡大	42.6%	67.3%
現状維持	31.7%	7.3%
他分野での事業拡大	20.8%	25.5%
事業縮小	0.0%	0.0%
事業の廃止	0.0%	0.0%
未定	5.0%	0.0%

資料)県総合販売戦略課「農商工連携創出事業アンケート」

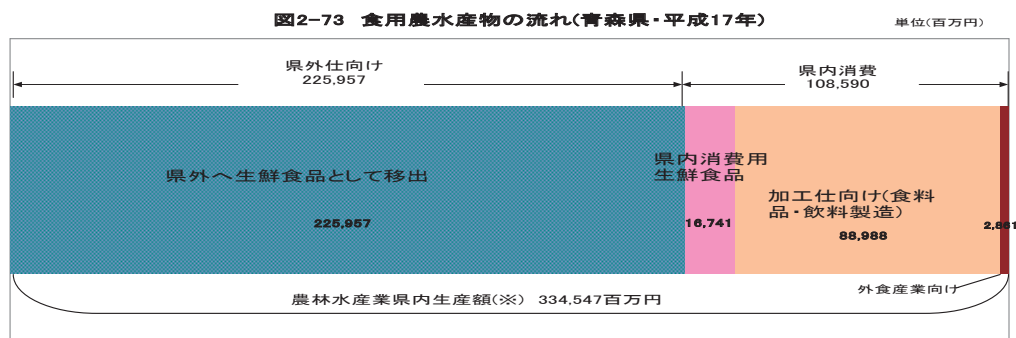
今後重視する経営課題としては、生産者、中小企業者とも「販路拡大」が最も高く、生産者では22.7%、中小企業者が22.2%とほぼ同値となっています。次いで生産者では21.5%、中小企業者は21.0%が「商品の高付加価値化」を重視しており、販路の拡大や商品の高付加価値化が共通の課題といえます。(図2-72)

図2-72 今後重視する経営課題(複数回答)



資料)県総合販売戦略課「農商工連携創出事業アンケート」

平成 21 年度版青森県社会経済白書では、「食産業」を取り上げて、生産から最終消費に至る流れを分析しましたが、県内の食用として生産された農水産物の流れをみると、県内生産額(非食用(飼料、肥料等)、その他食用として消費されなかった農水産物を除く)3,345 億円の約 7 割にあたる 2,260 億円が生鮮食品のまま県外に移出されています。平成 21 年度版青森県社会経済白書で分析したように、県内の加工部門から県外等に移輸出される食品の多くも比較的加工度の低い精米や冷凍魚介類であると推測されることから、県産の農水産物については域内における高付加価値化の余地が十分にあると考えられます。(図 2-73)



平成17年青森県産業連関表
 ※ 非食用(飼料、肥料等)、その他食用として消費されなかった農水産物を除く

《トピックス④ ～ A-FACTORY で地域再発見》

JR 東日本グループでは、鉄道ネットワークを利用した首都圏からの地域への人的移動と、地域の観光資源を首都圏へ情報発信、あるいは販売といった循環を通し地域活性化を図る「地域再発見プロジェクト」を進めています。

平成 23 年(2011 年)2 月時点で JR 東日本エリア内の 6 県においてこのプロジェクトが展開されており、地域発の農産物等を首都圏で販売する産直市の開催や、農商工連携として地域の農産物等を利用した加工品の開発といった地域活性化に向けた取組が行われています。

さらに、こういった地方発の取組を首都圏に情報発信することで、首都圏からの観光客等を地域に呼び込むという相互効果も期待できるところです。

このプロジェクトの一環として、平成 22 年(2010 年)12 月に JR 青森駅付近に「A-FACTORY」(エーファクトリー)がオープンしました。「A-FACTORY」には、本県産の素材を使用した飲食店や、本県特産の農畜産物を販売する市場に加えて、本県産のりんごを飲料に加工する工房が併設されており、本県の優れた地域資源である「食」の魅力を全国に向けて情報発信しています。



<コラム4 観光ブランドとロングセラー商品の視点、そして住民の役割>

弘前大学大学院 地域社会研究科 教授 佐々木 純一郎

はじめに地域ブランドの一つである観光ブランドを、ロングセラー商品の視点から説明したい。筆者は、2010年度の青森県商工労働部経営支援課の調査をお手伝いした。県内を中心に、長年商売を続けている企業をインタビュー調査し報告書(※)にまとめた。その要点は、次の四点に整理できる。

第一に、観光を含む地域ブランドとは「ロングセラー」であり、偶然に左右される「ヒット商品」とは区別して考えなければならない。時間やコストはかかるが、周到的準備が必要である。

第二に、ロングセラーには必要条件と十分条件がある。原材料や品質へのこだわりは必要不可欠な必要条件である。だが、少子化・高齢化は、市場規模の縮小を意味している。また、消費者の嗜好も多様化している。そこで顧客に選ばれ、買ってもらえる商品のみがこれから生き残るのである。すなわちロングセラーの十分条件とは、市場や顧客を優先的に考え、その期待に応えることにある。

第三に、市場開拓と顧客の意味を再確認することが大事である。現実の市場や顧客は、常に具体的な存在であり、時代とともに変化する。変化する相手に合わせるだけでなく、時代を先取りする視野や想像力が求められる。現時点で顧客が持っているニーズだけでなく、「こんなものが欲しい」という希望を先取りするには、単なる市場調査だけではなく、その先を考えなければならない。

第四に、ロングセラーは、企業の継続的な努力の成果である。経営者をはじめ、従業員や関係者、そして顧客の声を反映させながら努力しなければならない。この点は、企業経営の本質に関わる。

ところで、ひとりひとりの県民が、どれだけ新幹線の効果を意識しているかについては、温度差があるのではなかろうか。先行開業した八戸の成功事例では、地元の郷土料理であるせんべい汁が脚光を浴び、B級グルメの一つに数えられ、八戸地域の皆さんの自信になったと伝えられている。

このように観光は、経済面だけでなく、地域全体に波及効果をもたらす。それゆえ、観光事業に直接関係しないと考えられる県民の皆さんによる「応援」も必要である。代表的なのは、「クチコミ」による応援と地産地消であろう。また、住民参加による、まちづくり観光（地域づくり観光）の視点も求められる。観光による交流人口の拡大の次には、Iターンなどの移住も展望できる。その際に重要なのは、ソフト面での受け入れ態勢である。島根県隠岐島にある海士町は人口二千数百人であるが、Iターンの方が1割もいる。その理由を筆者が聴いたところ、自然だけではない町の住み易さがあるという。すなわち、町外から移住する人たちを温かく受け入れる文化があるといわれた。

「地域づくりは人づくり」でもある。学校教育や生涯学習だけではなく、地域全体で地域の後継者をどう育成するかが課題となろう。新幹線開業による観光を契機として、地域を学び、他地域の皆さんと交流する視点が大切になるのではなかろうか。そのためには、地域のなかで地域づくりに取り組む人を大事にすることである。自分たちの地域の魅力を再発見し、それを地域外に伝えることができれば幸いである。初めは他地域から学ぶことが重要である。そのうえで、自分で考えることができるようになれば、本物の強さを獲得できるのではなかろうか。

(※)あおりロングセラー商品事例集 URL

http://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/shoko/keiei/longseller_jireishu.html

第3章 本県の観光の現状と課題

第1章、及び第2章では、各種統計データにより、本県、全国の観光に関する近年の動向や観光が県内の関連産業に与える経済波及効果、主たる観光産業の現状などについてみてきましたが、本県の観光における現状と課題については、次のようにまとめることができます。

1 本県の観光の現状と課題

(1) 本県観光レクリエーション客の動向からみた現状と課題

本県を訪れる観光レクリエーション客の動向をみると、全体数は平成16年(2004年)から平成19年(2007年)にかけてほぼ横ばいで推移していましたが、平成21年(2009年)は高速道路の料金割引制度や、五所川原市を中心とした地域における入込数が増加したことから、過去最高の入込数を記録しました。

その内訳を県内・県外客別、宿泊・日帰り別にみると、県外客は全体のほぼ3割弱となっており、近年は横ばいで推移しています。また、宿泊客は、平成21年(2009年)は全体の8.6%となり平成17年(2005年)以降10%を下回っている状況にあります。

また、観光レクリエーション客を対象とした実態調査結果から旅行消費額の動向をみると、年齢の高い層における消費額が高いこと、県内客と県外客では県外客の消費単価が高い傾向にあることが認められます。

近年、外国人観光客の動向も注目されていますが、本県を訪れる外国人について宿泊者数からみると、韓国が最も多いものの、韓国通貨(ウォン)に対する円高傾向により、韓国からの宿泊者が減少したことや、世界的な経済危機の影響などから全体数も平成20年(2008年)、21年(2009年)と2年連続で減少しています。そのなかにあつて、観光ビザの発給要件の緩和などにより、中国からの宿泊者数は増加傾向で推移しています。

(2) 全国の旅行者動向からみた観光の現状と課題

推計人口をみると、平成19年(2007年)に死亡者数が出生児数を上回り、以降自然増減がマイナスで推移していることなどから、我が国の人口は平成20年(2008年)、21年(2009年)と連続で減少しています。年齢別に内訳をみていくと、年少人口(0歳～14歳)、生産年齢人口(15歳～64歳)がともに減少傾向となり、老年人口(65歳以上)の占める割合が高くなる傾向にあります。

国民一人当たりの旅行平均回数をみると、景気低迷を背景として宿泊旅行、日帰り旅行ともに平成19年度(2007年度)、平成20年度(2008年度)と連続で減少しました。消費支出に占める旅行費用の割合をみても、総世帯の平均では平成16年(2004年)は3.4%であったのに対し平成21年(2009年)では3.3%に減少しています。これは、旅行費用が選択的支出であることから、景気低迷などにより年間消費支出が減少するとその動きに対応して支出が減少するためと考えられます。

その中で、消費支出に占める旅行費用割合は60歳以上の年齢階層において平均を上回っている状況にあり、今後、総人口に占める65歳以上人口の割合が増加すると予想されていることなど、今後

の旅行需要をめぐってはこれらの年齢階層の動向が大きく影響するものと考えられます。

旅行に対する支出や年間の旅行回数が低迷する中、地域資源を活用した新たな形態の旅行商品として旅行者の支持を伸ばしているのが着地型旅行商品です。着地側における旅行消費額の増加を通し、地域経済への経済波及効果が期待できることや、地域資源を有効に活用できるなど受け入れ側にとってもメリットの多い旅行商品であり、二地域居住などの滞在型も含めると、旅行支出の高い世代の需要にも対応しています。

一方、我が国を訪れる外国人の動向をみると、欧米、アジア地域とも、概ね日本旅行中の活動に対する満足度は高いものの、アジア地域の満足度が欧米に比べて低いことや、旅行目的もアジア地域では「観光・レジャー」が5割を超えているものの、欧米では「観光・レジャー」と「商談等その他ビジネス」との開きが小さいなど、地域によりその動向に違いがみられます。

(3) 観光産業の現状と課題

旅行消費が本県経済に与える影響について、産業連関表から経済波及効果を試算すると、最も経済波及効果の大きな産業は「対個人サービス」であり、直接効果、第1次生産誘発額、第2次生産誘発額を合わせた総合効果では、全体の約4割を占めています。「対個人サービス」について業種を細分化してみると、飲食店、宿泊業などへの経済波及効果が高くなっていますが、本県におけるこれらの業種は、事業所数、従業者数が減少していることや、一般飲食店では69.7%、旅館・ホテルでは47.9%が従業者4人以下の事業所となっているなど小規模な事業所が多い状況にあることに加え、旅館・ホテルの設備投資額は、近年減少傾向で推移しています。

また、サービス業基本調査から就業者一人当たりの付加価値額である労働生産性について、全国を100とした指数で比較してみると、本県の飲食店、宿泊業では一般飲食店が94.2、宿泊業では86.8と全国水準を下回っています。

旅行消費による県内産業への波及効果をより大きなものとするためには、県内の様々な産業に需要が生じることが重要となりますが、近年、全国的にも農林水産資源を観光分野で活用する動きがみられます。

本県では、平成5年度(1993年度)からグリーン・ツーリズムの取組を進めており、修学旅行生を中心とした農林漁家民宿への宿泊者数も堅調な伸びを示すなどの成果が現れていますが、県が平成22年(2010年)10月に策定した「青森県グリーン・ツーリズム新戦略」では、今後に向けた課題として、年間を通じて来県する一般旅行者の誘客や、グリーン・ツーリズム効果の地域全体への波及などがあげられています。

また、農林水産資源を観光資源として活用を図る観点から農商工連携の現状をみると、生産者と中小の食料品製造業者等の企業者に対するアンケート調査結果からは、実際に農商工連携を行っていると回答した割合は生産者では全体の22.8%、中小企業者においては32.6%となっていますが、新しい商品づくり等に向けた他企業との連携については、生産者、企業とも半数以上が「関心がある」と回答しており、生産者や企業者の農商工連携に対する意欲が高いことがうかがえます。

本県の産業構造は農林水産業に特化した構造となっており、優れた農林水産資源を有しています

が、産業連関表からみた農林水産業への経済波及効果は2.8%に止まっています。アンケート結果にみられるように、生産者と企業者の農商工連携に対する意欲に加えて、本県の産出する農水産物の生産構成が米、野菜、果実、畜産、水産等バランスのとれた内容となっていることや、本県で生産される食用の農水産物の7割が生鮮状態で県外へ移出されているという現状からも、これらの農林水産資源の活用により、農林水産分野における経済波及効果拡大の可能性は十分にあるものと考えられます。

2 交流人口の拡大と観光を軸とした産業間の連携強化に向けて

(1) 観光産業における経営力の強化

本県の大型イベント入込数、あるいは外国人宿泊者数にみられるように、観光客入込数は観光地本来の持つ魅力以外にも、気候の変動やメディアへの露出度、社会情勢などに影響を受けて大きく上下動することから、観光産業においては安定した経営が難しいと言われていています。一方で、地域資源を有効に活用し内外から多くの旅行者を安定的に集客している地域もあり、本県においてもこれらの地域と同様に安定した集客と収益の確保に向けて、観光産業の強化が必要と考えられます。

本県観光産業の中心となっているサービス業のなかでも、特に経済波及効果の大きな業種は飲食店や宿泊業などですが、これらの業種において、付加価値の高いサービスの提供や効率的な経営手法を導入するなどにより、生産性の向上を図り経営力を強化していくことが望まれます。

こういった中で注目される動きとして、サービス利用者による評価を取り入れてサービスの改善をし、利用者の求めるサービスを提供するということがあります。利用者による評価としては目に見えないサービスを利用者の視点から数値化する満足度調査が広く使われており、事業者にとっては利用者のニーズを的確に捉えることが可能となり、また、利用者にとっては事業者が提供するサービスの質を比較できるため、サービスの差別化や高付加価値化につながります。

また、利用者のニーズにあったサービスの提供に向けて、事業者が無駄な作業の見直しやコストの見直しをするなどの効率化を進め、それによって生じた時間や労働力をさらに利用者の満足度向上のための業務に向けるというように、利用者ニーズへの対応と業務の見直しを相互に関連させることで、利用者の満足度を高めると同時に、経営の効率化も図ることが可能になります。

本県では、東北新幹線全線開業を機に本県の多彩な観光資源を活用して交流人口を拡大し、新たな魅力の創出や誘客活動を支える情報発信に全力で取り組むために、平成22年(2010年)11月に「未来へのあおもり観光戦略」を策定しました。戦略では、「交流人口の拡大」、「県内での消費の増大」「観光産業における収益力の向上」「観光産業と農業、製造業、商業、サービス業等様々な産業連携を拡大」することを目指し、その達成に向けて5つの戦略プロジェクトを掲げています。そのひとつである「みんなで競おう！経営革新」において、平成23年度(2011年度)から、宿泊客の満足度調査を実施することとしており、これにより、県内観光客のニーズ、トレンドを把握し、観光事業者が現状を客観的に判断できるデータの収集を行うことで、利用者のニーズに合ったサービスの提供をめざします。

同様に平成23年度(2011年度)は、宿泊業者を対象に中小企業診断士等による財務分析を実施し、

経営状況の的確な把握により経営力向上を目指す「経営診断クリニック」や、財務分析結果を踏まえ、経営コンサルタントの指導のもとに本格的な経営改善、生産性向上に取り組む「カイゼン実践塾」といった宿泊業者の収益力向上のためのプログラムを実施することとしています。これらの取組が、広く県内の観光産業に波及していくことで、全体としての経営力の強化が図られるものと考えられます。(図2-74)

