

福島の進路

No.501

2024 MAY

5

地域発!現場検証シリーズ

東洋システム株式会社

代表取締役 庄司 秀樹

とうほう地域総合研究所主催 行内勉強会 講演

(講師) 豊国酒造合資会社

代表社員 矢内 賢征

明治学院大学

名誉教授 神田 良

定例寄稿 (JCER)

景気見通し(2024年春)

公益社団法人 日本経済研究センター

研究本部主任研究員 福士 讓

福島の進路

CONTENTS

地域発!現場検証シリーズ

2

顧客からニーズ拾う 新たなビジネスチャンスも

東洋システム株式会社 代表取締役 庄司 秀樹

特集記事

7

とうほう地域総合研究所主催 行内勉強会 講演

〔講師〕 豊国酒造合資会社 代表社員 矢内 賢征
明治学院大学 名誉教授 神田 良

寄稿 定例寄稿 (JCER)

13

景気見通し (2024年春)

わが国経済、外需停滞で成長が鈍化

— 賃上げ継続で国内消費は底堅く —

公益社団法人 日本経済研究センター 研究本部主任研究員 福士 讓

調査レポート

第84回 福島県内景気動向調査

21

～ 2023年度下期現況と2024年度上期見通し ～

2023年の県内経済活動の回顧

26

福島県の取り組み・施策シリーズⅣ

30

普段も、災害時も。「福島県防災アプリ」

福島県 危機管理課

地域の魅力

33

「いつまでも住み続けたいと思えるまち」猪苗代を目指して

～協働による未来の創造～

猪苗代町長 二瓶 盛一

福島経済マンスリー

36

県内経済は、公共投資や住宅投資などで弱い動きが続いており、全体に弱含みがみられる。

広告 株式会社 DIK&Company

— リアース・ソリューションズ代表 鈴木 研様 推薦 (4月号対談ご協力御礼)

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いただけます。

県内復興・経済日誌 (2024年3月) 42

地域発! 現場検証シリーズ

レジリエンス

東洋システム株式会社

代表取締役 庄司 秀樹

□所在地 [本社] 福島県いわき市常磐西郷町
銭田106-1

□設立 1989年11月22日

□URL <https://toyo-system.co.jp/>

□事業種目 製造業(電気機械器具製造業)

□TEL : 0246-72-2151



顧客からニーズ拾う 新たなビジネスチャンスも

事業を立ち上げることは大きな決断である。実際、日本では新たに事業を起こすことは低調で、開業率をみると4%ぐらいで推移していて、欧米と比べると半分以下である。多くの支援体制の不備が指摘されることもあり、こうした決断に踏み切ることへの壁は高い。しかも、企業の生存率では、逆に欧米



▲東洋システム株式会社 本社

に比べると倍以上高い数値を示しているとはいえ、事業を立ち上げたからといって、必ずしも存続、成長が約束されているわけではない。幾多の困難が待ち受けていて、これを克服し続けるという強靭さが求められる。福島県いわき市に電池の試験装置で1989（平成元）年に創業した、東洋システムはこうした強靭さを示す一つの事例である。

スピニアウトで創業

「計測器メーカーの代理店で営業・技術の仕事をしていました。古河電池で、電池は小型化が課題の一つになっているものの、携帯電話での電池の使い方は使用状況が多様なので、自動的に性能を測れて改善点に分かるのであれば、電池性能が向上し、小型化も可能になることを知りました。早速会社に測定器を提案したのですが、受け入れてもらえませんでした。自分で作るしかないと考え、会社を作りました」（庄司秀樹・東洋システム代表取締役）。

独立して創業とはいえ、会社設立のイロハから学び、資金調達から手探りで進めざるを得ないという

状況であった。技術的なノウハウを持つ福島浩・現技術専任取締役が入社、全国の電池メーカー20社ほどを訪ねて顧客ニーズを深掘りしつつ、デュアルとジェイ・インターフェースといった協力会社からの支援を受けて、1992（平成4）年、充放電評価装置「TOSCAT-2000U」の開発にこぎつけた。

ニッケル水素電池を一度に16個同時に解析できるこの装置を、中国で開催された国際電池コンファレンスで発表すると、大量に注文したいという会社が出てきた。機械ばかりでなく図面も



▲TOSCAT



▲受託評価（安全性試験）

見せて注文を待っていると、小さな企業では心もとないと、この図面を他社の上場企業に見せて、そちらで同一のものを作るという。

新たな試練であった。他社が開発できるまでには1年かかるとの情報を信じて、1年かからずに30台同時に解析できる新製品を開発し、その会社が発売し、華々しく宣伝するのを待って、販売に踏み切った。これが起死回生の一手となり、その後の成長の礎を築くことになった。

「和進」と「ハイブリッド経営」で

会社が成長することに合わせて、経営基盤も固めた。「開発でのモチベーションは常にみんなと一緒に考えたということです。問題点を共有して解決すると達成感が湧き、次もやってやろうとなります」（庄司代表取締役）。

こうした強みを生かし、強化するための組織づくりである。個人主義的な実力主義ではなく、和の心を大切にしながら前進するという造語「和進」を標榜した。また、創業直後病気で入院した経験から、いつでも戻るところがある終身雇用制度を採用し、会社が一生涯面倒を見ることも心に決めた。

もちろん、年功処遇だけではモチベーションが下がる社員が出てくる可能性がある。そのため、学歴、



性別などではなく各人の仕事に対する目標を明確にし、その達成を評価する評価達成を20%、年功処遇を80%のハイブリッド経営で行くことにした。その原資として、利益は給与・福利厚生、開発投資、そして雇用維持のための預金に3分の1ずつ使うことも明言した。「できない、やらない、わからない、は言わない」で始まる同社の社是は、こうした思想に基づく行動規範を、より具体的に表わしている。

サービスビジネスへ

創業時から、顧客の現場でニーズを拾い、それに応えて製品を開発するという顧客起点でビジネスを成長させてきた。こうしたことが次の成長機会をもたらした。東海地区の顧客から電気自動車用の充放電試験装置の依頼であった。高砂製作所の協力を得て電源部を、自社は制御部を担当することで、1年かかると思われたものを4カ月で完成させ、納品した。大型装置事業への道を切り開いたのである。

ところが、また試練が待っていた。試験装置の将来性に気づいた大手が参入してきたのである。資金に勝る大手が価格競争を仕掛けてきたことから、製品品質では自信があるものの、会社の先行きに不安を覚えた。活路は受託評価サービスであった。小型電池から始めようとしたが、一中小企業が電池メーカーの製品を評価することに対する抵抗があって、簡単には実現できなかつた。

救いの手は東海地区の顧客から差し伸べられた。電気自動車の開発に必要な実験データを必要としていたからである。東海地区の顧客の開発担当者との密接な協力によりデータを納品したことで、豊田評価センターの設立の依頼も受けることになった。

電池市場の順調な拡大は同社の事業拡大を後押しし、電池メーカーだけでなく、電池材料メーカー、電池を使うメーカー、さらには大学などとのつながりも広がり、多くの顧客とのビジネスを生み出していった。こうした顧客層の広がりから、新たなビジネスも生まれた。

例えば、材料メーカーが電池メーカーに新たな材料提案をする際、電池の形にして持ってくるようにと指示されることが多い。しかし、本格的な電池製造装置は高額になる。そこで、机上で試作電池をつくれる装置「TOSMAC」が生まれた。この装置は大学の研究室でも使われている。

その後も、世界で最初の携帯電話用の充電器、異なる電圧・容量の携帯電池を一台で充電できる電池パック、放電時に出る熱をもう一度 AC200ボルトに返す回生型電源、さらには電池の劣化を診断する劣化診断装置も世に出している。こうして、電池周りのビジネスチャンスにいち早く対応して事業を成長させてきた。

「お客様の困りごとを解消する視点が重要です。世の中にないものを、お客様のニーズに合わせて作っていく。そうして成長してきました」(庄司代表取締役)。

プラットフォームビジネスへ

「EV時代の到来は確実です。資源がない日本はバッテリーのリユース、リサイクルを充実させる必要があります。そのためには電池の残容量や寿命を正確に、素早く計測できることが鍵となります。当社



▲電流センサ



▲TOSMAC



▲受託評価（充放電試験）

の計測器は1分でそれができます。ガソリンエンジンからの転換が進むと、現在のディーラーなどの仕事もなくなります。この計測器をサブスクリプションで使ってもらい、計測データを当社のメインコンピューターに送り、瞬時に測定結果を返します。こうしたプラットフォームを提供するビジネスに向けて動き出しています」(庄司代表取締役)。

エネルギー産業における技術開発で世界に貢献する。こうした経営理念を掲げる東洋システムは、社会インフラを提供するエネルギー企業として、次の成長に向けて挑戦を始めている。

聞き手・執筆者

神田 良（かんだ まこと）
日本生産性本部 生産性新聞 編集委員
明治学院大学 名誉教授
RIMS 日本支部 支部長

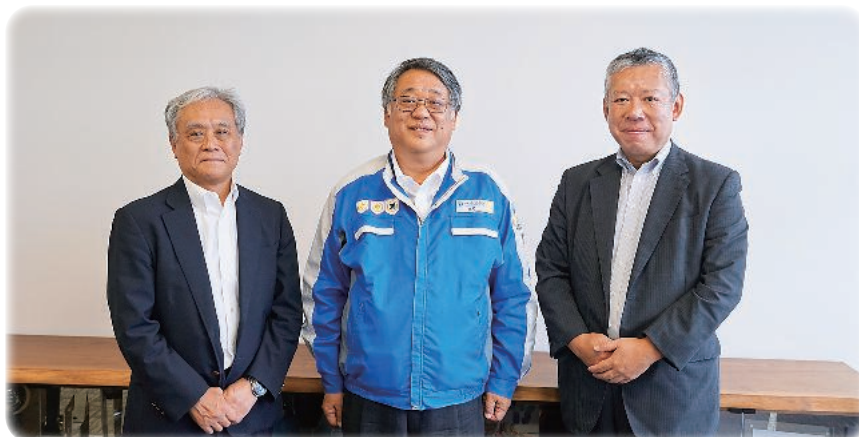
「地域発！現場検証シリーズ」は、公益財団法人日本生産性本部との共同取材企画です。なお、生産性新聞の掲載内容と一部表現が異なります。

左から▶

執筆者
神田名誉教授

東洋システム株式会社
庄司社長

日本生産性本部
高松部長



特集記事

とうほう地域総合研究所主催 行内勉強会 講演

(講師) 豊国酒造合資会社 代表社員 矢内賢征
明治学院大学 名誉教授 神田 良

●矢内社長

豊国酒造の代表をしております9代目の矢内賢征と申します。今日は、このような場で素晴らしい機会をいただき、ありがとうございます。(スライドの)タイトルの「酒蔵を創り蔵元として生きる」ですが、細かい経営戦略的な部分というよりは、私自身のこれまでの歩みや、なぜ戻ってくることを考えたのか、これからの姿はどうあるべきなのかという話をさせていただきたいと思います。



豊国酒造は石川郡古殿町の酒蔵で創業は1830年に遡り、今年で193年目を迎えました。私は2016年に醸造責任者(杜氏)に就任し、2021年から酒造りの責任者と代表の両方をやらせてもらっています。スタッフは8名+3名(冬季、酒造りの期間だけ)です。「東豊国」と「一歩己」という二つのブランドを軸に酒蔵経営を行っています。

「私たちの想い それは 地酒としてのあたりまえ」というところを一番、蔵人たちと私自身の想

いとして持っています。「あたりまえ」とは人によってそれぞれ異なると思いますが、私が考える「あたりまえ」を次の文章で表しています。「この地域が誇るべき一杯を醸すこと この地域に誇られる酒蔵を創ること この地域を誰よりも誇りに想うこと 私たちが掲げる“地酒”としての在り方です。醸しだすこの一杯は 造り手である私たち自身の想いの結晶であり 酒米を生産していただく農家の情熱であり この地域の歴史・文化・未来を紡ぐ物語であり ここに集う人々、暮らす人々の誇りです。その一杯が あなた自身にとっても特別なものでありたいと願います。ここで働く私たち一人一人が繋いできた“想いの襷(たすき)”どうぞお受け取りください。」ということを企業メッセージにしていまして、私たち自身がその地域をどれだけ誇りに思うことができるのかが、地酒蔵としての「あたりまえ」だと思って酒蔵を営んでいます。

私は、姉と妹の3人兄弟の真ん中、一人長男として生まれまして、幼少期は山に囲まれた田舎で家業がある家に生まれてしまったことを外れくじを引いたように思っていました。ですから、都会に出たいと思い、そのために勉強しました。何かになりたい、何かを成し遂げたいから勉強するのではなく、ここから出るために勉強しようと思い、学生時代を過ごしていました。

ただ、東京で働こうと思って就職活動を始めた

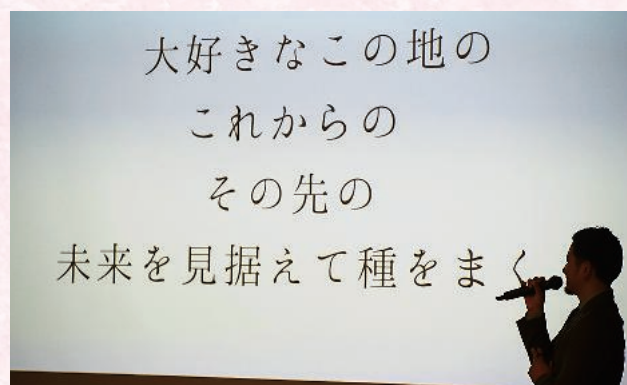


時に、自分はいったい何がしたいのだろうと初めて人生に悩みました。いざ、自分は何者で何になりたいのか、どうやって生きていくべきなのかと考えた時に、全くぼかんとした空白ができてしまったのです。それで、どうしようと思ったときに1冊の本と出合いました。当時、毎月親から送られてきた仕送りの段ボール箱に入っていた「愛と情熱の日本酒」という本です。この本に福島では飛露喜、県外では十四代等の有名銘柄の蔵元さんたちがどういうストーリーで、どういう思いでブランドを立ち上げて酒蔵を盛り上げたのかという話がかかれていました。家業で輝きを放つカッコいい大人の姿が描かれていました。私は酒蔵に対してネガティブなイメージしかなくて、日本酒に全くカッコよさを見いだせなかったのですが、この本を読んで初めて日本酒ってこんなにカッコいいんだなと思い、地元に戻ろうと決めました。

