

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