図2-74 未来へのあおもり観光戦略概要



(2) 産業間の連携強化

様々な取組を通じて交流人口の拡大が図られる中で、交流人口の拡大がもたらす経済効果の獲得に向けて、観光産業の裾野を広げより多くの産業において旅行消費額を取り込むことが課題となりますが、本県においては、農林水産業に特化しているという本県の産業構造を活かし、様々な農林水産資源を観光資源として活用を図ることが重要と考えられます。

本県では既にグリーン・ツーリズムにおいて、修学旅行生を中心とした受入れが成果を挙げていますが、前述の「青森県グリーン・ツーリズム新戦略」では、東北新幹線全線開業による効果を継続して獲得し、グリーン・ツーリズムをビジネスとして育成していくための今後の方向性として、農林漁家と各受入団体、地元商工業者などが連携し、例えば、地場産品を使った土産品の開発や、開発した商品を地域の産直施設などで購入できるような流れを作るなど、地域全体にグリーン・ツーリズムによる経済効果の波及が図られるような仕組みづくりを行っていくことなどが示されています。

また、これまでの修学旅行生に加えて、修学旅行で訪れた学生の家族や、首都圏のシニア層といった一般旅行者をターゲットとした誘客をしていくことや、県民が本県の農林水産業や農山漁村に対する理解を深めることで県外からの誘客にもつながっていくという観点から、地元の児童・生徒

の農作業体験の受入や、県内客の受入など県内における顧客の開拓にも取り組むこととしています。

農商工連携による観光産業との連携強化からも、本県の優位資源である農水産物の高付加価値化や食料品製造業など関連産業への経済波及効果の拡大などが期待されます。本県では、農商工等連携などによる「食」産業づくりに向けて、農商工連携に対する意欲はあるものの、どのように進めていったらいいかわからないといった生産者や企業に対応するため、農林漁業者や食料品製造業者などから寄せられる「食」に関する相談に総合的に対応する「食産業づくり相談窓口」を設置し、生産者や食料品製造業者の取組を支援しているほか、「あおり農商工連携支援基金」（農商工連携ファンド）を活用した助成や、県内の農林漁業者と食料品製造業者等との共同プロジェクトに対する経費支援といった商品づくりのための具体的な支援策を展開しています。その結果、商品づくりに取り組む新たな動きが生まれるとともに、商品化され販売に至る事例が増加するなど連携が広がってきています。



商品化例① 八甲田牛ジャーキー



商品化例② ひめます塩焼き

また、農林漁業者の異分野への進出支援に向けて「地域資源を活用した農林漁業者による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」（六次産業化法）が平成 23 年(2011 年)3 月 1 日から施行されています。これは、第一次産業としての農林水産業と第二次産業としての製造業、第三次産業としての小売業等の事業の総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す六次産業化を目的としたもので、農林漁業者に対して、製造・販売までも視野に入れた事業の展開を促すものです。

こういった農林漁家に対して事業の多角化を促す動き以外にも、観光面からのアプローチとして、JR 東日本の展開する「地域再発見プロジェクト」の中においても農商工連携に着目した取組が展開されるなど、県内における農林水産資源の活用の動きが徐々に広まりを見せています。

(3) 地域資源を活かした観光戦略

経済波及効果推計に使用した本県の旅行消費額によると、県内・県外を合わせた宿泊者の消費額は全体の 76.4%を占めており、なかでも県外宿泊者の占める割合が高くなっています。全国調査からも同様の傾向が読み取れますが、本県の宿泊者数は近年減少傾向にあり、本県の旅行消費額の増

加には宿泊者数の増加を図ることが有効と考えられます。

近年の旅行形態は個人旅行が中心を占め、それに伴い旅行先の資源を活用した着地型旅行商品が旅行者の注目を集めています。着地型旅行商品は「自然」や「食」といった地域ならではの資源を有効に活用した企画が地域発で提案でき、利用者の満足度の高い商品はリピーターの確保や、様々な年齢階層の需要に対応できるなど、交流人口の継続した獲得につながるということが予想されます。その誘客に際しても、近年、国内外ともに、情報収集の手段としてインターネットを利用する割合が増加しており、インターネットを効果的に活用することにより、国内だけではなく国外も視野に入れた誘客が期待できるところです。

また、地域資源を活用した様々な取組を通じて交流人口の拡大を図るためには、地域全体が観光との関わりを強化していくことも重要と考えられます。

「未来へのあおり観光戦略」の目指す東北新幹線全線開業効果の継続的な獲得の実現には、観光事業者、観光団体、行政機関、県民等の様々な主体が連携した取組が不可欠であり、特に、県民全体でのおもてなしや観光PRの推進といった県民運動の展開においては、県民の役割が大きく期待されています。

さらに、「未来へのあおり観光戦略」では、県民が地域の魅力に気づき、誇りに思う心の育成などに取り組むこととしていますが、その背景には県民が地域に対する理解を深めていくことが県外からの誘客につながるということがあり、本県の持つ魅力を効果的に情報発信していく観点からも、県民の主体的な取組は重要と考えられるところです。

本書中のコラム等(117、138、146 ページ参照)で紹介しているように、地域住民が関係団体や観光事業者などと連携し、旅行者の増加をもたらした事例も見受けられます。旅行者の滞在日数の増加や商品の多様化、二地域居住などによる交流人口の増加も期待されている中で、様々な戦略が効果を上げるためには行政や観光事業者のみならず、地域づくり活動などを通じた地域住民の取組も欠かせないことがこれらの事例からもうかがえます。

本書の第一部において日本経済や本県経済の現状をみてきましたが、100年に1度といわれたリーマンショックを契機とする世界経済危機からは回復してきたものの、成長が続くアジア新興国に比べ先進諸国の経済成長は鈍化する傾向にあります。日本国内では人口減少や労働力人口の減少が進んでおり、日本経済や本県経済の成長には、製造業を中心とする輸出産業に加え、今後需要がさらに伸びると予想されるサービス業を中心とした第三次産業がさらに重要性を増してくるものと考えられます。

こういった状況において観光産業は21世紀のリーディング産業とも言われ、国際的には成長を続けるアジア地域の活力を、国内あるいは県内に積極的に取り入れていくという観点からも注目度の高い分野であり、観光産業を中心とした地域経済活性化に着目している地域は少なくありません。そのなかで、本県は「自然」、「食」といった地域資源に恵まれており、加えて新幹線や飛行機など本県と諸地域とを結ぶアクセス面の利便性向上による交流人口の拡大が期待されているところです。125ページのトピックスで紹介した青森県景気ウォッチャー調査の平成23年(2011年)1月期結果を

みても、観光関連や企業活動関連業種を中心に、今後に対する期待の高さがうかがえます。

本県を取り巻く厳しい経済状況の中、東北新幹線全線開業というチャンスを活かし、交流人口の拡大とその効果を最大限獲得するために、本県の観光産業の強化を図り関連産業との連携を進めるとともに、県民一人ひとりが主役となり地域が一体となった取組が求められています。

<コラム5 八戸市民の熱い想いがもたらした新幹線「はやて」効果>

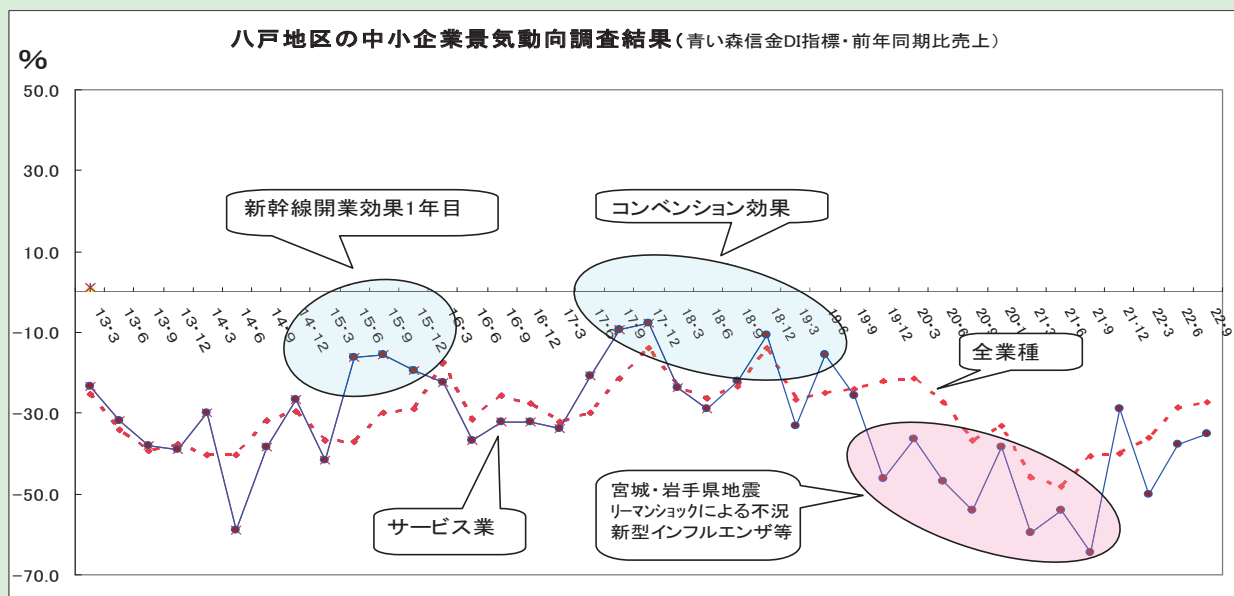
八戸短期大学 ライフデザイン学科 教授 高橋 俊行

平成22年12月4日、念願の東北新幹線全線開通を迎えた。新たにターミナル駅のできた青森市周辺の観光スポットは、連日賑わいを見せているようであるが、8年前の八戸駅開業時はどうであったのだろうか。当時「東北21」に掲載した小生のレポートを再現してみよう。

開業当時の12月、「降りしきる雪の八戸には似つかわしくない観光バスが、市内を頻繁に行き交う状況に、新幹線到来の現実を目の当たりにした。開業当日からフィーバーのごとく押し寄せる観光客の波に度肝を抜かれ、北東北の厳寒や雪が、観光資源になるとは予想していなかっただけに新鮮な驚きであった。観光タクシーの利用も、半年間で1,400台と驚異的な伸びを見せ、八戸駅周辺ではディーバックを背にした年配づれの観光客の姿がすっかり風物詩になった。まさに八戸が観光都市になったかのような錯覚を覚えた。こうして北国の人間にとって当たり前の暮らしが、都会の人間にとって非日常的なコトとして、観光になりうることを思い知らされることになった。」

現実、満を持していた「八食センター」や「屋台村」に観光客が押し寄せ、「観光船」「マリエント」も人気の観光スポットになり、「せんべい汁」「八戸らーめん」「朝の八甲田」「八幡亀子」などの新たなお土産が売上上位を占めた。その後、コンベンション効果にも支えられ、経済効果が約5年間にわたり持続された。こうして新幹線「はやて」は、観光産業にとって干天の慈雨のごとく恩恵をもたらし、当時低迷していた八戸の景気を牽引する役割を果たしたと言える。

こうした八戸での観光需要の裏には、新幹線八戸駅開通をチャンスとして捉え、青森県の豊かな自然と素材、おもてなしを観光資源として磨き上げ、観光客に喜びと感動を与えるために果敢にチャレンジした観光に関わる人々の熱い想いがあげられる。そして、さらに開業準備に向け5年前から討議を重ね、独自の観光プランを練り上げ、事業推進の運営組織活動を主導してきた商工会議所青年部の現役・OBとともに、ボランティア精神の下に連携と結束を図り、八戸駅開業の観光客受け入れ活動態勢を整え、観光事業の支援に携わってきた経済団体、市民団体に所属する多くの若者たちの行動が、八戸に新幹線「はやて」の経済波及効果をもたらしたことが特筆されよう。



【統計資料編】

「統計資料編」においては、県企画政策部が実施している下記の調査の概要とともに、平成19年度(2007年度)から4か年の経済動向を年表にして紹介します。

- 1 青森県景気基準日付(景気の谷)の暫定設定
- 2 本県が独自に調査を行っている青森県景気ウォッチャー調査
- 3 平成22年度(2010年度)に公表された各種統計調査の結果
- 4 平成19～22年(2007～2010年)の県内及び国内・海外の経済動向の年表

1 青森県景気基準日付(景気の谷)の暫定設定

(1) 青森県景気基準日付(景気の谷)の暫定設定

景気の転換点について、内閣府によれば、「景気が拡張期から後退期に変化するとき、登山者が山を登って峰(peak)に達したあと下っていくことになぞらえて、「景気の山」という言い方をし、同様に、景気が後退期から拡張期に変化するとき、谷(trough)に下りたあと登っていくことになぞらえて、「景気の谷」という」とされています。

本県では、県経済の動向を把握し、客観的に分析するための座標軸として示すとともに、国や他県の経済との比較などのため、景気の拡張局面と後退局面を分ける転換点である景気基準日付(景気の山・谷)を設定しています。

平成21年度版青森県社会経済白書において、全国の第14景気循環の景気基準日付(景気の山を「平成19年(2007年)10月」として暫定設定)に相当する、本県の第14景気循環の景気基準日付(景気の山)を「平成19年(2007年)7月」として暫定設定したところです。

その後、内閣府では、全国の第14景気循環の景気基準日付(景気の谷)を「平成21年(2009年)3月」として暫定設定し、平成22年(2010年)6月に公表したことから、それに相当する本県の第14景気循環の景気基準日付(景気の谷)を「平成21年(2009年)4月」として暫定設定し、平成23年(2011年)1月に公表しました。

これにより、本県の第14景気循環の回復期間は、平成14年(2002年)4月から平成19年(2007年)7月までの64か月、後退期間は、平成19年(2007年)8月から平成21年(2009年)4月までの21か月、全循環期間でみると85か月となり、回復期間及び全循環期間について本県が景気基準日付を設定している昭和37年(1962年)以降で最長となりました。

なお、今回の設定はあくまで暫定であり、今後、採用系列の見直しと併せて、景気の山・谷の確定日付を設定することとなりますので、多少のずれが生じる場合があります。

(2) 景気基準日付の設定方法

景気基準日付の設定は、景気動向指数の一致指数の採用系列ごとに、山・谷をブライ・ボッシュャン(Bry-Boschan)法(※)を用いて決定し、谷から山にいたる期間はすべて上昇(プラス)、山から谷にいたる期間はすべて下降(マイナス)として、プラスの指標数が採用系列に占める割合を算出したヒストリカルDI(Historical Diffusion Index)に基づいて設定します。

このヒストリカルDIが、50%を上回っている期間が景気拡張期、下回っている期間が景気後退期であり、50%ラインを上から下に切る直前の月が景気の山、下から上に切る直前の月が景気の谷となります。

(※)ブライ・ボッシュャン(Bry-Boschan)法

1971年にNBER(全米経済研究所)で開発された手法で、内閣府経済社会総合研究所においても、全国の景気基準日付の設定に用いています。簡単に説明すると、山と谷との間隔を5か月以上必要とする、一循環の長さを15か月以上必要とするといったルールを条件として与え、12か月移動平均などを施してデータの変動を平準化し、段階を追って山・谷を確定していくものです。

(3) ヒストリカルDI

下記の図は、青森県景気動向指数DIの一致指数の採用系列から作成したヒストリカルDIです。一致系列の9つの個別指標の動向をみると、前回の景気の山である平成19年(2007年)7月の後、ヒストリカルDIが初めて50%を上回るのが平成21年(2009年)5月の55.6%であることから、直前の平成21年(2009年)4月が景気の谷と考えられます。(図3-1、表3-1)

