

調査

第2回「ふくしま景気ウォッチャー調査」

— 平成26年10月調査 —

当研究所では、街角の景況感調査として、第2回「ふくしま景気ウォッチャー調査」を10月に実施しました（前回調査は本年6月に実施）。

内閣府が全国規模で毎月実施している景気ウォッチャー調査は、小売や飲食などの「家計動向関連」、製造や運輸などの「企業動向関連」、人材派遣などの「雇用関連」の3分野に分けて集計しています。

今回の当研究所の調査は、一般消費者に身近に接している「家計動向関連」について、県内経済の最前線に従事する123名の方に身の回りの消費行動や景気の現状・先行きについて判断していただきました。

<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 DI^(*) は全体で42.8（前回調査45.6）であり、横ばいを示す50を下回った。
- ・業種別では飲食関連が、前回調査比△19.7%の40.6と大きく低下した。

◇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 DI は全体で42.1（前回調査51.2）となり、マイナス判断する割合が4割超を占めた。
- ・業種別では住宅関連が、前回調査比+3.4%の53.4と唯一50を上回った。

◇景気動向の現状判断（半年前と比較した現在）

- ・現状判断 DI は全体で39.6（前回調査44.9）であり、プラス判断する割合が約1割にとどまった。
- ・業種別ではサービス関連が、前回調査比△6.3%の36.2と最も厳しく景気判断している。

◇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 DI は全体で39.1（前回調査52.3）であり、景気の現状判断 DI 同様にマイナス判断するウォッチャーが多い。

◇主な業種の指数判断（コンビニ、旅館・ホテル、タクシー）

- ・コンビニは消費動向の現状判断 DI が57.8（前回調査47.9）となり、下降基調と判断する業種が多い中、高い水準となった。
- ・タクシーは消費動向判断 DI が現状38.5（前回調査37.5）、先行き34.6（同45.0）と他業種に比べ水準が低めとなっている。

(*) DI 値（判断指数）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敏感に観察できる立場の方140名

2. 回収状況

有効回答数 123件 回答者の業種・地域は6・7のとおり

回収率 87.9%

3. 調査時期

平成26年10月実施

(調査時期について：第1回は本年6月、第2回は10月に実施したが、
今後は4月、10月に調査を実施する予定)

4. 調査内容

- (1) 半年前と比較した現在の消費動向
- (2) (1)の選択理由
- (3) 現在と比較した半年後の消費動向
- (4) (3)の選択理由
- (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

※(1)、(3)、(5)、(6)は5段階評価による回答とする。

※ここでは、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)の算出方法

5段階の回答区分に、それぞれ下図のとおり点数を与え、こ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を目安としており、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 (46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 (24名)	料理店 酒場 など
サービス関連 (38名)	旅館・ホテル タクシー 娯楽業 理美容業 など
住 宅 関 連 (15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 (32名)	福島市、二本松市、伊達市、本宮市、伊達郡、安達郡
県 中 (34名)	郡山市、須賀川市、田村市、岩瀬郡、石川郡、田村郡
県 南 (13名)	白河市、西白河郡、東白川郡
会津・南会津 (16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 (7名)	南相馬市、相馬市、双葉郡、相馬郡
い わ き (21名)	いわき市

1. 消費動向の現状判断

～半年前と比較した現在の消費動向は 下降基調～

ウォッチャー（アンケート調査回答者）が日々の仕事を通じて接する顧客の様子から把握できる消費動向（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の現状判断指数は42.8であり、横ばいを示す50（前回調査比△2.8ポイント）を下回った（図表1）。

「やや悪くなった」または「悪くなった」とマイナス判断したウォッチャーは前回（6月）調査と同様に約4割を占め、「良くなった」または「やや良くなった」とプラス判断したウォッチャーの割合が前回調査に比べ約10ポイント低下しており、消費が下降基調にあると判断されている（図表2）。

(1) 業種別

前回調査では飲食関連が60.3となり上昇基調と

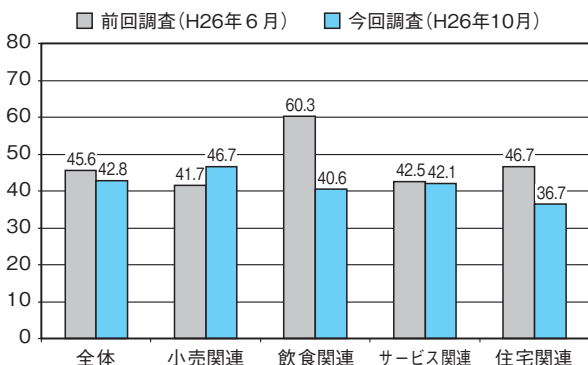
判断されたが、今回調査ではいずれの業種も50を下回り下降基調であると判断された。前回調査を上回ったのは、小売関連の46.7（前回調査比+5.0ポイント）のみであった（図表1）。

