

はじめに

2008年6月19日食育の日。県は、「食料自給デモンストレーション」という一風変わったイベントを行いました。

食料自給率が100%を超え、しかも米、野菜、肉、魚、果物といった品目のバランスにも優れている青森県の農林水産業の実力を示すため、県産食材だけで作ったメニューの体験試食会を県庁で行う、というもので、青森県と東京都の2種類のメニューを用意し、知事、副知事に加え、報道関係者にも試食していただきました。

食材は、①県内自給率が100%以上の品目であること、②県内生産量が都道府県別生産量で10位以内の食材であること、という2つの条件を満たしたもののだけを使用しており、青森県のメニューは、「ご飯（おかわり可）」「大根と菜っ葉のみそ汁」「海峽サーモンの照り焼き」「きんぴらゴボウ」「深浦産もずく酢」でした。一方、食料自給率1%の東京都のメニューは、あさり2個、ほうれん草1ちぎり、米5粒、トマトと大根1片の入ったスープで、しかもこれは1食分ではなく1日分です。

このイベントは地元だけではなく、全国紙でも取り上げられ、本県の「食」の豊かさを改めて実感する機会となりました。

こうした本県の農林水産品を売り込むため、15年ほど前から県が進めてきたのが「攻めの農林水産業」です。販売を重視し、国内外への販売促進活動を展開してきた結果、農業産出額は4年連続で3000億円を超え、15年連続で東

北トップとなり、輸出額も着実に伸びてきています。今や国の施策でも「攻めの農林水産業」というフレーズが使われるようになっていきます。

今回の「よくわかる青森県」では、この「攻めの農林水産業」を特集の1つとして取り上げました。「食料自給デモンストレーション」で示した本県農林水産業の実力が徐々に国内外に広まってきた、その過程をご覧いただきたいと思えます。

また、もう一つの特集では、本県の大きな課題である若者・女性の県内定着・還流について、データで現状を整理し、令和2年度の主な取組を体系的にまとめるとともに、20代～50代の男女に青森を選んだ理由を聞いています。こちらもぜひご一読ください。

「この一冊があれば、今の青森県の姿を多面的に知ることができる万能ガイドブック」というのが、2008年3月の「よくわかる青森県」創刊時から続くコンセプトです。統計データのみならず、特集や執筆する職員の個性を生かしたコラムなども併せ、様々な角度から青森県の姿を感じていただければと思います。

資料の提供をはじめ、本書の刊行に御協力くださった全ての皆様に感謝を申し上げます。

2020年3月

青森県企画政策部長 橋本 恭男

目 次

□	青森県の姿	□	
□	特集① 攻めの農林水産業 ～これまで15年の歩みとこれから～	4	
I	青森県基本計画の推進	12	
II	基本情報		
1	人口・世帯	15	
2	財 政	18	
3	経 済	22	
	(1) 県民所得	22	
	(2) 家計・物価・賃金	27	
	(3) 金 融	32	
	(4) 景気動向	34	
III	4分野情報		
1	産業・雇用分野	39	
	(1) 農林水産業	39	
	(2) 観 光	55	
	(3) エネルギー	59	
	(4) 鉱 工 業	62	
	(5) 商業・貿易	68	
	(6) 建 設 業	74	
	(7) 労 働	76	
	(8) 交通・インフラ・情報通信	81	
2	安全・安心、健康分野	93	
	(1) 保健・医療	93	
	(2) 福 祉	105	
	(3) 消防・防災	113	
	(4) 生活環境、事件・事故	119	
3	環境分野	128	
	(1) 自然環境	128	
	(2) 低炭素・循環	134	
4	教育・人づくり分野	140	
	(1) 教 育	140	
	(2) 人づくり、移住・交流	151	
	(3) 文化・スポーツ	156	

Ⅳ	地域別情報	164
1	地域別の産業構造	165
2	産業別に見る地域の特長	166
3	地域の現状	170
4	地域のここが推し	182
<input type="checkbox"/>	特集② 「若者・女性から選ばれる青森県」をめざして	191
<input type="checkbox"/>	資料編	<input type="checkbox"/>
I	青森県長期計画の変遷と計画を取り巻く社会経済状況の変化	200
Ⅱ	個別計画	
	一覧表	205
Ⅲ	地域資源カレンダー	
1	食材カレンダー	232
2	催事カレンダー	236
Ⅳ	統計データ	
1	統計データ一覧	248
2	都道府県別主要統計	252
3	単位当たり統計指標による都道府県ランキング	254
4	地域県民局を単位とした市町村別指標	266
◇ コラム ◇		
	コラム① 青森を知ってみよ、故郷には添うてみよ	198
	コラム② 街の記憶、繋ぐヒトビト	278

※本文中の図表については、端数処理のため、合計と内訳が一致しない場合があります。

□ 青森県の姿 □

本項では、現在の青森県の姿を質的・量的側面から多角的に説明する。主に客観的データを基にして、青森県の姿を明らかにしていく。

- 特集① 攻めの農林水産業 ～これまで15年の歩みとこれから～
2019年度から第4期目の基本方針がスタートした「攻めの農林水産業」のこれまでとこれからを紹介する。
- I 青森県基本計画の推進
「青森県基本計画『選ばれる青森』への挑戦」に掲げる本県のめざす姿や5つの戦略プロジェクトによる取組の重点化など、計画の概要を紹介する。
- II 基本情報
人口・世帯、財政、経済など本県の基本情報を紹介する。
- III 4分野情報
「青森県基本計画『選ばれる青森』への挑戦」に掲げる4つの分野ごとに様々なデータを紹介する。
- IV 地域別情報
県内6地域の特長を代表的なデータを用いて紹介する。
- 特集② 「若者・女性から選ばれる青森県」をめざして
若者・女性の県内定着・還流を巡る現状や各種取組を紹介する。

攻め の 農 林 水 産 業

<特集①>

攻めの農林水産業 ～これまで15年の歩みとこれから～

2004年度から一貫して推進してきた「攻めの農林水産業」。

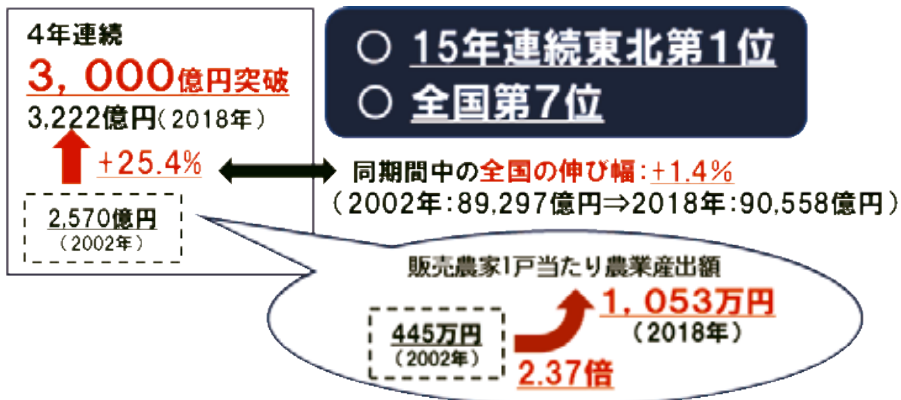
5年毎に基本方針を策定し、2019年度から第4期目の基本方針に基づく取組がスタートしました。

本特集では、特徴的な取組と、これからの「攻めの農林水産業」について紹介します。

1 本県の農林水産業の”実力”

(農林水産業に係る各種指標 (39～54 ページ) も参照のこと)

○ 農業産出額 生産量は全国でも有数



※産出額の多い農産品上位5品目



出典：農林水産省「平成30年農業産出額及び生産農業所得」

○ 食料自給率 米・肉・魚・野菜・果物などをバランス良く生産

	県別自給率		米	米を除いた自給率	大豆	野菜	果実	牛肉	豚肉	鶏肉	鶏卵	牛乳乳製品	魚介類
	生産額ベース	カロリーベース											
青森県	257	120	308	67	80	257	698	24	26	53	52	23	385
岩手県	184	103	332	39	74	94	76	39	32	136	42	79	156
宮城県	87	72	245	23	104	35	7	19	9	7	22	23	185
秋田県	133	192	791	23	178	86	59	10	26	1	22	13	11
山形県	168	139	550	23	104	111	181	19	13	5	6	28	12
福島県	89	75	290	14	16	78	75	15	6	3	21	18	41
東北	—	106	376	30	86	100	159	21	16	30	27	29	138
全国	68	38	98	16	27	76	35	11	7	9	13	27	59

出典：県農林水産部「『攻めの農林水産業』推進基本方針（2019～2023年度）」

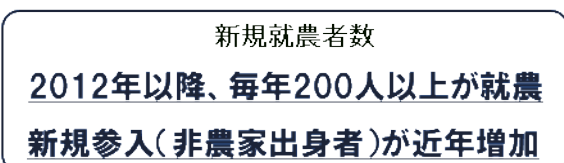
○ 販売力の強化 地道な取組により、取引額・輸出額が増加



出典：県農林水産部

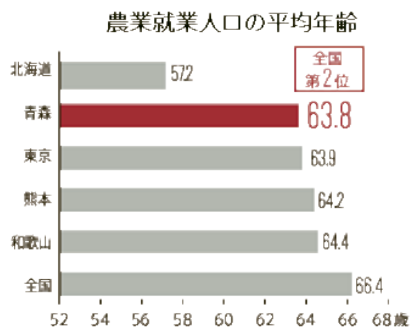
出典：ジェトロ青森「青森県の貿易」

○ 本県の基幹産業 新たな担い手も着実に増加

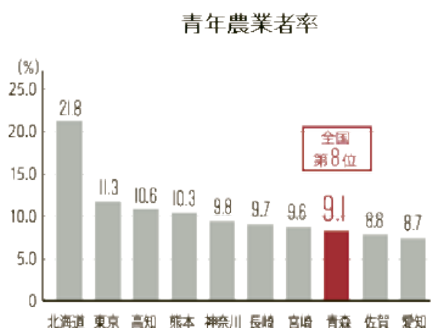


出典：総務省統計局「国勢調査」

出典：県農林水産部



資料：農林水産省「農林業センサス（2015年）」



青年農業者率：45歳未満の農業従事者の割合
資料：農林水産省「農林業センサス（2015年）」

2 「攻めの農林水産業」とは

「攻めの農林水産業」は、本県の得意分野である農林水産業の強みを最大限発揮するため、「作ってから売る」のではなく、「売れるものを作る」という消費者起点の発想を重視した振興策として、全国に先駆けて2004年度にスタートし、以降、地道な取組を進めてきました。

「攻めの農林水産業推進基本方針」(2019～2023年度)

農林水産業の持続的成長と共生社会の実現

基本理念

消費者起点

「作ってから売る」のではなく、
「売れるものを作る」

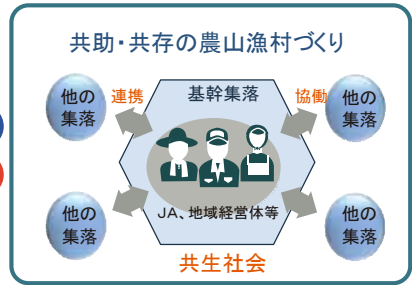
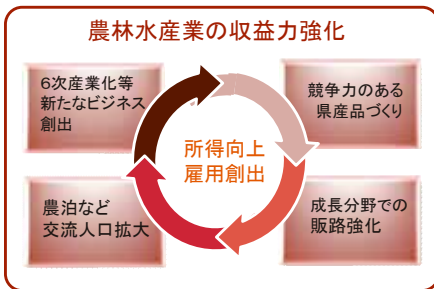
3つの基盤づくり



