調査

第20回「ふくしま景気ウォッチャー調査」
― 2023年10月調査 ―

当研究所では、毎年４月・10月の年２回、街角の景況感の調査として「ふくしま景気ウォッチャー調査」を実施しており、今般、通算20回目となる調査を実施しました。

内閣府が毎月実施している「景気ウォッチャー調査」は全国規模の調査であり、「家計動向関連（小売・飲食など）」「企業動向関連（製造・運輸など）」「雇用関連（人材派遣など）」の３分野に分けて集計しています。

一方、当研究所の調査は、県内経済の「家計動向関連（小売・飲食など）」に焦点をしぼり、一般消費者と最前線で接する事業者の方々に、身の回りの消費動向や景気の現状・先行きについて判断いただいているのが特徴です。

今回の調査では、82名の方々にご回答をいただきました。厚く御礼申し上げます。

福島の進路　2023年12月

(c) 2022 TOHO AREA RESEARCH INSTITUTE All Rights Reserved.

＜調査結果の要約＞

◇消費動向の現状判断（半年前と比較した現在）

・現状判断指数（DI）(※) は全体で55.8（前回調査比△2.6ﾎﾟｲﾝﾄ）と前回調査からやや下降したものの、判断指数は横ばいを示す50を上回り、上昇局面と判断された。

◇消費動向の先行き判断(現在と比較した半年後）

・先行き判断指数（DI）は全体で48.5（同△8.1ﾎﾟｲﾝﾄ）と前回調査から一転し、２回ぶりに下降局面と判断された。

◇景気動向の現状判断（半年前と比較した現在）

・現状判断指数（DI）は全体で50.6（同△2.5ﾎﾟｲﾝﾄ）と下降したものの、横ばいを示す50を上回り、上昇局面と判断された。

◇景気動向の先行き判断（現在と比較した半年後）

・先行き判断指数（DI）は全体で46.3（同△7.2ﾎﾟｲﾝﾄ）と下降し、横ばいを示す50を下回り、下降局面と判断された。

◇地域別の消費・景気動向

・消費動向の現状判断指数（DI）はいずれの地域でも上昇局面、消費動向の先行きは県南といわきの２地域で上昇局面と判断された。

◇主な業種の指数判断

・消費動向の現状判断指数（DI）はコンビニ、旅館・ホテル、タクシーのいずれも上昇局面と判断された。

◇職場での人手不足への対応状況

・人手不足ではない職場は２割にとどまり、今いる人の仕事量が増えている職場は４割に達している。

（※）判断指数（DI値）については、次ページ「調査要領５」を参照。

＜調 査 要 領＞

1.調査対象者

県内の景気の動きを実態面から観察できる立場の方127名

2.回収状況

有効回答数　　82名（回答者の業種・地域内訳は６・７の通り）

回収率　　64.6%

3.調査時期

2023年10月（年２回４月と10月に実施）

4.調査内容

（１）半年前と比較した現在の消費動向

（２）（１）の判断理由

（３）現在と比較した半年後の消費動向

（４）（３）の判断理由

（５）半年前と比較した現在の景気動向

（６）現在と比較した半年後の景気動向

（７）職場での人手不足への対応状況

※（１）（３）（５）（６）は５段階評価による回答とする。

※本稿では、消費動向は日々の仕事を通じて接する顧客の様子から把握できる購買状況、景気動向は回答者の身の回りの経済情勢のことを指す。

5.判断指数（DI値）算出方法

５段階の回答区分に、それぞれ下図の通り点数を与え、それらに各回答区分の構成比を乗じて、DI値（Diffusion Index）を算出する。

DI値は50を判断の目安とし、50を上回っていれば上昇局面、50を下回っていれば下降局面と判断する。

回答区分	良くなった 良くなる	やや良くなった やや良くなる	変わらない	やや悪くなった やや悪くなる	悪くなった 悪くなる
点数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

6.調査回答者の所属分野・業種

分　　野	調査対象者の代表的な業種
小売関連　（35名）	一般小売店　スーパーマーケット　コンビニエンスストア　など
飲食関連　（16名）	料理店　酒場　など
サービス関連　（24名）	旅館・ホテル　タクシー　娯楽　理美容　など
住宅関連（7名）	住宅・不動産販売

7.対象地域の区分

地　　域 （調査回答者数）	市　郡　名
県北（24名）	福島市、二本松市、伊達市、本宮市、伊達郡、安達郡
県中（17名）	郡山市、須賀川市、田村市、岩瀬郡、石川郡、田村郡
県南（8名）	白河市、西白河郡、東白川郡
会津・南会津（13名）	会津若松市、喜多方市、耶麻郡、河沼郡、大沼郡、南会津郡
相双（6名）	南相馬市、相馬市、双葉郡、相馬郡
いわき（14名）	いわき市

１．消費動向の現状判断　～行動制限解除から人流回復した影響もあり、住宅関連を除き上昇局面にあると判断された～

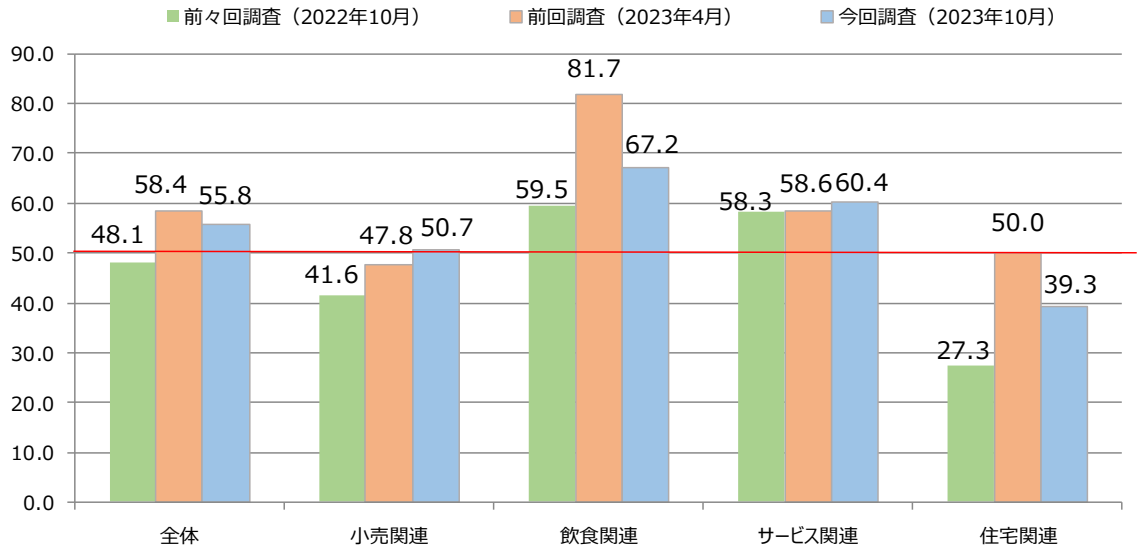
ウォッチャー（アンケート調査回答者）に、日々の仕事を通じて接する顧客の様子などから判断する消費動向（購買状況）について尋ねた。

