

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)		スナック（経営者）	・客に明るさが見られる。改元効果なのかは分からないが良い雰囲気 がしばらくは続きそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車イベントの効果と消費税再増税直前の駆け込み需要が見込 まれる。
		自動車備品販売店（経営 者）	・改元と消費税再増税前のセールによって、お祭りの集客で短期 的な効果が見込める。
		一般レストラン（経営 者）	・改元と、消費税再増税前という動機での購入が影響し、やや良く なる。
		観光型ホテル（支配人）	・台湾からの来客は落ち着いたのか減少気味だが、タイ、インドネ シアからの来客が増え、インバウンドの国籍が変わりつつある。こ の先の予約も比較的好調である。
		観光型旅館（経営者）	・今年の夏～秋は、需要につながるような特に大きなイベントなど は予定していないが、初夏～秋にかけて、県外からの需要増が、地 元客の減少を補って、売上の維持が期待できるため、現状よりは良 くなくなると考えている。
		都市型ホテル（支配人）	・平成から令和へのお祭りムードに始まり、何かと明るい話題が多 く、活気が出てきたような気がする。
		都市型ホテル（スタッ フ）	・先の予約状況は順調に推移している。10連休に伴い、個人予約は 順調に推移し、法人関係が落ち込んで動きが鈍かったが、連休が近 づくにつれ、また新元号が発表されてからは動きが出てきている。 フリー利用も大きく減少する要因がないので、少しずつ安定し、良 い方向へ進む。
		ゴルフ場（経営者）	・大型連休は季節も良くなり、予約は順調である。年配者は遠方へ の移動を控え、家族とのハイキング的な活動を予定している。
		その他サービス〔葬祭 業〕（経営者）	・暖かくなってきたので、冬のように葬儀件数はない。ただし、 高齢者は大勢いるので、今までのパターンどおりではない。
		商店街（代表者）	・この2～3か月をみると、多少金回りが良くなっている感じがす る。
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィーク後半も期待が持てるが、その後は反動減にな ると思われる。
		一般小売店〔家電〕（経 営者）	・消費税再増税関連の消費動向がみえてこない。施策次第のところ があり、再増税までは買い控えの様子も見受けられる。
		一般小売店〔家電〕（経 営者）	・夏物商材は特に天候に左右されるので、今の時点では何ともいえ ない。
		百貨店（営業担当）	・現状、客の様子からしても、良くなる要素はないので、若干悪く なるか、現状維持かとみている。
		百貨店（売場担当）	・10連休のゴールデンウィークではあるが、山が読みにくい上に、 気温の変動も大きく、百貨店への来店が期待できない。今後の初夏 物やセールの動き、動員に期待する。
		スーパー（経営者）	・改元、10連休に期待するものの、行楽地はプラスでも他の地域は マイナスで増減相殺するのではないか。
		スーパー（経営者）	・良くなってもらいたいですが、当社は4月21日までで、前年比売上が 14%減、来客数は同1%減である。来客数は1月7%減、2月4% 減、3月2%減、4月1%減と、よく言えば、来客数が回復してき たと言っているのかもしれない。前年は、5月からは前年比プラス になっていたため、5月が楽しみである。ゴールデンウィークも、 毎日何かしらイベントの仕事が入っている。5月2日が一番忙し く、3か所で大きなイベントが重なっている。
		コンビニ（店長）	・2～3か月後に暑くなれば、若干それに応じて売上も上がると思 うが、景気の状態は特別変わっていない。
		衣料品専門店（経営者）	・まだ商店街の活性化が進んでいないというのが現状で、購買力が 弱い。
	家電量販店（店長）	・人口減で、来客数の減少は変わらない。	
	一般レストラン（経営 者）	・地域でのイベント等で県外客に期待するも、その後に期待が持て ない。	
	スナック（経営者）	・悪いまま変わらない。現政権も狂っているのではないかと思っ て、余り人のせいにはしたくないが、良くなる要素が1つも見つか らない。	

