

調査

第18回 「ふくしま景気ウォッチャー調査」

— 2022年10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18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）」に焦点を絞り、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（以下：コロナ）感染者数が高止まりするなど大変な時期にもかかわらず93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48.1（前回調査比+2.9^{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43.9（同△5.3^{ポイント}）と前回調査からやや下降し、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46.3（同+5.4^{ポイント}）と上昇したものの、前回調査に引き続き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43.5（前回調査比△1.4^{ポイント}）と下降し、前回調査に引き続き下降局面と判断された。

◇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、旅館・ホテル、タクシーいずれも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割合が前回調査比で低下したものの、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 93名 回答者の業種・地域内訳は6・7のとおり
回収率 69.9%

3. 調査時期

2022年10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 (36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 (17名)	料理店 酒場 など
サービス関連 (28名)	旅館・ホテル タクシー 娯楽 理美容 など
住 宅 関 連 (12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 (25名)	福島市、二本松市、伊達市、本宮市、伊達郡、安達郡
県 中 (21名)	郡山市、須賀川市、田村市、岩瀬郡、石川郡、田村郡
県 南 (12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

～物価上昇の影響から全体で下降局面となったものの、人流回復に向かう動きから飲食関連や旅館・ホテルなどのサービス関連で上向いた～

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。

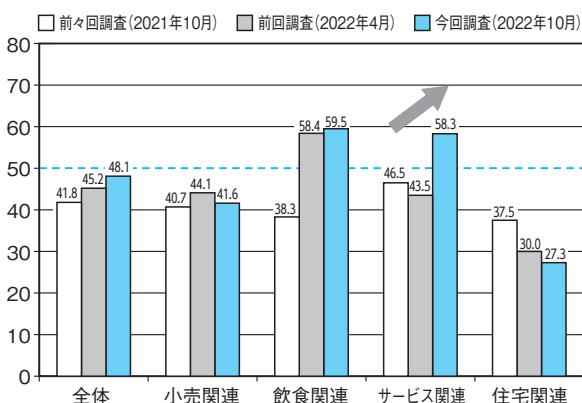
半年前と比較した現在の消費動向を示す現状判断指数は48.1（前回調査比+2.9ポイント）と前回調査からやや上昇したが、判断指数は横ばいを示す50を

下回り、第4回調査（2015年10月実施）以降15回連続で下降局面と判断された（図表1）。

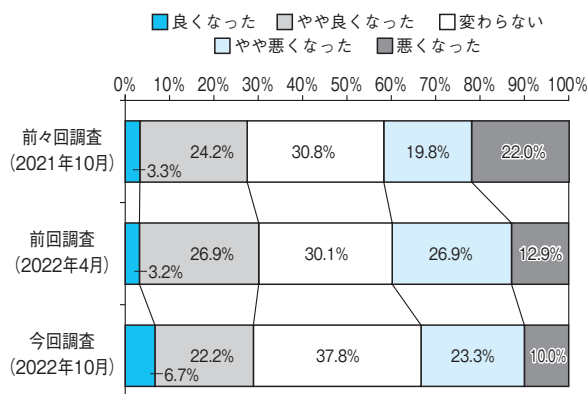
「良くなった」「やや良くなった」とプラス判断したウォッチャーの割合が28.9%（前回調査比△1.2ポイント）と低下したものの、「悪くなった」「やや悪くなった」とマイナス判断したウォッチャーの割合が33.3%（同△6.5ポイント）と低下したことで、判断指数がやや上昇した（図表2）。

なお、本アンケートの実施は、ロシアのウクライナ侵攻、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、

図表1 業種別の消費動向の現状判断指数（DI）



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の影響	物価上昇	その他
全体	26	76.9	53.8	0.0	15.4	3.8	0.0	38.5	0.0	34.6	7.7	3.8
小売関連	7	71.4	71.4	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	28.6	14.3	14.3
飲食関連	7	85.7	57.1	0.0	0.0	14.3	0.0	28.6	0.0	28.6	14.3	0.0
サービス関連	12	75.0	41.7	0.0	33.3	0.0	0.0	58.3	0.0	41.7	0.0	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	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の影響	物価上昇	その他
全体	30	70.0	30.0	6.7	36.7	20.0	3.3	6.7	6.7	50.0	83.3	3.3
小売関連	16	75.0	31.3	12.5	37.5	31.3	6.3	6.3	0.0	37.5	81.3	6.3
飲食関連	2	100.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	100.0	100.0	50.0	0.0
サービス関連	5	40.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	100.0	80.0	0.0
住宅関連	7	71.4	42.9	0.0	57.1	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	100.0	0.0

人流増加によるプラス影響もあり、業種間で判断にバラつきがみられる結果となっている。

(1) 業種別

今回調査では、判断指数は飲食関連59.5（前回調査比+1.1ポイント）とサービス関連58.3（同+14.8ポイント）で50を超え上昇局面と判断された（図表1）。飲食関連は、3月に行動制限が解除され人流が回復に向かっていることから、前回調査に引き続き上昇局面と判断された。旅行・ホテルやタクシーなどが含まれるサービス関連は、旅行支援策の県民割プラスが実施された効果により、上昇局面へと転じた。一方、小売関連41.6（同△2.5ポイント）と住宅関連27.3（同△2.7ポイント）は前回同様に下降局面と判断されており、業種間でのバラつきがみられた。

