

調査

第4回「ふくしま景気ウォッチャー調査」

— 平成27年10月調査 —

当研究所では、街角の景況感調査として、第4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（前回調査は今年4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、「家計動向関連」にしほり、一般消費者に身近に接し、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。4回目となる今回は、128名の方にご回答いただき、消費動向の現状判断が前回の51.5から今回は47.2となりました。横ばいを示す50を下回り、再び下降局面と判断されたことが特徴です。

<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^(※) は全体で47.2（前回調査51.5）であり、横ばいを示す50を下回った。
- 業種別では、小売関連51.6（前回調査57.4）のみ50を上回り、やや勢いが鈍ったものの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44.2（前回調査49.8）となり、横ばいを示す50を下回り下降局面と判断された。前回調査に比べ、マイナス判断する割合が増加した。
- 業種別ではいずれの業種も50を下回った。

◇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42.0（前回調査48.6）となった。50を下回っており、マイナス判断する割合が約4割を占めた。
- 業種別ではいずれの業種も50を下回った。

◇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42.0（前回調査48.3）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かった。

◇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62.6（前回調査61.7）であり、他の業種に比べ判断指数が引き続き高水準となった。
- タクシーは消費動向判断 DI が現状37.5（前回調査28.5）、先行き30.3（同35.7）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146名

2. 回収状況

有効回答数 128件 回答者の業種・地域は6・7のとおり

回収率 87.7%

3. 調査時期

平成27年10月実施

※調査時期：4月、10月（第1回のみ平成26年6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 (47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 (26名)	料理店 酒場 など
サービス関連 (41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 (34名)	福島市、二本松市、伊達市、本宮市、伊達郡、安達郡
県 中 (31名)	郡山市、須賀川市、田村市、岩瀬郡、石川郡、田村郡
県 南 (16名)	白河市、西白河郡、東白川郡
会津・南会津 (19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 (22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47.2（前回調査比△4.3ポイント）であり、横ばいを示す50を下回った（図表1）。

前回調査に比べ、「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やや減少、「やや悪くなった」または「悪く

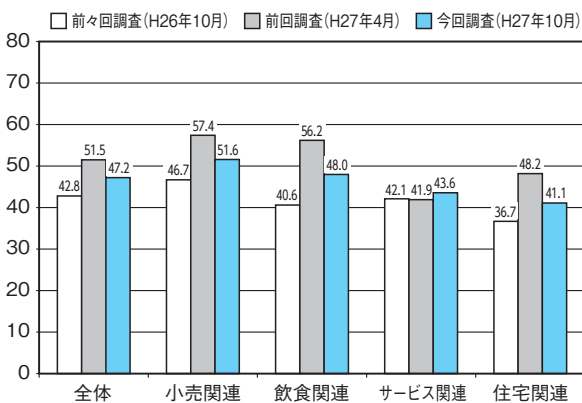
なった」とマイナス判断したウォッチャーの割合が約2割から約3割に増加しており、消費が下向していると判断されている（図表2）。

(1) 業種別

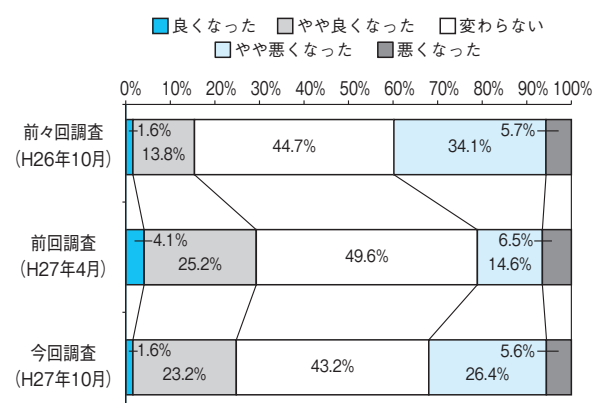
前回調査では小売関連57.4、飲食関連56.2の2業種が50を上回り上昇局面と判断されたが、今回調査では小売関連51.6（前回調査比△5.8ポイント）のみ50を上回った。前回調査を上回ったのはサービス関連43.6（同+1.7ポイント）のみであり、他の3業種はいずれも前回調査から低下した（図表1）。

