

調査

第17回 「ふくしま景気ウォッチャー調査」

— 2022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17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していただいているのが特徴です。

今回は、新型コロナウイルス感染拡大（以下：コロナ）や3月の福島県沖地震など、大変な時期にもかかわらず96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45.2（前回調査比+3.4^{ポイント}）と前回調査からやや上昇したが、判断指数は横ばいを示す50を下回り下降局面と判断された。

◇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49.2（同△13.5^{ポイント}）と前回調査での上昇局面から一転し、再び下降局面と判断された。

◇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40.9（同△3.1^{ポイント}）と下降し、下降局面と判断された。

◇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44.9（前回調査比△17.5^{ポイント}）と大きく下降し、前回調査から一転して下降局面と判断された。

◇主な業種の指数判断

- ・消費動向の先行き判断指数（DI）はコンビニと旅館・ホテルが人流増加などの先行き期待感から上昇局面と判断された。

◇新型コロナウイルス感染拡大による影響

- ・全体では「悪い影響がある」または「やや悪い影響がある」とマイナス回答したウォッチャーが前回調査比で下降したものの、依然として7割を超えている。

(※) 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敏感に観察できる立場の方133名

2. 回収状況

有効回答数 96名 回答者の業種・地域内訳は6・7のとおり
回収率 72.2%

3. 調査時期

2022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) 新型コロナウイルスの影響

※(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) の算出方法

5段階の回答区分に、それぞれ下図のとおり点数を与え、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を判断の目安としており、50を上回っていれば上昇局面、50を下回っていれば下降局面と判断する。

回答区分	良くなった 良くなる	やや良くなった やや良くなる	変わらない	やや悪くなった やや悪くなる	悪くなった 悪くなる
点 数	+1	+0.75	+0.5	+0.25	0

6. 調査回答者の所属分野・業種

分 野	調査対象者の代表的な業種
小 売 関 連 (39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 (20名)	料理店 酒場 など
サービス関連 (27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 (28名)	福島市、二本松市、伊達市、本宮市、伊達郡、安達郡
県 中 (25名)	郡山市、須賀川市、田村市、岩瀬郡、石川郡、田村郡
県 南 (10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 (5名)	南相馬市、相馬市、双葉郡、相馬郡
い わ き (15名)	いわき市

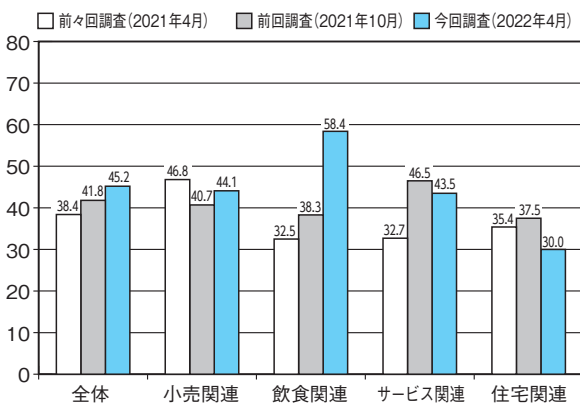
1. 消費動向の現状判断

～飲食関連は上昇局面と判断されたが、
全体では依然として下降局面と判断～

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45.2（前回調査比+3.4ポイント）と前回調査からやや上昇したが、判断指数は横ばいを示す50を下回り、第4回調査（2015年10月実施）以降14回連続で下降局面であると判断された（図表1）。

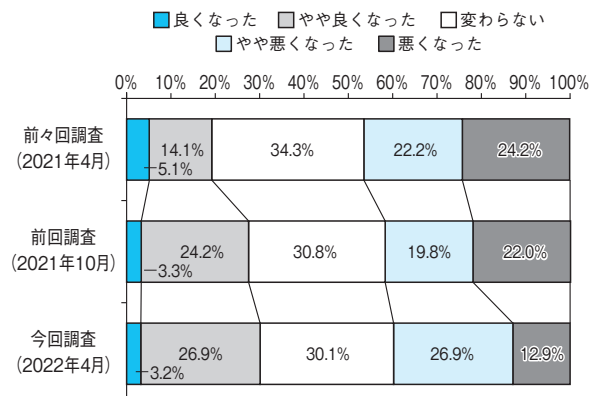
図表1 業種別の消費動向の現状判断指数（DI）



「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は39.8%（前回調査比△2.0ポイント）と低下するとともに、「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30.1%（同+2.6ポイント）と上昇した（図表2）。

なお、本アンケートの実施は「まん延防止等重点措置」（以下：まん防）が3月6日に解除され、人流増加に伴って4月の新規感染者数が月別で過去最多となる累計15,717人に達するなど、コロナが再拡大した時期である。他にもロシアのウクライナ侵攻などを背景に、ガソリンや原材料価格が高騰するなど、企業活動・住民生活にとって不安

図表2 半年前と比較した現在の消費動向 回答構成比



図表3 業種別の「良くなった」「やや良くなった」とプラス判断した理由（複数回答）

（単位：％）

業種名	回答者数(人)	来店客数の増加	顧客単価の増加	自社または他社の出店・撤退	消費意欲の改善	高価格商品の増加	低価格商品の増加	観光客の増加	消費税等の税制変更影響	新型コロナウイルス影響	その他
全体	28	78.6	32.1	7.1	21.4	7.1	0.0	21.4	0.0	32.1	0.0
小売関連	10	70.0	50.0	10.0	20.0	0.0	0.0	10.0	0.0	30.0	0.0
飲食関連	10	90.0	30.0	0.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0	50.0	0.0
サービス関連	8	75.0	12.5	12.5	25.0	0.0	0.0	37.5	0.0	12.5	0.0
住宅関連	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

