

「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等の概要を示すとともに、平成28年(2016年)から4カ年の経済動向を年表にして紹介します。

- 1 青森県景気動向指数の概要
- 2 青森県景気ウォッチャー調査
- 3 令和元年(2019年)中に公表された各種統計調査の結果
- 4 平成28～令和元年(2016～2019年)の県内及び国内・海外の経済動向の年表

1 青森県景気動向指数の概要

(1) 景気動向指数(CI、DI)の概要

景気動向指数は、生産、雇用など様々な経済活動での重要かつ景気に敏感に反応する指標の動きを統合することによって、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指標です。

景気動向指数には、構成する指標の動きを合成することで景気変動の大きさやテンポ(量感)を測定しようとするものであるコンポジット・インデックス(CI)と、構成する指標のうち、改善している指標の割合を算出することで景気各経済部門への波及の度合い(波及度)を測定することを主な目的とするディフュージョン・インデックス(DI)があります。CIとDIには、それぞれ、景気に対し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本の指数があります。

なお、景気動向指数は、各経済部門から選ばれた指標の動きを統合して、単一の指標によって景気を把握しようとするものであり、全ての経済指標を総合的に勘案して景気を捉えようするものではないことに留意する必要があります。

(2) CI、DIのそれぞれの見方

一致CIが上昇している時が景気の拡張期(好況)であり、低下している時が景気の後退期(不況)です。一致CIの動きと景気の転換点(景気の山・谷)は概ね一致します。一致CIの変化の大きさから、景気の拡張又は後退のテンポ(量感、勢い)を読み取ります。

毎月の統計表には、3カ月後方移動平均と7カ月後方移動平均をあわせて掲載しており、3カ月後方移動平均の符号の変化により、基調の変化(改善⇔足踏み、悪化⇔下げ止まり)を、7カ月後方移動平均の符号の変化により、景気の局面変化(景気拡張期⇔景気後退期)をみます。

一方、DIは、景気拡張の動きの各経済部門への波及効果を測定するとともに、景気局面の判定に用いることを主な目的としています。0～100%の間で変動し、50%ラインを上回っている期間が景気の拡張期(好況)で、50%ラインを下回っている期間が景気の後退期(不況)です。DIが、50%ラインを上から下に切る時点が「景気の山」(拡張期から後退期への転換点)、50%ラインを下から

上に切る時点が「景気の谷」（収縮期から拡張期への転換点）です。

(3) 青森県景気動向指数の改定

本県では、第10景気循環以降において(第11景気循環を除き)、景気が一循環する毎に景気動向指数の採用系列を見直して改定を行い、精度の維持・向上を図ってきました。

平成27年(2015年)7月に行われた内閣府の改定を受け、本県においても第15景気循環の確定に合わせて景気動向指数を見直し、4年ぶりに第5次改定を行い、平成28年(2016年)1月分から新しい景気動向指数による公表を開始しました。

先行、一致及び遅行系列の各採用系列を改定した結果、主な変更点は以下のとおりです。(表1-1)なお、採用する系列の数は、先行8、一致7、遅行7となり、それぞれ旧系列と同数となっています。

① カバレッジの拡充

先行系列において、物価関連指標「日経商品指数(42種)」、一致系列において、生産関連指標「投資財生産指数」、遅行系列において、雇用関連指標「有効求職者数(全数)」をそれぞれ新規採用しました。

② 景気動向との相関

一致系列において、東日本大震災以降生産動向との相関が弱まっている生産関連指標「大口電力使用量」と、インターチェンジ数の変更や新幹線開業の影響等から流通動向との相関が弱まっている流通関連指標「東北自動車道IC利用台数」をそれぞれ除外しました。

③ 重複指標の是正(同一又は類似の統計に基づいており、内容が重複するもの)

遅行系列において、雇用関連指標「現金給与総額(全産業)」を「常用雇用指数(全産業)」に統合しました。

表1-1 景気動向指数採用系列の新旧対照表(下線は変更点)

	旧系列	新系列
先行系列	乗用車新車登録届出台数(前年同月比)	乗用車新車登録届出台数(前年同月比)
	生産財生産指数(前年同月比)	生産財生産指数(前年同月比)
	新規求人倍率(全数)(季節調整値)	新規求人倍率(全数)(季節調整値)
	所定外労働時間指数(全産業)(前年同月比)	<u>移行</u> (先行→一致)
	新設住宅着工床面積(前年同月比)	新設住宅着工床面積(前年同月比)
	建築着工床面積(前年同月比)	建築着工床面積(前年同月比)
	企業倒産件数(※逆サイクル)(前年同月比)	企業倒産件数(※逆サイクル)(前年同月比)
	中小企業景況DI(原数値)	中小企業景況DI(原数値)
		日経商品指数(42種)(前年同月比) ※新規採用

表 1-1 景気動向指数採用系列の新旧対照表(下線は変更点)(続き)

	旧系列	新系列
一致系列	大型小売店販売額(既存店) (前年同月比)	大型小売店販売額(既存店) (前年同月比)
	旅行取扱高 (前年同月比)	旅行取扱高 (前年同月比)
	鉱工業生産指数 (季節調整値)	鉱工業生産指数 (季節調整値)
		<u>投資財生産指数 (季節調整値)</u> ※新規採用
	大口電力使用量 (季節調整値)	<u>除外</u>
	有効求人倍率(全数) (季節調整値)	有効求人倍率(全数) (季節調整値)
		<u>所定外労働時間指数(全産業) (前年同月比)</u>
遅行系列	輸入通関実績(八戸港) (前年同月比)	輸入通関実績(八戸港) (前年同月比)
	東北自動車道 I C利用台数 (前年同月比)	<u>除外</u>
		※移行 (先行→一致)
	勤労者世帯家計消費支出(実質) (季節調整値)	勤労者世帯家計消費支出(実質) (季節調整値)
		<u>有効求職者数(全数) (※逆サイクル) (前年同月比)</u>
		※新規採用
	常用雇用指数(全産業) (前年同月比)	常用雇用指数(全産業) (前年同月比)
現金給与総額(全産業) (前年同月比)	<u>除外</u>	
県内金融機関貸出残高 (前年同月比)	県内金融機関貸出残高 (前年同月比)	
青森市消費者物価指数(総合) (前年同月比)	青森市消費者物価指数(総合) (前年同月比)	
りんご消費地市場価格 (季節調整値)	りんご消費地市場価格 (季節調整値)	
公共工事請負金額 (前年同月比)	公共工事請負金額 (前年同月比)	

(4) 青森県景気基準日付

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、登山者が山に登って峰(peak)に達した後、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)に下りた後、登っていくことになぞえられて「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、景気の拡張局面や後退局面を分ける中心的な転換点である景気基準日付(山・谷)を設定しています。

景気基準日付は、景気動向指数(一致指数)の各採用系列から作られるヒストリカルDIに基づき設定します。ヒストリカルDIは、一致指数の個々の採用系列ごとに山と谷を設定し、山から谷にいたる期間は全て下降(マイナス)、谷から山にいたる期間は全て上昇(プラス)として算出しています。

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

なお、個々の採用系列の山谷の日付設定は、米国のNBER(全米経済研究所)で開発されたブライ・ボッシュャン(Bry-Boschan)法(※)によって行っています。

全国の第15景気循環に相当する本県景気基準日付(景気の山・谷)は、景気の山を平成24年(2012年)5月、景気の谷を平成24年(2012年)11月として確定設定しました。

これにより、景気の拡張期間は、平成21年(2009年)4月から平成24年(2012年)5月までの37カ月、後退期間は、平成24年(2012年)5月から平成24年(2012年)11月までの6カ月、全循環でみると43カ月となり、平成元年(1989年)以降では2番目に短い全循環期間となりました。(図1-1)

(※)ブライ・ボッシュャン(Bry-Boschan)法

昭和46年(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。山と谷との間隔が5カ月以上必要であるとか、一循環の長さは15カ月以上必要であるといったルールを条件として与え、12カ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きます。

