

青森県経済統計報告

(2025年9月)

～本県経済は、回復の動きが一服しつつある。～

2025(令和7)年9月2日

総合政策部 統計分析課

目次

I 本県の推計人口

1 推計人口	P1
2 人口動態	P2

II 本県の経済動向

1 生産動向（鉱工業生産指数）	P3
2 消費	P4
(1) 個人消費 ー ①百貨店・スーパー販売額、②JCB消費NOW ③乗用車新車登録・届出台数、④観光入込客数・宿泊者数	
(2) 建設 ー ①住宅建設、②公共工事	
3 雇用等	P9
(1) 雇用 ー ①給与・労働時間、②有効求人倍率、③HROg賃金Now	
(2) 企業倒産	
(3) 物価 ー 消費者物価指数	
4 景気動向	P14
(1) 青森県景気動向指数	
(2) 青森県景気ウォッチャー調査	
総括（総括判断、各経済動向の判断）	P16

I 本県の人口

1 推計人口

● 令和7年8月1日現在の本県推計人口 1,147,374人 (対前月 1,096人の減少)

【 令和 7 年 8 月 1 日 現在 】

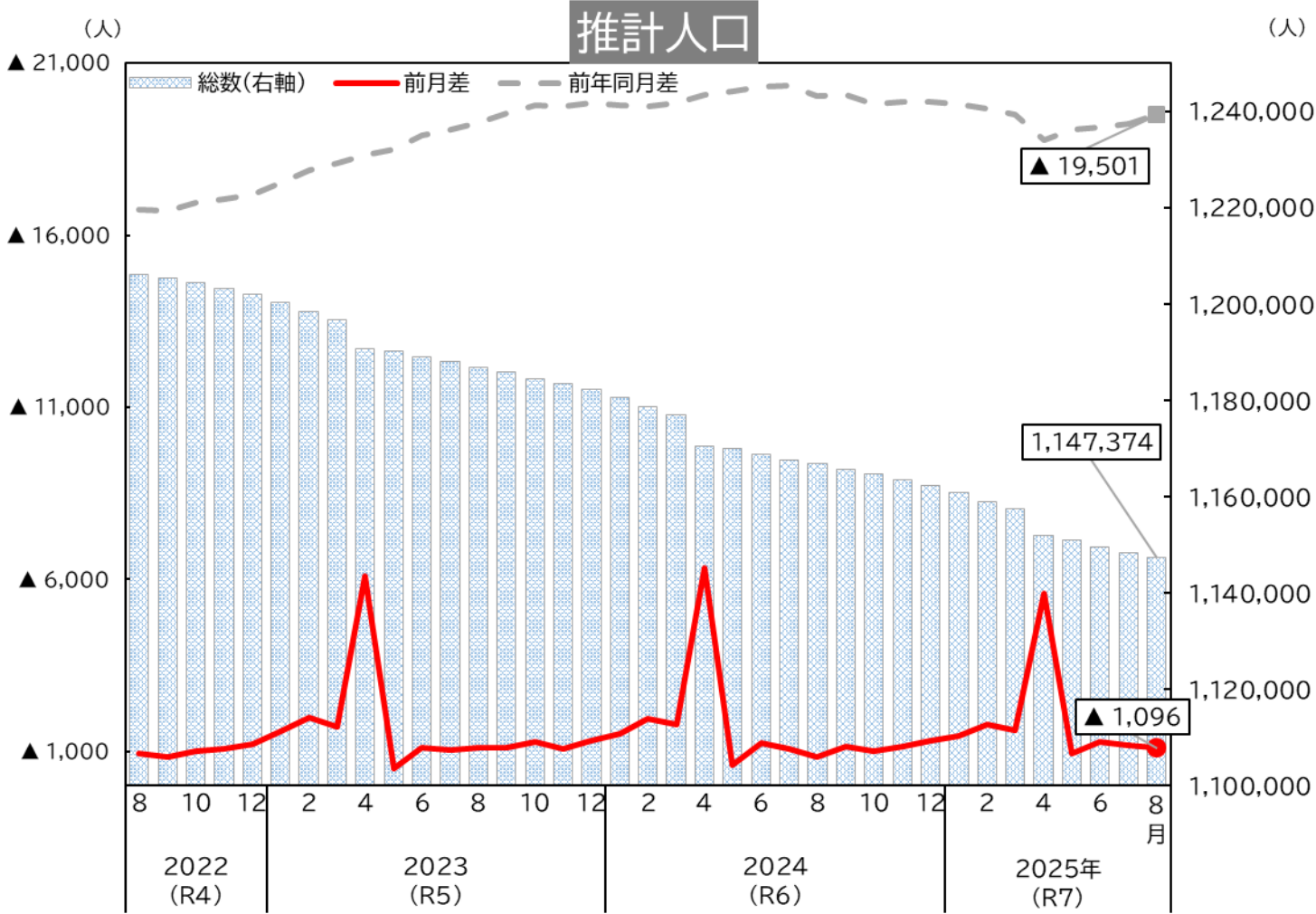
総人口 1,147,374 人

【1か月間の人口移動】

総人口	▲ 1,096 人
自然増減	▲ 1,179 人
出生	410 人
死亡	1,589 人
社会増減	83 人
県外から転入	1,637 人
県外への転出	1,554 人

【1年間の人口移動】

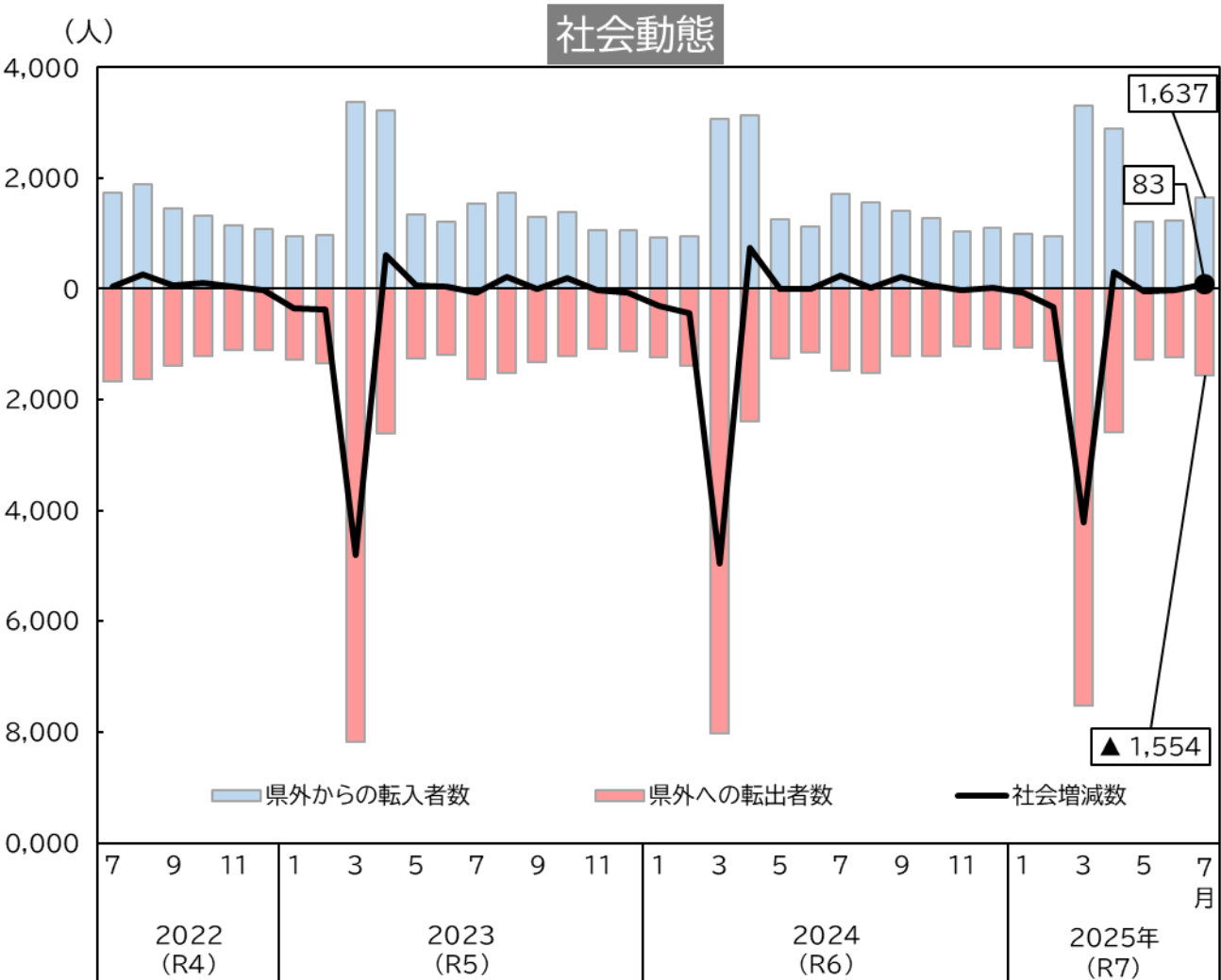
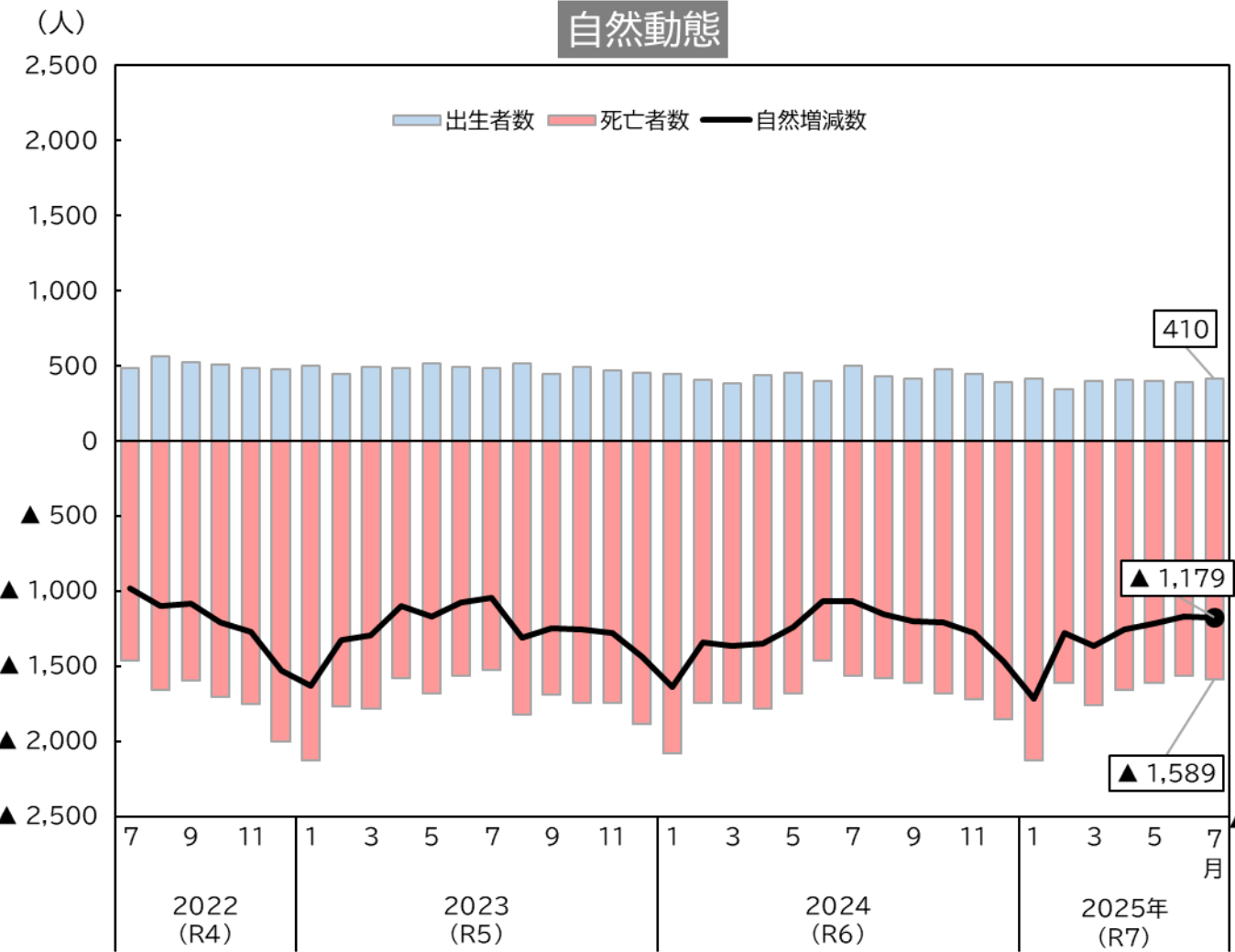
総人口	▲ 19,501 人
自然増減	▲ 15,509 人
出生	4,874 人
死亡	20,383 人
社会増減	▲ 3,992 人
県外から転入	18,612 人
県外への転出	22,604 人



