

(平成21年度版)

青森県社会経済白書

世界的な経済危機と本県経済

青 森 県

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 年度から「青森県経済白書」を、また、昭和 44 年度から「県民生活白書」を作成し、その後平成 14 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。

その「青森県社会経済白書」においては、先ず、その時々課題に着目し、特定テーマの分析・検討を行った後、グラフなどの解説を中心として本県の社会・経済を分析するという構成で刊行を続けてきました。

こうした中、平成 20 年のリーマンショックを契機とした世界的な金融危機により、我が国は「百年に一度」といわれる深刻な経済危機に直面し、本県経済においても生産、雇用、消費など全ての面で状況が悪化、その後持ち直しの動きがみられるものの、いまだ先行きが不透明になっています。

このような状況においては、本県経済の動向をしっかりと分析し、本県の立ち位置を把握することこそが重要となると考えられることから、今年度の白書は、いわば原点に回帰して県経済の現状と課題を明らかにすることに力点を置いて、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・記録するとともに、毎年度、刊行を重ねていくことにより、資料的価値としての役割を高めることに重点を置くこととし、その構成を大きく改めました。

その上で、特定テーマについては、その時々重要な課題を抽出し、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することといたしました。

さらに、地域経済に造詣の深い有識者で構成する「青森県地域社会研究会」を新たに設置し、それぞれの見地から白書の作成に様々なアドバイスをいただいたところです。

このような見直し等の結果、今年度の白書の完成に至ったところですが、今回の特長として、具体には、

- 本県経済の動向について、経済の構成要素である生産、需要、雇用等に分類して整理したこと
- 我が国全体の景気循環に相当する本県の景気基準日付（景気の山）の暫定設定をしたこと
- 平成 19 年以降の景況に対する各機関の判断及びその間の経済動向の年表を掲載したこと
- 特定テーマとして、外貨獲得のための大きな柱となる産業として、また、東北新幹線全線開業にあたって人を呼び込む重要な要素としても着目される本県の「食」産業の現状と課題を取り上げたこと

などがあげられるところです。

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この上もございません。

最後に、資料の提供等の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 21 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 22 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) 経済対策に支えられた景気回復	2
(2) 先進国における雇用環境の悪化	3
(3) アメリカの個人消費と貿易	3
(4) 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) 景気後退から底打ちまでの動き	5
(2) 実質経済成長率の推移	6
(3) 輸出の動向	6
(4) 原油・原材料価格の推移	7
(5) 株価と為替の推移	8
(6) 政府の景気対策の効果	9
(7) 景気は緩やかに持ち直し	10
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19年度の本県経済	
(1) 県民経済計算からみた平成19年度の本県経済	
① 概況	12
② 県内総生産（名目、実質）の実額の推移	14
③ 産業別生産額増加寄与度	14
(2) 景気後退期への移行	15
2 平成20年～21年の本県経済	
(1) 概況	16
(2) 本県の景気動向	18
3 各機関の景況判断	20
＜コラム1 2009年度の青森県経済を振り返って＞	23
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	24

① 工業統計	25
② 鉱工業生産指数等	28
(2) 農林水産業の動向	30
① 生産動向	31
② 主要品目の販売動向	34
<決め手は、青森県産！>	38
2 雇用情勢	
(1) 求人・求職の動向	
① 有効求人倍率の推移	39
② 新規求人数・新規求職者数の推移	39
③ 新規求人数の産業別内訳の推移	41
④ 企業整理離職者等の推移	42
(2) 労働力人口・失業率の動向	
① 労働力人口の推移	43
② 完全失業率の推移	43
(3) 賃金・労働時間の動向	
① 現金給与総額の推移	44
② 総実労働時間の推移	45
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	46
② 平成20年の消費者物価指数（総合指数）	47
③ 青森市の消費者物価指数の推移	47
(2) 家計消費の動向	
① 勤労者世帯の実収入の推移	49
② 勤労者世帯実収入の内訳の推移	49
③ 勤労者世帯の消費支出の推移	50
(3) 大型小売店販売額の動向	
① 大型小売店販売額の推移	53
② 業態別販売額の推移	53
③ 対前年同月増減率の動き	54
④ 商品別販売額の動向	54
(4) 乗用車販売の動向	
① 乗用車新車登録・届出台数の推移	56
② 車種別にみた乗用車登録台数の推移	56
③ 乗用車登録・届出台数の直近の動向	57

(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	59
② 延べ宿泊者数の推移	61
③ 都道府県別延べ宿泊者数の推移	61
④ 観光消費額の推移	63
<コラム2 新幹線の経済効果7つの法則に学ぶ>	64
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	65
② 公共建設投資額の推移	66
③ 民間建設投資額の推移	66
(2) 民間設備投資の動向	67
(3) 住宅着工の動向	
① 新設住宅着工戸数の推移	68
② 新設住宅着工戸数利用関係別推移	68
③ 四半期別推移	69
5 企業倒産の動向	
(1) 企業倒産状況	
① 企業倒産件数の推移	71
② 産業別倒産件数の推移	71
③ 倒産原因別推移	72
④ 形態別倒産状況	72
6 金融の動向	
(1) 金融情勢	
① 銀行貸出金残高の推移	74
② 信用保証協会保証債務残高の推移	75
③ 県内企業の金融環境	75
第3節 青森県の人口	
1 青森県の人口の推移	77
2 青森県の人口動態	78
3 青森県の人口構成	80
おわりに	82
<コラム3 三種の神器>	83

第二部 あおもり「食」産業の充実強化に向けて

はじめに	84
------	----

第1章 本県の食産業の動向

1 産業連関表からみた本県の「食」産業の構造と変化	
(1) 生産から消費までの食料・飲料の流れ	85
<「食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ」(平成17年) (青森県)の解説>	86
(2) 生産から消費で4倍に増加	91
2 県を越えて取引する「食」産業	92

第2章 産業別にみた本県の「食」産業の動向

第1節 生産面からみた本県の「食」産業の状況(上流:農水産業)

1 農業の動向	
(1) バランスのよい本県の農業生産	95
(2) 他県に比べ若い就業構造	96
2 漁業の動向	
(1) 減少が進む海面漁業	97
(2) 老年人口比率が高い就業人口	98

第2節 加工面からみた本県の「食」産業の状況(中流:食料品・飲料製造業)

1 食料品・飲料製造業の動向	
(1) 農水産業及び食料品製造業の動向	
① 農水産業に比べ低い構成の食料品製造業	99
② 低下傾向にある食料品製造業の構成	100
(2) 製造品出荷額比率の高い食料品製造業	100
(3) 減少する食料品・飲料製造業	101
(4) 大消費地の近傍で伸びる食料品製造業	102
2 産業小分類別にみた本県の食料品・飲料製造業	
(1) 大きなウェイトを占める水産食料品製造業	104
(2) 減少する水産食料品製造業	105
(3) 高加工度及び調理簡便化食品への変化	106

第3節 流通面からみた本県の「食」産業の状況(下流:飲食料品卸売業・小売業)

1 飲食料品卸売業の動向	
(1) 事業所数が多い飲食料品卸売業	108
(2) 生鮮魚介卸売が多い食料品卸売業	108

(3) 減少傾向にある飲食料品卸売業	110
2 飲食料品小売業の動向	
(1) 事業所数が多い飲食料品小売業	111
(2) 鮮魚小売業が多い飲食料品小売業	111
(3) 減少傾向にある飲食料品小売業	112
(4) 大規模化する飲食料品小売業事業所	113
(5) 増加する食料品スーパー販売額	114

第4節 消費面からみた本県の「食」産業の状況（下流：外食産業）

1 外食産業の動向	
(1) 一般飲食店が少ない外食産業	115
(2) 事業所が減少している外食産業	116
(3) 外食産業の参入と廃業	116
(4) 個人経営の多い外食産業	117
(5) 中小・零細事業所の多い法人事業所	117
2 家計消費支出の動向	
(1) 消費支出の2割を占める食料	118
(2) 横ばい傾向の食料消費支出	119
(3) 増加する食の外部化率	119
(4) 加工食品の消費規模	120
(5) 青森県民の食料消費	121
(6) 見直される食の魅力	122
<新しい味探し！青森のB級グルメ>	123

第3章 本県の「食」産業の現状と課題

1 発展の余地がある本県の「食」産業	124
2 本県の「食」産業の充実強化をめざして	126

<コラム4 地域ブランドと経済効果～黒石やきそばと新幹線開業後の 弘前地域観光産業～>	130
--	-----

【統計資料編】

1	景気基準日付の暫定設定	
(1)	青森県景気基準日付（景気の山）の暫定設定	131
(2)	景気基準日付の設定方法	131
(3)	ヒストリカルD I	132
(4)	累積景気動向指数（累積D I）	133
(5)	青森県と全国の景気基準日付の比較	134
2	青森県景気ウォッチャー調査	
(1)	調査の目的	135
(2)	景気の現状判断D I・先行き判断D Iの推移	135
(3)	景気の実感～「景気ウォッチャー」生の声 平成21年調査のコメントから～	137
3	各種統計調査	
(1)	住宅・土地統計調査	
①	住宅総数・空き家数・空き家率の推移	139
②	持ち家数・借家数・持ち家率・借家率の推移	140
③	住宅の建て方別住宅数の割合	140
④	高齢者単身世帯数の推移	141
⑤	住宅の建築時期別の割合（平成20年）	141
(2)	漁業センサス	
①	海面漁業経営体数の推移	142
②	経営組織別経営体数の推移	142
③	年齢別漁業就業者の割合の推移	143
(3)	特定サービス産業実態調査	
①	本県の特定サービス産業の現状	144
②	情報サービス業の状況	146
(4)	学校基本調査	
①	小学校、中学校、高等学校の学校数の推移	148
②	小学校児童数、中学校生徒数、高等学校生徒数の推移	149
③	高等学校等進学率の推移	150
④	大学等進学率の推移	150
4	経済動向の年表	
(1)	平成19年（2007年）	151
(2)	平成20年（2008年）	152
(3)	平成21年（2009年）	153
	<コラム5 今回の「社会経済白書」の持つ意義>	154
	青森県地域経済研究会構成員名簿	155

第一部 青森県経済の動向

はじめに

平成19年11月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9月のリーマンショックを契機とした世界的な金融危機により、急速な悪化へと転じました。平成21年には、製造業の在庫調整が進むなど、生産活動が持ち直しましたが、経済活動は依然低水準にあります。

本県経済も日本経済の減速を受け、平成20年末から生産、雇用、消費の全ての面において悪化の状況となり、その後、平成21年半ばには生産面にやや持ち直しの動きがみられましたが、依然として雇用情勢及び消費動向は厳しい状況が続いています。

このように今後の先行きが不透明な状況においては、本県経済の一年間の動向や立ち位置をしっかりと示し、県経済の現状と課題を明らかにする必要があることから、まず、第1章では、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ていきます。

次に、第2章では、最近の本県の経済動向として、平成22年1月に公表した直近の「平成19年度青森県県民経済計算」をもとに平成19年の本県経済の状況についてふりかえるとともに、19年内に生じた景気転換（景気後退期への移行）について解説し、その後、平成20年から21年の県経済の概況と生産、雇用、消費、建設・設備投資、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」等をもとに分析・解説していきます。

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）を契機として一気に深刻化した金融危機は、信用収縮等を通じて実体経済へと波及し、世界経済は急速に悪化しました。

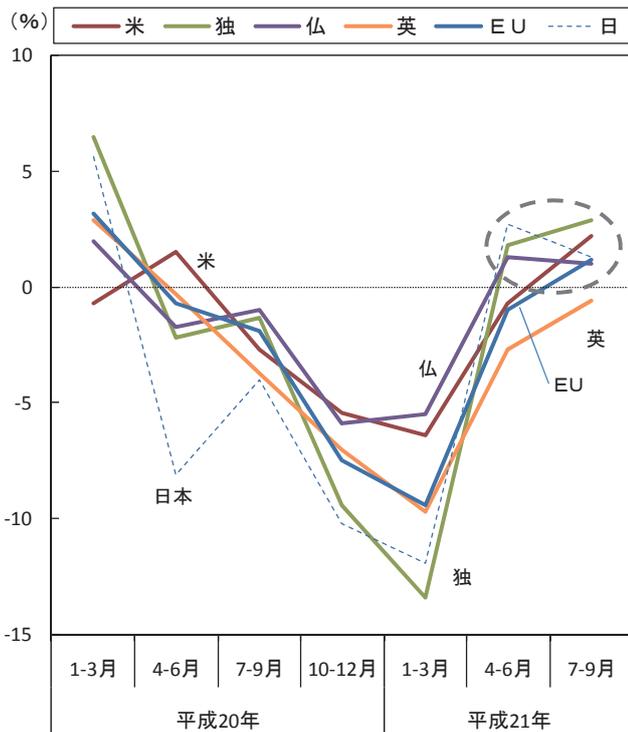
それから1年が経過し、世界経済は依然として厳しい状況にありますが、最悪期を脱して緩やかに持ち直しに向かう動きが広がっています。

(1) 経済対策に支えられた景気回復

リーマンショック後、アメリカやヨーロッパの一部の国では、住宅バブルの崩壊や金融機関の経営不安等により、金融システムの機能不全に陥りましたが、各国で実施された金融安定化対策に支えられ、現在の金融市場は落ち着きを取り戻しつつあります。

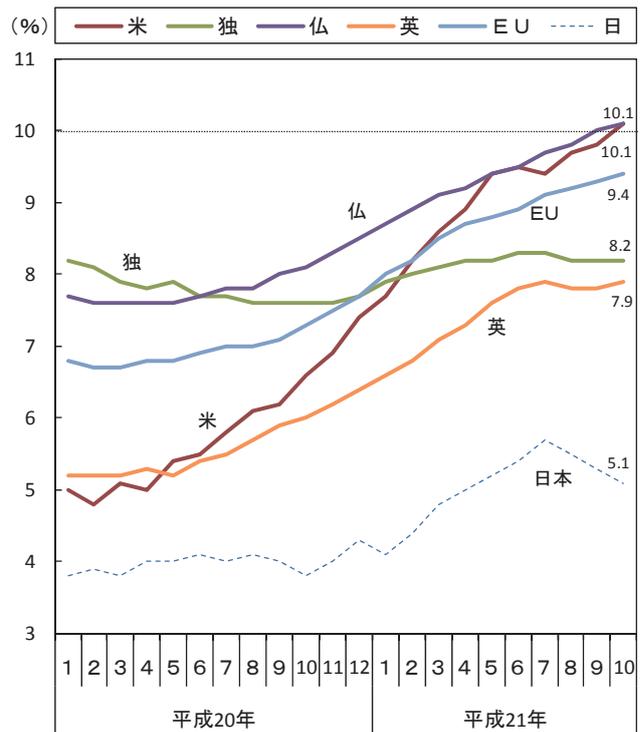
また、主要先進国の実質経済成長率は、平成21年1~3月期頃まで著しいマイナス成長となりましたが、それ以降、各国の大規模な経済対策が功を奏し、ヨーロッパではフランス、ドイツが平成21年4~6月期に、アメリカでは平成21年7~9月期にプラス成長へ転じるなど、景気後退局面から脱却する動きがみられます。（図1-1）

図1-1 主要先進国の実質経済成長率



資料) 外務省「主要経済指標」

図1-2 主要先進国の失業率



資料) 外務省「主要経済指標」

(2) 先進国における雇用環境の悪化

このように最悪期は脱したものの、先進国では景気回復のペースが極めて緩やかであり、今後、各国の経済対策が終了し、政策効果が徐々に薄れていくことも懸念される中で、その先行きは依然不透明です。

特に、先進国では雇用環境の悪化が大きな懸念材料としてあげられ、アメリカやヨーロッパの失業率は10%前後まで上昇しています。

こうした極めて厳しい雇用情勢は、家計部門の所得低下により個人消費を押し下げるなど、内需を中心とする自律回復の足かせとなっており、他の経済指標が徐々に上向きに転じる中であっても、「雇用なき経済回復」と指摘されるように抜本的な改善の兆しがみられていません。(図1-2)

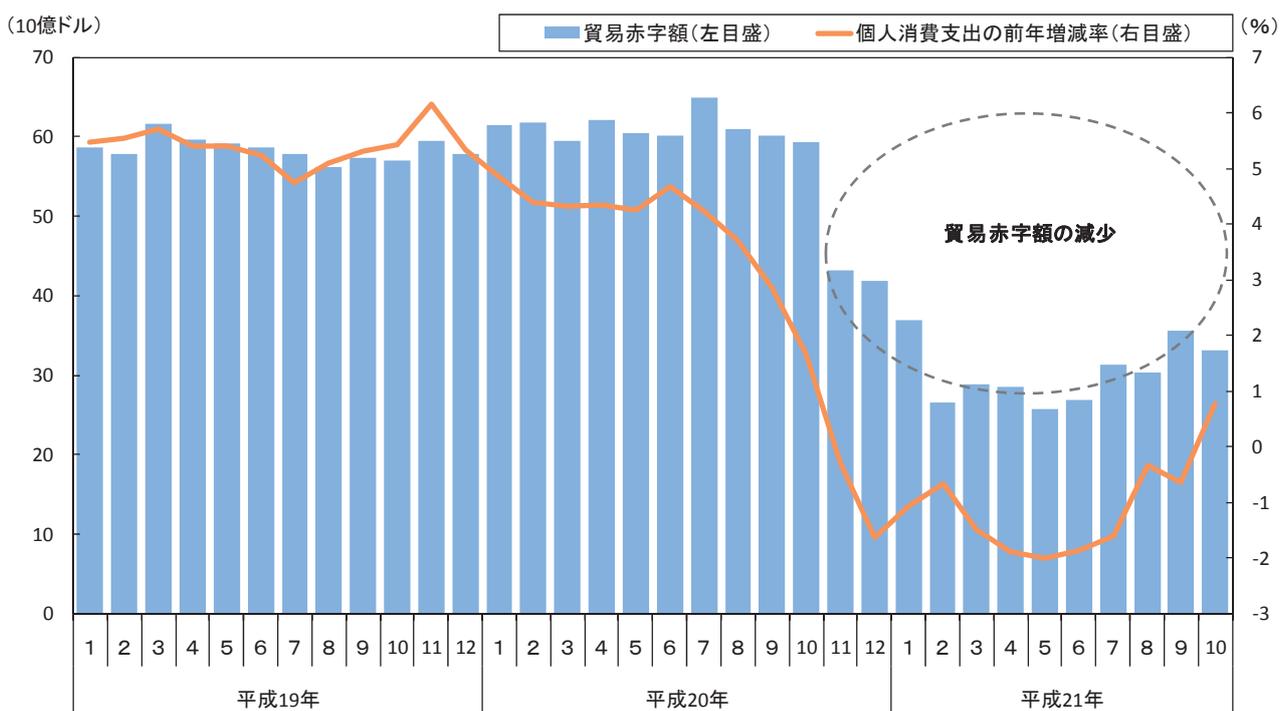
(3) アメリカの個人消費と貿易

アメリカの国内総生産（GDP）の70%を占める個人消費は、景気回復期には右肩上がりのプラス成長を維持し、世界経済をけん引するエンジンに例えられました。

しかし、今回の景気後退期に入ると、雇用環境の悪化に加えて、金融機関の貸出抑制や住宅価格の下落等の影響を受けて、平成20年半ばから陰りが見えはじめ、11月には対前年比がマイナスに転じました。その後、最悪期からは脱却したものの、低調に推移しています。

こうしたアメリカの個人消費の低迷は、内需のみならず貿易の縮小にも現れており、貿易赤字額が平成20年11月頃から急速に減少しています。その結果、日本、ドイツ、韓国などアメリカへの輸出に依存していた国では、自国製品の深刻な供給過剰となり、急速に景気が悪化するなど、世界中に不況が広がる要因の一つとなりました。(図1-3)

図1-3 米国の貿易赤字額と個人消費支出の推移



資料) 米国商務省センサス局・経済分析局

(4) 世界経済の見通し

国際通貨基金（IMF）が平成21年10月に発表した世界経済見通しによると、「景気後退は終わり、世界経済は緩やかな回復に向かう」との見方が示されました。

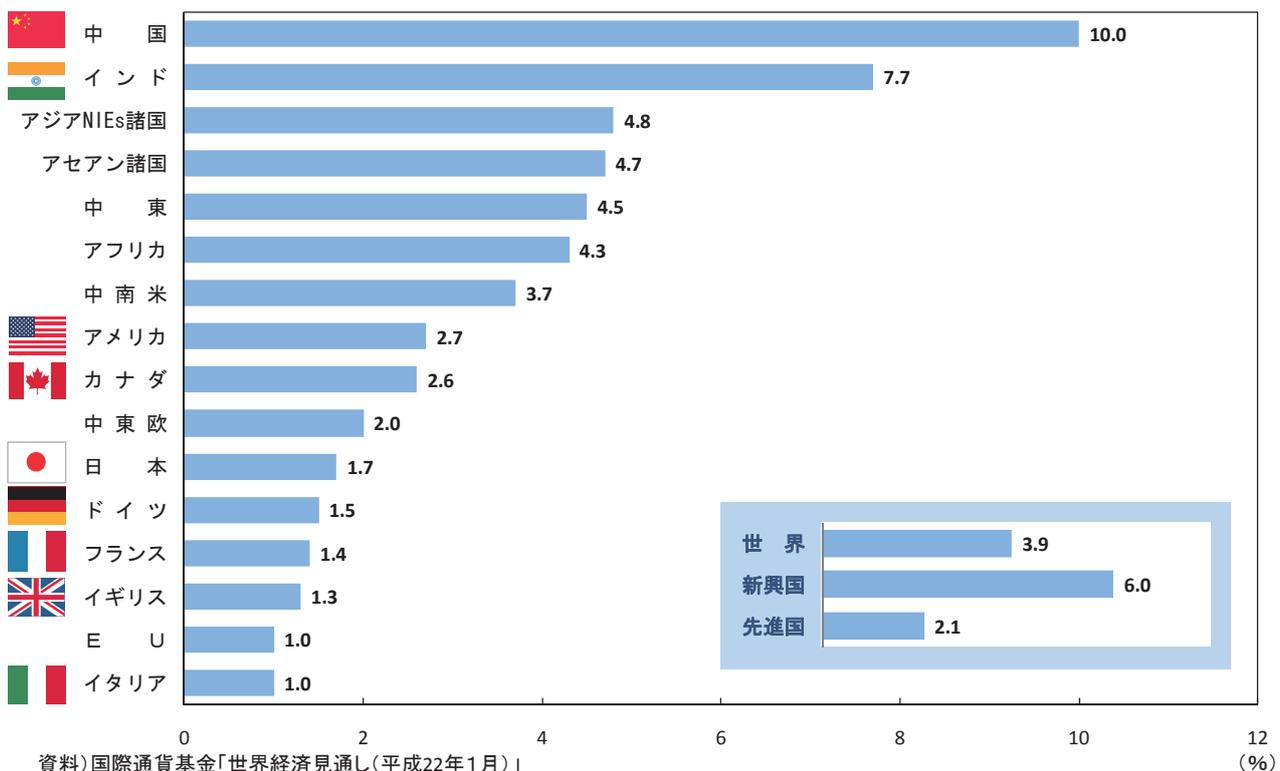
さらに、平成22年1月には「世界経済は予想以上に力強く回復しているが、その速度は地域ごとに異なる」と現状を評価したうえで、平成22年の世界経済の成長予測を前回の3.1%から3.9%へと上方修正しています。

このように、IMFの予測がやや明るさを増した背景には、先進国の経済回復が緩やかであるものの、新興国では力強い回復が続いていることがあげられます。

特に、アジア新興国は世界経済を先導するところまで持ち直しているとされ、とりわけ、中国では平成21年の経済成長率（速報値）が8.7%と公表されるなど、景気後退からいち早く抜け出し、経済成長を加速しつつあります。

また、中国をはじめとするアジア新興国は、成長を続ける消費市場としても注目されており、今後、日本経済が本格的な回復に向かうためには、アジアの発展を国内の成長戦略に取り込んでいくことが、重要なカギになるとみられています。（図1-4）

図1-4 国際通貨基金（IMF）による世界経済の成長予測（平成22年）



※ アセアン諸国：インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム

アジアNIEs 諸国：香港、韓国、シンガポール、台湾

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10月を景気の山として景気後退期に入りましたが、リーマンショック後の100年に一度と言われる深刻な経済危機に陥った結果、平成20年度の国内総生産は実質値でマイナス3.7%、名目値でマイナス4.2%と、現在の基準で比較可能な昭和56年以降最悪の下げ幅を記録しました。

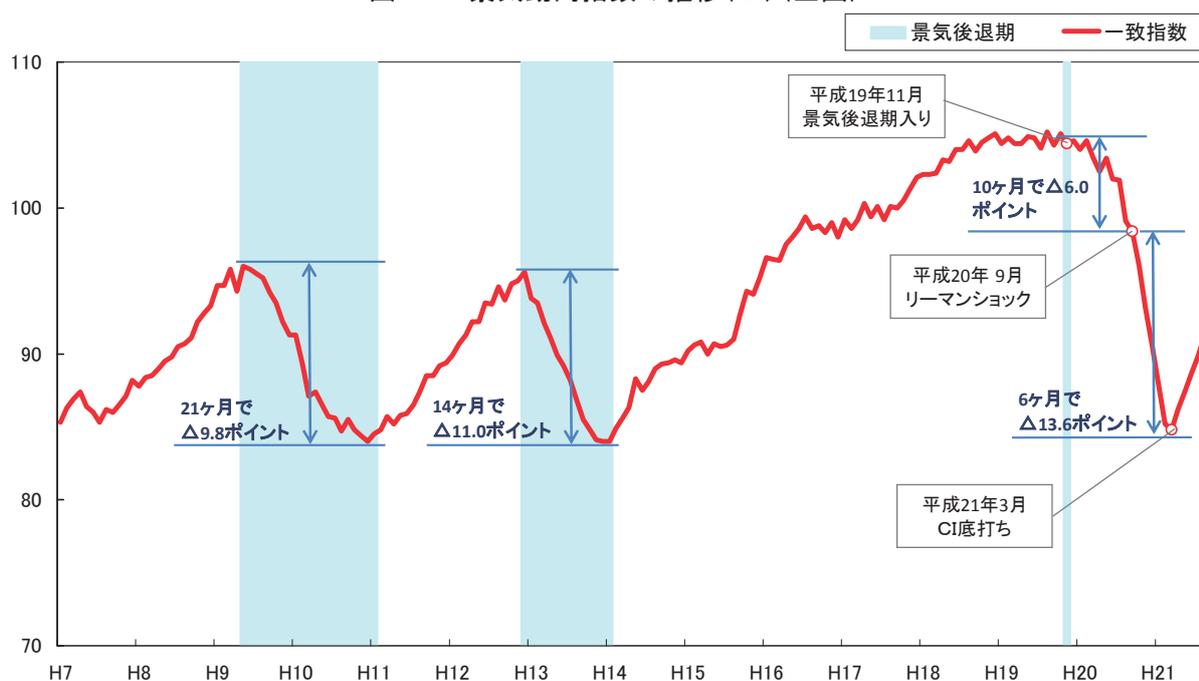
平成21年度に入ると、政府の経済対策の効果等から景気はやや持ち直してきていますが、雇用環境の悪化やデフレの進行等から景気回復の足取りは重く、依然として厳しい状況が続いています。

(1) 景気後退から底打ちまでの動き

今回の景気後退局面の大きな動きについては、内閣府が公表している景気動向指数のC I（コンジット・インデックス）の推移から読み取ることができます。C I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11月からのC I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6.0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13.6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C I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今回の景気後退局面の大きな特徴です。（図1-5）

図1-5 景気動向指数の推移(CI)(全国)



※ 平成19年11月から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

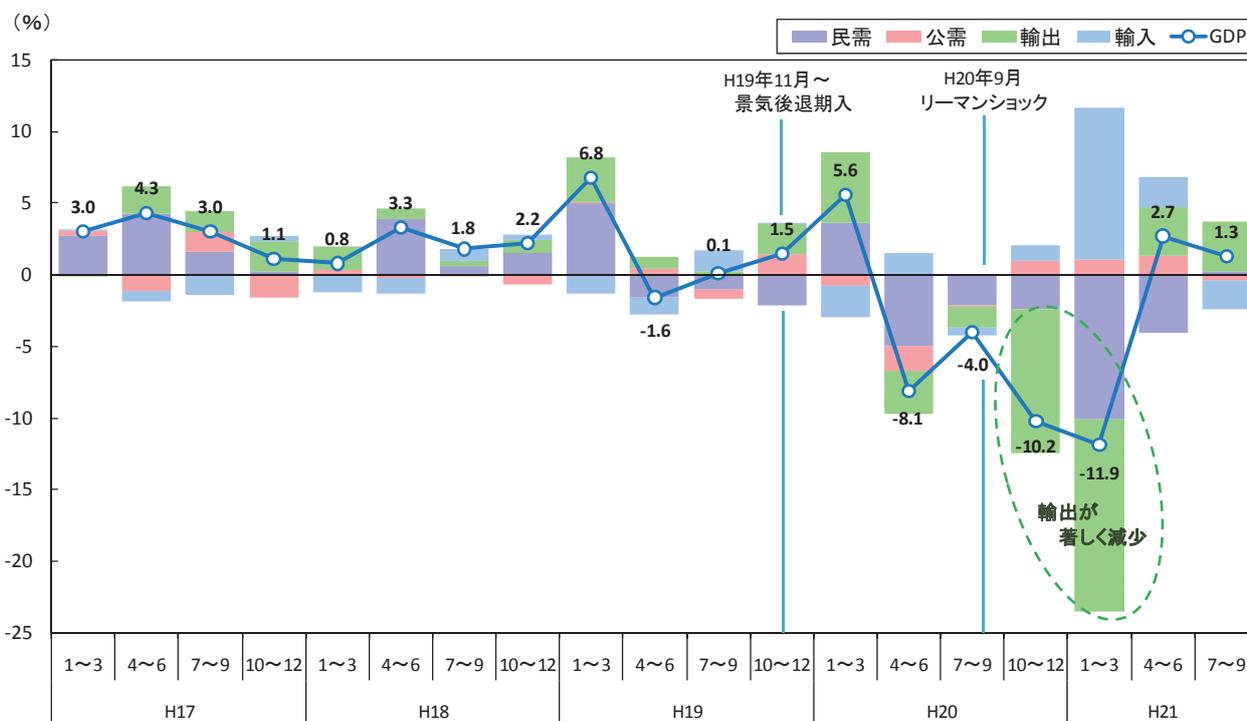
今回の景気後退期は、リーマンショックの前後で様相が異なりますが、経済環境の変化については、四半期毎のGDPの推移にも明確に表れています。

GDPは景気後退期に入ってから初めのうちはプラス成長を維持し、その後、原油・原材料価格の高騰等の影響で平成20年4～6月期からマイナス成長となりましたが、この時期は経済危機といわれるほどの落ち込みではありませんでした。

こうした状況が平成20年9月のリーマンショックを境に大きく変化し、GDPは平成20年10～12月期から2期続けて二桁のマイナス成長となりました。この減少については、GDPの寄与度から輸出が著しく減少したことの影響によるものと考えられます。

このように、リーマンショック以降、世界的な貿易縮小の影響を受けて、輸出が著しく減少したことによって需給に大きなギャップが生じたことが、我が国経済が急速に悪化した直接の要因であると考えられます。(図1-6)

図1-6 実質経済成長率の寄与度の推移(年率換算)



資料)内閣府「国民経済計算」

(3) 輸出の動向

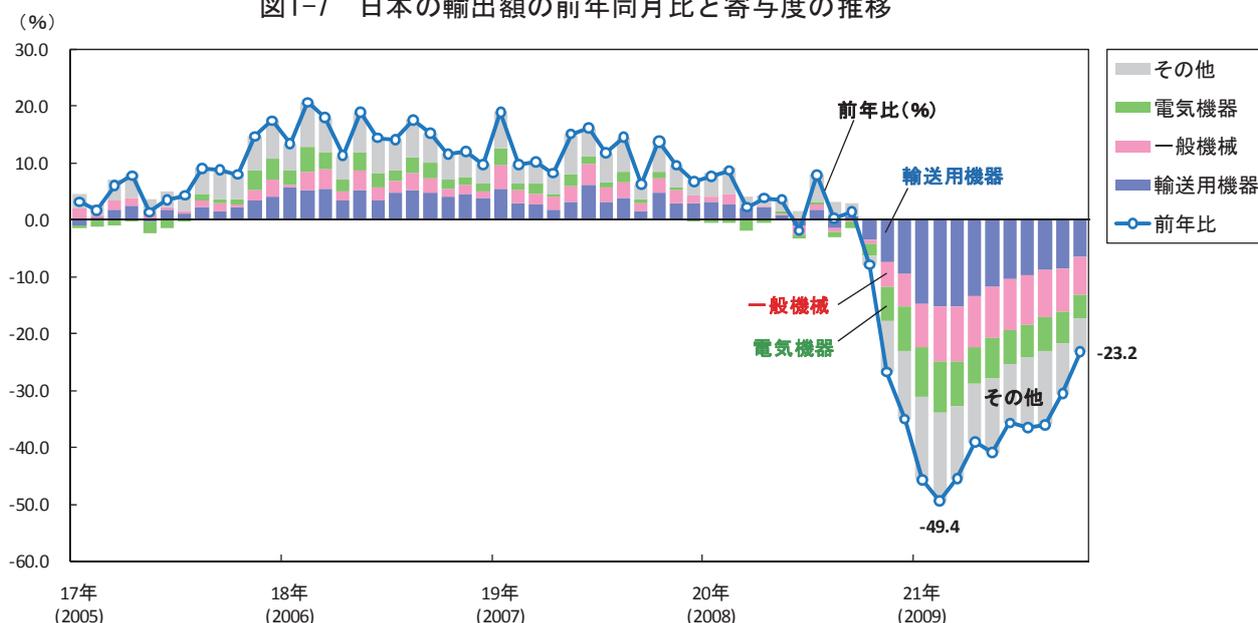
では、リーマンショック以降の日本経済に大きな影響を与えた輸出動向について、輸出金額から詳細を確認してみます。

まず、輸出金額の対前年比は、平成20年10月からマイナスに転じ、ボトムとなった平成21年2月には実にマイナス49.4%を記録しています。その後、持ち直しの動きはみられますが、平成21年10月現在でもマイナス23.2%と13ヶ月連続のマイナスとなる極めて厳しい水準にあります。

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。(図1-7)

図1-7 日本の輸出額の前年同月比と寄与度の推移



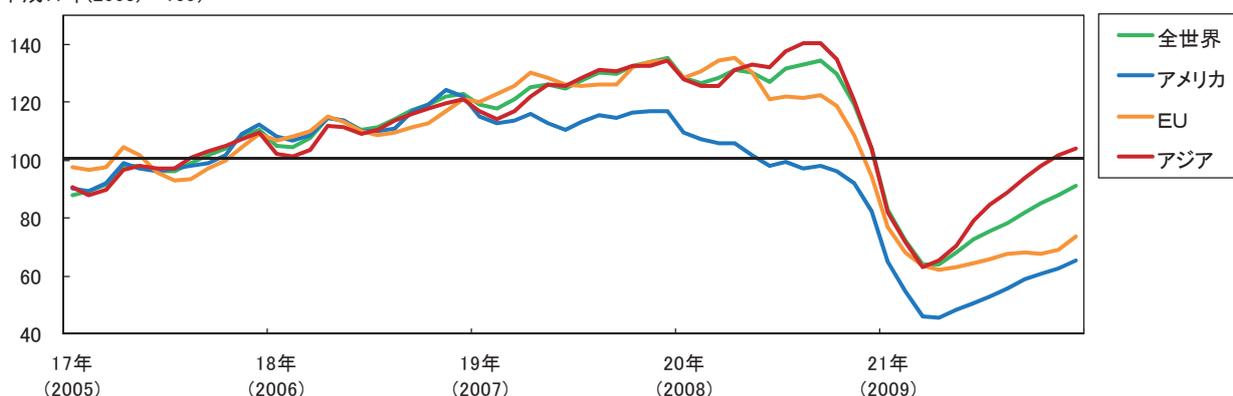
資料)財務省「貿易統計」

一方、地域別の輸出金額では、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ていましたが、回復の勢いも力強いものとなっています。(図1-8)

図1-8 日本の地域別の輸出額の推移

(平成17年(2005)=100)



資料)財務省「貿易指数」 ※ 指数については、3ヶ月後方移動平均により算出。

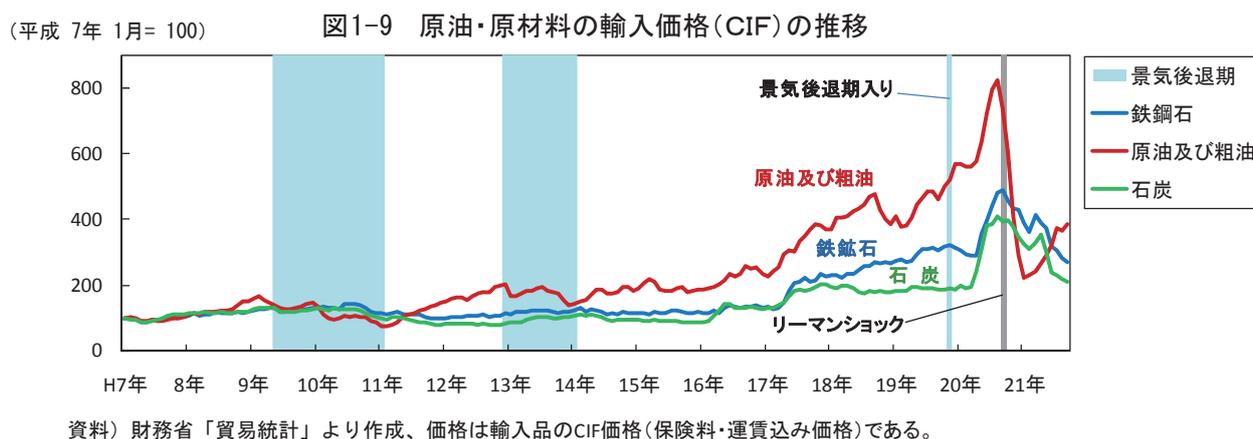
(4) 原油・原材料価格の推移

次に、私たちの生活にも影響が大きかった原油・原材料価格について、財務省「貿易統計」のC I F 価格(輸入品の保険料・運賃込みの価格)で、どのような推移を辿ったか確認すると、景気後

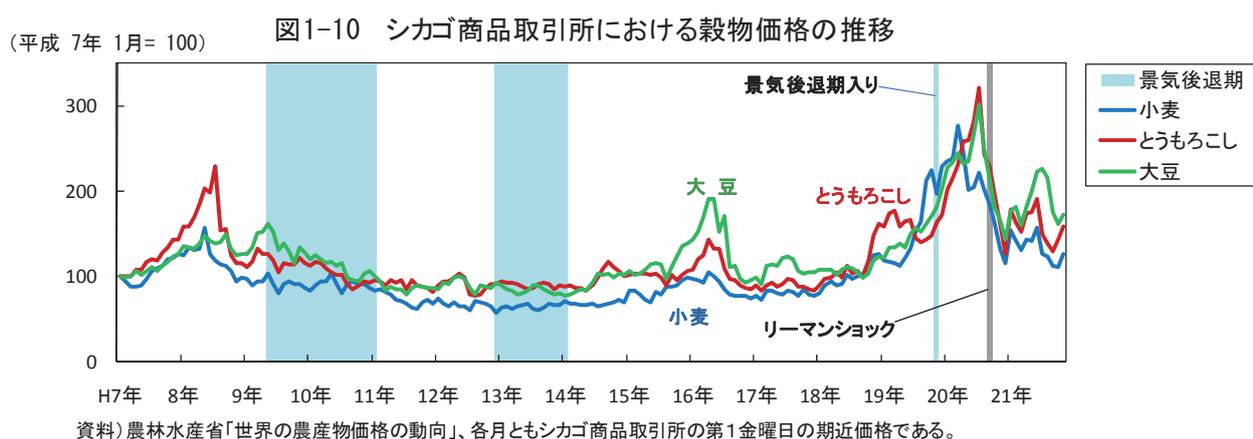
退期に入ってからリーマンショックまで、一段高で推移しています。

こうした値動きの背景には、商品先物市場への投機資金の流入が指摘され、平成20年7月には燃料高騰に苦しむ漁業者が全国で一斉休漁するなど、近年例を見ない急激な価格高騰への不安が高まりました。

しかし、リーマンショック後の金融危機の影響によって、拡張を続けてきた投機資金が一気に収縮したこと等から、原油・原材料価格は急激に下落し、GDPや輸出動向と同様、原油・原材料価格もリーマンショックの前後で異なる動きとなっていることが特徴的です。(図1-9)



また、穀物価格については、シカゴ証券取引所における穀物価格の推移で見ると、気象や作柄等の影響を受けるため、原油や鉄鉱石等とはやや異なる動きとなりましたが、景気後退局面に入っても価格上昇を続け、リーマンショックを経て大幅に下落したことは、共通の特徴として捉えることができます。(図1-10)



(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ますが、記録的な下げ幅となった株価の推移を辿ることで、実体経済の動きを補足します。

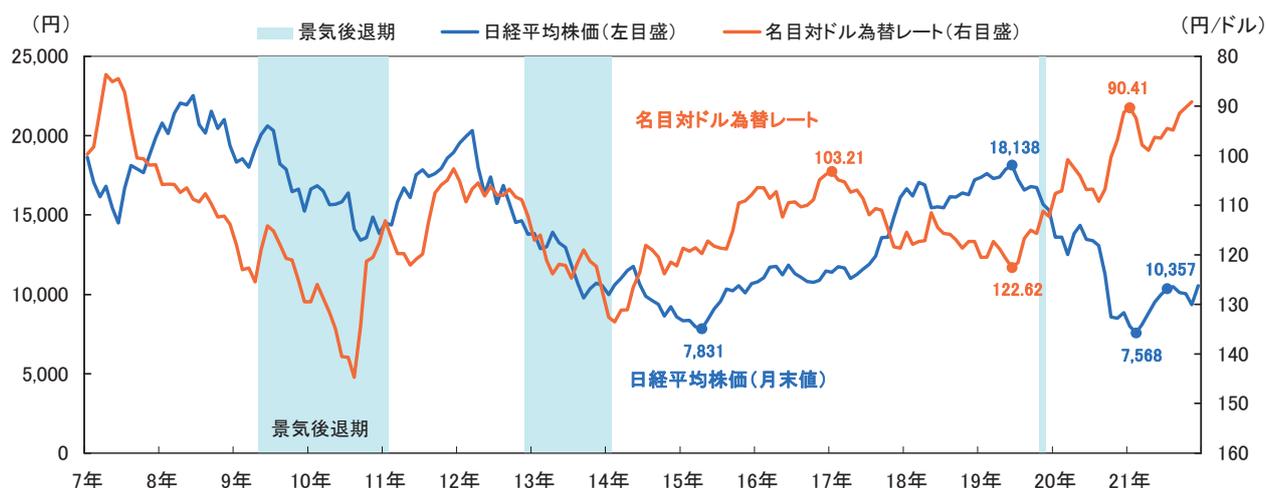
まず、日経平均株価については、平成19年6月に月末値で18,138円の高値を記録した後、原油・原材料高や金融不安等を背景に調整局面に入り、平成20年初めまで大きく値を下げました。

その後、平成20年3月には、海外の金融不安に対する懸念が若干緩和され、折り返す場面もありましたが、原油・原材料価格の一段高から6月には再び軟調な動きとなりました。

さらに、リーマンショックを経て、株価の下げ幅は、昭和初期の世界恐慌と比肩されるほど記録的なものとなり、月末値では平成21年2月の7,568円が底値となりました。

ただし、それ以降は持ち直しの動きが見られ、平成21年7月には月末値で10,357円と10,000円の大台を回復し、平成22年1月末値で10,100円台となっています。(図1-11)

図1-11 日経平均株価(月末値)及び名目ドル為替レートの推移



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)

一方、名目ドル為替レートについては、平成17年1月の103円21銭をピークとして、平成19年半ばまで円安が進みましたが、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年半ばからは、世界的な景気後退の中で円高が進んでいますが、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、日本円が買われていることによるものとみられています。

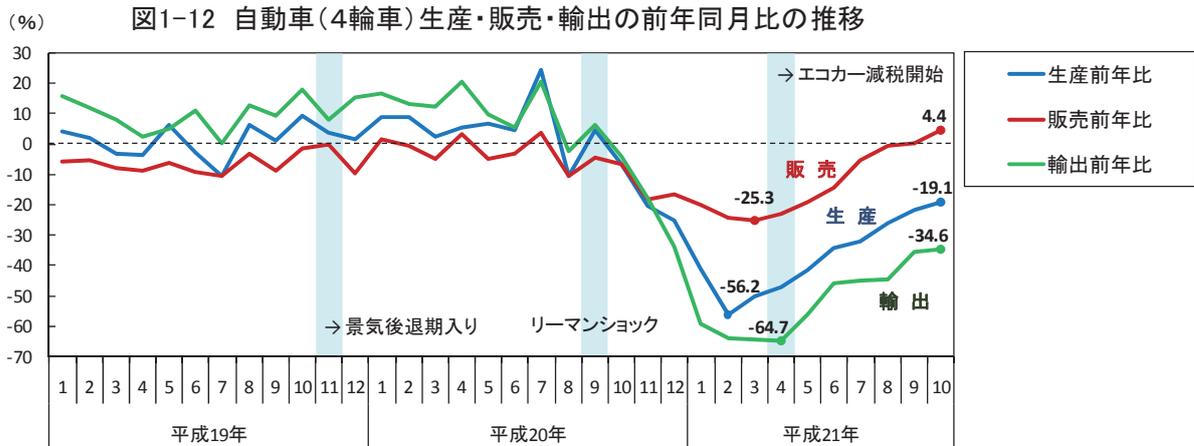
こうした株安と円高の同時進行は、日本の輸出企業にとって極めて厳しい経営環境であるといえます。(図1-11)

(6) 政府の景気対策の効果

国では急速に悪化した景気にテコ入れするため、エコカー減税(平成21年4月1日～)や、エコポイント制度(平成21年5月15日～)を柱とする経済対策に取り組んでいます。こうした制度は、個人消費を中心とした内需を刺激し、景気の下支えとして重要な役割を果たしています。

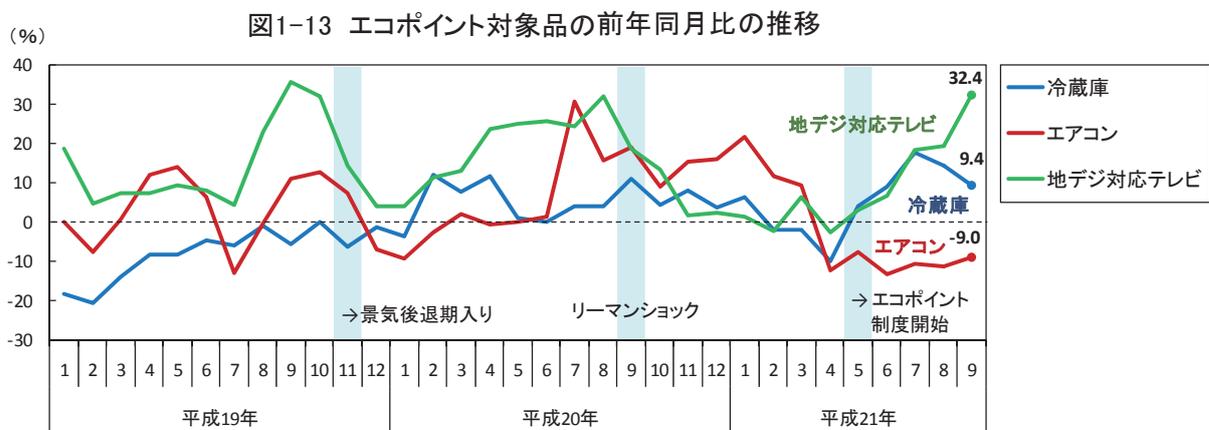
まず、自動車生産・販売・輸出の対前年同月比をみると、国内販売は輸出ほど極端ではないものの大きく減少しました。その後、輸出よりも1ヶ月早い4月から回復基調にありますが、これはエ

コカー減税の実施時期と重なり、ハイブリッド車の人気にも支えられ平成21年9月にはプラスへと転じています。(図1-12)



資料) 社団法人日本自動車工業会

次に、家計消費状況調査からエコポイント制度の効果をみると、エアコンは天候の影響で消費不振となりましたが、制度がスタートした5月以降、冷蔵庫と地デジ対応テレビの対前年比が上昇していることが特徴的です。特に、地デジ対応テレビは、制度の開始とともに5ヶ月連続で消費が拡大するなど、買換需要が喚起されているものとみられます。(図1-13)



※ 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」

(7) 景気は緩やかに持ち直し

ここまで景気後退の動きを中心に説明してきましたが、最後に、景気の底打ちと持ち直しに向けた動きについて、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)の結果と照らし合わせてみます。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。

まず、景気の回復については、平成21年6月に内閣府が公表した月例経済報告に「景気は一部に持ち直しの動きがみられる」との判断基準が示され、それまで連続して使われてきた「悪化」とい

う表現が削除され、今回の景気後退期で初めて「持ち直し」という表現が使われました。

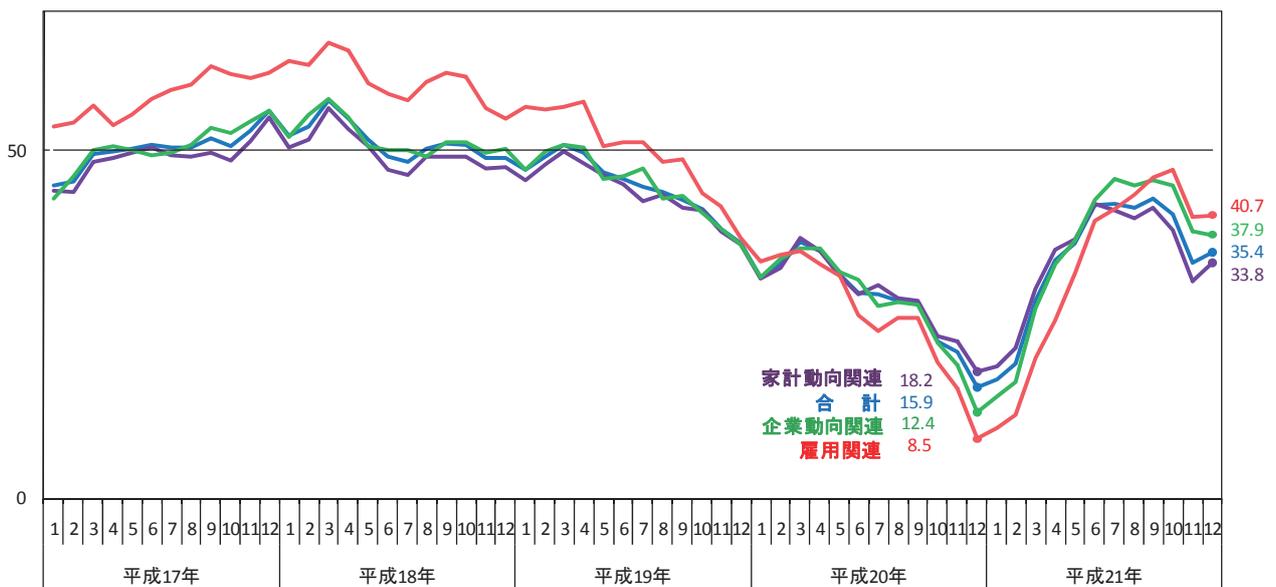
この動きを景気ウォッチャー調査の結果からみると、合計のD Iは、平成18年春頃から長い間下降傾向にあったものが、平成21年1月によりやく上昇へと転じ、7月までV字を描くように推移しており、街角の景況感に対するマインドも改善したものと読み取れます。

その後、景気は持ち直しに向かったものの、足取りの重さを反映して8月以降、D Iは伸び悩み、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8月以降で最大の下落幅を記録しました。

この背景としては、円高の進行や冬のボーナスの大幅減に加えて、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ています。

このように、国内の景気は最悪期を脱したとはいっても、先行きについては、雇用情勢の一層の悪化や海外景気の下振れの懸念、デフレの影響等により、景気が再び悪化することも払拭できない厳しい状況が続いています。(図1-14)

図1-14 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19年度の本県経済

(1) 県民経済計算からみた平成19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22年1月に直近の平成19年度県民経済計算を公表しました。

これにより、平成19年度の本県経済をみると、県内総生産は名目で4兆5,702億円、実質で4兆9,148億円となり、経済成長率は名目で2.1%減と2年ぶりにマイナス成長となり、実質では1.7%減と3年ぶりのマイナス成長となりました。(図1-15、図1-16)

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増加し、農業においても、りんごや野菜の産出額は増加しましたが、米の産出額が減少したことや、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0.4%の減少となりました。

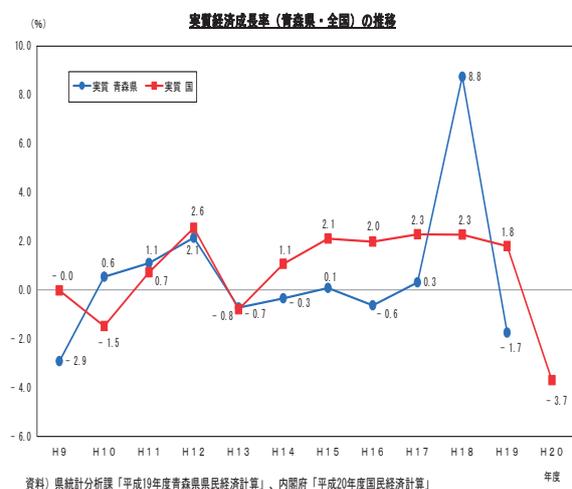
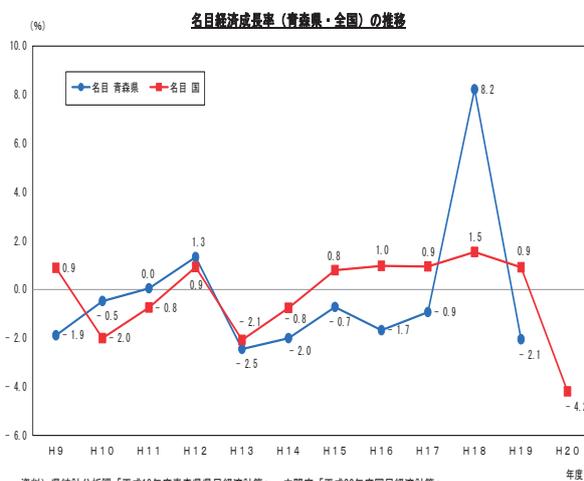
製造業は、非鉄金属を含む一次金属が減少したことなどにより、10.4%の減少となりました。

建設業は、改正建築基準法施行の影響により民間建築工事が減少したものの、電気業・ガス業・熱供給業・水道業等の民間土木工事が増加したことにより、9.4%の増加となりました。

電気・ガス・水道業は、電気業において発電量は増加しましたが、燃料費等の費用が増加したことにより、10.2%の減少となりました。

卸売・小売業は、平均気温が高めに推移するなどの天候要因等から、衣料品、飲食料品が伸び悩んだことにより、6.2%の減少となりました。

サービス業は、対事業所サービス業や公共サービス業が増加したことにより、1.2%の増加となりました。(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 経済活動別県内総生産(名目)

項目	年度	実額		増加率		構成比		増加 寄与度
		19年度		18年度		19年度		
		18年度	19年度	18年度	19年度	18年度	19年度	
1. 産業		4,002,532	3,905,333	9.3	-2.4	82.5	82.1	-2.1
1) 農業		165,218	163,868	2.8	-0.8	3.4	3.4	-0.0
2) 林業		7,155	7,498	-9.4	4.8	0.1	0.2	0.0
3) 水産業		31,660	31,859	-6.5	0.6	0.7	0.7	0.0
4) 鉱業		13,971	14,246	-11.1	2.0	0.3	0.3	0.0
5) 製造業		787,481	705,874	87.4	-10.4	16.2	14.8	-1.7
6) 建設業		322,939	353,151	-0.7	9.4	6.7	7.4	0.6
7) 電気・ガス・水道業		136,680	122,732	26.6	-10.2	2.8	2.6	-0.3
8) 卸売・小売業		559,413	524,563	-7.4	-6.2	11.5	11.0	-0.7
9) 金融・保険業		210,042	205,900	-2.2	-2.0	4.3	4.3	-0.1
10) 不動産業		528,782	531,919	-0.8	0.6	10.9	11.2	0.1
11) 運輸・通信業		298,132	291,619	-3.2	-2.2	6.1	6.1	-0.1
12) サービス業		941,059	952,104	1.1	1.2	19.4	20.0	0.2
2. 政府サービス生産者		730,177	737,090	-0.6	0.9	15.1	15.5	0.1
1) 電気・ガス・水道業		70,368	72,019	1.7	2.3	1.5	1.5	0.0
2) サービス業		156,857	155,471	-1.8	-0.9	3.2	3.3	-0.0
3) 公務		502,952	509,600	-0.5	1.3	10.4	10.7	0.1
3. 対家計民間非営利 サービス生産者		117,964	115,182	9.4	-2.4	2.4	2.4	-0.1
小計		4,850,673	4,757,605	7.7	-1.9	100.0	100.0	-2.0
輸入品に課される税・関税		18,194	17,953	21.1	-1.3			-0.0
(控除) 総資本形成に係る消費税		21,645	27,854	-7.6	28.7			0.1
(控除) 帰属利子		181,219	177,458	-1.8	-2.1			-0.1
合計		4,666,003	4,570,246	8.2	-2.1			-2.1
(再掲) 第一次産業		204,033	203,225	0.8	-0.4	4.2	4.3	-0.0
第二次産業		1,124,391	1,073,271	47.7	-4.5	23.2	22.6	-1.1
第三次産業		3,522,249	3,481,109	-0.5	-1.2	72.6	73.2	-0.9

(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19年度県民経済計算」

表1-2 経済活動別県内総生産(実質:連鎖方式)一平成12暦年連鎖価格一

(単位:百万円, %)

項目	年度	実額		増加率		増加 寄与度	デフレーター	
		19年度		18年度				
		18年度	19年度	18年度	19年度			
1. 産業		4,304,998	4,214,254	9.8	-2.1	-1.8	93.0	92.7
1) 農業		169,704	180,260	1.2	6.2	0.2	97.4	90.9
2) 林業		9,960	10,635	-13.7	6.8	0.0	71.8	70.5
3) 水産業		40,097	39,737	-5.4	-0.9	-0.0	79.0	80.2
4) 鉱業		16,834	16,001	-10.1	-4.9	-0.0	83.0	89.0
5) 製造業		982,434	892,784	90.2	-9.1	-1.8	80.2	79.1
6) 建設業		328,106	355,524	-1.4	8.4	0.5	98.4	99.3
7) 電気・ガス・水道業		173,032	156,756	29.0	-9.4	-0.3	79.0	78.3
8) 卸売・小売業		575,790	535,002	-8.1	-7.1	-0.8	97.2	98.0
9) 金融・保険業		203,626	198,186	-4.1	-2.7	-0.1	103.2	103.9
10) 不動産業		535,280	539,100	-0.4	0.7	0.1	98.8	98.7
11) 運輸・通信業		330,520	324,197	-2.0	-1.9	-0.1	90.2	90.0
12) サービス業		1,009,823	1,021,353	2.1	1.1	0.2	93.2	93.2
2. 政府サービス生産者		766,193	773,064	-0.1	0.9	0.1	95.3	95.3
1) 電気・ガス・水道業		71,430	72,102	1.1	0.9	0.0	98.5	99.9
2) サービス業		165,349	164,441	-0.9	-0.5	-0.0	94.9	94.5
3) 公務		529,478	536,582	0.1	1.3	0.1	95.0	95.0
3. 対家計民間非営利 サービス生産者		125,824	122,812	9.4	-2.4	-0.1	93.8	93.8
小計		5,195,594	5,109,214	8.1	-1.7	-1.7	93.4	93.1
輸入品に課される税・関税		13,783	12,682	10.6	-8.0	-0.0	132.0	141.6
(控除) 総資本形成に係る消費税		24,952	30,025	-8.6	20.3	0.1	86.7	92.8
(控除) 帰属利子		182,831	177,617	-3.7	-2.9	-0.1	99.1	99.9
県内総生産		5,001,976	4,914,788	8.8	-1.7	-1.7	93.3	93.0
開差		-1,040	-381	-	-	-	-	-
(再掲) 第一次産業		221,716	233,101	-0.5	5.1	0.2	92.0	87.2
第二次産業		1,275,855	1,224,153	49.0	-4.1	-1.0	88.1	87.7
第三次産業		3,711,888	3,663,876	-0.1	-1.3	-1.0	94.9	95.0

(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19年度県民経済計算」

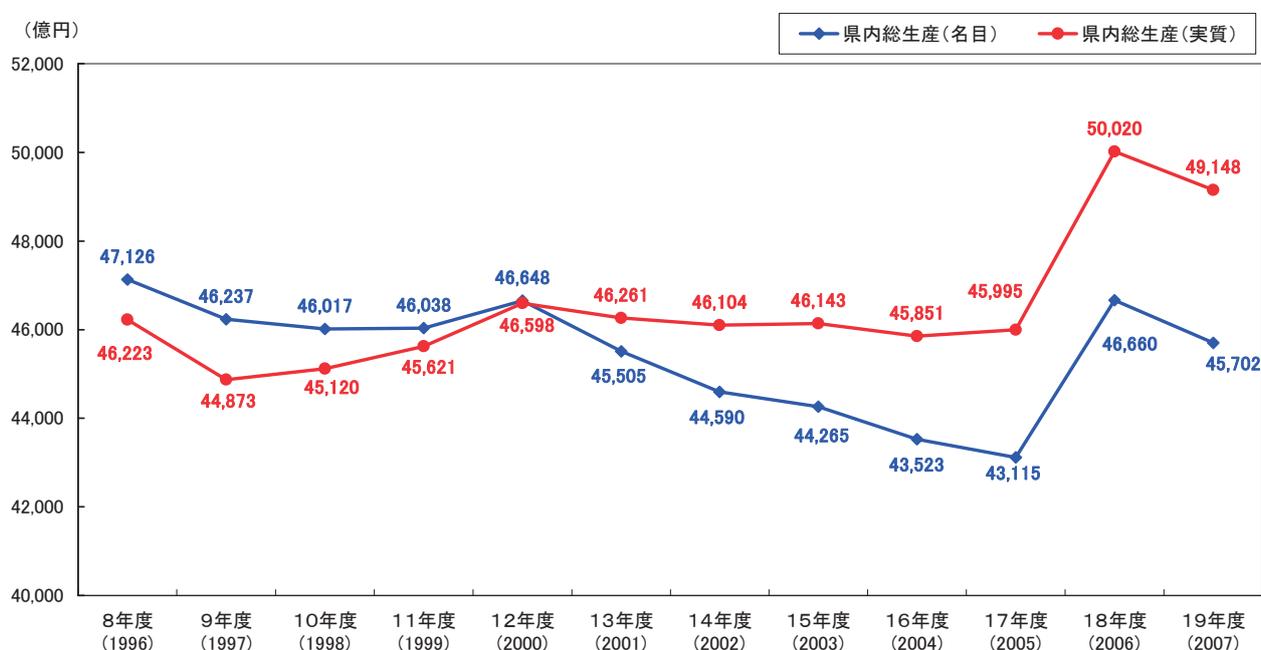
② 県内総生産（名目、実質）の実額の推移

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年までは名目値が実質値を上回っていましたが、平成13年から名目値と実質値が逆転し、特に、平成12～17年にかけては、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1-17）

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3月からであり、平成18年8月まで記述が継続された後、平成21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ることから、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1-17 県内総生産の実額の推移(青森県)



資料) 県統計分析課「平成19年度 青森県県民経済計算」

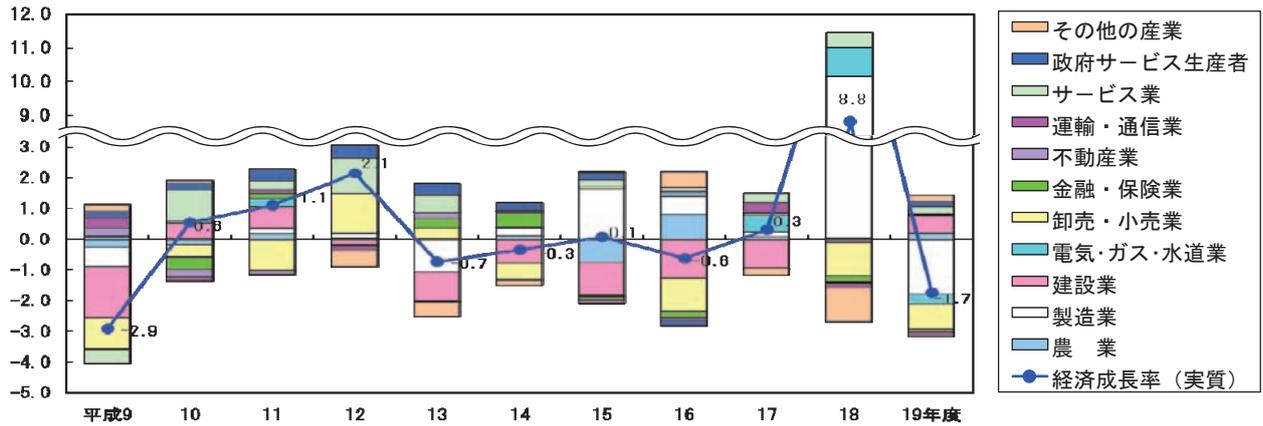
③ 産業別生産額増加寄与度

経済成長率（実質）を産業別増加寄与度でみると、平成19年度の実質経済成長率マイナス1.7%に対して、プラスに寄与した産業は建設業の0.5ポイントが最も大きく、次いで農業及びサービス業が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、卸売・小売業がマイナス0.8ポイント、電気・ガス・水道業がマイナス0.3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、非鉄金属を含む一次金属が、平成18年度に生産額4,827億円、前年度比475.1%増と大幅に増加したのに対し、平成19年度は生産額3,852億円、前年度比20.2%減少したことによります。（表1-2、図1-18）

(%, ポイント)

図1-18 産業別生産額増加寄与度



資料) 県統計分析課「平成19年度青森県県民経済計算」

(2) 景気後退期への移行

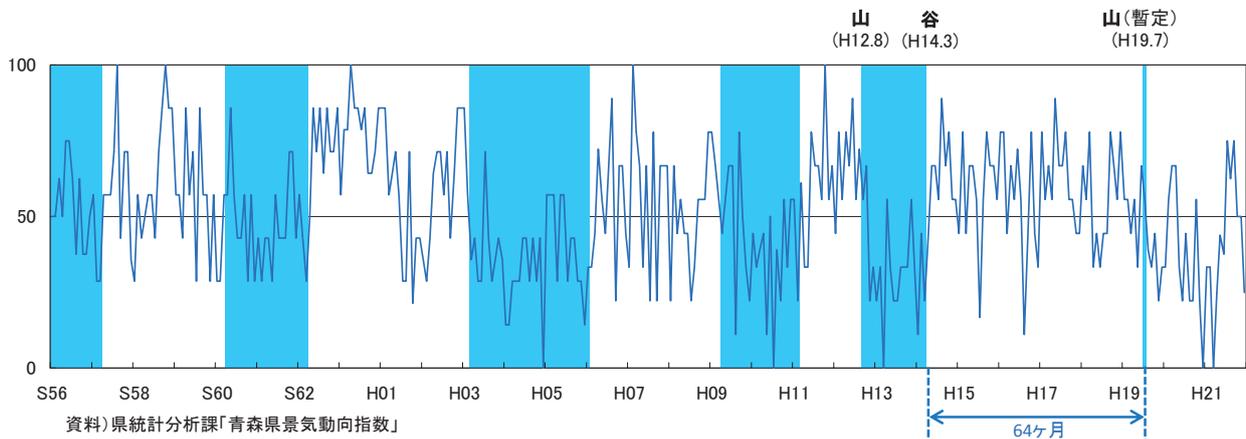
平成14年2月からはじまった我が国の景気回復期間は、平成19年夏以降に発生したアメリカのサブプライム住宅ローン問題を背景にした原油・原材料価格の高騰、輸出の減少等により景気後退局面に入りましたが、国においては、平成21年1月29日に開催された内閣府の景気動向指数研究会において、第14景気循環の暫定の山を平成19年10月と設定・公表し、これ以降を景気後退期と判定しました。

詳細については、131ページにおいて後述しますが、この我が国の第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7月と暫定的に設定されました。(図1-19)

この時期は、サブプライム住宅ローン問題が表面化する前後で、生産面がまだ好調を維持していましたが、有効求人数(全数)が下降に転じ、原油・原材料価格の上昇もし始めるなど、雇用面及び消費面では悪化の傾向が出始めた時期でもありました。

なお、景気の谷も含めた確定の景気基準日付については、景気の動向が回復局面に入ったことが確認された後、景気動向指数の指標の見直しも含めて検討に入ることとしています。

図1-19 青森県景気動向指数(DI一致指数)



資料) 県統計分析課「青森県景気動向指数」

2 平成20年～21年の本県経済

(1) 概況

平成19年11月から景気後退局面に入ったとされる日本経済は、平成20年の年央まで生産面を中心に底固く推移しましたが、先に述べたように平成20年夏頃から投機資金の原油等先物市場への流入に伴う原油・原材料価格の高騰、平成20年9月のリーマンショックによる金融不安と急速な円高の進行による企業業績悪化及びそれに伴う株価の下落等により、製造業の生産水準の引き下げや雇用環境の悪化など景気後退が急速に進みました。