図1-1 青森県と全国の景気基準日付一覧表

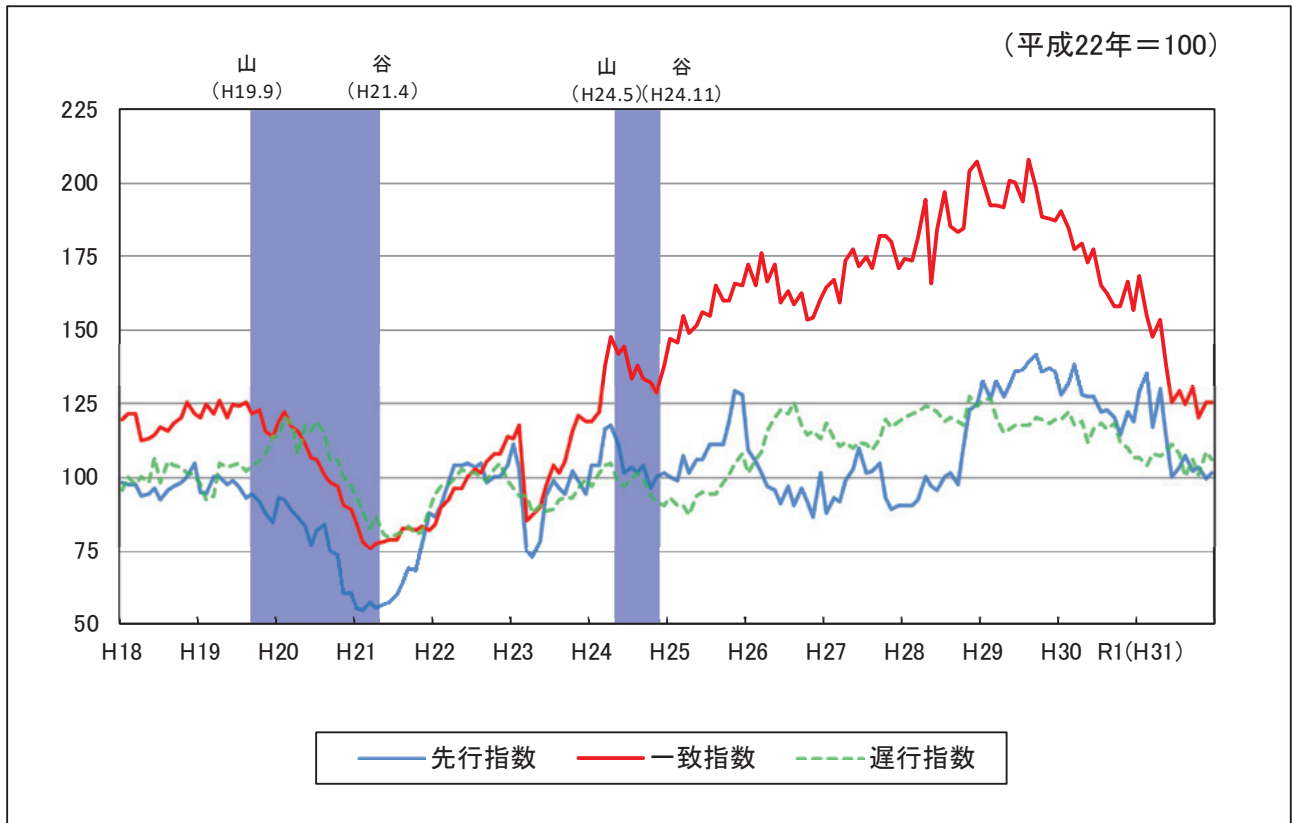
循環区分(国)	青森県					全国				
	山	谷	拡張期間	後退期間	全循環	山	谷	拡張期間	後退期間	全循環
4	S37.6	S37.12		6カ月		S36.12	S37.10	42カ月	10カ月	52カ月
5	S39.2	S40.1	14カ月	11カ月	25カ月	S39.10	S40.10	24カ月	12カ月	36カ月
	S44.1	S44.9	48カ月	8カ月	56カ月					
6	S46.2	S47.4	17カ月	14カ月	31カ月	S45.7	S46.12	57カ月	17カ月	74カ月
7	S48.9	S50.3	17カ月	18カ月	35カ月	S48.11	S50.3	23カ月	16カ月	39カ月
8	S51.12	S53.3	21カ月	15カ月	36カ月	S52.1	S52.10	22カ月	9カ月	31カ月
9	S55.1	S57.3	22カ月	26カ月	48カ月	S55.2	S58.2	28カ月	36カ月	64カ月
10	S60.4	S62.3	37カ月	23カ月	60カ月	S60.6	S61.11	28カ月	17カ月	45カ月
11	H3.3	H6.1	48カ月	34カ月	82カ月	H3.2	H5.10	51カ月	32カ月	83カ月
12	H9.3	H11.2	38カ月	23カ月	61カ月	H9.5	H11.1	43カ月	20カ月	63カ月
13	H12.8	H14.3	18カ月	19カ月	37カ月	H12.11	H14.1	22カ月	14カ月	36カ月
14	H19.9	H21.4	66カ月	19カ月	85カ月	H20.2	H21.3	73カ月	13カ月	86カ月
15	H24.5	H24.11	37カ月	6カ月	43カ月	H24.3	H24.11	36カ月	8カ月	44カ月

※全国値は内閣府経済社会総合研究所公表資料による

(5) 令和元年(2019年)の景気動向指数について

令和元年(2019年)のC I一致指数をみると、1月に大きく上昇した後、2・3月は下降し、4月は有効求人倍率や鉱工業生産指数、旅行取扱高が高い水準だったため上昇しました。5・6月に大きく低下した後、上昇と下降を繰り返しており、12月は有効求人倍率や旅行取扱高が高い水準となったことから、前月比プラス0.2ポイントである125.6となりました。(図1-2、表1-2)

図1-2 各指数のグラフ(3指数)



資料) 県統計分析課「青森県景気動向指数(C I版)」

表 1-2 CI 採用系列の寄与度

系列名	令和元年						
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	
1. 乗用車新車登録届出台数	前月差	-9.2	1.7	-2.5	8.8	1.0	-9.1
	寄与度	-2.49	0.66	-0.64	2.63	0.27	-2.21
2. 生産財生産指数	前月差	2.3	-4.7	-2.2	9.7	-4.7	-3.9
	寄与度	0.56	-1.16	-0.58	2.27	-1.05	-0.75
3. 新求人倍率(全数)	前月差	0.17	-0.21	-0.04	0.08	-0.21	-0.03
	寄与度	5.63	-5.53	-2.70	3.80	-7.56	-1.77
4. 日経商品指数(42種)	前月差	-0.5	0.8	0.3	-0.1	-0.9	0.1
	寄与度	-0.37	1.07	0.45	0.00	-0.86	0.21
5. 新設住宅着工床面積	前月差	19.4	49.1	-59.4	6.3	56.1	-70.1
	寄与度	1.68	4.45	-5.24	0.53	2.78	-5.19
6. 建築着工床面積	前月差	16.5	154.3	-197.3	35.6	-42.6	21.6
	寄与度	1.06	7.24	-7.58	2.28	-2.76	1.14
7. 企業倒産件数(逆方向)	前月差	50.0	-15.0	-20.0	10.0	-50.0	50.0
	寄与度	3.88	-1.66	-1.90	0.55	-4.21	-3.69
8. 中小企業景況DI	前月差	0.0	3.3	0.0	3.3	-10.0	-3.3
	寄与度	-0.04	0.91	-0.01	0.77	-2.63	-0.80
(一致指数以外成分)							-0.11
前月差(体分)							10.0
【C.I.先行指数】							129.4
前月差(体分)							5.0
※3カ月後方平均							123.8
前月差(体分)							0.3
※7カ月後方平均							121.6
前月差(体分)							1.5
一致系列							1.4
1. 百貨店・スーパー販売額(既存店)							-0.9
前月差							-0.59
寄与度							0.90
2. 旅行取扱高							0.1
前月差							0.1
寄与度							11.3
3. 鉱工業生産指数							0.02
前月差							0.03
寄与度							0.22
前月比伸比率(%)							1.7
前月差							-0.5
寄与度							-2.4
前月比伸比率(%)							0.89
前月差							-0.25
寄与度							-1.18
4. 投資財生産指数							20.5
前月差							-14.2
寄与度							1.7
前月比伸比率(%)							4.12
前月差							3.25
寄与度							0.22
5. 有効求人倍率(全数)							0.02
前月差							-0.06
寄与度							0.03
6. 輸入通関実績(八戸港)							2.35
前月差							-9.44
寄与度							4.38
前月比伸比率(%)							5.7
前月差							-12.3
寄与度							9.8
7. 所定外労働時間指数(全産業)							27.7
前月差							-2.4
寄与度							-0.92
前月比伸比率(%)							4.45
前月差							-1.20
寄与度							0.91
前月比伸比率(%)							4.41
前月差							-0.52
寄与度							0.67
前月比伸比率(%)							11.8
前月差							-13.7
寄与度							-7.1
【C.I.一致指数】							168.6
前月差(体分)							154.9
前月差(体分)							3.5
※3カ月後方平均							164.0
前月差(体分)							160.1
前月差(体分)							-1.3
前月差(体分)							157.1
前月差(体分)							152.0
前月差(体分)							146.6
前月差(体分)							-2.8
前月差(体分)							158.0
前月差(体分)							155.2
前月差(体分)							149.4
一致系列							1.4
1. 家計消費支出(勤労者世帯・実質)							6.3
前月差							0.78
寄与度							-0.02
2. 常用雇用指数(全産業)							-0.7
前月差							0.0
寄与度							-0.7
3. 有効求職者数(全数)(逆方向)							-1.48
前月差							-0.10
寄与度							1.09
前月比伸比率(%)							2.4
前月差							-1.5
寄与度							2.1
4. 県内金融機関貸出残高							1.21
前月差							-0.74
寄与度							1.07
5. 青森市消費者物価指数(総合)							0.3
前月差							0.1
寄与度							-1.5
6. りんご消費地市場価格							0.59
前月差							0.20
寄与度							-1.11
7. 公共工事請負金額							-0.2
前月差							-0.4
寄与度							0.3
前月比伸比率(%)							0.4
前月差							-0.7
寄与度							0.85
前月比伸比率(%)							1.17
前月差							-4.7
寄与度							-0.95
8. 公共工事請負金額							0.3
前月差							-4.6
寄与度							-1.37
前月比伸比率(%)							2.4
前月差							-0.05
寄与度							-1.05
前月比伸比率(%)							-29.2
前月差							-3.1
寄与度							47.0
前月比伸比率(%)							18.3
前月差							-31.6
寄与度							-1.04
前月比伸比率(%)							0.10
前月差							0.08
寄与度							0.04
前月比伸比率(%)							0.05
前月差							0.04
寄与度							-0.19
前月比伸比率(%)							-0.2
前月差							-2.7
寄与度							4.2
前月比伸比率(%)							106.7
前月差							104.0
寄与度							108.2
前月比伸比率(%)							-1.8
前月差							-2.0
寄与度							0.4
前月比伸比率(%)							107.9
前月差							105.9
寄与度							106.3
前月比伸比率(%)							-1.4
前月差							-2.1
寄与度							-1.2
前月比伸比率(%)							112.8
前月差							110.7
寄与度							109.5
前月比伸比率(%)							107.5
前月差							107.6