半年前と比較した現在の消費動向を示す現状判断指数は55.8（前回調査比△2.6ﾎﾟｲﾝﾄ）と前回調査からやや下降したものの、判断指数は横ばいを示す50を上回り、第３回調査（2015年4月実施）以来の上昇局面へと転じた前回から２回連続で上昇局面と判断された（図表１）。

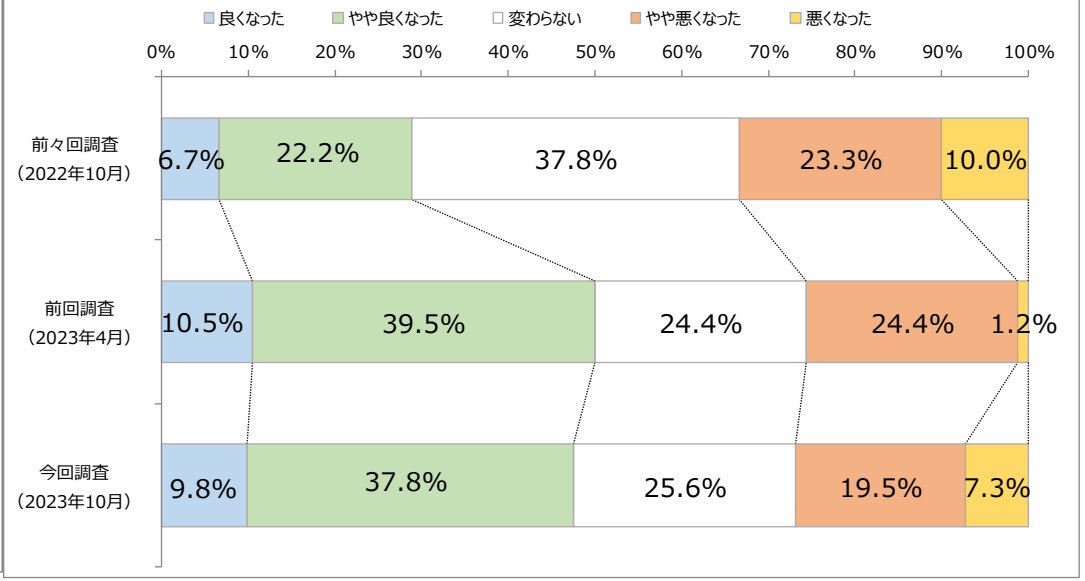
「悪くなった」「やや悪くなった」とマイナス判断したウォッチャーの割合が計26.8%（前回調査比＋1.2ﾎﾟｲﾝﾄ）と増加しており、特に「悪くなった」が前回調査比6.1ﾎﾟｲﾝﾄも増えた。一方、「良くなった」「やや良くなった」とプラス判断したウォッチャーの割合は計47.6%（同△2.4ﾎﾟｲﾝﾄ）と低下したものの、半数近くのウォッチャーがプラス判断した（図表２）。

消費動向の現状は、相次ぐ物価上昇やガソリン価格の高止まりなど消費活動に与えるマイナス影響が大きいものの、今春に新型コロナウイルスが季節性インフルエンザと同じ５類感染症に移行、行動制限も解除されてたことで人流がコロナ前水準に向かいつつあり、全体として上昇局面にあると判断された。

図表１　消費動向の現状判断指数（ＤＩ）業種別



図表２　半年前と比較した現在の消費動向 回答構成比



◇業種別

今回調査では、判断指数は飲食関連67.2（前回調査比△14.5ﾎﾟｲﾝﾄ）など３業種で50を超え上昇局面と判断された（図表１）。

小売関連は「新型コロナウイルスの影響」が沈静化したことで飲食料品小売やコンビニエンスストアのウォッチャー中心にプラス回答が増加し、上昇局面に転じた。

飲食関連とサービス関連は、行動制限がないことで人流がコロナ前に戻りつつあることで酒場や旅館・ホテルのウォッチャーを中心にプラス判断が多くみられ、前回調査に続いて上昇局面と判断された。

一方、住宅関連はウッドショックなどから住宅価格が上昇している影響もあって、前回調査比△10.7ﾎﾟｲﾝﾄとなり下降局面に転じた。

プラス判断の理由としては、「来店客数の増加」63.2%が最も割合が高かった。旅館・ホテルが含まれるサービス関連では、「観光客の増加」が75.0%であった。一方、マイナス判断の理由としては、「物価上昇」81.8%が最も高く、前回調査まで第１位の「来店客数の減少」を上回った（図表３、４）。

図表３　業種別の「良くなった」「やや良くなった」とプラス判断した理由（複数回答）　単位：%

業種名	回答者数（人）	来店客数の増加	顧客単価の増加	自社または他社の出店・撤退	消費意欲の改善	高価格商品の増加	低価格商品の増加	観光客の増加	税制変更影響	新型コロナウイルスの影響	物価上昇	その他
全体	38	63.2	36.8	0.0	13.2	7.9	5.3	42.1	0.0	18.4	18.4	7.9
小売関連	14	35.7	35.7	0.0	14.3	21.4	14.3	28.6	0.0	35.7	28.6	7.1
飲食関連	11	72.7	54.5	0.0	9.1	0.0	0.0	27.3	0.0	0.0	9.1	18.2
サービス関連	12	83.3	25.0	0.0	16.7	0.0	0.0	75.0	0.0	16.7	8.3	0.0
住宅関連	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

