

# 福島の進路

No.488

2023 APRIL

# 4

## 企業訪問

渋谷レックス株式会社 代表取締役社長 渋谷 裕司

## 寄稿

株式会社地域経済活性化支援機構 常務取締役 柴田 聡

## 調査レポート

2023年上期景気見通し調査 (BSI調査)

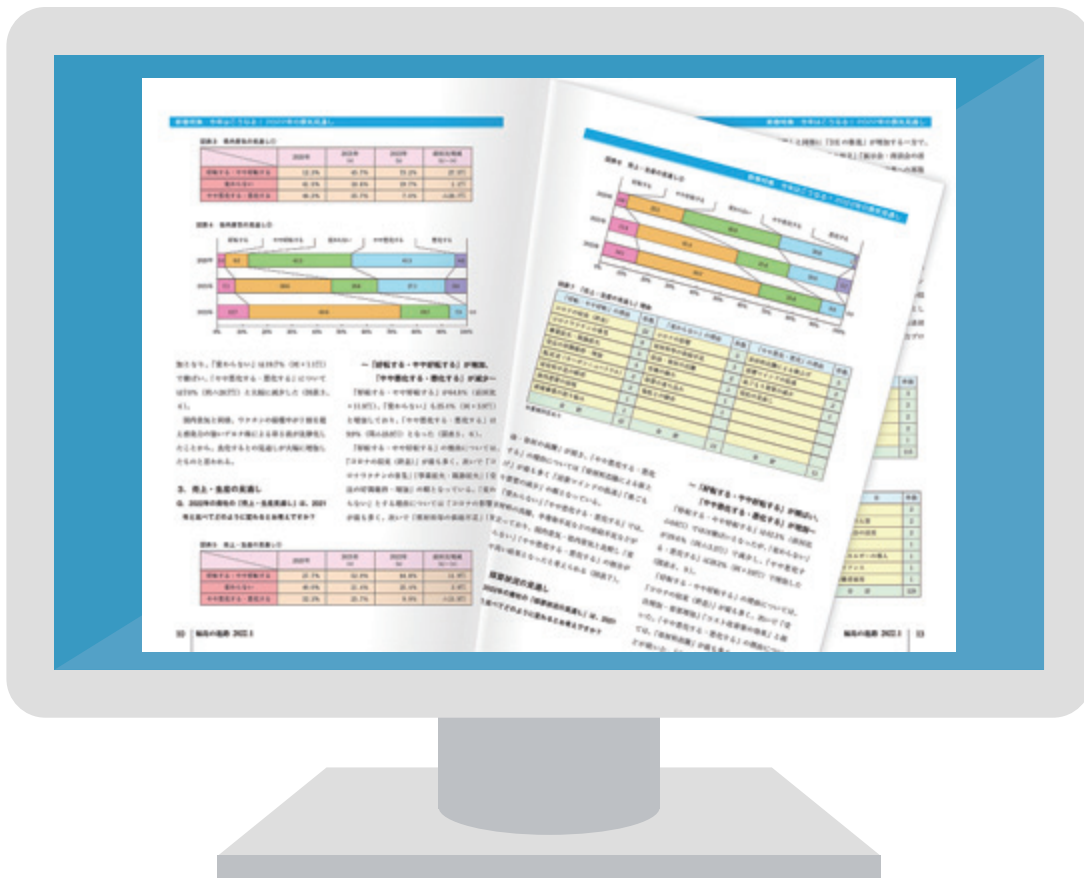


# 機関誌「福島の進路」

## 電子ブック版のご案内

日頃より当機関誌「福島の進路」をご愛読いただきまして誠にありがとうございます。

この度、「福島の進路」電子ブック版が完成いたしました。電子ブック版はページをめくる使用感が特徴であり、パソコン・スマートフォン・タブレットなどで、より快適にご利用いただけます（※ PDF 版のバックナンバーも引き続きご覧いただけます）。



「とうほう地域総合研究所」で検索、または下記の二次元コードからご覧いただけます。

【二次元コード】

【検索】

とうほう地域総合研究所



# 福島の進路

## CONTENTS

### 企業訪問

2

チャレンジ精神を継承し、日本のお菓子を全国、そして世界に広める企業

渋谷レックス株式会社 代表取締役社長 渋谷 裕司

### 寄稿 個別寄稿

8

地方企業における経営人材マッチング

株式会社地域経済活性化支援機構 常務取締役 柴田 聡

### 寄稿 定例寄稿 (JCER)

13

景気見通し (2023年春)

景気回復、インバウンド需要がけん引

一米欧の利上げ再加速・国内外の長期金利上昇がリスク

公益社団法人 日本経済研究センター 短期経済予測主査・主任研究員 上野 陽一

### 中小企業における事業承継

21

福島県内の事業者を取り巻く環境

株式会社東邦コンサルティングパートナーズ コンサルタント 西形 繁輝

### 調査レポート

24

第82回 福島県内景気動向調査 ～2022年度下期現況と2023年度上期見通し～

### 福島県の取り組み・施策シリーズⅣ

30

福島県の挑戦「シンカ」予算 令和5年度 福島県当初予算の概要について

福島県 財政課

### 福島経済マンスリー

33

県内経済は、持ち直しの動きが踊り場を迎え、先行き不透明感がみられる。

電子ブック版では以下の記事を含めた全ての記事をご覧ください。

県内復興・経済日誌 (2023年2月) ..... 39

福島県景気動向指数 ..... 40



チャレンジ精神を継承し、  
日本のお菓子を全国、  
そして世界に広める企業

企業  
訪問



渋谷レックス株式会社

渋谷レックス株式会社

代表取締役社長 渋谷 裕司  
(しぶや ゆうじ)

- 所在地 福島市北矢野目字戸ノ内1番地
- 資本金 2,000 万円
- 事業概要 菓子卸売・小売業
- T E L : 024-553-0548
- F A X : 024-553-5735
- 創 業 1951 年
- 従業員 53 名





本社社屋

## Management Philosophy

『流通の力で食文化を育て、  
幸せと感動と安心を、すべての人へ。』

壁面に書き込まれた「企業理念」

菓子の卸売・小売業界では、人口減少や少子高齢化などにより、国内市場だけで売上を確保するのは困難な状況にあります。また、現状では原料価格高騰による菓子メーカーの値上げが続いており、メーカーの値上げ分をいかにして販売価格に転嫁できるのかが業界の課題となっています。

こうした状況下で、今回の「企業訪問」は、福島県から日本全国へ販路を展開するとともに、海外市場の販路開拓にも取り組んでいる渋谷レックス本社を訪問し、渋谷裕司社長に経営への思いや今後の展望などについてお話を伺いました。

### ～創業から現在までの経緯について

#### お聞かせください

1951年に祖父が福島市早稲町で菓子卸売業「渋谷商店」を創業しました。1969年には市内鎌田に社屋を設立して移転し、社名も「渋谷菓子食品卸売株式会社」と変更しました。そして、現在地の市内北矢野目に新社屋を設立したのは1997年のことです。2004年、私は当時社長だった父が病で倒れたのを機に5歳下の弟と一緒に入社しました。私が入社した頃は、当社の業績は最悪期でしたが、社員はあまり危機感を感じていないようでした。そこで、私が商品在庫の管理や物流に関わるシステム開発、社員のマネジメント、弟が新規顧客開拓などの営業推進をそれぞれ担当し、少しずつ新規顧客が増え始め、

仕事量が増えるとともに、新規採用者と退職者が入れ替わるにつれて職場の雰囲気も変わってきました。2006年に販売管理・物流管理に関する新システムの導入、2013年に物流システムの刷新、2015年の設立60周年などを経て、2017年に私が代表取締役社長、弟が取締役専務に就任しました。

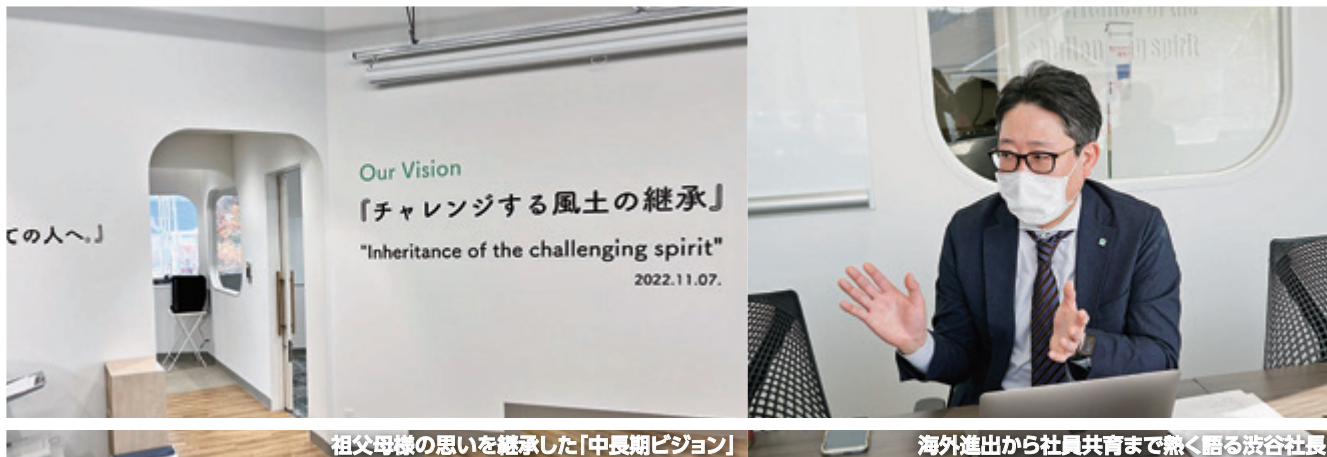
### ■食文化の発展のために

#### ～貴社の企業理念についてお話しください

当社では、企業理念として「流通の力で食文化を育て、幸せと感動と安心を、すべての人へ」を掲げています。当社は、菓子卸売が主な事業ですから、メーカーと小売業の仲介機能となる流通の役割を果たすことで、安全・安心な商品を実践にお客様にお届けすることを使命としています。また、私たちは、より多くの消費者に興味を持ってもらい、より喜んで購入していただくため、長年培ってきた経験や知識、情報ネットワークなどを最大限に生かし、メーカーの商品づくりを全力でサポートすることで、消費者の「幸せ」「感動」「安心」を実現させ、食文化の発展に貢献することを目指しています。

そのうえで、社長、幹部、現場の三位一体ミッションを掲げています。社長ミッションは、「信用を積み重ね、最高のサービスと信頼によって社会に貢献します」です。幹部ミッションは、「渋谷レックスの幹部として、誇りと情熱を胸に働きがいのある会社を作ります」です。現場





ミッションは、「一人一人が自立し、常に創意工夫を心がけ挑戦し続けます」です。

## ■海外進出、EC 事業へのチャレンジ

### ～事業内容についてお話しください

すでにお話ししました通り、当社の事業内容はお菓子の卸売が主力となっています。取り扱っている商品の種類は2,000種類以上で県内を中心としたスーパーやホームセンター、ドラッグストア、そして最近では、これまでお菓子を置いていなかったアミューズメント店やリユース用品店などに納品しています。小売業者には新商品、売れ筋商品、トレンド等の情報を提供するとともに、どの商品をどのように陳列すれば売上が伸びるのかなど、お客様と一っしょに考えています。さらに、昔の駄菓子屋の雰囲気を持つ売場の提案なども行っています。一方、メーカーには消費者のニーズなどの情報を提供し、新たな商品開発につながる提案をしています。また、菓子専門の小売業にも取り組んでおり、本社と隣接する「カスタマー」では、一流メーカーのお菓子から人気の駄菓子まで豊富な品揃えです。お客様の予算に応じて袋詰め販売も承っていますので、地域のイベントや集会、介護施設などで利用される方が多数いらっしゃいます。

2014年からはアジア圏を中心に輸出も始めています。赤ちゃんが食中毒を起こした事件をきっかけに、中国では食の安全に敏感になって

いるという情報が入っていましたので、乳幼児用食品の自社ブランド「モグモグちゃんシリーズ」を立ち上げました。同ブランドでは、防腐剤や保存料を一切使用しておらず、安心・安全で美味しさを兼ね備えた日本製食品として好評を博しています。

EC 事業では、「カスタマー」を楽天モールやアメリカ Amazon に出店しているほか、お菓子の詰め合わせをイベント向けや介護施設などにお届けする EC サイト「Depic (デピック)」を展開し、コロナ禍でも順調に売上を伸ばしています。

### ～海外進出のきっかけについてお話しください

私は2009年から5年間ぐらい卸売業だけでこれから先もやっていけるのだろうかなどと将来の方向性について思い悩んでいました。そんな時に知人から中国の大連で格安の展示会が開催されるから、参加してみてもどうかという話をもらいました。参加料を聞いてみると、1,200円ということでした。当時は1元が12円でしたので、およそ15,000円です。日本では、「東京ビッグサイト」の展示会の参加料が1ブースで50～60万円ですから、本当に開催されるのか疑うほどの安さでした。しかし、ちょうどそのころは卸売業の将来性について不安感でいっぱいだったので、知人に二つ返事で参加すると返答してしまいました。いざ、中国に行ってみると展示会は本当に開催されました。但し、陳列棚も何





エントランスに設置された「社員紹介ボード」

も設置されていない状態でした。それで、会場で陳列棚を台車で運んでいる人を見かけたので、呼び止めると、料金が10元だということです。120円ぐらいだから、まあいいかと思い、すぐさま購入して展示会の準備を始めました。展示会が開始されると、どっと来場者が押し寄せてきたので、驚いて見ていると、レセプションが終わるや否やみんなバスで帰って行ってしまいました。一緒に行った知人に聞いてみると、あれはサクラじゃないかということでした。でも、しばらくすると、本当のお客さんが多数来場して大盛況となりました。当社が陳列していた日本のお菓子は中国の方に大好評で、商品の取り合いでけんかになるほどでした。この様子を見て、私は海外で日本のお菓子は売れるのではないかと「ワクワク感」を感じたのが海外進出のきっかけです。また、この時感じた「ワクワク感」がその後の様々なチャレンジに取り組む支えになったと感じています。

## ■社員とともに歩む事業拡大への道

### ～新卒採用が増えている理由について

#### 教えてください

学生が興味を持つ企業になるにはどうすればよいのかを自問自答し、労働環境の改善や新規事業などに取り組んできたことが評価されたのだと思います。当社は2010年から無料の企業説明会に積極的に参加しています。当初は、話を聞いてくれる学生も少なかったのですが、毎年

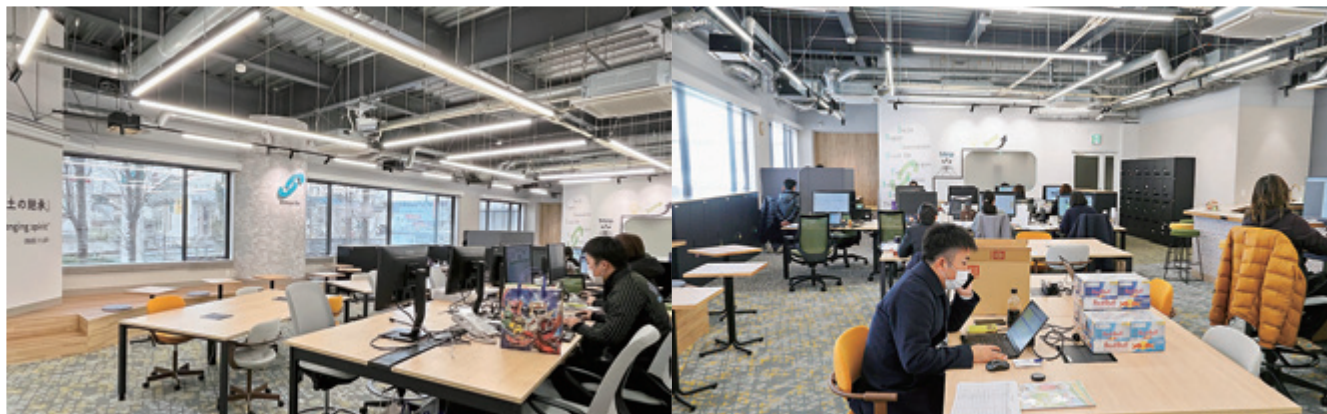
継続していると、少しずつ学生が集まるようになり、学生の反応を見ながら説明内容をブラッシュアップしています。こうした取り組みが功を奏したのか、当社では2011年以降、毎年新卒を採用しています。また、当社は、2017年に福島民報社の「第2回ふくしま産業賞」で特別賞を受賞しましたが、この受賞の報道を見てもらったのか、福島大学の学生から就職希望者が増えました。採用試験を受ける学生はそれまで毎年20人ぐらいで、そのうち福大生は1人か2人程度でしたが、今では10人近くまで増えました。卸売業は元々目立たない業種ですが、この受賞で注目され、地元で関心が高まったのだと思います。「ふくしま産業賞」が縁となって福大の夏季集中講座で「卸売業としての生きる道」と題し、90分間にわたり業界の現状や当社の海外戦略などについて講義をする機会もいただきました。

### ～社員教育についてはどのように

#### お考えですか？

2009年に入会した「福島県中小企業家同友会」の企業づくりの基本精神に「共に学び、共に育つ」という言葉があります。社員教育に関心のあった私はこの精神に感銘を受け、当社では社員教育を当て字の社員共育に置き換えて実践しています。共育とは、共に学び成長することと定義づけ、仕事に関わる意欲、自分で考える意欲、成長する意欲の3つの意欲を持って