図表4 業種別の「悪くなった」「やや悪くなった」とマイナス判断した理由（複数回答）

（単位：％）

業種名	回答者数(人)	来店客数の減少	顧客単価の減少	自社または他社の出店・撤退	消費意欲の悪化	高価格商品の増加	低価格商品の増加	観光客の減少	消費税等の税制変更影響	新型コロナウイルス影響	その他
全体	37	70.3	21.6	5.4	48.6	13.5	0.0	27.0	2.7	83.8	13.5
小売関連	14	85.7	28.6	14.3	71.4	28.6	0.0	28.6	0.0	78.6	14.3
飲食関連	4	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	100.0	0.0
サービス関連	13	61.5	7.7	0.0	23.1	7.7	0.0	38.5	7.7	92.3	7.7
住宅関連	6	66.7	50.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3

要素が重なった時期であり、今回の下降局面とする結果に大きく影響していると考えられる。

(1) 業種別

今回調査では、前回調査と比較し、判断指数は住宅関連30.0（前回調査比△7.5ポイント）とサービス関連43.5（同△3.0ポイント）が下降する一方、飲食関連58.4（同+20.1ポイント）と小売関連44.1（同+3.4ポイント）が上昇した（図表1）。飲食関連においては、「まん防（2022年1月27日～同年3月6日）」が解除され営業時間短縮等の規制が緩和されたことで、判断指数が大きく上昇した。

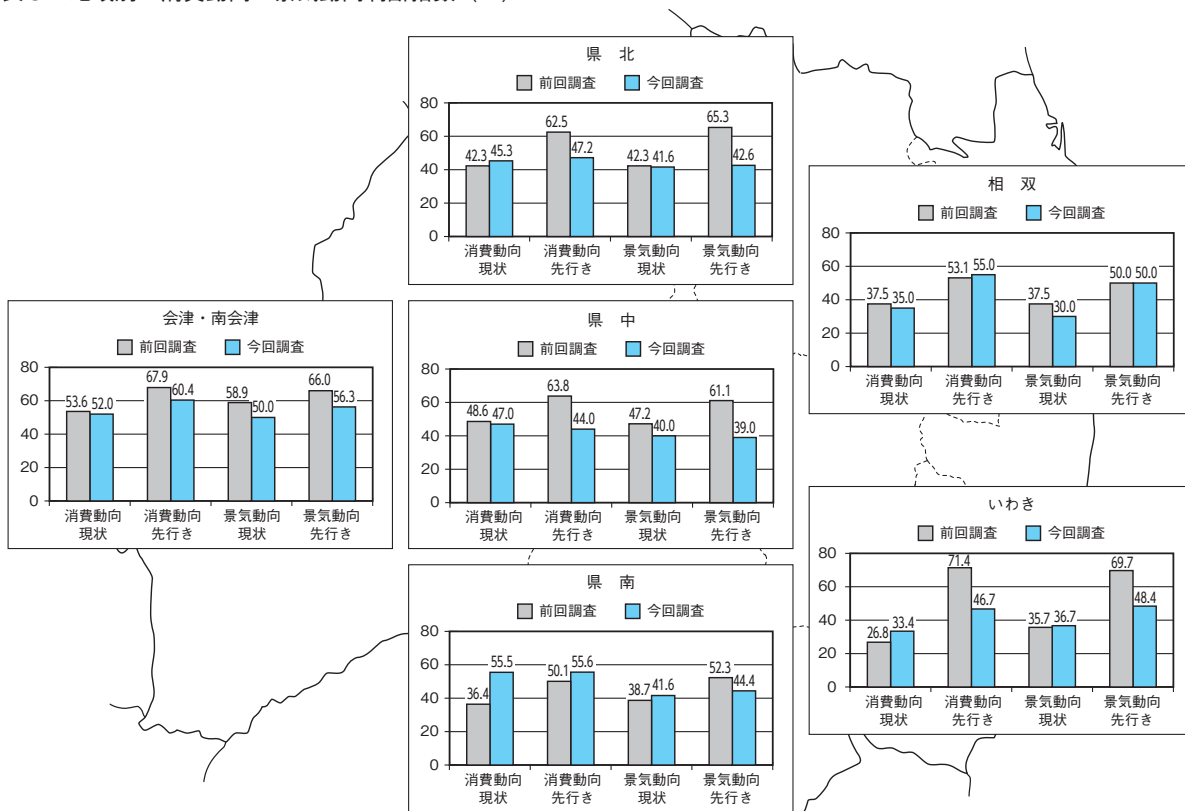
プラス判断の理由としては「来店客数の増加」78.6%、マイナス判断の理由としては「新型コロナウイルス影響」83.8%が最も割合が高かった（図表3、4）。プラス判断したウォッチャーがゼロとなった住宅関連を除き、いずれの業種も「来店客数の増加」がプラス判断の理由として最も割

合が高かった。一方、マイナス判断においては、「新型コロナウイルス影響」が小売関連を除く3業種（飲食、サービス、住宅）で最も割合が高かった。小売関連は「来店客数の減少」が85.7%と最も高く、「新型コロナウイルス影響」78.6%を上回った。

(2) 地域別

消費動向の現状判断指数について前回調査比で上昇したのは、県南55.5（前回調査比+19.1ポイント）、県北45.3（同+3.0ポイント）、いわき33.4（同+6.6ポイント）の3地域であった（図表5）。会津・南会津52.0（同△1.6ポイント）が前回調査比で下降したものの判断指数は50を超え、県南とともに上昇局面にあると判断された。一方、相双35.0（同△2.5ポイント）はマイナス判断するウォッチャーが多く、判断指数がいわき同様に30台と低い水準にある。