実際、大学を卒業してすぐ2009年4月に戻ってきたのですが、そこで直面したのが「地域密着」、「伝統を守る」、「飲み手売り手第一主義」です。当時は「東豊国」という銘柄を大切に作っていて、お客様からご注文があれば時間外でも土日でも本数が少なくても届けていましたが、本当にこのままでいいのか？と自問していました。「地域密着」とは結局この地域で商売が成り立っているから外に出ることをせず、このまま衰退することを待つことなのか。「伝統を守る」とは新しいことを始めないで、今までやってきたこと（過去）に縛られることなのか。「飲み手売り手第一主義」とは、

勿論お客様あつての商売ですが、まずは自分達が作りたいもの、欲しいものを、商品として出さないと評価してもらえないのではないかと。ある意味、理想と現実のせめぎ合いがありまして、そこから脱却するために2010年に「一歩己」を立ち上げて、蔵元としての生き方がスタートしました。

「一歩己」がもたらしたものは「高品質化、高付加価値化への投資」、「“脱職人化”による働き方の改革」、「蔵人の意識の改革、モチベーションの増幅」、「あえて“売込まない”というスタイル」、「ストーリーの組み立てによるブランド力の強化」です。自分達が作りたいものを作るためには設備投資も必要ですし、働いているメンバー1人1人に休日を設けて、造り手である私たち自身が休日に飲みたいと思える日本酒を作ろうと伝え、働き方を変えました。ただ働くのではなく、なんのために働いているのか、自分達はいいものを作っているという、しっかりとしたモチベーションのもと、自分もいいものを作っているメンバーの一人だという自覚が醸成され、働いてくれるようになりました。あえて売込まないスタイルとは、売込まない・営業しないというということではなく、しっかりと自分達の良さを伝えることで、このお酒を飲んでみたい、このお酒を扱ってみたいという輪を広げていこうというスタイルです。ストーリーの組み立てによるブランド力の強化とは、先ほどの高付加価値化と繋がりますが、こういう話を一つ一つ言葉や単語に落とし込み、商品の価値を言葉、文章、映像、写真等様々な媒体で表現し



伝えていくことで、「一歩己」が味や香りや色だけでなく、バックグラウンドを含めてお客様に伝わり、ブランド力が強化されてきました。

その結果、初年度は600本だったのが、現在は年間約70,000本を出荷するほど増加し、各種コンクールで受賞する等、確実にブランド力が向上しました。さらに、昨年憧れだった書籍化を果たし、「世界でいちばん熱い日本酒」という本で紹介されました。

これから私達はどんな酒蔵を目指していくのかということについて考えています。きっかけは、コロナ禍で日本酒業界が非常に寂しい思いをしたからです。日本酒はあくまで嗜好品であり、必需品ではないという事実と向き合った時に、酒蔵としてどういう未来を描いていくかということを考えてなければいけないと思いました。酒造りの技術を追求する一方で、もっと自由に創造し作り出していくことも必要ではないかと。私達が造っている日本酒は、単に一つの商品ではなく、もっと深い価値のある地域を表現するものではないだろうか、もっと自由でいいのではないかと考えています。酒蔵は過去と今、更にこれからの繋いでいく場所だろうと思い、昨年10月に大正4年の建物を改築して「kuranoba (クラノバ)」という施設を作りました。ここで、絵本の読み聞かせやハロウィンパーティー等様々なイベントを行っています。酒蔵ですが、週末に子供達が集まって過ごしている。結構、皆さんから驚かれるような酒蔵になってきています。

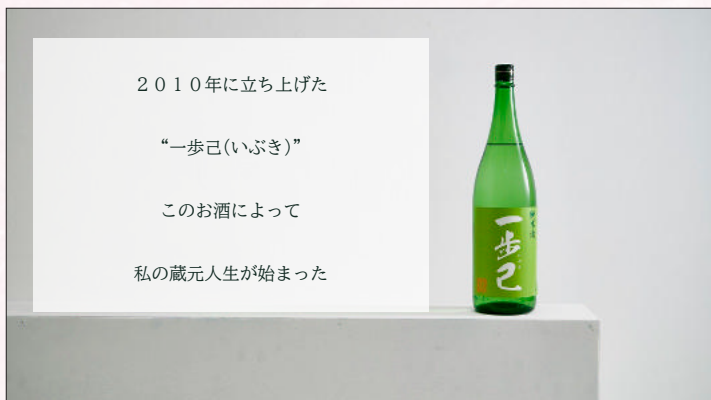
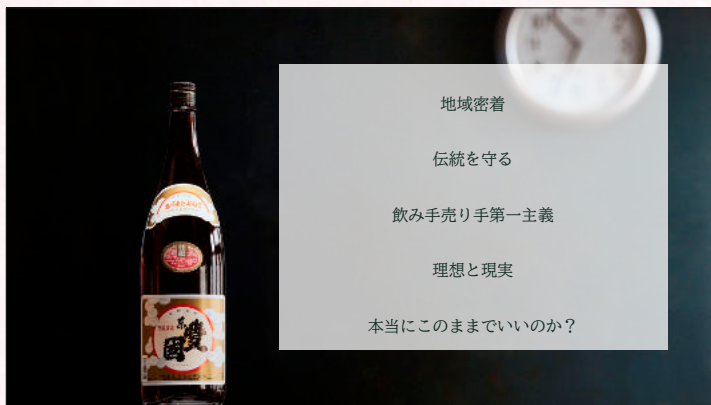
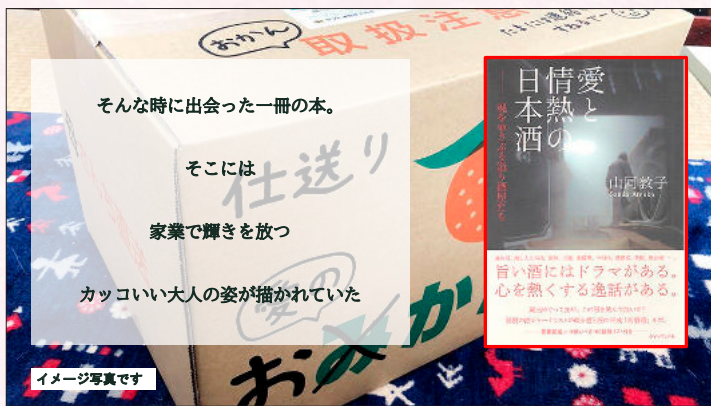
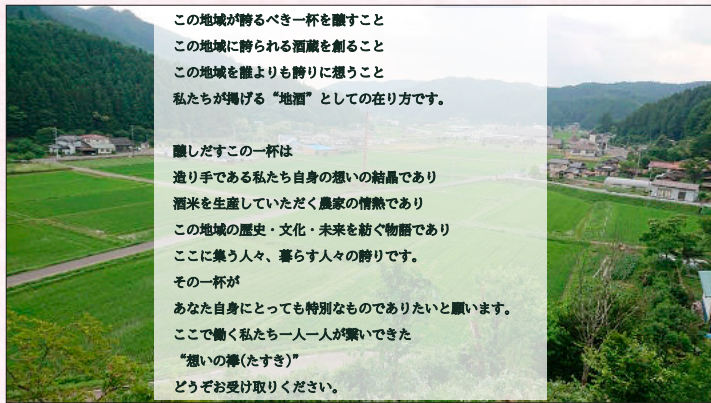
「誰かの一歩を応援してあげられる存在」、「新たな可能性を育む場所」として、酒蔵をカフェや雑貨屋さんやマルシェやアトリエに貸し出すことで、誰かを応援する存在でありたいと思っています。ここでステップを踏んだ方がいずれ独り立ちして、町内にそういうお店がどんどん増えることは酒蔵として有意義なので、チャレンジする姿勢



略歴	
1986年4月	豊国酒造八代目の長男として生まれる
1999年3月	古殿町立田口小学校卒業
2002年3月	古殿町立古殿中学校卒業
2005年3月	福島県立安積高等学校卒業
2009年3月	早稲田大学政治経済学部政治学科卒業
2009年4月	豊国酒造入社
2010年12月	新ブランド“一歩己(いぶき)”発売
2016年10月	杜氏(とうじ=醸造責任者)就任
2021年7月	九代目代表就任
2022年9月	フルドノアートディステラリクト設立 代表就任

豊国酒造とは...	
所在	: 石川郡古殿町
創業	: 1830年(天保年間)
代表社員	: 矢内 賢征【2021年 就任】
醸造責任者	: 矢内 賢征【2016年 就任】
社員	: 8人(十冬季3人)
主要銘柄	: 『東豊国』『一歩己』





を高め、応援してあげようという場所を今作っています。さらに、酒蔵には日本酒造りを通して農家さんとの出会いや繋がりがあり、この地域の人・文化・歴史・風景とも密接な関わりがあるので、日本酒を通して古殿町を楽しんでもらおうと思っています。酒蔵の見学にお越しになる際は、蔵の中だけではなく、例えば地元の神社を回り風景を見て、酒蔵の敷地で食事会を開き、色々な地域の方、地域外の方と積極的な繋がりを持つよう酒蔵を開放しています。

私は楽しそうという感情を一番大事にしています。それをどこか東京や海外のような遠隔地に求めると、コロナ禍の時のような、いざ行動が制限されてしまったときに楽しさを見出せなくなってしまう。「楽しい」、「楽しそう」という感情の行先は自分の身近なところにあり、決して誰にも邪魔をされず、制限をされないところと思った時に、私にとって一番身近な場所は酒蔵なので、その中で自分が思う楽しい、楽しそうだなと思ったことを積極的に行っていこうと思いました。例えば、音楽(蔵ライブ)や料理(社員食堂の会)やテントサウナ等、自分が思いついて楽しそうだからやってみたいということをどんどん積極的に行っています。

直近では、酒蔵は「ココロオドル感情を町中にも。そして未来に向けて夢を与える場所」になっていこうと思い、DandeliEnの壁画を描きました。タンポポの綿毛を使って、次の世代に向けてとにかく行動しようよというメッセージを発信しています。

また、絵を見ながらたずむ時間は絶対大事だと思い、更地だった場所に木を植え芝生を張り緑地化して一般の方が自由に入れる公園を作りました。元々中庭があったので、外に開かれた場を作って「この地の心を癒しこの地の心に灯をともし場所」にしようと思いました。

この公園に来ることで、絵を見て楽しんで、蔵の

中ではイベントが行われていて、そのイベントを楽しみながら時間を過ごす。日本酒に触れることも、酒造りを見学することも目的でもなく酒蔵の中にみんなが自由に入ってきてくれる存在になっていきたいなど、そんな場所にしたいと思っています。

私は、蔵元としてこの場所が好きになっています。そんな好きな場所に対してこのままでいいと全く思っていません。なんか楽しそうだなと、これから育っていく子供達が少し思ってくれて、何か少しでも地域に思いをはせてくれるような、きっかけを与えられる酒蔵になっていきたいなと思います。その先の未来を見据えて、私はどんどん種をまいて行こうと思っています。以上、ご清聴ありがとうございました。

●神田先生

神田です。前年度取材時（福島県の進路2023/1月号掲載）から、大変成長されましたね。私の方が気後れするほど非常に面白い話でした。

たまたま、東邦銀行と日本政策投資銀行の「福島県の日本酒再興戦略」という報告書を見るまで、福島県にこれだけ酒蔵があることを知りませんでした。よく見ると凄く地元に着根した良い産業ですが、日本酒の消費量が下がる等、ある種の苦しい状況に追い込まれています。ただし、その中で実は非常に頑張っておられる酒蔵がいっぱいある。今日のお話しはその一つで、今までの普通酒という形ではなく、個性のある自分達の酒、造った酒、売りたい酒、造りたい酒を造って世に問うという形で、努力されている方が沢山いるということを知りました。でも、せっかく独自性があっても、それをどう伝えるかが問題で、蔵一軒ではなく地域との関わりでもっと広い意味で酒蔵の意味を発信していくのが重要ではないかということです。

これは最初から自分のブランドを前面に出すという形で自社のストーリーを知ってもらい、その





上で飲んでいただく、商品と一貫性があるコーポレートブランドは重要ですね。また、蔵の定義＝酒を造る場所を変革されています。歴史的に見ると恐らく酒蔵はその地域の中心で、多くは庄屋さんのような方が造っていて、人が集まる場所でもあった訳です。それがどことなく忘れられてきたのですが、地域の価値を上げながら自分達のブランドの価値を上げるということを実際やっておられるのだらうと思います。

新たな挑戦をされて、ここでしか飲めないお酒を造られている。自分達の持っているアイデンティティを、地域資産を活用しながら個性として発信していくことに凄くこだわっていて、それが非常に伝わってきました。自分達で「酒造り」や「蔵」等の定義を変え、挑戦されてその意味を伝えるとともに、それを商品と蔵造りで具体的な形にして示していると思います。こういう会社は打たれ強い会社です。約200年間、凄く波があった中でも、いわば時代に即した形で新たに挑戦することを、ずっと続けてこられたからこそ今があり、今また挑戦されているのだと思います。

レジリエンス・カンパニー（打たれ強い、環境適応力の高い会社）はいくつの特徴がありますが、その一つにミッション（自分達の会社という）が明確で、それを組織内で共有し、従業員の皆さんが努力する体制づくりができていることが見られます。このレジリエンス・カンパニーは地域にとってある意味、貴重な資産だと思います。これは酒造業だけではなく製造業など地域に沢山

福島県の日本酒再興戦略

東邦銀行・日本投資政策銀行のレポート(2021年6月)より

福島県は酒処: 福島県酒造組合の会員64社(平成31年4月)
⇒ 中小・零細酒蔵が多い、重要な産業

状況:

- ・消費者の嗜好変化や代替アルコール商品の増加により日本酒消費量(日本酒市場の縮小)
- ・一般酒造店からスーパーマーケットなどへの流通構造の変化と「桶売り」体質からの脱却に向けた試練(中小・零細酒蔵の試練)