図表４　業種別の「悪くなった」「やや悪くなった」とマイナス判断した理由（複数回答）　単位：%

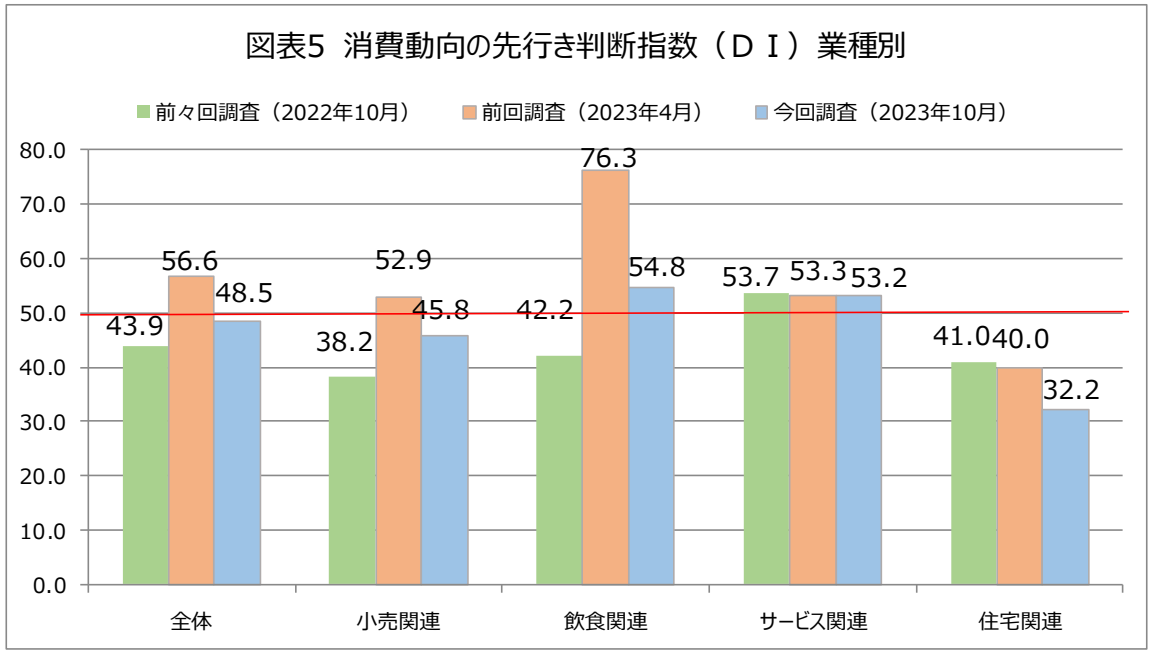
業種名	回答者数（人）	来店客数の減少	顧客単価の減少	自社または他社の出店・撤退	消費意欲の悪化	高価格商品の増加	低価格商品の増加	観光客の減少	税制変更影響	新型コロナウイルスの影響	物価上昇	その他
全体	22	72.7	36.4	0.0	50.0	13.6	9.1	0.0	4.5	18.2	81.8	9.1
小売関連	11	63.6	36.4	0.0	54.5	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	81.8	18.2
飲食関連	3	66.7	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	66.7	0.0
サービス関連	4	75.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	100.0	0.0
住宅関連	4	100.0	75.0	0.0	75.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	75.0	0.0

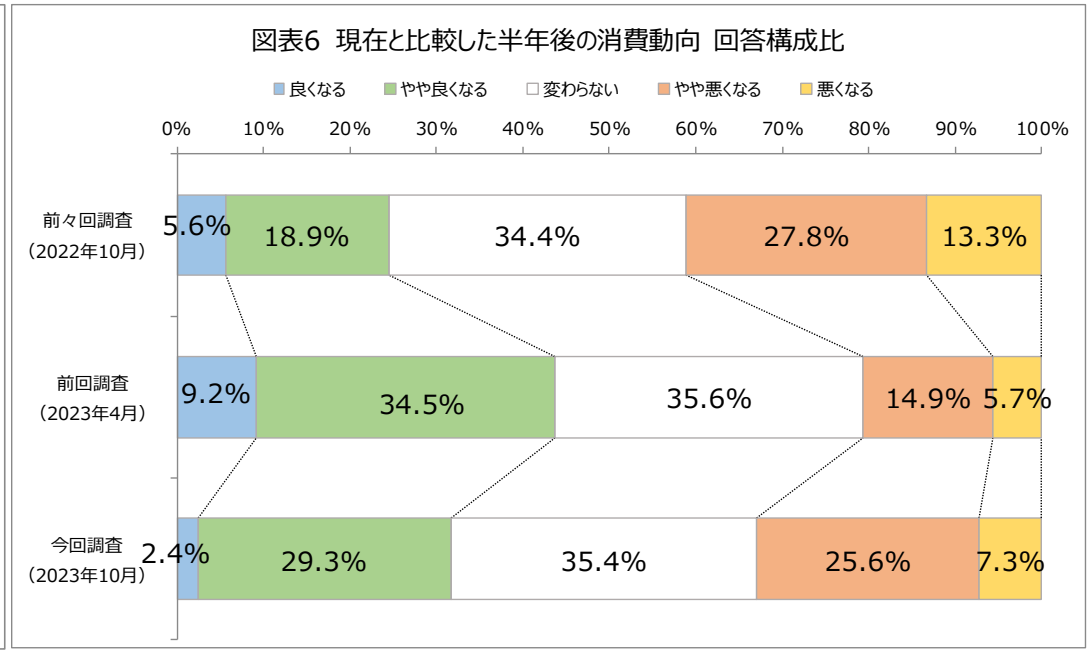
２．消費動向の先行き判断　～物価上昇などのマイナス要因から、下降局面になると判断された～

現在と比較した半年後の消費動向を示す先行き判断指数は48.5（前回調査比△8.1ﾎﾟｲﾝﾄ）と前回調査から一転し、２回ぶりに下降局面と判断された（図表５）。

マイナス判断となる「悪くなる」「やや悪くなる」の割合が計32.9%（同＋12.3ﾎﾟｲﾝﾄ）と上昇するとともに、プラス判断となる「良くなる」「やや良くなる」の割合が計31.7%（同△12.0ﾎﾟｲﾝﾄ）と低下したことで、判断指数が下降した（図表６）。

新型コロナウイルスの５類移行により飲食や旅行など外出する機会が増加したことで、2023年の消費動向は上昇局面が続いてきた。半年後（2024年４月）の消費動向の先行きは、いずれの業種も下降しており、特に飲食関連54.8（同△21.5ﾎﾟｲﾝﾄ）が大きく下降している。行動制限のない生活が定着してきた中で、生活行動はコロナ前に戻りつつあるが、相次ぐ物価上昇やガソリン価格高止まりなど、消費活動に対するマイナス要因を懸念して、先行きを楽観視できなくなっている結果だと思われる。





◇業種別

今回調査ではいずれの業種も前回調査比で下降したが、飲食関連54.8（前回調査比△21.5ﾎﾟｲﾝﾄ）とサービス関連53.2（同△0.1ﾎﾟｲﾝﾄ）は前回に引き続き上昇局面と判断された（図表６）。

飲食関連では前回調査ですべてのウォッチャーがプラス判断していたが、今回調査ではマイナス判断するウォッチャーも出てきており、上昇局面にはあるが指数が大きく下降した。

プラス判断の理由としては、「来店客数の増加」69.2%が最も割合が高く、「観光客の増加」46.2%などが続いた（図表７）。アフターコロナ下での人流増加に期待しているあらわれかと思われる。

マイナス判断の理由としては、「物価上昇」が77.8%と多くのウォッチャーが回答している。「新型コロナウイルスの影響」は10%未満まで低下してきており、消費活動に対するコロナの影響は薄れつつあるが、物価上昇については引き続き多くのウォッチャーの懸念材料となっている（図表８）。

図表7　業種別の「良くなる」「やや良くなる」とプラス判断した理由（複数回答）　単位：%

業種名	回答者数（人）	来店客数の増加	顧客単価の増加	自社または他社の出店・撤退	消費意欲の改善	高価格商品の増加	低価格商品の増加	観光客の増加	税制変更影響	新型コロナウイルスの影響	物価上昇	その他
全体	26	69.2	23.1	0.0	26.9	15.4	11.5	46.2	7.7	19.2	15.4	3.8
小売関連	10	50.0	20.0	0.0	30.0	30.0	30.0	30.0	0.0	30.0	30.0	0.0
飲食関連	6	83.3	33.3	0.0	16.7	16.7	0.0	50.0	0.0	0.0	16.7	16.7
サービス関連	9	88.9	22.2	0.0	22.2	0.0	0.0	66.7	11.1	22.2	0.0	0.0
住宅関連	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