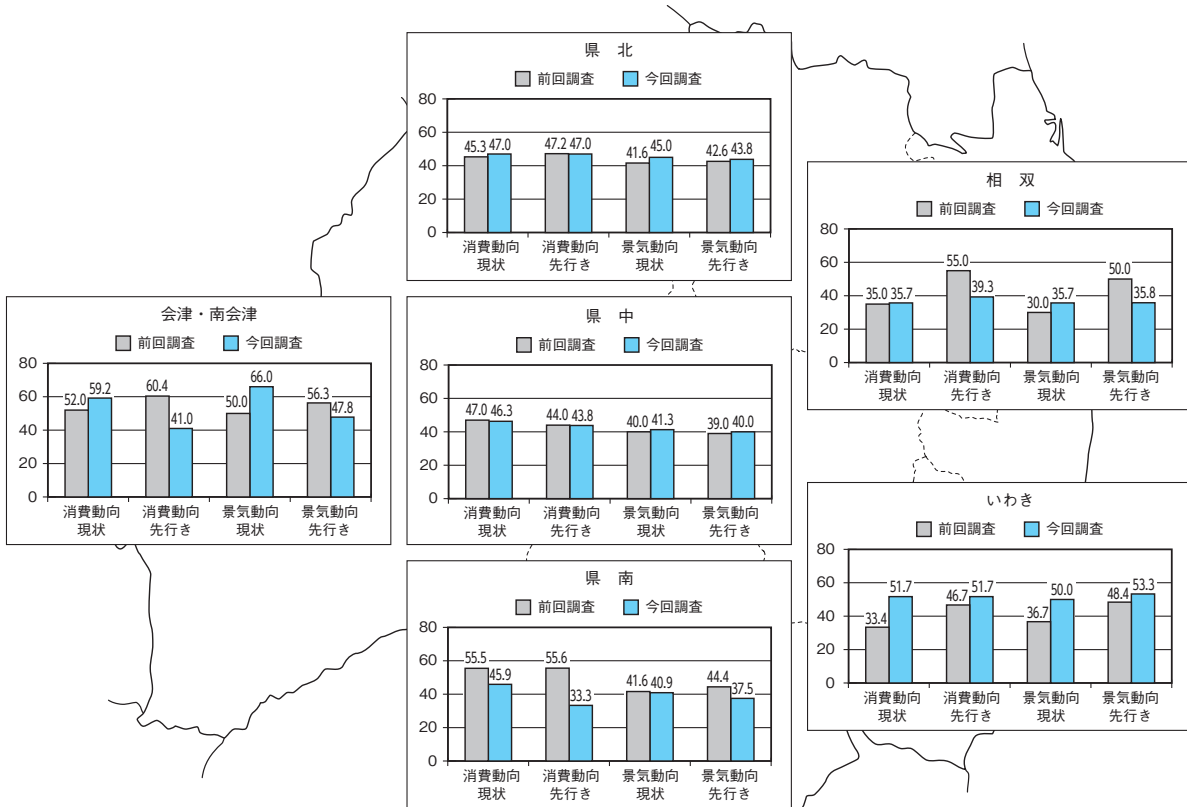
プラス判断の理由としては「来店客数の増加」76.9%、マイナス判断の理由としては「物価上昇」83.3%が最も割合が高かった（図表3、4）。プ

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、「物価上昇」が小売関連と住宅関連で最も割合が高かった。前回調査で最も割合が高かった「新型コロナウイルスの影響」は50.0%（前回調査比△33.8ポイント）となった。小売関連と住宅関連で割合が大きく低下しており、行動制限解除による人流増加の影響とみられる。

(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、会津・南会津59.2（前回調査比+7.2ポイント）、いわき51.7（同+18.3ポイント）など4地域であった（図表5）。会津・南会津といわきは上昇局面と判断された一方、県南45.9（同△9.6ポイント）、県中46.3（同△0.7ポイント）など4地域は下降局面と判断された。

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

～物価上昇の影響などから全般的に前回調査比低下し、下降局面と判断～

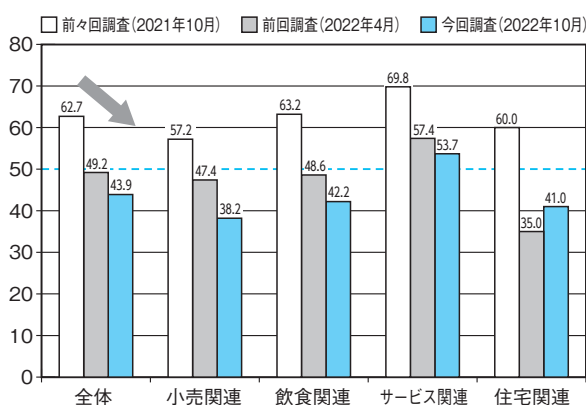
現在と比較した半年後の消費動向を示す先行き判断指数は43.9（前回調査比△5.3ポイント）と前回調査からやや下降し、下降局面と判断された（図表6）。プラス判断となる「良くなる」「やや良くなる」の割合が24.5%（前回調査比△6.7ポイント）と低下するとともに、マイナス判断となる「悪くなる」「や