系列名	令和元年						
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
1. 乗用車新車登録届出台数	前月差	7.8	3.6	3.8	-30.2	8.5	
	寄与度	1.81	0.78	0.89	-4.28	1.93	
2. 生産財生産指数	前月差	4.2	-0.3	8.0	6.2	-1.5	
	寄与度	0.83	-0.06	1.58	-1.21	-0.30	
3. 新求人倍率(全数)	前月差	0.11	0.01	-0.02	0.07	0.00	
	寄与度	4.42	0.04	-1.30	2.73	-0.43	
4. 日経商品指数(42種)	前月差	-0.3	-1.3	0.3	0.8	0.6	
	寄与度	-0.16	-1.09	-0.18	0.77	1.19	
5. 新設住宅着工床面積	前月差	-4.6	159.0	-153.3	59.8	-74.8	
	寄与度	-0.31	4.01	-4.40	3.72	-4.28	
6. 建築着工床面積	前月差	-31.2	-24.0	-11.5	-26.7	-1.4	
	寄与度	-1.70	-1.30	-0.55	-1.34	-0.03	
7. 企業倒産件数(逆方向)	前月差	-100.0	50.0	-33.3	108.3	-8.3	
	寄与度	-4.10	3.49	-2.35	4.24	-0.66	
8. 中小企業景況DI	前月差	10.0	-6.7	3.4	-13.4	-3.3	
	寄与度	2.13	-1.50	0.70	-2.92	-0.67	
(一致指数以外成分)							-0.10
前月差(体分)							2.8
【C.I.先行指数】							103.4
前月差(体分)							107.7
※3カ月後方平均							102.0
前月差(体分)							103.6
前月差(体分)							104.4
前月差(体分)							101.8
前月差(体分)							101.6
前月差(体分)							-2.3
前月差(体分)							-3.1
前月差(体分)							-4.8
前月差(体分)							-1.9
前月差(体分)							-4.4
前月差(体分)							118.6
前月差(体分)							115.5
前月差(体分)							110.7
前月差(体分)							108.8
前月差(体分)							104.4
一致系列							2.0
1. 百貨店・スーパー販売額(既存店)							-5.1
前月差							-2.15
寄与度							2.23
2. 旅行取扱高							17.9
前月差							-14.8
寄与度							21.0
3. 鉱工業生産指数							1.90
前月差							-1.57
寄与度							2.24
前月比伸比率(%)							8.6
前月差							-5.4
寄与度							1.1
前月比伸比率(%)							3.43
前月差							-16.4
寄与度							0.9
4. 投資財生産指数							2.12
前月差							-3.08
寄与度							0.19
5. 有効求人倍率(全数)							-0.01
前月差							0.00
寄与度							0.02
6. 輸入通関実績(八戸港)							-2.93
前月差							-1.22
寄与度							2.16
前月比伸比率(%)							-0.8
前月差							43.9
寄与度							1.7
7. 所定外労働時間指数(全産業)							-0.20
前月差							1.99
寄与度							0.03
前月比伸比率(%)							8.6
前月差							-1.7
寄与度							-6.7
前月比伸比率(%)							1.48
前月差							-0.29
寄与度							1.16
前月比伸比率(%)							3.7
前月差							-4.3
寄与度							6.0
【C.I.一致指数】							129.2
前月差(体分)							124.9
前月差(体分)							130.9
前月差(体分)							120.1
前月差(体分)							125.4
前月差(体分)							125.6
前月差(体分)							-8.0
前月差(体分)							131.2
前月差(体分)							126.5
前月差(体分)							128.3
前月差(体分)							125.3
前月差(体分)							123.7
前月差(体分)							-3.4
前月差(体分)							-4.0
前月差(体分)							-4.0
前月差(体分)							145.4
前月差(体分)							139.2
前月差(体分)							135.8
前月差(体分)							131.8
前月差(体分)							127.8
前月差(体分)							125.9
前月差(体分)							121.3
前月差(体分)							-35.0
前月差(体分)							15.2
前月差(体分)							1.84
前月差(体分)							-3.56
前月差(体分)							2.59
前月差(体分)							-1.56
前月差(体分)							-0.6
前月差(体分)							0.6
前月差(体分)							-1.0
前月差(体分)							-1.20
前月差(体分)							-0.74
前月差(体分)							2.10
前月差(体分)							-0.93
前月差(体分)							1.15
前月差(体分)							1.15
前月差(体分)							-1.96
前月差(体分)							-2.3
前月差(体分)							1.1
前月差(体分)							-0.4
前月差(体分)							2.0
前月差(体分)							0.9
前月差(体分)							-2.4
前月差(体分)							-1.12
前月差(体分)							0.61
前月差(体分)							-0.13
前月差(体分)							1.03
前月差(体分)							0.49
前月差(体分)							-1.16
前月差(体分)							-0.3
前月差(体分)							-0.2
前月差(体分)							0.1
前月差(体分)							0.2
前月差(体分)							0.2
前月差(体分)							0.45
前月差(体分)							0.2
前月差(体分)							0.5
前月差(体分)							-0.4
前月差(体分)							0.3
前月差(体分)							0.5
前月差(体分)							-0.15
前月差(体分)							-0.39
前月差(体分)							-0.42
前月差(体分)							-0.92
前月差(体分)							0.84
前月差(体分)							1.35
前月差(体分)							3.6
前月差(体分)							-14.5
前月差(体分)							18.4
前月差(体分)							-2.6
前月差(体分)							7.1
前月差(体分)							4.4
前月差(体分)							0.65
前月差(体分)							-3.15
前月差(体分)							2.97
前月差(体分)							1.26
前月差(体分)							0.75
前月差(体分)							-2.1
前月差(体分)							-1.4
前月差(体分)							5.3
前月差(体分)							-4.7
前月差(体分)							33.1
前月差(体分)							-14.4
前月差(体分)							-0.71
前月差(体分)							-0.05
前月差(体分)							0.17
前月差(体分)							-0.16
前月差(体分)							1.09
前月差(体分)							-0.49
前月差(体分)							-0.10
前月差(体分)							-0.11
前月差(体分)							-0.10
前月差(体分)							0.00
前月差(体分)							-0.02
前月差(体分)							-3.2
前月差(体分)							-7.5
前月差(体分)							5.8
前月差(体分)							-5.1
前月差(体分)							7.9
前月差(体分)							-2.6
前月差(体分)							107.9
前月差(体分)							100.4
前月差(体分)							106.2
前月差(体分)							101.1
前月差(体分)							109.0
前月差(体分)							106.4
前月差(体分)							105.5
前月差(体分)							102.6
前月差(体分)							105.4
前月差(体分)							104.8
前月差(体分)							102.6
前月差(体分)							106.2

2 青森県景気ウォッチャー調査

(1) 調査の概要

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す。3カ月ごと(1月、4月、7月、10月)に実施し、翌月上旬にその結果を公表しており、速報性が高いものとなっています。

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・雇用関連の各分野で、地域における経済活動の動向を敏感に反映する現象を観察できる業種に従事している100名の方々(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「景気ウォッチャー」を委嘱し、現場の景況感に関する事項について回答していただいています。

主な調査事項は、「3カ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」及び「3カ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。判断理由については、自由記述により回答していただいております。景気の実感に対する生の声をうかがうことができます。

○ 地区別・分野別客体数

地区	対象地域	調査客体数			
		合計	家計	企業	雇用
東青	青森市とその周辺部	30	23	4	3
津軽	弘前市、黒石市、五所川原市とその周辺部	30	22	6	2
県南	八戸市、十和田市、三沢市とその周辺部	30	21	7	2
下北	むつ市とその周辺部	10	9	1	0
	計	100	75	18	7

○ 分野別の業種・職種

家計関連	小売	コンビニエンスストア、百貨店、スーパー、乗用車販売、衣料専門店、家電量販店、一般小売店、商店街、卸売業
	飲食	一般飲食店、レストラン、スナック
	サービス	観光型ホテル・旅館、都市型ホテル、観光名所等、旅行代理店、タクシー、美容院、パチンコ店、競輪場、ガソリンスタンド
	住宅	設計事務所、住宅建設販売
企業関連	食料品製造、飲料品製造、紙・パルプ製造、電気機械製造、建設、経営コンサルタント、広告・デザイン	
雇用関連	人材派遣、新聞社求人広告、求人情報誌	

○ DIの算出

5段階の判断それぞれの所定の点数に各判断の構成比(%)を乗じて、DIを算出しています。

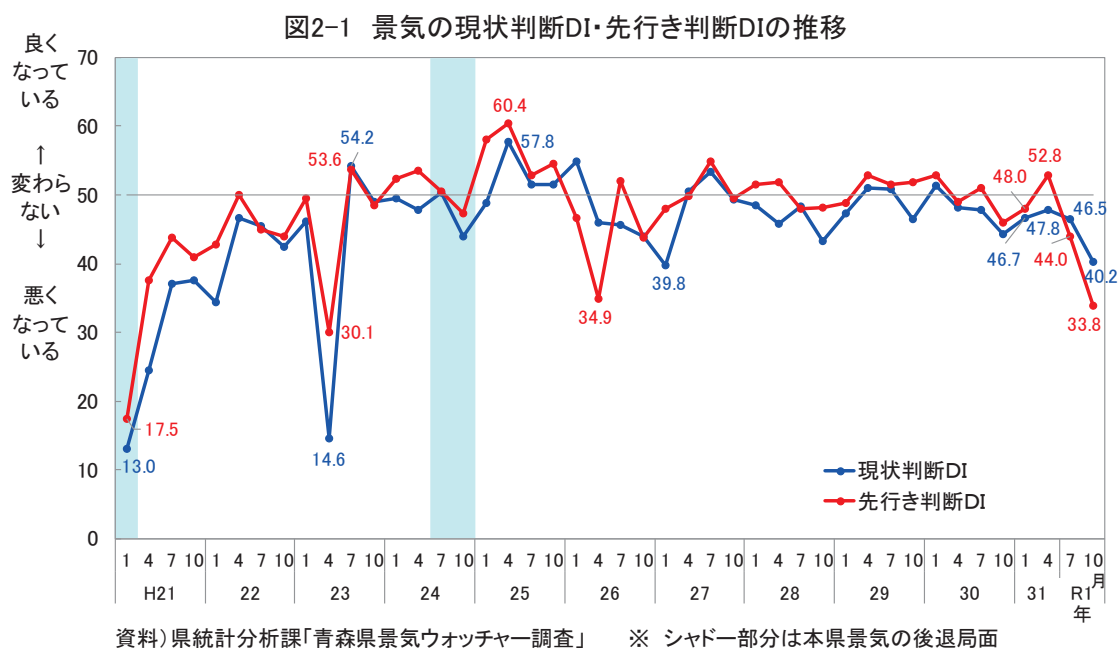
評価	良くなっている	やや良くなっている	変わらない	やや悪くなっている	悪くなっている
点数	1	0.75	0.5	0.25	0