図表5 地域別の消費動向・景気動向判断指数（DI）



2. 消費動向の先行き判断

～前回調査における上昇局面との判断から一転し、下降局面と判断～

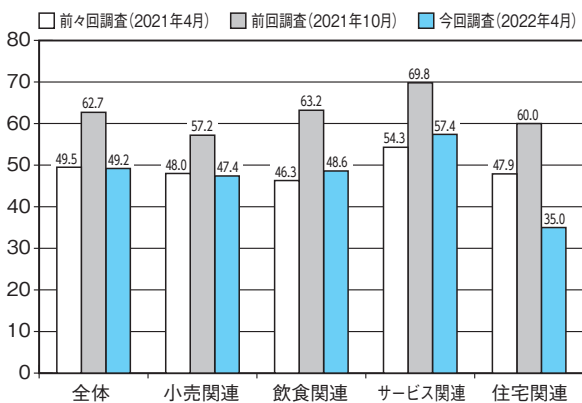
現在と比較した半年後の消費動向を示す先行き判断指数は49.2（前回調査比△13.5ポイント）と、前回調査における上昇局面との判断から一転し、再び下降局面と判断された（図表6）。プラス判断となる「良くなる」「やや良くなる」の割合が31.2%（前回調査比△28.2ポイント）と大きく低下すると

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30.2%（同+13.7ポイント）と上昇したことで、判断指数が大きく下降した（図表7）。今回調査では、コロナの影響に加え、円安などによる原材料価格やガソリン価格などの物価上昇など、消費動向に与えるマイナス材料が山積したため、下降局面に転じるとの判断が増加したとみられる。

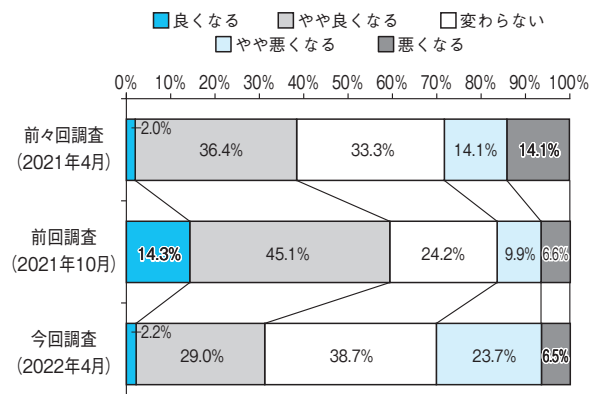
(1) 業種別

前回調査では、人流が戻りつつある中での先行

図表6 業種別の消費動向の先行き判断指数（DI）



図表7 現在と比較した半年後の消費動向 回答構成比



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影響	その他
全体	28	75.0	25.0	10.7	28.6	7.1	0.0	46.4	0.0	39.3	17.9
小売関連	11	72.7	27.3	9.1	18.2	0.0	0.0	36.4	0.0	45.5	27.3
飲食関連	6	100.0	33.3	16.7	33.3	16.7	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
サービス関連	11	63.6	18.2	9.1	36.4	9.1	0.0	54.5	0.0	27.3	18.2
住宅関連	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	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影響	その他
全体	28	67.9	17.9	7.1	46.4	28.6	0.0	7.1	3.6	57.1	32.1
小売関連	12	83.3	16.7	16.7	58.3	41.7	0.0	8.3	0.0	41.7	41.7
飲食関連	7	71.4	14.3	0.0	28.6	0.0	0.0	14.3	14.3	71.4	28.6
サービス関連	4	50.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	75.0	25.0
住宅関連	5	40.0	40.0	0.0	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	60.0	20.0

きへの期待感から、すべての業種において上昇局面と判断されていたが、今回調査ではサービス関連57.4（前回調査比△12.4ポイント）を除き、下降局面と判断された（図表6）。

特に住宅関連35.0（同△25.0ポイント）は、木材などの原材料価格高騰もあって先行きをプラス判断しているウォッチャーはいなかった。サービス関連は旅館・ホテルのウォッチャーを中心にプラス判断が多く、唯一、上昇局面と判断された。コロナは沈静化に至らないものの、「まん防」解除により行動制限が無くなったことや「福島県 県民割プラス」などの支援策により人流が戻ることへの期待感から、上昇局面と判断されたものとみられる。

プラス判断の理由としては、「来店客数の増加」75.0%が最も割合が高く、次いで「観光客の増加」46.4%などが続いた（図表8）。マイナス判断の理由としては、「来店客数の減少」67.9%が最も割合が高く、次いで「新型コロナウイルス影響」57.1%などが続いた（図表9）。

(2) 地域別

消費動向の先行き判断指数については、前回調査比で上昇したのは、県南55.6（前回調査比+5.5ポイント）と相双55.0（同+1.9ポイント）の2地域であった（図表5）。会津・南会津60.4（同△7.5ポイント）が前回

調査比で下降しているものの、60を超える高水準にある。一方、いわき46.7（同△24.7ポイント）は大きく下降し、下降局面に転じた。

3. 景気動向の現状判断

～判断指数は下降し、前回調査に引き続き下降局面と判断～

ウォッチャー自身の回りの景気（経済情勢）について尋ねた。

半年前と比較した現在の景気動向を示す現状判断指数は40.9（前回調査比△3.1ポイント）と下降し、下降局面と判断された（図表10）。プラス判断したウォッチャーの割合は9.1ポイント低下するとともに、マイナス判断したウォッチャーの割合が8.9ポイント上昇したことで、判断指数が下降した（図表11）。