天井が高く開放感のある新しいオフィス

新しいオフィスでこれまで以上に仕事に集中して取り組む社員

もらうようにしています。そして、2009年から社員共育のために取り組んだ施策は、コミュニケーションの機会設定、経験する場を与える、全社員の総合職化など、全部で9つあります。コミュニケーションの機会設定としては、毎月1回の地域のごみ拾いや勉強会、経営方針発表会および内定式後の懇親会などに取り組んでいます。また、経験する場を与えることとしては、インターンシップで学生向けに自社の説明をしたり、学生向けの自社紹介動画を作成したり、新規プロジェクトに参加してもらったりしています。これらの取り組みの目的は、自発的な行動を促しつつ、経験する場を私たちが与えることにより、自分や自社だけではなく、外の世界を知ってもらうことで自ら成長しようとする意欲を高めることにあります。さらに、メンター・メンティー制度を導入しており、入社したばかりの新入社員が不安を感じることがないように、何でも気軽に質問することができるメンターを配置しています。メンターとなる先輩社員も仕事に対する責任感が増すなどの効果が見られています。

### ～新しいオフィスの目的について

#### お聞かせください

当社のこれまでの組織体制は、営業職と事務職の2つに分かれており、オフィスも各社員の席が固定されており、いつも営業職は営業職同士、事務職は事務職同士とだけ話し、来客に

は入口に近い事務職員が自分の仕事を途中にして受付対応するなどしていました。私には昔ながらの営業職が前線でお客さんと接し、事務職は後方支援するという関係性があまり好ましいものと感じられず、この体質を脱却して一人一人が第一線としての自覚を持てるよう社員全員を総合職とすることにしました。そして、この一環としてオフィスの改装に至りました。新しいオフィスでは、席の固定化を無くして毎日、自分の好きな席に座ることとし、営業職、事務職に関係なく、いろいろな人とコミュニケーションが取れ、来客は対応できる人が自ら考えて行動するようにしました。それで、新しいオフィスの設計は私と設計士さんが大枠で考えましたが、社員自らのチャレンジとして「オフィス・リモデル・プロジェクト」を発足させ、新しいオフィスの企画立案に取り組んでもらいました。ワークショップで各社員に企画案を出してもらい、実際に取り入れたアイデアもいくつかありました。そして、亡くなった祖父母がローラー営業で新規開拓に積極的に取り組んでおりましたので、そのチャレンジ精神を引き継いだ中長期ビジョン「チャレンジする風土の継承」や今回のプロジェクトのテーマ「hop, step, jump」を壁面に書き入れました。

### ■業務の効率化に向けて

#### ～DX化について教えてください

社員はこれまでの業務に加えて新規事業に取





り組むと仕事量が増えてしまい、成長性が見込める新規事業に集中できなくなることが懸念されました。それで、既存業務の中でもルーチンワークをDX化により減らし、新規事業に打ち込める環境づくりに努めました。例えば、電話受付代行サービスの導入前、事務職の社員は1日に30～50件の電話を受けており、担当者に取り次ぐなど、常に対応に追われていました。しかし、導入後は電話で業務を中断することがなくなり、業務の生産性が上がりました。また、名刺管理サービスは、導入により個人が管理していた名刺をデータベース化して可視化し、顧客情報を全社員が共有するようになったことで、顧客検索などの業務効率が飛躍的に伸びました。さらに、顧客のデータベースを活用したマーケティング活動の強化も実現しています。この他にも、人事・労務の業務効率化やペーパーレス化などのDX化にも取り組んでいます。

## ■さらなる海外事業の強化へ

～最後に、今後の展望について

お聞かせください

今後の展望としては、国内外に向けて価格競争だけではなく、アイデアや人財などを生かした企画・開発力で勝負していくビジネスモデルの構築を推し進めていくつもりです。国内については、基幹事業である卸売業における売れ筋商品等の情報収集力強化や納品代行による新規顧客の獲得、消費者ニーズを的確にとらえた売場づくりの提案力強化などに取り組んでいきます。また、海外については、基本的に新規開拓する国を増やしていきたいと考えています。特に、現状では乳幼児向け商品の展開がアジア圏を中心としていますので、北米や欧州への販売を中期的な目標に掲げています。

## 【インタビューを終えて】

今回のインタビューで強く感じたのは、中長期ビジョンの「チャレンジする風土の継承」です。社長のお話では、亡くなられた祖父母様が企業経営に前向きでチャレンジ精神旺盛な方だったことにちなんで中長期ビジョンを決めたということでしたが、海外進出や社員共育、DXなどの取り組みは中長期ビジョンの実践であると考えられます。また、明るく活気にあふれた職場の雰囲気は、社長が社員と一緒に推し進めた「オフィス・リモデル・プロジェクト」の成果であると感じました。

今回の取材で、当社は県内の卸売業界に変革をもたらし、安心・安全で美味しい日本のお菓子を世界に広めることにより、今後もさらなる成長を続けていくものと確信しました。

(担当：和田賢一)



# 寄稿

個別寄稿



しばた さとる  
柴田 聡

株式会社地域経済活性化支援機構  
常務取締役

## 地方企業における経営人材マッチング

### 1. はじめに

株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC レビック）は、地域金融機関が取り組む地域経済の活性化を、ソリューションの提供、実行支援の面からサポートする特別法に基づく政府系機関です。具体的には、地域活性化ファンドの運営・出資、事業再生支援、転廃業支援に加え、2021年2月からは地域の中堅・中小企業による経営人材の確保を支援するための人材プラットフォーム「REVICareer（レビキャリア）」の管理・運営を行っています。レビキャリアは、金融庁の補助事業「地域企業経営人材マッチング促進事業」に基づき実施しており、レビキャリアに登録した経営（大企業）人材に対して、地域金融機関がマッチングの担い手となり、地域の中堅・中小企業へ人材紹介をする取り組みです。

### はじめに





## 2. 地方で高まる経営人材のニーズ

全国的に見ても現在多くの地方企業にとって人材の確保、特に経営人材の確保は重要な経営課題です。多くの地方企業で、経営者の高齢化による事業承継ニーズに加え、コロナ感染拡大、デジタル化、地球環境問題等など社会経済構造の変化も重なり、事業再構築ニーズも同時に高まっているためです。福島県においても、管理的職種の求人倍率は職業計よりも高く、主要企業の多くが今年（2023年）の課題は「人材の確保」と回答しているように、経営人材の確保は重要な経営課題の一つであり、ニーズも高まっていると言えます。

### 地方で高まる経営人材のニーズ

#### 福島県内主要企業の今年の課題

項目	件数	項目	件数	項目	件数
人材確保・新卒採用の推進	23	DX	6	ビジネスモデルの改革	3
人材育成・社員教育	16	商品開発・技術開発	5	業務改善	3
事業・営業力・収益力の強化	14	新規事業の拡大	5	サービスの高質化	3
原材料高騰への対応・適正な価格転嫁	11	マーケット拡大	5	ウィズコロナ・アフターコロナ	2
生産性向上	11	設備投資	5	顧客満足度の向上	2
組織体制の見直し	8	原料の安定調達・物流対策	5		
SDGs・ESG・CSR	8	カーボンニュートラル	5		
コストの適正化・低減	7	生産・管理体制の強化、構築	4	合計	151

※重複回答あり

福島県内主要企業の69社（うち集計対象67社）から回答

とうほう地域総合研究所：2023年1月「今年はどうなる！2023年の景気見通し」

## 3. 経営人材の確保が難しい理由

しかし地方企業において、経営人材の確保が難しいという声もよく聞きます。地方企業が経営人材を確保することが難しい理由として大きく以下2つの理由があると思います。

### ①大企業と地方企業の間で年収ギャップが存在

都市部の大企業と地方企業には、年収のギャップが存在し、地方転職の大きなハードルになっています。移住意向者を対象としたアンケートでは、実際に地方へ移住の際に許容できる年収の減少幅は10%までと答えた人が半数以上でした。こうした現状を踏まえると、地方企業の人材確保を促進していくためには、転職に伴う年収ギャップを緩和するための政策的なサポートが必要になります。このため、レビキャリでは、採用側の中小企業に対する給付金給付の仕組みを設けています。（給付金制度の詳細は後述）

### ②人材マッチングの担い手が不足

民間人材紹介会社は全国をカバーしていますが、実際には首都圏の企業と求職者中心のビジネスモデルであり、地方企業の人材ニーズに答えられているとはいいいにくい状況です。そのため、地方では人材マッチングの担い手が不足しており、人材マッチングが必ずしも円滑に進んでいない面があります。

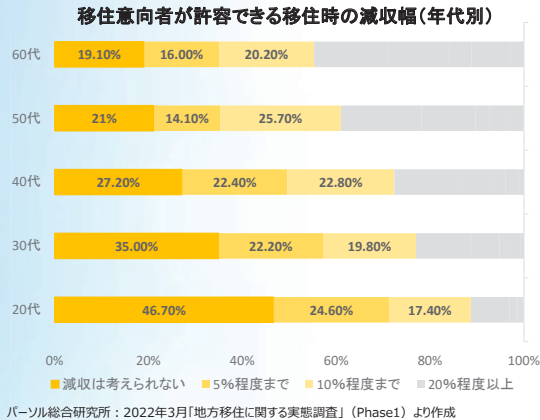
そこで人材マッチングの担い手として期待されているのが地域金融機関です。金融庁のアンケート調査によれば、約3割の地方企業がメインバンク（地域金融機関等）を経営人材の紹介希望相手として挙げています。メインバンクは自社の経営課題を熟知しているため、経営課題の解決に向けたふさわしい人材を紹介してくれるという期待があるためです。



## 経営人材の確保が難しい理由

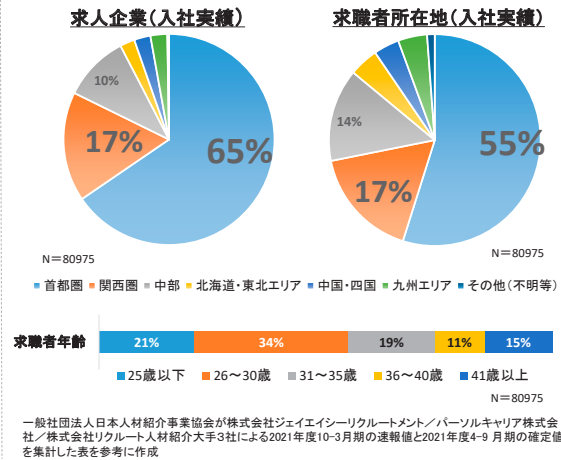
### ① 年収ギャップが存在

移住意向者の半数以上の人に移住した際に許容できる年収の**減収幅は10%まで**と回答。



### ② 人材マッチングの担い手が不足

民間人材紹介会社は、**大都市圏×若手中心**のビジネスモデル。



## 4. レビキャリアの狙い

全国各地の地方企業にとって、経営人材確保のニーズ自体は非常に強いですが、先ほど挙げた、年収ギャップ、人材マッチングの担い手不足等が要因で、現状都市部の大企業から地方の中堅・中小企業への経営人材の流れはまだまだ限定的です。レビキャリアは、様々な理由でミスマッチが大きかった都市部の大企業から地方の中堅・中小企業への経営人材の流れを創出するのが狙いです。レビキャリアは、地域金融機関が人材マッチングの担い手となるため、地方企業の経営課題解決にふさわしい人材紹介が期待できます。また、レビキャリアを通じて経営人材を採用した企業には給付金が給付されるなど、上記で挙げたミスマッチを解消するための特長があります。

### REVICareerの狙い





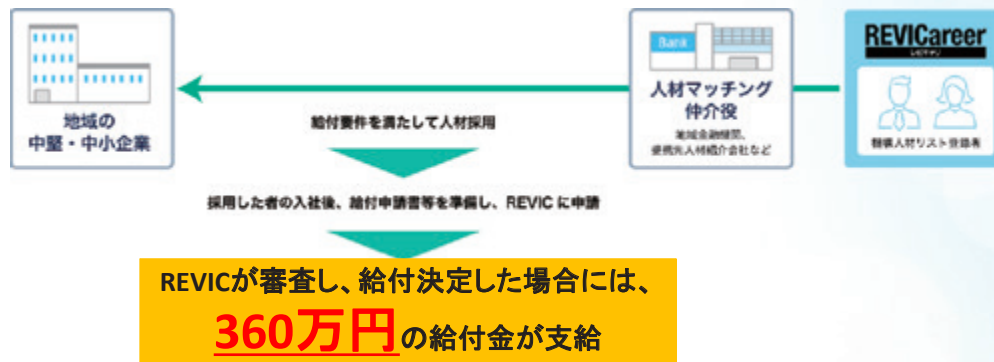
## 5. 地方企業への給付金制度

ミスマッチの要因の一つである大企業と地方企業との間に存在する年収ギャップ等を一定程度解消する制度が給付金制度です。レビキャリアを通じて一定の要件を満たして経営人材を採用した企業には、最大500万円（転籍の場合。兼業・副業、在籍出向の場合は最大200万円）の給付金が給付されます。例えば、給付要件を満たして年収600万円の経営人材を無期雇用転籍型で採用した場合には、360万円の給付金が給付されます。この給付金については、経営人材への給与補填に利用することもできますし、福利厚生等の自社の制度拡充等にも活用可能です。

### 地方企業へのサポート(給付金制度)

- REVICareerを通じて人材を採用した企業には、**最大500万円**※を支給
- 給付金を活用して、**年収ギャップの解消**や**人事制度の充実**等に使用可能  
(※転籍の場合。兼業・副業、在籍出向の場合は最大200万円)

(例) 年収600万円、無期雇用、転籍型で人材を採用した場合



## 6. 全国100超の地域金融機関がサポート

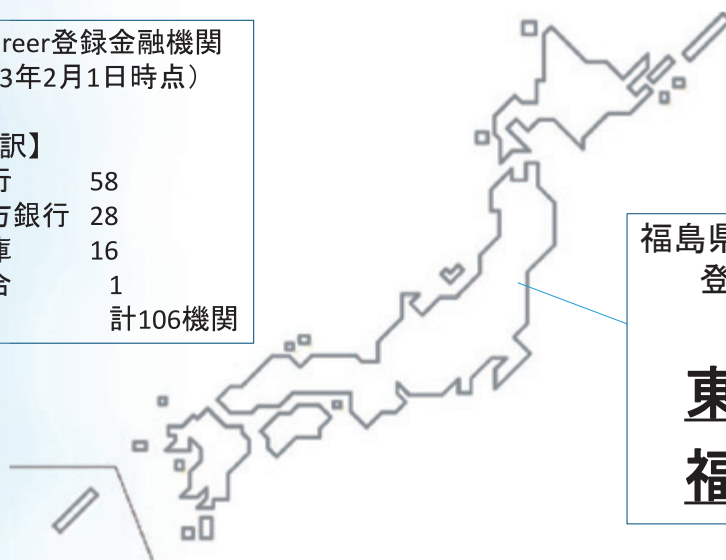
レビキャリアには100を超える地域金融機関が登録しており、福島県においては、東邦銀行及び福島銀行がレビキャリアに登録しています。人材マッチングの担い手となる地域金融機関は、取引先企業の事業性評価・伴走支援活動の一環とした人材紹介業務について、採用企業の経営課題の把握から、人材を紹介した後のフォローアップまでワンストップで支援します。経営課題の解決に経営人材の採用を考えている地方企業は、ぜひレビキャリアを活用した経営人材確保をご検討頂きたいと思えます。

## 全国の地域金融機関が人材マッチングを仲介

REVICareer登録金融機関  
(2023年2月1日時点)

### 【業態内訳】

地方銀行	58
第二地方銀行	28
信用金庫	16
信用組合	1
計	106機関



福島県内のREVICareer  
登録金融機関

**東邦銀行**  
**福島銀行**

## 7. 人材マッチングの成約事例

2021年10月から本格稼働し始めたレビキャリアですが、徐々に成約事例も積みあがってきています。例えば首都圏で働いていた方が地方へ活躍の場を求めて移住・転職した事例や、地方の大企業から同一地方の中小企業へレビキャリアを通じて転職した事例もありました。こうした転職者の多くは新しい職場で、経営人材として活躍しています。

経営人材の流れを創出していくことは、企業の人材不足の解消にとどまらず、地域経済の活性化、ひいては日本経済の成長、地方創生のためにも大きな意義があります。引き続き、大企業から地方企業へ経営人材の流れを創出することで、地域経済を活性化できるよう努めてまいります。

## REVICareerによる支援実績例

ケース①

首都圏から地方へ

金融業界出身  
首都圏在住  
60歳代



地方の食品加工  
メーカーにて  
管理部長として  
採用

### point

- ✓ 採用企業は経営幹部、社長参謀として総務・労務・経理全般の内部管理業務を任せられる人材ニーズがあったもの。
- ✓ 登録者は縁故・過去の勤務経験から、地方の勤務地を希望。また、管理・事務系の職種を希望していた。

ケース②

同一エリア内

サービス業  
出身  
地方在住  
50歳代



地方の小売  
サービス業にて  
管理部長として  
採用

### point

- ✓ 採用企業は財務、経理全般、ISO管理、人事労務等管理部門のマネジメントができる役員候補の人材ニーズがあったもの。
- ✓ 登録者は財務経理部の財務経理課長として勤務しており、また、採用企業と同じエリアに住みながら、転職を検討していた。

大企業から地方企業への経営人材の流れを創出



# 寄稿

定例寄稿  
(JCER)



うえの よういち  
上野 陽一

公益社団法人  
日本経済研究センター  
短期経済予測主査・主任研究員

(略歴) 2002年3月一橋大学商学部卒、2003年3月一橋大学商学研究科経営学修士コース修了、2003年4月日本銀行入行。金融市場、金融政策、ならびに国内・海外景気動向に関する調査・分析や学術研究に従事。2009年ウィスコンシン大学マディソン校にて経済学修士号取得。2022年6月より現職。

## 景気見通し (2023 年春)

# 景気回復、インバウンド需要がけん引

—米欧の利上げ再加速・国内外の長期金利上昇がリスク—

### 《要 旨》

米欧経済の想定を上回る頑健性や、中国における「ゼロコロナ」政策の終了が、海外経済成長率の持ち直しにつながる中で、わが国の景気はインバウンド需要によってけん引され、回復を続けるとみている。実質 GDP 成長率は、2022年度に前年比+1.2%、2023年度は同+0.9%、2024年度が同+1.0%と、+0.5%程度とみられる潜在成長率を上回って推移すると予測している。