小売関連において、「良くなった」「やや良くなった」とプラス判断した人は、その理由として、「来店客数の増加」（80.0%）を多く回答にあげている（図表3）。小売関連でプラス判断したウォッチャーはコンビニエンスストアなどにみられた。

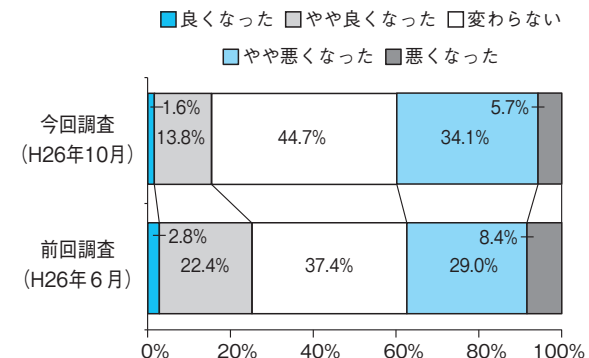
一方、飲食関連は40.6（同△19.7ポイント）、住宅関連は36.7（同△10.0ポイント）と前回調査比で大きく低下した（図表1）。飲食関連において、「悪くなった」「やや悪くなった」とマイナス判断した人は、その理由として、「来店客数の減少」（70.0%）を多く回答にあげた（図表4）。飲食関連においては、消費者の節約志向などから来店客数の減少がみられ、悪くなったと判断しているものとみられる。

住宅関連において、「悪くなった」「やや悪く

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



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：%）

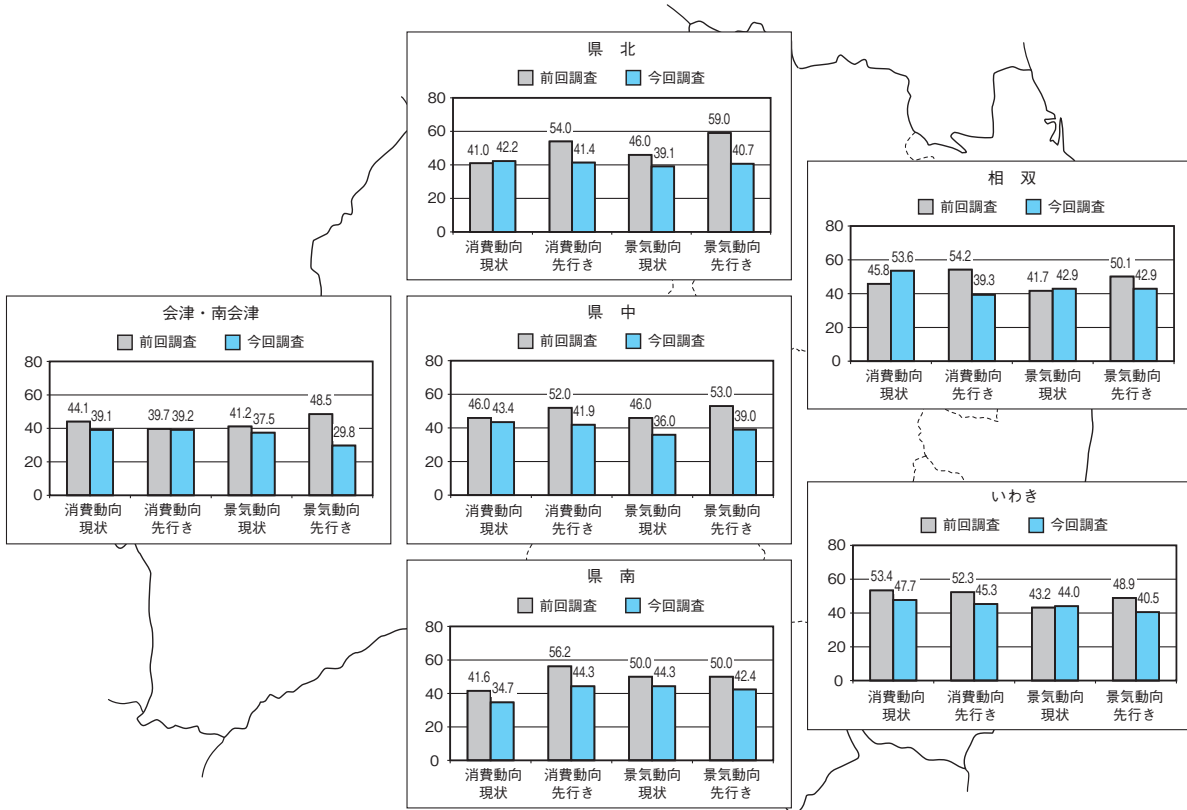
業種名	回答者数(人)	来店客数の増加	顧客単価の増加	自社または他社の出店・撤退	消費意欲の改善	高価格商品の増加	低価格商品の増加	その他
全体	19	73.7	47.4	5.3	21.1	10.5	5.3	0.0
小売関連	10	80.0	50.0	0.0	30.0	10.0	10.0	0.0
飲食関連	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
サービス関連	7	71.4	42.9	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0
住宅関連	0	-	-	-	-	-	-	-