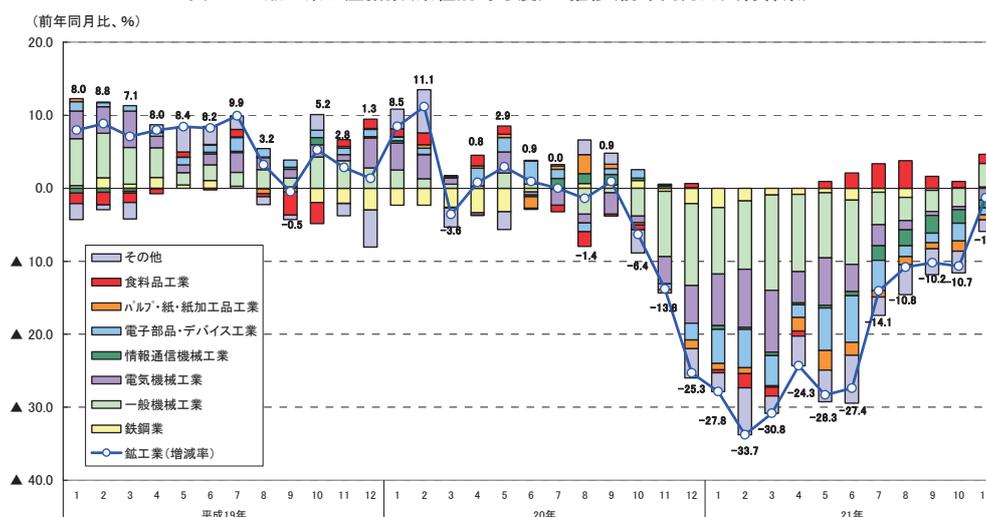
その後、平成21年半ばから製造業の在庫調整が進み、生産活動が持ち直しましたが、雇用環境は改善せず、また、内閣府が平成21年11月の月例経済報告であらためてデフレ状況の認識を示し、消費も低迷するなど、依然として厳しい状況が続いています。

本県経済も平成20年前半までは生産活動が堅調に推移していたものの、後半は世界経済及び日本経済の減速を受け、足踏み感が強まり、平成21年の前半までは全体として悪化の状況でしたが、夏場以降は生産面にやや持ち直しの動きがみられるなど改善傾向にあります。しかし、雇用情勢及び消費動向は依然、厳しい状況が続いています。

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20年～21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）が平成20年9月までは前年同月比がプラス傾向で推移していましたが、10月からはマイナスに転じ、低水準で推移したものの、平成21年7月以降は在庫調整や新興国向けの需要の回復等により持ち直しの動きがみられるようになりました。増減の寄与度を業種別にみると、一般機械工業と電気機械工業のマイナスに占める割合が高くなっています。（図1-20）（本書24ページ「製造業の動向」参照）

図1-20 鉱工業生産指数(業種別寄与度)の推移(前年同月比)(青森県)

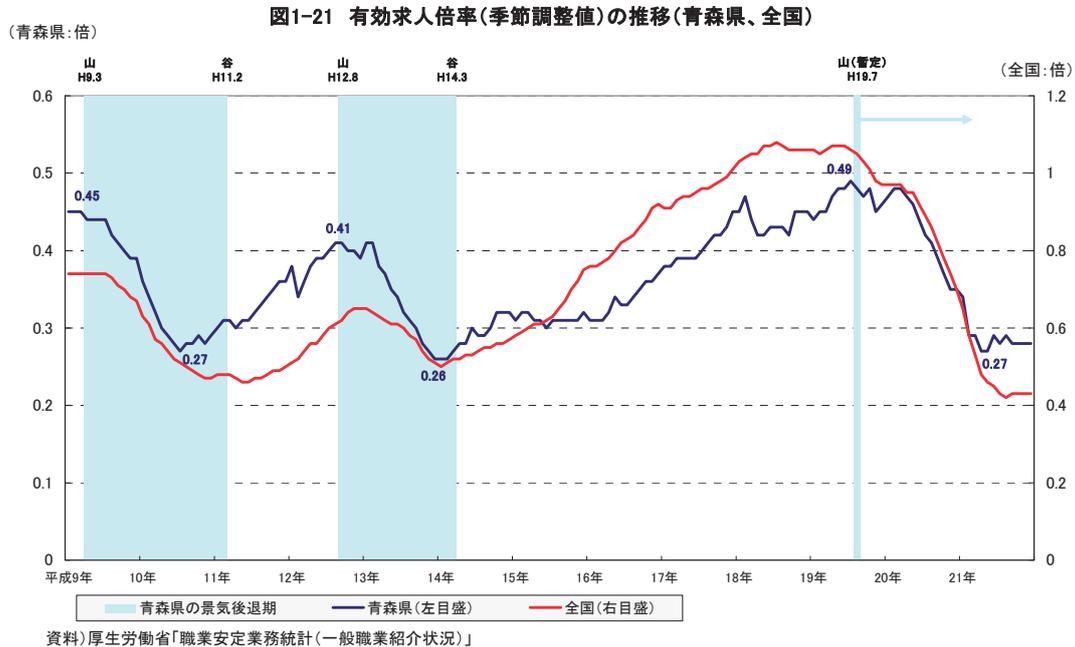


※ 寄与度の原指数の前年同月比

資料) 県統計分析課「青森県鉱工業生産指数」

雇用情勢は、有効求人倍率が平成14年から平成19年にかけて上昇傾向で推移しましたが、平成19年半ばから下降に転じ、平成20年9月には0.39倍と3年3か月ぶりに0.4倍を割り込みました。

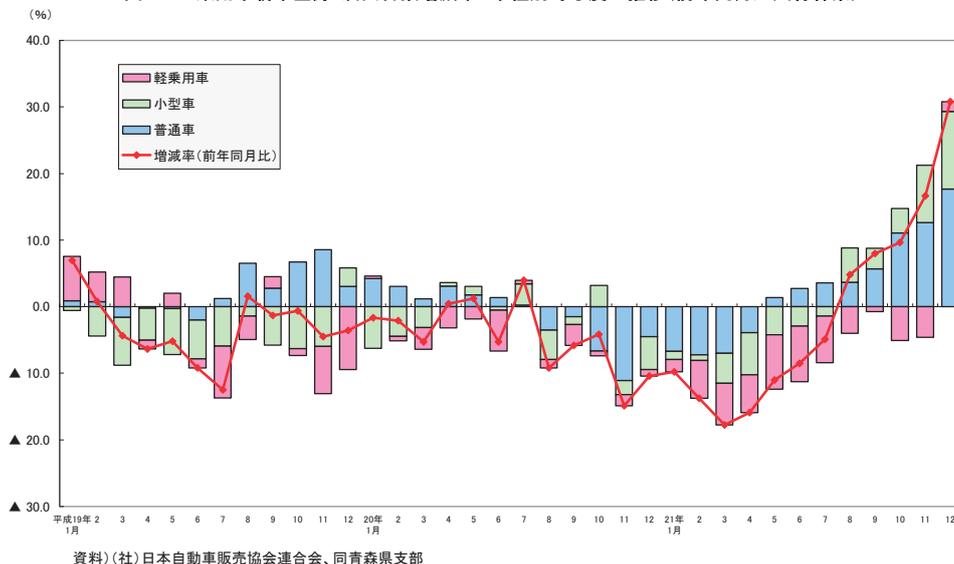
平成21年に入っても有効求人倍率は低下し続け、平成21年4月には0.27倍と平成14年の景気後退局面の時期と同水準になりました。また、新規求人についても、建設業、製造業、サービス業を中心に新規求人数が大きく減少するなど、厳しい状況が続いています。(図1-21) (本書39ページ「求人・求職の動向」参照)



消費の動向については、大型小売店販売額が平成20年12月から13か月連続で前年同月比マイナスの厳しい状況が続いています。(本書53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、平成20年4月以降は前年を上回る動きがあったものの、平成20年8月から普通車、小型車、軽乗用車とも前年を下回って推移しました。平成21年に入ってから前年の経済動向を反映して減少傾向にありましたが、政府によるエコカー減税等の景気対策が影響して、平成21年8月から前年同月比プラスで推移しています。(図1-22) (本書56ページ「乗用車販売の動向」参照)

図1-22 乗用車新車登録・届出台数増減率 車種別寄与度の推移(前年同月比)(青森県)



住宅建設は、平成19年の建築基準法の改正による大幅な落ち込みの反動もあり、平成20年は前年比5.2%の上昇となりましたが、平成21年は、不動産市況の冷え込みや雇用・所得環境の悪化などから、新設住宅着工戸数が平成21年11月まで前年同月比で8か月連続のマイナスの状況となりました。(本書68ページ「住宅着工の動向」参照)

企業倒産の状況については、平成21年の企業倒産件数は、政府の緊急保証制度の効果などにより、平成12～21年の10年間では、平成19年と並び最も少ない状況となっています。(本書71ページ「企業倒産状況」参照)

金融の状況については、平成21年の銀行貸出金残高の推移をみると、貸出が大きく増加した平成20年の影響もあり、平成21年2月から対前年同月比でマイナスに転じ、3月にはマイナス3%と大きく落ち込みました。その後、持ち直しの動きもみられますが、平成21年9月時点で7か月連続マイナスとなっています。(本書74ページ「金融情勢」参照)

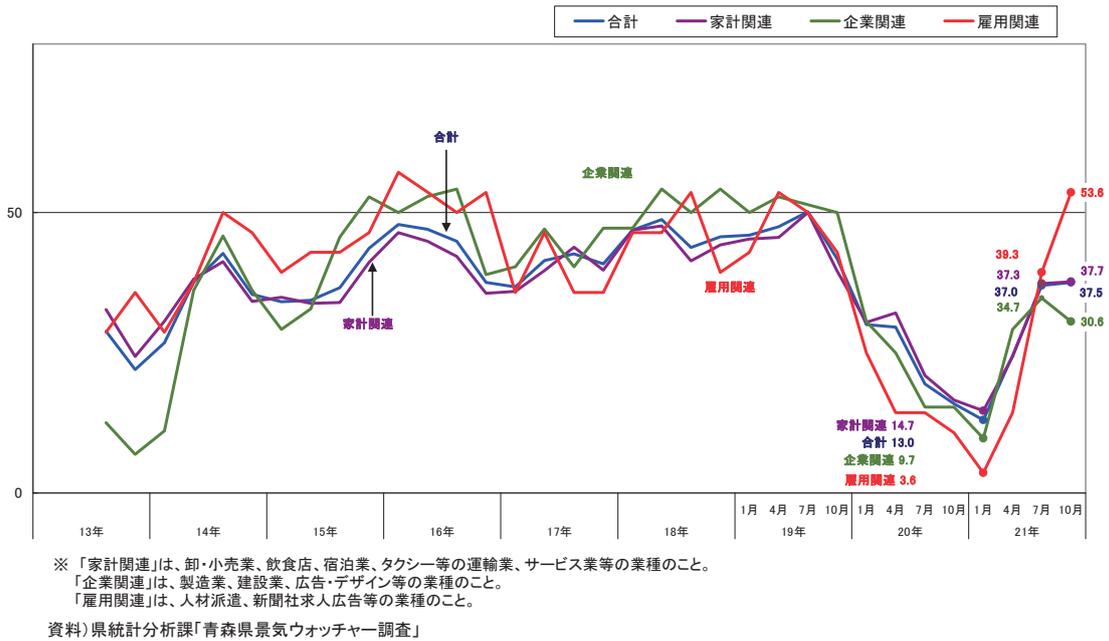
(2) 本県の景気動向

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20年12月と平成21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15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、全体の現状判断DIは、平成19年10月期より下降し始め、平成21年1月期に過去最低の13.0となった後に上昇に転じましたが、平成21年10月期には再び下降するなど、全国の景気ウォッチャー調査の動きと同様の経過を辿っています。

分野別でみると、人材派遣等の雇用関連の指数の動向が激しく、平成19年10月期に50.0を下回ってからは下降し続け、平成21年1月期に3.6となった後は、10月期に53.6となっています。製造業や建設業等の企業関連の指数は、平成21年1月期に9.7と平成13年以来の低水準となった後は、平成21年7月期に34.7と持ち直しましたが、10月期には30.6と全ての分野の中で最低となり、企業の景況感がなかなか回復しない状況がうかがわれます。(図1-23)

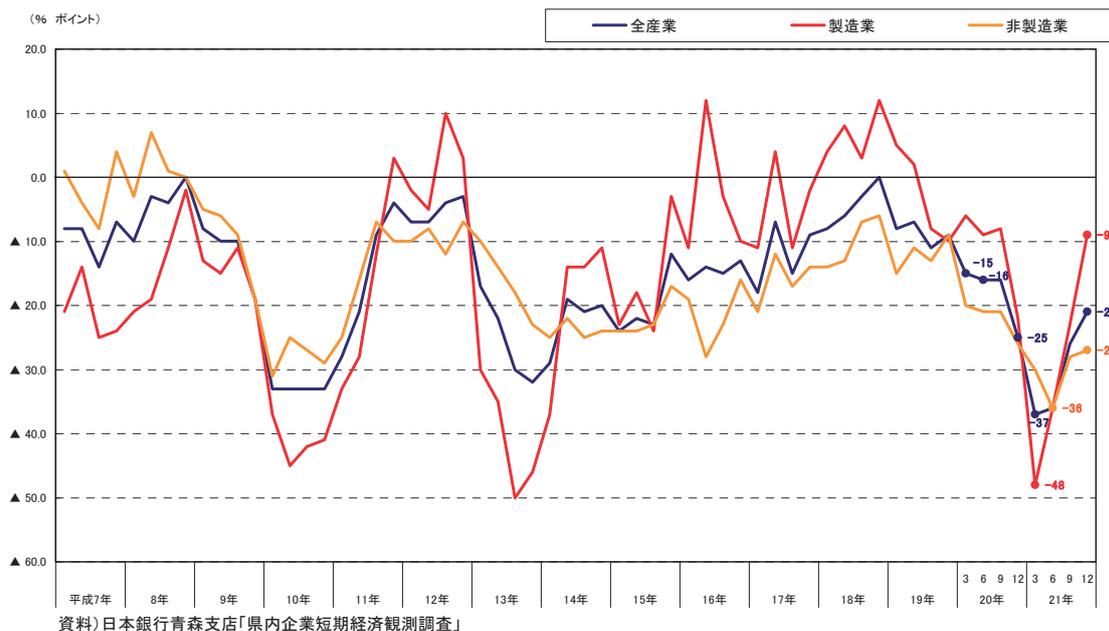
図1-23 青森県景気ウォッチャー調査 景気現状判断DIの推移(青森県)



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、平成20年3月期には全産業ベースでマイナス15でしたが、同年6月期及び9月期にはマイナス16、12月期にはマイナス25、平成21年3月期に全産業ベースでマイナス37と大幅に落ち込み、業況が悪いと認識している企業の多い状況が続きました。

平成21年12月期にはマイナス21とマイナス幅が縮小し、持ち直しの動きをみせていましたが、依然として業況判断はマイナスにとどまっており、厳しい状況に変わりはありません。(図1-24)

図1-24 企業の業況判断DIの推移(青森県)



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、企業の景況感で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、企業の景況感で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

＜コラム1 2009年度の青森県経済を振り返って＞

日本銀行青森支店 支店長 鶴海 誠一

2009年度の青森県経済を振り返ると、2008年秋のリーマンショックに端を発した世界的な金融危機により世界経済、日本経済が大きく後退した余波を受けて、昨年春にかけ一段厳しさを増した。その後、内外の在庫調整進捗や世界各国の景気・金融システム対策の効果、さらに中国を中心とする新興国の予想以上の景気回復に支えられ、生産活動が持ち直した。加えて、わが国の景気対策効果から公共工事や自動車、家電等の耐久消費財の販売が増加したため、秋口にかけ底入れし僅かながら持ち直した。もっとも、その後は、一進一退となり低水準での底這い状態が続いている。

こうした青森県経済の動きを日本経済全体と比較すると、全国が緩やかながら持ち直し傾向にある一方で、青森県は引き続き厳しい状況が続いている。この背景としては、足許の景気持ち直しの主役は、在庫調整をいち早く進捗させ、中国を中心とする新興国の需要を取り込んでいる製造業であるが、青森県の産業構造はこの製造業のウエイトが小さいことが挙げられる。そのため、製造業の生産活動の持ち直しが当地の雇用情勢の回復に繋がり難い状況が続いている。

さらに、当地の雇用情勢を厳しくしている要因の一つに、青森県からの人口動態が急激に変化していることも指摘できる。青森県の転出者数と転入者数の差を示す転出超過数は急速に減少している。これは、リーマンショック以降、輸出産業を中心とした製造業の大幅減産により、全国的に雇用情勢が大きく悪化したため、青森県から輸出産業の集積地への労働者の移動が大きく鈍った、ないし失業者が青森県に戻ってきていることを意味している。こうした動きが、当地における失業者数、求職者数を押し上げている可能性がある。事実、今年春の青森県における新卒者の就職内定率は極めて低水準に止まっている。

このため、青森県において足許の雇用情勢が厳しさを増しており、夏や冬のボーナスの大幅減少も加わり、雇用者所得は弱含み傾向にある。これは、エコカー減税・補助金、家電エコポイントといった政策効果から増加している耐久消費財販売とは対照的に、百貨店、スーパー等での食品、衣料品等の日用品販売が足許弱さを増していることに現れている。このように青森県経済は、最悪期を脱したが、引き続き厳しい状況が続いている。

しかし、前述した青森県からの人口流出ペースが急速に鈍化していることは、80年代以降若者を中心に人口流出が続く経済規模が縮小してきた青森県経済にとって、労働力と生活力の源泉である若者人口の確保という面で、中長期的にはプラスであるはずだ。従って、こうした当地に留まる若者層に対して雇用の場を確保していくことが、最重要課題である。そのためにも、一昨年策定された「青森県基本計画未来への挑戦」に掲げた産業・雇用の施策の実行を加速させる必要がある。ここで掲げられた施策は、①他の地域に比べ優位性のある地域資源を最大限活用して、「食」産業、エネルギー産業、観光産業を中心に産業基盤を強化すること（地域資源を活用した産業基盤の強化）、②こうした産業が生み出す商品、サービスを県外、海外に売り込み、外貨を獲得すること（取引広域化による外貨獲得の強化）、③青森県内の経済ネットワークを太くして獲得した外貨を循環させ広く企業、家計の所得増に繋げていく（域内の経済循環の拡充）ということ、に整理できる。この基本計画にそって青森県の産業基盤の強化を急ぎ若者層への雇用確保を図ることができれば、継続的な人口流出により域内経済が縮小し、さらに人口が流出するという悪循環を断ち切れる可能性がある。

また、青森県が基盤強化を目指す「食」産業、「エネルギー」産業は、大きな景気変動の影響を受け難く、新興国経済を中心とする世界経済の成長が続けば、世界的な需要拡大が十分見込める分野である。さらに、今年12月には、全国の他の地域にはみられない新幹線青森延伸という産業基盤の強化を加速できる新たな起爆剤も加わる。新幹線青森延伸にはストロー効果といったマイナス面もある。このマイナス効果を打ち消してプラス効果に繋げていくためには、「効果を享受する」といった受身の姿勢ではなく、自らが「効果を創出していく」という能動的な心構えと積極的な行動が不可欠である。2010年度を、青森県経済にとって将来に繋げる大転換の年としたい。

第2節 主なる経済分野の動向

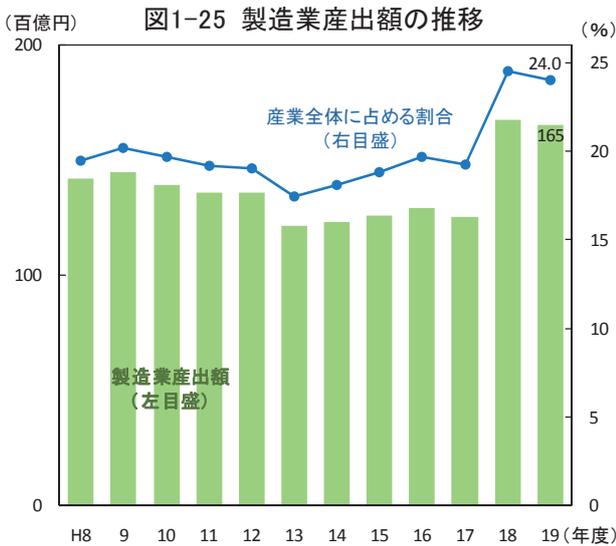
1 生産の動向

(1) 製造業の動向

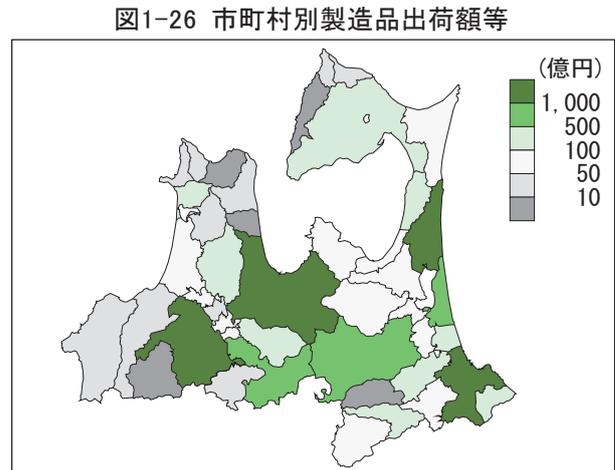
本県における製造業産出額の推移を県民経済計算でみると、平成17年度まで減少傾向にありましたが、平成18年度に非鉄金属の産出額が増えたこと等から大きく増額し、平成19年度は全産業の24%を占める1兆6,500億円となっています。(図1-25)

また、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、青森市の順となり、これら4市村が1,000億円を上回っていますが、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1-26)

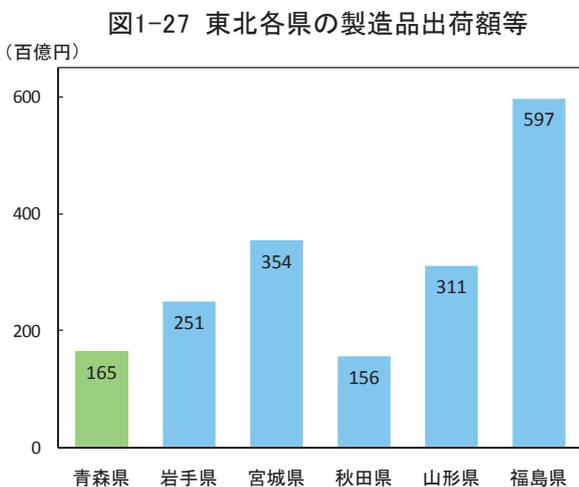
一方、製造品出荷額等を他県と比較してみると、本県は全国では第41位、東北では第5位にあり、製造業の集積が相対的に進んでいないことがうかがわれます。(図1-27、1-28)



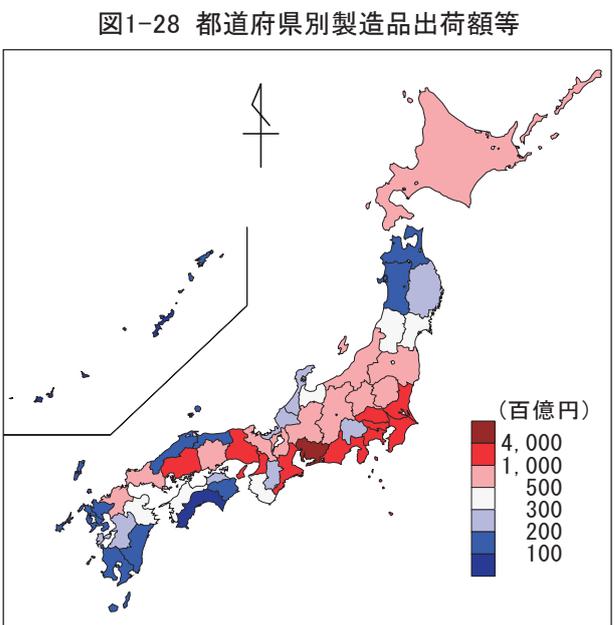
資料) 県統計分析課「平成19年度県民経済計算」



資料) 県統計分析課「平成20年青森県の工業」速報値



資料) 経済産業省「平成20年工業統計表」速報値



資料) 経済産業省「平成20年工業統計表」速報値

① 工業統計

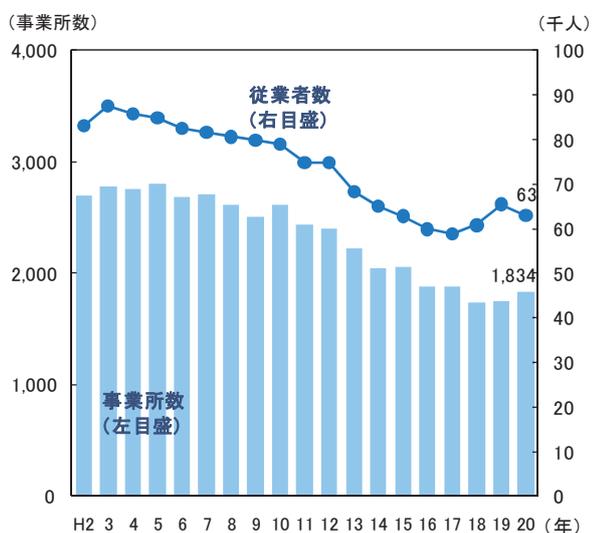
1) 事業所数

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1-29)

経済産業省の平成20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、東北で最下位と低位にあります。

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、下位10県と比較すると、沖縄県の1.0に次いで本県が1.3と低い水準にあります。(図1-30)

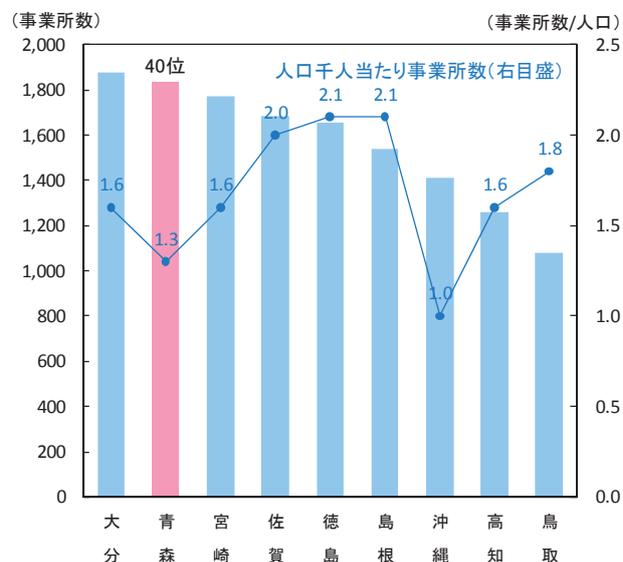
図1-29 製造業の事業所数と従業者数の推移



※ 平成14年以降には新聞・出版業を除く。

資料) 県統計分析課「青森県の工業」

図1-30 事業所数が少ない県(下位10県)



資料) 経済産業省「平成20年工業統計表」速報値
総務省「平成20年10月1日現在推計人口」

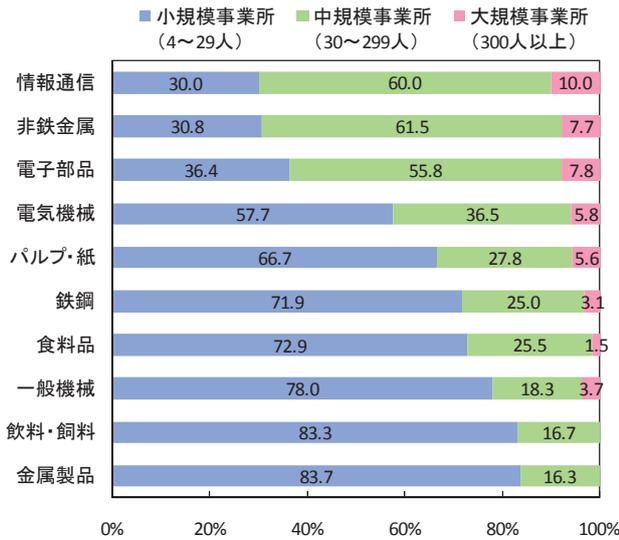
2) 事業所規模

事業所規模について、業種毎に比較すると、情報通信、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、金属製品、飲料・飼料、一般機械では4~29人の事業所の割合が80%程度となり、業種によって大きな違いがみられます。(図1-31)

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。

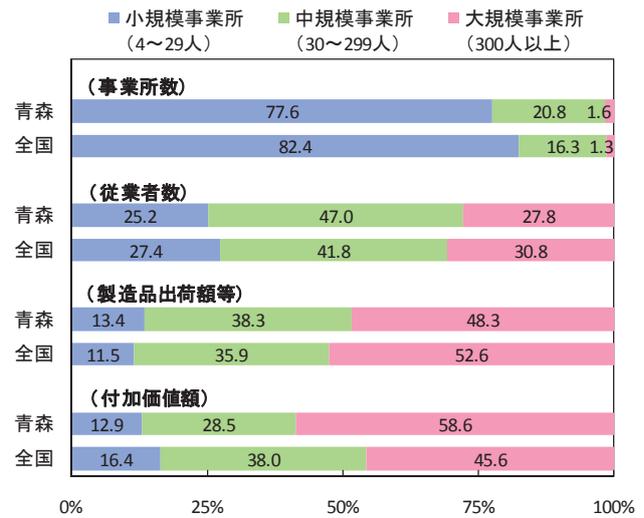
また、全国と本県の比較では、事業所数、従業者数、製造品出荷額等、付加価値額のいずれもその構成に大きな開きはみられません。(図1-32)

図1-31 主要業種の事業所規模の比較(青森県)



資料) 県統計分析課「平成19年青森県の工業」

図1-32 全国との事業所規模の比較



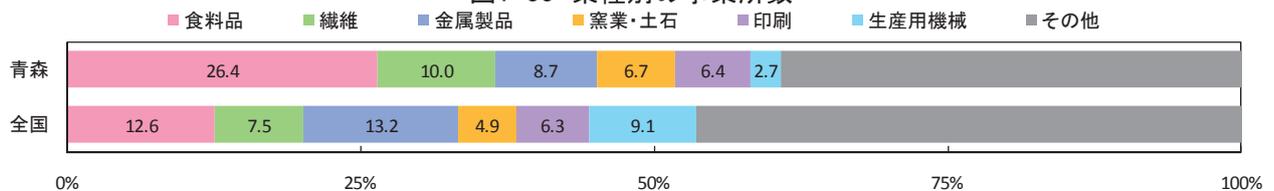
資料) 経済産業省「平成20年工業統計表」速報値、
県統計分析課「平成20年青森県の工業」速報値

3) 業種構成

次に、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本県では食品の26.4%、全国では金属製品の13.2%であり、本県では食品の割合が全国と比べても大きくなっています。(図1-33)

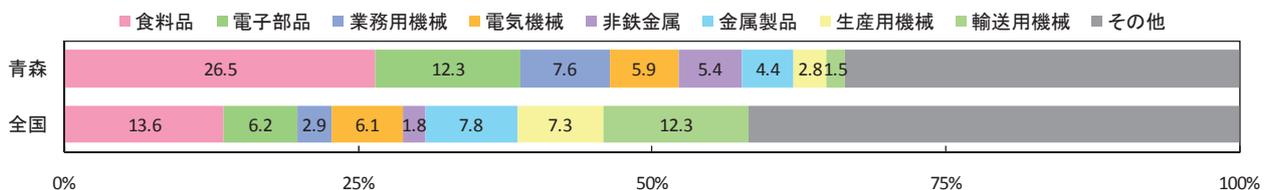
また、従業員数については、本県では食品の26.5%と、電子部品の12.3%が比較的高い割合となっているのに対して、全国では食品の13.6%に次いで輸送用機械が12.3%と高い割合を占めています。(図1-34)

図1-33 業種別の事業所数



資料) 経済産業省「平成20年工業統計表」速報値、県統計分析課「平成20年青森県の工業」速報値

図1-34 業種別の従業員数



資料) 経済産業省「平成20年工業統計表」速報値、県統計分析課「平成20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19.9%と最も高く、次いで食品、鉄鋼の順となっています。全国では輸送用機械の割合が19.1%と最も高く、次いで化学、食品の順となっており、全国と本県の業種構成に大きな違いがみられます。(図1-35)

また、業種別の付加価値額については、本県では、製造品出荷額とほぼ同様に、非鉄金属が36.4%と最も高く、次いで食料品、鉄鋼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他業種に比べて多くなっています。(図1-36)

図1-35 業種別の製造品出荷額等

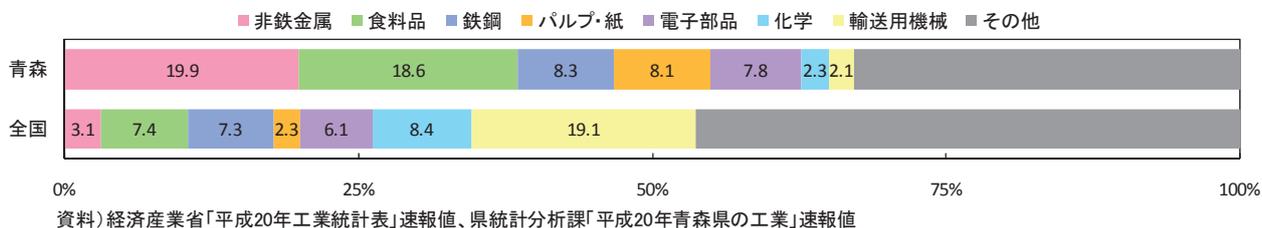
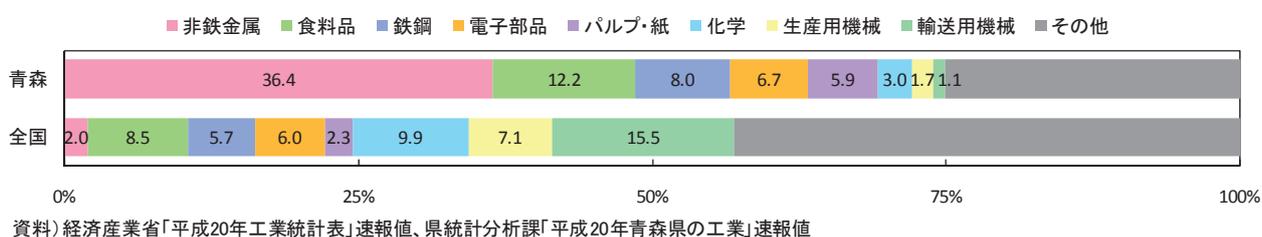


図1-36 業種別の付加価値額



4) 労働生産性

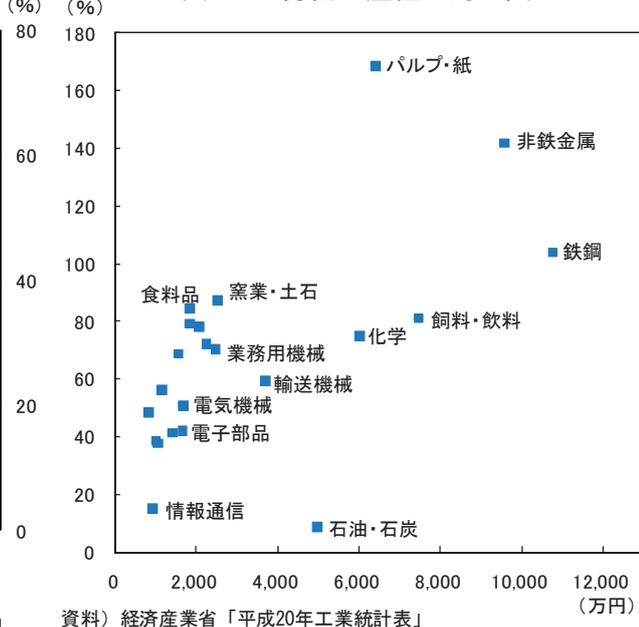
本県の労働生産性（従業者一人当たりの製造品出荷額等）は、全国に比べると60%程度の水準ですが、長期的には上昇する傾向にあります。(図1-37)

業種別では、労働生産性が全国の100%以下の業種が多く、特に、主要な業種では情報通信と電子部品が全国の50%を下回っていますが、鉄鋼、非鉄金属、パルプ・紙は、全国を上回る水準にあります。(図1-38)

図1-37 労働生産性の推移(製造業計)



図1-38 労働生産性の対全国比



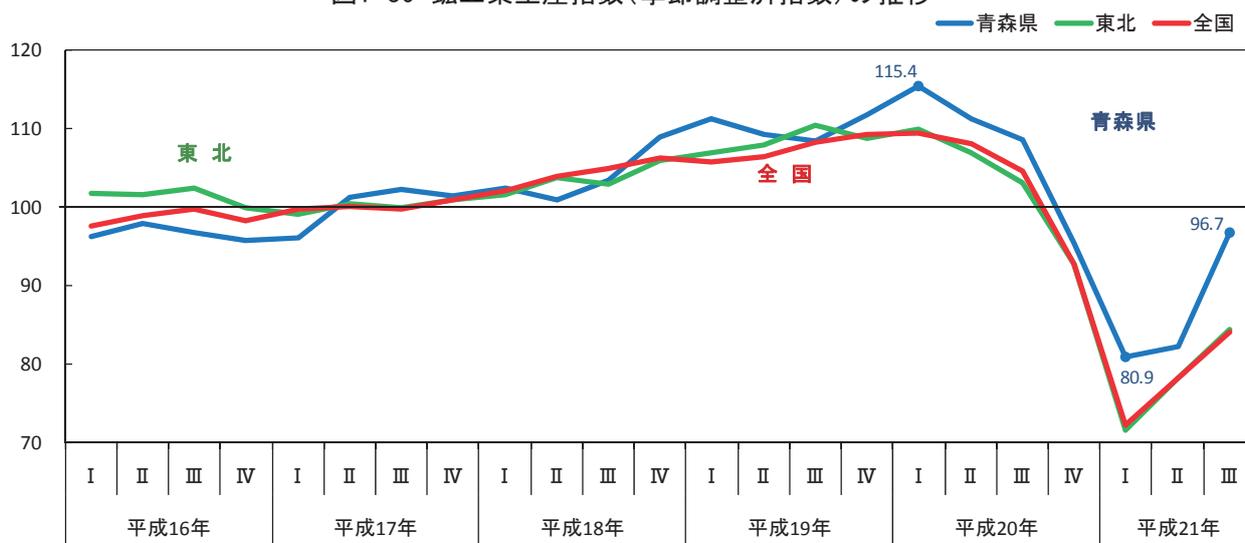
② 鉱工業生産指数等

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年第1四半期には80.9まで減少しました。

その後、平成21年第2四半期からは持ち直しの動きがみられ、平成21年第3四半期には96.7まで回復しています。（図1-39）

図1-39 鉱工業生産指数（季節調整済指数）の推移

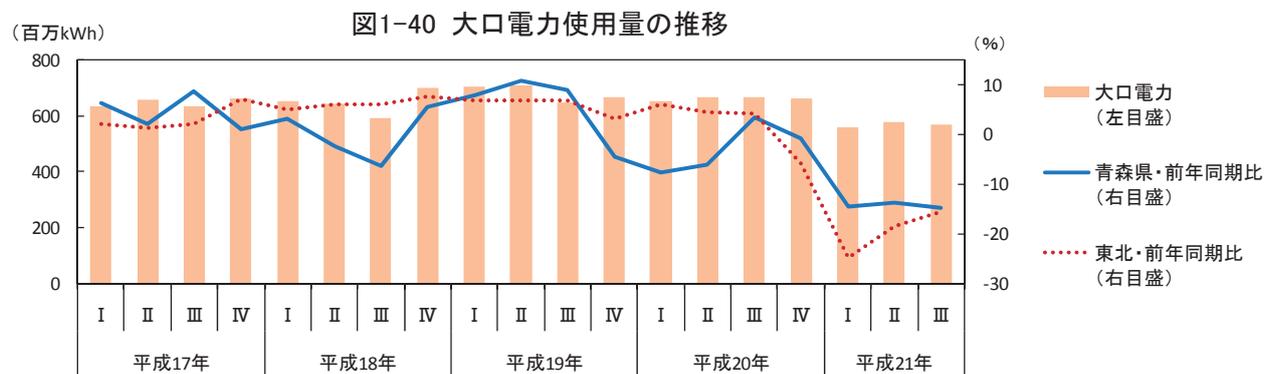


※ 季節調整済指数、平成21年は速報値
資料) 県統計分析課「青森県鉱業生産指数」

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、東北電力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。

大口電気使用量の対前年比をみると、本県では景気の急速な悪化に伴って、平成20年第4四半期から落ち込んでいますが、減少幅は東北に比べるとやや小さくなっています。（図1-40）



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）

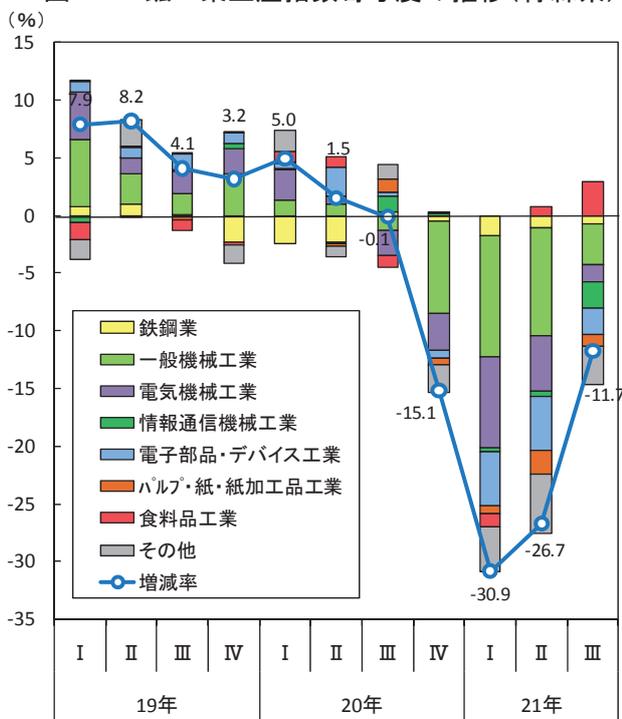
今回の景気後退局面で、全国や東北に比べると本県の鋳工業生産指数や大口電力使用量は、減少幅が小さい傾向がみられますが、その理由の一端が鋳工業生産指数（原指数）の業種別寄与度からうかがわれます。

寄与度の推移をみると、本県では平成20年第4四半期以降、一般機械工業、電気機械工業、電子部品・デバイス工業の3業種が大きく減少しています。（図1-41）

全国においても、これら3業種は減少していますが、それ以上に輸送機械工業が大きく減少しており、本県と全国の業種構成の違いが反映されたものと考えられます。（図1-42）

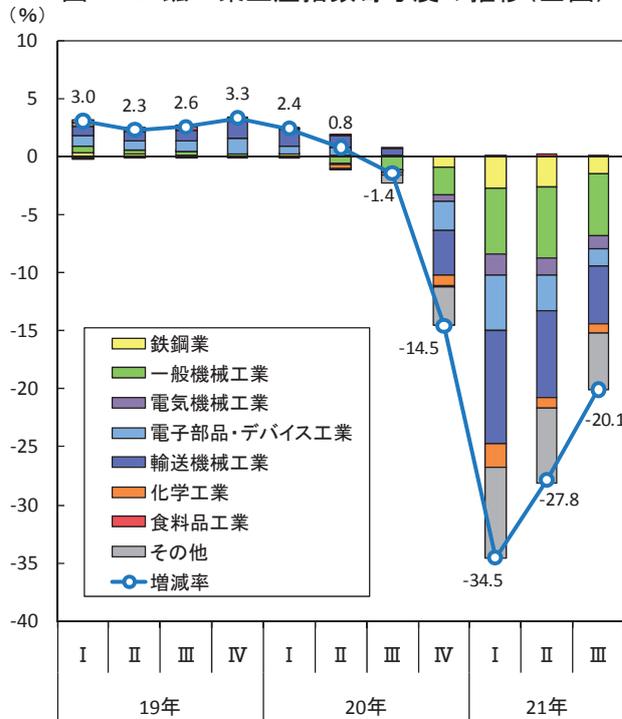
さらに、本県では平成21年第2四半期から第3四半期にかけて食料品工業がプラスに寄与し、鋳工業生産指数を押し上げていることが特徴的な動きとなっています。

図1-41 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21年は速報値
資料) 県統計分析課「青森県鋳工業生産指数」

図1-42 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

県民経済計算によると、本県における平成19年度の農林水産業の産出額は、前年度を34億円上回る3,761億円となり、産業全体に対する割合は5.5%となりました。このうち、大半を占める農業産出額について、農林水産統計で最新のデータをみると、平成20年は2,828億円となり、全国の都道府県別では第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1-43、1-44)

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、本県においても農家戸数は小規模層を中心に減少する傾向にあります。また、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17年における65歳以上の割合は、48.5%まで上昇しています。(図1-45、1-46)

図1-43 農林水産業産出額の推移

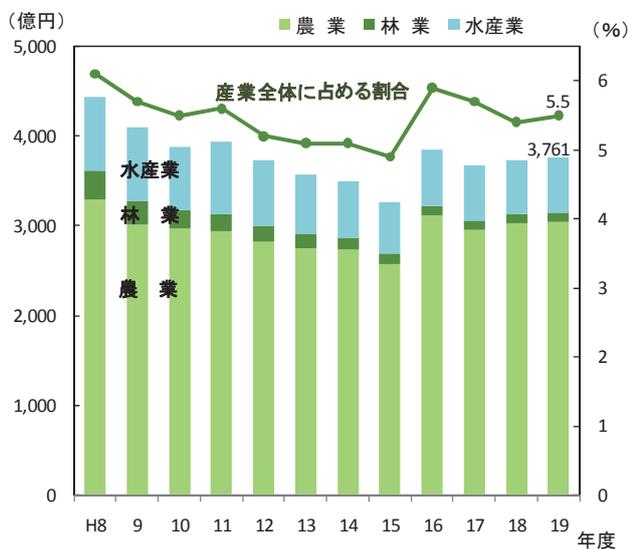


図1-44 農業産出額の構成比

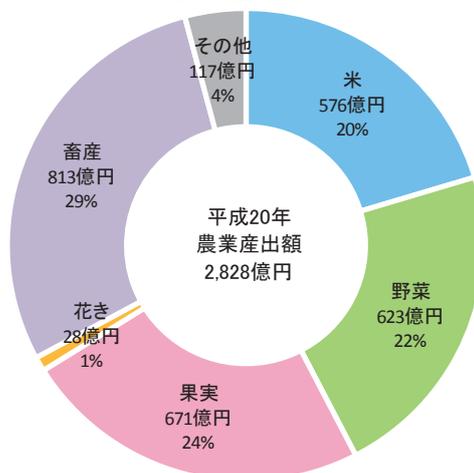


図1-45 農家戸数の推移

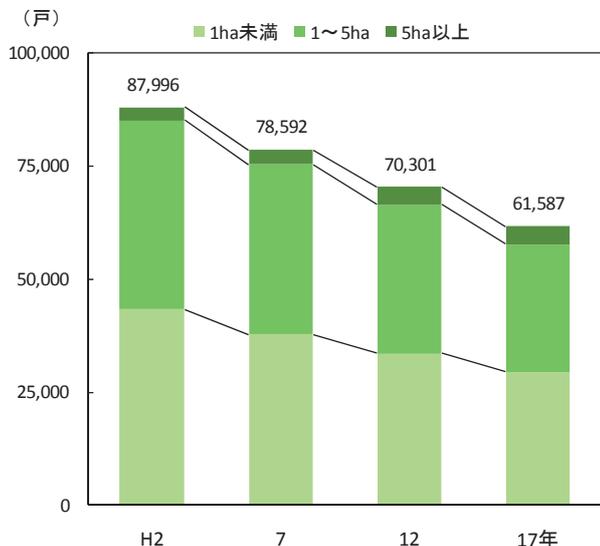
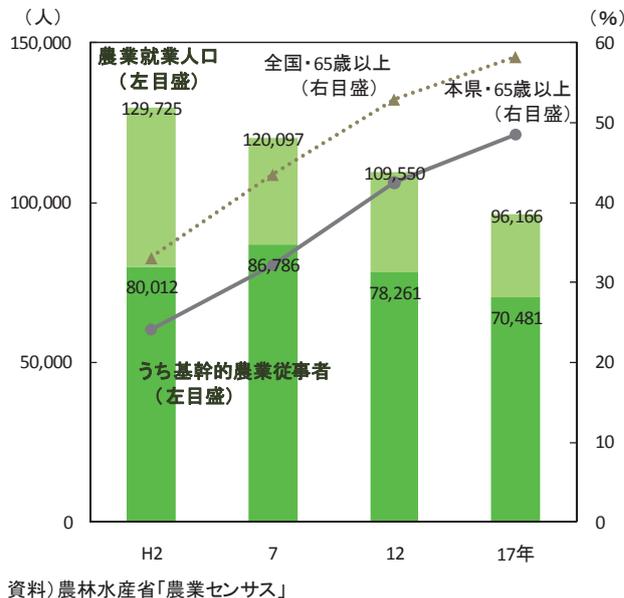


図1-46 農業就業人口(販売農家)の推移



① 生産動向

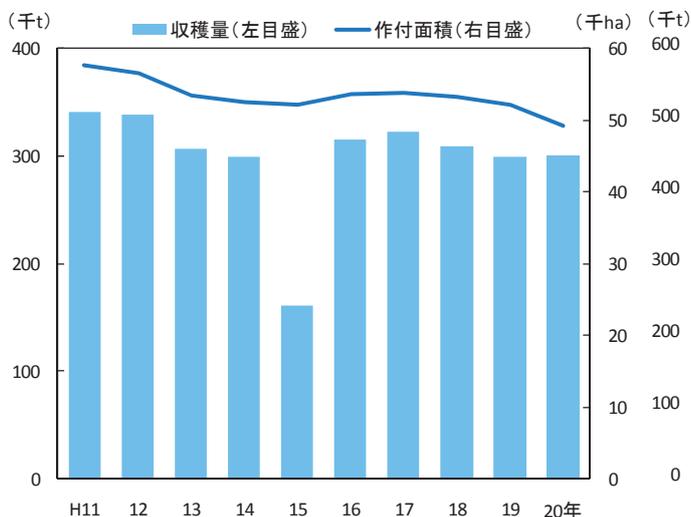
1) 農作物

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とした生産調整の強化により、収穫量、作付面積ともに減少傾向にあります。(図1-47)

また、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が、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、収穫量は増加しています。(図1-48)

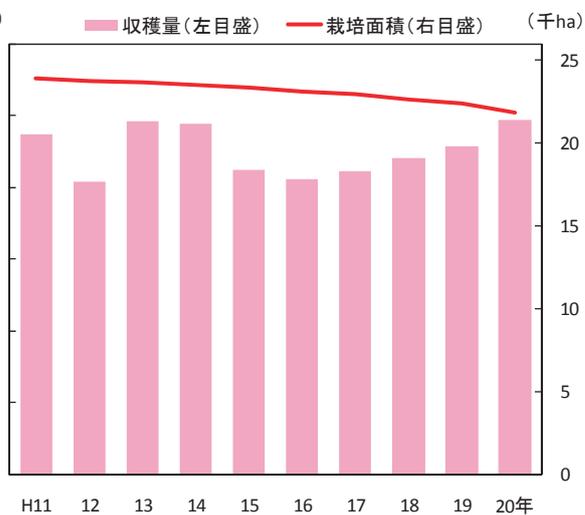
一方、ながいも、にんにく、ごぼうなど、出荷量の全国ベスト10に多くの品目がランクする野菜については、作付面積、収穫量ともにほぼ横ばいで推移し、花きについては、生産数量、作付面積ともに減少する傾向にあります。(図1-49、1-50)

図1-47 水稻の収穫量・作付面積の推移



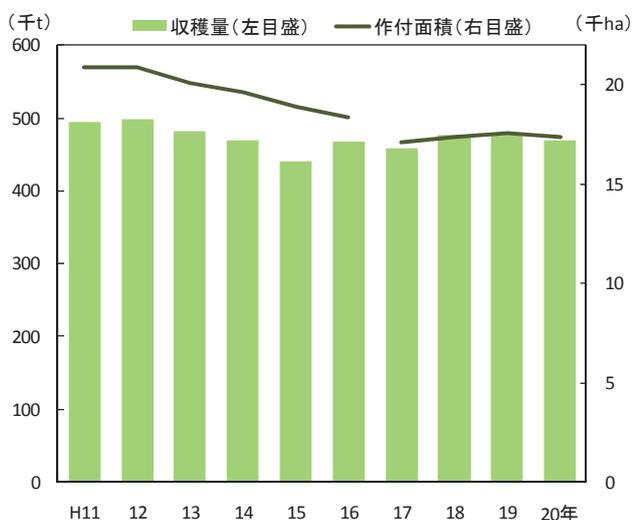
資料) 農林水産省「農作物統計」

図1-48 りんごの収穫量・栽培面積の推移



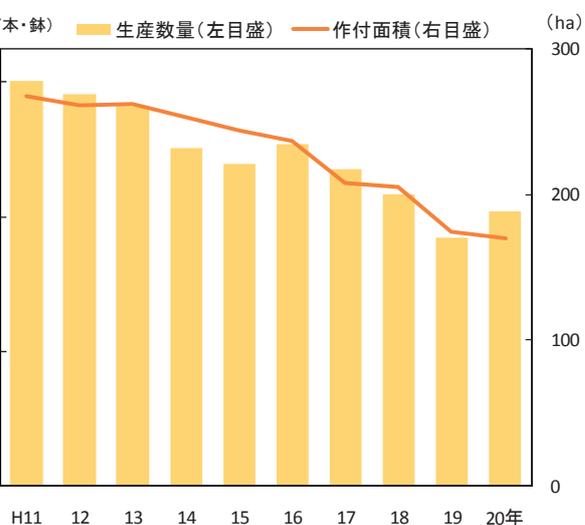
資料) 収穫量は農林水産省「園芸作物統計」、栽培面積は県りんご果樹課調べ

図1-49 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」

図1-50 花きの生産数量・作付面積の推移



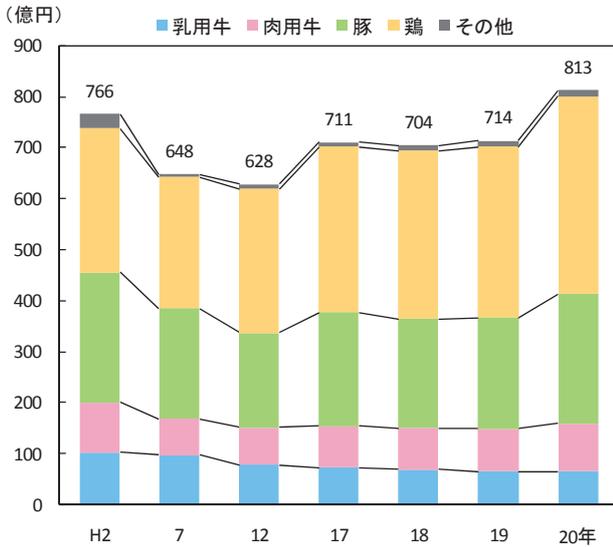
資料) 県農産園芸課「花き産地生産出荷等調査」

2) 畜産

平成20年の畜産産出額は813億円で、畜種別では鶏388億円、豚254億円、肉用牛93億円、乳用牛66億円となっています。(図1-51)

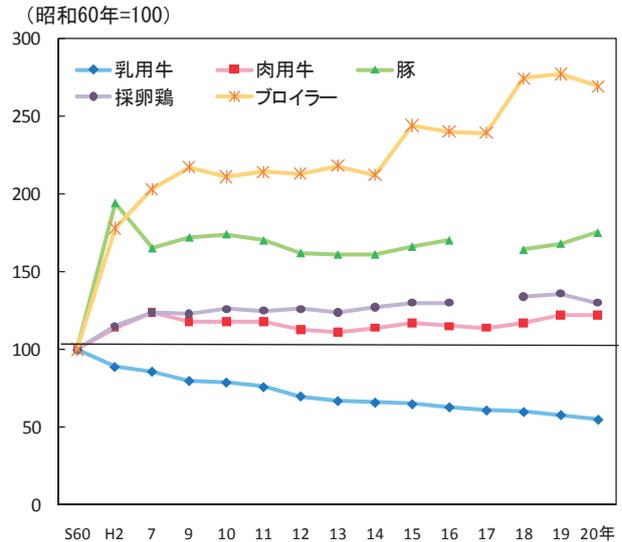
また、家畜の頭羽数を昭和60年との対比で見るとブロイラーの伸びが大きく、豚、採卵鶏、肉用牛も増加傾向で推移しています。(図1-52)

図1-51 畜産産出額の推移



資料)農林水産省「農林水産統計」

図1-52 家畜飼養頭羽数の推移



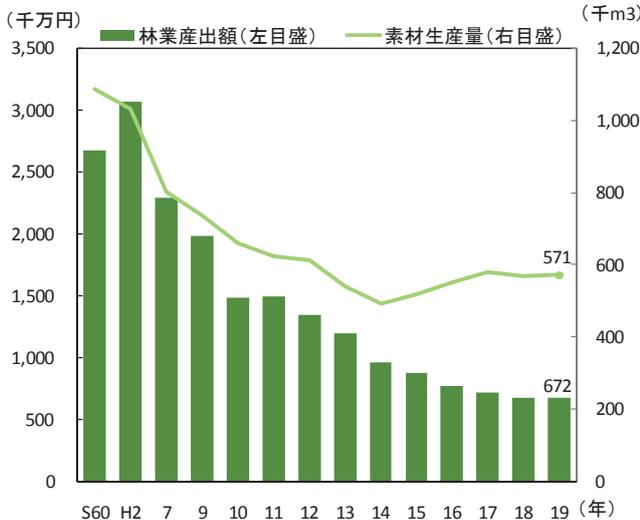
資料)農林水産省「畜産統計」

3) 林業

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。(図1-53)

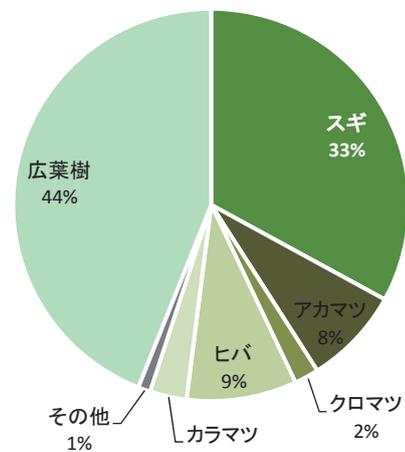
また、樹種別面積比率をみると、本県ではスギが33%と高い割合を占めており、次いでヒバが9%、アカマツが8%となっています。(図1-54)

図1-53 林業産出額等の推移



資料)農林水産省「林業産出額」

図1-54 樹種別面積比率

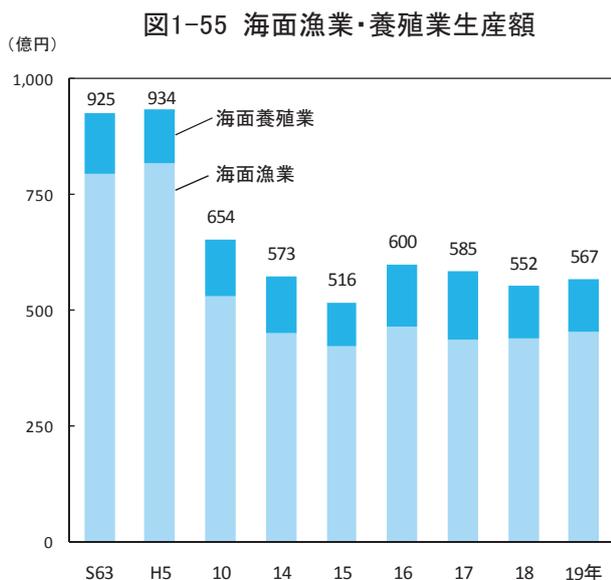


※官行造林を除く、平成21年4月現在
資料)青森県森林資源統計書

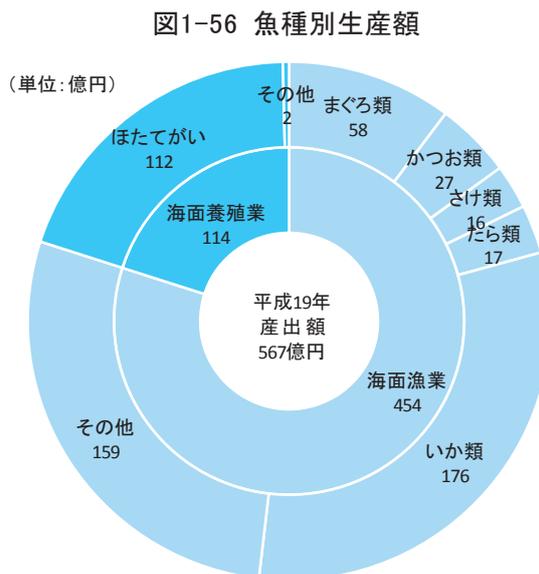
4) 水産業

本県の漁業は生産額、生産量とも長期的には減少傾向にありますが、近年はほぼ横ばいで推移しています。魚種別の生産額をみると、海面漁業では、いか類が176億円と大きい割合を占めており、次いで、まぐろ類が58億円、かつお類が27億円の順となっており、海面養殖業では、ほたてがいが112億円と98%を占めています。(図1-55、1-56、1-57)

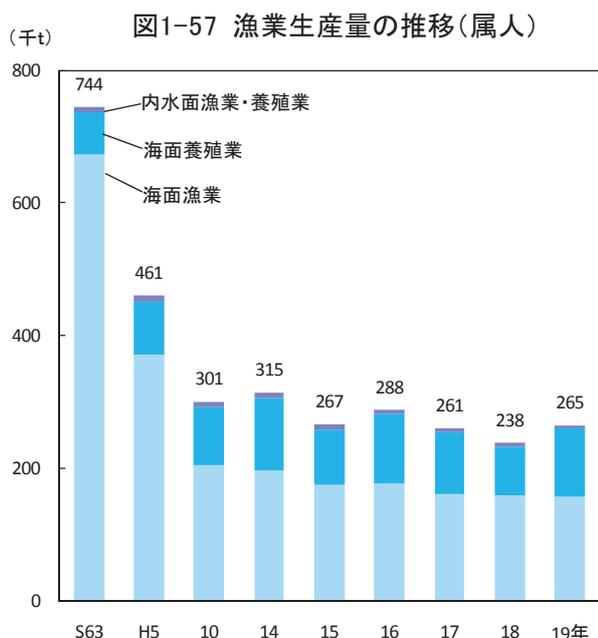
一方、漁業経営体は、個人経営体を中心に減少傾向が続いており、平成20年は5,146経営体、漁業就業者数は11,469人となっています。(図1-58)



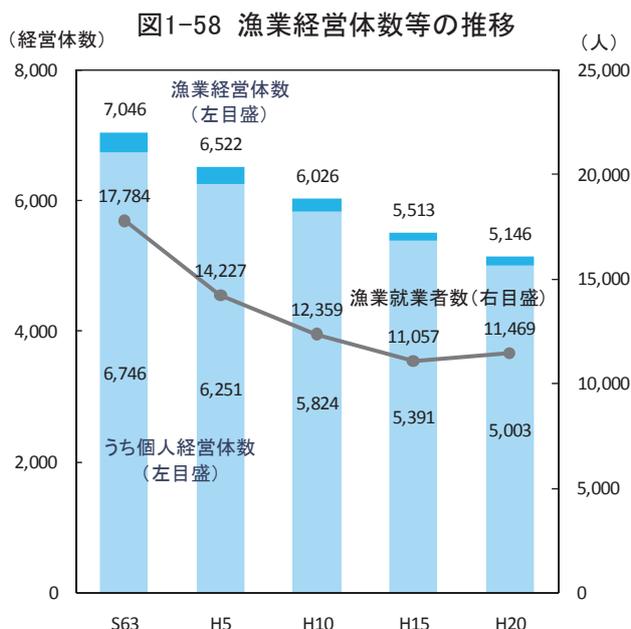
資料) 農林水産省「農林水産統計年報」



資料) 農林水産省「農林水産統計年報」



資料) 農林水産省「農林水産統計年報」



資料) 農林水産省「漁業センサス」

② 主要品目の販売動向

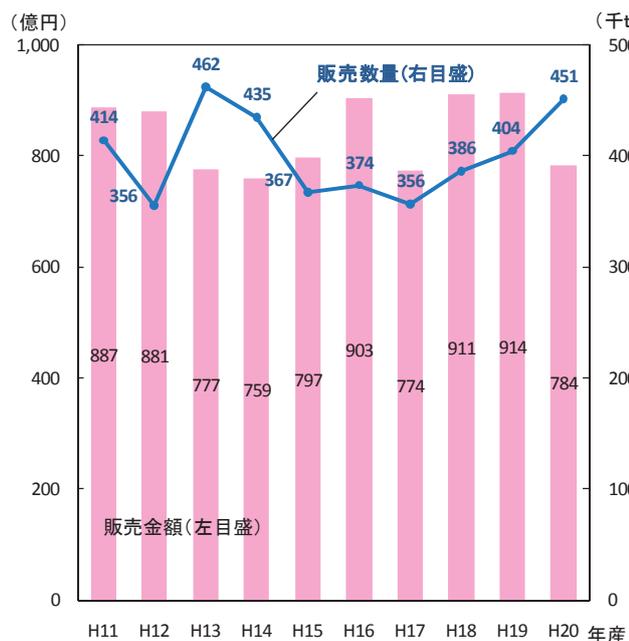
1) りんご

平成20年産りんごの販売額（加工仕向含む）は、前年対比86%の784億円、販売数量は、前年対比112%の451千トンとなりました。また、生食用りんごの価格は、消費地市場の平均価格が前年対比83%の234円/kg、産地価格が前年対比74%の136円/kgとなりました。

このように平成20年産りんごの価格が低迷した背景としては、景気後退に伴い消費が減退する中で、果物全体が豊作基調であったことや、霜・ひょう害等の影響で下位等級品が多かったことなどがあげられます。（図1-59、1-60）

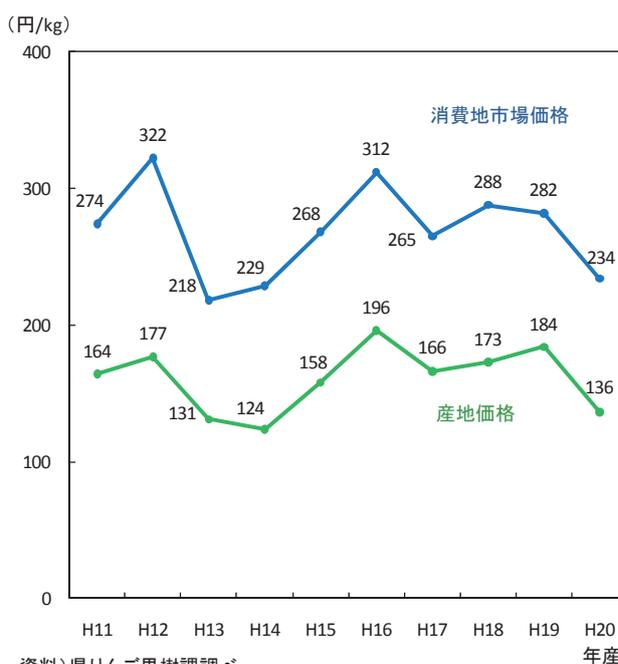
また、平成21年産りんごの販売については、景気回復の足取りが重い中で、果物全般に消費低迷が続いていることに加え、天候の影響で収穫が早まり9月に出荷が集中したことなどから、低調なスタートとなりましたが、11月に入ると本県産りんごの品質が良好で贈答需要の引き合いが強かったことなどから価格が上向き、9月～12月の累計では、消費地市場価格が前年対比99%の215円/kg、産地価格が前年対比101%の144円/kgとなっています。（図1-61）

図1-59 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1-60 本県産りんごの価格推移

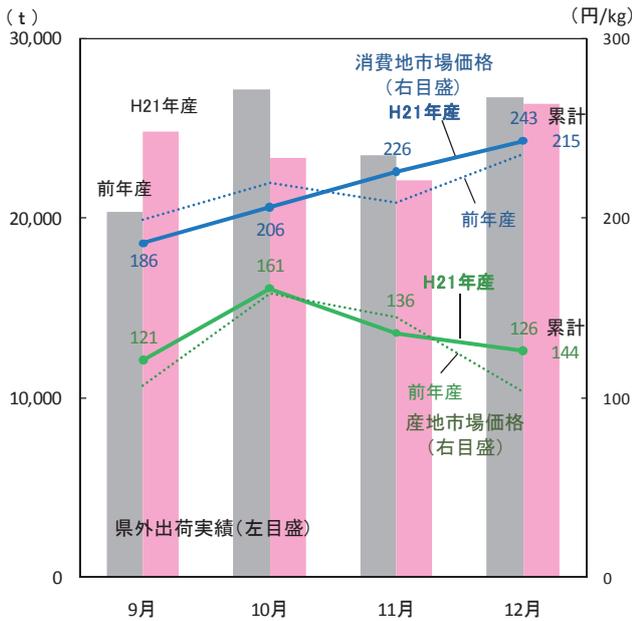


資料) 県りんご果樹課調べ

国産りんごの輸出については、平成14年にWTOに加盟した台湾向けを中心に増加する傾向にあり、このうち9割程度を本県産が占めるとみられています。

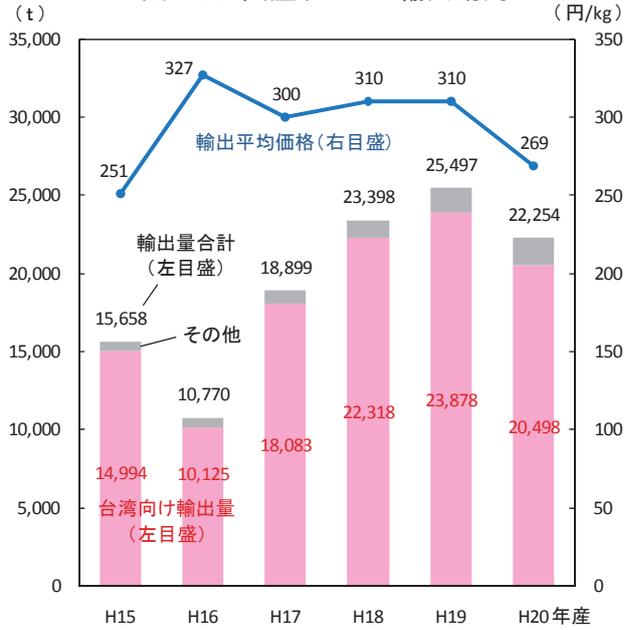
財務省の貿易統計表をみると、平成20年産のりんごの輸出数量は、前年対比87%の22,254トンと4年ぶりに前年を下回る結果となりました。これは、平成20年12月から平成21年2月までの台湾への輸出が前年対比で40%減少した影響が大きく、ちょうど旧正月に向けて需要が高まる時期に、世界経済が急速に後退したことに加え、円高基調の中でアメリカ産や韓国産との価格競争に苦戦を強いられたためと考えられます。（図1-62）

