

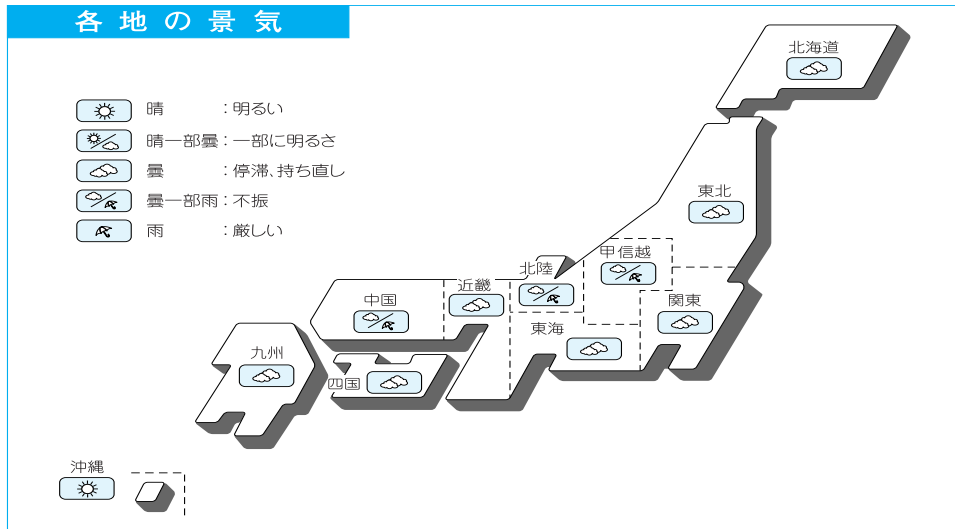
全国地方銀行協会










# 地方経済天気図

(平成25年10月発表分) から

## 緩やかな回復の動きが続いている

### 1. 各地の景況感



-  甲信越、北陸…個人消費が今夏の猛暑の影響から夏物衣料品、飲食料品を中心に増加。
-  中国…輸出は自動車、有機化合物（工業用薬品など）が好調。生産は一般機械、輸送機械が増加。
-  北海道…住宅建築が増加。輸出は全体の約1割を占める魚介類が倍増するなど回復。
-  東北…個人消費は乗用車販売が増加に転じ、住宅建築、公共工事も増加。
-  関東…百貨店販売で高額商品が増加したほか、夏物衣料品も好調。生産は一般機械、輸送機械が増加。
-  東海、四国…個人消費は高額商品が増加し、住宅建築も増加。
-  近畿…設備投資が製造業、非製造業ともに上向き。輸出は太陽光発電やスマートフォン向け電子部品などが増加。
-  九州…生産は金属製品、輸送機械を中心に増加し、公共工事も回復。
-  沖縄…住宅建築が増加。観光は国内客に加え、外国人客も増加し、好調持続。

### 2. 近県「現在の景況」

#### 「宮城県」

全体として景気は、回復のテンポは鈍化してきているが、震災復旧需要などに伴い経済活動は総じて高水準で推移しており、緩やかな回復の動きが続いている。

#### 「山形県」

一部に弱い動きがみられるものの、総じて持ち直しつつある。

#### 「新潟県」

緩やかに持ち直し。

#### 「栃木県」

一部に持ち直しの動きがみられる。

#### 「茨城県」

持ち直しの動きがみられる。

### 3. トピックス（東北・近県）

#### 「青森県」

深浦町の新名物「深浦マグロステーキ丼」（マグステ丼、6月にデビュー）について、3か月間の売上げや関連消費を含めた経済効果は約1億円に達すると試算。

#### 「秋田県」

10月1日、秋田県の観光資源を全国にPRするJRグループの大型観光キャンペーン「秋田Destinationキャンペーン」が開幕。「あきたにしました。」をキャッチコピーに12月末までの3か月間、県内各地で400を超える様々なイベントを繰り広げ、震災以降落ち込んでいる観光客の回復を目指す。県や観光関係者などで作る県観光キャンペーン推進協議会は、期間中の宿泊客数の目標を震災前年の2010年同期比18万人増の120万人に設定。

#### 「宮城県」

県は、平成25年度の基準地価調査結果（7月1日現在）を発表した。住宅再建を進める被災者の移転需要や復興事業に関わる企業などの事業用地確保の動きがみられたことなどから、県全体の平均価格（1㎡あたり）は61,400円（前年度比0.7%）となり、22年ぶりに上昇に転じた。用途別にみると、住宅地の平均価格は31,900円（同0.7%）となり、16年ぶりに上昇に転じ、また、商業地の平均価格も146,600円（同0.6%）となり、5年ぶりに上昇に転じた。

#### 「山形県」

山形銀行が実施した「やまぎん企業景況サーベイ（2013年7－9月調査）」（有効回答523社）におい

て、今年9月から実施されている電気料金値上げの影響についてきいたところ、全体では「業績を左右するほどではないが、多少の影響が出る」が68.0%、「かなり厳しい影響が出る」が17.1%、「ほとんど影響はない」が14.5%、「プラスの影響がある」が0.4%。業種別にみると、製造業では「かなり厳しい影響が出る」が25.1%を占めた。

#### 「新潟県」

新潟県が発表した2013年度の県内基準地価（7月1日時点）は、JR新潟駅前の商業地で上昇率が1.5%となるなど新潟市内の10地点が上昇に転じた。上昇した10地点のうち、住宅地が7地点。上昇地点が表れたのはリーマンショック前の2008年度調査以来5年ぶり。地価下落が続く値ごろ感が出たことや、消費税増税を控えた住宅の駆け込み需要などが背景。

#### 「栃木県」

あしぎん総合研究所の「女性社員の活躍促進に関する調査」（対象：足利銀行の栃木県、群馬県、茨城県、埼玉県取引先企業、7月中旬～8月上旬実施、有効回答1,041社、回答率55.6%）によると、女性社員の活躍促進の取組み状況は、「積極的に取組んでいる」もしくは「どちらかという」と取組んでいる」と回答した企業が全体の約6割。具体的取組み内容は、「女性社員（新卒・中途）の積極的な採用」が48.6%で最多、次いで「性別を問わない評価・人事制度の構築」や「管理職など重要ポストへの登用・昇進」が多い。女性の活躍推進の対策・解決策は、「社内（事業所）の意識改革」が40.6%で最多。

（出所：全国地方銀行協会地方経済天気図10月分より抜粋）

（担当：斎藤）