取り巻く環境の変化

- 人口減少・高齢化の進行
- 経済のグローバル化の進展
- 世界における食関連市場の拡大
- 消費構造やニーズの変化
- 高度情報化と技術革新の進展
- 農山漁村への新しいひとの流れ
- 様々な危機事象の発生
- SDGsの理念を踏まえた施策の展開

施策の展開方向



施策体系

○ 販売力強化

○ 環境・生産基盤保全

○ 人財育成

○ 生産力向上

○ 農山漁村振興

3 第1期（2004～2008年度）

○ 主なできごと

2004年 4月	「総合販売戦略課」創設
2004年 9月	「青森シャモロック」本格デビュー
2006年 10月	「まっしぐら」県内一斉デビュー
2007年 5月	賓陽塾（漁業後継者育成研修）開講
2008年 1月	台湾の中学校の修学旅行生を農家民宿で初受入
2009年 1月	中国（北京）で初の青森県フェア開催

○ 「日本一健康な土づくり運動」スタート（2007.5～）

安全・安心で良質な農作物を安定的に生産・供給できる体制を整備するため、県内すべての農業者が、農業生産の基本である「健康な土づくり」に取り組むことをめざす「日本一健康な土づくり運動」を展開し、2012年度からは、高度な土づくりの実践者を「あおもり土づくりの匠」として認定する制度を創設しました。

これまで、67名（2020年3月末時点）が認定されており、地域の生産者へ自身の土づくり技術を指導するほか、消費者等に対し土づくりの取組の情報発信などを行っています。



○ キャッチフレーズ・シンボルマーク・PRキャラクター登場（2006.2～）

県産品全体の認知度向上と総合的なイメージづくりを進めるために登場。普段の買い物の中で見ているお馴染みのフレーズ・マーク・キャラクターが登場してから、14年が経過しました。

ちなみに、決め手くんが踊り始めるのは、翌年（2007年）7月から。イメージソング「決め手くんが行く！」の発表と同時です。

決め手は、青森県産。

最近ではLINEスタンプにも!!



GO GO 決め手くん



GO GO 決め手くん2



4 第2期 (2009～2013年度)

○ 主なできごと

2009年～	東南アジア向けに県産米の本格輸出開始
2010年 4月	県産品海外PR用シンボルマークが香港・台湾で商標登録
2010年 11月	ベトナムで初めて市場調査・商談(りんご・水産関係)
2011年 1月	花きデルフィニウム県オリジナル新品種 「なつぞらスピーアー」配布開始
2012年～	「あおもりマルシェ」開始
2013年 2月	青森県グリーン・ツーリズム受入協議会設立

○ 農林水産業と地域環境「環境公共」(2008.2～)

「農林水産業を支えることは地域の環境を守ることにつながる」という観点から、農林水産業の生産基盤や農山漁村の生活環境などの整備を行う公共事業を「環境公共」と位置付けています。

右上の環境公共のロゴマークは、山吹色の丸で「輝く太陽」を表し、一筆書きで双葉が太陽の光を浴びて楽しげに、おおらかに伸びゆく様子を表しており、「環境公共」が未来へと続いていくことをアピールしています。



○ 全国各地で開催「青森県フェア」(2003～)

青森県産品を県内外で販売する「青森県フェア」。

「青森県フェア」は2003年から始まり、2019年度は、県内17か所、県外16か所の延べ33か所で開催。遠くは沖縄県まで出向いて販売し、県産品の認知度向上と大手量販店での定番商品化につなげています。

2020年度からは、新たに、店舗における販売だけではなく、インターネット上のEC店舗でも青森県フェアを開催し、県産品の販売をさらに強化します。



5 第3期 (2014～2018年度)

○ 主なできごと

2014年 11月	青系187号の名称を「青天の霹靂」に決定
2015年 9月～ 2016年 8月	国産りんごの輸出量が過去最高を記録 (36,304トン) (※りんごは、9月～翌年8月で数量を把握)
2019年 3月	酒米「吟烏帽子」を使用した日本酒販売開始
2019年	ホタテ漁獲金額5年連続で100億円突破 (2015～2019)
2019年 6月	おうとう「ジュノハート」県内デビュー

○ 本県初の特A米誕生！「青天の霹靂」

2015年に販売が開始された本県初の特A米、「青天の霹靂」。本格デビューした2016年産以降、一般財団法人日本穀物検定協会の食味ランキングにおいて、5年連続で特A評価を取得。

県職員で構成された「青天の霹靂PR隊」が全国各地で開催される「青森県フェア」等において「青天の霹靂」の美味しさを直接消費者に伝えています。



祝
特A



祝

「まっしぐら」も特A評価！（2019年産米の食味ランキング）

○ 全国の約9割をカバー＆アジア圏へつながる「A!Premium」(2015.7～)

A!Premiumとは、航空機を活用したスピード輸送と、鮮度・品質を保持するための保冷一貫輸送を両立した付加価値の高い新しい流通サービスです。

これにより、活ホタテや鮮魚を始めとした本県の新鮮な食材を、国内の約9割の地域に翌日午前中に配送できるようになりました。

また、香港、台湾、シンガポールを始めとしたアジア圏にも、高い鮮度を保ったまま最短翌日配送が可能となり、販路の拡大に寄与しています。

A!OMORI
プレミアム



6 第4期（2019年度～）とこれからの「攻めの農林水産業」の展開

本特集を締めくくるに当たり、これから活躍が期待される主な製品と、これからの「攻めの農林水産業」の展開を紹介します。

（1）販売力強化・生産力向上

○ おうとう「ジュノハート」全国デビュー

昨年（2019年）に県内デビューを果たし、いよいよ今年（2020年）、全国デビューを迎えます。

国産品種の中でも最大級で、果実がハート形をしているのが特徴です。3Lサイズを「ジュノハート」、4Lサイズ以上を「青森ハートビート」という名称でブランド化しています。



○ 青い森^{くれない}紅サーモン

県産ニンクと県産リンゴを含み、脂肪分を低く抑えた専用の餌を与えて、県内の清浄な河川水や湧水で養殖された大型のニジマスであり、旨味が強く、程よい脂乗りが特徴です。

また、鮮魚で通年出荷が可能であり、新たな県産ブランド品の一つとして期待されています。



○ アラゲキクラゲ

キクラゲの国内消費量は近年増加傾向にありますが、9割以上を輸入品が占めており、国産品は希少となっています。

県林業研究所が開発したアラゲキクラゲの新品種は、低温下での成長が早く本県の気候に適しており、一般的に流通しているアラゲキクラゲに比べて明るく鮮やかな色味と、肉厚でこりこりとした歯ごたえが特徴です。



○ 時短・簡便食品分野の強化

近年のライフスタイルの変化により、家庭用や飲食店・スーパーマーケット等の業務用において、短時間に調理可能な食品の需要が増加しています。

これからも市場の拡大が期待されるこの分野において、本県の強みを生かした加工食品の開発や、県内外の商談会における販路開拓に取り組みます。



(2) 環境・生産基盤保全

安全・安心な農林水産物を持続的に生産していくためには、水資源の確保が重要です。

このため、山・川・海をつなぐ水の流れを一体的に捉え、環境を保全する仕組みづくりに取り組みます。



(3) 農山漁村振興

農山漁村地域では、人口減少・高齢化により、地域の維持存続さえ危ぶまれています。

このため、都市との交流や、多様な分野との連携により、農山漁村地域の活性化に取り組みます。



(4) 人財育成

若手農業トップランナー塾の開講により、6次産業化への取組や経営の法人化、輸出などに果敢に挑戦する意欲的な農林水産業の人財が育成されています。

地域をけん引するリーダーや、経済のグローバル化に対応できる担い手など、多様な人財を育成します。



コラム：和牛界最大のイベント「和牛のオリンピック」にける思い！

「全国和牛能力共進会」。5年に一度開催されるこの大会では、全国各地から優秀な和牛約460頭が一同に集まり、体型や肉質の良さを競い合います。

この大会での成績が、各県の和牛の評価に直結しているといっても過言ではなく、県全体の和牛振興、そして生産者にとって、まさに「オリンピック」！

次回大会は、2022年10月6～10日、鹿児島県霧島市を中心として開催されますが、あおり和牛を最高の状態で大会に出場させるべく、戦いはすでに始まっています。

【これまでの主な取組】

- ・2018年：ロードマップ・アクションプランの作成
- ・2019年：調教や毛刈り等の出品技術向上
肥育部門の交配開始
- ・2020年：繁殖部門の交配開始
「脂肪の質」を高める肥育試験
長距離輸送対策
(輸送ルート選定・体調管理)



I 青森県基本計画の推進

青森県基本計画「選ばれる青森」への挑戦 ～支え合い、共に生きる～

県行政全般に係る政策・施策の基本的な方向性を総合的・体系的に示す「青森県基本計画『選ばれる青森』への挑戦」の概要を紹介する。

(1) 「青森県基本計画『選ばれる青森』への挑戦」とは

- ・ 県行政全般に係る政策及び施策の基本的な方向性について総合的かつ体系的に示した県行政運営の基本方針
- ・ 計画期間は5年間（2019～2023年度）
- ・ 最重要課題は「人口減少克服」

<選ばれる青森>

- ・ 若者や女性の皆さんから、学ぶ場所・働く場所・生きる場所として「選ばれる青森」
- ・ 農林水産品や観光、北海道・北東北の縄文遺跡群など、様々な分野での青森県の価値が国内外から「選ばれる青森」をめざす、という2つの意味がある。

<支え合い、共に生きる>

- ・ 2025年の超高齢化時代の到来を見据え、地域におけるつながりや助け合いを大切にしていこう、という意味がある。

<ロゴマークのコンセプト>

- ・ AomoriのAをモチーフに、これらが中心に向かって集まる様子をデザインし、青森県に人やモノが集まり、「選ばれる青森」を実現していくというメッセージと、県民が持てる力を結集し、支え合うイメージを表現。



青森県基本計画
「選ばれる青森」
への挑戦
支え合い、共に生きる

(2) 2030年の青森県のめざす姿

- ・ 2030年のめざす姿として「生活創造社会」を掲げ、その実現をめざす。

「生業」と「生活」が好循環する地域へ
～世界が認める「青森ブランド」の確立～

- ・ めざす姿（青森ブランド）の具体像

様々な分野の「生業」と「生活」が生み出す価値が一体となって世界から評価され、県民自身もその価値を誇りに思い、存分に享受している状態

「青森ブランド」の具体像

「買ってよし、訪れてよし、住んでよし」の青森県



(3) 今後の大きな課題

若者・女性の県外流出

- ・進学や就職を契機とした若者の県外流出が人口減少の大きな要因となっている。
- ・引き続き、多様で魅力あるしごとづくりを進めることが重要である。

人手不足の顕在化と労働生産性の向上

- ・多くの産業分野で慢性的な人手不足が顕在化している。
- ・労働力の適正配分と、一人当たりの労働生産性を高めていくことが重要である。

2025年超高齢化時代への対応

- ・2025年には団塊の世代が全て後期高齢者となり、これまで経験したことのない超高齢化時代を迎える。保健・医療・福祉体制の一層の充実が大きな課題である。

平均寿命・健康寿命の延伸

- ・本県の平均寿命は着実に延伸しているが、依然として全国最下位。
- ・平均寿命とともに、健康寿命を延伸していくことも重要である。

(4) 今後重視していく取組の方向性

① 経済を回す

人口減少社会にあっても持続可能な地域づくりを着実に進めるため、地域において魅力ある「しごと」をつくり、多様な雇用を生み出し、そこで生まれた収入を地域経済の中でしっかりと回していく「経済を回す」仕組みづくりを進める。



