

## 調査

## 第3回「ふくしま景気ウォッチャー調査」

## —平成27年4月調査—

当研究所では、街角の景況感調査として、第3回「ふくしま景気ウォッチャー調査」を4月に実施しました（前回調査は昨年10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。

一方、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」にばかり、県内経済の最前線に従事する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いています。3回目となる今回は、123名の方にご回答いただき、消費動向の現状判断が全体で51.5となり初めて横ばいを示す50を上回った（平成26年6月調査45.6、同10月42.8）ことが大きな特徴です。

## ＜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<sup>(※)</sup> は全体で51.5（前回調査42.8）であり、横ばいを示す50を上回った。
- ・業種別では、小売関連57.4（前回調査比+10.7<sup>ポイント</sup>）と飲食関連56.2（同+15.6<sup>ポイント</sup>）が大きく上昇し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 DI は全体で49.8（前回調査42.1）となり、横ばいを示す50を下回ったものの、前回調査に比べプラス判断する割合が増え、マイナス判断する割合が半減した。
- ・業種別では小売関連52.7（前回調査比+5.4<sup>ポイント</sup>）と飲食関連51.0（同+15.6<sup>ポイント</sup>）が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48.6（前回調査39.6）であり、50を下回ったものの、マイナス判断する割合が約4割から約2割に半減した。
- ・業種別では、住宅関連53.5（前回調査比+8.5<sup>ポイント</sup>）と小売関連52.7（同+10.3<sup>ポイント</sup>）が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 DI は全体で48.3（前回調査39.1）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半減した。

## ◇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61.7（前回調査57.8）であり、同業種のプラス判断の多さが小売関連の判断指数の高さにつながっている。
- ・タクシーは消費動向判断 DI が現状28.5（前回調査38.5）、先行き35.7（同34.6）と前回同様、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147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 83.7%

3. 調査時期

平成27年4月実施

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

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 (48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 (37名)	旅館・ホテル タクシー 娯楽業 理美容業 など
住 宅 関 連 (14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 (31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 (12名)	白河市、西白河郡、東白川郡
会津・南会津 (18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 (8名)	南相馬市、相馬市、双葉郡、相馬郡
い わ き (20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 上昇局面～

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51.5であり、横ばいを示す50（前回調査比+8.7割）を上回った（図表1）。

前回調査に比べ、「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の割合が約4割から約2割に減少、「良くなった」ま

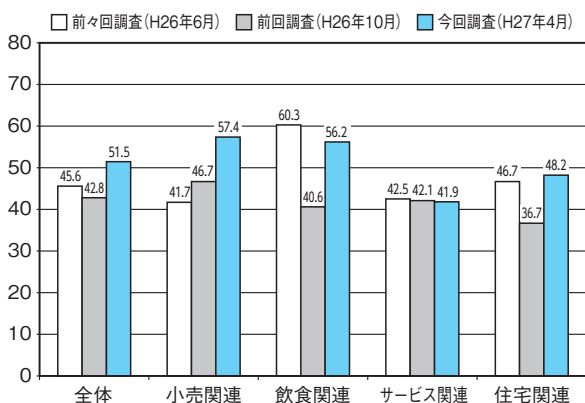
たは「やや良くなった」とプラス判断したウォッチャーの割合が13.9割増加しており、消費が上向いていると判断されている（図表2）。

#### (1) 業種別

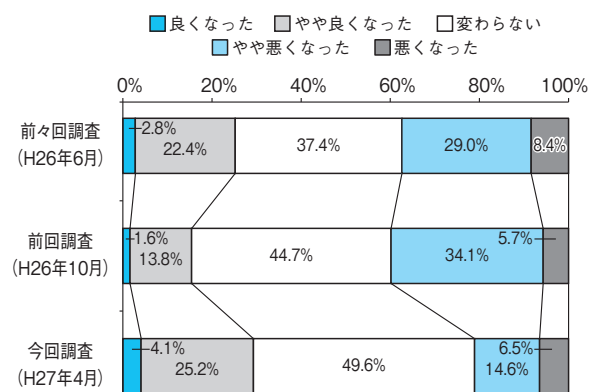
前回調査ではいずれの業種も50を下回り下降局面と判断されたが、今回調査では小売関連57.4（前回調査比+10.7割）と飲食関連56.2（同+15.6割）が50を上回り上昇局面と判断された。住宅関連は48.2（同+11.5割）と増加したが、サービス関連は41.9（同△0.2割）と2回連続低下した（図表1）。