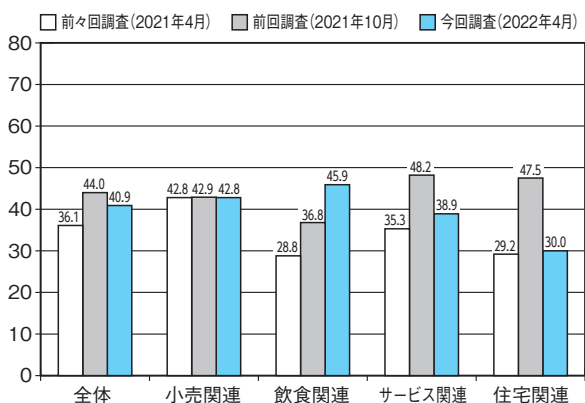
(1) 業種別

前回調査比で上昇したのは、飲食関連45.9（前回調査比+9.1ポイント）のみであり、小売関連42.8（同△0.1ポイント）の減少幅が小幅にとどまる一方、住宅関連30.0（同△17.5ポイント）とサービス関連38.9（同△9.3ポイント）は大きく下降し、前々回調査並みの水準となった（図表10）。

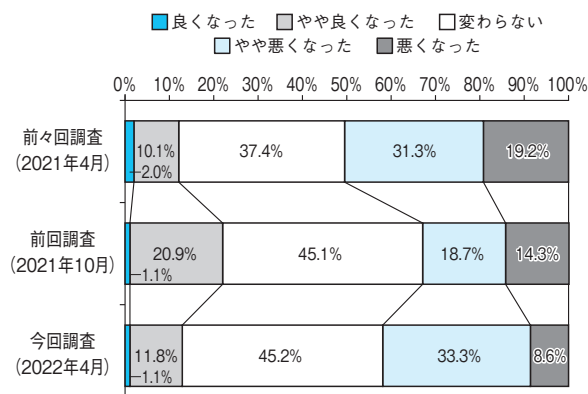
(2) 地域別

前回調査比で上昇したのは、県南41.6（前回調

図表10 業種別の景気動向の現状判断指数（DI）



図表11 半年前と比較した現在の景気動向 回答構成比



查比+2.9ポイント)といわき36.7(同+1.0ポイント)の2地域にとどまった。最も高い会津・南会津50.0(同△8.9ポイント)でも横ばいで、上昇局面と判断された地域は無かった(図表5)。

4. 景気動向の先行き判断

～前回調査における上昇局面から一転し、
下降局面と判断～

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44.9(前回調査比△17.5ポイント)と大きく下降し、前回調査における上昇局面との判断から一転し、下降局面と判断された(図表12)。

プラス判断したウォッチャーの割合が32.5ポイント低下するとともに、マイナス判断したウォッチャーの割合は23.4ポイント上昇したことで、判断指数が大きく下降した(図表13)。

(1) 業種別

前回調査では、飲食関連とサービス関連で70台に近づくなど上昇局面と判断されたが、今回調査では飲食関連40.3(前回調査比△28.8ポイント)、サービス関連49.0(同△19.9ポイント)など、いずれの業種も10ポイントを超える下降幅となり、下降局面に転じた(図表12)。前回調査ではワクチン接種進展による

人流増加など、先行きへの期待感から上昇局面となったものが、今回調査では、長期化するコロナ禍や原材料価格高騰などにより、先行きへの不透明感を抱いている人が多いものとみられる。

(2) 地域別

前回調査比で変化のなかった相双50.0(前回調査比±0ポイント)を除き、他の地域はいずれも判断指数が下降した。特に県北42.6(同△22.7ポイント)、県中39.0(同△22.1ポイント)、いわき48.4(同△21.3ポイント)の3地域は前回の60台から20ポイントを超える大幅な下降となった(図表5)。

