

調査

第19回「ふくしま景気ウォッチャー調査」 — 2023年4月調査 —

当研究所では、毎年4月・10月の年2回、街角の景況感の調査として「ふくしま景気ウォッチャー調査」を実施しており、今般、通算19回目となる調査を実施しました。

内閣府が毎月実施している「景気ウォッチャー調査」は全国規模の調査であり、「家計動向関連（小売・飲食など）」、「企業動向関連（製造・運輸など）」、「雇用関連（人材派遣など）」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、県内経済の「家計動向関連（小売・飲食など）」に焦点をしぼり、一般消費者と最前線で接する事業者の方々に、身の回りの消費動向や景気の現状・先行きについて判断いただいているのが特徴です。

今回の調査では、87名の方々にご回答をいただきました。厚く御礼申し上げます。

<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）

・現状判断指数（DI）（※）は全体で58.4（前回調査比+10.3㊦）と前回調査から上昇し、判断指数は横ばいを示す50を上回り、上昇局面と判断された。

◇消費動向の先行き判断（現在と比較した半年後）

・先行き判断指数（DI）は全体で56.6（同+12.7㊦）と前回調査から上昇し、判断指数は横ばいを示す50を上回り、上昇局面と判断された。

◇景気動向の現状判断（半年前と比較した現在）

・現状判断指数（DI）は全体で53.1（同+6.8㊦）と前回調査から上昇し、判断指数は横ばいを示す50を上回り、上昇局面と判断された。

◇景気動向の先行き判断（現在と比較した半年後）

・先行き判断指数（DI）は全体で53.5（同+10.0㊦）と上昇し、判断指数は横ばいを示す50を上回り、上昇局面と判断された。

◇地域別の消費・景気動向

・消費動向の現状は相双を除いた地域、消費動向の先行きは県南を除いた地域で上昇局面と判断された。

◇主な業種の指数判断

・消費動向の現状判断指数（DI）は人流増加の影響などからコンビニエンスストアと旅館・ホテルは上昇局面と判断されたが、燃料費上昇を背景にタクシーは下降局面と判断された。

◇物価上昇を踏まえた賃上げの実施状況

・全体では物価上昇を踏まえた賃上げが「実施された」または「今後実施される予定」と回答した割合が56.3%と半数を超えた。

（※）判断指数（DI値）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観察できる立場の方132名

2. 回収状況

有効回答数 87名（回答者の業種・地域内訳は6・7の通り）

回収率 65.9%

3. 調査時期

2023年4月（年2回4月と10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) の判断理由

(3) 現在と比較した半年後の消費動向

(4) (3) の判断理由

(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

(7) 物価上昇を踏まえた賃上げの実施状況

※ (1) (3) (5) (6) は5段階評価による回答とする。

※本稿では、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）算出方法

5段階の回答区分に、それぞれ下図の通り点数を与え、そ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を判断の目安とし、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（35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（19名）	料理店 酒場 など
サービス関連（23名）	旅館・ホテル タクシー 娯楽 理美容 など
住宅関連（10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(23名)	福島市、二本松市、伊達市、本宮市、伊達郡、安達郡
県中(18名)	郡山市、須賀川市、田村市、岩瀬郡、石川郡、田村郡
県南(11名)	白河市、西白河郡、東白川郡
会津・南会津(13名)	会津若松市、喜多方市、耶麻郡、河沼郡、大沼郡、南会津郡
相双(7名)	南相馬市、相馬市、双葉郡、相馬郡
いわき(15名)	いわき市

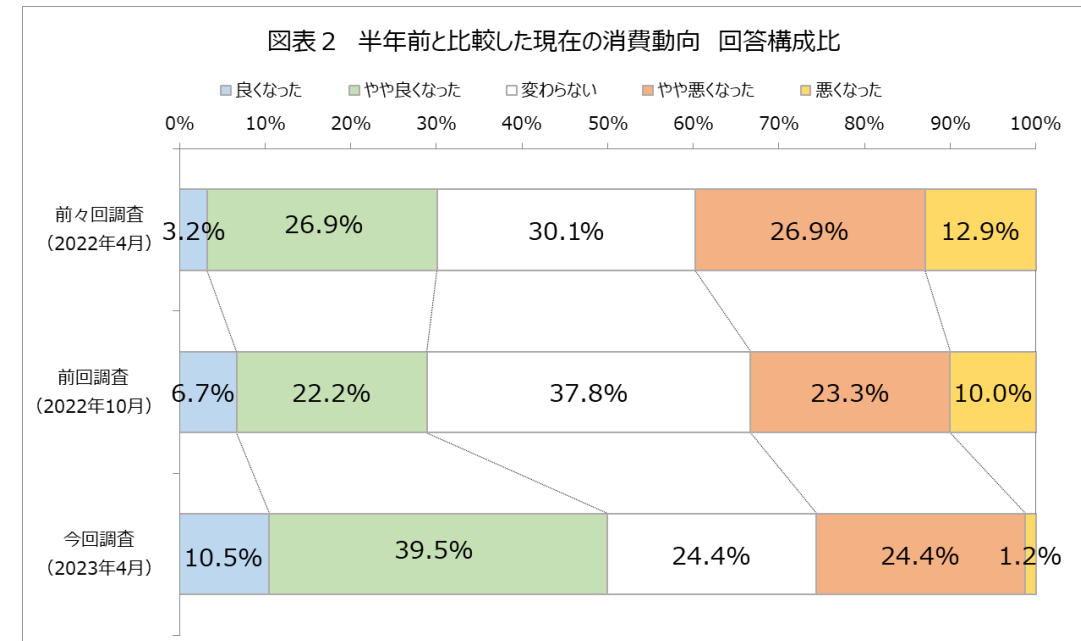
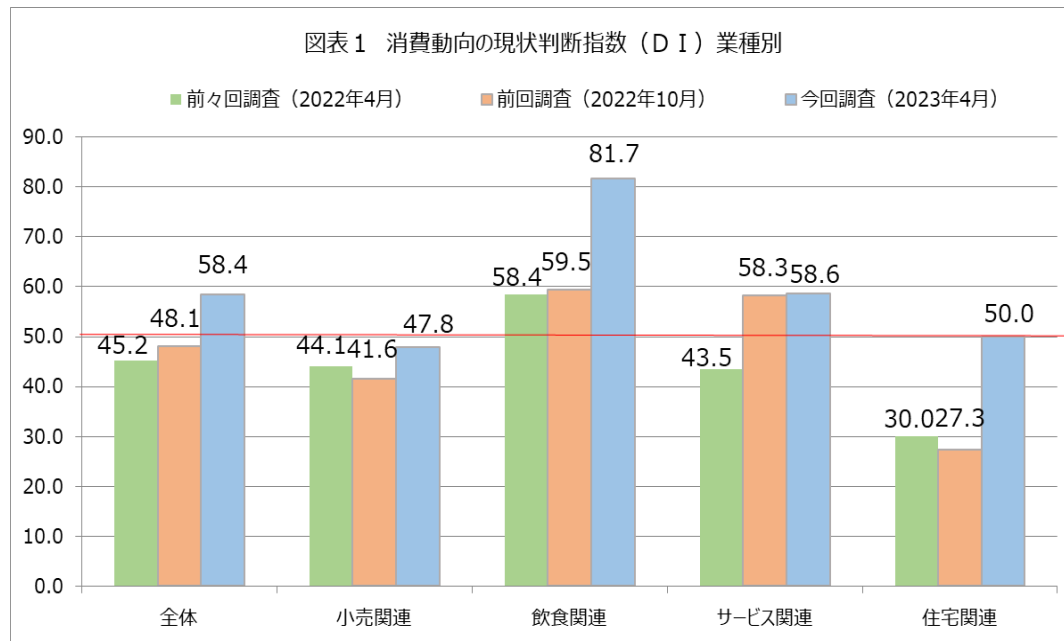
1. 消費動向の現状判断 ～新型コロナウイルスの落ち着きから、飲食・サービス関連で上昇局面にあると判断された～