資料：県統計分析課「青森県の推計人口」
※各月 1 日現在
※2020(R2)年11月 1 日以降の人口は、「令和 2 年国勢調査」人口（確定値 総務省統計局 令和3年11月30日）を基礎に次式により推計している。
<計算式> 県の推計人口=前月の人口+自然増減数（出生者数-死亡者数）+社会増減数（県外からの転入者数-県外への転出者数）

【2025(令和7)年7月の人口動態】

- 自然動態 ▲ 1,179 人（出生 410 人、死亡 1,589 人）（再掲）
- 社会動態 83 人（転入 1,637 人、転出 1,554 人）（再掲）

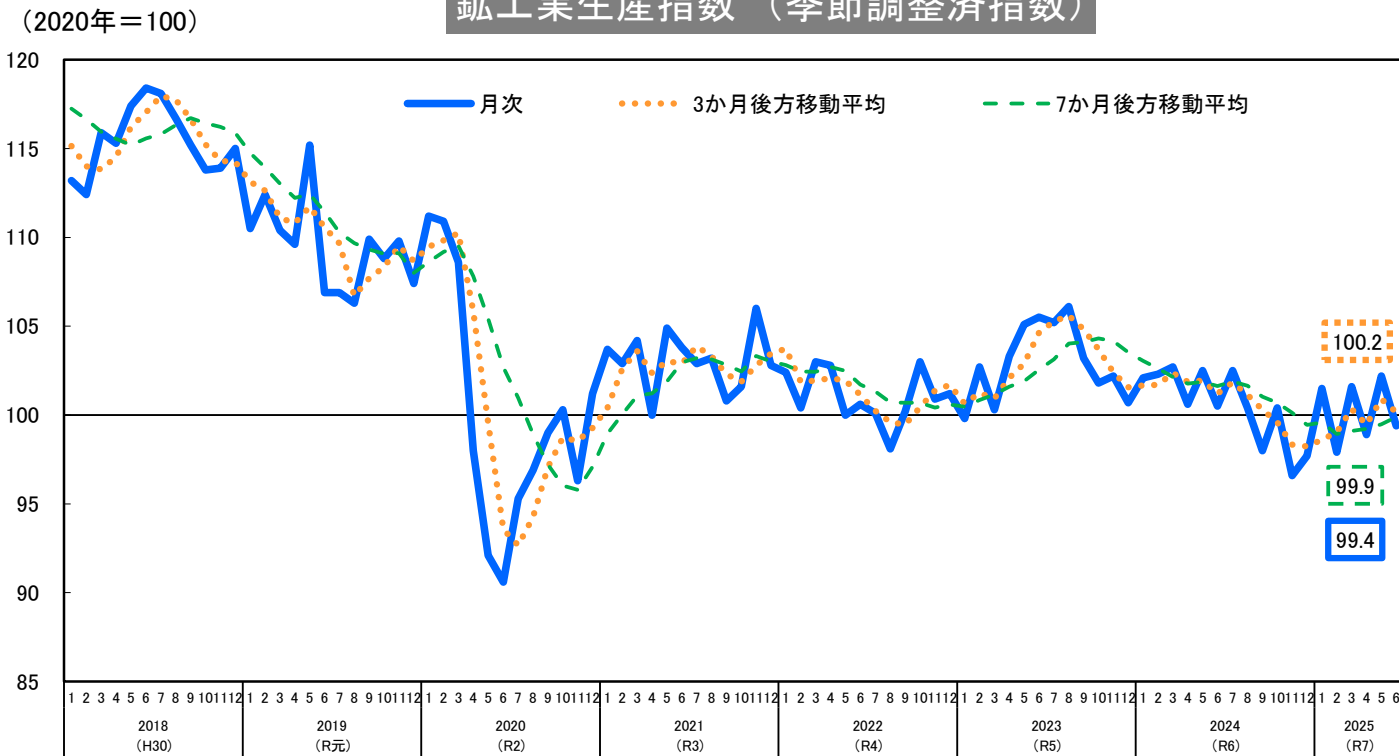


資料：県統計分析課「青森県の推計人口」
※各月1日現在
※2020(R2)年11月1日以降の人口は、「令和2年国勢調査」人口（確定値 総務省統計局 令和3年11月30日）を基礎に次式により推計している。なお、県の推計人口には、県内市町村間の移動者数を含んでいないため、各市町村の推計人口の総計とは一致しない。
<計算式> 県の推計人口=前月の人口+自然増減数（出生者数－死亡者数）+社会増減数（県外からの転入者数－県外への転出者数）

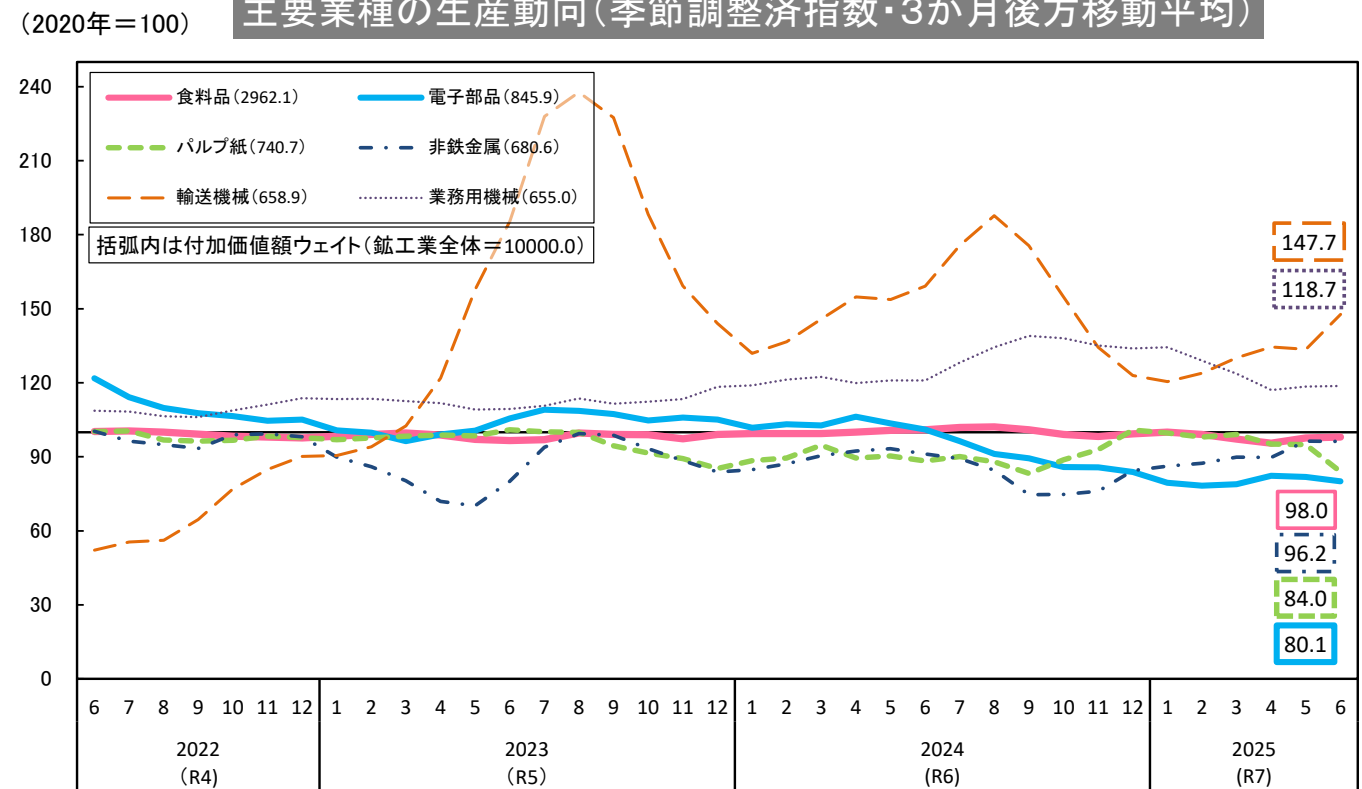
【2025(令和7)年6月の鉱工業生産指数（季節調整済指数）】 2020年＝100

- 鉱工業生産指数
(全体) 99.4 前月比▲2.7% 3か月後方移動平均前月比▲0.7%、7か月後方移動平均前月比+0.4%
- 主要業種(3か月後方移動平均ウエイト順)
食料品+0.4%、電子部品▲2.1%、パルプ紙▲11.5%、非鉄金属▲0.1%、輸送機械+10.6%、業務用機械+0.2%
- 参考 鉱工業生産指数(原指数) 98.7 前年同月比▲0.9% (8か月連続で前年同月を下回った。)

鉱工業生産指数（季節調整済指数）



主要業種の生産動向(季節調整済指数・3か月後方移動平均)



