

5. 甲信越（地域別調査機関：株式会社日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------------------|-------------|----------------------------------|--|
| 家計 動向 関連 (甲信越) | | 衣料品専門店（経営者） | ・夏を前にして準備が始まり、良くなる。 |
| | | その他サービス〔葬祭業〕（経営者） | ・高齢者はたくさんいるので、ここ数年は葬儀が減ることはない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・世間一般的に景気が良いと言っている割には、当店は良くない。ただ、スポーツ用品業界は、3～4月は高校入試から入学準備等になり、やや良くなる。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・今年は例年になく降雪が少なく、春が早く訪れ、客もその分、早く動くのではないかと期待している。 |
| | | スーパー（経営者） | ・3月半ばから6月末までは毎週末大型イベントがあるので忙しくなる。更に3月末には、店舗前面道路が開通する。体調を整えて準備したい。 |
| | | スーパー（副店長） | ・今年のゴールデンウィークは特別な大型連休で、観光業を中心に、スーパーマーケットや百貨店など、景気が好調になると予想される。ただし、これは一時的なもので、秋の消費税増税前からは節約傾向になるとみている。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・これから桜の開花と同時に徐々に天候も良くなるので、客の充足も良くなる。そういう観点から、上向きと判断している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・消費税増税の駆け込み需要で、新車の販売台数が上向いてくる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・好況の予測は薄いが、今よりは良くなる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・4月の開店15周年に向けて、拡販策を独自に企画中である。 |
| | | スナック（経営者） | ・厳しかった2月もようやく終わるが、3～4月は異動の時期なので、歓送迎会などが多少は期待できるとみている。いつもの月よりは売上にも期待している。 |
| | | 観光型ホテル（支配人） | ・今後、地元で開催される大型イベントや、ゴールデンウィークの10連休も控え、この春は来客増が期待される。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・前月から継続して予約状況は順調に推移している。ゴールデンウィークの10連休付近の個人予約は、前年比プラスで進捗している。一方で、法人関係は大きく落ち込み始め、懸念材料ではある。しかし、ここ数か月の流れからも、客のフリー利用が安定しているのので、良くなっていくとみている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・2月が非常に悪かったので、これ以上悪くならないと思わない。天候も良くなり、客も外に出やすくなるので、今以上に良くなっていく。 |
| | | 遊園地（職員） | ・周辺を訪れる外国人旅行者の来園や、新規施設の開業、イベント等の集客施策の実施により、来客数の増加を期待する。 |
| | | 商店街（代表者） | ・ゴールデンウィークの10連休を控えているが、10連休だけに人の動きが集中して、統一地方選挙や連休後の反動の影響が、前後の時期に出るような気がする。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・消費税増税に絡んだ動きが、建築工事関係に少しずつ出て来ているようだが、商品の動きにはまだない。単発でも、一時的な流れに乗りたいたいところだが、消費者の動きは微妙で、売上増は期待できない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・客の様子をみると、買物には慎重である。欲しい物は良い物でも買うが、余計な物は買わない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・オケーションニーズが大きく伸長しているわけではなく、フリー客は増えていない。春物の新調に、百貨店を選んで買いに来る客も決して多くはなく、紙媒体による訴求の減少も痛手である。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・景気の刺激対策がない。 |
| | 乗用車販売店（経営者） | ・消費税増税に対する駆け込み需要は、まだ起きていないようである。 | |