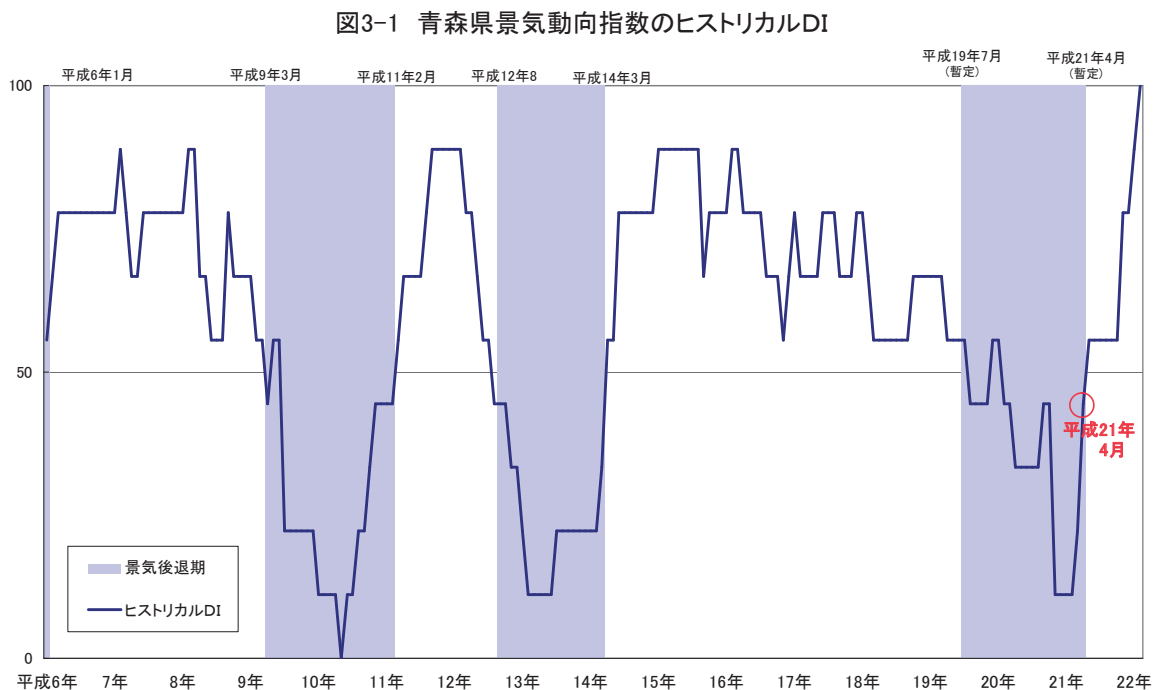


表3-1 青森県景気動向指数 一致系列の個別指標の動向

	平成14年(2002年)												平成15年(2003年)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
景気基準日付			谷																					
大型小売店販売額(既存店)	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
鉱工業生産指数	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
電気機械生産指数	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
大口電力使用量	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
有効求人数(全数)	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
総実労働時間数(全産業)	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
海上出入貨物量(八戸港)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
東北自動車道IC利用台数	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
日銀券月中発行高	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
拡張系列数	2	2	3	5	5	7	7	7	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	8	6	7	7	7
採用系列数	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
ヒストリカルDI(%)	22.2	22.2	33.3	55.6	55.6	77.8	77.8	77.8	77.8	77.8	77.8	77.8	88.9	88.9	88.9	88.9	88.9	88.9	88.9	88.9	66.7	77.8	77.8	77.8

	平成16年(2004年)												平成17年(2005年)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
景気基準日付																								
大型小売店販売額(既存店)	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
鉱工業生産指数	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
電気機械生産指数	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
大口電力使用量	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
有効求人数(全数)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
総実労働時間数(全産業)	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
海上出入貨物量(八戸港)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
東北自動車道IC利用台数	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
日銀券月中発行高	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
拡張系列数	7	8	8	7	7	7	7	6	6	6	5	6	6	7	6	6	6	6	7	7	7	6	6	7
採用系列数	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
ヒストリカルDI(%)	77.8	88.9	88.9	77.8	77.8	77.8	77.8	66.7	66.7	66.7	55.6	66.7	77.8	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	77.8	77.8	77.8	66.7	66.7	66.7

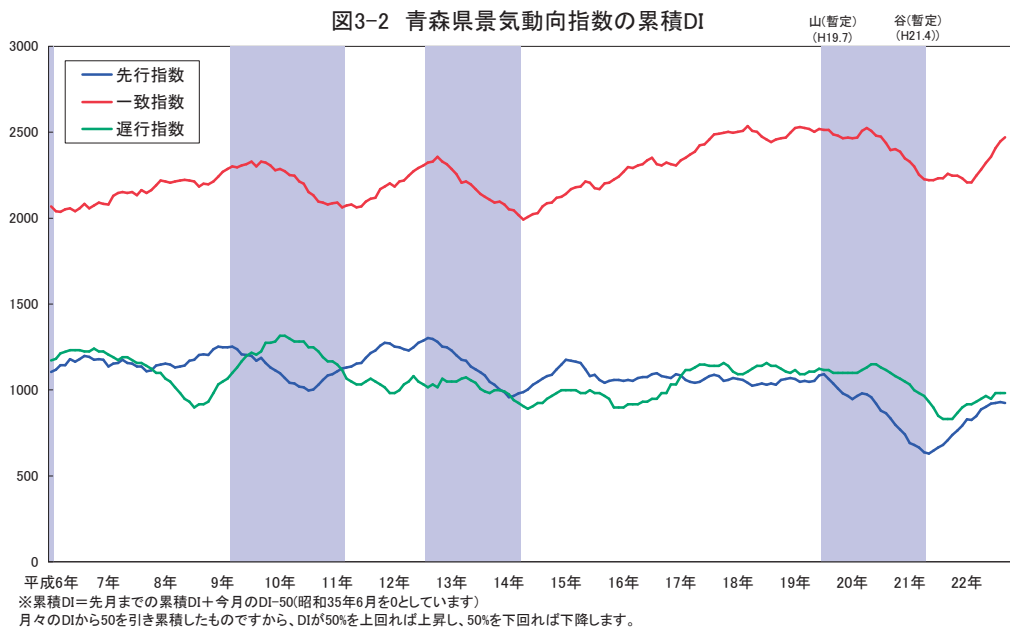
	平成18年(2006年)												平成19年(2007年)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
景気基準日付																			山					
大型小売店販売額(既存店)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
鉱工業生産指数	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
電気機械生産指数	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
大口電力使用量	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
有効求人数(全数)	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
総実労働時間数(全産業)	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
海上出入貨物量(八戸港)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
東北自動車道IC利用台数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
日銀券月中発行高	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
拡張系列数	7	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	4	4	4	5
採用系列数	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
ヒストリカルDI(%)	77.8	66.7	55.6	55.6	55.6	55.6	55.6	55.6	55.6	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	66.7	55.6	55.6	55.6	55.6	44.4	44.4	44.4	44.4	55.6

	平成20年(2008年)												平成21年(2009年)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
景気基準日付																谷								
大型小売店販売額(既存店)	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	~22.1
鉱工業生産指数	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+
電気機械生産指数	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+
大口電力使用量	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
有効求人数(全数)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	~21.12
総実労働時間数(全産業)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+
海上出入貨物量(八戸港)	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+
東北自動車道IC利用台数	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
日銀券月中発行高	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+
拡張系列数	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	1	1	1	1	2	4	5	5	5	5	5	5	7	7
採用系列数	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
ヒストリカルDI(%)	55.6	44.4	44.4	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	44.4	44.4	11.1	11.1	11.1	11.1	22.2	44.4	55.6	55.6	55.6	55.6	55.6	55.6	77.8	77.8

(4) 累積景気動向指数(累積DI)

累積景気動向指数(累積DI)は、ある基準年月を0として毎月のDI値を累積したもので、グラフにすると景気の基調的な動きが視覚的にわかりやすいという利点があります。

本県の累積DIについてみてみると、一致指数が平成21年(2009年)5~6月を境に上昇に転じており、ヒストリカルDIから求めた景気の谷(暫定)と概ね一致しています。(図3-2)

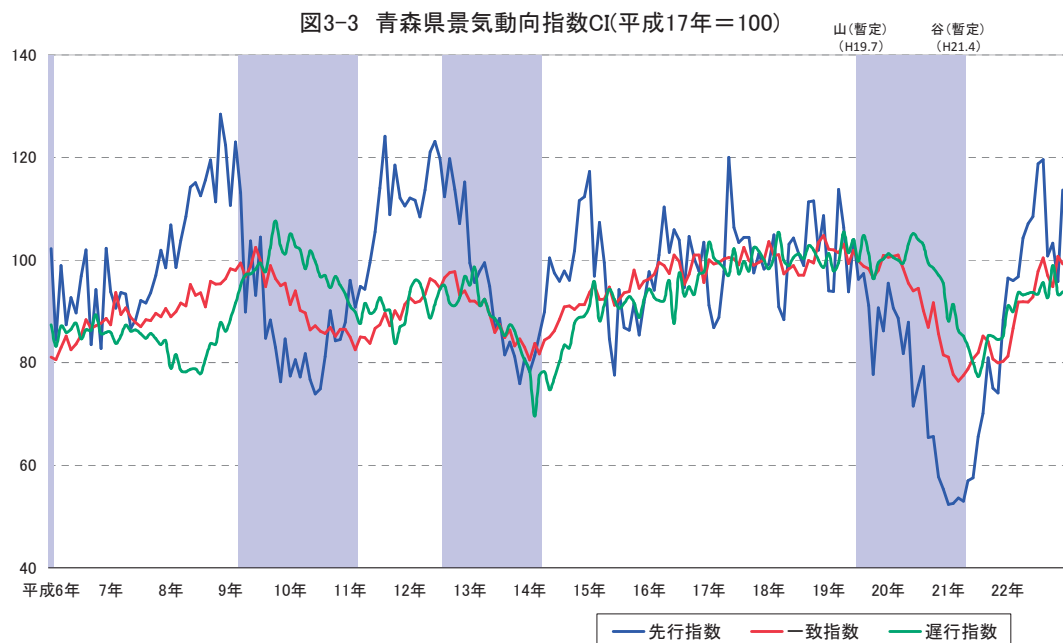


(5) 景気動向指数(CI)

景気動向指数(DI)は、景気拡張の動きの各経済部門への波及効果を測定するとともに、景気局面の判定に用いることを目的としています。景気動向指数(CI)は、景気変動の大きさ(景気の山の高さや谷の深さ)やテンポ(拡張や後退の勢い)を測定することを目的としたものです。

青森県景気動向指数については、これまでDIのみの公表を行っていましたが、近年、景気変動の大きさやテンポを把握することがより重要となっていることから、平成23年(2011年)4月より平成23年(2011年)1月分のデータからCIを中心とした公表へ移行することとしています。

CI値が上昇している時は景気の拡張局面、低下している時は後退局面であり、CIの動きと景気の転換点は概ね一致する傾向にあります。本県のCIについてみてみると、一致指数が平成21年(2009年)3月を境に上昇に転じており、ヒストリカルDIから求めた景気の谷(暫定)と概ね一致しています。(図3-3)



(6) 青森県と全国の景気基準日付の比較

今回の第14景気循環の景気の谷(暫定)について本県と全国を比較すると、本県が平成21年(2009年)4月、全国が平成21年(2009年)3月で、本県は全国より1か月遅く谷を迎えたこととなります。

また、景気後退期間については、本県が平成19年(2007年)8月から平成21年(2009年)4月までの21か月、全国が平成19年(2007年)11月から平成21年(2009年)3月までの17か月で、本県の景気後退期間は全国より4か月長いという結果となります。

さらに、全循環期間でみると、本県が平成14年(2002年)4月から平成21年(2009年)4月までの85か月、全国が平成14年(2002年)2月から平成21年(2009年)3月までの86か月で、本県の全循環期間は全国より1か月短いという結果となります。(表3-2)

表3-2 青森県と全国の景気基準日付一覧表

循環区分 (国)	青森県					全国				
	山	谷	拡張期間	後退期間	全循環	山	谷	拡張期間	後退期間	全循環
4	S37.6	S37.12		6か月		S36.12	S37.10	42か月	10か月	52か月
5	S39.2	S40.1	14か月	11か月	25か月	S39.10	S40.10	24か月	12か月	36か月
	S44.1	S44.9	48か月	8か月	56か月					
6	S46.2	S47.4	17か月	14か月	31か月	S45.7	S46.12	57か月	17か月	74か月
7	S48.9	S50.3	17か月	18か月	35か月	S48.11	S50.3	23か月	16か月	39か月
8	S51.12	S53.3	21か月	15か月	36か月	S52.1	S52.10	22か月	9か月	31か月
9	S55.1	S57.3	22か月	26か月	48か月	S55.2	S58.2	28か月	36か月	64か月
10	S60.4	S62.3	37か月	23か月	60か月	S60.6	S61.11	28か月	17か月	45か月
11	H3.3	H6.1	48か月	34か月	82か月	H3.2	H5.10	51か月	32か月	83か月
12	H9.3	H11.2	38か月	23か月	61か月	H9.5	H11.1	43か月	20か月	63か月
13	H12.8	H14.3	18か月	19か月	37か月	H12.11	H14.1	22か月	14か月	36か月
14	(H19.7)	(H21.4)	(64か月)	(21か月)	(85か月)	(H19.10)	(H21.3)	(69か月)	(17か月)	(86か月)

※青森県の第14循環の山は平成22年4月に暫定設定公表。谷は平成23年1月に暫定設定公表。

※全国の第14循環の山は平成21年1月に暫定設定公表。谷は平成22年6月に暫定設定公表。

2 青森県景気ウォッチャー調査

(1) 調査の目的

青森県景気ウォッチャー調査は、統計データには表れにくい、県民の生活実感により近い景気動向、いわゆる「街角景気」に関するきめ細かな情報を素早く収集し、県内の景気をよりの確に把握することを目的とする調査で、3か月ごと（1月、4月、7月、10月）に実施し、翌月初旬に公表しているもので、独自に景気ウォッチャー調査を実施している県は、本県のほか、茨城県、福井県などにとどまっています。

調査方法は、県内を東青・津軽・県南・下北の4地区に分け、家計関連・企業関連・雇用関連の分野で、地域における経済活動の動向を敏感に観察できる業種（コンビニエンスストア店長や小売店員、タクシー乗務員、ホテル支配人、スナック経営者等）に従事している100名の方々に「景気ウォッチャー」を委嘱し、現場の景況感に関連する事項について回答していただいています。

調査事項は、「3か月前と比べた景気の現状に対する判断（方向性）とその理由」、「3か月後の景気の先行きに対する判断（方向性）とその理由」の2点ですが、判断理由を自由に回答していただくことにより、景気の実感に対する生の声をうかがうことができます。

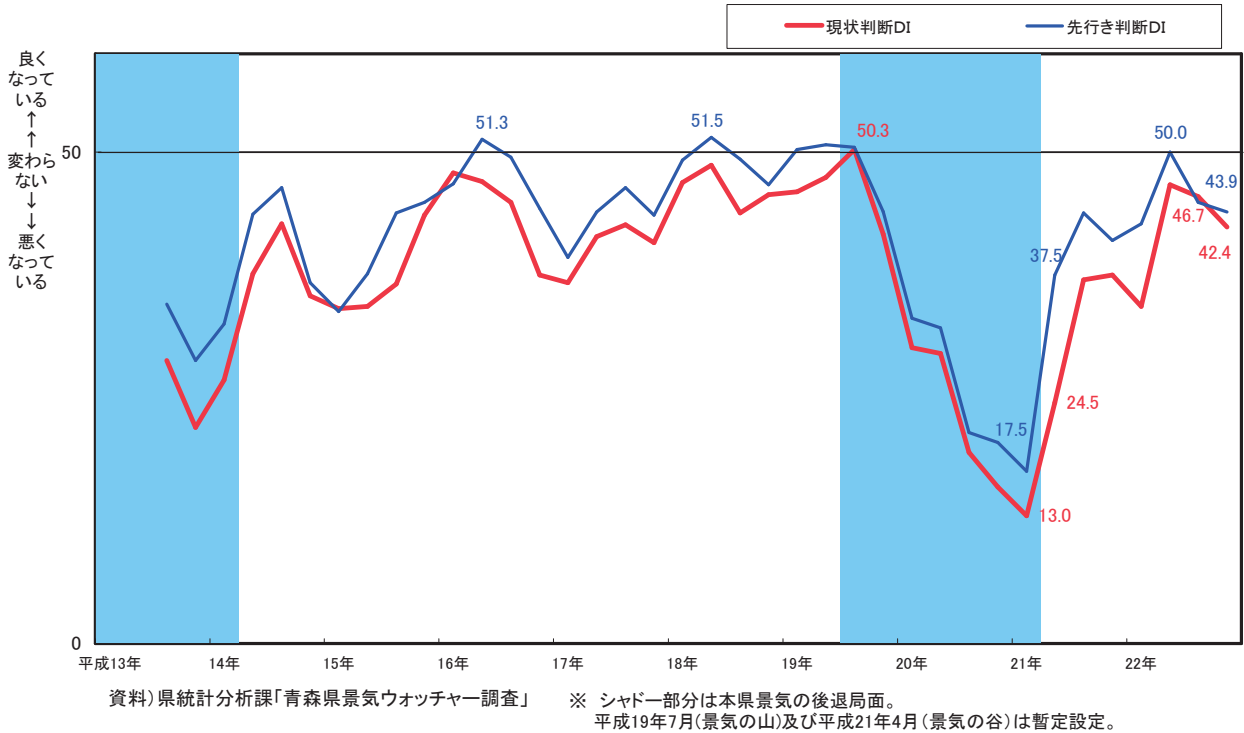
(2) 景気の現状判断DI・先行き判断DIの推移

3か月前と比べた景気の現状に対する判断である「現状判断DI」は、調査を開始した平成13年(2001年)7月以降初めて、平成19年(2007年)7月に景気の横ばいを示す50を上回る50.3となり、その後、急激に6期連続で低下し続け、平成21年(2009年)1月に過去最低の13.0となりました。続く平成21年(2009年)4月には、24.5に急上昇し、平成22年(2010年)4月には46.7まで回復しています。その後低下傾向となり、平成22年(2010年)10月には42.4となりました。(図3-4)