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、

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：％）

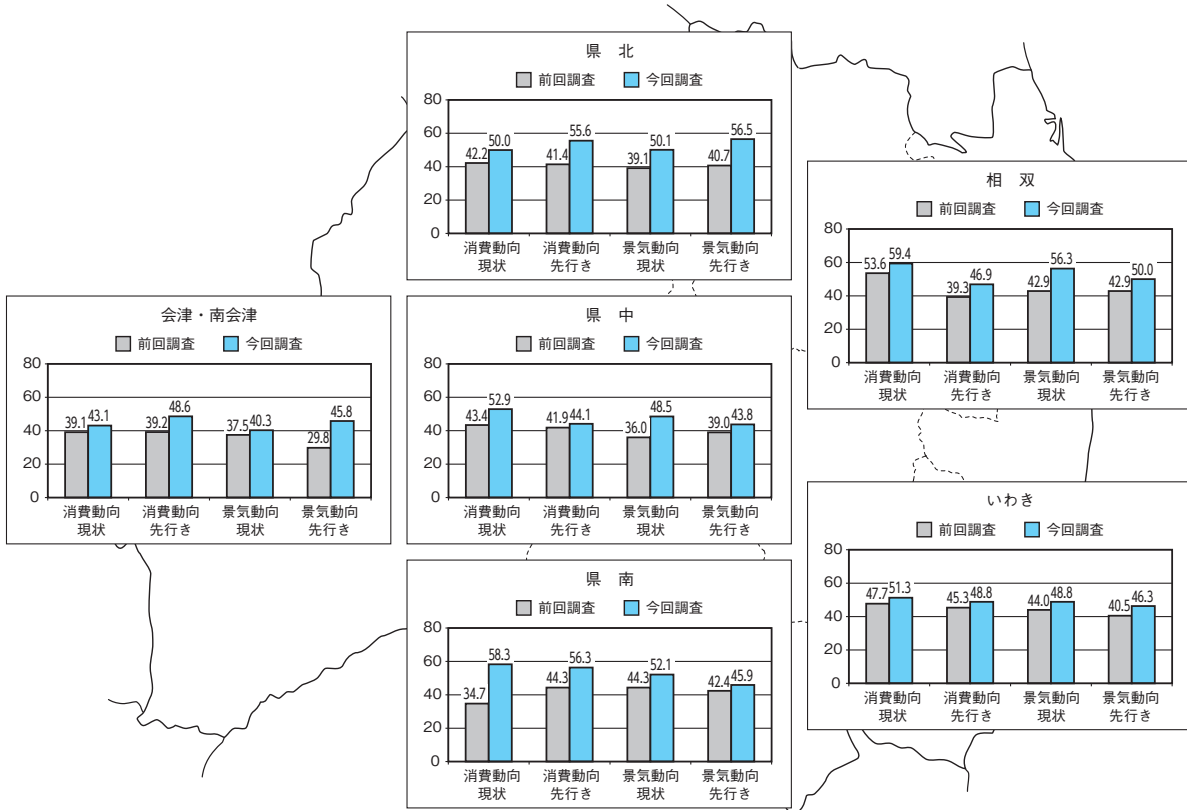
業種名	回答者数 (人)	来店客数の増加	顧客単価の増加	自社または他社の出店・撤退	消費意欲の改善	高価格商品の増加	低価格商品の増加	観光客の増加	避難者の動向	消費税等の税制変更影響	その他
全体	36	66.7	33.3	8.3	30.6	8.3	2.8	5.6	11.1	8.3	0.0
小売関連	17	70.6	17.6	17.6	41.2	11.8	0.0	5.9	17.6	0.0	0.0
飲食関連	11	72.7	54.5	0.0	18.2	9.1	9.1	0.0	0.0	18.2	0.0
サービス関連	6	50.0	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	16.7	0.0
住宅関連	2	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	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）

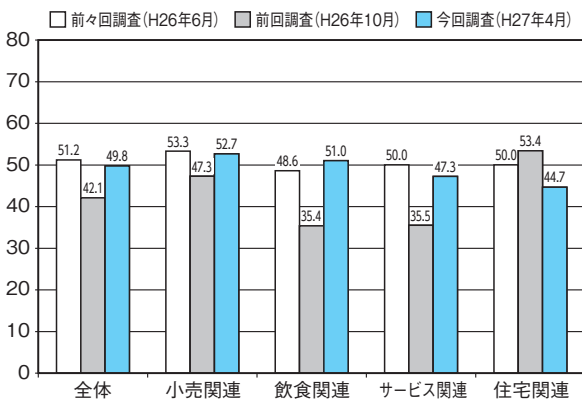
（単位：％）

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	避難者の動向	消費税等の税制変更影響	その他
全体	26	50.0	23.1	11.5	30.8	3.8	0.0	26.9	11.5	42.3	15.4
小売関連	5	60.0	0.0	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0
飲食関連	5	60.0	20.0	20.0	60.0	20.0	0.0	40.0	20.0	40.0	0.0
サービス関連	13	38.5	30.8	0.0	23.1	0.0	0.0	38.5	7.7	53.8	15.4
住宅関連	3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	66.7

