

令和3年度
景気観測調査
報告書

令和4年3月

玉造商工会



【目 次】

I. 調査概要

II. 調査結果

1. 業況判断

2. 業況判断（前年度比較）

3. 業況判断の主な理由

4. 次期の業況見込み

5. 次期の業況見込み（前年度比較）

6. 次期の業況見込みの主な理由

7. 設備投資の動向

8. 設備投資の主な内容

III. 調査票

I. 調査概要

1. 調査目的 : 当地を代表する観光産業の景気動向を把握し、今後の地元観光産業の基礎資料として活用することを目的とする。

2. 調査対象者 : 玉造商工会会員事業所（法人・個人含む）で、観光産業に関連する事業所の経営者、または経営に携わる方。

※業種と対象者数

・ 木地漆器業	5 事業者
・ 小売業	12 事業者
・ 料理、飲食業	9 事業者
・ 旅館、ホテル業	9 事業者
合計	35 事業者

(※事業者の選定は任意)

3. 調査方法 : 上記対象者に対する留置きパネル調査

4. 調査期間 : 四半期毎
3月～5月 (第1期)
6月～8月 (第2期)
9月～11月 (第3期)
12月～2月 (第4期)

5. 調査項目 : ①当期の景況感についての判断及びその判断理由
②次期の景況感についての見込み及びその判断理由
③設備投資の有無及びその理由

6. 集計方針 : 調査項目の①、②は、「景気がよい」「やや景気がよい」と判断した回答の構成比合計から、「やや景気が悪い」「景気が悪い」と判断した回答の構成比合計を差し引いた数値で業況判断の指数 (Diffusion Index) としている。なお、「例年と変わらない」はカウントしない。
また、各事業所の業況判断の理由を踏まえ、指数と照合し相対的に各期の景気動向を解釈する。
調査項目の③は、業種ごとの設備投資の有無とその理由について、相対的に検討し業況判断を行う。

7. その他

- : ①集計結果については、回収数を母数とし地域全体の代表性を表すものではない。
- ②集計時の構成比は、小数点以下2位を四捨五入しているため合計が必ずしも100%にならない場合があるが、表記は100.0%としている。
- ③報告書作成においては、集計方針を受けて有用と判断されるものを採択し掲載することとする。
- ④本報告書は、年間4回の調査を集約したものである。
- ⑤調査結果1. 及び4. に掲載している年間ポイントは、本事業継続を前提とすることにおいて、以後の年度ごとにその業況感の向上・回復や下降・下落の変遷を比較することを狙いとしている。
- ⑥新型コロナウイルス感染及び新型コロナウイルス感染症拡大を「コロナ」と略して表記している。

II. 調査結果

1. 四半期ごとの業況判断

業況としては、依然として新型コロナウイルス感染拡大等の影響により水面下で推移しており、すべての業種で「不調」「やや不調」となっている。

小売業を除いて、新型コロナウイルス感染拡大が一時、小康状態になったことや秋の行楽、紅葉シーズンということも相俟って第3期（9月～11月）においては改善傾向が見られたものの、第4期（12月～2月）では再度、悪化となった。

小売業は、依然として悪化傾向にあり、改善の兆しは見られない。

【表1 四半期ごとの業況判断】

区分	木地漆器業	小売業	料理・飲食業	旅館・ホテル業
第1期	不調	不調	不調	不調
第2期	不調	不調	不調	不調
第3期	やや不調	不調	不調	やや不調
第4期	不調	不調	不調	不調
年間ポイント	-3.5	-4.0	-4.0	-3.5