わが国の景気は回復を続けるとみているが、不確実性は高く、景気下振れのリスクが大きい。主なリスクは海外に起因しており、米欧でインフレ高進が想定以上に長期化し、一段と強力な金融引き締めが実施されることで金融環境が大幅にタイト化するリスクや、中国において新型コロナウイルスの感染が再び拡大するリスクなどがある。これらに加えて、昨年12月に上昇に転じた長期金利についても、一段と上昇すれば实体经济を相応に下押しする。長期金利の上昇は海外要因が契機となり得るため、グローバルな要因が様々な経路を通じて、わが国に影響を及ぼし得る点を念頭に置きつつ、海外の経済・物価・金融動向を注意深くみていく必要がある。

### 【経済見通しのポイント】

日本経済研究センターの最新予測では、米欧経済の想定を上回る頑健性や、中国における「ゼロコロナ」政策の終了が、海外経済成長率の持ち直しにつながる中で、わが国の景気はインバウンド需要によってけん引され、回復を続ける。実質 GDP 成長率は、2022年度に前年比+1.2%、2023年度は同+0.9%、2024年度が同+1.0%と+0.5%

程度とみられる潜在成長率を上回って推移すると予測している (図表1参照)。

本稿では、海外経済見通し、とくに米欧中の予測値について述べた後、それとの関連性が強い輸出について説明する。さらに、設備投資および個人消費の予測値について言及する。最後に、先行きのリスクとして、長期金利が上昇した場合の影響について確認する。

図表 1：わが国経済の見通し (前年比%、寄与度%ポイント)

		2022年度	2023年度	2024年度
実質国内総支出		1.2	0.9	1.0
寄与度	民需	1.6	0.4	0.6
	民間最終消費支出	1.2	0.5	0.5
	民間住宅投資	-0.2	-0.0	-0.0
	民間企業設備投資	0.4	0.2	0.2
	公需	0.0	0.3	0.2
	外需	-0.4	0.1	0.2
	財貨・サービスの輸出	0.9	0.0	0.7
	財貨・サービスの輸入	-1.3	0.1	-0.5

(資料) 内閣府『四半期別 GDP 速報』

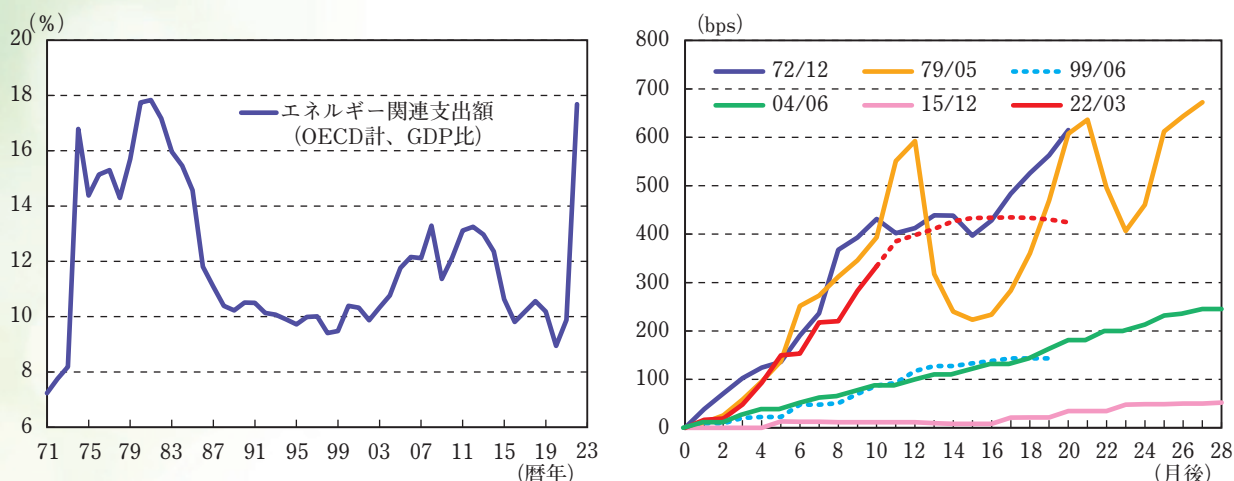
図表 2：海外経済の見通し (前年比%)

暦年	2022	2023	2024
海外計	3.2	2.4	2.9
米国	2.1	1.0	2.0
ユーロ圏	3.5	0.2	0.5
中国	3.0	4.9	4.3
韓国	2.6	1.0	2.2
台湾	2.5	0.8	3.1
ASEAN	5.7	4.7	4.8
豪州	3.6	2.0	2.0
インド	6.7	6.8	7.1
ブラジル	2.9	1.0	1.2
ロシア	-2.1	0.3	2.1

(注) 海外計は、各国の成長率を日本の輸出額で加重平均(15年固定ウエート)したものであり、上記の国々のほかに英国等を含む。ASEANは、インドネシア、フィリピン、マレーシア、タイ。

(資料) Haver Analytics 等

図表 3：先進国のエネルギー関連支出額 (左) と利上げ局面の比較 (右)



(注) 右図は、G7各国の短期金利をGDP(ドル建て)で加重平均したもの。各局面の始期は米国の利上げ局面入り直前の時点。終期は加重平均がピークに達した時点。直近局面の点線は市場に織り込まれた予想にもとづく。

(資料) OECD "OECD Economic Outlook, November 2022", World Bank "Global Economic Prospects, January 2023"

### 【海外経済の見通し】

わが国に大きな影響を及ぼす海外経済の実質GDP成長率については、2023年は前年比+2.4%、2024年が同+2.9%と予測した(図表2参照)。

主要な国・地域のうち、米国やユーロ圏については、物価高騰による家計の購買力減退や中央銀行による強力な金融引き締めの影響がみられる中でも、実体経済が想定を上回る頑健性を示している。こうした足もとの動向を踏まえて、実質GDP成長率は、2023年後半以降持ち直し、2024年の成長率が2023年を上回ると予測している。

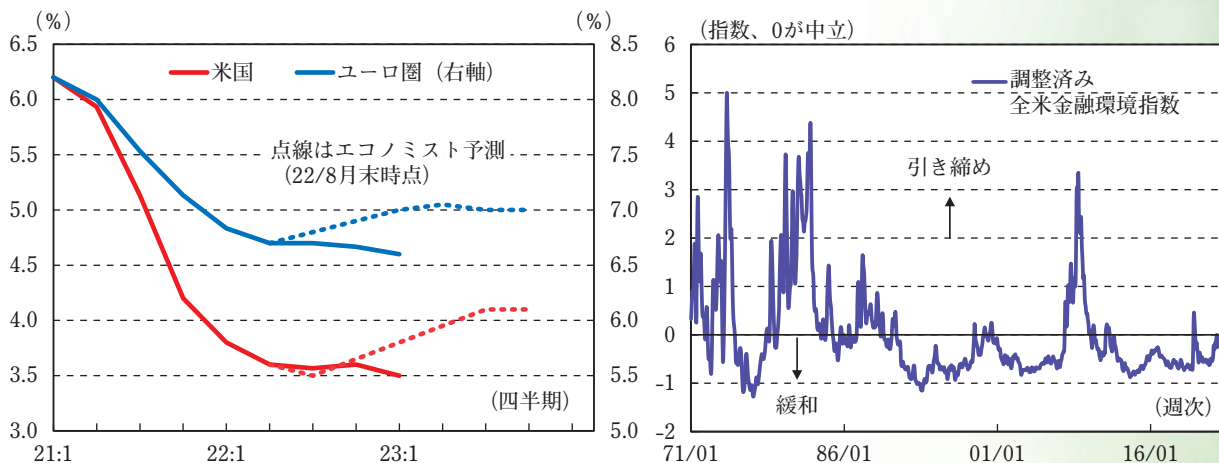
米欧経済の先行き見通しに関しては、その頑健性がどの程度維持されるのかが主要な論点であり、その意味では頑健性をもたらしている要因につい

での理解が重要である。

ここで、米欧経済の頑健性の度合いを確認するために、OECD諸国のエネルギー関連支出額とG7における利上げ局面入り後の短期金利の引き上げ幅をみると、双方ともに、過去の2度の石油危機後と同様の水準となっている(図表3参照)。すなわち、エネルギー価格の高騰を受けて、2022年時点でOECD諸国のエネルギー関連支出額がGDP比で18%程度まで上昇しているほか、今次の利上げ局面(2022年3月以降)では、市場予想も含めると、1年間で4%を超える利上げが実施される見通しである。エネルギー関連支出の拡大とインフレ沈静化のための利上げ幅が今次局面と同程度であった過去の2度の石油危機後には世界

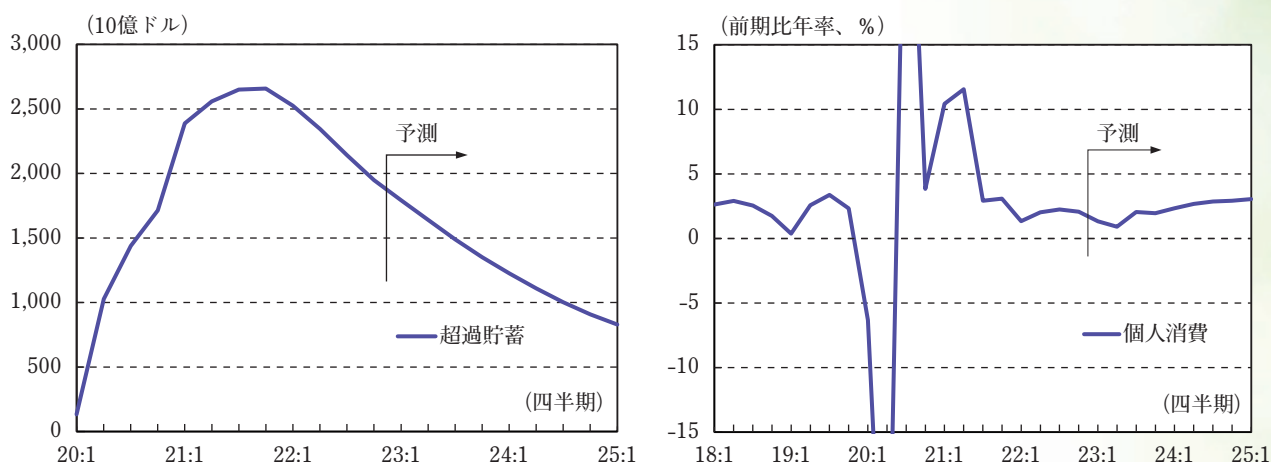


図表4：米欧の失業率（左）と全米金融環境指数（右）



(注) 左図の点線のエコノミスト予測は Bloomberg による調査。23：1は、米国は1～2月の平均値、ユーロ圏は1月の値。  
 (資料) Bloomberg、Haver Analytics、シカゴ連銀

図表5：米国における家計の超過貯蓄（左）と個人消費（右）



(資料) Aladangady, A. et al. "Excess Savings during the COVID-19 Pandemic," FEDS Notes (2022)、米商務省経済分析局

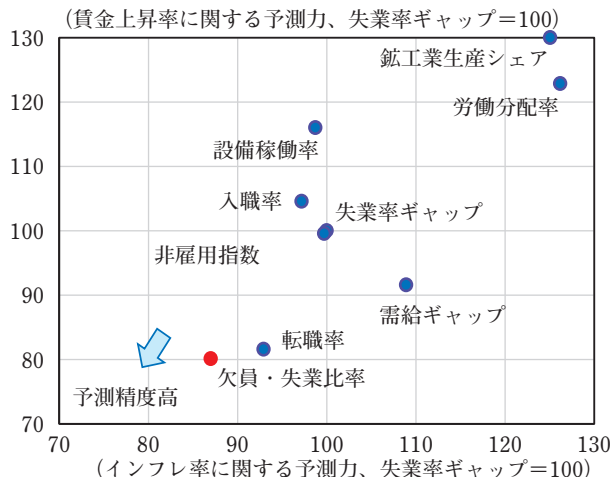
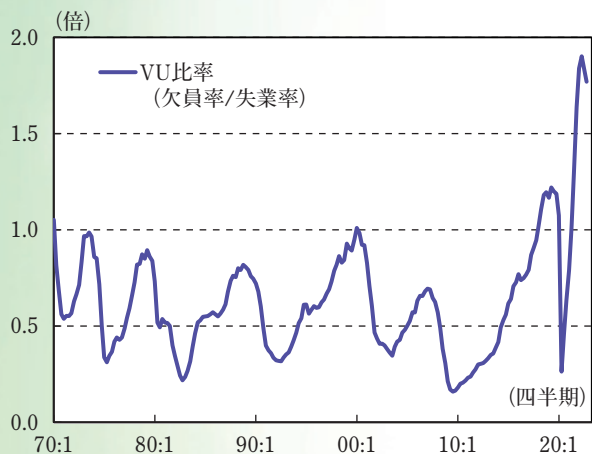
的な景気後退が生じたのと対照的に、足もとでは米欧ともに失業率が約半年前時点の市場予想に反して低下基調を維持しており、米欧経済はエネルギー価格高騰や大幅利上げに対して強い耐性を示している（図表4左参照）。

米国と欧州には共通点が多く、頑健性をもたらしている要因もその1つであることから、米国についてのみ確認すると、第一に、大幅な利上げにも関わらず、金融環境が緩和的な状態を維持していることが指摘できる。米国シカゴ連銀算出の全米金融環境指数をみると、石油危機後の利上げ局面では、リーマン・ショック後を超える程度まで大幅に上昇（タイト化）していた一方、足もとではマイナス圏内で推移しており、緩和的な状態が維持されている（図表4右参照）。大幅な利上げにも関わらず、金融環境のタイト化がみられない

のは、インフレ率がピークアウトするなか、利上げの再加速に対する思惑がそれほど高まっていないためとも考えられる。したがって、今後、金融環境が緩和的な水準で推移するかどうかは、FRBによる金融政策運営やそれを左右するインフレ動向次第と言える。

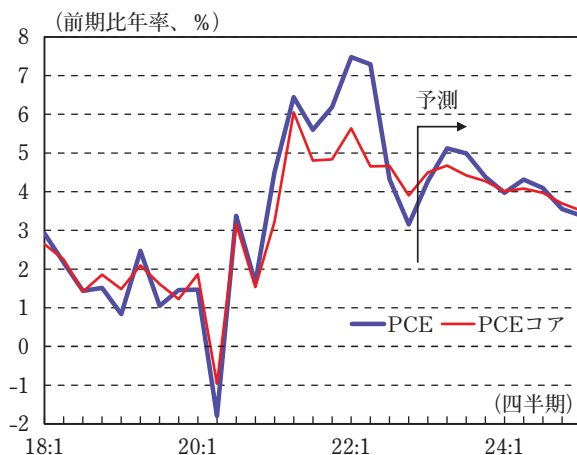
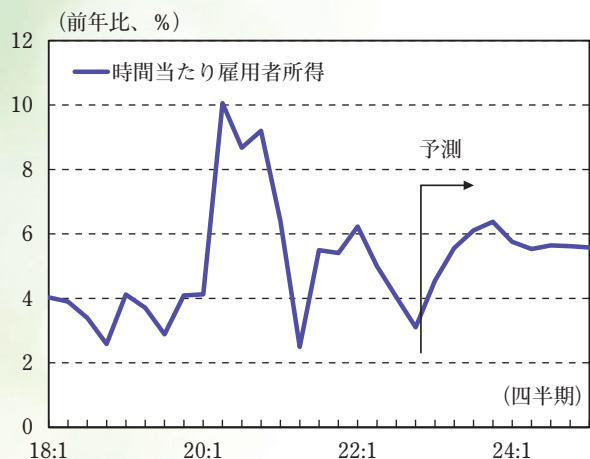
第二に、家計部門の頑健さを指摘できる。このところ、個人消費関連の経済指標が事前の市場予想を上回ることがみられており、こうした堅調な個人消費の要因の1つとして引き続き指摘されているのが、家計がコロナ禍の間に積み立てた貯蓄の存在である。FRBによる推計方法に倣って過去のトレンドからの乖離として超過貯蓄を定義すると、超過貯蓄の推計値は減少に転じてはいるものの、足もとでも2兆ドル規模に上っており、今後も2025年第1四半期まで超過状態を維持すると

図表6：米国における欠員・失業比率（左）と各種指標の賃金・物価に関する予測力（右）



(資料) Haver Analytics, Barnichon, R. "Building a Composite Help-Wanted Index," *Economics Letters* 109.3 (2010)、Barnichon, R. & Shapiro, A. H. "What's the Best Measure of Economic Slack?," *FRBSF Economic Letter* 4 (2022)

図表7：米国の賃金上昇率（左）とインフレ率（右）



(資料) Haver Analytics

見込まれる（図表5左参照）。このように超過貯蓄が、物価高騰による実質所得の押し下げや利上げの影響に対するクッションとして作用し続ける結果、個人消費はコロナ禍前と同様のペースでの伸びを続けるとみている（図表5右参照）。

このように、米国は、緩和的な金融環境や家計の超過貯蓄が頑健性につながっているため、深刻な景気後退を回避できると考えられる。その一方で、頑健性が、労働市場の不均衡や、それに伴うインフレ高進が長期化するリスクにもつながり得ることには注意が必要である。

ここで、労働市場の不均衡の度合いについて、企業の欠員数と失業者数の比率を確認すると、歴史的な高水準での推移が続いている（図表6左参照）。サンフランシスコ連銀エコノミストによる研究では、この欠員・失業比率は、多くの類似指

標の中で、賃金や物価に対する予測力が最も高いとの結果が得られている（図表6右参照）。今後も、労働参加率がコロナ禍前を回復するには相応の時間を要すると考えられ、欠員・失業比率は当面歴史的な高水準を維持するとみられることから、賃金上昇率とインフレ率が、FRBの2%のインフレ目標と整合的な水準まで低下するにはある程度の時間が必要になると見込んでいる（図表7参照）。また、今後、インフレ率の基調が低下から上昇へと転じた場合には、利上げの再加速に対する思惑が高まる結果、金融環境が大幅にタイト化し、米国景気を急速に冷やすリスクは念頭に置く必要がある。