図1-61 平成21年産りんごの販売状況(本県)



資料) 県りんご果樹課調べ

図1-62 国産りんごの輸出動向



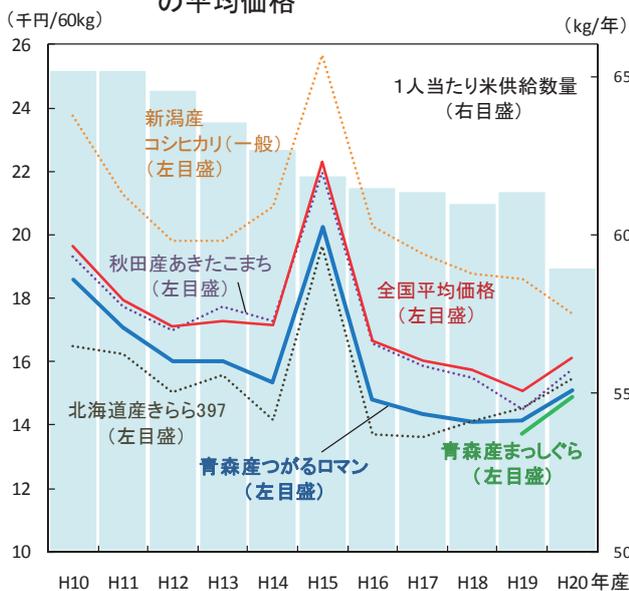
※価格はFOB価格(本船甲板渡価格)、各年産は当該年9月～翌年8月まで
資料) 財務省「貿易統計表」

2) 米

全国米穀取引・価格形成センターにおける20年産米の価格は、「つがるロマン」が15,092円/60kg、「まっしぐら」が14,902円/60kgで、ともに前年産の価格を上回りました。

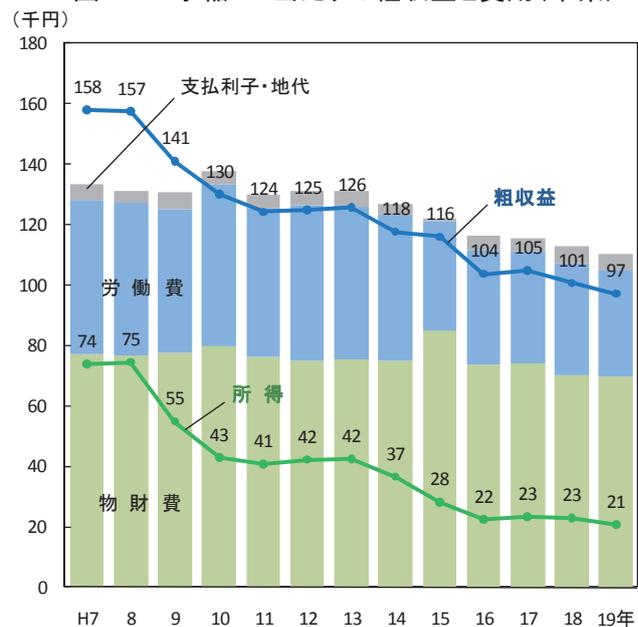
その理由としては、世界的に小麦等の穀物価格が上昇したこと等によって、比較的、価格が安定している米が見直され、国内消費量が平成19年にやや回復したことや、景気が失速する中で値頃感のある県産米の需要が高まったことによるものと考えられます。(図1-63)

図1-63 (財)全国米穀取引・価格形成センターの平均価格



※ 包装代、消費税等を含めた価格、H15は冷害年
資料) (財)全国米穀取引・価格形成センター入札結果、
農林水産省「食料需給表」

図1-64 水稲10a当たりの粗収益と費用(本県)



※ 所得=粗収益-労働費-物財費-支払利子・地代+家族労働費
資料) 農林水産省「生産費統計」

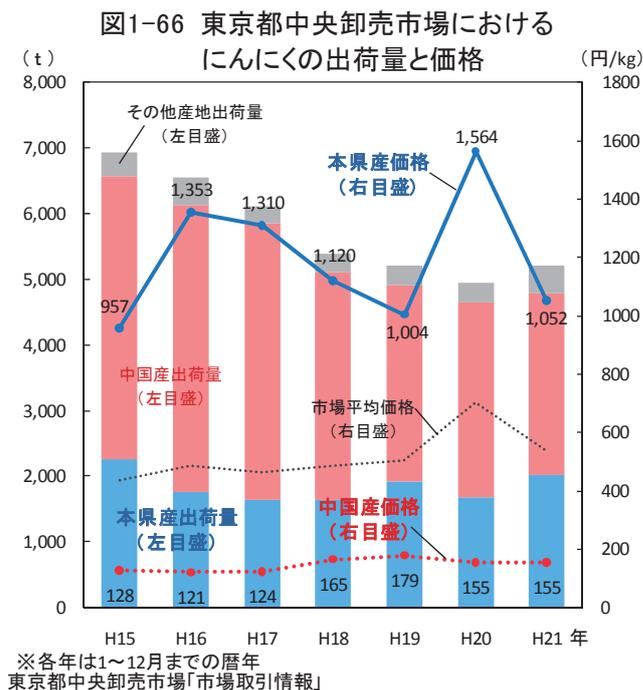
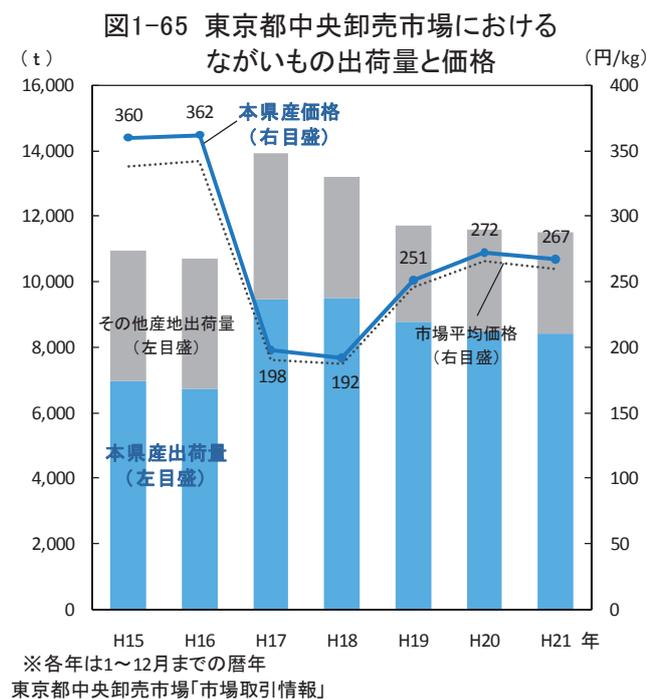
一方、平成20年産の米価はやや持ち直しましたが、平成19年産までの下落によって、稲作経営は極めて厳しい環境となっています（注：平成15年産の米価高騰は冷害による収量減のため）。

農林水産省の生産費統計から粗収益の推移をみると、平成16年以降は減少ペースがやや鈍化しているものの、平成9年から平成19年までの10年間で31%の減少となっています。これに対して同じ10年間で費用は、労働費が25%、物財費が10%減少するなど、経営の効率化が進展する動きもみられますが、平成19年の所得は10アール当たり21千円と、10年前との比較で62%減少しています。（図1-64）

3) 主要野菜

東京都中央卸売市場における「ながいも」の出荷量をみると、平成21年の本県産は8,397トンで、シェアは73%となっています。また、価格については、前年対比98%の267円/kgで、ほぼ前年並となりました。

近年の価格推移をたどると、平成17年、平成18年と200円を割り込む安値となっていますが、これは2年続いた全国的な豊作の影響で需給バランスが崩れたためと考えられます。平成19年以降の価格については、関係者一丸となった産地強化の取組などにより回復基調にあります。（図1-65）



同市場における「にんにく」については、本県産と中国産の出荷量が多く、平成21年のシェアは本県産が39%、中国産53%となっています。また、平成21年の価格は、中国産の155円/kgに対して、本県産が1,052円/kgと大きな開きがあり、消費形態の違いによるすみわけが進んでいるものとうかがわれます。

一方、平成21年の本県産の価格は、前年対比で67%と大きく落ち込んでいますが、これは平成20年が中国産冷凍ギョウザ問題をきっかけに、本県産の価格が1,564円/kgと近年に例をみない高値となったことの反動によるものです。（図1-66）

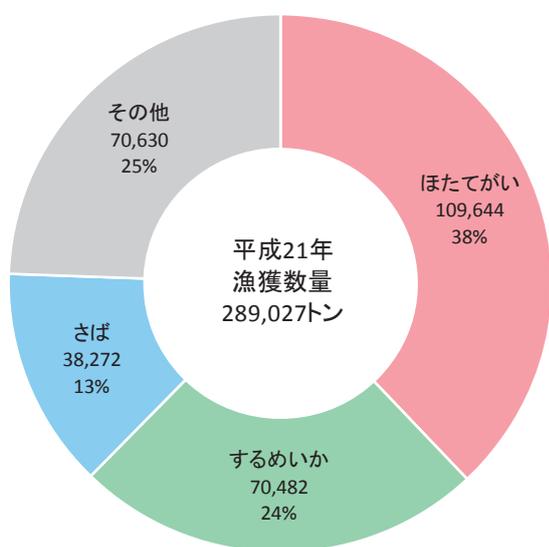
4) 主要水産物

平成21年青森県海面漁業に関する調査結果(速報値)によると、平成21年の本県の漁獲数量は、前年対比111%の289,027トン、漁獲金額は、前年対比96%の512億円となりました。

漁獲数量の構成比は、「ほたてがい」が最も多い38%、次いで「するめいか」が24%、「さば」が13%と、3魚種で全体の75%を占めています。(図1-67)

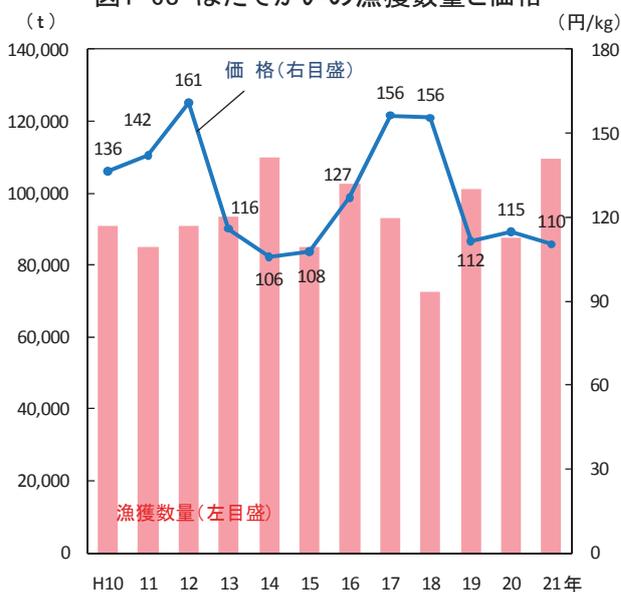
これら主要魚種の漁獲数量と価格をみると、「ほたてがい」は、漁獲数量が前年対比125%の109,644トン、価格が前年対比96%の110円/kgとなりました。また、「するめいか」は、漁獲数量が前年対比130%の70,482トン、価格が前年対比92%の187円/kg、「さば」は、漁獲数量が前年対比89%の38,272トン、価格が前年対比80%の65円/kgとなりました。(図1-68、1-69、1-70)

図1-67 平成21年漁獲数量内訳



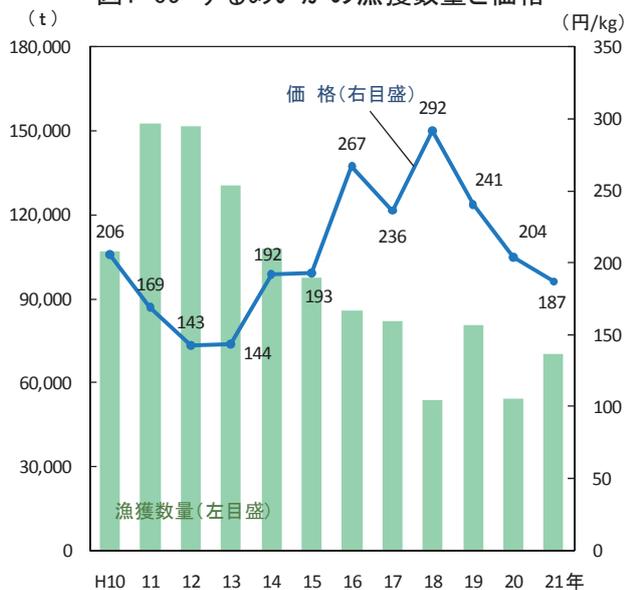
※期間:平成21年1月～12月、速報値
資料) 県水産振興課「平成21年青森県海面漁業に関する調査結果」

図1-68 ほたてがいの漁獲数量と価格



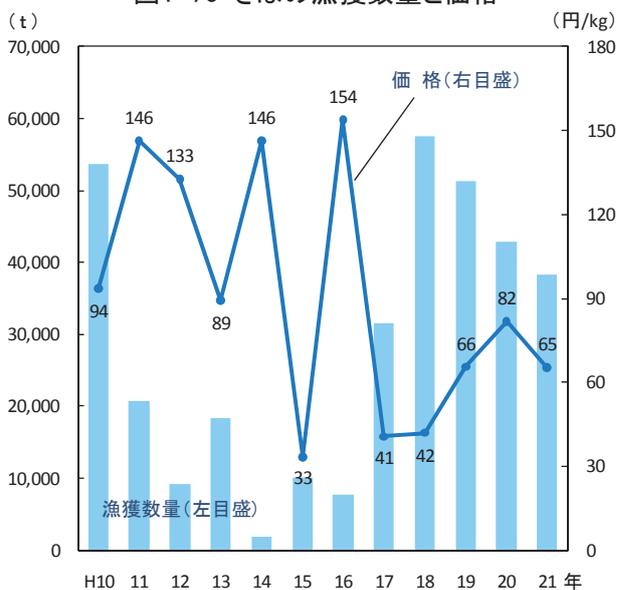
※各年は1～12月の暦年、速報値
資料) 県水産振興課「平成21年青森県海面漁業に関する調査結果」

図1-69 するめいかの漁獲数量と価格



※各年は1～12月の暦年、速報値
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1-70 さばの漁獲数量と価格



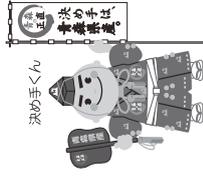
※各年は1～12月の暦年、速報値
資料) 県水産振興課「平成21年青森県海面漁業に関する調査結果」

決め手は、青森県産！

(「ピカイチデータ 数字で読む青森県2009」より)

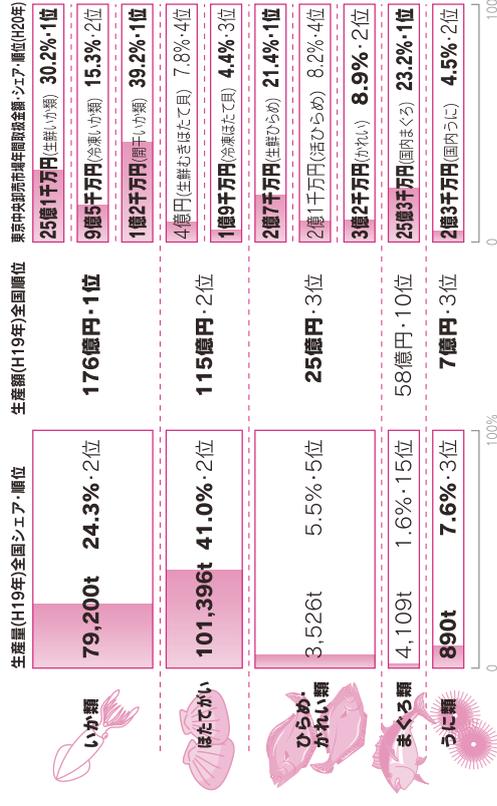
◆畜産

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(218億円)は県内農業産出総額2,858億円の7.6%を占め、りんご(733億円)、米(531億円)に次ぐベスト3!



◆魚介類

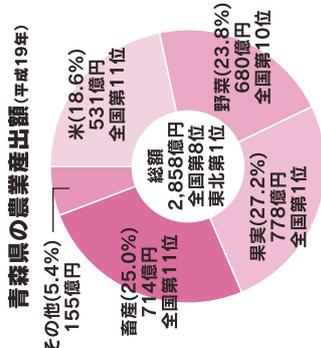
海面漁業・養殖業は**総生産量259,935tで全国第5位、総生産額567億円で全国第7位!** 生産量の多い**いか類、ほたてがいがい**はもちろん、**まぐろ類**の東京中央卸売市場年間取扱金額は**ダントツ1位!** **ひらめ・かれい類、うに類**も評価が高い!



決め手は、青森県産!



日本の食料自給率が40%と低下する中、**青森県は119%**(H19年度、カロリーベース)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!** やっばり「**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はもちろん、**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」については詳しくは前ページをご覧ください)



資料:平成19年畜産統計、平成19年農業産出額、平成19年食鳥流通統計、平成19~20年 第55次 青森県農林水産統計年報
平成19年海面漁業・養殖業生産額(農林水産省)、東京中央卸売市場統計情報HP、農林水産省照会ほか

2 雇用情勢

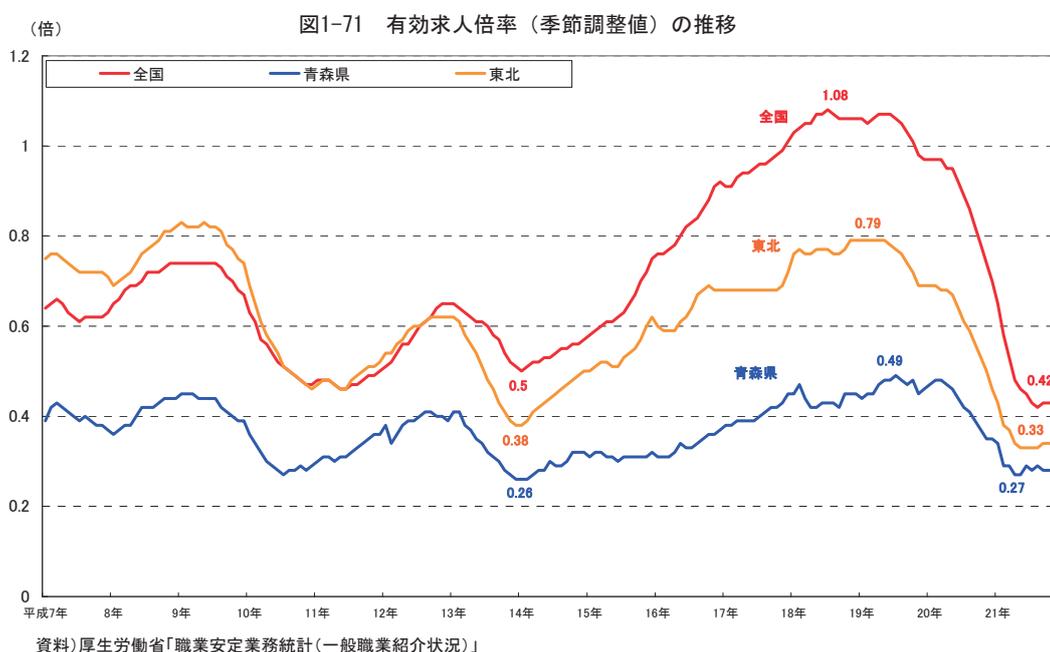
(1) 求人・求職の動向

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、平成12年半ばまでは東北の有効求人倍率が全国平均より高い水準で推移していましたが、平成14年はじめにかけて東北の有効求人倍率が全国に比べ大きく低下しました。その後の景気拡大期においても、東北の有効求人倍率の改善幅は全国に比べ小さく、その差が広がりました。

この間の本県の有効求人倍率は、平成14年のはじめに0.26倍の低い水準となり、平成14年から平成19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て弱く、ピークは0.49倍にとどまりました。その背景としては、この間の景気拡大が製造業主導によるところが大きかったものの、本県は製造業の集積が少なくその恩恵にあずかれなかったことなどがあげられます。

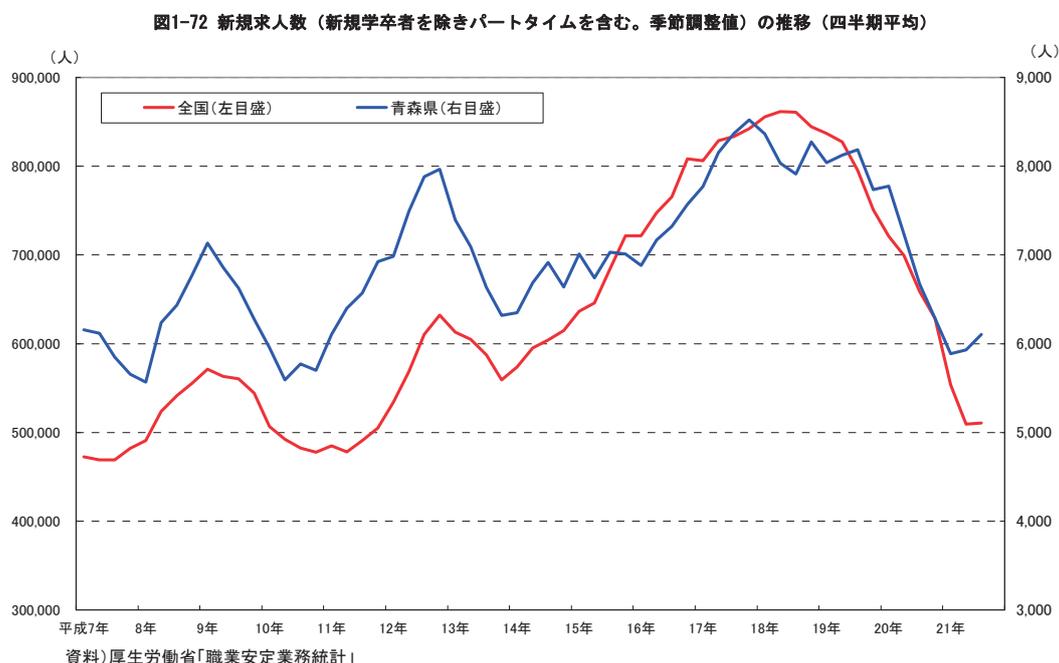
景気後退期に入った平成19年後半から急激に雇用情勢は悪化し、全国では平成21年8月に過去最低となる0.42倍を記録し、東北では平成21年5～8月に0.33倍となり平成14年1月の0.38倍を下回りました。本県は、平成21年4月には平成14年と同水準の0.27倍まで低下したところ です。(図1-71)



② 新規求人数・新規求職者の推移

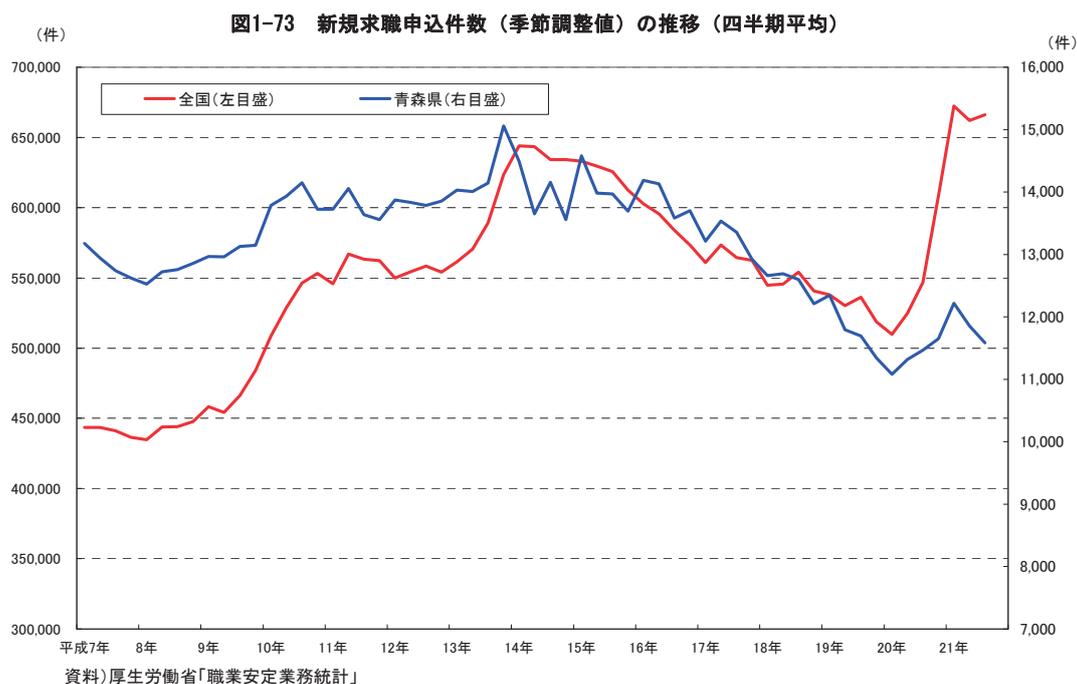
新規求人数の推移をみると、全国では景気回復局面に入った平成14年をはじめから増加し、平成18年7～9月期に平成14年当初の約1.5倍に相当する86万人のピークを迎えました。本県では全国と同じ時期から増加しているものの増加のスピードは全国に比べて緩やかで、また、全国より早い平成17年10～12月期にピークを迎えています。

景気後退期に入った平成 19 年後半からは急激に新規求人数が減少し、全国、青森県ともに平成 21 年 4～6 月期には平成 14 年当初より低い水準となりました。その後、国の緊急雇用創出事業等の効果もあり上向きの数値となっていますが、総体としては厳しい状況が続いています。(図 1-72)



一方、新規求職申込件数の推移をみると、全国、本県とも景気回復局面に入った平成 14 年をはじめから平成 20 年はじめにかけて新規求職件数が減少しました。

景気後退期に入った平成 20 年からは、全国では急激に新規求職申込件数が増加しましたが、本県においても平成 20 年後半から増加したものの全国に比べ低い水準となっています。(図 1-73)

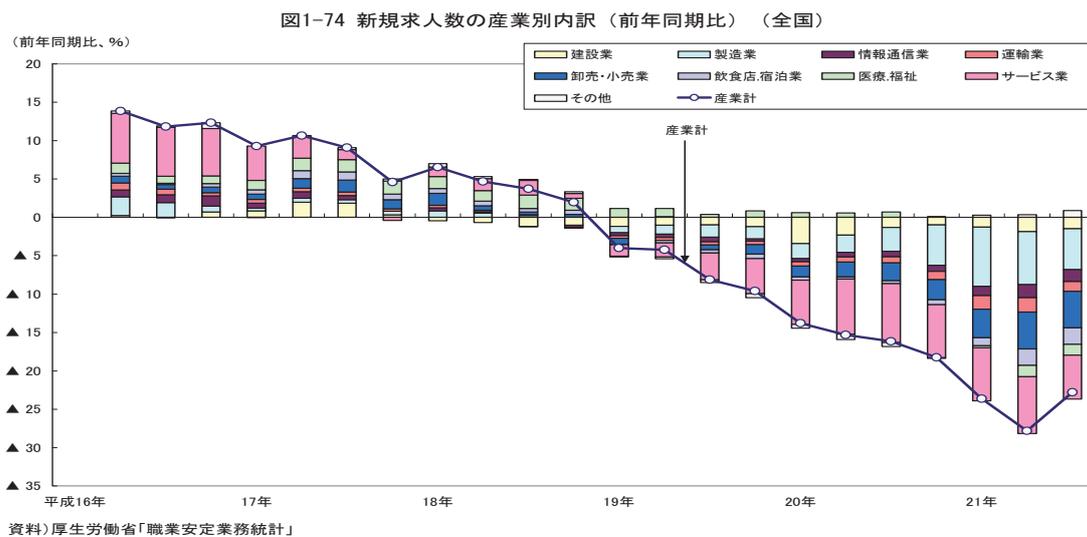


③ 新規求人数の産業別内訳の推移

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年までは増加で推移していましたが、平成19年1～3月期から減少に転じています。

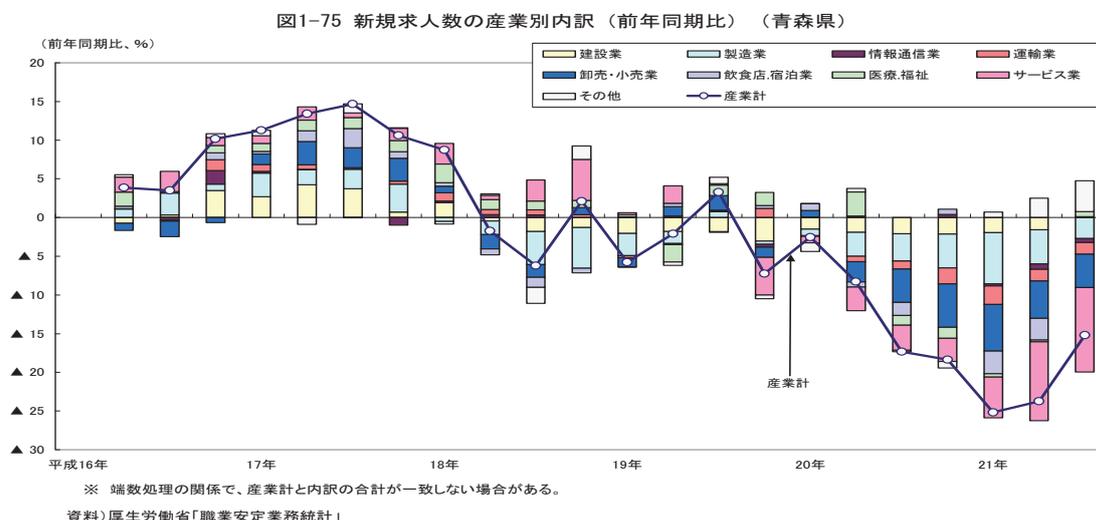
産業別内訳で見ると、新規求人数の増減の動向にサービス業の占める割合が大きくなっていますが、これはサービス業の中に労働者派遣業が含まれているためと考えられます。

また、平成20年半ばからは製造業、卸売・小売業、飲食店・宿泊業の減少率に占める割合が高くなっており、輸出関連の落ち込みによる製造業の影響に加え、消費低迷により消費関連の求人が減少していることがうかがわれます。(図1-74)



本県では、全産業の新規求人数が平成18年4～6月期以降、増減を繰り返し、平成19年10～12月期から前年同期比で減少し続けています。

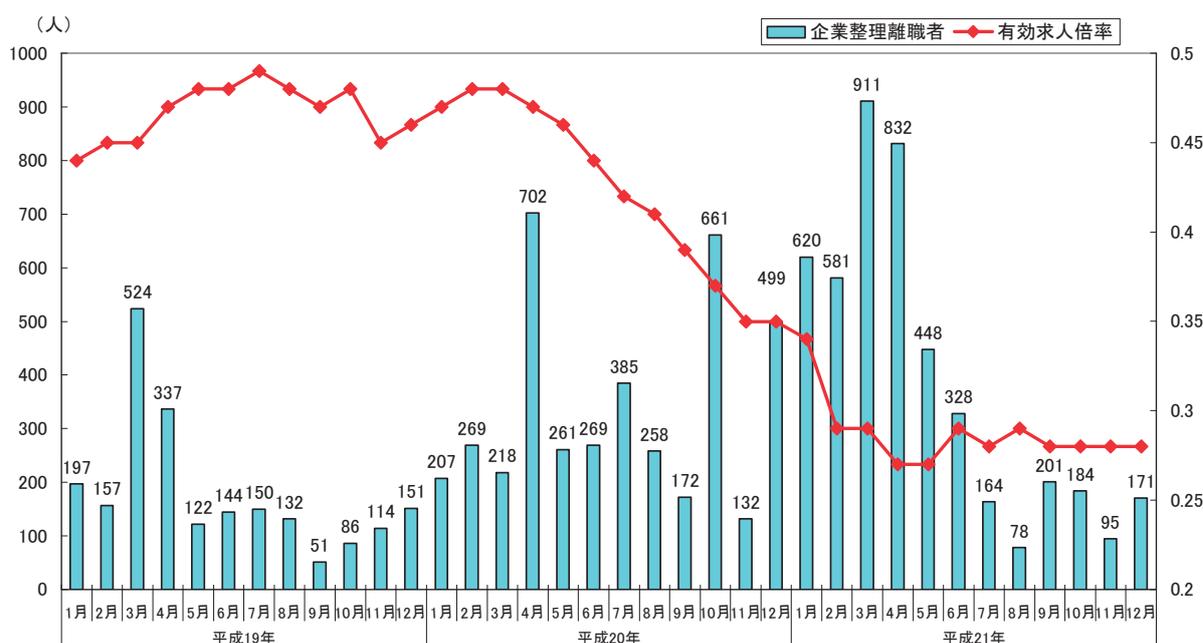
産業別内訳で見ると、平成16年からの増加傾向時には建設業、卸売・小売業、製造業の占める割合が高くなっていますが、平成18年から製造業が前年同期比でマイナスに転じています。また、平成19年10～12月期からの減少時には、サービス業、卸売・小売業、製造業の減少率に占める割合が高くなっていますが、特にサービス業の割合が高くなっています。(図1-75)



④ 企業整理離職者等の推移

雇用保険適用事業所のうち5人以上の解雇者（希望退職者の募集等を含む。）を出した企業離職者等の推移をみると、平成20年に入ってから前年に比べ大幅に増加しはじめ平成21年6月までその傾向が続きました。同じ時期の有効求人倍率の推移をみると、平成20年4月から低下を続け、平成21年4月に0.27まで低下した後、一進一退から9月以降0.28と横ばいとなっているなど、企業整理離職者等が減少し、落ち着きをみせたあと、有効求人倍率の低下傾向にも歯止めがかかっていることがうかがえます。（図1-76）

図1-76 企業整理離職者の状況（青森県）



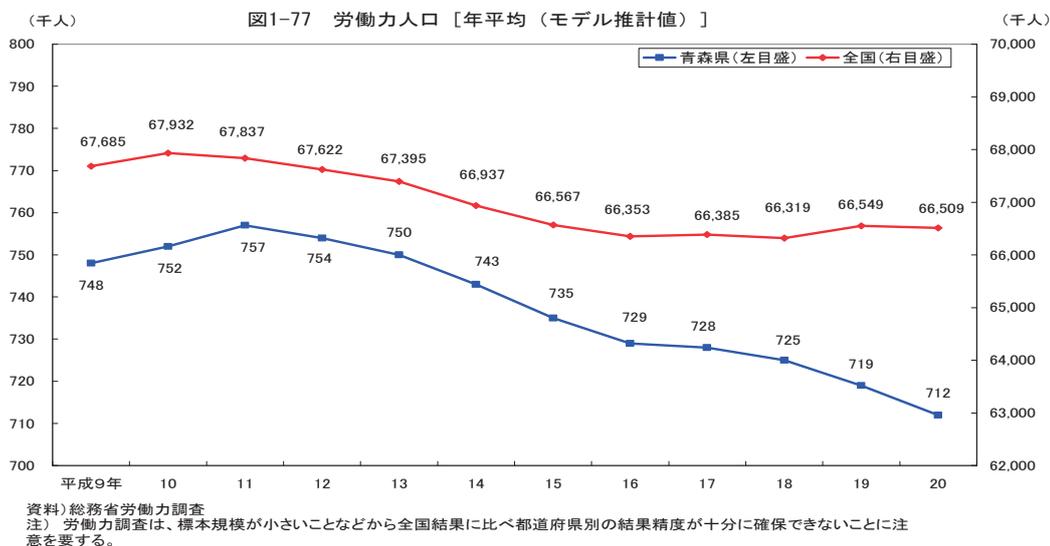
資料) 青森労働局「労働市場年報」

なお、新規学卒予定者の未就職者対策の一つとして、県では、平成22年1月から県の特別保証融資制度に、新規学卒者等を1名以上雇用する中小企業に対し、融資利率1%で事業資金を融資する「雇用創出特別支援枠」を創設し、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。これに対して、企業からの相談申込が多いために、融資総額を当初の10億円から30億円、50億円と二度にわたって拡充しており、新規学卒予定者の雇用創出に大きな効果が期待されるようです。

(2) 労働力人口・失業率の動向

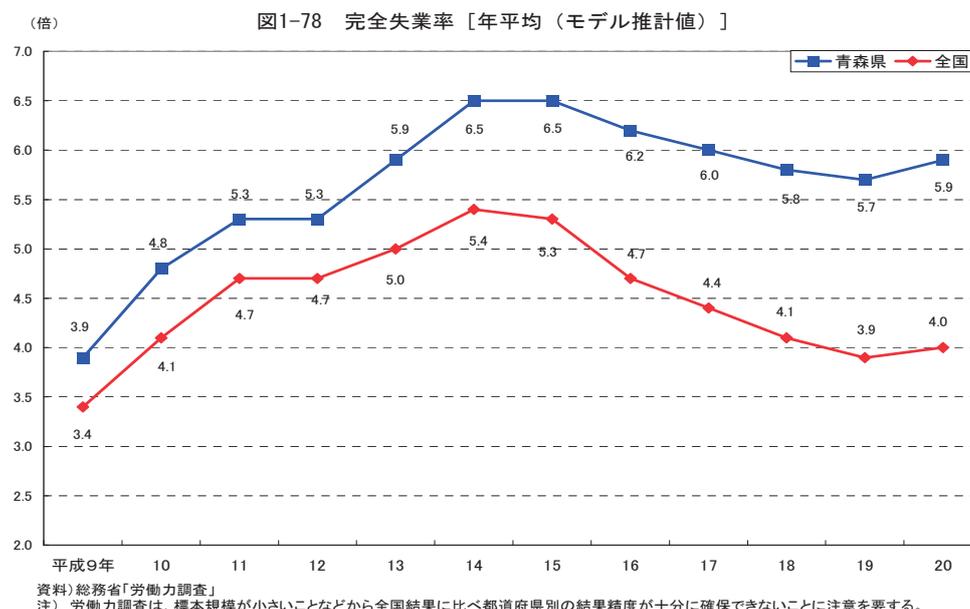
① 労働力人口の推移

労働力人口の動向についてみると、全国では平成11年から緩やかに減少し、平成16年からほぼ同水準で推移しており、平成20年までの10年間で約2.1%の減少となっています。これに対し本県では、平成12年から減少傾向にあり平成20年までの9年間で約5.9%の減少となっており、人口の減少や高齢化の進展の影響がうかがわれるところです。（図1-77）



② 完全失業率の推移

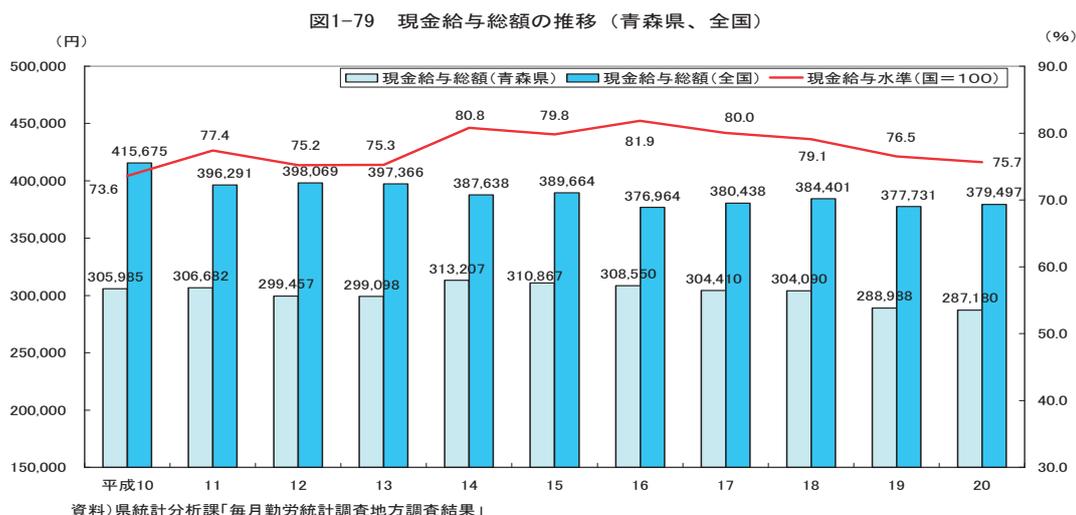
次に完全失業率(年平均)をみてみると、全国では平成9年から平成14年にかけて5.4%まで悪化し、その後、平成19年には3.9%まで回復したものの、景気後退期に入り平成20年には4.0%となっています。一方、本県は、平成9年の3.9%から平成14年～15年に6.5%まで悪化し、平成19年には5.7%と全国に比べあまり回復しないまま、平成20年には再び5.9%と悪化しています。（図1-78）



(3) 賃金・労働時間の動向

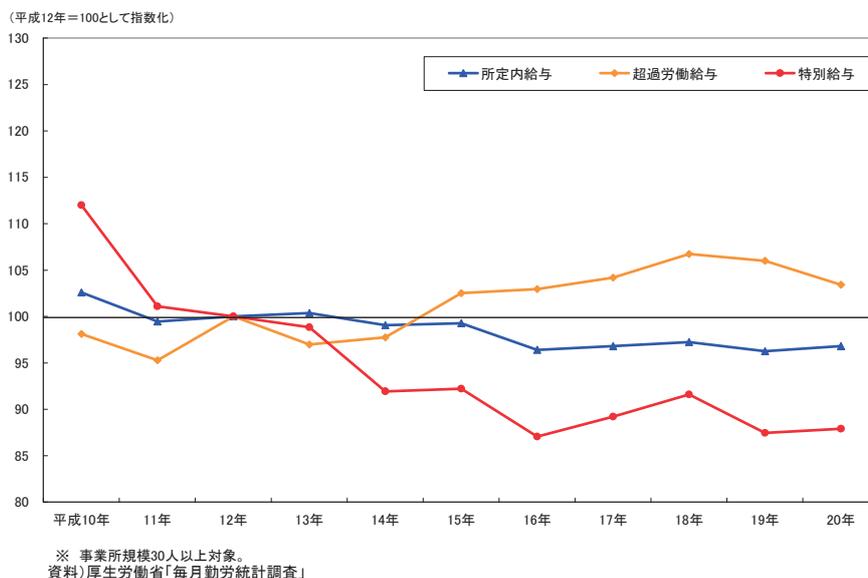
① 現金給与総額の推移

次に事業所規模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）をみると、全国は平成11年から減少傾向が続き、平成17年以降はほぼ同じ水準で推移しています。一方、本県は平成10年から平成16年度までは多少の増減を繰り返しながらも同水準で推移し、対全国比でみると全国では減少が続いたことから格差が縮小する傾向にありました。しかしながら、その後本県では、現金給与総額が減少に転じたことから全国との格差が広がる傾向が続いています。（図1-79）



次に、賃金の動向を、平成12年の所定内給与、超過労働給与、特別給与を基準として、その動きをみると、全国では所定内給与及び特別給与が減少傾向にあるのに対し、超過労働給与は増加していましたが、平成19年以降は超過労働給与も減少に転じています。（図1-80）

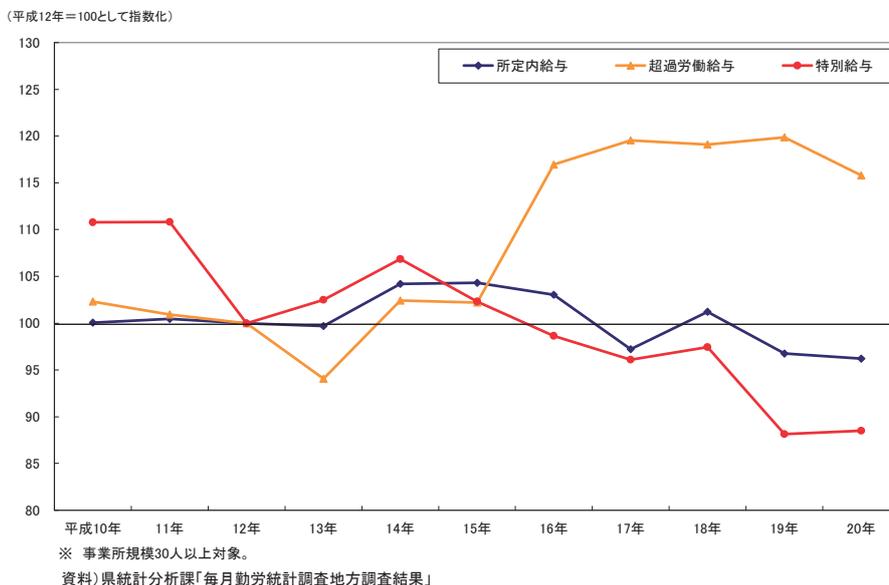
図1-80 賃金の推移（調査産業計）（全国）



一方、本県では、平成15、16年から所定内給与、特別給与とも減少傾向にあるのに対し、超過労働給与は平成16年以降、高い水準で推移していましたが、平成20年では減少に転じています。

その要因として全国、本県とも、景気後退等による人員整理や人件費抑制により所定内給与や特別給与が減少する一方で、超過労働が増加していることが考えられます。(図1-81)

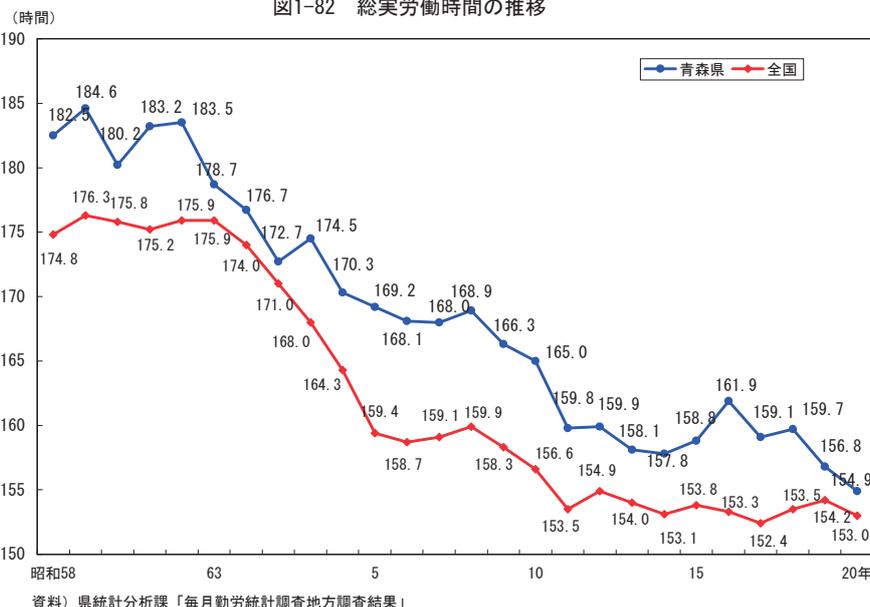
図1-81 賃金の推移(調査産業計)(青森県)



② 総実労働時間の推移

次に、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についてみると、全国、本県とも、国の労働時間短縮に向けた取組により総じて減少傾向が続いてきました。その後、平成14年から平成19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減少している状況にあります。今後も、短期的には景気に左右される動きが続くと考えられるものの、長期的にはワーク・ライフ・バランスの取組の中で減少の流れにあると考えられます。(図1-82)

図1-82 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）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。

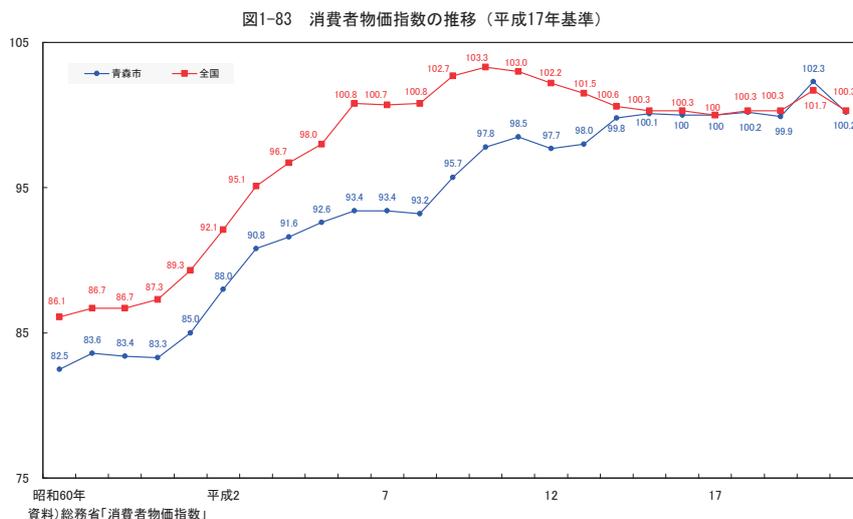
生鮮食品は天候などの要因によって価格が大幅に変動するため、生鮮食品を除いた指数を使う場合や、税制の変更、原油等のエネルギー価格の動向の影響を除いた指数でみることもあります。

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年を100とする）は、昭和60年以降上昇傾向で推移してきましたが、平成15年から横ばい傾向となりました。平成20年には前年から2.4ポイント上昇の102.3となり、全国を上回ったものの、平成21年は100.2となっています。

全国の総合指数は、平成10年の103.3をピークに下落し、その後横ばいで推移していましたが、平成20年は青森市同様に前年を1.4ポイント上回る101.7となりました。平成21年は再び下落し100.3となっています。

全国との対比では、青森市の消費者物価指数(総合指数)は、平成20年に全国値を0.6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1-83）



② 平成20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2.1%の下落となった内訳を費目別に寄与度でみると、光熱・水道(寄与度マイナス1.43)、交通・通信(寄与度マイナス0.57)などの下落が要因となっています。

全国の総合指数は前年比で1.4%の下落となっており、その内訳を寄与度でみると青森市と同様に、交通・通信(寄与度マイナス0.68)、光熱・水道(寄与度マイナス0.31)、などの下落が要因となっています。品目でみると、交通・通信は、自動車等関係(ガソリン)、光熱・水道では、他の光熱(灯油)などの下落が要因となっており、平成20年の原油価格高騰の影響を受けたものとなっています。(表1-3)

表1-3 10大費目指数の動向(対前年増減率・寄与度)

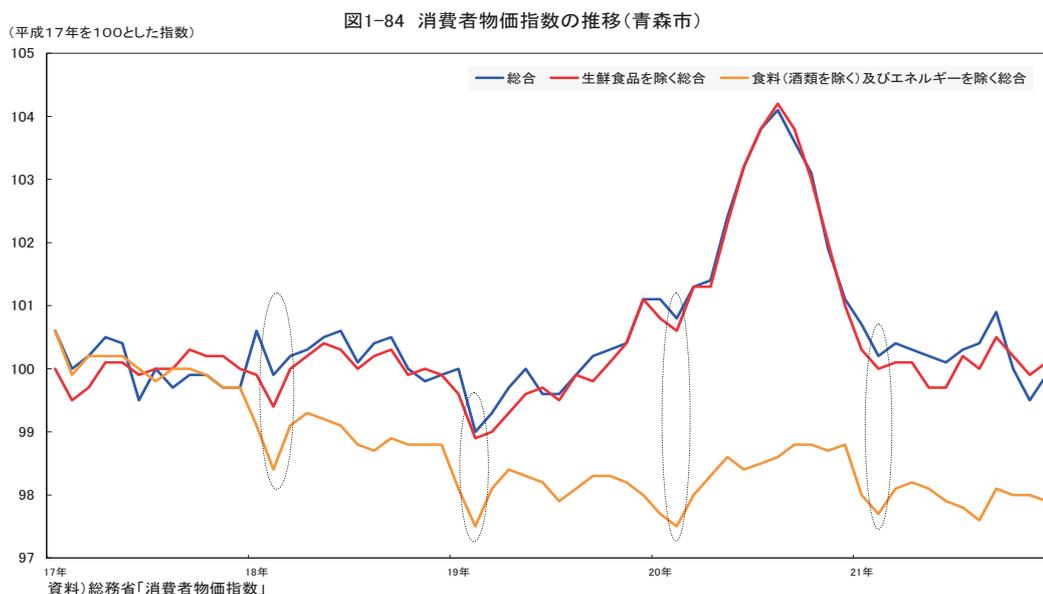
	総合	食料	住居	光熱・水道	家具・家事用品	被服及び履物	保健医療	交通・通信	教育	教養・娯楽	諸雑費	
青森市	指数	100.2	103.1	98.6	105.7	95.8	98.4	98.0	98.6	102.1	93.7	101.6
	前年比(%)	▲2.1	0.9	▲0.7	▲12.2	▲0.1	0.3	▲1.4	▲5.2	0.5	▲0.8	0.0
	寄与度	▲2.10	0.25	▲0.14	▲1.43	0.00	0.01	▲0.06	▲0.57	0.01	▲0.08	0.00
全国	指数	100.3	103.6	99.8	106.1	93.9	101.0	99.3	97.4	103.0	94.3	101.7
	前年比(%)	▲1.4	0.2	▲0.2	▲4.2	▲2.2	▲0.9	▲0.1	▲4.9	0.9	▲2.5	▲0.4
	寄与度	▲1.40	0.05	▲0.04	▲0.31	▲0.07	▲0.04	0.00	▲0.68	0.03	▲0.26	▲0.02

資料)総務省「消費者物価指数」

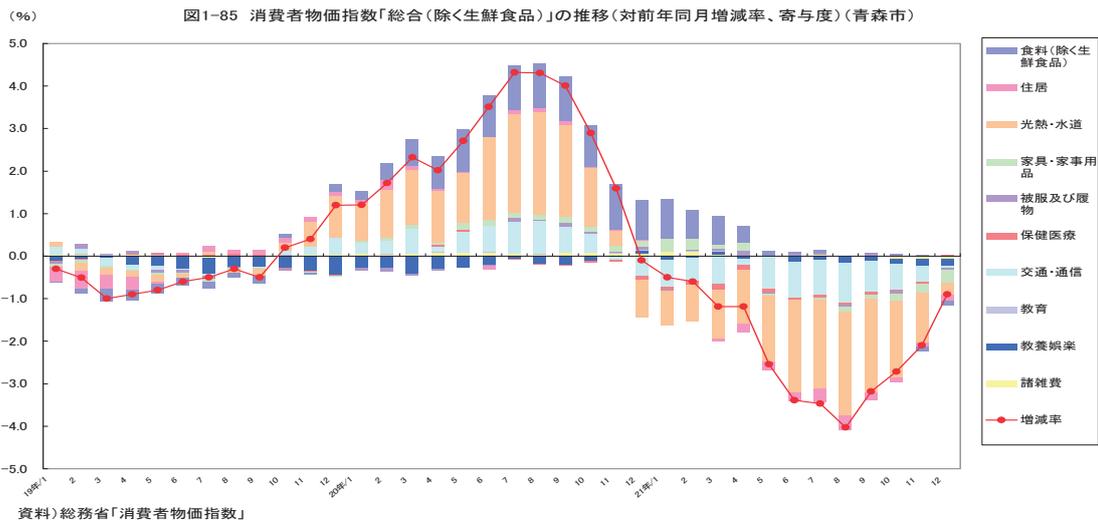
③ 青森市の消費者物価指数の推移

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指数、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、平成19年半ばから上昇し始め、その後平成20年8月にかけて大きく上昇しています。20年9月以降は急激に下落し、平成21年2月には平成19年前半と同水準となりました。

なお、毎年、2月に指数が落ち込む傾向にあります。これは、主に冬物衣料(洋服、シャツ・セーター・下着類等)の下落が大きな要因となっており、食料及びエネルギーを除く指数をみると、その傾向がより明らかとなっています。(図1-84 点線部分を参照)



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10月から20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、平成20年12月以降、増減率は前年同月を下回って推移しています。増減率の低下に寄与した費目は、平成21年当初は光熱・水道、交通・通信などエネルギー関連が中心でしたが、後半になると多くの費目が低下に寄与する状況となり、全体的な下落傾向が続いています。（図1-85）



国は、平成21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ましたが、青森市の生鮮食品を除く総合指数も平成20年12月から連続して前年同月を下回る状況が続くなど、物価の下落傾向が認められます。

(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、増減を繰り返しながら推移した後、近年は減少する傾向にあり、平成21年は前年を44,868円下回る442,242円となりました。

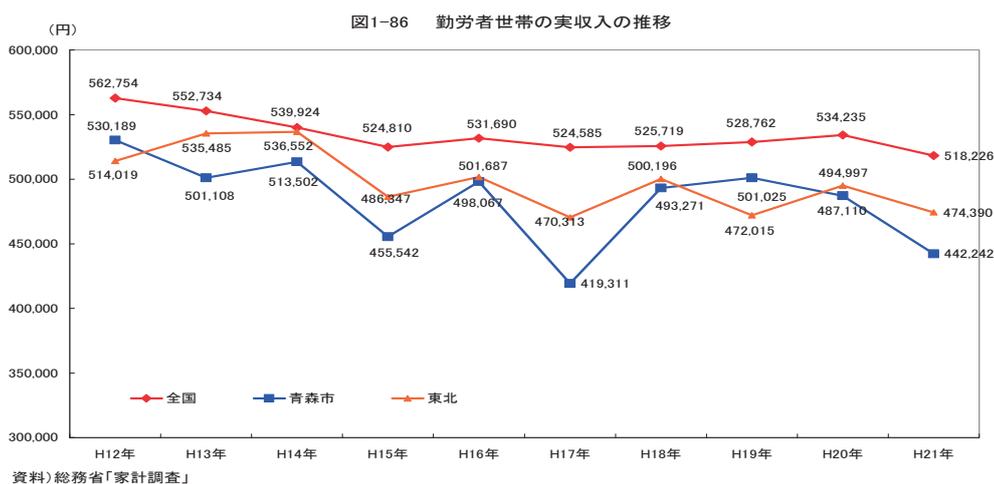
全国は、近年、横ばい傾向で推移していましたが、平成21年は前年を16,009円下回る518,226円となっています。

東北の実収入の推移をみると、平成14年から18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年に前年を下回った後、平成20年には増加に転じましたが、平成21年は再び前年を20,607円下回る474,390円となりました。平成21年は、青森市、東北、全国ともに前年を下回っています。

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年から20年にかけての景気回復期は69か月間続き戦後最長となりましたが、その一方で、景気回復の実感を得られ難かったともいわれており、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1-86）

（※）「二人以上の世帯のうち勤労者世帯」をいう。



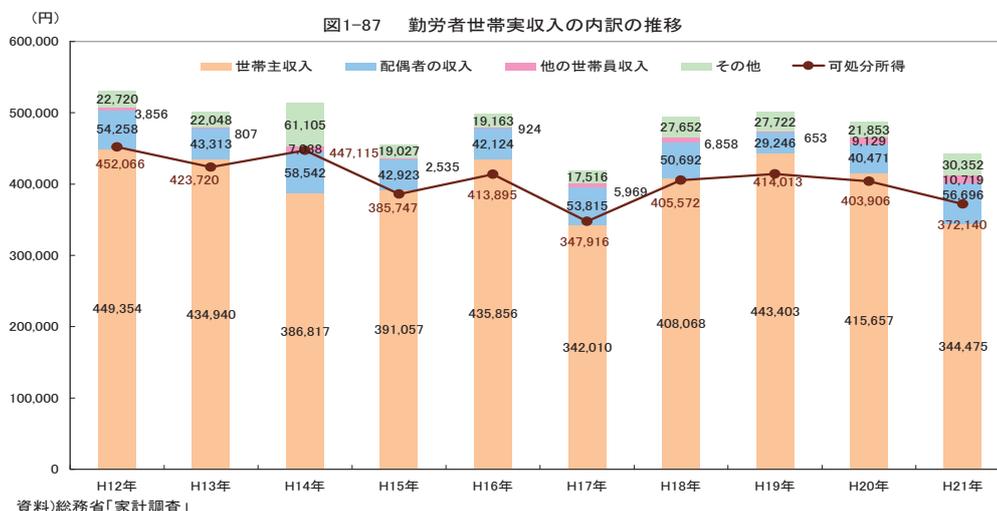
② 勤労者世帯実収入の内訳の推移

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18年から横ばいで推移していましたが、平成21年は前年より71,182円減少し344,475円となりました。配偶者の収入は、56,696円となり前年から16,225円増加しています。

平成21年の実収入全体に占める世帯主収入の割合は、平成12年以降は概ね8割程度の水準にあ

りましたが、平成 21 年は配偶者の収入が増えたことなどから前年より 7.4 ポイント低下の 77.9%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 21 年は前年より 31,766 円減少の 372,140 円となりました。(図 1-87)



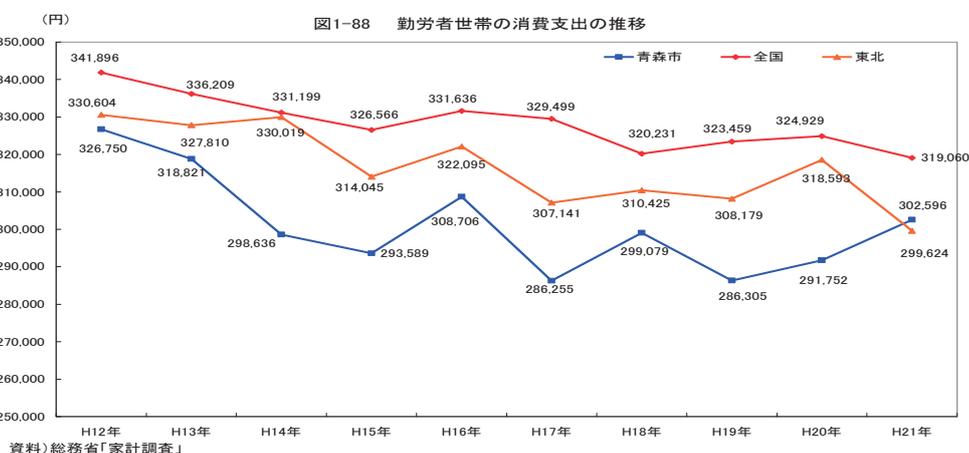
③ 勤労者世帯の消費支出の推移

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 年から 19 年にかけて増減を繰り返して推移していましたが、平成 20 年、21 年と 2 年連続で増加となり、平成 21 年の消費支出額は 302,596 円と東北を上回りました。

全国は、平成 12 年以降減少傾向にあり、近年、横ばいで推移していましたが、平成 21 年は 319,060 円と前年を 5,869 円下回っています。

東北の消費支出も平成 15 年以降は青森市と同様の動きで推移していましたが、平成 21 年は前年を 18,969 円下回り、299,624 円となりました

全国との比較では、青森市の平成 21 年の消費支出は、全国平均の 94.8%の水準にあり、平成 20 年は 89.8%、平成 19 年は 88.5%と全国平均の概ね 9 割程度の水準にあります。(図 1-88)

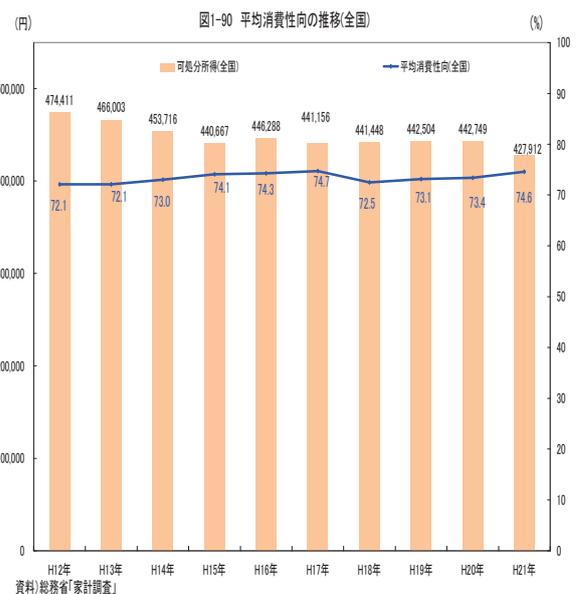
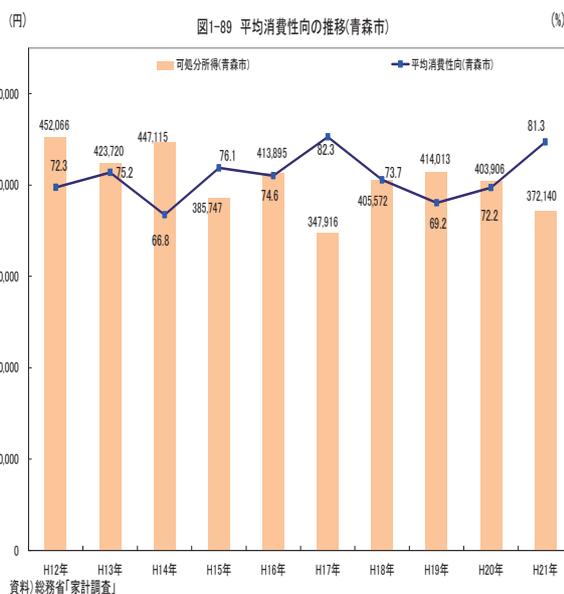


平均消費性向（可処分所得に対する消費支出の割合）の推移をみると、青森市の平均消費性向は、可処分所得の増減に連動した上下動を繰り返しており、平成21年は81.3%と前年から9.1ポイント増加しました。（図1-89）

一般的に、平均消費性向には可処分所得の減少幅ほど下落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、これが景気の下支えをすることにもなります。

全国の傾向をみてみると、可処分所得は平成12年から15年にかけて減少傾向となり、以降横ばいの状態となっていますが、平均消費性向をみると平成12年から17年にかけて上昇傾向が続いた後横ばいとなり、平成21年は可処分所得が14,837円減少するなかで平均消費性向は1.2ポイント増加しています。（図1-90）

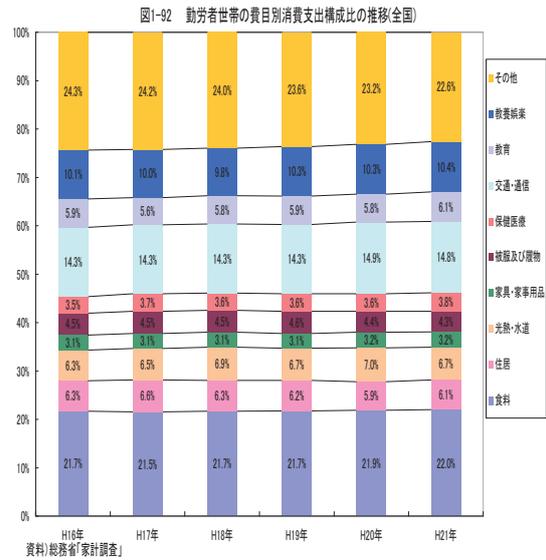
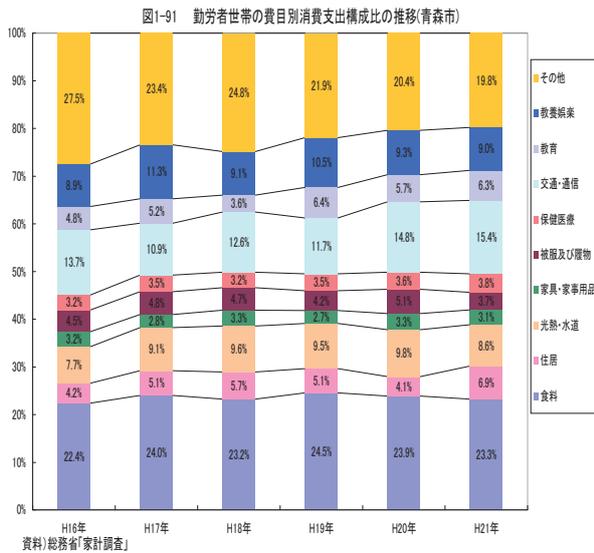
全国の可処分所得と平均消費性向の動向から、個人消費が景気の下支えをしてきた状況がうかがえますが、平成20年半ばに発生した世界金融市場の混乱を発端とする世界同時不況により、雇用や所得環境の悪化が深刻な状況となっています。それに伴う先行き不安などを背景に、個人消費が低迷しており、今後、景気の下支え効果が弱まることが懸念されます。



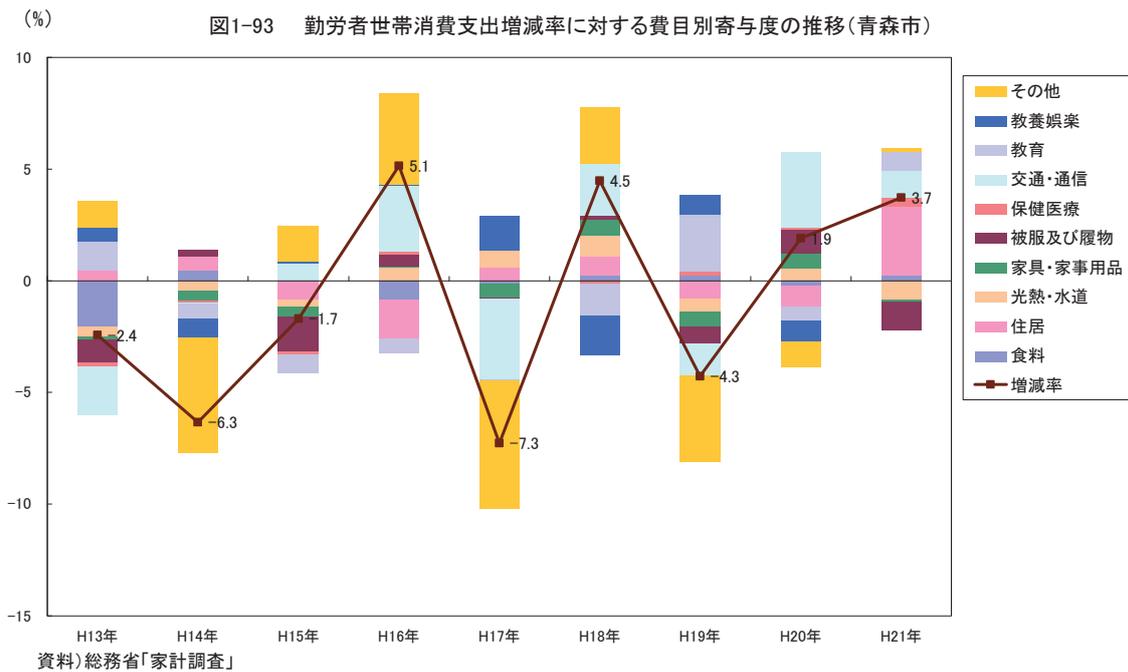
青森市の勤労者世帯の消費支出について費目別に構成比をみると、平成19年以降、食料費の占める割合（エンゲル係数）が最も高く推移し、次いで交通・通信費となっています。エンゲル係数は、平成20年、21年と2年連続で低下した一方で、交通・通信費は増加する傾向にあります。（図1-91）