また、3か月後の景気の先行きに対する判断である「先行き判断DI」は、平成16年(2004年)4月に51.3と調査開始以降初めて景気の横ばいを示す50を上回り、平成18年(2006年)4月には過去最高の51.5となりました。その後、平成19年(2007年)7月から7期連続で低下し、平成21年(2009年)1月に過去最低の17.5となりました。

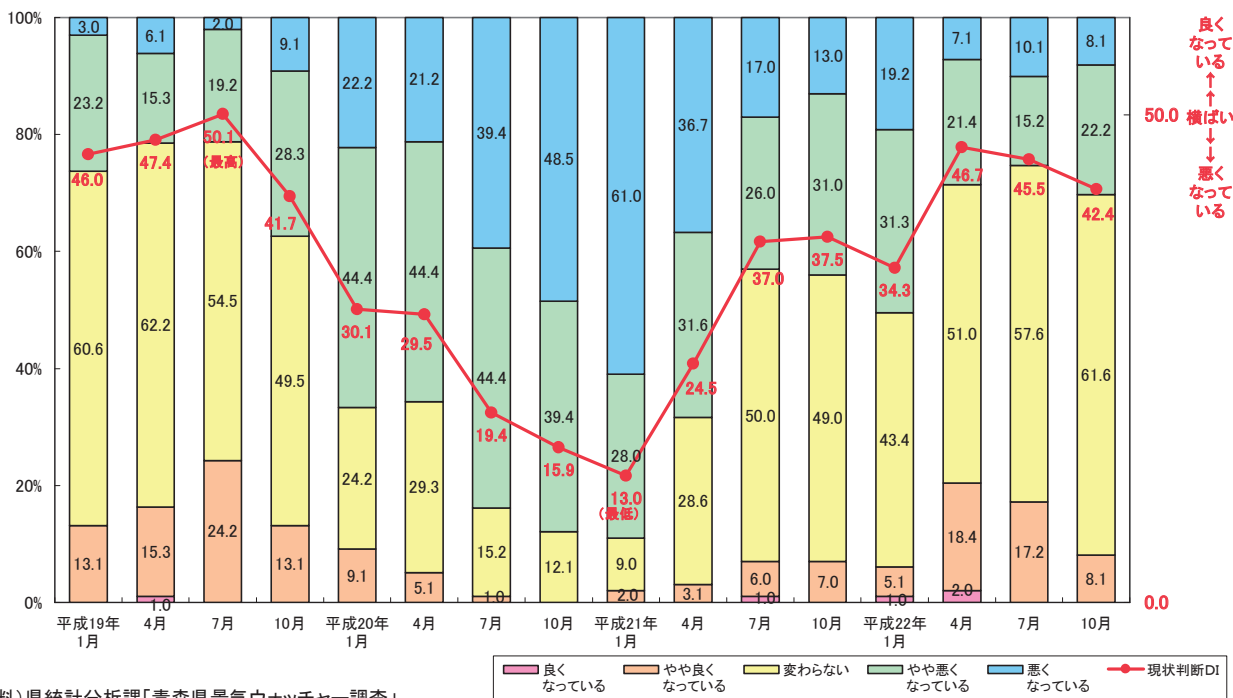
続く平成21年(2009年)4月には37.5に急上昇し、平成22年(2010年)4月には11期ぶりに50の水準まで回復していますが、「現状判断DI」と同様に2期連続で低下し10月には43.9となっています。(図3-4)

図3-4 青森県景気ウォッチャー調査 景気現状判断DI・先行き判断DIの推移



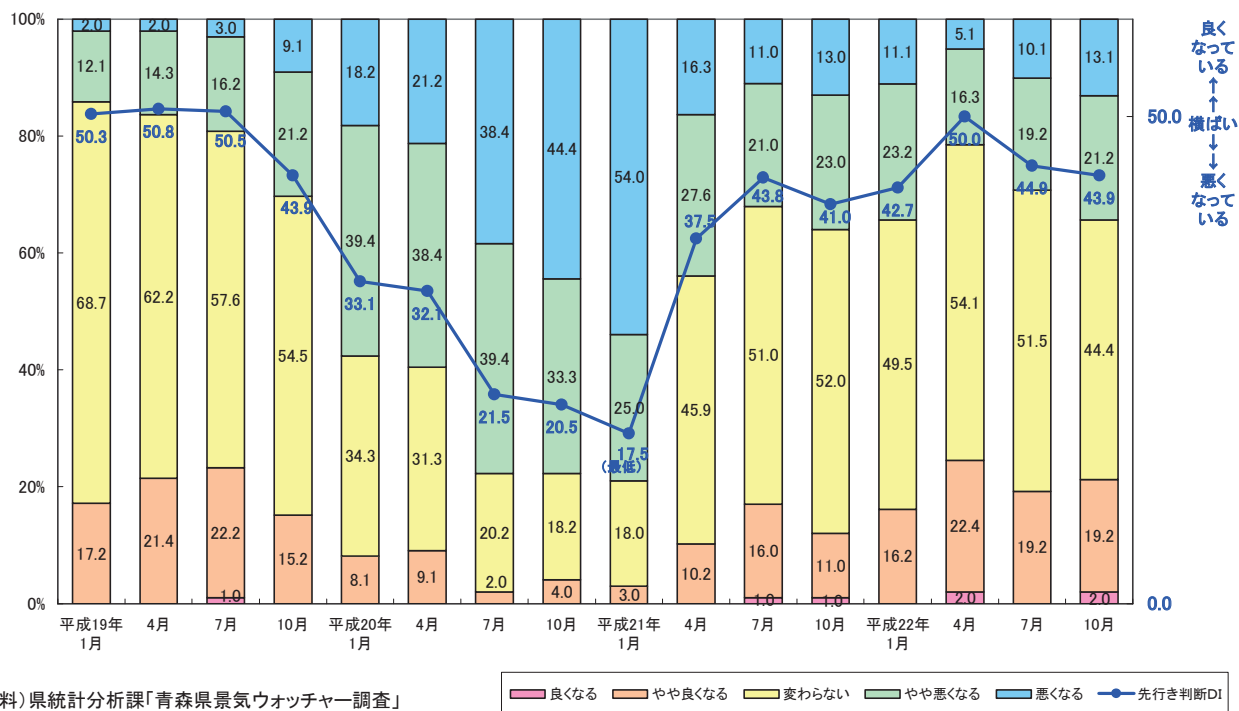
「現状判断DI」の回答別構成比について、平成19年(2007年)1月以降の推移をみると、「良くなっている」「やや良くなっている」の回答は毎回少ない状況で、「現状判断DI」が過去最低を記録した平成21年(2009年)1月は、「悪くなっている」の回答の割合が61.0%に達しました。その後は「悪くなっている」の割合が減るとともに、「変わらない」の占める割合が徐々に増えています。(図3-5)

図3-5 青森県景気ウォッチャー調査 景気現状判断DI 回答別構成比の推移



「先行き判断DI」の回答別構成比について、平成19年(2007年)1月以降の推移をみると、「良くなる」、「やや良くなる」の割合は毎回少ない状況で推移しており、「現状判断DI」が過去最低を記録した平成21年(2009年)1月は「悪くなる」の回答の割合が54.0%に達しました。その後は「悪くなる」の割合が減少するとともに、「変わらない」の占める割合が最も高く推移しています。(図3-6)

図3-6 青森県景気ウォッチャー調査 景気先行き判断DI 回答別構成比の推移



資料) 県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査」

(※) DI の算出方法

5段階の判断にそれぞれ以下の点数を与え、これらに各判断の構成比(%)を乗じて、DIを算出します。

評価	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている
点数	1	0.75	0.5	0.25	0

※ 回答者全員が(景気は)「変わらない」と回答した場合、DIは50となるため、50が景気の方角をあらわす目安となります。

(3) 景気の実感 ～「景気ウォッチャー」生の声 平成22年(2010年)調査のコメントから～

◆平成22年(2010年)1月調査

(◎:良、○:やや良、□:不変、△:やや悪、×:悪)

客単価の減少			
□	生活必需品でも単価をダウンさせて購入(ex.清掃用品)	東青	家電量販店
□	来客数の増減はあまりないが、客単価が落ちている為、売上ダウン。生活にいっぱいばいばいで娯楽費に使う余裕がなく、見ていただけのお客様が多い。	県南	パチンコ
△	単価の低いメニュー商品の売上げが多くなっている。	東青	美容院
△	昨年、競合店一店舗閉鎖したことで客数は伸びているが、現状でも客単価、一品単価の前年90%が続く。年末・年始においても外食より家で食べる食材が売れた。	津軽	スーパー
×	殆どの企業がボーナスの支給減で更なる生活防衛意識が強くなっていると感じています。来店客数は増えているか、落ち込みは少ないが、客単価、平均単価は伸びずに落ちている。必要な物しか購入しない事を強く感じている。	県南	スーパー
年末・年始でも需要低迷			
□	年末でも商品がさほど動かなかった。年が明けてからはさっぱりである。	津軽	食料品製造
△	客数の減少。ギフトの売上不振。年末・年始の客数減、土産品の不振。	下北	スーパー
×	B級品の品物ばかり売れました(御歳暮のシーズンでも)。年末の客入りがイマイチでした。	県南	観光名所等
×	昨年の年末は開業してから最低の売上でした。天候もありましたが、お客様が来店しませんでした。	下北	コンビニ
求人・雇用状況の厳しさ			
□	常用雇用の求人が非常に少ない。非常勤雇用は低位で安定している模様。	津軽	人材派遣
△	「アルバイトや職員の募集をしていないか」の問い合わせが多くある。	津軽	観光名所等
△	前年同期比でUターン希望者向け求人広告が大幅に減少。雇用状況は一向に改善が見られない。	東青	新聞社求人広告

◆平成22年(2010年)4月調査

(◎:良、○:やや良、□:不変、△:やや悪、×:悪)

節約・買い控え			
□	会社関係の出張抑制、個人の出控え傾向は依然として続いている。電車や飛行機に乗っても空席の多いのが目立つ感じがする。人が動いていないということを感じている。	県南	旅行代理店
△	消費の低迷が大きい。相当各家庭で控えているのではないかと感じられる。街に人出が減少しているようだ。節約が恒久化している。	県南	一般飲食店
求人・雇用の動き			
○	県内の求人倍率や失業率に大きな改善は見られないが、国、県が取り組んでいる雇用対策の状況、あるいは製造関連の好転の兆しが見られる点などから、上向きになって来るものと期待する。	東青	人材派遣
○	短期求人に限定されますが、2～3ヶ月前と比較するとやや増加しています。	津軽	人材派遣
○	求人募集が若干動きつつある。	県南	新聞社求人広告
□	県内の求人状況は依然として低迷している。	東青	新聞社求人広告
□	雇用不安が一向に改善しない。マスコミが報じる高卒、大学等卒の就職率、求人倍率通り、求人広告は依然低水準のまま推移。当面、個人消費も上向く材料が見当たらない。	津軽	新聞社求人広告
天候・春に関して			
□	今年は天候も悪く、自転車通勤、通学の方がまだ少ない様です。客単価は伸びませんし、客数も昨対を大きく下回っています。	東青	コンビニ
□	春になれば例年だと道路工事等、盛んに行われるが、今年はあまりきざしが見えない。春の活動感がない。雇用がない。	津軽	食料品製造
□	春先の荷動きは若干改善しているが、販売価格の軟化傾向が続いているため。	県南	紙・パルプ製造
△	天候に左右される商材を扱っているため、今冬の大雪で、除雪用品、防寒関係、スタッドレスタイヤが好調だったが、春が遅い打撃を受けている。	東青	家電量販店
△	春になれば少しは良くなればとの期待はしたものの仕入業者の方々も全く物品の動きが鈍いと。全てが縮小の方向。	津軽	広告・デザイン
エコポイント特需			
○	地デジ、エコポイント制度による特需があった。	津軽	家電量販店
○	3/31でエコポイント商品の一部切り替わったデジタルテレビの駆け込み購入が大きく伸びた。4/1以降もデジタルテレビの伸びが見込まれ、景気に大きく貢献すると思われています。	県南	家電量販店

◆平成22年(2010年)7月調査

(◎:良、○:やや良、□:不変、△:やや悪、×:悪)

必要なものだけを買う傾向		
□	「自分にとって必要な物だけを必要な分だけ購入し、無駄な物は買わない」という消費の志向が定着してしまっているようで、個人所得が増加しない限り消費は上向かない。	東青 ガソリンスタンド
△	不順な天候に大きく左右された点もありますが、売上実質を買上点数、予約単価でみた場合、まだ前年割れ。「不要、不急のモノは売れず」は基本的に変わらずです。	東青 百貨店
△	平均単価が下がっている。必要なものを必要な量しか買わなくなっている。	東青 スーパー
△	必要な物しか買わないとか、必要最少限度の支出しかしていないため、やや悪いままで続くと思われる。	津軽 タクシー
エコポイント効果の鈍り		
□	5月以降のエコポイント商品の動きが鈍って来ている。買い控えが目立ち、ボーナス時期でありながら、売上は伸びていない。お客さまの中でも、家庭の回りでもボーナスが出ない話も多い。	県南 家電量販店
□	現在の政治不安定な状態で経済対策がとれるはずがないと思います。子ども手当、エコポイント、エコカー効果があらわれてると思えないしこれも一時的な対策ではない。	県南 衣料専門店
□	エコポイント導入による需要の拡大も思った程効果が見えず。	東青 人材派遣
消費者の低価格志向・生産者の価格競争		
□	当業界に関しては、マーケットが成熟化しているため競争激化が続いている。	東青 食料品製造
□	本地区農家の所得悪く、低価格の買物多い。	津軽 衣料専門店
□	将来への不安感から消費者の節約志向、低価格志向がますます強まっていると思います。	県南 スーパー
□	悪い経済状況が価格競争に影響。さらに悪い方向にむいている気がする。	県南 広告・デザイン
□	素材・原料価格上昇に対して製品・商品価格の上昇に伴う状況にないから。	県南 食料品製造

◆平成22年(2010年)10月調査

(◎:良、○:やや良、□:不変、△:やや悪、×:悪)

エコカー補助金終了の影響		
△	自動車の補助金が終わり、車の買い替えの話がほとんど出なくなった。	東青 乗用車販売
×	9月7日で自動車新車購入補助金が終了し、お客様が動かなくなった。	県南 乗用車販売
×	円高による受注減、エコカー補助金終了により、車載関係の受注減など、受注が急激に落ち込んでいるため。	津軽 電気機械製造
猛暑の影響		
○	猛暑によって8月は良く商品が動きましたが、9月も商品は良く動いていたと思われます。ただ、10月に入りタバコは全く売れてないです。	下北 一般小売店
□	猛暑による農産物の生産量、価格の差があり、消費の動向が鈍い。	津軽 旅行代理店
□	8月、9月期は猛暑の影響で夏物商材(飲料、アイス等)が予想を上回る内容でしたが、10月期に入り7月期の商品動向に戻りつつある。	県南 スーパー
□	天候の関係で、くだもの収穫時期がズレて、8・9月と思わしくなかった売上が、10月に入って伸びてきました。±0の感じですが。	県南 観光名所等
出控え、街の活気の無さ		
□	来客数の減少、中心街の人口(中心商店街への来客)減少。	県南 パチンコ
□	景気の冷え込みで、夜の飲食店の人出がさらに落ち込んでいる。夜稼げないという乗務員の声が多い。	津軽 タクシー
△	夜旅行者以外人通りが少ない。	下北 スナック
△	売場店頭での動きがにぶい。また週末の飲食街の人の出が以前と比較して少ない。	県南 飲料品製造
×	支払い日に皆さん不景気だとこぼしています。市内を見ても、昼夜歩いても本当に人通りが少ないです。	下北 一般飲食店