図表8　業種別の「悪くなる」「やや悪くなる」とマイナス判断した理由（複数回答）　単位：%

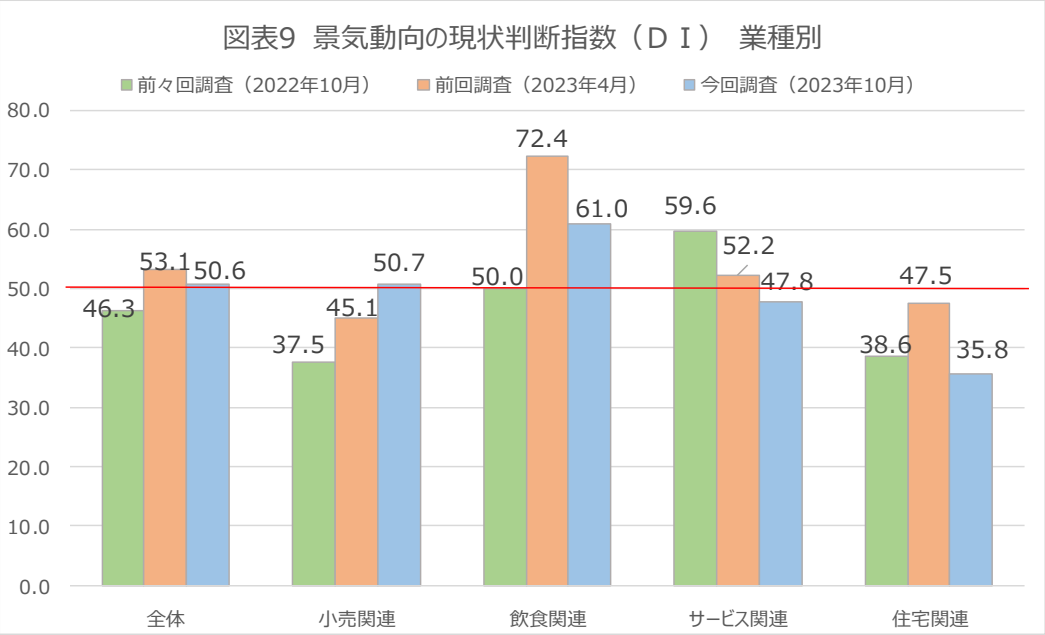
業種名	回答者数（人）	来店客数の減少	顧客単価の減少	自社または他社の出店・撤退	消費意欲の悪化	高価格商品の増加	低価格商品の増加	観光客の減少	税制変更影響	新型コロナウイルスの影響	物価上昇	その他
全体	27	48.1	37.0	11.1	44.4	18.5	7.4	7.4	18.5	7.4	77.8	7.4
小売関連	13	46.2	38.5	15.4	38.5	30.8	7.7	7.7	15.4	0.0	69.2	7.7
飲食関連	4	25.0	25.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	75.0	0.0
サービス関連	5	40.0	0.0	20.0	40.0	0.0	0.0	20.0	40.0	20.0	80.0	0.0
住宅関連	5	80.0	80.0	0.0	60.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	100.0	20.0

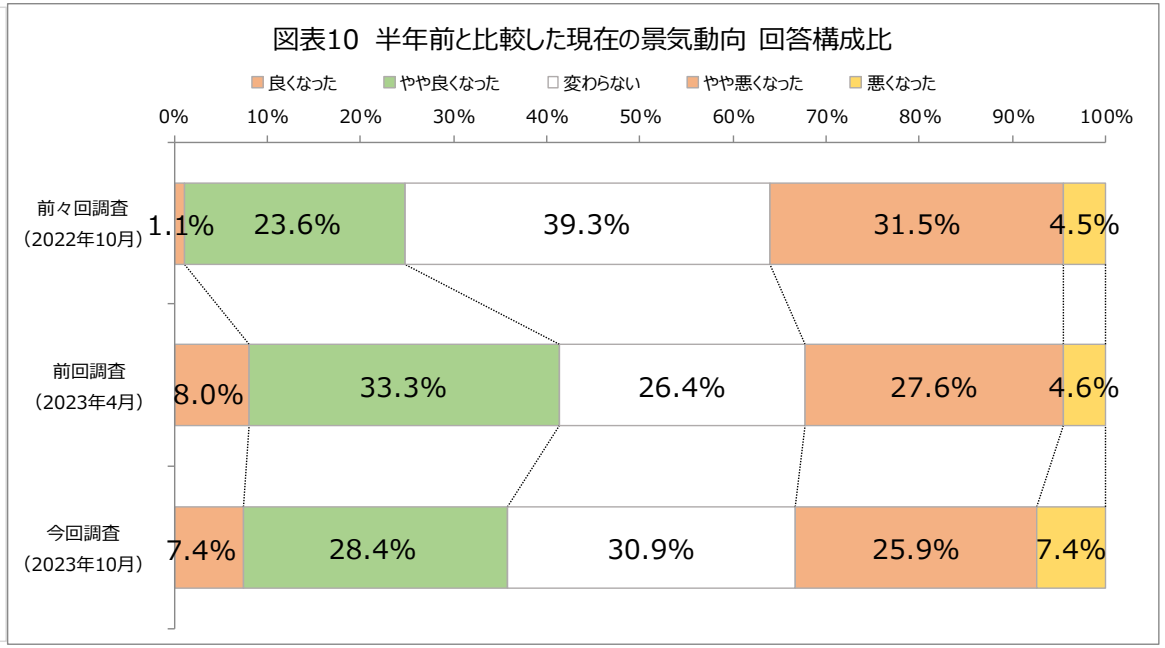
３．景気動向の現状判断　～飲食関連においてプラス判断したウォッチャーが多く、全体で上昇局面と判断された～

半年前と比較した現在の景気動向を示す現状判断指数は50.6（前回調査比△2.5ﾎﾟｲﾝﾄ）と下降したものの、横ばいを示す50を上回り、上昇局面と判断された（図表９）。マイナス判断したウォッチャーの割合が1.1ﾎﾟｲﾝﾄ上昇するとともに、プラス判断したウォッチャーの割合が5.5ﾎﾟｲﾝﾄ低下したことで、判断指数がやや下降した（図表10）。

◇業種別

前回調査比で上昇したのは、小売関連50.7（前回調査比＋5.6ﾎﾟｲﾝﾄ）のみであり、飲食関連61.0（同△11.4ﾎﾟｲﾝﾄ）、住宅関連35.8（同△11.7ﾎﾟｲﾝﾄ）は10ﾎﾟｲﾝﾄを超える大幅な下降となった。上昇局面にあると判断された業種は、前回比上昇した小売関連と大幅下降したもののプラス判断が優勢にある飲食関連の２業種であった（図表９）。