や悪くなる」の割合が41.1%（同+10.9ポイント）と上昇したことで、判断指数が下降した（図表7）。今回調査では、コロナによるマイナス影響は低減したものの、円安、原材料価格高騰から物価上昇の影響などを受けて、消費活動が悪化することを懸念し、下降するとの判断が増加したとみられる。

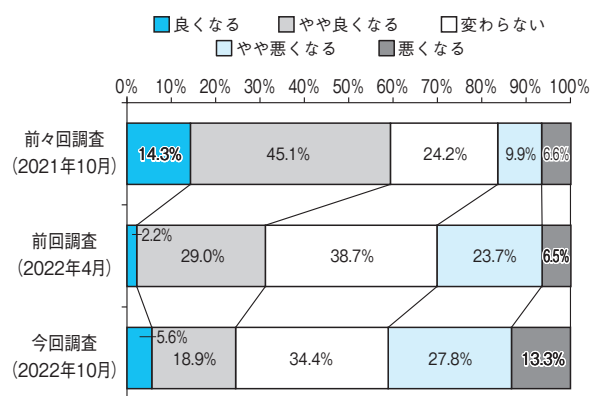
(1) 業種別

今回調査ではサービス関連53.7（前回調査比△3.7ポイント）を除き、下降局面と判断された（図表

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	新型コロナウィルスの影響	物価上昇	その他
全体	22	59.1	22.7	4.5	31.8	0.0	0.0	31.8	4.5	63.6	13.6	4.5
小売関連	5	40.0	60.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	40.0	0.0
飲食関連	4	75.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	50.0	0.0	75.0	25.0	0.0
サービス関連	11	63.6	9.1	9.1	36.4	0.0	0.0	45.5	0.0	72.7	0.0	9.1
住宅関連	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	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	新型コロナウィルスの影響	物価上昇	その他
全体	36	47.2	30.6	0.0	50.0	5.6	11.1	0.0	5.6	22.2	86.1	5.6
小売関連	18	44.4	27.8	0.0	55.6	0.0	11.1	0.0	0.0	11.1	94.4	5.6
飲食関連	6	50.0	16.7	0.0	50.0	16.7	33.3	0.0	16.7	50.0	66.7	0.0
サービス関連	9	44.4	22.2	0.0	44.4	11.1	0.0	0.0	11.1	33.3	77.8	11.1
住宅関連	3	66.7	100.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

6)。サービス関連では観光需要喚起策「全国旅行支援」などによる人流増加への期待もあり、旅館・ホテルに加えタクシーのウォッチャーなどでプラス判断がみられた。

人流増加の影響は他の業種でも同様に受けるものと想定されるが、それ以上に物価上昇の影響を懸念しているものと思われ、小売関連38.2（同△9.2ポイント）、飲食関連42.2（同△6.4ポイント）は前回調査比で下降した。住宅関連41.0（同+6.0ポイント）では物価上昇の影響が顧客に与える金額的な影響が大きいこともあり、下降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、「新型コロナウイルスの影響」63.6%が最も割合が高く、次いで「来店客数の増加」59.1%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悪影響が薄れてきていることから判断したものと思われる。マイナス判断の理由としては、「物価上昇」86.1%が最も割合が高く、すべての業種においても最も割合が高かった（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、いわき51.7（前回調査比+5.0ポイント）のみであり、上昇局面と判断されたのもいわきのみであった（図表5）。一方、県南

33.3（同△22.3ポイント）、会津・南会津41.0（同△19.4ポイント）、相双39.3（同△15.7ポイント）は前回調査比で大きく下降し、下降局面に転じた。

3. 景気動向の現状判断

～全体では下降局面と判断されたものの、サービス関連で上昇局面と判断～

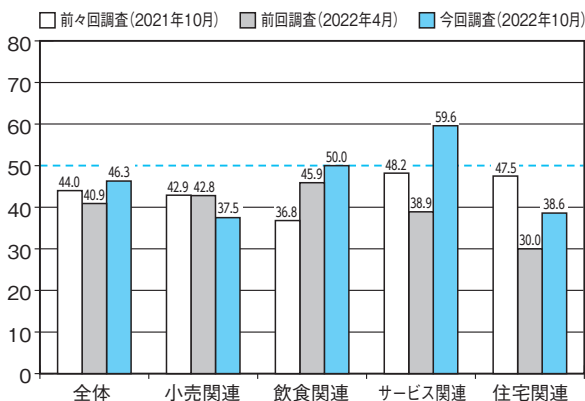
ウォッチャー自身の回りの景気（経済情勢）について尋ねた。

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46.3（前回調査比+5.4ポイント）と上昇したものの、前回調査に引き続き下降局面と判断された（図表10）。マイナス判断したウォッチャーの割合は5.9ポイント低下するとともに、プラス判断したウォッチャーの割合が11.8ポイント上昇したことで、判断指数が上昇した（図表11）。