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）

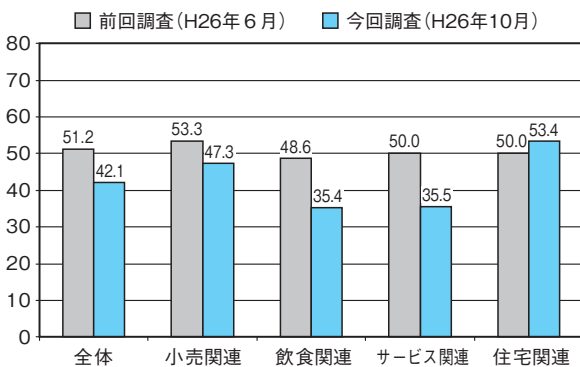
（単位：%）

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	その他
全体	48	75.0	25.0	8.3	50.0	8.3	12.5	6.3
小売関連	14	71.4	28.6	7.1	50.0	14.3	21.4	0.0
飲食関連	10	70.0	30.0	10.0	30.0	20.0	20.0	10.0
サービス関連	18	72.2	16.7	11.1	55.6	0.0	5.6	11.1
住宅関連	6	100.0	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0

図表5 地域別の消費動向・景気動向判断指数 (DI)



図表6 消費動向の先行き判断指数 (DI) 業種別

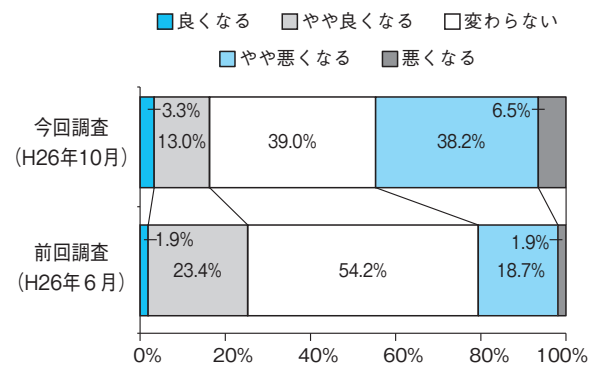


なった」とマイナス判断した人は、その理由として、「来店客数の減少」(100.0%)、「消費意欲の悪化」(66.7%)を多く回答にあげた(図表4)。住宅関連にはプラス判断したウォッチャーはおらず、消費増税の影響のみならず、消費者の先行き不安感から住宅購入に慎重な姿勢があるのではとの意見がみられた。

(2) 地域別

相双が53.6(前回調査比+7.8ポイント)と6地域の中で唯一50を上回り上昇基調と判断された(図表5)。相双には復興関係者が多く滞在・居住していることもあって、他地域に比べマイナス判断したウォッチャーが少なかったと思われる。前回調

図表7 現在と比較した半年後の消費動向 回答構成比



査で唯一50を上回ったいわきは、47.7(同△5.7ポイント)と低下しているが、復興需要が下支えとなり中通りや会津に比べ依然として水準は高い。

2. 消費動向の先行き判断

～現在と比較した半年後については
マイナス判断が4割超を占める～

現在と比較した半年後の消費動向の先行き判断指数は42.1(前回調査比△9.1ポイント)であり、横ばいを示す50を下回った(図表6)。前回調査と比べると、「悪くなる」または「やや悪くなる」とマイナス判断した割合が4割を超えており、先行き

を不安視するウォッチャーが多かった（図表7）。

(1) 業種別

住宅関連が53.4（前回調査比+3.4ポイント）と唯一50を上回り、上昇基調であると判断された（図表6）。

住宅関連は、現状判断に比べ16.7ポイント上回っており、「良くなる」「やや良くなる」とプラス判断した人は、その理由として、「消費意欲の改善」（80.0%）を最も多くあげている（図表8）。消費増税前の駆け込み需要の反動減が今後和らぎ、消費者の住宅購入意欲が改善すると判断しているものとみられる。