3 各種統計調査

ここでは、県企画政策部統計分析課が調査を実施し、平成22年度(2010年度)に公表した統計調査の結果の概要について、簡単に紹介します。

なお、内容の詳細については、各統計調査の報告書等をご覧ください。

(1) 2010年世界農林業センサス

2010年世界農林業センサスは、我が国農林業の生産構造及び就業構造等の実態や農山村地域の現状を把握することによって、農林業に関する諸統計調査に必要な基礎資料を整備するとともに、国際連合食糧農業機関（FAO）の提唱する2010年世界農業センサスの趣旨に従い、各国農林業との比較において我が国の農林業の実態を明らかにすることを目的として10年毎に行われる調査で、直近の調査は平成22年(2010年)に行われました。なお、中間年には我が国独自に農林業センサスを実施しています。

① 農家数の推移

平成2年(1990年)と平成22年(2010年)の調査結果について比較してみると、販売農家数では42.9%減少し43,325戸、自給的農家数は9.9%減少し10,896戸となっています。この間、自給的農家数は平成7年(1995年)以降ほぼ一定で推移する一方で、販売農家数は一貫して5年ごとに10%から15%の減少となっており、販売農家の農業離れが進んでいます。(図3-7)

販売農家について主業・準主業・副業別に割合をみると、主業農家は平成7年(1995年)を除き30%台で推移しており、準主業農家、副業的農家についても、構成比においては大きな変化はみられません。(図3-8)

図3-7 青森県の総農家数

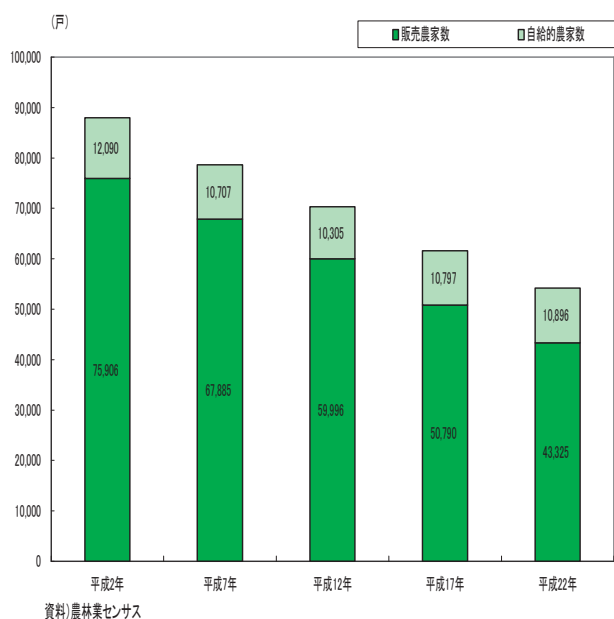
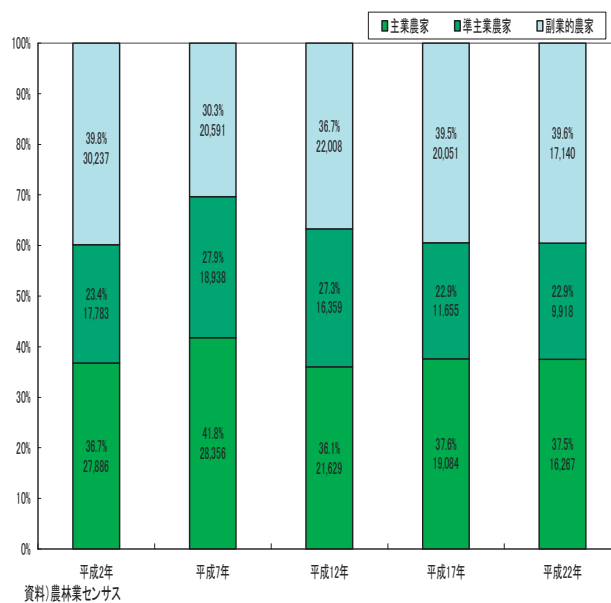


図3-8 主副業農家数の構成割合(青森県)



- ※「販売農家」…経営耕地面積が30a以上または農産物販売金額が年間50万円以上の農家
- 「自給的農家」…経営耕地面積が30a未満かつ農産物販売金額が年間50万円未満の農家
- 「主業農家」…農業所得が主（農家所得の50%以上が農業所得）で、1年間に60日以上農業に従事している65歳未満の者がいる農家
- 「準主業農家」…農外所得が主で、1年間に60日以上農業に従事している65歳未満の者がいる農家
- 「副業的農家」…1年間に60日以上従事している65歳未満の者がいない農家（主業農家及び準主業農家以外の農家）

② 販売農家の農業就業者の推移

販売農家における農業就業者数の推移と年齢階層別構成比をみると、平成2年(1990年)調査と平成22年(2010年)調査の間の販売農家数の減少に比例して農業就業者数は大きく減少しており、なかでも65歳未満では全ての年齢層で一貫して減少傾向が続いています。一方、65歳以上では平成17年(2005年)まで増加傾向が続いた後、平成22年(2010年)調査では減少に転じています。また、年齢構成比でみると、平成2年(1990年)には50歳未満の世代が36.2%、60歳未満の世代が60.7%を占めていましたが、平成22年(2010年)では、50歳未満が16.5%、60歳未満では35.5%と若い世代の担い手が大きく減少し、65歳以上の世代が51.3%と就業者の半分以上を占めており、65歳以上の世代が本県農業を背負っていることがわかります。(図3-9, 10)

図3-9 販売農家の就業者数の推移(青森県)

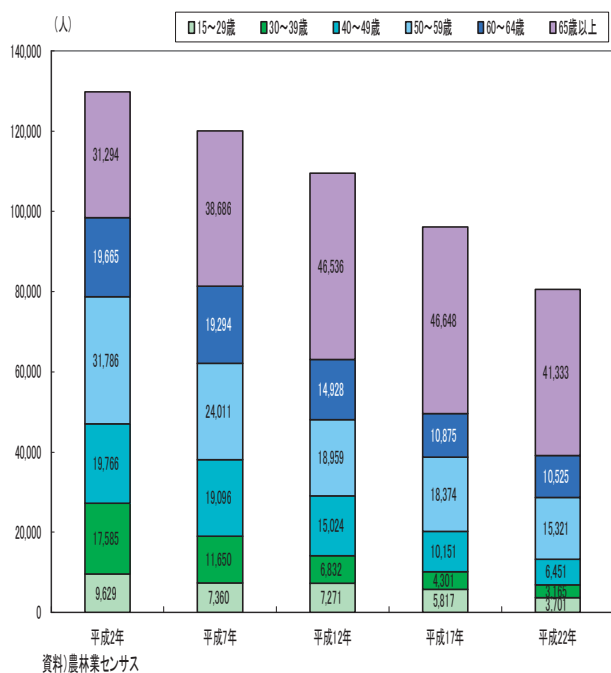
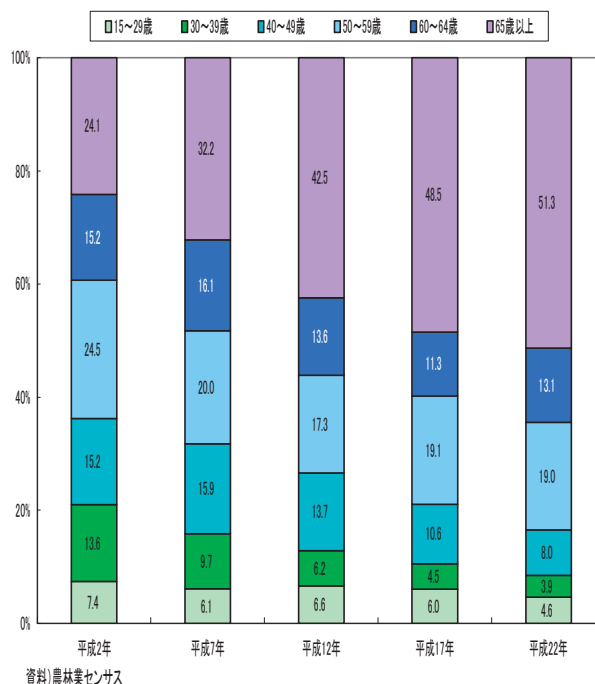
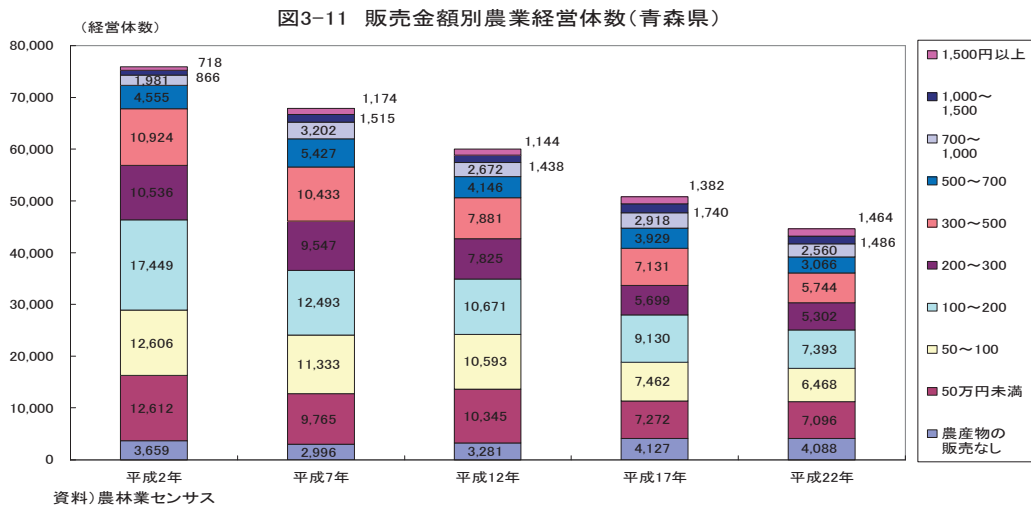


図3-10 農業就業者の年齢階層別構成比(青森県)

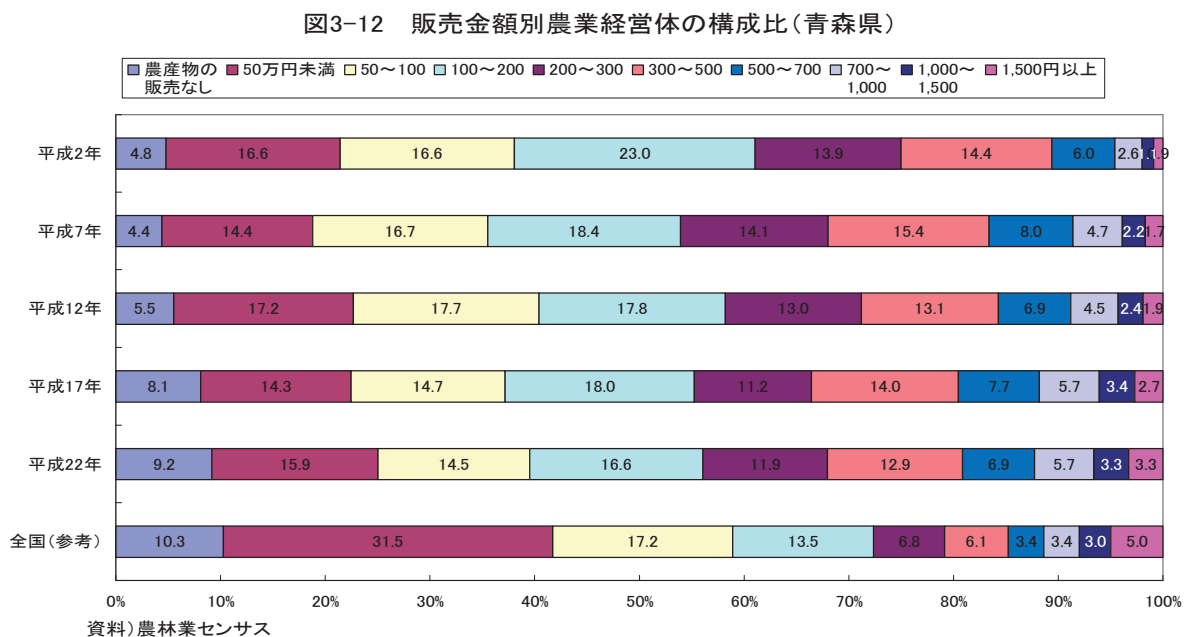


③ 販売金額別農業経営体数の推移

農業経営体数に農産物の販売金額別をみてみると、販売金額が700万円未満の農業経営体で減少傾向がみられ、特に販売金額が500万円未満の農業経営体が大きく減少しています。(図3-11)



これを構成比で見ると、農産物の販売をしない農業経営体及び販売金額が500万円以上の農業経営体の構成比が増加する傾向がうかがわれます。また、全国と比較してみると、平成22年(2010年)では、全国は農産物の販売のない農業経営体と販売金額が100万円未満の農業経営体が全体の約60%を占めていますが、本県は販売金額が100万円以上の農業経営体が約60%を占めています。なお、販売金額が1,500万円以上の農業経営体をみると、本県は増加傾向にあるものの3.3%となっており、全国の5.0%を下回っています。(図3-12)



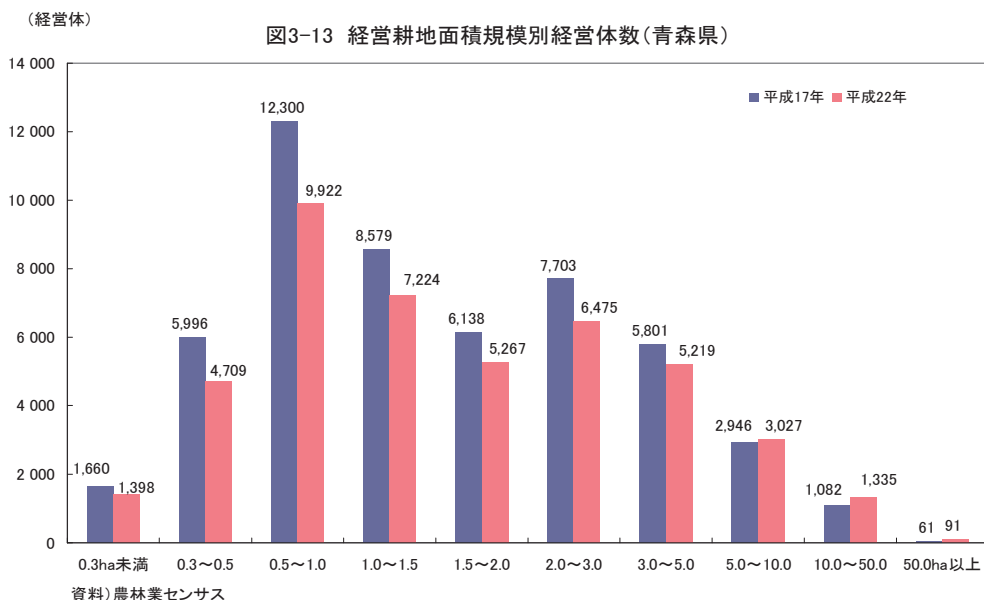
※図3-11、12において、平成2年～平成17年農林業センサスにおいては「販売金額別農家数」、平成22年農林業センサスにおいては「販売金額別経営体」のデータであり、平成17年調査と平成22年調査では厳密にはデータは連続しない。

「農家」…経営耕地面積が10a以上の農業を営む世帯または農産物の販売金額が年間15万円以上ある世帯。

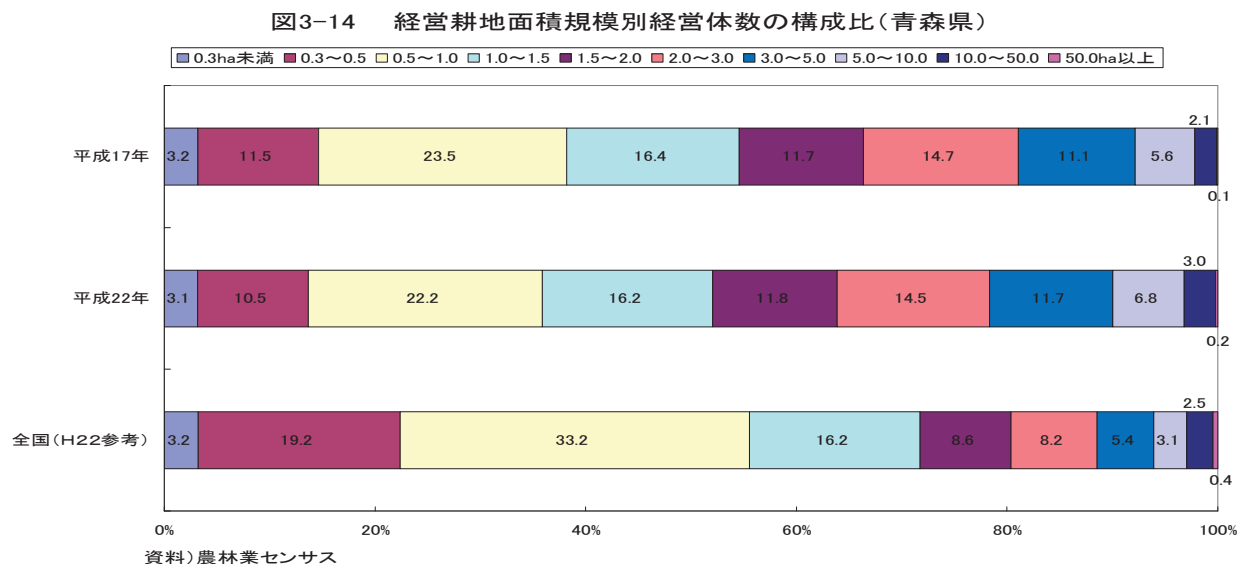
「農業経営体」…経営耕地面積が30a以上の規模の農業、一定の事業規模以上の農業、農作業の受託の事業のいずれかの事業を行う者。