資料：県統計分析課「青森県鉱工業生産指数（速報）」

解説：鉱工業生産指数とは、鉱工業品目の生産量を指数化した指標。生産動向の把握や経済活動の動きをみる指標として使われる。

移動平均：時系列から不規則変動をならして傾向を把握するために使われる。3か月後方移動平均は足元の傾向、7か月後方移動平均は全体的な傾向を掴みやすい。

ウエイト：鉱工業全体にしめる品目や業種などの重要度の度合いを示す。

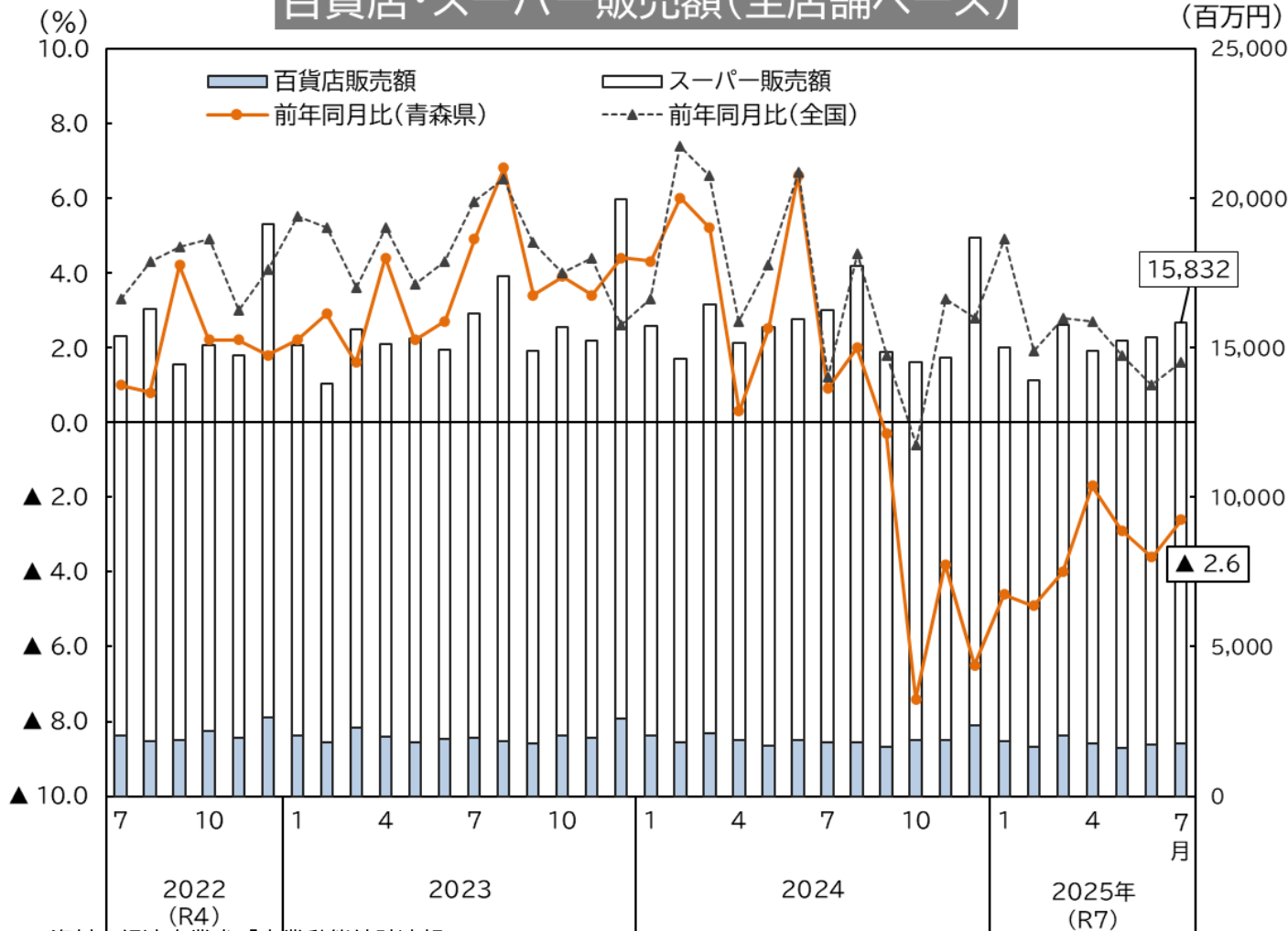
Ⅱ 本県の経済動向

2 消費 (1)個人消費 ①百貨店・スーパー販売額

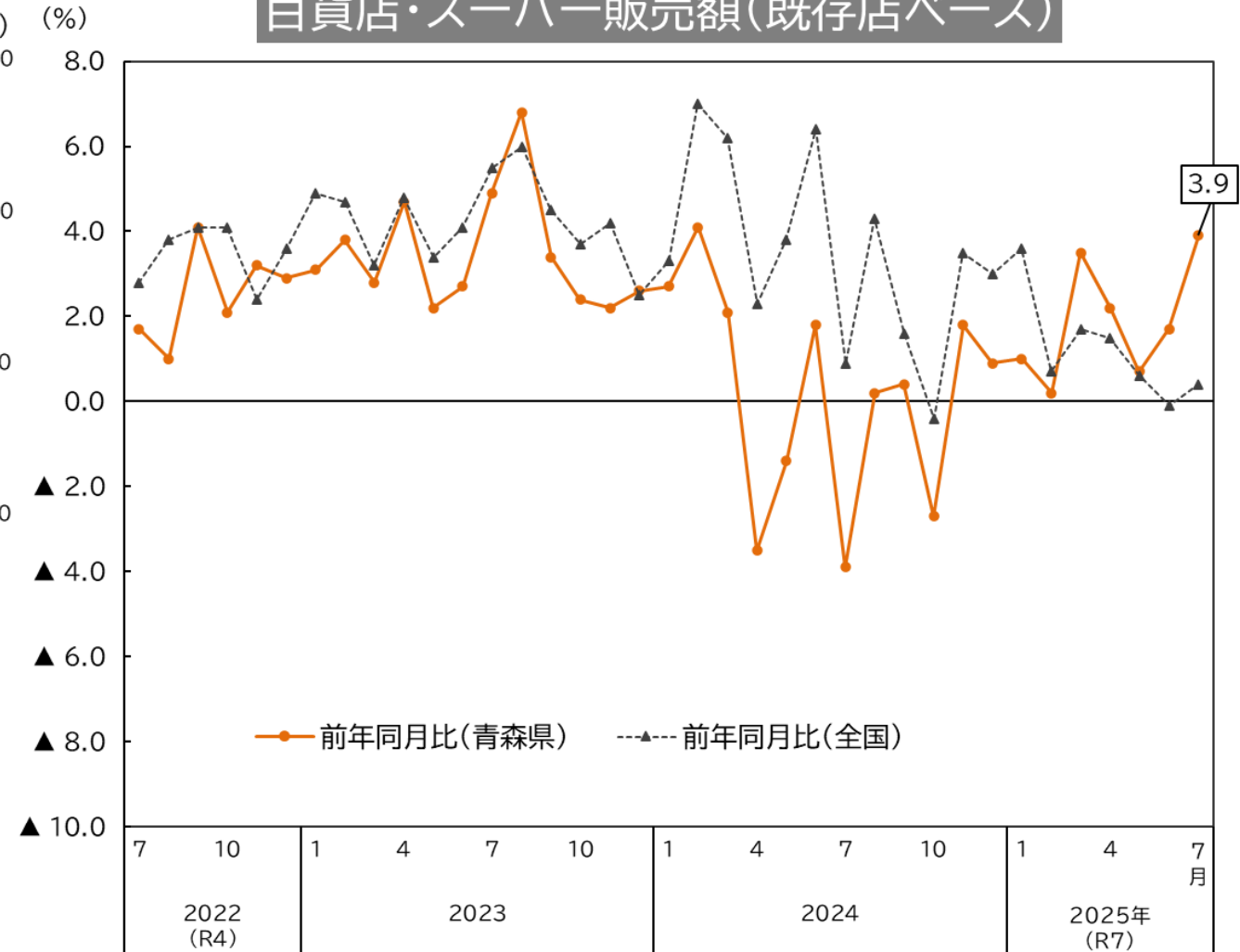
【2025(令和7)年7月の百貨店・スーパー販売額】

- 全店舗ベース販売額 158億円、前年同月比▲2.6%（11か月連続で前年同月を下回った。）
- 既存店ベース販売額 前年同月比+3.9%（9か月連続で前年同月を上回った。）

百貨店・スーパー販売額(全店舗ベース)



百貨店・スーパー販売額(既存店ベース)



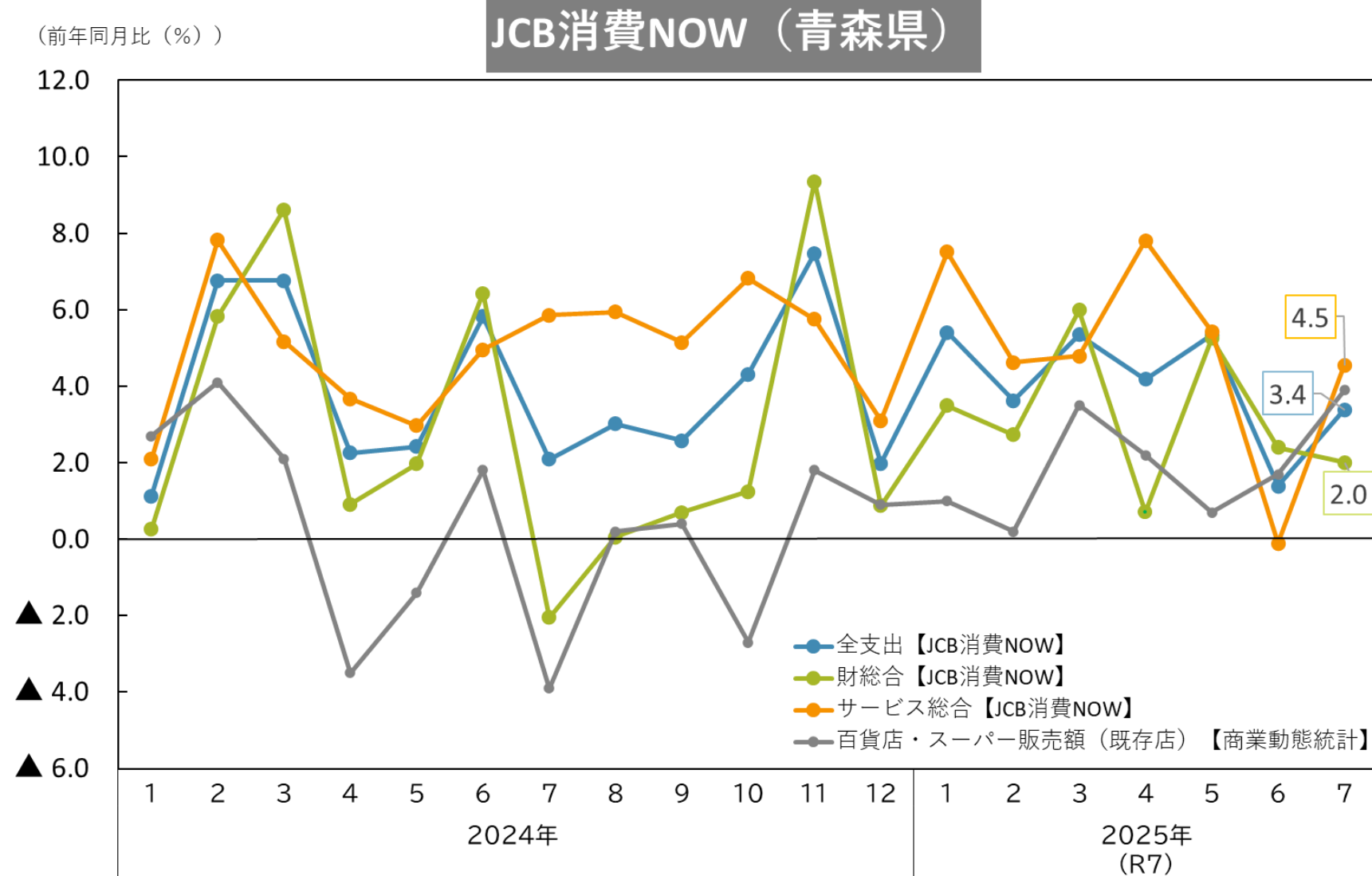
資料：経済産業省「商業動態統計速報」

※前年同月比は、調査対象事業所の見直しが行われた場合、この見直しによるギャップを調整するリンク係数で処理した数値で計算されている。2025(R7)年1月からは「2021(R3)年経済センサス-活動調査」に基づいた対象事業所の見直しが行われ、スーパー及び百貨店・スーパー合計額の前年同月比について、そのギャップを調整するリンク係数で処理された数値となっている。

解説：全店舗ベースとは、当月に調査対象となっている全ての事業所。既存店ベースとは、当月及び前年同月ともに調査の対象となっている事業所。百貨店とスーパーいずれについても、既存店ベースの売上高の前年同月比で販売の増減を把握するとともに、全店舗ベースの売上高の推移により消費の量感を把握する。

【2025(令和7)年7月の消費指数 (青森県)】

- 全支出+3.4%、財総合+2.0%、サービス総合+4.5% (全て前年同月比)



資料：株式会社ナウキャスト「JCB消費NOW」、経済産業省「商業動態統計(速報)」。「JCB消費NOW」の財総合指数と「商業動態統計(速報)」の百貨店+スーパー販売額(既存店)は一定の相関がある。