４．景気動向の先行き判断　～飲食関連を除き判断指数が50を下回っており、全体で下降局面にあると判断された～

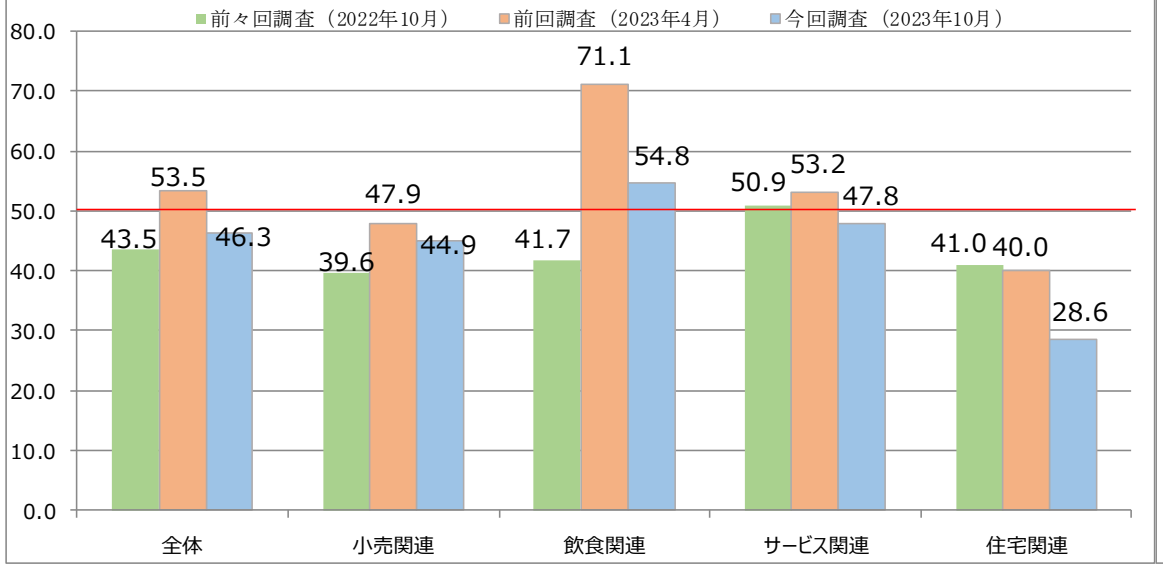
現在と比較した半年後の景気動向を示す先行き判断指数は46.3（前回調査比△7.2ﾎﾟｲﾝﾄ）と下降し、横ばいを示す50を下回り、下降局面と判断された（図表11）。

マイナス判断したウォッチャーの割合が8.3ﾎﾟｲﾝﾄ上昇するとともに、プラス判断したウォッチャーの割合が14.2ﾎﾟｲﾝﾄ低下したことで、判断指数が下降した（図表12）。

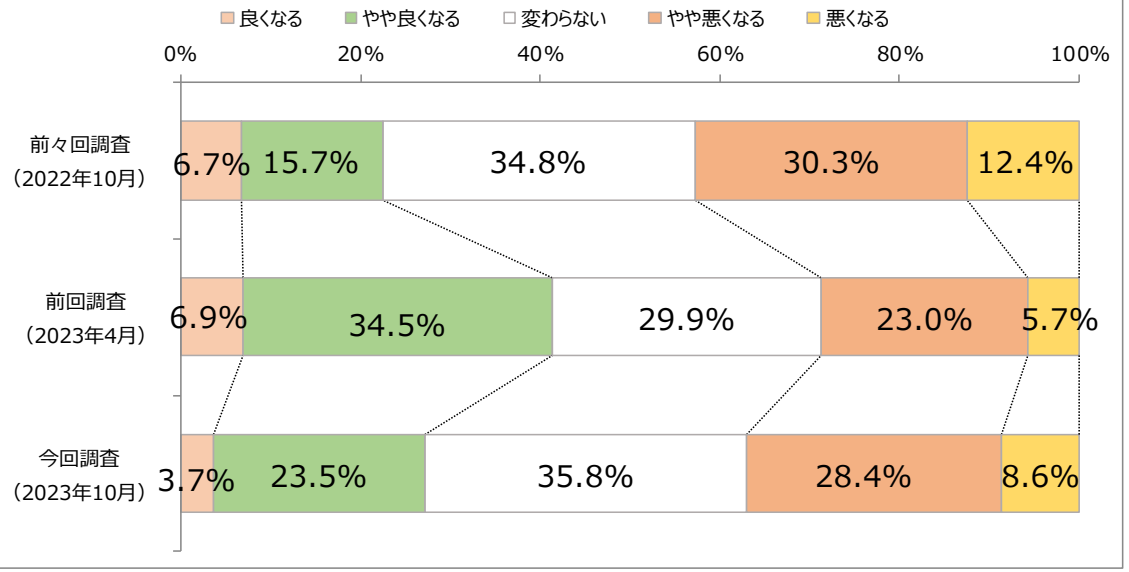
◇業種別

前回調査比でいずれの業種も判断指数が下降しており、特に飲食関連54.8（同△16.3ﾎﾟｲﾝﾄ）は大きく下降した。住宅関連28.6（同△11.4ﾎﾟｲﾝﾄ）は消費動向の現状・先行き、景気動向の現状・先行きのすべての指数が最も低く、住宅着工戸数が減少基調にある中で、景気の見通しを厳しくみているものと考えられる（図表11）。