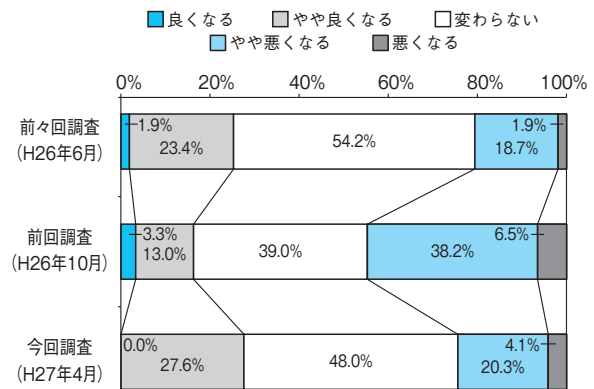
図表5 地域別の消費動向・景気動向判断指数 (DI)



図表6 消費動向の先行き判断指数 (DI) 業種別



図表7 現在と比較した半年後の消費動向 回答構成比



「来店客数の増加」(70.6%)や「消費意欲の改善」(41.2%)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やガソリンスタンドなどを中心にみられた。

飲食関連において、プラス判断した人は、その理由として、「来店客数の増加」(72.7%)や「顧客単価の増加」(54.5%)を多く回答にあげている(図表3)。前々回調査の60.3から前回調査は40.6と大きく低下したところから回復しており、

宴会や外食といった身近な消費活動において、節約志向が緩んだ面も現れたものとみられる。

一方、サービス関連において、「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、「消費税等の税制変更影響」(53.8%)、「来店客数の減少」(38.5%)、「観光客数の減少」(38.5%)を多く回答にあげた(図表4)。サービス関連でマイナス判断したウォッチャーはタクシーや旅館・ホテルなどを中心にみられた。マイナス判断の理由としての「消費税等の税制変

更影響」は全体でも42.3%と割合が高く、サービス業を中心に消費増税の影響から今なお脱却できていないと捉えているウォッチャーが多かった。

(2) 地域別

相双が59.4（前回調査比+5.8割）、県南が58.3（同+23.6割）と50を大きく上回るなど、全ての地域が前回調査から上昇した。会津・南会津の43.1（同+4.0割）を除き50を上回り、上昇局面と判断された（図表5）。マイナス判断したウォッチャーは相双がゼロ、県南が1人と少なかった。復興需要が下支えとなりこれまで水準が高かった浜通りに加え、消費活動の上向きなどから中通りでも消費に関する景況感が改善した。

2. 消費動向の先行き判断

～現在と比較した半年後の判断指数は  
前回調査よりも良化～

現在と比較した半年後の消費動向の先行き判断指数は49.8（前回調査比+7.7割）であり、横ばいを示す50をやや下回ったものの、前回調査の水準から大きく上昇した（図表6）。前回調査に比べ、「やや悪くなる」または「悪くなる」とマイナス判断したウォッチャーの割合が約4割から約2割に減少、「良くなる」または「やや良くなる」とプラス判断したウォッチャーの割合が11.3割増加しており、先行きをマイナス判断するウォッチャーが大きく減った（図表7）。

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：％）

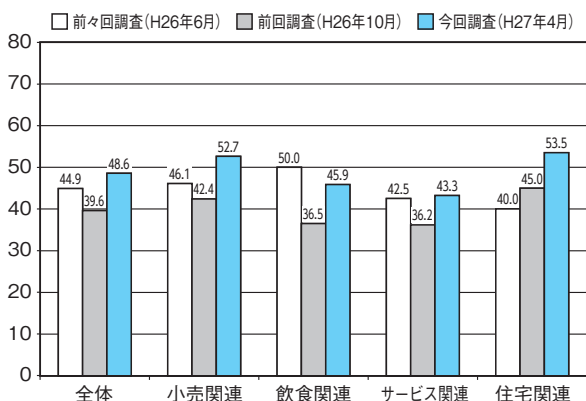
業種名	回答者数(人)	来店客数の増加	顧客単価の増加	自社または他社の出店・撤退	消費意欲の改善	高価格商品の増加	低価格商品の増加	観光客の増加	避難者の動向	消費税等の税制変更影響	その他
全体	33	60.6	27.3	3.0	42.4	6.1	0.0	21.2	18.2	18.2	9.1
小売関連	13	61.5	38.5	7.7	76.9	15.4	0.0	7.7	23.1	7.7	0.0
飲食関連	6	66.7	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	16.7	16.7
サービス関連	10	80.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	10.0	0.0	20.0
住宅関連	4	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	50.0	100.0	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）