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、「来店客数の増加」（71.4%）や「顧客単価の増

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：%）

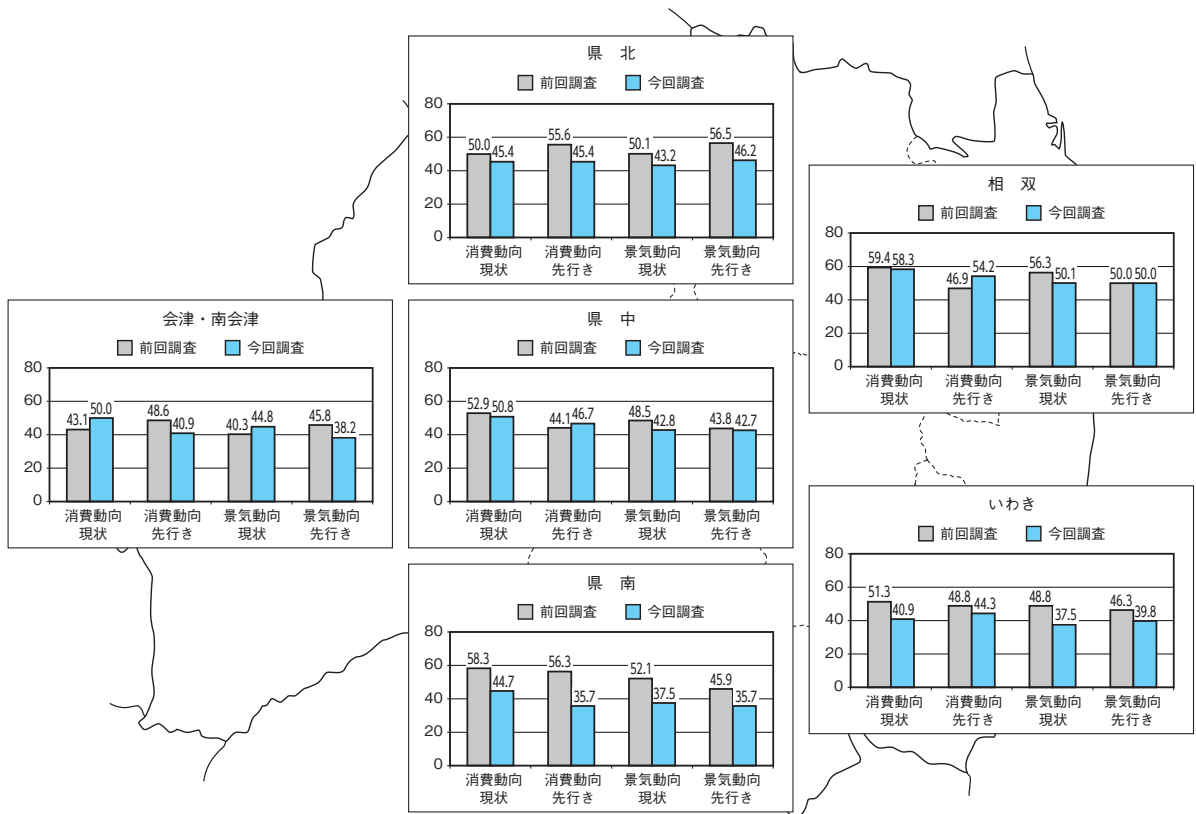
業種名	回答者数 (人)	来店客数の増加	顧客単価の増加	自社または他社の出店・撤退	消費意欲の改善	高価格商品の増加	低価格商品の増加	観光客の増加	避難者の動向	消費税等の税制変更影響	その他
全体	31	74.2	54.8	6.5	19.4	9.7	0.0	12.9	3.2	3.2	19.4
小売関連	14	71.4	71.4	7.1	21.4	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6
飲食関連	8	87.5	50.0	12.5	0.0	12.5	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0
サービス関連	7	57.1	42.9	0.0	28.6	0.0	0.0	42.9	0.0	0.0	28.6
住宅関連	2	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	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）