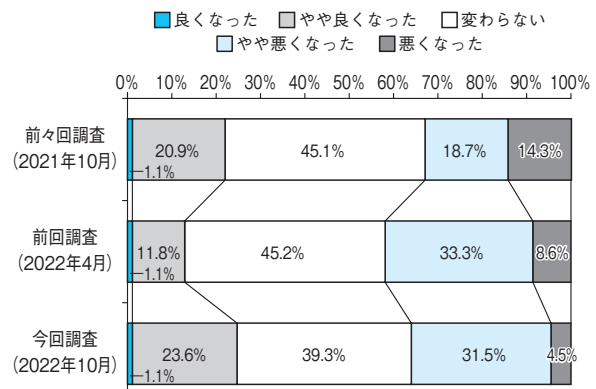
(1) 業種別

前回調査比で上昇したのは、飲食関連50.0（前回調査比+4.1ポイント）、サービス関連59.6（同+20.7ポイント）、住宅関連38.6（同+8.6ポイント）の3業種であり、サービス関連は消費動向の現状判断と同様に上昇局面と判断された（図表10）。一方、小売関連37.5（同△5.3ポイント）は前回調査比で低下し、引き続き下降局面と判断された。

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



(2) 地域別

前回調査比で上昇したのは、会津・南会津66.0（前回調査比+16.0ポイント）、いわき50.0（同+13.3ポイント）など、県南40.9（同△0.7ポイント）を除く5地域であり、会津・南会津は唯一上昇局面と判断された（図表5）。

4. 景気動向の先行き判断

～前回調査比で低下し、前回調査に引き続き下降局面と判断～

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43.5（前回調査比△1.4ポイント）と下降し、前回調査に引き続き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3.4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5.0ポイント上昇したことで、判断指数がやや下降した（図表13）。

(1) 業種別

前回調査比で上昇したのは、飲食関連41.7（前回調査比+1.4ポイント）、サービス関連50.9（同+1.9ポイント）、住宅関連41.0（同+1.0ポイント）の3業種であるが、小売関連39.6（同△5.8ポイント）が大きく低下したことで、

前回調査比は全体として下降した（図表12）。人流回復でコロナの影響は低減したものの、物価上昇や円安、ウクライナ侵攻など様々な不安要素から、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

前回調査比で上昇したのは、いわき53.3（前回調査比+4.9ポイント）、県北43.8（同+1.2ポイント）など3地域、下降したのは相双35.8（同△14.2ポイント）、会津・南会津47.8（同△8.5ポイント）など3地域であり、いわきのみが上昇局面と判断された（図表5）。

5. 主な業種の指数判断

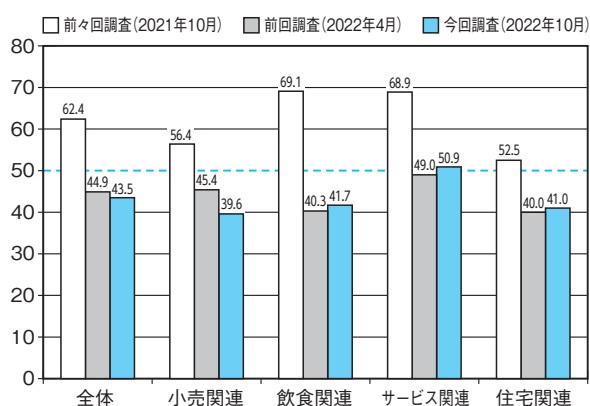
～消費動向の現状は、コンビニ、旅館・ホテル、タクシーいずれも上昇局面と判断、先行きも旅館・ホテル、タクシーで上昇局面と判断～