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年以降ほぼ横ばいで推移し、平成21年のエンゲル係数は22.0%となっています。

青森市と全国のエンゲル係数をみてみると、全国は青森市よりも低く推移する傾向にあります。（図1-92）



平成 21 年の青森市の勤労者世帯消費支出の対前年増減率は 3.7%の増加となっており、これを費目別寄与度でみると、住居費、交通・通信費などが増加に寄与している一方、被服及び履物費、光熱・水道費などが低下に寄与しています。(図 1-93)



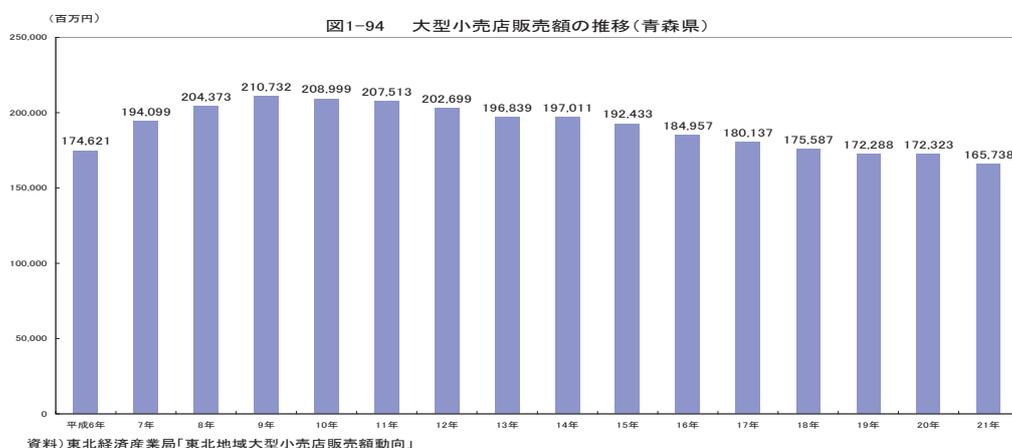
(3) 大型小売店販売額の動向

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。

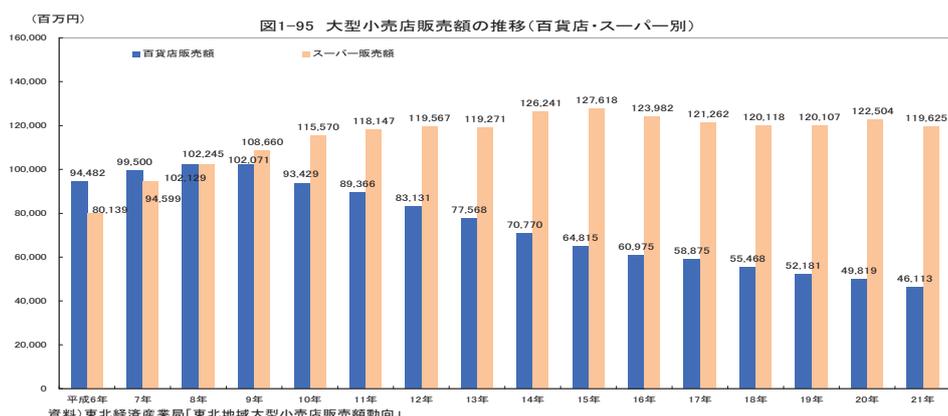
本県の大型小売店販売額は、平成 10 年以降ゆるやかに減少する傾向で推移しており、平成 21 年は、前年を 3.8% 下回る 1,657 億 3,800 万円となっています。（図 1-94）



② 業態別販売額の推移

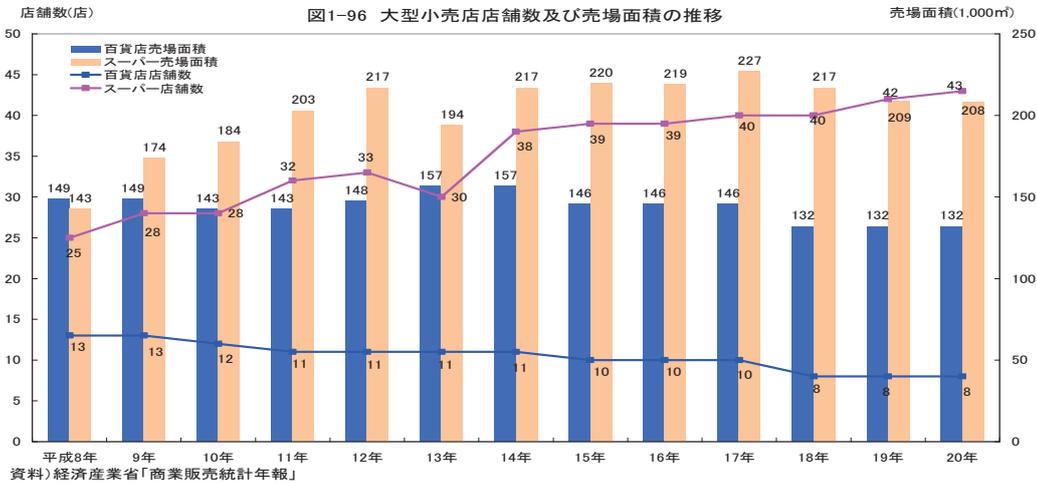
本県の大型小売店販売額について業態別にみると、スーパーの販売額は平成 8 年に百貨店の販売額を上回った後も増加を続け、平成 15 年は 1,276 億円となりました。その後、横ばいの状態が続いていましたが、平成 21 年は前年を 2.3% 下回る 1,196 億 2,500 万円となりました。

一方、百貨店の販売額は平成 9 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 21 年は 461 億 1,300 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 21 年はスーパーの販売額の 38.5% となっています。（図 1-95）



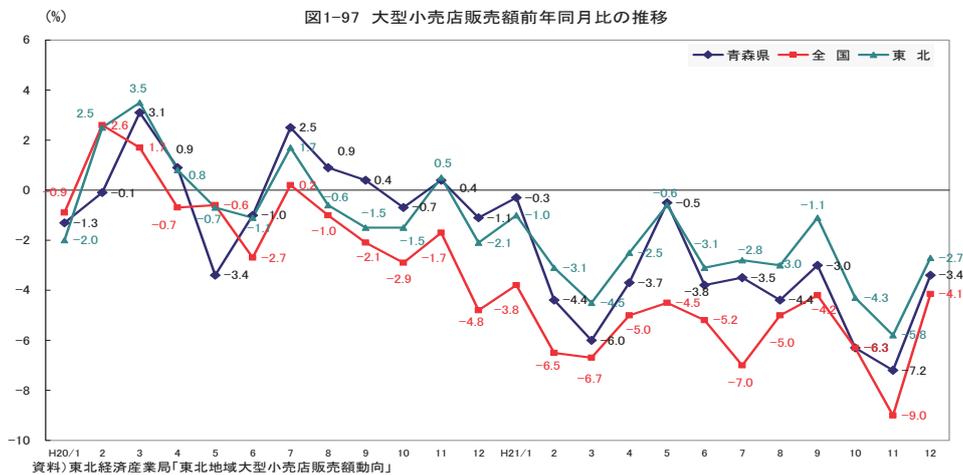
業態別に店舗数及び売場面積でみると、売場面積では平成9年以降スーパーが百貨店を上回って推移しています。

スーパーは、店舗数は増加傾向にありますが売場面積は18年以降減少傾向が続いています。百貨店の店舗数、売場面積は近年は横ばいで推移しています。(図1-96)



③ 対前年同月増減率の動き

平成20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ましたが、その後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、前年同月を下回って推移している状況にあります。(図1-97)

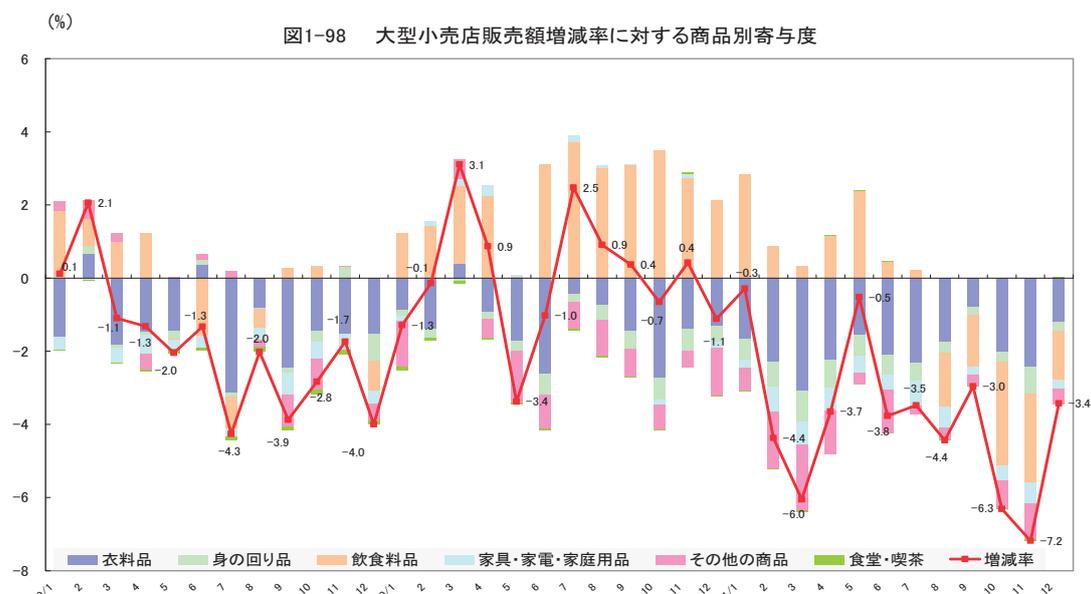


④ 商品別販売額の動向

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大きく影響していることに加え、平成21年8月以降は飲食料品もマイナスに寄与しています。飲食料品は、消費全体が落ち込み始めた平成20年後半にあっても対前年同月増減率に対し増加に寄与する方向で推移してきました。これは、家計の節約志向を反映して消費者が内食を増加させたことなどによるものですが、その後、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、飲食料品も低下に寄与することとなりました。

また、家具・家電・家庭用品の分野では、平成21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」の販売は好調だったものの、その他の家具・家電は全体として低迷し、対前年同月比の低下に寄与しています。

平成21年の大型小売店の販売動向をみると、景気悪化に伴って消費者の生活防衛意識が強まり、消費の低迷が衣料品や身の回り品だけではなく、より広い分野に波及していった状況がうかがえます。(図1-98)



資料)東北経済産業局「東北地域大型小売店販売額動向」

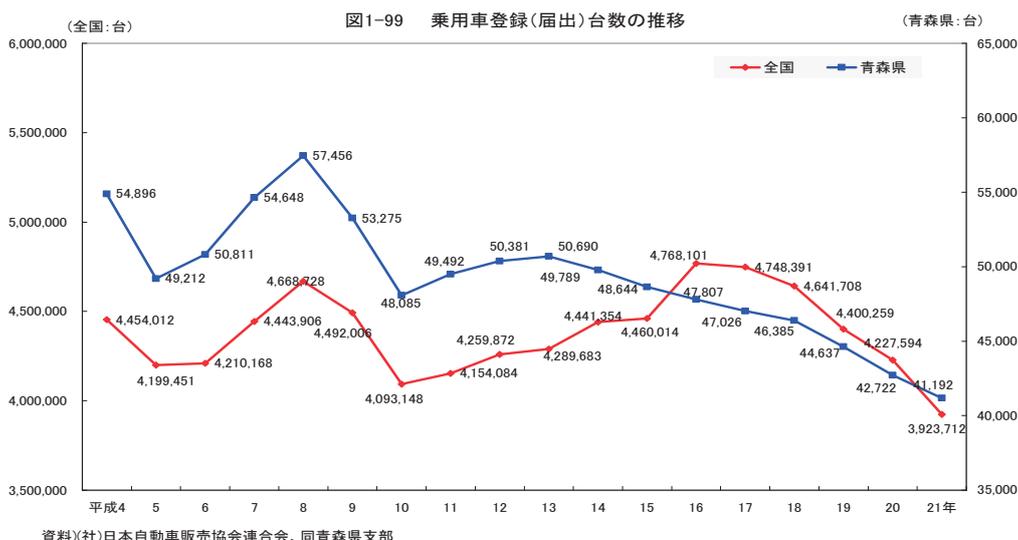
(4) 乗用車販売の動向

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）の購入により国土交通省運輸支局及び各都道府県軽自動車検査協会に登録・届出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青森県景気動向指数の先行指数としても採用されています。

本県の登録（届出）台数は、平成14年以降減少が続いており5万台を下回って推移しています。平成21年は41,192台となり、前年に比べ3.6%の減少となりました。

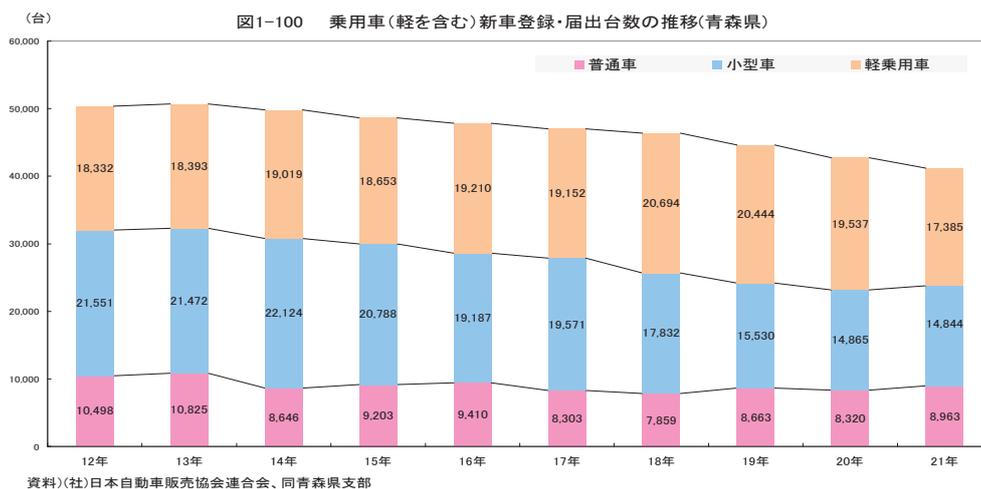
全国の登録（届出）台数は、平成9年4月の消費税率の引き上げに伴う需要増の反動で、平成10年には4,093,148台と大きく登録（届出）台数が減少し、その後、平成16年にかけて上昇傾向で推移しましたが、平成17年以降減少傾向にあります。平成21年の登録（届出）台数は3,923,712台と前年に比べ7.2%の減少となりました。（図1-99）



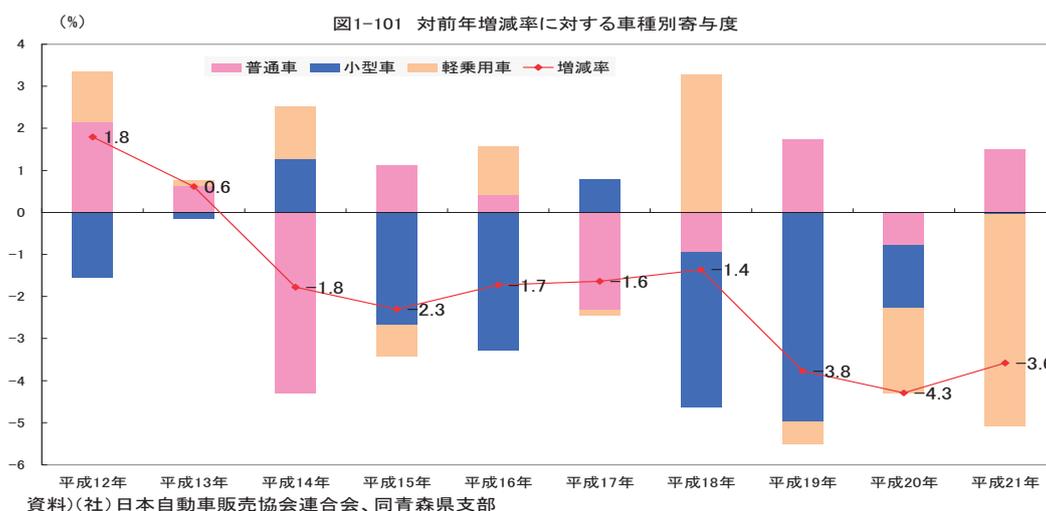
② 車種別にみた乗用車登録台数の推移

本県の登録（届出）台数を車種別にみると、平成12年には、小型車が全体の42.8%を占めていましたが、平成21年の登録（届出）車に占める小型車の割合は36.0%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年以降4割を越えて推移するようになりました。

平成21年の車種別の内訳では、登録（届出）総数が減少したこともあり、小型車、軽乗用車とも前年の登録（届出）台数を下回りましたが、普通車の登録台数は8,963台となり前年を7.7%上回りました。車種別に割合で見ると、普通車が、21.8%、小型車が36.0%、軽乗用車が42.2%となり、軽乗用車の割合が低下したものの、普通車、小型車の割合が増加しています。（図1-100）



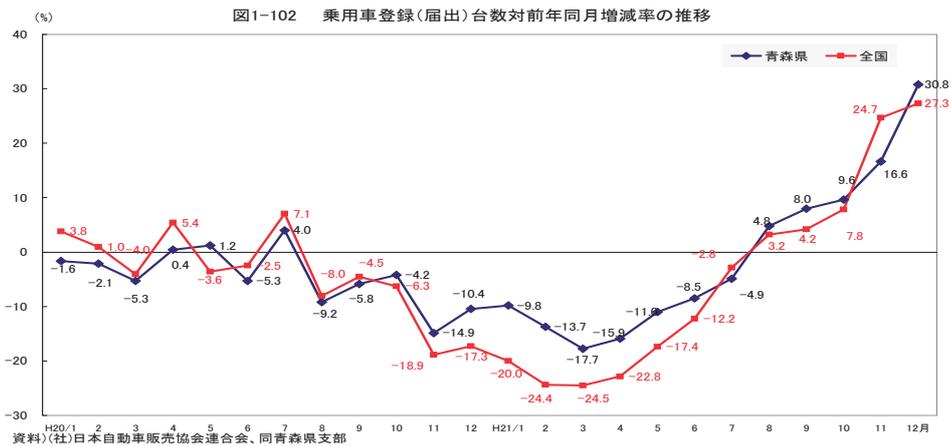
対前年同月増減率に対する車種別寄与度をみると、小型車の登録台数が下落に寄与している状況がうかがえます。平成16年以降、登録(届出)台数の4割以上を占めている軽乗用車ですが、寄与度をみると平成19年以降は下落に寄与して推移しています。(図1-101)



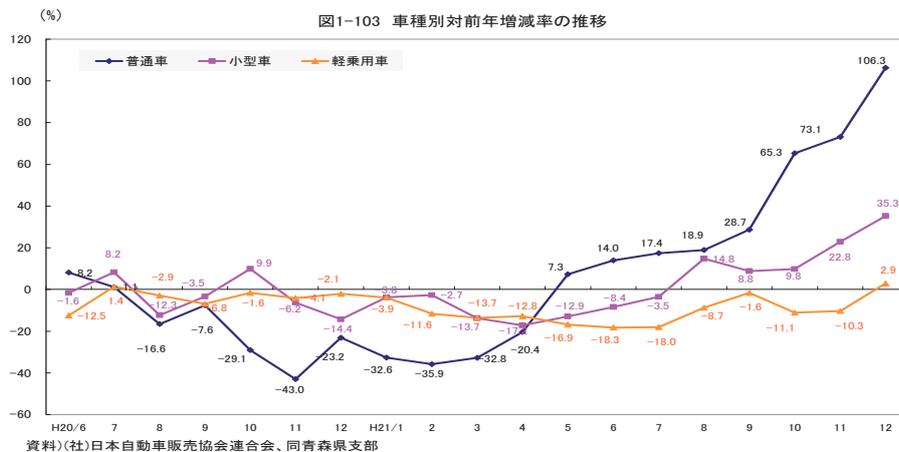
③ 乗用車登録・届出台数の直近の動向

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、上昇に転じ平成21年8月に対前年比でプラスとなり、引き続き上昇傾向で推移しています。

この背景には、環境性能に優れた新車への買い替えに対する補助制度の実施や、低燃費・低排出ガス認定自動車、電気自動車等に対する自動車重量税及び自動車取得税減税の実施により、エコカーへの買い替えが進んだことがあると考えられます。(図1-102)



平成20年6月以降の登録(届出)台数の推移について、車種別の増減率からみていきます。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、軽乗用車は低迷が続いているのに対し、普通車、小型車が顕著な伸びを示しています。これは、前述の各種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。(図1-103)



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、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20年度までの推移でみると、全国、東北、本県とも年々普及率は向上しています。

平成20年度(平成21年3月31日末)の全国の普及率は38.4%となっていますが、本県の普及率は27.6%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

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

東北新幹線の平成22年12月全線開業は、観光・ビジネス面での人やモノの交流拡大に寄与し、本県経済及び地域社会に大きなインパクトを与えることが期待されています。

特に観光産業は、裾野の広い産業であり、その経済波及効果は非常に大きく、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に直接的な効果が期待され、食材の供給源としての農業や漁業、販売品の製造元の工業分野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20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304万人で全国第34位となっています。(図1-104、1-105)

図1-104 都道府県別 延べ宿泊者数（平成20年1月～12月）

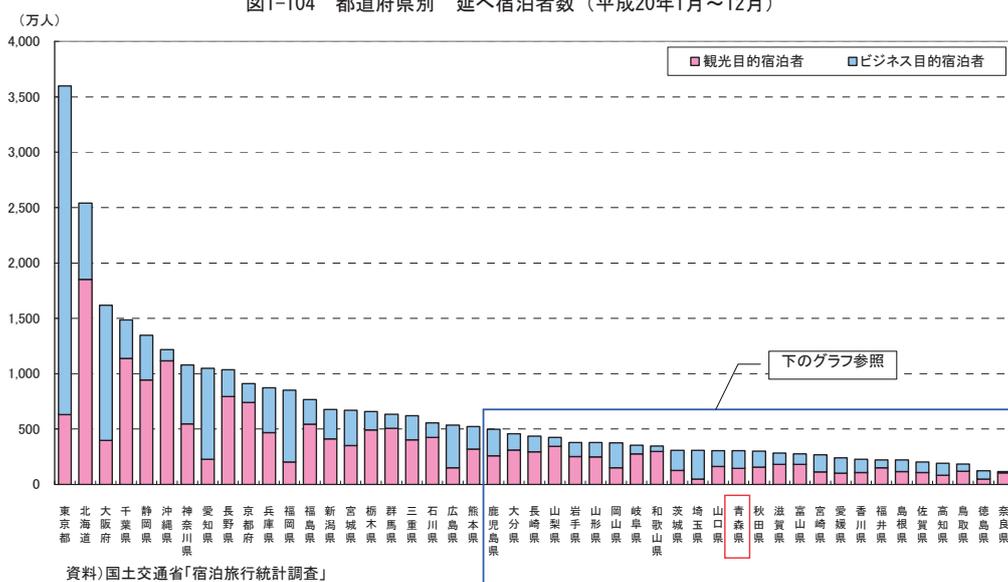
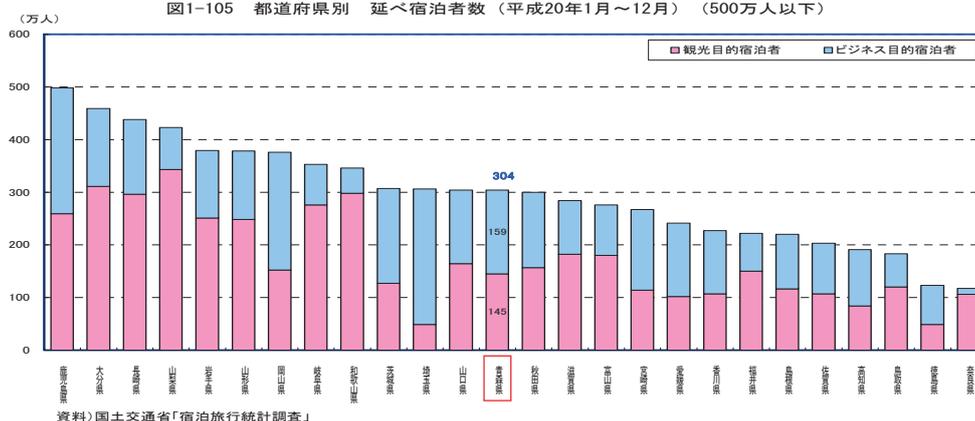


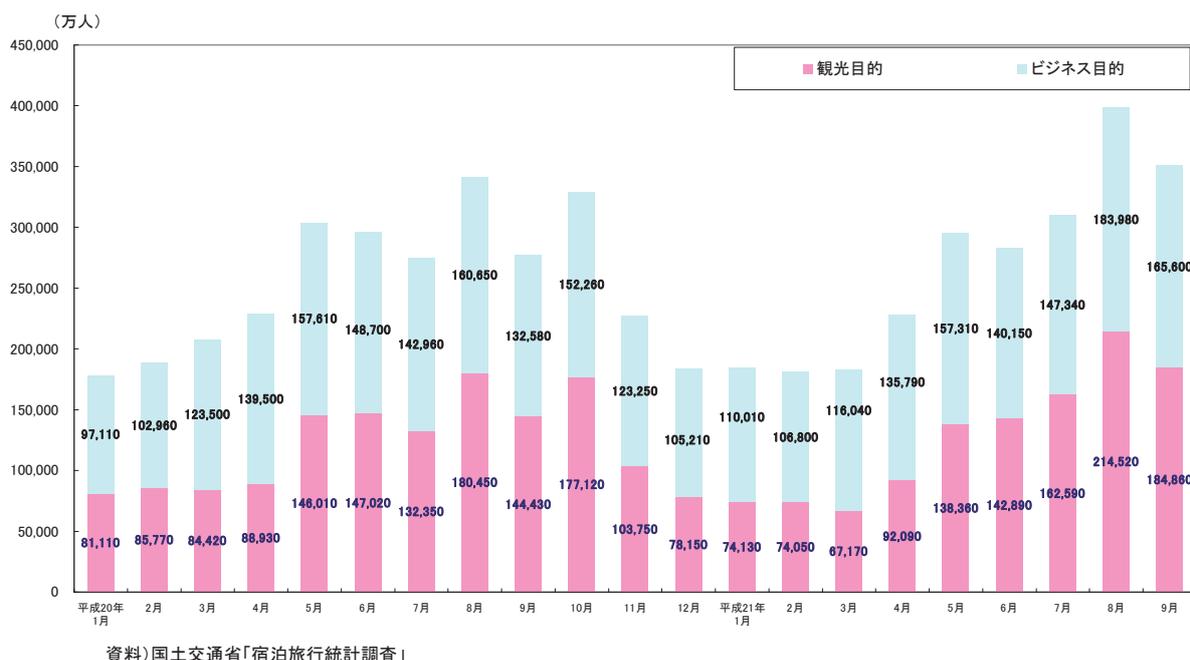
図1-105 都道府県別 延べ宿泊者数（平成20年1月～12月）（500万人以下）



② 延べ宿泊者数の推移

本県の延べ宿泊者数を、平成20年1月～平成21年9月にかけて月ごとにみると、傾向としては延べ宿泊者総数が5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ます。しかし、冬季間は観光目的が大きく落ち込むものの、ビジネス目的は年間を通じて安定的に推移しており、確実な需要があることがうかがわれます。反面、前述のとおり東北新幹線全線開業によりビジネス目的の宿泊客が減少するようなことになればその影響は非常に大きいものと懸念されます。(図1-108)

図1-108 青森県 延べ宿泊者数の推移(平成20年1月～平成21年9月)



③ 都道府県別延べ宿泊者数の推移

平成20年の延べ宿泊者数を四半期に分けて、季節ごとの推移をみると、本県は1～3月が全国37位、4～6月が29位、7～9月が32位、10～12月が36位と年間を通して全国順位がおおむね30位台となっています。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位前半となっていますが、ビジネス目的のみでは、20位前半と順位が高くなっています。(表1-5)

表1-5 都道府県別 延べ宿泊者数の推移（平成20年）

（単位：万人）

	平成20年1月～12月計		平成20年1月～3月計		平成20年4月～6月計		平成20年7月～9月計		平成20年10月～12月計	
	順位		順位		順位		順位		順位	
全国		30,970		7,327		7,317		8,516		7,809
東京都	1	3,596	1	907	1	890	1	912	1	917
北海道	2	2,541	2	576	2	591	2	789	2	573
大阪府	3	1,620	3	389	3	391	3	421	3	414
千葉県	4	1,486	4	363	4	357	4	408	4	365
静岡県	5	1,348	5	339	5	294	5	375	5	342
沖縄県	6	1,216	6	306	6	263	6	363	6	289
神奈川県	7	1,080	9	255	7	258	8	298	7	272
愛知県	8	1,048	8	256	8	258	9	276	8	262
長野県	9	1,037	7	268	10	213	7	320	10	245
京都府	10	911	11	203	9	247	12	214	9	253
兵庫県	11	872	10	208	11	206	10	240	11	222
福岡県	12	853	12	203	12	200	11	222	12	222
福島県	13	769	13	181	13	176	13	212	13	201
新潟県	14	674	14	174	17	144	14	190	17	164
宮城県	15	670	15	161	14	162	17	179	15	176
栃木県	16	658	18	138	15	151	15	184	14	186
群馬県	17	634	16	143	16	145	16	182	16	165
三重県	18	622	17	141	18	143	18	174	19	146
石川県	19	555	22	116	21	120	19	153	18	154
広島県	20	533	23	116	19	132	20	146	20	139
熊本県	21	522	20	123	20	129	21	139	21	131
鹿児島県	22	498	19	123	22	117	23	129	22	130
大分県	23	460	21	119	24	107	24	118	23	116
長崎県	24	438	24	110	23	108	25	110	24	112
山梨県	25	423	27	88	25	101	22	130	25	103
岩手県	26	379	25	92	27	88	28	103	28	96
山形県	27	379	29	80	28	87	27	103	26	102
岡山県	28	377	26	89	26	94	30	97	27	97
岐阜県	29	353	31	78	30	81	29	101	29	94
和歌山県	30	346	30	79	32	78	26	105	30	82
茨城県	31	307	28	82	36	70	33	87	35	74
埼玉県	32	305	32	73	33	74	35	82	32	77
山口県	33	305	33	72	35	72	36	81	31	80
青森県	34	304	37	57	29	83	32	89	36	74
秋田県	35	300	39	56	31	79	31	90	34	74
滋賀県	36	284	36	58	34	73	37	78	37	74
富山県	37	276	42	51	37	64	34	83	33	76
宮崎県	38	267	34	71	39	59	38	70	38	67
愛媛県	39	241	35	58	38	61	42	62	39	60
香川県	40	227	41	53	40	54	39	64	41	58
福井県	41	222	40	54	44	46	41	63	40	58
島根県	42	220	45	40	41	54	40	63	42	56
佐賀県	43	203	38	56	42	47	44	49	43	55
高知県	44	192	44	45	43	46	43	53	45	48
鳥取県	45	182	43	45	45	42	45	48	44	48
徳島県	46	123	46	29	47	31	46	35	47	28
奈良県	47	117	47	23	46	33	47	28	46	33

（参考）青森県 観光目的の延べ宿泊者数の推移（平成20年）

（単位：万人）

	平成20年1月～12月計		平成20年1月～3月計		平成20年4月～6月計		平成20年7月～9月計		平成20年10月～12月計	
	順位		順位		順位		順位		順位	
青森県	36	145	40	25	34	38	32	46	36	36

（参考）青森県 ビジネス目的の延べ宿泊者数の推移（平成20年）

（単位：万人）

	平成20年1月～12月計		平成20年1月～3月計		平成20年4月～6月計		平成20年7月～9月計		平成20年10月～12月計	
	順位		順位		順位		順位		順位	
青森県	23	159	29	32	21	45	22	43	25	38

※ 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

次に県内における観光消費額の推移についてみてみます。

観光消費額は平成15年に1,848億円のピークを迎えた後、減少傾向が続き、平成19年は前年を上回ったものの平成20年では再び減少し1,603億円となっています。

これを費目別でみると、平成20年では、「域内交通費」は対前年比でプラス2.8%、11億円の増加となったものの、「買物・土産費」はマイナス10.1%、33億円の減少、「宿泊費」はマイナス6.2%、22億円の減少、「その他（飲食費・観光施設入場料等）」はマイナス3.8%、23億円の減少となっており、全体ではマイナス4.0%の67億円の減少となっています。（図1-109、表1-6）

図1-109 観光消費額の推移(青森県)

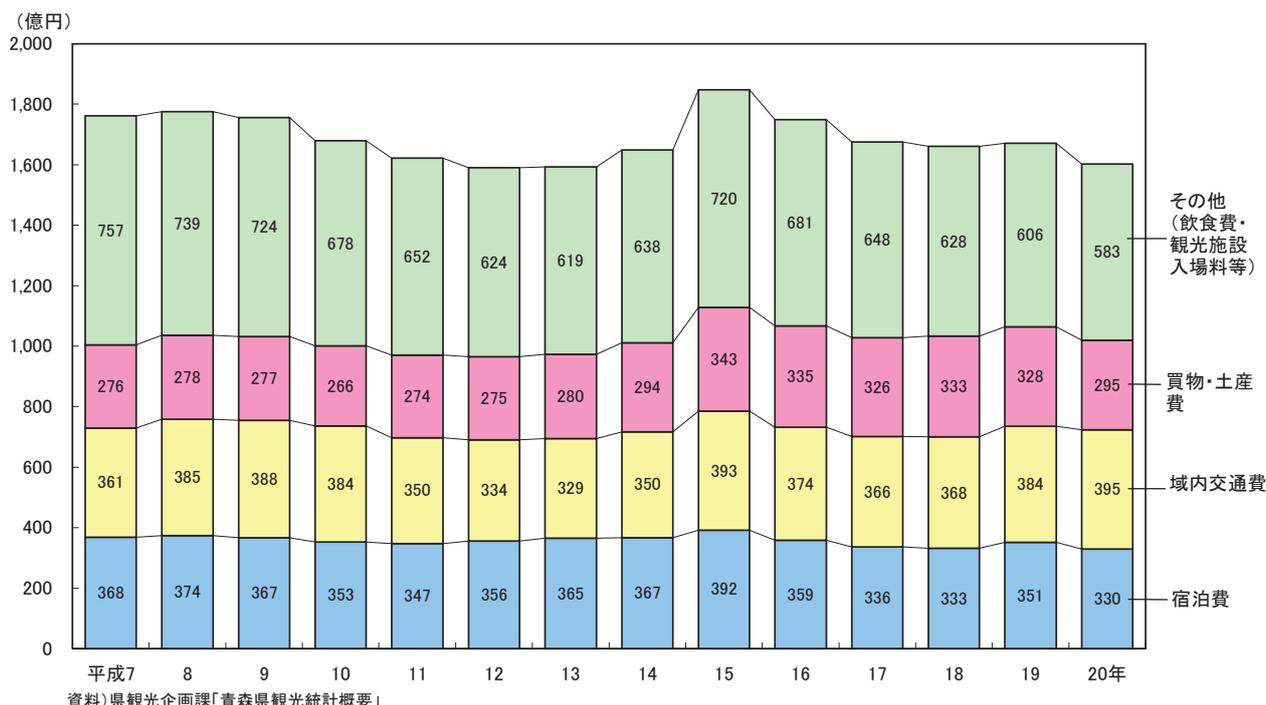


表1-6 観光消費額の推移

(単位：百万円、%)

区分	平成9年	12年	15年	18年	19年	20年	20年/19年
宿泊費	36,691	35,594	39,150	33,252	35,147	32,968	93.8
域内交通費	38,785	33,408	39,316	36,825	38,408	39,483	102.8
買物・土産費	27,698	27,537	34,343	33,264	32,832	29,516	89.9
その他	72,429	62,414	72,005	62,836	60,637	58,333	96.2
合計	175,603	158,953	184,814	166,177	167,024	160,300	96.0

資料) 県観光企画課「青森県観光統計概要」

＜コラム2 新幹線の経済効果7つの法則に学ぶ＞

八戸短期大学 ライフデザイン学科 教授 高橋 俊行

東北新幹線「はやて」が開通した7年前、八戸では、その効果がさまざま取りざたされました。開業後6ヶ月経過した時点で、ある機関が調査した結果では、「好影響があった」と答えた企業が12.9%でした。それに対して、84.2%もの企業が「影響がなかった」と答え、何か特定の観光関連施設や事業者、お土産品ばかりが恩恵を受けているかのような羨望的な話が聞こえてきました。

そこで、当時、好影響と答えた企業のうち25社に対しヒアリング調査を試みてみました。それぞれの好要因について分析、整理してみたところ、7つの特徴があげられました。それを新幹線効果「勝ち組」の経営に学ぶ7つの法則と題して、地元のFMラジオで話をしたことがあります。

一つ目は、好影響を受けたと答えた企業は、「新幹線の開通」という変化をチャンスとして捉え、前向きに取り組んでいることでした。「待ちの姿勢」で、腕組みをして手をこまねいている経営者と、**ポジティブに「攻めの姿勢」を貫いた経営者**との差が如実に現れていました。

二つ目は、チャンスだから儲けてやろうといった野心からではなく、八戸にわざわざ来てくださった**観光旅行者**に、地元の本物の素材を使った商品の提供や「おもてなしの心」のサービスを通して、**満足していただくことを経営理念に掲げ、本気になって取り組んでいる企業**でした。

三つ目は、アイデアや工夫を凝らした企画プランを立て、インターネット、広告、チラシやエージェントを通して、観光旅行者に、「楽しみ」「喜び」「満足」といった**夢と感動を与えるような情報発信を積極的に行っている企業**が、良い成果をあげていることでした。

四つ目として、開業の数年前から地元の素材にこだわり、本当に美味しい製品づくりに挑戦したり、地元の郷土料理を磨き上げ、商品ブランド化に取り組むなど、**本物のモノづくりの開発に情熱を注いでいる経営者**が、新しいお土産品づくりに成功していました。

五つ目としては、必ずしも新商品でなくとも、「商品二分に、売り八分」といわれるように、従来からの商品であっても、積極的にお客様の声に耳を傾け、心をつかむ顧客対応や、エージェントとのリレーションシップを築くなど、**営業開発に一所懸命な企業**ほど結果を出していたのです。

六つ目として、観光旅行者の予算やスケジュールに合わせながら柔軟に対応し、お客様に満足していただける商品、サービスの提供ができているかどうか、つまり**お客様の視点で対応している企業**が、「勝ち組」に残っていました。

最後に、どの商売にも当てはまることですが、**企業のトップ自らが、率先垂範して現場で陣頭指揮**を取り、リーダーシップを発揮している企業が、新幹線効果を享受できたのだと思います。

このようにして振り返ってみましても、普段から経営の理念や営業の基本をしっかり行いながら、観光旅行者との出会いの中で、**情熱をもって行動している人間のいる企業**が、顧客から評価され、厳しい経営環境を乗り越えていけることは、これからも変わりがないことだと思います。

4 建設投資・民間設備投資の動向

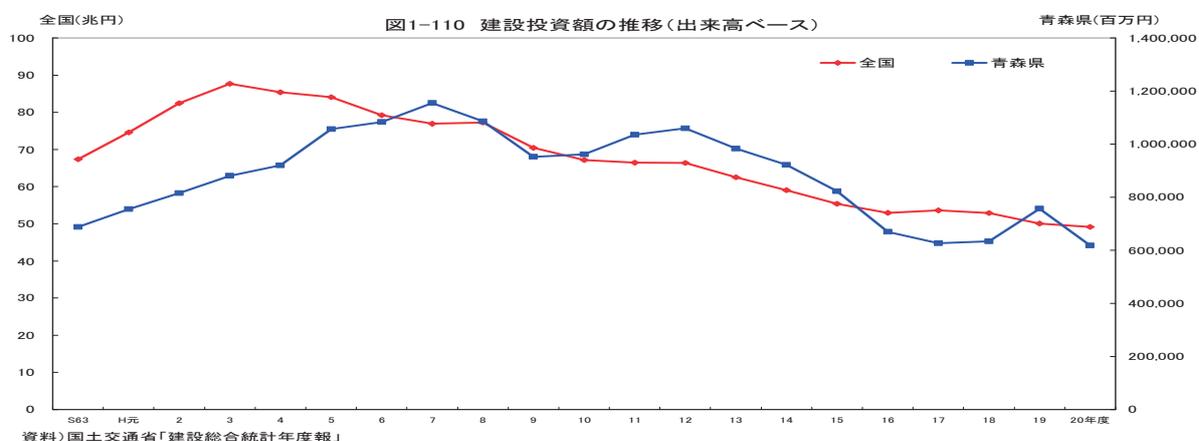
(1) 建設投資の動向

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。

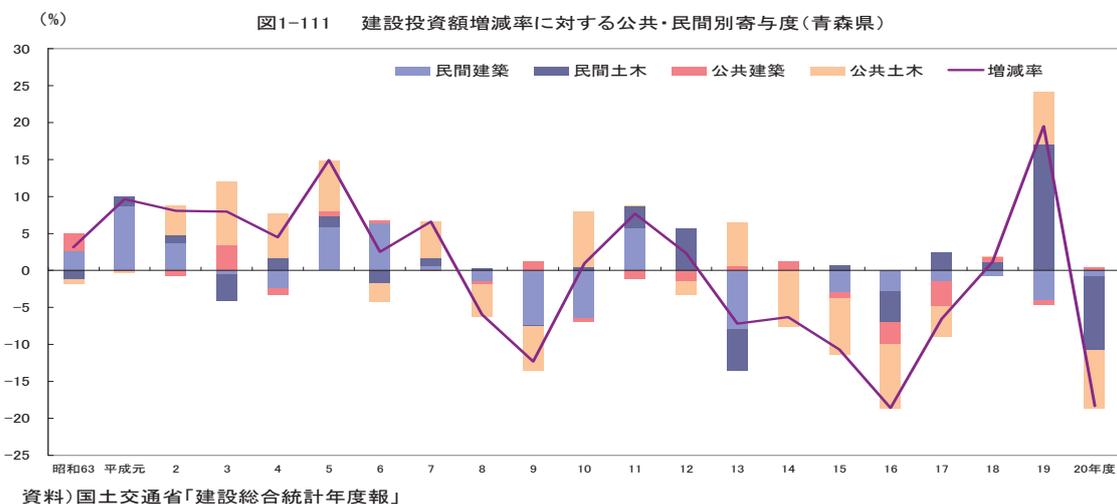
本県の建設投資額は、平成7年度まで増加傾向で推移してきましたが、その後減少に転じ、平成12年度にかけて再び上昇した後、平成17年度まで5年連続して減少しました。平成19年度は7,573億円と前年度比で19.5%増加しましたが、平成20年度は前年度に比べて18.3%減の6,184億円となりました。

全国の推移をみると、平成3年度の87兆7,088億円をピークに減少する傾向にあり、平成20年度の建設投資額は平成19年度に比べて1.8%減の49兆1,749億円となっています。(図1-110)



本県の建設投資額の増減を種類別にみると、平成2年度から7年度にかけては、主に公共土木工事、民間建築工事などが増加しましたが、その後、平成13年度に民間建築工事と民間土木工事が共に減少し、平成14年度から17年度にかけては公共土木工事などが減少しています。

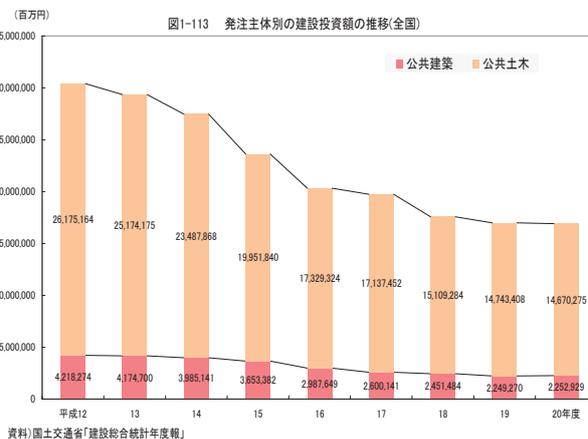
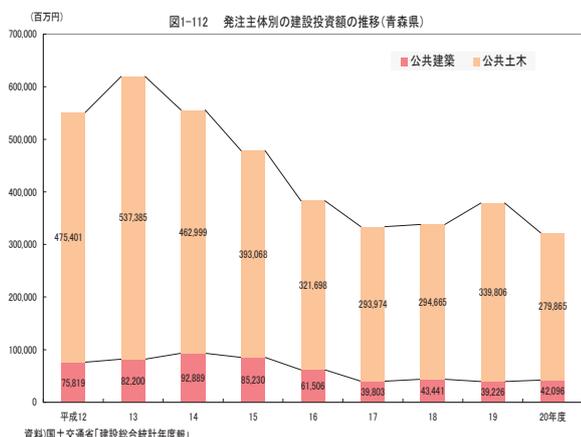
直近の動きでは、平成19年度は民間土木工事が大きく増加し、平成20年度は、公共建築工事が増加したものの、民間建築工事、民間土木工事、公共土木工事が減少しています。(図1-111)



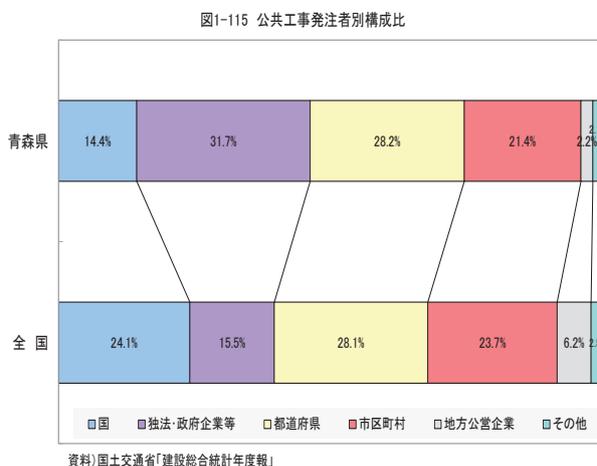
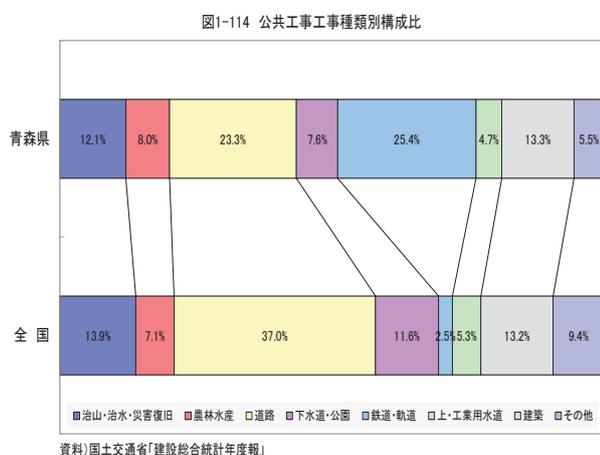
② 公共建設投資額の推移

本県の公共建設投資額は、平成20年度は公共建築工事が増加したものの、公共土木工事が減少したことにより、全体では3,219億6,000万円となり前年を下回りました。(図1-112)

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、全国とも公共投資額が減少する傾向にあります。(図1-113)



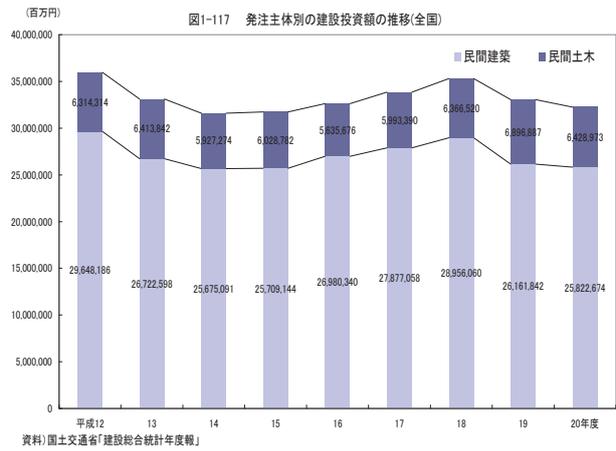
平成20年度の公共工事について種類別に構成比で見ると、本県では「鉄道・軌道」が25.4%と最も高く、次いで「道路」が23.3%となっています。また、発注者別に構成比をみると、本県では「独立行政法人・政府企業等」が31.7%と最も高く、次いで「県」が28.2%となっています。(図1-114、1-115)



③ 民間建設投資額の推移

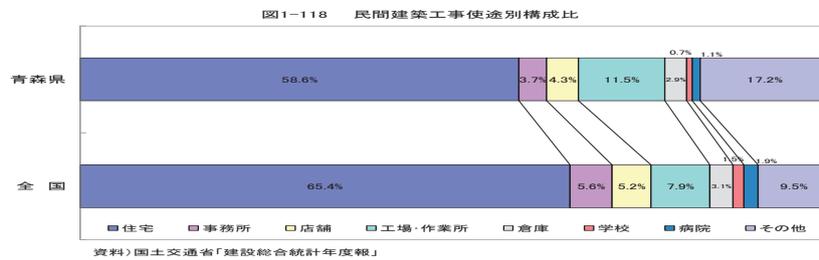
本県の民間建設投資額は、平成19年度は民間土木工事が増加したことにより前年に比べ大きく増加しましたが、平成20年度は民間建築工事・民間土木工事とも前年を下回り2,964億4,900万円となりました。(図1-116)

全国では、改正建築基準法施行の影響などから平成19年度は民間建築工事が減少しましたが、続く平成20年度も、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を下回って推移しました。(図1-117)



平成20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58.6%と最も高く、次いで「工場・作業所」が11.5%となっています。(図1-118)

なお、住宅着工の状況については、「(3)住宅着工の動向」(68ページ〜)で詳細をみていきます。

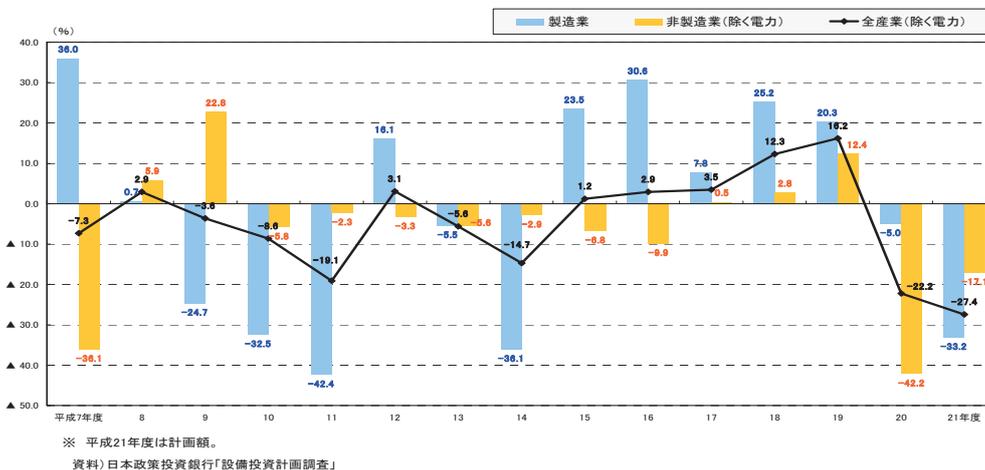


(2) 民間設備投資の動向

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から推移をみると、平成17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年度には全産業ベース(電力を除く)で前年度比プラス16.2%となりましたが、平成20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で前年度比マイナス22.2%となりました。

その流れを受けて平成21年度の企業の設備投資計画は、製造業が前年度比マイナス33.2%、非製造業がマイナス17.1%、全産業ベースでマイナス27.4%と見込まれるなど、企業の投資意欲は大きく冷え込んでいる状況にあります。(図1-119)

図1-119 企業設備投資実績増減率(青森県)



(3) 住宅着工の動向

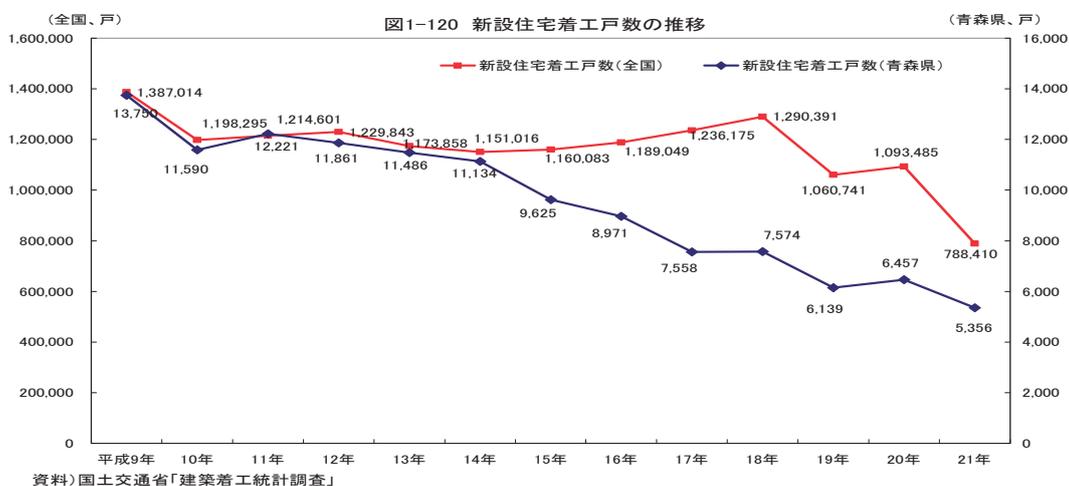
① 新設住宅着工戸数の推移

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年から14年まで11,000～12,000戸台で推移した後減少傾向となり、改正建築基準法の施行により平成19年には6,139戸と前年を18.9%下回る水準となりました。平成20年は前年を5.2%上回る6,457戸となったものの、平成21年は5,356戸と前年を17.1%下回りました。

全国の着工戸数は、貸家や分譲住宅の増加を背景に平成15年から18年にかけてゆる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年は減少に転じました。平成20年には前年を3.1%上回る1,093,485戸となりましたが、平成21年は788,410戸となり前年を大きく下回りました。

平成20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、全国とも平成21年の住宅投資は大きく落ち込みました。(図1-120)



② 新設住宅着工戸数利用関係別推移

平成15年から18年にかけて、全国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: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:建て売り又は分譲の目的で建築するもの)にみると、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、分譲は全国では増加傾向で推移しました。

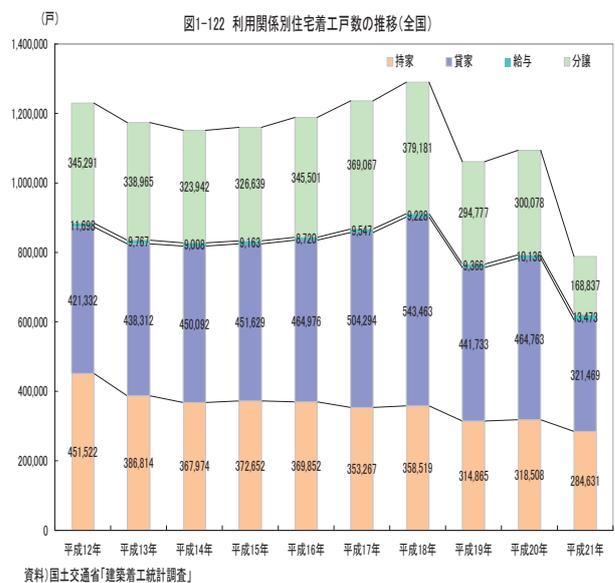
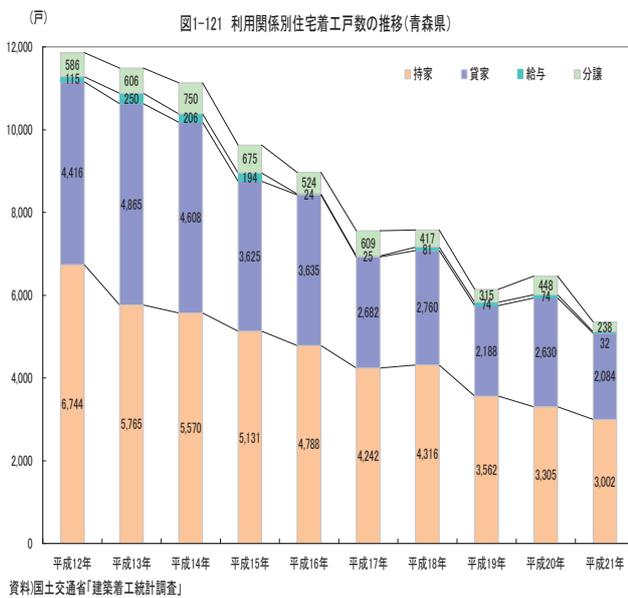
これは、首都圏をはじめとする都市部や地方都市を中心に、貸家や分譲マンションの建設が増えたことによるものですが、その背景には、バブル崩壊による地価の下落やその後の景気低迷期に企業が遊休資産を放出したため都市部の物件が入手しやすい環境となったこと、また、低金利による住宅取得意欲の高まりや、第2次ベビーブーム世代(1971-1974生まれ)が住宅取得年齢を迎えたことなどがあるといわれています。また、老朽化した貸家、マンションなどが建て替えの時期を迎え、地方の建設会社では削減が続く公共事業に代わり都市部のマンション建設に新たな活路を見出したことなども増加の要因とされています。

平成21年の本県の状況は、持家は前年に比べ9.2%減少の3,002戸、貸家は20.8%減少の2,084戸、給与は56.8%減少の32戸、分譲が46.9%減少の238戸となり、全ての項目で前年を下回りました。(図1-121)

全国では、持家は前年に比べ10.6%減少の284,631戸、貸家は30.8%減少の321,469戸、給与は32.9%増加し13,473戸、分譲が43.7%減少の168,837戸となりました。

本県は新設着工戸数に占める持家の割合が高く、平成12年以降をみても全国の水準を上回っています。平成21年の本県の持家比率は56.0%で前年から4.8ポイントの上昇となりました。

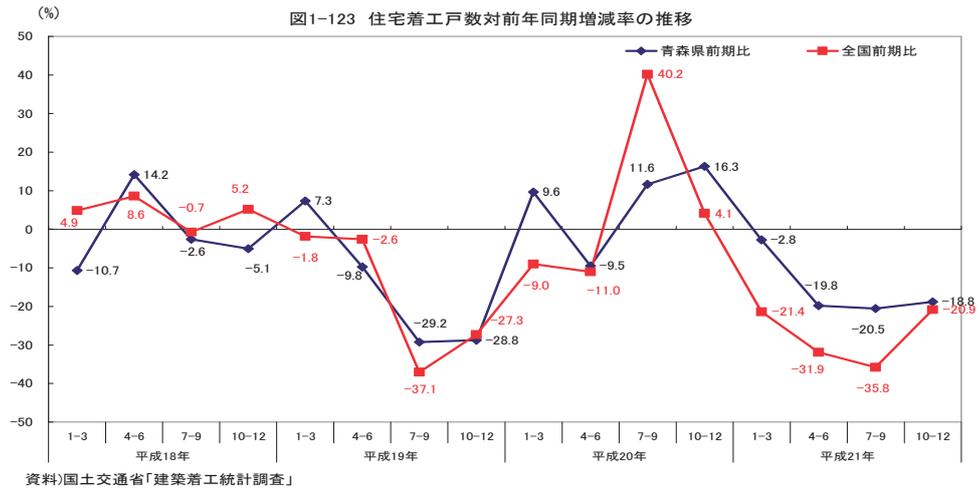
全国では、平成13年以降、貸家の占める割合が最も高く、平成21年は40.8%を占めています。(図1-122)



③ 四半期別推移

平成18年以降の動きについて、四半期毎の対前年同期増減率をみると、本県では平成19年の4-6月期、7-9月期、10-12月期に前年同期を下回った後、平成20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が、平成21年に入って以降前年同期を下回って推移しています。

全国も本県とほぼ同様の動きとなっています。(図1-123)



平成19年の改正建築基準法施行後、全国、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、回復の兆しがないまま住宅投資も伸び悩んでいる状況がうかがえます。

5 企業倒産の動向

(1) 企業倒産状況

① 企業倒産件数の推移

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

本県の企業倒産件数の推移をみると、平成15年から19年までおおむね横ばいで推移していましたが、平成20年は135件と対前年増減率で32.4%の上昇となりました。

平成21年は102件となり、平成12年以降では平成19年と並んで低い水準となっています。負債総額の推移をみると、1件の負債額が100億円を超える大型倒産の発生した平成14年や16年は、その影響を受けて負債総額も増加しています。

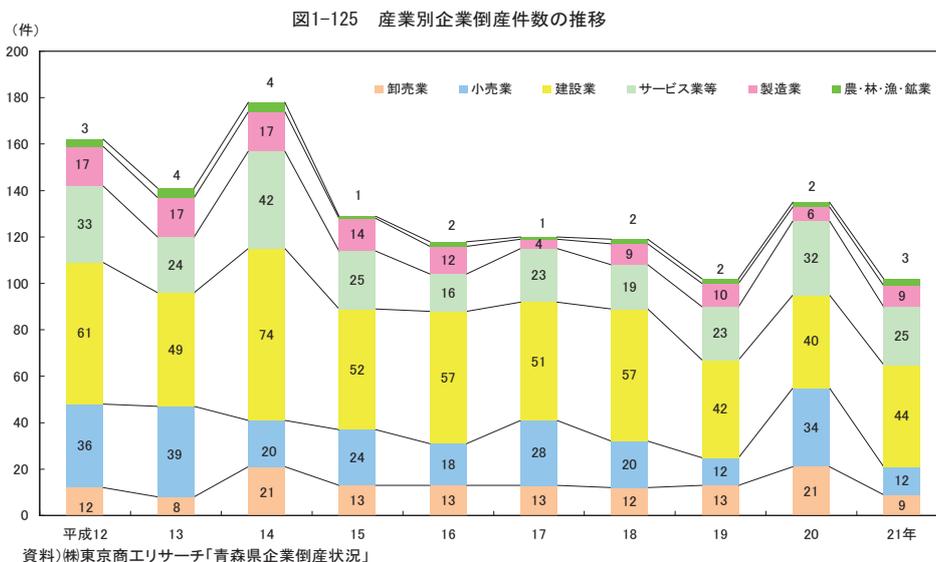
平成20年は、大型倒産(負債10億円以上)が前年より8件増加して15件となったことから、負債総額も547億円となりました。平成21年の負債総額は408億5,600万円となり前年を下回りましたが、負債額197億円に達する大型倒産が発生したことから倒産件数では同水準の平成19年の総額を大きく上回っています。(図1-124)



② 産業別倒産件数の推移

本県の企業倒産件数の推移を産業別にみると、平成12年以降では建設業が最も多く推移しています。平成21年は倒産件数が前年に比べ33件減少しているなかで、建設業の倒産件数は44件と増加し全体の43.1%を占めています。なお、平成20年は小売業の倒産件数が34件と前年に比べて大きく増加していますが、これは、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たことなどによるものです。

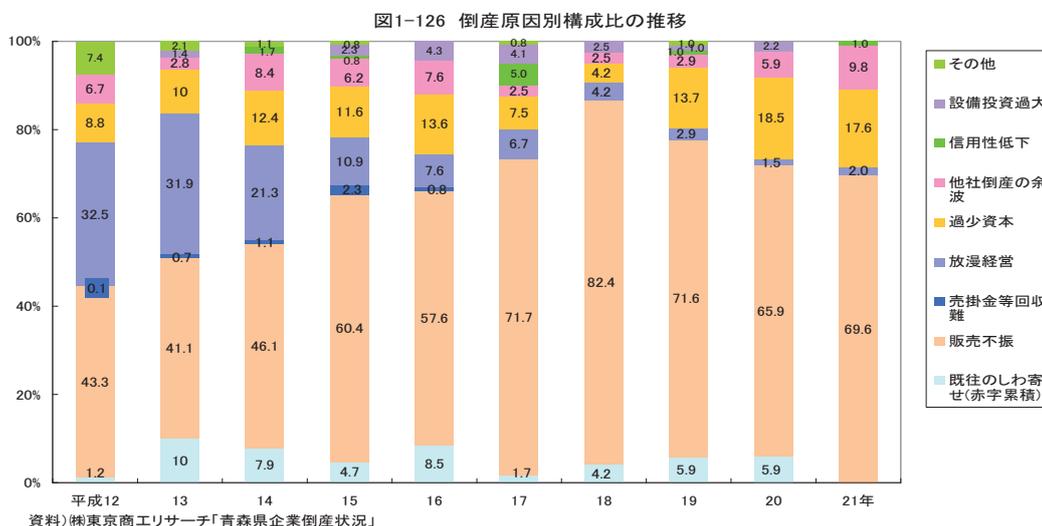
平成21年も倒産件数に占める建設業の割合は依然高水準で推移しましたが、景気低迷により消費の落ち込みも深刻な状況にあり、建設業に次いでサービス業等が25件、小売業12件となるなど、消費に係る産業への影響も見え始めています。(図1-125)



③ 倒産原因別推移

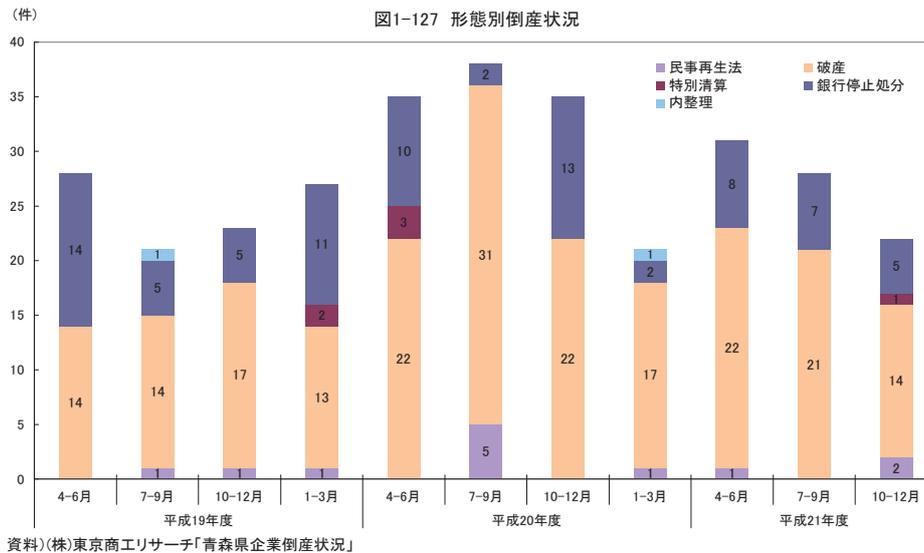
倒産原因別にみると、販売不振による倒産件数の占める割合が総じて高く、平成21年では、69.6%となりました。販売不振による倒産は平成12年から14年までは40%台で推移していましたが、平成15年に6割を越え、平成18年には82.4%を占めるに至りました。一方、平成12年には32.5%となっていた放漫経営による倒産は年々減少傾向にあり、平成21年は2.0%となっています。

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も平成13年以降5割を超えて推移しています。（図1-126）



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半数以上を占めています。（図1-127）



平成20年10月に始まった緊急保証制度など、政府や自治体のセーフティネット策の効果により、平成21年の倒産件数は前年に比べ低い水準で推移しましたが、雇用環境の改善が進まないことや消費が低迷している状況が続いていることなどから、今後も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。

長引く景気低迷により、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るなかにあつて、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。

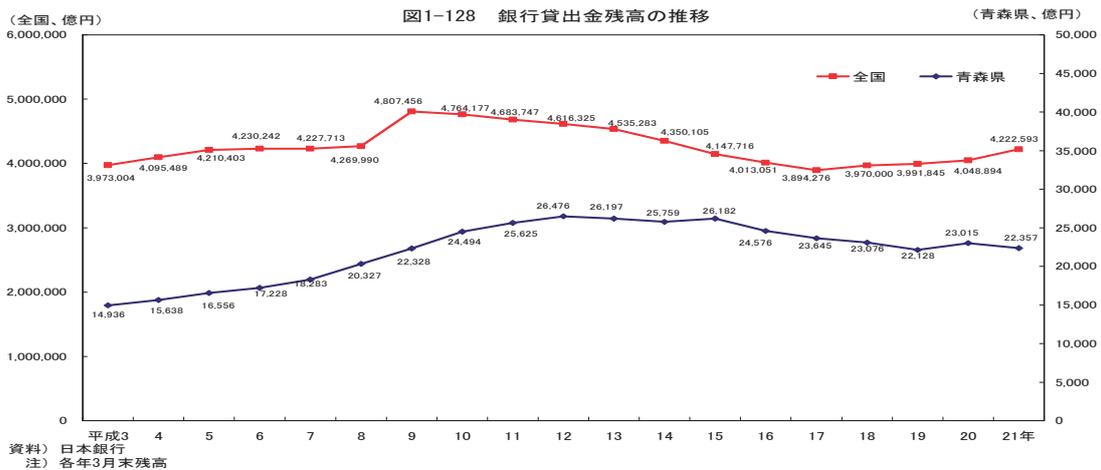
6 金融の動向

(1) 金融情勢

① 銀行貸出金残高の推移

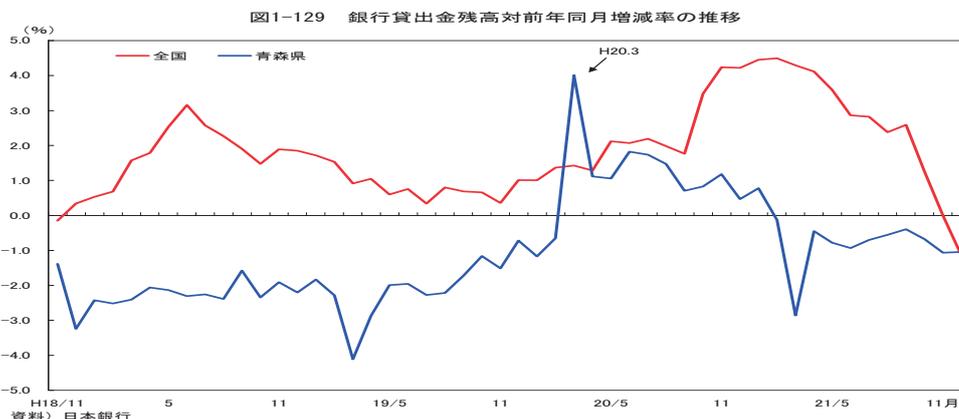
本県の銀行貸出金残高（各年3月末）は、平成15年まで増加傾向で推移していましたが、平成16年以降減少傾向となりました。平成21年3月は2兆2,357億円と前年から658億円の減少となっています。