5. 主な業種の指数判断

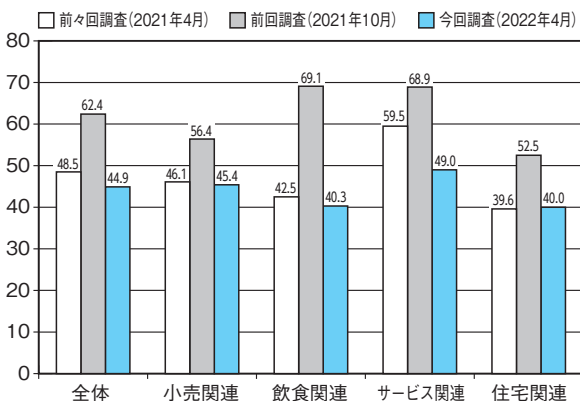
～消費動向の先行きは、コンビニと旅館・ホテルで上昇局面と判断～

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」について判断指数をまとめた。

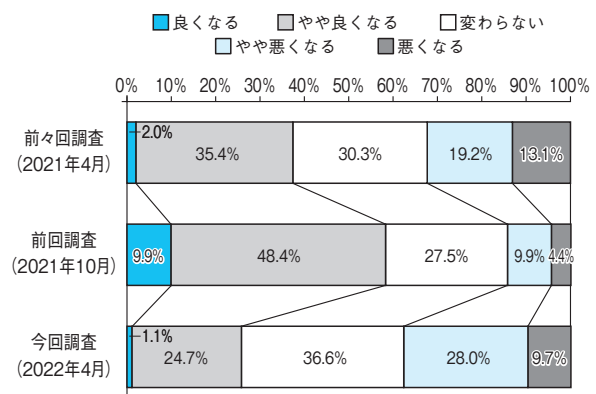
(1) コンビニエンスストア

「コンビニエンスストア」(以下、コンビニ)は、消費動向の現状判断指数が55.4(前回調査比+16.8ポイント)と上昇局面に転じた(図表14)。プラス判断

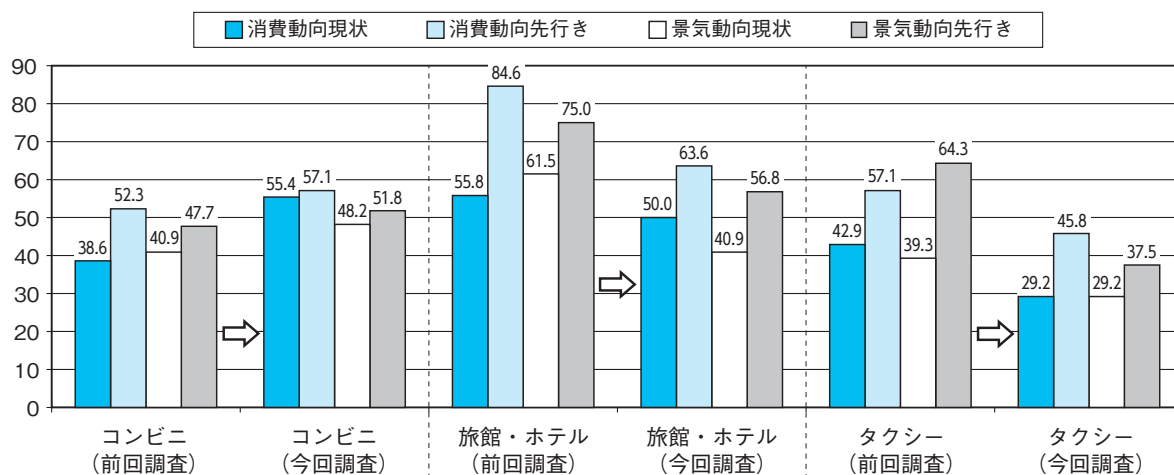
図表12 業種別の景気動向の先行き判断指数(DI)



図表13 現在と比較した半年後の景気動向 回答構成比



図表14 主な業種の判断指数 (DI)



の理由としては、「顧客単価の増加」が多くあげられた。一方、マイナス判断の理由としては「新型コロナウイルス影響」があげられた。なお、プラス判断・マイナス判断の双方で「来店客数の増減」が上位にあげられている。

消費動向の先行き判断指数については57.1（同+4.8ポイント）と、現状判断に引き続き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50.0（前回調査比△5.8ポイント）と、前回調査の上昇局面から下降し、横ばいと判断された（図表14）。プラス判断・マイナス判断の理由として、双方で「来店客数の増減」と「観光客の増減」が中心となったが、マイナス判断の理由では「新型コロナウイルス影響」も多くあげられた。

消費動向の先行き判断指数は63.6（同△21.0ポイント）と前回調査比で大きく下降したものの、依然60台にあり上昇局面と判断された。先行きとしては、行動制限が無くなり人流が回復するとの期待感から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29.2

（前回調査比△13.7ポイント）と、20台までさらに低下し、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、「新型コロナウイルス影響」と「来店客数の減少」が多くあげられ、「業種柄、高齢者の利用が多いため、通院回数の減少など、コロナから受けるマイナス影響が大きい」などの声が寄せられた。

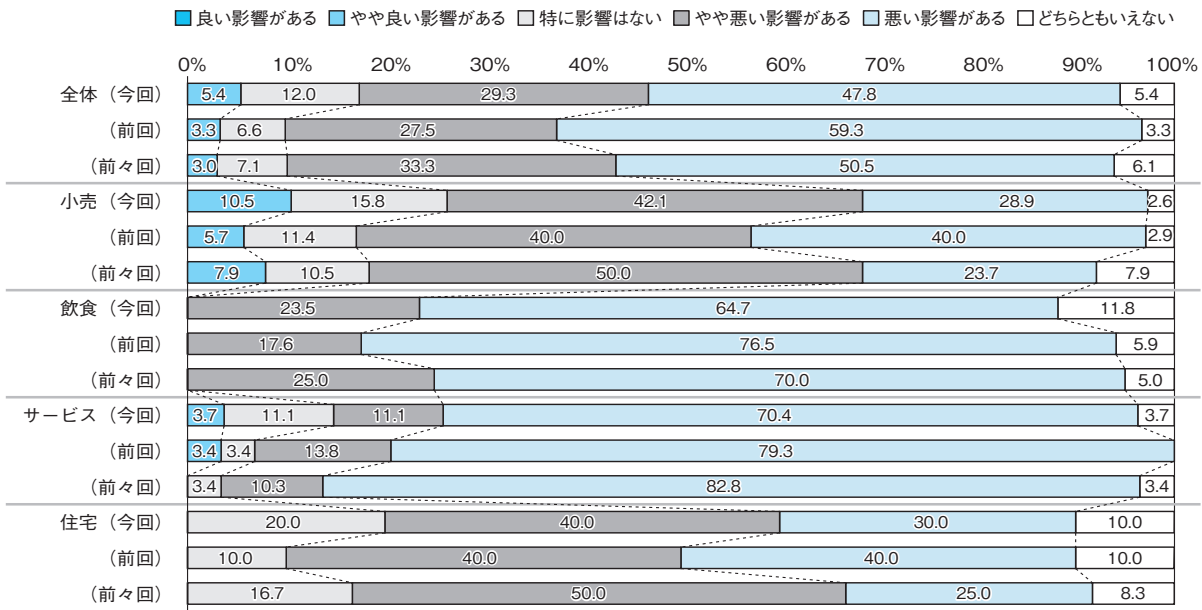
消費動向の先行き判断指数については45.8（同△11.3ポイント）と大きく下降し、現状判断指数より水準は高いものの、下降局面に転じると判断された。