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。

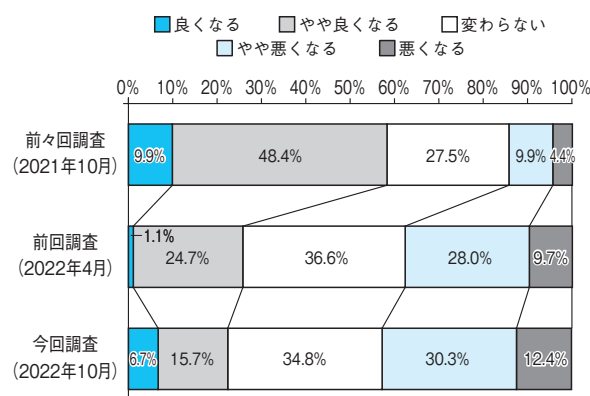
(1) コンビニエンスストア

「コンビニエンスストア」（以下、コンビニ）は、

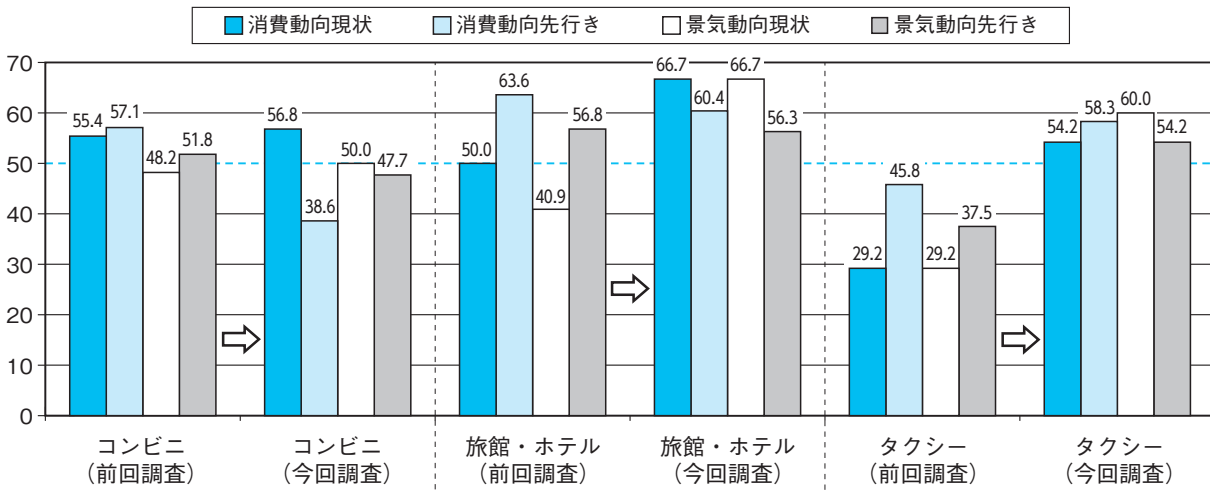
図表12 業種別の景気動向の先行き判断指数（DI）



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)



消費動向の現状判断指数が56.8（前回調査比+1.4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」と「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「物価上昇」や「来店客数の減少」などがあげられた。

消費動向の先行き判断指数については38.6（同△18.5ポイント）と、現状から一転して下降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66.7（前回調査比+16.7ポイント）と、前回調査の横ばい判断から上昇し、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」と「観光客の増加」が多くあげられた。県民割プラスによる旅行者支援が実施されたことなどから、プラス判断したウォッチャーが多かったものとみられ、マイナス判断したウォッチャーは1名にとどまった。

消費動向の先行き判断指数は60.4（同△3.2ポイント）と前回調査比で下降したものの、依然60台にあり上昇局面と判断された。先行きとしては、全国旅行支援など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54.2（前回調査比+25.0ポイント）と、前回調査比で大きく上昇し、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、「新型コロナウイルスの影響」と「来店客数の増加」が多くあげられており、コロナに対する行動制限が解除され、旅行などの人流が増加していることでプラス判断したものと思われる。

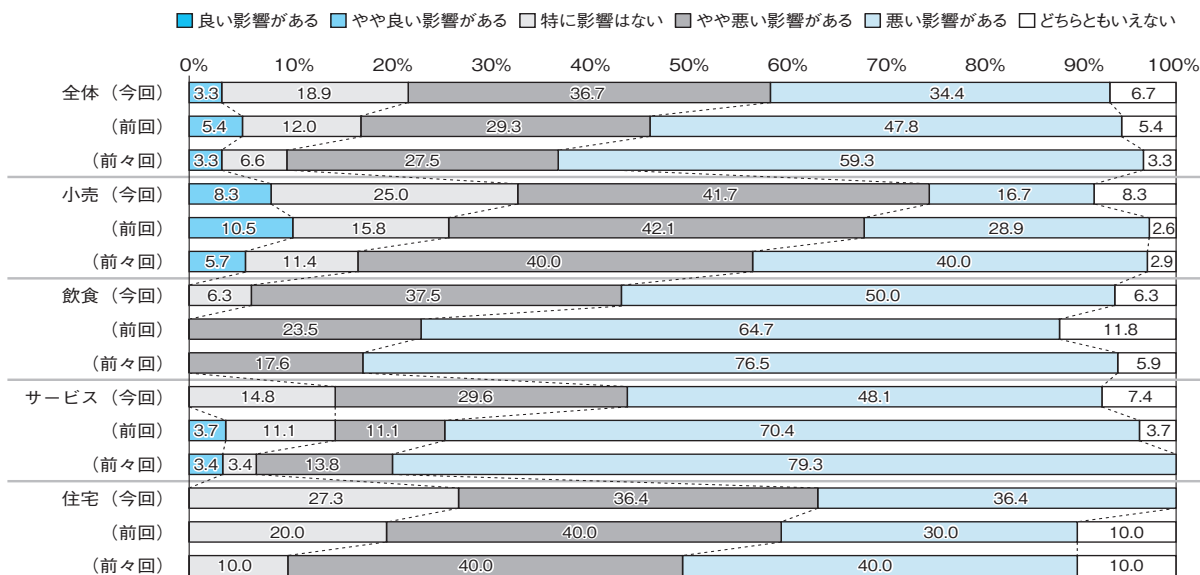
消費動向の先行き判断指数については58.3（同+12.5ポイント）と大きく上昇し、現状判断同様、上昇局面になると判断された。

6. 新型コロナウイルス感染拡大による影響

～マイナス判断の割合は小売関連を中心に前回調査比低下したものの、依然として全体で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（10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