一方、全国は、平成10年から平成17年まで減少傾向にありましたが、平成18年から増加に転じています。（図1-128）



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3月には銀行貸出が大きく増加しました。その後11ヶ月連続でプラスとなりましたが、平成21年2月以降はマイナスで推移しています。

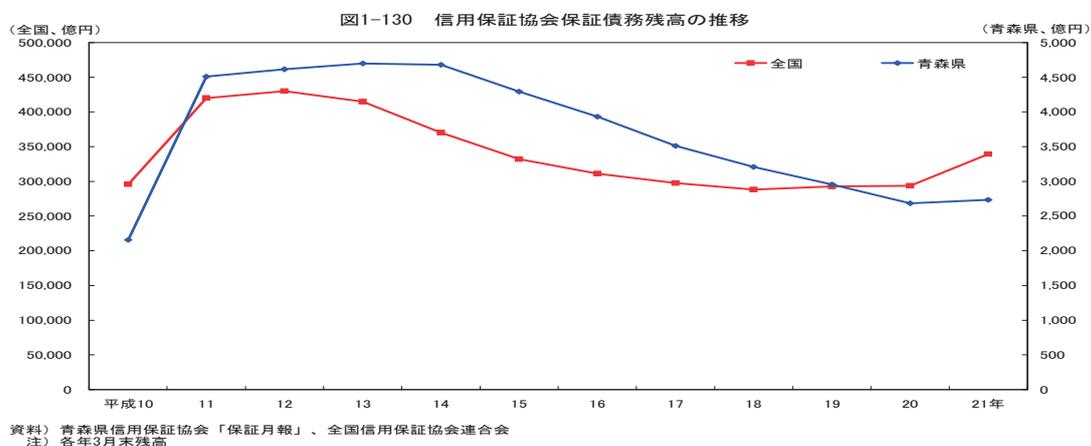
全国の貸出金残高は、平成18年12月から21年10月までプラスで推移しており、特に企業が社債やコマーシャルペーパーの発行を押さえ銀行貸出を増加させたことなどから、平成20年11月から21年4月までは4%を超える水準で前年を上回って推移しました。（図1-129）



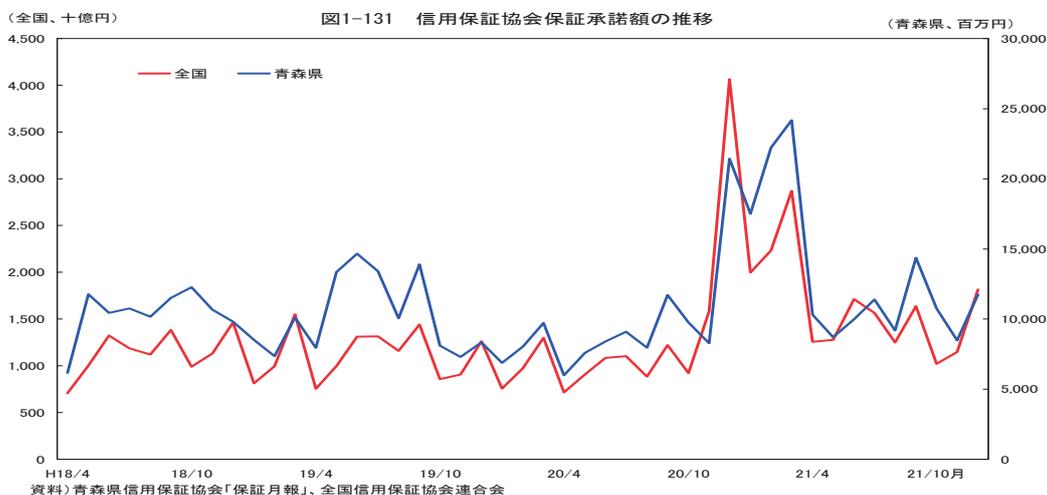
② 信用保証協会保証債務残高の推移

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年以降減少が続いていましたが、平成21年は増加に転じ、平成21年3月末時点で2,735億円となっています。

全国は、平成13年以降減少が続いていましたが、平成19年から3年連続で増加し、平成21年3月末の残高は33兆9,192億円となっています。(図1-130)



本県の信用保証協会の保証承諾額を月別にみると、20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12月から21年3月にかけて保証承諾額が大きく増加しました。全国も同様の動きとなっています。(図1-131)



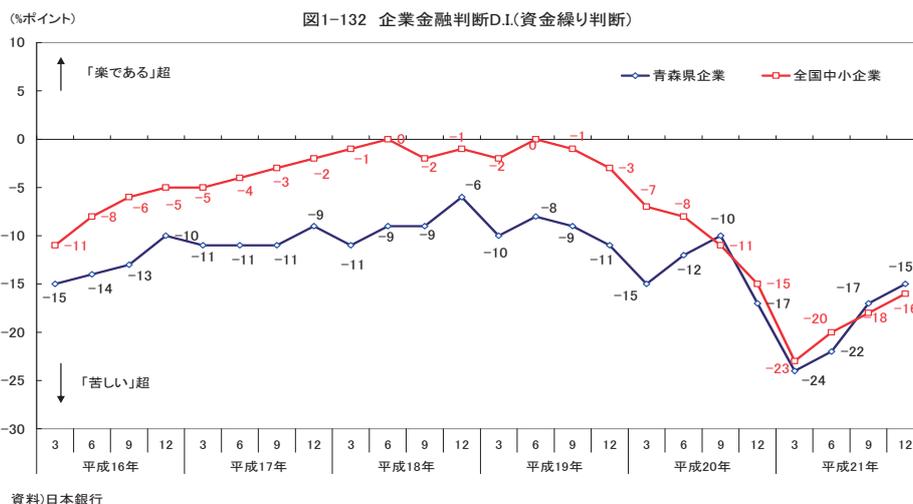
③ 県内企業の金融環境

企業金融判断D. I. 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D. I. は、リーマンショック発生後の平成20年12月期から平成21年3月期にかけて落ち込み、その後「苦しい」超幅の縮小傾向が続き平成21年12月期には「苦しい」超幅はマイナス15となりました。

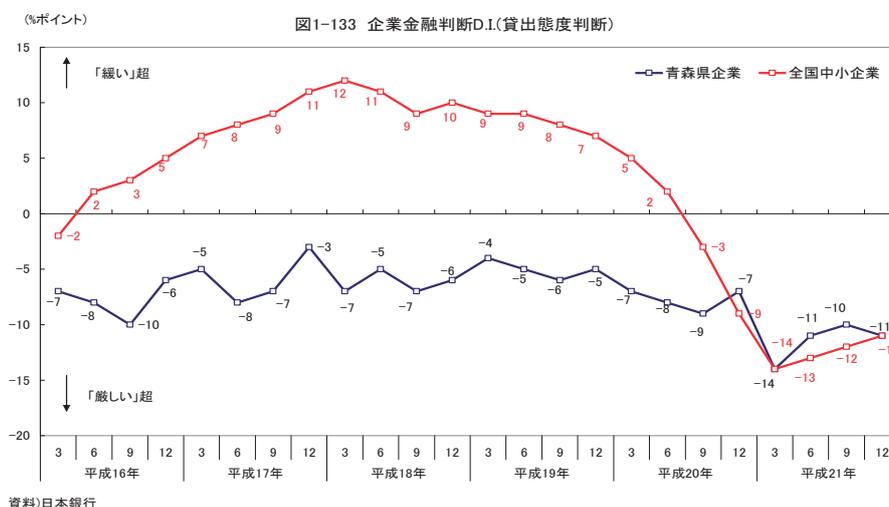
全国(中小企業)の資金繰り判断D. I. をみると、リーマンショック発生後の動きは本県とほぼ同様で平成20年12月期から平成21年3月期にかけて落ち込み、その後「苦しい」超幅の縮小傾向で推

移しています。しかしながら、平成16年から平成18年をみると、全国では「苦しい」超幅が縮小を続けるなど改善傾向で推移した期間がみられます。(図1-132)



次に、銀行の貸出態度判断D.I.をみると、平成21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、「厳しい」超幅は縮小し、平成21年12月期はマイナス11と全国(中小企業)と同水準となっています。

全国(中小企業)のD.I.の推移をみると、リーマンショック以前の平成16年6月期から、平成20年6月期にかけては「緩い」超で推移するなど、この間も「厳しい」超で推移した本県とは大きな開きがありました。(図1-133)



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大きく悪化しました。しかしながら、その後、全国と同様に改善方向に推移しており、信用保証協会の保証承諾額が大幅に増加していることをみても、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大きく寄与したものと考えられます。

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年の1,529千人をピークに減少が続いており、平成21年は1,383千人となりました。年齢別では、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1-134）

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10年から平成20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、長崎に次いで全国で4番目に大きい減少幅となっています。（図1-135）

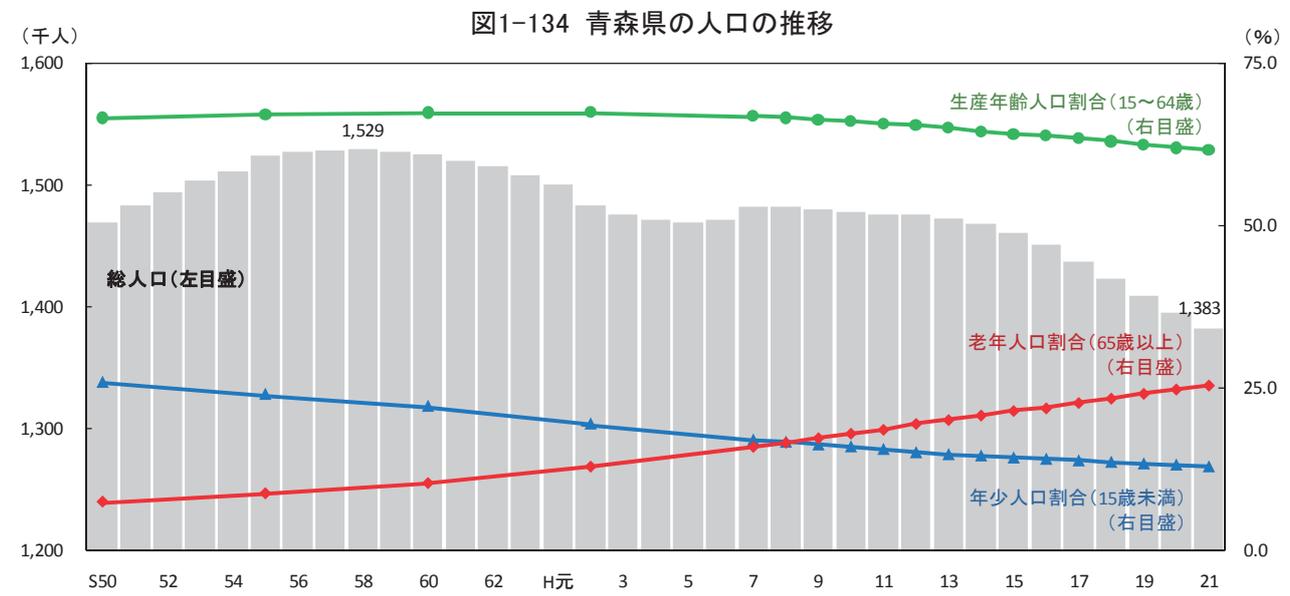
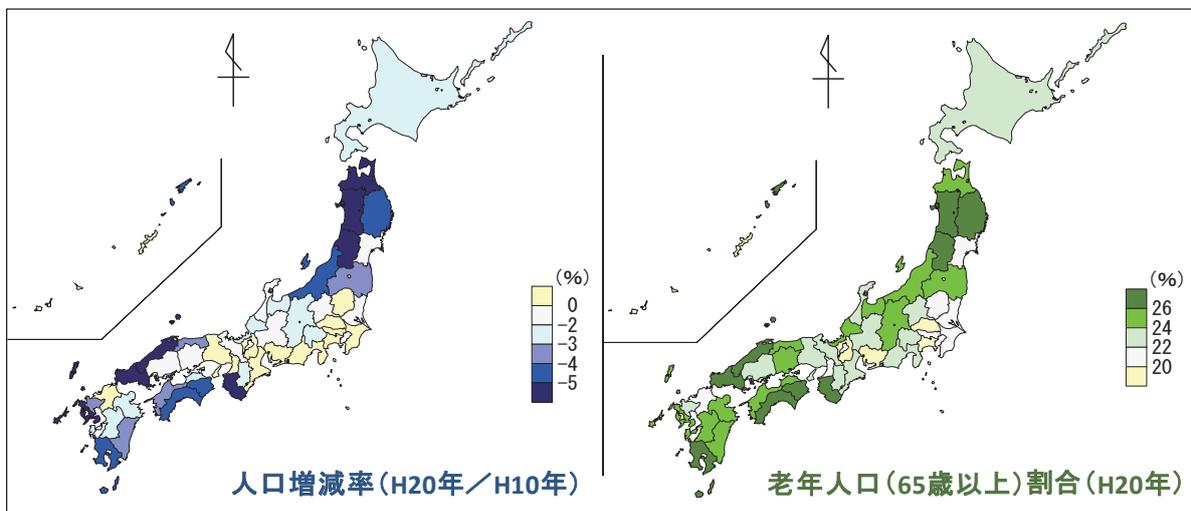


図1-135 国の人口増減率と老年人口割合



資料) 総務省統計局「推計人口」

2 青森県の人口動態

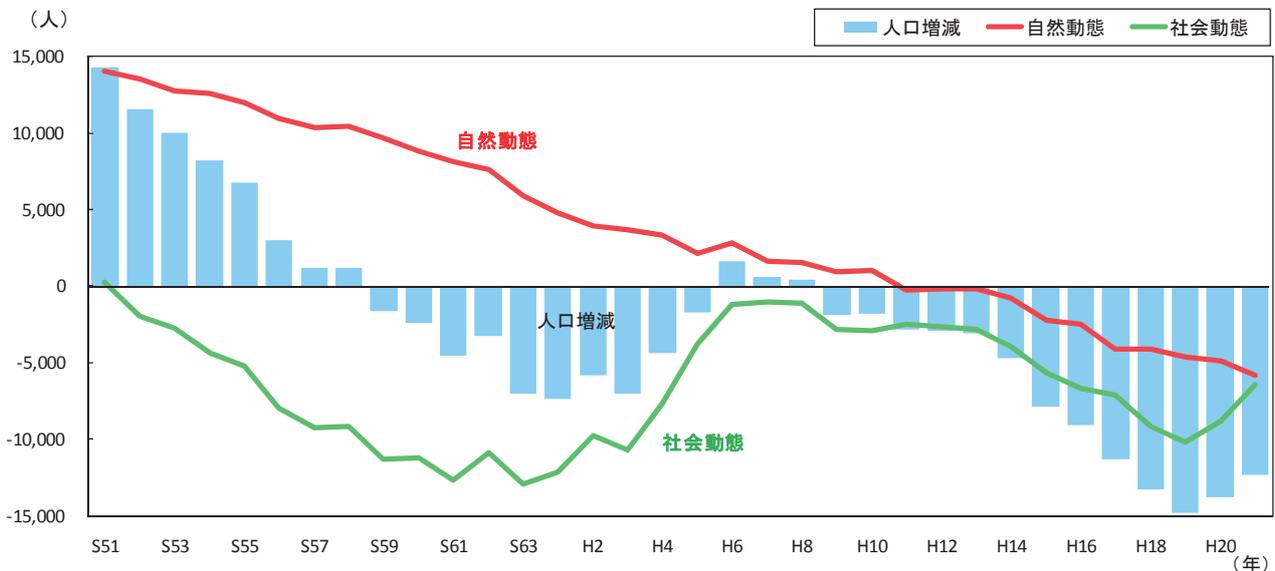
人口動態の特徴を捉えるには、出生者数から死亡者数を差し引いた自然動態と、転入者数から転出者数を差し引いた社会動態に分けてみる必要があります。

本県の自然動態については、少子高齢化の影響を強く受けて長期的な減少が続いており、平成11年からは自然増減数がマイナスへ転じています。平成21年は出生者数が9,633人、死亡者数が15,500人となり、自然増減数は過去最大の減少幅となる5,867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年をボトムに減少幅が拡大から縮小へ転じており、平成21年の社会増減数は6,422人の減少となりました。(図1-136)

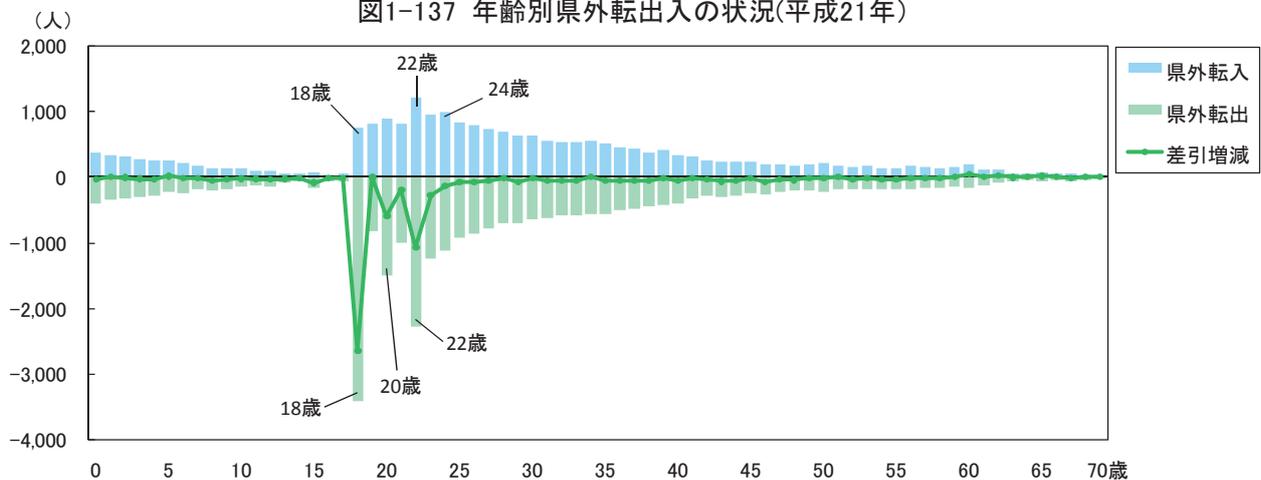
また、県外への転出入の状況を年齢別にみると、ほぼ全ての年齢層で転出超過となっていますが、特に、18歳、20歳、22歳の時点での転出超過が際立っています。(図1-137)

図1-136 青森県における人口増減数の推移



資料) 県統計分析課「推計人口」

図1-137 年齢別県外転出入の状況(平成21年)



資料) 県統計分析課「推計人口」

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21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みると、「県外からの転入」では、転勤が31.4%で最も多く、次いで転職が13.8%となり、「県外への転出」では、就職が33.5%で最も多く、次いで転勤が26.4%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、就学が28.9%で最も多く、「県外への転出」では就職が54.5%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17.8%、就職が16.4%、転勤が15.2%で分散されていますが、「県外への転出」では就職が60.7%と大きな割合を占めています。

(図1-138、1-139)

図1-138 「県外からの転入」の移動理由(平成21年)

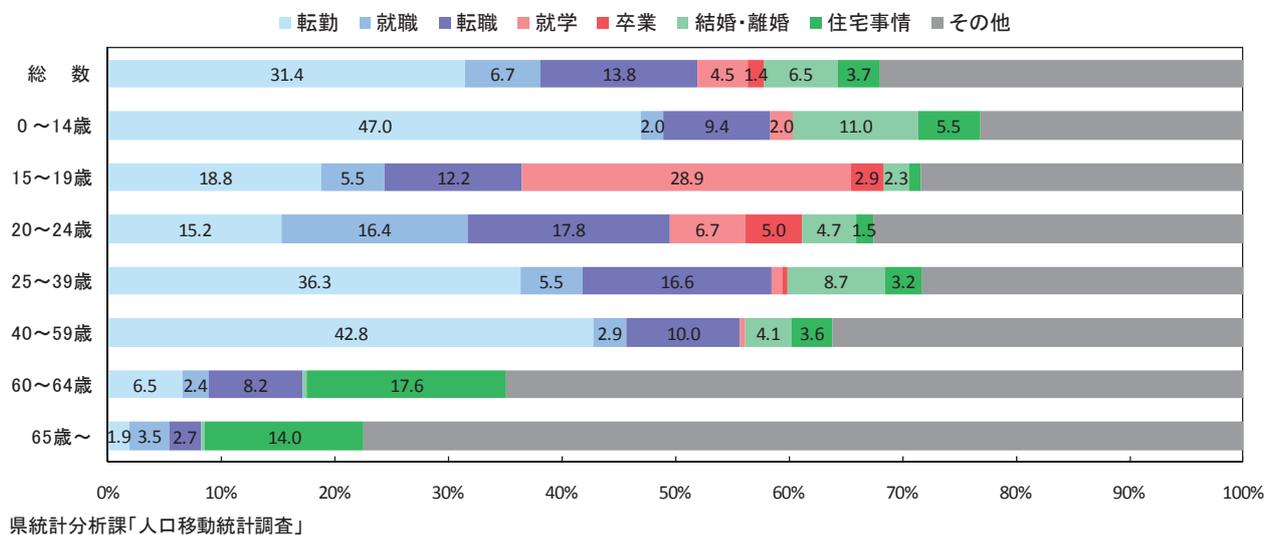
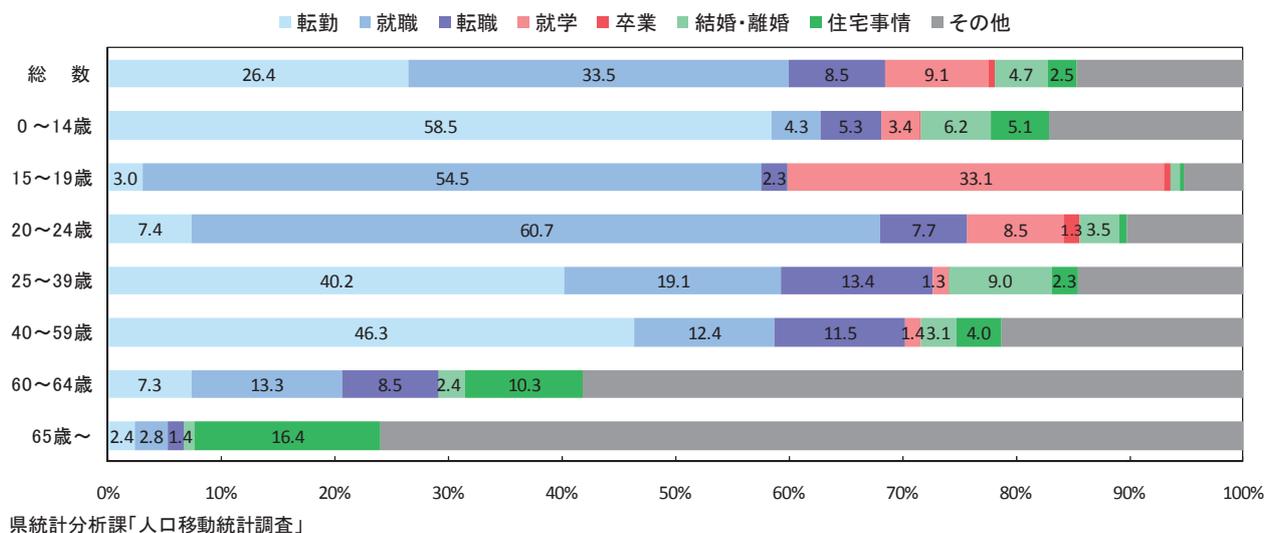


図1-139 「県外への転出」の移動理由(平成21年)

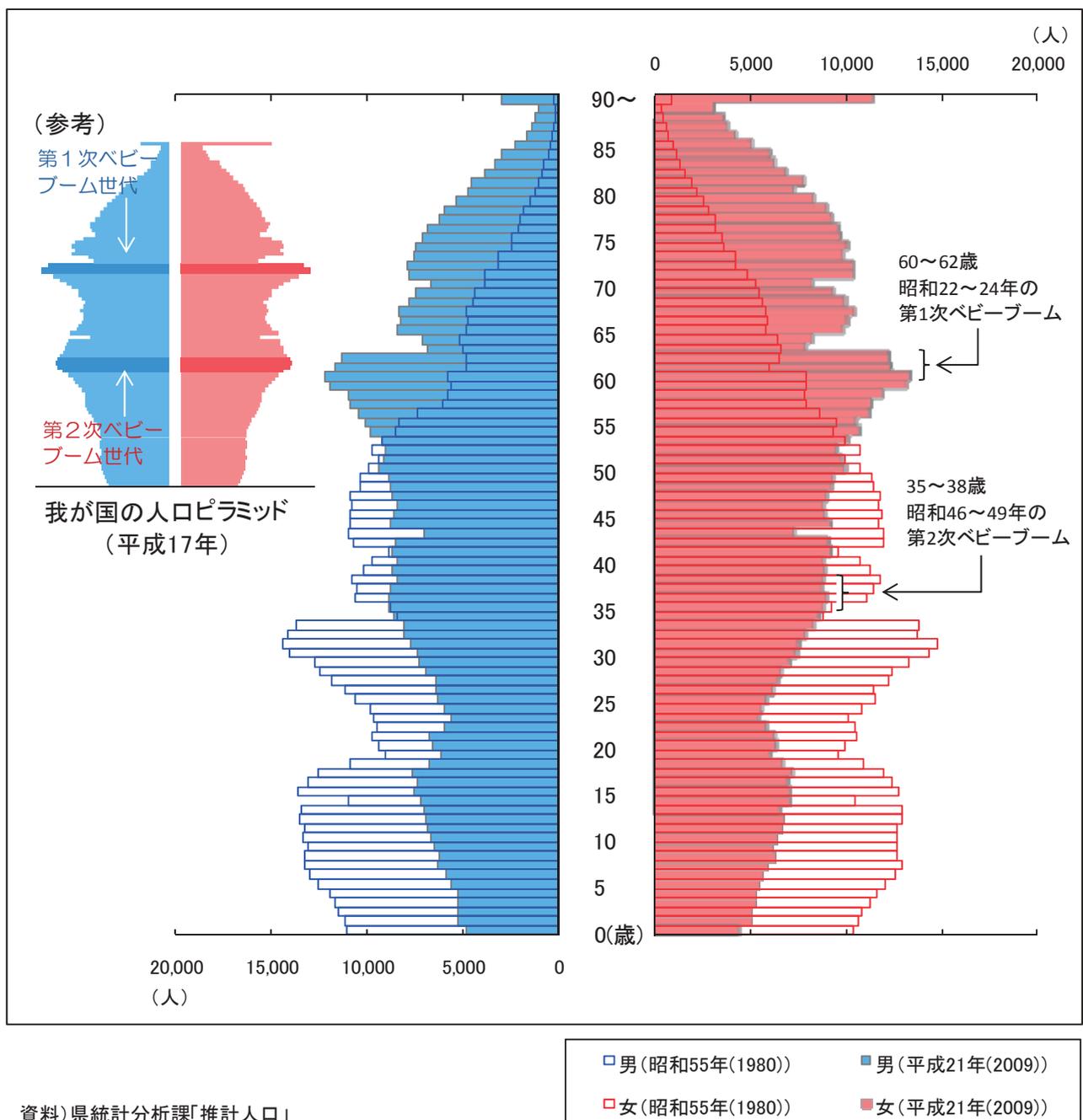


3 青森県の人口構成

人口ピラミッドの型については、富士山型、釣鐘型、ツボ型など、数種類に分類されますが、総務省では前回の国勢調査が実施された平成17年時点で、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」と表現しています。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ついては、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。

また、本県の人口ピラミッドを約30年前の昭和55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1-140)

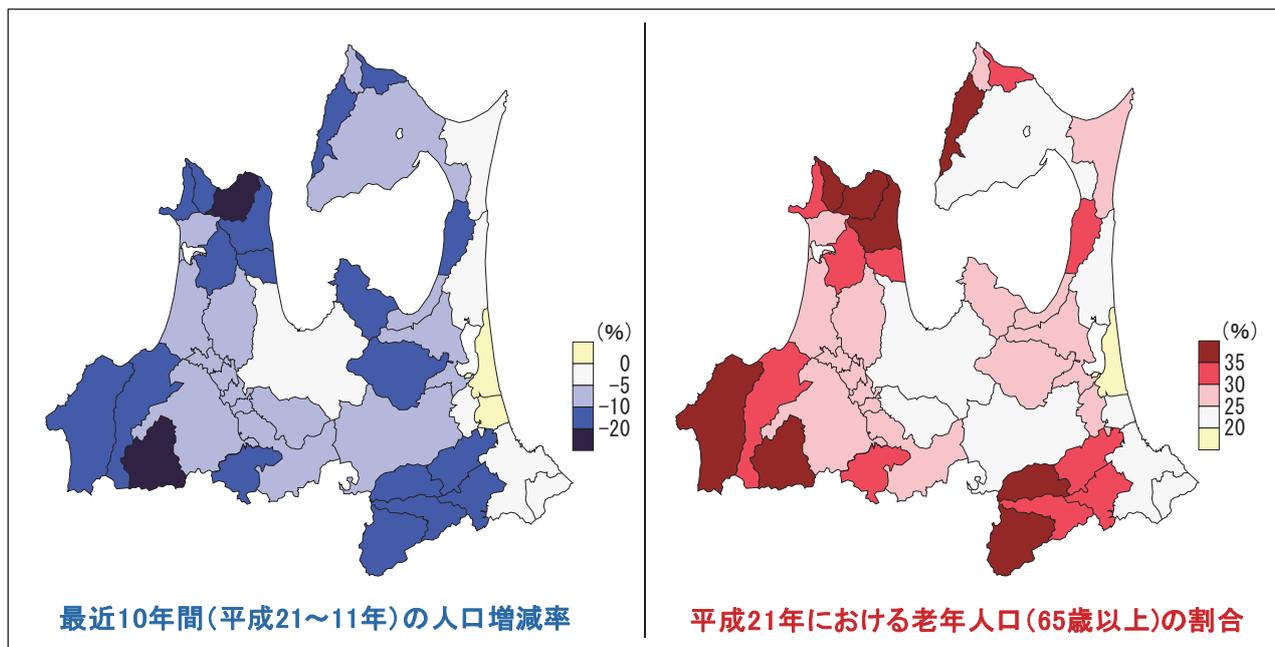
図1-140 青森県の人口ピラミッド



市町村別の人口動向をみると、最近10年間で人口が増加したのは、三沢市とおいらせ町で、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、今別町と西目屋村では20%を超える減少幅となりました。

また、平成21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1-141）

図1-141 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

これまで、我が国及び本県の経済動向について、各種統計指標をもとに分析・解説してきましたが、本県経済は、世界経済及び日本経済の悪化の影響を受けて、依然として厳しい状況が続いています。

経済の動向は、企業の生産部門、雇用情勢の変化を通じ、人々の就業環境に影響を及ぼすものですが、本県の人口社会動態についても、景気動向と比較してみると、景気後退期には減少幅が小さくなり、景気回復期には減少幅が大きくなる傾向がみられます。

最近の本県の人口動態については、社会動態の減少幅が縮小傾向にありますが、これは国内の経済環境の悪化により、若年層の県外転出が減少し、県外転入が増加していることが推察されます。

県人口の流出減が続くことは、短期的には、失業者数、求職者数、雇用保険受給者数の増加等が懸念されますが、中長期的には、若年層の増加により、県内で労働力人口が確保できる可能性を有することから、将来を展望し、地域資源を最大限活用した産業基盤の強化が求められます。

一方、平成22年12月の東北新幹線全線開業を迎えることから、その効果を最大限に獲得するよう取り組む必要があります。そのため、「食」や「エネルギー」等本県の比較優位資源を最大限に活用し、「青森県基本計画未来への挑戦」において掲げる、生業づくりに積極的に取り組んでいくことが重要です。

＜コラム3 三種の神器＞

青森地域社会研究所 専務理事 高山 貢

2008年のリーマンショック以降、国内外の急激な需要の落ち込みが県内経済を直撃した。電子部品、半導体関連企業を中心に人員整理が進み、雇用不安が台頭した。その後、景気は引き続き減速傾向を辿り、一向に回復の気配が見えないまま、雇用不安は高止まりしている。

実体経済をみると、百貨店販売の不振、住宅着工戸数の大幅減などの背景には、景気減速→売上不振→所得・雇用環境の厳しさ→生活防衛意識の高まりといった図式がうかがわれる。こうしたなか、一連の景気対策効果で一息ついているのが家電業界である。一定基準の省エネ効果を満たした「冷蔵庫」「エアコン」「地上デジタル放送対応テレビ」の3つの家電製品を購入すれば、国から他の商品と交換できるエコポイントが人気を集めている。

また、燃費基準や排ガス規制が一定レベル以上に達しているエコカーを購入する際にかかる税金が免除および減額されるエコカー減税制度も一部車種の販売好調につながっている。さらに、2010年3月からは住宅エコポイントの受付がスタートする。消費不振、住宅建設の落ち込みに歯止めをかけたいと懸命に景気浮揚に取り組んできた効果が現れている。

かつて、1950年代後半の高度経済成長期には「洗濯機・テレビ・冷蔵庫」が「三種の神器」として大きな消費ブームを引き起こした。夢を再びと、低炭素社会、環境重視が基本となる我々の生活スタイルを変えていく現代版「新三種の神器」、「太陽電池・電気自動車・省エネ家電」を普及させようと、需要を先取りする形でエコポイント制度が始まったといえよう。

さて、青森県の「三種の神器」といえば、国際空港、高速道路に加え、2010年末には待ち望んでいた東北新幹線が青森まで延伸、いわゆる高速交通体系の「三種の神器」が挙げられる。新幹線の定時高速性、大量輸送力、ジェット機の海外、国内主要空港とのアクセス、高速道路を利用したビジネス交流、観光需要の取り込みなど、ヒト、モノ、情報の交流が活発化する期待が県民に高まっている。青森県の文化、産業の魅力をPRする絶好の機会となろう。

青森版「三種の神器」を最大限利活用するポイントは、かつて経営学で学んだ「範囲の経済」(economies of scope)の考え方ではないだろうか。「範囲の経済」とは複数の事業活動のなかで、販売チャネル、技術、ブランド、生産設備、情報などの経営資源を共有することにより、単独で事業をおこなうより、効率的に事業活動が行えると教わった。青森県の未利用資源の有効活用(もちろん新幹線も含む)、青森県がこれまで蓄積してきた技術や技能の応用、青森県の主力既存製品と補完関係にある商品開発、情報ネットの共同利用など、青森県を一つの企業としてみれば、「範囲の経済」をベースとした多角化戦略が見えてくるのではないだろうか。

第二部 あおもり「食」産業の充実強化に向けて

はじめに

本県は食料自給率が100%を超え、米、野菜、果実、畜産、水産等の品目のバランスのよい生産構成となっているなど、食料は比較優位な資源と位置づけられます。

「食」に関連した取組としては、生産から消費にいたるトータルな食の流れを体系的にとらえたフードシステムを取組や、1次産業である農林水産物を加工し、新たな付加価値をつけた新商品・新サービスを開発・販売する1.5次産業の取組、また、2次産業と3次産業を加えた、いわゆる1次産業×2次産業×3次産業=6次産業としての農商工連携の取組等が推進されており、地域経済の活性化策として「食」への関心が高まっているところです。

平成21年度からスタートした「青森県基本計画未来への挑戦」においても、本県の比較優位資源である食を活用した「あおもり「食」産業」の充実強化を掲げており、平成22年度重点事業の戦略キーワードとして「あおもり「食」産業」を設定し、外貨獲得のための大きな柱となる産業として充実・強化を図ることとしています。また、平成22年12月の東北新幹線全線開業を受けて、あらゆる分野の総力を結集して開業効果の獲得・波及に取り組む必要があり、その観点からも裾野が広い「食」を、人を呼び込む重要な要素ととらえる必要があります。

食に関わる産業について、食料品の生産から加工、流通を経て、消費までの一連の流れとしてとらえると、農業・水産業を上流、食料品・飲料製造業を中流、飲食料品卸売業・小売業、外食産業、食料消費を下流と分類することができることから、第二部では、本県の「食」産業を上流・中流・下流（生産・加工・流通・消費）の観点から構造分析を行い、他地域や時系列で比較しながら、本県の「食」産業の現状と課題を検証します。

第二部の構成としては、まず、産業連関表を使用して、本県の食料・飲料の生産から消費に至る流れにより、本県の「食」産業の全体像を俯瞰しながら、移輸入も含め、生産から加工、流通において付加価値や流通コストが加わることにより、最終の消費の規模がどの程度まで増加するかについて示していきます。

その次に、「食」産業に関連する各産業の動向について検証し、農水産業においては、バランスのよい生産構成にあり、全国有数の食料供給県の地位にある一方で、他県に比べてまだ発展の余地が大いにある食料品・飲料製造業の現状と課題を示していきます。

また、人口減少、高齢化社会が進展し、消費者ニーズも変化していく中で、県外事業所の参入などにより、県内産品取扱いの減少が懸念される卸売業・小売業、外食産業の現状と課題を示していくとともに、家計消費支出から食スタイルの変化をみていきます。

第1章 本県の食産業の動向

1 産業連関表からみた本県の「食」産業の構造と変化

(1) 生産から消費までの食料・飲料の流れ

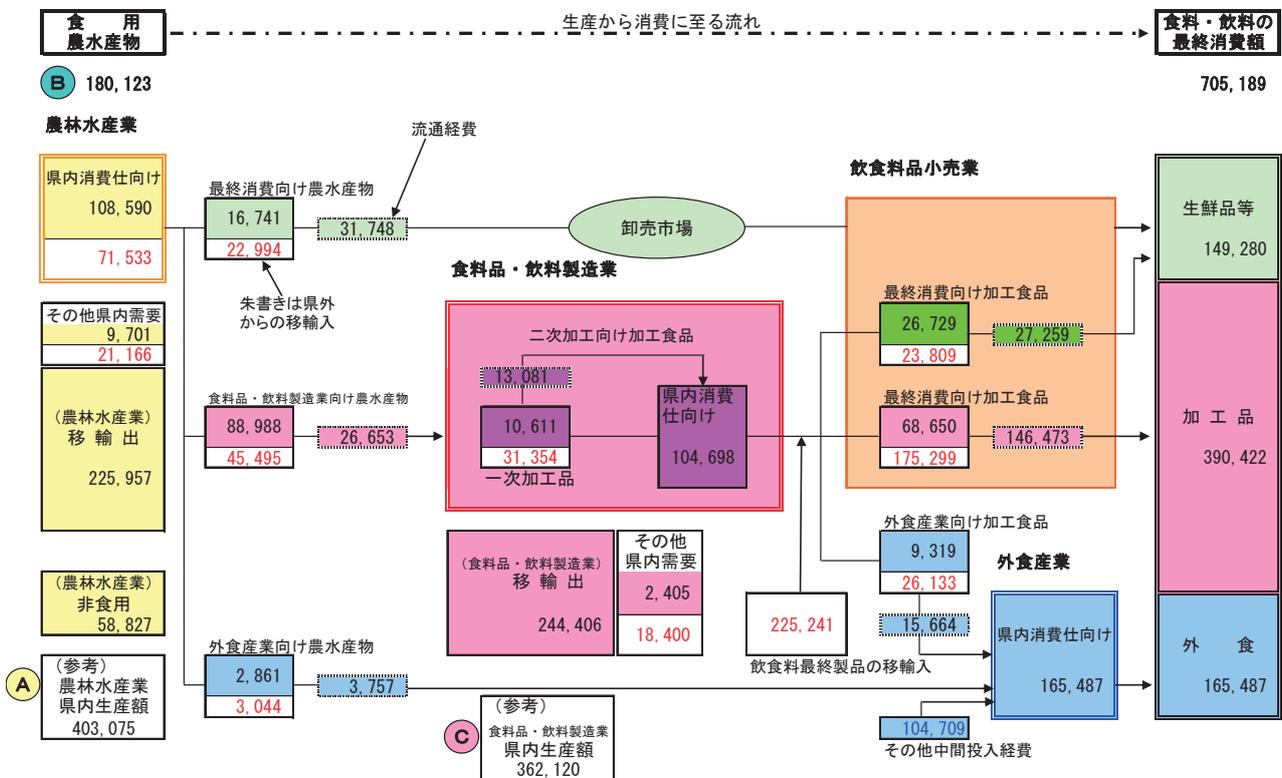
まず、最初に、本県の「食」産業全体を俯瞰するため、産業連関表を使用して、本県の「食」産業相互の関連をみてみます。

「食」の生産から消費に至る流れを一覧でみることで可能な下記のフロー図は、農林水産省が国の産業連関表を基にまとめた推計方法を参考に、最新の「平成17年青森県産業連関表」により本県が独自に試算し、図表に表したものです。

この図表は、上流において生産された食用農水産物が、中流の加工を経て、下流の流通、消費に至る流れを表していますが、具体的には、県内に供給された食材が、流通業、食料品・飲料製造業、外食産業において、商業マージン及び運賃等の流通経費、加工賃、サービス料、燃料費、人件費等が付加され、最終的に食料・飲料として消費者がどのくらい消費したのかについて試算したものであり、本図表の「食料・飲料の最終消費」の金額は、1年間に消費者が飲食費として支払った金額を示しています。(図2-1)

図2-1 食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ（平成17年）（青森県）

(単位：100万円)



資料：農林水産省で試算した「食用農水産物の生産から飲食料の最終消費に至る流れ」を参考に、「平成17年青森県産業連関表」を基に県統計分析課が試算。
 注：1) 食用農水産物には、特用林産物（きのこ類）を含む。
 注：2) 旅館・ホテル、病院等での食事は「外食」に計上するのではなく、使用された食材費を最終消費額として、それぞれ「生鮮品等」及び「加工品」に計上している。
 注：3) 「生鮮品等」は、精穀（精米・精麦等）、と畜（各種肉類）及び冷凍魚介類。これらは加工度が低いため、最終消費においては「生鮮品等」として取り扱っている。
 注：4) 「---」内の数値は、各々の流通段階で発生する流通経費（商業経費及び運賃）であるが、ここでは全国の値を準用している。
 注：5) 朱書きの数値は、県外からの移輸入額を表している。

＜「食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ」（平成17年）（青森県）の解説＞

ここでは、前頁の「食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ」（平成17年）（青森県）」のフロー図を、供給部門別と需要部門別（消費形態別）に分割して説明します。

今回の試算における食料・飲料の範囲については、下の参考表のとおり、「平成17年産業連関表」の基本分類により、農林水産業のうちの食用の生鮮品等の品目、食料品製造業及び飲料・たばこ・飼料製造業のうちの加工品の品目、飲食店のうちの外食関連の業種を対象としています。

なお、食用として生産されたもののうち、最終的に食用として消費されない農水産物については、推計により食用農水産物から除いています。（表C2-1）

表C2-1（参考表）飲食料の範囲

	「平成17年産業連関表」の基本分類（列）
生 鮮 品 等	米*、麦類*、いも類*、豆類*、野菜(路地)*、野菜(施設)*、果実*、砂糖原料作物*、飲料用作物*、その他の食用耕種作物*、酪農*、鶏卵*、肉鶏*、豚*、肉用牛*、その他の畜産*、特用林産物(除く狩猟業)*、沿岸漁業*、沖合漁業*、遠洋漁業*、海面養殖業*、内水面漁業*、内水面養殖業*、と畜、冷凍魚介類、精穀
加 工 品	肉加工品、畜産びん・かん詰、酪農品、塩・干・くん製品、水産びん・かん詰、ねり製品、その他の水産食品、製粉、めん類、パン類、菓子類、農産びん・かん詰、農産保存食料品、砂糖、でん粉、ぶどう糖・水あめ・異性化糖、植物油脂、動物油脂、調味料、冷凍調理食品、レトルト食品、そう菜・すし・弁当、学校給食(国公立)、学校給食(私立)、その他の食料品、清酒、ビール、ウイスキー類、その他の酒類、茶・コーヒー、清涼飲料、たばこ、塩
外 食	一般飲食店、喫茶店、遊興飲食店

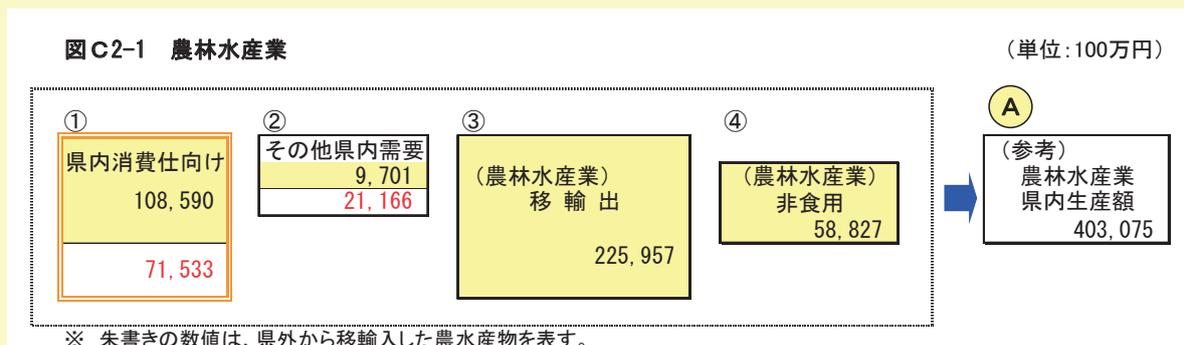
注：*は、「食用農水産物」に該当する基本分類である。なお、当該基本分類に分類されるもののうち食用とならない分については、推計により「食用農水産物」から控除している。

1 供給部門別

まず、ここでは、農林水産業と食料品・飲料製造業について、県内で生産したものを、どのくらい県内で使用し、どのくらい県外へ販売しているのか、食用の観点を中心にみていきます。

(1) 農林水産業

で表示している農林水産業について、県内での需要（消費）や県外への供給の面から説明します。（図C2-1）



フロー図の (A) の農林水産業の県内生産額 403,075 百万円は、県内で様々な取引を経て生産

された農水産物等である次の①～④を合計したものです。

- ① 県内で食用として生産されたもののうち、食用として最終消費に回る食用農水産物（県内消費仕向け分）：108,590 百万円
- ② 県内で食用として生産されたもののうち、食用として県内で最終消費されなかった農水産物：9,701 百万円
- ③ 県内で生産されたもののうち、県外へ移輸出された農水産物：225,957 百万円
- ④ 本県の農林水産業のうち、食用として生産されない飼料・肥料、種苗、材木生産、獣医業、農業サービス等の非食用分：58,827 百万円

このうち、①の県内消費仕向け分の食用農水産物 108,590 百万円に、県外からの食用農水産物の移輸入 71,533 百万円が加わり、「生鮮品等」の最終消費向けや加工向けの 180,123 百万円（フロー図の **B**）となります。そこから、

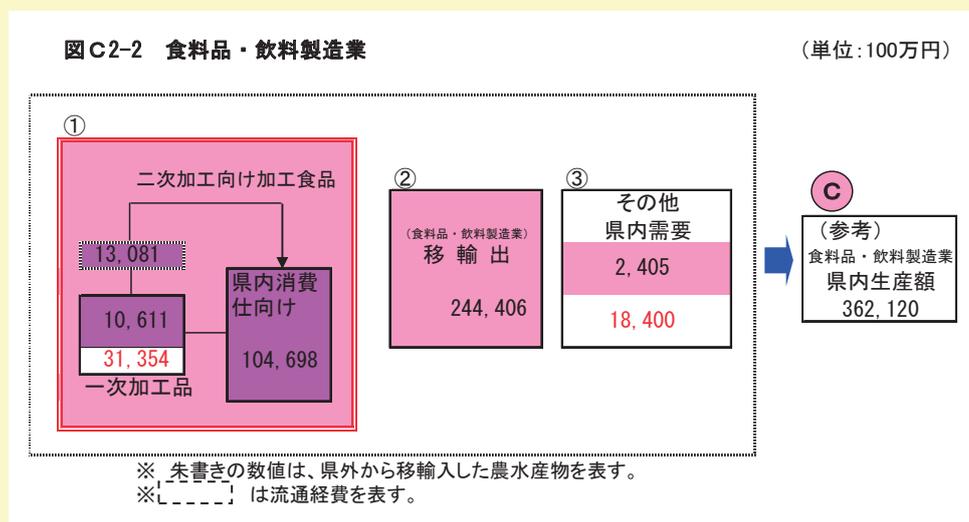
最終消費向け 県内分 16,741 + 移輸入分 22,994 = 39,735 百万円、

食品加工向け 県内分 88,988 + 移輸入分 45,495 = 134,483 百万円、

外食産業向け 県内分 2,861 + 移輸入分 3,044 = 5,905 百万円へと販売されていきます。そこから先の流れは、後述の需要部門別（消費形態別）のところで説明します。

(2) 食料品・飲料製造業

 で表示している食料品・飲料製造業について、県内での需要（消費）や食材供給の面から説明します。（図C2-2）



フロー図の **C** の食料品・飲料製造業の県内生産額 362,120 百万円（製氷を除く）は、原料となる農水産物や燃料費、流通経費を取り入れて生産された加工食品である次の①～③を合計したものです。

- ① 県内で製造された食料・飲料加工食品のうち、加工食品として最終消費に回る分：県内で製造した一次加工品の 10,611 百万円と、その一次加工品を使用して県内で製造した加工食品の県内消費仕向け分 104,698 百万円

- ② 県内で製造された食料・飲料加工食品のうち、県外へ移輸出された分：244,406百万円
- ③ 県内で製造された食料・飲料加工食品のうち、県内で最終消費されなかった分（①、②以外のその他分）：2,405百万円

このうち、①の県内消費仕向け分 104,698百万円に、県外からの加工食品の最終製品の移輸入 225,241百万円を加え、そこから、

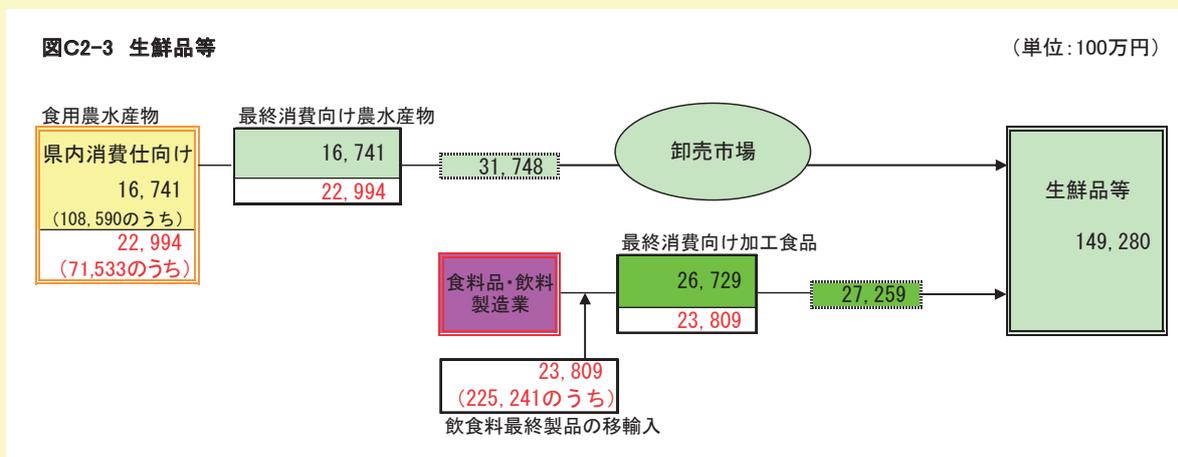
- 生鮮品等向け 県内分 26,729+移輸入分 23,809= 50,538百万円、
- 加工品向け 県内分 68,650+移輸入分 175,299=243,949百万円、
- 外食産業向け 県内分 9,319+移輸入分 26,133= 35,452百万円へと販売されていきます。

2 需要部門別（消費形態別）

ここでは、食用として生産された農水産物が、どの部門で、何に使われ、最終的にどのように消費されるのかについてみていきます。

(1) 生鮮品等

ここでは、 で表示している食用農水産物の生産から、様々な部門を経て、「生鮮品等」として最終消費されるまでの流れを説明します。（図C2-3）



「生鮮品等」として最終消費されるまでの生産から消費に至る流れは、①県内及び県外において食用として生産された農水産物が、加工されずに、卸売・小売業において流通経費を含めて、生鮮食品として販売され、消費されるものと、②食用農水産物を材料とした加工食品として、販売され、消費されるもののうち、精穀（精米・精麦等）、と畜（各種肉類）及び冷凍魚介類のように加工度が低いため、生鮮品等として区分されるものがあります。

< 「生鮮品等」の最終消費額 149,280百万円の内訳 >

①生鮮食品として販売される分

- ・ 食用農水産物 県内消費仕向け分 16,741百万円
- ・ // 県外生産分 22,994百万円

・流通経費 31,748 百万円 → 計 71,483 百万円

②加工食品として販売される分

・加工食品 県内消費仕向け分 26,729 百万円

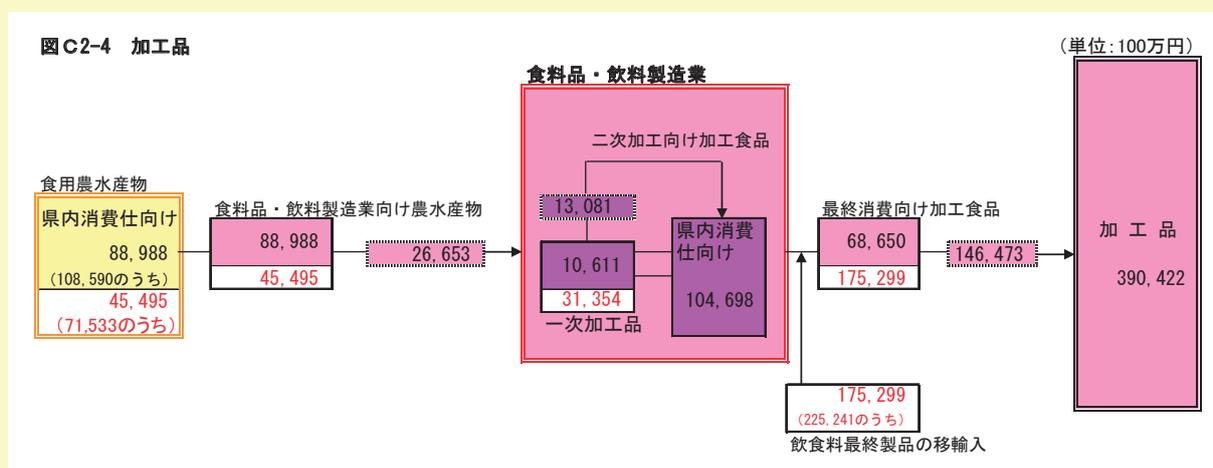
・ " 県外生産分 23,809 百万円

・流通経費 27,259 百万円 → 計 77,797 百万円 合計 149,280 百万円

(生鮮品等の最終消費額)

(2) 加工品

ここでは、 で表示している食料品・飲料製造業部門で加工された食品が、「加工品」として最終消費されるまでの流れを説明します。なお、ここでは、食料品・飲料製造業の原材料として供給される農水産物の流れを中心にみていきますので、製造（生産）の過程で含まれる燃料費や人件費等の各種経費の取引の動きは省略します。(図C2-4)



「加工品」として最終消費されるまでの生産から消費に至る流れについては、まず、食用として県内及び県外で生産された農水産物が、流通経費を加えて県内の食料品・飲料製造業に食材として供給されます。食料品・飲料製造業においては、供給された食材を使用して、一次加工、二次加工を経て、加工食品の最終製品が生産されます。それに県外で製造された加工食品の最終製品を合わせて、最終消費向けの加工食品として販売され、最終的に「加工品」として消費されます。

< 「加工品」 の最終消費額 390,422 百万円の内訳 >

・県内生産分加工食品 68,650 百万円

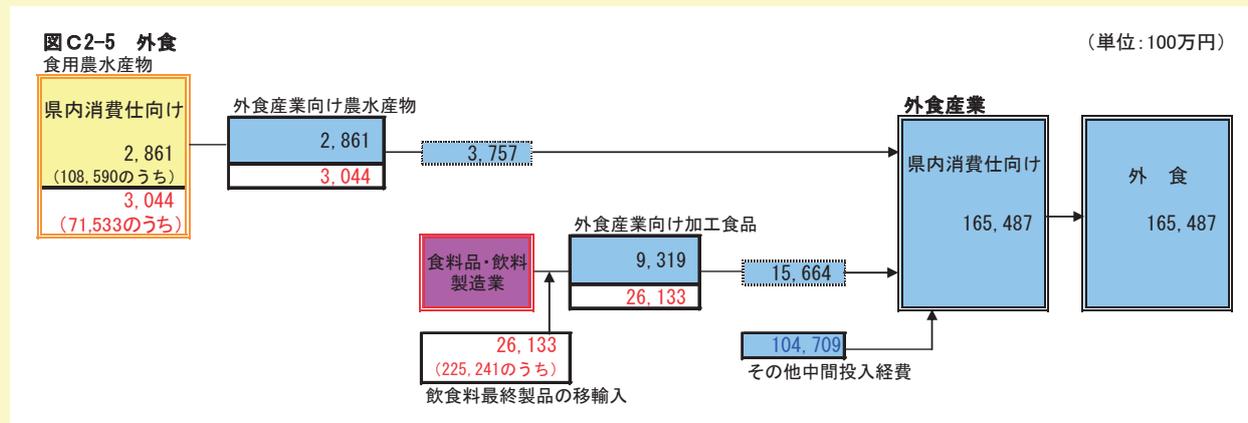
・県外生産分加工食品 175,299 百万円

・流通経費 146,473 百万円 → 合計 390,422 百万円

(加工品の最終消費額)

(3) 外食

ここでは、 で表示している食用農水産物の生産から、様々な取引を経て、「外食」として最終消費されるまでの流れを説明します。(図C2-5)



「外食」として最終消費されるまでの生産から消費に至る流れには、①県内及び県外で生産された農水産物が、加工されずに生鮮食品のまま、流通経費を含めて、食材として直接に外食産業に販売されるものと、②県内の食料品・飲料製造業において製造された加工食品が、県外で製造された加工食品の最終製品と合わせて、食材として外食産業に販売されるものがあります。

販売先の外食産業においては、食材として購入した農水産物と加工食品に、燃料等の中間投入経費や加工賃及びサービス料等の付加価値を付けて、最終的に「外食」として消費されます。

< 「外食」の最終消費額 165,487 百万円の内訳 >

①外食産業に販売される生鮮食品分

- ・ 食用農水産物 県内消費仕向け分 2,861 百万円
- ・ " 県外生産分 3,044 百万円
- ・ 流通経費 3,757 百万円 → 計9,662 百万円

②外食産業に販売される加工食品分

- ・ 加工食品 県内消費仕向け分 9,319 百万円
- ・ " 県外生産分 26,133 百万円
- ・ 流通経費 15,664 百万円 → 計51,116 百万円 合計60,778 百万円

↓

①、②に、外食産業において、その他中間投入経費等 104,709 百万円を加えて 165,487 百万円 となります。
(外食の最終消費額)

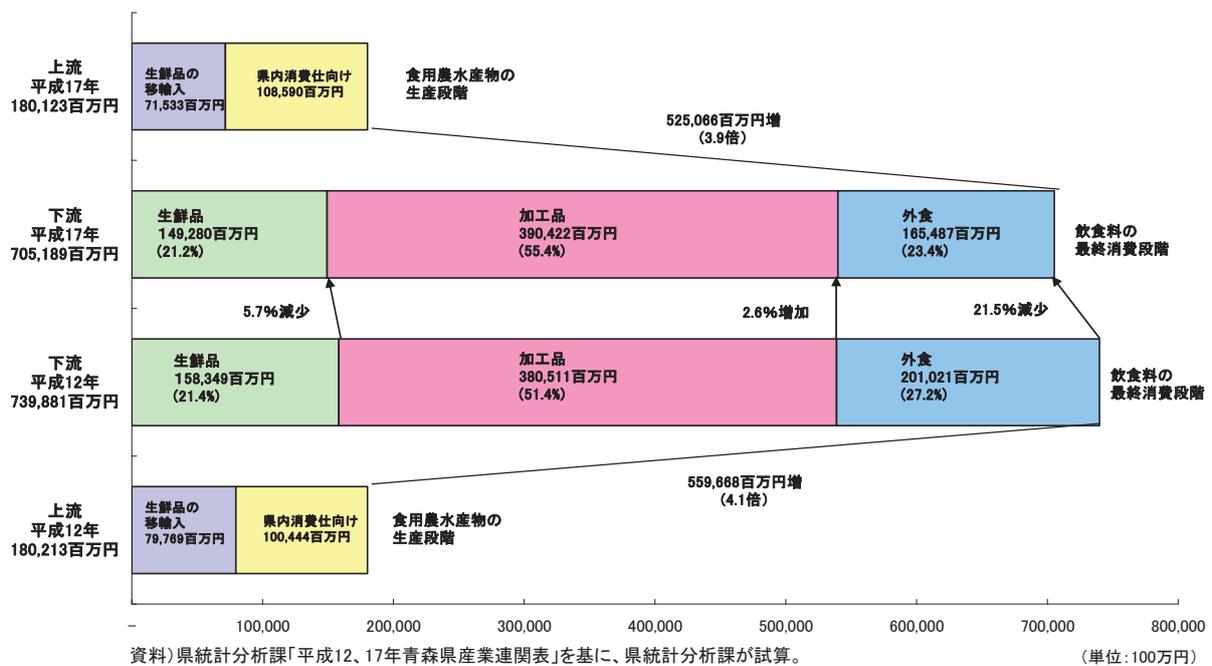
(2) 生産から消費で4倍に増加

「食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ」（平成17年）（青森県）の試算によると、本県では、上流である食用農水産物の生産段階では、移輸入を含め180,123百万円（県内消費仕向け108,590百万円、移輸入71,533百万円）の規模ですが、中流の食料品製造業や小売業等を経て、下流の食料・飲料の最終消費段階になると、705,189百万円（生鮮品等149,280百万円、加工品390,422百万円、外食165,487百万円）となり、約4倍の規模にまで増加しています。

また、本県の食料・飲料の最終消費額について、平成12年産業連関表の推計結果と比較してみると、最終消費額合計では、平成12年の739,881百万円に対し、平成17年は705,189百万円と、4.9%減少しています。

内訳をみると、生鮮品等が5.7%減少、外食が21.5%減少したのに対し、加工品は2.6%増加しており、最終消費額が減少している中で、加工品に対する支出が増加しています。（図2-2）

図2-2 最終消費からみた飲食費の流れ(青森県)



そのほかにも、産業連関表を用いた分析から、本県の「食」産業の構造について、次のことが読み取れます。

- ・ 県内で食用として生産された農水産物(108,590+9,701+225,957=344,248百万円)のうち、7割近くを県外へ移輸出(225,957百万円)していること。
- ・ 県内の食料品・飲料製造業において製造された加工食品の生産分362,120百万円(フロー図の③)のうち、約7割にあたる244,406百万円を県外へ移輸出していること。その一方で、県外で製造された食料・飲料の最終製品として、最終消費向け・外食産業向け加工食品の約7割に相当し、食料品・飲料製造業の移輸出額に匹敵する規模の225,241百万円を移輸入してい

ること。

なお、本県から移輸出される加工食品については、分析の試算過程から、加工度の低い精米や各種肉類、冷凍魚介類が多いことが判明しており、また、県外から移輸入される加工食品 225,241 百万円のうち、約 8 割の 175,299 百万円が最終消費向けに販売されていることから、中身としては加工度の高い製品と推察されます。

このことから、本県は農水産物の生鮮品をはじめとして、素材加工型の一次加工食品を移輸出し、県外からは付加価値を高めた加工食品を移輸入していることが考えられます。

2 県を越えて取引する「食」産業

産業連関表では、移輸出と移輸入のデータを使用して、各産業の県際取引をみることにより、それぞれの産業の特性を明らかにすることができます。この場合、各産業は、移輸出率（生産額に占める移輸出額の割合）と移輸入率（県内需要に占める移輸入の割合）の大小により、次の 4 つのグループに分類されます。

(I) 県際流通型財（移輸出率、移輸入率とも 50%以上）

生産したものの多くを県外へ移輸出し、県内で需要するものは、県外から移輸入するもの。

(II) 高度移輸出型財（移輸出率が 50%以上、移輸入率が 50%以下）

県内需要をある程度満たしながら、移輸出のウェイトが高いもの。

(III) 県内自給型財（移輸出率、移輸入率とも 50%以下）

移輸出、移輸入になじまないサービスや属地性の強いもの。

(IV) 移輸入依存型財（移輸出率が 50%以下、移輸入率が 50%以上）

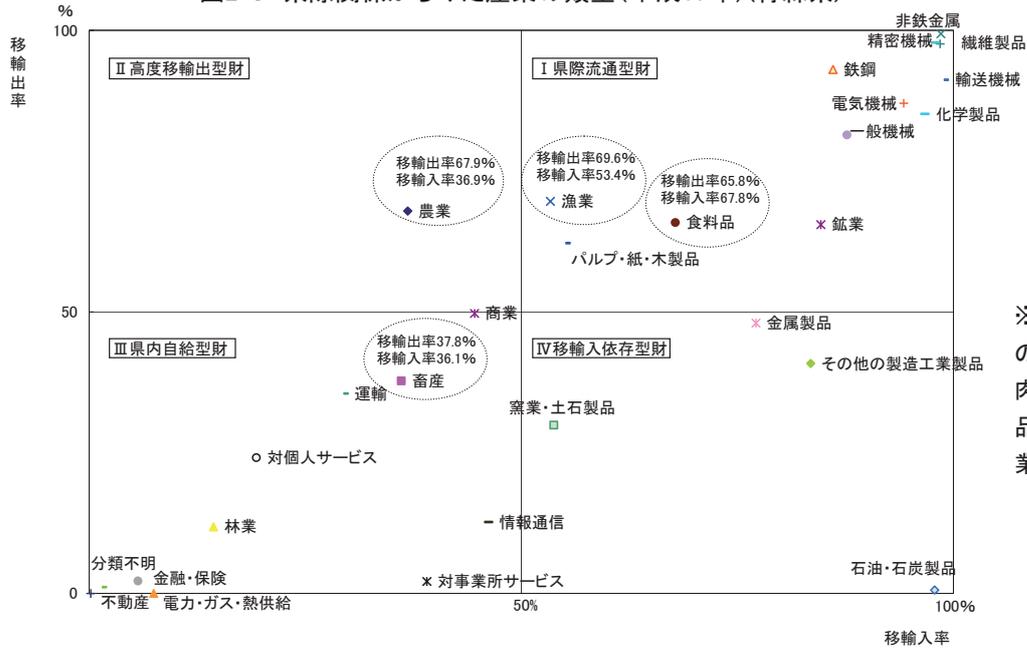
県内需要の多くを移輸入でまかなっているもの。

「平成 17 年青森県産業連関表」により、本県の各産業の県際取引をみると、それぞれの移輸入、移輸出の状況により、外貨を獲得する産業や、主に県内需要をまかなっている産業など、各産業の特徴が表れています。

その中でも、食関係の産業に着目すると、農業は移輸出率 67.9%、移輸入率 36.9%で、唯一「II 高度移輸出型財」に分類され、最も外貨を稼ぐことができる産業となっています。漁業及び食料品製造業については、移輸出率、移輸入率とも 50%以上の「I 県際流通型財」で、県外へ多く移輸出しますが、県外からも多く移輸入しています。畜産業については、移輸出率、移輸入率とも 50%以下のため「III 県内自給型財」に分類されます。（図 2-3）

なお、この結果は、「平成 12 年青森県産業連関表」とほぼ同じ傾向となっています。

図2-3 県際関係からみた産業の類型(平成17年)(青森県)



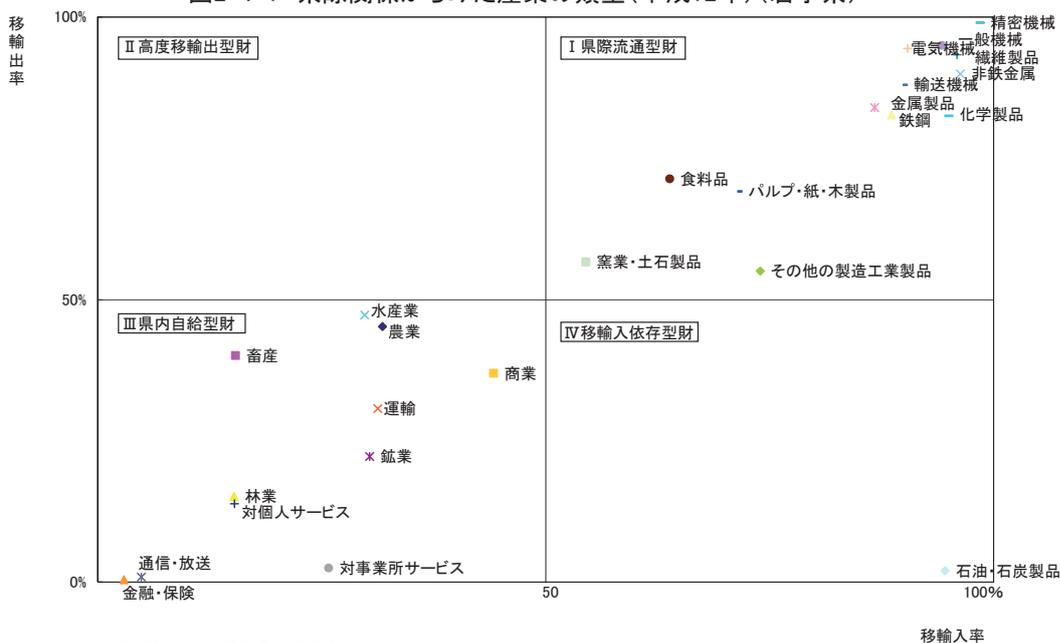
※ 本県で生産量の多い豚肉や鶏肉、鶏卵等の畜産品は、食料品製造業に含まれる。

資料:平成17年青森県産業連関表

- ※ 移出率
県内生産額に対する移輸出額(県外へ移出及び輸出された財貨・サービス)の割合。
移出率 = 移輸出額 / 県内生産額
- ※ 移輸入率
県内需要(需要合計 - 移輸出額)に対する移輸入(県外から移入及び輸入された財貨・サービス)の割合
移輸入率 = 移輸入額 / 県内需要額