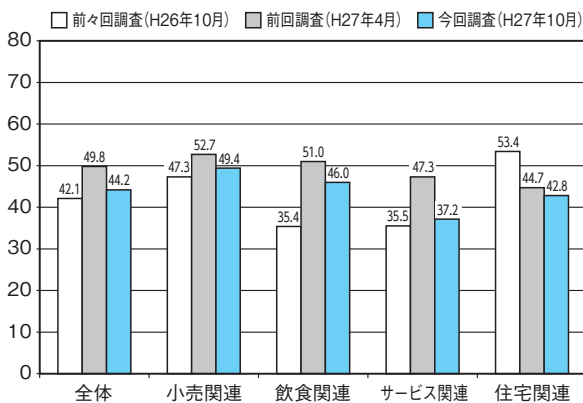
（単位：%）

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	40	75.0	20.0	10.0	32.5	2.5	12.5	12.5	17.5	20.0	22.5
小売関連	11	100.0	54.5	18.2	27.3	0.0	18.2	0.0	9.1	0.0	0.0
飲食関連	9	77.8	11.1	0.0	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0	22.2	22.2
サービス関連	14	64.3	0.0	7.1	28.6	0.0	0.0	35.7	21.4	35.7	35.7
住宅関連	6	50.0	16.7	16.7	66.7	0.0	33.3	0.0	50.0	16.7	33.3

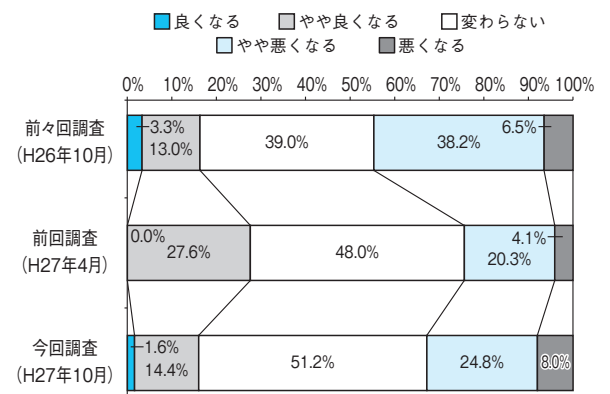
図表5 地域別の消費動向・景気動向判断指数 (DI)



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



加」(71.4%)を多く回答にあげている。その一方、「悪くなった」「やや悪くなった」とマイナス判断した人も、その理由として同じく「来店客数の減少」(100.0%)や「顧客単価の減少」(54.5%)を多くあげている(図表3、図表4)。来店客数の動向がウォッチャーの景気判断に大きく作用したものとみられる。

飲食関連において、「来店客数増加・減少」はプラス判断した人で87.5%、マイナス判断した人

で77.8%を占め、小売関連同様に景気判断に大きな影響を与えている。また、プラス判断の中では「顧客単価の増加」が50.0%と多い(図表3、図表4)。

一方、サービス関連においては、旅館・ホテル業やタクシーなど観光に関連する業種が含まれるため、プラス判断・マイナス判断とも「観光客の増加・減少」をあげる人が多かった。マイナス判断した理由として「消費税等の税制変更影響」(35.7

%)の割合が他業種に比べ高く、消費増税の影響を今も感じるウォッチャーが多かった(図表3、図表4)。

(2) 地域別

相双が58.3(前回調査比△1.1%)、県中が50.8(同△2.1%)と50を上回ったのは2地域にとどまり、会津・南会津50.0(同+6.9%)を除き前回調査から低下した(図表5)。これまでの調査では復興需要が下支えとなって相双といわき両地域の指数が高く、復興需要の恩恵が小さい会津・南会津が低いという構図にあったが、いわきが悪化する一方、会津・南会津が改善した(図表5)。

2. 消費動向の先行き判断

～現在と比較した半年後は下降局面と判断される～

現在と比較した半年後の消費動向の先行き判断指数は44.2(前回調査比△5.6%)であり、横ばいを示す50を下回り、前回調査の水準からも下降した(図表6)。前回調査に比べ、「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半減、「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8.4%増加した。「変わらない」と判断したウォッチャーが半数を占めるものの、マイナス判

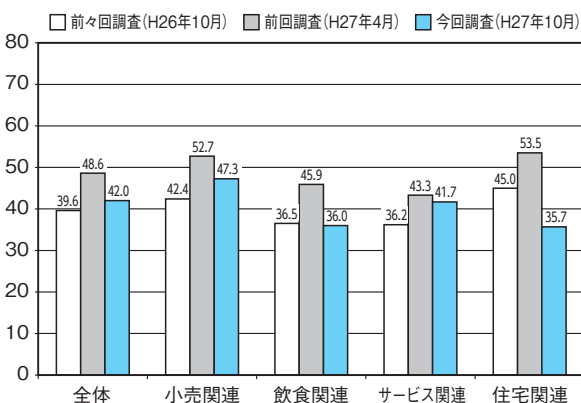
図表8 業種別の「良くなる」「やや良くなる」とプラス判断した理由(複数回答) (単位:%)