図表15 新型コロナウイルスの影響



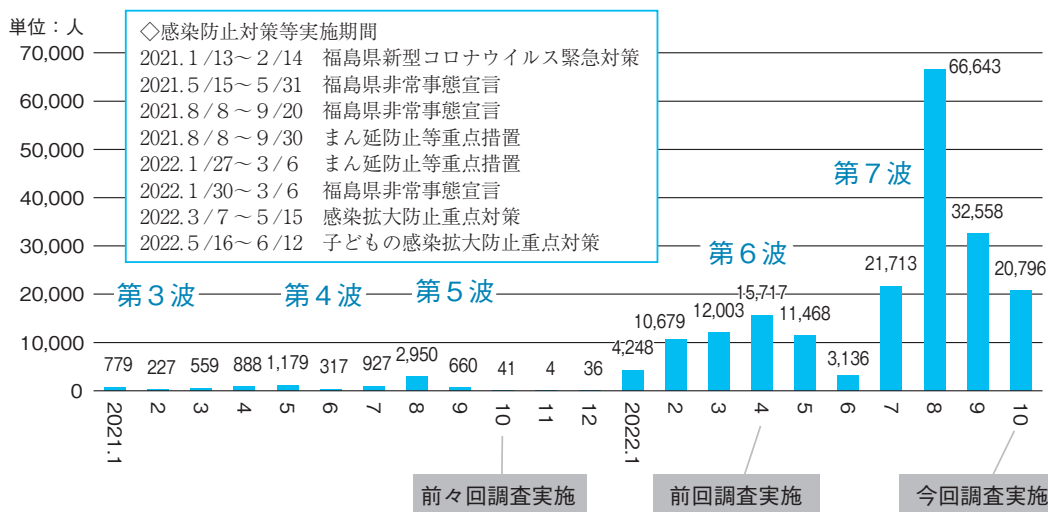
※「良い影響がある」の回答数は各業種ともゼロ

がある」と回答した割合が合わせて71.1%（前回調査比△6.0ポイント）となった。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、特に飲食関連では87.5%（同△0.7ポイント）と9割近くを占めている。一方、小売関連では58.4%（同△12.6ポイント）と大きく減少し、6割を下回った。

コロナ感染者数は高止まりの状況にあるが、3月のまん延防止等重点措置解除後は行動制限が緩

和されて、街なかに人流が戻ってきた影響もあり、小売のウォッチャーを中心にマイナス判断が前回よりも少なくなったものとみられる。消費動向の判断においては、今回調査でコロナの影響よりも物価上昇のほうがマイナス判断の理由として多く、喫緊の課題は物価上昇対策であるが、コロナについても依然として多くマイナス影響が及んでおり、今後も注視していく必要がある。

<参考> 福島県内の新型コロナウイルス感染者数推移



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

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（4月実施）は、前月の「まん延防止等重点措置」解除により人流が増加したものの、ロシアによるウクライナ侵攻などを背景にガソリンや原材料価格高騰の影響を受け下降局面と判断された。今回調査（10月実施）においては、原材料価格高騰は同様であるが、行動制限緩和により人流が増加するとともに感染者数が前回調査時点を上回る水準で推移したことや、円安の急速な進行により値上げが相次いで行われ、急激に物価上昇したことが前回と異なる点である。

長引くコロナ禍の中において、行動制限解除により人流が増加し、全国旅行支援など支援策の実

施により、先行きへの期待感が飲食業やサービス業のウォッチャーを中心にみられている。しかしながら、10月に150円台まで達した円安、依然として続く原材料価格高騰、急激な物価上昇など、販売やサービスの現場を取り巻く環境は厳しさを増している。県内経済を回復させていくためには、円安や物価上昇に対する効果的で即効性のある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 売	北 北	エネルギーを中心とした物価上昇と円安により今後さらなる消費マインドの低下による売上減、経費増が予想され、収益悪化が予想される。
		生活品と電気ガス等公共料金の値上げがあり消費する物の価格が一方向的に上がっている。好まざる状況しか今のところない。
		新型コロナウイルス（以下：コロナと表記）の環境にだんだん慣れてきている感じがあり、商売には大きな影響はないと思う。むしろいろいろな製品・商品価格の値上りが今後大きく影響するのではないかと思う。
関 連	北 北	コロナに対して、人々はあまり気にしなく生活しているように思われる。しかし円安の影響で物価上昇など多方面で物の価格が上がり原価計算が難しくなっている。今後も厳しく感じられると思う。
		世界ではマスクを外しているのに日本はいまだにしている。日本がこんなことしているうちは経済は絶対良くなりません。何でもかんでも制限かけていては良くならない。
		中古車全体のタマ不足の影響が続くと思われます。中古車販売価格が高騰していますが、仕入れ価格も高騰しており、お客さまへの小売販売が難しい状況です。市内にも大型店が出店してきますので当社も今以上に在庫を揃える体力が必要となります。
中 中	中 中	コロナは多方面の販売先に影響しており、多大な迷惑を被っている。
		見通しがなく厳しい毎日です。
		原油情勢は一時の騰勢からは落ち着きを取り戻している。しかし中国のゼロコロナや欧米の利上げが景気後退の懸念材料になっている。今の経済を続けながら海外情勢、自然災害等に対応し、また2050年のCN（カーボンニュートラル）実現に向け、難題山積である。