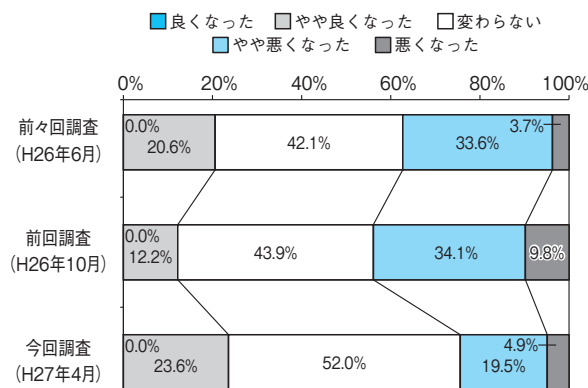
（単位：％）

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	観光客の減少	避難者の動向	消費税等の税制変更影響	その他
全体	30	43.3	13.3	0.0	40.0	6.7	3.3	13.3	33.3	40.0	20.0
小売関連	8	37.5	12.5	0.0	37.5	12.5	12.5	0.0	12.5	50.0	12.5
飲食関連	4	50.0	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	25.0	25.0	50.0	25.0
サービス関連	11	54.5	18.2	0.0	18.2	0.0	0.0	27.3	27.3	36.4	18.2
住宅関連	7	28.6	14.3	0.0	57.1	0.0	0.0	0.0	71.4	28.6	28.6

図表10 景気動向の現状判断指数 (DI) 業種別

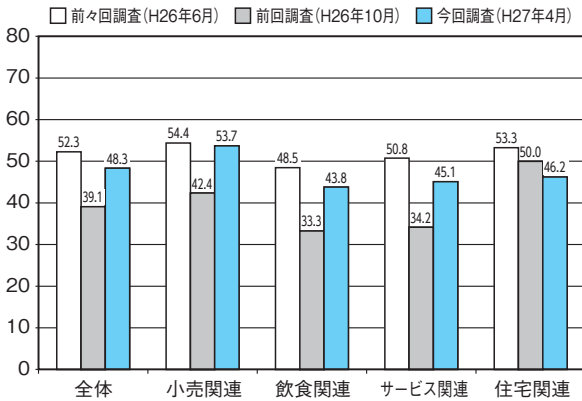


図表11 半年前と比較した現在の景気動向 回答構成比





図表12 景気動向の先行き判断指数 (DI) 業種別



(1) 業種別

小売関連が52.7（前回調査比+5.4ポイント）、飲食関連が51.0（同+15.6ポイント）と50を上回り、上昇局面であると判断された。サービス関連が47.3（同+11.8ポイント）と50を下回ったものの、前回調査の水準から大きく上昇した（図表6）。

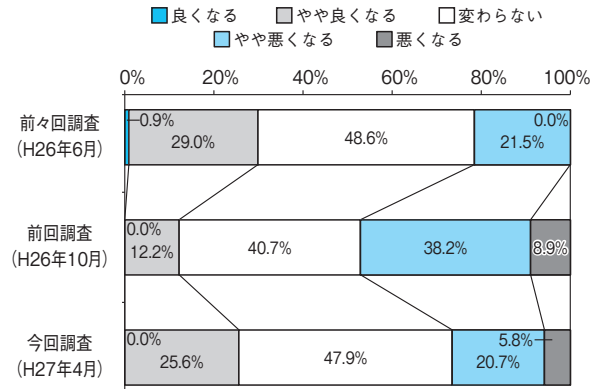
小売関連において、「良くなる」「やや良くなる」とプラス判断した人は、その理由として、「消費意欲の改善」（76.9%）や「来店客数の増加」（61.5%）を多く回答にあげた。小売関連での「消費意欲の改善」の割合は、消費動向現状判断での41.2%よりも大きくなっており、消費活動の先行きが上向くことが期待されている。

一方、住宅関連は44.7（同△8.7ポイント）と前回調査比で唯一低下し下降局面と判断された（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、「避難者の動向」（71.4%）や「消費意欲の悪化」（57.1%）が多かった（図表9）。「避難者の動向」については、避難者が多いわきに限らず、県北、県中、県南の中通り各地域から回答があった。

(2) 地域別

県南56.3（前回調査比+12.0ポイント）と県北55.6（同+14.2ポイント）が50を上回り、上昇局面と判断された。50を下回っている地域はあるものの、全ての地域が前回調査比で増加しており、先行きが良くなる判断するウォッチャーが県内全般にわたり多かった。

図表13 現在と比較した半年後の景気動向 回答構成比



3. 景気動向の現状判断

～半年前と比較した現在の景気は上昇局面～

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48.6（前回調査比+9.0ポイント）であり、横ばいを示す50を下回ったものの、前回調査よりも良化した（図表10）。「良くなった」と回答したウォッチャーは前回調査同様のいないが、「やや良くなった」とプラス回答した割合は23.6%（同+11.4ポイント）と増加した。一方、「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合わせて24.4%（同△19.5ポイント）であり、景気の現状を厳しく捉えているウォッチャーが大幅に減少した（図表11）。