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	20	70.0	20.0	10.0	20.0	5.0	5.0	15.0	0.0	20.0	20.0
小売関連	9	88.9	22.2	11.1	33.3	0.0	11.1	0.0	0.0	11.1	11.1
飲食関連	3	66.7	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3
サービス関連	5	80.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	20.0
住宅関連	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	33.3

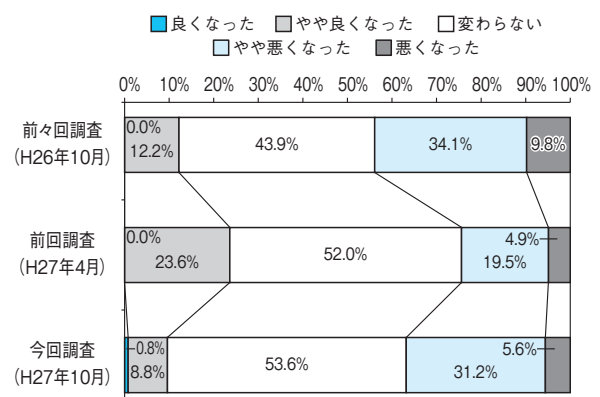
図表9 業種別の「悪くなる」「やや悪くなる」とマイナス判断した理由(複数回答) (単位:%)

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	41	61.0	19.5	7.3	34.1	12.2	9.8	14.6	12.2	36.6	7.3
小売関連	10	80.0	30.0	20.0	30.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0
飲食関連	7	57.1	0.0	0.0	57.1	42.9	0.0	0.0	0.0	57.1	0.0
サービス関連	18	55.6	11.1	0.0	16.7	0.0	5.6	33.3	16.7	38.9	11.1
住宅関連	6	50.0	50.0	16.7	66.7	0.0	16.7	0.0	33.3	33.3	16.7

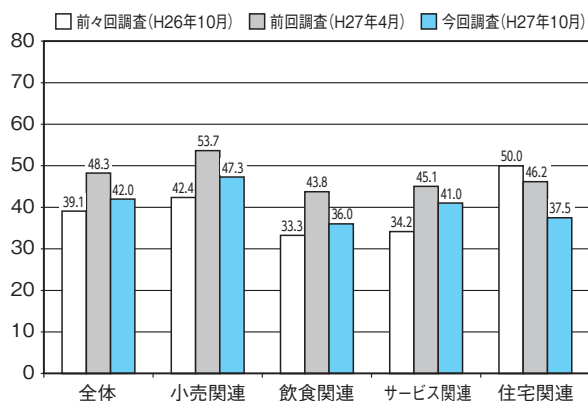
図表10 景気動向の現状判断指数(DI) 業種別



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



断する割合が増えており全体として悪化した（図表7）。

(1) 業種別

前回調査で50を上回り上昇局面と判断された小売関連が49.4（前回調査比△3.3ポイント）、飲食関連が46.0（同△5.0ポイント）と50を下回り、全ての業種において下降局面であると判断された。サービス関連は37.2（同△10.1ポイント）へと大きく下降した（図表6）。

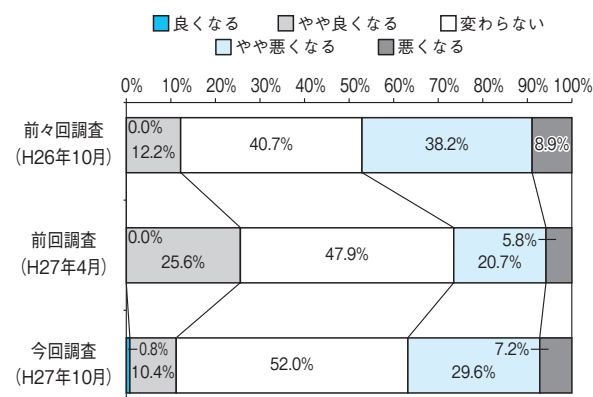
「良くなる」または「やや良くなる」とプラス判断した理由は、「来店客数の増加」が小売関連（88.9%）、飲食関連（66.7%）、サービス関連（80.0%）の3業種において最も多かった。住宅関連では消費増税の先行きを見越して「消費税等の税制変更影響」（100.0%）があげられた（図表8）。

一方、「悪くなる」または「やや悪くなる」とマイナス判断した理由は、小売関連では「来店客数の減少」（80.0%）が多く、消費の先行きを慎重に判断している。サービス関連では「来店客数の減少」（55.6%）のほか、「観光客の減少」（33.3%）が多くあげられており、今年4～6月のデスティネーションキャンペーン（以下、「ふくしまDC」）の反動減が懸念されている（図表9）。