※判断基準：好調 =50%以上

やや好調=1%～50%未満

やや不調=0～-50%未満

不調 =-50%以下

※年間ポイント：好調 =1ポイント

やや好調=0.5ポイント

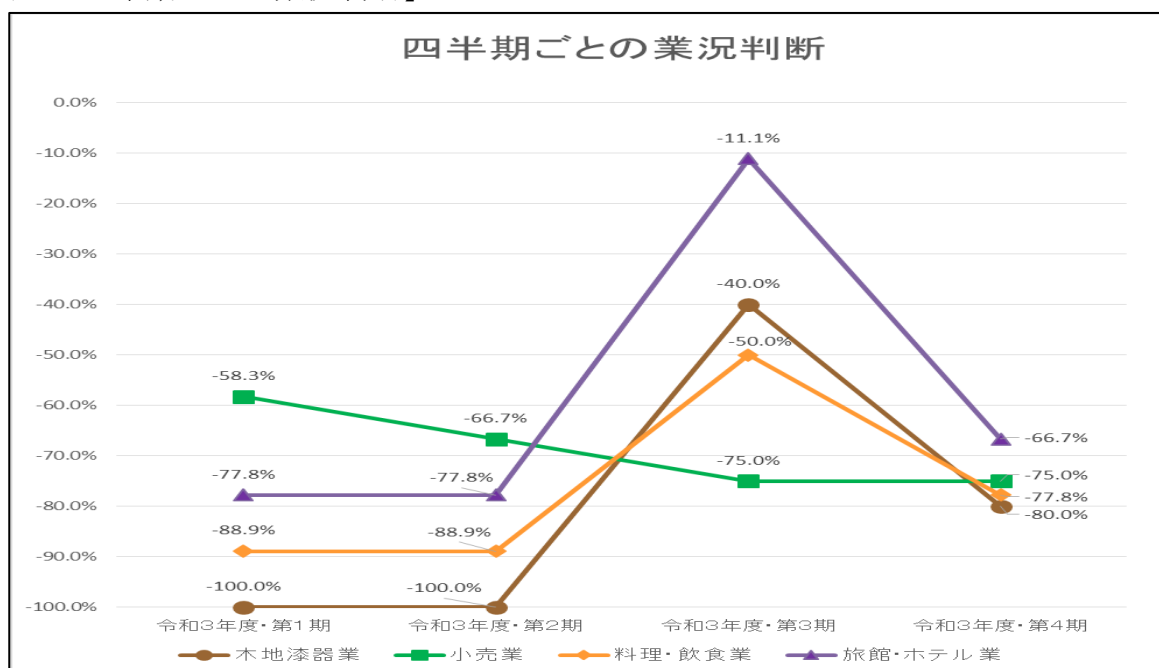
やや不調=-0.5ポイント

不調 =-1ポイント

の加減

(最高点=4ポイント 最低点=-4ポイント)

【図1 四半期ごとの業況判断】



【表2 四半期ごとの業況判断 集計表】

第1四半期	景気がよい	やや景気がよい	例年と変わらない	やや景気が悪い	景気が悪い
木地漆器業	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
小売業	0.0%	8.3%	25.0%	16.7%	50.0%
料理・飲食業	0.0%	0.0%	11.1%	22.2%	66.7%
旅館・ホテル業	0.0%	11.1%	0.0%	33.3%	55.6%

第2四半期	景気がよい	やや景気がよい	例年と変わらない	やや景気が悪い	景気が悪い
木地漆器業	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
小売業	0.0%	0.0%	33.3%	8.3%	58.3%
料理・飲食業	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	77.8%
旅館・ホテル業	0.0%	11.1%	0.0%	11.1%	77.8%

第3四半期	景気がよい	やや景気がよい	例年と変わらない	やや景気が悪い	景気が悪い
木地漆器業	0.0%	20.0%	20.0%	60.0%	0.0%
小売業	0.0%	8.3%	8.3%	50.0%	33.3%
料理・飲食業	0.0%	12.5%	25.0%	37.5%	25.0%
旅館・ホテル業	0.0%	33.3%	22.2%	22.2%	22.2%

第4四半期	景気がよい	やや景気がよい	例年と変わらない	やや景気が悪い	景気が悪い
木地漆器業	0.0%	0.0%	20.0%	40.0%	40.0%
小売業	0.0%	8.3%	8.3%	41.7%	41.7%
料理・飲食業	0.0%	0.0%	22.2%	44.4%	33.3%
旅館・ホテル業	0.0%	11.1%	11.1%	22.2%	55.6%

2. 業況判断（前年度比較）

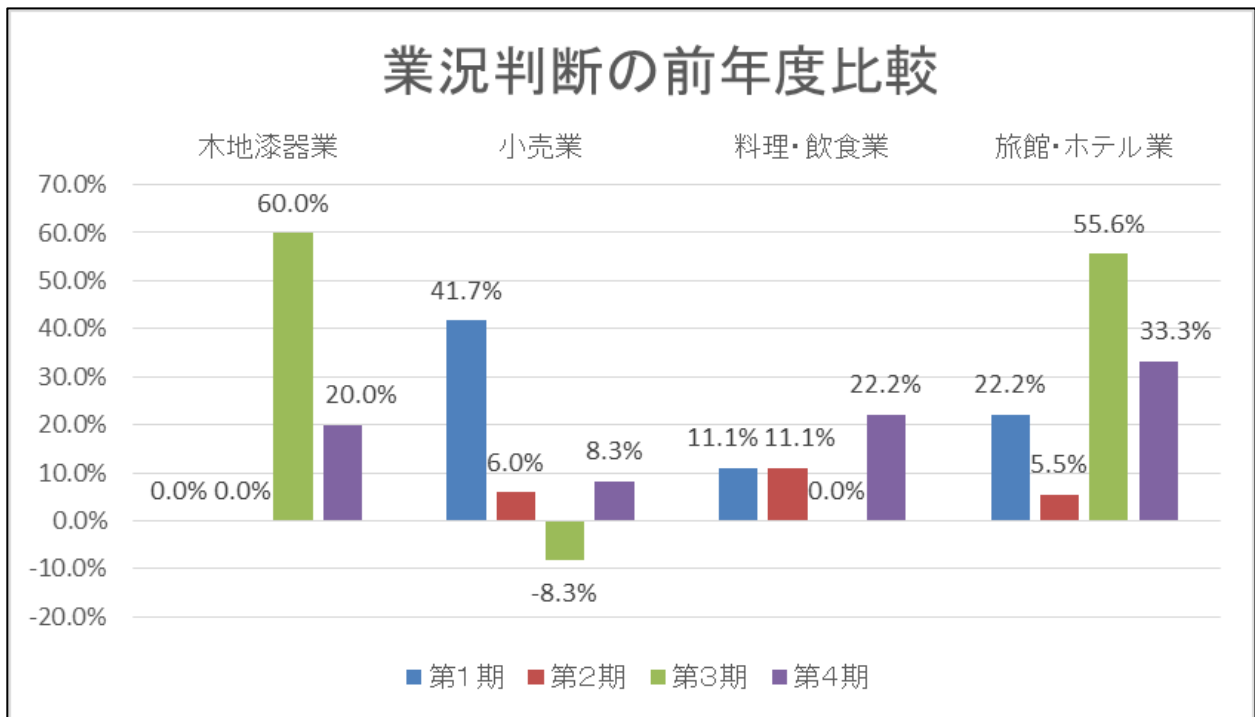
小売業の第3期を除いて、全業種において、前年度比較変化なしまたはプラスとなっている。