対応

- ・普通酒から特定名称酒へのシフトで大手酒蔵と差別化し、酒質の向上へ
- ・全国新酒鑑評会において連続1位獲得などの成果を上げる

課題

- ・「独自性」を伝える販売戦略
- ・「地域性」を核とするブランディング戦略

マーケティング戦略

MK
© MAKOTO KANDA

中小・零細酒蔵の挑戦: 取材から

- ・福島県の多くの酒蔵が挑戦を続けている
- ・その中で、数社、取材させていた

豊國酒造合資会社「一步己」
清酒アカデミー職業能力開発校で学び、それまでの大量生産方式を革新し、個性ある酒造りに進み、その酒を理解する小売店を差別。蔵人の働き方改革にも挑戦、分業体制の革新、情報共有化など、全員で知恵を出し合い変革に挑む組織態勢を強化している

合資会社喜多の華酒造場「喜多の華」
杜氏を排して、自前で杜氏を育成する方向に先代が改革して、辛口系の酒へと転換。当代は姉妹で杜氏となり、販売店を直接訪ね、顧客の声を聞き、先代の銘柄酒の向上に邁進する

笹の川酒造株式会社「ふ」「いち」「安積」
8代目が合成清酒、ウイスキー、ジン、ウォッカ、リキュールなどの免許を取り、種類の多角化に進む。現当主10代目はウイスキー蒸留を再開し、清酒でも、杜氏である奥様と一緒に特定銘柄酒へ路線変更する

宮泉銘醸株式会社「寫楽」
当代が特定銘柄酒へと切り替え、生産設備を革新、原材料の米から消費者の口に届くまでを酒造りと定義して、変革に挑戦している

MK
© MAKOTO KANDA

レジリエンス・カンパニー

挑戦し続ける福島の中小・零細酒蔵

時代の変化に適応し、自社の経営資源を生かして、事業成長を続ける **回復力が強く、強靱な経営を実現している = レジリエンス・カンパニー**

特徴

- ・企業の**ミッション・方向性を明確にし、組織的に共有している**
- ・その方向性に向かって、**知識と知恵を強化し合う**
- ・働き方を変えて、従業員の**精神的な活力を高める**
- ・原材料から販売に至る、**バリューチェーンでの連携を強化する**
- ・**社会とのつながりを強化して、社会にとって不可欠な存在になる**

一般的に定義されている、レジリエンスをもつ企業の特徴を備えている

地域社会で、それらの存在を地域資産として認識し、**個別企業への支援を強化するとともに、地域と結びつけて、それらのシナジー効果の出現に対する支援も強化することが、地域金融機関の役割の一つ**

⇒ まずは**地域のレジリエンス・カンパニーを知ることが出発点**

MK
© MAKOTO KANDA

存在していて、その資産を我々は意識して、もっと高めるためにどう支援したら良いのだろうかと考えた。しかもその一社だけではなく、地域として、全体として広めるべきではないかと思えます。それが、銀行の一つの使命ではないかなとつくづく思いました。

※編注：文中に登場する企業名は敬称を省略しました。



ふくし ゆずる
福士 譲

公益社団法人
日本経済研究センター
研究本部主任研究員

(略歴) 2000年早稲田大学政治経済学部経済学科卒、日本経済新聞社入社。大阪経済部で記者活動をスタートさせ、東京の社会部や経済金融部、科学技術部、経済解説部などに所属。その後ヴェリタス編集部次長、証券部次長を経て、21年金融・市場ユニット金融グループ次長。23年4月から現職。金融市場やマクロ経済政策の分析、経済予測に従事。

景気見通し (2024年春)

わが国経済、外需停滞で成長が鈍化

— 賃上げ継続で国内消費は底堅く —

《要 旨》

日本経済は今後、外需の停滞を背景に成長が鈍化する見通しだ。日本経済研究センターの最新の予測では、2024年度の国内総生産 (GDP) の実質成長率は23年度見込みのプラス1.3%からプラス0.4%に低下するとみている (図表1)。ゼロ%台後半とみられる潜在成長率を下回る公算が大きい。

米国はこれまでの利上げ効果で物価上昇率が低下してきたが、实体经济も減速する。中国は不動産部門の調整が続き、成長率が下がる。こうした海外経済の伸び悩みを受けて日本の輸出は減速する。一方で、賃上げの継続によって国内消費は底堅く推移するとみている。日銀の金融政策については、長く続けてきたマイナス金利政策を24年春に解除したものの、緩和的な金融環境は継続する見通しだ。

不確実性としては海外に起因する下振れリスクが大きい。ウクライナ情勢の長期化や中東情勢の悪化などを背景に世界経済が減速感を強めるようなら、日本経済はさらに下振れる可能性がある。国際情勢には警戒が必要だ。

図表1 日本経済の見通し

		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
実質国内総支出（前年度比%）		1.5	1.3	0.4	1.2
寄与度 (%ポイント)	民需	2.0	▲ 0.2	0.5	0.8
	民間最終消費支出	1.5	▲ 0.1	0.4	0.4
	民間住宅投資	▲ 0.1	0.0	▲ 0.2	0.0
	民間企業設備投資	0.6	0.2	0.5	0.4
	公需	▲ 0.0	0.3	0.2	0.2
	外需	▲ 0.5	1.2	▲ 0.3	0.2
	財貨・サービスの輸出	0.9	0.8	0.3	0.5
	財貨・サービスの輸入	▲ 1.4	0.4	▲ 0.6	▲ 0.3

(出所) 2022年度は内閣府、実績値。23～25年度は日本経済研究センター予測。24年3月12日時点の予測値。▲はマイナス

図表2 海外経済の見通し

	2023年（実績）	2024年	2025年
世界計	3.1	3.0	2.6
米国	2.5	2.1	1.5
ユーロ圏	0.4	0.6	1.2
中国	5.2	4.3	4.3
韓国	1.4	1.8	1.4
台湾	1.3	4.3	2.2
A S E A N	4.3	4.5	4.6
豪州	2.0	1.6	2.2
インド	7.7	6.5	6.4
ブラジル	2.9	1.3	1.9
ロシア	3.6	2.8	1.3

(出所) 日本経済研究センター予測。暦年ベースの実質 GDP 成長率。単位%。世界計は各国・地域の成長率を日本の名目輸出ウエイト（2015年固定）で加重平均。ASEAN はインドネシア、フィリピン、マレーシア、タイ

【本稿の構成】

本稿は日本経済の見通しについて、日本経済研究センターの予測（3月11日に公表された23年10～12月期の GDP 2次速報を踏まえた最新予測）を解説する。まず海外経済とその影響を受ける輸出の見通しについて説明した後、内需の予測を解説する。海外経済については米欧中3カ国・地域の予測を述べる。日本経済の内需については企業収益と設備投資、賃金・物価と個人消費の動向を踏まえて予測を示す。

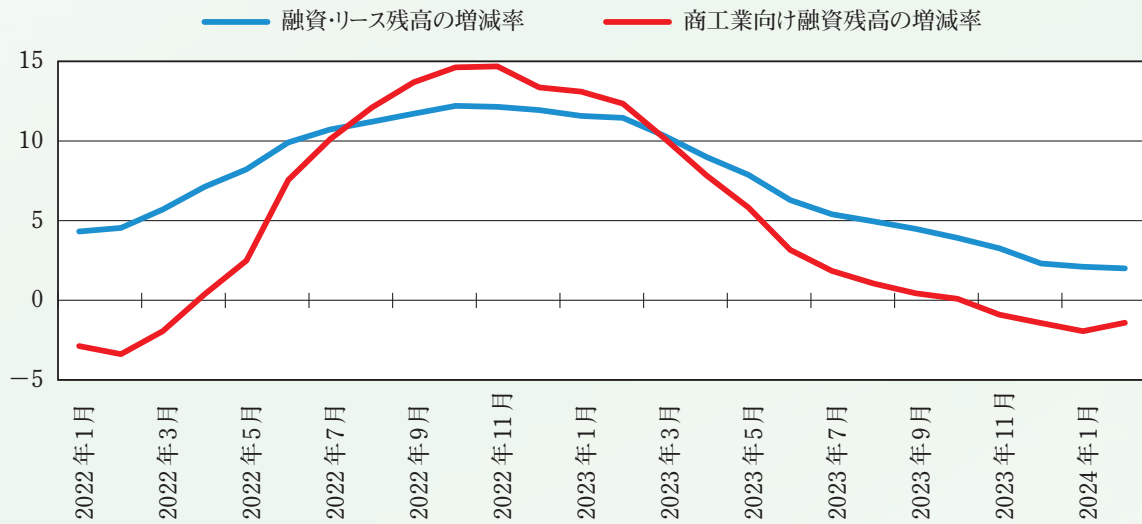
【海外経済、米国が減速】

日本経済研究センターの最新予測では、海外経

済は全体として伸び悩むとみている。2024年の海外の実質 GDP 成長率は、23年のプラス3.1%からプラス3.0%に低下する見込みだ（図表2）。これまでの世界各国の金融引き締めが世界経済の重荷となる。国・地域別では、米国の実質成長率が23年のプラス2.5%から24年にプラス2.1%に低下するとみられる。

米連邦準備理事会（FRB）は22年3月に利上げを開始し、政策金利は今や5%を越す。これまでの利上げによってインフレ率は沈静化に向かっている。FRBが重視するコア個人消費支出（PCE）価格指数（食品・エネルギー除く）の前年比上昇率は、24年2月に2.8%だった。FRBはインフレ

図表3 米国の融資残高



(注) FRB 資料を基に日本経済研究センター作成。季節調整前。前年同月比

目標2%に向けて、インフレ率に加え、経済・金融全体に対する引き締め効果を見極める段階に入っている。

利上げの影響で米国の銀行融資は減少している。FRBの集計によると、米国の商業銀行の融資およびリース残高は24年2月時点で前年同月比プラス2%と、直近ピークだった22年秋のプラス12%を大きく下回る(図表3)。特に商工業向け融資はマイナス1%と、4カ月連続で前年割れとなった。企業が設備投資に慎重な姿勢がみてとれる。

もちろん米国企業の設備投資は、以前に比べれば利上げ耐性が高いといわれる。工場や機械など有形資産投資から、研究開発や特許、ブランドなど無形資産投資にシフトしていることが背景にある。ある研究では、0.25%程度の利上げから2~3年後、有形資産は資本ストック対比で5%ポイント強の下振れとなる一方、無形資産は1%ポイント程度の下振れにとどまると報告されている。無形資産は融資の担保として活用されにくく、担保価値の変動の影響が小さいことなどが理由として挙げられる。

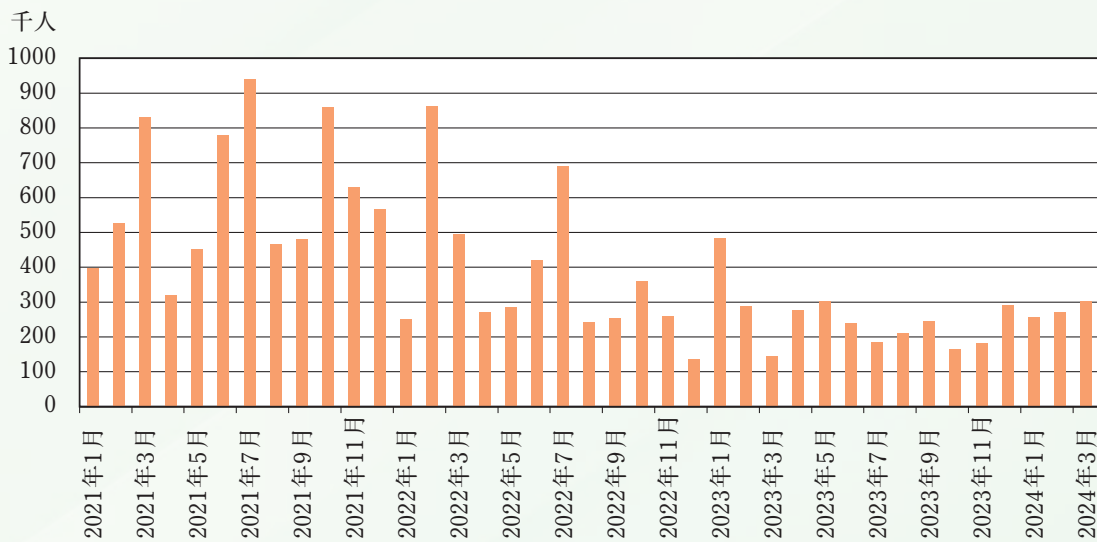
しかし、米国の利上げはこれまで、0.25%換算で20回分を超す。設備投資への影響はじりじり強まるとみられる。

住宅市場にも変調がみられる。全米不動産協会(NAR)によると、中古住宅販売件数は24年2月に年率438万戸だった。23年10月に年率385万戸まで落ち込んだ後に持ち直してきたが、21~22年(500万~600万戸台)に比べれば依然として大きく下回る水準だ。米連邦住宅貸付抵当公社(フレディマック)によれば、30年固定の住宅ローン金利は足元で6%台後半となっており、利上げ開始の2022年3月当時(3~4%台)を大幅に上回る。高金利は引き続き住宅ローン需要と住宅販売の重荷となる可能性がある。

【米国の雇用情勢は転換期】

個人消費も低水準で推移する見通しだ。個人消費に影響を与える雇用情勢は転換期を迎えつつある。米労働省が4月5日に発表した3月の非農業部門の雇用者増加数(前月比)は、30.3万人と市場予想(20万人程度)を上回った(図表4)。ただ、1~3月の3カ月平均の増加数は27.6万人と、1年前の23年1~3月平均(30.5万人)を下回っている。一方、3月の失業率は3.8%と前月の3.9%を下回った。低水準が続いているが、労働参加率は新型コロナウイルス禍以前のトレンドに戻りつつあり、今後失業率には上昇圧力が強まる可能性

図表4 米国の雇用者増加数



(注) 米労働省資料を基に日本経済研究センター作成。季節調整値。前月比

がある。

日本経済研究センターの予測では、FRBは24年春以降に利下げに転じるとみている。ただ、利下げペースは緩やかとなる公算が大きく、米国の実質成長率は今後低下していく可能性が高い。