② 世界へ打って出る～Local to World～

グローバル化の進展やアジア諸国の経済成長を見据え、これまで以上に世界を視野に入れ、「攻めの姿勢」で取り組む。

③ 労働力不足への対応

若者の県内定着、人材還流を促進し、多様な働き方ができる環境づくりを進めるとともに、AIやIoT活用等による生産性向上に取り組む。

④ 「青森県型地域共生社会」の実現

県民の誰もが、地域で安心して老後を迎えることができる「青森県型地域共生社会」の実現をめざす。

⑤ 県民の健康づくり

平均寿命、健康寿命の延伸に向け、県民の健康づくりに対する意識向上を図るとともに、ライフスタイルに応じた生活習慣の改善、健診等受診率向上などに取り組む。

⑥ ふるさとあおもりへの自信と誇り

県民誰もが本県への誇りを持ち、県外・海外に向けて自信を持って発信しているよう、県民の意識醸成に取り組む。

(5) めざす姿の実現に向けて

めざす姿の実現に向かって、それぞれの視点から取り組んでいく。

< 全県計画 4 分野 >

4つの分野を設定し、全県的な視点で取組を展開していく。



< 戦略プロジェクト >

5つの戦略プロジェクトを設定し、分野横断で重点的に取り組んでいく。

- 1 「選ばれる青森」食と観光成長プロジェクト**
 - 食の商品力を極める
 - 食の販売力を極める
 - 立体観光の推進
 - 観光消費の拡大
- 2 多様なしごと創出プロジェクト**
 - 魅力ある雇用の創出
 - 多様な労働力確保
 - 生産性向上・働き方改革
- 3 「住みたいあもり」若者・女性プロジェクト**
 - 高校生・大学生の県内定着促進
 - 女性の県内定着促進 ●移住・Uターン促進
 - 魅力ある生活環境づくり
 - 結婚・妊娠・出産・子育てしやすい環境づくり
- 4 未来へつなぐ「地域のゆりかご」プロジェクト**
 - 持続可能な地域づくり
 - 保健・医療・福祉体制の充実
 - 交通ネットワーク形成・買物支援の推進
 - 多様な主体・人材の参画・協働
- 5 健康ライフ実現プロジェクト**
 - 県民の健やか力向上
 - 「食」と「運動」で健康
 - こころの健康

< 地域別計画 >

6つの地域県民局の圏域ごとに、各地が置かれている状況や、地域の特性を踏まえた取組を進めていく。



< SDGs の理念を踏まえた施策展開 >

SDGs の理念を踏まえながら計画の推進を図る。



Ⅱ 基本情報

1 人口・世帯

	青森県		全 国	
人口総数	130万	8,265人	1億2,709万	4,745人
世帯総数	51万	945世帯	5,344万	8,685世帯
1世帯当たり人員	2.48	人	2.33	人
人口性比 (女性100人に対する男性の数)	88.6	人	94.8	人
人口密度	135.6	人/km ²	340.8	人/km ²

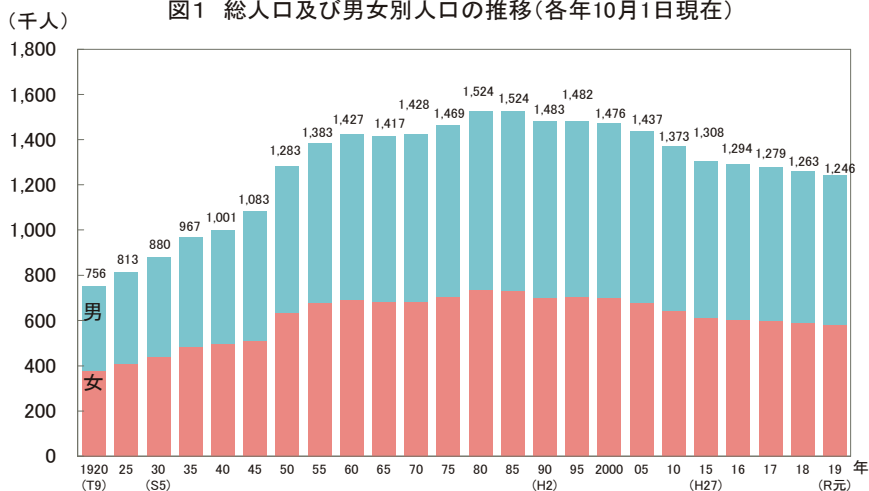
資料：総務省統計局「国勢調査」(2015年10月1日現在)
国土地理院「全国都道府県市区町村別面積調」

① 総人口及び男女別人口の推移

1920年から5年ごとに実施されてきた国勢調査によると、本県の総人口は、1985年の152万4,448人をピークに減少に転じている。2015年10月1日現在の人口は130万8,265人と2010年から6万5,074人の減少となり、減少数は過去最大となっている。

男女別に見ると、男性は1980年の73万5,444人をピークに、女性は1985年の79万3,009人をピークに、以降、男女とも減少が続いている。(図1)

図1 総人口及び男女別人口の推移(各年10月1日現在)



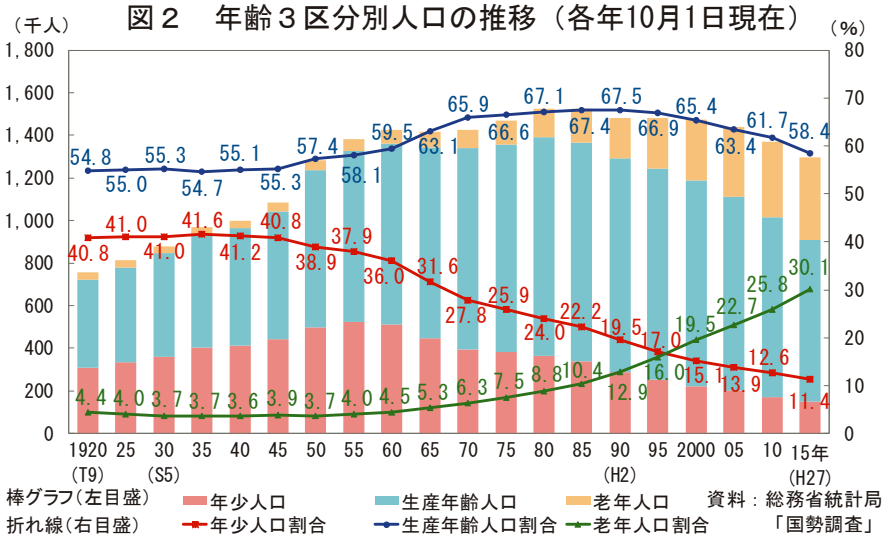
資料：総務省統計局「国勢調査」、県企画政策部「青森県人口移動統計調査」

※2019年の数値は推計によるもの。

② 年齢3区分別人口の推移

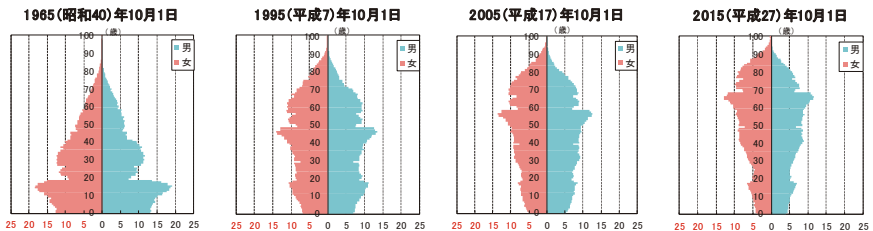
2015年10月1日現在の本県の人口を年齢3区分別に見ると、14歳以下（年少人口）は14万8,208人（総人口の11.4%）、15～64歳（生産年齢人口）は75万7,867人（同58.4%）、65歳以上（老年人口）は39万940人（同30.1%）となっている。

年齢3区分別の人口は、近年、老年人口が急激に増加する一方で、年少人口が減少しており、2000年調査からは老年人口が年少人口を上回っている。また、生産年齢人口も1890年調査以降減少が続いている。（図2）



③ 人口ピラミッドの変遷

図3 人口ピラミッドの変遷



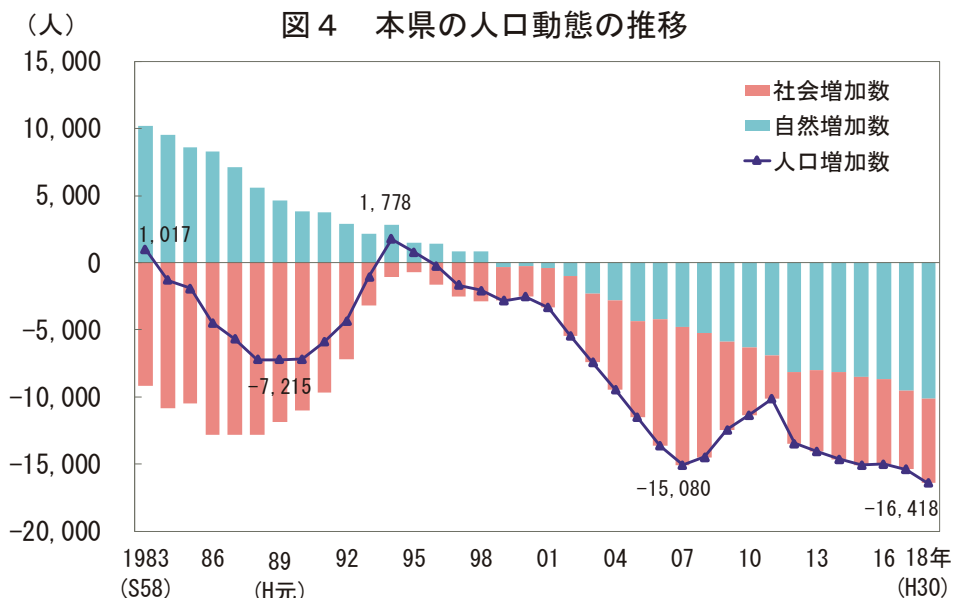
資料：総務省統計局「国勢調査」

④ 人口動態（自然動態、社会動態）の推移

本県の自然動態（出生数-死亡数）については、1998年までは出生数が死亡数を上回って推移（自然増）していたが、1999年には出生数と死亡数が逆転した（自然減）。以降、減少幅は拡大傾向にあり、2018年の自然動態はマイナス10,133人と過去最大となった。

社会動態（転入数-転出数）については、リーマンショックの2008年から2011年まで転出超過数は減少傾向にあったが、2012年以降は、2016年と2017年にわずかに前年比で減少であったものの、2018年にマイナス6,285人と緩やかな増加傾向にある。