特に、木地漆器業及び旅館・ホテル業においては、第3期（9月～11月）のプラス幅が大きく、旅館・ホテル業は第1期から第4期まで全期においてプラスとなった。

【表3 業況判断の前年度比較】

区分	木地漆器業	小売業	料理・飲食業	旅館・ホテル業
第1期	0.0%	41.7%	11.1%	22.2%
第2期	0.0%	6.0%	11.1%	5.5%
第3期	60.0%	-8.3%	0.0%	55.6%
第4期	20.0%	8.3%	22.2%	33.3%

【図2 業況判断の前年度比較】



3. 業況判断の主な理由

①第1期（3月～5月）

- ・コロナが収束しないのでホテル、旅館も休んでいるため、観光客は全然いません。
- ・コロナによる来客数の減少
- ・コロナの影響で客数が少ない。卸先からの注文が少ない。
- ・コロナの影響のため、人流（観光客）が大きくマイナスになっている。
- ・コロナ禍の中、緊急事態宣言や蔓延防止等重点措置等で、旅館、ホテルが平日は休業し、観光客が激減し、土産品の売上が非常に悪い。

- ・観光客は減少しているが、巣ごもり需要が高まっている。
- ・地域内のお客様が中心なので、あまり変化はない。
- ・コロナの影響が長引いている。
- ・道の駅の人出は、例年とさほど変わらないため。
- ・コロナ禍で遠出がしにくくなっており、近隣の方が多く訪れるようになった。
- ・とにかく、コロナでお客さんが減少。
- ・コロナにより予約が低調。
- ・宿泊の予約が少なく、直前のキャンセルが多く見られた。
- ・売上が 35%程減少。食堂は 40%程、物販は 30%強減少している。
- ・地元来客数の減少
- ・コロナにより、移動自粛が続いており売上は半減。
- ・国の観光施策への不参加から来る客離れから一時、苦境に陥るものの、当館独自の宿泊プラン造成の結果、順調に推移し始め、やや好調に転じる。
- ・宿泊（旅籠、自炊共に）、お休み（日帰り）、入浴、物品販売全てにおいて落ち込んでいる。ただし、入浴は鳴子全体としては好調の様子。
- ・ワクチン接種が始まったので、少しずつはお客様が足を運んでくれるようにはなりましたが、旅館・ホテルに宿泊するお客様が少ないので、前年度の売上には程遠いです。ワクチン接種を 2 回打ったお年寄りが少団体で休みに来ているのは良い傾向です。
- ・コロナの影響で、観光客数が減り、必然的に来客数、売上も大幅に減少傾向にある。
- ・まず、人通りが少ない。土曜、日曜は日帰り入浴のお客様でお店には入らない。

②第 2 期（6 月～8 月）

- ・コロナの為、お客さんがいない状態です。
- ・コロナ感染拡大防止による行動自粛により観光客が激減
- ・コロナの影響で、来店数の減少と卸の減少
- ・コロナ禍での交流人口の減
- ・来店者数がやはりコロナの影響で少ない
- ・蔓延防止等重点措置及び緊急事態宣言等で、観光客が皆無状態。土産品の売上が対前々年で 20%くらい。
- ・コロナの影響はあるが巣ごもり需要増。
- ・人出が少なく、酒の売れ行きが悪い。
- ・コロナの影響は限定的。
- ・コロナの悪影響は、それほど大きくないため。
- ・観光客の低下
- ・コロナにより予約が低調
- ・前年のような G0-T0 キャンペーンがないこと、感染拡大が続いていることなどから客足が遠のいている。
- ・売上が 18%程減少。食堂は 15%程、物販は 20%弱減少している。