【ユーロ圏経済、ドイツの不振続く】

ユーロ圏は低成長が続く見通しだ。日本経済研究センターは、ユーロ圏消費者物価指数（HICP）の前年比上昇率が24年前半に2%程度に低下すると予測している。欧州中央銀行（ECB）は24年半ば以降には利下げに転じるものの、それまで政策金利を高止まりさせる影響で経済成長は低水準にとどまる。実質GDP成長率は23年のプラス0.4%から24年にプラス0.6%になると予測している。

最大の経済規模を誇るドイツ経済が弱く、23年10～12月期のドイツの実質成長率はマイナス成長となっている。利上げとインフレを背景に個人消費が冷え込み、企業の設備投資意欲も弱い。ドイツ商工会議所連合会の24年初頭景況感調査によれば、今後の投資意向について「増やしたい」と回答した企業の割合は24%、「減らしたい」が33%だった。投資意向DI（「増やしたい」の割合から「減らしたい」を引いた値）はマイナス9となり、

前回の秋季景況感調査（マイナス7）からマイナス幅を広げた（図表5）。ドイツ経済の弱さがユーロ圏全体の先行き不透明感を強めている。

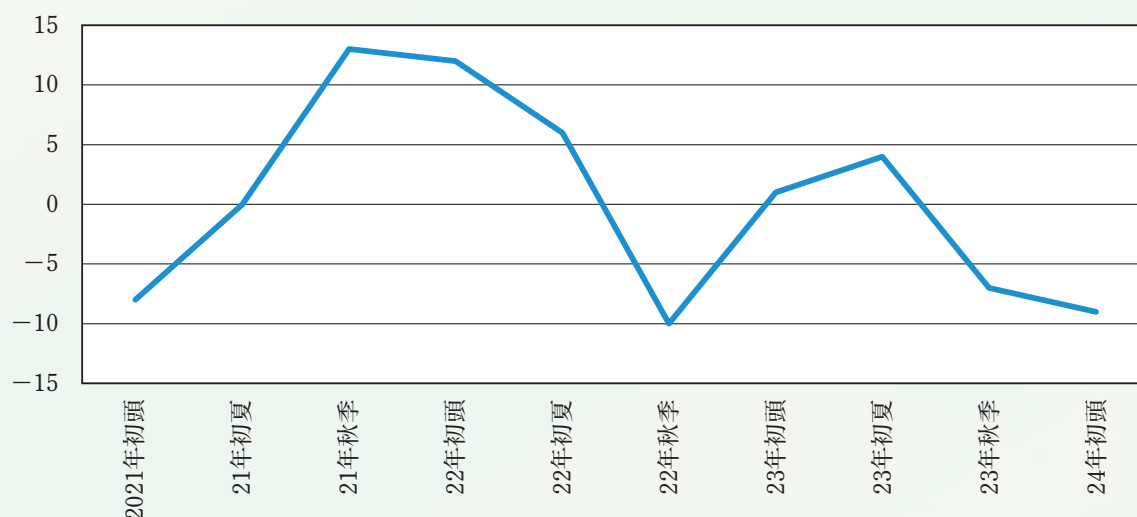
【中国経済、不動産部門の調整響く】

中国経済は不動産部門の調整が響く。日本経済研究センターの予測では中国の実質GDP成長率は23年のプラス5.2%から、24年にプラス4.3%に減速すると見込んでいる。

中国国家統計局によれば、1～2月の不動産開発投資は前年同期比9.0%減となり、23年（通年で前年比9.6%減）に続き、大幅なマイナスに陥っている（図表6）。住宅市場の落ち込みが大きく、1～2月の新築住宅建設面積は前年同期比で約3割減った。中国政府は住宅取得促進策も講じているが、回復軌道に戻るには時間がかかるとみられる。

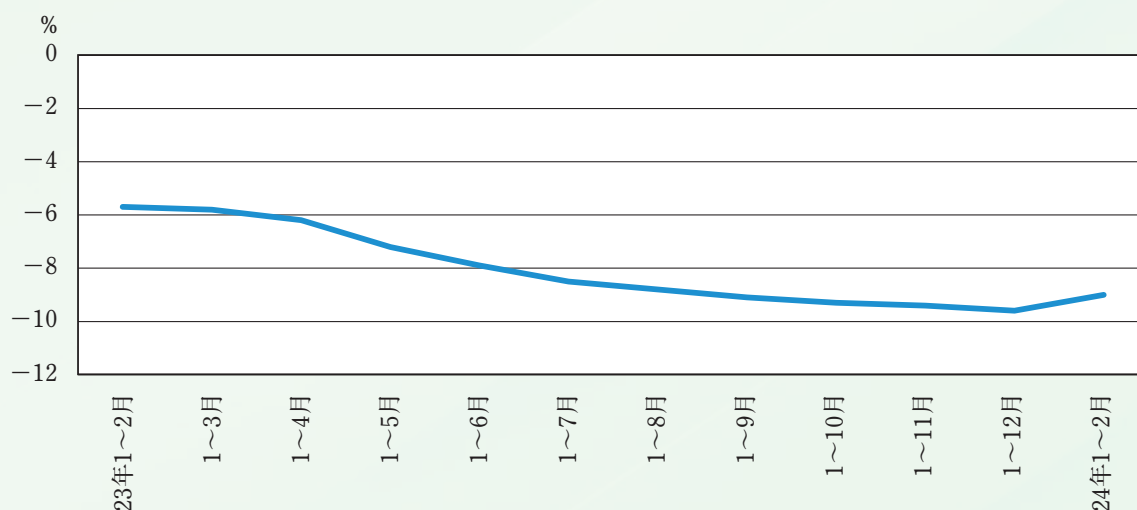
中国では個人消費も低調だ。物価には下落圧力が強まっており、2月の消費者物価指数（CPI）の前年同月比上昇率はプラス0.7%だった。23年9月（0.0%）以来5カ月ぶりにマイナスから脱したが、春節（旧正月）休暇の消費拡大が影響している。春節休暇は23年には1月だった。24年は2月中旬だったため、2月の前年同月比の上昇率が上振れした。1～2月平均では前年同期比で同

図表5 ドイツ企業の投資意向DI



(注) ドイツ商工会議所連合会資料を基に日本経済研究センター作成。DIは今後の投資について「増やしたい」と回答した割合から「減らしたい」の割合を引いた値

図表6 中国の不動産開発投資



(注) 中国国家統計局資料を基に日本経済研究センター作成。前年比増減率

じだった。物価動向には引き続き警戒が必要だ。

【日本経済、外需寄与度がマイナスに】

日本経済の見通しについては、実質 GDP 成長率は23年度のプラス1.3%から、24年度にプラス0.4%になり、極めて緩やかな成長にとどまるとみている。米中経済の減速を受けて外需の寄与が低下する。外需寄与度は23年度のプラス1.2%ポイントから、24年度にはマイナス0.3%ポイントとマイナス寄与に転じる。

財（モノ）・サービスの実質輸出の伸びは23年

度のプラス4.0%から24年度にプラス1.5%に低下する。インバウンド（訪日外国人客）の観光需要拡大でサービス輸出は増加基調が続くものの、財の輸出が振るわないことが主因だ。

金融市場の動向も注意点だ。日本銀行は3月19日、短期金利のマイナス金利政策（日銀当座預金残高の一部にマイナス0.1%の付利）の解除を決めた。翌営業日の21日から、当預残高の付利を超過準備に対してプラス0.1%としたほか、政策金利を無担保コール翌日物金利に変更してその誘導目標を0~0.1%程度とした。24年の春季労使交渉

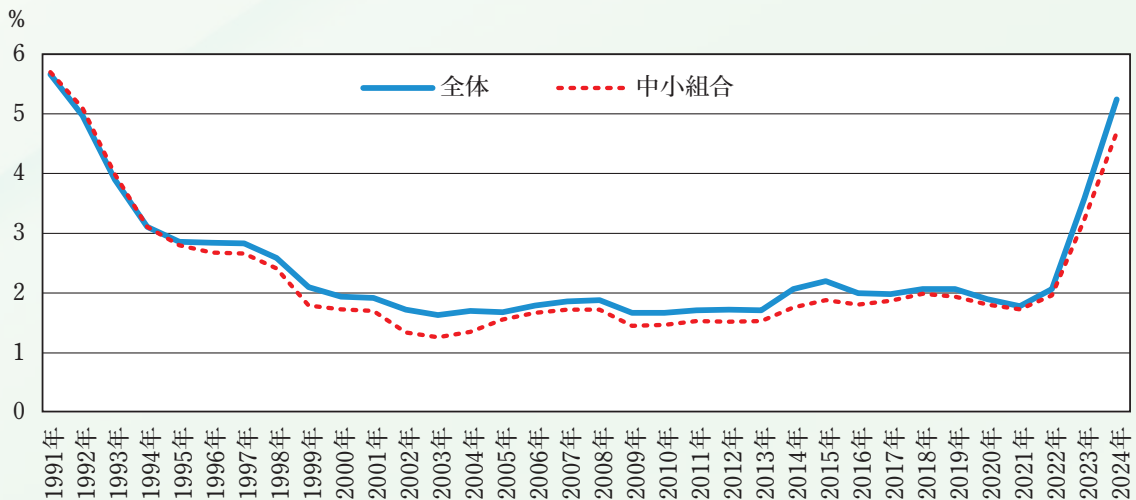
で、日本労働組合総連合会（連合）が3月15日に発表した第1回回答集計の賃上げ率は5.28%となり、1991年（最終集計5.66%）以来33年ぶりに5%台に乗せた（図表7）。日銀はこの高い賃上げ率を確認した後に利上げに踏み切った。

金融市場では無担保コール翌日物金利が19日のマイナス0.001%から、直近4月4日時点では0.077%に上昇しており、10年物国債利回りは3月19日の0.725%から4月5日には0.770%で推移している。とはいえ、日銀は今後も「当面、緩和的な金融環境が継続する」としており、為替市場では円安傾向が続いている。

こうしたなか、今後は米欧で利下げが予想されている。内外金利差の縮小で為替相場が円高・ドル安に振れる可能性がある。海外経済の減速だけでなく、為替の円高が輸出に逆風となることも想定される。

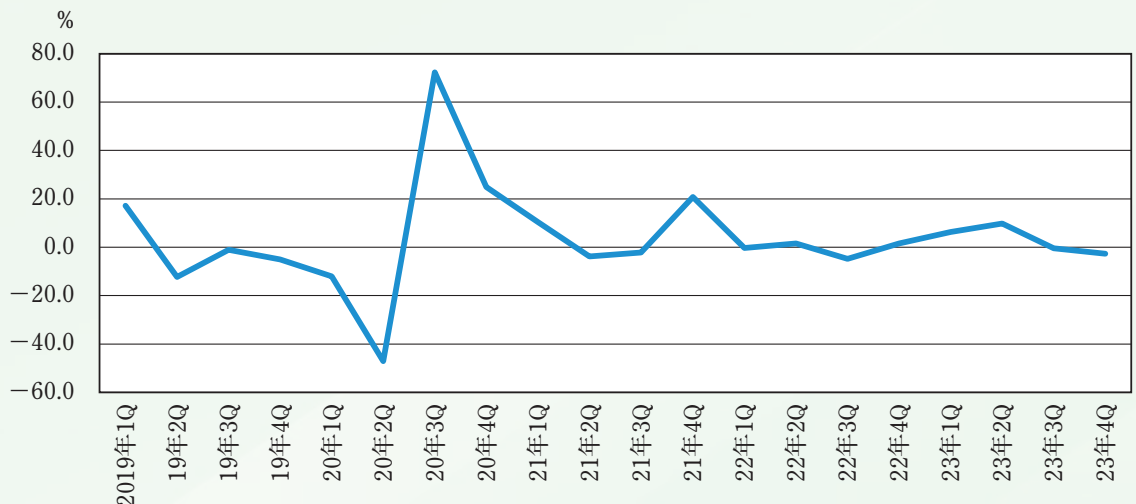
外需の低迷は企業収益の重荷となる。財務省の法人企業統計によると、直近23年10~12月期の全産業（金融・保険業除く）の経常利益は前年同期比13.0%増の25兆2,754億円だった。10~12月期としては過去最高を記録したが、前期比増減率（季節調整済み）は2.6%減と、2四半期連続で減少した（図表8）。資材価格の上昇に対して価格転

図表7 賃上げ率の推移



(注) 連合資料を基に日本経済研究センター作成。1991~2023年は各年6月末時点。24年は4月4日公表の第3回回答集計

図表8 日本企業の経常利益



(注) 財務省法人企業統計を基に日本経済研究センター作成。金融・保険業を除く

嫁が進む一方、人件費の増加などが収益に重くのしかかる。今後、海外経済が減速感を強めていくと、輸出企業を中心に収益の増加ペースはさらに鈍化する可能性がある。

一方、企業の設備投資は引き続き底堅く推移するとみている。法人企業統計における10～12月期の設備投資は前年同期比16.4%増の14兆4,823億円と、10～12月期として過去最高を更新した。前期比増減率（季節調整済み）も10.4%増と大幅に増えた（図表9）。人材不足に対応する省力化投資や、半導体関連などの生産体制強化のための投資が目立った。今後も省力化投資や能力増強投資は進むとみられる。

【国内物価高、沈静化】

個人消費については底堅く推移する見通しだ。すでに述べたように、賃上げ率の上昇は確実にとなり、国内の物価高も沈静化してきている。総務省が算出するコア消費者物価指数（CPI、生鮮食品除く）の上昇率は23年1月の4.2%をピークに低下傾向をたどり、24年2月には2.8%まで下がった（図表10）。政府の電気代・ガス代補助が予定通り24年5月使用分で終了すれば、その後は、CPIは一時的に上昇圧力を強めるものの、25年度

には2%未満に低下する見通しだ。物価高の影響は今後徐々に薄らぎ、実質賃金は改善に向かうとみられる。

政府の経済対策も個人消費を支える。上記のように政府の電気代・ガス代補助は5月使用分で終了するが、6月をめどに所得税減税が実施される。1人につき所得税3万円と住民税1万円の計4万円の減税となる。また、住民税非課税世帯には1人あたり7万円の給付金が決まっており、すでに順次支給が始まっている。