一方、飲食関連は35.4（同△13.2ポイント）、サービス関連は35.5（同△14.5ポイント）と前回調査比で大きく低下し下降基調と判断された（図表6）。「悪くなる」または「やや悪くなる」とマイナス判断した理由としては、ともに「消費意欲の悪化」が飲食関連で56.3%、サービス関連で66.7%と最も多かった（図表9）。両業種からは消費増税による

家計支出引き締めの影響などの意見が寄せられた。

(2) 地域別

全ての地域が50を下回っており、最も高いいわきでも45.3（前回調査比△7.0ポイント）にとどまり、会津・南会津が39.2（同△0.5ポイント）、相双が39.3（同△14.9ポイント）とマイナス判断するウォッチャーが多かった（図表5）。浜通り（いわき、相双）では復興需要の期待感が薄れ、先行きを厳しく判断したものとみられる。

3. 景気動向の現状判断

～半年前と比較した現在の景気は下降基調～

ウォッチャー自身の身の回りの景気（経済情勢）について尋ねた。

半年前と比較した現在の景気動向の現状判断指数は39.6（前回調査比△5.3ポイント）であり、横ばいを示す50を下回った（図表10）。「良くなった」と回答したウォッチャーはおらず、「やや良くなった」

図表8 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：%）

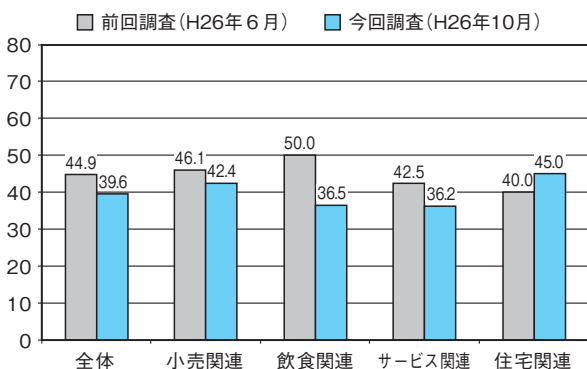
業種名	回答者数(人)	来店客数の増加	顧客単価の増加	自社または他社の出店・撤退	消費意欲の改善	高価格商品の増加	低価格商品の増加	その他
全体	20	60.0	10.0	5.0	40.0	0.0	5.0	15.0
小売関連	9	55.6	11.1	11.1	33.3	0.0	11.1	22.2
飲食関連	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
サービス関連	4	75.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0
住宅関連	5	40.0	0.0	0.0	80.0	0.0	0.0	0.0

図表9 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）

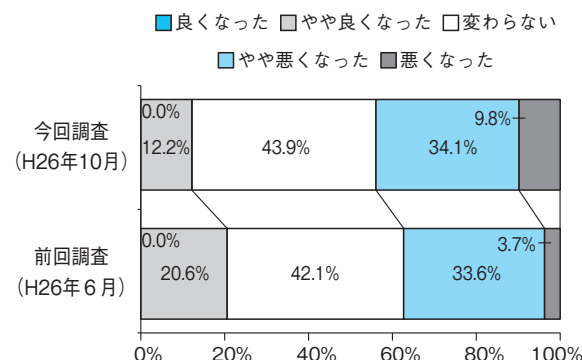
（単位：%）

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	その他
全体	54	48.1	33.3	5.6	57.4	7.4	11.1	13.0
小売関連	14	71.4	42.9	14.3	42.9	7.1	21.4	14.3
飲食関連	16	43.8	50.0	6.3	56.3	12.5	6.3	12.5
サービス関連	21	38.1	19.0	0.0	66.7	4.8	9.5	4.8
住宅関連	3	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	66.7

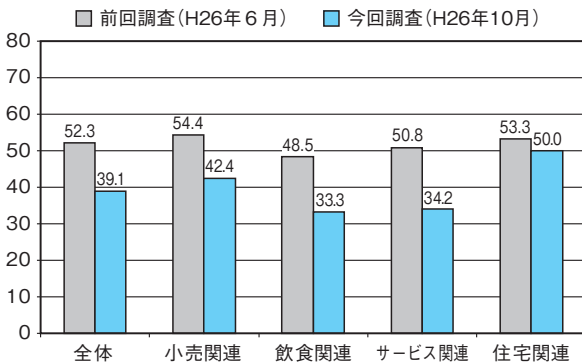
図表10 景気動向の現状判断指数 (DI) 業種別



図表11 半年前と比較した現在の景気動向 回答構成比



図表12 景気動向の先行き判断指数 (DI) 業種別



とプラス回答した割合は12.2% (同△8.4ポイント)にとどまった。一方、「やや悪くなった」と「悪くなった」とマイナス判断した割合が合わせて43.9% (同+6.6ポイント)と増加しており、景気の現状を厳しく捉えているウォッチャーが多かった (図表11)。