中国については、「ゼロコロナ」政策の終了や米欧経済の頑健性を踏まえて、2023年の実質GDP成長率見通しを前年比+4.9%と予測してい



る。第14期全国人民代表大会（全人代）で公表された2023年の経済成長率目標である「5%前後」とほぼ同程度の水準を見込んでいる。企業の景況感（PMI）をみると、「ゼロコロナ」政策終了に伴う経済再開後、非製造業を中心に、景況感が大きく改善している（図表8左参照）。その改善幅をみると、上海の都市封鎖が解除された2022年6月頃を上回っていることから、今次局面でも、経済再開後、実質GDPの伸び（前期比年率）は一時的に大きく高まると見込んでいる（図表8右参照）。ただし、これは一時的なものに止まり、その後は、米欧を中心に中国にとっての外需の減速が当面続くとみられることなどから、5%を下回る成長がしばらく続くと予測している。

### 【インバウンド需要増加はわが国の輸出をけん引】

上記のように海外景気が展開する中で、インバウンド需要（訪日外国人客による消費）の増加がわが国の輸出をけん引するとみている。観光関連のサービス輸出をみると、水際対策が大幅に緩和された昨年10月以来、はっきりと増加に転じており、中国における「ゼロコロナ」政策の終了なども相まって、今後こうした傾向が続くとみている（図表9左参照）。

インバウンド需要の先行きを見通すうえでは、コロナ禍前の水準を回復するペースのみならず、コロナ禍前を超えた後でも増加が持続するかも重要なポイントとなる。そこで、IMFの研究成果などを参考に、インバウンド需要の長期的な均衡水準およびその水準への回復スピードを試算した。インバウンド需要の長期的な均衡水準が海外経済の規模と為替レート水準によって決定されると想定し推計すると、海外経済の成長や円安の進展によって、インバウンド需要の長期均衡水準はコロナ禍でも大きく伸びていた可能性が示唆される。それにもかかわらず、コロナ禍でインバウンド需要が低迷したのは、移動制限のためと解釈できる。今後は、昨年10月の水際対策の大幅な緩和や、3月1日からの中国を対象にした水際措置の緩和などを受けて、インバウンド需要は、長期的な均衡水準へと、過去と同様のペースで回帰し、見通し期間の終期には、コロナ禍前をはっきりと上回ると予測している。

このようにサービス輸出が大幅に増加すると見込まれるため、グローバルにITセクターなど製

造業の活動が軟調に推移し、財輸出が2023年度にマイナス転化するなど厳しさをみせるもともども、輸出全体は先行き増加基調を維持するとみている（図表9右参照）。

### 【株価が堅調に推移するなか、設備投資は着実に増加】

景気回復のけん引役の1つである設備投資については、高水準の企業収益を背景に底堅く推移する株価と整合的なかたちで着実に増加していくと予測している（図表10左参照）。具体的には、株式時価総額などからなる市場に織り込まれた企業価値と企業の実物資産などから構成される資本ストックの再取得額の比率（トービンのQとして知られる）は、設備投資・資本ストック比率と理論的にも実証的にも連動する傾向にあることにもとづいて予測している（図表10右参照）。

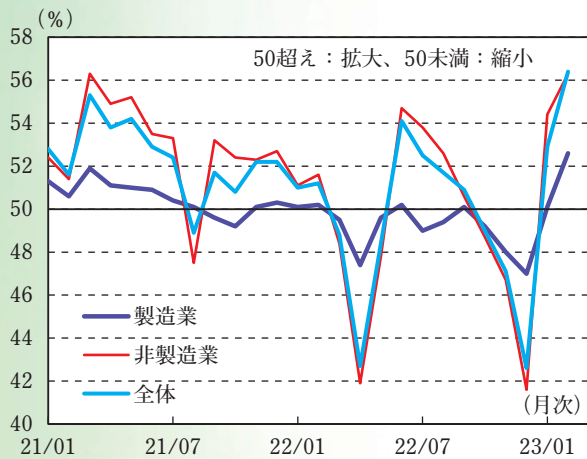
### 【ベースアップ率が伸び悩み、物価上昇に見合う賃金上昇は困難】

個人消費の決定要因の1つである雇用者所得について、その動向に関心の高まっているベースアップ率は日本労働組合総連合会（連合）の目標である+3%には届かず、2023年度は+1.0%、2024年度が+1.3%となるとみている。（図表11左参照）。この予測は企業収益やインフレ率にもとづくものではあるが、労務行政研究所が1974年から毎年実施している「賃上げ等に関するアンケート調査」の2023年分でも同様の結果が得られている。同調査では、足もとの急速な物価上昇への対応方法について労使双方から回答を得ており、労働側はベアで対応すべきとの回答が8割を超えている一方、経営側をみるとベアで対応する方針との回答が3割程度に過ぎないほか、対応予定なしも3割以上に上っている（図表11右参照）。このように、経営側において、物価高をベースアップ率に反映する慣行が普及していないことが物価上昇に見合う賃金上昇を妨げるとみている。

### 【物価上昇による実質所得の弱含みを超過貯蓄がカバー】

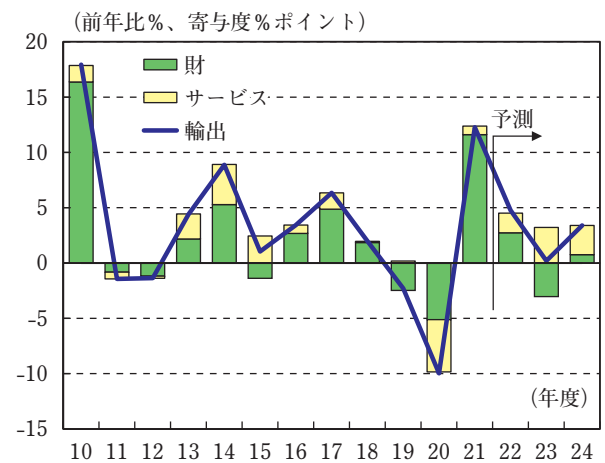
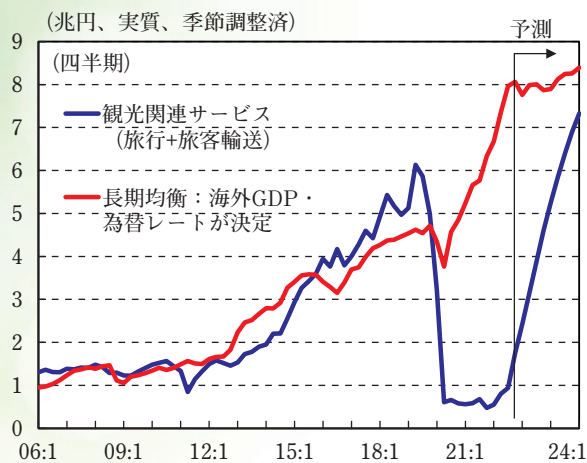
こうしたなか、消費者物価の前年比は、先行き低下傾向をたどるとはみられるものの、政府による電気代補助が2023年度後半以降に予定通り縮小していくと想定すると、+2%強で推移するとみられる（図表12左参照）。結果として、実質可処分

図表8：中国の企業景況感（左）と実質 GDP 成長率（右）



(資料) Haver Analytics

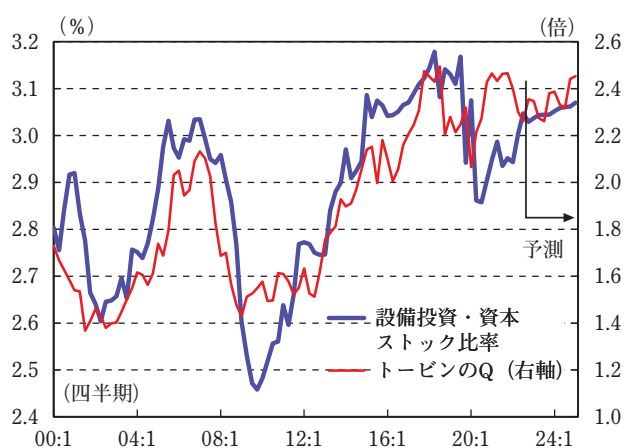
図表9：わが国のインバウンド需要（左）と財・サービス輸出（右）



(注) 左図はサービス輸出デフレーターを用いて実質化。

(資料) Nguyen, A. T. N. "Japan's inbound tourism boom: lessons for its post-COVID-19 revival," IMF Working Paper No. 2020/169 (2020)、財務省・日本銀行『国際収支統計』、内閣府『四半期別 GDP 速報』

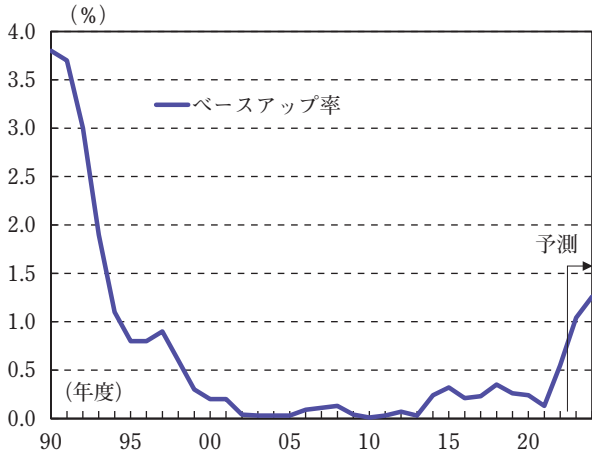
図表10：わが国における設備投資（左）、トービンのQと設備投資・資本ストック比率（右）



(資料) 内閣府『四半期別 GDP 速報』、『固定資本ストック速報』、日本銀行『資金循環統計』、日本経済新聞社



図表11：わが国のベースアップ率（左）と物価上昇への対応方法に関する調査結果（右）

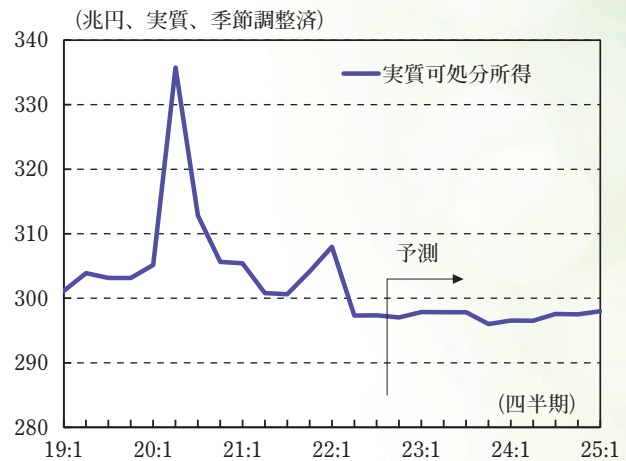
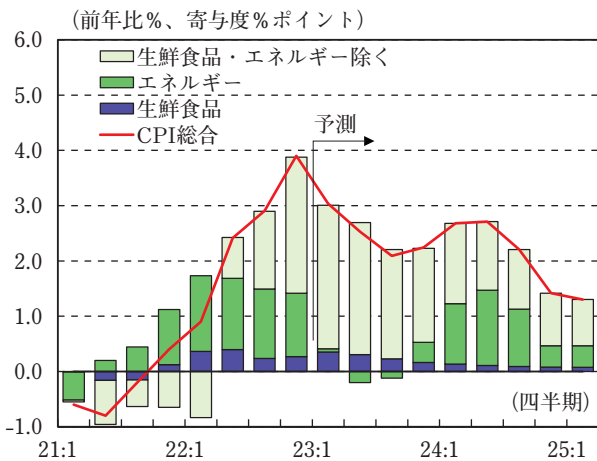


「2023年賃上げ等に関するアンケート調査」  
調査時期：2022年12月2日～23年1月16日  
(割合、%、複数回答)

区分	労働側	経営側
ベ ア	83.0	31.5
賞与・一時金	39.6	24.6
インフレ手当等	32.2	11.5
対応の必要／予定なし	0.7	33.1
その他	4.1	12.3

(資料) 労務行政研究所「2023年版モデル賃金・年収と昇給・賞与」、株式会社労務行政「労政時報第4050号」

図表12：わが国の消費者物価上昇率（左）と実質可処分所得（右）



(資料) 総務省『消費者物価指数』、内閣府『家計可処分所得・家計貯蓄率四半期別速報』

分所得は、低めの水準での横ばい推移が続くと予測している（図表12右参照）。

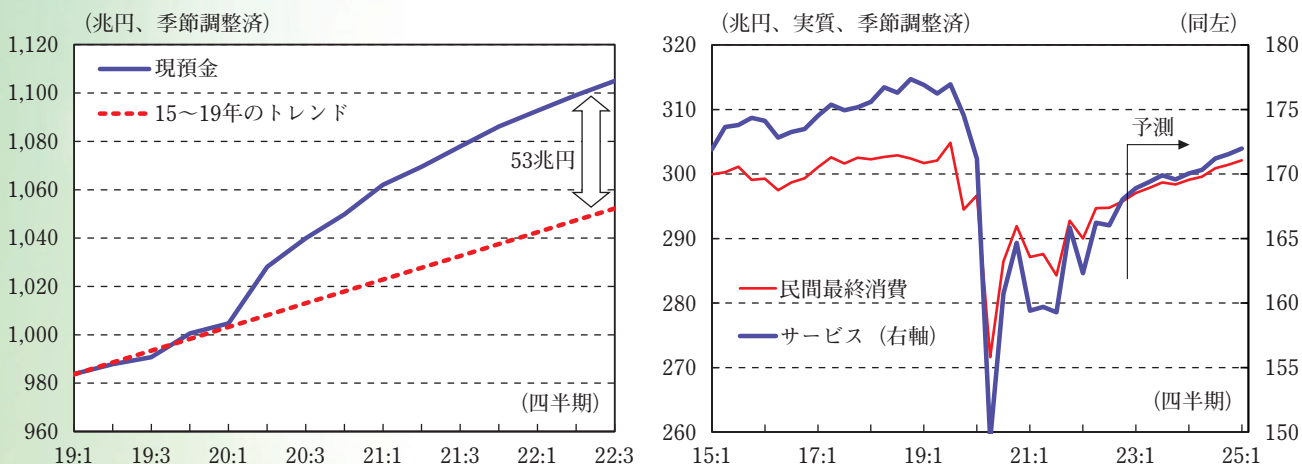
弱含む実質所得は個人消費を押し下げる方向に作用するが、米国と同様に、わが国でもコロナ禍中に積み上がった家計の超過貯蓄が、足もとでは50兆円規模に上ると推計されることから、物価高による負の影響に対する緩衝材になるとみている（図表13左参照）。さらに、サービス関連の個人消費は、コロナ禍前に比べ、依然として低水準に止まっており、これが正常化してだけで、全体の個人消費を押し上げ得る。こうしたことを踏まえ、見通し期間終期には、個人消費がコロナ禍前と同様の水準にまで回復すると予測している（図表13右参照）。

### 【長期金利の上昇は实体经济を相応に下押し】

以上のように、わが国の景気は回復を続けるとみているが、不確実性は高く、景気下振れのリスクが大きい。主なリスクは海外に起因しており、米欧でインフレ高進が想定以上に長期化し、一段と強力な金融引き締めが実施されることで金融環境が大幅にタイト化するリスクや、中国において新型コロナウイルスの感染が再び拡大するリスクなどがある。これらに加えて、昨年12月に上昇に転じた長期金利についても、一段の上昇リスクが懸念されている。

そこで、長期金利上昇による实体经济への定量的な影響を把握するために、マクロ経済モデルを用いた分析を実施した（図表14参照）。具体的に

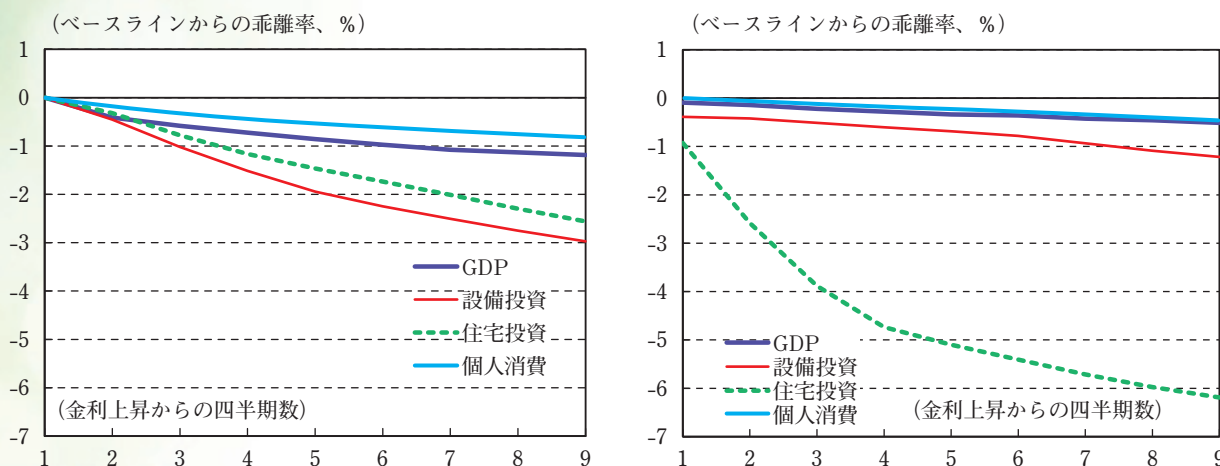
図表13：わが国の超過貯蓄（左）と個人消費（右）



(注) 左図の「現預金」は資金循環統計より作成。家計には雇用主、被用者、個人企業等を含む。

(資料) 日本銀行『資金循環統計』、内閣府『四半期別 GDP 速報』

図表14：わが国における長期金利上昇の影響：Q-JEM（左）と日経 NEEDS モデル（右）



(注) 左図では長期（10年）および中期（3～5年）の国債金利がシミュレーション期間中、ベースライン対比1%ポイント上昇。右図では長期国債金利および長期プライムレートがシミュレーション期間中、ベースライン対比1%ポイント上昇。

(資料) Hirakata, N. et al. “The quarterly Japanese economic model (Q-JEM) : 2019 version,” Bank of Japan Working Paper Series No.19-E-7 (2019).