ウォッチャー（アンケート調査回答者）に、日々の仕事を通じて接する顧客の様子などから判断する消費動向（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を示す現状判断指数は58.4（前回調査比+10.3㊦）と前回調査から上昇し、判断指数は横ばいを示す50を上回り、第3回調査（2015年4月実施）以来の上昇局面へと転じた（図表1）。

「良くなった」「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50.0%（前回調査比+21.1㊦）と上昇し、「悪くなった」「やや悪くなった」とマイナス判断したウォッチャーの割合が25.6%（同△7.7㊦）と低下した（図表2）。

なお、本アンケートの実施は、ロシアのウクライナ侵攻の長期化、円安などを背景に、ガソリンをはじめ原材料価格高騰、食品やサービス価格等の物価上昇が幅広い業種に影響した時期である。一方で、新型コロナウイルスの落ち着きによる人流増加の影響から、業種間で判断にバラつきがみられる結果となった。



◇業種別

今回調査では、判断指数は飲食関連81.7（前回調査比+22.2㊦）、サービス関連58.6（同+0.3㊦）で50を超え上昇局面と判断された（図表1）。

飲食関連はコロナの影響緩和により、前回調査比大幅な上昇となった。

旅館・ホテルやタクシーなどが含まれるサービス関連は、コロナの落ち着きによる観光客の増加に起因し回復基調にあるものの、物価上昇の影響を受け上昇幅は小幅に留まった。

住宅関連もコロナの影響緩和が見られ、来店客数の増加や消費意欲の向上を主因に50.0（同+22.7㊦）と横ばい局面と判断された。

一方、小売関連は47.8（同+6.2㊦）と前回比で上昇したものの、依然として下降局面と判断された。

プラス判断、マイナス判断の理由はいずれの業種でも「来店客の増加（減少）」が最も割合が高かった（図表3, 4）。

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	消費税等 の税制変 更影響	新型コロナ ウイルスの 影響	物価上昇	その他
全体	43	72.1	34.9	2.3	16.3	2.3	2.3	37.2	0.0	34.9	9.3	9.3
小売関連	10	50.0	20.0	10.0	40.0	0.0	10.0	30.0	0.0	30.0	10.0	10.0
飲食関連	18	88.9	27.8	0.0	5.6	5.6	0.0	33.3	0.0	38.9	5.6	0.0
サービス関連	12	75.0	58.3	0.0	8.3	0.0	0.0	58.3	0.0	41.7	8.3	8.3
住宅関連	3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7