(2) 地域別

相双54.2（前回調査比+7.3ポイント）のみ50を上回り、上昇局面と判断された。前回調査では全ての地域が前々回調査に比べ上昇したが、今回調査では県北、県南、会津・南会津、いわきの4地域で前回調査を下回った。県中は50を下回っているが、44.1→46.7と上向いている（図表5）。

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下降局面～

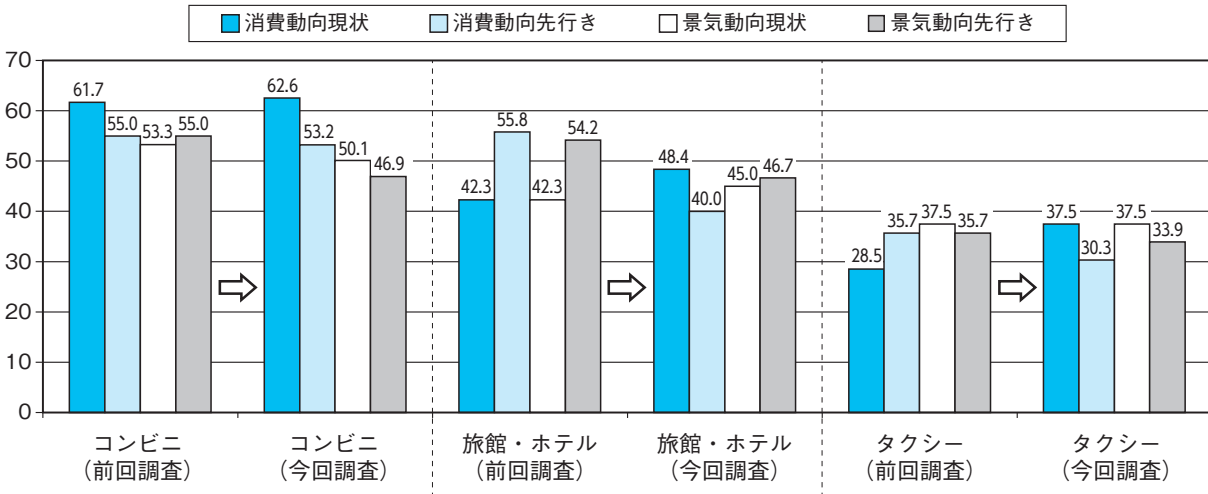
ウォッチャー自身の身の回りの景気（経済情勢）について尋ねた。

半年前と比較した現在の景気動向の現状判断指数は42.0（前回調査比△6.6ポイント）であり、横ばいを示す50を下回り、下降局面と判断された（図表10）。「良くなった」と回答したウォッチャーは1名いたが、「良くなった」または「やや良くなった」とプラス回答した割合は9.6%（同△14.0ポイント）と大きく減少した。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36.8%（同+12.4ポイント）であり、「変わらない」が53.6%と半数を占めるものの、景気の現状をマイナスに捉えているウォッチャーが増加した（図表11）。

(1) 業種別

いずれの業種も50を下回り、下降局面と判断している。特に、住宅関連35.7（前回調査比△17.8ポイント）と飲食関連36.0（同△9.9ポイント）でマイナス判断したウォッチャーが多かった。中でも、飲食関連ではプラス判断したウォッチャーが少なく、他業種に比べより多くの一般消費者に接する飲食関連のウォッチャーの中での景況感が大きく悪化している。住宅関連については、これまで被災者の住宅需要など復興需要をより感じやすい業種であるため、復興需要の減速に敏感に反応した結果があらわれたものとみられる（図表10）。

図表14 主な業種の判断指数 (DI)



(2) 地域別

相双50.1（前回調査比△6.2ポイント）を除いた地域で50を下回り、下降局面であると判断された。いわきでは37.5（同△11.3ポイント）であり、プラス判断したウォッチャーはおらず、前回調査に比べ判断指数が大きく低下した。復興需要の減速とともに、相双を除く県内全般的に景気判断が悪化してきている（図表5）。

12)。景気動向の現状判断と同じような判断水準であり、どの業種においても、現状の景気減速感が続くものと判断しているものとみられる。

(2) 地域別

相双50.0（前回調査比±0.0ポイント）を除いた地域がいずれも50を下回り下降局面と判断された。いわきではプラス判断したウォッチャーがおらず、景気動向の現状判断と同様に復興需要の減速感が影響したものとみられる（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は
下降見通し～