は、わが国でよく知られたマクロ経済モデルであり、詳細が公表されている2つのモデルを活用した。1つは日本銀行が開発したハイブリッド型日本経済モデルのQ-JEMであり、もう1つは日経NEEDSのNEEDS日本経済モデルである。これらを活用して、ベースライン対比で長期金利が1%ポイント上振れした場合のシミュレーションを実施したところ、モデルの技術的な面に違いが存在していることから、定量感に幾分かの相違はあるものの、基本的には金利感応的な設備投資や住宅投資の落ち込みなどから、実質GDPの水準が、金利上昇から8四半期後には0.5～1%、ベースラインから下振れるとの試算結果が得られた。

わが国の潜在成長率が+0.5%程度と推計されていることを踏まえれば、長期金利上昇による影響は小さくないと評価できる。

このように長期金利上昇は实体经济を相応に下押しするとみられるが、長期金利が上昇するリスクを、昨年の経験を踏まえて展望すると、政府支出の大幅な拡大などの国内要因よりも、海外におけるインフレ高進や金利上昇などの海外要因が契機となると考えられる。したがって、グローバルな要因が様々な経路を通じて、わが国に影響を及ぼし得る点を念頭に置きつつ、引き続き、海外の経済・物価・金融動向を注意深くみていく必要がある。



# 中小企業における事業承継



株式会社東邦コンサルティングパートナーズ  
コンサルタント 西形 繁輝

福島市大町 4-4 東邦スクエアビル6階

TEL : 024-526-0055

URL : <https://www.toho-tcp.co.jp>

## 福島県内の事業者を取り巻く環境

株式会社東邦コンサルティングパートナーズは2022年8月に設立し、同年10月4日に開業いたしました。本稿では当社が設立された背景や業務内容、一般的な事業承継の手法等について6回に亘り掲載させていただきます。第1回目は当社の概要や福島県内の事業者を取り巻く環境について説明していきたいと思っております。

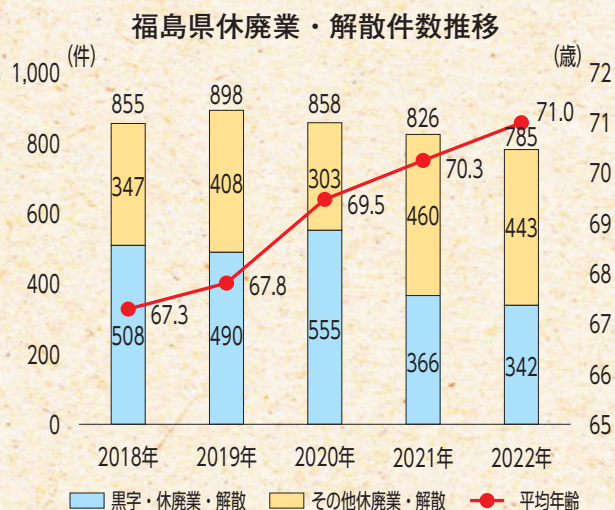
### 当社設立の背景

福島県内における事業者の1年間の休廃業・解散件数をご存じでしょうか。帝国データバンクによると、2022年は実に800社程度の事業者が休廃業または解散しています。そのうち43.6% (350社程度) は黒字廃業であり、後継者不在により廃業を余儀なくされるケースが大半をしめております。

当社は東邦銀行の100%子会社として、事業承継およびM&Aコンサルティング業務を専門に行い、お客さまの事業承継課題解決のお手伝いをしております。以前より東邦銀行の法人コンサルティング部において同様の業務を行っておりましたが、昨今の事業承継対策へのニーズの高まりを受け、親銀行から同業務を切り離し、専門知識と経験を備えた社員を配置してござ

す。前述の通り、福島県内では毎年800社程度が休廃業・解散しており、そのうち半数程度が黒字で廃業しております (図表1)。

【図表1】

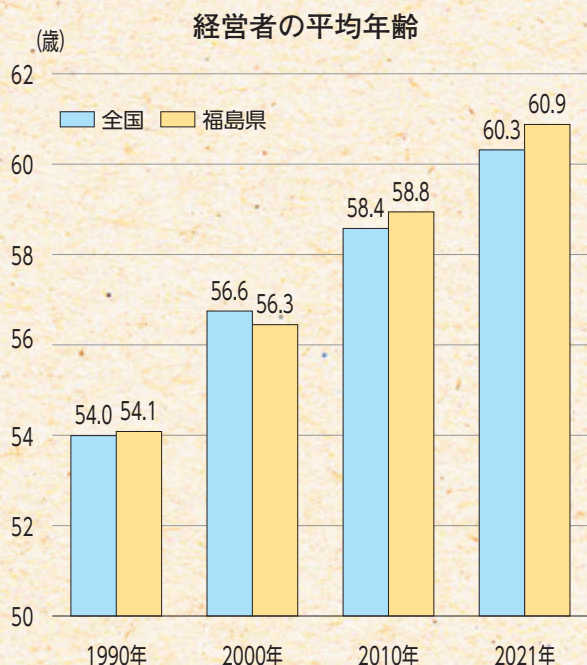


(資料：帝国データバンクの資料を当社にて加工)



また、県内経営者の平均年齢も上昇し続けております。2021年の経営者の平均年齢は60.9歳となっており、今後10年以内に後継者問題が更に顕在化することが予想されます（図表2）。

【図表2】



(資料：帝国データバンクの資料を当社にて加工)

加えて、現在の事業者を取り巻く外部環境はかなり厳しいものがあります。後継者問題に加え、慢性的な人手不足、新型コロナウイルス禍での経営環境の激変、原料・燃料高騰による収益の圧迫など複数の要因が相まって、操業を諦める高齢の経営者も少なくありません。事業者の減少は、即ち雇用の減少、地域経済の衰退を意味しており、県内事業者の事業承継支援は喫緊の課題となっています。地域経済の新陳代謝を促すことが地域金融機関（およびグループ会社）の使命であり、当社は三現主義（現地・現物・現実）を第一に掲げ、机上の空論ではなく、実際に現地で現物を観察し現実を認識することで、お客さまの良き伴走者（パートナー）としてコンサルティングサービスを提供し、事業承継課題解決のお手伝いをいたします。

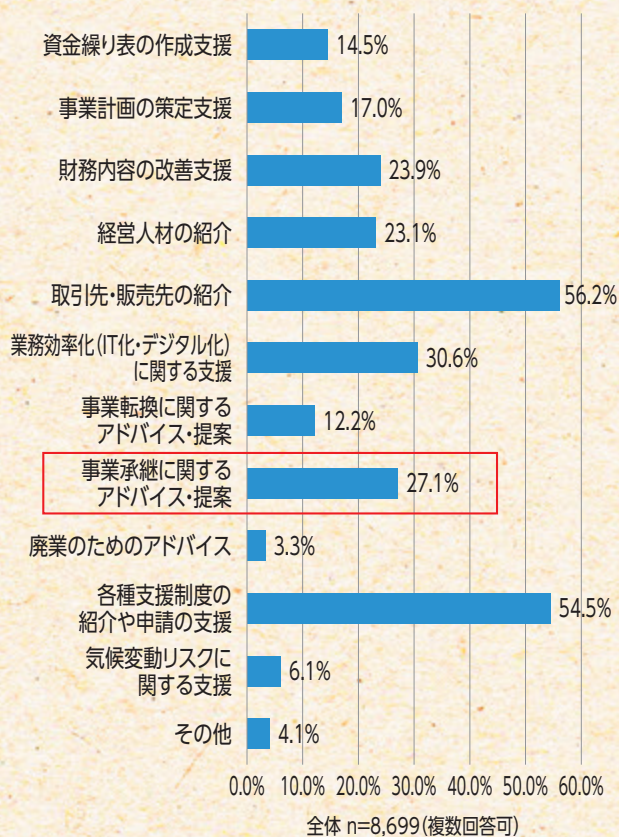
## 企業が抱える悩み

現代の企業が抱える悩みは様々ですが、金融庁による企業アンケートの結果によると、企業が金融機関から受けたい支援サービスのうち、「事業承継に関するアドバイス・提案」は27.1%と全体の3割弱となっております（図表3）。また、手数料を支払ってもよいサービスにおける同項目は32.5%となっていることから（図表4）、経営者の事業承継に関する興味や関心がより高まっていることが窺えます。

中小企業のオーナーは孤独であるとも言われています。それは、最終決断は全て自身に委ねられていることや、腹を割って話すことができる相手がないケースが多いことに起因します。結果として、事業承継対策の必要性を感じてはいるものの、実際には対策がなかなか進まない一因ともなっているのです。

【図表3】

### 金融機関から受けたい支援サービス

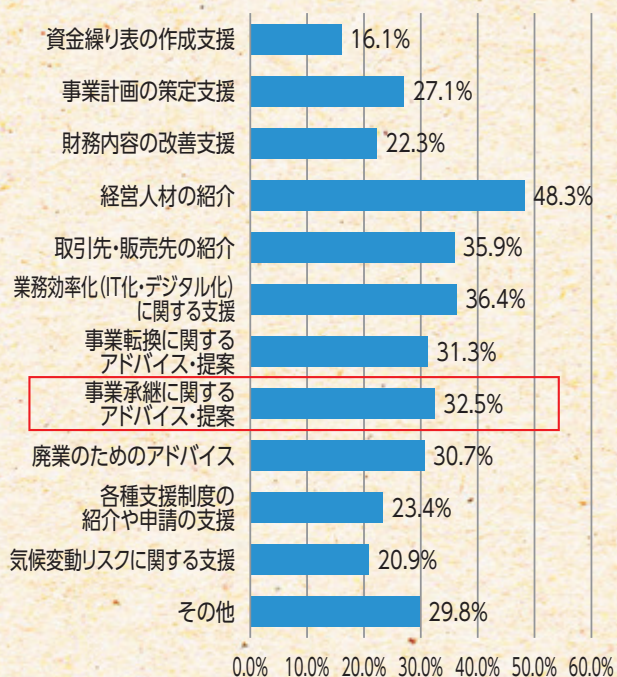


(資料：金融庁の資料を当社にて加工)



【図表4】

手数料を支払ってもよいと考えるサービス



(資料：金融庁の資料を当社にて加工)

開業後の動き

当社は経営者との対話を最重要視するとともに、経営者の「良きパートナー」となるために、福島県内外にある東邦銀行の各支店との連携を強化しております。おかげさまで、開業以降200件弱の事業承継・M&Aに関する相談を受け付けており、既に事業承継に関するコンサルティング契約の成立やM&A契約の成立も複数件ございます。改めて事業承継対策のニーズが高いものであると感じるとともに、引き続き東邦銀行の営業店と連携し、経営者の事業承継課題解決に向けた伴走支援を行っていきたいと考えております。

今回は「事業承継の各手法」「親族・社内承継」についてフォーカスしていきたいと思います。

< 事業承継のワンポイント！ >

Q. 事業承継にはどのような手法があるの？

A. 事業承継には大きく分けて3つの手法があります。1つ目は親族を後継者とする 親族承継。2つ目は社員等を後継者とする 関係者承継。最後は事業会社等に承継する 第三者承継(M&A) です。

このいずれかの手法にて事業を承継していかなければ、優良企業であっても事業継続に支障をきたしてしまいます。

TCP2022年10月開業！  
新たな挑戦で地域を変えよう





# 調査レポート

## 第82回 福島県内景気動向調査

～2022年度下期現況と2023年度上期見通し～

**県内企業の景況は、原油・原材料価格高騰の影響などを  
受けて、現況・先行きとも下降局面が続いている**

### <要 旨>

#### 【自社の業況判断】

##### 1. 現状の業況判断

現況（2022年度下期）BSI（景況判断指数）\*は、全産業△13（前期比+2割）と、マイナス値となり、下降局面にあると判断された。製造業・非製造業別にみると、製造業△14（同△6割）、非製造業△12（同+8割）と、製造業は前期比でマイナスが拡大したのに対し、非製造業はサービス業などがプラス値に転じたことなどから、前期比でマイナスが縮小した。

##### 2. 今後の業況判断

見通し（2023年度上期）BSIは、全産業△19（同△6割）、製造業△20（同△6割）、非製造業△17（同△5割）と、全産業・製造業・非製造業はいずれも下降局面が続き、さらに厳しさが増す見通しである。

#### 【雇用動向】

2023年1月の雇用過不足BSIは、全産業で△41（前回調査比△3割）と「不足」の回答割合が「過剰」を上回り、不足感があると判断され、前期（2022年7月）に比べ不足感がやや強まった。

#### 【原油・原材料価格高騰の影響】

原油・原材料価格高騰の影響については、全産業で「大きくマイナス影響がある」または「ややマイナス影響がある」とマイナス判断した割合は合わせて90.9%に達した。製造業は非製造業に比べ「大きくマイナス影響がある」と回答した割合が20割以上高く、販売価格への転嫁が非製造業に比べ進んでいないことなどが、その要因になっているとみられる。

※ BSI（景況判断指数）とは：Business Survey Index の略。企業経営者の自社企業の業績や業況、従業員数などの判断・見通しについてアンケートを実施し、上昇と回答した企業の構成比から下降と回答した企業の構成比を差し引いて算出する。数値がプラスであれば前期と比較して景況が良化、マイナスであれば前期と比較して景況が悪化と判断する企業が多いことを示す。



## ●調査要領

1. 調査方法 多項目アンケート調査郵送法
2. 調査対象 県内企業529社
3. 回答企業 313社（有効回答率59.2%）
4. 調査時期 2023年1月  
（前回調査：2022年7月）
5. 調査対象期間  
2022年度上期：2022年4月～2022年9月期  
この期間は「実績」と記載  
2022年度下期：2022年10月～2023年3月期  
この期間は「現況」と記載  
2023年度上期：2023年4月～2023年9月期  
この期間は「見通し」と記載

注：BSI（ビジネス・サーベイ・インデックス）の計算方法

$$\frac{\text{「上昇」と回答した企業数}-\text{「下降」とした企業数}}{\text{総回答企業数}} \times 100$$

例：総回答企業数200社  
「上昇」50社 「不変」80社 「下降」70社

$$\frac{50-70}{200} \times 100 = \triangle 10$$

（小数点第1位四捨五入）

業 種	回答企業数	構成比
製 造 業	134社	42.8%
飲 食 料 品	20	6.4
繊 維 ・ 繊 維 製 品	14	4.5
木 材 ・ 木 製 品	7	2.2
紙 ・ 紙 加 工 品	6	1.9
化 学	14	4.5
窯 業 ・ 土 石 製 品	8	2.6
鉄 鋼 ・ 非 鉄 ・ 金 属 製 品	9	2.9
はん用・生産用・業務用機械	6	1.9
電 気 機 械	10	3.2
電子部品・デバイス	10	3.2
輸 送 用 機 械	15	4.8
そ の 他 製 造 業	15	4.8
非 製 造 業	179	57.2
建 設 業	34	10.9
運 輸 業	12	3.8
情 報 通 信	5	1.6
卸 ・ 小 売 業	79	25.2
サ ー ビ ス 業	31	9.9
そ の 他 非 製 造 業	18	5.8
全 産 業 計	313	100.0

## I. 県内、各所属業界の景気判断

### 1. 県内の景気判断 BSI

2022年度下期現況は、全産業△25（前期比△3㊦）、2023年度上期見通しは全産業△18（同+7㊦）と、製造業・非製造業ともに「下降」の回答割合が「上昇」を上回り悪化を示すマイナス値となり、下降局面にあると判断された。現況はマイナスがやや拡大したものの、見通しはマイナスが縮小した（図表1）。

### 2. 各所属業界の景気判断 BSI

2022年度下期現況は、製造業△24（同△11㊦）、非製造業△25（同+1㊦）と、製造業・非製造業ともにマイナス値となり、下降局面にあると判断された。前期比で非製造業はマイナスが縮小し、製造業はマイナスが拡大した（図表1）。

2023年度上期見通しは、製造業△22（同+2㊦）、非製造業△25（同±0㊦）と、製造業・非製造業ともにマイナス値となり、下降局面にあると判断された。前期比で非製造業は横ばい、製造業はマイナスが縮小した（図表1）。

図表1 県内と各所属業界の景気判断（上昇・下降）BSI

		2020年度下期 実績 BSI 値	2021年度上期 実績 BSI 値	2021年度下期 実績 BSI 値	2022年度上期 実績 BSI 値	2022年度下期 現況 BSI 値※1	変 化 幅	2023年度上期 見通し BSI 値	変 化 幅
県内景気	全 産 業	△48	△34	△29	△22	△25 (△27)	△ 3	△18	7
各所属業 界の景気	製 造 業	△31	△23	△ 9	△13	△24 (△13)	△11	△22	2
	非製造業	△33	△38	△32	△26	△25 (△38)	1	△25	0

※1：2022年度下期現況の（ ）内は前回調査時の「見通し」

## Ⅱ. 自社の業況判断

### 1. 業況判断 BSI

#### (1) 全 体

A. 2022年度下期現況は、全産業△13（前期比+2割）とマイナス値となり、下降局面にあると判断された。製造業・非製造業別にみると、製造業△14（同△6割）、非製造業△12（同+8割）と、製造業は前期比でマイナスが拡大したのに対し、非製造業はサービス業などがプラス値に転じたことなどもあり、前期比でマイナスが縮小した（図表2、3）。