(1) 業種別

全ての業種が50を下回っており、下降基調と判断された。中でも飲食関連は36.5 (前回調査比△13.5ポイント)と前回調査に比べ大きく低下した。飲食関連は、消費動向の現状判断でも前回比大きく低下しており、消費増税後の景気動向をウォッチャーがより厳しく強く感じているものとみられる。サービス関連は、36.2 (同△6.3ポイント)と最も低く、タクシー会社のウォッチャーからは「街なかの人通りが少ない」との意見などが寄せられた (図表10)。

(2) 地域別

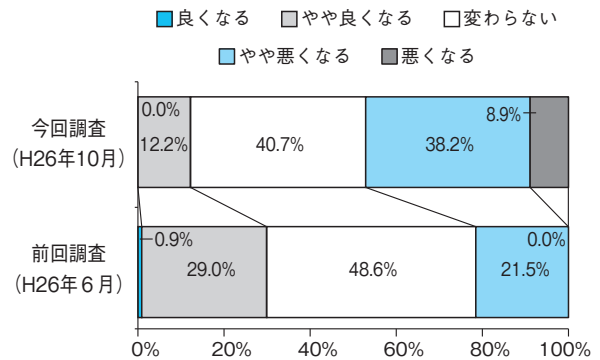
最も高い県南でも44.3 (前回調査比△5.7ポイント)であり、いずれも50を下回った (図表5)。県北39.1 (同△6.9ポイント)、県中36.0 (同△10.0ポイント)、会津・南会津37.5 (同△3.7ポイント)では、「やや悪くなった」または「悪くなった」とマイナス判断した割合が約5割を占めており、いずれも判断指数が30台と厳しく現状判断をしている。

4. 景気動向の先行き判断

～現在と比較した半年後の景気は
下向くと判断～

現在と比較した半年後の景気動向の先行き判断指数は39.1 (前回調査比△13.2ポイント)であり、横ばいを示す50を大きく下回った (図表12)。「良くなる」と回答したウォッチャーはおらず、「やや良くなる」とプラス判断した割合が約1割に対し、「やや悪くなる」または「悪くなる」とマイナス判断した割合が約5割に達しており、景気が下降する

図表13 現在と比較した半年後の景気動向 回答構成比



と予想するウォッチャーが多かった (図表13)。

(1) 業種別

住宅関連50.0 (前回調査比△3.3ポイント)を除き50を下回った。中でも飲食関連が33.3 (同△15.2ポイント)、サービス関連が34.2 (同△16.6ポイント)と大きく低下した (図表12)。飲食関連とサービス関連は、景気動向の現状判断も指数が30台であり、消費増税や物価上昇など経済情勢を取り巻くマイナス要素の存在によって、今後も厳しく景気を見通しているものとみられる。

(2) 地域別

最も高い相双でも42.9 (前回調査比△7.2ポイント)であり、最も低い会津・南会津は29.8 (同△18.7ポイント)にとどまっている (図表5)。会津・南会津では前年度の八重の桜ブームの反動もあり、景気の先行きを厳しく判断するウォッチャーが多いものとみられる。

5. 主な業種の指数判断

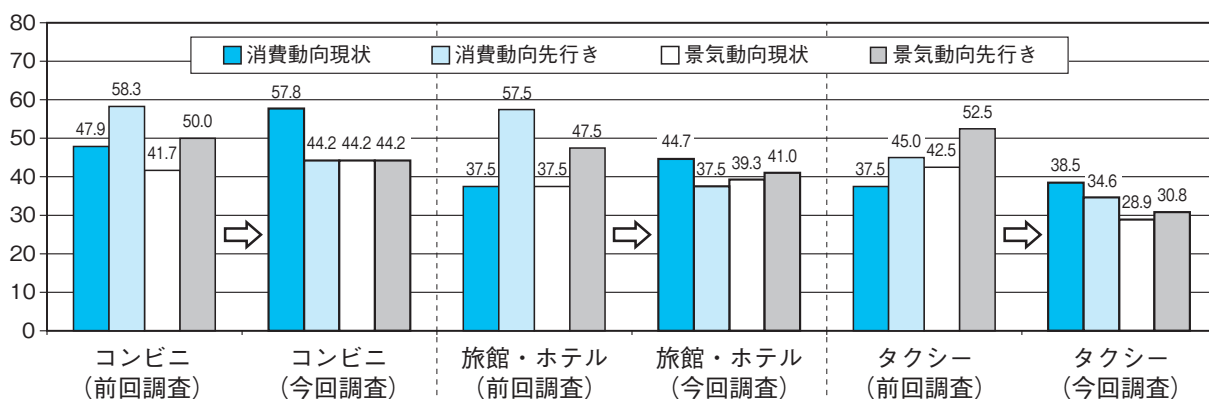
～コンビニは消費動向の現状を上昇基調と判断～

サンプル数がある程度そろっており、また、景気ウォッチャー調査の代表的な業種といわれている「コンビニエンスストア」(以下、コンビニ)「旅館・ホテル」「タクシー」について判断指数をまとめた。