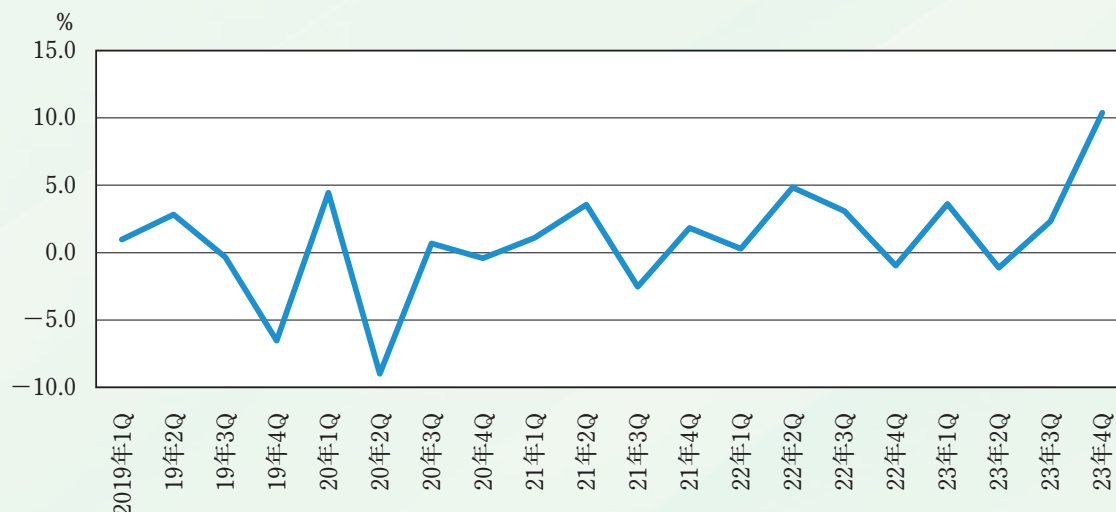
防衛費増額も成長に寄与する。政府は27年度までの5年間で防衛費の総額を43兆円にする方針を打ち出している。年平均8.6兆円で、年間の名目GDP（23年度見込みは約594兆円）の1.4%程度に相当する。防衛費は政府最終消費支出と公的固定資本形成の両方に計上され、経済を支える。

こうした賃上げや政府の財政支出によって内需は伸びを高め、実質GDP成長率見通しに対する内需寄与度は23年度の0.1%ポイントから、24年度には0.7%ポイントに上昇していくとみている。

【リスクは海外、ウクライナ・中東など警戒】

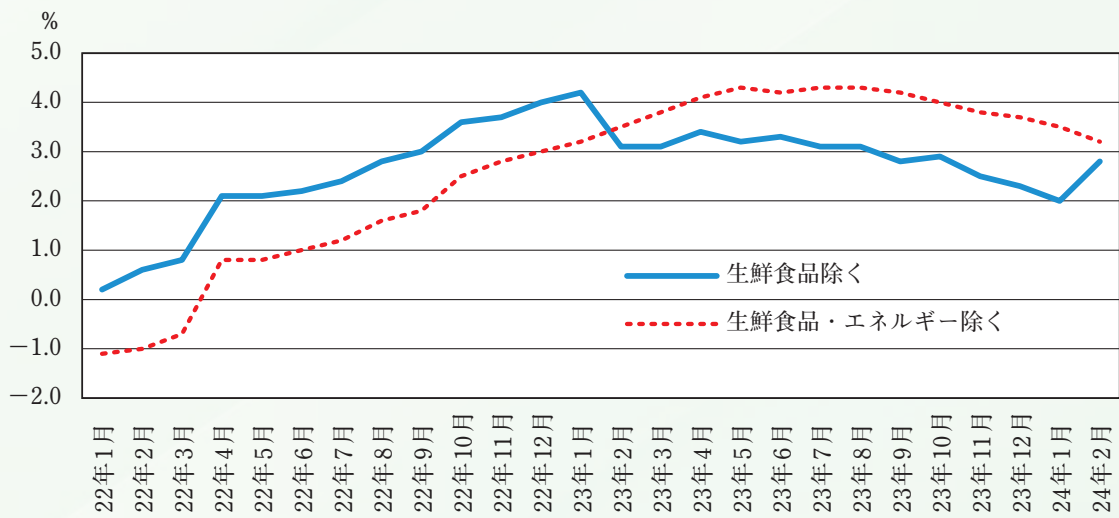
以上のように、日本経済は内需が底堅く推移するものの、外需が停滞するため、成長が鈍化する

図表9 日本企業の設備投資



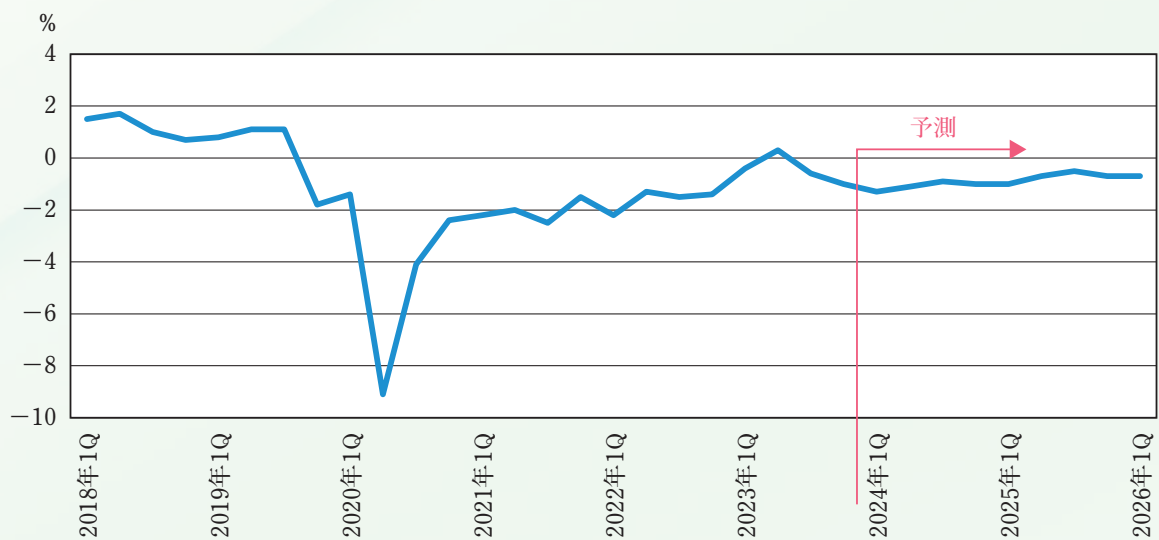
（注）財務省法人企業統計を基に日本経済研究センター作成。金融・保険業を除く

図表10 日本の消費者物価指数



(注) 総務省資料を基に日本経済研究センター作成。前年比変化率

図表11 GDP ギャップ



(注) 内閣府資料を基に日本経済研究センター作成

見通した。日本経済研究センターの予測では日本経済の需給ギャップ（GDP ギャップ）は25年度後半までマイナスが続く見通しだ（図表11）。これは供給に比べて需要が不足することを意味し、物価の重荷となる。先述のように、コア CPI 上昇率は25年度に、日銀が目標とする2%を下回る。再びデフレ状態に戻る可能性がないとは言い切れない。

経済の下振れリスクとしては、ロシアによるウクライナ侵攻の長期化や、イスラエルとイスラム組織ハマスの衝突に端を発する中東情勢の悪化、あるいは東アジア情勢の悪化が挙げられる。ほかに日米欧の金融当局が金融政策変更のタイミング

を誤ることなども下方リスクだ。国際政治情勢や金融市場の動向には引き続き警戒が必要だ。

なお、1月1日に最大震度7を観測した能登半島地震の影響については、災害廃棄物処理などの政府支出を23～24年度の予測値に織り込んでいるが、年度ベースのGDPの予測値に大きな影響を及ぼすには至っていない。ただし、復旧・復興の状況次第では生産や消費への影響も変わってくる可能性があり、今後の動向を注視する必要がある。

(※本稿は2024年4月5日時点で入手可能な情報に基づいて執筆しています)

調査レポート

第84回 福島県内景気動向調査 ～2023年度下期現況と2024年度上期見通し～

県内企業の景況は、下記のとおり。

- (1) 原材料価格高騰の影響を受けて収益が低下している。
- (2) 現況は下降局面にある。
- (3) 先行きは下降局面が続くもののマイナスが縮小。

<要 旨>

【自社の業況判断】

1. 現状の業況判断

現況（2023年度下期）BSI（景況判断指数）*は、全産業 $\Delta 11$ （前期比 $\Delta 4$ ㊦）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 $\Delta 13$ （同 ± 0 ㊦）、非製造業 $\Delta 9$ （同 $\Delta 7$ ㊦）と、製造業は前期比変わらないが、非製造業は卸・小売業がマイナス値に転じたことなどからマイナスが拡大した。

2. 今後の業況判断

見通し（2024年度上期）BSIは、全産業 $\Delta 2$ （同 $+ 9$ ㊦）、製造業 $+ 10$ （同 $+ 23$ ㊦）、非製造業 $\Delta 11$ （同 $\Delta 2$ ㊦）と、製造業はプラスに転じ、全産業は下降局面が続くものの、マイナスが縮小した。

【雇用動向】

2024年1月の雇用過不足BSIは、全産業で $\Delta 46$ （前回調査比 $\Delta 3$ ㊦）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（2023年7月）に比べ不足感がさらに強まった。

【賃上げ動向】

2024年春の賃金について、全産業で賃上げを実施する予定の企業は「ベースアップ・定期昇給両方」「ベースアップのみ」「定期昇給のみ」合わせて76.4%となった。ベースアップを予定する割合は合わせて38.7%と4割近くに上った。

※ 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・WEB 併用
2. 調査対象 県内企業525社
3. 回答企業 314社（有効回答率59.8%）
4. 調査時期 2024年1月
（前回調査：2023年7月）
5. 調査対象期間
2023年度上期：2023年4月～2023年9月期
この期間は「実績」と記載
2023年度下期：2023年10月～2024年3月期
この期間は「現況」と記載
2024年度上期：2024年4月～2024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	136社	43.3%
飲 食 料 品	22	7.0
繊維・繊維製品	14	4.5
木材・木製品	9	2.9
紙・紙加工品	8	2.5
化 学	8	2.5
窯業・土石製品	5	1.6
鉄鋼・非鉄金属製品	11	3.5
はん用・生産用・業務用機械	6	1.9
電 気 機 械	12	3.8
電子部品・デバイス	10	3.2
輸 送 用 機 械	9	2.9
そ の 他 製 造 業	22	7.0
非 製 造 業	178	56.7
建 設 業	31	9.9
運 輸 業	12	3.8
情 報 通 信	3	1.0
卸 ・ 小 売 業	77	24.5
サ ー ビ ス 業	43	13.7
そ の 他 非 製 造 業	12	3.8
全 産 業 計	314	100.0

I. 自社の業況判断

1. 現状の業況判断

2023年度下期現況は、全産業△11（前期比△4㊦）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△13（同±0㊦）、非製造業△9（同△7㊦）と、製造業は前期比変わらないが、非製造業は卸・小売業がマイナス値に転じたことなどからマイナスが拡大した（図表1、2）。

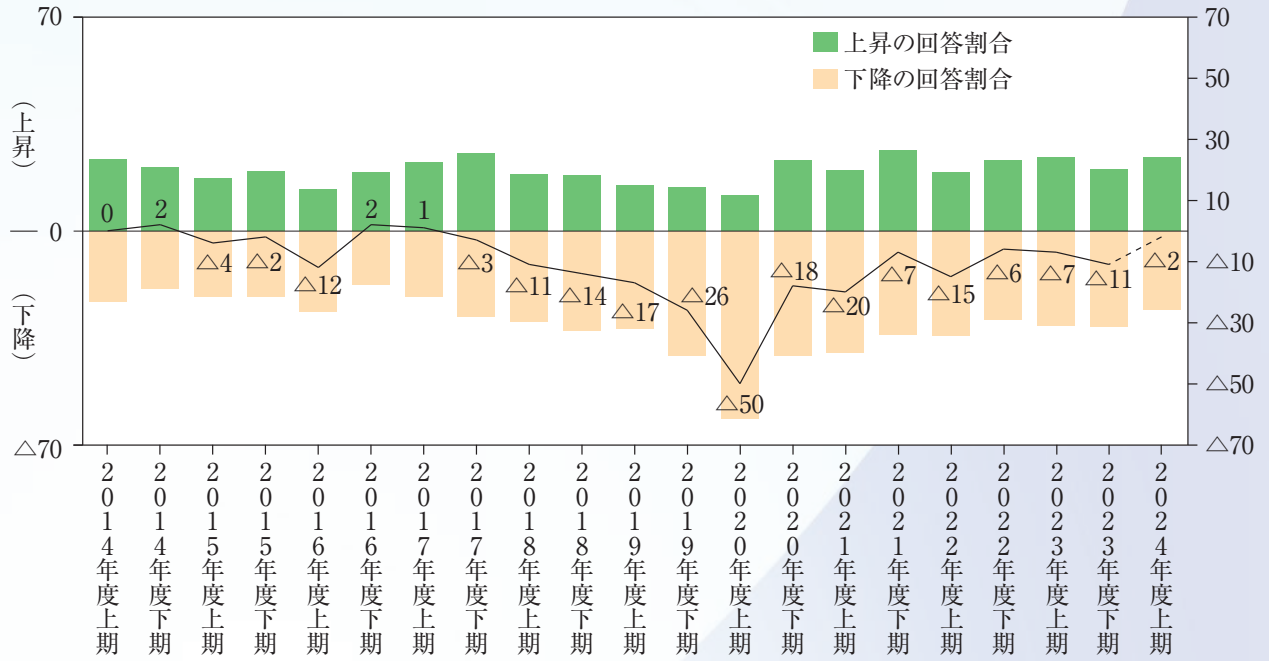
- ◆製造業：BSI値は、前期に比べ良化を示すプラス値は「その他製造業」1業種のみであり、「紙・紙加工品」など7業種が前期に比べ悪化を示すマイナス値となった。
- ◆非製造業：BSI値は、「情報通信」がプラス値となり、「その他非製造業」が横ばい、「運輸業」など4業種がマイナス値となった。