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

(2) 景気の現状判断DI・先行き判断DIの推移

3カ月前と比べた景気の現状に対する判断を示す指標である「現状判断DI」は、東日本大震災発生直後の平成23年(2011年)4月期に14.6と大きく落ち込んだ後、同年7月期には震災前の水準を上回る54.2にまで回復しましたが、全国的な景気低迷を背景に、平成24年(2012年)にかけて下落傾向となりました。政府の経済対策などにより、過去最高の57.8となった平成25年(2013年)4月期からは4期連続で50を上回りましたが、消費税率が引き上げられた平成26年(2014年)4月期に50を下回った後、平成27年(2015年)1月期には39.8まで下落しました。また、同年4月期はプレミアム商品券販売効果などにより50を上回ったものの、同年10月期からは6期連続で再び50を下回りました。

平成29年(2017年)4月期から平成30年(2018年)1月期にかけては50を上回ることもあり、同年4月期以降は50を下回る時期が続いているものの、平成31年(2019年)は、1月期が中心街区への投資物件の増加や冬物衣料の売れ行きの好調などにより46.7となり、4月期が春到来による客足の活性化や改元を控えた祝賀ムードの高揚などにより47.8と更に上昇し、回復傾向がみられました。しかし、令和元年(2019年)7月期は大型連休後の反動や同年10月1日からの消費税及び地方消費税の税率改正(消費税増税)前の買い控えなどにより46.5と下降し、同年10月期は、消費税増税前の駆け込み需要による来客数や売上の増加などはあったものの、増税による節約志向の高まり、増税後の来客数や売上の減少などにより、40.2にまで落ち込みました。(図2-1)



また、3カ月後の景気の先行きに対する判断を表す指標である「先行き判断DI」は、東日本大震災の発生を受け、平成23年(2011年)4月期に30.1と落ち込みましたが、その後は、同年7月期に震災前の水準を上回る53.6にまで回復するなど、震災復興への期待感が示されました。平成25年(2013年)には、景気回復への期待などから、同年4月期に過去最高の60.4となるなど、4期連続で50を上回りましたが、消費税率引き上げ前の平成26年(2014年)1月期に50を下回り、同年4月期には34.9にまで落ち込みました。消費回復への期待から同年7月期に50を上回った後、同年10

月期から3期連続で再び50を下回りましたが、平成27年(2015年)はプレミアム商品券販売効果、平成28年(2016年)は北海道新幹線開業効果、また、平成29年(2017年)にはインバウンドへの期待などから、50前後で推移する比較的安定した動きとなりました。一方で、平成30年(2018年)頃から、原油価格高騰や各種値上げへの懸念とともに、人手不足への懸念などが挙げられる傾向が見られます。

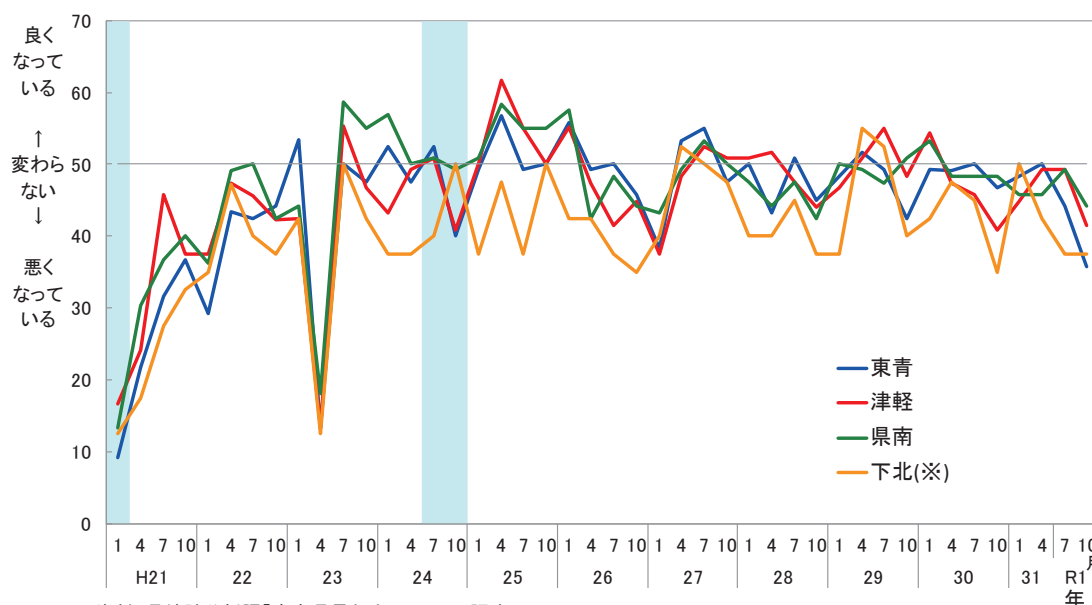
平成31年(2019年)は、1月期が改元に伴う祝賀ムードの高まりなどから48.0に上昇し、4月期には大型連休や消費税増税前の駆け込み需要への期待などから、3期ぶりに50を上回る52.8となりました。しかし、令和元年(2019年)7月期は消費税増税による消費の冷え込みに対する不安や海外情勢への懸念などから44.0となり、12期ぶりに現状判断DIを下回りました。同年10月期も、同様の不安や懸念のほか、増税対策効果の不透明さへの不安などから33.8と大きく落ち込みました。(図2-1)

(3) 地区別景気の現状判断DIの推移

「現状判断DI」について、東青、津軽、県南、下北の地区別を県全体と比べると、東日本大震災発生直後の平成23年(2011年)4月期は全地区で大きく落ち込みましたが、特に被害が甚大だったことから復興需要がみられた県南では、その後概ね50を上回って推移しました。消費税率が引き上げられた平成26年(2014年)4月期以降は、概ね全地区で50を下回る時期が続きました。平成28年(2016年)は、県全体では50を下回っていましたが、北海道新幹線開業効果もあり、東青や津軽では50を上回った時期がありました。

平成31年・令和元年(2019年)は、1月期に下北で、また4月期に東青で、それぞれ50.0となった以外は、消費税増税の影響から全て50を下回っています。(図2-2)

図2-2 地区別景気の現状判断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」

※シャドー部分は本県景気の後退局面

※下北地区については、調査客体数が少ないことから参考値としている。

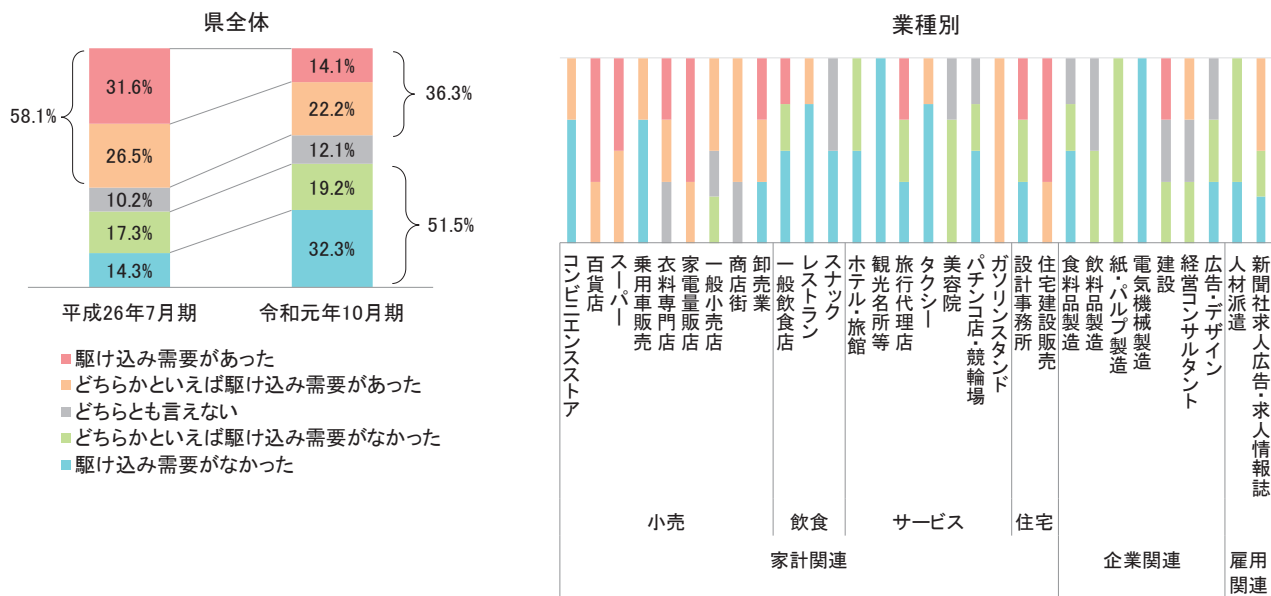
(4) 消費税増税による県内の消費動向への影響（特別調査）

平成31年・令和元年(2019年)の「現状判断DI」及び「先行き判断DI」の判断理由には、消費税増税に関することが多くみられました。消費税増税が県内の消費動向に影響を与えると思われることから、同年10月期において、景気ウォッチャーを対象に特別調査を実施したところ、消費税増税前の駆け込み需要について、「駆け込み需要があった」、「どちらかといえば駆け込み需要があった」との回答が合わせて36.3%となったのに対し、「駆け込み需要がなかった」、「どちらかといえば駆け込み需要がなかった」との回答が合わせて51.5%となりました。平成26年(2014年)の消費税率引き上げを受けて同年7月期に実施した「消費税増税に伴う県内経済への影響等」についての特別調査の結果と比べると、「駆け込み需要があった」「どちらかといえば駆け込み需要があった」との回答が21.8ポイントの減となりました。