(1) コンビニ

コンビニは、消費動向現状判断指数が57.8 (前回調査比+9.9ポイント)であり、下降基調と判断する業種が多い中、高水準を保っている (図表14)。プラス判断した理由としては、「来店客数の増加」と「顧客単価の増加」があげられており、店舗によって好調を維持している結果とみられる。消費動向先行き判断指数は、44.2 (同△14.1ポイント)と大

図表14 主な業種の判断指数 (DI)



大きく低下しており、プラス判断するウォッチャーが消費現状判断に比べ少なくなっている。景気動向については、現状判断と先行き判断とも両方の指数が50を下回り、下降基調と判断している。

地域別に消費動向判断をみると、現状判断では「良くなった」または「やや良くなった」とプラス判断したのは、県北、県中、相双の各地域、「やや悪くなった」とマイナス判断したのは会津、いわきの各地域のウォッチャーであった。先行き判断では、県北地域のウォッチャーに「やや良くなる」との回答があった。

(2) 旅館・ホテル

旅館・ホテルは、消費動向現状判断指数が44.7（前回調査比+7.2ポイント）、消費動向先行き判断指数が37.5（同△20.0ポイント）となった。景気動向判断指数は現状と先行きとも50を大きく下回った（図表14）。

地域別に消費動向判断をみると、現状判断では、「やや良くなった」が県北、「やや悪くなった」が県北、県中、県南、いわき各地域のウォッチャーから回答があった。プラス判断した理由としては、「来店客数の増加」とする回答が多く、マイナス判断した理由としては、「消費意欲の悪化」に回答が多かった。先行き判断では「やや良くなる」が県北、県中の両地域、「やや悪くなる」が県北、県南、会津、相双、いわきの各地域、「悪くなる」が県北のウォッチャーから回答があった。プラス判断の理由としては「来店客数の増加」、マイナス判断の理由としては「来店客数の減少」と「消費意欲の悪化」が多かった。

(3) タクシー

タクシーは、消費動向現状判断指数が38.5（前回調査比+1.0ポイント）、消費動向先行き指数が34.6（同△10.4ポイント）、景気動向現状判断指数が28.9（同△13.6ポイント）、景気動向先行き判断指数が30.8（同

△21.7ポイント）となっており、前回調査同様にサービス関連の中において指数水準が低い（図表14）。

地域別に消費動向判断をみると、現状判断では「やや良くなった」が県南、「やや悪くなった」が県北、県中、会津から回答があった。先行き判断では「やや良くなる」が県南、「やや悪くなる」が県北、県中、会津、いわき、「悪くなる」が県北の各地域から回答があった。現状判断と先行き判断とも、マイナス判断した理由としては、「来店客数の減少」と「消費意欲の悪化」が多くを占めた。

6. おわりに

11月11日に公表された、内閣府の景気ウォッチャー調査（平成26年10月調査）の家計動向関連についてみると、景気の実況判断DIは42.3（9月調査比△4.4ポイント）、景気の先行き判断DIが45.4（同△2.6ポイント）であった。比較する時期が内閣府と当研究所で異なっているものの、当研究所調査では現状判断DIが39.6、先行き判断DIが39.1であり、県内の景気判断が全国平均を下回っていることがわかった。

本県の消費動向と景気動向に対するウォッチャーの判断は、消費増税後の節約志向などの消費マインドの変化から、来店客数減少や消費意欲悪化などにつながり、半年前と比較した現状判断が下降基調となった。消費動向の先行きについても、消費税10%への引き上げへの懸念などから消費マインドが盛り上がり、厳しく見通しているウォッチャーが多いものとみられる。

ウォッチャーに身の回りの景気について自由意見をご記入いただいたところ、数多くの意見をお寄せいただきました。誌面の関係上、一部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）。（担当：高橋）