2. 今後の業況判断

2024年度上期見通しは、全産業△2（同+9㊦）、製造業+10（同+23㊦）、非製造業△11（同△2㊦）と、製造業はプラス値に転じ、全産業は下降局面が続くものの、マイナスが縮小した（図表1、2）。

- ◆製造業：BSI値は、「はん用・生産用・業務用機械」など8業種がプラス値、「窯業・土石製品」など4業種がマイナス値となった。
- ◆非製造業：BSI値は、「情報通信」1業種がプラス値、「サービス業」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1 自社の業況判断 BSI 推移 (全産業)



※2014年度上期～2023年度上期は実績、2023年度下期は現況、2024年度上期は見通し

図表2 自社の業況判断 (上昇・下降) BSI

	2021年度下期 実績 BSI 値※1	2022年度上期 実績 BSI 値※1	2022年度下期 実績 BSI 値※1	2023年度上期 実績 BSI 値※1	2023年度下期 現況 BSI 値※2	変化幅	2024年度上期 見通し BSI 値	変化幅
全 産 業	△ 7	△15	△ 6	△ 7(△15)	△11(△ 5)	△ 4	△ 2	9
製 造 業	3	△ 8	△13	△13(△16)	△13(△ 1)	0	10	23
飲 食 料 品	△26	5	△24	△27(△19)	△32(△24)	△ 5	△ 9	23
繊 維 ・ 繊 維 製 品	△17	△21	△15	△ 8(8)	△15 (0)	△ 7	△15	0
木 材 ・ 木 製 品	50	57	△20	11(△40)	△11(△60)	△22	11	22
紙 ・ 紙 加 工 品	10	△60	△33	△38(0)	△50(△11)	△12	△25	25
化 学	20	△21	△18	△13(△45)	0(0)	13	25	25
窯 業 ・ 土 石 製 品	△38	△13	△57	△40(△29)	△40(△43)	0	△60	△20
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	47	56	△ 6	27(19)	0(31)	△27	36	36
はん用・生産用・業務用機械	△27	△33	10	17(△10)	0(10)	△17	50	50
電 気 機 械	△ 9	△10	△29	△17(△14)	△ 8(29)	9	8	16
電 子 部 品 ・ デ バ イ ス	30	△10	10	△44(△50)	△33(0)	11	44	77
輸 送 用 機 械	0	△47	△55	△11(△27)	0(18)	11	22	22
そ の 他 製 造 業	0	7	19	△ 9(△15)	9(0)	18	27	18
非 製 造 業	△16	△20	1	△ 2(△15)	△ 9(△ 8)	△ 7	△11	△ 2
建 設 業	△35	△32	△23	△39(△45)	△35(△42)	4	△48	△13
運 輸 業	△40	△33	8	△27(△17)	△36(17)	△ 9	△18	18
情 報 通 信	0	20	0	33(0)	33(0)	0	33	0
卸 ・ 小 売 業	△22	△20	3	14(△13)	△ 1(△10)	△15	△ 4	△ 3
サ ー ビ ス 業	0	△10	18	△ 2(13)	△ 2(21)	0	0	2
そ の 他 非 製 造 業	19	△17	△14	0(△36)	0(△29)	0	0	0

※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

II. 雇用動向

1. 雇用の過不足感

2024年1月の雇用過不足 BSI は、全産業で△46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（2023年7月）に比べ不足感がさらに強まった。製造業・非製造業別にみると、製造業△39、非製造業△51とともに不足感があると判断されており、製造業で12業種すべて、非製造業では「情報通信」（±0）を除く5業種で不足感があると判断された。部門別では4部門とも不足感があり、「技術・研究開発」△44が最も不足感が強かった（図表3）。

図表3 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	
	2023年 7月	2024年 1月	2023年 7月	2024年 1月	2023年 7月	2024年 1月	2023年 7月	2024年 1月	2023年 7月	2024年 1月
全 産 業	△43	△46	△17	△20	△39	△44	△39	△41	△41	△41
製 造 業	△36	△39	△14	△19	△34	△42	△34	△36	△30	△35
飲 食 料 品	△ 5	△ 9	24	5	△17	△24	0	△14	△ 5	△ 6
繊 維 ・ 繊 維 製 品	△31	△62	△38	△25	△36	△45	△15	△62	△36	△36
木 材 ・ 木 製 品	△40	△50	△33	△25	0	△20	△50	△38	△33	△50
紙 ・ 紙 加 工 品	△78	△63	△25	△63	△50	△50	△67	△50	△57	△33
化 学	△18	△38	△10	△13	△25	△29	△18	△43	△14	△14
窯 業 ・ 土 石 製 品	△43	△40	0	△20	△33	△50	△43	△20	△33	△50
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	△63	△55	△33	△45	△46	△70	△50	△36	△50	△50
はん用・生産用・業務用機械	△60	△60	0	0	△40	△40	△67	△67	△33	△67
電 気 機 械	△43	△50	△71	△42	△50	△40	△43	△50	△33	△50
電子部品・デバイス	△30	△22	△20	13	△33	△50	△30	△22	△33	△33
輸 送 用 機 械	△27	△44	△ 9	△22	△50	△50	△36	△33	△25	△38
そ の 他 製 造 業	△33	△32	△ 8	△10	△26	△43	△37	△32	△32	△33
非 製 造 業	△49	△51	△19	△20	△46	△47	-	-	△49	△46
建 設 業	△66	△50	△29	△32	△65	△78	-	-	△46	△35
運 輸 業	△58	△100	△18	△50	△25	△80	-	-	△90	△100
情 報 通 信	0	0	0	33	△33	△33	-	-	△33	△33
卸 ・ 小 売 業	△39	△43	△12	△13	△38	△34	-	-	△42	△38
サ ー ビ ス 業	△62	△63	△25	△24	△41	△38	-	-	△57	△56
そ の 他 非 製 造 業	△38	△30	△27	△11	△67	△13	-	-	△45	△33

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

2024年4月見込みの雇用人員 BSI は、全産業で△3と、「減少する」の割合が「増加する」を上回り、前年同期比で減少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△4と、製造業・非製造業ともに減少することが予想される。正社員・パート等別にみると、正社員は減少、パート等は横ばい見込みとなった（図表4）。

図表4 2024年4月見込みの雇用人員 BSI〔前年同期比較（増・減）〕

	総 人 員		
		正 社 員	パ ー ト 等
全 産 業	△ 3	△ 4	0
製 造 業	△ 2	△ 5	△ 2
非 製 造 業	△ 4	△ 3	2

※2023年4月と比較した2024年4月の雇用人員（増・減） BSI

3. 賃上げ動向

2024年春の賃金について、全産業で「引き上げる予定（定期昇給）」37.7%、「引き上げる予定（ベースアップ）」20.2%、「引き上げる予定（ベースアップ・定期昇給の両方）」18.5%と、賃上げを実施する予定の企業は合わせて76.4%であった（図表5）。「引き上げる予定（ベースアップ）」「引き上げる予定（ベースアップ・定期昇給の両方）」を合わせて、ベースアップを予定する割合は38.7%と4割近くに上った。

図表5 2024年春の賃金について

(単位：%)

	引き上げる 予定 (定期昇給)	引き上げる 予定 (ベースアップ)	引き上げる予定 (ベースアップ・ 定期昇給の両方)	引き下げる 予定	変更しない 予定	その他
全産業	37.7	20.2	18.5	0.3	19.2	4.0
製造業	47.0	13.6	18.9	0.8	15.2	4.5
飲食料品	54.5	9.1	4.5	0.0	27.3	4.5
繊維・繊維製品	30.8	30.8	7.7	0.0	30.8	0.0
木材・木製品	71.4	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0
紙・紙加工品	25.0	37.5	12.5	0.0	25.0	0.0
化学	37.5	12.5	37.5	0.0	0.0	12.5
窯業・土石製品	40.0	20.0	0.0	0.0	40.0	0.0
鉄鋼・非鉄金属製品	54.5	9.1	18.2	0.0	9.1	9.1
はん用・生産用・業務用機械	50.0	0.0	33.3	16.7	0.0	0.0
電気機械	25.0	25.0	41.7	0.0	0.0	8.3
電子部品・デバイス	55.6	11.1	11.1	0.0	11.1	11.1
輸送用機械	33.3	0.0	44.4	0.0	11.1	11.1
その他製造業	63.6	9.1	22.7	0.0	4.5	0.0
非製造業	30.6	25.3	18.2	0.0	22.4	3.5
建設業	20.0	23.3	26.7	0.0	30.0	0.0
運輸業	27.3	45.5	0.0	0.0	27.3	0.0
情報通信	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
卸・小売業	36.5	23.0	21.6	0.0	13.5	5.4
サービス業	25.6	25.6	9.3	0.0	34.9	4.7
その他非製造業	40.0	20.0	30.0	0.0	10.0	0.0

※お知らせ

本調査「第84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 <https://www.tohorc.or.jp> でご覧いただけます。



当アンケートにおいて同時に実施した【特別調査】「県外・海外市場への進出状況」の結果概要については、「福島の進路 6月号」（発行予定日5月29日）に掲載いたします。

(担当：高橋宏幸)

調査レポート

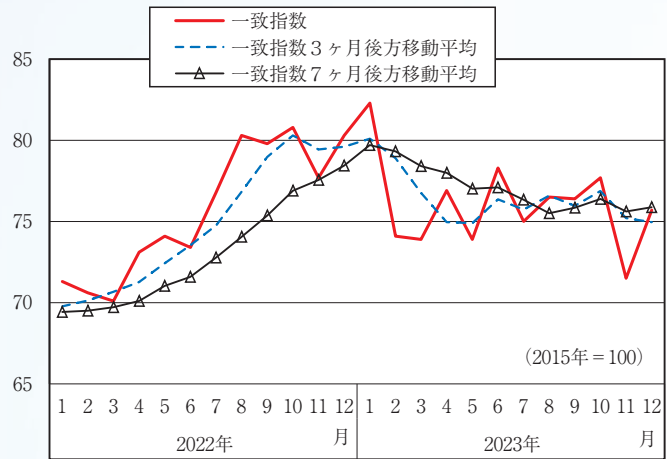
2023年の 県内経済活動の回顧

2023年は、円安の進行と物価上昇が企業経営や消費活動に大きな影響を与える1年となった。主な経済指標が出揃ったところで、改めて2023年の県内経済活動を振り返ってみたい。

1. 福島県景気動向指数 (CI = コンジット・インデックス)

福島県の景気動向指数（2015年=100）より、景気とほぼ同じタイミングで動く一致指数の2023年の推移をみると、1月の82.3ポイントが唯一の80台となり、以降は次第に低下しながら1年を通じて70台で推移した。11月は一部工場の稼働停止の影響で鉱工業生産指数が低下したことなどから、一致指数が71.5と年間を通じて最低となった（図表1）。

図表1 福島県景気動向指数（CI一致指数）



資料：福島県企画調整部統計課

2. 需要動向

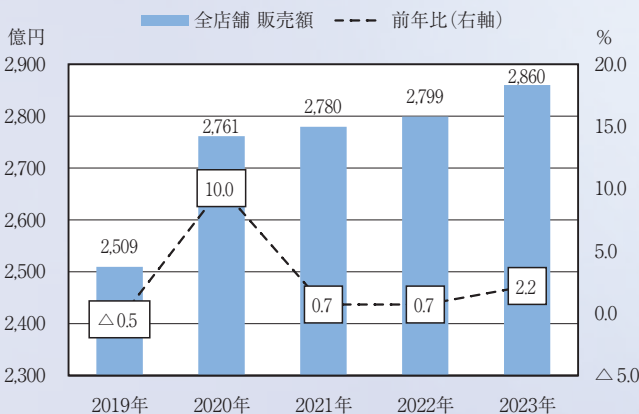
(1) 個人消費

百貨店・スーパー販売額は2,860億円（前年比+2.2%）と4年連続で前年を上回った。また、コンビニエンスストア販売額も2,097億円（同+1.7%）まで回復し、福島県「来て。」割キャンペーンの実施などによる人流回復の効果が窺える結果となった（図表2、3）。

ドラッグストア販売額は1,241億円（同+7.4%）となった。店舗数の増加が続いており、月平均で100億円を超える規模まで拡大している（図表4）。

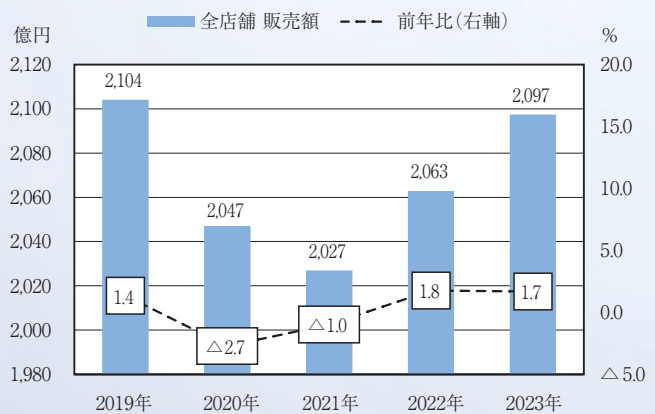
乗用車新車・中古車販売台数（ナンバーベース）は、合計165,391台（同+7.3%）となった。半導体不足の緩和などから新車販売が回復したことで中古車販売も増加し、4年ぶりに前年を上回った（図表5）。