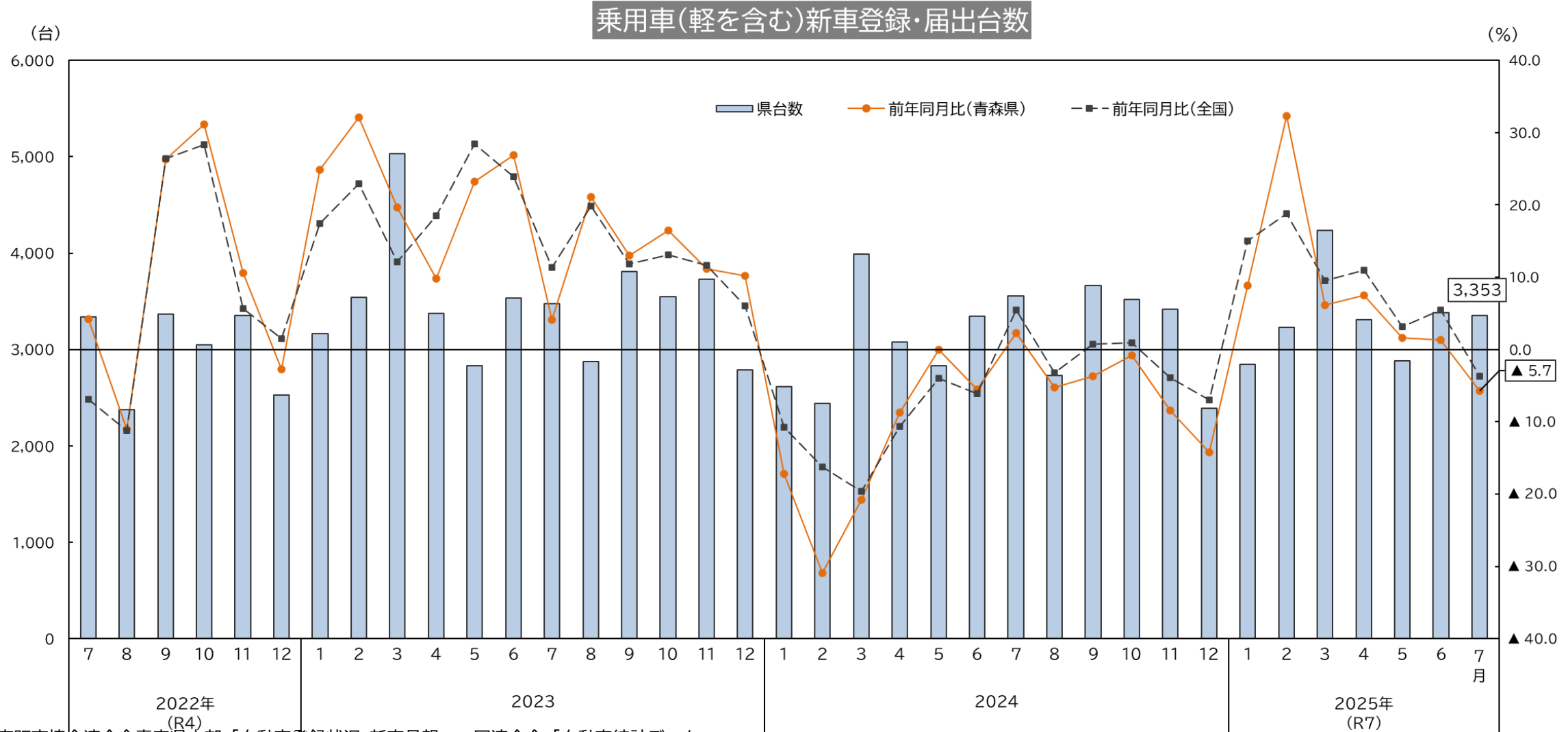
解説：クレジットカード決済データからみた消費動向。JCBグループ会員の中からランダム抽出した約1,000万会員の属性や決済情報を、個人が特定できない状態の情報へ加工し、統計処理した消費動向を示すオルタナティブデータ。GDPの約6割を占める「個人消費」は、オンラインでの購買行動やモノからサービスへの消費生活の変化によって、実態が捉えづらいことからインターネットショッピングやサービス産業の動向も含む多様な消費動向を捉える指標として活用できる。JCB消費NOWの前年同月比は、2016(H28)年4月時点をもとに算出した値を前年同月と当該月で比較したもの。

Ⅱ 本県の経済動向

2 消費 (1)個人消費 ③乗用車新車登録・届出台数

【2025(令和7)年7月の乗用車新車登録・届出台数】

- 登録・届出台数 3,353台、前年同月比▲5.7%（7か月ぶりに前年同月を下回った。）
- 普通車、小型車が減少したことによる。



資料：日本自動車販売協会連合会青森県支部「自動車登録状況 新車月報」、同連合会「自動車統計データ」

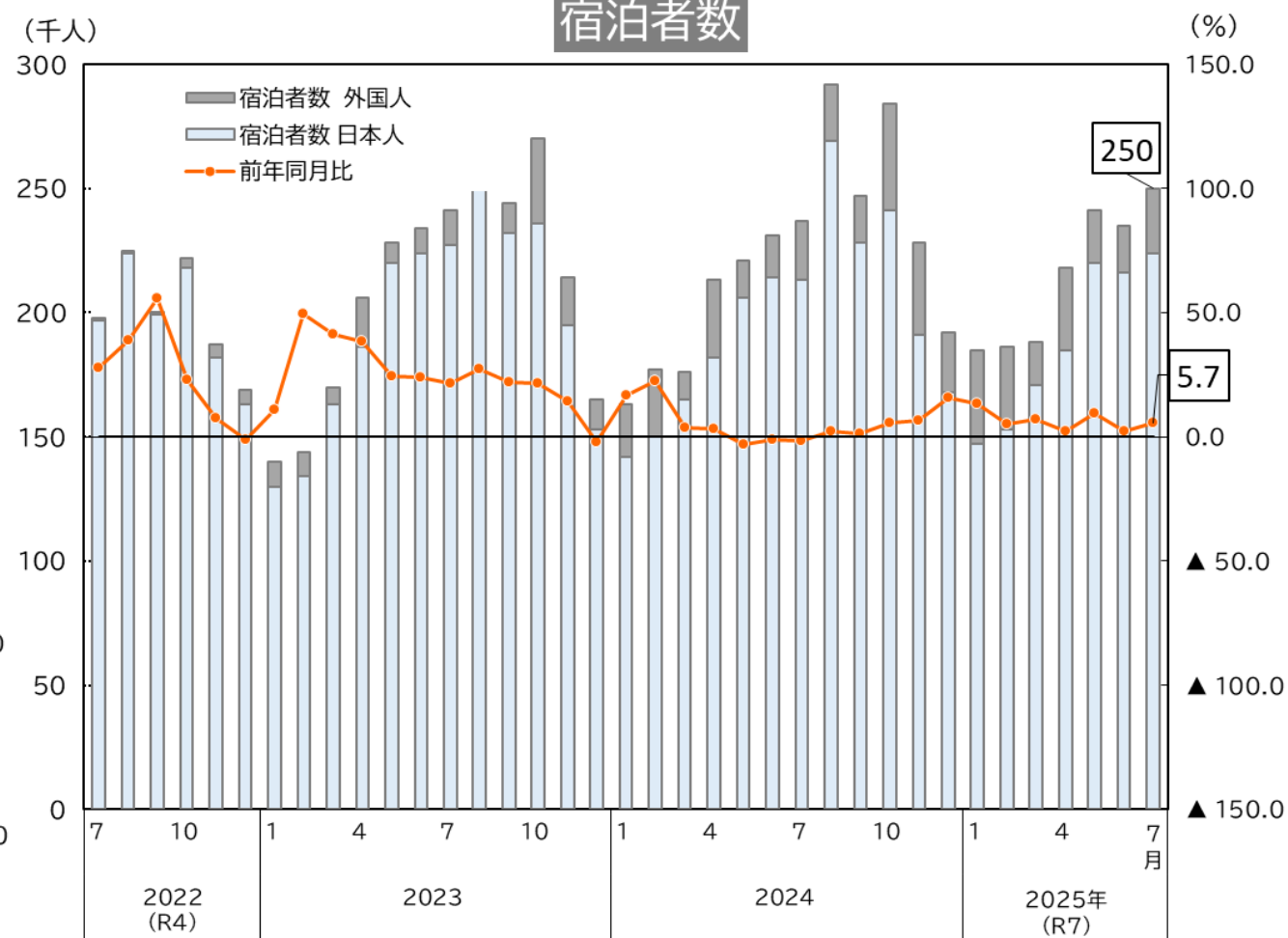
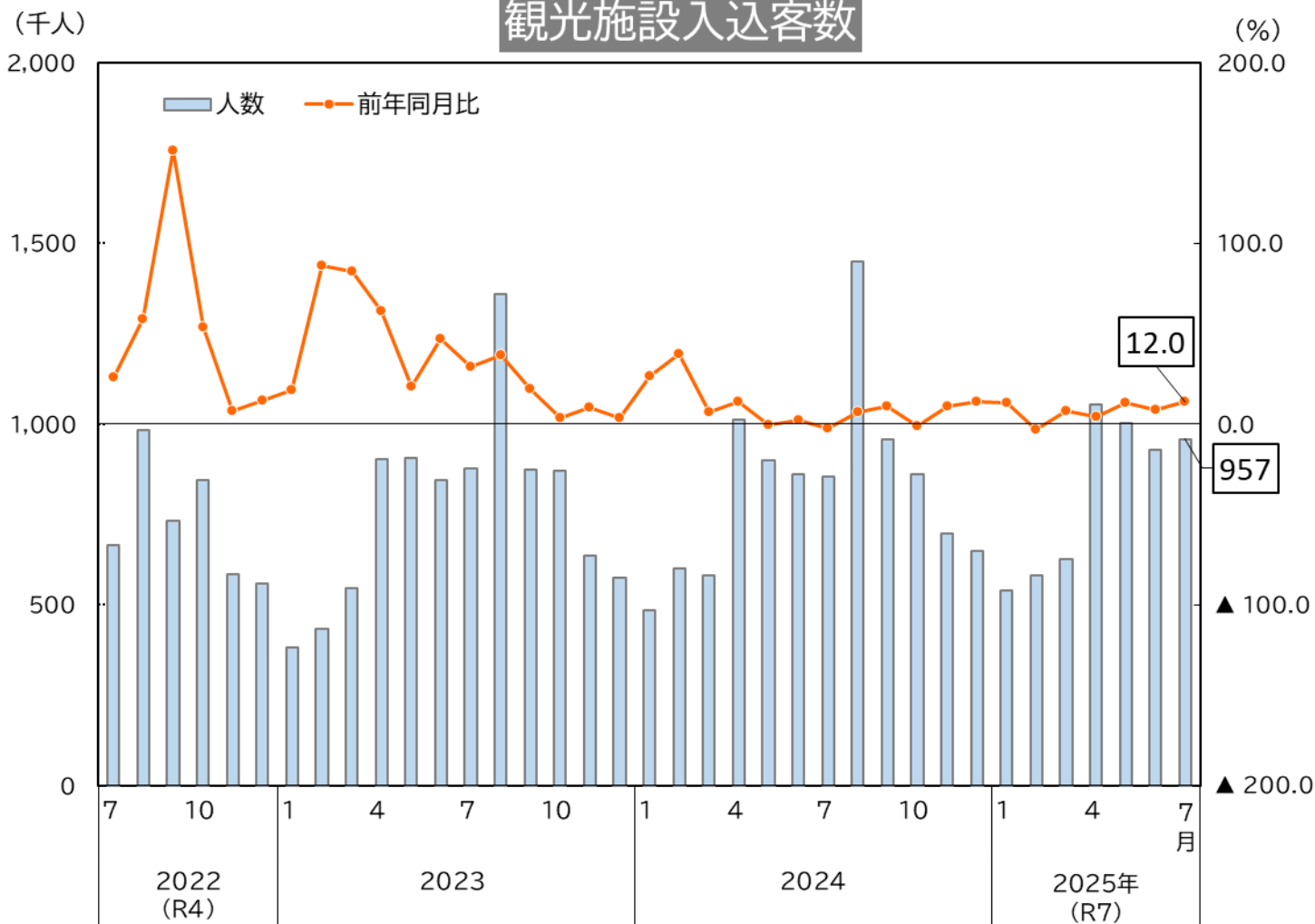
解説：乗用車新車登録・届出台数とは、耐久消費財の販売動向を消費の側面から捉えた指標。また、自動車生産には、鉄板を始めタイヤ、ガラス、各種電子機器など多様な商品・機器を必要とすることから、生産動向とも密接な関係があり、景気動向指数の先行系列の指標とされている。なお、エコカー補助金や消費税率の引上げを含めた税制改正などの政策は販売動向に大きく影響を与える。