- ・コロナ禍の収束ない限り見込み無し。
- ・コロナ感染者数の増加による出控え感が強い。
- ・当館独自の宿泊プランが好調な予約を確保できたため。
- ・需要が非常に低い。この状況下ではしかたが無いし、対策を練るにも限界がある。本当に経済が「逼迫」しているとやっと最近実感してきました。
- ・イベントのお客様、宿泊のお客様がいないため、去年より悪い状態が続いています。
- ・コロナによる自粛生活の影響
- ・ホテルが休みの日が多く、観光客も歩かず収入がかなり落ち込みました。
- ・平均すると、入込数が減少している。
- ・高価格帯の宿泊客の減少

③第3期（9月～11月）

- ・コロナが少し落ち着いてきたため、ホテルに泊まるお客さんが多くなり、店に来るお客さんが増えたため少し売上が伸びました。
- ・コロナでお客様が来ない。
- ・固定客はいるが、新規が取れない。
- ・宿泊券の利用で、少しお客様が出ていますが、今までの様にとはなっていません。少しずつですね。
- ・前年と変わりなく、お客様が少しは多くなったとはいえ、売上に変わりはありません。
- ・コロナパンデミックの影響にて、40%～50%のマイナスになっている。
- ・コロナの影響。9月はこけし祭りが中止となったことも影響した。
- ・9月までは非常に悪かったが、コロナが落ち着き始めた10月頃から秋の紅葉期と重なり、宿や街にも少しずつお客さんが戻りやや上昇傾向にあった。
- ・去年は「GO-TO キャンペーン」の恩恵を受けられたが、今年の第3期はそれがなく、コロナもまだまだ安心できる状況になかったため。
- ・連泊のお客さんが少ない。地元製造品であっても、自分が食べる分だけ買い求めるが、みやげなど考えてはいない旅人だけです。
- ・緊急事態宣言中(9月)は、道の駅のお客さんも少なかった様子で当店も来客が少なかった。紅葉シーズンはお客様も戻り、昨年よりは良かった。
- ・9月上旬は緊急事態宣言により来客数は落ち込んだが、10月～は紅葉やキャンプ需要により来客数が多くなった。コロナも感染が落ち着いていた。
- ・土日以外の平日の客の動きが悪い。アルコール類の売上低調。
- ・9月はコロナにより、来客数が少なかった。10月～11月は若干持ち直したが、以前のようには戻っていない。
- ・紅葉の時期以外のお客の出入が戻らない。
- ・様々なキャンペーンとHPを強化したため、反響がありました。
- ・コロナ患者の増減が落ちつかず客足が変わらない。

- ・G0-T0 トラベル不参加によると思われる客離れを挽回すべく実施したレッツ G0 湯治が徐々に浸透し、目に見えて客の増加に繋がった。
- ・コロナ収束を願うばかりです。
- ・日帰り利用が増えている。みやぎ割による宿泊数も増えていることなどから前年並みを見込んでいる。前年は11月中旬から感染が拡大し、キャンセルが大幅に増えたが、今年は感染が落ち着いているので、前年のようにならないようにと思っている。
- ・客数変更なし（昨年同様）

④第4期（12月～2月）

- ・コロナの為、観光客が歩いていない。
- ・お客さんが少ない。
- ・コロナの影響により観光客の減少
- ・新しいものは売れず、前から注文のあったもの、直しのものが多かった。
- ・早くコロナが無くなるとういすね。まだまだ先が見えません。
- ・コロナが2年も続くと思いませんでした。強い地震もあり、なかなか大変です。
- ・コロナ関連にて、交流人口のマイナスが大きい。
- ・コロナ禍で観光客が激減し、例年にない積雪で地元客の購買力も落ちている。
- ・コロナの影響がまだまだ続いているため、来客数が今ひとつ伸びていないため。
- ・若い人の一人旅、買っても2ヶ～3ヶだけ。家族での宿泊でおみやげは買っていかない。地元のお客さんも進物を控えている。
- ・コロナの感染は増えているが、道の駅人気により最低限の売上は確保している。
- ・道の駅ランキングで1位をとったことなどから、来客数が増えているもののコロナの影響があり、前年と同等である。
- ・コロナの影響により。
- ・コロナ、仕入価格増。
- ・コロナの影響、宴会客の低迷。
- ・今年は雪の量が多く、交通機関の乱れ、天候の不調でお客さんの数が少なかった。
- ・コロナ感染者数の増加により、行動が自粛されてしまった。
- ・国策 G0-T0 トラベルに不参加してから客離れが進み、対策を考えた中、昔に立ち返り子供の頃母がやっていたことを思い出し、当館の田んぼで取れた米を朝晩サービスするレッツ G0 湯治を実施してから、コロナ以前の状態に戻ることが出来た。未来を見据えた対策が必要だが、過去に埋もれた事業の見直しも大事。
- ・オミクロンのおかげで、予約が突然キャンセルになったりと思いのほか売上が伸びなかった様に思う。
- ・観光客の減少。
- ・他国による利上げ発表に伴い、物価高、資源高、原油高等が目立つ様になってきたため、政府実施の観光政策に頼らないと未だ自力集客に限界があるのではないかとと思う。