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：%

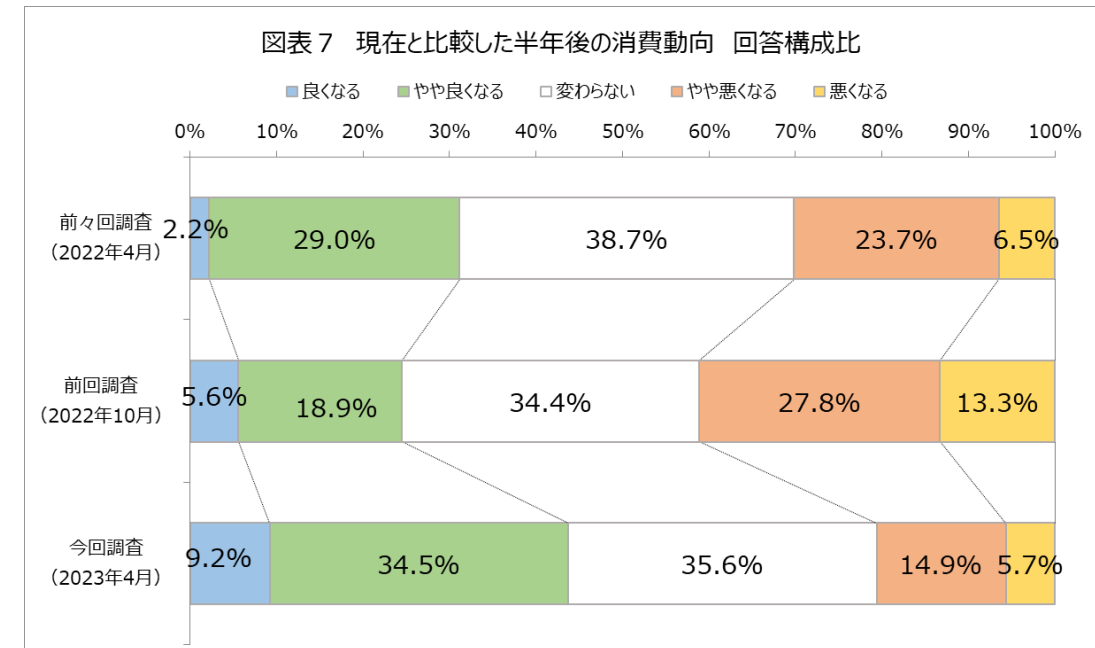
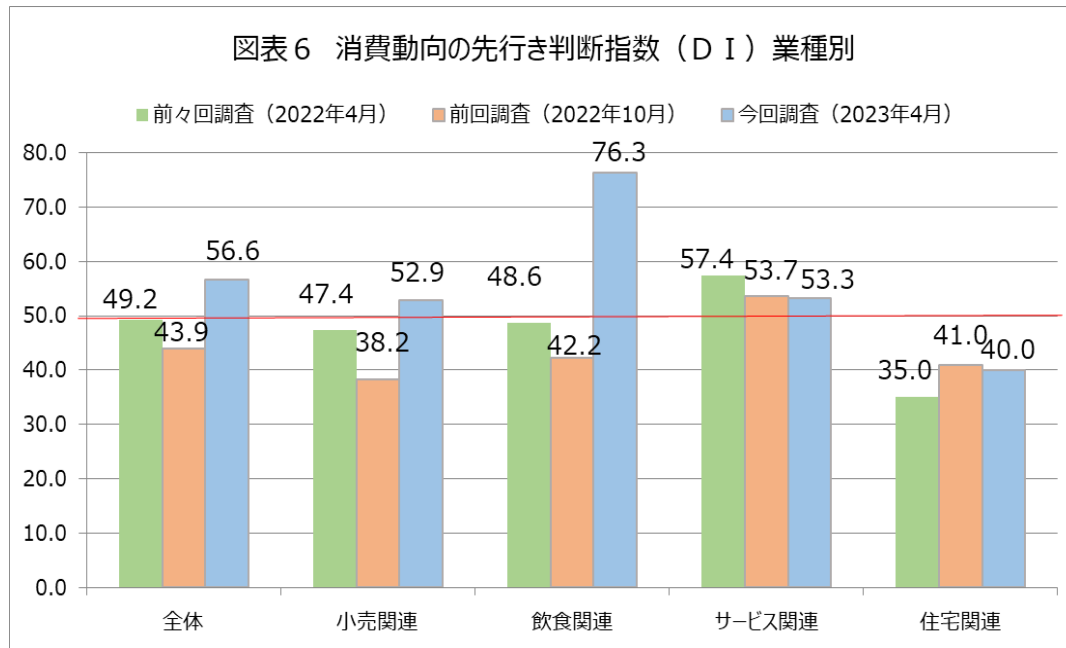
業種名	回答者数 (人)	来店客数の 減少	顧客単価 の減少	自社または 他社の出 店・撤退	消費意欲 の悪化	高価格商 品の増加	低価格商 品の増加	観光客の 減少	消費税等 の税制変 更影響	新型コロナ ウイルスの 影響	物価上昇	その他
全体	22	81.8	36.4	18.2	59.1	9.1	4.5	4.5	0.0	22.7	63.6	9.1
小売関連	13	84.6	38.5	30.8	69.2	15.4	7.7	0.0	0.0	23.1	61.5	7.7
飲食関連	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
サービス関連	6	66.7	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0	16.7	0.0	33.3	66.7	0.0
住宅関連	3	100.0	66.7	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3

2. 消費動向の先行き判断 ～新型コロナウイルスの落ち着きから飲食関連が伸長し全体を牽引した～

現在と比較した半年後の消費動向を示す先行き判断指数は56.6（前回調査比+12.7ポイント）と前回調査から大きく上昇し、第16回調査（2021年10月実施）以来3回ぶりに上昇局面と判断された（図表6）。

プラス判断となる「良くなる」「やや良くなる」の割合が43.7%（同+19.2ポイント）と上昇するとともに、マイナス判断となる「悪くなる」「やや悪くなる」の割合が20.6%（同△20.5ポイント）と低下したことで、判断指数が上昇した（図表7）。

コロナによるマイナス影響は大きく低減され、2023年5月8日にコロナの位置づけが「5類」に移行することを控えて、消費活動が活発化することが見込まれ、飲食関連を中心に上昇するとの判断が増加したものとみられる。



◇業種別

今回調査では住宅関連40.0（前回調査比△1.0 ㊦）を除き、上昇局面と判断された（図表6）。

飲食関連ではコロナの5類移行による影響から人流増加への期待もあり料理店や酒場などのウォッチャーすべてでプラス判断が見られた。人流増加の影響はほかの業種でも同様に受けるものと想定され、小売関連52.9

（同+14.7㊦）と前回調査比で上昇した。

サービス関連は53.3（同△0.4㊦）と小幅に下降するものの、依然として上昇局面と判断された。

プラス判断の理由としては、「来店客数の増加」76.3%が最も割合が高く、「新型コロナウイルスの影響」47.4%などが続いた（図表8）。行動制限解除により人流増加したことでコロナの影響が薄れてきていることから、先行きに期待して判断したと思われる。

マイナス判断の理由としては、「物価上昇」が100%とマイナス判断したすべてのウォッチャーが回答しており、物価動向の先行きは厳しいものになると判断された。

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

単位：%

業種名	回答者数 (人)	来店客数の 増加	顧客単価 の増加	自社または 他社の出 店・撤退	消費意欲 の改善	高価格商 品の増加	低価格商 品の増加	観光客の 増加	消費税等 の税制変 更影響	新型コロナ ウイルスの 影響	物価上昇	その他
全体	38	76.3	31.6	5.3	26.3	5.3	0.0	34.2	0.0	47.4	18.4	0.0
小売関連	11	63.6	36.4	9.1	45.5	9.1	0.0	18.2	0.0	54.5	27.3	0.0
飲食関連	15	93.3	20.0	0.0	6.7	0.0	0.0	33.3	0.0	40.0	13.3	0.0
サービス関連	10	70.0	40.0	0.0	30.0	10.0	0.0	60.0	0.0	60.0	10.0	0.0
住宅関連	2	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0

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

単位：%

業種名	回答者数 (人)	来店客数 の減少	顧客単価 の減少	自社または 他社の出 店・撤退	消費意欲 の悪化	高価格商 品の増加	低価格商 品の増加	観光客の 減少	消費税等 の税制変 更影響	新型コロナ ウイルスの 影響	物価上昇	その他
全体	18	33.3	27.8	22.2	61.1	27.8	0.0	0.0	5.6	16.7	100.0	16.7
小売関連	7	42.9	28.6	57.1	71.4	14.3	0.0	0.0	14.3	28.6	100.0	0.0
飲食関連	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
サービス関連	6	16.7	33.3	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	16.7	100.0	16.7
住宅関連	5	40.0	20.0	0.0	100.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	40.0