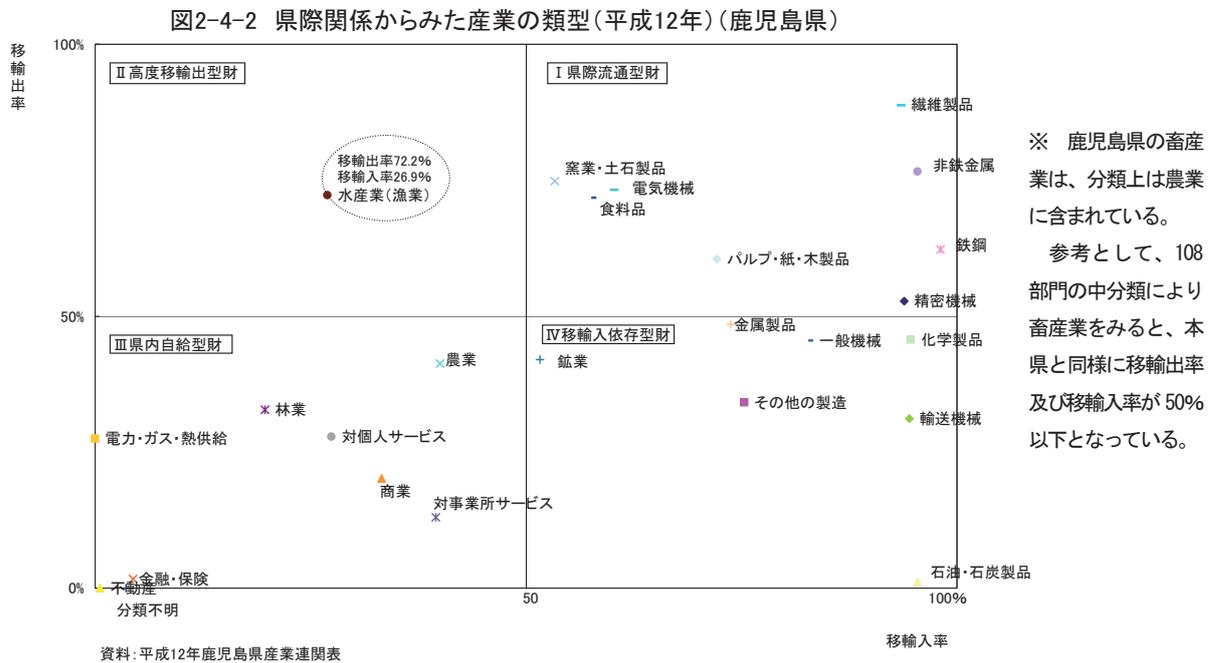
本県と同様に、食料生産が盛んといわれる岩手県、鹿児島県の「食」関係の産業の県際取引の状況について、現時点で移輸出及び移輸入のデータが入手できる各県の平成12年産業連関表を使用してみると、まず、岩手県は、「II 高度移輸出型財」に該当する産業がなく、製造業関係の産業は全て「I 県際流通型財」に、それ以外の産業は「III 県内自給型財」に分類されています。(図2-4-1)

図2-4-1 県際関係からみた産業の類型(平成12年)(岩手県)



資料:平成12年岩手県産業連関表

鹿児島県は、各産業がそれぞれのグループに分散していますが、その中でも水産業は移輸出率72.2%、移輸入率26.9%で「Ⅱ高度移輸出型財」に分類され、本県の農業と同様の位置づけとなっています。(図2-4-2)



本県の農業の移輸出額の高さは、野菜、果物等の生産構成のバランスの良さとともに、本県で生産量の多いながいも、にんにく、りんご等が貯蔵性に優れているため、通年で出荷できることなどによるものと考えられます。

一方、岩手県は、畜産を除いた農業では米の生産が多く、米の価格低下などにより移輸出額が伸びないため、農業が「Ⅲ県内自給型財」に分類され、また、鹿児島県は、養殖のぶり類の収穫量が全国1位の割合を占めていることなどにより移輸出率が押し上げられるため、水産業が「Ⅱ高度移輸出型財」に分類されるものと類推されます。

第2章 産業別にみた本県の「食」産業の動向

この章では、「食」産業を構成する各産業の動向について、他地域及び時系列での比較により、個別に検証していきます。

第1節 生産面からみた本県の「食」産業の状況（上流：農水産業）

第1節では、「食」産業の上流に位置する本県の農水産業の状況について、農業と水産業それぞれの産出額（生産額）及び就業人口等をみていきます。

1 農業の動向

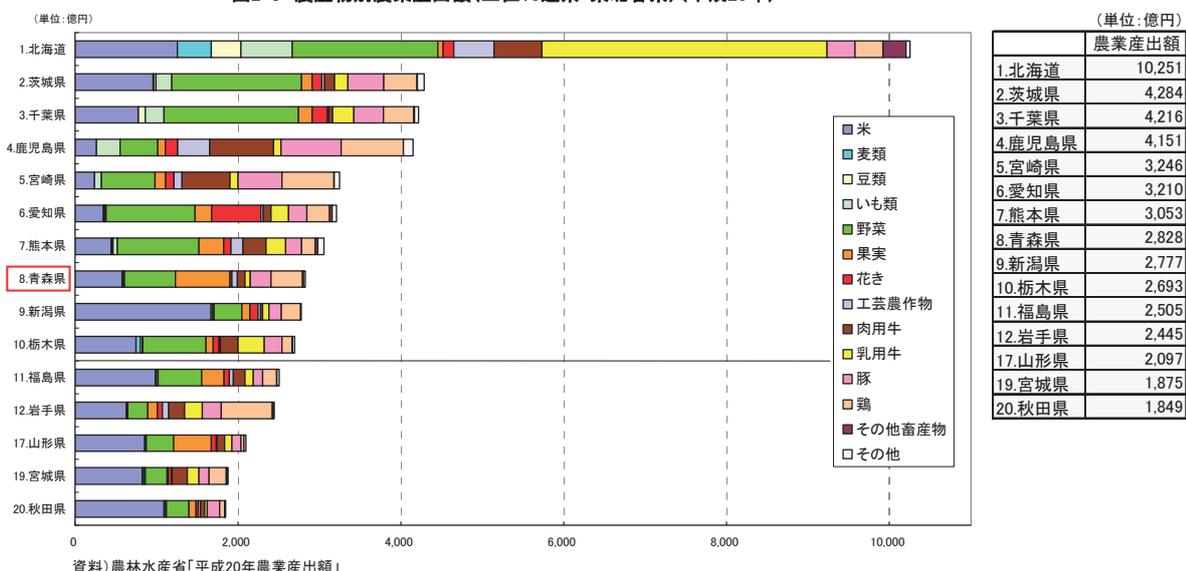
(1) バランスのよい本県の農業生産

本県の平成20年の農業産出額は2,828億円で、全国では8位、東北では1位となり、本県の東北に占める割合では20.8%になります。農産物別にみると、本県は果実が全体のうちの2割以上を占めており、そのほかにも米2割、野菜2割、畜産約3割とバランスのよい生産構成となっています。

農業産出額の上位10道県と東北各県の農産物別を比較すると、北海道は各産物の産出額が格段に大きく、その中でも乳用牛が全体の3分の1を占めています。各県の特徴的なものとしては、鹿児島県及び宮崎県は畜産が約6割、新潟県は米が6割、愛知県は花きが約2割を占めています。

東北は米の割合が高い県が多く、特に秋田県では米が約6割を占めています。（図2-5）

図2-5 農産物別農業産出額(上位10道県・東北各県)(平成20年)

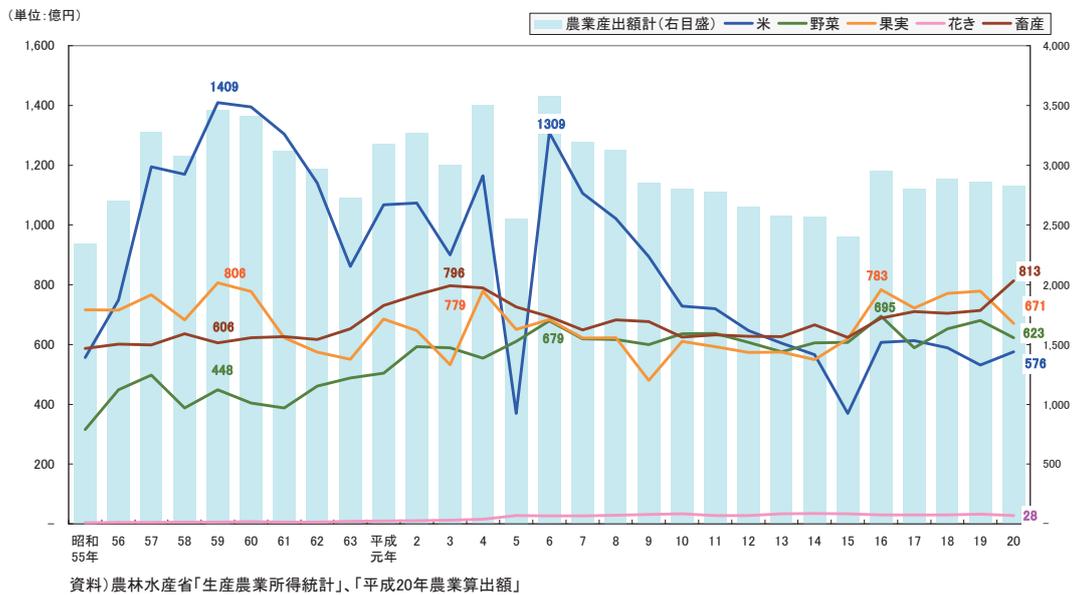


本県の農業産出額の推移を品目別にみると、米については平成5年、15年などの冷害年の落ち込みにより、他の作物に比べて変動の幅が大きくなっていますが、長期的には昭和59年の1,409億円をピークに減少してきており、平成20年にはピークから59.1%減の576億円まで減少しています。

一方、畜産については、米の減少に対して、平成13年から継続して米を上回って推移し、野菜、

果実についても、平成15年以降は、米を上回って推移しており、東北各県と比較すると水稲から野菜などへの転換が進んでいるといえます。(図2-6)

図2-6 品目別農業産出額の推移(青森県)

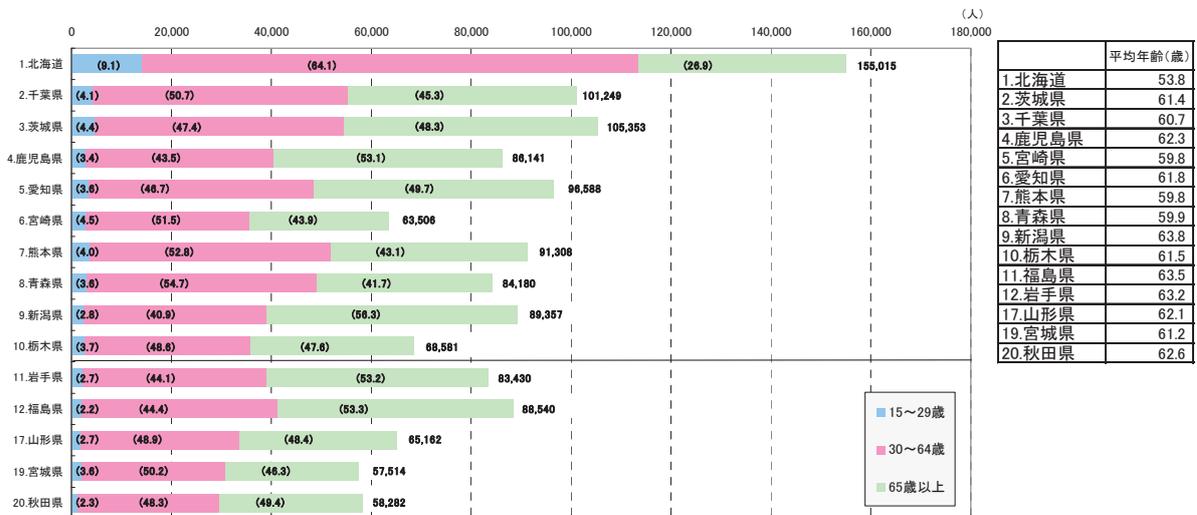


(2) 他県に比べ若い就業構造

農業産出額上位県の農業就業者を、生産年齢人口を15～29歳、30～64歳、65歳以上に分けた年齢別構成比と平均年齢によりみると、本県は、30～64歳の年齢層の割合が54.7%と東北6県の中で最も高く、また、平均年齢も東北において唯一の50歳代となっています。(図2-7)

上位県の就業者をみると、就業者数が最も多い北海道が平均年齢も最も低く、年齢別構成比でも特に30～64歳の年齢層の割合が6割を超えています。米の産出額が6割を超える新潟県は農業算出額上位県の中では最も平均年齢が高く、65歳以上の割合も56.3%と最も高くなっています。

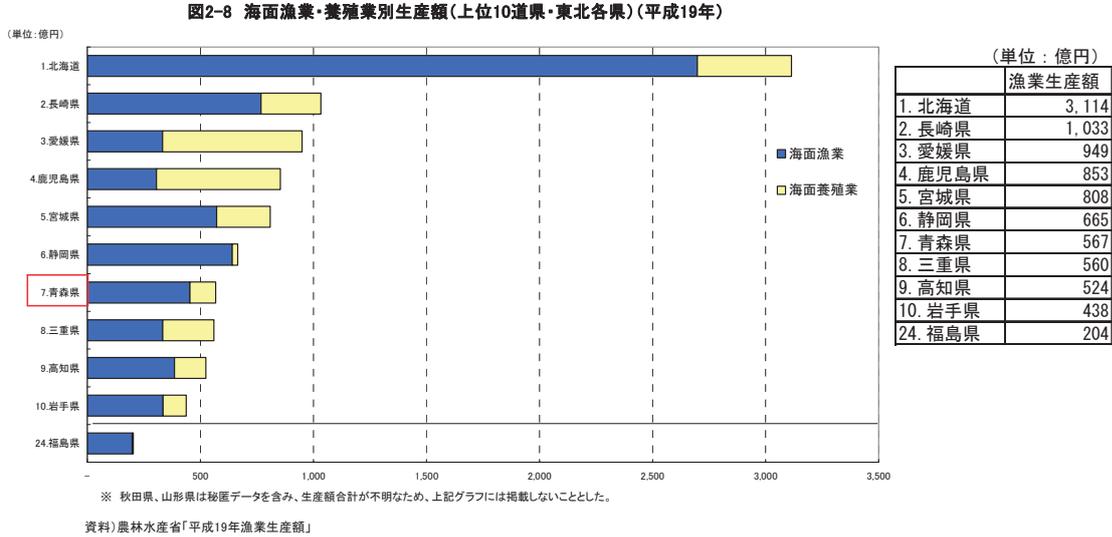
図2-7 農業産出額上位県の年齢別農業就業人口等



2 漁業の動向

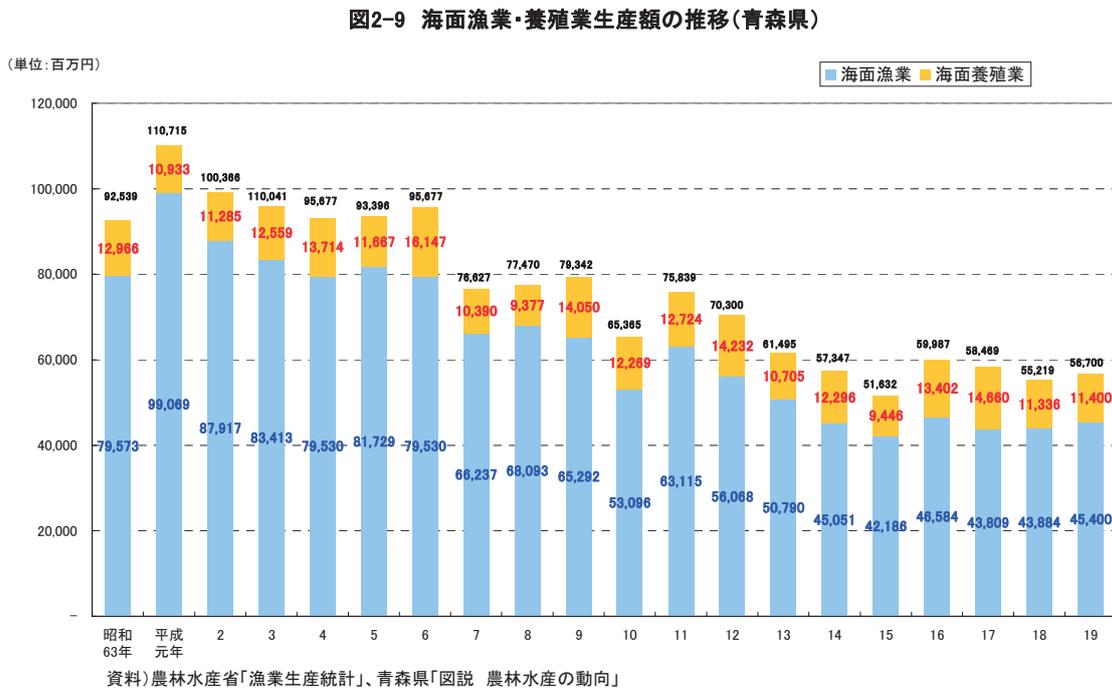
(1) 減少が進む海面漁業

本県の平成19年の漁業生産額は、海面漁業が454億円、ほたてがいを中心とする海面養殖業が114億円の合計567億円で、全国では7位、東北では宮城県に次いで2位となっています。(図2-8)



本県の漁業生産額の推移をみると、平成元年の1,107億円をピークに減少し、平成19年は平成元年から48.8%減の567億円となっています。

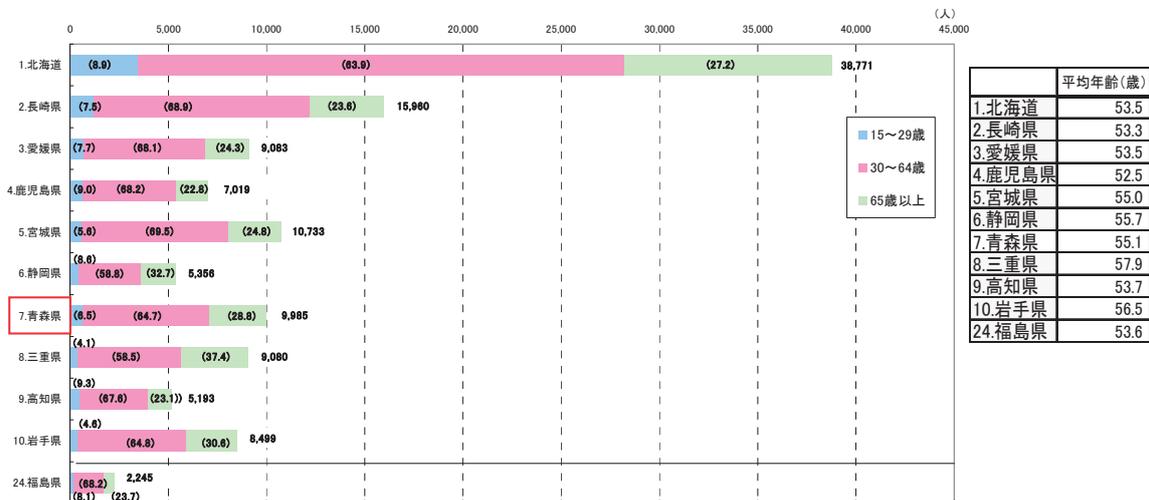
業種別では、海面養殖業の変動が少ないのに対し、海面漁業はピークの平成元年の991億円に対し、平成19年はピークから5割以下の454億円となっています。(図2-9)



(2) 老年人口比率が高い就業人口

漁業生産額上位県の漁業就業者を、年齢別構成比と平均年齢によりみると、平均年齢は全ての県で50歳代となっています。本県は、就業者数は9,985人で全国4位となっていますが、年齢別構成比をみると、漁業生産額上位県の中では65歳以上の割合が高い傾向にあります。(図2-10)

図2-10 漁業生産額上位県の年齢別漁業就業人口等

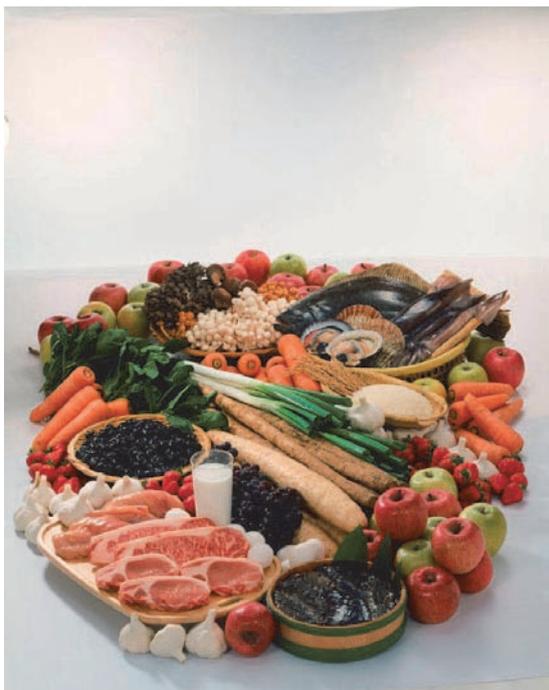


県	平均年齢(歳)
1.北海道	53.5
2.長崎県	53.3
3.愛媛県	53.5
4.鹿児島県	52.5
5.宮城県	55.0
6.静岡県	55.7
7.青森県	55.1
8.三重県	57.9
9.高知県	53.7
10.岩手県	56.5
24.福島県	53.6

※ グラフ中の数値は各年齢層の構成比(%)である。

資料)総務省「平成17年国勢調査」、農林水産省「平成19年漁業生産額」

青森のうまいものたち 一旬のカレンダー



やさい												
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
ながいも ・ にんにく												
だいこん												
にんじん												
こかぶ												
ごぼう												
ねぎ												
寒締め菜												
くだもの												
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
りんご (ふじ)												
ぶどう (キャンベル)												
さくらんぼ												
ブルーベリー												
山菜ときこのこ												
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
根曲がりたけ												
初雪たけ ・ 舞茸												
みず (ウワバミソウ)												
魚介類												
1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
するめいか												
ひらめ												
本まぐろ												
シラウオ												
なまこ												
ほたて貝												
シジミ貝												
ウニ												
トゲテリガニ												
ほや												

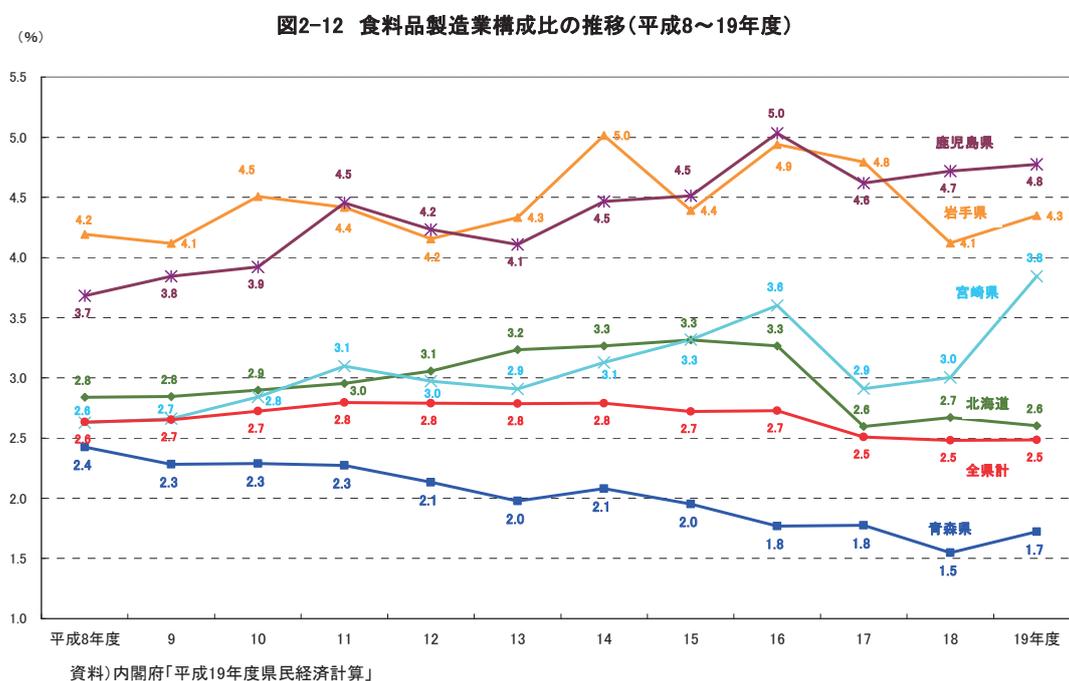
② 低下傾向にある食料品製造業の構成

県民経済計算の県内総生産（名目）に占める食料品製造業の構成比の推移について、農業・水産業の構成比の上位県と全県計別にみると、本県は平成8～19年度の約10年間で低下傾向にあり、平成8年の2.4%から平成19年の1.7%へと低下しています。（図2-12）

岩手県は上昇と下降を繰り返していますが、平成8年度からの約10年間では、概ね4%台で推移しており、構成比はそれほど変わっていません。

宮崎県、鹿児島県は、低下する年度もありますが、長期的には上昇傾向にあり、食料品製造業の県内総生産に占めるウェイトが高まっています。

なお、北海道、宮崎県、鹿児島県が共通して平成17年度に大きく低下していますが、これはこの時期に国内のたばこ製造業者が、全国各地で工場を閉鎖したことによるものといわれています。



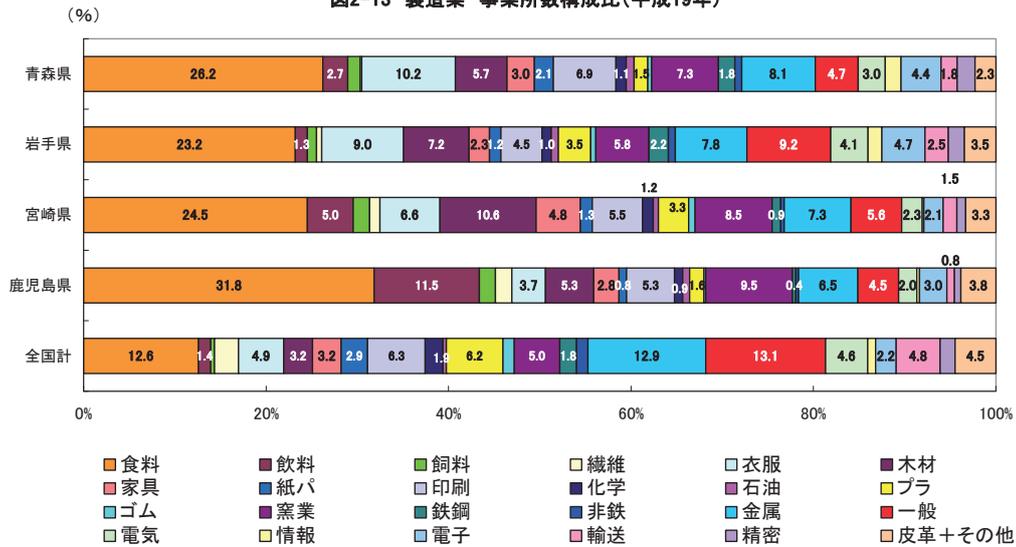
(2) 製造品出荷額比率の高い食料品製造業

全製造業に占める食料品・飲料製造業の事業所数について、平成19年の工業統計表により、農業産出額が上位の岩手県、宮崎県、鹿児島県及び全国と比較してまいります。

本県は、全製造業の中で、食料品製造業の割合が26.2%と最も高く、次いで衣服・その他の繊維製品製造業、金属製品製造業の順となっています。

岩手県、宮崎県、鹿児島県も、全製造業の中で食料品製造業の割合が最も高くなっており、特に鹿児島県は食料品製造業が31.8%と、製造業の3分の1を占めています。特徴的なこととして、宮崎県、鹿児島県は、飲料製造業の構成比も相当程度高く、食料品製造業と合わせると、宮崎県では製造業全体の約3割、鹿児島県は4割以上にもなります。（図2-13）

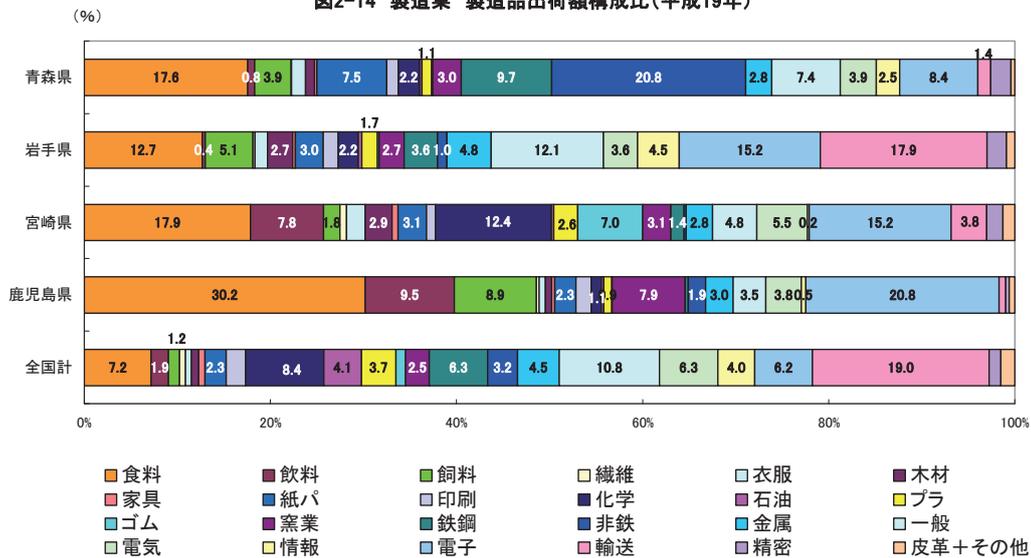
図2-13 製造業 事業所数構成比(平成19年)



資料) 経済産業省「工業統計表」

次に、製造業の製造品出荷額の構成比をみると、本県の食料品製造業の構成比は17.6%と、非鉄金属製造業の20.8%に次ぎ2番目であり、また、岩手県でも、食料品製造業の構成比は、輸送用機械器具製造業、電子部品・デバイス製造業に次ぎ3番目となっていますが、一方、宮崎県、鹿児島県では食料品製造業が最も高くなっています。特に鹿児島県は食料品製造業が30.2%、飲料製造業が9.5%と、製造品出荷額の約4割を食品関係の業種が占めており、鹿児島県経済においては大きなウェイトを占める産業として位置づけられます。(図2-14)

図2-14 製造業 製造品出荷額構成比(平成19年)



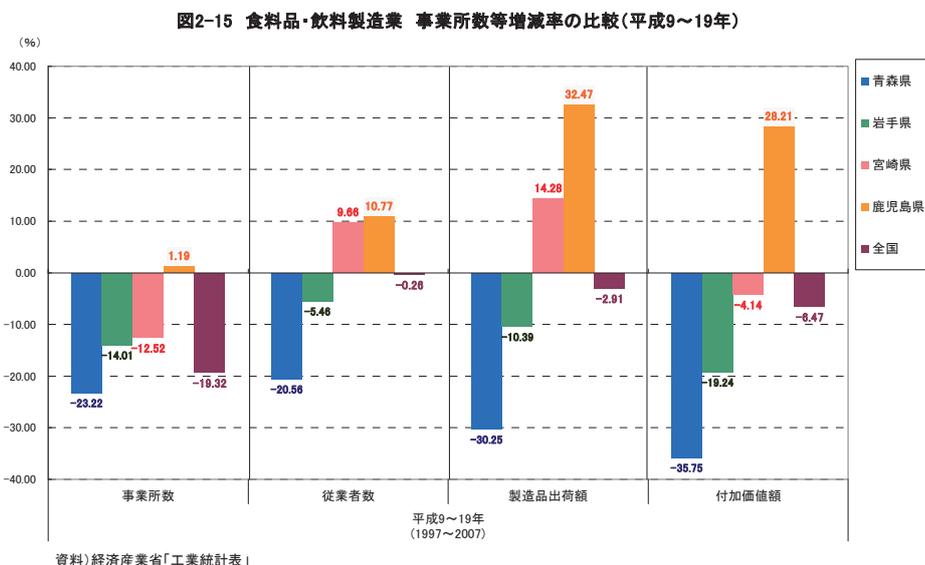
資料) 経済産業省「工業統計表」

(3) 減少する食料品・飲料製造業

食料品・飲料製造業の最近の変化をみるため、事業所数、従業者数、製造品出荷額、付加価値額の平成9~19年の10年間の増減率について、本県、全国及び農業産出額上位県の岩手県、宮崎県、

鹿児島県と比較してみます。

本県は、平成9年から19年にかけての10年間で、全ての項目で2～3割減少しています。岩手県及び全国も全ての項目で減少していますが、減少率は本県ほど大きくはありません。それに対して、宮崎県は、事業所数と付加価値額では減少しているものの、従業者数と製造品出荷額では増加しており、また、鹿児島県は、いずれの項目も増加しており、特に製造品出荷額では32.5%増、付加価値額では28.2%増と、それぞれ10年間で約3割も増加しています。(図2-15)



(4) 大消費地の近傍で伸びる食料品製造業

食料品製造業及び飲料製造業の全国的な動向を把握するため、各都道府県の食料品製造業及び飲料製造業の特化係数について、平成9年から平成19年までの10年間の推移をみます。

特化係数は、食料品及び飲料製造業の各県の構成比を全国の構成比で除して求め、この値が1より大きければ、その県が食料品及び飲料製造業に特化していることを示します。

ここでは、食料品製造業と飲料製造業の動向が著しく異なるため、グラフを分けて表示します。

まず、食料品製造業については、平成9年の時点において、特化係数の高い地域には、本県をはじめとする農水産業の産出(生産)額の高い地域が並んでいましたが、平成19年にはそれらの地域が減少し、反対に、首都圏等の比較的大都市の地域の特化係数が増加しています。

これは、平成9年には、いわゆる生産地に近いところにおいて加工食品が多く製造されていたものが、平成19年には消費地に近いところにおける加工食品の製造が増加してきており、加工食品の製造拠点が生産地から消費地に移動してきていることを示しています。

その背景としては、食品の嗜好が多様化しているため、大消費地における消費者の声を迅速に把握しようとしていること、生産性の向上を図る観点から、消費地に近い方が流通コストを削減できること、後述するように、消費者のライフスタイルの多様化や消費支出の変化に伴い、惣菜やレトルト食品などの消費が増加してきているため、原料供給地における素材加工型の一次加工製品よりも、二次加工製品に対する需要が増加していることなどが考えられます。(図2-16)

2 産業小分類別にみた本県の食料品・飲料製造業

(1) 大きなウェイトを占める水産食料品製造業

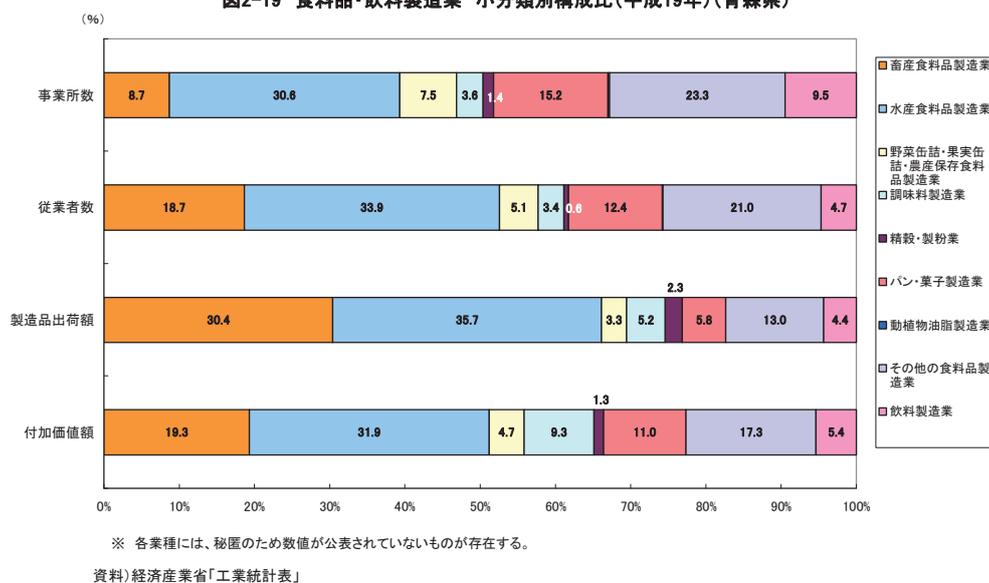
ここからは、本県の食料品製造業について、日本標準産業分類の産業小分類別に詳細をみていきます。(図 2-18)

図2-18 食料品・飲料製造業における小分類の内訳

小分類	内 訳
畜産食料品製造業	肉製品、乳製品、その他の畜産食料品
水産食料品製造業	水産缶詰・瓶詰、海藻加工、水産練製品、塩干・塩蔵品、冷凍水産物、その他の水産食料品
野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業	野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品(野菜漬物を除く)、野菜漬物(缶詰・瓶詰・つぼ詰を除く)
調味料製造業	味噌、醤油・アミノ酸、うまみ調味料、ソース、食酢、その他の調味料
糖類製造業	砂糖(砂糖精製業を除く)、砂糖精製、ぶどう糖・水あめ・異性化糖
精穀・製粉業	精米、精麦、小麦粉、その他の精穀・製粉
パン・菓子製造業	パン、生菓子、ビスケット類・干菓子、米菓、その他のパン・菓子
動植物油脂製造業	植物油脂、動物油脂、食用油脂加工
その他の食料品製造業	でんぷん、めん類、豆腐・油揚、あん類、冷凍調理食品、惣菜、他に分類されない食料品
飲料製造業	清涼飲料製造業、酒類製造業、茶・コーヒー製造業

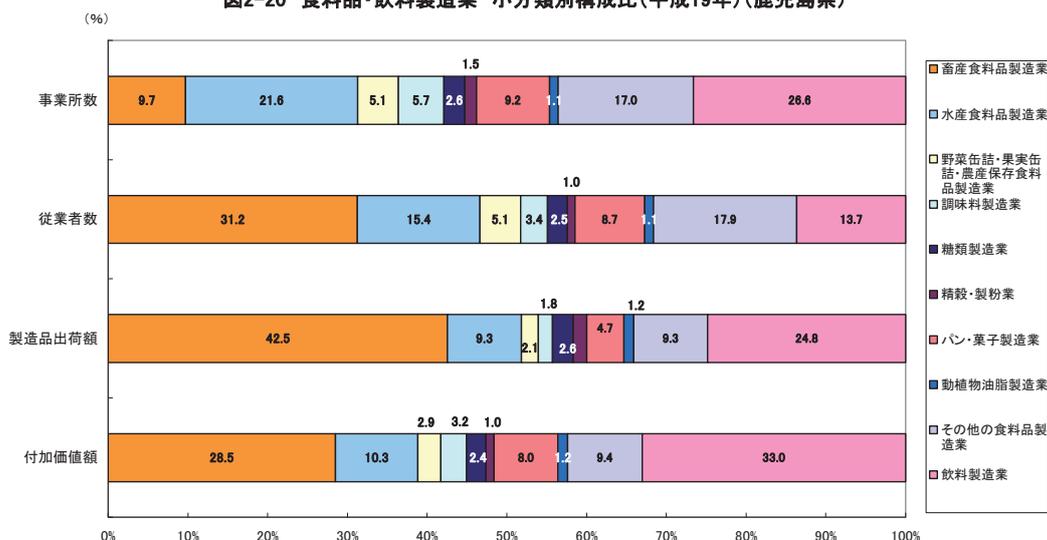
本県の食料品製造業を産業小分類別の構成比で見ると、事業所数、従業者数、製造品出荷額、付加価値額ともに、水産食料品製造業が最も多く、いずれも 30%を超えており、本県の食料品製造業において大きなウェイトを占めています。それに次いで、冷凍調理食品製造業やそう(惣)菜製造業を含む「その他の食料品製造業」が事業所数及び従業者数において割合が高く、また、畜産食料品製造業が製造品出荷額及び付加価値額で割合が高くなっています。(図 2-19)

図2-19 食料品・飲料製造業 小分類別構成比(平成19年)(青森県)



参考として、鹿児島県の小分類別の構成比を見ると、従業者数及び製造品出荷額では、畜産食料品製造業の構成比が最も高く、また、事業所数及び付加価値額では飲料製造業が最も高くなっています。(図 2-20)

図2-20 食料品・飲料製造業 小分類別構成比(平成19年)(鹿児島県)



※ 各業種には、秘匿のため数値が公表されていないものがある。

資料) 経済産業省「工業統計表」



ぶどう栽培から醸造まで一貫生産を行う(有)サンマールワイナリーと本州最北端の下北ワイン(平成20年の国産ワインコンクールで銅賞受賞)

(2) 減少する水産食料品製造業

本県の食料品・飲料製造業の事業所数、従業者数、原材料使用額、製造品出荷額、付加価値額について、産業小分類別に、平成9年、14年、19年と5年ごとの推移をみると、食料品・飲料製造業全体では、いずれの項目も減少しています。

事業所数では、小分類別のいずれの業種も減少しており、特に水産食料品製造業の減少数が大きくなっています。従業者数でも、水産食料品製造業の減少が大きく、その一方で、畜産食料品製造業や調味料製造業が増加しています。

原材料使用額、製造品出荷額、付加価値額をみると、畜産食料品製造業は原材料使用額及び製造品出荷額が増加しているのに対し、付加価値額が減少しており、調味料製造業は、原材料使用額が微増傾向で推移しているのに対して、付加価値額では大きく増加しています。(図2-21)

図2-21 食料品・飲料製造業 小分類別構成比の推移(青森県)

	(か所)		(人)		(万円)		(万円)		(万円)	
	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	原材料使用額	構成比(%)	製造品出荷額	構成比(%)	付加価値額	構成比(%)
平成9年(1997)										
畜産食料品製造業	41	6.5%	2,922	14.1%	5,604,845	22.0%	7,086,956	18.4%	1,277,878	11.0%
水産食料品製造業	194	31.0%	8,351	40.4%	12,674,175	49.8%	17,456,284	45.2%	4,226,005	36.3%
野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業	42	6.7%	883	4.3%	510,543	2.0%	885,231	2.3%	349,425	3.0%
調味料製造業	19	3.0%	388	1.9%	446,908	1.8%	978,685	2.5%	443,679	3.8%
精穀・製粉業	9	1.4%	75	0.4%	947,713	3.7%	1,065,207	2.8%	102,612	0.9%
パン・菓子製造業	91	14.5%	2,380	11.5%	775,508	3.0%	1,915,101	5.0%	1,073,440	9.2%
その他の食料品製造業	160	25.6%	4,427	21.4%	3,075,987	12.1%	5,516,642	14.3%	2,184,488	18.8%
食料品製造業小計	556	88.8%	19,426	94.0%	24,035,679	94.5%	34,904,106	90.4%	9,657,527	82.9%
飲料製造業	70	11.2%	1,232	6.0%	1,407,405	5.5%	3,705,742	9.6%	1,988,421	17.1%
食料品・飲料製造業合計	626	100.0%	20,658	100.0%	25,443,084	100.0%	38,609,848	100.0%	11,645,948	100.0%
平成14年(2002)										
畜産食料品製造業	47	8.3%	3,325	18.3%	5,941,591	29.7%	7,494,571	24.4%	1,306,772	13.9%
水産食料品製造業	173	30.6%	6,519	35.8%	8,432,950	42.2%	11,809,782	38.5%	3,036,827	32.3%
野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業	39	6.9%	910	5.0%	458,287	2.3%	884,863	2.9%	393,240	4.2%
調味料製造業	19	3.4%	627	3.4%	677,304	3.4%	1,513,464	4.9%	719,196	7.7%
精穀・製粉業	9	1.6%	122	0.7%	617,734	3.1%	751,581	2.5%	118,962	1.3%
パン・菓子製造業	86	15.2%	2,074	11.4%	706,861	3.5%	1,775,550	5.8%	980,458	10.4%
その他の食料品製造業	134	23.7%	3,689	20.3%	2,094,508	10.5%	3,941,608	12.9%	1,643,838	17.5%
食料品製造業小計	507	89.7%	17,266	94.9%	18,929,235	94.6%	28,171,419	91.9%	8,199,293	87.2%
飲料製造業	58	10.3%	931	5.1%	1,072,052	5.4%	2,490,836	8.1%	1,198,912	12.8%
食料品・飲料製造業合計	565	100.0%	18,197	100.0%	20,001,287	100.0%	30,662,255	100.0%	9,398,205	100.0%
平成19年(2007)										
畜産食料品製造業	44	8.7%	3,247	18.7%	6,989,551	35.8%	8,754,910	30.4%	791,820	10.6%
水産食料品製造業	155	30.7%	5,896	33.9%	7,263,913	37.2%	10,295,742	35.7%	2,629,891	35.3%
野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業	38	7.5%	894	5.1%	544,895	2.8%	953,992	3.3%	385,352	5.2%
調味料製造業	18	3.6%	599	3.4%	613,107	3.1%	1,490,170	5.2%	766,560	10.3%
精穀・製粉業	7	1.4%	105	0.6%	541,633	2.8%	650,995	2.3%	104,154	1.4%
パン・菓子製造業	77	15.2%	2,163	12.4%	683,292	3.5%	1,659,151	5.8%	905,300	12.1%
その他の食料品製造業	118	23.4%	3,656	21.0%	2,161,331	11.1%	3,745,726	13.0%	1,424,463	19.1%
食料品製造業小計	457	90.5%	16,560	95.3%	18,797,722	96.3%	27,550,686	95.6%	7,007,540	94.0%
飲料製造業	48	9.5%	818	4.7%	713,327	3.7%	1,254,783	4.4%	444,048	6.0%
食料品・飲料製造業合計	505	100.0%	17,378	100.0%	19,511,049	100.0%	28,805,469	100.0%	7,451,588	100.0%

※ 各業種には、秘匿のため数値が公表されていないデータが存在する。

※ 平成19年調査では調査事項の追加と事業所の補そくを行っている。

資料) 経済産業省「工業統計表」

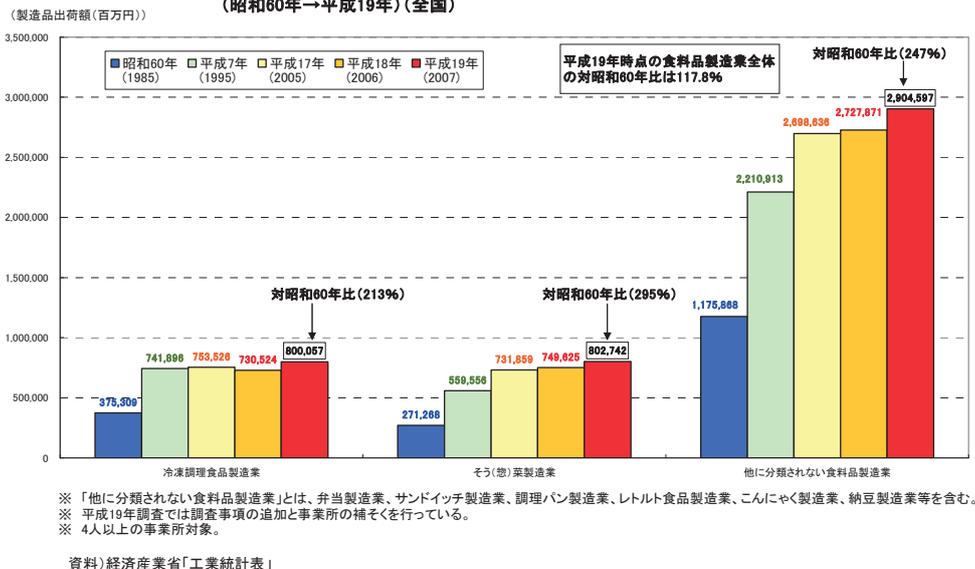
(3) 高加工度及び調理簡便化食品への変化

後述する家計消費支出とも関連しますが、最近の消費の傾向として、節約志向等もあり、市販の惣菜や弁当などの調理済みの食材を買って、職場や家庭などで食べる「中食(なかしょく)」が伸び、食の外部化・サービス化が進んでいるといわれていることから、食料品製造業のうち、中食に係る冷凍調理食品製造業、そう(惣)菜製造業、他に分類されない食品製造業の製造品出荷額の長期的な推移をみてみます。

まず、全国の食料品製造業のうち、冷凍調理食品製造業の動向をみると、昭和60年から平成7年にかけては急速に増加したものの、それ以降は頭打ち傾向となっています。そう(惣)菜製造業についても昭和60年から平成7年にかけて急激に増加しましたが、その後は微増傾向にあります。弁当製造業、レトルト食品製造業等が含まれる「他に分類されない食料品製造業」は、昭和60年から平成7年にかけて急速に増加した以降も増加し続け、依然として増加傾向にあります。

食料品製造業全体で昭和60年と平成19年を比較すると117.8%と微増ですが、高加工度、調理簡便化に対応したこれらの三業種はいずれも200%以上の急激な伸びを示しており、全国的な傾向として、食の外部化・サービス化が進んでいることを裏付けていると考えられます。(図2-22)

図2-22 高加工度食品、調理簡便化食品製造業種の製造品出荷額の増減
(昭和60年→平成19年)(全国)



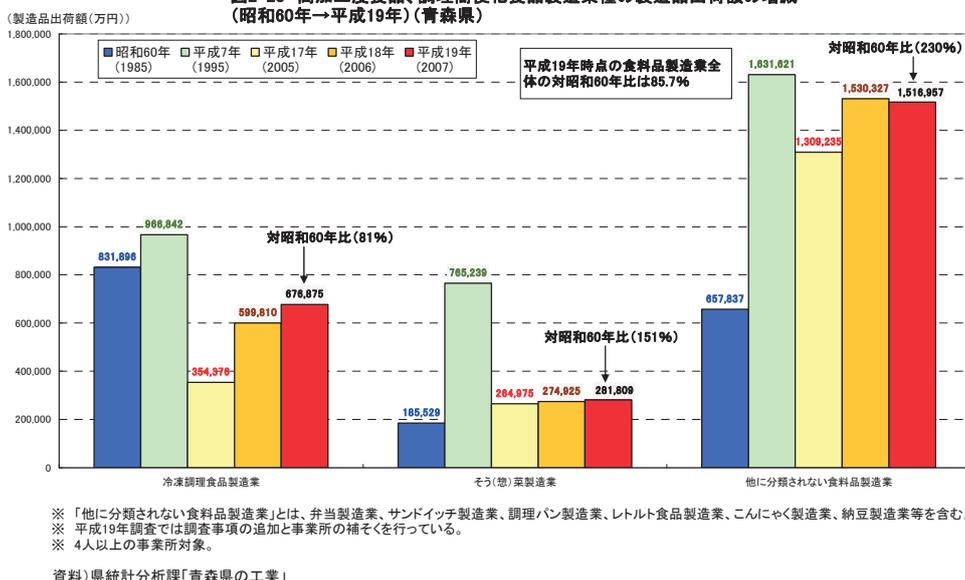
続いて、本県の冷凍調理食品製造業、そう(惣)菜製造業、他に分類されない食料品製造業について、昭和60年(1985年)からの動向をみると、これら三業種はいずれも昭和60年から平成7年の10年間で急速に増加した後、その後の平成17年までは急速に減少していますが、全国が増加しているのに対し、本県は逆に頭打ちもしくは減少傾向にあります。

個別にみると、冷凍調理食品製造業は平成18年以降では増加しているものの、昭和60年と平成19年を比較すると81%と減少しています。

そう(惣)菜製造業は、平成17年以降、微増で推移し、昭和60年と平成19年を比較すると151%と増加しています。

「他に分類されない食料品製造業」は、平成17年から18年にかけて大きく増加し、平成19年はほぼ横ばいですが、食料品製造業全体で昭和60年と平成19年を比較すると85.7%と減少しているのに対し、昭和60年と比較すると230%と、全国並みに大幅に伸びています。(図2-23)

図2-23 高加工度食品、調理簡便化食品製造業種の製造品出荷額の増減
(昭和60年→平成19年)(青森県)



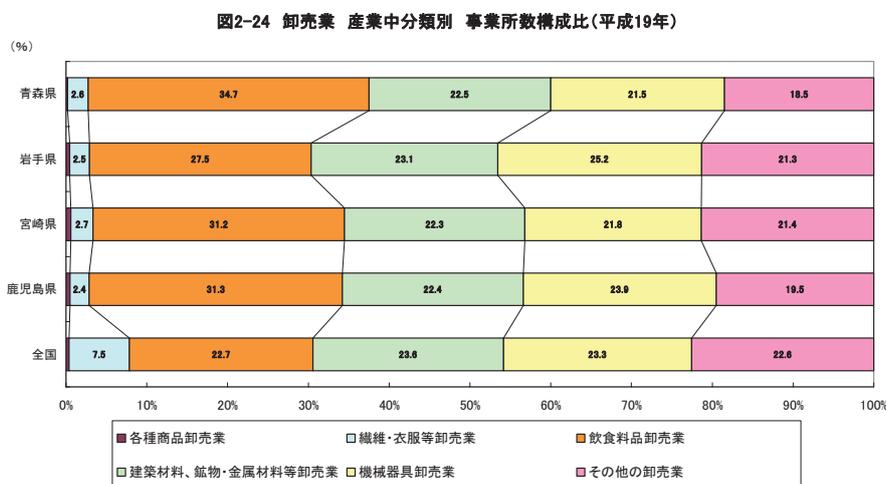
第3節 流通面からみた本県の「食」産業の状況（下流：飲食料品卸売業・小売業）

第3節では、「食」産業の下流に位置して、食品の流通・販売部門を担う飲食料品卸売業及び小売業について、本県の状況を、他地域及び時系列により比較して検証していきます。

1 飲食料品卸売業の動向

(1) 事業所数が多い飲食料品卸売業

まず、卸売業全体について、産業中分類別に、事業所数の構成比を、食料品製造業と同様に、本県、岩手県、宮崎県、鹿児島県及び全国と比較してみると、事業所数の構成比では、各県ともそれほど大きな差はありませんが、本県では飲食料品卸売業の構成比が34.7%と最も高く、また、各県と比較した場合でも最も高くなっています。（図2-24）



資料) 経済産業省「商業統計表」

(2) 生鮮魚介卸売が多い食料品卸売業

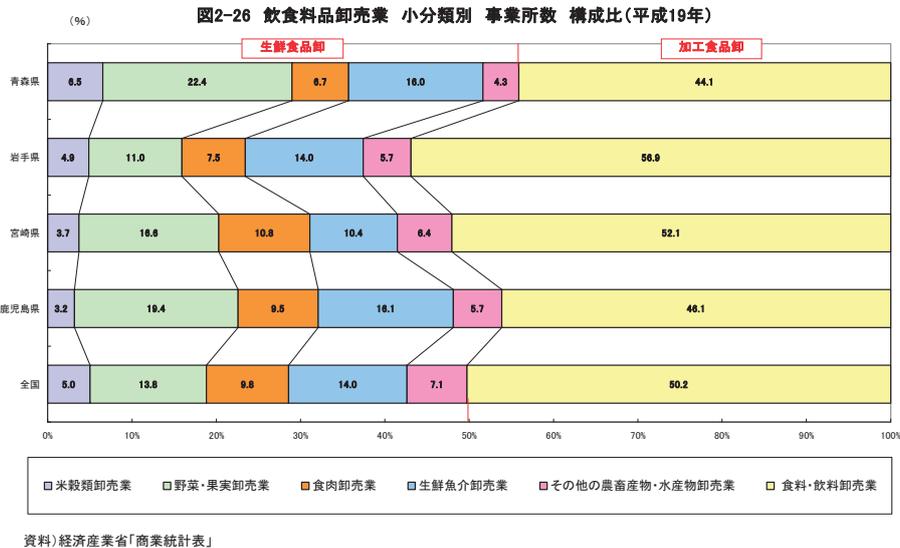
飲食料品卸売業について、日本標準産業分類に基づく産業小分類別に、本県、岩手県、宮崎県、鹿児島県及び全国と比較してみます。（図2-25）

図2-25 飲食料品卸売業における小分類の内訳

中分類	小分類	内 訳
農畜産物・水産物卸売業 (生鮮食品卸)	米穀類卸売業	米麦卸売業、雑穀・豆類卸売業
	野菜・果実卸売業	野菜卸売業、果実卸売業
	食肉卸売業	食肉卸売業
	生鮮魚介卸売業	生鮮魚介卸売業
	その他の農畜産物・水産物卸売業	その他の農畜産物・水産物卸売業
食料・飲料卸売業 (加工食品卸)	食料・飲料卸売業	味そ・しょう油卸売業、酒類卸売業、乾物卸売業、缶詰・瓶詰食品卸売業(気密容器入りのもの)、菓子・パン類卸売業、飲料卸売業(別掲を除く)、茶類卸売業、砂糖卸売業、その他の食料・飲料卸売業

本県の事業所数は、水産練製品やめん類、冷凍調理食品等の加工食品関係の食料・飲料卸売業が44.1%と最も多く、次いで野菜・果実卸売業の22.4%、生鮮魚介卸売業の16.0%となっています。

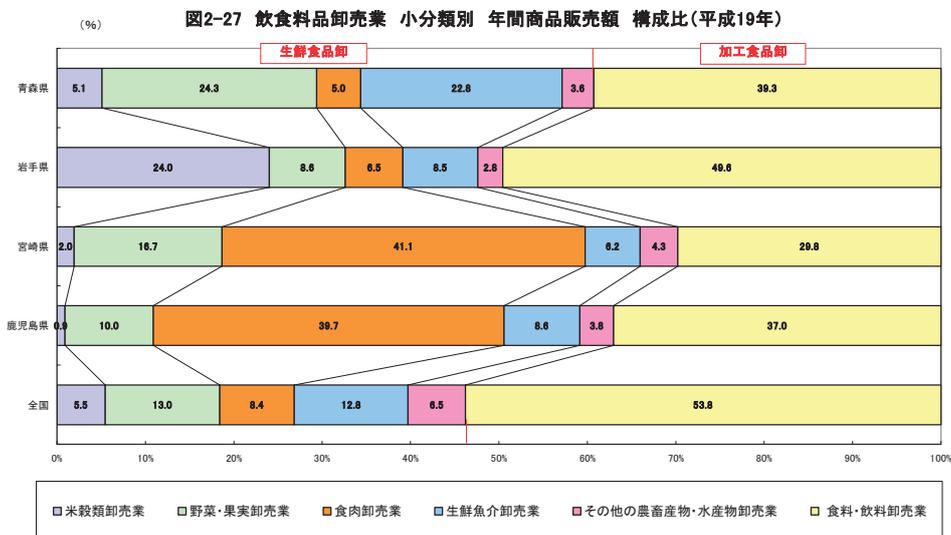
各県及び全国でも、食料・飲料卸売業の割合が最も多く、その構成比は本県を上回っており、岩手県、宮崎県及び全国では50%以上を占めます。各県と比較すると、本県は野菜・果実卸売業の割合が高いのが特徴的です。(図2-26)



年間商品販売額では、各県の特徴が大きく表れます。まず、本県は、食料・飲料卸売業が39.3%、野菜・果実卸売業が24.3%、生鮮魚介卸売業が22.8%と、野菜・果実卸売業と併せて、生鮮魚介卸売業の割合も高くなっています。

岩手県は、米穀類卸売業が24.0%と大きなウェイトを占めており、宮崎県及び鹿児島県は、食肉卸売業がいずれも約4割と、卸売業全体の中では他の業種を圧倒して、最も高い割合を占めています。

生鮮食品卸と加工食品卸に分けてみた場合、本県は、事業所数、年間商品販売額のいずれも一次産品を取り扱う農畜産物・水産物卸売業が半分以上を占め、他の県は項目によっては、加工食品卸が構成比の半分を占めています。(図2-27)



(3) 減少傾向にある飲食料品卸売業

本県の飲食料品卸売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額について、産業小分類別に、商業統計の調査年に合わせて、平成3年～19年の推移を実数ベースでみると、飲食料品卸売業全体では、いずれの項目も減少しています。

特に、本県の飲食料品卸売業の中で大きなウェイトを占める野菜・果実卸売業、生鮮魚介卸売業、食料・飲料卸売業は、ほぼ全ての項目で減少傾向にあります。食肉卸売業とその他の農畜産物・水産物卸売業については、構成比そのものは少ないながらも上昇してきています。

構成比でみると、野菜・果実卸売業は、事業所数及び従業者数の飲食料品卸売業全体に占める割合が上昇しているのに対して、年間商品販売額の割合は低下しています。

生鮮魚介類卸売業は、事業所数及び従業者数の全体に占める割合がそれほど変わらないのに対して、年間商品販売額は上昇しています。

加工食品卸に分類される食料・飲料卸売業は、事業所数及び従業者数の全体に占める割合が低下しているのに対して、年間商品販売額は上昇しています。

飲食料品卸売業の動向については、その年の天候による生産状況、デフレ等の価格動向や多様化する消費者のニーズ、安価な海外商品の輸入、業者間の熾烈な競争、卸を通さない流通形態の多様化など様々な要因も影響しているものと考えられます。(図2-28)

図2-28 飲食料品卸売業 小分類別構成比の推移(青森県)

	(か所)		(人)		(万円)	
平成3年(1991)	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)
米穀類卸売業	67	4.2%	722	4.9%	12,050,121	10.0%
野菜・果実卸売業	341	21.5%	3,267	22.3%	37,709,148	31.4%
食肉卸売業	74	4.7%	561	3.8%	2,497,326	2.1%
生鮮魚介卸売業	241	15.2%	2,050	14.0%	20,230,343	16.9%
その他の農畜産物・水産物卸売業	43	2.7%	484	3.3%	4,555,629	3.8%
食料・飲料卸売業	821	51.7%	7,581	51.7%	42,970,695	35.8%
飲食料品卸売業合計	1,587	100.0%	14,665	100.0%	120,013,262	100.0%
平成9年(1997)	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)
米穀類卸売業	58	4.4%	519	3.8%	11,319,339	9.7%
野菜・果実卸売業	278	21.0%	3,279	23.9%	34,600,714	29.5%
食肉卸売業	78	5.9%	556	4.1%	4,172,555	3.6%
生鮮魚介卸売業	203	15.3%	2,331	17.0%	24,095,655	20.6%
その他の農畜産物・水産物卸売業	37	2.8%	374	2.7%	1,813,893	1.5%
食料・飲料卸売業	670	50.6%	6,647	48.5%	41,232,743	35.2%
飲食料品卸売業合計	1,324	100.0%	13,706	100.0%	117,234,899	100.0%
平成19年(2007)	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)
米穀類卸売業	80	6.5%	497	3.9%	3,953,464	5.1%
野菜・果実卸売業	274	22.4%	3,645	28.6%	18,836,037	24.3%
食肉卸売業	82	6.7%	800	6.3%	3,891,976	5.0%
生鮮魚介卸売業	195	16.0%	2,043	16.0%	17,692,578	22.8%
その他の農畜産物・水産物卸売業	52	4.3%	488	3.8%	2,759,477	3.6%
食料・飲料卸売業	539	44.1%	5,263	41.3%	30,495,138	39.3%
飲食料品卸売業合計	1,222	100.0%	12,736	100.0%	77,628,670	100.0%

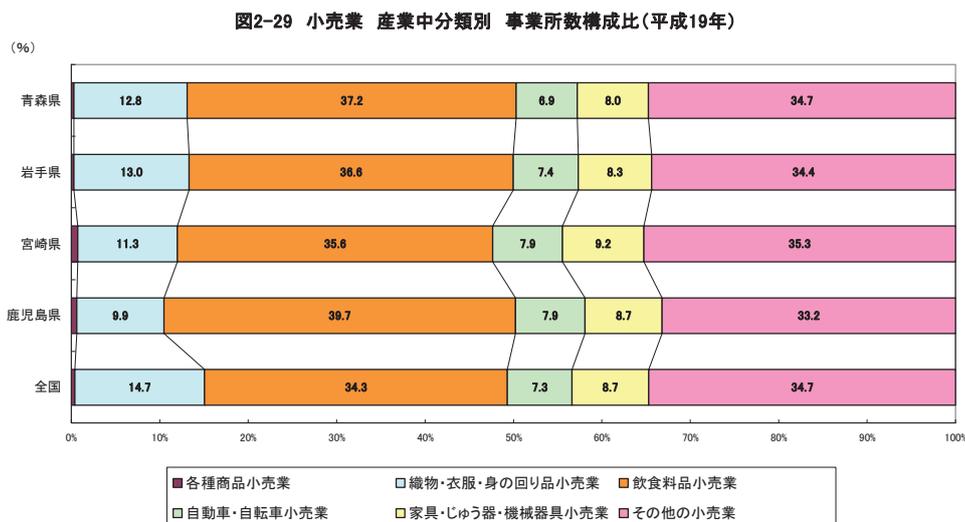
資料)経済産業省「商業統計表」

2 飲食料品小売業の動向

(1) 事業所数が多い飲食料品小売業

ここからは、飲食料品小売業の動向についてみていきます。

まず、小売業全体について、産業中分類別に、事業所数の構成比を、食料品・飲料製造業及び飲食料品卸売業と同様に、本県、岩手県、宮崎県、鹿児島県及び全国と比較してみると、事業所数の構成比では、各県とも飲食料品小売業が最も高いのは同じですが、そのほかには大きな違いはみられません。(図2-29)



(2) 鮮魚小売業が多い飲食料品小売業

本県の飲食料品小売業について、日本標準産業分類に基づく産業小分類別に、本県、岩手県、宮崎県、鹿児島県及び全国と比較してみます。(図2-30)

図2-30 飲食料品小売業における小分類の内訳

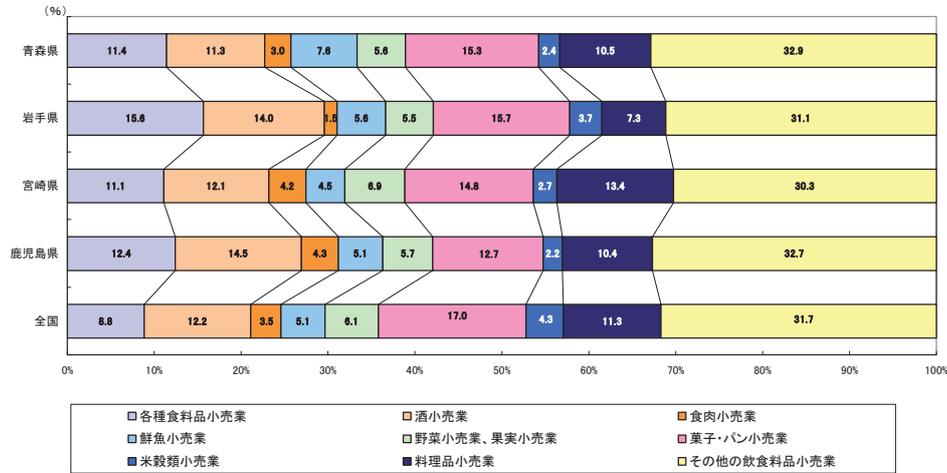
小分類	内 訳
各種食料品小売業	各種食料品小売業
酒小売業	酒小売業
食肉小売業	食肉小売業(卵、鳥肉を除く)、卵・鳥肉小売業
鮮魚小売業	鮮魚小売業
野菜小売業、果実小売業	野菜・果実小売業
菓子・パン小売業	菓子小売業(製造小売)、菓子小売業(製造小売でないもの)、パン小売業(製造小売)、パン小売業(製造小売でないもの)
米穀類小売業	米穀類小売業
料理品小売業	料理品小売業
その他の飲食料品小売業	コンビニエンスストア(飲食料品を中心とするものに限る)、牛乳小売業、飲料小売業(別掲を除く)、茶類小売業、豆腐・かまぼこ等加工食品小売業、乾物小売業、他に分類されない飲食料品小売業

まず、事業所数では、本県は、コンビニエンスストアを含むその他の飲食料品小売業が32.9%と最も高く、それ以外の業種は10%台で並んでいます。

各県と比較してみると、本県は鮮魚小売業の割合が7.6%と最も高くなっています。各県の特徴として、岩手県は食料品スーパー等の各種食料品小売業が15.6%と、全国の2倍近くの割合となっ

ているほか、宮崎県及び鹿児島県は食肉小売業の割合が高くなっています。(図 2-31)

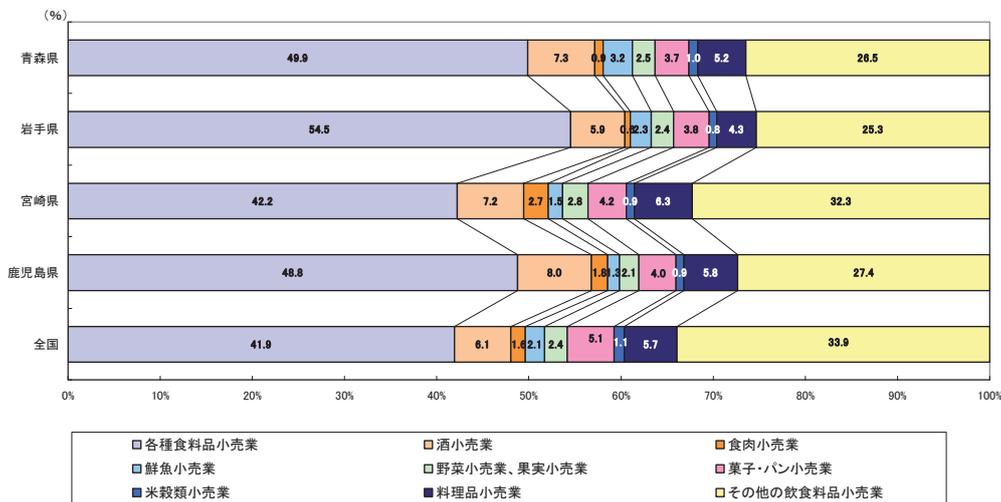
図2-31 飲食料品小売業 小分類別 事業所構成比(平成19年)