【2025(令和7)年7月の観光入込客数・宿泊者数】

- 観光入込客数 95万7千人、前年同月比+12.0%（5か月連続で前年同月を上回った。）
- 宿泊者数 25万人、前年同月比+5.7%（12か月連続で前年同月を上回った。）
うち、外国人宿泊者数は2万6千人泊、前年同月比+6.0%

観光施設入込客数

宿泊者数



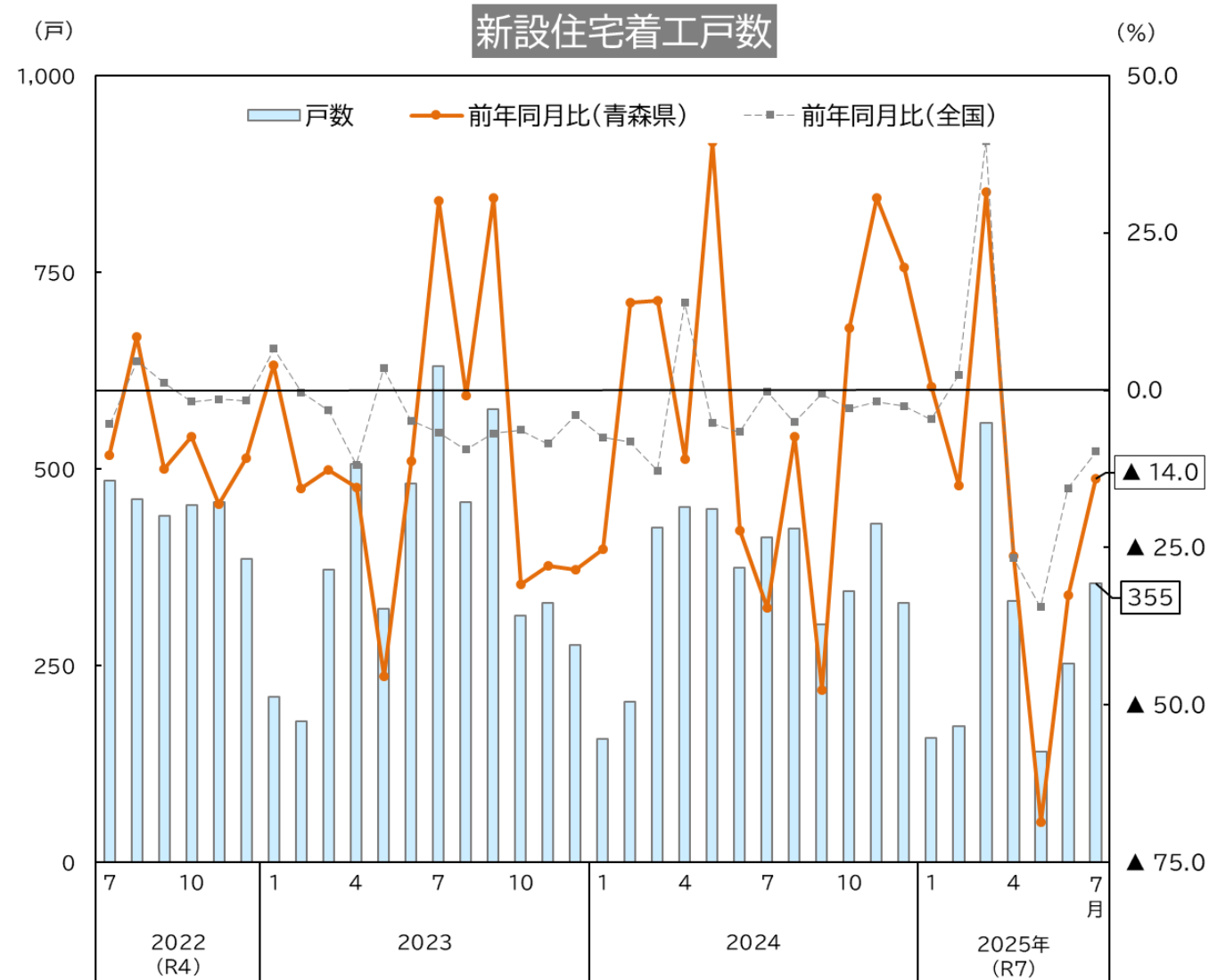
資料：県観光政策課「月例観光統計」

※観光施設35施設（2025(R7)年1月以降は35施設対比）

※宿泊施設74施設（2024(R6)年4月以降は74施設対比）

【2025(令和7)年7月の新設住宅着工戸数】

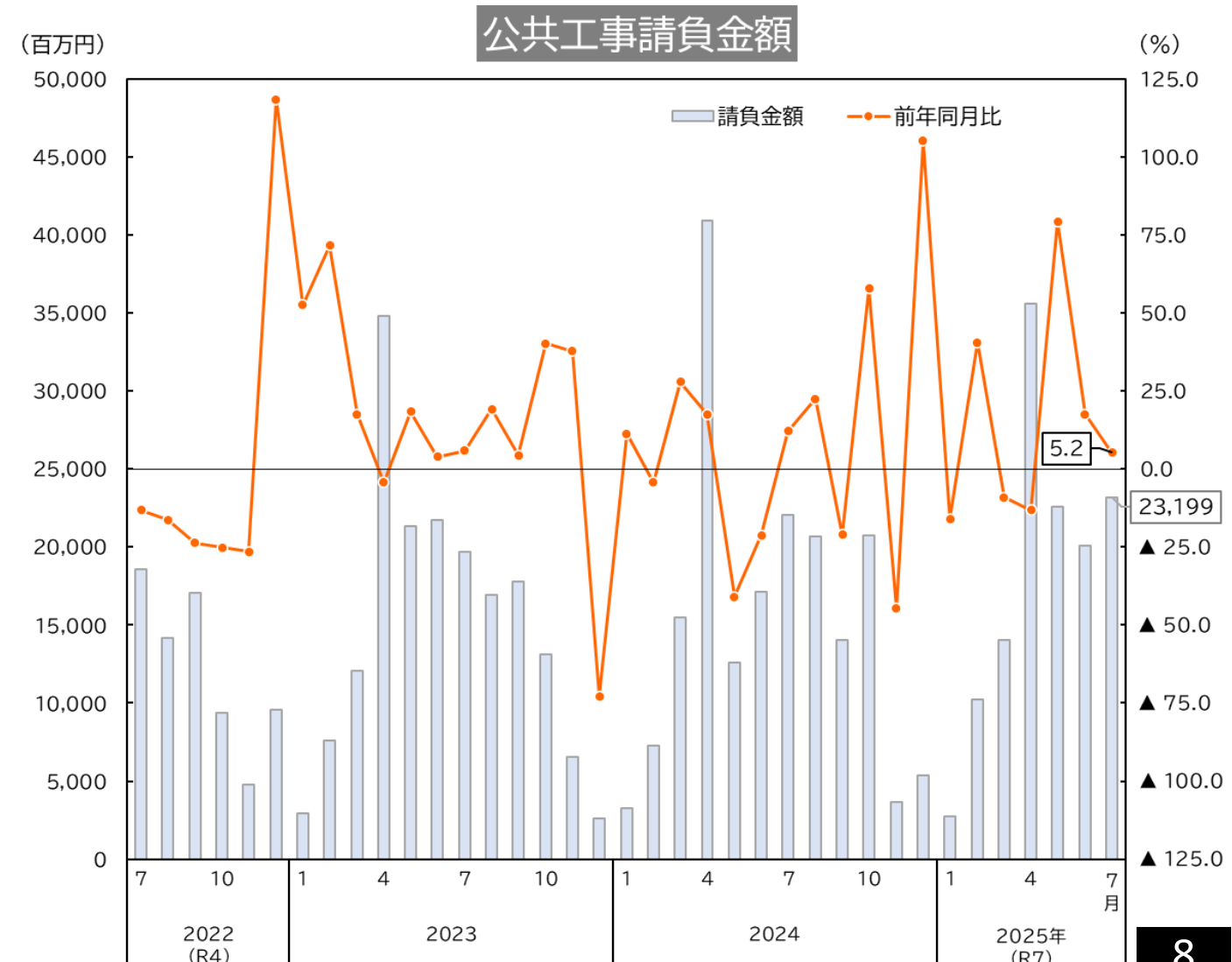
- 新設住宅着工戸数 355戸、前年同月比▲14.0%
(4か月連続で前年同月を下回った。)
- 持家、貸家が減少したことによる。



資料：県建築住宅課「建築着工統計」、国土交通省「建築着工統計調査報告」

【2025(令和7)年7月の公共工事請負金額】

- 公共工事請負金額 231億9,900万円、前年同月比+5.2%
(3か月連続で前年同月を上回った。)