人口動態（自然動態+社会動態）を見ると、1996年以降マイナスとなり、その減少幅が拡大傾向にある。2008～2011年まで社会動態のマイナス幅の縮小に伴い、人口動態のマイナス幅も縮小したが、その後、自然動態、社会動態ともにマイナス幅が拡大傾向にあり、2018年はマイナス16,418人と過去最大となった。（図4）



2 財 政

県当初予算（令和2年度・一般会計） 6,816億円

前年度対比

2.5%増

資料：県総務部

① 令和2年度県予算

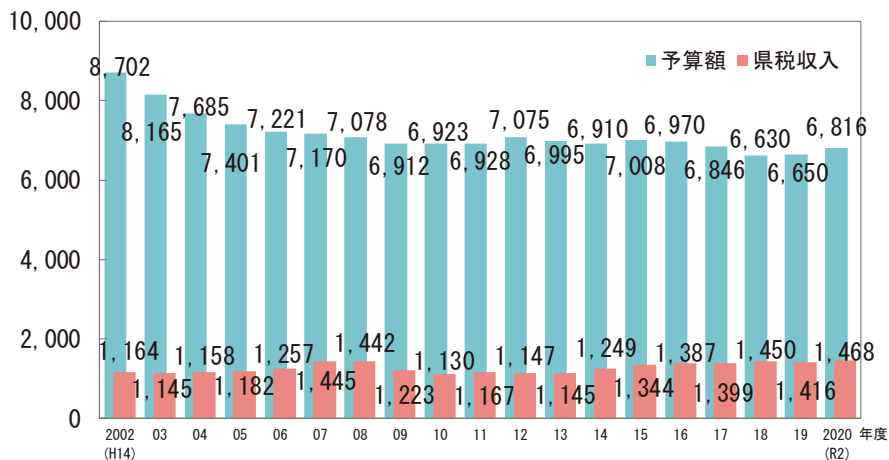
ア 概要

令和2年度当初予算の編成に当たっては、「青森県基本計画『選ばれる青森』への挑戦」を踏まえ、人口減少克服を本県の最重要課題と位置付け、若者・女性の県内定着・還流の促進や、結婚・出産・子育てしやすい環境づくりを強力に進めることとし、多様なしごとづくりや、各産業の競争力強化、労働力確保への対応など、「経済を回す」仕組みづくりに重点的に取り組むほか、2025年以降を見据えた「青森県型地域共生社会」の実現、県民の健康づくりなど、各種施策に総力を挙げて取り組むこととした。

この結果、規模としては、6,816億円、令和元年度当初予算対比166億円、2.5パーセントの増となり、2年連続のプラス予算となった。（図1）

（億円）

図1 一般会計当初予算額の推移

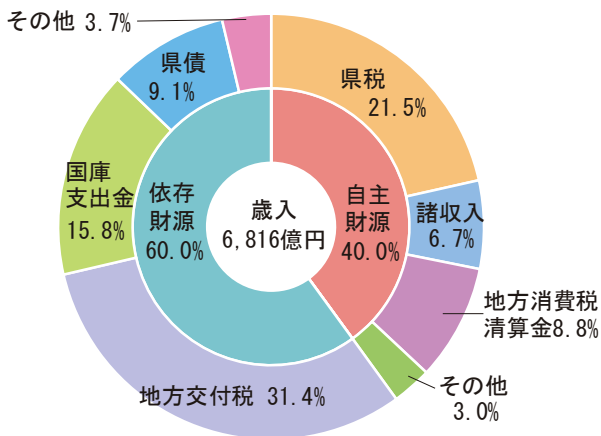


資料：県総務部

イ 歳入

歳入の内訳を見ると、地方交付税、国庫支出金や県債などの依存財源が60.0%と大きな割合を占めている。県税や諸収入などの自主財源は40.0%となっており、2019年度（39.0%）と比較すると、1.0ポイント増加している。（図2）

図2 歳入の構成比

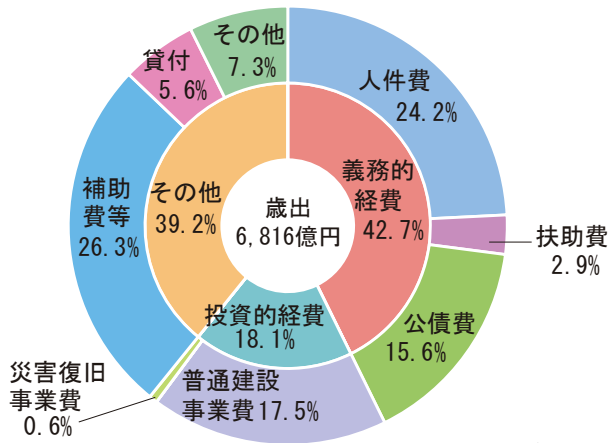


資料：県総務部

ウ 歳出

歳出の内訳を見ると、職員の人件費や県債償還のための公債費などの義務的経費は42.7%となっており、2019年度（43.7%）と比較して1.0ポイント減少している。（図3）

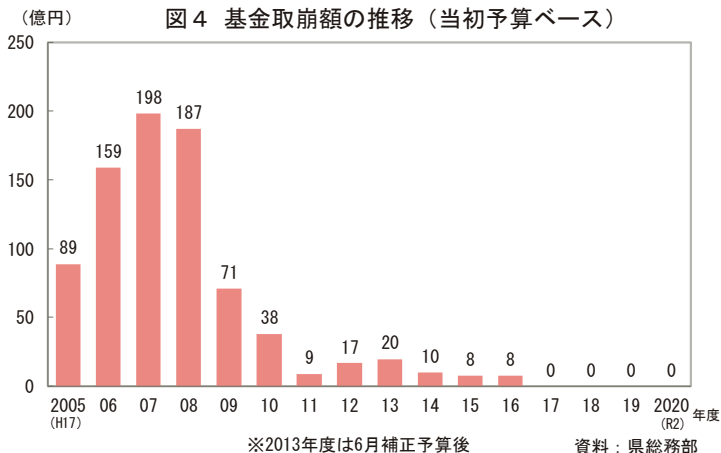
図3 歳出の構成比



資料：県総務部

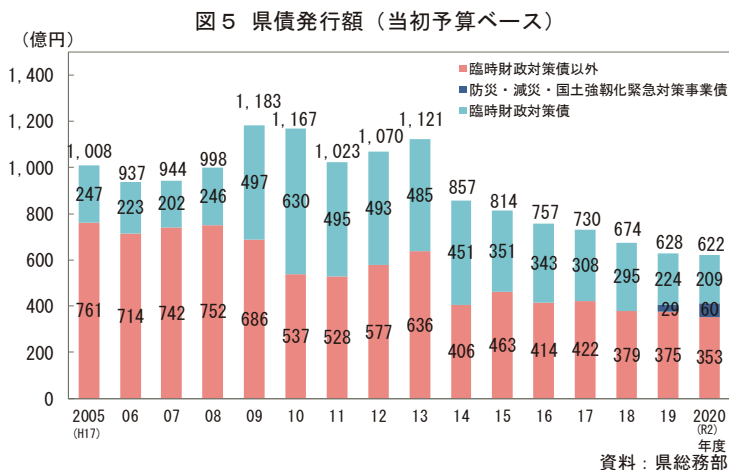
エ 財源不足額（基金取崩額）

これまでの財政健全化努力により、基金取崩額は4年連続でゼロとなり、収支均衡を維持した。（図4）



オ 県債発行総額

国の「防災・減災、国土強靱化のための3か年緊急対策」に基づく国直轄・補助事業に対応するための県債（防災・減災・国土強靱化緊急対策事業債）が2019年度を上回ったが、臨時財政対策債*及び臨時財政対策債以外の県債がそれぞれ減額となり、県債発行総額は2019年度を6億円下回った。（図5）

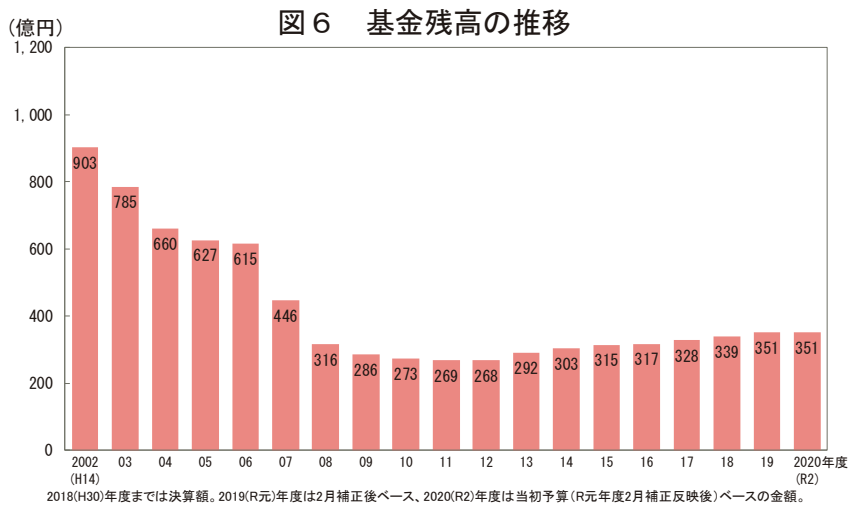


*臨時財政対策債：地方一般財源の不足に対処するため、地方財政法第5条の特例（投資的経費以外の経費にも充てることができる）として発行される地方債。臨時財政対策債の元利償還金相当額については、その全額が後年度に地方交付税の基準財政需要額に算入される。

② 県財政の状況

ア 基金残高の推移

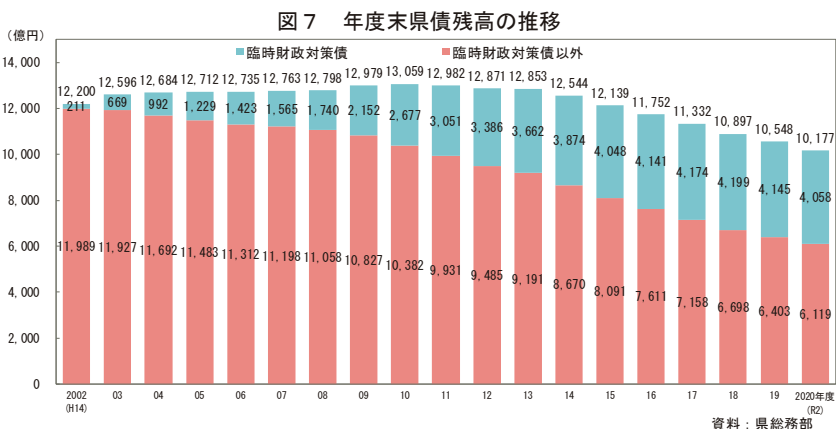
行財政改革の取組等を着実に進め、基金取崩額の圧縮に努めてきた結果、基金残高の減少に歯止めがかかっている。(図6)



資料：県総務部

イ 県債残高の推移

将来世代の負担軽減に向けて、県債発行総額の抑制等に努めてきた結果、県債残高は2011年度から減少傾向となっている。(図7)



