

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)	◎	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第8波も落ち着きが見え、卒入学、歓送迎会のシーズンを迎えるため、この先2～3か月は景気も良くなる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・今年に入り、以前までは実施か否かを悩んでいた団体や法人で会場を利用する、また、お弁当等ではなく懇親会を実施する企業が増加傾向にある。今年度で全国旅行支援が終了するため、個人消費は低下すると思うが、現時点では団体や法人利用が増加傾向にあるので、個人利用のマイナス分以上に団体、法人利用が増加し、プラスに推移するとみている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今月は葬儀に1件も寺を呼ばなかった。むしろ、10年ぶりに会う親族は、他県にいて火葬の手続だけして帰ってしまい、火葬後、粉骨して発送したりということもあった。新しい葬儀の形がすぐそこにまで来ている。
	○	商店街（代表者）	・当店は学校指定の体育衣料などを扱っている。2月から新学期向けの販売が始まるので、多少は忙しくなり活気が出る。
	○	百貨店（店長）	・全国旅行支援が3月で終了するため、春の集客についてはこれといったインセンティブがないので、動きは期待できない。ここ数か月、売上が前年実績付近で推移してきたが、新年になり新型コロナウイルス感染症への慣れもあるのか、少しずつではあるものの、来客数が増えてきている。ここに来て、若干だが売上も前年を上回ってきている。このトレンドは2～3か月後も続くのではないか。
	○	スーパー（経営者）	・3月末になれば、総会や送別会等もあると思うので、折詰の注文が増えてくれれば、有り難い。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変更になれば、人の動きが制限されないので、これからは良くなっていく。
	○	乗用車販売店（経営者）	・多くの受注残が、徐々に売上に変わってくると見込まれる。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症関連の規制も緩くなり、経済活動も活発になるかと思われたが、当地域での飲食やサービス関係の動きは、最悪である。世界的な不穏な動きが収まらなければ、景気回復は無理だと思う。
	○	一般レストラン（経営者）	・人手不足で木曜日にアルバイトがいらないため、苦肉の策として、新メニューの日と設定し、セットメニューで単価をアップし、効率向上商材と位置付け、拡販を目指し、順調なスタートを切っている。
	○	スナック（経営者）	・2～3か月後には歓送迎会シーズンに入るので、多少、売上は良くなる。周囲でも新型コロナウイルス感染症に感染する方が多く、大分、皆の考え方も変わってきており、共に生きていくという感じで、余り気にしていない方が多い。今までよりも多少は客の来店に期待できるのではないか。
	○	観光名所（職員）	・原材料費、燃料費の高騰による景気への影響が懸念される一方、新型コロナウイルス感染症の分類の5類への引下げもあるので、来客数の増加に期待している。
	○	遊園地（職員）	・引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響が懸念されるが、感染対策を徹底し、万全な受入体制を整えるとともに、積極的な集客施策の実施や情報発信を行って、多くの客の来園を期待する。
	□	商店街（代表者）	・3月の年度末に向かって、新型コロナウイルス感染症対策の沈静化と経済対策の終了、相互の作用で、横ばいが続くのではないか。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新生活に向けての移動時期となるが、新生活を始める場所で生活用品がそろっているところも多く、商材の動きに期待はできない。自治体で省エネキャンペーン等を打っていても、不具合もなく機能している商材をわざわざ買い換えることはしない。買換えの時期にキャンペーンがはまって利用するというケースが多い。一部の施策に乗って、得だからと売上を伸ばすことは難しい。
□	コンビニ（経営者）	・来客数はやや下回っているものの、いろいろな物の値上がりで、客単価だけが上がっている。それらを合わせて前年の平均くらいかと思われる。	
□	コンビニ（経営者）	・光熱費、物価高が安定していかないと、今後も厳しくなっていく。今のところは良くなる要素がない。	