◆製造業：BSI値は、「鉄鋼・非鉄・金属製品」など2業種が前期に比べ良化を示すプラス値となり、「繊維・繊維製品」など10業種がマイナス値となった。

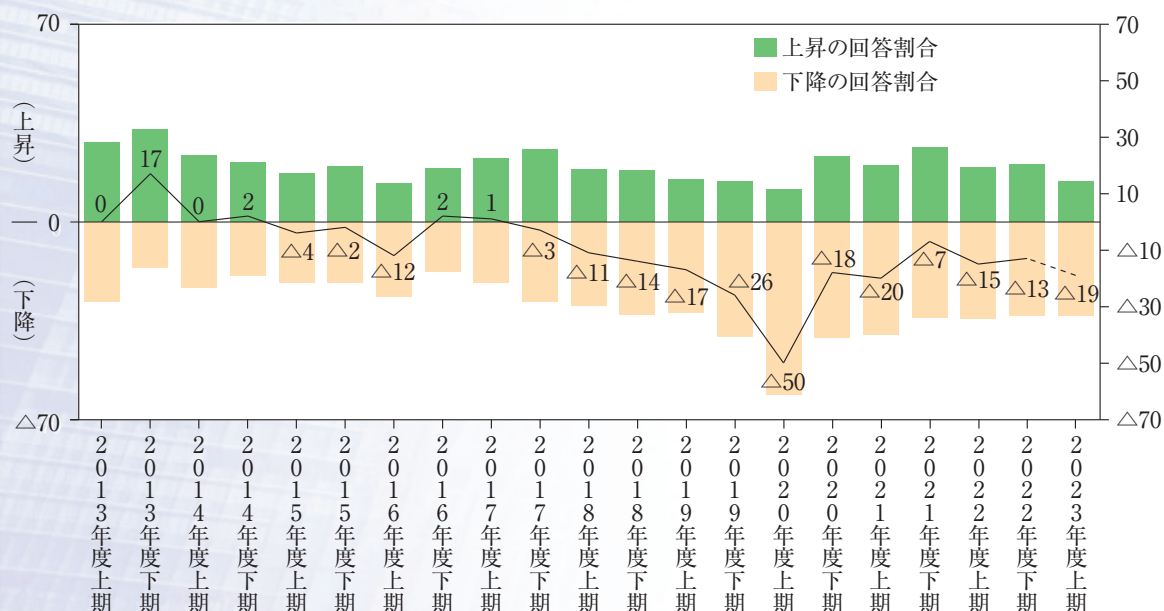
◆非製造業：BSI値は、「その他非製造業」など2業種がプラス値となり、「情報通信」が横ばい、「建設業」など3業種がマイナス値となった。

B. 2023年度上期見通しは、全産業△19（同△6割）、製造業△20（同△6割）、非製造業△17（同△5割）と、全産業・製造業・非製造業はいずれもマイナス値となり、下降局面が続き、さらに厳しさが増す見込みである（図表2、3）。

◆製造業：BSI値は、「輸送用機械」がプラス値、「はん用・生産用・業務用機械」が横ばいとなり、「紙・紙加工品」など10業種がマイナス値となった。

◆非製造業：BSI値は、「サービス業」がプラス値、「情報通信」など2業種が横ばいとなり、「建設業」など3業種がマイナス値となった。

図表2 自社の業況判断 BSI 推移（全産業）



※2013年度上期～2022年度上期は実績、2022年度下期は現況、2023年度上期は見通し



図表3 自社の業況判断（上昇・下降）BSI

	2020年度下期	2021年度上期	2021年度下期	2022年度上期	2022年度下期	変化幅	2023年度上期	変化幅
	実績 BSI 値※1	実績 BSI 値※1	実績 BSI 値※1	実績 BSI 値※1	現況 BSI 値※2		見通し BSI 値	
全産業	△18	△20	△7	△15(△14)	△13(△18)	2	△19	△6
製造業	△19	△7	3	△8(△3)	△14(△9)	△6	△20	△6
飲食料品	△43	△48	△26	5(△5)	△25(△32)	△30	△20	5
繊維・繊維製品	△53	△36	△17	△21(△17)	△43(0)	△22	△29	14
木材・木製品	△57	14	50	57(25)	△29(△38)	△86	△14	15
紙・紙加工品	△29	△13	10	△60(0)	△20(△50)	40	△60	△40
化学	25	13	20	△21(△7)	△21(7)	0	△36	△15
窯業・土石製品	△38	△10	△38	△13(△13)	△25(△25)	△12	△38	△13
鉄鋼・非鉄・金属製品	7	△17	47	56(18)	33(24)	△23	△22	△55
はん用・生産用・業務用機械	△27	5	△27	△33(△9)	△17(△9)	16	0	17
電気機械	0	△25	△9	△10(0)	△30(△18)	△20	△10	20
電子部品・デバイス	20	33	30	△10(0)	30(40)	40	△40	△70
輸送用機械	18	44	0	△47(△17)	△7(△17)	40	7	14
その他製造業	△5	△5	0	7(△13)	△7(△13)	△14	△7	0
非製造業	△16	△30	△16	△20(△25)	△12(△25)	8	△17	△5
建設業	4	△32	△35	△32(△58)	△38(△50)	△6	△59	△21
運輸業	△46	△17	△40	△33(△10)	△17(△30)	16	△8	9
情報通信	33	0	0	20(0)	0(0)	△20	0	0
卸・小売業	△11	△30	△22	△20(△30)	△15(△33)	5	△19	△4
サービス業	△31	△33	0	△10(△8)	10(0)	20	17	7
その他非製造業	△30	△33	19	△17(6)	17(△6)	34	0	△17

※1：再調査した実績、( )内は前回調査の現況 ※2：( )内は前回調査の見通し

### Ⅲ. 雇用動向

#### 1. 雇用の過不足感

2023年1月の雇用過不足 BSI は、全産業で△41と「不足」の回答割合が「過剰」を上回り、不足感があると判断され、前期（2022年7月）に比べ不足感がやや強まった。製造業・非製造業別にみても、製造業△38、非製造業△43とともに不足感と判断されており、製造業で12業種すべて、非製造業で±0の「情報通信」を除く5業種で不足感と判断された。部門別では4部門とも不足感があり、「製造」△46（前期比△5増）が最も不足感が強かった（図表4）。

図表4 雇用の過不足 BSI（過剰－不足）

	全 体		管理・事務		技術・研究開発		製 造		営業・接客	
	2022年 7月	2023年 1月	2022年 7月	2023年 1月	2022年 7月	2023年 1月	2022年 7月	2023年 1月	2022年 7月	2023年 1月
全産業	△38	△41	△14	△14	△37	△40	△41	△46	△35	△36
製造業	△34	△38	△15	△11	△32	△39	△39	△43	△25	△22
飲食料品	0	△10	△6	20	△14	△53	△17	△20	△13	6
繊維・繊維製品	△50	△43	△9	△33	△33	△42	△58	△57	△20	△25
木材・木製品	△25	△29	△13	△14	△20	0	△43	△43	△60	△33
紙・紙加工品	△70	△75	△50	△50	△29	△33	△70	△75	△56	△50
化学	△27	△21	△15	0	△42	△27	△20	△36	△10	0
窯業・土石製品	△29	△50	△33	△13	△20	△17	△57	△50	△40	△29
鉄鋼・非鉄・金属製品	△35	△67	△24	△11	△25	△44	△41	△78	△13	△22
はん用・生産用・業務用機械	△55	△50	△9	△17	△45	△60	△55	△33	△30	△33
電気機械	△27	△50	△36	△20	△30	△44	△18	△30	△18	△44
電子部品・デバイス	△60	△70	0	△40	△30	△60	△60	△70	△25	△33
輸送用機械	△25	△27	18	△14	△30	△33	△33	△40	△22	△20
その他製造業	△33	△33	△14	0	△55	△23	△33	△33	△30	△33
非製造業	△42	△43	△14	△17	△46	△43	-	-	△43	△44
建設業	△65	△50	△26	△31	△63	△68	-	-	△48	△39
運輸業	△50	△45	△11	0	△33	△33	-	-	△71	△70
情報通信	△50	0	△50	0	△50	△20	-	-	△50	0
卸・小売業	△29	△33	△3	△11	△39	△22	-	-	△37	△35
サービス業	△43	△66	△16	△19	△38	△40	-	-	△39	△69
その他非製造業	△53	△44	△36	△33	△50	△50	-	-	△62	△56

注：雇用過不足 BSI＝過剰－不足。プラスは過剰感、マイナスは不足感を表す。

## 2. 雇用人員

2023年4月見込みの雇用人員 BSI は、全産業で+4と、「増加する」の割合が「減少する」を上回り、前年同期比で増加する見込みとなっている。製造業・非製造業別にみると、製造業△2、非製造業+9と、非製造業で増加する一方、製造業で減少することが予想される。正社員・パート等別にみると、正社員は増加、パート等は横ばい見込みとなった（図表5）。

図表5 2023年4月見込みの雇用人員 BSI〔前年同時期比較（増・減）〕

	総 人 員		
		正 社 員	パ ー ト 等
全 産 業	4	2	0
製 造 業	△ 2	△ 5	2
非 製 造 業	9	7	△ 2

※2022年4月と比較した2023年4月の雇用人員（増・減） BSI

## 3. 採 用

2023年春に新規採用を見込む企業数は全産業で164社（前年比△4.7%）と、採用企業数と新規採用人数ともに昨年春よりも減少する見通しとなっている。製造業・非製造業別にみると、製造業で前年比+2.8%、非製造業では同△9.9%と、製造業で増加するも非製造業で減少となった。また、新規採用の見込み人数は全産業で1,036人（同△3.5%）と減少見込みである。製造業・非製造業別にみると、製造業で240人（同△7.7%）、非製造業では796人（同△2.2%）と、製造業・非製造業ともに減少となった（図表6）。

図表6 新規採用計画

（単位：社、人、%）

	採用企業数			採 用 人 員 数								
	2022年春採用実績	2023年春採用見込み	前年比増減率	2022年春採用実績	2023年春採用見込み			前年比増減率				
					正規	非正規	無回答					
全 産 業	172	164	△ 4.7	1,074	1,006	49	19	1,036	982	32	22	△ 3.5
製 造 業	71	73	2.8	260	252	8	0	240	237	2	1	△ 7.7
飲 食 料 品	10	8	△20.0	30	25	5	0	14	13	0	1	△53.3
繊 維 ・ 繊 維 製 品	3	5	66.7	4	4	0	0	8	7	1	0	100.0
木 材 ・ 木 製 品	3	4	33.3	14	14	0	0	13	13	0	0	△ 7.1
紙 ・ 紙 加 工 品	4	3	△25.0	7	7	0	0	6	6	0	0	△14.3
化 学	10	7	△30.0	68	68	0	0	57	57	0	0	△16.2
窯 業 ・ 土 石 製 品	2	1	△50.0	3	3	0	0	1	1	0	0	△66.7
鉄 鋼 ・ 非 鉄 ・ 金 属 製 品	7	8	14.3	30	29	1	0	20	20	0	0	△33.3
はん用・生産用・業務用機械	3	2	△33.3	5	5	0	0	3	3	0	0	△40.0
電 気 機 械	6	8	33.3	12	12	0	0	16	16	0	0	33.3
電 子 部 品 ・ デ バ イ ス	6	7	16.7	21	21	0	0	27	27	0	0	28.6
輸 送 用 機 械	10	10	0.0	32	30	2	0	35	34	1	0	9.4
そ の 他 製 造 業	7	10	42.9	34	34	0	0	40	40	0	0	17.6
非 製 造 業	101	91	△ 9.9	814	754	41	19	796	745	30	21	△ 2.2
建 設 業	22	21	△ 4.5	135	135	0	0	117	117	0	0	△13.3
運 輸 業	5	2	△60.0	9	9	0	0	3	3	0	0	△66.7
情 報 通 信	5	5	0.0	42	42	0	0	32	32	0	0	△23.8
卸 ・ 小 売 業	43	38	△11.6	517	477	22	18	522	489	12	21	1.0
サ ー ビ ス 業	19	19	0.0	96	77	19	0	102	84	18	0	6.3
そ の 他 非 製 造 業	7	6	△14.3	15	14	0	1	20	20	0	0	33.3



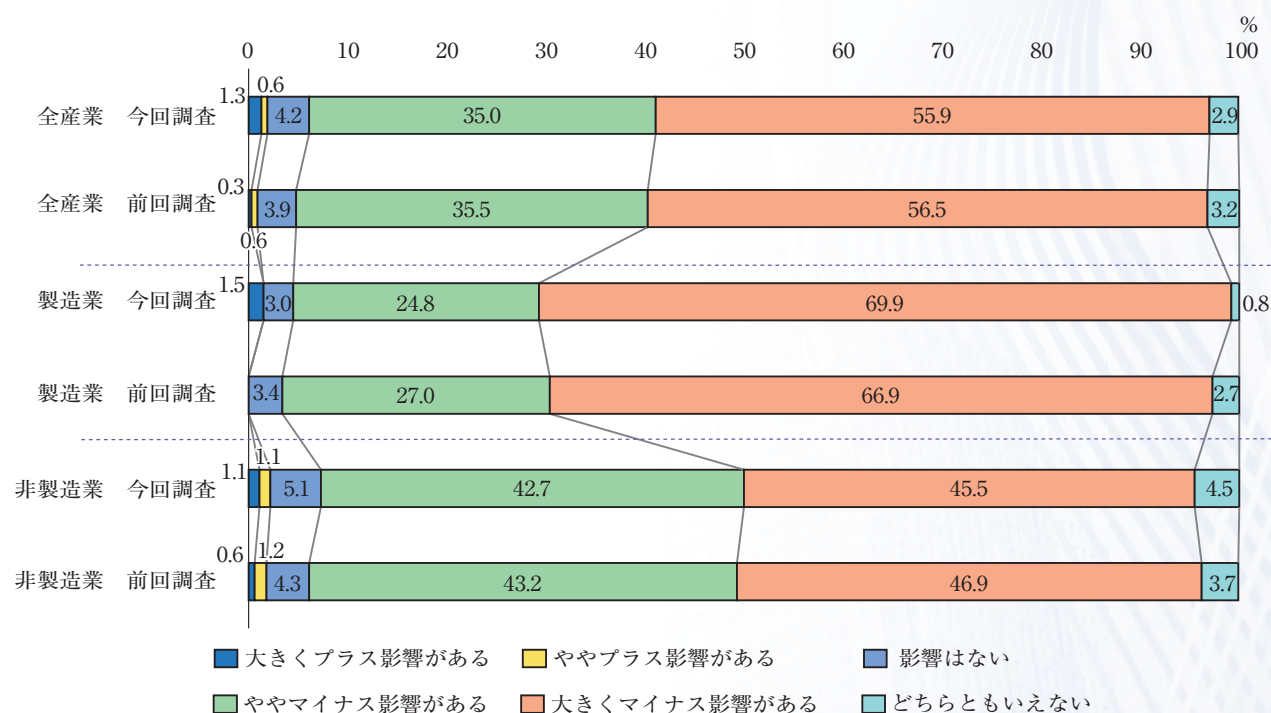
#### Ⅳ. 原油・原材料価格高騰の影響について

原油・原材料価格高騰がここ数年継続しており、企業経営に対する大きなマイナス要因となっているものとみられる。そこで本章では、前回調査（2022年7月実施）に引き続き、県内企業の原油・原材料価格高騰の影響について、アンケート調査を実施した。

原油・原材料価格高騰の影響については、全産業で「大きくマイナス影響がある」または「ややマイナス影響がある」とマイナス判断した割合は合わせて90.9%（前回調査比△1.1㊦）と9割に達した。マイナス判断した割合は、製造業94.7%（同+0.8㊦）、非製造業88.2%（同△1.9㊦）と、製造業が非製造業を上回っている。特に「大きくマイナス影響がある」と回答した割合は、製造業が非製造業を24.4㊦上回っており、製造業においてより影響度合いが大きい（図表7）。

製造業は販売価格への転嫁に取り組むも非製造業に比べ転嫁が進んでいないことなどから、マイナス影響があると回答する割合が非製造業に比べ高いものとみられる。

図表7 原油・原材料価格高騰が及ぼしている影響



#### ※お知らせ

本調査「第82回 福島県内景気動向調査」について、本誌では一部の項目についてのみ掲載しております。

全文については当研究所ホームページ <http://fkeizai.in.arena.ne.jp> でご覧いただけます。



(担当：高橋宏幸)



「はじめる」から「かなえる」へ。福島県では、震災から10年を機に「ふくしまから はじめよう」からのバトンを渡す、新スローガン「ひとつ、ひとつ、実現する ふくしま」を策定しました。復興に向けて歩んできた「これまで」と、新しい未来に繋げていく「これから」と、県民のみなさんひとりひとりの「今」を重ねたメッセージです。

令和5年度 福島県当初予算 1兆3,382億円（うち復興・創生分 2,582億円）

## 福島の挑戦「シンカ」予算 令和5年度 福島県当初予算の概要について

福島県 財政課

令和5年度は、総合計画の2年目として施策の成果や課題を踏まえ、ひとつひとつの挑戦をさらに「シンカ」させていくことが重要です。

福島県が目指す将来の姿の実現に向け、特に重要な行政課題を8つの重点プロジェクトとして着実に取り組んでいきます。

当初予算の総額は1兆3,382億円で、このうち2,582億円が復興と地方創生を進めるために充てられます。

ホームページで詳しい資料を公開しています。 [福島県財政課](#) [検索](#)

### 歳入と歳出の状況

#### 【歳入】

図表1

総額 1兆3,382億円

(億円)

県税	2,409
地方交付税等 (うち実質的な地方交付税)	2,288 (2,078)
国庫支出金	2,773
繰入金	1,346
県債（臨財債除く）	1,338
その他	3,229

#### 【歳出】

図表2

総額 1兆3,382億円

(億円)

人件費	2,448
扶助費	243
公債費	930
投資的経費	2,218
一般行政経費	7,544

※項目ごとに表示単位未満を四捨五入しているため、計が一致しない場合があります。

歳入のうち、県税収入は、前年度比で18億円増の2,409億円、地方交付税等は、前年度比68億円減の2,288億円となっています。

また、「原子力災害等復興基金」などの各種基金を有効に活用し、必要な財源の確保に努めました（図表1）。

歳出については、根拠に基づく政策立案の考え方を基本として徹底した事務事業の見直しに努め、予算編成を行いました（図表2）。



## 8つの重点プロジェクト

令和5年度当初予算で取り組む事業の一部をご紹介します。

### 【「復興・再生」の加速】

#### ①避難地域等復興加速化プロジェクト 【42事業 601億円】

##### ◆福島国際研究教育機構連携推進事業 (企画調整部) … 【0.3億円】

福島国際研究教育機構 (F-REI) を核とした広域ネットワーク形成の促進や国・市町村などと連携した機構周辺環境整備の推進に取り組みます。



##### ◆イノベーション創出プラットフォーム事業 Fukushima Tech Create (商工労働部) … 【3.6億円】

福島イノベーション・コースト構想の対象地域が「あらゆるチャレンジが可能な地域」となるよう、プロジェクトの掘り起こしやビジネスプランの磨き上げ、専門家による助言、指導などにより支援します。