- ・予約のキャンセルなどが増えている。
- ・来客数が少なく、特に食堂の売上が落ちている。

4. 次期の業況見込み

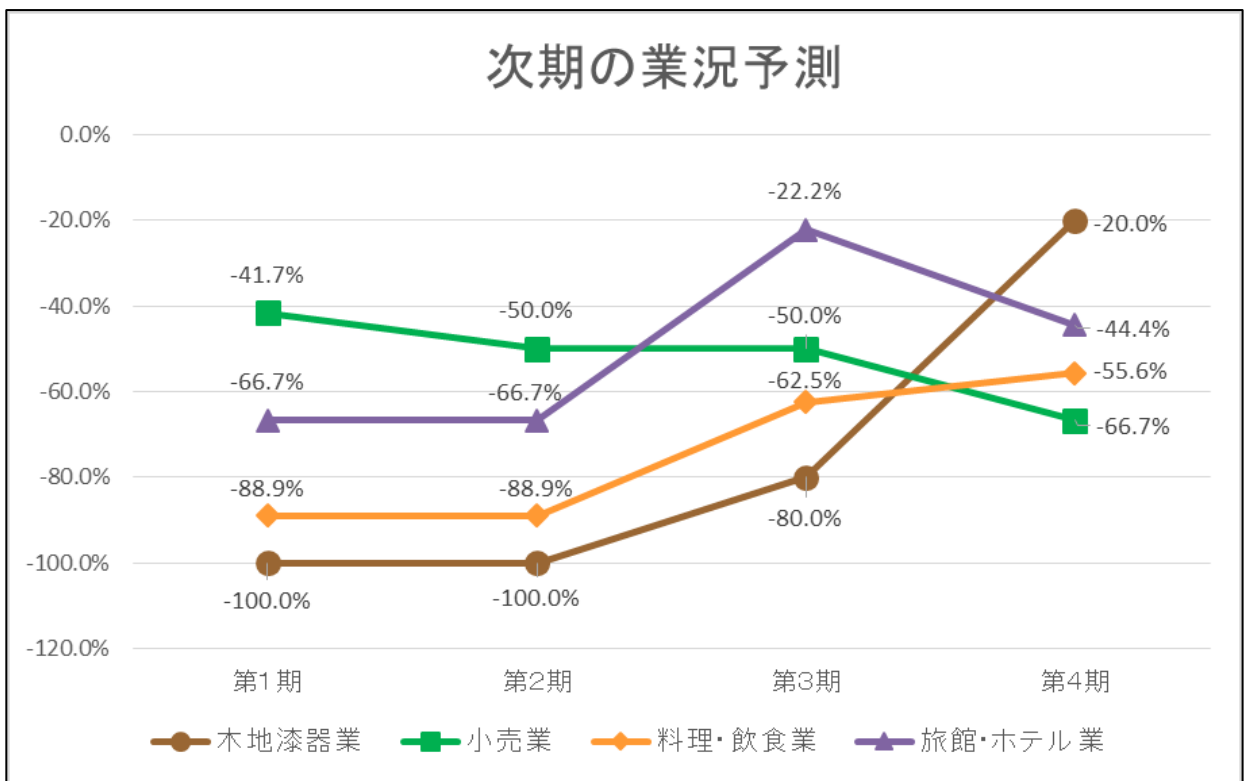
次期の業況見込みとして、全業種、各期において水面下の見込みとなったものの、木地漆器業、料理・飲食業、旅館・ホテル業においては、第2期以降改善の見込みまたは改善傾向となっている。

一方、小売業は悪化傾向の見込みとなっている。

【表4 次期の業況予測】

区分	木地漆器業	小売業	料理・飲食業	旅館・ホテル業
第1期→第2期	不調	やや不調	不調	不調
第2期→第3期	不調	不調	不調	不調
第3期→第4期	不調	不調	不調	やや不調
第4期→翌1期	やや不調	不調	不調	やや不調

【図3 次期の業況予測】



【表5 四半期ごとの業況予測 集計表】

第1四半期	景気がよい	やや景気がよい	例年と変わらない	やや景気が悪い	景気が悪い
木地漆器業	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	80.0%
小売業	0.0%	16.7%	25.0%	8.3%	50.0%
料理・飲食業	0.0%	0.0%	11.1%	33.3%	55.6%
旅館・ホテル業	0.0%	11.1%	11.1%	22.2%	55.6%