	スナック（経営者）	・前月、今月と想定していたよりも売上がかなり良くないので、今後も余り期待はできない。これから納涼会シーズンなどに入るので、多少は期待しつつも現状維持というところである。
	タクシー運転手	・ここ1年間を振り返ってみても、前年を上回ったことは1度もない。今月も95%で終わる予定である。
	設計事務所（経営者）	・まだ手をつけられていない物件も多数あるため、変わらない。
	住宅販売会社（経営者）	・別荘に対して、ファミリー層や若年層の関心が向かなくなり、利用者数が減少している。
	コンビニ（エリア担当）	・消費税再増税に向けて直前の買いだめなど、経済効果は幾分あるが、再増税以降のことを考えると明るい状況になるとは思えない。
	乗用車販売店（経営者）	・消費税再増税が、悪い方向へ向かうきっかけになることを心配している。
	一般レストラン（経営者）	・消費税再増税に伴う動向が気になる。駆け込み需要は余り見込めない税率の高さなので、経済の動きは鈍くなるのではないかと。キャッシュレス化への対応もハードルが高い。
	旅行代理店（副支店長）	・中国、米国の情勢次第では企業業績が悪化し、旅行業に大きく影響が出そうである。現在でも、旅行の先延ばしや実施保留の企業が増加している。このまま海外情勢が変わらない場合には、景気悪化は免れないと懸念する。
	百貨店（店長）	・新元号、天皇陛下の御退位と大きなイベントを控え、また、10連休など一般的には盛り上がりもあり、小売業では一時的にそれを理由とした売上増は見込める。ただし、あくまで一時的なものであり、地方の景況感は悪いままである。
	スーパー（経営者）	・4月からの各商材の値上げの影響が、消費減退に出そうである。
	衣料品専門店（経営者）	・不動産などの大きな買物と比べて、我々小売店は景気が良くない。消費税再増税とはもってのほかである。
	通信会社（経営者）	・競合他社との客の奪い合いがますます激しくなっている。この状態がしばらくは続きそうである。
企業 動向 関連	-	-
(甲信越)	電気機械器具製造業（営業担当）	・今までの受注が徐々に生産増に寄与し始めている。
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・改元や10月に控える消費税再増税前の駆け込み需要を狙った小売店の販売競争もあり、受注が増えるかとみている。
	食料品製造業（製造担当）	・業界全体で販売価格の上昇が見受けられない。とにかく販売量を増やすか、製造原価の価格転嫁をしなければならないが、依然として厳しい状況で、変わらない。
	食料品製造業（営業統括）	・EUやチリ、オーストラリアからの関税引下げの影響が国産ワインの売行きにどの程度関係してくるか、もう少し見守る必要がある。
	食料品製造業（総務担当）	・7月には当社の繁忙期が始まり、例年良くなる。見込みでも期待できる。
	電気機械器具製造業（経営者）	・当面は受注見込みがあるので、変わらない。
	建設業（経営者）	・受注量はある程度確保できると思うが、人手不足、資材の値上がりなどが心配である。
	金融業（調査担当）	・米中貿易摩擦の影響が予想される一方で、改元による景況感の改善が期待される。
	金融業（経営企画担当）	・消費者が必要以上に消費を抑えている感があり、景気浮揚は感じられない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・今後の受注予測がマイナス傾向にある。
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・3月決算の企業業績低迷から、4月に入っても仕入意欲がない。
	出版・印刷・関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りがとても大変である。
雇用 関連	-	-
(甲信越)	人材派遣会社（営業担当）	・給与が上がらないので消費に回らず、景気後退は免れない。
	求人情報誌製作会社（経営者）	・景気の先行きが不透明のため、今後、募集に対して慎重になってくる企業も出てくる。

	職業安定所（職員）	・有効求職者が7月から増加に転じており、景気の改善傾向は緩やかながら鈍化していると判断する。ただし、パートを含む全数の有効求人倍率は高水準である。
	職業安定所（職員）	・3か月前よりはやや悪くなっている印象であるが、依然として堅調な業種もある。今後2～3か月で状況が変わるとは思えない。
	*	*
x	-	-