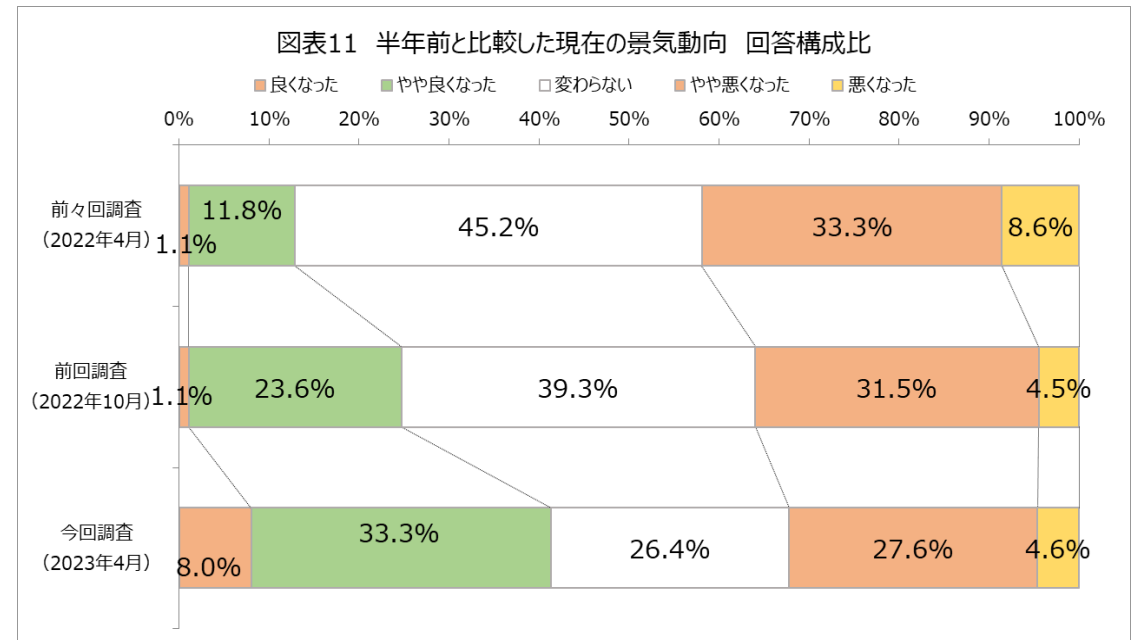
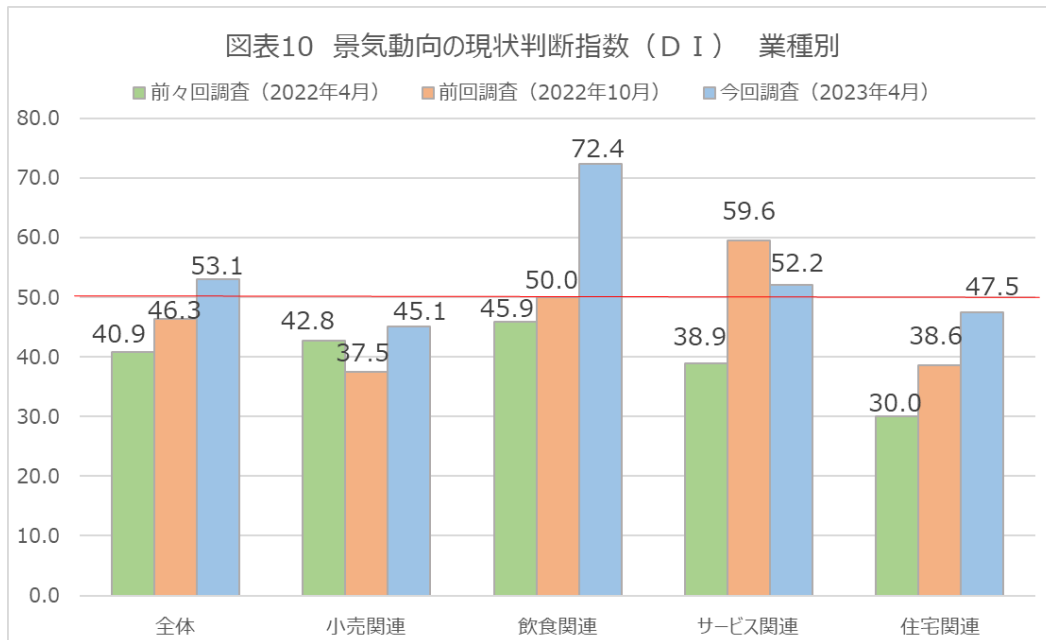
3. 景気動向の現状判断 ～飲食関連で大幅に上昇し、全体でも上昇局面にあると判断された～

半年前と比較した現在の景気動向を示す現状判断指数は53.1（前回調査比+6.8%）と上昇し、上昇局面と判断された（図表10）。プラス判断したウォッチャーの割合は16.6%上昇するとともに、マイナス判断したウォッチャーの割合が3.8%低下したことで判断指数が上昇した（図表11）。

◇業種別

前回調査比で上昇したのは、小売関連45.1（前回調査比+7.6%）、飲食関連72.4（同+22.4%）、住宅関連47.5（同+8.9%）の3業種であり、飲食関連は消費動向の現状判断と同様大きく伸長し、上昇局面にあると判断された（図表10）。