資料：東日本建設業保証㈱青森支店「～前払金保証からみた～青森県内の公共工事の動向」

Ⅱ 本県の経済動向

3 雇用等 (1)雇用 ①給与・労働時間

【2025(令和7)年6月の給与、労働時間】

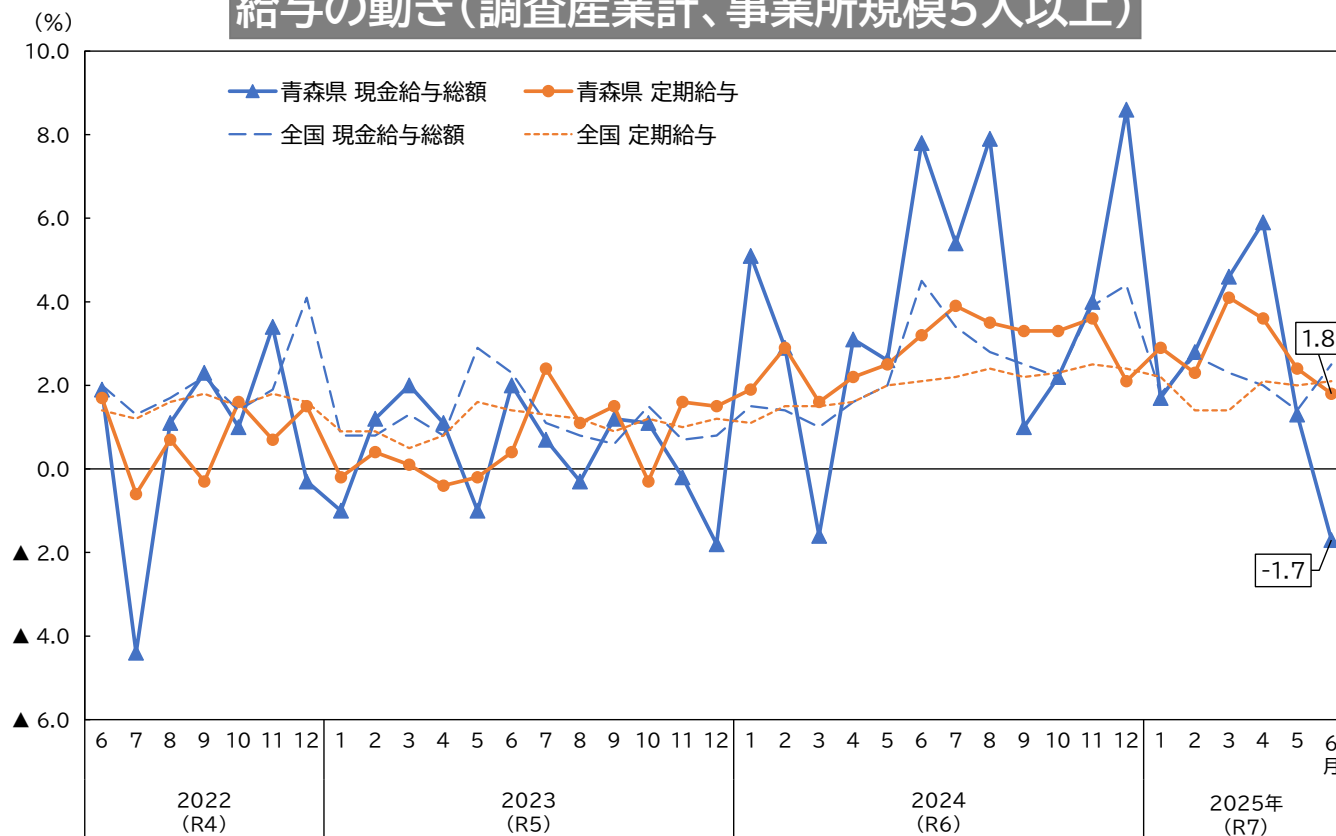
<事業所規模5人以上>

● 現金給与総額	373,267円、	前年同月比	▲ 1.7 % (15か月ぶりに前年同月を下回った。)
● 定期給与	239,709円、	前年同月比	+1.8 % (20か月連続で前年同月を上回った。)
● 総実労働時間	151.5時間、	前年同月比	+2.0 % (3か月連続で前年同月を上回った。)
● 所定外労働時間	8.8時間、	前年同月比	+7.3 % (16か月連続で前年同月を上回った。)

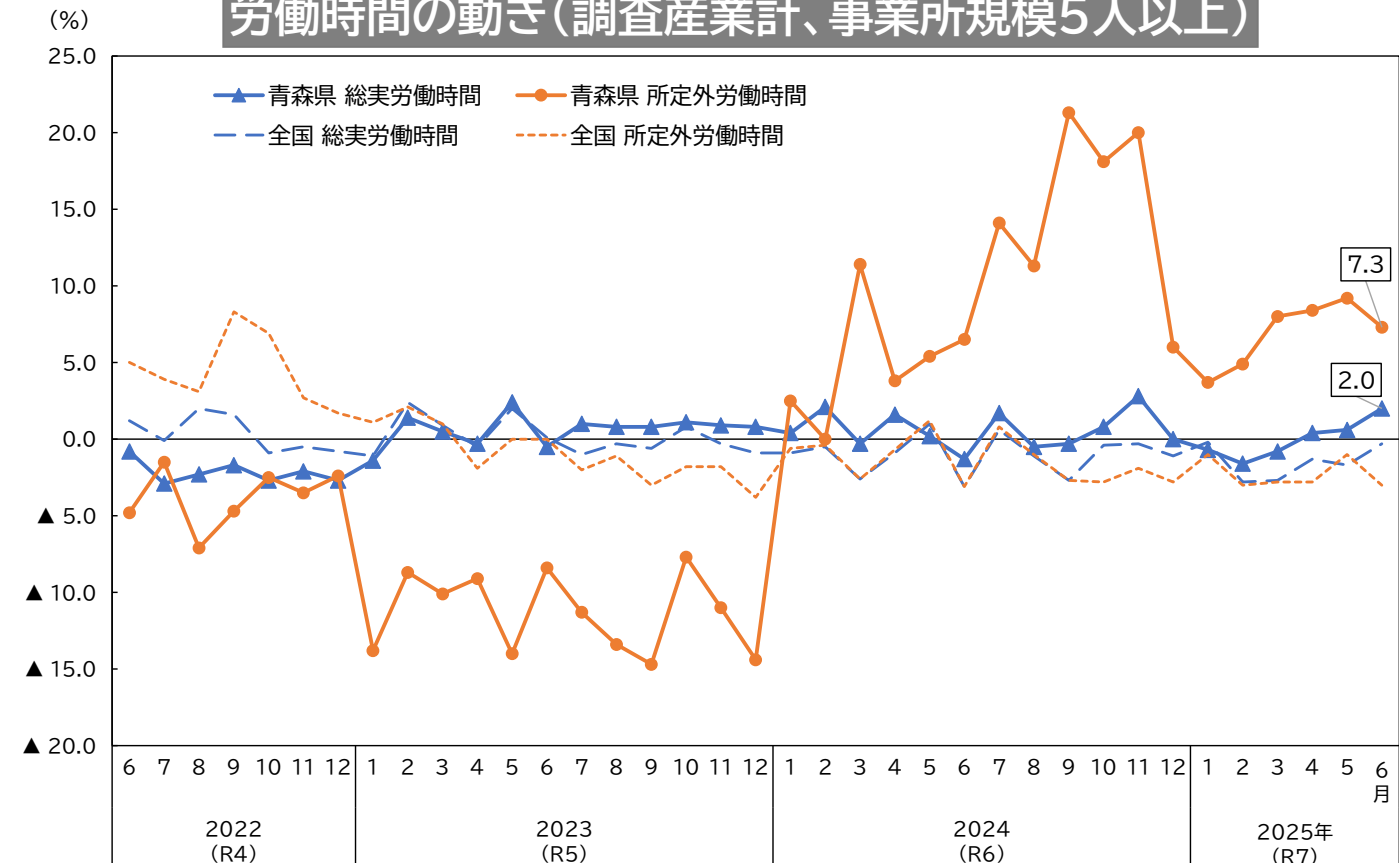
<参考：全国>

511,210円 (前年同月比 +2.5 %)
289,819円 (前年同月比 +2.1 %)
139.7時間 (前年同月比 ▲ 0.3 %)
9.7時間 (前年同月比 ▲ 3.0 %)

給与の動き(調査産業計、事業所規模5人以上)

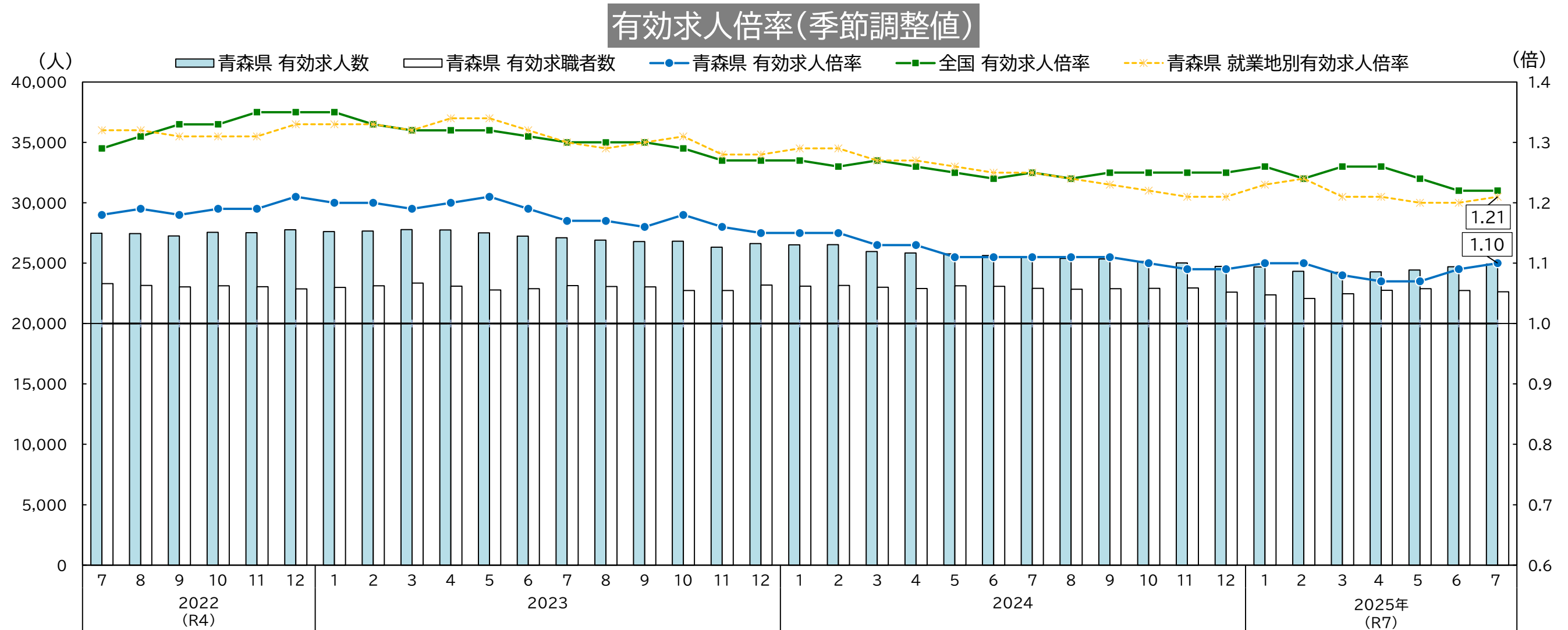


労働時間の動き(調査産業計、事業所規模5人以上)



【2025(令和7)年7月の有効求人倍率】

- 有効求人倍率（季節調整値） 1.10倍（52か月連続で1倍を上回った。）
- 就業地別有効求人倍率 1.21倍



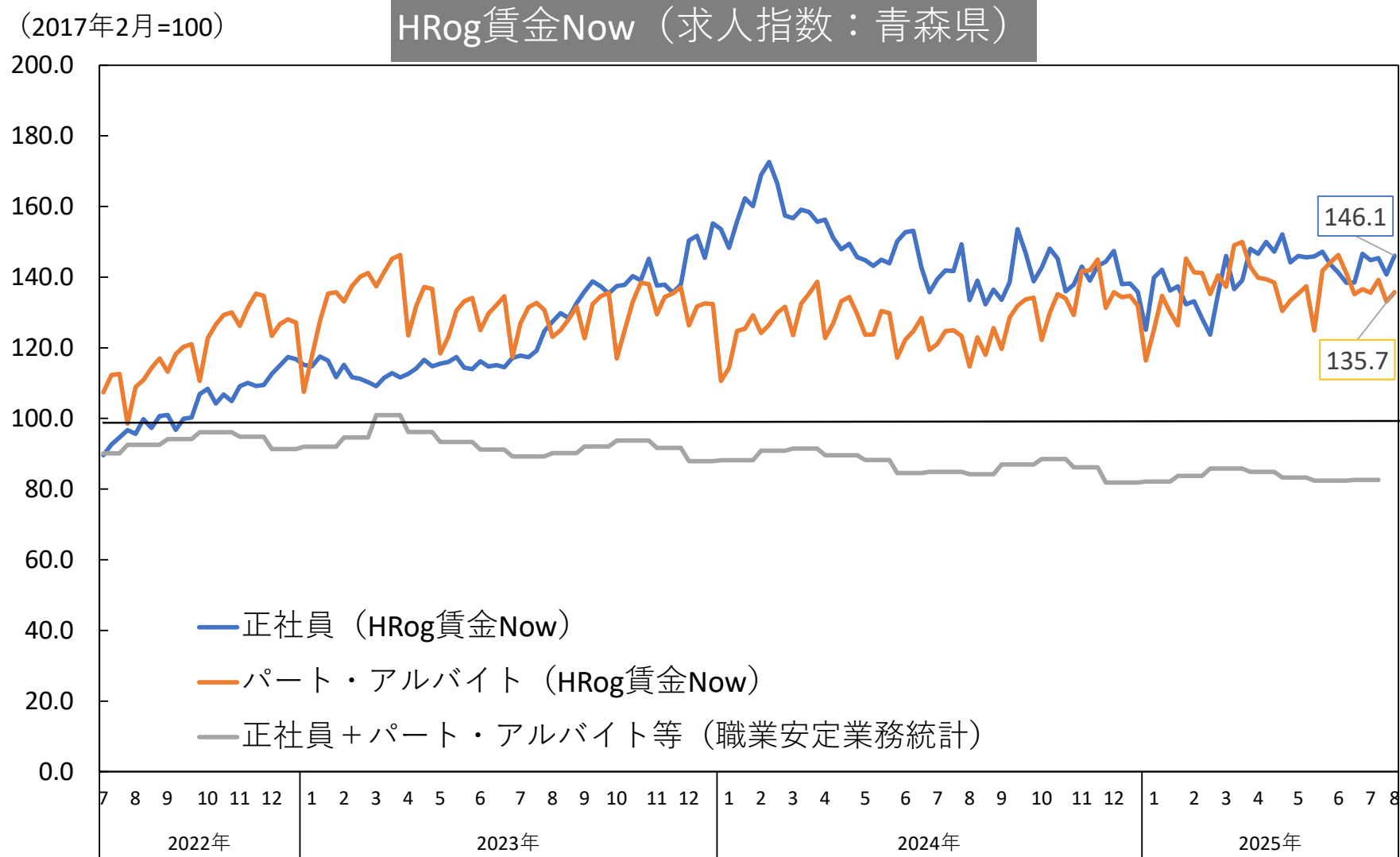
資料：青森労働局職業安定部職業安定課「職業安定業務取扱月報」、厚生労働省職業安定局雇用政策課「一般職業紹介状況」