6. 新型コロナウイルス感染拡大による影響

～「悪い影響がある」「やや悪い影響がある」が依然として7割を超える～

今回の特別調査では、前回同様、コロナの影響（4月現在）について尋ねた。全体では、マイナス判断となる「悪い影響がある」「やや悪い影響がある」と回答した割合が合わせて77.1%（前回調査比△9.7ポイント）となった（図表15）。なお、「良い影響がある」はゼロだった。前回調査比で低下したものの依然として7割を超えており、特に飲

図表15 新型コロナウイルスの影響



食関連では88.2%（同△5.9ポイント）と9割近くを占め、残りは「どちらともいえない」のみであり、「良い影響がある」「やや良い影響がある」「特に影響はない」はゼロだった。

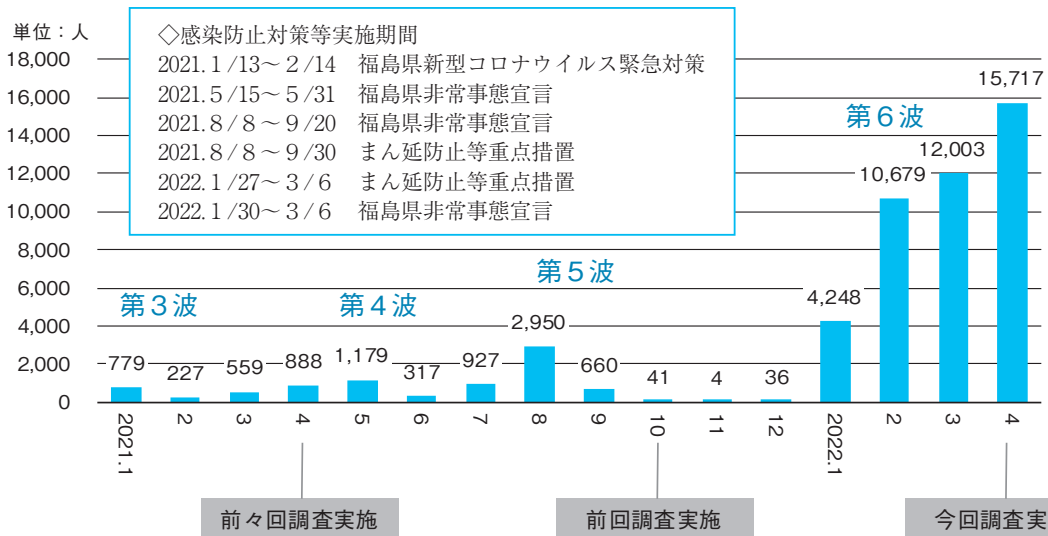
全体では、前回調査に比べ「やや良い影響がある」と「特に影響はない」の回答は増加したが、前述の通り、今回調査を実施した4月は、3月の「まん防」解除後、新規感染者数が再拡大した時

期であり、依然としてマイナス判断としたウォッチャーが多数を占めたとみられる。

7. 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（昨年10月実施）は、前月の「まん防」解除やコロナワクチン接種の進展に

<参考> 福島県内の新型コロナウイルス新規感染者数推移



資料：福島県「福島県内の新型コロナウイルス発生状況」を当研究所加工

よる人流回復に加え、「福島県 福島県民割プラス」などの支援策を受けて、先行きへの期待感から消費動向先行き判断指数が60台となり、上昇局面と判断された。今回調査（今年4月実施）においても、前月に「まん防」が解除され人流回復があったものの、前回と異なる点は、前述の通り、コロナの急速な再拡大と原材料などの物価上昇が重なった点である。

長引くコロナ禍に加え、原材料価格高騰、円安など、小売・飲食・サービス・住宅のいずれの業

種にとっても経営環境は厳しさを増している。一刻も早く、ウクライナをはじめとする世界情勢が安定し、物価上昇や円安に対する効果的な経済対策が実施されることが望まれる。

ウォッチャーの皆さまに新型コロナウイルスの影響を中心に、数多くの自由意見をお寄せいただきました。誌面の関係上、一部抜粋してご紹介します（コメントの趣旨が変わらない範囲で一部編集しております）。

（担当：高橋宏幸）

身の回りの景気に関する自由意見 一街の声一

業種	地域	自由意見
小	北	新型コロナウイルス（以下：コロナと表記）は商売に非常に影響が大きい。また、3月16日の福島県沖地震によるマイナス影響もある。いずれにしても一刻も早いコロナの終息を願うばかりである。
		原油・原材料価格が高騰しているに伴い、商品価格が上昇しており、そのことが連日報道されているため、消費マインドの低下を懸念している。
		海外では規制を解除する動きがあるので、日本もそうなってくると思うが、生活様式が変化してしまったので元には戻らない。買物の仕方も変わってくると思う。
		コロナ感染が再拡大している状況で、花見や歓送迎会の中止も多く、行き場のない不安感が続いている。不安感による全体的な消費意欲の減退が発生している。今後は物価上昇もあり、非常に厳しい見通しである。
売	北	コロナの影響で歓送迎会などが無くなり、当社にとって悪い影響がある。ロシアとウクライナの紛争で石油とか海外の輸入品が価格上昇し、これから厳しくなると思われます。早く平和になるように願っています。
		当社は立地場所でコロナの影響をもろに受けています。街中でのイベントや飲みに来る環境を抜本的に整えないと、いずれ資金の無い店はつぶれて、気が付くころにはゴーストタウンになっていると思う。人が街に来る方法はいくらでもあるので、急いで手を打って欲しい。
関	北	半導体不足による機器の入荷遅れで工事・修理の完工が出来ず、売上計上に影響している。また原材料の高騰で利益が圧迫されている。
		ガソリンなど世界的な値上げによる物価上昇が気にかかる。生活物資など、家計に及ぼす影響があるのではないかな。
		コロナ感染拡大による影響は、従業員の感染防止、感染（濃厚接触含む）による休みへの対応に苦勞している。消費と販売には大きな影響は（2回り目なので）無くなってきたが、今後の感染状況からの対策（営業自粛要請など）により影響が出てくるので、状況に注視していく。各種値上げによる消費動向（節約・買い控えなど購買意欲の減退）に影響が出ることを危惧している。
連	中	コロナによる生活スタイルの変化、原油高、円安、ウクライナ紛争による使用エネルギーの置き換え等、何年もかけて起こるであろうと考えられていたことが、短期間でそうせざるを得ない状況に置かれて、立ち止まっている時間が全く無いといったところですね。時代の転換点ですね。