④ 経営耕地面積規模別経営体の推移

耕地面積規模別に農業経営体数をみると、耕地面積が5.0ha未満の経営体において前回調査時点に比べ減少しています。そのうち0.3～1.0ha未満の経営体で約2割減少しており、比較的経営規模の小さな経営体での減少が大きくなっています。(図3-13)



次に、耕地面積規模別の農業経営体数を構成比でみると、1.0ha未満の経営体において前回調査時点に比べ減少している一方で、3.0ha以上の経営体で増加しています。これらの比較的規模が大きな経営体が増加していることは、販売金額別経営体の変化(図3-12(159ページ)参照)と一致する動きとなっています。(図3-14)



(2) 全国消費実態調査

全国消費実態調査は、国民生活の実態について、家計の収支及び貯蓄・負債、耐久消費財、住宅・宅地などの家計資産を総合的に調査し、全国・地域別の世帯の消費等に係る水準や構造を明らかにすることを目的として5年毎に行われる調査で、直近の調査は平成21年(2009年)に行われました。

① 1世帯当たりの消費支出の推移

本県における平成21年(2009年)の1世帯(※二人以上の世帯)当たりの1ヶ月平均消費支出は260,126円となり、平成16年(2004年)に比べ7,553円の減少となりました。消費支出の推移をみると、平成6年(1994年)の287,708円をピークに減少傾向となっています。また、全国の平成21年(2009年)の消費支出は、300,936円となっており本県を40,810円上回っていますが、本県と全国との差額は平成11年(1999年)以降縮小傾向にあります。(図3-15)

全国の消費支出を100とした場合の指数で都道府県別にみると、本県は86.4となり沖縄県、長崎県、熊本県に次いで低い位置にあります。一方、最も高いのは富山県の114.4で、次いで神奈川県、奈良県となっています。(表3-3)

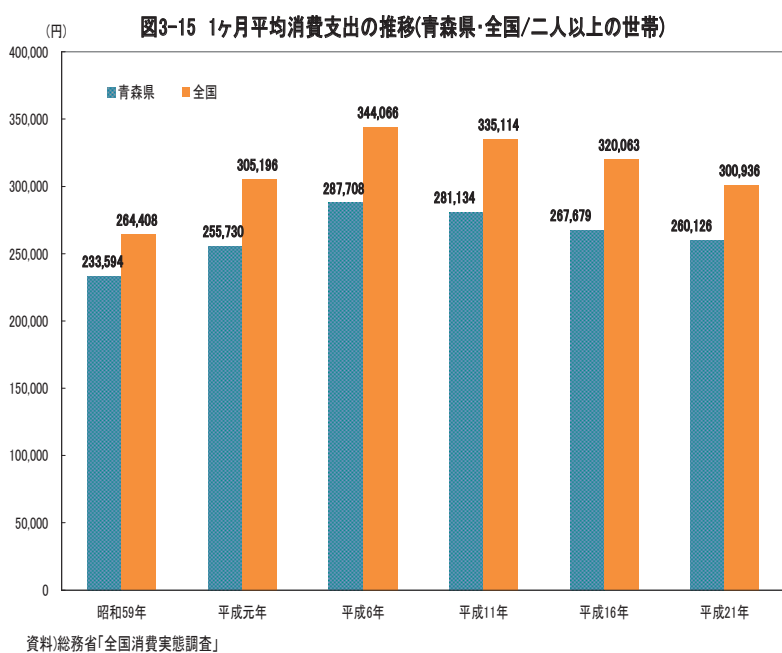


表3-3 都道府県別消費支出(二人以上の世帯)

都道府県	金額(円)	全国=100
1 富山県	344,212	114.38
2 神奈川県	329,004	109.33
3 奈良県	327,550	108.84
4 東京都	323,407	107.47
5 滋賀県	323,344	107.45
5		
43 宮崎県	262,094	87.09
44 青森県	260,126	86.44
45 熊本県	258,948	86.05
46 長崎県	256,032	85.08
47 沖縄県	223,133	74.15
全国平均	300,936	100.00

資料)総務省「平成21年全国消費実態調査」

② 世帯類型別消費構造

平成21年(2009年)の消費支出について、二人以上の世帯のうち勤労者世帯について、世帯類型別(「夫婦のみ(夫30~39歳)」、「夫婦と子ども2人(長子が未就学児)」、「夫婦と子ども2人(長子が高校生)」、「夫婦のみ(夫60歳以上)」)に支出費目をみると、「夫婦のみ(夫30~39歳)」の世帯では、持家率が18.1%と他の世代に比べて低いことから、消費支出に占める住居の割合が18.8%と高くなっています。また、この世帯における平均消費性向(可処分所得に対する消費支出の割合)をみると56.1%と他の世帯に比べ低くなっています。

「夫婦と子ども2人(長子が未就学児)」の世帯では、子どもの出生に伴い教育に対する支出が9.7%

となったほか、保健医療に関する支出も「夫婦のみ(夫30～39歳)」の世帯に比べ割合が増えています。

「夫婦と子ども2人(長子が高校生)」の世帯では、「夫婦と子ども2人(長子が未就学児)」の世帯からさらに教育に支出する割合が増えており、通学等に伴う交通関係の支出の割合も増加しています。

「夫婦のみ(夫60歳以上)」の世帯では、保健医療への支出割合が4.7%と他の世帯に比べ高くなっているほか、宿泊費や月謝類などの教養娯楽サービスへの支出が多くなっていることから教養娯楽に対する支出の割合も11.6%と他の世帯に比べて高くなっています。(図3-16, 表3-4)

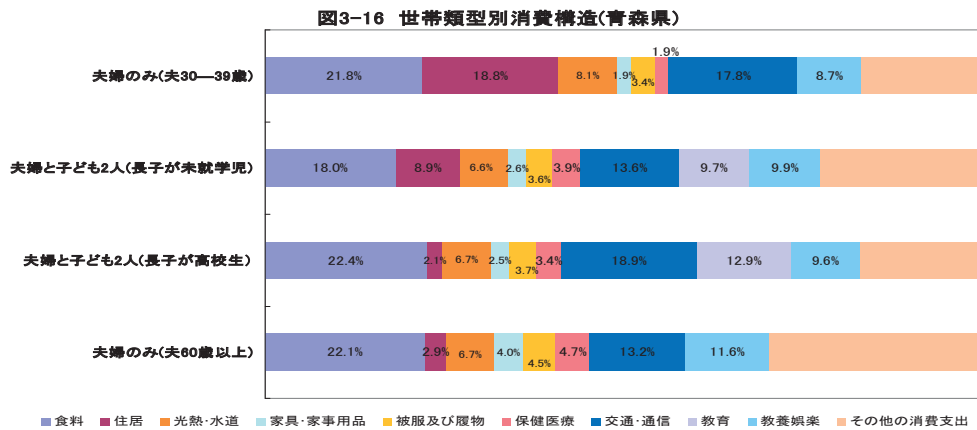


表3-4 世帯類型別1ヶ月平均実収入及び消費支出

	夫婦のみ (夫30～39歳)	夫婦と子ども2 人(長子が未就 学児)	夫婦と子どもが 2人の世帯(長 子が高校生)	夫婦のみ (夫60歳以上)
有業人員(人)	1.7	1.8	1.7	1.6
世帯主の年齢(歳)	35.7	34.9	43.8	63.0
持家率(%)	18.1	28.9	100.0	92.9
平均実収入(円)	415,935	431,820	508,952	432,067
勤め先収入	415,750	407,567	507,050	325,952
世帯主の勤め先収入	290,240	296,885	419,556	274,950
世帯主の配偶者の勤め先収入	125,510	110,682	87,494	51,003
他の経常収入	-	16,856	1,466	81,337
社会保障給付費	-	16,856	1,466	81,206
可処分所得	340,043	372,122	427,442	341,777
消費支出	190,815	267,950	347,370	277,069
平均消費性向	56.1%	72.0%	81.3%	81.1%

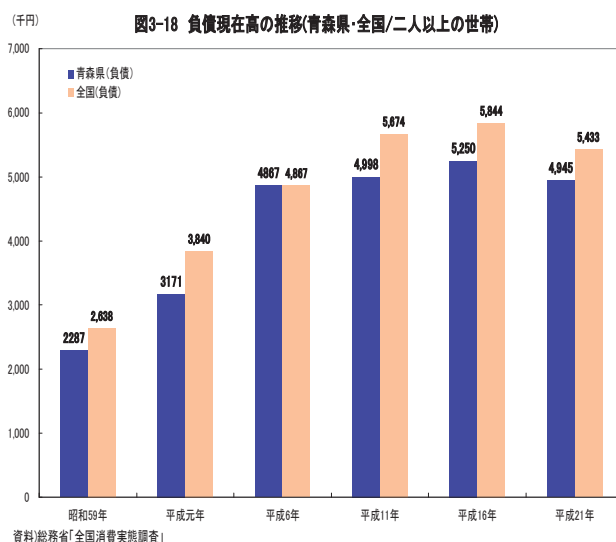
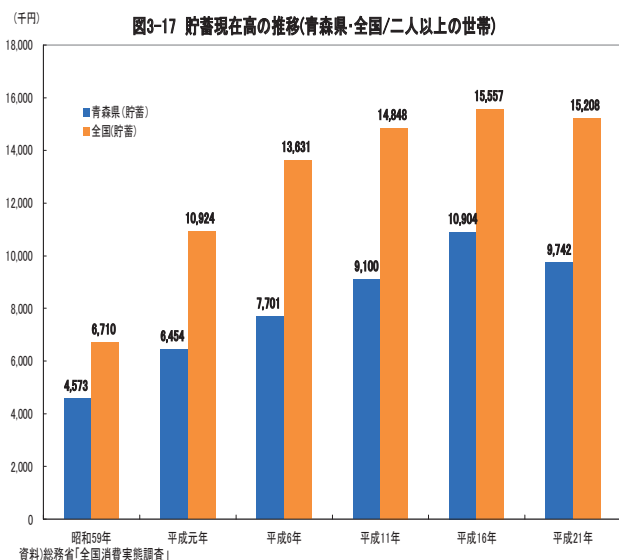
資料)総務省「平成21年全国消費実態調査」

③ 貯蓄及び負債の状況

本県における平成21年(2009年)の1世帯(※二人以上の世帯)当たりの貯蓄現在高は974万円となり、平成16年(2004年)に比べ116万円の減少となりました。全国の平成21年(2009年)の貯蓄現在高は、1,521万円となり、全国も前回調査に比べ35万円減少しています。(図3-17)

また、本県における平成21年(2009年)の1世帯(※二人以上の世帯)当たりの負債現在高は495万円となり、平成16年(2004年)に比べ31万円の減少となりました。全国の平成21年(2009年)の負債現在高は、543万円となり、全国も前回調査に比べ41万円の減少となりました。(図3-18)

本県における貯蓄現在高、負債現在高は、昭和59(1984年)年以降平成16年(2004年)まで前年を上回って推移してきましたが、平成21年(2009年)はともに平成16年(2004年)を下回りました。全国も本県と同様の傾向となっており、減少に転じたのは昭和34年(1959年)の調査開始以降初めてとなっています。



全国の貯蓄現在高を100とした場合の指数で都道府県別にみると、本県は64.1となり沖縄県に次いで低い位置にあります。一方、最も高いのは香川県の129.7で、次いで奈良県、神奈川県となっています。また、全国の負債現在高を100とした場合の指数で都道府県別にみると、本県は91.0となり全国順位では19位となっています。最も負債現在高が多いのは東京都の137.7となっており、最も少ないのは岩手県の56.7となっています。(表3-5)

表3-5 都道府県別貯蓄現在高・負債現在高(二人以上の世帯)

◎ 貯蓄現在高

都道府県	金額(千円)	全国=100
1 香川県	19,725	129.70
2 奈良県	18,991	124.88
3 神奈川県	18,660	122.70
4 愛知県	18,204	119.70
5 徳島県	17,502	115.08
43 宮崎県	10,693	70.31
44 熊本県	10,523	69.19
45 鹿児島県	9,945	65.39
46 青森県	9,742	64.06
47 沖縄県	5,876	38.64
全国平均	15,208	100.00

◎ 負債現在高

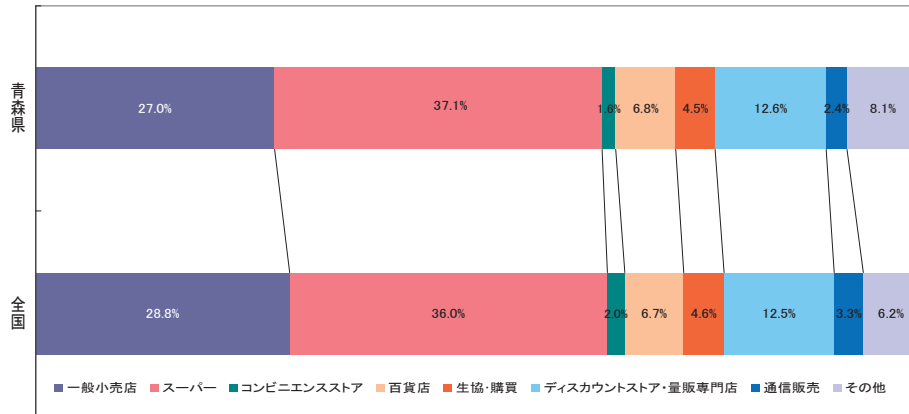
都道府県	金額(千円)	全国=100
1 東京都	7,481	137.70
2 神奈川県	7,061	129.97
3 埼玉県	6,779	124.77
4 愛知県	6,161	113.40
5 兵庫県	6,004	110.51
19 青森県	4,945	91.02
43 北海道	3,646	67.11
44 和歌山県	3,582	65.93
45 香川県	3,534	65.05
46 鹿児島県	3,325	61.20
47 岩手県	3,082	56.73
全国平均	5,433	100.00

資料)総務省「平成21年全国消費実態調査」

④ 購入先別消費動向

続いて、二人以上の世帯の1世帯当たり消費支出について購入先別にみると、本県では、「スーパー」が37.1%と最も高く、次いで個人商店などの「一般小売店」が27.0%、「ディスカウントストア・量販専門店」が12.6%となっています。全国も本県と同様に、「スーパー」が36.0%と最も高く、次いで「一般小売店」が28.8%、「ディスカウントストア・量販専門店」が12.5%となっています。(図3-19)

図3-19 購入先別消費動向(青森県/全国)



資料)総務省「平成21年全国消費実態調査」
 ※)購入先を調査していないサービス料金、クレジットカード、月賦等による購入のうち口座自動振替された分等を除く。

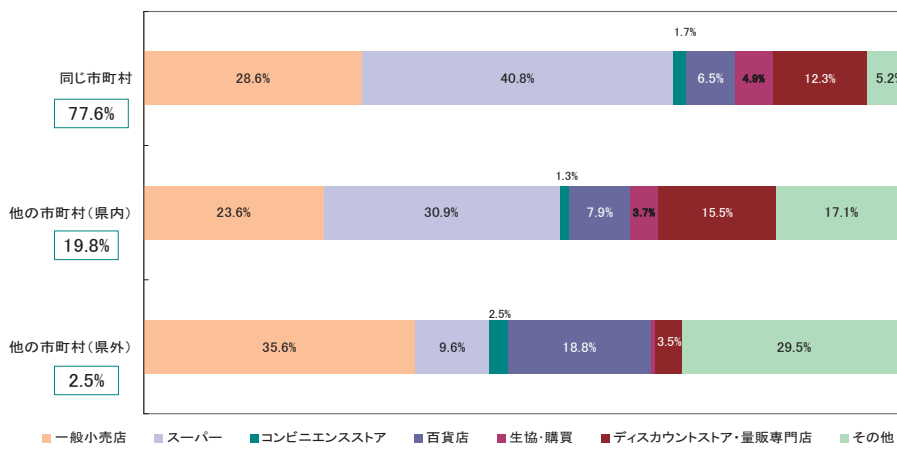
⑤ 購入地域・購入先・費目別消費動向

次に、本県における購入地域別の割合をみると、「同じ市町村」での購入が77.6%と最も高い割合を占め、次いで「他の市町村(県内)」が19.8%、「他の市町村(県外)」が2.5%となっています。