図表11　景気動向の先行き判断指数（ＤＩ）　業種別



図表12　現在と比較した半年後の景気動向　回答構成比



５．地域別の消費動向、景気動向の判断　～消費動向の現状はいずれの地域も上昇局面、消費動向の先行きは県南といわきの２地域で上昇局面と判断された～

（１）消費動向の現状判断

いずれの地域でも上昇局面と判断された（図表13）。県南と相双の２地域で判断指数が前回調査比上昇した。

（２）消費動向の先行き判断

県南といわきの２地域で上昇局面と判断された。県南のみ判断指数が前回調査比上昇した。

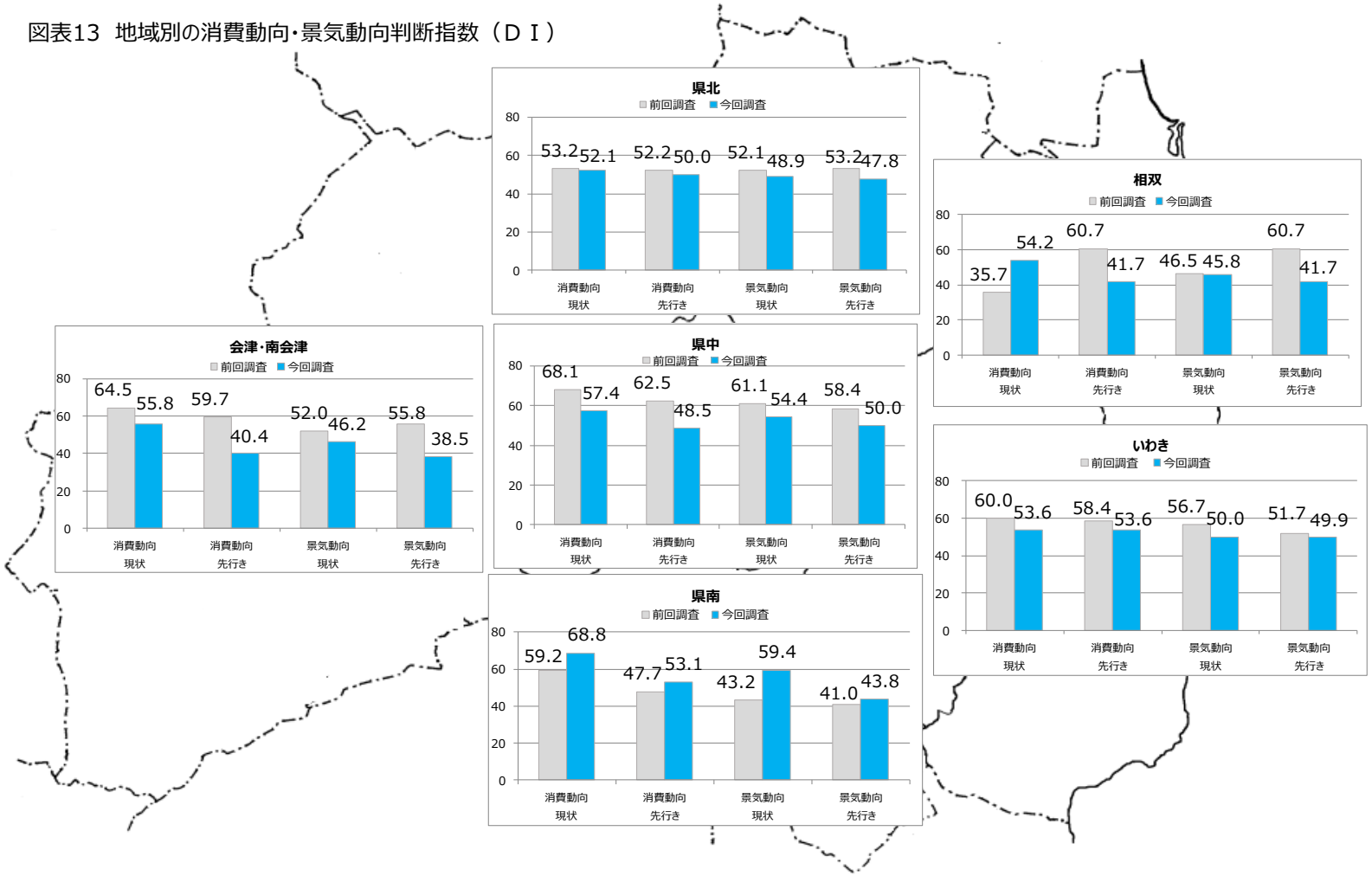
（３）景気動向の現状判断

県中と県南の２地域で上昇局面と判断された。県南のみ判断指数が前回調査比上昇した。

（４）景気動向の先行き判断

横ばいを示す県中50.0を除いた５地域で下降局面と判断された。県南を除いた地域で判断指数が前回調査比低下した。

図表13　地域別の消費動向･景気動向判断指数（ＤＩ）



６.主な業種の指数判断　～消費動向の現状はコンビニ、旅館・ホテル、タクシーのいずれも上昇局面と判断された～

一定のウォッチャー数があり、また景気ウォッチャー調査の代表的な業種である「コンビニエンスストア」「旅館・ホテル」「タクシー」についてまとめた。

（１）コンビニエンスストア

「コンビニエンスストア」は消費動向の現状判断指数が56.9（前回調査比＋2.3ﾎﾟｲﾝﾄ）と前回調査に引き続き上昇局面となった（図表14）。プラス判断の理由としては「顧客単価の増加」「新型コロナウイルスの影響の低減」など様々な項目が挙げられた。消費動向の先行き判断指数については41.0（同△13.6ﾎﾟｲﾝﾄ）と前回調査から一転して下降局面になると判断された。

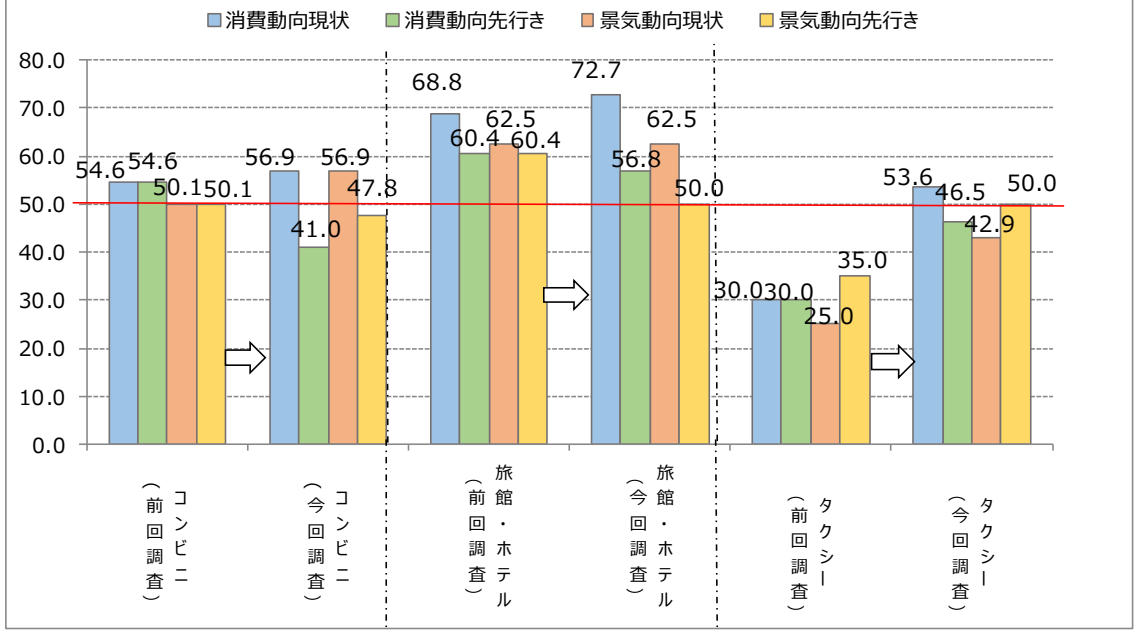
（２）旅館・ホテル

「旅館・ホテル」は消費動向現状判断指数が72.7（前回調査比＋3.9ﾎﾟｲﾝﾄ）と過去最高であった前回調査をさらに上回り70台に達した（図表14）。プラス判断の理由としては「来店客数の増加」と「観光客の増加」が多く挙げられた。消費動向の先行き指数は56.8（同△3.6ﾎﾟｲﾝﾄ）と前回調査比低下はしたものの、アフターコロナ下での観光客増加の期待感から、引き続き上昇局面と判断されたものとみられる。