2018(平成30)年度までは決算額。2019(令和元)年度は2月補正後ベース、

2020年度は当初予算(令和元年度2月補正反映後)ベースの金額。

3 経済

(1) 県民所得

項目 / 年度	実 額		対前年度増加率(%)	
	2015 (H27) 年度	2016 (H28) 年度	2015 (H27) 年度	2016 (H28) 年度
青森県				
県内総生産(名目)	45,466 億円	45,803 億円	4.4	0.7
県内総生産(実質：連鎖方式)	44,707 億円	44,674 億円	3.5	△ 0.1
県民所得	32,802 億円	33,091 億円	5.2	0.9
1人当たり県民所得	2,507 千円	2,558 千円	6.3	2.0
全 国				
国内総生産(名目)	5,329,830 億円	5,367,950 億円	2.8	0.7
国内総生産(実質：連鎖方式)	5,174,263 億円	5,219,789 億円	1.3	0.9
国民所得	3,900,253 億円	3,911,856 億円	2.8	0.3
1人当たり国民所得	3,069 千円	3,082 千円	2.9	0.4
1人当たり県民所得の水準(国=100)	81.7	83.0	-	-

資料：県統計分析課「平成28年度青森県県民経済計算」、内閣府「平成29年度国民経済計算」

① 県内総生産(生産側)

2016年度の県内総生産(生産側、名目)は、4兆5,803億円で前年度に比べて0.7%の増加となり、名目では3年連続のプラス成長、実質では2年ぶりのマイナス成長となった。

産業別に見ると、第1次産業では、林業が減少したものの、農業が米の販売価格の上昇や野菜の価格上昇などにより増加し、また水産業も海面養殖業を中心に増加したため、総生産は2,331億円で前年度に比べて12.3%の増加となった。

第2次産業では、建設業が横ばいであったものの、製造業は食料品、金属製品などで増加したため、総生産は1兆1,107億円で、前年度に比べて3.8%の増加となった。

第3次産業では、専門・科学技術、業務支援サービス業や保健衛生・社会事業が好調に推移したものの、運輸・郵便業、電気・ガス・水道・廃棄物処理業などが減少したため、総生産は3兆2,586億円で、前年度に比べて0.8%の減少となった。

産業別に(県内総生産を100とした)構成比をみると第1次産業は5.1%、第2次産業は24.3%、第3次産業が全体の71.1%となった。

県内総生産の増加率(名目経済成長率)に占める寄与度のうち、主なものは、製造業(+0.89%)、農林水産業(+0.56%)、専門・科学技術、業務支援サービス業(+0.23%)、宿泊・飲食サービス業(+0.17%)、運輸・郵便業(-0.59%)、電気・ガス・水道・廃棄物処理業(-0.23%)、金融・保険業(-0.17%)などとなった。(次頁表1)

表1 経済活動別県内総生産(生産側、名目)

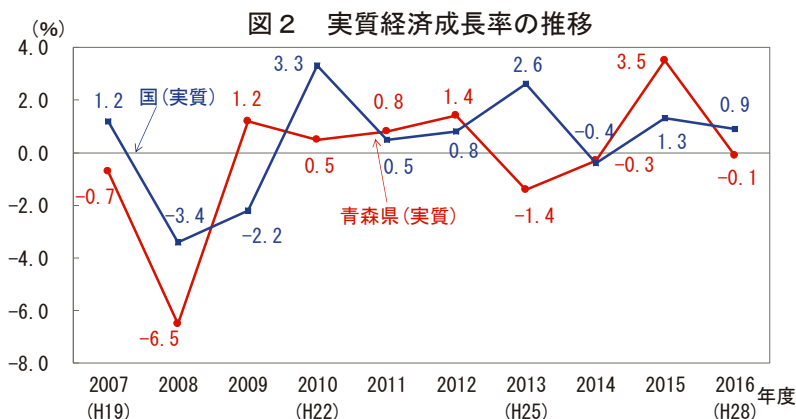
項目	実額		増加率		構成比		増加寄与度
	2015(27)年度	2016(28)年度	2015(27)年度	2016(28)年度	2015(27)年度	2016(28)年度	
1. 農林水産業	207,627	233,069	27.4	12.3	4.6	5.1	0.56
(1) 農業	174,582	194,156	28.6	11.2	3.8	4.2	0.43
(2) 林業	3,128	2,707	-2.3	-13.5	0.1	0.1	-0.01
(3) 水産業	29,917	36,206	24.5	21.0	0.7	0.8	0.14
2. 鉱業	9,812	10,208	-4.2	4.0	0.2	0.2	0.01
3. 製造業	759,136	799,435	10.2	5.3	16.7	17.5	0.89
4. 電気・ガス・水道・廃棄物処理業	129,004	118,444	1.4	-8.2	2.8	2.6	-0.23
5. 建設業	301,141	301,092	-1.3	-0.0	6.6	6.6	-0.00
6. 卸売・小売業	538,935	535,586	5.1	-0.6	11.9	11.7	-0.07
7. 運輸・郵便業	267,723	241,088	12.9	-9.9	5.9	5.3	-0.59
8. 宿泊・飲食サービス業	94,315	102,235	-2.8	8.4	2.1	2.2	0.17
9. 情報通信業	119,013	122,101	5.0	2.6	2.6	2.7	0.07
10. 金融・保険業	157,836	149,992	0.0	-5.0	3.5	3.3	-0.17
11. 不動産業	496,355	497,538	0.6	0.2	10.9	10.9	0.03
12. 専門・科学技術・業務支援サービス業	244,197	254,490	2.9	4.2	5.4	5.6	0.23
13. 公務	427,821	426,002	1.9	-0.4	9.4	9.3	-0.04
14. 教育	195,008	194,713	-0.8	-0.2	4.3	4.3	-0.01
15. 保健衛生・社会事業	420,079	426,816	2.4	1.6	9.2	9.3	0.15
16. その他のサービス業	195,176	189,623	0.0	-2.8	4.3	4.1	-0.12
小計	4,563,179	4,602,434	4.5	0.9	100.4	100.5	0.86
輸入品に課される税・関税	22,751	19,586	5.3	-13.9	0.5	0.4	-0.07
(控除)総資本形成に係る消費税	39,284	41,760	19.5	6.3	0.9	0.9	0.05
合計	4,546,646	4,580,259	4.4	0.7	100.0	100.0	0.74
(再掲)第1次産業(1)	207,627	233,069	27.4	12.3	4.6	5.1	0.56
第2次産業(2,3,5)	1,070,089	1,110,736	6.5	3.8	23.5	24.3	0.89
第3次産業(4,6~16)	3,285,463	3,258,629	2.7	-0.8	72.3	71.1	-0.59

※ 構成比は、小計を100とした値。

資料：県統計分析課「平成28年度青森県県民経済計算」

② 経済成長率

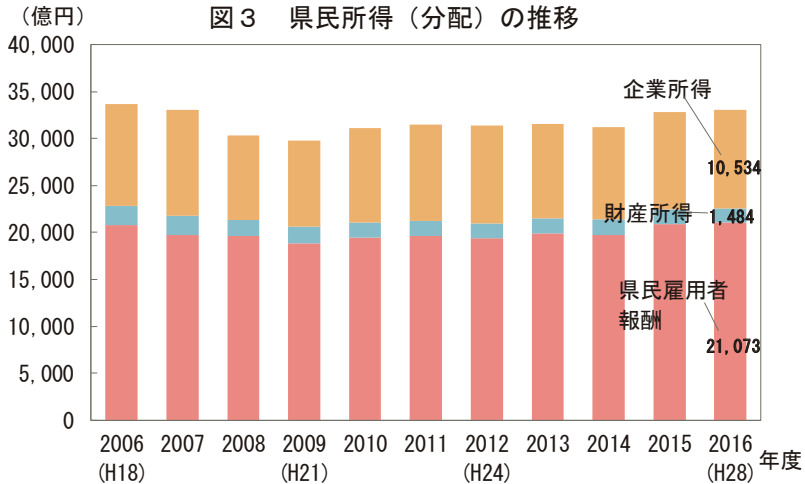
2008年半ばからの世界的な金融危機の影響を受けた本県経済も、2009年夏以降、生産活動が回復基調となり、2009年度の経済成長率は実質で1.2%とプラス成長に転じた。2016年度は食料品や金属製品などの動きに伴う製造業の増加、農産物の価格上昇などによる農林水産業の増加などにより、実質で-0.1%と2年ぶりのマイナス成長となった。(図2)



資料：県統計分析課「平成28年度青森県県民経済計算」
内閣府「平成29年度国民経済計算」

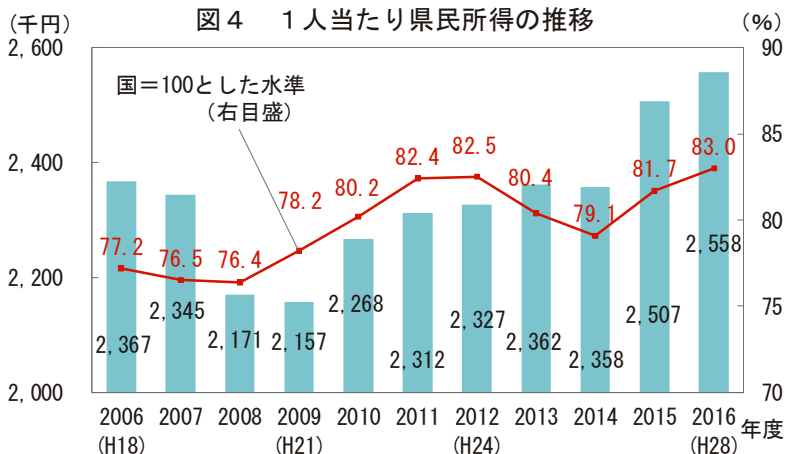
③ 県民所得

2016年度の県民所得の総額は3兆3,091億円で、前年度に比べて0.9%の増加となった。内訳を見ると、県民雇用者報酬が0.8%の増加、財産所得が3.7%の減少、企業所得が1.7%の増加となっている。(図3)



資料：県統計分析課「平成28年度青森県県民経済計算」

また、1人当たり県民所得の推移を見ると、2016年度は255万8,000円と前年度を上回った。また、国を100とした水準では、83.0と前年度を上回る結果となった。(図4)

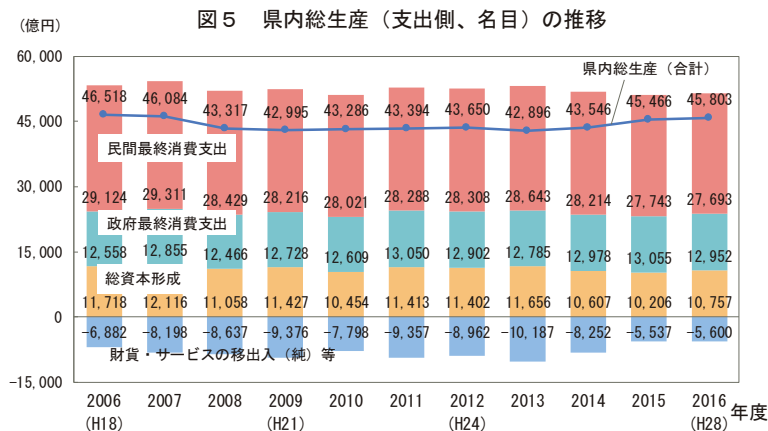


資料：県統計分析課「平成28年度青森県県民経済計算」、内閣府「平成29年度国民経済計算」

④ 県内総生産（支出側）

2016年度の県内総生産（名目）を支出側から項目別に見ると、民間最終消費支出は、被服・履物、娯楽・レジャー文化が減少したことから、前年度比0.2%の減少、政府最終消費支出は、県、市町村、社会保障基金で支出が減少したことから、前年度比0.8%の減少、総資本形成は、民間の住宅や企業設備、公的住宅が増加したことなどから、前年度比5.4%の増加となった。