資料) 経済産業省「商業統計表」

年間商品販売額では、本県は、各種食料品小売業が5割近くを占めていますが、各県及び全国においても同様に各種食料品小売業の割合が高く、いずれも4~5割となっています。各種食料品を一括して一事業所で小売する食料品スーパーに代表される業種が近年急速に伸びていることがうかがわれます。(図 2-32)

図2-32 飲食料品小売業 小分類別 年間商品販売額構成比(平成19年)



資料) 経済産業省「商業統計表」

(3) 減少傾向にある飲食料品小売業

本県の飲食料品小売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額等について、産業小分類別に、商業統計の調査年の平成3~平成19年の期間における推移を実数ベースで比較すると、事業所数ではどの業種も減少しており、事業所数の合計について平成3年と平成19年を比較すると約半分にまで減少しています。

従業者数では、全体の総数は増加していますが、その内訳をみると、増加している業種は各種食料品小売業とその他の飲食料品小売業で、平成3年と19年を比較すると、各種食料品小売業は53.4%増、その他の飲食料品小売業は87.0%増となっています。料理品小売業については、平成3年から平成9年にかけては増加したものの、平成19年には減少に転じています。

年間商品販売額及び売場面積でも、各種食料品小売業とその他の飲食料品小売業が増加しているほかは、料理品小売業については、平成3年から平成9年にかけては増加した後は平成19年に減少に転じ、その他の業種ではいずれも減少しています。

全体の動向としては、各種食料品小売業及びその他の飲食料品小売業において、事業所数が減少する一方で、従業者数、年間商品販売額、売場面積が増加していますが、これは事業所の規模の大型化が進んでいるためと考えられます。(図2-33)

図2-33 飲食料品小売業 小分類別構成比の推移(青森県)

平成3年(1991)	(か所)		(人)		(万円)		(㎡)	
	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)	売場面積	構成比(%)
各種食料品小売業	1,155	11.4%	8,156	24.3%	17,342,091	36.9%	187,856	33.5%
酒小売業	1,950	19.2%	5,463	16.3%	9,363,679	19.9%	106,253	19.0%
食肉小売業	330	3.2%	933	2.8%	1,103,287	2.3%	12,676	2.3%
鮮魚小売業	929	9.1%	2,187	6.5%	3,311,359	7.0%	26,294	4.7%
野菜小売業、果実小売業	504	5.0%	1,223	3.6%	1,689,802	3.6%	19,536	3.5%
菓子・パン小売業	1,939	19.1%	4,589	13.7%	2,827,224	6.0%	69,457	12.4%
米穀類小売業	440	4.3%	1,265	3.8%	2,206,658	4.7%	17,393	3.1%
料理品小売業	747	7.3%	4,298	12.8%	3,130,003	6.7%	26,979	4.8%
その他の飲食料品小売業	2,175	21.4%	5,457	16.3%	6,003,541	12.8%	93,720	16.7%
飲食料品小売業合計	10,169	100.0%	33,571	100.0%	46,977,644	100.0%	560,164	100.0%

平成9年(1997)	(か所)		(人)		(万円)		(㎡)	
	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)	売場面積	構成比(%)
各種食料品小売業	1,143	13.8%	9,660	29.4%	21,088,849	42.3%	216,146	38.6%
酒小売業	1,416	17.2%	3,875	11.8%	8,125,479	16.3%	90,335	16.1%
食肉小売業	234	2.8%	659	2.0%	612,260	1.2%	10,017	1.8%
鮮魚小売業	718	8.7%	1,673	5.1%	2,406,247	4.8%	21,657	3.9%
野菜小売業、果実小売業	376	4.6%	985	3.0%	1,252,389	2.5%	16,640	3.0%
菓子・パン小売業	1,299	15.7%	3,777	11.5%	2,529,969	5.1%	50,353	9.0%
米穀類小売業	335	4.1%	887	2.7%	1,483,401	3.0%	13,371	2.4%
料理品小売業	692	8.4%	5,199	15.8%	4,276,850	8.6%	32,021	5.7%
その他の飲食料品小売業	2,042	24.7%	6,134	18.7%	8,126,612	16.3%	109,679	19.6%
飲食料品小売業合計	8,255	100.0%	32,849	100.0%	49,902,056	100.0%	560,219	100.0%

平成19年(2007)	(か所)		(人)		(万円)		(㎡)	
	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	年間商品販売額	構成比(%)	売場面積	構成比(%)
各種食料品小売業	644	11.4%	12,513	35.6%	23,361,174	49.9%	256,255	47.3%
酒小売業	637	11.3%	1,871	5.3%	3,414,285	7.3%	43,840	8.1%
食肉小売業	170	3.0%	474	1.3%	421,325	0.9%	7,122	1.3%
鮮魚小売業	431	7.6%	1,242	3.5%	1,484,867	3.2%	14,480	2.7%
野菜小売業、果実小売業	315	5.6%	1,002	2.9%	1,160,272	2.5%	16,710	3.1%
菓子・パン小売業	864	15.3%	3,197	9.1%	1,724,007	3.7%	33,593	6.2%
米穀類小売業	136	2.4%	365	1.0%	446,015	1.0%	4,552	0.8%
料理品小売業	592	10.5%	4,272	12.2%	2,437,997	5.2%	18,661	3.4%
その他の飲食料品小売業	1,854	32.9%	10,202	29.0%	12,395,766	26.5%	146,801	27.1%
飲食料品小売業合計	5,643	100.0%	35,138	100.0%	46,845,708	100.0%	542,014	100.0%

※ 調味料小売業について、平成3年は「酒小売業」に含み、平成6年以降は「その他の飲食料品小売業」に含む。

資料)経済産業省「商業統計表」

(4) 大規模化する飲食料品小売業事業所

本県の飲食料品小売業の事業所について、従業者規模別で見ると、従業者1~2人規模の事業所が最も多く、全事業所のうちの半数以上を占めますが、その割合は徐々に低下してきています。

事業所数の推移では、平成3年と平成19年を比較すると従業者規模で1~2人が47.0%、3~4人が49.9%と小規模事業所が半分以下に減少しているのに対し、100人以上の大規模事業所は平成3年の1か所から平成19年の37か所に増加しています。10~99人規模の中規模事業所の中では、10~19人及び50~99人が1.5~2倍に増加しているのに対し、その間の20~29人及び30~49人で

は2～3割減少し、動向が分かれています。

平成9年から14年にかけて大規模事業所が増加しているのは、平成12年の大規模小売店舗立地法の施行による規制緩和の影響があるものと考えられます。(図2-34)

図2-34 飲食料品小売業 従業者規模別 事業所数の推移(平成3年～平成19年)(青森県)

飲食料品小売業全体	(上段: 箇所、下段: %)								計
	1～2人	3～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100人以上	
平成3年(1991)	6,481 (63.7)	2,214 (21.8)	860 (8.5)	342 (3.4)	125 (1.2)	115 (1.1)	31 (0.3)	1 (0.0)	10,169 (100.0)
平成6年(1994)	6,090 (65.5)	1,841 (19.8)	775 (8.3)	331 (3.6)	129 (1.4)	106 (1.1)	22 (0.2)	2 (0.0)	9,296 (100.0)
平成9年(1997)	5,265 (63.8)	1,565 (19.0)	787 (9.5)	372 (4.5)	114 (1.4)	113 (1.4)	35 (0.4)	4 (0.0)	8,255 (100.0)
平成14年(2002)	3,944 (57.4)	1,300 (18.9)	803 (11.7)	546 (7.9)	107 (1.6)	90 (1.3)	64 (0.9)	14 (0.2)	6,868 (100.0)
平成19年(2007)	3,043 (53.9)	1,105 (19.6)	697 (12.4)	516 (9.1)	84 (1.5)	90 (1.6)	71 (1.3)	37 (0.7)	5,643 (100.0)
平成19年/平成3年	47.0%	49.9%	81.0%	150.9%	67.2%	78.3%	229.0%	3700.0%	55.5%

資料) 県統計分析課「青森県の商業」

(5) 増加する食料品スーパー販売額

最後に、本県の飲食料品小売業の年間商品販売額の推移を業態別にみると、取扱商品として食料品が50%以上の食料品中心店、同90%以上の食料品専門店が減少しており、特に食料品中心店は、平成3年から平成19年にかけて約65%の減少、食料品専門店は約40%も減少しています。

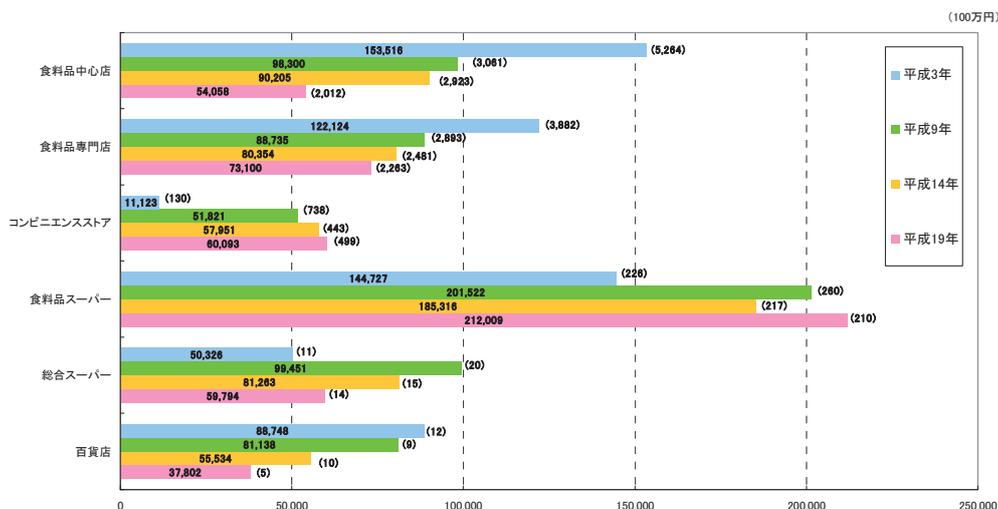
コンビニエンスストアは平成3年以降、急激に増加し、その後は微増傾向で推移しています。

食料品スーパーも平成3年から平成9年にかけて大幅に増加しており、平成14年の時点で減少したものの、その後再び増加しています。

その一方で、総合スーパーは平成9年に一時的に増加したものの、その後は大きく減少しており、百貨店は平成9年以降、減少しています。

事業所数が全体的に減少傾向にある中で、食料品スーパーやコンビニエンスストア等の販売額が増加しており、ここでも消費行動の変化や流通形態の多様化、各業態間の競争などが反映しているものと考えられます。(図2-35)

図2-35 飲食料品小売業の業態別 年間商品販売額の推移(青森県)



※ 百貨店、総合スーパー、コンビニエンスストアは年間商品販売額合計で計上。
 ※ 食料品中心店は、取扱商品として食料品が50%以上の小売店。
 食料品専門店とは、取扱商品として食料品が90%以上の小売店。
 食料品スーパーとは、取扱商品として食料品が70%以上の小売店。
 ※ () は事業所数。

資料) 経済産業省「商業統計表」

第4節 消費面からみた本県の「食」産業の状況（下流：外食産業）

第4節では、飲食料品卸売・小売業と同様に、「食」産業の下流に位置し、惣菜、弁当等の中食産業とともに、農林水産物・加工食品等の主要な仕向け先となっている外食産業について、主に時系列の比較でみていきます。

その次に、上流から下流を経て、海に例えられる食料消費支出の状況について、時系列及び本県と全国との比較により検証していきます。

1 外食産業の動向

(1) 一般飲食店が少ない外食産業

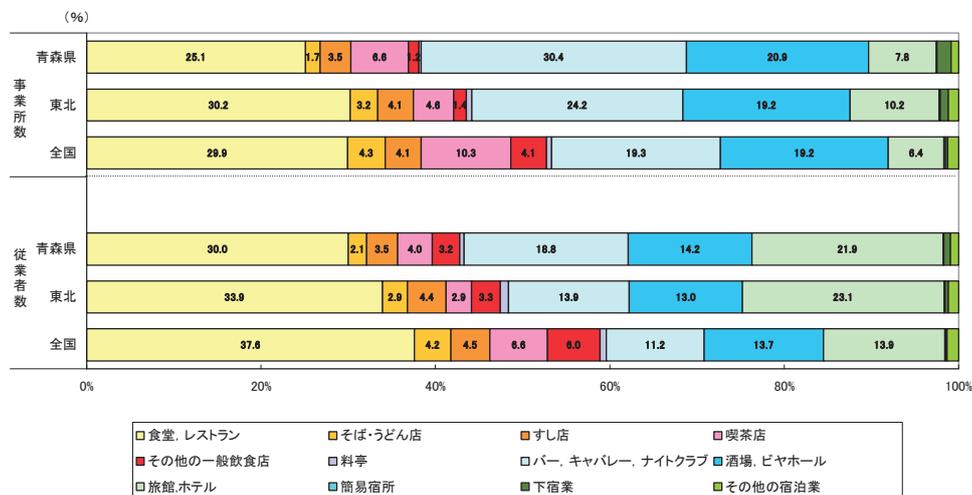
外食産業の対象範囲として、産業連関表の「食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ」のとらえ方とは異なりますが、ここでは、一般飲食店、遊興飲食店のほか、旅館、ホテル等でも飲食部門を持ち、大きなウェイトを占めることから、宿泊業も外食産業の業種の一つとしてとらえることとします。

まず、産業細分類別の業種の分類では、一般飲食店には、「食堂・レストラン、そば・うどん店、すし店、喫茶店、その他の一般飲食店」が含まれ、遊興飲食店には、「料亭、バー・キャバレー・ナイトクラブ、酒場・ビヤホール」が含まれ、宿泊業には、「旅館・ホテル、簡易宿所、下宿業、その他の宿泊業」が含まれます。

この外食産業の細分類別構成比を、本県、東北及び全国と比較してみると、事業所数では、本県は一般飲食店、特に食堂・レストランの割合が東北及び全国よりも低く、反面、遊興飲食店、特にバー・キャバレー・ナイトクラブの割合が東北及び全国よりも高くなっています。

従業者数でも、本県は一般飲食店の割合が東北及び全国よりも低く、遊興飲食店の割合が東北及び全国よりも高くなっています。（図2-36）

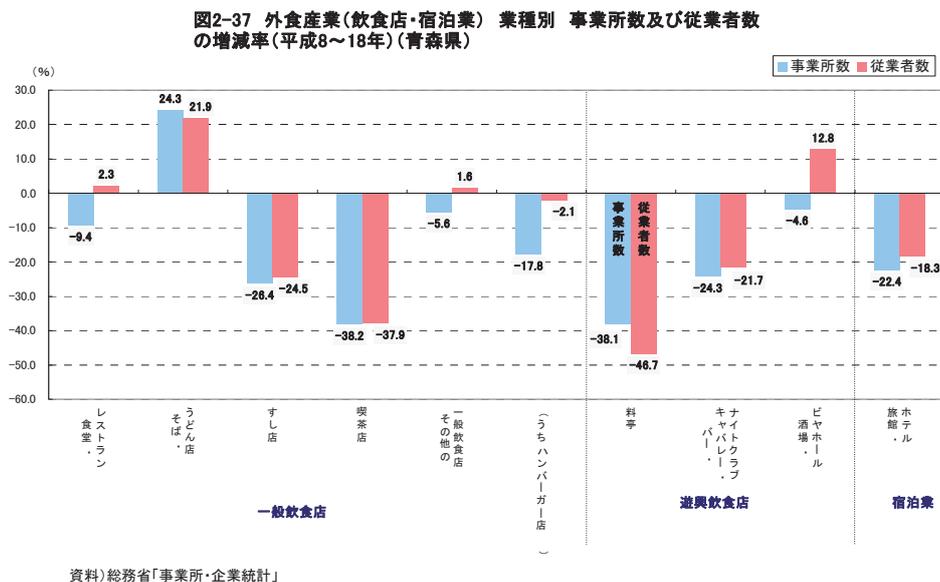
図2-36 外食産業（飲食店、宿泊業） 産業細分類別事業所数、従業者数構成比（平成18年）



(2) 事業所が減少している外食産業

外食産業の動向について、事業所・企業統計の調査年に合わせて、平成8～平成18年の期間における事業所数と従業者数の業種別の増減率をみると、まず事業所数では、そば・うどん店が増加している以外は、全ての業種で減少しています。特に、料亭と喫茶店の減少率が高く、それぞれ4割近く減少しています。

従業者数では、食堂・レストラン、ファストフード店が含まれるその他の一般飲食店、居酒屋を含む酒場・ビヤホールについては、事業所数が減少しているのに対して、従業者数が増加しています。事業所数の減少率が高い料亭及び喫茶店は、従業者数の減少率も高く、特に料亭は5割近い減少となっています。(図2-37)



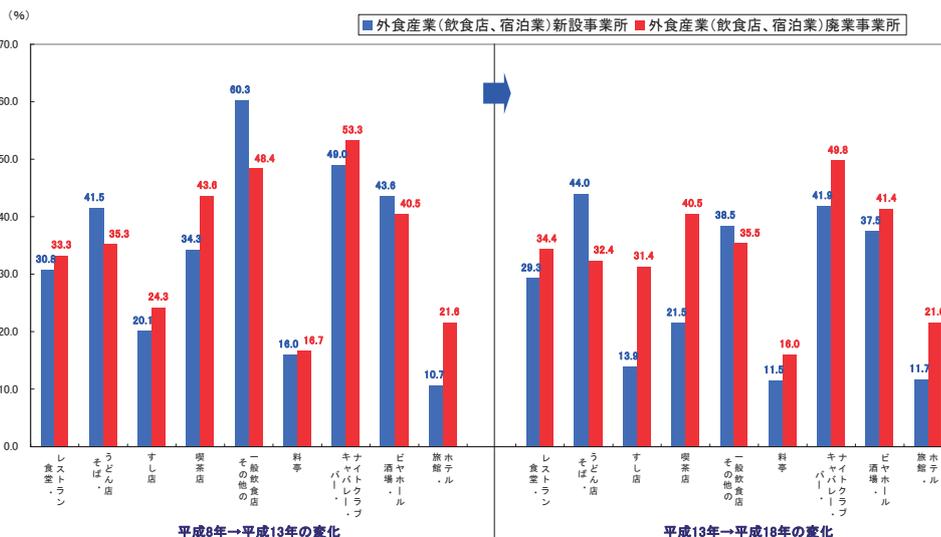
(3) 外食産業の参入と廃業

本県の外食産業の各業種の新設と廃業の状況を見ると、そば・うどん店、ハンバーガー店等を含むその他の一般飲食店については、廃業より新設が多くなっています。

バー・キャバレー・ナイトクラブについては、新設が41.8%、廃業が49.8%と、入れ替わりが激しい状況になっています。

本県は平成8～13年の5年間は、廃業の増加率が高いと同時に新設も高かったため、最終的な事業所数ではわずかな減少でしたが、平成13～18年の5年間では廃業の減少に併せて、新設も減少しており、外食産業の減少に拍車がかかっているような状況となっています。(図2-38)

図2-38 外食産業(飲食店、宿泊業)事業所 新設及び廃業の状況 (平成8年から平成18年の変化)(青森県)



※ 新設事業所の割合＝平成8→13年(平成13年→18年)新設事業所数÷平成13年(平成18年)事業所数×100
 廃業事業所の割合＝平成8→13年(平成13年→18年)廃業事業所数÷平成8年(平成13年)事業所数×100

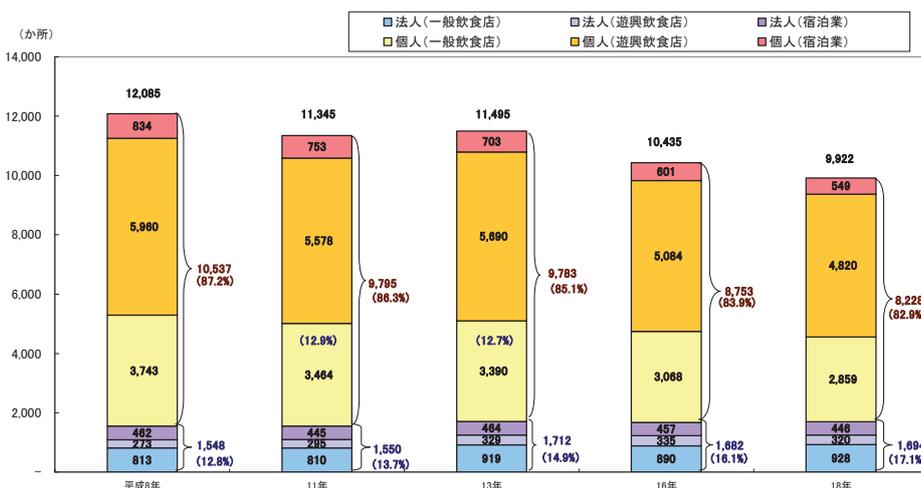
資料)総務省「事業所・企業統計」

(4) 個人経営の多い外食産業

本県の外食産業を個人事業所と法人事業所の経営組織別にみると、外食産業全体では個人事業所が8割以上を占めていますが、個人事業所は減少傾向にあり、特に遊興飲食店の個人事業所は平成8～18年の10年間で1000か所以上減少しています。

一方、法人事業所は全体として増加傾向にあり、その中でも一般飲食店は平成8～18年の10年間で100か所以上増加しています。(図2-39)

図2-39 外食産業(飲食店、宿泊業)経営組織別 事業所数の推移(青森県)



※ (%)は、一般飲食店、遊興飲食店、宿泊業合計に占める構成比。

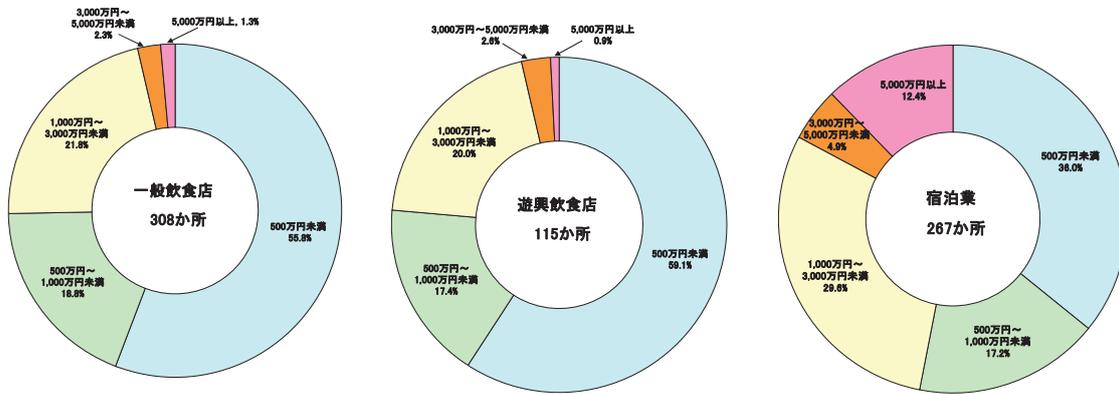
資料)総務省「事業所・企業統計」

(5) 中小・零細事業所の多い法人事業所

次に、外食産業の法人事業所について、産業別の資本金階級別の構成比をみると、本県では一般飲食店及び遊興飲食店ともに資本金500万円未満の事業所が6割近くを占めており、資本金1,000

万円未満まで対象範囲を広げると、その割合はさらに高くなり、8割近くを占めていることとなります。宿泊業についても、資本金500万円未満では約4割、資本金1,000万円未満では5割以上を占めています。このことから、外食産業では法人経営であっても中小規模の事業者が多いことを示しています。(図2-40)

図2-40 外食産業(飲食店、宿泊業) 資本金階級別事業所数の構成比(平成18年)(青森県)



資料)総務省「事業所・企業統計」

2 家計消費支出の動向

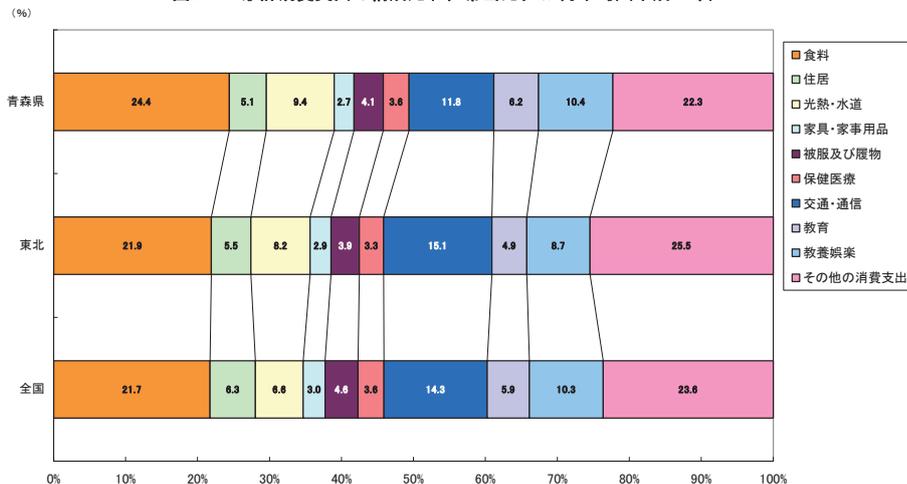
(1) 消費支出の2割を占める食料

家計消費支出の動向から「食」産業をとらえるため、家計調査における1世帯当たりの1か月平均の家計消費支出をみてみます。なお、本県では、家計調査の調査対象世帯数が少ないことも影響して、比較的大きく増減をして推移する場合があります。

まず、平成19年の家計消費支出の構成比をみると、本県は食料の消費支出の割合が24.4%と最も高く、次いでその他の消費支出22.3%、交通・通信11.8%の順となっています。

東北及び全国では、その他の消費支出が最も多く、次いで食料消費支出となっています。(図2-41)

図2-41 家計消費支出の構成比(1世帯当たり1か月平均)(平成19年)



※ 対象は「2人以上の世帯(勤労者世帯)(農林漁家世帯を除く)」。

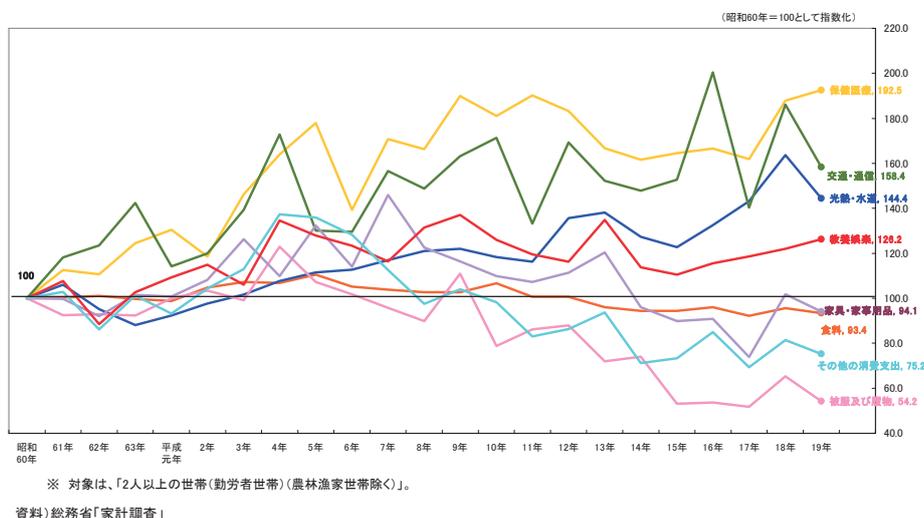
資料)総務省「家計調査」

(2) 横ばい傾向の食料消費支出

家計消費支出の用途分類別支出について、昭和60年=100とした指数で長期的な動向をみると、「交通・通信」や「教養娯楽」等のサービスへの支出は上昇していますが、「家具・家事用品」や「被服及び履物」等のモノの購入に対する支出は低下しています。しかし、食料への支出は、所得変化の影響を受けにくい支出といわれており、本県においてもそれほど極端に減ってはいません。

近年は、原油・原材料価格の高騰により、交通・通信、光熱・水道への支出は増加していますが、同じように原材料価格の上昇により値上がりした食料への支出はそれほど上がらず、横ばい傾向ならびに若干、低下して推移しています。これは、厳しい雇用・所得環境を背景として、節約及び低下価格商品へのシフトが強まり、高額商品の買い控えや不急な買い物の抑制が起きているものと思われます。(図2-42)

図2-42 家計消費支出 用途分類別支出の推移(青森県)



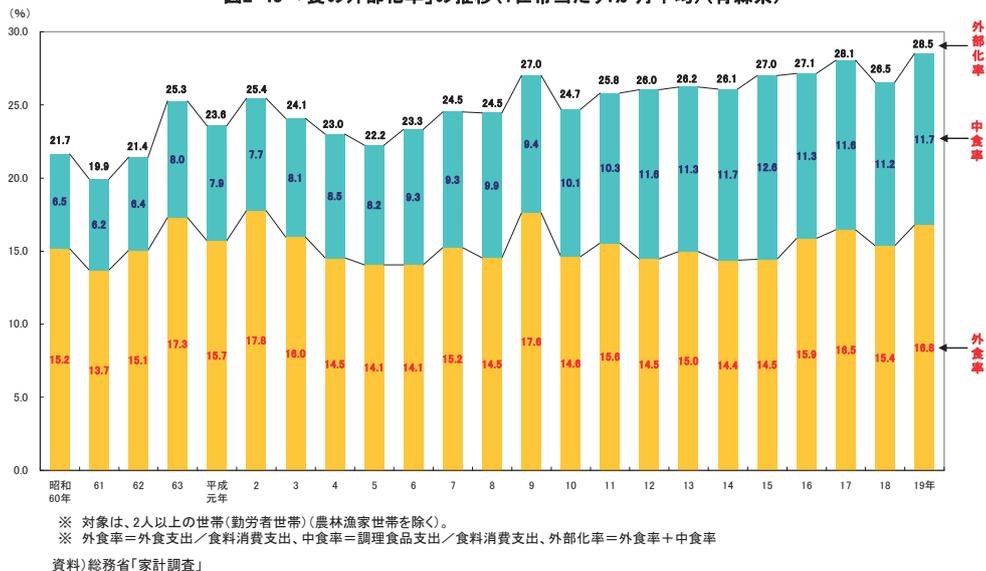
(3) 増加する食の外部化率

食料消費の動向を把握するため、食料消費支出に占める宅配や持ち帰りによる惣菜や弁当などの調理食品支出のシェアを中食率、外食支出を外食率、そして、その両方を合わせたものを食の外部化率とした推移をみてみます。

本県では、食の外部化率は上昇と下降を繰り返して推移していますが、長期的にみると外部化率は上昇傾向にあり、昭和60年から平成19年にかけて中食率は1.8倍に伸びていますが、外食率は1.1倍と伸びは鈍化しています。

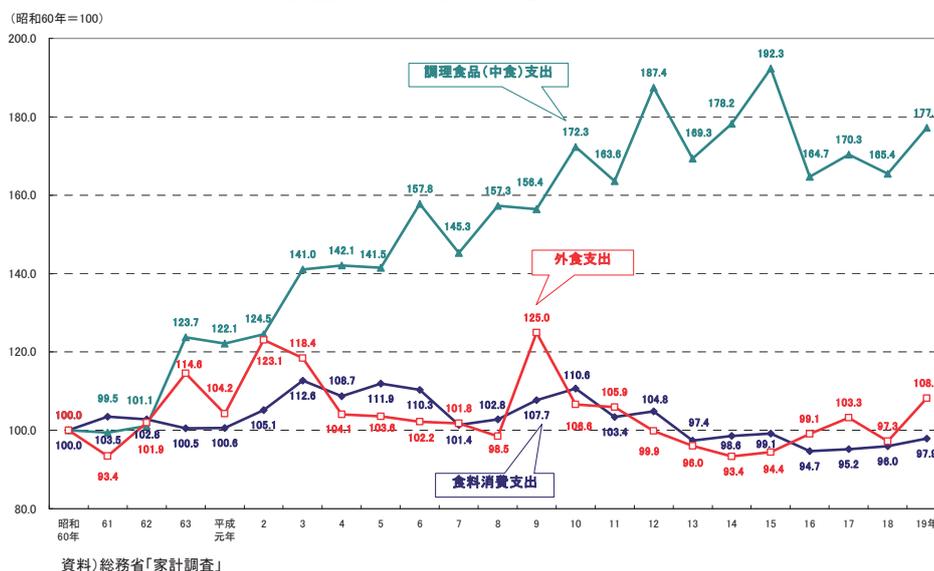
食の外部化率及び中食率が上昇している要因としては、世帯構造の変化や食生活の多様化などが進んだことが考えられます。(図2-43)

図2-43 「食の外部化率」の推移(1世帯当たり1か月平均)(青森県)



食料消費支出、調理食品（中食）支出、外食支出について、昭和60年=100とした指数で長期的な動向をみると、本県では、家計調査の調査対象世帯数が少ないことも影響して、比較的大きく増減を繰り返して推移していますが、食料消費支出と外食支出が近年は減少しているのに対し、調理食品（中食）支出は増加しています。本県においても、食料への支出総額が減少している中で、調理食品に対する支出は増加傾向にあるといえます。(図2-44)

図2-44 食料消費支出、調理食品支出、外食支出の推移(1世帯当たり1か月平均)(青森県)



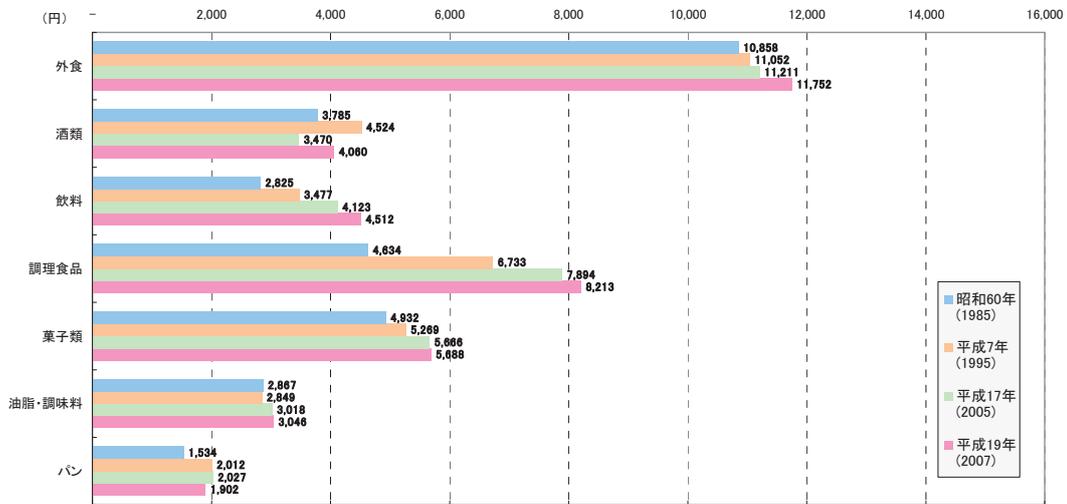
(4) 加工食品の消費規模

食料消費支出のうち加工食品への支出について、昭和60年～平成19年の約20年間の推移を実額ベースでみると、特に調理食品の伸びが著しく、昭和60年の4,634円から平成19年には8,213円と約7割も増加しており、本県においても中食に対するニーズは高くなっていると思われます。

このほか、飲料についても支出の伸びが高くなっていますが、これは飲食料品卸売業関係者から

の聴き取りでは、本県では飲料品を箱単位で購入する傾向が高いとのことから、本県特有の購買行動が影響していることも考えられます。(図2-45)

図2-45 食料消費支出のうち加工食品の支出の推移(1世帯当たり1か月間平均)(青森県)



※ 2人以上の世帯(勤労者世帯)(農林漁家世帯を除く)。

資料)総務省「家計調査」

(5) 青森県民の食料消費

本県の食料消費の傾向と地産地消度について、県内で生産された一次産品が、県内でどの程度消費されているのか、からみてみます。本県において収穫量・生産量が上位の農水畜産物に対する本県(青森市)の消費支出額を対比させてみると、野菜類については収穫量が上位の産品が多いにもかかわらず、支出額は全国で中位クラスであり、唯一、果実類のりんごが上位にある程度となっています。一方、いか類、ほたてがい、ひらめ等の魚介類については、生産量に比例して、消費支出額も多くなっています。

本県で盛んに生産されている農作物への支出額が少ないという結果から、本県は地産地消の割合が低いととらえられかねませんが、それらの農作物は大消費地への出荷が多いことや、県内での価格が安いこと等も一因として考えられるところです。(図2-46)

図2-46 青森県の収穫量(生産量)上位の一次産品と青森市の消費支出(平成19年、20年)

	青森県の収穫量(生産量)上位の一次産品(H19)		青森市の消費支出額の順位(H19)	消費支出額1位の都市(H19)	青森県の収穫量(生産量)上位の一次産品(H20)		青森市の消費支出額の順位(H20)	消費支出額1位の都市(H20)
	収穫量(生産量)	全国順位			収穫量(生産量)	全国順位		
ながいも	72,400t	1位	31位(他の根菜(長いも、にんにく、かぶ含む))	千葉市(他の根菜(長いも、にんにく、かぶ含む))	ながいも	67,100t	1位	新潟市(他の根菜(長いも、にんにく、かぶ含む))
にんにく	13,900t	1位		にんにく	14,300t	1位	にんにく	にんにく
かぶ	9,040t	3位		かぶ	9,440t	3位	かぶ	かぶ
ごぼう	42,000t	1位	9位	松江市	ごぼう	48,600t	1位	12位 佐賀市
だいこん	154,300t	3位	19位	那覇市	だいこん	143,800t	3位	13位 宇都宮市
にんじん	40,200t	4位	35位	那覇市	にんじん	42,200t	4位	17位 那覇市
りんご	457,900t	1位	5位	盛岡市	りんご	493,200t	1位	4位 盛岡市
さくらんぼ	1,720t	2位	24位(他の果物(さくらんぼ含む))	山形市(他の果物(さくらんぼ含む))	さくらんぼ	1,310t	2位	31位(他の果物(さくらんぼ含む)) 山形市(他の果物(さくらんぼ含む))
ブロイラー	5,861千羽	4位	37位(鶏肉)	大分市(鶏肉)	ブロイラー	5,884千羽	4位	32位(鶏肉) 京都市(鶏肉)
いか類	79,200t	2位	4位	富山市	いか類	70,847t	2位	3位 富山市
ほたてがい	101,396t	2位	1位	青森市	ほたてがい	85,985	2位	1位 青森市
ひらめ	1,397t	1位	1位(他の鮮魚(ひらめ、生うに含む))	青森市	ひらめ	1,135t(概数値)	1位(参考値)	2位(他の鮮魚(ひらめ、生うに含む)) 神戸市
うに類	890t	3位			うに類	858t	3位	

資料)農林水産省各種統計、総務省「家計調査」

(6) 見直される食の魅力

近年、ご当地グルメやB級グルメと呼ばれる地域独自のメニューが、地域活性化の起爆剤として全国各地で注目され、テレビのバラエティー番組でもその地域独特の食材や料理を取り上げる機会が多くなっています。

本県においても、「B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会」(通称「愛Bリーグ」)に加盟している「青森生姜味噌おでん」、「八戸せんべい汁」、「黒石やきそば」をはじめ、「十和田バラ焼き」や「味噌カレー牛乳ラーメン」等が全国的にも知名度が高く、最近では、地域特産のりんごを生かした「ホットアップルサイダー」や、地域の歴史的経緯を踏まえた「大湊海軍コロッケ」なども新たに開発されています。

また、地域で三代以上にわたって経営されている食堂を、新たな切り口として「津軽百年食堂」という括りで編集し、発信するなど、東北新幹線全線開業に合わせて、交流人口を増加させる仕掛けとして、「食」の魅力を活用した動きも活発化してきています。(図2-47)

図2-47 「B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会」(通称「愛Bリーグ」)会員数

平成21年7月1日現在

都道府県	正会員数	準会員数	料理名
北海道	1		富良野オムカレー
青森県	3		青森生姜味噌おでん、八戸せんべい汁、黒石つゆ焼きそば
宮城県	1	1	油麩井、石巻焼きそば
秋田県	2		横手やきそば、あいかけ神代カレー
福島県		1	浪江焼きそば
群馬県	1		上州太田焼きそば
埼玉県	1		行田ゼリーフライ
神奈川県	2		厚木シロコロ・ホルモン、三崎まぐろ拉麺
富山県	1		高岡コロッケ
福井県	1		若狭小浜焼き鯖寿司
山梨県	1	1	おつけだんご、甲府鳥もつ煮
長野県	1		駒ヶ根ソースかつ丼
岐阜県	2	2	奥美濃カレー、各務原キムチ、めいほう鶏ちゃん、下呂ケイちゃん
静岡県	6		富士宮やきそば、すその水餃子、静岡おでん、たまごふわふわ、浜松餃子、みしまコロッケ
三重県		1	四日市とんてき
兵庫県	2		高砂にくてん、姫路おでん
鳥取県	1		とうふちくわ
島根県		1	出雲ぜんざい
岡山県	2		日生カキお好み焼き、津山ホルモンうどん
広島県		1	府中焼き
福岡県	2		小倉発祥焼きうどん、久留米やきとり
長崎県	2		小浜ちゃんぽん、大村あま辛黒カレー
大分県	1		佐伯ごまだし

資料)B級ご当地グルメでまちおこし団体連絡協議会HP



ホットアップルサイダー



八戸せんべい汁



黒石つゆ焼きそば

新しい味探し！青森のB級グルメ



【B級グルメ】とは、安くておいしく、地元で愛されているご当地グルメのこと。

青森県では豊かな自然によって新鮮でおいしい農林水産物が生産されていますが、**素材が良いだけではありません**。地域によって大きく異なる気候や文化、生活環境によって、**各地でユニークな食文化が発達**してきました。いつも何気なく食べているものが、他の地域ではビックリする組み合わせだったり、初めての味覚だったり。休みの日には少し足を延ばして、**新しい味探し**という楽しみも！

青森のB級グルメは、「B-1グランプリ」でも入賞を果たす実力派。これまで出展されたのは**全国から29種類**、青森県からは、**八戸せんべい汁**、**青森生姜味噌おでん**、**黒石つゆやきそば**の**3種類が出展**され、その意外な美味しさで知名度を上げています。

実は、**青森県は「B-1グランプリ」発祥の地**。八戸せんべい汁研究所が企画プロデュースし、八戸市で開催したのが始まり。知っていましたか？

生姜味噌おでん(青森市)

生姜がピリっときいた、ほんのり甘い味噌だれのおでん！青函連絡船を待つお客さんのため、体が温まる生姜のすりおろしを入れたのが始まり。



大湊海軍コロツケ(下北地方)

下北地域の食材を使い、ヘット(牛脂)でカリッと揚げるのが特徴。大湊の旧日本海軍で最初に食べられていたと言われるコロツケを基に作られた、ニューフェイス！



せんべい汁(南部地方)

肉や魚、野菜がたっぷりの汁に、南部せんべいを入れて煮込んだ料理。**第2回 B-1グランプリから、3回連続の準グランプリ！**今や全国区の人気。



つゆ焼きそば(黒石市)

ソース焼きそばに和風だしをかけるのが基本形。意外な組み合わせが、美味しい、楽しい！**第4回 B-1グランプリでは7位に入賞。**



十和田バラ焼き(十和田市)

牛バラ肉とたっぷりの玉ねぎ、甘辛しょうゆダレが食欲をそそる！長く愛されている、十和田市のソウルフード。**東北 B-1グランプリで優勝の実力派！**



第3章 本県の「食」産業の現状と課題

1 発展の余地がある本県の「食」産業

第二部においては、これまで、産業連関表を使用して、「食」の生産から消費に至る本県の「食」産業全体を俯瞰したうえで、「食」産業に関連する各産業の動向をみてきましたが、本県の「食」産業の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) 産業連関表からみた本県の「食」産業の構造

「食用農水産物の生産から食料・飲料の最終消費に至る流れ」（平成17年）の試算によると、上流である農水産物の生産段階では、移輸入を含め180,123百万円の規模ですが、中流の食料品製造業や小売業等を経て、下流の食料・飲食用の消費に至る過程で、付加価値や流通コストが加わり、最終消費額は約4倍の705,189百万円の規模にまで増加しています。

(2) 農水産業の現状と課題

本県の農業及び漁業は、いずれも産出額（生産額）が全国で上位にあり、また、農産物も米、野菜、果実、畜産等の品目のバランスのよい生産構成となっているなど、全国有数の食料供給県の地位にあります。

しかし、農業及び漁業就業者の減少と高齢化が進んでおり、担い手の確保と併せて、農業（漁業）技術等の継承が課題になっていると考えられることから、集落営農組織等の法人化や海面養殖業の協業化等を進めるとともに、中流の食料品・飲料製造業や下流の卸売・小売業等異業種との連携による人的資源の補完や、消費ニーズに合わせた本県農業等が有する高い農業技術等の活用が必要と思われる。

(3) 食料品・飲料製造業の現状と課題

本県の食料品・飲料製造業は、製造業全体に占める事業所数等の割合が高く、本県経済において大きなウェイトを占める産業と位置づけられます。しかし、食料品・飲料製造業全体では事業所数等が減少する傾向にあり、また、本県と同様に農水産業の県内総生産の構成比が高い他の県と比較すると、食料品製造業の構成比は低い状況にあります。

これは、食品加工の拠点の生産地から消費地への移動等の食料品製造業の全国的な動向の変化や、高加工度食品の製造等の消費者のニーズへの対応、大規模化等による労働生産性の向上などに、必ずしも対応できていなかったことが考えられます。

農水産物の産出（生産）額が多い県の中には、鹿児島県や宮崎県のように消費地から離れたところでも、消費者の健康志向や全国的なブームの追い風を受けて、食料品・飲料製造業の事業所数及び従業者数を増加させ、製造品出荷額や付加価値額を伸ばしているところもあり、また、本県の食料品・飲料製造業の中にも、従業者数や付加価値額を増加させている業種もあることから、全国有数の食料供給県である本県においても、食料品・飲料製造業を発展させ、伸ばせる可能性が高いと

思われます。

(4) 飲食料品卸売業・小売業の現状と課題

「食」産業の下流に位置し、食品の流通・販売部門を担う本県の飲食料品卸売業及び飲食料品小売業は、卸売業及び小売業全体の中では、事業所数、年間商品販売額等の割合は高いものの、実数としては減少傾向にあります。

飲食料品卸売業では、県外の大手卸売事業者の参入により、販路の縮小や統合が進み、地元事業者のシェア・事業の縮小や廃業が生じているといわれ、飲食料品小売業でも、県外資本の大手小売事業所やコンビニエンスストア等が、本県への展開にあたり、県外にある自社工場や食料品・飲料製造業者から商品を搬入させる等の動きにより、県内産の加工食品等の取扱いが減っているといわれています。

飲食料品卸売・小売業が消費者の声を拾い上げ、上流の農水産業生産部門や中流の食料品・飲料製造部門に伝達し、連携することにより、付加価値の高い商品や消費ニーズに合った商品の開発・製造などに反映され、ひいてはそれが県内産の農林水産物・加工食品等の取扱い増加につながることを望まれます。

(5) 外食産業の現状と課題

全国的な外食産業の市場規模は、ここ数年、横ばい傾向にありますが、本県の外食産業の市場規模については、事業所数の推移等から減少傾向にあると考えられます。

さらに、本県の外食産業は、個人経営の事業所が8割以上を占め、法人経営の事業所についても小中規模の事業所が多い状況にあります。

近年、県外資本の大手ホテルや飲食チェーン店の立地が多くみられ、並行して、地元飲食店や旅館等の廃業もみられますが、地元の外食産業は、県内産の農林水産物・加工食品等の主要な仕向け先であるとともに、地元食材を使用した伝統的な郷土料理を次世代に伝える役割も担っていることを考えあわせると、長期的な視点でみた場合、地元飲食店や旅館等の廃業は、本県にとってマイナスです。

外食産業も、「食」産業を構成する産業として、農水産業や食料品製造業、飲食料品卸・小売業等との連携・協力が欠かせません。

(6) 家計消費支出の現状と課題

本県の食料消費支出は、長期的には横ばい傾向で推移していますが、品目別の内訳をみると、調理食品や外食等を含む加工食品への支出が増加する傾向にあります。

加工食品等への支出が増加している理由として、単身世帯の増加や高齢化社会の進展、女性の社会進出等に伴う食スタイルの変化があげられますが、この傾向は今後も続くものと思われることから、この動向に限らず、本県の「食」産業においては、消費者のニーズを反映した商品の生産、加工、流通、販売が求められます。

2 本県の「食」産業の充実強化をめざして

人口減少による市場規模の縮小や消費行動の変化等の中で、「食」に関連する産業はそれぞれの産業ごとに様々な課題を抱えています。しかし、「食」産業としては個々の産業や業種が独立して成り立っているものではなく、生産、加工、流通、消費が相互に緊密に結びついて、上流から中流、下流へと至るひとつの大きな流れを作り出しながら、それぞれの活動や営みが行われています。

平成22年度からスタートした「青森県基本計画未来への挑戦」においては、「攻めの農林水産業を軸としたあおり「食」産業の充実強化」を謳っていますが、そのためには何が求められるのか、以下考察してみます。

本県は、上流の生産部門では、農産物の米、野菜、果実、畜産等の品目の生産構成のバランスがよく、産出額も全国の上位にあります（95ページ）。中流の加工部門では、食料品製造業の県内総生産の構成比が全国平均を下回っている（99ページ）ことに加え、ここ10年ほどは経年的に低下傾向にある（100ページ）など、上流と中流の連携には多くの問題点が潜在しており、まだまだ改善の余地があると考えられます。

もちろん、上流の生産のみに絞って考えた場合は、直接的に得られる利益を少しでも増やすことが合理的であると考えられることから、県内よりも高い価格で、しかも大量の需要がある県外の大市場に生食用として出荷される割合が高くなり、その結果として県際取引の状況から産業を分類した場合に、農業部門が唯一「高度移輸出型財」に分類され、最も外貨を稼いでいる産業となっています（92ページ）。しかしながら、上流と中流の連携を視野に入れた場合には、産業連関表の分析が教えるところの、

- ・本県は上流で食用として生産された農水産物のうち約7割が生鮮食品のまま県外へ出荷されていること（91ページ）、
- ・中流の加工部門から移輸出される食品の多くも、加工度の低い精米や各種肉類、冷凍魚介類が占めていると推測されること（92ページ）、

といった状況をそのまま看過することはできません。

特に県内における農水産業の生産主体と食品製造業の生産主体との情報の共有化とマッチング、大都市圏や海外のニーズに関するきめ細かなマーケティング、金融面からの支援、米等の微細粒製粉など高度加工に必要な施設整備の促進、などが喫緊の課題として挙げられるところです。93ページの図2-3において、食料品製造業は移輸出率、移輸入率とも50%以上の「県際流通型財」に分類されていますが、それを農業部門と同じく第2象限の「高度移輸出型財」に位置付けることを青森県として目指すべきと考えます。まずは付加価値を十分に高め、たうで県外に移輸出することにより、より多くの外貨を県外から獲得することが重要であり、また、本県はその可能性を大いに秘めていると考えられます。

同時に下流の流通、消費においても多くの課題がありますが、幸い122ページで紹介しているように、地元の食材や料理を地域の活性化の起爆剤として活用する動きが本県においても本格化してきており、こうした動きを地域のストーリーと絡め、観光戦略として組み入れていくことも重要かつ効果的と考えられます。

また、消費者としての県民にも、でき得る限り本県産の食材を購入する、いわば「Buy 青森県食材」という意識を持って、県内の「食」産業の生産主体を応援するという姿勢が求められるのではないのでしょうか。

全国有数の食料供給県である本県が、「食」産業の優位性を発揮し、地域経済を発展させていくためには、生産から消費までを含めた「食」産業全体が業種の壁を超えて連携し、上流の生産から下流の消費に至る流れを太く、効果的なものにしていくことが必要です。換言すれば、91 ページにおいて上流である食用農水産物の生産段階が、下流の最終消費段階に至ると約4倍の規模に増大することを紹介していますが、その「乗数」をより大きくしていくことが今求められています。

そのためにも、農商工連携の取組をはじめとして、「食」に関わるすべての産業を一体のものとしてとらえ、横断的な取組を進めることにより、国内外から外貨を獲得するとともに、地域内の産業連関を強化し、自立的な経済構造の確立に向けて取り組んでいくことが重要となります。

全国的な取組としては、具体的に、中流、下流の中小企業者と上流の農林漁業者が連携して新商品や新サービスを生み出す「農商工連携」が、国や県等の支援のもとで積極的に進められており、本県からも、平成20年に施行された農商工等連携促進法に基づく事業計画として、これまでに5件が認定され、国の低利融資等の支援を活用した取組が進められています。(図2-47)

図2-47 農商工等連携促進法に基づく「農商工等連携事業計画」認定状況(青森県)

番号	認定日	連携体 上段：農林漁業者 下段：中小企業者	取組事例	地域
1	平成20年9月19日	はまなす農業協同組合 株式会社ディメール	青森県下北地方の低アミロース米「ゆきのはな」と地元魚介類を使った新食感の冷凍押し寿司の開発、製造及び販売	八戸市
2	平成20年11月28日	株式会社黄金崎農場 株式会社中村醸造元	醸造蔵より半径50マイル(80km)以内で収穫された小麦・大豆を使用した本格醤油の開発	藤崎町
3	平成21年6月30日	有限会社エコ・ネット 有限会社黒石納豆	地元で栽培された黒大豆と温泉ミネラル水を使った新食感温泉納豆の製造販売	黒石市
4	平成21年10月27日	宇藤 正悦 田子かわむらアグリサービス(有)	田子産にんにくを低温熟成処理した「琥珀にんにく」加工品の製造・販売	田子町
5	平成22年2月10日	食菜八幸 株式会社東北有機リサイクル	青森の健康・栄養3根菜(ヤーコン、菊芋、アピオス)を活用した安心・安全、おいしい「雪むろ漬物」の開発・販売	黒石市



地域ブランド「たっこにんにく」を低温熟成処理した「琥珀にんにく」加工品

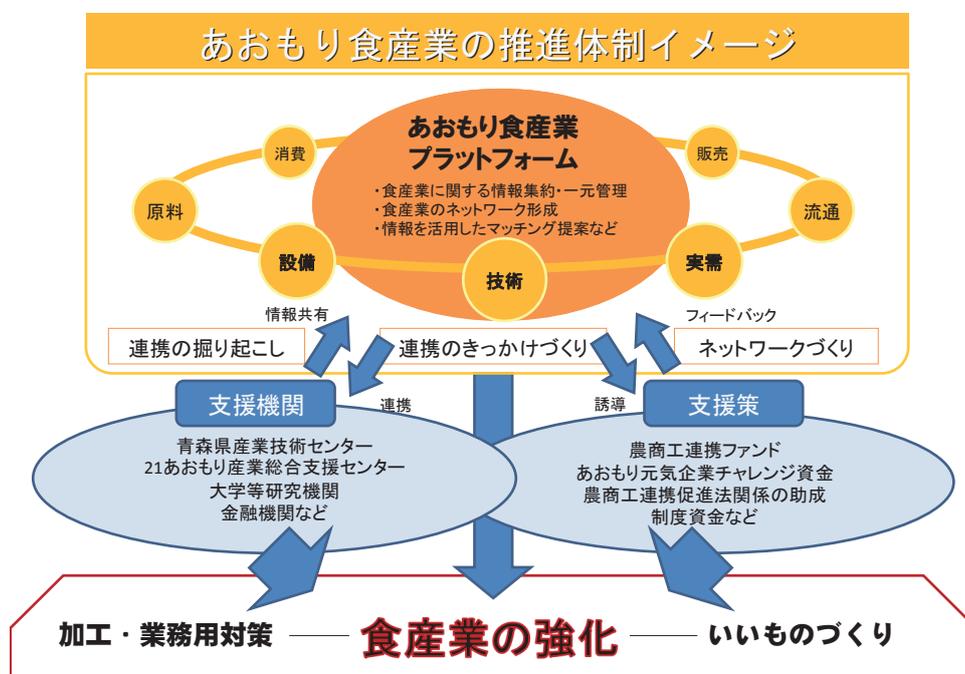


「地元の水産資源」と低アミロース米「ゆきのはな」を使った冷凍押し寿司

本県では、「青森県基本計画未来への挑戦」において、「食料」を「エネルギー」とともに二大比較優位資源と位置付けていますが、「平成22年度「選択と集中」の基本方針」に掲げた5つの戦略キーワードにおいても「あおり「食」産業」を掲げ、農商工連携の推進等による食品製造業の振興と商品の高付加価値化、新たな流通・販売体制の構築、それらを支える農畜水産物の安定供給、新たな青森ブランドの拡大など、「食」に関わるすべての産業を一体のものとしてとらえ、横断的な取組を進めることにより、外貨獲得のための大きな柱となる産業として充実強化を図ることとしています。

そのひとつとして、「食産業プラットフォーム」を整備し、食産業に関する情報を一元的に収集・管理するデータベースの充実強化、業種の枠組みを超えた食産業ネットワーク形成、情報を活用したマッチングの提案などを実施し、ハード面に加えてソフト面からの支援も充実させることにしています。(図2-48)

図2-48 あおり食産業プラットフォームフロー



本県のみならず他県においても、食料品製造業や飲料製造業は中小規模の事業所が多数を占めていますが、前述の比較対象として取り上げた鹿児島県、宮崎県では、1社で10億円を超える純利益をあげる酒造製造業や畜産関連の企業があり、県内の上位3社に入っている例もみられます。

その背景として、鹿児島県や宮崎県が食品加工等に適した農林水産資源に恵まれているのみならず、伝統的に地域に根ざした「食」と消費者の健康志向に合致した機能性食品など付加価値を高めた商品の開発等の取組を地道に続けてきたことがあると考えられます。

これらと比較しても、本県の農林水産資源や伝統的な食文化は決して見劣りするものではなく、本県の「食」産業についても、今後、充実・強化を図っていくことにより、「食」の生業づくりが進み、その中から先進県に伍する産業や企業に発展する大きな可能性も広がっているものと考えられます。

平成 22 年度は、県民の悲願であった東北新幹線の全線開業が実現する年であり、千載一遇のチャンスでもあることから、本県の「食」に関わるすべての産業が相互に連携し、改めて「食」産業の充実・強化に力をあわせて挑戦していく、その第一歩を踏み出す年と位置付けたいと考えています。

＜コラム4 地域ブランドと経済効果～黒石やきそばと新幹線開業後の弘前地域観光産業～＞

弘前大学大学院 地域社会研究科 教授 佐々木 純一郎

1. 地域ブランドの意味

ブランドとは、単なるヒット商品ではなく、長く売れ続けるロングセラー商品である。長く売れ続けるためには、コミュニケーションを通じた顧客との信頼関係が求められる。その際、ブランドを提供する側は、顧客に品質保証を約束する必要がある。また、物理的な品質保証に加え、ブランドとしての意味や価値（ブランド・アイデンティティ）を説明することも重要である。つまり、良い商品やサービスを提供するだけではブランドとはいえず、顧客の心に訴え、深く共感してもらうことが大切なのである。

筆者は、中央大学経済研究所客員研究員の野崎道哉氏と共同で、『「黒石やきそば」による経済効果調査事業』（黒石商工会議所、2009年3月）、そして『津軽地域新幹線経済効果の研究報告書-弘前地域観光関連産業への経済波及効果-』（弘前市および弘前大学による共同研究。研究協力・弘前商工会議所、2009年3月）を執筆した。その概要を紹介したい（参考：佐々木純一郎・石原慎士・野崎道哉『[新版] 地域ブランドと地域経済-ブランド構築から地域産業関連分析まで-』、同友館、2009年10月）。

2. 黒石やきそばと新幹線開業後の弘前地域観光産業

黒石市内のやきそば製麺所へのヒアリングから市内で消費されるやきそば玉数を、やきそば店へのアンケートから顧客1人当たりのやきそば消費金額の単価を調査した結果、市内のやきそば消費金額は6億900万円となった。次に黒石市の産業連関表を作成し、経済波及効果の係数を1.67と算出し、6億900万円の1.67倍、10億1,500万円が経済波及効果である。やきそばに直接関係する産業だけでなく、地域経済全体に広範な影響が認められる。

また弘前地域において、観光関連産業アンケート、そして旅館・ホテル宿泊者アンケート等を実施し、弘前市の産業連関表を作成した結果、東北新幹線青森延伸前の408億700万円に比べ、延伸後には97億9,700万円～161億2,700万円の増加を見込むことが可能だと推計した。既に九州新幹線が部分開業した鹿児島県では、新幹線の鹿児島中央駅からJR在来線で1時間程の時間距離である指宿温泉に、地元の予想を上回る来客増が認められた。新青森駅から弘前駅までは、より短時間であり、観光客の増加は十分に期待できる。黒石やきそばや弘前地域のブランド力の強化が、地域全体の経済効果を高めると考えられる。

3. 青森県全体のブランド力を高めるために

顧客の心のなかにある、地域に対するブランド・イメージを大切にすることが出発点となる。例えば、現在の青森県に対し、多くの人々は「森と湖」の自然環境を連想することも考えられる。北欧のフィンランドも同様にイメージされることが多い。そこで、フィンランドのように、充実した福祉や暮らしやすさを追求することは、青森県の暮らしのブランドづくりに有効であろう。このように今ある魅力に依拠しながら、これから新しい魅力を創造することも重要になる。筆者の所属する弘前大とフィンランド・ヘルシンキ大の交流も、狭い学術分野に限定せず、青森県民全体の地域づくりの考え方で、深く掘り下げるのが可能ではなかろうか。地道な地域づくりの努力に共感してくれる顧客こそが、これからの新しい青森県のファンやサポーターとなり、リピーターとして何度も来訪し、移住することも期待できよう。いずれにせよ、地域全体の自信や誇りが前提である。あきらめずに創意工夫で努力を続けなければならない。

【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年から3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（景気の山）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21年度に公表された各種統計調査の結果
- 4 平成19～21年の県内及び国内・海外の経済動向の年表

1 景気基準日付の暫定設定

(1) 青森県景気基準日付（景気の山）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。

内閣府では、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10月」と暫定的に設定していますが、それに相当する本県の第14景気循環の景気基準日付（景気の山）を「平成19年7月」と暫定的に設定しました。これにより、景気の拡張期間は、平成14年4月から平成19年7月までの64か月となり、本県が景気基準日付を設定している昭和37年以降で最長となります。

なお、今回の設定はあくまで暫定であり、確定的なものとしては、今後、第14景気循環が一巡した後に、景気基準日付（景気の谷）と併せて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D I（Historical Diffusion Index）に基づいて設定します。

このヒストリカルD I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、山と谷との間隔が5か月以上必要であるとか、一循環の長さは15か月以上必要であ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D I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、前回の景気の谷である平成14年3月の後、ヒストリカルDIが初めて50%を下回るのが平成19年8月の44.0%であることから、直前の平成19年7月が景気の山と考えられます。(図3-1、表3-1)

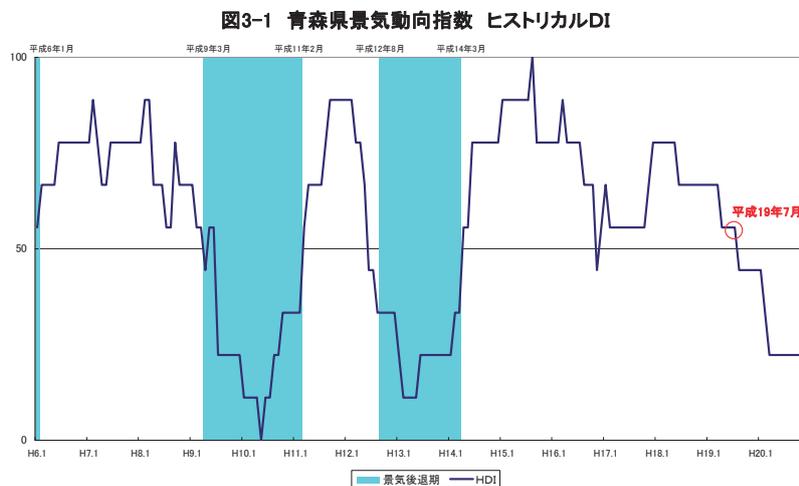


表3-1 青森県景気動向指数 一致系列の個別指標の動向

	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	3	3	5	5	7	7	7	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	8	9	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	33.3	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	100.0	77.8	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	7	8	7	7	7	7	6	6	6	4	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	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	77.8	88.9	77.8	77.8	77.8	77.8	66.7	66.7	66.7	44.4	55.6	66.7	55.6	55.6	55.6	55.6	55.6	55.6	55.6	55.6	55.6	66.7	77.8

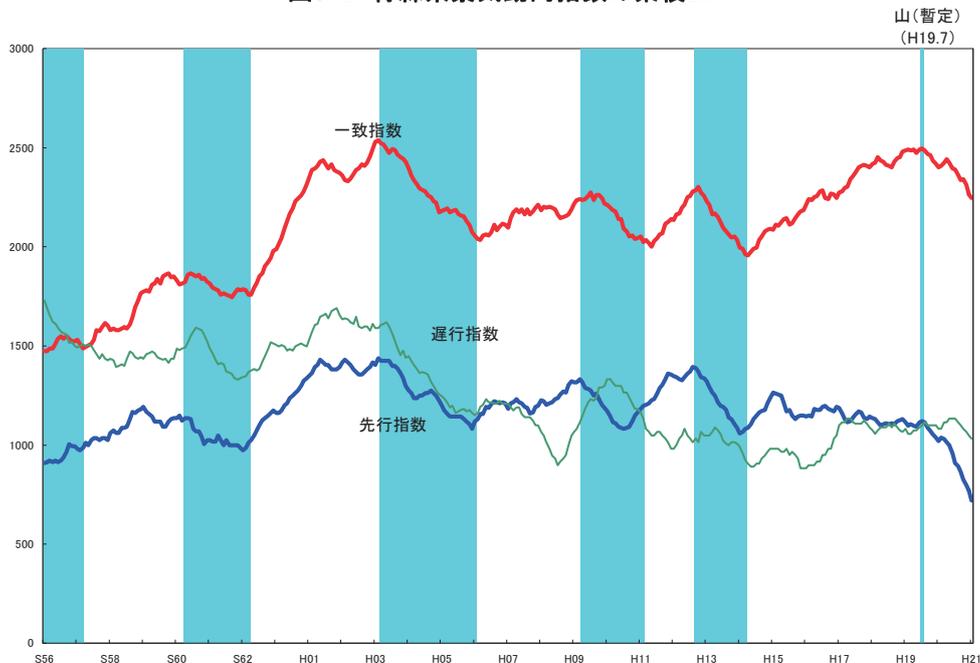
	平成18年(2006年)												平成19年(2007年)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
景気基準日付																			山					
大型小売店販売額(既存店)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
鉱工業生産指数	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
電気機械生産指数	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
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	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	4	4	4	4	4
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	77.8	77.8	77.8	77.8	66.7	66.7	66.7	66.7	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	44.4

	平成20年(2008年)											
	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	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
採用系列数	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
ヒストリカルDI(%)	44.4	33.3	22.2	22.2	22.2	22.2	22.2	22.2	22.2	22.2	22.2	22.2

(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が、本県の累積DIについてみてみると、一致指数が平成19年7月をピークに下降に転じており、ヒストリカルDIから求めた景気の山(暫定)と一致しています。(図3-2)

図3-2 青森県景気動向指数の累積DI



※累積DI = 先月までの累積DI + 今月のDI - 50 (昭和35年6月を0としています)

月々のDIから50を引き、累積したものですから、DIが50%を上回れば上昇し、50%を下回れば下降します。
 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くなります。

(5) 青森県と全国の景気基準日付の比較

今回の第14景気循環の景気の山（暫定）について本県と全国を比較すると、本県が平成19年7月、全国が平成19年10月で、本県は全国より3か月早く山を迎えたこととなります。

また、景気拡張期間については、本県が平成14年4月から平成19年7月までの64か月（過去最長）、全国が平成14年2月から平成19年10月までの69か月（過去最長）で、本県の景気拡張期間は全国より5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)		(64か月)			(H19.10)		(69か月)		

※（ ）は暫定設定。

※全国の値は内閣府経済社会総合研究所公表資料による。

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。

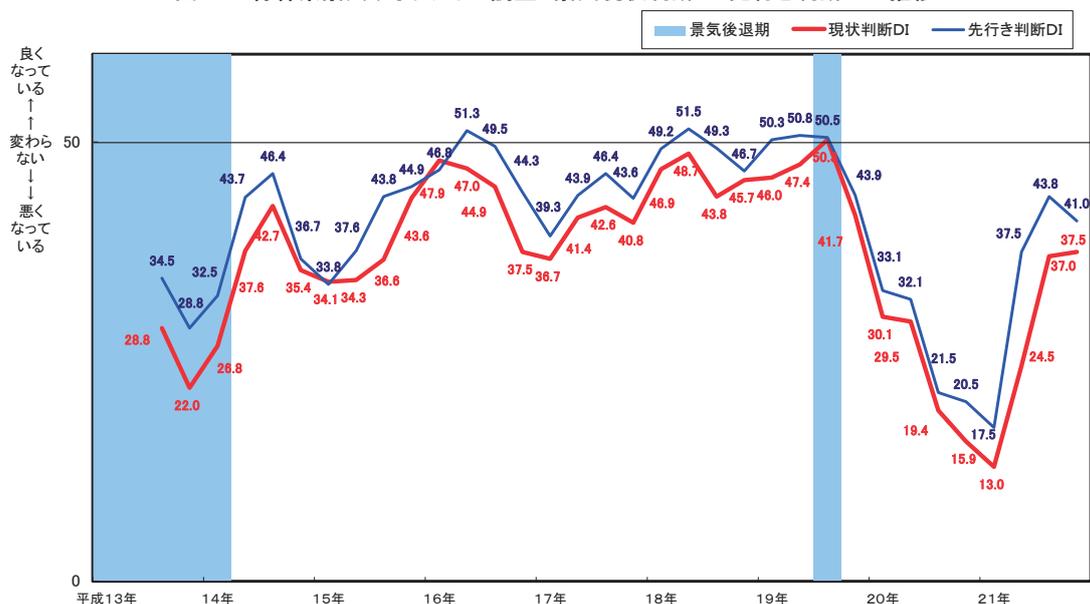
調査方法は、県内を東青・津軽・県南・下北の4地区に分け、家計関連・企業関連・雇用関連の分野で、地域における経済活動の動向を敏感に観察できる業種（コンビニエンスストア店長や小売店員、タクシー乗務員、ホテル支配人、スナック経営者等）に従事している100名の方々に「景気ウォッチャー」を委嘱し、現場の景況感に関連する下記調査事項について回答していただいています。