業種	地 域	自 由 意 見
小	県 中	感染が拡大し、蔓延防止等が発令される様であれば、飲食店の倒産が増えて、かなりの影響が心配されます。
		夕方と夜間のお客さまが減っている。少し良くなりつつあったが、また感染者が増えている。行事が中止になってきており、また、子供達の催し物が無くなっている。
		感染者数の増減に世相が振り回されていることが続けば何も変わらない。ウィズコロナの方針を明確にし、行動を「制限」ではなく「促す」方向性を国が打ち出さなければ、第7波、8波が続くだけと考えます。
		コロナによる先行き不透明感は払拭できない。それに加えてウクライナ、ロシア情勢が今後どの様に国内経済へ影響を与えるかが不安である。
		コロナは、インフルエンザ同様、日常的に付き合っただけで対処して行くようになると思われる。
売	県 南	コロナ感染者数が高止まりしているが、ウィズコロナの認識が広がるにつれ、購買意欲が高まり、外出機会が増えていくだろう。ただし、スタグフレーション気味なので、どのくらい景気が回復するか注視する必要がある。
		4回目のコロナワクチン接種が終われば、景気が良くなることを期待します。
関	会津・南会津	オミクロン株の亜種 BA2 によるものと思われるリバウンドだが、重症化率も低く、病床使用率もさほど上がらず、世界の他の国々と同様に終息していくと思われる。国や県が規制を緩めていけば、人が動き景気は上向くと信じた。
		時短要請や蔓延防止措置が良かったか悪かったかはわかりませんが、夜の街に人が出る習慣が減ってきたのは事実です。食品や酒類などが出なくなり、当社の経営も良くない。
		2～3年で終わるものという見通しはもう持たずにいた方がよい。イベントや大会はそれでもやる所が増えているので、「体験」に飢えている人へのアプローチが大切と感じる。
連	相 双	小売販売業において、各行事、各イベント等の減少・自粛などで人の移動が少なくなり、また、浜通り地方の復旧・復興が進んだことで作業に携わる人が減少し、来店客数の減少になっています。今後は、人の移動が出てきて良くなっていくと思います。
		農機具販売については、コロナの影響はそれほど感じないが、高齢化が進み農業をやる担い手が減っていることで、売上が減少している。
		コロナの影響のため、人の出入りは悪いと思います。特に夜に来店するお客さまはほとんどありません。今年は特に寒さが厳しかったため、人の出入りが良くなかったように思います。これから暖かくなってくると、少しずつ人の動きも変わってくることを期待します。
	いわき	コロナは不透明だが、戦争は半年続かないのではないかと希望を込めて見通すと、今のエネルギーの混乱による物価高は落ち着いてくるかもしれないから、反動消費があるのではないかと思う。
物価上昇による消費の冷え込みを懸念しております。		
飲食 関 連	県 北	観光・行楽の拡大によって、感染者が増えると思われる。若年層のワクチン接種に期待している。
		大人数の予約がないので売上が増えない。年内も厳しい経営になりそうです。
		今後は良くなると信じている。
		まだ先が見えない。コロナ第7波が来ると心配です。
		小麦・チーズなど原材料価格が上がっているため、4月1日から値上げしています。今後ウクライナ情勢などの影響を受けて更に価格上昇が進めば、また価格転嫁を検討せざるを得ません。

