

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (甲信越)	◎	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・少人数ではあるものの、慶弔時の会食や接待も増えてきている。
	◎	スナック（経営者）	来客数の動き	・地元の大きなイベント等も影響していると思うが、来客数は上向いてきている。新型コロナウイルス新規感染者数は増えも減りもしていないので、ワクチン接種だけして普通に生活する流れになってきたのではないかと。ただし、会社で宴会禁止になっているところが多いようで、宴会は低調のままである。
	◎	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・今月の売上は、新型コロナウイルス前の90%程度だが、3か月前と比較すると急激な回復傾向にある。ゴールデンウィークが例年並みの売上だったことと、県民割が今月末までというアナウンスだったため、皆が駆け込みで利用しているようである。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前とは比較にならないほど人流があり、それに伴ってフリー客の動きも活発である。ゴールデンウィークや今までの自粛の反動、政府の行動制限解除が大きく影響している。個人客は予約、フリー共に、新型コロナウイルス禍前以上になっている。また、今までは県内客が多かったが、明らかに他県、特に、関東圏の客が非常に増加している。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前の2月は、まん延防止等重点措置期間中で、その頃と比べると、客足は雲泥の差がある。特に、ゴールデンウィーク期間の宿泊は、政府からの「ゴールデンウィークは外出自粛を求めない」という発表を基に、前年比150%と急激な伸びである。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・地元名物の祭礼のお陰で、毎日満室である。
	◎	観光名所（職員）	来客数の動き	・一般客、ツアー客共に大幅に増加している。特に、ゴールデンウィークは新型コロナウイルス前に匹敵する来場者となっている。
	◎	遊園地（職員）	来客数の動き	・来客数は、2月は前年比90%だったが、5月は同123%となっており、3か月前と比べて回復傾向にあるため、景気判断は上向きとしている。また、5月上旬はゴールデンウィーク期間のため、客も多くにぎわっていた。ゴールデンウィーク以降も、多くの客に来園してもらっており、園内はにぎわいをみせている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・当店は学校販売が中心だが、春先は割と注文枚数が少ないと思っていたところ、ここに来て、かなり追加で買ってくれているので、大変助かっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除となり、ゴールデンウィーク中の人出が、新型コロナウイルス禍前の70%まで戻ってきている。
	○	百貨店（営業担当）	それ以外	・高額品の動きが良い。時計や美術品等、富裕層の購買力が上がっているような気がする。
	○	スーパー（経営者）	来客数の動き	・5月は前年比で売上は100%、来客数が9%減となっている。来客数は毎月減ってはいるものの、2月から少しずつイベントも再開されているので、イベントの売上は回復している。いまだ、新型コロナウイルス前には程遠いが、朝も4時半から仕事をし、弁当の注文も、サッカーに140個、野球に30個、相撲に75個と、車1台には載せ切れない量の注文が入っている。音楽イベントには10個ほど注文があった。これからマスクも外せる状態になれば、もっと景気が良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も落ち着き、少しずつ売上、販売量が増えているような気がする。良い方向に向かっている。
○	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの行動制限緩和もあり、来客数の増加がみられ、客単価も上向いてきている。	

○	その他専門店 〔酒〕（店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況も多少落ち着き、外でマスクをしなくてもよいという政府からの発表もあって、若干飲食店にも客が向かうようになってきている。完全に戻ったとまではいかないようだが、週末辺りは外出して会食に行くという話もよく聞くようになってきている。飲食店の様子もやや良くなってきたようである。
○	一般レストラン （経営者）	販売量の動き	・4月から始まっている地元名刹の祭礼の影響で、販売量の増加が見込めそうである。
○	旅行代理店（副 支店長）	お客様の様子	・3か月前と比べると、旅行需要は増加してきているので、景気はやや上向きである。
○	タクシー運転手	販売量の動き	・名刹の祭礼はまだ開催しているが、中心街から離れているため、ほとんど影響はない。ただし、一般の車の動きや人の流れを見ると、やや動いてきていると感じる。
○	その他サービス 〔葬祭業〕（経 営者）	お客様の様子	・今月はいつもより葬儀は少なかったが、墓じまいの相談や粉骨の依頼は多い。
○	設計事務所（職 員）	来客数の動き	・計画物件数が増えている。
□	商店街（代表 者）	来客数の動き	・ムードとしては持ち直しといわれるが、現状の売上には全く反映されていない。人々の心の中に出歩いて買物をする気持ちが生まれないと、現実の売上には反映されない。
□	一般小売店〔家 電〕（経営者）	お客様の様子	・いろいろな物の値上がり、半導体関連、海外の新型コロナウイルスの感染拡大によるロックダウン等で、消費者の必要とする商材が納品できない事態もあり、商談が難しい。また、消費者に消費意欲がなく、売上増加につながる要素もない。
□	コンビニ（経営 者）	販売量の動き	・当店はオフィス街に近く、周りの住宅も通勤族が多いため、今まで来店していた客が来なくなっても、新しい客が増える等で、特段、人流は変わらない。
□	衣料品専門店 （経営者）	販売量の動き	・修理はあるものの、スーツ関係のオーダーがゼロに等しい。
□	家電量販店（店 長）	来客数の動き	・日によるが、来客数が7割を下回ることもある。
□	乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・新車供給不足や中古車の在庫不足から、売上が伸び悩んでいる。膨らんでいる受注残の解消が進まないなか、客の購入意欲の減退が懸念される。
□	乗用車販売店 （経営者）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク明けの一般整備や板金入庫が、前年同月より多くなっている。車両販売では、相場が上昇した中古車よりも新車を求める客が多くなってきている。
□	スナック（経営 者）	お客様の様子	・客の様子と回答したが、選択肢の全てが当てはまるような気がする。景気が変わらないというのは、これ以上悪くならないように変わらないでほしいという意味である。本当に飲食店は大変である。
□	通信会社（経営 者）	お客様の様子	・今月に入り、高齢者を中心に保留や解約が急増している上に、新規加入は低調である。
□	通信会社（社 員）	販売量の動き	・ネガティブになる要素はないものの、かといって上向き好材料もない。引越しのシーズンも終わり、1年で一番波がなく落ち着く時期ともいえる。
□	ゴルフ場（経営 者）	お客様の様子	・物価高騰の折、当社もやむなく値上げに踏み切ったが、集客数は前年と変わらない。
□	その他レジャー 施設〔ボウリン グ場〕（経営 者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス新規感染者数は減少傾向にあり、個人客は戻りつつあるが、団体の予約等はいまだ厳しい状態である。
□	その他サービス 〔クリーニング 〕（経営者）	競争相手の様子	・いまだに原油高騰が続き、クリーニング業界は大変な状況である。
□	設計事務所（経 営者）	それ以外	・資材納期に時間が掛かり、工事の進捗に影響が出ている。
▲	一般小売店〔家 電〕（経営者）	販売量の動き	・メーカーの商材不足が多く、かなり厳しい状態にある。

	▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・原価上昇分を徐々に売価に転嫁しているが、今のところ、客も仕方ないと諦めているようである。一方で、内部吸収にも限界が見えてきている。
	▲	スーパー（店長）	単価の動き	・買上点数が減って、客単価が前年を下回っている。
	▲	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・物価が高騰している。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスや水道高熱費の高騰により、やや悪くなっている。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月は、ピークが極端に狭い時間帯になり、その前後の売上が大分減ってきている。全体的にも売上がうまく伸びていかず、上がらない状況なので、ピーク自体も厳しい状況になってきている。
	▲	ゴルフ場（経営者）	単価の動き	・天候不順によるキャンセルも多かったが、予約は順調に確保できている。プレー後の小さなパーティーが多くなり、客単価もアップしてきている。
	▲	住宅販売会社（経営者）	それ以外	・諸物価の高騰による原価上昇分を値上げに転嫁できないため、収益が悪化している。
	×	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・今月は一段と商店街の人通りが少なく、販売量がかなり少なくなっている。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	*	*	*
	○	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況も大分落ち着きを取り戻して、人の流れは活発になっている。飲食店関係からの受注も回復してきている。
	○	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・4月に引き続き、5月も若干だが受注が増えつつあり、今後に期待している。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・建築工事を考えている人は、遅くなれば資材の値上げや納期の遅延があると想定し、早く工事を完了したいと考えている様子である。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・特注品の受注が重なり、一時的ではあるものの上向いている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・電子部品の入荷は、一時的に良くなった物もあれば一向にめどが立たない物もある。製造に影響が出ていることには変わりはない。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・店頭では、低価格商材の売行きが少しずつ戻ってきている。しかし、金、ダイヤモンド等の素材価格高騰や円安を商材価格に上乘せするとすると、30%以上値上がりしてしまうため、価格転嫁はできず、収益は悪化している。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業の景況感が高い水準を維持しているが、原材料価格の高止まりや部品不足の影響が下押ししている。観光関連はまん延防止等重点措置が解除され、人出が戻りつつある。また、名刹の祭礼を開催している地域では大きく前年を上回っている。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染状況も下火傾向になりつつあり、マスク着用についての議論もされ始めている。観光客相手の取引先が多数を占めているが、いまだに宿泊数が増加したとは思えない状況である。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・県内では地元名刹の祭礼もあり、人の流れは増えてきている。観光や新規出店により人が動くことで、広告出稿も少しだが動き始めていると感じている。しかし、既存スポンサーの出稿枚数減少などの要因もあり、改善しているとはいえない。
	▲	*	*	*
	×	食料品製造業（製造担当）	それ以外	・商材原価がとにかく上がっているのに、当社製品の原価、売価共に上がっていない。価格を上げないと営業が行き詰まる。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が前年比で増加している。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は6か月連続で前年同月と比べて増加している。また、有効求人数も7か月連続で前年同月比で増加している。

□	人材派遣会社 (営業担当)	それ以外	・地元名刹の祭礼や祭り等のイベント実施は始まったが、新型コロナウイルス新規感染者数が増える一方、栄えているのは一部の飲食店だけで市民には好影響がない。行政の施策に頼ることが多く、自助努力しているかが問題である。
▲	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・原材料の価格上昇や原油高騰に伴い、維持費が圧迫されているという事業所が増えている。
×	—	—	—