

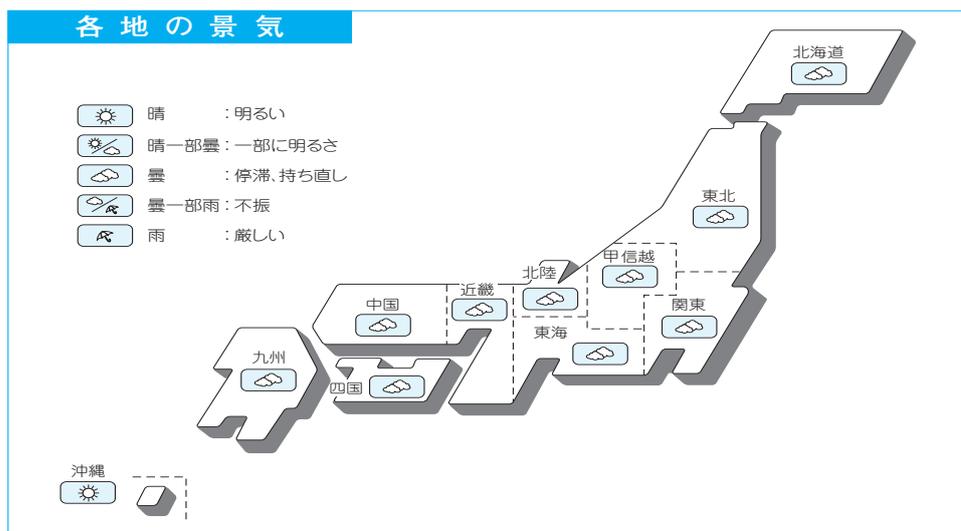
全国地方銀行協会

# 地方経済天気図

(平成27年4月発表分) から

## 緩やかな回復

### 1. 各地の景況感



-  • 北海道、東北…輸出が持ち直し、生産も輸送機械、電子部品で増産。
- 関東、近畿…公共工事が低調なもの、輸出は米国向けが好調、生産も緩やかに回復。
- 甲信越、四国、九州…個人消費は飲食料品が増加するも、乗用車販売が減少、全体では横這い圏内。設備投資は上向き。輸出が足許減少。
- 東海、中国…設備投資は伸び悩むものの、生産が輸送機械、電気機械を中心に上向き。住宅建築は低調。
- 北陸…個人消費が持ち直し、住宅建築も下げ止まり。北陸新幹線開業（3月14日）の効果に期待。
-  • 沖縄…観光は外国人観光客が増加し好調を持続、公共工事も回復。

### 2. 近県「現在の景況」

#### 「宮城県」

全体として景気は、一部に弱い動きがみられるものの、震災復興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、基調としては緩やかに回復している。

#### 「山形県」

消費税率引き上げの影響などにより、一部に弱い動きもみられるものの、緩やかに持ち直しつつある。

#### 「新潟県」

横這いで推移している。

#### 「栃木県」

現在の景気：鈍いながらも緩やかに回復している。

#### 「茨城県」

現在の景気：県内経済は、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」

3月23日、2016年春の北海道新幹線「新青森－新函館北斗」間開業に向け、青森・弘前・八戸・函館の4市は2016年4月から2017年2月まで行う広域観光キャンペーンの名称を「青函圏周遊博」と決めた。

#### 「岩手県」

岩手経済研究所が1月に実施した「いわて景気ウォッチャー調査」（回答数99）によると、県内景気現状判断指数は43.9と前回（3か月前39.9）に比べ4.0ポイント上昇したが、景気判断分かれ目の50を4期（12か月）連続で下回った。県内の景気ウォッチャーは景気の現状を、燃料価格の下落には好感を示しながらも消費増税の影響が依然みられることや、人手不足などを要因とした復興需要の停滞感から、景気の動きは弱いとみている。分野別では家計関連指数42.4（前回比3.8ポイント増）、企業関連指数44.8（同3.5ポイント増）、雇用関連指数52.8（同8.4ポイント増）とも上昇した。家計関連部門では、住宅関連部門が50.0まで回復したが、小売や飲食関連は30台と低迷し、消費増税による買い控えが続いている。企業関連は製造業の受注が回復しつつあり、雇用関連は2期ぶりに50を上回った。

#### 「秋田県」

3月19日、政府は国家戦略特区諮問会議において、規制緩和で地域経済を活性化する地方創生特区に、「農林・医療ツーリズム」を提案した秋田県の仙北市と、仙台市、愛知県の3地域を指定することを決めた。仙北市の提案では、国有林野の民間開放や外国人医師が診療所で診察できるようにすることなどを柱としている。

#### 「宮城県」

県は、サッカーJリーグ1部（J1）ベガルタ

仙台が平成26年度に県内に与えた経済効果を発表した。全体の波及効果は前年度比2億円（8.7%）減の21億円となり、推計を開始した平成18年度以降で最低となった。内訳としては、入場料、交通費、飲食費などの直接効果が約13億円、直接効果から生じる各産業への波及効果が約8億円となった。また、年間観客数は前年度比1万3,631人（4.6%）減の28万591人となった。

#### 「山形県」

フィデア総合研究所第35回「山形県内家計の消費動向調査」（3月調査分）によると、消費指数は、△73.0（前期比11.7ポイント上昇）と4期ぶりに回復した。内訳は景気判断指数が△32.9（前期比6.1ポイント上昇）、暮らし向き判断指数が△40.1（前期比5.6ポイント上昇）といずれも回復した。今後の見通しは、消費指数が△80.0（今回調査比7.0ポイント下落）と再び悪化の見込みとなっている。内訳は景気判断指数が△35.6（今回調査比2.7ポイント下落）、暮らし向き判断指数が△44.4（今回調査比4.3ポイント下落）と、いずれも悪化の見通しとなっており、なお先行き不透明な状況がうかがえる。

#### 「新潟県」

「にいがた酒の陣」が3月14、15日に新潟市の朱鷺メッセで開催された。来場者数は前年比20%増の11万9,975人と過去最高を記録。今回は県内90社の蔵元のうち86社が参加、約500種類の日本酒を振る舞っており、会場には若者のほか、台湾や韓国などからの外国人観光客も目立った。県酒造組合がまとめた平成26年の日本酒出荷量は前年比0.2%増の4万6,062klで、3年連続増加。同イベントは、新潟の酒のファンづくりにも一役買っており、当日は興味を持った日本酒を試飲して購入する参加者も多数みられた。

（出所：全国地方銀行協会地方経済天気図4月分より抜粋）

（担当：佐山）