業種	地域	自由意見
飲食関連	県北	お客様の流れが全く読めず、店側の人員・食材等の適当な準備が困難であり、また、補充のための求人が大変困難な状況です。
		かなりお客さまが減っています。飲食店はこの先死活問題です。
		公務員や一般企業はベースアップを行っていますが、一般企業はベースアップするには利益を出すために商品価格を上げることとなります。それによって、当店の商品仕入価格が上がっており、利益が低下しています。このコロナの中で大変なことであります。年金暮らしをしている人は尚更、大変なのではないでしょうか。
	県中	今後も数年間はコロナは無くならないし、国民全体が外出や旅行などを減らし、外食、宴会、イベントを少人数で行うようになり、売上が半減し経営が難しい状況になると思います。
		コロナに対する考え方が人により大きな隔りがあるように見えます。個々の家族構成や仕事によって購買や行動に対する意欲の差を感じます。そのため、自社商品を見直して、意欲がある方へのアプローチを考え、状況を打開したいと考えます。
		コロナは風邪としての扱いに近くなっていくと思いますが、一方、インフレによる相対的な購買力減少が次の課題になります。
	県南	支援金や一時金が無くなった。今後は飲食店とその取引先はじり貧になり、廃業が増えると考えます。コロナ以来、生活スタイルの変化で外食が減っており、難しい状況になって行くことを考察します。
		コロナ感染拡大と長期化によるパーティーの自粛がある中で、材料費高騰で利益が圧迫されています。今後は業務形態の見直しが必要と考えます。
	会津・南会津	この状態が普通になるのではないのでしょうか。
		コロナの感染者数が高止まり傾向ですが、アルコールを伴うお客さまが少しずつ増加しています。
現在も半年後もコロナの影響があると思うので、景気は良くなれないと思います。とにかくいわきでコロナ感染者が無くならないとダメだと思う。		
いわき	消費者である市民の方々も我慢の限界により、ある程度の気を付けたうえで飲食行動するようになったことで、少しずつ売上回復してきたが、新たなコロナにより再度危機に陥る可能性は常にある。業績回復には自助努力だけでは厳しく、国や県の支えも重要になってくると考える。	
	今後の見通しは悪くなるばかりだと思います。	
	3月16日福島県沖地震などの困難な状況が続いておりますが、半年後には当社旅館施設が復旧し、1年後には景気が回復していることを見込みます。コロナ後の業況を見据え、商品力をアップさせていきたい。	
	オミクロンの新株が発見され、変異のスピードが速く医薬の開発が追いつかない状況が続いている。当社は高齢者に対するサービスであるタクシー業・介護事業がまともに影響を受けており、大変不安を感じている。早期の内服薬開発を望みます。	
	3月16日の地震の影響と4月に入りオミクロン株の感染者の増加により、会議を含めたグループ・団体客は全てキャンセルとなりました。オミクロン株の感染者減少と県民割またはGoToトラベル再開が無いと、5月以降も厳しいです。	
県北	コロナの収束が不透明（本県は悪化傾向）な状況であるのに加え、3月の地震発生などマイナス要素が多く、今後の景気回復には暗雲が漂っている。国などの抜本的かつ効果的な対策に期待したい。	
	予断を許さないが、ワクチン接種により対処の仕方がインフルエンザ並となって、経済も上向くのではないのでしょうか。	

業種	地域	自由意見
サ ー ビ ス	県中	まん防も解除され、徐々に人が動く前提が整ってきていると感じる。3月の地震で損保関係の特需が生じている一方、宴会・レストランは県の重点対策が終了しないと難しい。感染対策等やれることは全てやっており、あとは世の中の空気、風向きが変わるのを待っている状況である。
		子供の感染が拡大したことで両親がともに自宅待機となり、働き手を失う影響が以前より大きい。消費意欲の改善も当面見込めない状況である。
		消費者の外出が減り、外出着・おしゃれ着のクリーニングが減ってしまっている。取引先のホテル・斎場の売上も減少している。
関 連	会津・ 南会津	若い世代にコロナワクチン3回目接種を早めにして欲しい。
		「他の店の方がコロナになったからあの店には行けないから、今度からあなたの店に行くね」と言われるなど、コロナの影響はすごくあると思います。
	いわき	政府からの感染者数に関する数値が発表される度に、来客数が比例して変動してくる。 オミクロンに感染して家族が次々と罹患し、休業が長引いてしまったため、お客さまの来店がしばらく遠のきそう。近所でも感染している方やお店があるのでしばらく影響があると思う。
住 宅 ・ 不 動 産 関 連	県北	コロナに加えてロシアによるウクライナ侵攻による経済への影響がどこまであるか。先行き不安が増大し、何をしても慎重さが以前に比べ大きい。
		コロナが増え続けても国も県も何も対応せずコロナが無かったように生活する日々が次第に来るのかと思う。現在も蔓延防止措置中より感染者が増えているのに向かい対策の様子が見られないため。
	いわき	コロナ禍が継続してもコロナと共存しながら（まん防などの措置を取らず）観光業を続けなければ会社が破綻する。コロナ特別融資の元金返済が開始されると更に経営は厳しくなる。借入金が増えている中、3月の福島県沖地震による破損箇所修理など出費も増える。コロナ禍・地震に加え、原発処理水の海洋放出も控え、まだ先行きは不透明・不安定だ。
住 宅 ・ 不 動 産 関 連	県北	この問題が起きてから2年以上が経ち、良くも悪くも現在の状況を「日常」として慣れてしまい国や県などの行政、または企業の対応に問題意識のない国民が増えてしまった。このような事なかれ主義を続けていけば間違いなく国力は低下し、衰退していくと感じる。より本質的かつ建設的な議論をするべきであると思う。
		建築資材の高騰が続いており、どこまで上昇するのか見えない状況にあります。メーカーと消費者との予算に対する乖離が広がっていくのが心配です。
	会津・ 南会津	ウッドショック後の材料価格が高値で安定し、各メーカーさんの部材が金額アップしていることでコストが上り、利益率が非常に悪い状況である。
		大きな影響はないが、コロナやロシア情勢による価格高騰がこれ以上あると影響が出て来ると思います。
会津・ 南会津	現状としては、建築資材の高騰により四苦八苦している状態です。しかし、今後は現在の状態が常態化されていくものと考えれば末端ユーザーが慣れるまでの辛抱と考える。さらには現在の状況を打開するために会社の形態を変化させるいい機会だととらえております。	
	部材価格が高騰し、販売価格が5～10%上がってしまっている。販売するためには、利益を削って他社との競合に勝たなければならず、同業者との我慢比べをしばらくやると思う。	
いわき	集客のためのイベント（マルシェや完成見学会）が今後も規制しながら行うようになると思われるため、見込客の取り込みに苦労している。今後の状況によってはまだまだ続くのではないだろうか。	