第2四半期	景気がよい	やや景気がよい	例年と変わらない	やや景気が悪い	景気が悪い
木地漆器業	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	80.0%
小売業	0.0%	8.3%	33.3%	16.7%	41.7%
料理・飲食業	0.0%	0.0%	11.1%	22.2%	66.7%
旅館・ホテル業	0.0%	11.1%	11.1%	44.4%	33.3%

第3四半期	景気がよい	やや景気がよい	例年と変わらない	やや景気が悪い	景気が悪い
木地漆器業	0.0%	0.0%	20.0%	80.0%	0.0%
小売業	0.0%	8.3%	33.3%	33.3%	25.0%
料理・飲食業	0.0%	12.5%	12.5%	62.5%	12.5%
旅館・ホテル業	0.0%	33.3%	11.1%	22.2%	33.3%

第4四半期	景気がよい	やや景気がよい	例年と変わらない	やや景気が悪い	景気が悪い
木地漆器業	0.0%	40.0%	0.0%	40.0%	20.0%
小売業	0.0%	8.3%	16.7%	25.0%	50.0%
料理・飲食業	0.0%	0.0%	44.4%	33.3%	22.2%
旅館・ホテル業	0.0%	22.2%	11.1%	22.2%	44.4%

5. 次期の業況見込み（前年度比較）

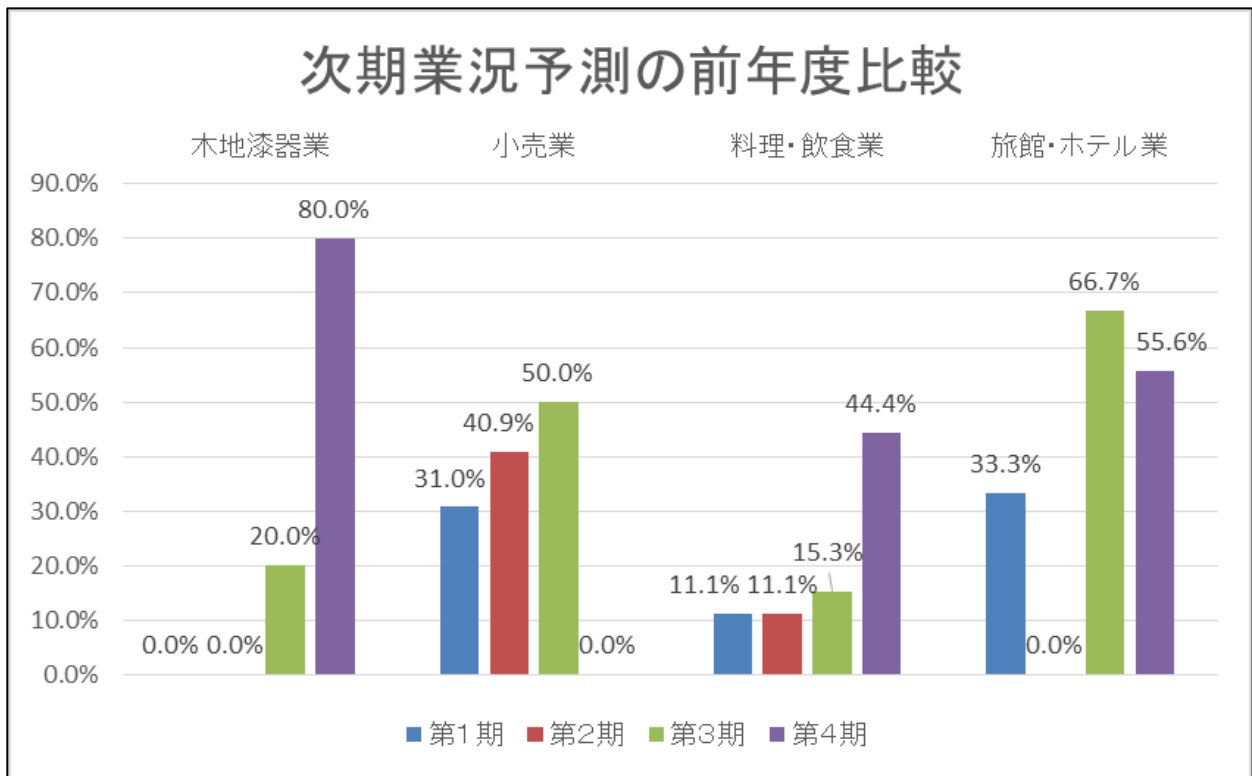
次期業況見込みの前年度比較では、全業種、全期変化なしまたはプラスとなっている。

特に、小売業を除いて各業種第4期のプラス幅が大きくなっている。

【表6 次期業況予測の前年度比較】

区分	木地漆器業	小売業	料理・飲食業	旅館・ホテル業
第1期	0.0%	31.0%	11.1%	33.3%
第2期	0.0%	40.9%	11.1%	0.0%
第3期	20.0%	50.0%	15.3%	66.7%
第4期	80.0%	0.0%	44.4%	55.6%