業種	地域	自由意見
小売	県中	建材の価格高騰で倉庫が建てられなくなってきた。
		コロナと物価ともに見通しは立てられない。常に日銀の動きを見守っている状態だ。
		コロナは風邪みたいに感じている。物価上昇が目白押しで買い控えに影響するかと思う。
		消費者はお金は持っているのだろうが、それを消費に持ってきていない。節約をしている様子が見え、少ない品類で間に合わせている感じがする。
		個人法人ともに光熱費など固定費上昇により、消費意欲が低迷していくと想定される。光熱費の割合が増加する冬場に向けて、消費者はより保守的に考えるように思われる。
	県南	10月からの商品値上げで消費意欲が悪化し、売上が減少すると思います。
		物価上昇で生活コストが増加し、嗜好品を扱うところは客数減が避けられない。他の事業展開や仕掛けなどしないと生き残れないと感じる。
		人口減少で大変ですがお客さまを大切に、無くては困るといわれる店舗づくりに従業員ともども協力し頑張る覚悟です。
	会津・南会津	国内外の物価上昇に加え、米国の景気減速、ウクライナ戦争の長期化、中国経済の不安定化など悪い材料が目白押しで景気の先行きに希望が持てない。消費マインドも冷え込みそうである。
		物価上昇はかなり影響しそうです。戦争を早く集結してほしい。北朝鮮の動きにも警戒が必要だ。
他県から働きに来ているお客さまは、コロナと働き方改革のため働く時間が制限され、今までのような収入が得られないため、コンビニよりはスーパーなどでの買い物をして生活しているようです。		
相双	コロナ感染状況が落ち着いてきて、コロナ前に戻りつつあるのかと思っていましたが、夏以降、物価上昇をカバーする賃上げができず、消費買い控えとなり景気が悪くなるのではないのでしょうか。	
	コロナはワクチン接種することで落ち着きつつあるが、ロシア、ウクライナ問題で全世界において物価上昇になり生活にも支障をきたしている。今後の見通しは暗い。	
	ウイズコロナになろうとしていたところだったのに、戦争、物価急上昇、急な円安と、強い悪材料により消費が冷え込むのは明らかだ。ただし、GoTo など旅行関係だけは明るい材料がある。インバウンド関係も規制緩和次第ではないか。戦争が終われば良い方向に向かうと思う。	
いわき	物価上昇による客単価の減少、パート給与の頭打ちにより、あまり良くない傾向が懸念されます。	
	値上げの波が止まらない。上げ幅も大きく企業努力の域を超えており、良い影響は考えられない。	
飲食	県北	材料費を削ればお客さまは離れます。いかに良い接客ができるかです。
		コロナの問題に対しては、これからはウイズコロナで緊張感を持ちながら営業していきたいと思っています。物価上昇に対しては値上げを検討中です。
		明るい材料（条件や状況）もあるが、物価上昇や社会情勢は今の状況のまま変わらない可能性もあり、すぐに良い方向へと向かうとは考えにくい。また、貧富差が広がり、消費動向も二極化が進むと考えている。
		コロナ・インフルエンザ流行の影響、物価上昇による仕入れの高騰でどこまで価格を抑えられるか。早くロシアとウクライナの戦争が終わらないとアメリカのように悪いインフレになる。資源の無い日本は円安が続く中、インバウンドで日本に来ていただくことです。