この判断の理由には、売上、客数とも大きく伸びたとするものがある一方で、飲食業やサービス業では増税の影響がなかったというものが多く、また、食品を取り扱う業種では駆け込み需要がなかったとするものがみられました。そのほか、平成26年(2014年)の消費税率引き上げ時と比べて動きが鈍かったというものもありました。

また、業種別にみると、百貨店、スーパー、家電量販店、住宅建設販売等で「駆け込み需要があった」との回答が多いのに対し、ガソリンスタンドを除くサービス業、飲食業、製造業、人材派遣等で「駆け込み需要がなかった」との回答が多い傾向となりました。(図2-3)

図2-3 駆け込み需要の有無



資料) 県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査特別調査」

(5) 景気の実感

～「景気ウォッチャー」生の声 平成31年・令和元年(2019年)調査の「現状判断コメント」から～

(◎：良、○：やや良、□：不変、△：やや悪、×：悪)

◆平成31年(2019年)1月調査

◎	活性化活動などにより、人の動きも変わっているように感じることが多くなっています。特に、大型施設が市中心部にてできることへの期待感が大きいと思います。(一般飲食店=東青)
○	青森市役所駅前庁舎のオープンから始まった、中心街区への投資物件の増や、各種イベント効果から、道行く人の顔色は良好に感じる。店頭でも高額品の動きが良い。(衣料専門店=東青)
○	若者中心ではあるが、「モノ」より「コト」への消費が増えている(映画・コンサート・イベントなど)。(スーパー=津軽)
○	気温が例年より高く推移しているが、11月以降は寒暖差が厳しかったこともあり、冬物衣料に動きが出てきている。(衣料専門店=県南)
□	慢性的な人手不足の割には、賃金の上昇は限定的で、景気を左右するほどではない。(ガソリンスタンド=東青)
□	年末年始は若干の人は出はありましたが、年々少なくなっている。(スナック=津軽)
□	年末年始の商況をみると、依然として節約志向が強く、初売りは、一部ショップの福袋やイベントは好調だったものの、総じてクリアランスの動きが鈍く、全般的に力強さに欠けたため。(百貨店=県南)
□	10月の増税に向けての生活防衛のため、客足が鈍ると予想していましたが、大きな落ち込みはありませんでした。お客様もいつも通り、変わらずといった感じです。(一般小売店=下北)
□	人手不足が続いている。医療・介護、保育等、景気に左右されない業種は人件費(人手不足による残業代)がかさみ、小売業は売上げがさほど伸びていない。(経営コンサルタント=津軽)
□	ボーナス・年末商戦も、思ったほどではなかった。野菜や灯油など、生活必需品の値上がり影響しているのではないかと。(新聞社求人広告=津軽)
△	売上は前年並みであるが、仕入れ価格が上昇傾向にあり、さらに、最低賃金の上昇や人手不足による人件費の増加が、収益を圧迫している。(都市型ホテル=東青)
△	年末年始の悪天候により、来街者は昨年に比べると少し減った。(商店街=津軽)
△	天候の上下が激しすぎる。急に上がったたり下がったりすると、客足が落ちる傾向にある。特に昨年度は、その傾向が顕著であった。(一般飲食店=県南)
△	閑散期に入り、宿泊客数はやはり激減しています。また、忘新年会のシーズンではありますが、一般の企業ではなかなか難しいようで、前年並みで推移しています。(都市型ホテル=下北)
×	お客様の購買行動の変化において、最寄品についての価格戦略を打ち出しても、弾力性が乏しくなっている。単純に競合店との競争激化による、市場シェアの奪い合いによる原因も考えられるが、明らかに購買行動が鈍化している。(家電量販店=東青)
×	工場設備向けの仕事は、大幅に減ってきている。中国の景気悪化が原因。(電気機械製造=県南)

◆平成31年(2019年)4月調査

◎	2月は天候のせいであまり出控えていたが、3月からは例年よりお客さんの流れが多いように思いました。4月も景気は悪くないと思うように感じています。(一般飲食店=東青)
○	春に向けて天候が良く外に出る事が多くなっている為。(コンビニ=東青)
○	新元号も決まり、連休も控えて世の中が盛り上がっている様子。(旅行代理店=東青)
○	新元号の発表があり、八戸圏域版DMOの発足があり、活気があるように思う。(新聞社求人広告=県南)
□	広告出稿面では変わらない。ただし、改元に向けてムードとしては明るくなってきている。(広告・デザイン=東青)
□	年度末の人、モノが動く時期に、思ったほどの伸びがみられず、相変わらず節約志向を感じた。(新聞社求人広告=東青)
□	春休みもあり学生の来街数は増えたものの、3月中旬以降の悪天候続きによりトータルで見ると、来街者数は減った。(商店街=津軽)
□	冬場は例年通りという印象でした。インパウンドは多少はあるけれど、逆に売上が昨年よりかなり落ちている店もある。(経営コンサルタント=津軽)
□	同業他社、自社を含めオーバーストアでありながら、コンビニ、ドラッグストア等もまた過剰な出店で、同業、異業種含め、取り合い、取られ合いの競争が更に熾烈になる。(スーパー=県南)
□	どの業種も人手不足で雇用の為無理して賃上げをしているが効果はない。閉店していく店も多く見受けられ、景気上昇の材料は何ひとつない。(建設=県南)
△	消費税増税、各種食料品等の値上げによる、財布のヒモが固くなっている感じを受ける。(住宅建設販売=東青)
△	経費の負担が重く大手のように単価を上げたいところですが、なかなか、上手くいかない。(食料品製造=東青)
△	食品等値上げが目立つ。新元号や連休がどう影響するか？(観光名所等=津軽)
△	平日の街の人通り、週末の夜の人の出方、他店の店主からの意見も含め、昔みたいに人が出ていない。(レストラン=県南)
△	人材不足が顕著で、事務に支障が出ている企業がある。(人材派遣=県南)
×	消費増税が10月に迫り、生活防衛に入ってしまったのか、客足が鈍く、売上減少。(一般小売店=下北)

◆令和元年(2019年)7月調査

◎	4~6月の売上の伸び率による。(一般小売店=津軽)
○	観光シーズン突入による交流人口増。(一般小売店=東青)
○	受注が増加しているため。(電気機械製造=津軽)
□	予約状況や売上も昨年並みであり堅調に推移している。(都市型ホテル=東青)
□	人口減少による来客数の減少があり厳しい状況と感じる。さらに商圈住人の収入も増えていない為、使用される金額も増えることは無い。よって、景気はやや悪く、3カ月前から変わっていない。(家電量販店=東青)
□	値上げ、人手不足で、思うように企業活動の拡大ができない状況が続いている。(新聞社求人広告=東青)
□	同業者が増えているので売上は上がらない。(コンビニ=津軽)
□	4月~5月の連休にはぎわいましたが、6月に入り前年並みになった。(観光名所等=津軽)
□	あまり動きがない。必要な時期より少し遅れ気味な感じ。商品も辛抱している様に感じます。(美容院=県南)
□	増税を控え、駆け込み需要を期待したいところだが、どちらかと言うと節約志向になっているのが感じられる。(衣料専門店=県南)
□	業種によってはと思いますが、広告業界は特別新しい仕事もあまりなく例年と変わらないレギュラーベースの仕事がほとんど。(広告・デザイン=県南)
□	売り上げが伸び悩んでいる。24時間営業の店だけがふえて来て、結構影響はある。(一般飲食店=下北)
□	観光客が少ない。(タクシー=下北)
△	再開発事業の関係から大型店が5月から休業になり人通りが激減している。(衣料専門店=東青)
△	大型連休明けから飲食店街がひまになっている。(スナック=津軽)
△	老後の年金について不安を煽るような、テレビのワイドショーの偏向報道に影響を受ける中・高齢者の買い控え、人手不足と最低賃金引き上げによる人件費の高騰とそれを売上げに上乗せで転嫁できない中小事業者が多いこと。(経営コンサルタント=津軽)
△	婦人衣料の不振と食品では水産業の漁獲高減。(百貨店=県南)
×	春の10連休の悪い余波がまだ個人消費に残っている上、子供のいる家庭では夏休みに向けて、また全般的には秋の消費税増税に向けて「無しで済ませられる消費活動」については完全に引き締めに入っているようです。生活関連の諸物価の上昇も更に追い打ちをかけていると思われます。(タクシー=東青)