#### ②人・きずなづくりプロジェクト 【40事業 46億円】

##### ◆ものづくり産業人材確保支援事業 (商工労働部) … 【0.5億円】

高校生を対象に製造業の技術・業務の理解を図ることやものづくりの技術体験などを行うことにより、製造業への就職とともに県内企業の人材確保を促進します。



##### ◆避難地域への移住促進事業 (避難地域復興局) … 【17.6億円】

移住関心層への情報発信や移住受入体制の強化、移住支援金の給付などを行うことにより、避難地域12市町村への移住を促進します。



#### ③安全・安心な暮らしプロジェクト 【116事業 723億円】

##### ◆そなえるふくしま防災事業 (危機管理部) … 【0.4億円】

東日本大震災の経験や教訓を県民に伝え、風化防止につなげるとともに、防災意識の高揚を図ること



##### ◆地域医療情報ネットワーク拡充支援事業 (保健福祉部) … 【1.7億円】

キビタン健康ネットの県民・医療機関などへ向けた普及推進の取り組みを支援するとともに、診療情報の提供を行う医療機関に対して支援を行います。



#### ④産業推進・なりわい再生プロジェクト 【66事業 679億円】

##### ◆福島ならではの農林水産物ブランド力強化推進事業 (農林水産部) … 【0.2億円】

県産農林水産物における精緻な市場調査などの結果を基に、生産から消費までの一体的な計画を策定・実践することにより、ブランド力の強化を推進します。



##### ◆県産品振興戦略実践プロジェクト (観光交流局) … 【0.7億円】

県産品の情報発信を行うとともに、風評払拭や海外での販路拡大を図るほか、県産酒のブランド力向上の取り組みを行います。



## 【「地方創生」の推進】

### ⑤輝く人づくりプロジェクト

【108事業 257億円】

#### ◆ふくしまを創る若者のプラットフォーム構築事業 (教育庁) … 【0.4億円】

各県立高校の地域課題探究活動に地域人材や大学生などの若者が参画できる仕組みを構築し、活動



の推進を図るとともに、若年層の県内還流および定住を促進します。

#### ◆ふくしまメタボ改善チャレンジ事業 (保健福祉部) … 【1.0億円】

働き盛り・子育て世代の県民をターゲットに、市町村や事業所などと連携を図りながら、健康行動の実践を促す参加・体験型のチャレンジ事業を実施します。



の推進を図るとともに、若年層の県内還流および定住を促進します。

### ⑥豊かなまちづくりプロジェクト

【40事業 140億円】

#### ◆みんなで実現、ゼロカーボン福島推進事業 (生活環境部) … 【2.1億円】

カーボンニュートラルの実現に向けて、ロードマップの普及啓発を行うとともに、各部門の削減目標に向けた実践的な取り組みを行います。



#### ◆なりすまし詐欺被害防止事業 (警察本部) … 【0.4億円】

なりすまし詐欺被害防止に特化したアプリを導入し、タイムリーな情報発信などをするほか、テレビCM放送による広報、固定電話対策などを実施します。



### ⑦しごとづくりプロジェクト

【52事業 1,015億円】

#### ◆企業の魅力「気づき・発信・体験」プロジェクト (商工労働部) … 【2.9億円】

企業の情報発信力の強化を図るとともに、小中学生や保護者などを対象にさまざまな職業を体験する機会などを提供して県内企業の認知度を高めるなど、人材確保につなげます。



#### ◆ふくしま中小企業者等 DX 伴走支援事業 (商工労働部) … 【0.9億円】

企業の経営課題に応じた DX に知見を有する専門家をマッチングして伴走支援を行うことで、企業の DX を推進し、生産性の向上を図ります。



### ⑧魅力発信・交流促進プロジェクト

【38事業 39億円】

#### ◆「転職なきふくしまぐらし。」推進事業 (企画調整部) … 【1.7億円】

県のテレワーク環境の魅力発信とともに、テレワークと暮らしの体験機会の提供やテレワーク導入企業の県内への拠点整備などを支援し、「転職なき移住」を推進します。



#### ◆ホープツーリズム拡充等浜通り観光支援事業 (観光交流局) … 【2.3億円】

一般観光をフックとした新たな個人向けホープツーリズムや、ブルーツーリズムによる誘客を目指すことにより、浜通りにおける関係人口の拡大と観光需要の創出を図ります。





# 県内経済は、持ち直しの動きが踊り場を迎え、先行き不透明感がみられる。

## 1. 県内経済動向 (2023年1月の統計資料などを基に取りまとめたものです。)

項目	今月の動向	景況判断	
		変化方向	水準
県内経済の景況	県内経済は、消費動向に持ち直しの動きがみられるものの、設備投資や住宅投資は前年を下回っている。先行きについては、新型コロナウイルス感染症の影響が和らぐ中、物価上昇による消費への影響や賃金動向などを注視する必要がある。		
消費動向	百貨店・スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアの販売額はいずれも前年比増加した。乗用車販売台数は、半導体不足がやや緩和し3カ月ぶりに前年を上回った。消費者物価指数は「食料」などを中心に総合指数が上昇しており、物価上昇が引き続き消費動向に対する懸念材料となっている。		
公共投資	公共投資は、昨年後半からの悪化が下げ止まり、直近では被災建物関連工事の増額などから、請負金額が前年比+28.0%と大幅に前年を上回っている。		
設備投資	民間非居住用建築着工は、棟数が102棟（前年同月比△11.3%）、床面積が36,965㎡（同△29.4%）、工事費予定額が88億93百万円（同△58.1%）となり、前年の1月が高水準だったことなどからいずれも前年を下回った。		
住宅投資	新設住宅着工戸数は前年比△35.1%と4カ月連続で前年を下回った。利用関係別にみると、持家が同△5.0%、貸家が同△30.1%、分譲が同△63.8%といずれも前年を下回った。		
生産活動	鉱工業生産指数は、季節調整済指数が91.3で前月比△1.5%、原指数が95.9で前年比+2.6%となった。業種別の季節調整済指数を前月比でみると、「繊維工業」など11業種で上昇し、「電気機械工業」など8業種で下降した。		
雇用動向	有効求人倍率は季節調整値が1.49倍と前月値を0.03ポイント上回り、原数値も1.60倍と前年同月値を+0.12ポイント上回った。また、雇用保険受給者実人員は前年比で△6.8%となった。		

注1：「変化方向」は前月と比較した現在における景況の変化方向（：改善、：不変、：悪化）を示し、当月と前月における3カ月加重移動平均の前年同期比を比較して判断。

注2：「水準」は現在における景況の水準を示し、当月の3カ月加重移動平均値と過去5年間の平均値を比較して判断しており、「変化方向」が改善または悪化の場合に、「水準」が必ず変化するわけではない。

なお、公共投資および設備投資は6カ月加重移動平均値による判断。

注3：「景況判断」は、注1および注2の通り、中長期的な指標を基に判断しているため、「今月の動向」と異なる場合がある。

注4：鉱工業生産指数は12月データ。

(天気図(水準)の意味)				
晴れ	晴れ一部曇り	曇り	曇り一部雨	雨
← 良 い			悪 い →	

電子ブック版では次ページ以降の全ての記事をご覧ください。



## 2. 県内経済動向の概要

### (1) 前年同月比

(単位：％、ポイント)

	項 目	前 年 同 月 比					
		2022年8月	9 月	10 月	11 月	12 月	2023年1月
消費動向	百貨店・スーパー販売額（全店舗）	△ 1.1	△ 1.4	1.0	0.1	2.2	1.0
	コンビニエンスストア販売額（全店舗）	4.2	0.6	4.8	3.6	1.9	0.8
	ドラッグストア販売額（全店舗）	4.7	4.3	5.5	7.4	11.1	9.2
	乗用車販売台数	△ 5.3	3.0	0.8	△ 2.4	△ 5.2	9.0
公共投資	公共工事前払保証取扱保証請負金額	24.5	35.6	37.5	△ 33.6	△ 11.0	28.0
設備投資	建築着工工事費予定額（民間非居住用）	16.6	48.9	222.1	72.1	△ 59.0	1.2
住宅投資	新設住宅着工戸数	△ 27.2	6.4	△ 15.2	△ 8.3	△ 7.3	△ 35.1
生産活動	鉱工業生産指数（総合）	3.8	5.6	4.1	3.4	2.6	—
雇用動向	有効求人倍率（パート含む）	0.19	0.17	0.16	0.12	0.12	0.12
	雇用保険受給者実人員	0.5	△ 1.8	△ 3.8	△ 3.2	△ 9.4	△ 6.8

注1 鉱工業生産指数は原指数、有効求人倍率は原数値。Pは速報値、rは訂正値。

### (2) 前月比

(単位：％、ポイント)

	項 目	前 月 比					
		2022年8月	9 月	10 月	11 月	12 月	2023年1月
消費動向	百貨店・スーパー販売額（全店舗）	0.1	△ 8.7	5.8	△ 2.7	30.0	△ 18.2
	コンビニエンスストア販売額（全店舗）	△ 1.0	△ 6.8	2.2	△ 4.0	7.9	△ 9.4
	ドラッグストア販売額（全店舗）	5.2	△ 6.9	△ 3.0	1.6	6.2	△ 0.2
	乗用車販売台数	△ 10.1	19.2	△ 4.6	1.7	△ 8.7	8.3
公共投資	公共工事前払保証取扱保証請負金額	1.9	27.4	△ 18.4	△ 63.9	2.1	1.2
設備投資	建築着工工事費予定額（民間非居住用）	△ 37.4	43.3	131.4	△ 65.0	△ 32.4	34.2
住宅投資	新設住宅着工戸数	△ 23.1	15.2	△ 5.5	△ 7.2	9.9	△ 32.9
生産活動	鉱工業生産指数（総合）	3.1	2.9	△ 2.0	△ 1.2	△ 1.5	—
雇用動向	有効求人倍率（パート含む）	0.06	0.00	△ 0.01	△ 0.02	0.02	0.03
	雇用保険受給者実人員	7.9	△ 8.0	△ 7.4	△ 5.0	△ 5.4	0.5

注2 鉱工業生産指数は季節調整済指数、有効求人倍率は季節調整値。Pは速報値、rは訂正値。

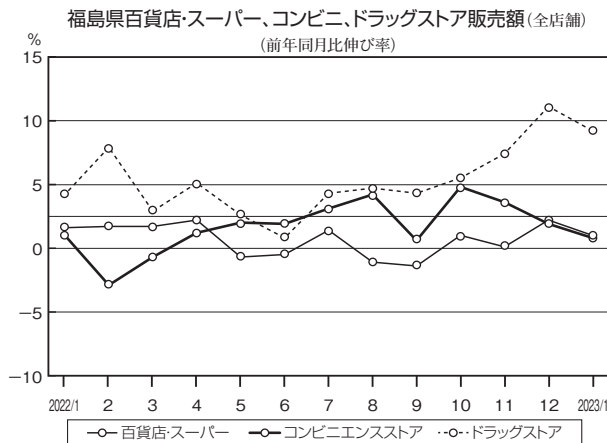


### 3. 県内経済動向

#### 消費動向

#### 百貨店・スーパー、コンビニ、ドラッグストアがいずれも前年比増

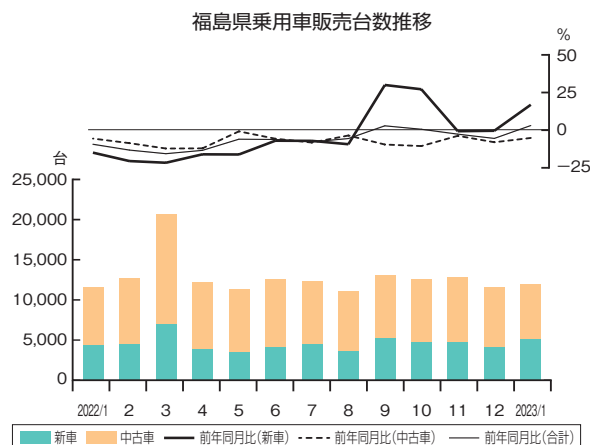
1月の県内百貨店・スーパーの販売額は237億45百万円（前年同月比+1.0%）と4カ月連続で前年を上回った。また、コンビニエンスストア（コンビニ）販売額は164億91百万円（同+0.8%）と10カ月連続、ドラッグストア販売額は102億65百万円（同+9.2%）と21カ月連続でそれぞれ前年を上回った。なお、百貨店・スーパー、コンビニ、ドラッグストアの販売額合計は505億1百万円（同+2.5%）と前年を上回った。



(資料：経済産業省)

#### 乗用車販売：3カ月ぶりに前年比増

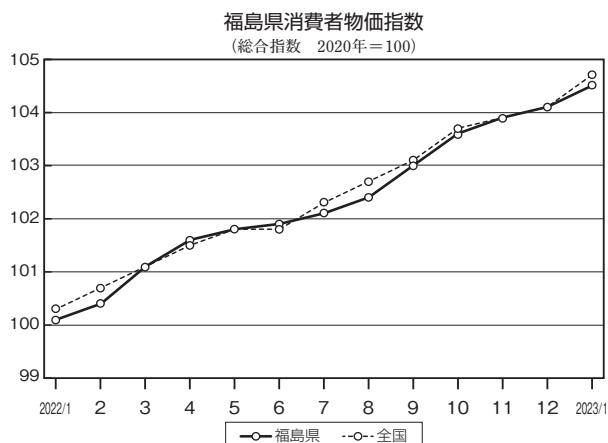
1月の乗用車販売台数をみると、新車が5,034台（前年同月比+16.8%）、中古車が6,886台（同△4.9%）、合計が11,920台（同+3.2%）となった。新車では、半導体搭載量が比較的少ない軽乗用車が前年比+24.6%と回復が目立っているが、一部車種でアイドリングストップ機能非搭載グレードを追加するなど、半導体不足への対応に迫られている。



(資料：(一社)日本自動車販売協会連合会福島県支部、(一社)全国軽自動車協会連合会)

#### 消費者物価指数：前月比、前年比とも上昇

1月の消費者物価指数は、総合指数（福島市、2020年=100）が104.5で前月比+0.4%、前年同月比+4.3%。費目別に前月比で見ると、「食料」の109.0（前月比+1.0%）など6費目で上昇、「被服及び履物」の103.1（同△2.8%）など2費目で下降した。



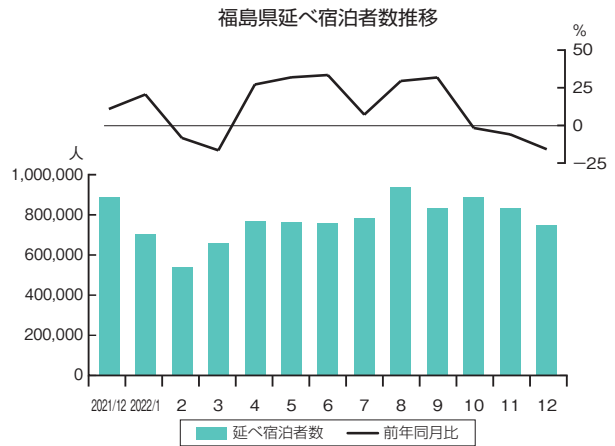
(資料：総務省統計局)

## 観光

※延べ宿泊者数は12月データ

### 延べ宿泊者数：3カ月連続で前年比減

12月の延べ宿泊者数は、750,230人（前年同月比△15.4%）と3カ月連続で前年を下回った。宿泊割引事業「福島県 県民割プラス」が10月で終了し、新型コロナウイルス新規陽性者数が増加したことなどから前年を下回ったものとみられる。

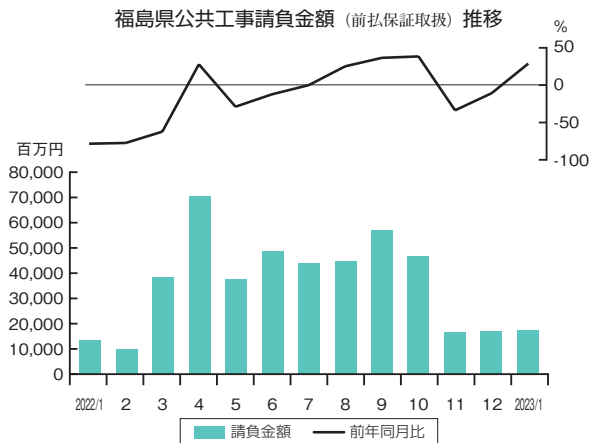


(資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」)

## 公共投資

### 公共工事：請負金額は3カ月ぶりに前年比増

1月の公共工事前払保証取扱は、件数が235件（前年同月比△2.1%）と前年を下回ったが、請負金額が175億44百万円（同+28.0%）、保証金額が84億93百万円（同+20.0%）と前年を上回った。国（環境省）の被災建物関連工事が増額されたことなどから、前年比増につながったものとみられる。

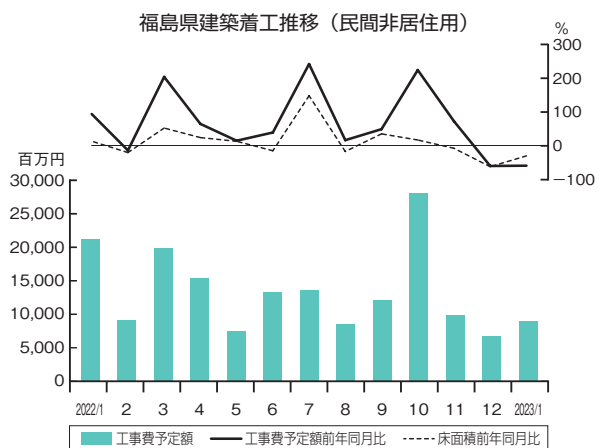


(資料：東日本建設業保証(株))