身の回りの景気に関する自由意見

業種	地域	自由意見
小売業	県北	消費税等の増税や社会保険料の負担増など家計へのダメージが心配。
小売業	県北	当店の場合は少々季節が左右します。真夏は毎年低下するのですが、現在初秋になり、なんだか同じで例年の様に少しも忙しくならず、心配しております。コンビニ化、低価格競争化で専門店はととても困りますね。
小売業	県北	現在ナナコカードのキャンペーン中ですが、中高年層を中心にポイントに興味があり、会員も増えています。来年度の消費増税がポイントです。
小売業	県中	賃金が変わらないのに電気料金、ガス代、ガソリンなどの必須な項目の値上がりが続き購買意欲が無くなってきている。更に消費税が10%になる心配から消費は落ち込むでしょう。
小売業	県中	ガソリン価格の高止まりと身の回り品の値上げ。特定業種は忙しいが、一般業種は原料、運賃等値上げされ厳しいと思います。
小売業	県中	商店街の集客力が郊外大型店へ流れていき、これから先も地元の後継者問題等の理由で商店街自体のあり方に将来の不安を持つ。
小売業	県中	昇給等により名目賃金は増加したが消費税増税や原油高騰により実質賃金は目減りしている感がある。消費者はコンビニ等の利用からスーパーやネット販売等、より価格の安いチャネルにシフトしている。
小売業	県中	所得格差が大きくなってきている感じは強いです。家賃や光熱費を漸く支払っている人も多く、直近の選挙による行政の改革に期待するところでもあります。
小売業	県中	物価の値上がりがわかるようになった。商品を買っている立場でもいつの間にか値上がりの幅が大きくなったことに気付く。
小売業	県中	外食特に一般的な食堂がかなり厳しく閉店している。逆に入っているのは安い居酒屋など、各大型スーパーなどの特売日には人の流れが持っていられるが、平日（特売以外）は大型店も人は入っていない。小売店（当社）でお得意様がついている分安定して売り上げがある。
小売業	県中	衣・食・住・遊のうち“遊”の出費が多いように思える。逆に生鮮食品については安ければ売れる。1匹150円のさんまは売れないが、1匹98円のさんまは売れる。誤解を与える報道も多い。“賃金の上昇”とは中央のことであって、地方ではみられない。“円安”が重い！
小売業	県中	消費税の増税を控えているので顧客の消費が抑制されていると思う。このままだと景気は冷え込む一方だと思う。
小売業	県南	異常気象による台風、大雨により客足が控えめに感じた。本来は残暑の続く9月に今年は温かい飲食品が売れたり、全体では自然影響により売れ行きが低下。
小売業	会津	販売業ですが品物の値段が少しずつ上がっています。家計もどんどん厳しくなっていくようです。
小売業	会津	お客様も消費税の8%は、やはり商品のお買い上げに対しても抵抗があるようです。新商品等も、以前のようなお買い上げはされないようです。販売方法もいろいろ考え頑張る覚悟です。
小売業	会津	若者の就職難や高齢者の年金減、非正規雇用などの問題で景気はこれから良くはないと感じる。
小売業	相双	消費税増税の影響で購買意欲の低下があると思います。
小売業	いわき	宅配便の送料が高くなった割には宅配便を送る件数が増えている（特にさんまの宅配便の件数が増えている）。
小売業	いわき	消費税が上がった後、給料が上がった企業はまだ少ないが、いわき是一部の復興景気に関わる住宅産業などは良いので、まだら模様が濃い状態のようだ。高級焼き肉店が大盛況など一概に悪いとは言えない。
小売業	いわき	人手不足は解消されていない（パート労働者不足）。
飲食業	県北	食材の値上げが現在もあり、今後も価格の高騰が続きそう。そこに消費税が10%になれば、値上げをしなくてはならなく、客単価が上がれば客数は減少し売り上げも下がるだろう。
飲食業	県中	少子高齢化の波と、4月の消費税アップの影響がボディブローのようにじわじわと表れてきているのかと思われます。
飲食業	県中	税率の増加による一時的な消費の落ち込み感があつたが持ち直した印象もある。しかし復興関連のお金の流れが末端まで流れている印象は薄く、先行きの楽観的な見通しは感じていない。
飲食業	県中	私は美容室も営んでいるのですが、来店サイクルが長くなり新規来店も少ないので（人口も減っている）半年後も景気が上がる事は難しいと思います。
飲食業	県中	以前好調だった福島市の外食産業も数字の落ち込みが激しいと聞きます。郡山は出店も少なく横ばいです。福島市は新規出店が多く競争が激化したと聞きます。