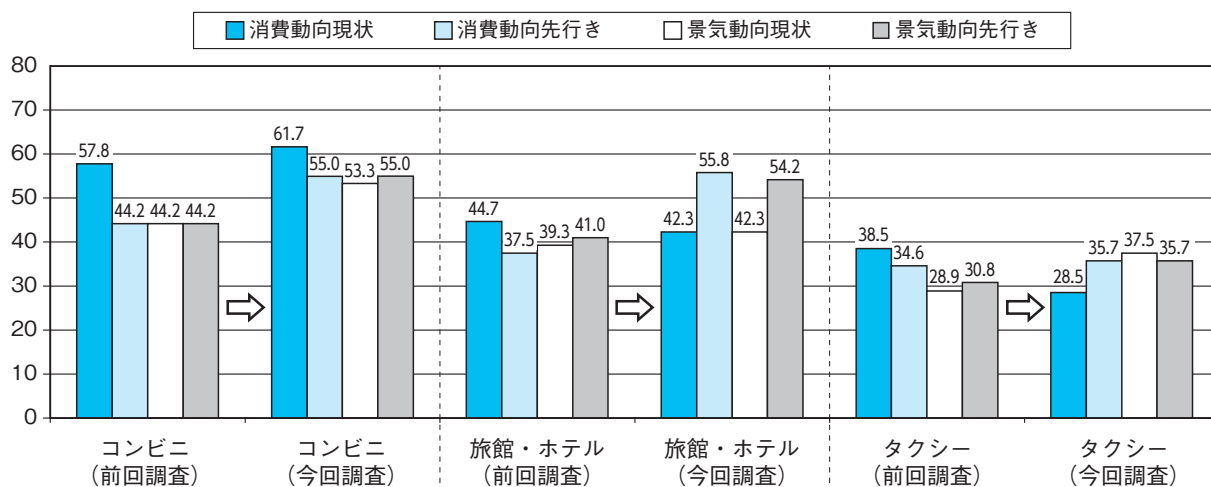
(1) 業種別

住宅関連53.5（前回調査比+8.5ポイント）と小売関連52.7（前回調査比+10.3ポイント）が50を上回り、上昇局面と判断された。全ての業種が前回調査に比べ指数が上昇しており、消費動向と同様に業種全般的に改善傾向がみられた。プラス判断しているウォッチャーは、コンビニエンスストア、ガソリンスタンド、外食、ホテル、住宅など様々な業種にわたった（図表10）。

(2) 地域別

相双56.3（前回調査比+13.4ポイント）、県南52.1（同+7.8ポイント）、県北50.1（同+11.0ポイント）の3地域が50を上回り、いわき48.8（同+4.8ポイント）と県中48.5（同+12.5ポイント）も横ばいを示す50に近づいた。一方、

図表14 主な業種の判断指数 (DI)



会津・南会津40.3（同+2.8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前回調査より少なくなったものの約4割を占めており、他地域に比べて判断指数が大きく下回っている（図表5）。

#### 4. 景気動向の先行き判断

～現在と比較した半年後の景気判断指数は  
前回調査よりも良化～

現在と比較した半年後の景気動向の先行き判断指数は48.3（前回調査比+9.2ポイント）であり、横ばいを示す50をやや下回ったものの、前回調査に比べ大きく上昇した（図表12）。「良くなる」と回答したウォッチャーは前回調査同様のいないが、「やや良くなる」とプラス判断した割合と「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前回調査での約1割：約5割から今回は約3割：約3割となっており、景気が悪くなると予想するウォッチャーが大きく減少した（図表13）。

##### (1) 業種別

小売関連53.7（前回調査比+11.3ポイント）が唯一50を上回り、上昇局面と判断された。住宅関連46.2（同△3.8ポイント）が唯一前回調査に比べて減少した（図表12）。小売関連は消費動向においても全業種の中で最も判断指数が高く、賃金動向の改善とともに消費者の財布のひもが緩み、街なかでの人の流れが増加することで、身の回りの景気動向をプ

ラスに捉えているものとみられる。

##### (2) 地域別

県北56.5（前回調査比+15.8ポイント）が50を超え、他に相双50.0（同+7.1ポイント）が50に達した。会津・南会津では50を下回るものの、45.8（前回調査比+16.0ポイント）となり、前回調査に比べ大きく上昇した。県北では旅館・ホテル業から今年4月にスタートした「ふくしまデスティネーションキャンペーン」（以下、ふくしまDC）に期待する意見が寄せられており、ウォッチャーの見通し通りに景気が上向くかは、ふくしまDCによる観光誘客盛り上がりが必要となっている（図表5）。