（３）タクシー

「タクシー」は消費動向の現状判断指数が53.6（前回調査比＋23.6ﾎﾟｲﾝﾄ）と前回調査比で大きく上昇し上昇局面と判断された（図表14）。プラス判断の理由としては、「利用客数の増加」や「観光客の増加」などが挙げられており、タクシー業界にも、観光客増加によるプラス影響が及んでいる。

図表14　主な業種の判断指数（ＤＩ）



７．職場での人手不足への対応状況　～人材・人手不足ではない職場は２割にとどまり、今いる人の仕事量が増えている職場は４割に達している～

今回の特別調査では、ウォッチャーの職場における人手不足への対応状況について尋ねた。全体では、「人材・人手不足ではない」は22.2%であり、残り77.8%の職場では人手不足の状況にある。「採用人数を増やしている」は「正社員」28.4%、「パート等」27.2%と３割ほどにとどまっており、その結果「今いる人の仕事量が増えている」40.7%という、今いる人に人手不足による負担がかかっているのが現状である。一方、「DX導入による合理化を図っている」は16.0%と、DX（デジタルトランスフォーメーション）による合理化に取り組んでいる職場は２割未満であり、「業務量を減らしている」は11.1%と、業務量自体を減らして今いる人数でやりくりしようという職場は１割にとどまっている。（図表16）。

図表16　職場での人手不足への対応状況（複数回答）　単位：%

業種名	回答者数（人）	人材・人手不足ではない	採用人数を増やしている（正社員）	採用人数を増やしている（パート等）	今いる人の仕事量が増えている	業務量を減らしている	ＤＸ導入による合理化を図っている	その他
全体	81	22.2	28.4	27.2	40.7	11.1	16.0	6.2
小売関連	35	22.9	31.4	22.9	45.7	2.9	14.3	5.7
飲食関連	16	25.0	18.8	31.3	31.3	18.8	18.8	0.0
サービス関連	24	20.8	25.0	33.3	37.5	16.7	12.5	12.5
住宅関連	6	16.7	50.0	16.7	50.0	16.7	33.3	0.0

８．おわりに

当アンケートの実施時期における情勢について補足すると、前回調査（2023年４月実施）からは、コロナウイルスの５類移行、行動制限の解除による人流増加というプラス要素がある反面、ロシアのウクライナ侵攻を背景とした原材料価格高騰や、生活必需品から住宅まであらゆる分野での物価上昇といったマイナス要素があり、消費活動は上向いているものの力強さに欠ける状況にある。

今回調査においては、アフターコロナ下で人流増加から消費動向が上昇局面と判断されているものの、行動制限解除直後の前回調査（2023年４月）に比べると、プラス判断するウォッチャーの割合は低下した。先行き不透明感を緩和していくためには、懸念材料となっている物価上昇や原材料価格高騰、ガソリン価格の高止まりといったマイナス要素に対する国や行政による支援策はもとより、企業や住民も効果的な対策を心掛けていかなければならないだろう。

ウォッチャーの皆様にはエネルギー価格の高騰や物価上昇を中心に、数多くの自由意見をお寄せいただきました。一部を抜粋してご紹介します（コメントの趣旨が変わらない範囲で一部編集しております）。

（担当：高橋　宏幸）

身の回りの景気に関する自由意見　－街の声－

業種	地域	自由意見
小売業	県北	コロナが5類に変更されて、ニュースでも取り上げられることが少なくなったのか、コロナの影響は感じられなくなった。通常に戻りつつあるように思う。
		10月より賃金が上がりますが手取りが大きく増えるわけではないので、月々の生活が楽になるわけではなく消費が心配です
		円安ドル高などの影響で物価などが小刻みに値上がりが続き、商品価格に上乗せを強いられ、また世界各地での戦争などがあり、影響がまだまだ続くと思われる。
		国のコロナウイルス対応が２類から５類に移行して良い方向に向かいつつある。
		どの条件も悪化している状況。今後も消費税の減税などが政策として実施されない限り厳しい状況が続くと考えられる。
		厳しい採用環境の中、採用後の人材育成、定着率のアップが課題。
		物価上昇により消費マインドが低下、低価格志向となっている。
	県中	物価上昇に賃金アップが追いついていない。
		円安が継続している以上、エネルギー価格は当面下がらないと想定しています。物価も円安、エネルギー価格上昇に伴い今以上になるものと想定します。人件費高騰もありますので原価・販管費ともに現状以上の設定で企業運営する必要があると考えます。
		電気料金が高くなり利益が激減、当然人材不足は慢性化して10月の最低賃金引上げも利益に響いてます。売上は増加するも物価高が増加の原因であり、先行き不安です。
		製品価格の値上げをお願いしたが、それ以上に物価、エネルギーの上昇、資材、原料が高騰している。
		時給が上がっても社会保険の決まりが邪魔して本人の給与は変わらず、時間を減らすため人出不足はいつまでも変わらない。社会保険の月120時間、月16日を変えてもらわなければ給与の手取りは変わらない
		ＤＸ化やインボイス対応等、投資を行っているが、それが経費削減や業務上のメリットになって表れるまでには至っておりません。大企業と中小零細の間には、やはり大きな隔たりがあり、投資がデメリットと考えざるを得ない状況なのではと思ったりします。
	県南	物価・エネルギー価格上昇に伴い、嗜好品の購買意欲が無くなっている。けれど新型コロナが落ち着いたことにより、観光客が増えてきている。購買意欲を高めるような、商品開発や提案が今後必要になる。
	会津・南会津	この春、若干の賃金上昇があったものの、その後の物価高騰とエネルギー価格の上昇が実質賃金の目減りをもたらし、消費マインドが冷え込んでしまった。インボイス制度の導入で何故か「重税感」が強まり生活防衛の意識が強まっている。消費税の減税が望まれる。
		コロナは落ち着いてきた印象ですが、度重なる値上げで、購買意欲が薄れている気がします。そんな中、旅行など行楽が増えてきているので、そちらが期待できる。
		前々から燃料関係はジワジワ上昇傾向でしたが、今回の中東の問題で原油価格が上がるのは避けられないと思う。さらなる物価上昇の対策が必要だと思われる。
		日本が抱える悪性のインフレ、いろんな政策が打たれていると思いますが、先が見えない感じがしています。小売業としては、各ご家庭の財布のヒモはギュッと固くなっている印象です。大手ネット流通などの格安販売にますます人は流れるので、全員で薄利多売、忙しいのに利益は薄くなる一方だと思います。
		店舗前の国道路線がバイパスに移りましたが、なんとか努力し、無くては困ると言われる店舗でありたいと、従業員と共に頑張っております。人手不足は現在無い状態です。
		人手不足は将来的に避けられないため、業務の合理化を推進、必要な所へ経営資源を集中させていく必要がある。
	相双	消費者の皆様は、日々の物価上昇、電気代の値上げ等によりいろいろ考えてお買物をされているようです。今の南相馬の場合、各個人に地域振興券が配布され、その利用客がコンビニ等にお買物に来られて、その分良い方向にあるようです。