現在と比較した半年後の景気動向の先行き判断指数は42.0（前回調査比△6.3ポイント）であり、横ばいを示す50を下回り、下降局面であると判断された（図表12）。「良くなる」または「やや良くなる」と回答したウォッチャーが合わせて11.2%（同△14.4%）と前回調査に比べ半減した。一方、「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合わせて36.8%（同+10.3ポイント）と約4割を占めた（図表13）。

(1) 業種別

いずれの業種も50を下回り、下降局面であると判断された。特に、飲食関連36.0（前回調査比△7.8ポイント）と住宅関連37.5（同△8.7ポイント）でマイナス判断するウォッチャーの割合が多かった（図表

5. 主な業種の指数判断

～コンビニの消費動向現状判断は
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62.6（前回調査比+0.9ポイント）であり、全般的に下降局面となっている中で、前回調査に引き続いて高水準となった（図表14）。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」と「顧客単価の増加」があげられた。消費動向先行き判断指数は、53.2（同△1.8ポイント）と現状よりも

やや低下するものの、上昇局面となると判断された。景気動向については、現状判断と先行き判断ともに、ウォッチャーが日々の仕事を通じて接する顧客の様子から判断している消費動向判断指数を下回った。

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、県中、会津・南会津、相双、いわきの各地域、「やや悪くなった」とマイナス判断したのは県北、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、いわき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48.4（前回調査比+6.1_{ポイント}）、消費動向先行き判断指数が40.0（同△15.8_{ポイント}）となった。ふくしま DC による観光客増加の影響により、現状判断は横ばいを示す50に近い水準に向上したが、キャンペーン終了後の反動が予想されることもあり、先行き判断は大きく低下した（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」とプラス判断したのは、県北、相双の各地域のウォッチャーであった。一方、「悪くなった」または「やや悪くなった」とマイナス判断したのは、県北、県中、会津・南会津の各地域のウォッチャーであった。マイナス判断した理由の中には、従業員不足で予約を断っているという意見もあり、旅館・ホテル業界の人手不足が業況にマイナス作用していることがうかがわれる。先行き判断では、「やや良くなった」とプラス判断したのは、県北、相双の各地域のウォッチャーであり、「悪くなる」または「やや悪くなる」が県北、県中、会津・南会津、いわきの各地域のウォッチャーから回答があった。

(3) タクシー

タクシーは、消費動向現状判断指数が37.5（前回調査比+9.0_{ポイント}）、消費動向先行き指数が30.3（同+5.4_{ポイント}）、景気動向現状判断指数が37.5（同±0.0_{ポイント}）、景気動向先行き判断指数が33.9（同△1.8_{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」とプラス判断の回答が県北から、「やや悪くなった」または「悪くなった」とマイナス判断の回答が県北、県南、いわきの各地域のウォッチャーからあった。先行き判断では「やや良くなる」が県北から、「やや悪くなる」または「悪くなる」が県北、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、マイナス判断した理由として、「観光客の減少」が複数のウォッチャーからあげられており、旅館・ホテルと同様にふくしま DC の反動減が予想された結果とみられる。

6. おわりに

内閣府の景気ウォッチャー調査（平成27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48.1（前月比+1.1_{ポイント}）、景気の先行き判断 DI が49.3（同+0.4_{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47.2、先行き判断 DI が44.2であり、県内の景気判断が全国同様に横ばいを示す50を下回り下降局面にあることがわかった。

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、ふくしま DC などイベント効果が一部にみられたものの、復興需要の減速感もあって全般的に前回調査に比べて、判断指数が悪化した。プラス判断やマイナス判断とした理由は、共に来店客数の増減をあげるウォッチャーが多かったことから、イベントやプレミアム商品券発行など集客や消費につながるような政策が小売・サービスの現場で求められている。