一方、サービス関連は52.2（同△7.4%）と、前回調査比で低下したものの、横ばいを示す50を上回り、依然として上昇局面にある。



4. 景気動向の先行き判断 ～現状判断同様、飲食関連で大幅に上昇し、全体でも上昇局面にあると判断された～

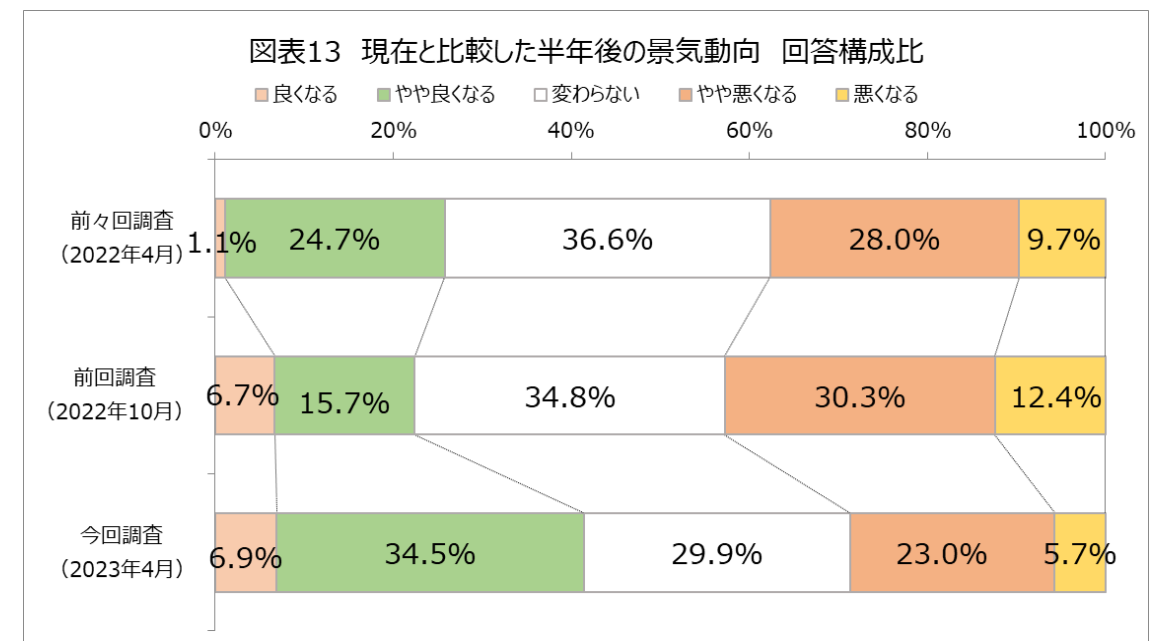
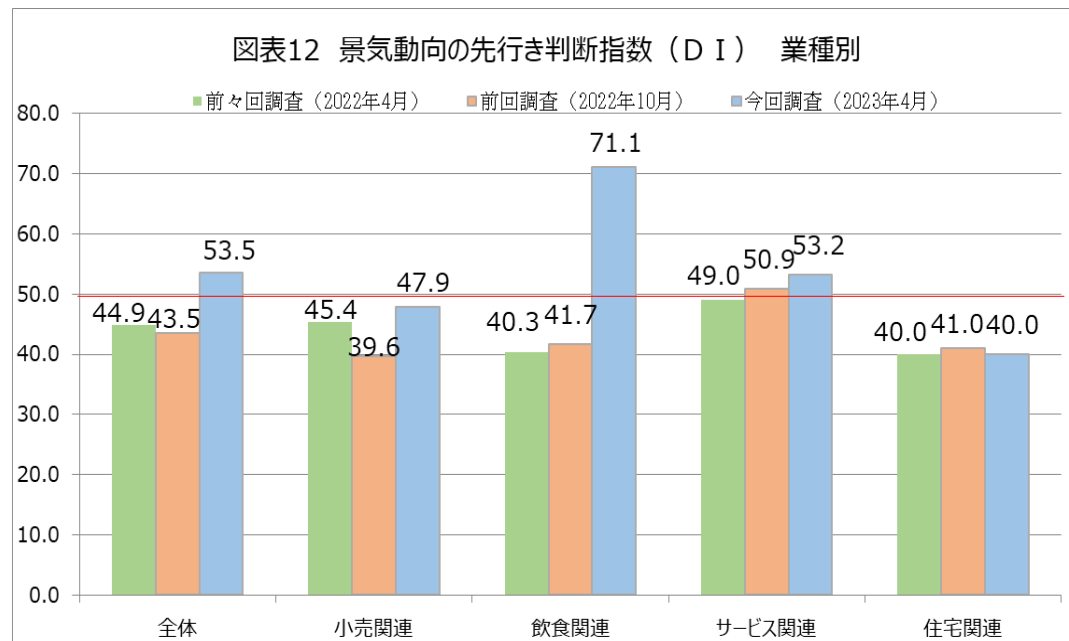
現在と比較した半年後の景気動向を示す先行き判断指数は53.5（前回調査比+10.0ポイント）と上昇し、上昇局面と判断された（図表12）。

プラス判断したウォッチャーの割合が19.0ポイント上昇するとともに、マイナス判断したウォッチャーの割合が14.0ポイント低下したことで判断指数が上昇した（図表13）。

◇業種別

前回調査比で上昇したのは住宅関連を除いた3業種。飲食関連71.1（前回調査比+29.4ポイント）の大幅上昇の影響から、全体としても上昇局面と判断された（図表12）。