【図4 次期業況予測の前年度比較】



6. 次期の業況見込みの主な理由

①第1期（3月～5月）

- ・今のところ、理由はコロナの為。
- ・観光客が増加しなければどうにもならない。
- ・コロナの感染者数が増えている状況で、客数・注文の伸びに期待できない。
- ・コロナのワクチン接種が進んでも、秋までは客足が回復しない。
- ・観光客は減少しているが、巣ごもり需要が高まっている。
- ・コロナの動向次第で変化すると思われる。
- ・地域内のお客様が中心なので、あまり変化はない。

- ・資金繰りなどの面で、見通しがつきにくい状況が続いているため。
- ・コロナによる来客減。
- ・コロナの影響はあるものの、そこまで大きな変化はないため。
- ・コロナ禍で遠出がしにくくなっており、近隣の方が多く訪れるようになった状況が当面続くと思われるため。
- ・いろいろな対策を国、県などで考えてはいるが、それが商店、旅館のためになっているかどうかは疑問である。
- ・予約が入るもののキャンセルも多く、感染拡大の様子見の状況と思われる。団体の予約も入るものの団体内部での反対意見もあるようで仮予約に止まっている。
- ・入浴者数も例年の半分であり、7月には大規模な修繕を予定しているため。
- ・ワクチン接種後に期待しています。各イベントの縮小でも開催されるのに期待します。
- ・コロナの落ち着き次第と思うが、想像がつかない。
- ・独自のプランが根付いた様子が随所に見られ、顧客から新規への拡大を計りたい。
- ・プレミアム商品券が少しずつ動いているから。県民割引もやっと手続きしたので、きっと効果が上がってくるはず。
- ・県の宿泊券などの売上は好調のようですが、使えるのは10月からなので、もう少しこの状態が続くと思います。ワクチン接種の進み具合によるのではないか。
- ・コロナが収束しない限り、現状のまま推移していくでしょう。
- ・早くコロナが収束し、お泊りのお客様がぶらぶらお散歩できるようになってほしい。

②第2期（6月～8月）

- ・観光客が全然、鳴子の町の中を歩いていない。ホテルも休んでいる。
- ・コロナが収束しないとどうにもならない。
- ・コロナの影響で、回復の見通しが立たないため
- ・店売り、卸売り両方とも50%近くの減少。
- ・ワクチン接種でコロナが落ち着いて、少し戻ってくることを見通して。
- ・鳴子温泉にとっては、1年中で一番忙しい時期ではあるが、イベント等の中止・縮小で紅葉期も例年の半分ぐらいの人出ではないか？
- ・コロナの影響はあるが巣ごもり需要増。
- ・コロナ感染状況による。
- ・客数が戻る見込みがない。
- ・秋は紅葉で、少しでもにぎわうと思うので期待している。
- ・10月からみやぎ割が始まる予定であることや紅葉シーズンを迎え、客足も伸びるものと思われる。ワクチン接種も広まり、心理的にも出掛けるムードになる。
- ・入浴者数の増加を見込む。
- ・行楽シーズンになり期待したいが、蔓延防止等重点措置及び緊急事態宣言等もあり、景気が上がるまではいかないと思う。
- ・当館独自の宿泊プランが好調な予約を確保できているため。

- ・ 昨年は、GO-TO トラベルによって景気は上昇したが、今のところ再開の見通しが立っていないので。
- ・ HP を立ち上げ、この状況下においてなだらかに「PR」していき、多少の手応えは感じている。また、前売宿泊券（県民割）は非常に好評だった。10月から使用可能なので少し期待したい。
- ・ コロナの人数が少なくなった為、ワクチン接種が進んだ為お客様が多くなっているように思われます。10月からの宿泊券、期待したいものです。
- ・ コロナが収束しない限り、希望がもてません。
- ・ プレミアム宿泊券などの割増、お得感がないと宿泊しない流れを作ってしまったのではないかと思う。