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：高橋宏幸）

身の回りの景気に関する自由意見 ー街の声ー

業種	地区	自由意見
小売業	県北	若い世代を街中に、教育関連施設（大学など）を街中に。このままでは老人だけの街になります。
小売業	県北	二本松市発行の子育て応援券やプレミアム商品券の発行などがあり、また福島県の宿泊券なども好評で、消費者自身は、年内に使ってしまうように動いていることが良好だと思う。
小売業	県北	景気が良くなっているのは、建設関係、不動産関係とかなり限定されている。
小売業	県北	自分に価値を見出したものしか買い物しなくなった。衝動買い的な感じではお客さんも買わなくなってきたと思います。
小売業	県北	高単価商品と廉価商品に売れ筋があり、両極化している。
小売業	県北	コンビニやスーパー量販店の影響は大きく、購買状況の減少につながっていると感じる。
小売業	県北	業種的に夏場よりも寒い日の方が動くので、今後は、今よりは動くかと思念じています。ただ、コンビニ、簡素化という時代の流れはすさまじいと思います。
小売業	県中	年末まで、プレミアム商品券による購買で、多少消費は良くなるが、来年以降は東京電力の賠償は打ち切れ、除染作業も浜通りに限定されるので、中通りにとっては、あまり好材料が無い。また、人手不足も解消していないので、企業の設備投資もなかなかできない。
小売業	県中	全般的に失敗したくないという心理が強くなっており、購買決定が慎重になっている。購買決定の動機として、高品質、好感度、効果・効能等がキーワードになっている感じがする。
小売業	県中	当店のような町の小売店は、郊外の大型店と競っていかねばならないので、かなり厳しい状況となっていくと思います。
小売業	県南	日本経済は現時点で横ばいですが、12月ぐらいから景気が減速すると思います。一方、中国では、かつて日本が経験したバブル経済の二の舞を演じるのではないかと思います。
小売業	県南	身の周りの景気については変わらないと思うが、一般的に悪いと言われることが多いなか、酒、タバコの嗜好品の購入は減っているとは思えない。
小売業	会津・南会津	リニューアルオープンして以前より売り場面積がだいぶ広がります。地元客に喜ばれ近くて便利な店として、改めて協力し活躍したいと思っています。
小売業	会津・南会津	年間売り上げの少ない小売店はどんどん卸の条件が厳しくなっており、これから回復しようにも、条件が有利な大手販売店との価格競争では勝てないくらい差が開いてしまっている。メーカーの上層部の切り替えにより、末端まで考えてくれない決断が次々と下されており、メーカー側の人間も小売店も困っている状態。
小売業	会津・南会津	業種にもよるが、身の回りの多くの中小企業で人材の確保が困難になってきており（当社も例外でない）、これが景気の足を引っ張ることが懸念される。
小売業	相双	私の地区は放射能の除染の影響で、作業員の方が増えていますが、今からは、増えないのではないかと思います。私のところは、除染の作業員の方の割合が5割～6割あると思います。
小売業	いわき	当店のようなファッションビジネスは景気だけでなくトレンドや気温にも大きく左右されるので、分からないところもあるが、物価は上がっていて、賃金はまだ地方では上がっていないと思う。
小売業	いわき	人手不足と競合店の出店が続きそうです。
飲食業	県北	パート、アルバイトが不足してる中で、人件費のアップは頭が痛い。
飲食業	県北	エンゲル係数が下がっているのか、給料に対して日常の食費とぜいたくの食費の比率が変化しているのではないかと。
飲食業	県北	8月下旬～9月上旬は昨年よりかなり来客、売上が悪かったです。11月は選挙があるから、売上が下がると思います。なかなか先が読めないです。今を大切にして営業をしていきます。
飲食業	県北	消費税が8%になり材料費も高くなって経営の体質が悪化、値上げをしなくてはいけないのがなかなかできない。これから消費税が10%になればかなり消費者も厳しくなるだろう。売り上げが昨年と変わらなくても、納税、材料費の高騰が経営体質を苦しめる事になる。
飲食業	県中	商品の価格が上昇し、原価が上がっている。ガス・電気・水道など光熱費も上昇するが、客単価が上がらない。
飲食業	県中	当社は居酒屋ですが、スマホの普及につれて「フォトジェニック」「一般的な商品のブラッシュアップ」が居酒屋には必要とされているようです。スマホの利便性を活かした販売促進が急務であり、売上に大きく影響を与えます。
飲食業	県中	消費税アップにより、便乗値上げで仕入れが高くなり、景気が悪くなるばかりです。また、10%になるとなおさらのことです。また、国の方では、個人企業に給料を上げろと言っていますが、物価も上がります。
飲食業	県中	自社（店）で何かをやれば良くなる。他力本願では良くならない。