図表2 百貨店・スーパー販売額



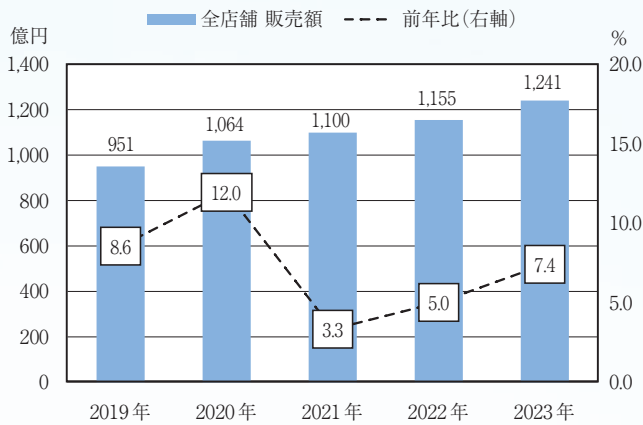
資料：経済産業省

図表3 コンビニエンスストア販売額



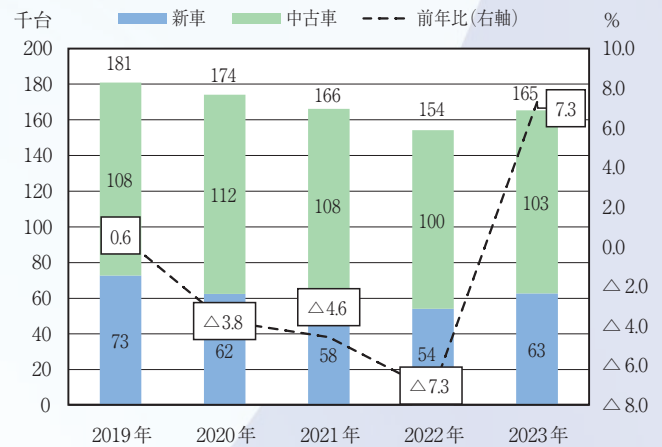
資料：経済産業省

図表4 ドラッグストア販売額



資料：経済産業省

図表5 乗用車販売台数（新車+中古車）



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

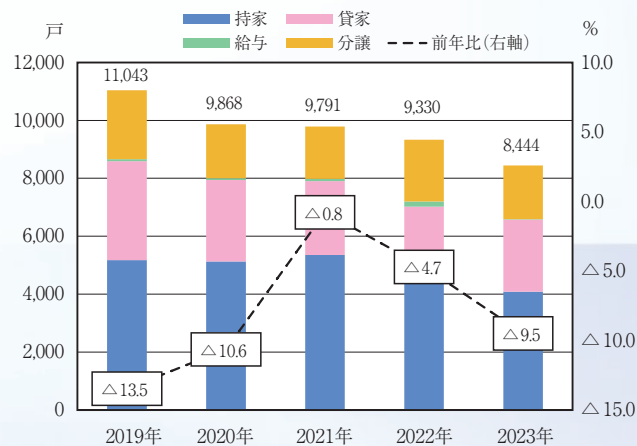
(2) 新設住宅着工戸数

新設住宅着工戸数は8,444戸で前年比△9.5%となり、7年連続で前年を下回った。円安の進行による資材価格高騰・新築価格上昇の影響が窺える結果となった(図表6)。

(3) 民間非居住用建築物

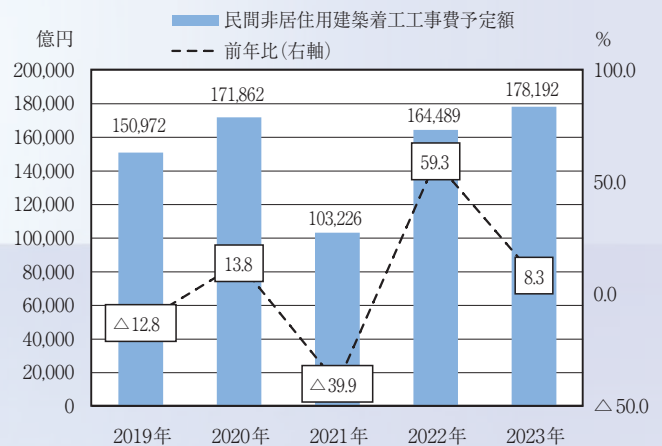
民間非居住用建築物(オフィスビルや工場、倉庫等)の工事費予定額は1,781億92百万円(前年比+8.3%)となった。10月までの累計では前年を下回っていたが、11月以降は工業団地における大規模設備投資などもあり、年間では2年連続で前年を上回った(図表7)。

図表6 新設住宅着工戸数



資料：国土交通省

図表7 着工構築物(民間非居住用)



資料：国土交通省

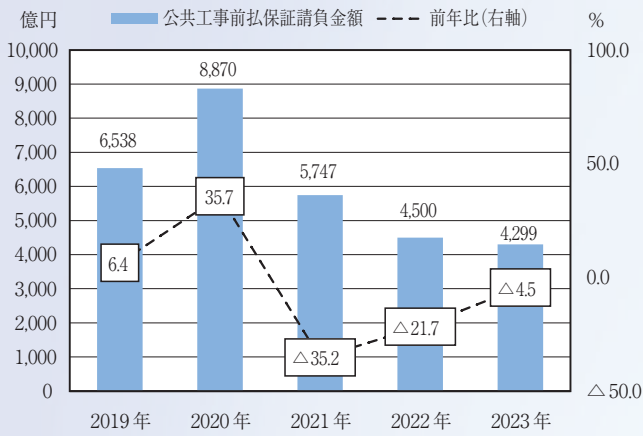
(4) 公共工事前払保証

東日本建設業保証(株)による2023年の公共工事前払保証請負金額は、4,298億50百万円(前年比△4.5%)となり、令和元年東日本台風関連工事や震災関連工事の進捗により、3年連続で前年を下回っている(図表8)。

3. 工場立地状況

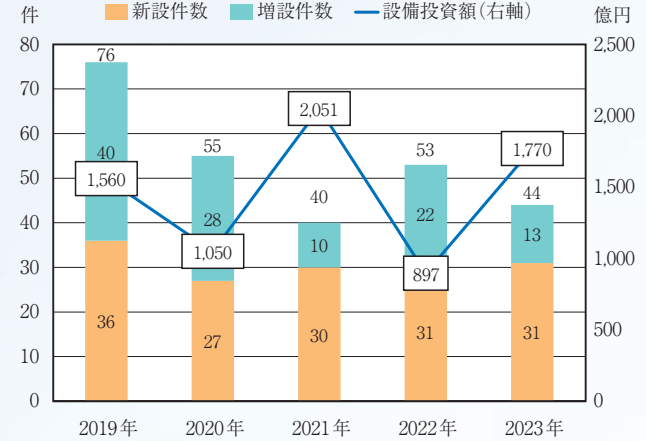
工場立地状況をみると、件数は新設が31件、増設が13件で合計44件と前年比9件減少したが、設備投資額は1,770億円と前年比873億円増加している(図表9)。業種別では「窯業・土石」「化学」が7件で最も多く、次いで「電気業」が6件などとなっている。

図表8 公共工事前払保証取扱



資料：国土交通省

図表9 工場立地動向



資料：福島県商工労働部企業立地課

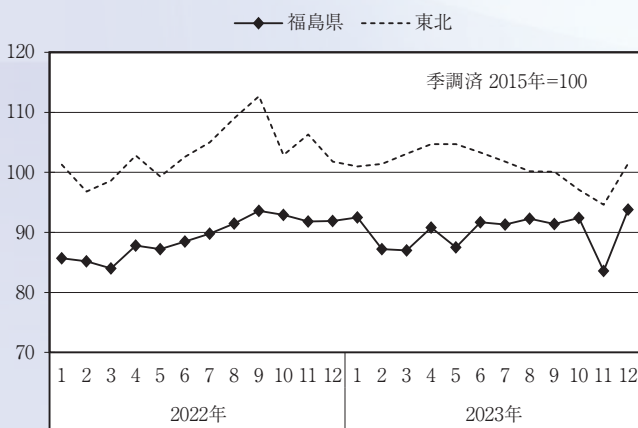
4. 生産動向

鉱工業生産指数（季節調整済指数、2015年=100）をみると、11月に一部工場の稼働停止の影響から83.6まで低下したが、2023年は概ね90前後での推移となった。品目別ウェイトが2015年基準につき、現状では実態との乖離が生じていることも考えられ、前半は東北を大きく下回ったが、中盤以降は差がやや縮まっている（図表10）。

5. 雇用動向

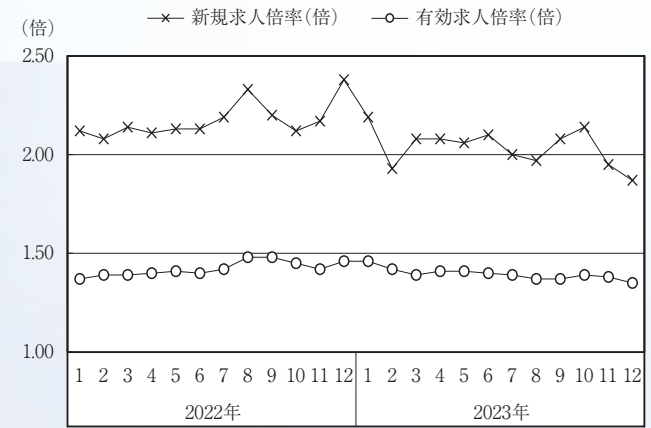
有効求人倍率（季節調整値）をみると、中盤まで1.4倍を上回り推移したが、7月以降は1.4倍を下回り、12月に1.35倍と最も低い水準となった（図表11）。中盤以降、求職者数が前年を上回るのに対し求人数が前年を下回り推移した。

図表10 福島県・東北の鉱工業生産指数



資料：福島県企画調整部統計課

図表11 求人倍率推移（季節調整値）



資料：福島労働局職業安定部

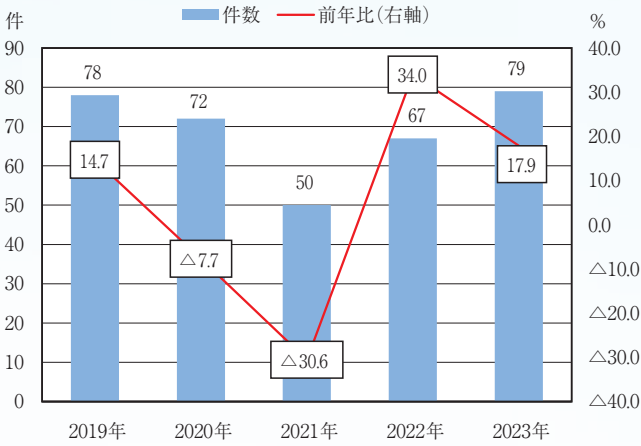
学卒を除きパートを含む

6. 企業倒産

企業倒産（負債総額10百万円以上）は、件数が79件（前年比+17.9%）、負債総額が136億91百万円（同+41.4%）と、件数・負債総額ともに前年を上回った（図表12、13）。

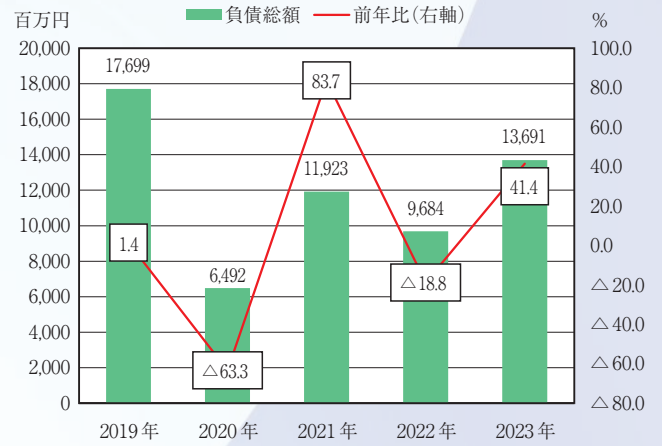
業種別の倒産件数をみると、「小売業」が20件で前年の10件から倍増となった。「サービス業」は前年比+2件ながら大規模倒産があり、負債総額では前年を大きく上回る要因となっている（図表14）。

図表12 企業倒産件数



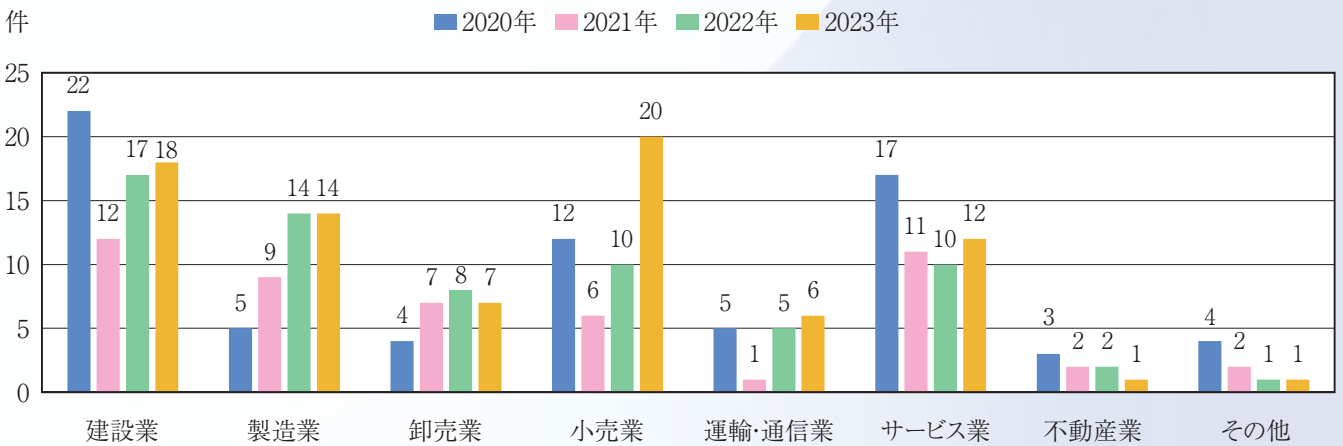
資料：帝国データバンク

図表13 企業倒産負債総額



資料：帝国データバンク

図表14 業種別倒産件数

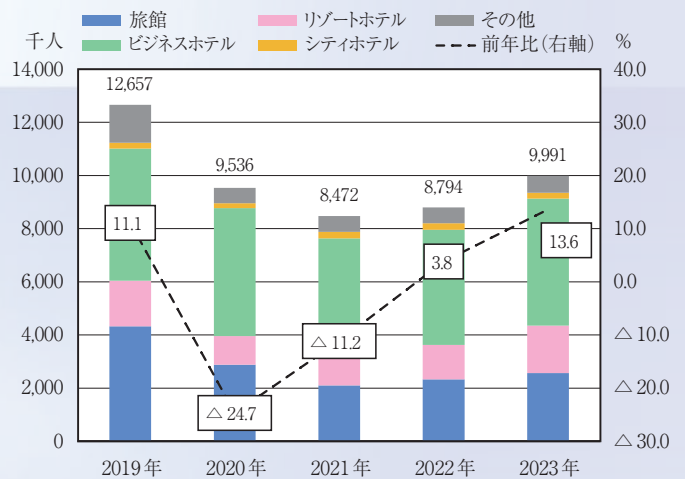


資料：帝国データバンク

7. 延べ宿泊者数

県内延べ宿泊者数は、年間9,991千人（前年比+13.6%）と2年連続で前年を上回った。コロナ禍における落ち込みから2021年まで減少したが、福島県「来て。」割キャンペーン効果などにより増加に転じている（図表15）。