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7月以降初めて、平成19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1月に過去最低の13.0となりました。続く平成21年4月調査では現状判断DIが24.5に急上昇し、その後10月調査まで3期連続で上昇し続け37.5となっています。（図3-3）

図3-3 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



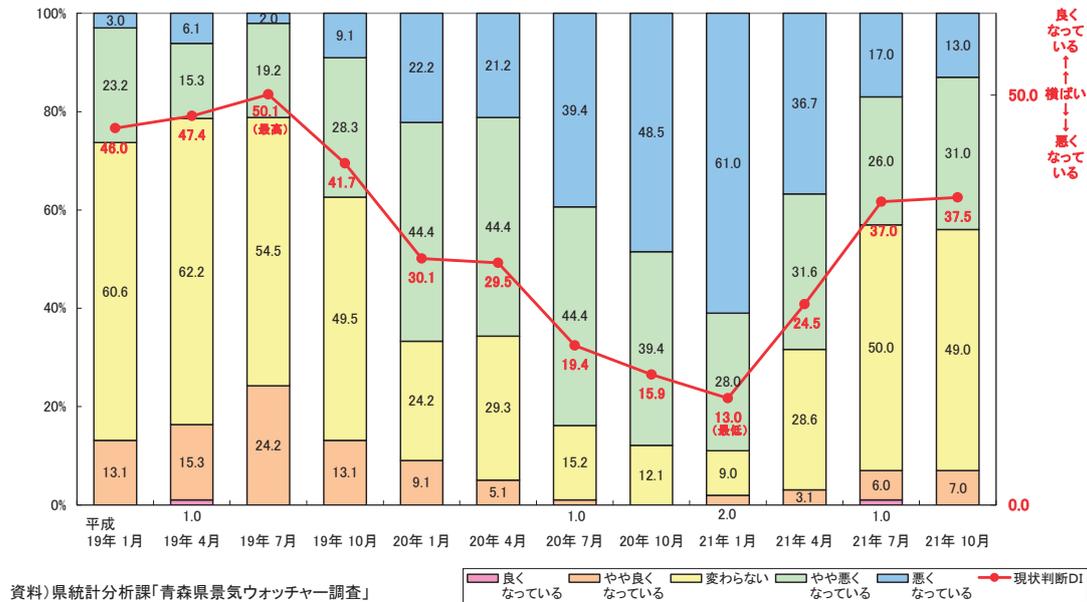
資料)県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査」

※ シャド一部分は本県景気の後退局面。平成19年7月(景気の高)は暫定設定。

直近の現状判断D Iについて、回答別構成比の推移をみると、「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、D Iが過去最低を記録した平成21年1月は、「悪くなっている」の回答の割合が61.0%にまで達しました。

その後は「変わらない」の回答が徐々に増えてきており、今後どのように変化するか注視していく必要があります。(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 回答別構成比の推移



(※) D I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、D I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、D I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21年調査のコメントから～

◆平成21年1月調査

(◎：良、○：やや良、□：不変、△：やや悪、×：悪)

生活防衛意識、低価格志向、消費抑制		
△	世界不況が報道される日々の中で、景気の先行きに不安を覚えながら、ますます生活防衛意識が高まっている。特に衣料品については、低価格なものや値引き販売ばかりに関心が向けられているのではないかと。	津軽 百貨店
△	見積を数多くの同業他社にもお願いをして、価格交渉ばかりして、なかなか結論を出して契約をしてくれない。契約率が下がっている。	津軽 住宅建設販売
×	灯油について言えば、ホームタンクに満タンにしないで、数量を指定するお客様が増えた。	東青 ガソリンスタンド
×	商店街への来客数の減少傾向が見受けられる。加えて、特に洋品関係の買い控えが顕著に表れており、景気の悪化により、サイフの紐がかたくなっている。	津軽 商店街
×	急激な経済情勢の悪化により、消費が低迷している。商戦期である12月も売上が非常に悪かった。	県南 卸売業
×	宴会等が減っている。また小規模になっている。	県南 レストラン
受注・売上の減少、在庫調整・減産の拡大		
×	製造業、非製造業とも大手企業の行きづまりを中心に景況感は確実に悪化している。	東青 経営コンサルタント
×	仕事量、売上とも大幅に下がりました。特殊品は落ち込みが少ないものの、売上はもともと少ない。量産物は幅広く売れるが、これの落ち込みが大きい。特に海外向けが減っている。	県南 電気機械製造
×	間違いなく消費動向が鈍っている。特に、企業・法人の発注が少ない。	下北 食料品製造
×	消費が伸びない→経費削減→広告予算削減という悪い循環に行っている。	東青 広告・デザイン
求人数の減少、倒産等による失業者の増加		
△	本紙の求人広告が減少。また、折込チラシも関東方面からの季節従業員募集などが皆無に近い状況だった。	津軽 新聞社求人広告
×	企業倒産や急速な経費削減をする企業の現状と個人消費をおさえる身近な現状から悪くなっている感がします。	東青 人材派遣

◆平成21年4月調査

(◎：良、○：やや良、□：不変、△：やや悪、×：悪)

定額給付金の給付		
□	給付金がらみで高齢者のマーケットに少し動きが出てきたようだ。	県南 一般小売店
消費抑制の継続、低価格志向		
△	例年だと春先から住宅計画が進むケースが多いが、今年は全く少ない。買い控え傾向が強く、今の不況の事は必ず言われる。	東青 住宅建設販売
△	大手スーパーの館内の中に勤務しているので感じるのは、お買物の手荷物が少ない、又、バス乗場のお客様も少ない。	津軽 都市型ホテル
△	宿泊客の大幅な減少と宴会入込の減少、各会合の少人数化が顕著である。	津軽 レストラン
△	1ヶ月周期のお客様が2ヶ月以上遅れている。注文科目もカット+カラーが、カットだけとか単科目になって来ている。街中もめっきり交通量が少ない。	県南 美容院
×	車の販売状況が対前年60%台という、前代未聞の最悪な状況。40年前くらいの水準。	津軽 乗用車販売
×	予約も入らないし、1人で飲みに来るお客様がいない。会合後のお客様も少なくなりました。	津軽 スナック
在庫調整・減産の継続、値下げ圧力		
△	製品需要の低迷が続いており、売上高が減少している。	県南 紙・パルプ製造
△	量販店、食品スーパーを含め流通業界において流通価格が下落傾向であり、消費者の景気後退を意識した購買行動の表れ。	県南 食料品製造業
△	会社関係の出張手控え、団体はもとより個人顧客の旅行手控えも強く感じられる。チケット、ホテル予約等の売上がかなり落ちてきている。	県南 旅行代理店
×	当社の売上・収益とも横這い。一般消費者は品質より低価格帯の商品を求める状況下にあり、過度なまでの低価格競争の様相を呈してきている。	東青 食料品製造業
×	一企業が所有する車両台数が減少し、コスト削減意識が一層浸透している。	東青 ガソリンスタンド
失業者の増加		
△	昨年後半からの主に製造業への派遣切りや雇い止めの影響か、ここ半年ほど特に求職者の就職相談が多くなっている。失業者が増加したことが景気に悪影響を及ぼしている。	津軽 人材派遣
△	求人広告は依然持ち直しの動きを見せていない。むしろ派遣切りをはじめ職を失う危機感は強まるばかりで、個人消費の伸びは期待できない状況。	津軽 新聞社求人広告

◆平成21年7月調査

(◎：良、○：やや良、□：不変、△：やや悪、×：悪)

慎重な購買態度、天候不順		
□	エコポイント対応の家電品(液晶TV、冷蔵庫、エアコン)の買替え客は、多く見られますが、全体的に売上は伸びていないし、平日は特に来店客は少なく、3ヶ月前と変わっていない。	県南 家電量販店
△	お客様の入り込みが全く無い日が増えている。団体客や学生の宿泊がない(学校のイベントに係る宿泊)。ねふた祭りの予約が例年に比べてかなり減っている。	津軽 観光型ホテル・旅館
△	南部特有のヤマセが多く温度が低い。その為、客足が落ちているようだ。週末の天候不順も因になっているようだ。	県南 一般飲食店
△	天候があまり良くないせいもありますが、アウターの動きが良くありません。肌着・くつ下の実用品の動きも悪くなっている様に思います。ボーナスが出たとは思えないような動きです。給付金の恩恵もほぼ無いに等しい。	下北 一般小売店
×	高値の商品が売れなくなった。とうとう当社の顧客もサイフのひもを締めはじめた感がある。	東青 旅行代理店
一部で徐々に受注増加		
○	2月が底でそれ以降徐々に受注が増えているため。	津軽 電気機械製造
□	今年2~4月に比べ1~2割ほど仕事量が持ち直し、品物・設備の売買などがわずかながら動き出している。だが、各社とも基本的に設備や人員が過剰であり、ちょっとした要因でまた悪化する恐れは十分にある。	県南 電気機械製造
×	今のところ、まだ補正予算等による公共事業の発注増までに至っておらず、実際に効果が出始めるのは秋口以降になると思われるから。	県南 建設
過度な低価格競争、値下げ圧力		
□	食品に限っては低価格におさえられているので売上が伸びない。	津軽 食料品製造
□	必要なものを最小限購入するというスタンスが続いており、商品の値ごろ感がいつそう低くなっている。	県南 飲料品製造
×	当社の売上・収益とも低下。問屋や小売店サイドが過度なまでの低価格競争により生産者を追い詰めている。経済概念崩壊傾向にある。	東青 食料品製造
×	お客様の方から価格見直しのお願いや、通常発注のあった仕事が無くなったり、入札に至っては、利益がないに等しい価格での競争がさらに進み、仕事量が減るばかりか利益率が悪い仕事が多い。	県南 広告・デザイン
少ない新規求人数		
□	昨年末に派遣切りにあったが、失業保険がまもなく切れる、または失業保険が切れた等により、早急に仕事に就きたいが仕事が無いとの相談件数が多数ある。	津軽 人材派遣

◆平成21年10月調査

(◎：良、○：やや良、□：不変、△：やや悪、×：悪)

10月の大型連休、高速道路料金の引下げ		
○	高速道路の様々な割引効果なのでしょうか、県外のお客様が増えています。また、この時期は、学校関係のイベントも多く学生客も増えています。	東青 観光型ホテル・旅館
□	連休中(シルバーウィーク)は、他県ナンバーの車で賑わい、売上もありましたが、平日はいつもと変わりません。お盆、シルバーウィークは、高速道路1,000円の効果があって客数、売上共、上がりました。	県南 観光名所等
□	高速道路の1,000円乗り放題で、いつもよりは県外ナンバーは増えたようではあったが、取り立てて、景気が良くなった感じはしない。	下北 ガソリンスタンド
消費抑制の継続、新型インフルエンザの流行		
□	生活防衛や、買い渋り状態が根付いており、衣料品のみならず、食品関連にまで影響が及んでいる。	津軽 百貨店
□	個人の消費マインドが冷え込んでいるだけでも大変なのに、加えて新型インフルエンザ感染拡大のマスコミ報道もあって、旅行予約のキャンセルが増えてきており、売上減少を懸念している。	県南 旅行代理店
□	悪いまま変わらないということですが、よく来店されていたお客様の来店回数が減少しています。買い控えを感じます。買物の仕方も今迄のものに単品をプラス。1つの買物にじっくり時間をかけ判断されているようです。	県南 衣料専門店
×	この2ヶ月間(8~9月)で、商店街における空き店舗が5軒も発生。業況の悪さを顕著にあらわしているのではないかと。	東青 商店街
一部で受注の増加、低価格競争の激化		
○	公共事業の上期前倒し発注が9月に集中、久しぶりに受注状況が目一杯となった。	県南 建設
△	景気低迷による節約・消費低迷と低価格競争が激化、企業業績が上向く兆しなし。	東青 食料品製造
□	仕事の数量は増えているが、単価が安く売上につながらない。高く買ってもらえる米欧向けは減少したままであり、安くしないと売れないアジア(主に中国)向けのみが伸びている。	県南 電気機械製造
×	予定していたものが中止になったり、予算削減は日常的で価格競争は激化する一方である。	県南 広告・デザイン
企業の慎重な採用態度の継続		
□	国の政策効果もあり、生産は多少向上しているようだが、景気回復にはまだまだ時間が必要である。県内においては新規求人倍率も低く雇用に明るい兆しは見えていない。	東青 人材派遣
□	県外からの自動車関連の期間工募集が若干出はじめていますが全体的に低迷基調は続く。	東青 新聞社求人広告

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21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。

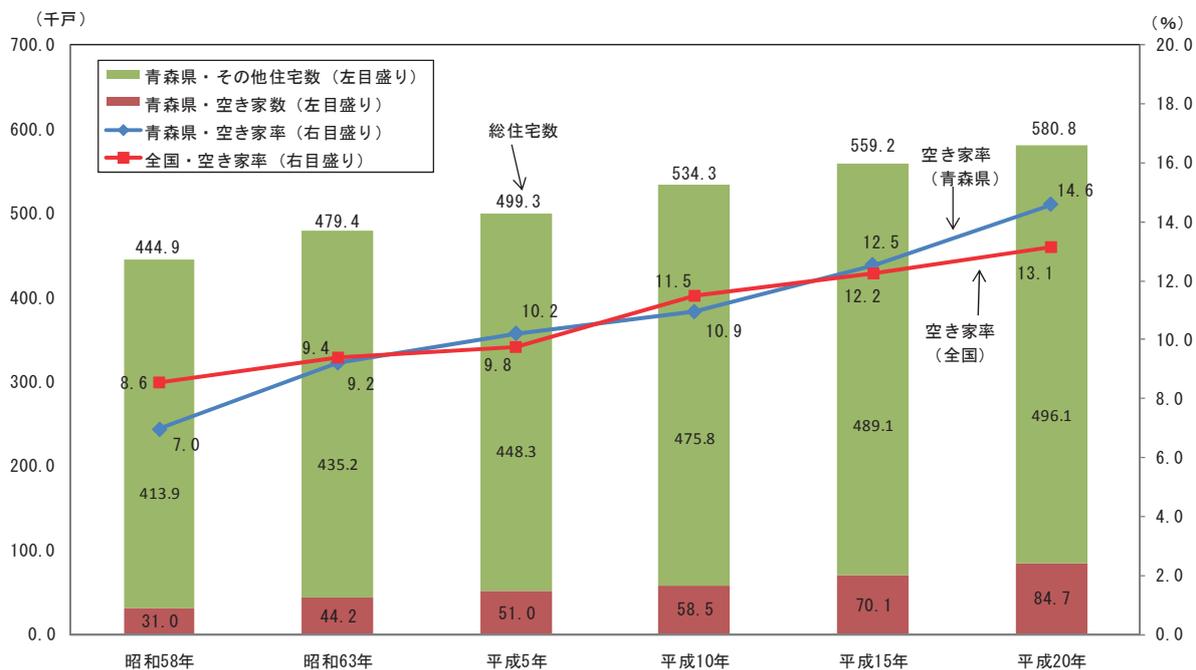
(1) 住宅・土地統計調査

住宅・土地統計調査は、住宅とそこに居住する世帯の居住状況、世帯の保有する土地等の実態を把握し、その現状と推移を明らかにするために5年毎に行われる調査で、直近の調査は平成20年に行われました。

① 住宅総数・空き家数・空き家率の推移

平成20年の本県の総住宅数は581千戸となっており、平成15年に比べ22千戸増加しています。一方、平成20年の空き家数は85千戸で5年前に比べ15千戸増加しており、空き家率は14.6%と、平成15年に比べ上昇しており、全国の空き家率(13.1%)よりも高くなっています。(図3-5)

図3-5 住宅総数・空き家数・空き家率の推移

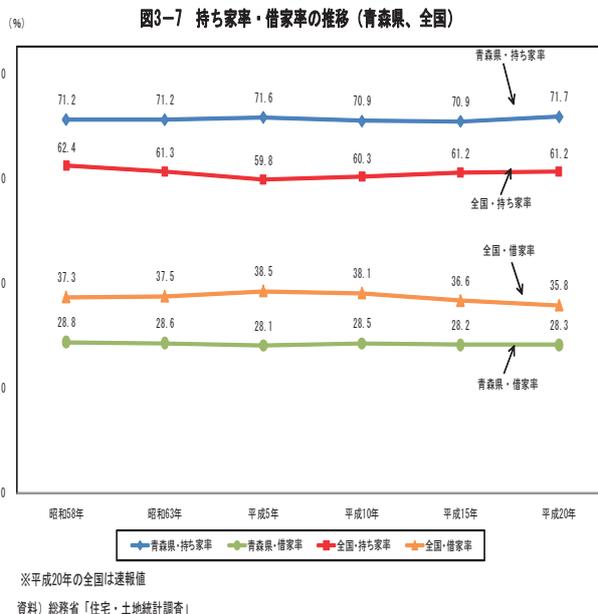
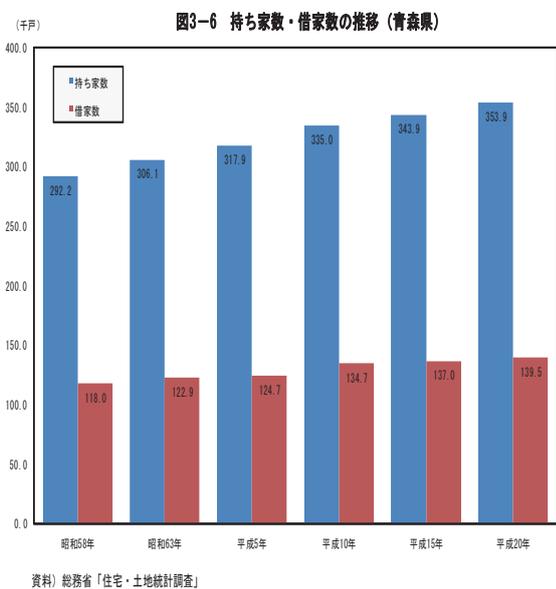


※平成20年の全国は速報値
 ※その他住宅数＝総住宅数－空き家数
 資料) 総務省「住宅・土地統計調査」

② 持ち家数・借家数・持ち家率・借家率の推移

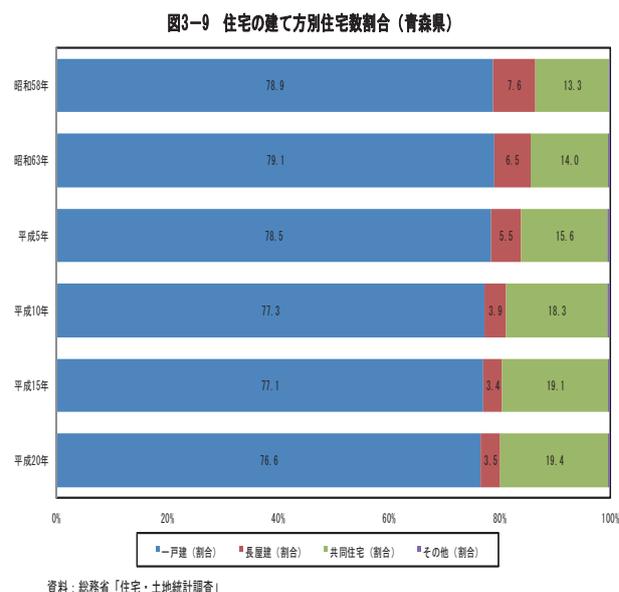
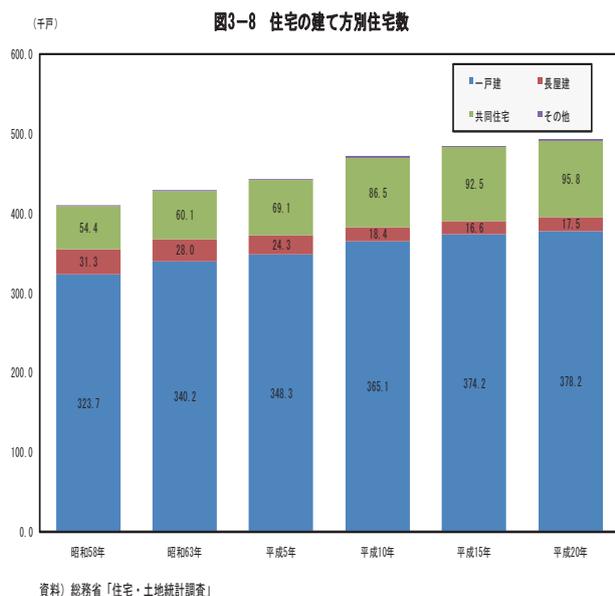
本県の平成20年の持ち家数は平成15年に比べ10千戸増の354千戸、借家数は平成15年に比べ3千戸増の140千戸となっています。(図3-6)

また、本県の持ち家率と借家率の推移をみると、どちらもほぼ横ばいに推移しており、持ち家率は全国よりも高くなっています。(図3-7)



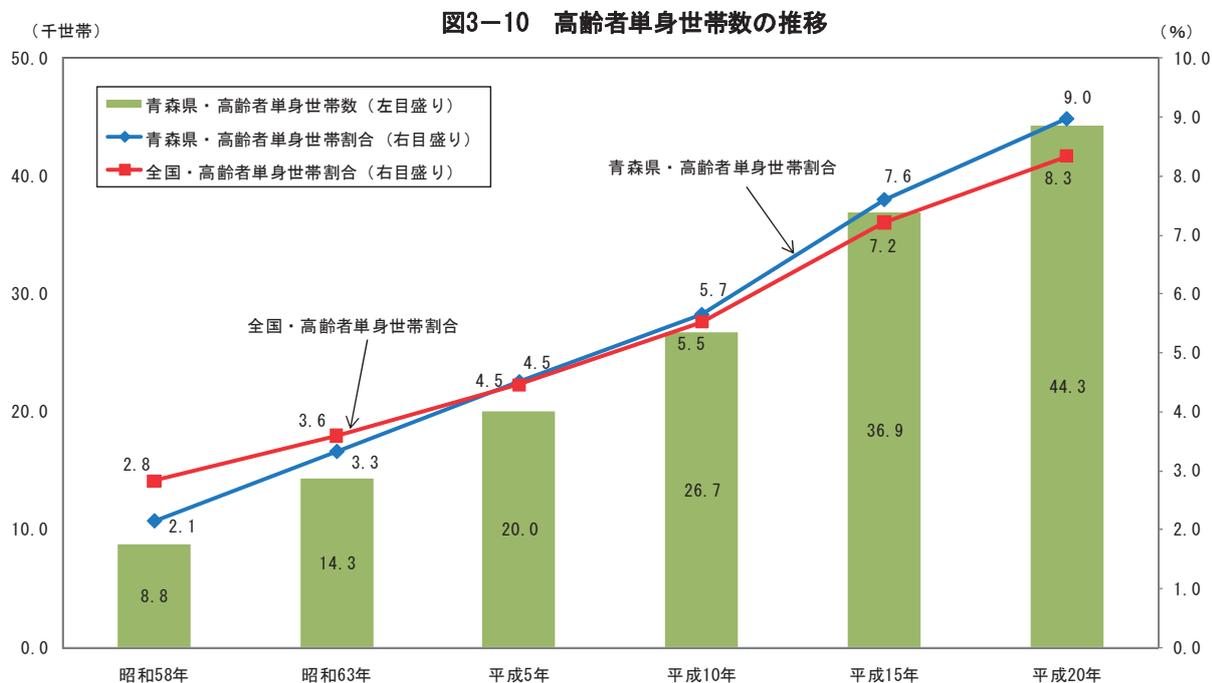
③ 住宅の建て方別住宅数の割合

本県の住宅数を建て方別にみると、一戸建が378千戸と最も多く、次いで共同住宅(96千戸)となっています。割合の推移をみると、一戸建・長屋建の割合が減少傾向であるのに対し、共同住宅の割合は増加しています。(図3-8、図3-9)



④ 高齢者単身世帯数の推移

続いて、本県の65歳以上の単身世帯総数をみてみると、平成20年は44千世帯と平成15年に比べ7千世帯増加しています。また、65歳以上の単身世帯割合も年々増加しており、平成5年以降は全国よりも割合が高くなっています。(図3-10)



※平成20年の全国は速報値

※高齢者単身世帯割合＝65歳以上の単身世帯数÷主世帯数総数

(主世帯：1住宅に1世帯が住んでいる場合はその世帯、1世帯に2世帯以上住んでいる場合は、そのうち主な世帯(家の持ち主や借り主の世帯など))

資料) 総務省「住宅・土地統計調査」

⑤ 住宅の建築時期別の割合 (平成20年)

最後に本県の平成20年時点での住宅の建築時期を住宅の所有関係別にみると、持ち家と民営の借家は平成3年から平成12年の時期に建てられたものが最も多くなっています。一方、公営の借家、給与住宅は、昭和46年から昭和55年の時期に建てられたものが最も多く、都市再生機構・公社の借家は昭和36年から45年の時期及び昭和56年から平成2年の時期に建てられたものが最も多くなっています。(表3-3)

表3-3 住宅の建築時期別の割合 (平成20年)

	持ち家	借家	借家			
			公営	都市再生機構・公社	民営	給与住宅
昭和25年以前	4.3%	0.9%	—	—	1.1%	1.0%
昭和26年～昭和35年	3.7%	1.7%	1.5%	—	1.9%	0.0%
昭和36年～昭和45年	9.6%	5.7%	6.6%	37.5%	5.2%	6.8%
昭和46年～昭和55年	21.9%	18.3%	34.3%	25.0%	13.8%	33.0%
昭和56年～平成2年	19.6%	19.4%	27.8%	37.5%	17.7%	19.4%
平成3年～平成12年	22.4%	23.7%	17.7%	—	25.1%	22.3%
平成13年～平成20年9月	14.0%	18.8%	11.6%	—	21.0%	12.6%
不詳	4.6%	11.5%	0.0%	—	14.4%	3.9%

資料) 総務省「住宅・土地統計調査」

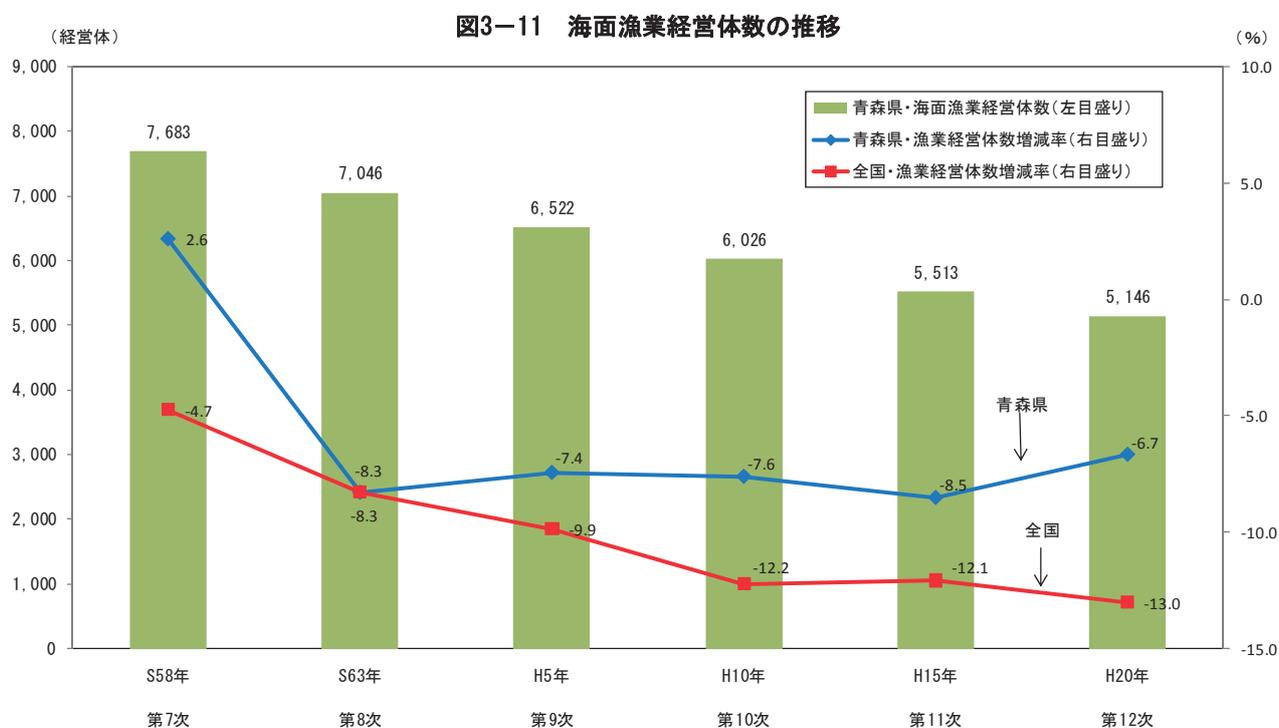
(2) 漁業センサス

漁業センサスは、我が国の漁業の生産構造、就業構造を明らかにするとともに、漁村、水産物流通・加工業等の漁業を取り巻く実態と変化を総合的に把握するために、5年ごとに水産業を営んでいる全ての世帯や法人を対象に行われる全国一斉の調査で、直近の調査は平成20年に行われました。

① 海面漁業経営体数の推移

青森県では海面漁業経営体数は減少傾向にあり、平成20年は5,146経営体で、平成15年に比べ6.7%減少しました。ただし、平成10年から平成15年にかけての減少率(8.5%減)に比べると、減少率は緩やかになりました。

一方、全国の海面漁業経営体の推移をみると、本県と同じく減少傾向にあります。さらに平成15年から平成20年にかけての減少率(13.0%減)は、平成10年から平成15年にかけての減少率(12.1%減)よりも増加しており、本県よりも減少率が大きくなっています。(図3-11)



資料) 農林水産省「漁業センサス」

② 経営組織別経営体数の推移

続いて、本県の海面漁業経営体数を経営組織別にみると、個人経営体は平成15年に比べ7.2%減の5,003経営体となりましたが、団体経営体は会社経営、共同経営などが増加したことにより、平成15年に比べ17.2%増の143経営体となりました。(表3-4)

表3-4 経営組織別経営体数の推移

(単位:経営体、%)

区 分		第7次	第8次	第9次	第10次	第11次	第12次
		S58年	S63年	H5年	H10年	H15年	H20年
実 数	個人経営	7,389	6,746	6,251	5,824	5,391	5,003
	団体経営	294	300	271	202	122	143
	会社	45	42	47	49	39	49
	漁業協同組合	6	8	9	12	12	15
	漁業生産組合	3	3	3	3	4	4
	共同経営	236	241	209	134	62	74
	その他	4	6	3	4	5	1
増 減 率	個人経営	—	▲ 8.7	▲ 7.3	▲ 6.8	▲ 7.4	▲ 7.2
	団体経営	—	2.0	▲ 9.7	▲ 25.5	▲ 39.6	17.2
	会社	—	▲ 6.7	11.9	4.3	▲ 20.4	25.6
	漁業協同組合	—	33.3	12.5	33.3	0.0	25.0
	漁業生産組合	—	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
	共同経営	—	2.1	▲ 13.3	▲ 35.9	▲ 53.7	19.4
	その他	—	50.0	▲ 50.0	33.3	25.0	▲ 80.0

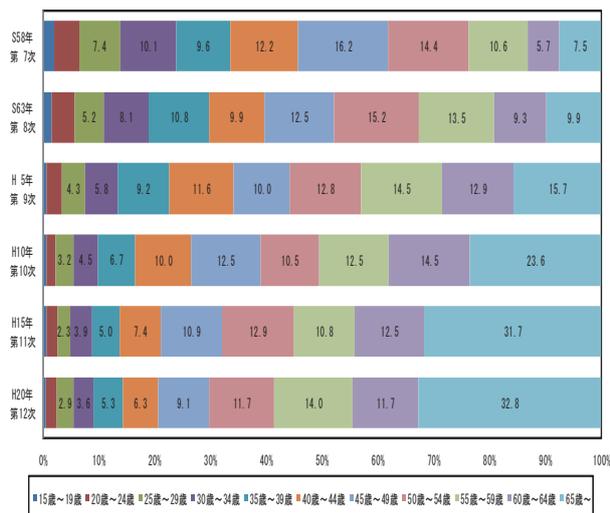
資料)農林水産省「漁業センサス」

③ 年齢別漁業就業者の割合の推移

最後に、漁業就業者数の割合を年齢別にみても、本県の場合、昭和58年では45歳～49歳の構成比が最も高くなっていましたが、平成5年には65歳以上の就業者の構成比が最も高くなり、以後、65歳以上の割合が年々増加しています。(図3-12)

一方、全国の場合、昭和58年では50歳～54歳の構成比が最も高くなっていましたが、平成5年以降は65歳以上の就業者の構成比が最も高くなっていきます。さらに65歳以上の割合は本県よりも高くなっており、漁業就業者の高齢化が進んでいます。(図3-13)

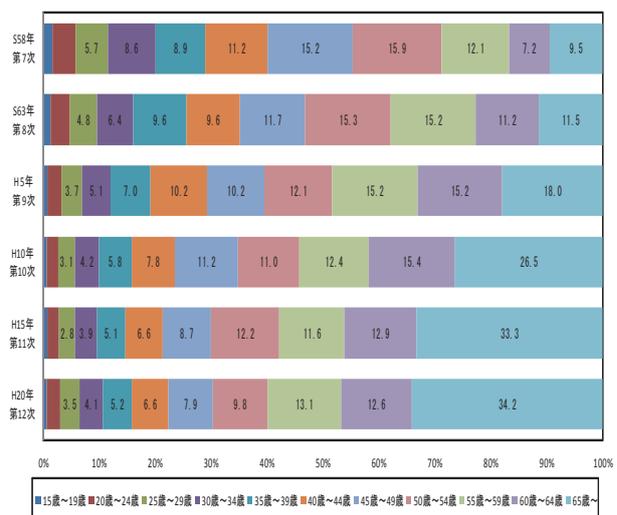
図3-12 年齢別漁業就業者割合(青森県)の推移



※H15年以前とH20年の漁業就業者数の概念は完全には一致しない。

資料)農林水産省「漁業センサス」

図3-13 年齢別漁業就業者割合(全国)の推移



※H15年以前とH20年の漁業就業者数の概念は完全には一致しない。

資料)農林水産省「漁業センサス」

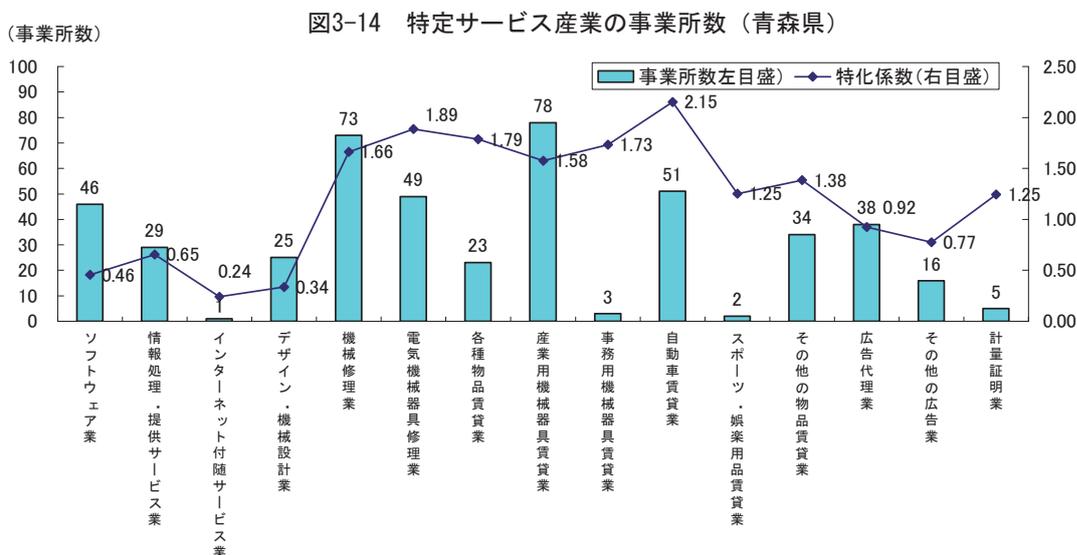
(3) 特定サービス産業実態調査

特定サービス産業実態調査は、サービス産業の活動の実態と事業経営の現状を明らかにし、サービス産業に関する施策の基礎資料を得ることを目的に、毎年実施している統計です。調査対象業種は随時見直しがなされ、平成18年は7業種、平成19年は11業種、平成20年は21業種と変わっています。

① 本県の特定サービス産業の現状

1) 特定サービス産業の事業所数

まず平成20年特定サービス産業実態調査のうち、都道府県別のデータが公表されている15業種についてみると、本県において事業所数が多い業種は、産業用機械器具賃貸業が78事業所、機械修理業が73事業所、自動車賃貸業が51事業所などとなっています。これを特化係数でみると自動車賃貸業、電気機械器具修理業、各種物品賃貸業、事務用機械器具賃貸業、機械修理業等の事業所数が全国に比べ多くなっています。(図3-14)



※特化係数は、(本県の対象サービス業の事業所数/本県の上記15業種のサービス業の事業所総数) / (全国の対象サービス業の事業所数/全国の上記15業種のサービス業の事業所総数)で算出している。

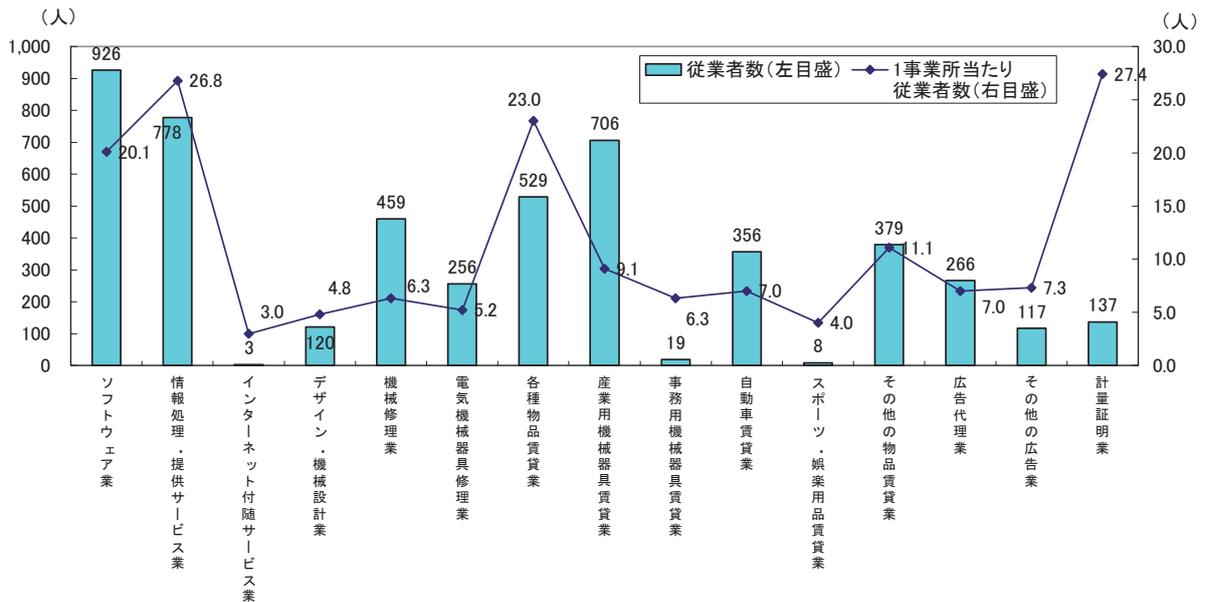
資料)経済産業省「特定サービス産業実態調査」

※調査対象業種のうち「映像情報制作・配給業」「音声情報制作業」「新聞業」「出版業」「映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業」「クレジットカード業、割賦金融業」については、都道府県単位のデータが公表されていない。

2) 特定サービス産業の従業者数

次にこれらの業種に携わる従業者数についてみると、従業者が多い業種はソフトウェア業が926人、情報処理・提供サービス業が778人、産業用機械器具賃貸業が706人などとなっています。これをさらに1事業所当たり従業者数が多い業種についてみると、計量証明業が27.4人、情報処理・提供サービス業が26.8人、各種物品賃貸業が23.0人などとなっています。(図3-15)

図3-15 特定サービス産業の従業者数（青森県）

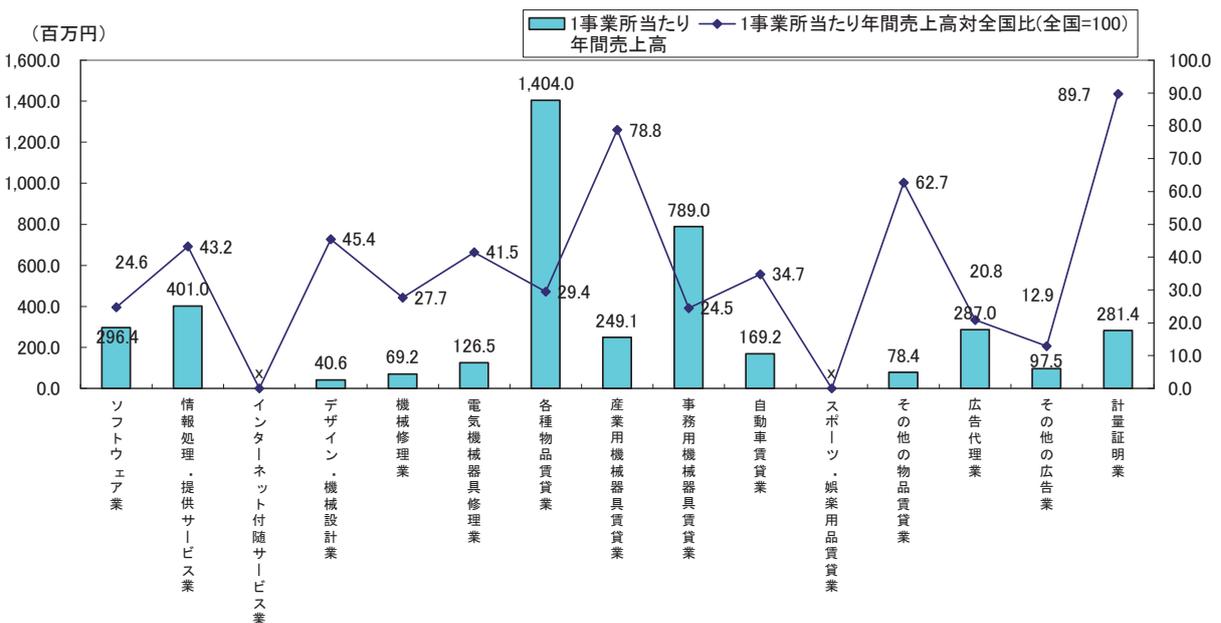


資料)経済産業省「特定サービス産業実態調査」
 ※調査対象業種のうち「映像情報制作・配給業」「音声情報制作業」「新聞業」「出版業」「映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業」「クレジットカード業・割賦金融業」については、都道府県単位のデータが公表されていない。

3) 特定サービス産業の1事業所当たり年間売上高

次に1事業所当たりの売上高をみると、上位は各種物品賃貸業、事務用機械器具賃貸業、情報処理・提供サービス業の順で売上高が多い状況となっていますが、対全国比でみると、計量証明業、産業用機械器具賃貸業、その他物品賃貸業を除くと50ポイント以下となっており零細な事業所が多いことがうかがわれます。(図3-16)

図3-16 特定サービス産業の1事業所当たり売上高（青森県）



資料)経済産業省「特定サービス産業実態調査」
 ※調査対象業種のうち「映像情報制作・配給業」「音声情報制作業」「新聞業」「出版業」「映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業」「クレジットカード業・割賦金融業」については、都道府県単位のデータが公表されていない。
 ※データが「x」となっているものは、事業所が1又は2のため秘匿データとしているものである。

② 情報サービス業の状況

1) 情報サービス業の売上高の推移

特定サービス産業のうち従業者数が多い情報サービス業（ソフトウェア業、情報処理・提供サービス業）についてみてみます。

情報サービス業の売上高の推移をみると、本県・東北は低下傾向にあるものの、平成20年の売上高は前年に比べ大きく伸びています。（表3-5）

表3-5 情報サービス業の売上高の推移

（単位：億円）

	平成12	13	14	15	16	17	18	19	20年
青森県	225	226	228	194	180	187	186	169	219
岩手県	327	280	300	270	247	267	285	228	204
宮城県	1,287	1,223	1,370	1,283	1,135	1,218	1,286	1,143	1,386
秋田県	248	235	233	201	176	217	186	175	164
山形県	100	110	109	101	105	113	125	117	122
福島県	278	280	285	262	257	274	306	268	272
東北	2,465	2,354	2,525	2,311	2,100	2,276	2,374	2,100	2,367
全国	107,228	137,039	139,731	141,706	145,271	145,560	145,344	144,975	154,761

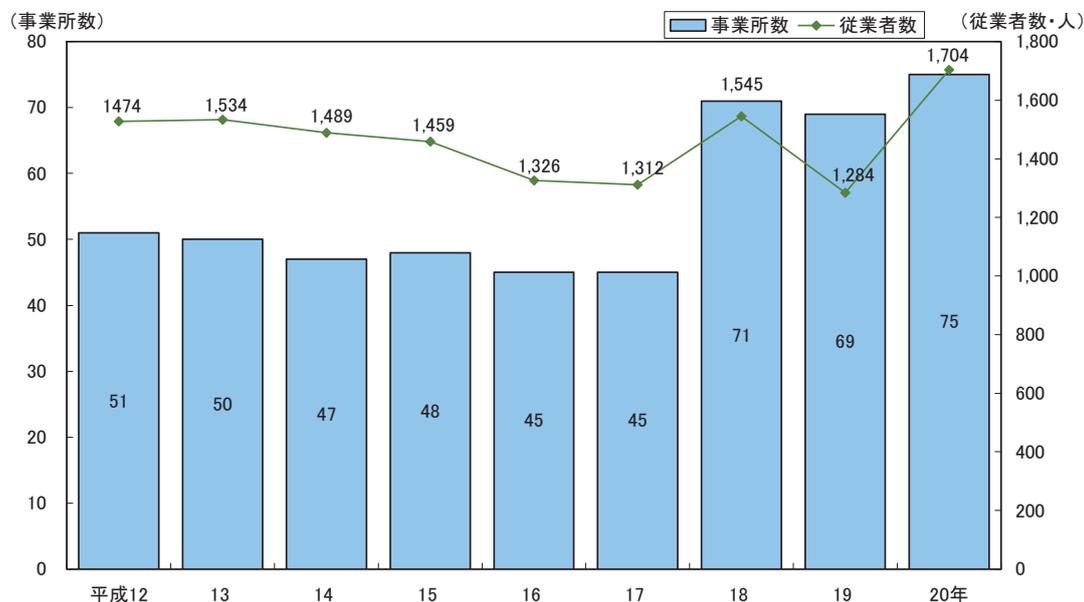
資料) 経済産業省「特定サービス産業実態調査報告書」

注) 平成18年調査からの調査対象名簿の変更により平成17年以前の調査結果とは不連続が生じている。

2) 情報サービス業の事業所数、従業者数の推移

次に、事業所数、従業者数についてみると平成20年は事業所数75、従業者数1,704人と前年に比べ6事業所、420人増加しています。（図3-17）

図3-17 情報サービス業の事業所数、従業者数の推移



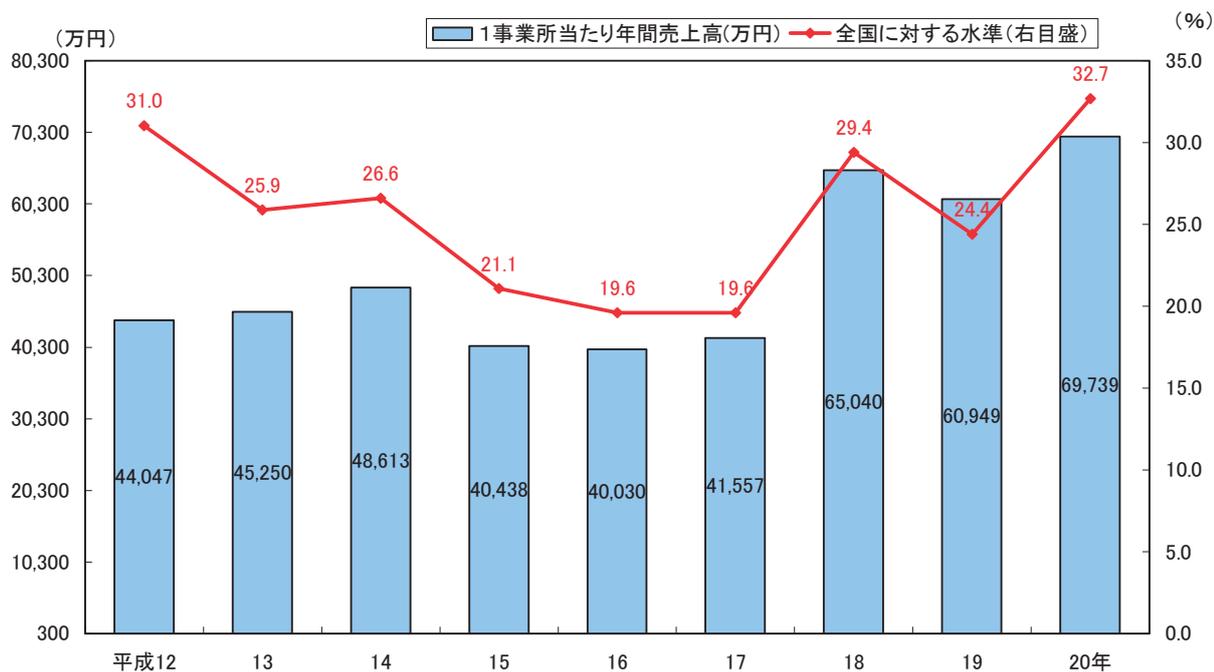
資料) 経済産業省「特定サービス産業実態調査報告書」

注) 平成18年調査からの調査対象名簿の変更により平成17年以前の調査結果とは不連続が生じている。

3) 情報サービス業の1事業所当たり年間売上高の推移

情報サービス業の1事業所当たり売上高は、平成20年は前年に比べ14.4%伸びており、全国に対する水準でも前年の24.4%から32.7%となっています。（図3-18）

図3-18 情報サービス業 1事業所当たり年間売上高の推移



資料) 経済産業省「特定サービス産業実態調査報告書」

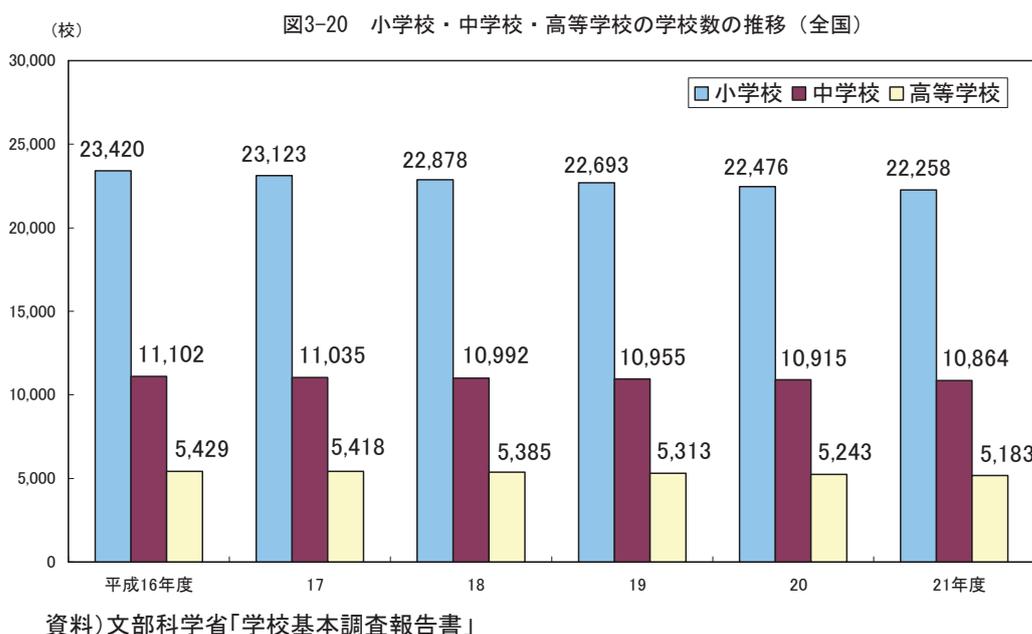
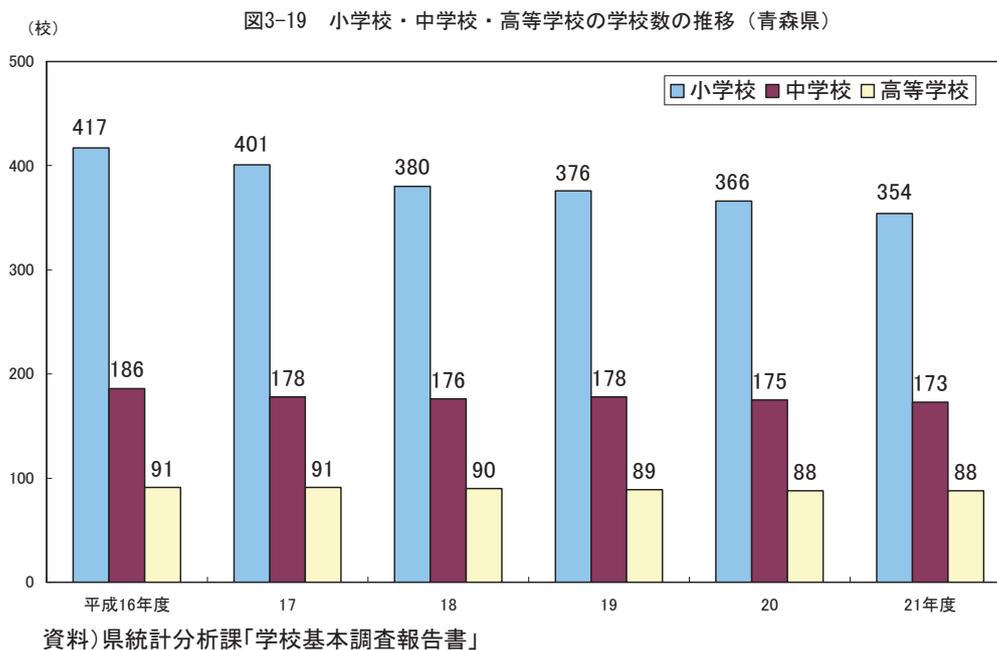
注) 平成18年調査からの調査対象名簿の変更により、平成17年以前の調査結果とは不連続が生じている。

(4) 学校基本調査

学校基本調査は、学校教育行政に必要な学校に関する基本的事項を明らかにすることを目的に、昭和23年度から毎年実施し、直近では平成21年5月1日現在で調査を実施しています。

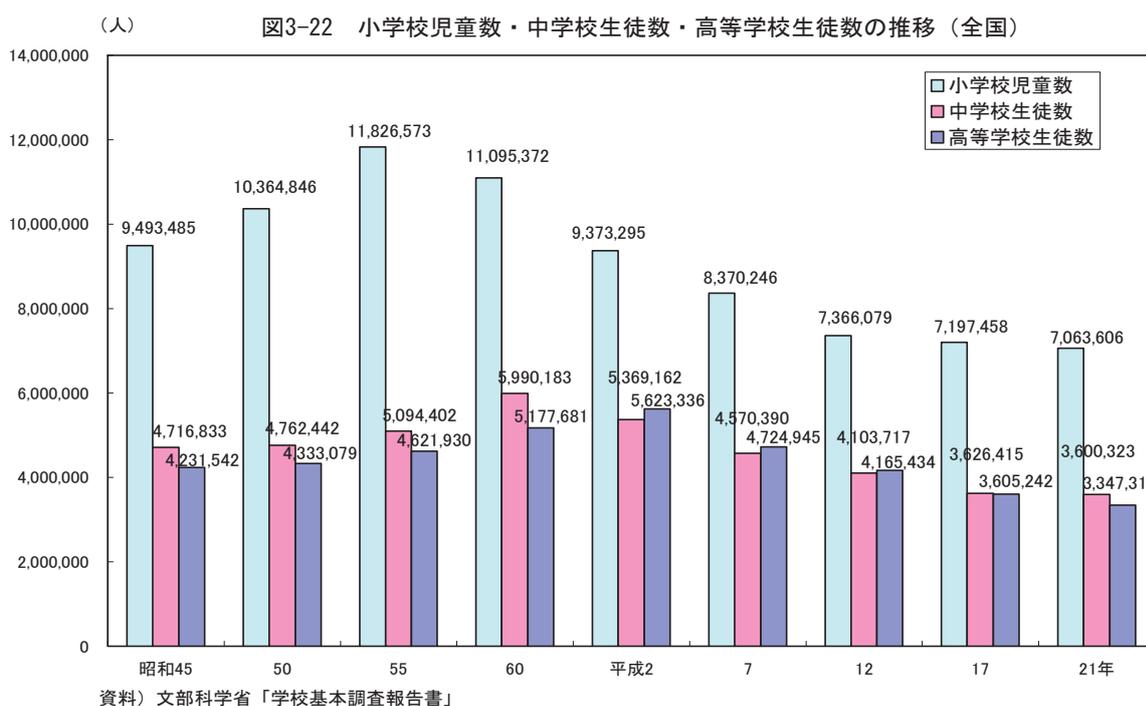
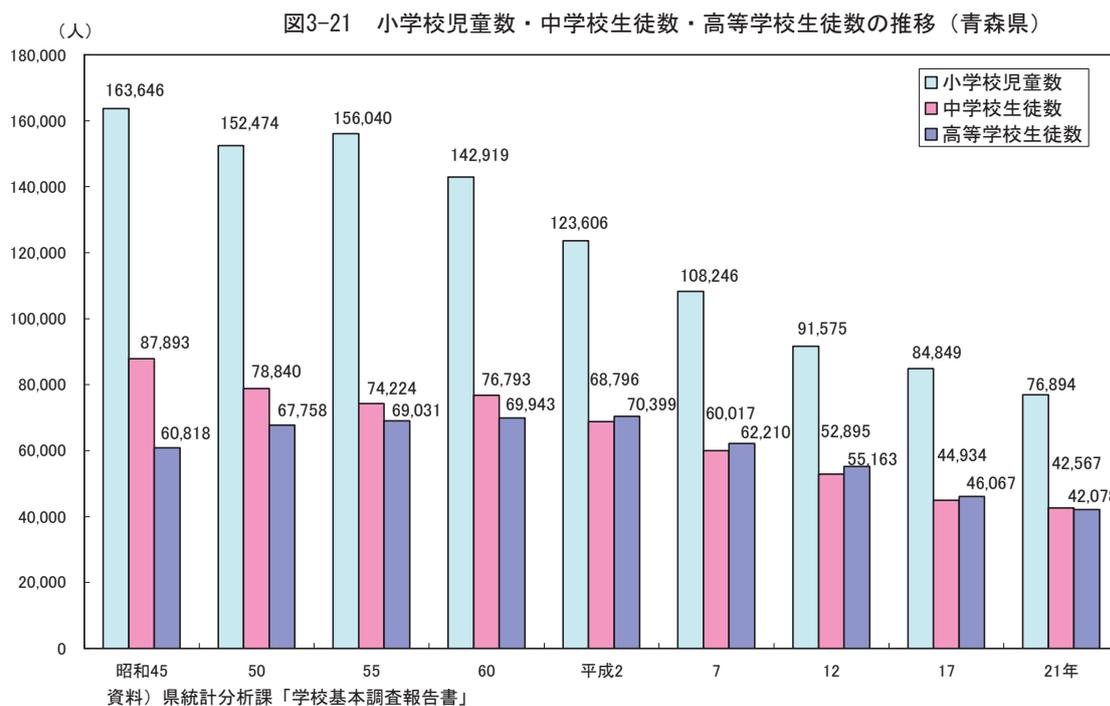
① 小学校、中学校、高等学校の学校数の推移

平成21年度の学校数をみてみると、本県では、この5年間で小学校は63校、15.1%減少し354校に、中学校は13校、7.0%減少し173校に、高等学校は3校、3.3%減少し88校となっています。これに対し全国では、小学校は5.0%の減少、中学校は2.1%の減少、高等学校は4.5%の減少となっており、本県の小学校及び中学校の減少幅が全国に比べ大きくなっています。（図3-19、図3-20）



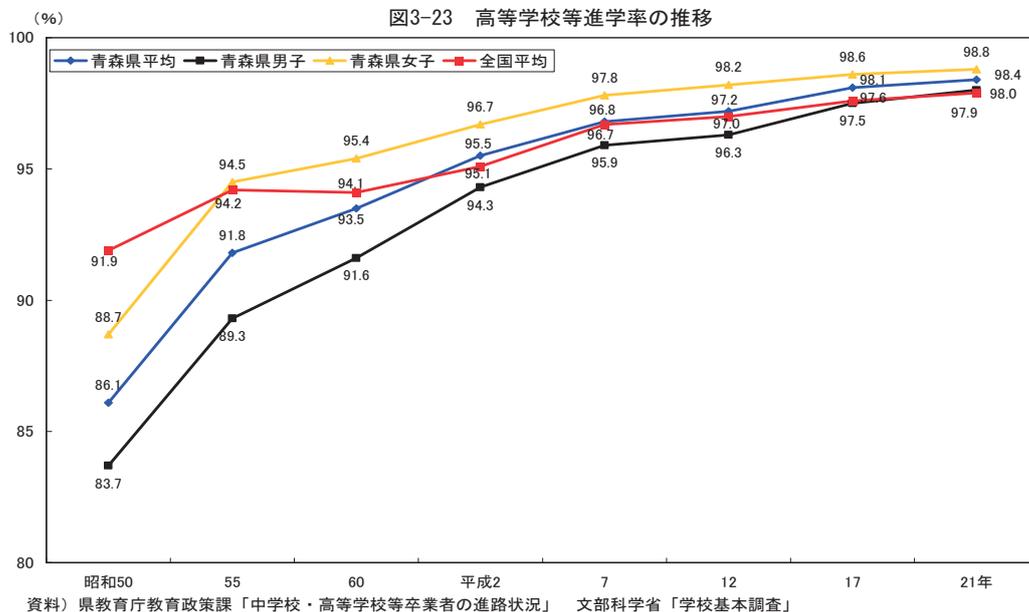
② 小学校児童数、中学校生徒数、高等学校生徒数の推移

次に児童、生徒数の推移をみてみると、本県では、小学校、中学校の児童・生徒はほぼ一貫して減少し、高等学校の生徒数も平成のはじめにピークを迎えその後減少に転じており、平成に入ってから約20年間で児童生徒数とも約60%まで減少しています。これに対し全国では、この約20年間で、小学校児童数では75.4%、中学校生徒数では67.1%、高等学校生徒数では59.5%まで減少しており、本県小中学校の児童生徒数の減少幅が全国に比べ大きくなっています。このことが、前述した本県の小中学校の減少幅が全国に比べ大きくなっていることに影響しているものと考えられます。(図3-21、図3-22)



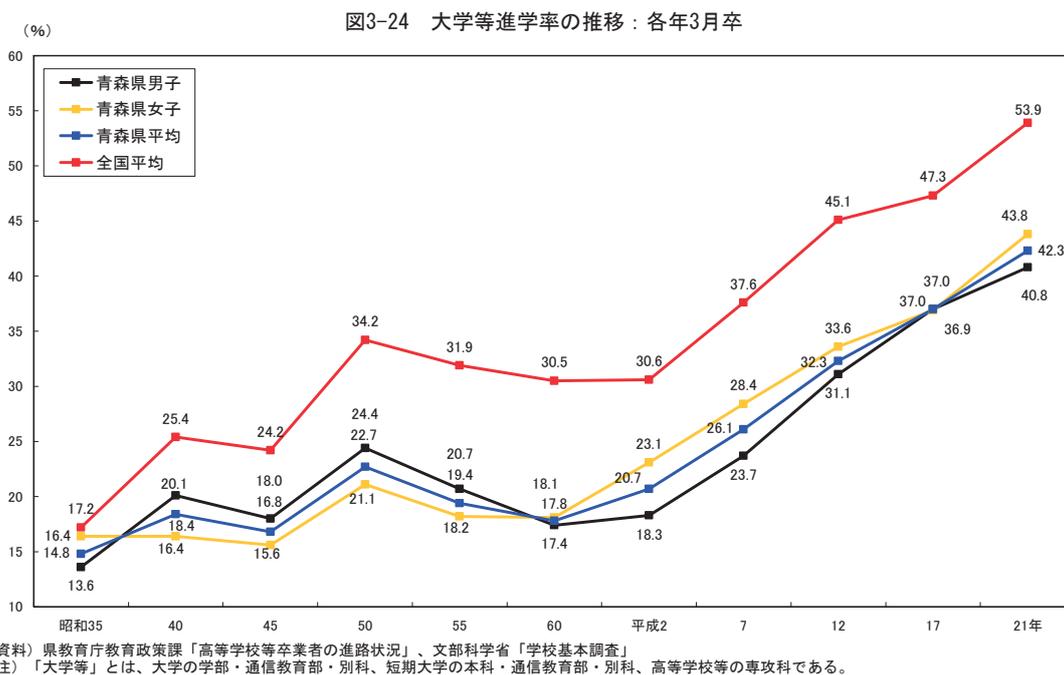
③ 高等学校等進学率の推移

平成21年3月の中学校卒業者の高等学校等進学率の推移をみると、青森県男子が98.0%、青森県女子が98.8%、青森県平均が98.4%とそれぞれ前年度より上昇し、青森県平均は平成2年以降全国平均を上回る水準となっています。(図3-23)



④ 大学等進学率の推移

平成21年3月の高等学校(全日制・定時制課程)卒業者の大学等進学率の推移をみると、青森県男子が40.8%、青森県女子が43.8%、青森県平均が42.3%となっています。青森県平均は、平成2年の20.7%から2倍以上の増加となっていますが、全国も同じように増加していることから依然として差があります。(図3-24)



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―室蘭、大畑―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） ・トヨタ自動車が07年上半年販売台数、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―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―福岡線、三沢―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^F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"> ・「アプレ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) ・農産物をめぐる米国とインド・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館航路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26兆9,000億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-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) ・厚生省が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) ・厚生省、「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)

＜コラム5 今回の「社会経済白書」の持つ意義＞

青森中央学院大学 経営法学部 教授 平出 道雄

2008年9月15日のアメリカ大手証券会社リーマン・ブラザーズの経営破綻は、当のアメリカのみならずEU諸国、日本、経済発展著しいBRICsなどを瞬く間に巻き込み、全世界に深刻な金融恐慌的危機を招いた。さらには、実体経済にも大きく波及し、100年来の世界恐慌とも言われる世界同時不況の様相を呈することになった。

当初は、青森県など地方経済には、さほど影響がないと見られていたものが地元二大地銀の大幅赤字決算という形で表明化したほか、県内3信用金庫の大合併にも拍車をかける結果となった。それだけではなく、本県に進出してきた精密機械、電気機器等の操業縮小、大幅人員整理が相次ぎ、はたまた、本県期待の大手電機機器メーカーの破綻という予想外の影響をももたらした。

かつて、世界金融・経済とは関係が薄い、日本経済ともタイムラグがあると言われた地方の青森県経済であったが、世界金融危機、世界同時不況の動向が瞬時に本県にも及ぶことを強烈に実感させられた。今回の「青森県社会経済白書」は、こうした歴史的な社会経済の激変している時代を各分野から率直に分析、検証した上で記述されており、意義のあるものとなっている。同時に、この白書は、今後の本県経済・金融政策、企業運営計画が世界、日本経済・金融状況を踏まえて展開されねばならないことを率直に方向付けているものである。したがって、今後の政策立案、経営方針等を立てる上で念頭に置いて進める教科書ともいえる存在である。

第一部の青森県経済の動向には、第1章でアメリカをはじめ先進諸国の経済成長率のドラスティックな落ち込み、失業率の急増などが、生々しい実態分析の基に紹介されている。また、日本も同時に著しく輸出が減少し、国内需要も落ち込み、その結果、経済成長率は大きくマイナスになった現状が見事に描かれている。

青森県の鉱工業生産が、これまでにない輸出主力分野である電子部品、電気機械、一般機械等の大幅減産によって大きくマイナスになったこと、これらを受けて企業設備の大幅落ち込み、求人、自動車販売等の激減等々の実態が赤裸々に記述されている。こうした厳しい状況の全体像が日本銀行調査の短観D・Iに正確に表わされている。例えば、全国同様に製造業を中心に大きく下降した実情が紹介されているし、同短観の青森県と全国比較によって、本県景気が同時にダウンしたことがD・Iの大幅マイナス推移に表現されている。

このほか、第一部で見逃すことが出来ないのは、全国都道府県の中で減少率が高い青森県の人口動態に関わる分析である。この人口減少にどのように対処するか、これが本県の今後の重要課題であるからである。また、人口減少抑止は、①基本的に産業振興と雇用機会増加、②大学強化による本県への留学生を含む学生の誘致、③魅力的セカンドハウス立地による首都圏からの熟年層・高齢者層の季節誘致などに取り組むことが必要になっている。さらに、資源は豊富でありながら取り組みが弱い本県観光分野にページが割かれていることも興味深い点であるが、この分析を生かし、実効ある観光産業強化も重要である。このように今回の白書は、今後の重要課題政策立案の示唆をも与えてくれていることに注目したい。

青森県地域経済研究会構成員名簿（平成22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	鶴海 誠一
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	小山内 豊彦

<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	熊野 雄介
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	小山内 豊彦

青森県社会経済白書（平成 21 年度版）

世界的な経済危機と本県経済

平成 22 年 3 月

編集 青森県企画政策部統計分析課



この本は、青森県庁Webページ<http://www.pref.aomori.lg.jp/kensei/tokei/shakai-keizaihakusho.html>から、全文をダウンロードすることができます。

この印刷は、800部印刷し、印刷経費は1部当たり861円です。