#### 5. 主な業種の指数判断

～コンビニの指数判断は高水準を維持～

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61.7（前回調査比+3.9ポイント）であり、コンビニのウォッチャーのプラス判断の多さが小売関連での判断指数の高さにつながっている（図表14）。前回調査での半年先の見通し（消費動向先行き判断指数）は44.2と低水準であったが、実際（今回調査の消費動向

現状判断指数)には61.7と高い水準となった。プラス判断した理由としては、ほとんどのウォッチャーから「来店客数の増加」があげられた。消費動向先行き判断指数は、55.0(同+10.8ポイント)と現状よりもやや低下するものの、上昇すると判断された。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を上回り、上昇局面と判断している。

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、会津・南会津、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、県中、会津・南会津の各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42.3(前回調査比△2.4ポイント)、消費動向先行き判断指数が55.8(同+18.3ポイント)となった。現状の判断指数は低い、先行きについてはふくしま DC など大型観光企画があることによる期待感もあって、現状よりも大きく上昇した(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」または「悪くなった」が県北、県中、会津・南会津の各地域のウォッチャーから回答があった。マイナス判断した理由としては、「来店客数の減少」などがあげられた。先行き判断では「やや良くなる」が県北、県中、会津・南会津の各地域、「やや悪くなる」または「悪くなる」が会津・南会津、相双の各地域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ふくしま DC などへの期待から「来店客数の増加」と「観光客の増加」、マイナス判断の理由としては「来店客数の減少」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28.5(前回調査比△10.0ポイント)、消費動向先行き指数が35.7(同+1.1ポイント)、景気動向現状判断指数が37.5(同+8.6ポイント)、景気動向先行き判断指数が35.7(同+4.9ポイント)となっており、他の業種に比べて指数

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」が県北、「やや悪くなった」または「悪くなった」が県北、県中、県南、会津・南会津、いわきの各地域から回答があった。先行き判断では「やや良くなる」が県北、県中、「やや悪くなる」または「悪くなる」が県北、県中、県南、会津・南会津、いわきの各地域から回答があった。現状判断と先行き判断とも、プラス判断した理由としては、「消費意欲の改善」があげられ、マイナス判断した理由としては、「消費意欲の悪化」や「消費税等の税制変更影響」など様々な回答が寄せられ、「避難者の動向」も複数みられた。

## 6. おわりに

内閣府の景気ウォッチャー調査(平成27年4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53.2(前月比+2.3ポイント)、景気の先行き判断DIが53.9(同+0.8ポイント)と発表された。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51.5(前回調査比+8.7ポイント)、先行き判断DIが49.8(同+7.7ポイント)であり、県内の景気判断が全国同様に前回調査と比較すると改善していることがわかった。

今回の調査では、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について、小売関連や飲食関連では消費者の節約志向が緩んで、来店客数増加や消費意欲の改善などにつながり、半年前と比較した現状判断が上昇局面と判断された。サービス業のウォッチャーは他業種に比べて慎重な判断が目立った。消費動向の先行きについては、横ばいを示す50をやや下回ったものの、前回調査に比べて指数が大きく上昇しており、賃金動向などから来店客数増加を期待するなど前向きに捉えるウォッチャーが増えた。