物価上昇やエネルギー価格高騰などが懸念されるなかではあったが、コロナの影響緩和による人流回復の恩恵を感じている人が多いものと思われる。



5. 地域別の消費動向、景気動向の判断 ～県南・相双を除いた地域で消費動向、景気動向は上昇局面と判断～

(1) 消費動向の現状判断

相双を除いた地域で上昇局面と判断された（図表5）。

(2) 消費動向の先行き判断

県南を除く地域で上昇局面と判断された。

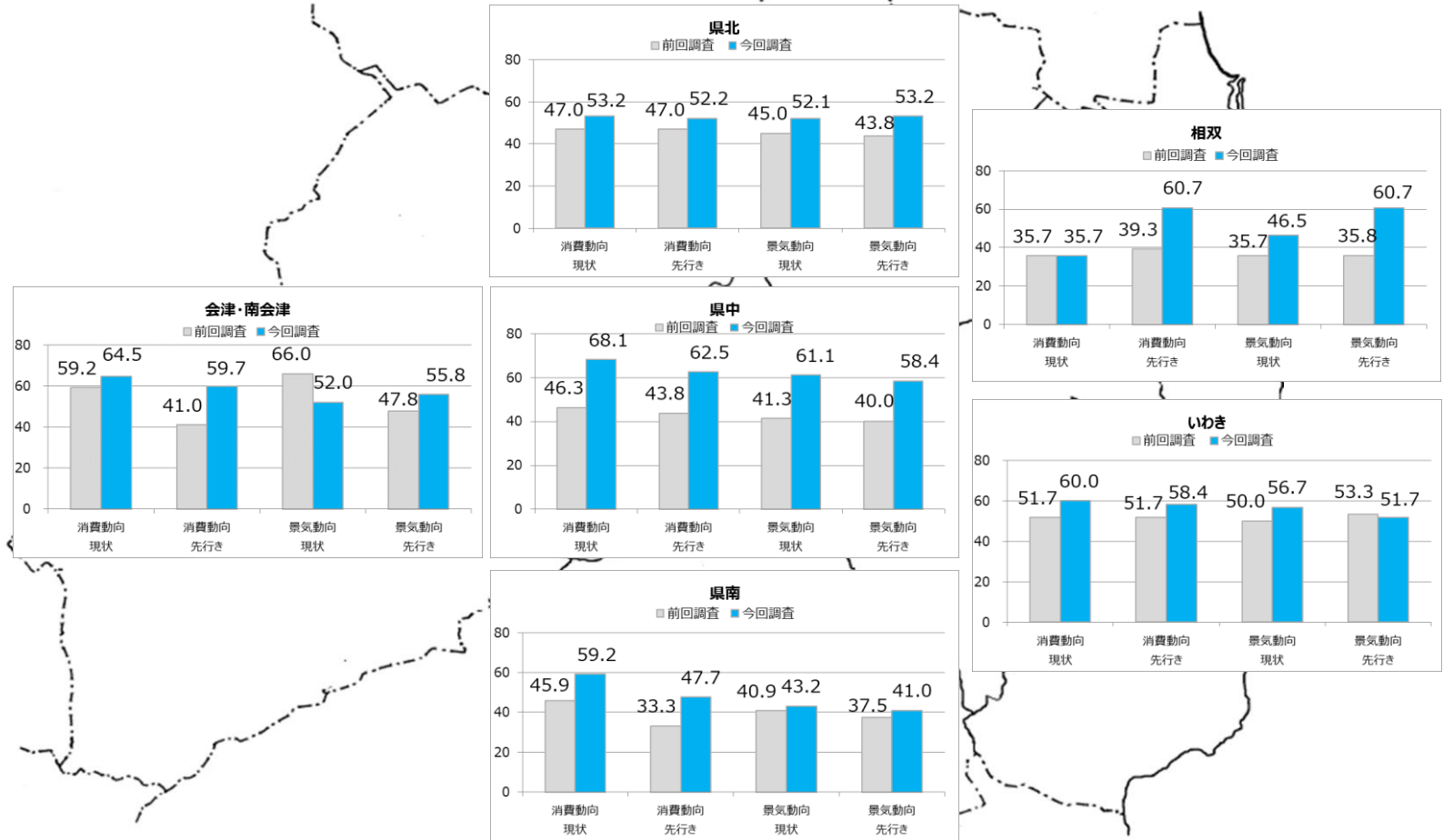
(3) 景気動向の現状判断

前回調査比で上昇したのは、会津・南会津を除く5地域であり、県中、いわきなど4地域で上昇局面と判断された。

(4) 景気動向の先行き判断

今回の調査では県南41.0（前回調査比+3.5㊦）を除いた地域で上昇局面と判断されており、前回調査比で低下したのはいわき51.7（同△1.6㊦）のみであった。

図表5 地域別の消費動向・景気動向判断指数（D I）



6. 主な業種の指数判断 ～消費動向の現状はコンビニ、旅館・ホテルで上昇局面、タクシーで下降局面と判断～

一定のウォッチャー数があり、また景気ウォッチャー調査の代表的な業種である「コンビニエンスストア」「旅館・ホテル」「タクシー」についてまとめた。

(1) コンビニエンスストア

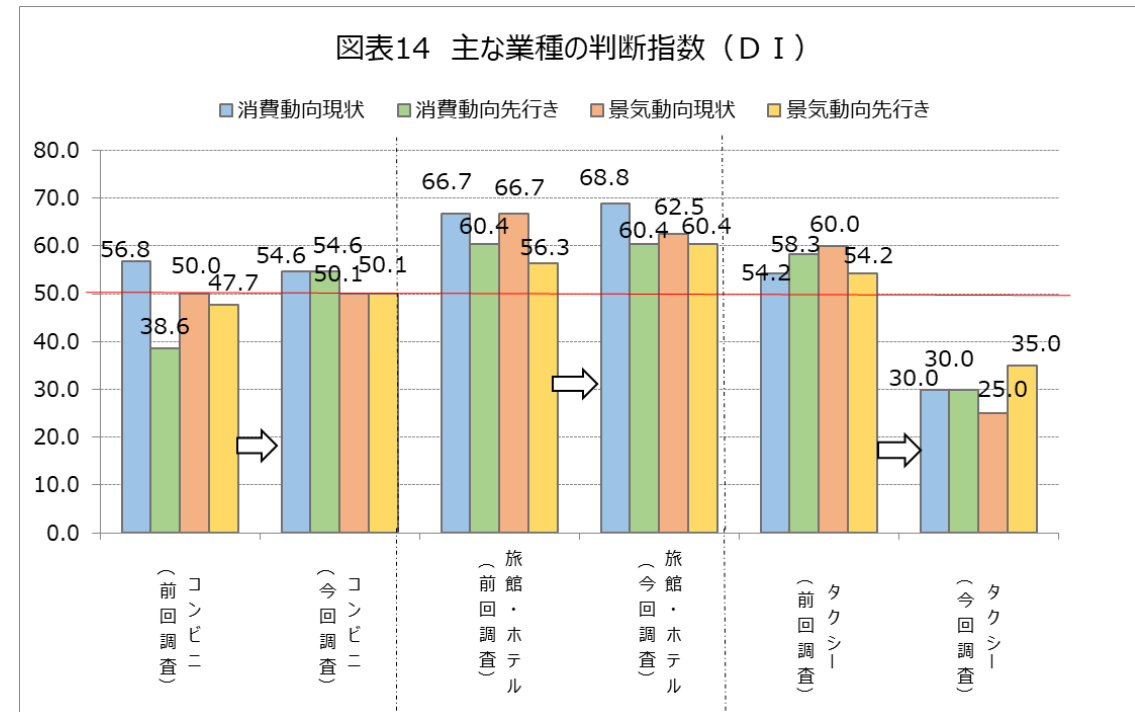
「コンビニエンスストア」は消費動向の現状判断指数が54.6（前回調査比△2.2ポイント）と前回調査に引き続き上昇局面となった（図表14）。プラス判断の理由としては「来店客数の増加」「新型コロナウイルスの影響の低減」などが多く挙げられた。消費動向の先行き判断指数については54.6（同+16.0ポイント）と前回調査から一転して上昇局面になると判断された。

(2) 旅館・ホテル

「旅館・ホテル」は消費動向現状判断指数が68.8（前回調査比+2.1ポイント）と若干の上昇を見せ、引き続き上昇局面と判断された（図表14）。プラス判断の理由としては「来店客数の増加」や「顧客単価の増加」「観光客の増加」などが多く挙げられた。消費動向の先行き指数は60.4（同±0.0ポイント）と上昇局面と判断された。旅行支援策の割引率は縮小したものの、コロナ低減による人流回復への期待感から、引き続き上昇局面と判断されたものとみられる。

(3) タクシー

「タクシー」は消費動向の現状判断指数が30.0（前回調査比△24.2ポイント）と前回調査比で大きく低下し下降局面と判断された（図表14）。マイナス判断の理由としては、「物価上昇」がすべてのウォッチャーにより選択されており、コロナによる行動制限が緩和されたものの、原油価格高騰の影響はそれ以上に重く、マイナス判断されたものと思われる。