業種	地域	自由意見
飲食業	県南	建設、除染関係はかなり景気がよさそうだが、それ以外の業種はあまり変わらないように感じる。
飲食業	会津	偏っていると思います。建設業の人達はとても忙しいとのこと。飲食業の場合は曜日によってだいぶ売り上げが違うようです。
飲食業	会津	喜多方市の人口が減り続くことが今後不安！
飲食業	会津	八重の桜ブームが過ぎ、消費税も上がり、物価も上がり、半年後も一年後も悪くなる一方だと思っています。
飲食業	いわき	いわきでは異常な程、好景気であったため会社、個人でもお金をよく使ってくれたがいつまでも続かないと思い始めた。それだけ国や行政でも回収にかかっていると思う。
サービス業	県北	特に消費税での税抜き価格と税込み価格の店が混ざっているため、消費者が店によってその都度確認しなければならず、その不便さが店への不信感もしくは信頼感に繋がっていると感じました。
サービス業	県北	昨年と比べて客数の落ち込みが目立ちます。中央に比べて地方は賃金も上がらず景気が良いとは決して言えない状況です。
サービス業	県北	福島市の街の中、人通りが少ない気がする。人がいないということは購買、飲食等しないのでお金の動きがないと繁栄しないと思います。
サービス業	県北	不動産関連（土地、家屋など）の動きがだいぶ出てきたと思います。また、当ホテルに骨董品を多数陳列していますが、お客様の中で譲ってほしいという人がぼつぼつ出てきています。金の回りが徐々に良くなっているように思います。
サービス業	県北	本県の景気動向は他県と異なり、県内への人、モノの流通が減少し、「フクシマ」は観光、農産物、工業製品において、県外、特に海外では敬遠されております。私共は交通関係で県外への仕事が多いですが、福島は部外品としての扱いであるように思えてなりません。
サービス業	県北	福島県内市街地と栃木県内市街地の中小商店の活気について大いに違和感があり、福島県内の活気のなさが気になります。
サービス業	県中	人材不足により消費意欲にこたえられない状況が続いている。マンパワーの問題だけに対応が難しい。
サービス業	県中	消費税増税による宿泊費の増大による客足の渋りや、食品原材料高騰による売上総利益の減少等が今後の懸念材料と思われます。
サービス業	県南	私の周りでお年寄りが多くなってきているので、利用が多少多くなっているのでは。
サービス業	会津	ガソリン価格に地域差があるけれども極端な場合週替わりで価格変動（上下）しており、まだまだ不透明な部分がある。単に競争だけというものでもないところもあり、まだまだ不安定要素が業種によってはあるのではないのでしょうか。
サービス業	会津	景気が良くなっている様子が全く見えない。給料等についても10年前とほぼ変わらないのに物価だけが上がり生活は苦しくなるばかり。税はもっとあるところから取ってほしい。
サービス業	会津	増税、円安、物価上昇の影響が出てくる。米価の下落、米の収穫量の低下で消費に影響が出てくる。
サービス業	いわき	ガソリン代含め物価は高く感じるが、住宅ローン金利が非常に低い。一部ネット銀行の商品が異常なほど低金利で他の銀行も追随せざるを得ない状況だろう。借り換えにより月々の返済金額は変わらないが、借入期間が大幅に短縮され長期的には大きなメリットとなっている。
住宅・不動産販売	県中	公共工事以外の復興需要が民間の方は一段落してきた感じがする。
住宅・不動産販売	県南	消費者の方々は消費税のアップという理由だけではなく、生活全般として慎重になっているように感じる。私自身も今までよりも計画的な節約を心掛けるようになっている。それは業界（住宅）に対する不透明感が増しているからです。
住宅・不動産販売	県南	チラシの反響が悪く来店しても購入までの時間が以前よりかかります。
住宅・不動産販売	会津	お客様がお金を使わないよう心掛けているような気がします。現在の景気もさることながら老後の不安があるように思われます。
住宅・不動産販売	会津	物価は高くなる一方なのに対し、給与報酬は現状維持もしくは減少傾向にある中で、消費に対して消極的になるのは真理。政策での打開策をと思う部分もあるけれど、中央と違って地方にはそれほどの恩恵は望めない。自己で出来ることは何か模索中。
住宅・不動産販売	会津	消費税10%への対策を考えている人々が多くなった。
住宅・不動産販売	いわき	市況、消費税増税により景気動向に敏感な方の動きは良い。高齢の方や資金力の乏しい方は様子見であり動きが鈍いです。
住宅・不動産販売	いわき	消費税の動向次第で経済情勢は大きくぶれると思われます。米国の利上げ時期も気になります。
住宅・不動産販売	いわき	住宅メーカーは消費税等の駆け込み在庫の消化が続いているが、中小工務店は平常に戻りつつある。