（図5）

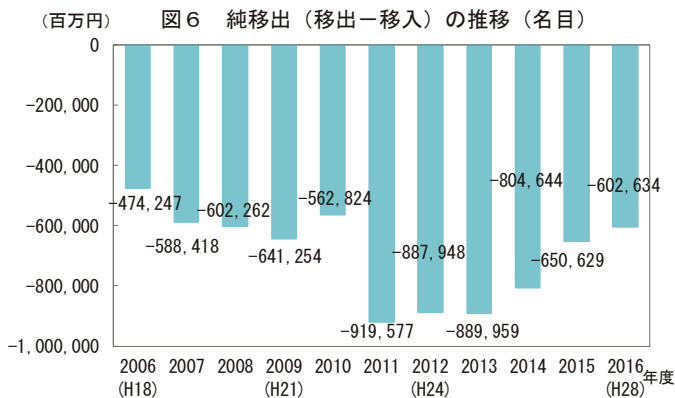


資料：県統計分析課「平成28年度青森県県民経済計算」

⑤ 移出と移入の推移

純移出（移出－移入）は、前年度からマイナス幅が縮小し6,026億円となり、ピーク時の2011年度から3,169億円のマイナス幅の縮小となっている。

（図6）



資料：県統計分析課「平成28年度青森県県民経済計算」

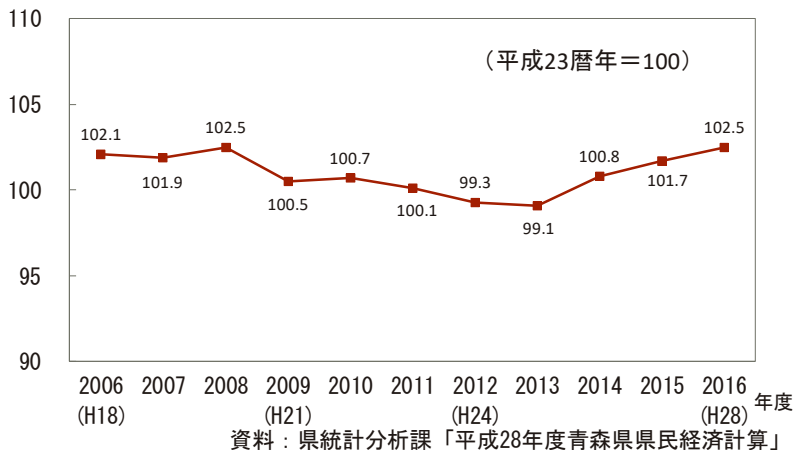
⑥ 物価指数（デフレーター）の推移

県内総生産のデフレーターは、物価の総合的な動きを表し、県内総生産の名目値を実質値で除して得られる指数である。

一般的には、デフレーターが上昇した場合は、インフレ、低下した場合はデフレといえる。ただし、原材料価格が上昇したものの最終製品価格への転嫁が不十分だった場合、消費者物価指数や企業物価指数は上昇するが、付加価値が減少するため、県内総生産のデフレーターは低下することがある。

県内総生産のデフレーターは、近年上昇傾向にある。2016年度は102.5となり、前年比0.8の上昇となった。（図7）

図7 県内総生産デフレーター（生産側、連鎖方式）



(2) 家計・物価・賃金

	青森県	全 国
世帯員が2人以上の勤労者世帯の実収入 (2014年、1か月平均)	40万8,871円	48万4,714円
消費者物価地域差指数(2018年)	98.6	100
賃金(2018年、1か月の所定内給与額)	24万1,200円	30万6,200円

資料：総務省「平成26年全国消費実態調査」、「平成30年小売物価統計調査（構造編）」、厚生労働省「平成30年賃金構造基本統計調査」

① 勤労者世帯の家計収支

2014年の本県の勤労者世帯（世帯員が2人以上）の1か月平均家計収支における実収入は、全国の48万4,714円に対して本県は40万8,871円と下回っている。実収入における世帯主の配偶者の勤め先収入、消費支出における「光熱・水道」は全国の金額を上回っている。（表1）

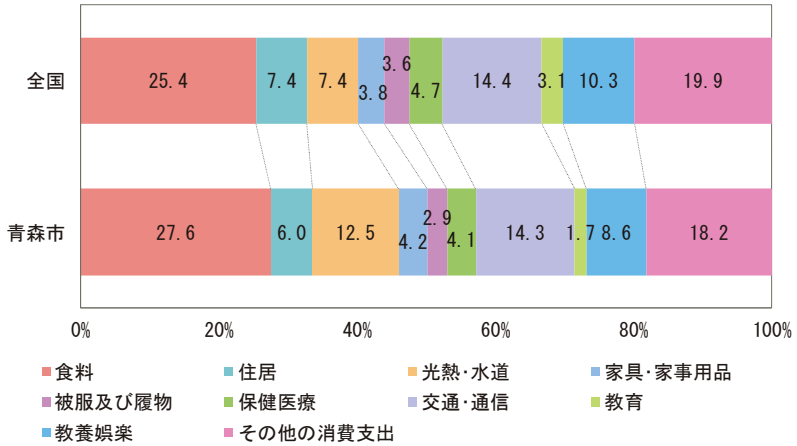
また、勤労者世帯に勤労者以外の世帯及び無職世帯を合わせた総世帯（単身世帯を含む）における、2019年の青森市の家計消費支出に占める費目別の割合を全国と比較すると、「食料」、「住居」、「光熱・水道」、「家具・家事用品」、「交通・通信」で全国を上回っている。（次頁図2）

表1 世帯当たり1か月間の平均家計収支
(二人以上の勤労者世帯) (単位：円)

	2014(平成26)年	
	青森県	全国
世帯人員(人)	3.40	3.33
実収入	408,871	484,714
世帯主の勤め先収入	262,796	349,584
世帯主の配偶者の勤め先収入	63,687	60,088
その他の収入	82,388	75,042
可処分所得	340,994	400,194
消費支出	260,726	313,747
食料	63,851	73,405
住居	16,132	19,293
光熱・水道	24,567	20,564
家具・家事用品	9,548	10,071
被服及び履物	10,020	13,237
保健医療	9,392	11,595
交通・通信	45,193	53,174
教育	11,422	19,970
教養娯楽	17,795	29,345
その他の消費支出	52,808	63,095
平均消費性向(%) (消費支出/可処分所得)	76.5	78.4
貯蓄現在高(万円)	642	1,176
負債現在高(万円)	563	690

資料：総務省「全国消費実態調査」

図2 家計消費支出の費目別割合（2019(令和元)年）

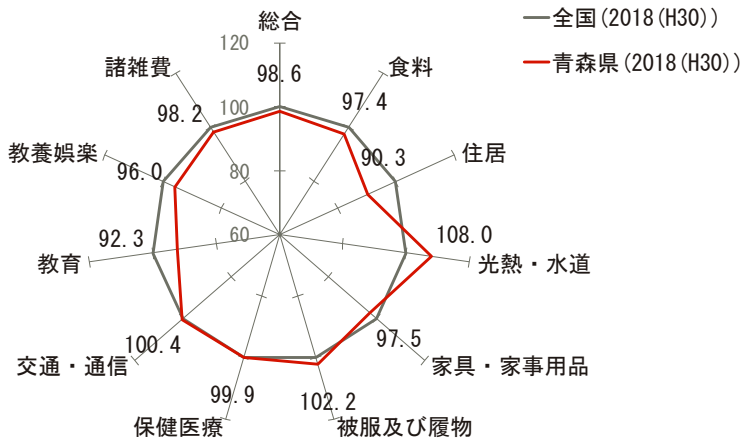


資料：総務省「家計調査」

② 消費者物価地域差指数

2018年における本県の消費者物価地域差指数（全国平均＝100）は、総合指数が98.6となっている。費目ごとに見ると、「光熱・水道」の指数が108.0で、全国でも7番目に高い水準となっている。（図3）

図3 青森県の消費者物価地域差指数
（全国平均＝100）



※総合、住居の指数は持家の帰属家賃を含まない。資料：総務省「小売物価統計調査（構造編）」

③ 消費者物価指数の推移

2015年を100とした2019年の青森市の消費者物価指数は、5年前の2014年に比べ「食料」の伸びが大きく、次いで「家具・家事用品」、「保健医療」、「教養娯楽」が同程度で伸びている。「光熱・水道」、「交通・通信」は下落している。

(表4)

※2014年の結果には、2014年4月の消費税率改定の影響が含まれている。

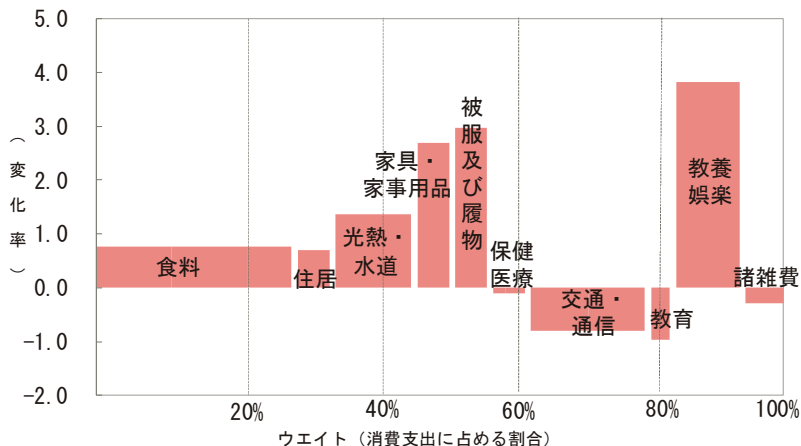
表4 消費者物価指数の費目別推移(青森市)

	2014 (H26)	15	16	17	18	2019 (R元)	2014 →2019
総合	99.8	100.0	99.5	100.5	101.9	102.5	2.7
食料	97.1	100.0	101.8	102.7	104.1	104.9	7.8
住居	99.0	100.0	100.4	100.0	99.9	100.6	1.6
光熱・水道	108.4	100.0	91.5	97.0	102.8	104.2	-4.2
家具・家事用品	98.2	100.0	99.8	100.3	100.2	102.9	4.7
被服及び履物	102.2	100.0	101.7	100.7	101.0	104.0	1.8
保健医療	97.8	100.0	100.6	100.9	102.6	102.5	4.7
交通・通信	102.1	100.0	97.0	97.7	99.6	98.8	-3.3
教育	98.5	100.0	101.6	102.4	102.7	101.7	3.2
教養娯楽	98.3	100.0	101.3	102.6	102.1	103.0	4.7
諸雑費	98.9	100.0	101.0	101.3	102.2	101.9	3.0

資料：総務省「消費者物価指数」

2019年の青森市の消費者物価指数の前年からの変化率を費目別に見ると、「保健医療」、「交通・通信」、「教育」、「諸雑費」以外の費目が上昇したため、総合で0.6ポイント上昇している。(図5)

(%) 図5 消費者物価指数の変化率(青森市:2018年→2019年)