また、「同じ市町村」における購入先をみると「スーパー」が40.8%と最も高く、次いで「一般小売店」が28.6%となっています。

「他の市町村(県内)」における購入先は、「スーパー」が30.9%と最も高く、次いで「一般小売店」が23.6%となっていますが、続く「ディスカウントストア・量販専門店」の割合が15.5%と他の地域に比べて高くなっています。また、「他の市町村(県外)」における購入先は、「一般小売店」が35.6%と約3割を占め、次いで「百貨店」が18.8%となり「百貨店」の割合が他地域に比べて高くなっています。(図3-20)

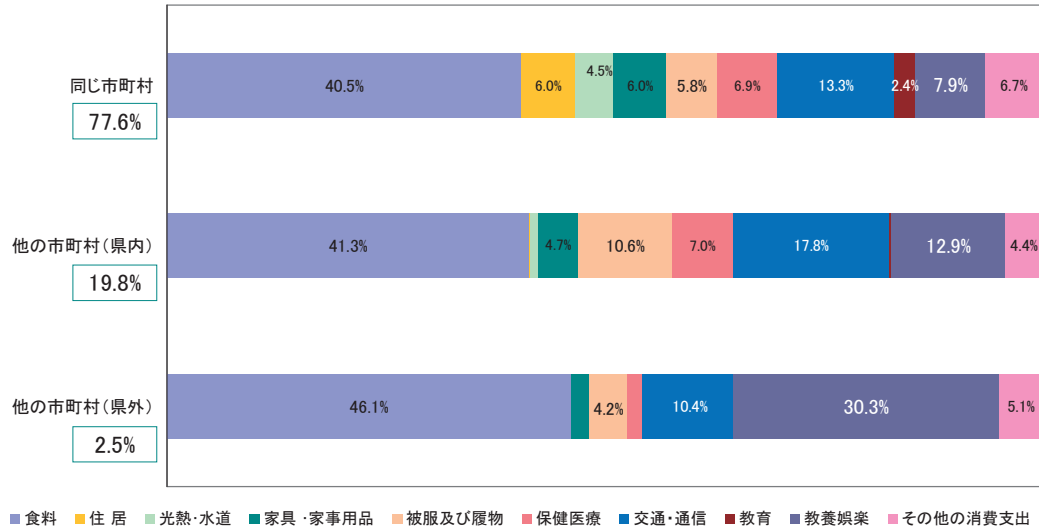
図3-20 購入地域・購入先別消費動向(青森県)



資料)総務省「平成21年全国消費実態調査」
 ※)購入先を調査していないサービス料金、クレジットカード、月賦等による購入のうち口座自動振替された分等を除く。

また、購入地域別に購入費目をみると、「同じ市町村」における購入費目では「食料」が40.5%で最も高く、次いで「交通・通信」の13.3%となっています。「同じ市町村」における支出費目は様々な分野に及んでいますが、「他の市町村(県外)」をみると、「食料」(46.1%)や「教養娯楽」(30.3%)で全体の約7割を占めるなど、購入地域による支出費目の違いがみられます。(図3-21)

図3-21 購入地域・購入費目別消費動向(青森県)



資料)総務省「平成21年全国消費実態調査」
 ※)購入先を調査していないサービス料金、クレジットカード、月賦等による購入のうち口座自動振替された分等を除く。

「他の市町村(県外)」における購入割合について都道府県別に比較すると、最も割合が高いのは奈良県の15.9%で、次いで埼玉県、神奈川県となっており、大都市に隣接する県の割合が高い傾向にあります。最も割合が低いのは、沖縄県の1.5%で、本県は沖縄県、北海道に次いで低い位置にあります。(表3-6)

表3-6 都道府県別県外での消費割合

◎ 県外での消費割合の高い都道府県

都道府県	割合
1 奈良県	15.9%
2 埼玉県	13.4%
3 神奈川県	13.0%
4 茨城県	11.2%
5 滋賀県	11.2%
6 京都府	10.8%
7 千葉県	10.3%
8 岐阜県	10.3%
9 東京都	10.0%
10 栃木県	9.5%
全国平均	8.3%

◎ 県外での消費割合の低い都道府県

都道府県	割合
1 沖縄県	1.5%
2 北海道	1.6%
3 青森県	2.5%
4 秋田県	3.6%
5 山形県	3.9%
6 新潟県	4.1%
7 大分県	4.2%
8 石川県	4.2%
9 宮崎県	4.7%
10 熊本県	4.8%

資料)総務省「平成21年全国消費実態調査」

4 経済動向の年表

(1) 平成 19 年(2007 年)

	県内	国内・海外
1月	<ul style="list-style-type: none"> ・弘前再開発ビルが民事再生手続き申請（9日） ・海運会社リベラが休止中の八戸ー室蘭、大畑ー室蘭廃止を発表（25日） ・第一フード2度目の不渡。銀行取引停止処分に（30日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・所得税の定率減税全廃（1日） ・不二家が賞味期限切れ牛乳を使いシュークリームを製造・販売していたことが発覚（10日）
2月	<ul style="list-style-type: none"> ・弘前・ニューキャッスルが民事再生手続き申請（5日） ・「青森冬まつり」雪不足のため中止（5日） ・十和田リゾート開発が民事再生手続き申請（16日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本銀行が政策金利を0.25%から0.5%に引き上げ（21日） ・東証終値が6年9ヵ月ぶりに1万8,000円台に回復（22日）
3月	<ul style="list-style-type: none"> ・青森空港CATⅢ運用開始（15日） ・青森市で世界女子カーリング選手権開幕（17日） ・とうてつ駅ビルが全館事実上閉店（31日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道夕張市が財政再建団体に移行（6日） ・能登半島地震発生、震度6強を観測（25日）
4月	<ul style="list-style-type: none"> ・ユニバースが東証2部に上場（24日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・バイオガソリン販売開始（27日）
5月	<ul style="list-style-type: none"> ・核融合科学研究所の六ヶ所研究センターが開設（28日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・トヨタ自動車3月期連結決算発表、日本企業として初の2兆円超え（9日）
6月	<ul style="list-style-type: none"> ・ホタテ貝殻加工品原料製造施設が青森市に完成（5日） ・八戸信金と十和田信金の合併発表（8日） ・あおもりクリエイティブファンド発足（18日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・住民税定率減税廃止（1日） ・厚労省が虚偽申請により訪問介護最大手コムスの指定打ち切りを通知（6日） ・経産省が英会話学校NOVAに6ヵ月間の一部業務停止命令（13日） ・ミートホープ社の牛肉偽装問題発覚（20日） ・改正建築基準法施行（20日） ・ユネスコが島根県岩見銀山を世界遺産に決定（28日）
7月	<ul style="list-style-type: none"> ・国際核融合エネルギー研究センターが六ヶ所村に開所（3日） ・東横イン弘前駅前オープン（19日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・震度6強の新潟県中越沖地震発生、東京電力柏崎刈羽原発が緊急停止（16日） ・トヨタ自動車307年上半期販売台数、米GMを抜き世界一と発表（20日）
8月	<ul style="list-style-type: none"> ・地デジが八戸・上北でスタート（1日） ・日本政策投資銀行が県内設備投資計画額を発表。企業の設備投資、東北一に（2日） ・シティ弘前ホテルの売却判明（10日） ・電源開発が大間原発着工延期を町と地元に報告（20日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・石屋製菓が「白い恋人」賞味期限改ざんを発表（14日） ・米住宅ローン問題で世界同時株安（15日） ・岐阜県多治見市、埼玉県熊谷市で40.9度、最高気温記録を更新（16日） ・三越と伊勢丹がH20年の経営統合を発表（23日）
9月	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本フェリーの「ナッチャンRera」青森ー函館に就航（1日） ・青森地方最低賃金審議会が本県最低賃金を9円引き上げるよう答申（4日） ・台風9号、本県通過（7日）被害総額7億円超。 ・日本原燃が再処理施設の操業を08年2月に延期すると発表（7日） ・「スポレクあおもり2007」開幕（22日） ・「ドリームタウンAli」オープン（28日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・安倍晋三首相退陣表明（12日） ・NY原油先物相場が初めて1バレル＝80ドルを突破（12日） ・米FRBが0.5%の大幅利下げ（18日） ・福田康夫内閣発足（25日）
10月	<ul style="list-style-type: none"> ・JAL、青森ー福岡線、三沢ー札幌線廃止（1日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本郵政公社が民営化（1日） ・老舗菓子メーカー赤福が製造年月日を偽装、三重県が無期限の営業禁止処分に（18日） ・英会話学校最大手NOVAが会社更生法申請（26日） ・高級料亭船場吉兆による菓子等の賞味期限偽造が発覚（28日）
11月	<ul style="list-style-type: none"> ・十和田観光電鉄と十和田富士屋ホテル、H20年3月の統合を発表（2日） ・県内で記録的な大雨（12日） ・中国・大連企業と県が初の商談会（26日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・秋田県大館市の食肉加工会社による比内地鶏偽装問題で秋田県警捜索（10日）
12月	<ul style="list-style-type: none"> ・青森厚生年金会館、5億円で落札（25日） 	<ul style="list-style-type: none"> ・08年度の診療報酬改訂で、8年ぶりに医師の技術料など本体部分の引き上げを決定（18日）

(2) 平成20年(2008年)

	県内	国内・海外
1月	<ul style="list-style-type: none"> ・落合ホテルが破産手続きへ(8日) ・県内全市町村で灯油代の助成を決定(17日) ・みちのく銀行がロシア法人の譲渡完了(21日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・NY原油先物相場が一時1バレル=100ドル突破(2日) ・厚労省、日雇派遣大手グッドウィルに業務停止命令(11日) ・日本製紙連合会、17社で古紙配合率の「環境偽装」があったと発表(25日) ・中国製冷凍ギョーザによる中毒が判明(30日)
2月	<ul style="list-style-type: none"> ・「野辺地ウインドファーム」本格稼働(1日) ・中国商標局「青森」の商標登録認めず(5日) ・県内タクシー会社の6割が初乗り640円に値上げ(15日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・農水省が4月から輸入小麦価格の30%大幅引き上げを決定(15日) ・東芝がHD-DVD規格の次世代DVD事業から撤退を発表(19日)
3月	<ul style="list-style-type: none"> ・不適切表示で「せんべい汁」自主回収、判明(5日) ・東京電力が東通原発の着工・運転開始時期を1年延期(21日) ・アブラボウズを「クエ」と不適正表示。県、改善を指示(24日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・揮発油税などの暫定税率期限切れ(31日)
4月	<ul style="list-style-type: none"> ・「アブレ103」全面オープン(4日) ・奥村工務店が自己破産申し立て(15日) ・ジャスコ黒石店閉店(20日) ・十和田市現代美術館オープン(26日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・後期高齢者医療制度開始(1日) ・日銀総裁に白川副総裁の昇格が決定(9日) ・「ふるさと納税」制度を盛り込んだ改正地方税法成立(30日)
5月	<ul style="list-style-type: none"> ・小中15校が給食費値上げ(1日) ・「taspo(タスポ)」県内運用開始(1日) ・新八戸信金が発足(19日) ・青森市が金融機関にアウガの債権譲渡を打診(20日) ・大間原発が本格着工(27日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・暫定税率復活で、ガソリンの小売り価格が大幅上昇(1日) ・中国四川省でマグニチュード8.0の大地震発生(12日)
6月	<ul style="list-style-type: none"> ・西村運輸・西村自動車販売、破産申請へ(2日) ・青森県ぎょれん販売株式会社が発足(2日) ・青森市でエネルギー相会合開幕(7日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・マグニチュード7.2の岩手・宮城内陸地震発生(12日) ・全国の小型イカ釣り漁船が各地で初の一斉休漁。燃料価格高騰訴え(18日～19日)
7月	<ul style="list-style-type: none"> ・津軽みらい農協発足。総組合員数、リンゴ取扱高県内最大(1日) ・スーパー「マルエス主婦の店」が事業停止、破産へ(14日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・「taspo(タスポ)」全国で運用開始(1日) ・北海道洞爺湖サミットが開幕(7日) ・燃料高苦境訴え、全国一斉休漁。(15日) ・農産物をめぐり米国とインド・中国の対立により、WTOドーハ・ラウンド決裂(29日)
8月	<ul style="list-style-type: none"> ・「青森県果工」によるリンゴ加工品偽装問題が発覚(4日) ・日本政策投資銀行が県内設備投資計画額公表。東北トップの3,347億円(5日) ・十和田湖の県境が合意(29日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・8月の月例経済報告で下方修正。与謝野経財相、景気の後退局面入りを認める。(7日) ・北京オリンピック開幕(8日) ・08年4～6月期のGDP速報、年率換算でマイナス2.4%に(13日)
9月	<ul style="list-style-type: none"> ・東日本フェリーの撤退が判明。青函航路は道南自動車フェリーに引き継ぐ(4日) ・津軽地方で降ひょう、リンゴに被害(26日) ・青森文具の破産申し立て判明(29日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・福田首相、辞任表明(1日) ・三笠フーズによる事故米不正転売問題発覚(5日) ・米証券大手リーマン・ブラザーズ経営破綻(15日) ・米政府が米保険大手AIGを政府管理下に置くと発表(16日) ・麻生太郎内閣発足(24日)
10月	<ul style="list-style-type: none"> ・柿本石油が破産申請へ(6日) ・道南自動車フェリーが大間一函航路1年継続を発表(14日) ・青森汚泥処理センターが破産申請へ(15日) ・八戸信金とあおもり信金の合併発表(16日) ・本県有望品種のリンゴ・花、登録消滅(24日) ・「ナッチャンRera・World」最後の航海(31日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・日経平均株価が終値で7,162円90銭に下落。バブル経済崩壊後最安値を下回る(27日) ・米FRBが政策金利を0.5%引き下げ、年1.0%にすることを決定(29日) ・麻生首相が総額2兆6,000億円の追加経済対策を発表(30日) ・日銀が政策金利を0.5%から0.3%に引き下げることを決定(31日)
11月	<ul style="list-style-type: none"> ・JR東日本が新青森駅開業の目標を10年12月とすると発表(10日) ・電源開発が大間原発の運転開始時期を14年に延長すると大間町に報告(11日) ・津軽ダム本体着工(17日) ・県内4信金合併調印。全国2例目の「一県一信金」に(27日) ・東日本フェリーが県内運航終了。青森一室蘭航路廃止(30日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・米国大統領選でバラク・オバマ上院議員が当選(4日) ・トヨタ自動車が09年3月期決算を大幅下方修正(6日)
12月	<ul style="list-style-type: none"> ・青森農協発足(1日) ・ユニバースが東証2部から1部に移行(25日) ・県、4月以降の降霜・降ひょうの農作物被害額が約108億円になると公表(26日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ソニーが09年度末までに世界で1万6,000人以上の削減を発表(9日) ・中西部太平洋まぐろ類委員会がメバチマグロの漁獲量、09年から3年間で30%削減で合意(12日) ・米FRBが政策金利を過去最低の年0～0.25%に決定。史上初のゼロ金利政策に(16日) ・日銀が政策金利を0.3%から0.1%に引き下げることを決定(19日)

(3) 平成 21 年(2009 年)