解説：就業地別有効求人倍率とは、求人や求職の受理地ベースで算出されている有効求人倍率とは別に、就業地(実際に働く地域)別の求人数で計算した求人倍率。

例えば、東京の企業が地方の事業所の求人を一括して本社所在地のハローワークに提出すると、地方の求人倍率が実態よりも低くなり、本社が集まる都市部の求人倍率が高くなる傾向があるため、2005(H17)年2月分から公表されている。

【2025(令和7)年8月第2週までの求人指数（青森県）】

- 正社員 146.1（7月のトレンド：↑）
- パート・アルバイト 135.7（7月のトレンド：↑）

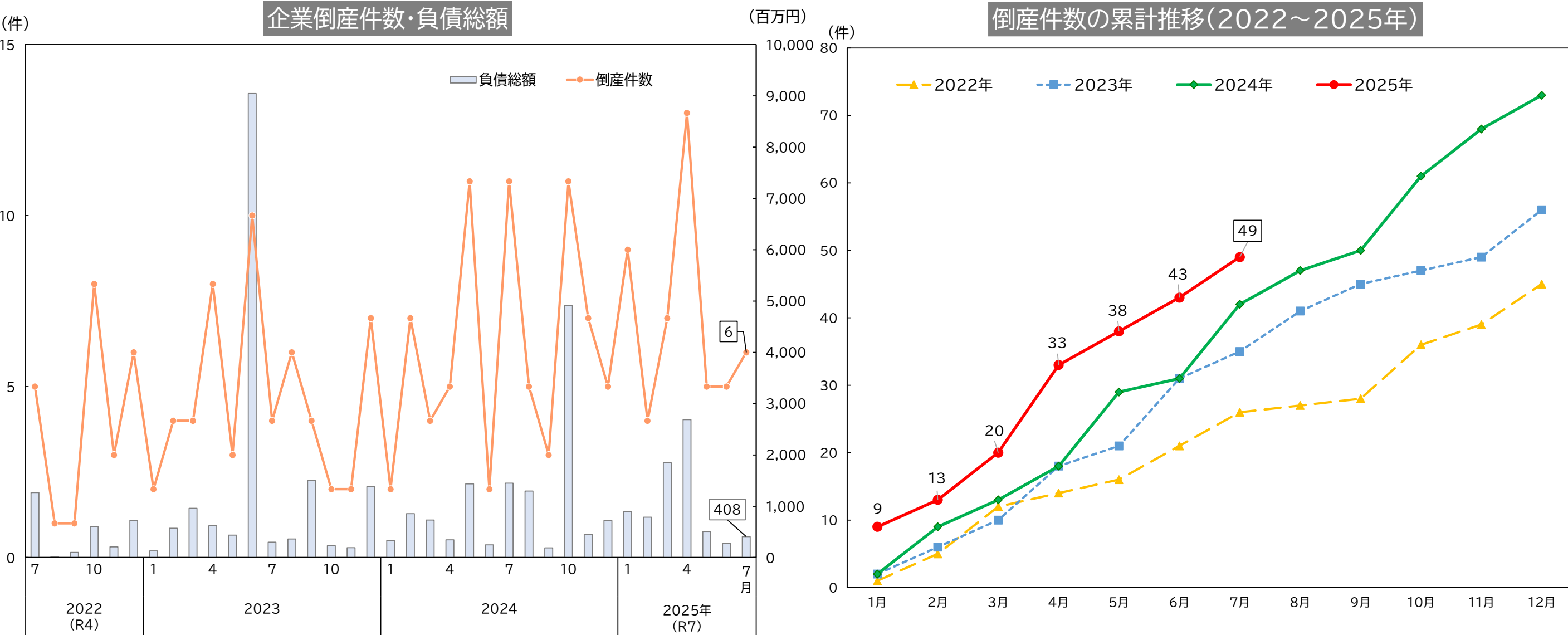


資料：株式会社ナウキャスト「HRog賃金Now (フロッグチンギンナウ)」、青森労働局職業安定部職業安定課「職業安定業務統計」より作成。

解説：HRog賃金Nowの求人指数は、求人広告サイト（民間+ハローワーク）をスクレイピングしたデータで算出した指数（原数値）で、2017年2月時点を100としている（週次）。職業安定業務統計（ハローワーク）の指数は、2017年2月時点の有効求人数（原数値）を100として算出（月次）。

【2025(令和7)年7月の企業倒産状況】

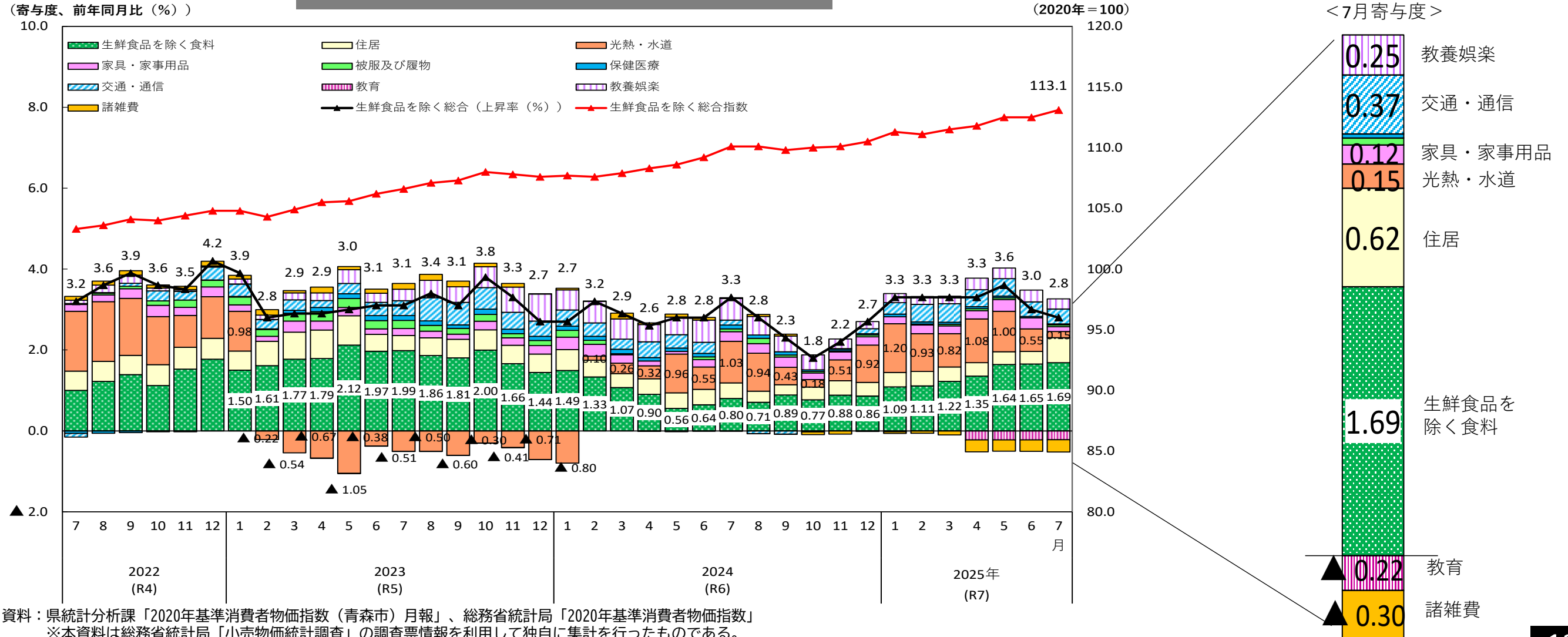
● 企業倒産件数 6件、負債総額 4億800万円



【2025(令和7)年7月の青森市消費者物価指数】 2020年＝100

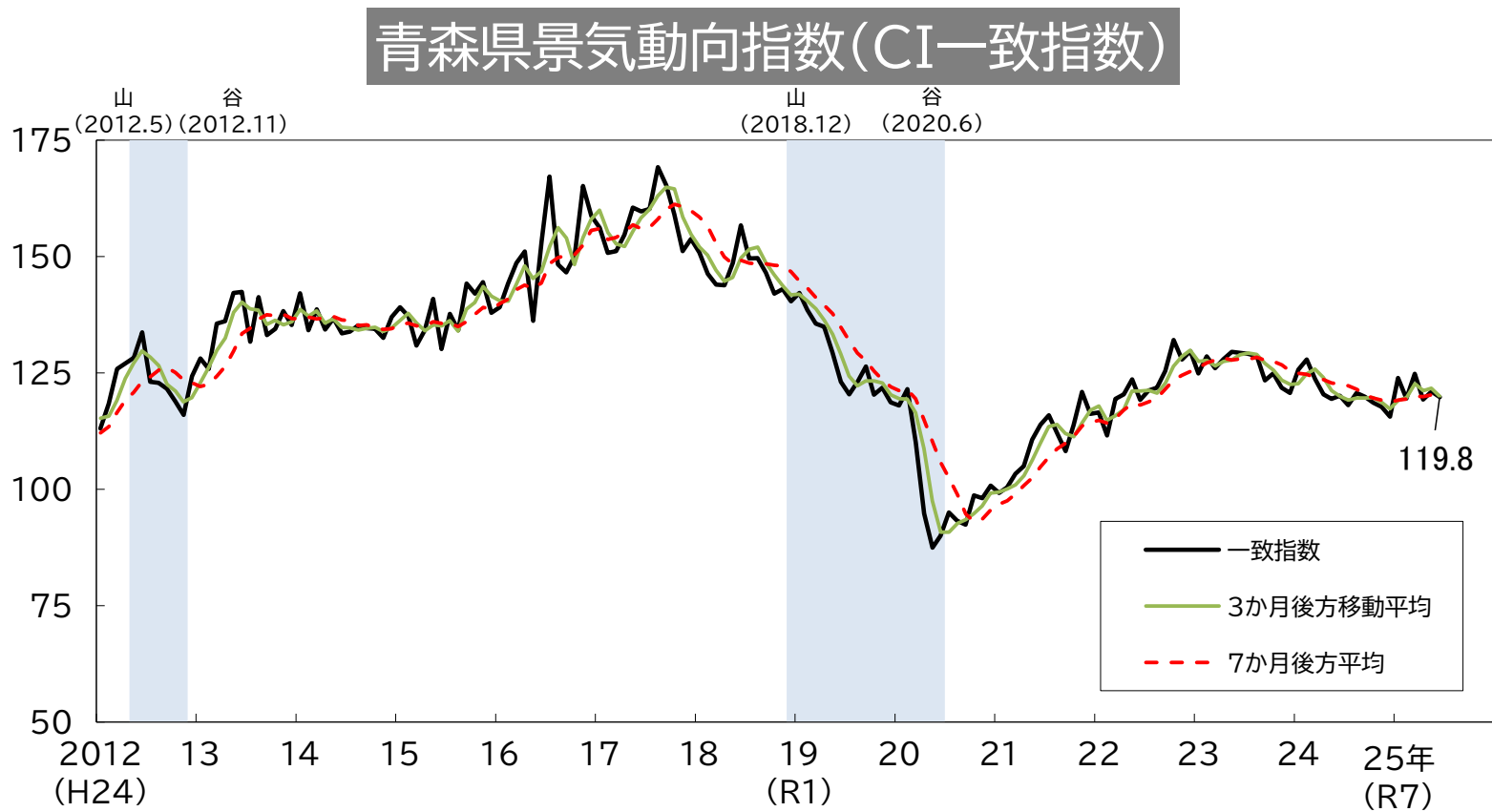
- 7月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合） 113.1 前年同月比+2.8%（前月から0.2ポイント低下）
- 上昇に寄与した主な費目は、生鮮食品を除く食料、住居等