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 一街の声ー

業種	地域	自由意見
小売業	県北	除染も身近になり、まだまだこれからという所も有ります。駅前を中心とした工事もあり、さらに良くなっていくと思います。プレミアム商品券の発行にも期待したいですね。
小売業	県北	毎日消費するものが高くなっており購買意欲が減退している。若い人が少なくなり消費が不活発である。街中に学生がほぼゼロであり、福島大学、県立医大などの施設をもう1度、街中に戻すべき。街づくりの中期的展望がなければ福島には人がいなくなります。なぜ郊外に大学を移転してしまったのでしょうか？理解に苦しみます。
小売業	県北	会社の売上は大きくではないが伸びている。しかし従業員の給料に反映されるのは時間がかかるのか、まだ変わっていない。東電の賠償の打ち切り等不安な事もあり先行きは不透明感がある。
小売業	県北	1人当たりの客単価が高くなり、1人当たりのお買い上げ点数が多くなり、確実に財布のひもが緩くなっていると思います。
小売業	県北	避難者の方々の新築やりフォーム案件が増えてきている。
小売業	県中	除染区域の変化により、人の流れに変化が生じているみたいです。旧避難区域へ戻る割合が50%を切るということは人口減がかなり進んでしまったということです。将来に向かって良い展望がみられません。
小売業	県中	当社へ来られる（利用）客数は増えており売上も向上しておりますが、卸売（外食店などへの食材提供）先では、安いサービス、安いコースメニューなど、まだまだ消費者のニーズでは景気が厳しいと感じます（特に私の住んでいる郡山などの地方都市）。店舗での特売等には遠方のお客様もかなり来られています。
小売業	県中	テレビ等で景気の良い話をしていますが、お客様の消費は財布が固く閉められている。お年寄が多くなり買い物が少ない。
小売業	県中	ベースアップや一時金等の増加による名目賃金の上昇が個人マインドの改善に繋がっている。4月からの価格改定により一部商品での値上げはあったものの、原油価格の下落との相殺により、個人消費動向はさほど悪化していないのではないか。
小売業	県中	消費税が10%になることが景気を左右するのではないかと思います。
小売業	県南	前回同様、お客様の「プチ贅沢」といった購買傾向は感じられる。少し高くても良い物と感じれば購入意思はあるが、必要ない物にはお金をかけない。見極め、厳選して購入しているような傾向。
小売業	会津南会津	物価が上がり、購買意欲が減少し買い控えが目立つ感じ。
小売業	会津南会津	会津地方では少子高齢化が進み、顧客数自体が減少傾向にあると思われる。
小売業	会津南会津	消費税が上がり一般家庭では非常に大きい原因と言われています。過疎地の山の中で高齢者社会となり本当に大変です。私共は近くて便利性的な店づくりに努力し、少しでもお客様の役立つ店づくりに頑張り、地区に貢献したいと考えています。
小売業	相双	福島第一原発の20km～30km圏内の地区（旧避難準備区域）なので復興（除染、原発、湾岸整備など）の人たちのご利用が多く、今後の状況がわからず不安あり。売上の半数以上を占めているため。
小売業	相双	お店の立地が原町という特殊性のため、今は避難者の方と除染に携わっている人が多く、現状の売上が良いだけだと思います。
小売業	いわき	復興事業の動向に販売が左右されやすい。
小売業	いわき	景気が良くなる期待はあるが、地方で感じられるようになるのは、早くて1年後ぐらいだろうと思っている。
飲食業	県北	ここに来て、税込の宴会（仕上り）5,000円、6,000円が増えてきた。
飲食業	県北	お金があっても使わない人は使わない。お金がなくても使う人は使う。
飲食業	県中	震災後、避難者が溢れ消費意欲が旺盛だったが、この1～2年の間にそれぞれが落ち着き、以前の様な動向が見られなくなった。また、コンビニエンスストアの商品開発及び利便性が脅威です。
飲食業	県中	消費者が景気に敏感になっているので（年配層は特に）、外食が特別な時間になりつつある。それに対して20～30代の男性層は、現在復興関係の仕事などから増えているので、一時的に景気が良くなっており長くは続かないと思う。
飲食業	県中	宴会などの料金が低価格のお客様が多い感じがします。
飲食業	県中	消費増税後の景気後退からの回復はまだ見られない。2013年ごろの勢いがなく、今後も期待が持てる雰囲気は感じないので何とも言えない。
飲食業	県南	全体的には景気が良くなってきている様だが、良いところ、悪いところの差がはっきりしている様な気がする。
飲食業	県南	商品の値上げが多く、売上は変わらないために利益が減った。
飲食業	いわき	（やや）「良くなっている」と答える会社様は、復興関係の会社及び団体様を上手にお客様に付けていると思います。（やや）「悪くなっている」は、その反対だと思います。変化に対応する対策が求められていると感じます。
サービス業	県北	ふくしまDCキャンペーンが一時的なものに終わるかどうかが半年、一年後の不安要因が多々存在。
サービス業	県北	土木業はいい傾向ですが、製造業、サービス業は低迷傾向にあると思われます。