7. 物価上昇を踏まえた賃上げの実施状況 ～賃上げが実施された、今後実施されるとの回答は半数以上を占めた～

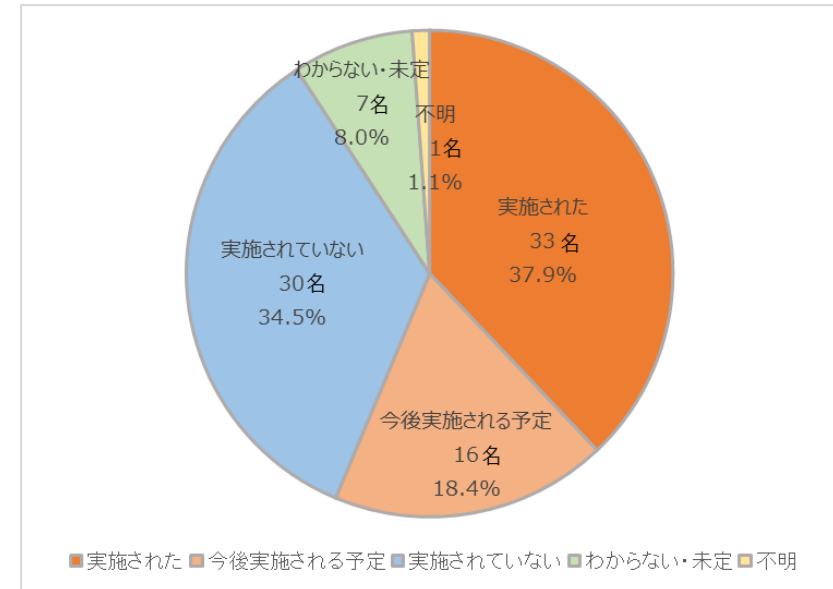
今回の特別調査では、物価上昇の影響を踏まえた賃上げの実施状況について尋ねた。

全体では、「実施された」「今後実施される予定」と回答した割合が56.3%、「実施されていない」と回答した割合が34.5%となった。

原材料価格の高止まりや、エネルギー価格の高騰の影響から、賃金改善の意識は徐々に高まっているとみられる。

一方で物価上昇に価格転嫁が追い付かず、賃金改善に踏み込めないとの声もあった。

企業の人手不足感がコロナ禍以前の水準まで高まり、物価高が進行する中、賃金改善の動向は今後の経済を見通すうえで、より重要な要素となってきている。幅広く賃上げが行われるためには、企業が生産性向上を図るとともに、適正な価格転嫁を行える環境を整備する政策を実行していくことが必要とみられる。



8. おわりに

当アンケートの実施時期における情勢について補足すると、前回調査（2022年10月実施）は、ロシアのウクライナ侵攻を背景とした原材料価格高騰や、コロナの行動制限緩和による人流の増加、円安の急速な進行による値上げが行われ、全体としては下降局面と判断された。

今回調査においては、原材料価格高騰は同様であるが、コロナの「5類」への移行を間近に控えて人流は更なる増加となり、飲食業や旅館・ホテル業のウォッチャーを中心に上昇局面と判断された。しかしながら、依然として続く物価上昇により、販売やサービスを取り巻く環境は厳しさを増していくとの意見も多く寄せられた。

ウォッチャーの皆様にはエネルギー価格の高騰や物価上昇を中心に、数多くの自由意見をお寄せいただきました。一部を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しております）。

（担当：穴戸 朋樹）

身の回りの景気に関する自由意見 – 街の声 –

業種	地域	自由意見	
小売業	県北	大変厳しい状況と認識。特にエネルギー（電気料金）高騰の影響は直接経営に大きく影響している。物価上昇については、価格転嫁（売値値上げ）の幅は、仕入れ高騰をカバーできないレベルで利益率の低下となっている。今後の見通しにおいてもエネルギー高騰が収まらないことには大きな改善にはならないとみている。 電気代の上昇。最低賃金の上昇。上記より企業として経営の効率化が求められるが、地域企業としては人員を削減せずに改善をはかっていきたい。 前期（2023年2月期）は前々期（2022年2月期）と比較し、水道光熱費が29.1%増加し利益を圧迫した。今期（2024年2月期）の予算では、10.8%増を見込んでおり、また昇給も3.5%～4.0%を計画していることから、設備投資の抑制、人時数の削減に取り組むことで利益水準を維持していく。	
	県中	製造部門に関してはコストアップが大きすぎる。値上げ交渉しているが難しい。ただ飲食店は売上がかなり伸びている。 昇給はあるものの世の中の物価上昇に追いついていない。 エネルギー価格は下がることは無いと考えます。現状維持以上の価格を想定しています。物価についてもエネルギー価格上昇を受けて確実に上昇すると考えます。	
	県南	コロナが落ち着いたと思えば仕入＆光熱費などの値上がり分が売価に反映できていない状況。今まで通りの経営継続は困難。多角的な手法で売上増を目指す。 エネルギー価格が止まらなると今後も物価・賃金の上昇は変わらないと思う。	
	会津・南会津	収まりの見えない物価上昇の中、消費者の購買意欲がどうなっていくか心配。コロナの収束が見えつつあるが戦争などの影響はまだまだありそう。 売上増に占める商品値上げの影響（単価増）が5%を超えてきており、セブンも来店客数を減らさないためにダイソー商品を各種品ぞろえするなどの対策を行っている。賃金を上げてそれがエネルギーを含む物価上昇に打ち消され、結果として消費意欲の低下につながる恐れが大きい。 社員の賃上げなど最重要テーマもあるが、コロナによる影響など地方経済が回復できていない状況での物価上昇の影響が今後は顕著に出てくるため慎重な経営判断が必要となる。 輸送費、衣類・幕、建材、鉄、木、全てが値上がりがあり、かつ公共事業は見積から実施になるまで何か月も空く場合が多い。そのため、実施になった時には当初の予算では代理店やメーカー、材料屋すべて見込んだ利益が得られないことが増える。	
	相双	コロナも落ち着きつつあり、旅行や飲食等も少しづつ回復してきている感じられるが、物価上昇が生活をおびえさせているのでしばらくこの状況が続くそうだ。 公共料金（特に電気料）がだいぶ高くなってきており、その他の商品も一律値上げになっている中、お客様もいろいろと考えながら買い物をなされていると思います。特にコンビニでは電子マネーの決済がお年寄りにも普及しており、レジ前で操作してお買物なされている様です。 浜通り地区では復興作業が進んで事業・作業員さんも少なくなってきています。新型コロナウイルス感染状況もだいぶ落ち着いて、行事・イベント等の活動が進んで、人の流れは多くなっています。今後新型コロナウイルスの予防に努めながら新しい生活様式でコロナ前に戻るよう期待しています。	
	いわき	戦争が止まってもエネルギーはすぐには下がらないと思う。なので2～3年は高止まりなおかつじわじわ上昇するのではないかと。給与が上がる会社も多いと思うが、上げられないところも多く、半々？大きく差が出る。うまく乗れる業種、会社になれるかが分かれ目なのでは。	
	住宅・不動産販売	県北	今後も当面の間は良い方向に進むとは思われない為、日々の生活の事を考えるのが精いっぱい住宅購入という選択肢が優先順位としては低くなると思われれます。
		県中	今年後半までは原材料の値上げが続くのではないかとと思われる。高くなった金額に消費者が慣れるのがいつ頃になるかで購買意欲が変わると思われる。
		県南	住宅建設にかかわるメーカーからの度々の値上げ。建築コストがどこまで上がり続けるのか。不安は増すばかりです。中小企業にお勤めしている方々にも賃上げが実行されたら有り難いが現実的には難しい様に思っています。日常生活での物価上昇はボディブローのように影響が出てくるはずで。
		会津・南会津	12月～2月までは上昇したが、国の補助が入って一旦落ち着いたが、10月以降また上昇すると思っている。
	いわき	物価上昇分を全て価格転嫁できない為、利益が圧縮されている。よって中小企業の賃上げは簡単ではない。	