	県内	国内・海外
1月	<ul style="list-style-type: none"> ・八戸地域で大規模断水、9万世帯以上の暮らしに影響(1日) ・アンデス電気が民事再生法適用を申請(5日) ・自動車メーカーズキが県、八戸市と立地協定(16日) ・みちのく八戸国体が八戸市、三沢市、南部町で開幕(28日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本自動車販売協会連合会が08年の新車販売台数を約321万台と発表。34年ぶりの低水準(5日) ・IMFが09年世界経済成長率見通しを戦後最悪の0.5%と公表。(28日) ・内閣府が02年2月からの景気拡大の「山」を07年10月と判定(29日) ・NECが正社員1万人以上を含む2万人以上の人員削減を発表(30日) ・日立製作所が09年3月期の連結純損益で過去最大規模の7,000億円の赤字を予想。(30日)
2月	<ul style="list-style-type: none"> ・青森市観光交流情報センターがオープン(1日) ・レジ袋有料化スタート(2日) ・東北電力が八戸市に大規模太陽光発電所を建設すると発表(26日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・東証株価指数の終値がバブル崩壊後最安値の739.53に落ち込む(20日) ・農水省が輸入小麦価格を4月から14.8%引き下げると発表(24日)
3月	<ul style="list-style-type: none"> ・観光ミシュランで本県から18ヵ所選ばれる(16日) ・八戸市「合掌土偶」国宝に指定(19日) ・県が「津軽岩木リゾート構想」の廃止を発表(24日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・定額給付金の支給開始(5日) ・高速道路のETC1,000円乗り放題がスタート(28日)
4月	<ul style="list-style-type: none"> ・「シンフォニープラザ沼館」オープン(3日) ・富士通関連会社が南部町から撤退(8日) ・東奥信金合併離脱。「一県一信金」白紙に(20日) ・観光庁が十和田市など県内8市町を「観光圏」に認定(22日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・エコカー減税開始(1日) ・追加経済対策、事業規模56兆8,000億円。過去最大に(10日) ・貿易統計(速報)において08年度貿易収支、28年ぶりに赤字になることが判明(22日) ・IMF、世界経済見通しを発表。世界経済、景気後退入りと明記(22日) ・WHOが新型インフルエンザの警戒水準をフェーズ3からフェーズ4に引き上げ(28日) ・政府が09年のGDP成長率をマイナス3.3%に下方修正(27日)
5月	<ul style="list-style-type: none"> ・みちのく銀行が公的資金申請へ(7日) ・三菱製紙が09年度通期で八戸工場15%減産を表明(15日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・カナダから帰国の高校生ら、新型インフルエンザ感染確認(9日) ・エコポイント制度スタート(15日) ・厚労省が07年の1世帯当たりの平均所得が556万2千円と発表。89年以降で最低(21日)
6月	<ul style="list-style-type: none"> ・県が08年産県産りんごの価格低迷を受け、りんご経営安定対策を初発動(9日) ・八戸港が京浜3港と包括協定(29日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・改正薬事法施行。大衆薬の9割、スーパーやコンビニでも販売可(1日) ・日銀が5月の国内企業物価指数を発表。前年同月比5.4%の減で、22年ぶりの下げ幅(10日) ・WHOが新型インフルエンザ警戒水準を「フェーズ6」に引き上げ、パンデミックを宣言(11日) ・エコカー補助金制度の申請開始(19日)
7月	<ul style="list-style-type: none"> ・県内東芝グループ2社の合併が明らかに(28日) ・東北新幹線新駅名、「七戸十和田駅」に決定(29日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・総務省が2008年の住宅・土地統計調査(速報)を公表。空き家率は13.1%で過去最高(28日)
8月	<ul style="list-style-type: none"> ・日本政策投資銀行が09年度の県内設備投資計画額を公表。前年度実績費11.8%減の2,432億円に(4日) ・水産総合研究センターが早ければ8月下旬頃に大型クラゲ本県沖合に到達と予想(19日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・7月のコンビニ売上高(既存店ベース)7.5%減。1998年12月の調査開始以来最大の落ち込み(20日) ・第45回衆院選で民主党が過半数を獲得(30日)
9月	<ul style="list-style-type: none"> ・アツギ東北が製造部門をむつ事業所に一本化(15日) ・アンデス電気再生、県が債権放棄正式表明(16日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・鳩山由紀夫内閣発足(16日) ・初の「シルバーウィーク」(19日-23日) ・08年の民間平均給与、過去最大の減少率(25日)
10月	<ul style="list-style-type: none"> ・弘前再開発ビルが民事再生法に基づく経営再建断念。再生手続き廃止を申し立て(2日) ・五所川原・東芝メディア機器、従業員104人離職。本社機能が三沢に移転(9日) ・中村建設工業が民事再生法申請(9日) ・新型インフルエンザ、県内初の注意報発令(21日) ・ジョッパル全館閉鎖(25日) ・津軽北部木材加工協同組合が事業停止(31日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・農水省、輸入小麦価格を23%引き下げると発表(2日) ・厚労省、「相対的貧困率」を初公表。07年は15.7%(20日) ・ウインドウズ7、一般利用者向け販売開始(22日)
11月	<ul style="list-style-type: none"> ・青い森信金誕生(9日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・行政刷新会議「事業仕分け」スタート(11日) ・政府が11月の月例経済報告において「緩やかなデフレ状況にある」と明記(20日) ・東京外国為替市場において円相場が急騰。14年4ヵ月ぶりに一時1ドル=86円29銭に(26日)
12月	<ul style="list-style-type: none"> ・県が東京の「青森県会館」の土地・建物の売却を発表(3日) ・「クロスタワー ア・ベイ」オープン(8日) ・五所川原市市浦の新型風力発電、試運転開始(10日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・日銀が10兆円の金融緩和策決定(1日) ・政府が財政支出で7.2兆円の緊急経済対策を閣議決定(8日) ・日米両政府が航空自由化協定締結に合意(11日)

(4) 平成 22 年(2010 年)

	県内	国内・海外
1月	<ul style="list-style-type: none"> ・東京表参道で「とことん青森2010」開催(11日-24日) ・青森グランドホテルが民事再生法適用を申請(12日) ・十和田湖の境界が決定し、青森県の面積確定(18日) ・08年農業生産額で本県の畜産が初の800億円台に(19日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・中国が09年に初の輸出世界一(10日) ・ハイチでマグニチュード7.0の地震(12日) ・日銀が09年国内企業物価指数が過去最大の5.3%下落と発表(14日) ・日本航空が会社更生法適用を申請(19日)
2月	<ul style="list-style-type: none"> ・外ヶ浜町で風力発電施設着工(17日) ・国が青い森鉄道事業許可(19日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・09年月平均給与が前年比3.9%減で落ち込み最大(2日) ・09年非正規社員数が初の減少(22日) ・チリでマグニチュード8.8の地震(27日)
3月	<ul style="list-style-type: none"> ・09年観光庁統計の宿泊客増加率が青森県トップ(5日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・1月の勤労統計で給与総額が20ヵ月ぶりに増(3日) ・住宅エコポイント開始(7日)
4月	<ul style="list-style-type: none"> ・県内各地で強風被害(14日) ・09年度の津軽鉄道利用者が35年ぶりに増(15日) ・県産リンゴに秋田県産が混入(22日) ・日航、県内2路線10月末に休止に(23日) ・青森市発注工事の入札談合で指名停止処分(30日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・公立高校授業料無償化開始(1日) ・農家戸別所得補償制度開始(1日) ・09年度全国スーパー売上高が既存店ベースで13年連続のマイナス(22日) ・宮崎で口蹄疫発生(20日) ・ギリシャ金融危機表面化(30日)
5月	<ul style="list-style-type: none"> ・東北新幹線全線開業が12月4日に決定。新型車両E5系の愛称は「はやぶさ」(11日) ・09年度県内生活保護率が過去10年間で最高(24日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・EUとIMFがギリシャ金融危機の支援を決定(2日) ・高速増殖原型炉もんじゅの性能試験再開(6日) ・厚労省が08年の1世帯当たりの平均所得が過去20年で最低の547万円と発表(20日)
6月	<ul style="list-style-type: none"> ・09年青森県の合計特殊出生率が過去最低の1.26となり、出生数が初の1万人割れ(2日) ・鯨ヶ沢町のナクア白神ホテル&リゾートが韓国企業へ事業譲渡(18日) ・高速道路無料化実験開始(28日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・子ども手当支給開始(1日) ・鳩山内閣総辞職(4日) ・内閣府が07年11月からの景気後退の「谷」を09年3月と判定(7日) ・菅内閣発足(8日) ・サッカーワールドカップ南アフリカ大会開幕(11日) ・03年5月に打ち上げられた小惑星探査機「はやぶさ」が7年ぶりに帰還(13日)
7月	<ul style="list-style-type: none"> ・東北デバイスが経営破たんし、民事再生法適用を申請(2日) ・ソフト開発のクラフト(東京)が八戸に9月進出(28日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・中国人観光客のビザ発給要件が大幅に緩和(1日) ・100歳以上の高齢者の所在不明が各地で相次ぐ(28日～)
8月	<ul style="list-style-type: none"> ・国交省が重点港湾を43港発表し、青森と八戸が選定される(3日) ・十和田市の丸井精米工場が米粉の本格製造施設を県内初導入(24日) ・むつ市で使用済み核燃料中間貯蔵施設着工(31日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・エコカー補助金終了前倒しで駆け込み申請が殺到(3日) ・09年度の食料自給率が3年ぶりに低下し、40%に(10日) ・15年ぶりの円高水準、84円台後半に(12日) ・露が干ばつによる小麦生産の減少から穀物輸出を禁止(15日)
9月	<ul style="list-style-type: none"> ・東北新幹線ダイヤ発表、東京一新青森は15往復(7日) ・六ヶ所村の核燃料再処理工場が完工延期(10日) ・みどりやが民事再生法適用を申請(17日) ・東北デバイス、カネカ子会社に事業譲渡(30日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・気象庁が113年間で最も暑い夏と発表(1日) ・尖閣諸島沖で中国漁船が海保巡視船と衝突(7日) ・家電エコポイントの再延長が閣議決定(10日) ・日本振興銀行が経営破たん、初のペイオフ発動(10日) ・政府・日銀が6年半ぶりに為替介入(15日) ・国税庁が09年の民間平均給与が過去最大の減少率と発表(28日)
10月	<ul style="list-style-type: none"> ・八戸港定期コンテナ航路、井本商事が週1便から週2便に(11日) ・カネカ、県、六ヶ所村と立地協定(18日) ・陸奥湾で養殖ホタテのへい死が相次ぎ、県対策本部が初会合(19日) ・「とことん青森MAX in 表参道」開催(25日-11月7日) ・六ヶ所村のMOX工場着工(28日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・たばこ増税で大幅値上げ(1日) ・日銀、4年3ヵ月ぶりのゼロ金利(5日) ・外貨準備高、1兆1095億9100ドルで過去最高(7日) ・政府、環太平洋経済連携協定(TPP)方針、閣議決定(9日) ・羽田空港新国際線ターミナル開業(21日)
11月	<ul style="list-style-type: none"> ・10月1日推計の青森市人口が30万人割れ(4日) ・10年農林業センサス公表、本県の就農人口5年で16%減(26日) ・AISが破産手続き開始申し立て(29日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・裁判員裁判で初の死刑判決(16日) ・円高一服で株価回復、5ヵ月ぶり1万円台(18日) ・ギリシャに続き、EUとIMFがアイルランド支援(18日) ・エコポイント駆け込み特需により、10月の薄型TV出荷が過去最高(24日)
12月	<ul style="list-style-type: none"> ・東北新幹線全線開業(4日) ・国勢調査速報値公表。県人口137万3200人、過去最大4.4%減(10日) ・大鰐町の旅館「錦水」星野リゾートへ(11日) ・国が東電・東通原発、原子炉設置許可(24日) 	<ul style="list-style-type: none"> ・来年度の国債発行額、170兆円で過去最大(1日) ・プリウス、カローラを抜き、過去最高更新見通し(7日) ・全国2010年産1等米比率(11月末)一猛暑の影響を受け過去最低の62.4%(20日)

＜コラム 6 平成 22 年度版「青森県社会経済白書」の注目点＞

青森中央学院大学経営法学部 教授 平出 道雄

政府は、わが国経済が平成 12 年度からデフレに陥っていると公表した。以降、名目国内総生産が実質国内総生産よりも小さいというデフレ現象は年々進行し、平成 20 年度の名目国内総生産と実質国内総生産は 10.1%の開きが出てきている。換言すると、実質値の方が名目よりも 10.1%小さくなり、例えるなら同じ商品を販売していても売り上げ額は 10.1%減少する時代にあることを意味する。これは企業にとっては経営の根幹に関わることで、非常に厳しい事態であるといえる。

一方、青森県の県内総生産は、国内よりも 1 年遅れて平成 13 年度から名目総生産よりも実質総生産が大きいデフレ時代に入ったことが図 1-23 に明瞭に示されている。平成 13 年度の名目県内総生産は、実質県内総生産より 1.6%小さかったが、平成 20 年度には 7.1%に開いている。当白書は、本県においてもデフレ経済時代に陥っていることを指摘しており、県内企業も苦境にあることが窺える。

デフレ経済は、一見消費者には買物商品・サービスの値段が下がるので暮らしやすく有利な現象と思いがちである。しかし、そうではない。デフレ経済は、給与所得は伸びず、自宅の土地の値段は下がる、息子・娘の就職は厳しくなるなど、決して暮らしやすい社会ではない。事実、図 1-76 に示されているように本県の現金給与総額は、平成 12 年よりも同 21 年は 11.1%（全国同 10.8%減少）減少している。なかでも賞与等の特別給与は 30%以上も減少している。（図 1-78 参照）勤労者世帯の実収入統計を基に全国・東北・青森県の比較が分析されているが、青森県の減収が大きいことが指摘されている。（図 1-83 参照）

また、当白書には記載されていないが、地価公示でみると、本県の住宅地価格は平成 12 年から同 22 年において 26.5%も下落している。土地資産の金額は大きいのでデフレによる自宅地価下落による個人資産のマイナス打撃は深刻であるといえる。さらに、雇用状況を有効求人倍率でみると、全国・東北よりも厳しい状況が常態化している。（図 1-67 参照）このため、県内就職を望む若者も県外に出て行かざるをえないという残念な事態にある。こうしたこともあって、青森県の人口減少率は全国トップクラスになっており、なかでも若者の県外流出は見過ごせない状況にある。年齢別県外転出分析が図 1-141 に表されているが、これから本県を背負っていくべき 18 歳、20 歳、22 歳の減少が顕著であることが示されている。

デフレ経済は、税収減という形で財政の悪化を招く。事実、わが国の財政状態は先進国中最も悪い事態になっている。平成 22 年度のわが国一般会計では、歳入総額に占める税収は、40.5%で、あとは国債発行（歳入総額の 48.0%）積立金取り崩し等の税外収入（同 11.5%）で賄っている。収入の 6 割が借金、積立金取り崩しというのは極めて異常な状態である。一方、一般会計歳出面は、国民の生活に深く関わる年金等社会保障費や教育費等が 58%になっており、年々増加の一途にある。また、借金の利子負担等の国債費は 22%強で、これも当然のごとく国債発行増加とともに年々増加している。このままいくと、年金支払い、公立学校等運営が立ち行かなくなる恐れが現実問題になりつつある。国民生活の将来は暗澹たる状況に向かっており、暮らしやすさどころではない混乱状態が間近に迫っていることを予感させる。

財政悪化の煽りを既に受けているのが公共工事発注減で、そのため県内の企業倒産件数トップは建設業であり（図 1-127 参照）、県内有業者で最も減少しているのは、建設業である。（図 1-74 参照）こうした青森県の社会経済の現状、実態、根本問題を当白書から読み取ることができる。

青森県地域経済研究会構成員名簿（平成23年2月現在）

「青森県地域経済研究会」は、青森県社会経済白書の作成や景気基準日付の判定等に関し、専門的観点による情報・意見交換、助言等をいただくことを目的として、平成21年9月に設置したものです。

<社会経済白書関係>

職名等	氏名
日本銀行青森支店 支店長	木下 智博
青森中央学院大学 経営法学部 教授	平出 道雄
八戸短期大学 ライフデザイン学科 教授	高橋 俊行
弘前大学大学院 地域社会研究科 教授	佐々木 純一郎
青森地域社会研究所 専務理事	高山 貢
県企画政策部次長	佐藤 淑子

<景気動向指数、経済統計報告関係>

職名等	氏名
日本銀行青森支店 総務課 産業調査担当	池田 圭太
青森中央学院大学 経営法学部 教授	平出 道雄
八戸短期大学 ライフデザイン学科 教授	高橋 俊行
青森公立大学大学院 経営経済学研究科長 教授	今 喜典
青森財務事務所 財務課長	村木 正夫
青森地域社会研究所 専務理事	高山 貢
県企画政策部次長	佐藤 淑子

青森県社会経済白書（平成 22 年度版）

世界経済危機からのゆるやかな回復と本県経済

平成 23 年 3 月

編集 青森県企画政策部統計分析課