◆令和元年(2019年)10月調査

◎	「今年12月引渡しで」のお客様が比較的多い。来年の着工に向けては今の所?(住宅建設販売=津軽)
○	消費増税前のまとめ買いがみられました。(酒と日用雑貨のみ)8月は気温上昇が、プラス影響になりました。(スーパー=東青)
○	新店オープンにより若年層のお客が増えた。(百貨店=津軽)
□	前年比で横ばい。(乗用車販売=東青)
□	消費税10%、軽減税と10月のスタートに向けて消費があったのが9月。8月は比較的人の流れがあり景気は良かった気がするが思えば、価格の低めに設定したものの動きが活発だったのかと思う。(一般飲食店=東青)
□	昨年対比で、来館数、売上共に伸びていない。(都市型ホテル=津軽)
□	増税前で大きく前年を上回っていたがこの先は反動がある為。(家電量販店=県南)
□	夏の観光客も例年と大差なく、宴会件数も増えてはいない。(都市型ホテル=下北)
□	今はまだ増税が始まったばかりで日常生活ではさほど影響はないと思う。(食料品製造=津軽)
□	景気が良くなる要素が垣間見られない。消費税増税の駆け込み需要もさほどではなかった。(経営コンサルタント=県南)
□	増税前の駆け込み需要に期待したが、そこまでではなかった。(新聞社求人広告=県南)
△	個人消費が落ちている。(旅行代理店=津軽)
△	一部で増税前で伸びている業種もあるが、全体としてはあまり良いとは言えないし、増税後1カ月間くらいは多少落ちると思われる。(スーパー=下北)
△	人手不足が多く業種に見られる他、消費増税に伴い一般小売業は売上が停滞している様子。(経営コンサルタント=東青)
△	消費税10%がスタートして、企業側も、経費に関しては、今まで以上に慎重になっている。(広告・デザイン=県南)
△	節約志向の強まり、買い控え意識がやや強まっているように感じる。(新聞社求人広告=東青)
×	以前に比べると他人の動き(外出)が以前にも増してほとんど見られなくなりました。それに輪を掛けて外食消費税10%は外に出る気を萎えさせている様に思える。(タクシー=東青)
×	衣料、生活用品を中心に増税後の売上の減少が予想以上である。(百貨店=県南)

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、令和元年(2019年)中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。

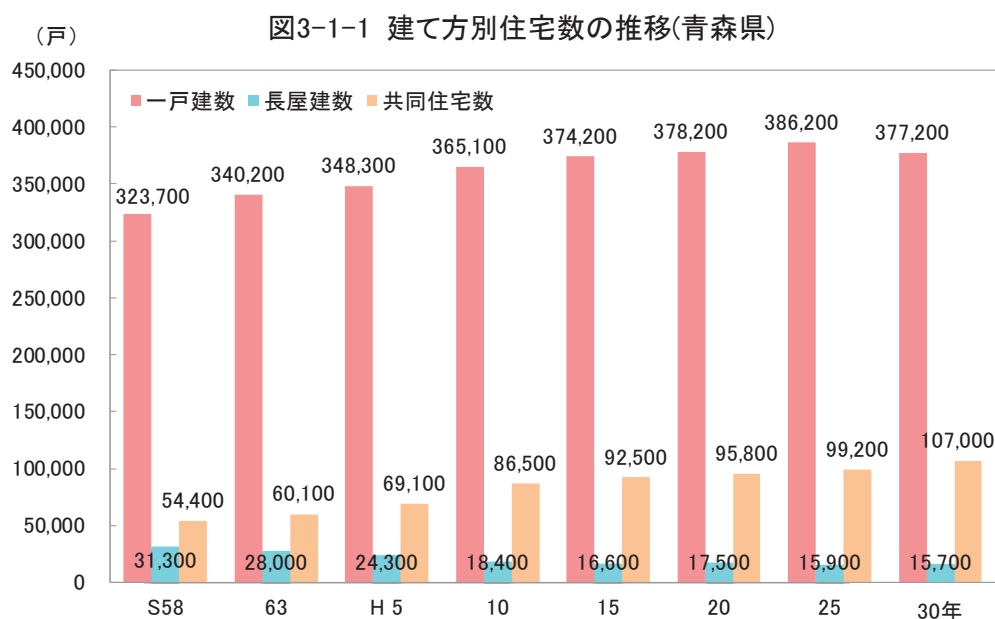
なお、内容の詳細については、各統計調査の報告書等をご覧ください。

(1) 平成30年住宅・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30年(2018年)に行われました。

① 建て方別住宅数の推移

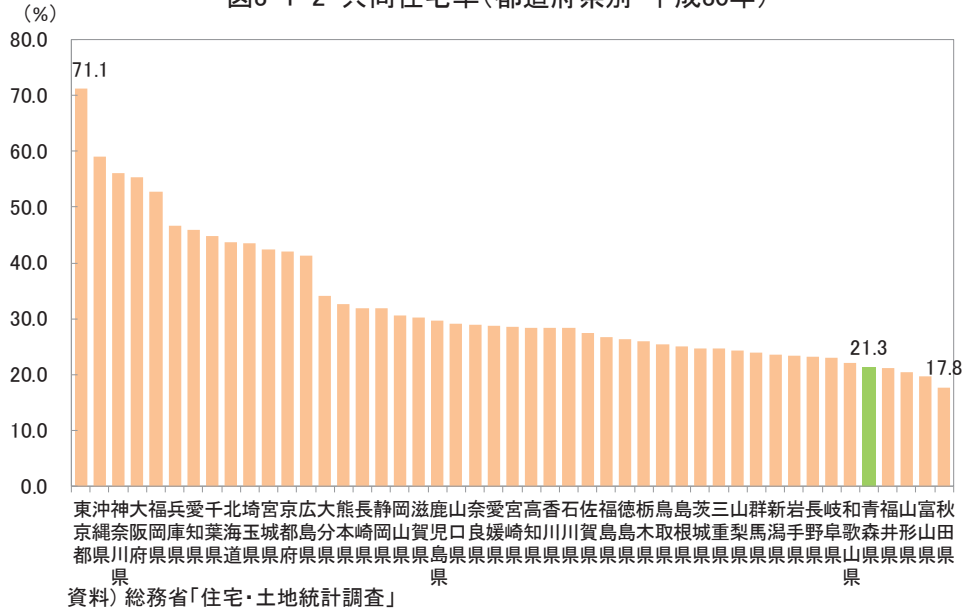
平成30年(2018年)の本県の総住宅数は592,400戸となっており、平成25年(2013年)に比べ6,100戸(1.0%)増加しています。住宅数を建て方別にみると、一戸建が377,200戸と最も多く、次いで共同住宅(107,000戸)となっています。一戸建数が減少に転じたのに対し、共同住宅数は年々増加傾向にあります。(図3-1-1)



資料) 総務省「住宅・土地統計調査」 ※「その他」を除いているため総住宅数とは一致しない

次に、都道府県別に共同住宅率をみると、東京都・神奈川県・大阪府・福岡県などの大都市を含む都道府県が高い割合を示しており、一方で本県は43位と全国の中でも共同住宅が少ないことがわかります。(図3-1-2)

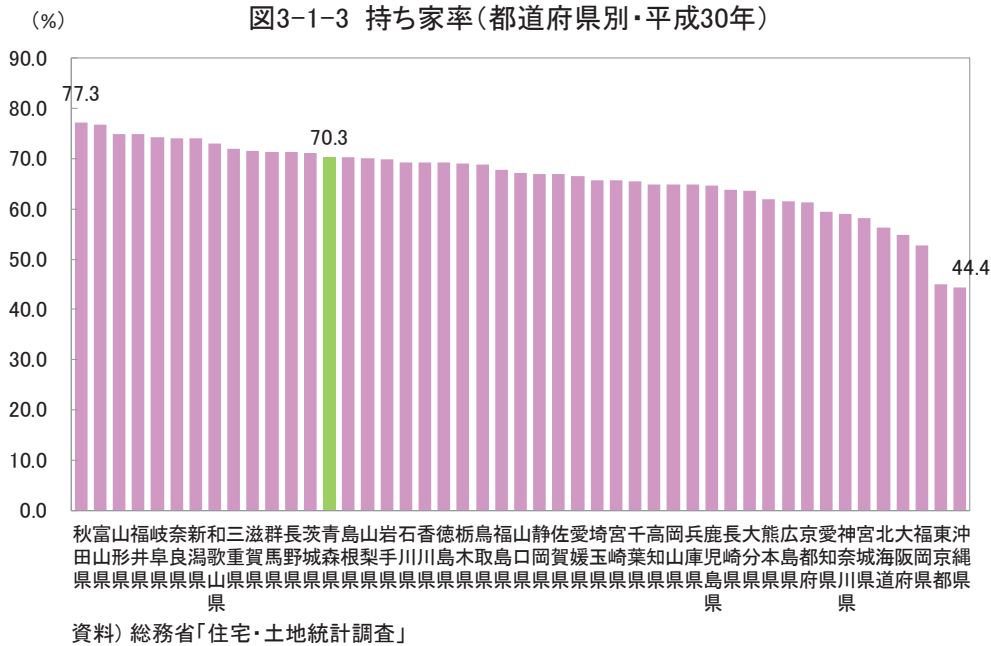
図3-1-2 共同住宅率(都道府県別・平成30年)



② 所有の関係

都道府県別に持ち家率をみると、秋田県・富山県・山形県・福井県などの日本海側の県で高い傾向にあり、本県も14位と全国の中でも比較的高い割合を示しています。(図3-1-3)

図3-1-3 持ち家率(都道府県別・平成30年)



将来的な空き家数も考えてみましょう。高齢単身世帯について、居住する高齢者が「ひとり暮らし」が困難な状況となり、また、子どもたちが別に居を構えている場合、その住宅は「管理されていない空き家」になる可能性が非常に大きくなります。そこで、高齢単身世帯を空き家予備軍ととらえ、「その他の空き家」（管理されていない空き家）の現状とあわせてみてみます。県全体でも、各市町でも、現状の「その他の空き家」と同等かそれ以上の高齢単身世帯が存在しており、将来的にさらなる空き家の増加が予想されます。（図3-1-6、図3-1-7）