青森市消費者物価指数（生鮮食品を除く総合）



【2024(令和7)年6月の青森県景気動向指数】 2020年＝100

- 一致指数 119.8（前月を1.3ポイント下回り、2か月ぶりに低下した。）
- 一致指数の系列のうち、雇用・生産関連の指標がマイナスに寄与した。



CI一致系列の寄与度・前月差

系 列 名		2025		
		4月	5月	6月
1. 百貨店・スーパー販売額（既存店）	前月差	-1.3	-1.5	1.0
	寄与度	-0.58	-0.63	0.39
2. 観光入込客数	前月比伸び率(%)	-2.0	-0.3	5.1
	寄与度	-0.20	0.02	0.71
3. 鉱工業生産指数	前月比伸び率(%)	-2.7	3.4	-2.7
	寄与度	-0.98	1.14	-1.02
4. 投資財生産指数	前月比伸び率(%)	-2.1	5.6	-7.3
	寄与度	-0.30	0.75	-1.04
5. 有効求人倍率（全数）	前月差	-0.01	0.00	0.02
	寄与度	-0.88	-0.19	1.28
6. 輸入通関実績（八戸港）	前月差	-8.1	1.2	-6.8
	寄与度	-0.60	0.09	-0.47
7. 所定外労働時間指数（全産業）	前月差	-12.2	3.5	-6.6
	寄与度	-1.97	0.57	-1.05
【C I 一致指数】	前月差(ポイント)	-5.5	1.8	-1.3
		119.3	121.1	119.8
※3か月後方平均	前月差(ポイント)	-1.5	0.5	-1.7
		121.2	121.7	120.0
※7か月後方平均	前月差(ポイント)	-0.1	0.4	0.3
		119.9	120.3	120.6

(参考)

先行指数 103.2(前月を4.6ポイント上回り、2か月ぶりに上昇した。)

遅行指数 90.8(前月を1.3ポイント下回り、2か月ぶりに低下した。)

資料：県統計分析課「青森県景気動向指数」

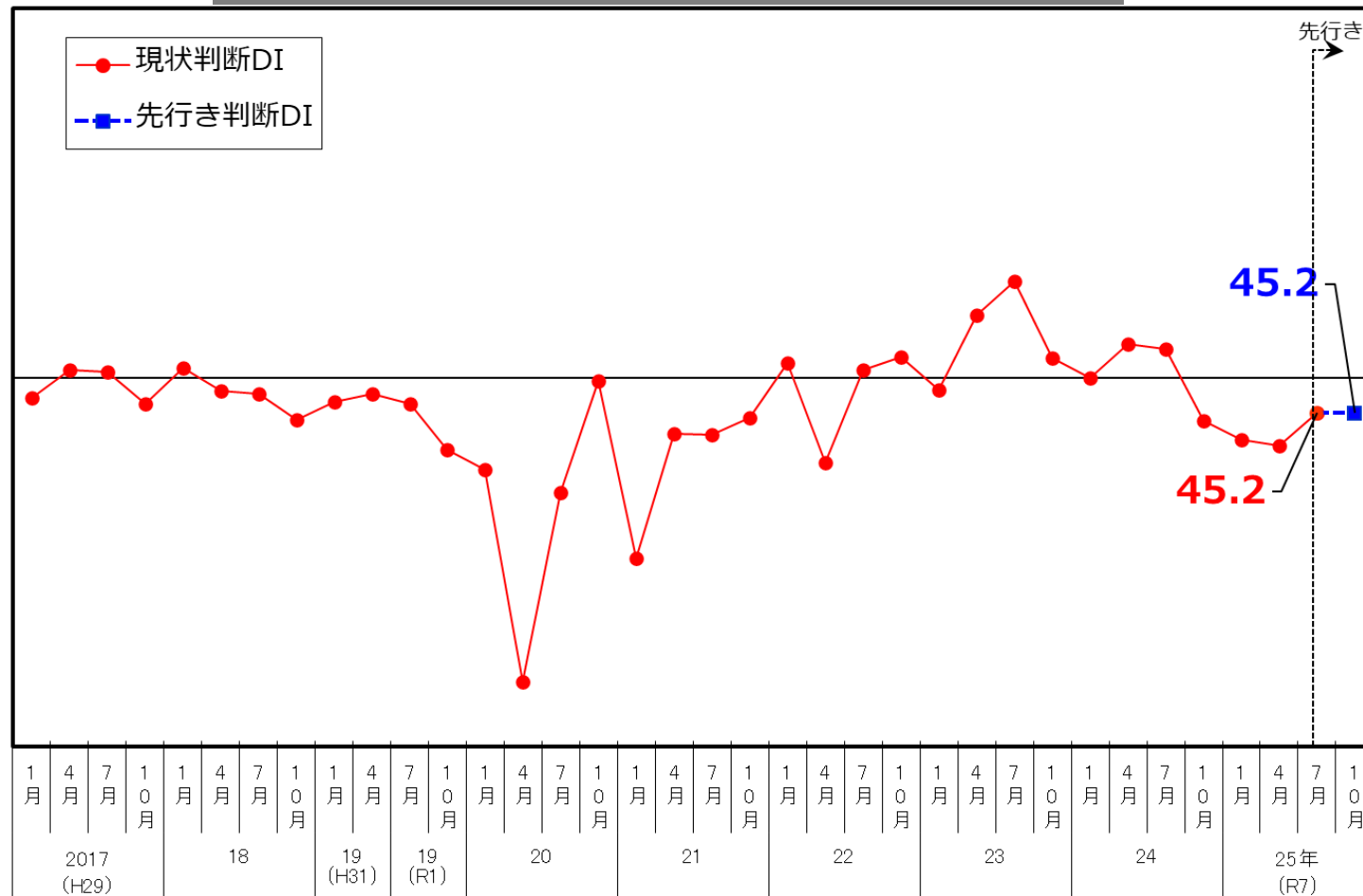
解説：青森県景気動向指数（C I）は、生産・雇用・消費など、様々な経済活動における重要かつ敏感な指標の動きの変化量を合成し、構成する指標の動きを合成することで景気変動の大きさやテンポ(量感)を測定することを主な目的とする指標。

一般的に、C I 一致指数が上昇しているときは景気の拡張局面、低下しているときは後退局面であり、C I 一致指数の動きと景気の動きは概ね一致している。ただし、景気の拡大(後退)期間がある程度持続しているか、またある程度の大きさで変化しているかが重要であるため、その期間が極めて短い場合、景気拡大(後退)とみなすのは適当でない。また、月々の指標の動きではなく一定期間の平均値でならした動きにより、足下の基調の変化や景気の局面変化をみる必要がある。

【2025(令和7)年7月期の青森県景気ウォッチャー調査】

- 現状判断D I 45.2 前期比+4.4ポイント（5期ぶりに上昇したものの、景気の横ばいを示す50を下回った。）
- 先行き判断D I 45.2 現状判断D I と同水準（景気の横ばいを示す50を下回った。）

景気現状判断DIの推移・今後の先行き判断DI



調査期間：2025(令和7)年7月1日～2025(令和7)年7月17日
回答率：99%

● 3 か月前と比べた景気の現状判断

- ・ 前期調査と比べ、「良くなっている」が0.1ポイント低下、「やや良くなっている」が3.4ポイント上昇、「変わらない」が10.7ポイント上昇、「やや悪くなっている」が13.8ポイント低下、「悪くなっている」が0.3ポイント低下となった。
- ・ 判断理由では、米をはじめとする物価高騰の影響で購買意欲が引き続き減少しているといった声や、消費行動に変化が見られるという声もあり、物価高騰による影響を訴える声が多く見られた。その一方で、インバウンドを含め、観光需要が高まっているとの声もあった。

● 3 か月後の景気の先行き判断

- ・ 現状判断D I と比べ、「良くなる」が同水準、「やや良くなる」が1.0ポイント低下、「変わらない」が1.1ポイント上昇、「やや悪くなる」が1.0ポイント上昇、「悪くなる」が1.0ポイント低下となった。
- ・ 判断理由では、夏祭りやお盆時期の需要に対する期待の声のほか、参議院選挙後の変化への期待も見られた一方で、物価高騰に対する不安の声も多くあった。

資料：県統計分析課「青森県景気ウォッチャー調査」

解説：青森県景気ウォッチャー調査は、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、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名の方を対象に実施する調査であり、統計データには表れにくい、県民の生活実感に基づく景気の良し悪しを把握している。

2025(令和7)年6月・7月の指標を中心として

	先月（8月）	前月からの変化	今月（9月）
総括判断	本県経済は、回復の動きが一服しつつある。	➡	本県経済は、回復の動きが一服しつつある。
生産	一進一退の動きとなっている。	➡	一進一退の動きとなっている。
消費	緩やかな改善の動きがみられる。	➡	緩やかな改善の動きがみられる。
雇用等	緩やかな改善の動きがみられる。	➡	緩やかな改善の動きがみられる。
景気動向	下げ止まっている。	➡	下げ止まっている。

※各動向と指標の関係について、「生産」は主に(1-1 生産動向)、「消費」は主に(1-2 消費)、「雇用等」は主に(1-3雇用等)、「景気動向」は主に(1-4景気動向)を表している。

「総括判断」は全ての指標に基づき判断した経済動向を表している。

※下線部は先月から変更した部分。

青森県経済統計報告は、本県の経済動向に係る主要指標を取りまとめたものです。 データ引用元の「統計調査結果」は、下記で参照いただけます。

青森県のデータ



公開中の主な統計データ

データ名	更新頻度
青森県の推計人口	毎月
青森県鉱工業生産指数(速報)	毎月
毎月勤労統計調査地方調査(速報)	毎月
2020年基準消費者物価指数(青森市)月報	毎月
青森県景気動向指数	毎月
青森県景気ウォッチャー調査	四半期

※「オープンデータ」とは

国、地方公共団体及び事業者が保有するデータのうち、国民誰もがインターネットを通じて容易に利用（加工、編集、再加工）できるよう、次のいずれの項目にも該当する形で公開されたデータのことをいいます。

- 営利目的、非営利目的を問わず二次利用可能なルールが適用されたもの
- 機械判読に適したもの
- 無償で利用できるもの

全国のデータ

e-Stat

政府統計の総合窓口

URL: <https://www.e-stat.go.jp>

国の各府省の700調査以上もの統計データを一つにまとめた政府統計のポータルサイト。

公開中の主な統計データ

データ名	更新頻度
商業動態統計調査	毎月
建築着工統計調査	毎月
毎月勤労統計調査	毎月
一般職業紹介状況(職業安定業務統計)	毎月



◀ 分野別検索やキーワード検索などで統計データを探ることができます。