業種	地区	自由意見
飲食業	県中	若い人たちが飲食店で費やす時間や人数が減少している。9月のシルバーウィークのような大型連休があると、旅行や野外BBQなどに出かけてしまい、居酒屋を使う機会が減ってきている。
飲食業	県中	除染、復興に関する仕事によって経済が左右されている状況がある。これらを外して考えた場合の福島の景気の状態を真摯に受け止めて、自立した発展を目指さねばならないと思う。
飲食業	会津・南会津	日々のお客様が減ってきているように思われます。夕方歩いている人がいなく活気がない。同業者に聞いても同じ答えが聞かれます。これからとても不安です。
飲食業	いわき	いわき駅周辺の飲食店全体的には、来店客数は減少傾向にあるように感じます。また、原発関係の方々が以前ほど出歩かなくなった感じもします。元々たいわき住民に関してもしかりです。
飲食業	いわき	いわきの場合震災復興による景気があったが、落ち着いてくるとその景気も下火になるような話は出ている。
サービス業	県北	大都市、特に東京大阪方面は中国人観光客の増加による景気が良いとのこと。しかしこれも他国の経済動向にありつまでも喜んでいくことはできませんが、本県とは大変な格差のあることは確かであります。特に県都福島市は企業誘致再開しても、人口は毎年減少し高齢者の増加による労働力が低下しています。必要とされる人材が無く私どもはより一層の企業努力を重ねての経営が必要と考えている。
サービス業	県北	アベノミクスの効果について、一般人が疑問を持ち始めたのではないかと思います。相変わらず地方の経済は賃上げなどが行われず、中小企業は厳しいという話をよく聞く。
サービス業	県北	ふるさと旅行券やプレミアム商品券の効果が大変大きかった。原油安の恩恵により水道光熱費が大きく減少している（上向き）。県外からの観光客は横ばいあるいはやや減少した。一方、他県ではインバウンドでにぎわっていること。休前日と平日の繁閑差が大きくなっていること（下向き）。
サービス業	県北	みんな、なるべく食料品などは安い店を探す。自宅の脇の道路は昔と比べ、夜、車が走らなくなった。年金支給日は、皆楽しみにしているが、皆年金が少ないと言っている。
サービス業	県北	働く人が足りず、空室があってもお客様を受け入れられずに悪くなっている。
サービス業	県北	温泉旅館という特殊事情もありますが、若い人達（10代～20代）がもっと来てくれると有り難い。ほとんどがシルバー世代の人達です。ただし老人にはお土産を多く買って頂けます。
サービス業	県中	ふるさと旅行券やプレミアム付き商品券によって年末から来年にかけて景気が刺激されると期待している。
サービス業	県中	最低賃金の引き上げ、マイナンバー制度、ストレスチェック制度と企業を取り巻く環境は厳しくなっている。
サービス業	県中	原油安の影響で燃料関係コストダウンするも、円安の影響により、食料品等の価格上昇があり、相殺されている。給与収入は横ばいであり、生活が楽になった印象はない。逆にこれからの中国リスクがどの程度日本に影響を与えるかが不安要因。
サービス業	県中	風評被害は依然として続いている。国、東京電力、県などから風評被害払拭のアナウンスをしてほしい。
サービス業	県南	町にほとんど人の姿が見えません。10年位前は朝、夕、学生、会社にお勤めの方たちがぞろぞろと賑わっていましたが、今ではひっそりです。人口減少だと思います。我が町は2～3年の間に2千人位減りました。
サービス業	会津・南会津	観光客も減り避難者も減り、復興してる様子は全く見えない。
サービス業	相双	除染作業をやっている間は現状を維持するものと思われる。
サービス業	相双	当館ではまだ観光客の受け入れはしていないが、一般観光客の問い合わせが多くなったように思う。
住宅・不動産販売	県中	除染工事関係がいつまで続くかで景気がいいのが続くかと思われる。その後がどうなるか不安の声をよく聞く。
住宅・不動産販売	県南	今のところ特に大きな変化を感じる事はないが、業種的に消費税増税の時期はとても気になる所です。それに加えて2020年省エネ基準適合住宅の義務化に向けて経済情勢を探りながら、小さな町の工務店が出来ることを進めていかなければなりません。数年後がどうなるのか？非常に不安です。
住宅・不動産販売	会津・南会津	仕入価格が上昇した割に人件費は上がらない。東京オリンピックによりさらに拍車をかけると予想している。
住宅・不動産販売	いわき	身の回りの業者（基礎、大工、設備、屋根、外構等）の中でも、業績が2極化している。いつまでも好景気が続くとは思っていない様子。