図3-1-6 空き家実数と高齢単身世帯数
（青森県及び青森市、弘前市、八戸市・平成30年度）

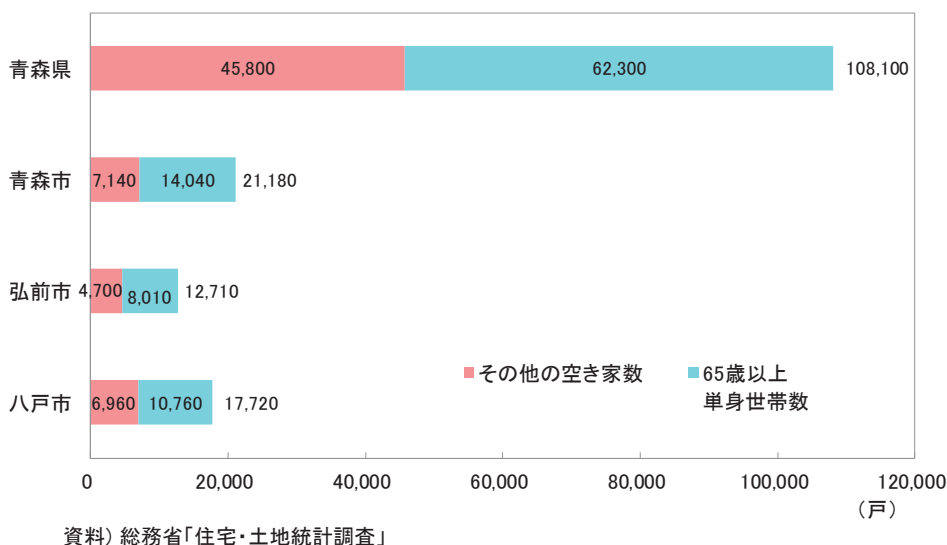
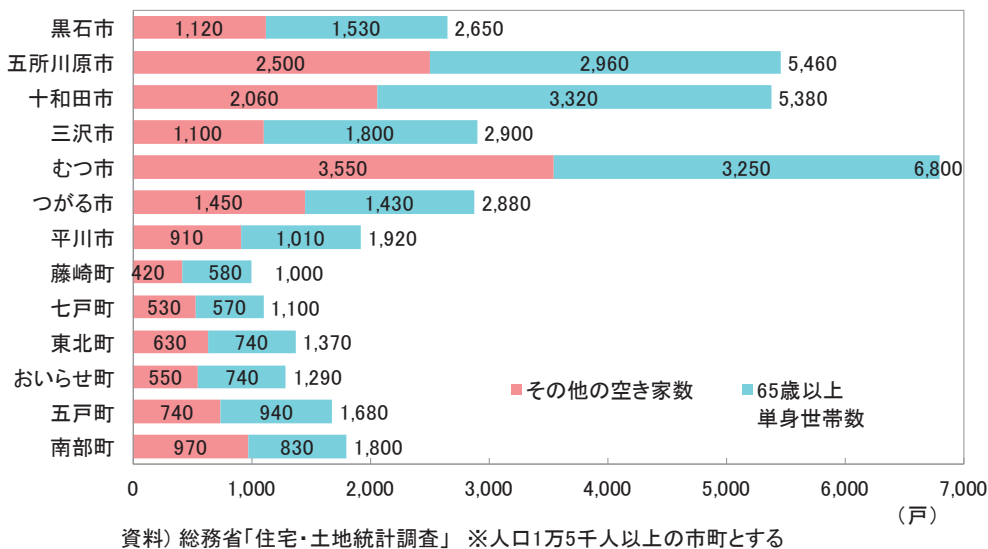


図3-1-7 空き家実数と高齢単身世帯数
（その他市町・平成30年度）



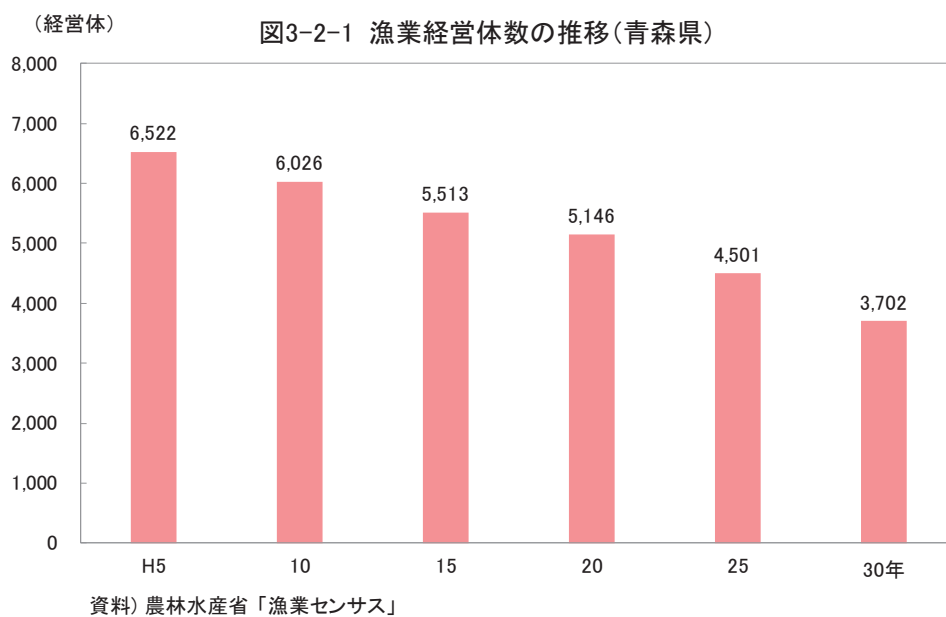
(2) 2018年漁業センサス

漁業センサスは、我が国の漁業の生産構造、就業構造及び漁村、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調査で、直近の調査は平成30年(2018年)に行われました。

① 漁業経営体

漁業経営体数は3,702経営体で、前回の平成25年(2013年)調査(以下、「前回」という。)に比べ799経営体(17.8%)減少しました。経営体数は、昭和48年(1973年)から減少を続けています。

また、全国と比べると、増減率は全国値(マイナス16.3%)より1.5ポイント大きくなっており、経営体数の全国順位(39都道府県中、以下同じ)は、前回と同じ3位となっています。(図3-2-1)



漁業経営体を経営組織別にみると、個人経営体は3,567経営体で、前回に比べ804経営体(18.4%)減少しています。団体経営体数(会社経営、漁業協同組合、漁業生産組合、共同経営、その他)は135経営体で、前回に比べ5経営体(3.8%)増加しました。団体経営体のうち、漁業生産組合が5経営体、その他が1経営体で前回と変化がないほかは、会社経営が7経営体(17.1%)、共同経営が3経営体(4.3%)、それぞれ増加しました。また、漁業協同組合は5経営体(35.7%)減少しています。この結果、全漁業経営体に占める個人経営体の構成割合は96.4%となり、前回の97.1%に比べ0.7ポイント減少しました。(表3-2)

表3-2 経営組織別経営体数(青森県)

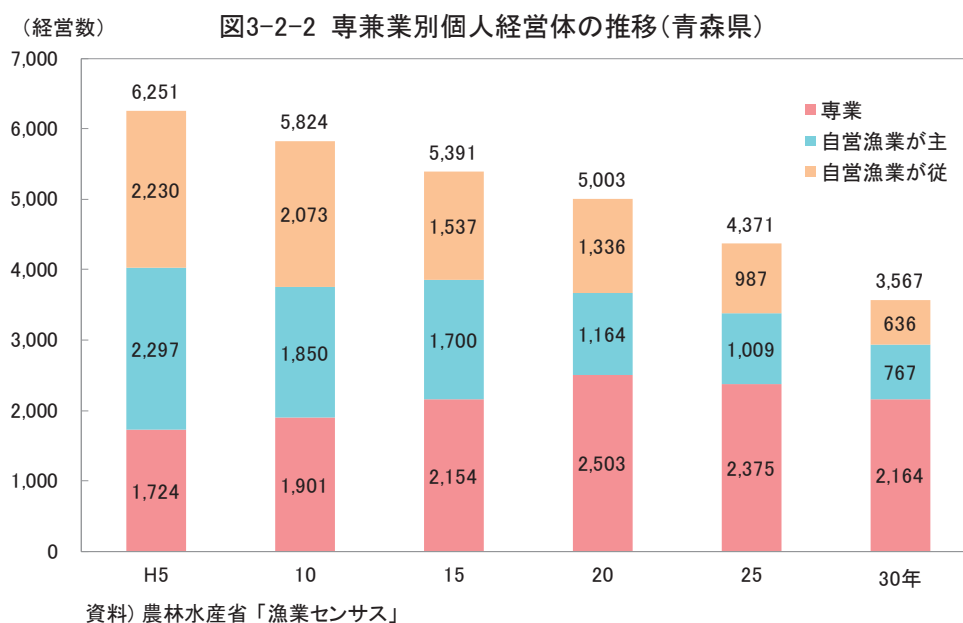
区分	経営体数		構成比		対前回は	
	H30	H25	H30	H25	増減数	増減率
総経営体数	3,702	4,501	100%	100%	△799	△17.8
個人経営体	3,567	4,371	96.4%	97.1%	△804	△18.4
団体経営体	135	130	3.6%	2.9%	5	3.8
┌ 会社経営	48	41	1.3%	0.9%	7	17.1
├ 漁業協同組合	9	14	0.2%	0.3%	△5	△35.7
├ 漁業生産組合	5	5	0.1%	0.1%	0	0.0
└ 共同経営	72	69	1.9%	1.5%	3	4.3
└ その他	1	1	0.03%	0.02%	0	0.0