資料：総務省「消費者物価指数」

④ 常用労働者の賃金

本県における2018年の常用労働者10人以上を雇用する事業所の所定内給与額（きまって毎月支給される現金給与額から超過労働給与額を差し引いた額）は2017年度から6,400円上昇して24万1,200円となっており、全国45位となった。（表6）

表6 都道府県別きまって支給する現金給与額、所定内給与額及び年間賞与その他特別給与額（産業計、企業規模10人以上計）

	年 齢	勤 続 年 数	所定内 実労働 時間数	超 過 実労働 時間数	きまって支給する		年間賞与 そ の 他 特 別 給 与 額
					現 金 給 与 額	所定内 給 与 額	
	歳	年	時間	時間	千円	千円	千円
全国計	42.9	12.4	164	13	336.7	306.2	931.6
北海道	44.1	11.6	165	13	294.8	270.3	708.6
青 森	44.0	12.4	167	11	262.0	241.2	575.1
岩 手	43.5	12.4	167	12	269.0	247.1	610.9
宮 城	42.9	12.4	164	14	312.0	282.2	857.5
秋 田	44.3	13.1	166	10	260.0	240.1	591.6
山 形	43.6	13.4	167	12	267.5	244.0	619.2
福 島	44.1	13.0	167	12	295.0	268.4	675.9

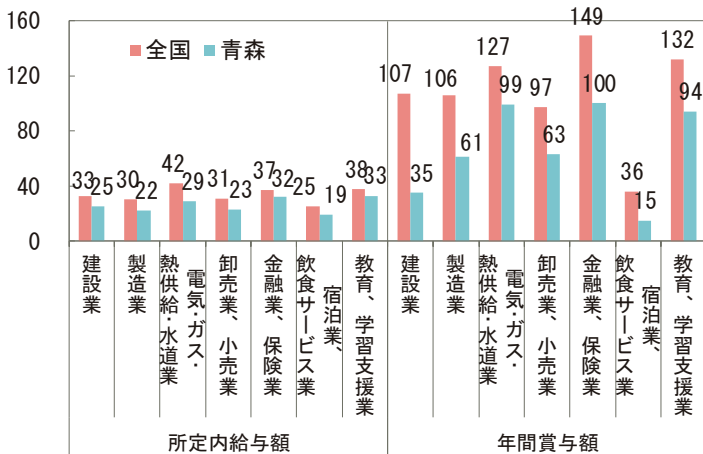
資料：厚生労働省「平成30年賃金構造基本統計調査」

⑤ 産業別に見た所定内給与額及び年間賞与額

本県の所定内給与額を産業別に見ると、「教育・学習支援業」が32万5,500円と最も高い額となっている（全国：電気・ガス・熱供給・水道業41万7,500円）。一方、「宿泊業、飲食サービス業」が18万6,000円と最も低い額となっている（全国24万5,300円）。

本県の年間賞与額を産業別に見ると、「金融業・保険業」が99万6,000円と最も高くなっている（全国149万3,500円）。一方、「宿泊業、飲食サービス業」が14万8,400円と最も低くなっている（全国36万2,000円）。（次頁図7）

図7 産業別所定内給与額及び年間賞与額



資料：厚生労働省「平成30年賃金構造基本統計調査」

⑥ 学歴別初任給

本県の学歴別の初任給額は、大学院修士課程修了で 10.3%、高専・短大卒で 2.3%、高校卒で 3.4%の伸びとなったが、大学卒で△1.5%となった。(男女計)

東京を100とした場合の格差は、2017年度との比較では、大学卒で広がったが、それ以外の学歴では格差が縮まった。(表8)

表8 青森県の性別・学歴別 初任給額
(産業計、企業規模10人以上計)

	大学院修士課程修了		大学卒		高専・短大卒		高校卒	
	初任給額 (千円)	格差 (東京=100)	初任給額 (千円)	格差 (東京=100)	初任給額 (千円)	格差 (東京=100)	初任給額 (千円)	格差 (東京=100)
男	229.4	88	192.0	87	164.4	86	152.7	87
女	217.3	88	187.2	89	158.8	84	150.3	86
男女計	227.5	89	189.4	88	162.2	85	151.9	87

資料：厚生労働省「平成30年賃金構造基本統計調査」

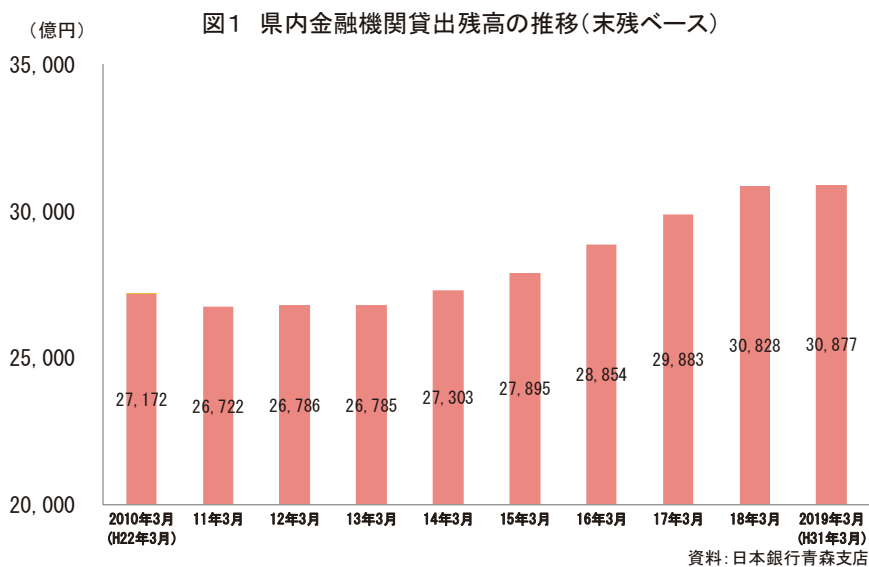
(3) 金融

県内金融機関貸出残高（2019年3月末）3兆877億円 前年同期比 0.2%増加

資料：日本銀行青森支店

① 貸出残高の推移

県内金融機関（国内銀行（ゆうちょ銀行を除く）、信用金庫、信用組合の青森県内店舗）の貸出残高総額は、2014年以降緩やかな上昇傾向を示しており、2019年3月末の貸出残高は、3兆877億円と、前年同期比0.2%の増加となった。（図1）



② 県内企業倒産の推移

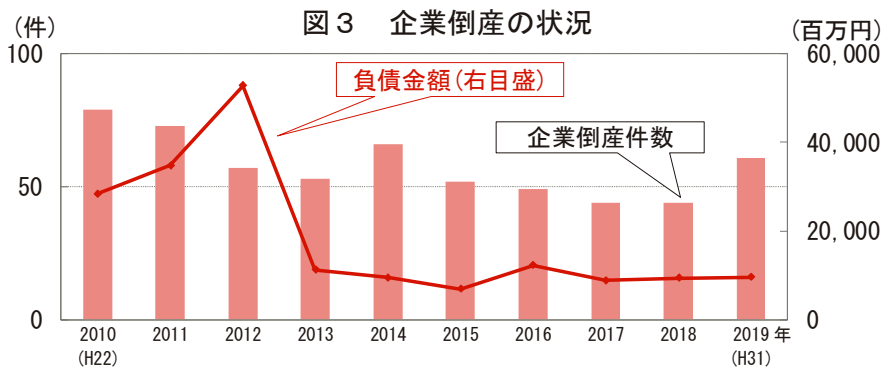
2019年の企業倒産（1件負債金額1,000万円以上）の状況を見ると、件数については前年比38.6%増の61件となり、負債金額については前年比2.1%増の96億2,200万円となった。1件当たりの負債金額は前年比26.4%減の1億5,774万円となった。（次頁表2、図3、図4）

表2 県内企業倒産の推移

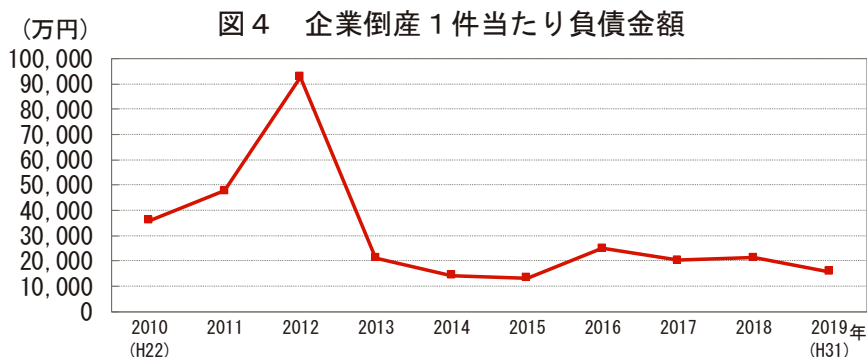
区 分	2010 (H22)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019 (H31)
企業倒産件数(件)	79	73	57	53	66	52	49	44	44	61
企業倒産負債金額(百万円)	28,409	34,830	52,781	11,199	9,485	6,894	12,227	8,926	9,426	9,622
1件当たり負債金額(万円)	35,961	47,712	92,598	21,130	14,371	13,258	24,953	20,286	21,423	15,774

※ 企業倒産は、1件負債金額が1,000万円以上のものである。

資料：(株)東京商工リサーチ青森支店



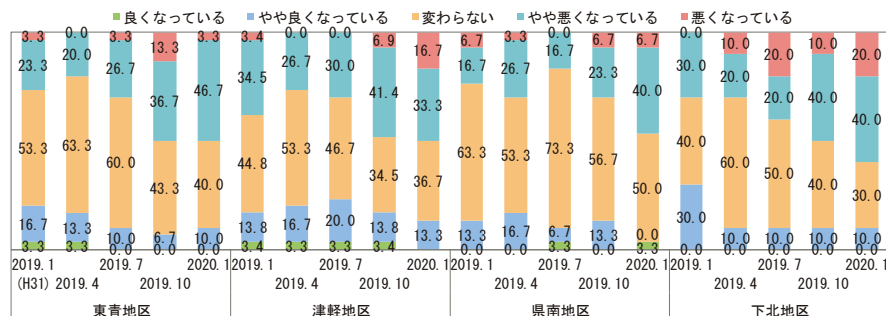
資料：(株)東京商工リサーチ青森支店



資料：(株)東京商工リサーチ青森支店

(4) 景気動向

地区ごとに見た景気の現状判断



資料：県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査」

① 景気動向指数

景気動向指数は、景気の現状把握及び将来予測に資するために作成された統合的な景気指標であり、D I (Diffusion Index) と C I (Composite Index) がある。

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

青森県景気動向指数については、これまでD I のみの公表を行ってきたが、近年、景気変動の大きさやテンポを把握することがより重要となっていることから、2011年4月からC I を中心とした公表へ移行している。

