

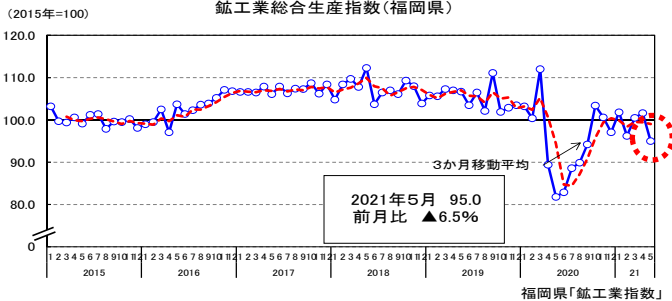


ふくおかの経済

令和3年7月号

生産 持ち直している。

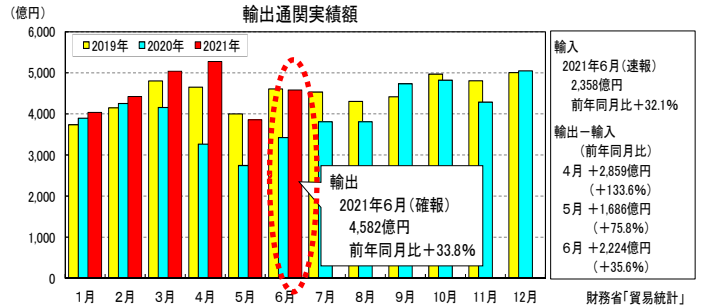
5月の生産指数は、輸送機械工業などの低下により3か月ぶりで前月を下回りました。



鉱工業生産指数は、2015年の生産水準を100として、その変化を表しています。

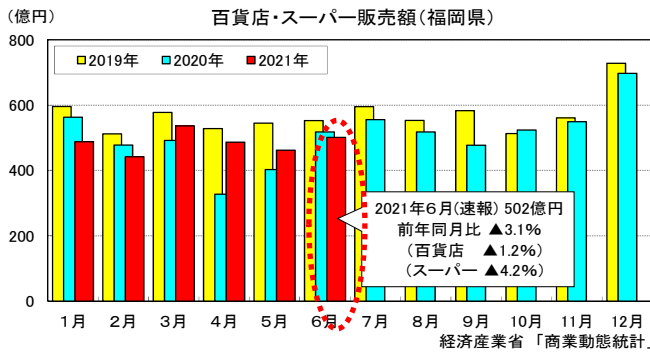
貿易 輸出は、増加している。
輸入は、持ち直している。

6月の輸出は、前年同月比+33.8%と7か月連続で前年を上回りました。



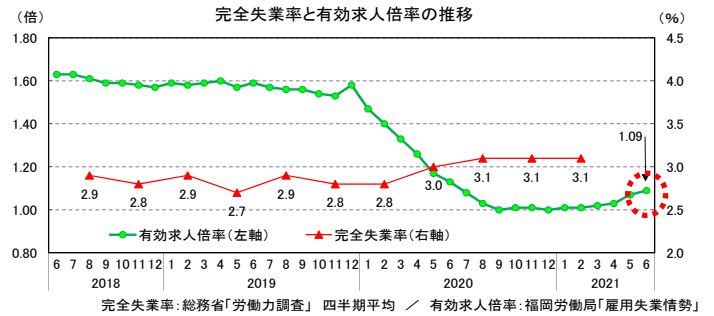
消費 弱含んでいる。

6月の百貨店・スーパー販売額は、前年同月比▲3.1%と4か月ぶりで前年を下回りました。



雇用 求人に改善の動きが見られるものの、厳しさが見られる。

6月の有効求人倍率は1.09倍で、前月を0.02ポイント上回りました。



「仕事を探している人の数」に対する「企業の求人数」の割合が有効求人倍率です。1.00倍より大きいと、人手不足を表します。

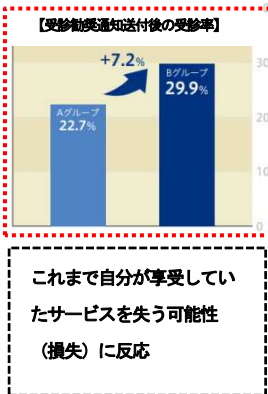
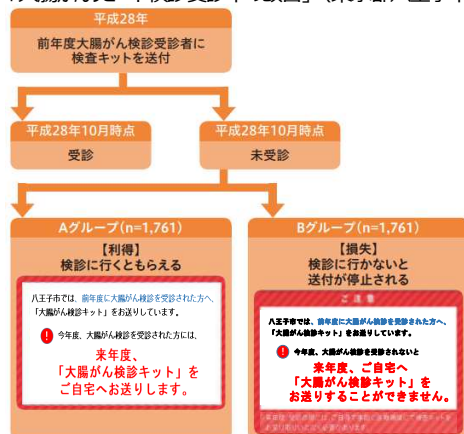
今月のピックアップ 行政でも活用が進むナッジ (nudge)

〇ナッジ (nudge) とは、「そっと後押しする」「ひじなどでつく」といった意味で、人々が自分自身にとってより良い選択を自発的に取れるように選択の余地を残しながら、より良い方向に誘導する手法のことで、近年、行政でも活用が進んでいます。

〇東京都八王子市が大腸がん検診受診率向上に活用した事例がよく知られており、損失回避のナッジの活用で、大腸がん検診の受診率が7.2%向上しました(図表1)。

〇都道府県では、神奈川県や岡山県などで、既に活用が進められており、福岡県内では、西鉄が日立製作所と共同で、公共交通機関利用者の行動変容を促す実証実験を2021年3月から開始しています。今後、更に活用が進むことが期待されます(図表2)。

図表1 「大腸がんビート検診受診率の改善」(東京都八王子市)



出所: 厚生労働省「受診率向上施策ハンドブック」

図表2 主な活用の具体例

| 実施主体 | 実施内容 |
|-------|---|
| 農林水産省 | 消費者の購入レシートを解析し、野菜購買を促す情報発信のあり方を探る実証実験を開始 |
| 神奈川県 | 県立学校授業料の納付促進、「ともに生きる社会かながわ憲章」の普及啓発、イベントでの無料風しん抗体検査 |
| 岡山県 | 職員によるナッジ・ユニットを設置し職員等へのナッジに対する理解の浸透や庁内各課における施策・事業等へのナッジ活用の支援等を実施 |
| 福岡市 | スマホで受診を勧奨し、若年層の特定検診受診率の改善 |
| 西鉄・日立 | 電車、バス利用者へ、混雑を回避するルートや時間の過ごし方などの行動パターンを示し、行動変容を促す実証を開始 |

出所: 各種報道等により筆者作成