身の回りの景気に関する自由意見　－街の声－

業種	地域	自由意見
小売業	相双	小売販売業において物価上昇、エネルギー価格上昇等で、来店客数が減少していると思います。また買い上げ点数も減少しています。常に従業員、パート従業員さんの募集をしていますが、なかなか応募が無く、今いる従業員の仕事量が増えています。
		温暖化で農作物は不作、ガソリンや電気料等は上昇、人材についても採用してもすぐ辞めて続かない、悩ましい世の中だ。
	いわき	ニュースでは大企業の業績が良く、賃金が上昇しているらしいが、地方ではそれによる良い影響は感じられず、格差の広がりを感じる。取扱商品の定価が全て上がっていくので、売れる物が限られていく感じがする。
		売上・利益が増加しているが、エネルギー価格上昇で経費が膨らんでいる。
		新型コロナ後の人の動きの活発化、物価上昇への抵抗感の減少により景気は良い方向へ向かっていると思われますが、人手不足は一向に改善されず将来に不安。
飲食業	県北	103万円問題、外国人労働力など労働環境に問題が山積み。エネルギー価格は元の水準にして欲しい。エネルギーと材料高騰の元凶であるウクライナとロシアの戦争が早く終結して欲しい。
		新型コロナウイルスにより家での飲食が常となった
		人が動かない、働く人はどこにいるのかと思うほど雇える人がいない。弊社だけかもしれないですが、求職者の常識を疑ってしまうほどレベルが低い人が多い。
	県中	人手不足が一番の悩みです。飲食店では、ホールスタッフ、調理人がいません。若い人達は休日の多さ、勤務時間の長さ等が有り、飲食店はかなり難しい状況です。
		東京以西の景気回復ぶりは目に見える勢いだが、東北や福島はそれに比べると鈍さがあからさまに感じる。一方で問いの件（物価上昇、エネルギー価格、コロナ、人手不足）については地場産業としては前向きな要素は全くなく、更なる都市と地方、県内でも都市部と山間地域の差は広がる一方とみている
	県南	昨年と比べるとお客は戻ってきています。昼間の働き手は足りているのですが夜の部になると人手が足りず、そのため時間を繰り上げ閉店にしている状態です。
	会津・南会津	物価上昇、エネルギー価格の上昇や人件費の上昇が価格になかなか転嫁できない。人手不足でなかなか新しい人が入ってこない。
		コロナ前と比べて3割程度来客が減ったが、すべての物の値段が上がった
	いわき	物価に関しては、電気料、ガス、野菜、魚が高くなっている。そのため利益率が少ない。
		ガソリン高すぎ。電気代高すぎ。最低賃金値上がりすぎ。
サービス業	県北	物価上昇、給料が安くなり生活が苦しい。給料以上にいろいろかかり、食事を1食抜いている。
		タクシー・介護では人材不足はだいぶ前から続いている。賃金を上げるにもタクシーは認可運賃、介護は法定の介護報酬なので、国が仕事に見合った運賃・介護報酬にしなければ、企業努力で賃上げは無理である。政府・与野党がこぞって声高に賃上げコールをするのはほとんどが赤字か赤字すれすれの零細企業の実態を見ていないからであって、賃上げ倒産も起こりうる状況であることを認識すべきと思う。ここ数日、岸田総理の口から　ライドシェアについて課題を検証する旨の発言があったが、その前にやるべきは旅客自動車運送業の2種免許取得要件の廃止等規制の緩和が先である。輸送の安全確保にどれだけ神経をすり減らして事業を継続しているのか、これも実態を見ていないのではないか。足りないからライドシェアでという安易な物言いは止めてもらいたい。
		物価の上昇やエネルギー価格の高騰や賃金の据え置き、ますます人手・人材不足、離職の影響により、労働環境は厳しくなってきている。
		当社は他業種に比較しても高齢化が進み、また、退職者も増加している。一方、新規採用がままならず、結果として人員減少が続いている。新型コロナが５類に変わり、街中では人流も回復傾向にあるものの、人手不足により稼働率が上がらない。人材確保が喫緊の課題となっている。

身の回りの景気に関する自由意見　－街の声－

業種	地域	自由意見
サービス業	県北	物価上昇に収入が追いついていない
		現在、人手不足は深刻で色々な求人媒体に載せても応募が全く無いという状況です。今後は日本人労働者に限らず外国人労働者を積極的に雇用していく考えです。
		物価上昇、エネルギー価格の高騰が、価格戦略の面で今後の経営に影響してくる。
	県中	新型コロナウィルスの影響は薄れてきているが、まだコロナ前の水準にはなっていない。個人客の予約状況は底堅いが団体客の発生がまだ本格的ではない。徐々に団体客が増えてくれば経営が安定してくる。
	県南	私の会社は従業員が皆高齢者になり、入る人もおらず悩みの所です
		他国の戦争等による先の見えないエネルギーの高騰化が心配です
	会津・南会津	①物価上昇②エネルギー価格③人手不足はいずれも大変な状況です。①、②については宿泊単価の上昇で対応。③はパートさんの時給アップのうえ募集しても全然応募がありません。
		国内外を問わず、情勢の変化前の見極めが非常に難しいので企業内での対策構築に影響が出る。
		人手不足が深刻な問題で高齢化がどんどん進んでいる。
		エネルギー価格や物価の上昇により、経費が上がってしまい、増収減益の状態が続いている
	相双	物価上昇、エネルギー価格の上昇を何とか価格転嫁しているが、これ以上の価格転嫁は難しいと考えている。
	いわき	この厳しい状況が一日でも早く落ち着いてくれることを望むばかりです。
		電気・ガス・仕入れ、全て上がっている。
		エネルギー価格の高騰に関しては 非常に厳しい。 インバウンドは回復していないが、 台湾との定期便が来年から開始される予定なので期待している。 アルプス処理水の海洋放出による 風評被害は現在のところ 感じられない。
住宅・不動産販売	県北	世界各地での戦争が更に複雑に拡大して行くと思われるので、今まで以上に厳しい状況になって行くと思われます。
	県中	価格高騰により、購入を控える、または出来ないお客様が増えたように思います。物件価格が上がり、購入出来る方、購入した方が一巡した可能性があります。また、所得が増えた感じもありませんので、購入が厳しいといった状況もあると思います。
		ガソリン、電気料金の値上げにより同じ仕事をしていても原価が上がり、また人件費も上げなければならないため、値上げせざるを得ない状況になっている。消費者の方はTV等で値上げの事を報じているため、ある程度の理解はして頂いてる感じがする。
	県南	物件価格の高騰と金利上昇の影響が大きく、顧客の購入意欲の低下がみられます。また、関東圏からの移住層も増えてきている傾向もありますが、全国的に景気低下の動きが大きいと感じます。
	会津・南会津	新築住宅が物価上昇に伴う価格の高騰で、無理な支払いをしてまで自分の所有にこだわる必要がないという人が増え、必需品ではなく嗜好品に変わりつつあるのかも知れません。しかし、電気代等のエネルギー高騰に対応するためには、高性能住宅化をするしかないですし、職人不足の中で安定経営をしていくためには、住宅のハイブランド化が進んでいくと思います。