身の回りの景気に関する自由意見 - 街の声 -

業種	地域	自由意見
飲食業	県北	当店は今年から値上げをしました。これからも電気料金、原材料の価格高騰は続くと思われま。経営をしていく為にはすべての高騰にあわせ値上げしか考えられません。 従来の値上げに更にエネルギー価格も中小企業においては商品価格転嫁も必然となるし、賃上幅とのバランスが困難で企業、個人にとってもさらに厳しくなると感じる。
	県中	巡り巡って自らの利益に反映される可能性は感じています。ただしお金はB/Sに則れば「行って来る」ので最初に「行かせる」資金がなかなかついていけないので融資なり資金繰りを考えねばなりません。 現状でも大変だが、この先どうなるのか不安しかない。こんな小さな自営業を守る法律はないのでしょうか。雇用者を守ることも大切ですが、職種サービス業の中での雇用時間、給料、見直しをしていきたい。ただ経営者側の生活はどうでもいいのでしょうか。 電気料金や物価上昇はかなり営業を妨害していると思う。売上の10%以上を電気、ガスに対する支払いになっている。今後も上がると商売は難しくなると思う。
	県南	食料品や電気・ガス料金の値上げなどが家計を圧迫する。企業も十分な価格転嫁ができないなど収益も減り大変。 商品の値上げをしたが再値上げを検討しなければと思うが出来ない。つらい。
	会津・南会津	電気料金の値上げや仕入れ価格の上昇また人件費の上昇で一度価格を値上げしましたが、それでもさらに値上分以上の諸物価の値上で大変厳しいです。これ以上の値上げをすると客離れになるのではと思いつつ値上げが出来ない状況です。
	いわき	ほぼ全ての企業にとって電気料金等の値上げは経営を困難にさせる大きな問題である。助成金等だけでは決して埋められない大きな穴であり、今後冷凍、冷蔵庫などの買いしづり、機器等の購買意欲の低下が表れてくると思う。
サービス業	県北	エネルギー価格、物価上昇の影響はかなり大きいです。とはいえなかなか値上げと踏み切れない状況でもあります。 昨年開店以来初の価格改定を実施したが、今回のエネルギー価格の高騰により影響はあった。今後もエネルギー価格も含め全体的に高騰が続くようになるとまた価格改定をするにもお客様のことを考えると悩むところです。 急激なエネルギー価格の高騰により仕入れ価格も毎月単価が変更されています。お客様への価格転嫁は全く追いつかずできませんでした。電気を使用しないで灯油や重油の安い週に買い、こまめに石油ファンヒーターなど使いお部屋ごとに暖めていました。 価格転嫁しなければ経営が維持できなくなってくると思います。 原油価格は依然として高止まり状態にて物価高騰が続いているが、コスト上昇分を価格にすぐに反映することは不可能な状況である。また、コロナは5類に移行するが、人流がすぐにコロナ前まで回復するとは思えず、さらに雇用調整助成金のコロナ特例が3月で終了することから休業による勤務調整ができなくなることもあり、経営環境の先行きは極めて不透明であると言わざるを得ない。
	県中	食材の高騰はメニュー構成や価格改定で吸収していくが、電気・燃料の高騰は企業の自助努力の範囲を越えている。今期予算ではコロナ明けの売上回復・収益改善分を電気代、燃料費で吸い上げられるイメージとなっております。今後の動向に注視している。 重油等化石燃料系の価格は落ち着いてくる。電気料金については値上げの影響がこれから出てくる。物価上昇の動きはあらゆるものに影響し全体の物価上昇率に反映してくる。
	県南	今後更に値上げが行われると自店の努力だけではどうにもならなくなり料金を上げざるを得ない状態です。出来る限り共感をもっていただけるタイミングで値上げを考えております。 光熱費の値上げが今後も続くと思しますのでそれにあわせて値上げをしていいのか迷っています。
	会津・南会津	電気ガス代は限度迄上昇しております。その他諸物価の高騰の影響も大きく4月1日から宿泊料金単価を5%程度値上げさせていただきましたが秋ごろまで様子を見て再値上げも必要になるかもしれません。 エネルギー価格は高止まりのまま物価も全てのものが上り、給料は変わらないので厳しい状況が続いていくものと思われる。コロナが終了しても現状の状況ではよくなる先が見えない。 他にも値上げ、その他経費の高騰により価格交渉(値上げ)を断行せざるを得ないなど将来的なところでは不安は残る。
	相双	エネルギー価格の高騰や物価の上昇を受け一般市民の皆さんの消費意欲がかなり冷え込んでいる印象。新型コロナウイルス感染症が収束に向かいつつあるなかでも売上の伸びは見られず、むしろ前年同期比で減少傾向にある。 電気・ガス・重油などの価格は高止まりのため、太陽光発電などを導入して対応するしかありません。
	いわき	仕入、物価上昇で利益確保がますます厳しくなると思われる。物価上昇分料金値上げが難しい。