## 設備投資

### 設備投資：工事費予定額が2カ月連続で前年比減

1月の建築着工（民間・非居住用）は、棟数が102棟（前年同月比△11.3%）、床面積が36,965㎡（同△29.4%）、工事費予定額は88億93百万円（同△58.1%）と、前年の1月が高水準だったことなどからいずれも前年を下回った。



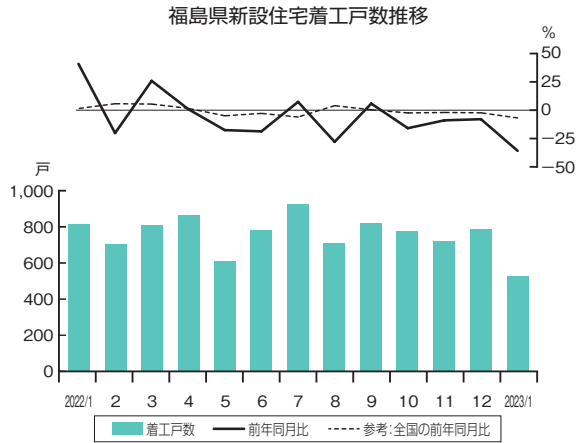
(資料：国土交通省)



## 住宅投資

### 住宅建設：4カ月連続で前年比減

1月の県内新設住宅着工戸数は530戸（前年同月比△35.1%）と4カ月連続で前年を下回った。主な利用関係別にみると、「持家」が288戸（同△5.0%）、「貸家」が114戸（同△30.1%）、「分譲」が126戸（同△63.8%）といずれも前年を下回り、建築費用高騰の影響もうかがえる。



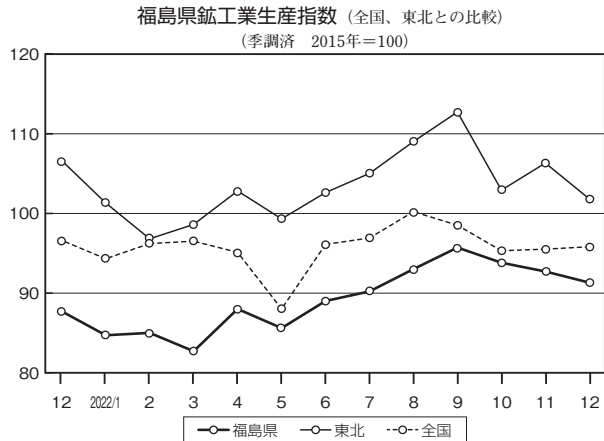
(資料：国土交通省)

## 生産活動

※ 鉱工業生産指数は12月データ

### 鉱工業生産指数：前月比が下降、前年比が上昇

12月の鉱工業生産指数は、季節調整済指数が91.3（前月比△1.5%）、原指数が95.9（前年同月比+2.6%）となった。業種別の季節調整済指数をみると、「繊維工業」（前月比+21.0%）など11業種で上昇し、「電気機械工業」（同△15.3%）など8業種で下降した。

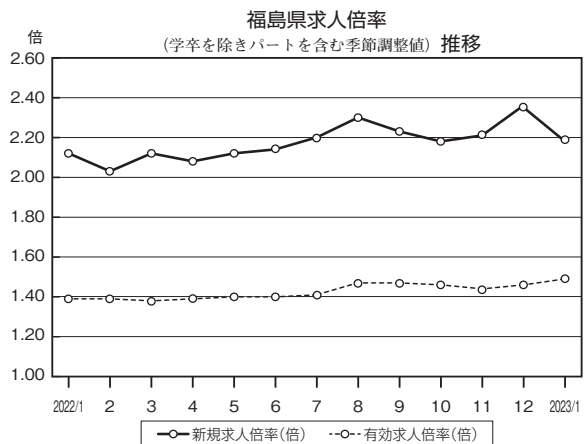


(資料：福島県企画調整部統計課)

## 雇用動向

### 雇用動向：有効求人倍率は前月比、前年比とも上昇

1月の新規求人倍率は、季節調整値が2.19倍（前月比△0.17ポイント）、原数値が2.10倍（前年同月比+0.04ポイント）となり、有効求人倍率は、季節調整値が1.49倍（前月比+0.03ポイント）、原数値が1.60倍（前年同月比+0.12ポイント）となった。また、1月の雇用保険受給者実人員は5,629人（前年同月比△6.8%）と前年を下回った。

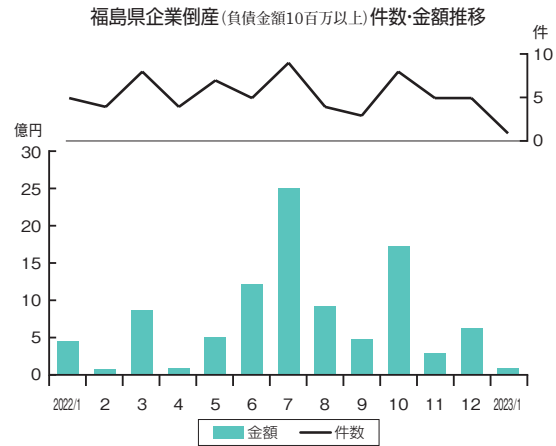


(資料：福島労働局職業安定部)

## 企業倒産

### 企業倒産：件数・負債総額ともに前年比減

1月の企業倒産（負債金額10百万円以上）は、件数が1件（前年同月比△80.0%）、負債総額が80百万円（同△82.4%）。業種・主因では、小売業が販売不振により1件となっている。



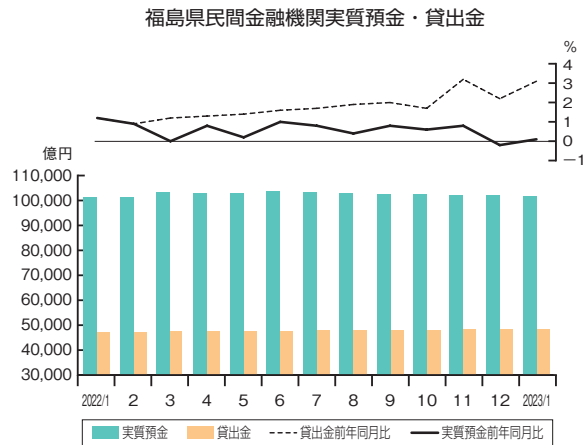
(資料：㈱帝国データバンク福島支店)

## 金融動向

### 資金需給：預金、貸出金とも前年比増

県内金融機関（全国銀行の県内店舗分、県内8信用金庫の全店舗分）の1月末の実質預金残高は、10兆1,745億円（前年同月比+0.1%）と2カ月ぶりに前年比増加。また、貸出金残高は、4兆8,494億円（同+3.1%）と9年8カ月連続で前年比増加。

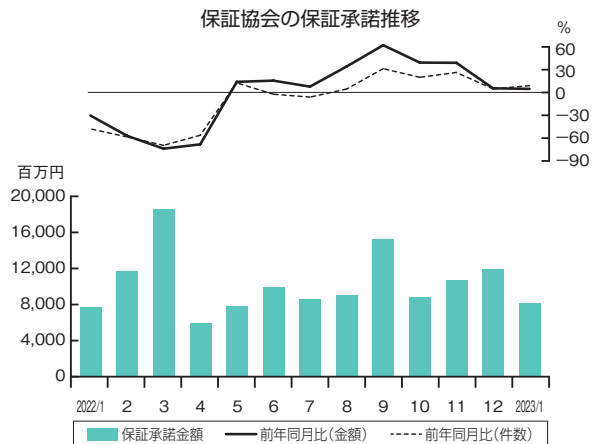
※実質預金は、総預金から未決済の他店払い手形・小切手類の合計金額を控除したものの。



(資料：日本銀行福島支店)

### 保証協会：保証承諾は件数、金額とも前年比増

1月の保証承諾は、件数が532件（前年同月比+8.8%）、保証金額が80億61百万円（同+4.6%）。1月末日現在の保証債務残高は、件数44,015件（同+3.3%）、金額5,616億69百万円（同△0.3%）。一方、1月中の代位弁済は、件数が21件（同+75.0%）、金額が2億13百万円（同+139.9%）。



(資料：福島県信用保証協会)



1日

## 《2022年県内工場立地53件》

県が発表した2022年県内工場立地状況によると、新增設の届け出件数（敷地面積1,000㎡以上）は53件で前年と比べ13件増加した。雇用計画人員は905人（前年比309人減）だった。県は新型コロナウイルス禍で続いていた設備投資の先送り傾向が解消しつつあるとみている。

3日

## 《楡葉、富岡沖で浮体式洋上風力を計画》

東京ガス（東京都）と信夫山福島電力（福島市）は、楡葉・富岡両町の沖合約20kmで浮体式洋上風力発電事業を実施する計画を発表した。最大出力は約3万kwで、年間発電量は約2万世帯分の消費電力量に相当する。2027年の運用開始を目指しており、電力会社への売電を検討している。

7日

## 《納豆の購入額、福島市4連覇》

総務省が発表した2022年家計調査（2人以上世帯）によると、福島市の1世帯当たりの納豆購入額は6,949円で、全国の都道府県庁所在地と政令指定都市の中で1位となり、4年連続で首位を守った。

10日

## 《非日常体験「エクストリームふくしま」発信開始》

非日常を観光資源として展開する「エクストリームツーリズム」について、県は、県内各地のコンテンツを一体的にまとめて発信する取り組みを始めた。雄大な自然環境を誇る本県でしか味わえない刺激的な自然体験やスポーツを国内外にアピールし、エクストリームツーリズムの聖地化を目指す。

15日

## 《マルト「惣菜・べんとうグランプリ」総合金賞受賞》

マルト（いわき市）が、日本食糧新聞社主催の「ファベックス惣菜・べんとうグランプリ2023」において、初のデリカ総合金賞に輝いた。同社は約3年前から商品開発に力を入れており、

地元食材を生かすとともに高校生らと連携し商品開発も行うなどの取り組みが評価された。

20日

## 《県内林業産出額119.5億円》

県が発表した本県の2021年林業産出額は119億5千万円（前年比18%増）と東日本大震災後最多で、震災前の9割超まで回復した。県は国産材への代替需要の高まりや、新型コロナウイルス感染症による巣ごもり需要で栽培キノコ類の生産が増えたことなどが要因とみている。

17日

## 《ヨークベニマル、水素トラック運用開始》

ヨークベニマル（郡山市）が、水素を活用した燃料電池トラックの運用を始めた。県とトヨタ自動車による社会実証の一環であり、郡山市の物流拠点から店舗への商品配送に活用する。

21日

## 《2022年県貿易概況、輸入額初の1兆円超え》

横浜税関小名浜税関支署は、2022年の県貿易概況（輸出は確報値、輸入は速報値）を発表した。小名浜、相馬両港と福島空港を合わせた輸出額は2,036億円（前年比63.4%増）、輸入額は1兆160億円（同86.5%増）だった。輸入額は電子データによる統計を取り始めた1979年以降で初めて1兆円を超えた。

## 《双葉、浪江住民意向調査「帰還前向き」過去最高》

復興庁は、東京電力福島第一原発事故後に避難指示が出た地域を対象にした住民意向調査のうち、双葉町と浪江町の結果を公表した。両町とも帰還希望者の割合が前回より上昇し、2012年度から11回実施した調査で過去最高となった。

26日

## 《サンシャインマラソン、5年ぶり開催》

日本陸連公認フルマラソン大会の「第14回いわきサンシャインマラソン」がいわき市で開かれた。降雪や新型コロナウイルス感染拡大の影響による中止を経て5年ぶりの開催となり、全国各地から集まった市民ランナーが潮風香るいわきの街を駆け抜けた。

# 【福島県景気動向指数】

— 2022年12月分（2023年2月28日公表） —  
（福島県企画調整部 統計課調べ）

## 1 概 括

12月の景気動向指数（CI：コンポジット・インデックス、2015年=100）は、先行指数110.2ポイント、一致指数78.2ポイント、遅行指数108.0ポイントとなった。

先行指数は、前月（111.7ポイント）を1.5ポイント下回り、4カ月連続の下降となった。

一致指数は、前月（76.5ポイント）を1.7ポイント上回り、3カ月振りの上昇となった。

遅行指数は、前月（104.2ポイント）を3.8ポイント上回り、2カ月振りの上昇となった。

### 【景気動向指数について】

景気動向指数には、DI（ディフュージョン・インデックス）とCI（コンポジット・インデックス）があります。DIは構成する指標のうち、3カ月前の値に比べ改善している指標の割合を算出することで景気各経済部門への波及・浸透度合を主に測定します。一方、CIは指標の動きを合成することで景気変動の大きさやテンポ（量感）を主に測定するものです。DIでは景気の変化した割合を示すが量感は計測できないのに対し、CIでは景気の山の高さや拡張の勢いなど量感を計測することができます。いわば「DIは変化の方向性を示し、CIは変化の大きさを示すもの」です。

## 2 一致指数の動向

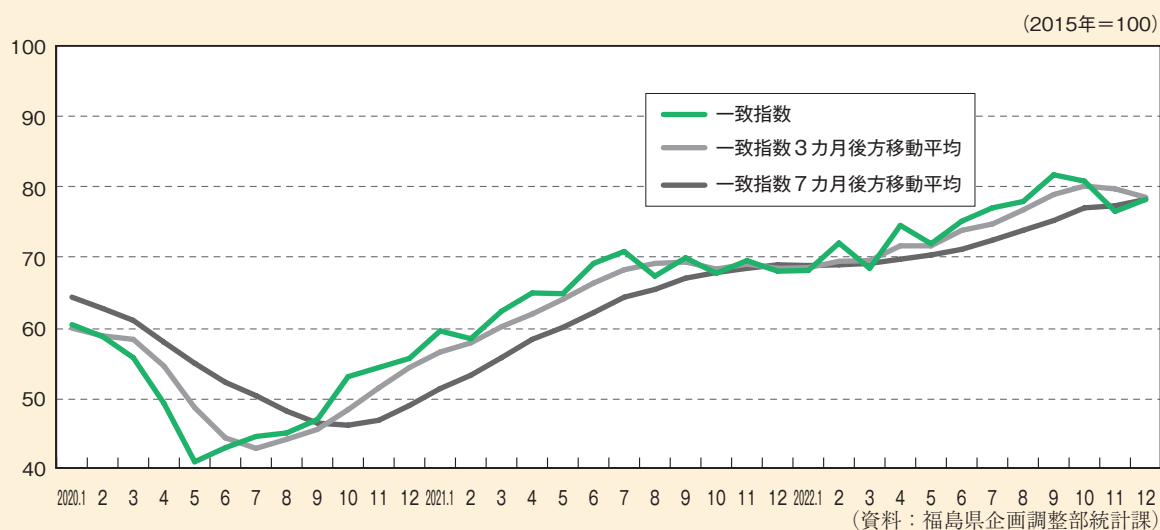
寄与度をみると、雇用保険受給者実人員が4カ月連続のプラス、建築着工床面積（鉱工業）、百貨店・スーパー販売額（既存店）が2カ月振りのプラス、有効求人倍率が3カ月振りのプラスになった。

一方、鉱工業生産指数が3カ月連続のマイナス、生産財出荷指数が2カ月連続のマイナス、最終需要財出荷指数が2カ月振りのマイナスになった。

内訳をみると、雇用保険受給者実人員がプラス1.63ポイント、有効求人倍率がプラス1.37ポイント、建築着工床面積（鉱工業）がプラス0.87ポイント、百貨店・スーパー販売額（既存店）がプラス0.54ポイントでこれらの指標の動きが上昇に寄与した。

## 3 CI一致指数の推移

<福島県景気動向指数 CI一致指数の推移>



(注) 「3カ月後方移動平均」とは、今月値から過去3カ月の平均値を、「7カ月後方移動平均」とは、今月値から過去7カ月の平均値を指します。

(※「福島県景気動向指数」は3カ月ごとに掲載いたします。)



# 企業経営に関わるリスクへの備えは万全ですか？

- サイバーセキュリティリスク、地震や風水災など自然災害への対応、取引先の倒産や支払遅延による販売代金の貸倒れへの備えなど、各種リスクへの対策は、企業経営上必要不可欠なものとなってきています。
- 当社では、損害保険・生命保険サービスのアドバイザーとして、企業向けのリスク・マネジメントを全面的にサポートしております。

## 企業向け 損害保険



## 企業向け 生命保険



損害保険・生命保険代理店 保険アドバイザー

# 福島商事

東邦銀行保険共同募集会社

本 社

〒960-8041  
福島市大町4番4号  
東邦スクエアビル 5階  
TEL 024-522-1767

郡 山  
事 務 所

〒963-8017  
郡山市長者1-7-21  
TEL 024-939-2323

白 河  
事 務 所

〒961-8046  
西白河郡西郷村屋敷裏東16  
誠和オフィスビル3階B号  
TEL 0248-22-9234

会 津  
事 務 所

〒965-0042  
会津若松市大町1-8-5 金万ビル  
TEL 0242-24-2626

原 町  
事 務 所

〒975-0008  
南相馬市原町区本町1-31 四葉ビル  
TEL 0244-24-3994

い わ き  
事 務 所

〒970-8026  
いわき市平字南町64-2  
TEL 0246-21-4150



TARI

一般財団法人 とうほう地域総合研究所

福島の進路  
No.488

発 行 2023年3月29日  
一般財団法人 とうほう地域総合研究所  
〒960-8041 福島市大町4番4号  
東邦スクエアビル  
TEL (024)523-3171  
FAX (024)522-5663  
URL <http://fkeizai.in.arena.ne.jp/>  
E-mail [mail@fkeizai.in.arena.ne.jp](mailto:mail@fkeizai.in.arena.ne.jp)  
印 刷 株式会社 阿部紙工