③第3期（9月～11月）

- ・ まだまだ安心できない状態なので、景気はすぐ良くなりません。
- ・ コロナが収束しなければ良くはならない。
- ・ コロナが明けて、徐々に人の流れが戻りつつあるが、それまでがマイナスのため、例年位には回復する見通し。
- ・ 出店する機会が減少している。
- ・ 新しいオミクロン株によって先が見えません。増えなければ良いと思っています。
- ・ 遠くからのお客様でない限り。
- ・ 冬期に入り、例年客数が落ち込む時期で、例年と変わりなさそう。
- ・ 客足は、徐々に戻りつつあるもまだまだ売上は伸びそうもない。
- ・ マスクが外れない事には期待が持てない。
- ・ コロナ次第
- ・ 好転への明かりが見えない。
- ・ ホテルに泊まっても街中を出歩く人が少ない。
- ・ 毎日、お問い合わせの TEL やメールが来て、新規客が増えました。
- ・ お客様の動き、新規客が少ない。
- ・ 朝晩の御飯とみそ汁をサービスするレッツ GO 湯治が、いつもの年末年始の忙しさに拍車を掛けるものと期待したい。
- ・ 紅葉期はいつもよりお客様は増えたが、紅葉が終わりまた元通りになったしまった。
- ・ 感染が拡大しないという条件ではあるが、予約が増えているので前年以上を見込んでいる。
- ・ 緊急事態宣言と時短要請により先月は落ち込んだものの、紅葉期から年末年始にかけて入浴客の増加を期待したい。

④第4期（12月～2月）

- ・ 町の中を歩く人がいない事はさびしいです。
- ・ コロナが収束し、人流が多くなる。希望的な思い。
- ・ コロナの影響が緩和し、観光客が戻ってきている兆しが見えるため
- ・ 前年度より仕事の話（記念品等）が多くなってきた。

- ・また新しいコロナが発生していますので、期待はできません。
- ・資金もなく、どのようにすれば良いか難しいです。
- ・コロナ関連の状態によると思います。
- ・コロナの陽性者が減らず、先が見通せない。
- ・まだ先が見えない状況にある。
- ・甘いもの離れで売上減少。お客さんに話を聞くとスナック菓子はよく食べるとのこと。
- ・コロナと仕入値の高騰
- ・感染者数増加
- ・仕入価格の高騰
- ・宿泊割りなどのおかげでお客様が増える事に期待したい。
- ・少しずつ回復傾向に向かうと思うが、コロナの状況（感染者数、対策）で予測がつきにくい。
- ・決して高額ではない日常の延長線上にある料金設定が、内容さえ伴えば大手のホテルと同格の仕事ができる。証明することが日々の仕事。
- ・県民割がコンスタントに予約が入り売上に結びついている。また、最近では地震の影響で日帰り温泉が人気である。
- ・客数、売上が伸び悩んでいる。
- ・コロナの影響
- ・積雪量の増加、コロナ感染者数増加、地震発生頻度増加によるキャンセル者数が多かった。
- ・景気が良くなる兆し（客数など）が見当たらない。
- ・来客数の増加を期待したい。

7. 設備投資の動向

各期の設備投資の予定は、表7のとおりとなった。

小売業においては、コロナ対策や消費者行動の変化に対応した設備投資等への積極的な姿勢が見られるものの、木地漆器業は消極的となっている。

【表7 各期の設備投資の状況】

区分	木地漆器業	小売業	料理・飲食業	旅館・ホテル業
第1期	0/5件 (0.0%)	4/12件 (33.3%)	1/9件 (11.1%)	3/9件 (33.3%)
第2期	0/5件 (0.0%)	3/12件 (25.0%)	1/9件 (11.1%)	1/9件 (11.1%)
第3期	0/5件 (0.0%)	2/12件 (16.7%)	2/9件 (22.2%)	1/9件 (11.1%)
第4期	0/5件 (0.0%)	2/12件 (16.7%)	1/9件 (11.1%)	1/9件 (11.1%)
年平均割合	0.0%	22.9%	13.8%	16.6%

※年平均割合＝設備投資を行った事業者数の期ごとの割合の平均値
なお、設備投資が無かった期は含めない

8. 設備投資の主な内容

①第1期（3月～5月）

- ・商品内容、店内レイアウトを大きく変えていく必要にある。
- ・新製品の生産のため。
- ・コロナ対策
- ・トイレ
- ・コロナ対策が未だ万全ではなく、その方向に環境整備する必要性が高いと思われるから。
- ・駐車場のアスファルトの直しと店内にカフェスペースをつくる予定でいます。休むところが無いという話を多く聞くので、少しずつですが商品を増やしていきたいと考えています。
- ・シャッター
- ・老朽化

②第2期（6月～8月）

- ・老朽化している設備はしなければならないと思っているが、現状では見通せない。
- ・新規事業用設備
- ・コロナ対策
- ・トイレ
- ・店の中の飲食のスペースをつくる為、補助金の申請を行っています。
- ・老朽化、ニーズの変化

③第3期（9月～11月）

- ・お客様の年齢も変わり、年をとった方もですが若い方にも鳴子をわかってもらえるように変えていきたいと思えます。
- ・次のステップにおいて必要なものがでてくると考える。
- ・合理化、新しい生活習慣への対応
- ・コロナ禍の対策として、少し考え中です。

④第4期（12月～2月）

- ・新たなお客様を求めるため、カフェを併設する予定。お客様の年齢の幅を広げたい。
- ・年数的に設備、備品などが古くなっている。
- ・地震による損害発生の為