資料) 農林水産省「漁業センサス」

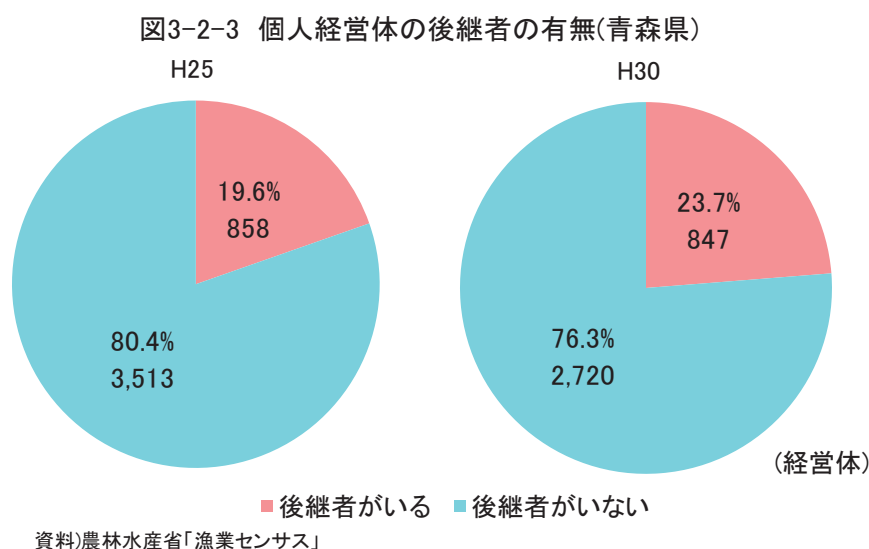
② 個人経営体

個人経営体(3,567経営体)を専兼業別にみると、専業(自営漁業のみの経営体)は2,164経営体で、前年に比べ211経営体(8.9%)減少しています。

兼業(自営漁業以外の仕事に従事した者のいる経営体)は1,403経営体で、前年に比べ593経営体(29.7%)減少しました。そのうち、「第1種兼業」(自営漁業が主)である経営体は767経営体で前年に比べ242経営体(24.0%)減少し、「第2種兼業」(自営漁業が従)である経営体は636経営体で前年に比べ351経営体(35.6%)減少しています。(図3-2-2)



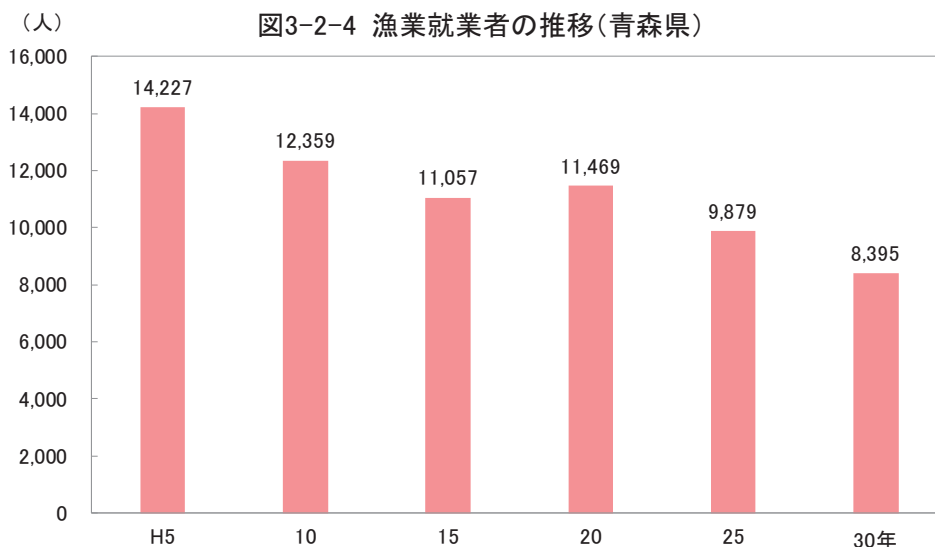
個人経営体のうち、自営漁業の後継者(満15歳以上で調査期日前1年間に漁業に従事し、将来自営漁業の経営主になる予定の者)の有無をみると、自営漁業(個人経営体)の後継者のいる経営体は847経営体で、前年に比べ11経営体、率にして1.3%少なくなっており、全個人経営体に占める割合は23.7%となっています。(図3-2-3)



③ 漁業就業者数

漁業就業者数は8,395人で、前回に比べ1,484人(15.0%)減少しました。

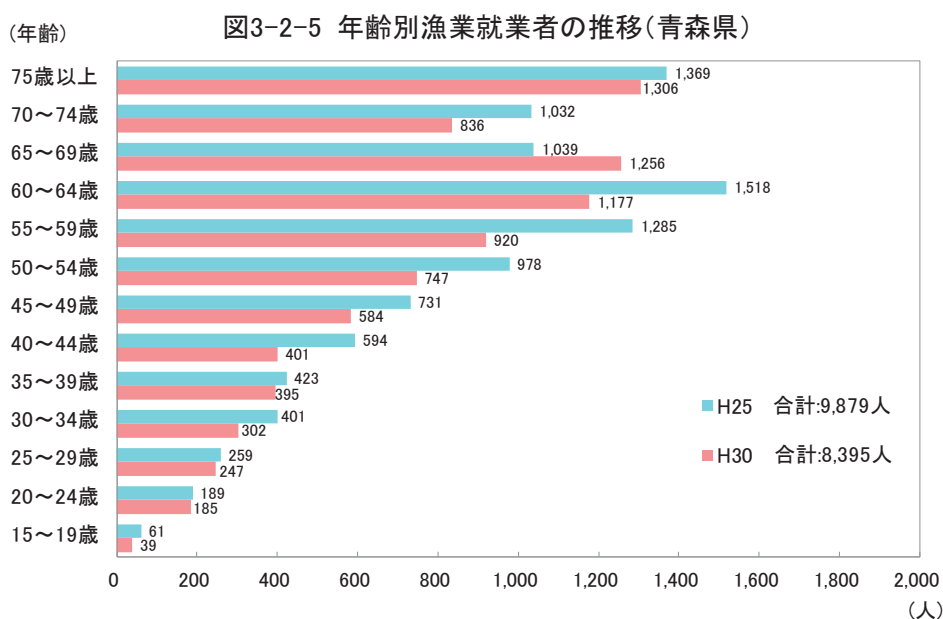
また、全国と比べると、増減率は全国値(マイナス16.2%)より1.2ポイント小さくなっており、漁業就業者数の全国順位は、前回と同じ3位となっています。(図3-2-4)



資料) 農林水産省「漁業センサス」
 ※H20年時の就業者数はH15年時よりも増加しているが、内訳の「漁業雇われ者」についての把握方法の見直しを行い、非沿岸市町村に居住する漁業雇われ者についても調査対象となったことによる。

漁業就業者数を年齢別にみると、64歳以下では、全ての区分で減少傾向にあります。

一方、65歳以上では、65歳～69歳で1,256人と前回より217人(20.9%)増加しています。また、70歳～74歳と75歳以上で前回より就業者数が減少していますが、平成5年(1993年)以降、65歳以上の就業者の構成比が最も高く、その割合も年々上昇しており、漁業就業者の高齢化が進んでいます。(図3-2-5)



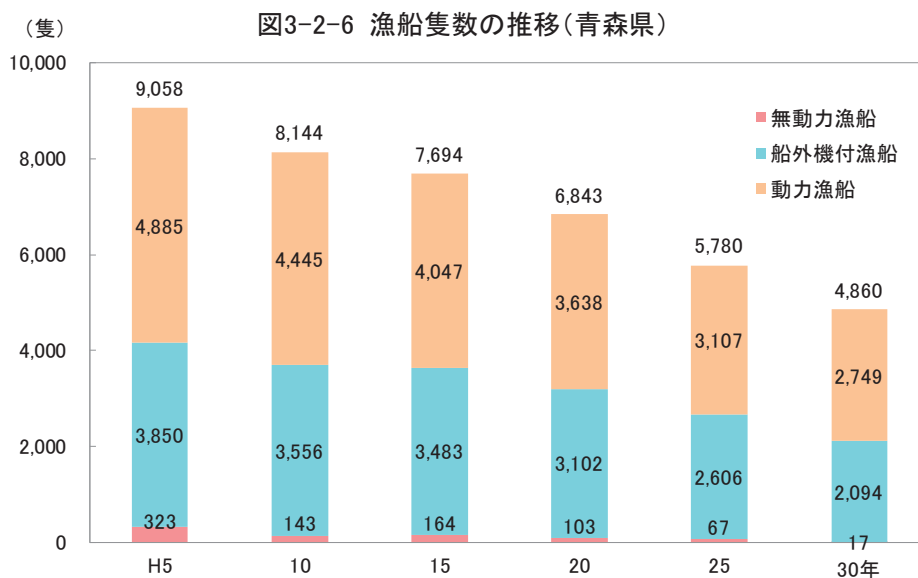
資料) 農林水産省「漁業センサス」

④ 漁船隻数

漁船隻数は、4,860 隻で前回に比べ 920 隻(15.9%)減少しました。漁船隻数は、昭和 63 年(1988 年)から減少を続けています。

また、全国と比べると、増減率は全国値(マイナス 13.6%)より 2.3 ポイント大きくなっており、漁船隻数の全国順位は、前回 6 位から 9 位となりました。

漁船隻数を種類別に前回と比べると、無動力漁船が 50 隻(74.6%)、船外機付漁船が 512 隻(19.6%)、動力漁船が 358 隻(11.5%)それぞれ減少しています。(図 3-2-6)



資料) 農林水産省「漁業センサス」