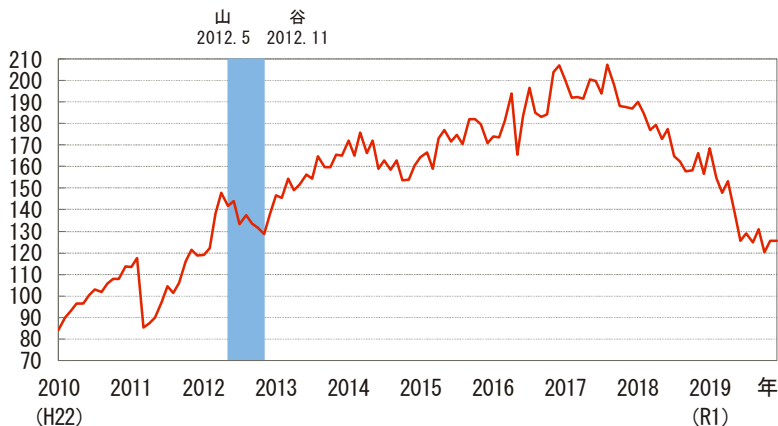
C I には、景気に先行して動く先行指数、ほぼ一致して動く一致指数、遅れて動く遅行指数の3本の指数があり、景気の現状把握には一致指数（以下「一致C I」）を利用する。

一般的に一致C I が上昇している時が景気の拡張期（好況）、低下している時が後退期（不況）であり、一致C I の動きと景気の転換点はおおむね一致する。

一致C I の変化から拡張又は後退のテンポを読み取ることができるが、例えば景気拡張局面においても一致C I が単月で低下するなど、不規則な動きも含まれていることから、移動平均値をとることにより、ある程度の期間の月々の動きをならして見るのが望ましい。

本県の一致C I の最近の推移を見ると、2010年以降、東日本大震災の影響等による大きな落ち込み等はあったものの、増減を繰り返しながら上昇し、2017年以降は増減を繰り返しながら下降している。（図1）

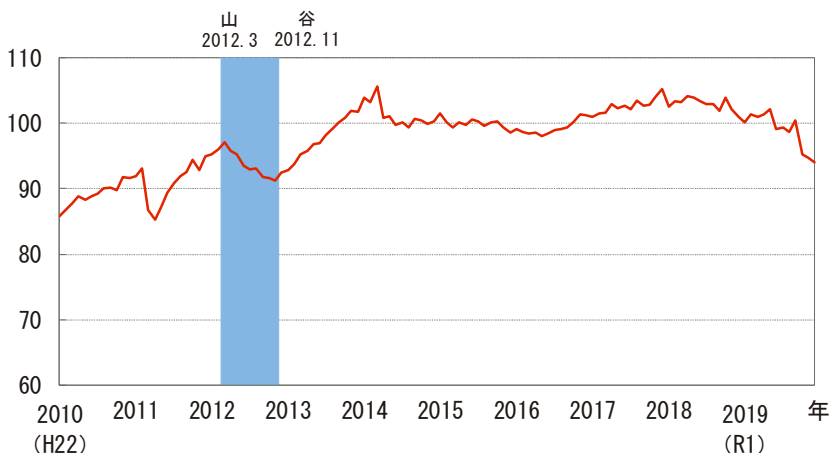
図1 青森県の景気動向指数（一致CI:2010年=100）



※網掛け部分は景気の後退局面 資料：県統計分析課「青森県景気動向指数」

全国の一致C I の推移を見ると、2010年以降の景気の拡大局面は2012年3月にピークを迎え、その後の景気の後退局面は同年11月に底をつけたことから、景気の後退期間は戦後2番目に短い8か月となっている。その後の景気拡大局面では、2014年4月の消費税引き上げ以降横ばいが続き、2016年以降は上昇傾向にあったものの、2018年以降は増減を繰り返しながら下降している。(図2)

図2 全国の景気動向指数（一致CI:2015年=100）



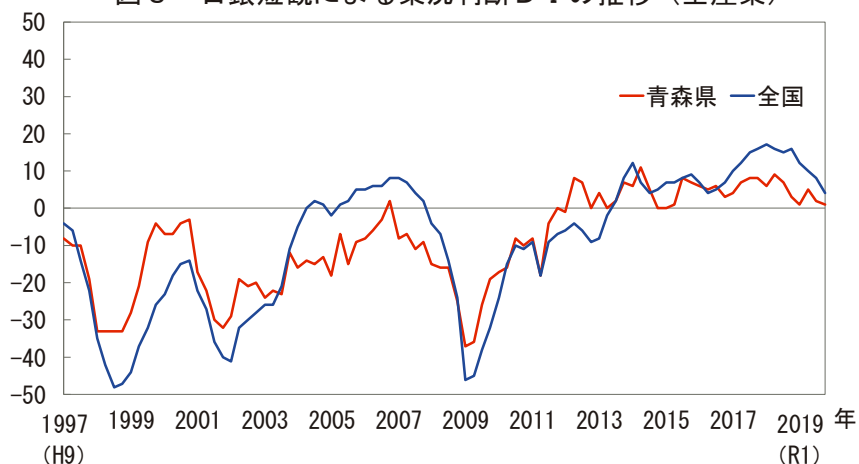
※網掛け部分は景気の後退局面 資料：内閣府「景気動向指数」

② 業況判断D I

業況判断D Iは「良い」と答えた割合から「悪い」と答えた割合を引いて求めるため、プラスになれば景気が良く、マイナスになれば景気が悪いと判断される。

日本銀行企業短期経済観測調査（日銀短観）による業況判断D Iの推移を見ると、近年の本県のD Iは、2006年12月期にプラスマイナスゼロまで回復したのち、2009年3月に大きくマイナスとなった。その後、おおむねプラス傾向で推移し、2011年3月に発生した東日本大震災の影響等により一時的に低下したものの、2011年12月期には再びプラスマイナスゼロまで回復した。2012年6月期以降はマイナスに転じることなく推移しており、2014年以降は消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動などの影響から弱めの動きが続いているが、基調としては緩やかに持ち直している。（図3）

図3 日銀短観による業況判断D Iの推移（全産業）



資料：日本銀行青森支店「県内企業短期経済観測調査結果」

業種別業況判断D Iの推移を見ると、2004年以降は、全国、本県とも製造業を中心にプラスになるなど改善が見られるが、2008年9月のリーマンショックに端を発した世界的な不況により、製造業、非製造業ともに一気に低下している。

その後、全国、本県とも2009（年後半から徐々に上昇が見られ、東日本大震災の影響等により一時的に低下したものの、震災からの復興需要や国の経済政策の影響などにより、全体的に回復が見られる。（次頁図4、次頁図5）

図4 日銀短観による業種別業況判断D Iの推移（青森県）

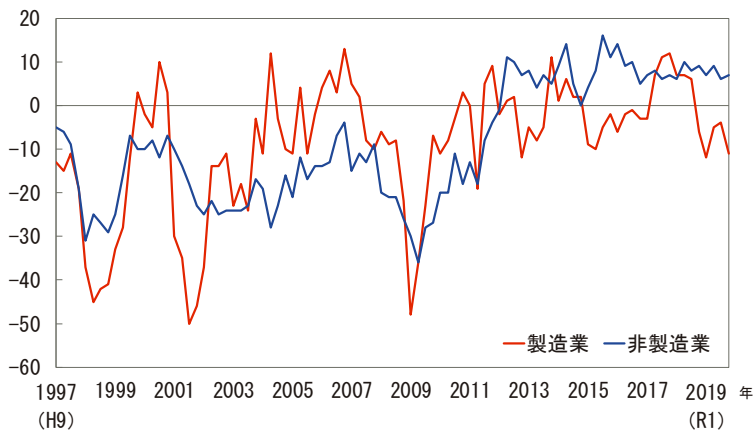
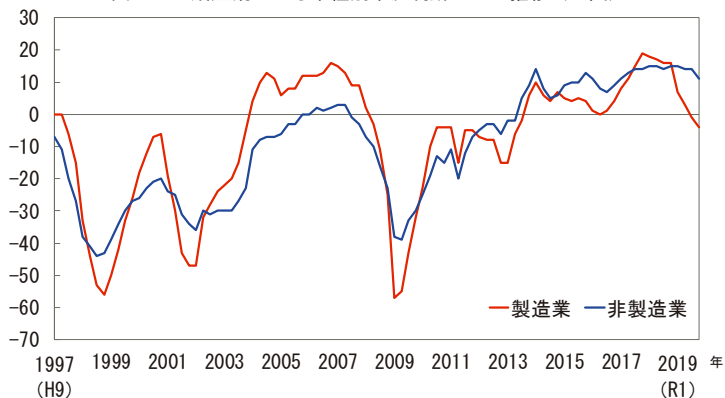


図5 日銀短観による業種別業況判断D Iの推移（全国）



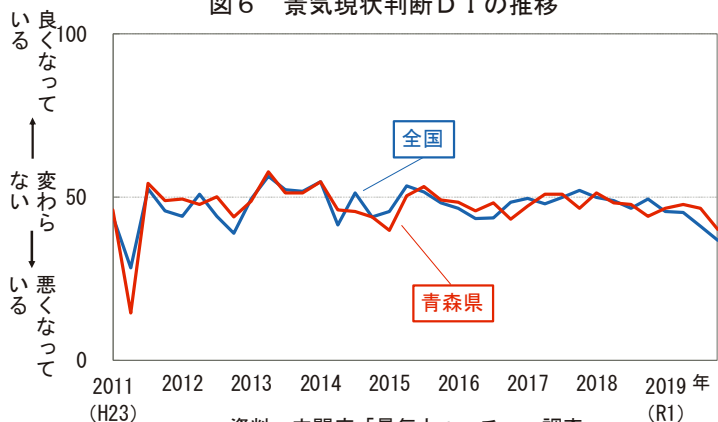
③ 景気ウォッチャー調査

青森県景気ウォッチャー調査では、経済活動の動向を観察できる業種の従事者に対する4半期ごとの調査によって景気動向を把握している。この調査による景気の現状判断D Iを見ると、全国と比較して全般的に低めであるが、2011年前半に急激な低下とV字回復が見られること、2014年前半に消費税増税に伴う影響が見られることなど、全国とほぼ同様の傾向を示している。（次頁図6）

本県の景気の現状判断D Iを家計関連、企業関連、雇用関連の分野別で見ると、2010年はD Iが上昇し、2011年4月期には東日本大震災の影響等により大幅に低下したものの、同7月期にはV字回復している。

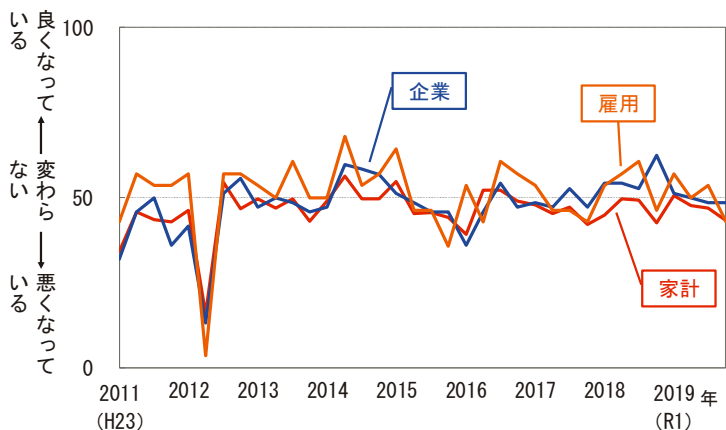
2019年においては、すべての分野で景気の横ばいを示す50を若干下回って推移している。(図7)

図6 景気現状判断D Iの推移



資料：内閣府「景気ウォッチャー調査」
県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査」

図7 青森県内の分野別景気現状判断D Iの推移



資料：県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査」