図表15 延べ宿泊者数



資料：観光庁

8. まとめ

2023年はコロナ禍からの脱却により、経済活動の正常化が進む1年となったが、物価上昇や人手不足が顕著に表れるなど、景気下押しリスクの広がりもみられた。

2024年は県内企業においても賃上げの動きがみられる中、円安の進行などによるさらなる物価上昇も予想される状況にある。賃金引上げと価格転嫁が景気の好循環を生み出すことで、県内において消費マインドの向上、経済活動の活発化という流れにつながることを期待したい。（担当：木村正昭）



「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、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。

普段も、災害時も。「福島県防災アプリ」

福島県 危機管理課

福島県は今年3月、災害から県民の命を守るためのスマートフォン用アプリ「福島県防災アプリ」をリリースしました。

さまざまな防災情報のプッシュ通知、ハザードマップの確認、自分に合った避難計画「マイ避難シート」の作成など、普段も、災害時も役立つ機能が盛りだくさんです。

防災アプリの機能や今後の展望をお知らせします。

ホームページで詳しい情報を公開しています。 [福島県 防災アプリ](#) [検索](#)

災害から“命”を守る

東日本大震災、令和元年東日本台風（台風第19号）、令和3年および令和4年の福島県沖を震源とする地震、令和5年台風第13号に伴う大雨災害など、本県では近年、大規模な災害が頻発しており、県民の命を災害から守るための取り組みの一層の強化が求められている状況です。

県では、これまで各種媒体による広報や日頃の防災啓発活動などによって、県民の命を守るための情報を発信してきました。さらに、避難行動をとるために必要な情報を一元的に伝達することで、より迅速で適切な避難行動につなげていただくとともに、日頃から災害への備えに積極的に取り組んでもらうため、令和5年度に「福島県防災アプリ」を開発し、3月末にリリースしました。誰でも無料でダウンロードし、利用することができます。

【↓】 ホーム画面のイメージ。防災情報を一元的に取得できる



多彩な機能

「福島県防災アプリ」の最大の特長は“多彩な機能”です。

主な機能をご紹介します。

●防災情報のプッシュ通知

避難情報、気象情報、避難所情報、自治体からのお知らせなどがプッシュ通知されます。



現在地に加え、任意で選択した3つの地域の防災情報を受け取ることができます。

●避難所検索

最寄りの避難所の開設状況や混雑状況を確認できます。ルート案内も可能です。



通信障害などによってオフラインとなった際でも避難所にたどり着くための「避難コンパス」機能があります。

また、雨量情報、河川の水位情報、道路規制情報なども確認できます。各種ホームページを閲覧することなく、さまざまな防災情報を一元的に取得することができます。

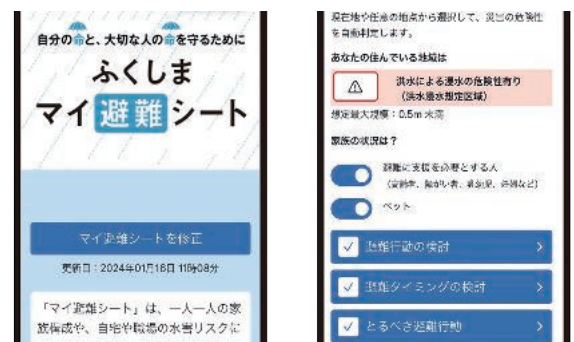
●ハザードマップの確認

洪水や土砂災害、津波などによる災害リスクを確認することができます。複数のハザードマップを重ねて表示することもできます。



●マイ避難シートの作成

家族構成や、自宅や職場の災害リスクを踏まえた、自分に合った避難計画「マイ避難シート」をスマートフォン上で作成できます。



いざという時の避難のタイミングなどをあらかじめ考えておくことで、適切な避難行動につながります。作成したマイ避難シートを家族内で共有することができます。

●グループ安否

家族、友人などによるグループをあらかじめ設定しておくことで、災害時に安否情報や位置情報を共有することができます。



(※防災行政無線と防災アプリを連携させた市町村の住民のみ利用可能)

●備蓄品リスト

家族の人数を入力すると、3日分相当の飲料や食料、衛生用品などの量が自動計算されます。不足品を確認する機能もあります。



●防災行政無線の音声の再生

防災行政無線が放送されると、プッシュ通知が届きます。音声再生ボタンを押すと、放送内容を聞くことができます。放送を聞くことが難しい場所においても、スマートフォンを持っていれば情報を入手できます。

さらなる機能の充実へ

令和5年度は、「自助」の推進に向けた機能を先行して実装しました。令和6年度は、避難所の受け付けをスムーズにする機能や避難者支援につながる機能、県民同士の「共助」を推進する機能などを追加する予定です。

災害はもう「他人事」ではありません。福島県防災アプリをダウンロードし、「自分事」としていざという時に備えましょう。



すぐにダウンロードして使ってみよう!



ペコ太郎

福島県 防災アプリ

検索

問い合わせ先

福島県危機管理課

電話：024 (521) 8651

地域の魅力

「いつまでも住み続けたいと 思えるまち」 猪苗代を目指して

～協働による未来の創造～



二瓶 盛一
猪苗代町長

●猪苗代町の概要

猪苗代町は、福島県のほぼ中央に位置し、豊かな自然の象徴である磐梯山などの山々と猪苗代湖に囲まれた地域です。

地勢は、東西に17.6km、南北に27.4kmで、394.85km²の面積を有し、標高は500～2,000mの間にあり、北高南低型です。

人口は、令和6年3月1日現在で12,584人^{*}（福島県現住人口調査）です。

気候は日本海式気候で、夏季は湿度が低く、冬季は積雪が1～2mほどになります。

山と湖が織りなす雄大で美しい自然に囲まれた当町では、古くから農林業が盛んに営まれ、生活の礎が築かれてきました。

近年においては、スキー場をはじめとするレジャー施設が整備され、「農業と観光のまち」として発展してまいりました。

また、当町は、世界的に有名な「野口英世博士」の生家記念館、会津藩初代藩主の保科正之公を祀る土津神社、亀ヶ城の雅称で親しまれている猪苗代城跡など、多くの名所旧跡が存する「歴史と文化のまち」としても広く知られています。

しかし、当町においても少子高齢化・人口減少



猪苗代町



土津神社の紅葉

が進んでおり、今後もこの傾向が続くと予想され、地域の産業や経済に与える影響が懸念されています。

加えて、アフターコロナにおけるインバウンドへの対応や町民の利便性を向上するDX（デジタルトランスフォーメーション）、SDGsの推進など、地域社会の課題に対応した政策が急務となっています。

● 第七次振興計画後期計画の推進

このため、当町では、平成29年3月に策定した「第七次猪苗代町振興計画」を見直し、令和4年3月に「第七次猪苗代町振興計画（後期計画）」として改定したところです。

後期計画の期間は、令和4年度から令和8年度までの5カ年となります。

本計画では、「ともに地域を育て、みんなが心地よく暮らせるまち 猪苗代」を基本理念として、①安全・安心を肌で感じる、②豊かな自然を活かしきる、③いつまでも猪苗代に暮らす、④人をつくる。そして、まちをつくる、⑤協働により、みらいをひらく、の5つの基本目標を定めています。

これら5つの基本目標の下に、社会情勢に対応した基本計画を定め、あらゆる年代・立場の人々が、「猪苗代に住んでみたい」、「いつまでも猪苗代に住み続けたい」という希望が持てるまちづくり、さらには猪苗代を訪れる方々が充実した時間を過ごせるような魅力あるまちづくりに現在取り

組んでいます。

● (株)ISホールディングスとの包括連携協定

このようなまちづくりの取組みの一つとして、当町では、以前からご縁のある(株)ISホールディングス（本社：東京都千代田区）との間で、地域活性化と自然資源の保全・活用に関する包括連携協定を令和3年10月に締結しました。

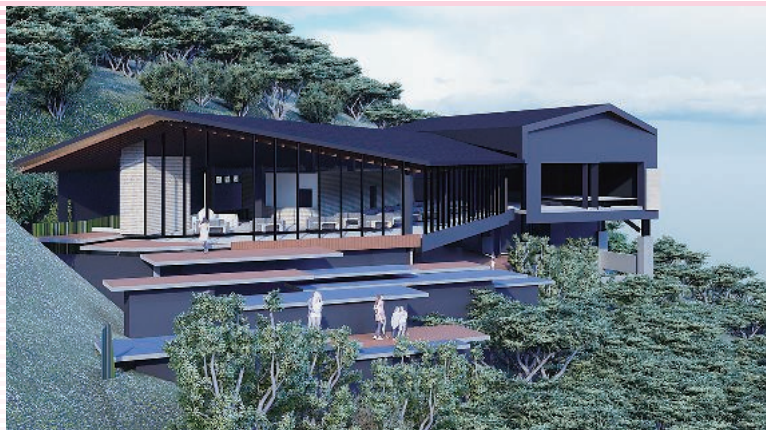
同社は、猪苗代スキー場を運営している(株)DMCaizuの親会社として、IT事業や金融事業を営んでいる企業です。

協定では、猪苗代町と同社が相互に情報共有や意見交換に努め、関係施策について緊密に連携・協力することで、地域活性化を実現することを目的としています。

この目的を達成するために、①スキー場の整備等に関する事項、②観光農園の整備等に関する事項、③自然資源を活かした再生可能エネルギーに関する事項、④猪苗代駅前の活性化に関する事項、⑤中ノ沢温泉の振興に関する事項、⑥その他両者が協議し、必要と認める事項、の6つについて、施策を進めているところです。

● 会津テラス計画の実現に向けて

この協定に基づいて、当町とDMCaizuが協力・連携して進めている「会津テラス計画」について、紹介します。



「会津スカイテラス（仮称）」の完成イメージ図

「会津テラス計画」は、猪苗代スキー場がある赤埴山^{あかはし}の山頂に、猪苗代湖を見下ろし磐梯朝日国立公園の自然を楽しむことができる眺望施設を整備する計画です。

また、山麓からこの眺望施設に通じるゴンドラリフトを新設し、磐梯山登山の新たなアクセスルートを創出する予定です。

これらのハード施設を整備することにより、スキーシーズンのみならず登山やトレッキングなど、年間を通して磐梯山の魅力を発信することができ、周辺市町村の観光振興にもつながると期待しています。

加えて、この計画では、希少な動植物を守るための「環境配慮・自然環境オフセットプログラム」や、子どもたちに向けた環境学習などの「持続的な地域社会の形成をめざした事業」等もソフト事業として実施する予定です。

この眺望施設とゴンドラリフトは、令和7年秋の開業を目指しています。

●協働により、未来をひらく

野口英世博士の肖像を採用した千円札紙幣は、今年の7月から北里柴三郎博士の新千円札となります。

野口博士の千円札は、20年間の役割を終えますが、私たちはこれからも博士の偉業を顕彰し、不屈の意思と深い人間愛の精神を後世に伝えていかなければならないと考えています。

また、当町では、令和7年度に町村合併70周年の節目を迎えますので、こうした機会を的確に捉え、私の考える町政の原点である「いつまでも住み続けたいと思えるまち」を目指して、町民や事業者の皆さまとの協働により、「魅力ある猪苗代」の未来を創造してまいります。



猪苗代湖（磐梯山頂から）

県内経済は、公共投資や住宅投資などで弱い動きが続いており、全体に弱含みがみられる。

1. 県内経済動向 (2024年2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	乗用車販売台数に弱い動きがみられるものの、消費動向全体では引き続き前年を上回る。一方、公共投資や住宅投資が低水準で推移し民間設備投資も前年を下回るなど、県内経済全体では弱含みがみられる。		
消費動向	消費動向は、百貨店・スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアがいずれも前年を上回った。一方、乗用車販売台数は引き続き一部メーカーの出荷停止の影響があり、2カ月連続で前年を下回っている。		
公共投資	公共投資は、公共工事前払保証請負金額が3カ月ぶりに前年を下回った。前年に日本原子力研究開発機構の大型発注工事が計上された反動もあり、前年比△53.6%と大幅に減少している。		
設備投資	民間非居住用建築着工は、棟数・床面積・工事費予定額がいずれも前年を下回った。工事費予定額は、前年に大幅増加した「製造業用」で減少するなど、4カ月ぶりに前年を下回った。		
住宅投資	新設住宅着工戸数は3カ月連続で前年を下回った。利用関係別にみると、「貸家」が前年比+22.7%と前年を上回ったものの、「持家」が同△14.0%、「分譲」が同△7.7%と前年を下回っている。		
生産活動	鉱工業生産指数は、季節調整済指数が84.7で前月比△9.7%となった。業種別にみると、前月上昇が「情報通信機械工業」(前月比+10.0%)など5業種に対し、低下が「化学工業」(同△20.7%)、「汎用・生産用・業務用機械工業」(同△24.8%)、「輸送機械工業」(同△7.3%)など14業種となり、一部工場稼働停止などの影響がみられた。		
雇用動向	有効求人倍率は季節調整値が1.30倍で前月比横ばいとなった。「サービス」(介護サービス、接客・給仕など)や「専門・技術」(建築・土木技術者、看護師・医療技術者など)といった職種では引き続き求人数が求職者数を大幅に上回っている。雇用保険受給者実人員は前年比+4.3%と5カ月連続で前年を上回っている。		

- 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1月データ。
- 注5：鉱工業生産指数の季節調整済指数、有効求人倍率の季節調整値は、月による稼働日数の違い、正月や年度末の決算などの社会慣習など、季節変動の影響を取り除くことで前月や前々月との比較を可能にしたもの。

〈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 →	

電子ブック版では目次記載の全ての記事をご覧ください。