業種	地 域	自 由 意 見
飲	県 中	コロナの影響で宴会と家族での会食が激減しており、特に接待などが無いです。仕入れの物価上昇はかなりの高額であり、加えて、電気、ガスの金額もかなり上昇しているので、経営はだんだん厳しい状況です。
		この1年は世界情勢の変化が目まぐるしく自分がそれに追いついていくのがやっとの状態です。物価上昇による景気の上昇は期待したいが、正直、賃金が上がらない中なので、本当に厳しい状況（特に地方経済）が続くと思います。
		飲食店はかなり悪くなってきている。お客さまの自宅飲みの慣れが生じている。
食	県 南	今後インフレのため、お客さまの来店動向に変化がある。
		仕入値が上がり春先に値上げをしました。今も卸会社の方が来るたびに値上げのお知らせがあり苦しい状況です。
		コロナの影響は薄れて景気回復の見通し。原材料価格高騰で営業収益が圧迫されている。
関	会津・南会津	原材料の値上がりで7月にメニューを値上げしましたが、10月に入って更に原材料の値上がりが増え、再値上げを検討しています。
	連 いわき	コロナは一段落したと思っている。よって改善の兆しは出てくると思う。しかし、円安の影響は計り知れない。コロナのダメージもあり、会社の売上が回復しない中で、賃金をはじめ価格の高騰、それも前例の無いほどの上げ幅で、飲食業はまさに生き残りをかけた危機に直面している。
ロシアのウクライナ侵攻が終わらないことには何も落ち着かない、中国の出方も気になる。		
コロナ患者が減るなり、もしくは無くならないかぎり、景気（経済状況）は回復しないと思います。		
サ ー ビ ス 関 連	県 北	感染拡大下にあるが、通常に戻る見通しです。一日も早く元通りの人流に回復することを願います。物価上昇に遅れて販売価格が上昇していくと考えます。
		人員不足の中、感染者はやむを得ないが、濃厚接触者が長期休暇になるとシフトが回らず、法的に有給5日休ませなければならぬのでは問題だ。電気代が前年比2倍になっているので、早めに原発等見直してほしい。
		コロナによる影響は思ったよりも無かったが、現在の景気で収入減となっており、収入の上昇が見込めない。しかし、物価上昇は今後も続くと思うので、お客さまの来店周期やメニューの変更（低料金）などで少なからずは売上げに影響が出るのではないかと思う。そうならないためにも今から対策を講じる必要がある。
		新型コロナの第7波はピークアウト感もあるが、いまだ人流は戻っていない。それに加えて円安の進展、原油価格の高値安定、さらにはウクライナ情勢の混迷長期化など今後の見通しについては明るい材料が見出せない。
		物価上昇により消費が低迷すると思います。コロナにより旅行もしなくなると思います。
	忘新年会の団体客の減少に危機感を感じます。	
県 中	感染者数も落ち着き始め、潮目が変わりつつあるも、宴会のキャンセルと新規案件が入り混じり、年内は影響が残るものと考えている。第8波はワクチンで相殺されるとみるが、世論の反応がどう出るか。コスト面では燃料・電気代の高騰が想定を超え、マイナス要因となっている。	
	10月臨時国会での5類引き下げ議論を注視している。引き下げが実現すれば最大の景気対策になるのではないかと考え、旅行支援事業も最大限の効果を発揮する。	

業種	地域	自由意見
サ イ ジ ス 関 連	県中	観光業に対する「全国旅行支援事業」が10月11日より開始し、旅行需要が高まっていますが、コロナの第8波が懸念される。
	県南	コロナや戦争（ロシア・ウクライナ）が終われば何とかかなと思いますので、何とか終わらせてほしいものです。
		コロナとは関係なく、必要とされる業種については動き出している気がします。
	会津・南会津	コロナの感染が収まらず、外出制限が定着するとともに物価上昇が後押しするように消費支出の低迷が続いている。役所関係や大手企業の自粛が無くならないと経済の復活にはならない。
		感染者は増え続けると思うが、いくら増えても何の制限もかけない現在においては、しだいにコロナがあるのに無いように扱われ、しだいにコロナの影響は小さくなっていくものと思う。
		今後、コロナの影響は薄れていくと思われるが、物価上昇の影響で景気は悪くなっていく。
	いわき	店販商品の購入意識が下がっており、しばらくは続く見通しである。
		コロナ禍に始まり、天災、世界各地の戦争、紛争、その他予測不可能な事象が多発し、見通しは不透明だ。
		仕入価格の高騰、特に電気・光熱代が高騰している。値上げせざるをえない状況です。
		コロナ第7波の影響により、8月の来場者数は目標を下回ったが、その反動から9月は好調であった。結果として上半期は目標通りの来場者数を達成することができた。このまま年度通して入館者数を達成できたとしても、電気代の高騰が非常に大きな負担となり、厳しい経営を迫られるものと考えている。
コロナの影響は中々コロナ前には戻らず、円安・物価高により経費は増加し、経営的には厳しい状況が続いている。今後については楽観できない。		
住宅・不動産関連	県北	物価上昇率が高く商品価格と購入者予算との乖離幅が大きくなっており、改善の目途が見えない状況です。厳しい状況は続くはずです。
	県中	物価上昇のため、建築コストも上がり建築費の増額でお客様の負担が大きくなり、建てられる方が限られる感がある。
	県南	度重なる仕入価格の値上げで見積価格が急上昇している。お客さまも現在の状況を把握しているとはいえ、住宅ローン借入を増やすべきか見合わせるか、不安が大きくなっていると感じます。建築業者として、今後の受注が激減することへの不安は日々増すばかりです。
		半年後について「変わらない」と回答しましたが、1～5年後は更に悪化する可能性はあります。特に建築費の上昇は著しく先が読めない部分は多々ありますが、売上げが変わらない分、利益が圧縮される傾向はしばらく続く予想します。物価上昇により、顧客の動きが鈍ることにもつながっています。
	会津・南会津	物価上昇に伴い個人収入も上昇すれば当然問題ないが、現段階で中小企業の賃金上昇が見込めない状況ですので、地域経済は厳しいものになると思います。しかしながら、すべてにおいてそうなるわけではなく、景気上昇する業種も数多くあるのではないかとと思われる。
		お客さまが買える（ローンが組める）金額は上がらないが、物価上昇で販売価格を上げなければならず、今以上に買える人が減ってしまう。
いわき	コロナの影響に関しては落ち着いてきていると思う。物価上昇の影響に関しては、食料についても値上がり著しく消費者が建築にまで余裕がない状況なのではと思う。大変厳しい状況になりつつある。	