業種	地域	自由意見
サービス業	県北	何年前か前と比べると身障者手帳を利用しタクシーの1割引を利用する方が多くなっていると思います(近い運行の1割引の利用が多い)。個人の消費はポイントが付く日とかを利用することが多いようです。
サービス業	県北	都会は日経平均株価2万円超、賃金アップ、ボーナスアップなど明るい話題が多いが、地方都市は経済が停滞している。福島県は、中心市街地のお店がつぶれているという現実がある。
サービス業	県北	希望をこめて良くなってほしい。日経平均株価も2万円前後になり、先行きは明るいと思いますが、底辺はまだまだだと思えます。県内をドライブすると、新築の家や工事中の建物が目立ちます。全体的には、順調に景気が回復しているように思えます。
サービス業	県北	4月になり、食品等の値上げが増えたため、家計の負担が増える一方、給料の値上げ幅がそれをカバーできるものではないため、消費動向が悪くなったように思えます。
サービス業	県北	本県は全国的にも他に無い特別な県であります。浜通りは原発事故による新規産業、特需産業による補助金が大量に流れ一時的とは思いますが、景気は良いとの事。
サービス業	県北	他県からのインバウンド旅行の増加。特にGWも好調とのこと。県内行乗客の増加。観光地の美化がむしろ遅れている。県内の高速道路は宇都宮-白河間に比べ混んでいる。但し、観光バスは路線バスに比べて極端に少ない(同じく高速道路)。
サービス業	県北	賞与が出ないし、給料は上がらない(テレビで見ると大企業のみ上がる)。食料品が高くなり食事の量を減らした。ガソリンもあまり安くない。
サービス業	県北	現在、景気(株価の上昇など)が良くなったように見えますが、大企業だけだと思います。仕事をすることで、資材をはじめ物価が全て値上がりしています。そこへ来て給料の賃上げ、大手企業が社員を集めていますので、我々町工場の今後は雇用の面でも大変な事になると考えます。
サービス業	県中	ふくしまDCキャンペーンは北陸新幹線開業の影響もあるのか、さほど盛り上がりがない。宴会物件が小型化、減少傾向になっている(震災から2年目位までがピーク)。
サービス業	県中	除染作業の落ち着きからか、特にビジネスホテル、コンビニ等の利用客が減少して来ている。サービス業を中心に景気の波は中通りを過ぎ去って浜通りに集中して行くように思われる。
サービス業	県中	福島県内では各助成金・補助金の終了と、復興関連事業が縮小となり、県外に関しては、中国のGDPの伸び悩みで日本企業への影響が気になり楽観視はできない状況と思われる。観光産業は不景気になると一早くおおりを受け、良くなってもその余波は一番最後にくるので慎重にならざるを得ない。
サービス業	県中	政府・東京電力は福島県の風評被害払拭を強力に推進してほしい。
サービス業	県南	市、町ぐるみで景気を良くしようという動きがみえる。
サービス業	県南	人口がわが町でも2千人位減少。朝、晩の通学・通勤の人達が終われば、後は子供の声も何の声も聞こえず町はひっそり。大きな会社の人達も近くの都市に家を建ててアパートを借りるのでなかなか人口が増えません。
サービス業	会津・南会津	会津地方の観光客の動向は12月~4月中旬が相当落ち込みます。4月中旬の桜の開花頃から増えはじめ、5月のゴールデンウィーク(5/3~5/5)がピークとなります。
サービス業	会津・南会津	消費税の変更の影響はかなり大きい。10%になるのは延びたが、10%になれば景気は悪化し逆に税金、国としての税金徴収金額は減ってしまうのではないかと。
サービス業	会津・南会津	お客様の数は少し増えて単価が少し下がった。
サービス業	会津・南会津	まだ先行きの見えない部分が多く、長いスパンで推移状況を見据えていかざるを得ない感がある。多少のアップダウンを繰り返しながら、良好に向えればと思う。
サービス業	会津・南会津	都市部の好景気感は地方で感じられない。除染に携わる仕事により生活圏を移す人が増え景気の後退につながる。
サービス業	相双	復興関連工事や除染作業で外部より大勢の人が入って来ているため、飲食店やパチンコ店は特に盛況のようである。
サービス業	いわき	人手不足により売上が減少している。
住宅・不動産販売	県中	景気の良い会社と悪い会社の差が段々広がって行く様な気がする。個人でやっている大工さん達が震災後はかなり仕事が増えたが、現在はだいぶ減っている様です。
住宅・不動産販売	県南	住宅着工戸数が都市部で減っているのを数字で見ると今後、郡部でも減る傾向となるのかと不安を感じます。新築よりリフォームと考える方が増えるのか。建築資材を取り扱う業者の中には、リフォーム資材を重点的に追加取扱を始めるところも増えてきたように感じます。
住宅・不動産販売	会津・南会津	不動産業の観点から土地の価格が上がり、同時にお客様の予算をオーバーしているように感じます。
住宅・不動産販売	会津・南会津	購買状況が二極化している。高額商品と低額商品の差があり、求める商品がはっきりしている。
住宅・不動産販売	会津・南会津	雪も解け、新年度が始まりお客様の動きも良くなってきている感じを受けます。ただ、物価は上昇を続けているのに対し、地方企業の賃金形態は今だに20年前と変わらず低賃金、低収入である場合が多く、住宅取得の為に融資が通りにくいのもこの先、購買意欲の低下に繋がっていくのだろうと思っています。
住宅・不動産販売	いわき	他からの参入があり、今後も微増になると思われます。但し、原価高騰により、2~3年以内に撤退するケースも想定され、勝ち組と負け組選別が始まる可能性を感じております。
住宅・不動産販売	いわき	土地価格の高騰により地元の人々が対応出来ない。行政による土地の供給を強力に進めて頂きたい。