| | | | |
|-----------------------------|---------------|---|---|
| | スナック（経営者） | ・理由はよく分からないが、良くない状態が続いており、なかなか上向いてこない。通行量は少ないままで、宴会の動きも良くない。 | |
| | スナック（経営者） | ・悪いままで変わらない。 | |
| | 旅行代理店（副支店長） | ・米国と中国の情勢が、今後すぐに解消される見込みも薄い。回復がみられない限り、景気減退となる可能性が高い。今後の企業出張や海外視察の受注も減少してきている。ゴールデンウィークを控えて、旅行の相談はあるものの、成約は少ない。日程的な選択はあるが、例年と大きくは変わらない。 | |
| | 通信会社（経営者） | ・皆の関心が、ゴールデンウィークの10連休に向いており、当業界への関心は薄い。 | |
| | 美容室（経営者） | ・春のイベントで卒入学式等があり、来月は年間で2番目の忙しい月で、来客数は増加するとみている。 | |
| | 設計事務所（経営者） | ・2か月後の仕事も入っている。 | |
| | スーパー（経営者） | ・消費税再増税による先行き不安感に加え、貿易摩擦の収束がみえず、工場の稼働に影響が深まる。統計問題など暗い話題が多く、消費マインドに影響するとみている。 | |
| | スーパー（経営者） | ・消費税再増税をにらんで、消費意欲は下がっていくと感じる。大きな駆け込み需要も期待できない。 | |
| | コンビニ（エリア担当） | ・消費税再増税を控え消費は鈍っており、来客数、購買頻度、購買単価いずれも上昇しない。 | |
| | コンビニ（店長） | ・当店は観光立地ではないので、3か月後のゴールデンウィークの長期連休は、難しい状況になる。 | |
| | 自動車備品販売店（経営者） | ・中国へ進出している製造業では、これから減速する旨の発言が急に増えている。小売業は採用難により、人材採用のコストが高騰して、余裕がなくなってきている。働き方改革関連法案による有給休暇5日付与の義務化も、まだ実施策の詳細が決まらない企業が多い。コストアップが売上減少が見込まれる。 | |
| | 一般レストラン（経営者） | ・今後も競争相手が増えつつあるので、しばらくは客の取り合いになる。 | |
| | 一般レストラン（経営者） | ・消費税再増税を控え、消費拡大の要因が見つからない。小型店舗が増えて客が分散しており、大手の戦略に個人商店は振り回されている。 | |
| | 観光型旅館（経営者） | ・本年は名刹の御開帳などといった大きなイベントもないため、例年どおりの売上を予想している。今月はやや良かったが通常に戻るため、やや悪くなる。 | |
| | 都市型ホテル（支配人） | ・当社や同業他社にとっても、人手不足が深刻になってきている。人件費の上昇が、今後の景気の動向を左右し、どちらかといえば悪くなる気がしている。 | |
| | タクシー運転手 | ・県内のタクシー業界はそれぞれに頑張っているが、限界である。今年は消費税再増税に伴って、タクシー料金の値上げを検討している。それに期待したい。 | |
| | ゴルフ場（経営者） | ・国が見せかけの創生事業を続けている間は、地方で真の景気浮揚など期待できない。2年在籍した中央省庁から来た若い副町長はその後何のフォローもない。地方創生政策と補助金に依存するメンタリティからの脱却が課題である。 | |
| | 住宅販売会社（経営者） | ・県内の観光地は有名な避暑地やスキーリゾートなどが好調な半面、当地区は低迷が続いている。 | |
| | x | 百貨店（店長） | ・消費税再増税に向けて、消費動向はより慎重になる。 |
| 企業 動向 関連 (甲信越) | | * | * |
| | | 食料品製造業（営業統括） | ・関税撤廃による海外ワインの輸入増加が心配される一方、国産100%ワインの人気もあり、特に、東南アジアへの輸出も加わって、好調を維持すると予想している。 |
| | | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・この2か月生産量は低迷していたが、この先は徐々に回復傾向にある。 |
| | | 建設業（経営者） | ・消費税再増税の影響は思ったより少なく、冬季が終わりに近づくとつれ、受注成約も増えてくると期待している。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・特注品の動きはあるものの、受注量は相変わらず低迷が続く予想である。取引先が新築移転に時間を要しており、受注に影響が出る恐れがある。自社開催のワークショップは、新年度のPRの動向に期待している。 |

| | | |
|-----------------------|---------------------|--|
| | 一般機械器具製造業（経営者） | ・受注は概ね安定しており、大きな変動はない。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | ・受注案件は、多少はある。 |
| | 金融業（経営企画担当） | ・米国の連邦公開市場委員会（FOMC）が、今後の利上げに、ハト派的となったことから、米国の景気は長期的に緩やかに上昇すると予想される。一方、日本は円高方向に傾きやすくなり、景気敏感株や輸出関連株には悪影響となる可能性がある。また、訪日客にも円高の影響が出てくる可能性が考えられる。 |
| | 新聞販売店〔広告〕（総務担当） | ・改元を商戦に結び付ける動きがある一方で、チラシにおいては10連休前に大量出稿が予想されるが、連休中はほとんど出稿が止まることが予想されている。 |
| | 食料品製造業（総務担当） | ・原材料仕入れ先から値上げ要求を受けており、求人募集をしても、製造人員がなかなか入ってこない。困難な生産状況が予想される。 |
| | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | ・春は宝飾品の需要が高まる時期なので期待しているものの、前年からマーケットの回復が見えていないため、大きな期待はできない。インターネット販売の規制と税関審査の厳密化により、1月の宝飾展では中国人客の来場、購入が共に大幅ダウンしている。今月末から3月3日にかけて行われる海外での展示会で、その余波がどう出るのが業界の大きな関心事となっている。 |
| | 金融業（調査担当） | ・米中貿易摩擦の影響が一層深刻化すれば、不透明感が更に高まる可能性があり、堅調な設備投資にも影響が及び懸念がある。 |
| | × 食料品製造業（製造担当） | ・商品そのものが動いていない。景気の足踏み感から、客は消費に対して節約傾向で、価格重視となっている。数十円の差が、大きく出てきている。 |
| | × 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・利益が上がらず、資金繰りが大変である。 |
| 雇用 関連 (甲信越) | - | - |
| | - | - |
| | 人材派遣会社（営業担当） | ・人手不足は変わらないが、必要な要員がいないのか、育てられないのか。今まで以上に各社内での検討が必要になる。 |
| | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・人手不足が続くなか、高齢者を募集している企業が多く見受けられる。 |
| | 職業安定所（職員） | ・採算面と仕入れ単価の改善の動きはみられるが、景気は一進一退の状況である。求職者については、首都圏からの進出企業の動向と重なり、動きが出てきている。 |
| | 職業安定所（職員） | ・製造業からは「安定して受注ができています」といった声が多く、新規求人数にも大きな変動はみられないことから、しばらく現状が続く見通しである。 |
| | 職業安定所（職員） | ・パートを含む全数の有効求人倍率は、前月より減少しているが、年度末にかかり、定年や期間満了等を控え、例年新規求職者数が増加する月であり、一時的なものと判断している。当所において有効求人数は高水準を維持し、有効求職者数は低いことから、企業の手不足感は継続中であり、当所管内の労働市場に変化はみられない。 |
| | * | * |
| × | - | - |