□	コンビニ（店長）	・今のところ特別良くなる要件も見当たらないので、今月と変わらず悪い状態が続く。
□	衣料品専門店（経営者）	・ほんの少しは良くなるかもしれないが、景気が良くなるといえるほどの数字が出るかは、疑問である。
□	家電量販店（店長）	・物価高の影響で、購買意欲が落ちている。
□	自動車備品販売店（従業員）	・新車の納期遅延がなかなか解消されず、来客数の伸びも期待できない状況が続くとみている。
□	その他専門店〔酒〕（店長）	・やや円高に戻ってはきているが、2月と4月に我々の酒業界では、資材価格や物流価格の高騰で、値上げをするという話がある。値上げが実施されれば、今よりも1段階ほどは買い控え等で厳しくなり、消費の安定というところまではいかないのではないかと。もう少しの辛抱が必要である。
□	スナック（経営者）	・これ以上悪くならないようにという意味での変わらないである。本当に困っている。
□	観光型旅館（経営者）	・全国旅行支援が3月で終了してしまうため、春の旅行客の集客についてはこれといったインセンティブがなく、動きに期待できない。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・2月に関しては、依然として悪天候、降雪の影響があり、今月とほぼ変わらない。ただし、3～4月には天候も回復し、何よりも、政府が「5月8日から、新型コロナウイルス感染症を5類に引き下げる」と正式に発表したため、3月以降は期待したい。
□	旅行代理店（副支店長）	・新型コロナウイルス感染症等の特殊事情を除けば、現状と余り変化がない。しかし、今後の物価上昇や大きな為替変動が起きれば、少なからず景気に影響が出る。
□	タクシー運転手	・世間の状態次第である。報道等で、新型コロナウイルスの新規感染者数が増える等のニュースが広まれば、段々落ちてくるので、この先は分からない。
□	通信会社（社員）	・現状の流れが続くことを期待しているが、現時点では不透明である。新入居の時期が間近に迫っているため、万全の準備を整えておきたい。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・新型コロナウイルス感染症とインフルエンザの同時流行、物価や光熱費の上昇等、良い材料が見当たらない。
□	住宅販売会社（経営者）	・電気料金や燃料費等の高騰による収益悪化傾向に、改善が見込めない。
▲	商店街（代表者）	・インフレに伴う買い控えムードで、低迷が続くようである。
▲	一般小売店〔薬〕（経営者）	・付近にある百貨店の撤退、並びに縮小、移転ということで、やや悪くなる。
▲	百貨店（経理担当）	・今後も引き続き、物価上昇に伴う影響が個人消費の足を引っ張ると感じている。
▲	百貨店（営業担当）	・原材料の高騰が続いており、電気代、ガス代の上昇、その他日用品の値上げも懸念されているので、もう少し悪くなるような気がする。
▲	スーパー（経営者）	・家計所得が実質マイナスとなっていることは事実で、賃上げ状況によっては、節約モードへ変化する可能性はある。
▲	コンビニ（経営者）	・電気代を始め、体感のある物価上昇が続く。
▲	乗用車販売店（経営者）	・生活に関連する諸物価上昇や将来の賃金等、購買意欲向上につながる要素がみられない。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援の終了で、やや悪くなる。
▲	通信会社（社員）	・物価高の状況を超えるほどの賃金上昇にならない限り、厳しい。
▲	ゴルフ場（経営者）	・年間で一番売上が厳しい2月を迎えるので、あらゆる原価管理を厳しく実施している。今後、統一地方選挙もあり、予約減少が予想される。
▲	ゴルフ場（経営者）	・成長戦略がみえないなかで、物価や賃金、金利の上昇、新型コロナウイルス関連の緊急融資弁済の開始、ロシアとウクライナの戦争、新型コロナウイルス感染症の長期化等を考えると、企業経営者としては厳しさを感じている。長期的にみると、若年層の長時間労働禁止でプロ人材が減り、競争力が後退すると考える。
▲	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・エネルギー価格や電気代の値上がり、人件費増加等、コストアップばかりで先行きがみえない。
×	スーパー（店長）	・物価高騰が叫ばれており、それが悪化の引き金になる。

	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高と燃料費の高騰で、かなり厳しい。
	×	スナック（経営者）	・急に悪くなった理由が分からないが、電気代とガス代の高騰を受けて、お金を使わなくなっているとしたら、多分このまま一気に、景気はどん底まで落ち込む。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体業界は好調である。
	○	食料品製造業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症に関連する制限が、緩和の方向で進めば良くなる。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・予想が立てにくいだが、クラウドファンディングを利用した新商品開発に取り組んでおり、期待感はある。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・新生活に向けた販売増は期待できるものの、物価上昇による低価格志向の影響で、収益性が懸念される。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・新規受注が減少している。
	□	建設業（経営者）	・資材価格の高騰が収まれば、景気は上向くと思われる。
	□	金融業（経営企画担当）	・物価高騰対策の政策次第ではないかと考えている。
	▲	食料品製造業（営業統括）	・原料費の高騰に加え、諸物価の高騰が大きな重しになっている。製品売上の減少が、更に経営を圧迫しつつある。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・部品の入荷が一向に安定しないため、生産効率が悪くなる。材料費や光熱費等が増えている上に、賃上げを行い、支出は増えているが、販売価格は変わらない。こうした状況が続く、企業としては厳しい状況である。
	▲	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・一般小売店舗への誘客や販売の復活が望まれるが、円安や材料価格の高騰、物を作るための電気代や資材の値上がりで、モノづくりには厳しい環境になっている。前年1月までの商材価格に比べて5割近く値上がりしている。店頭にはまだ旧価格の在庫商材が並ぶため、顧客も価格差に戸惑い、しばらくは買い控えが続く。
	▲	金融業（調査担当）	・製造業で海外景気減速の影響が見込まれるほか、観光関連業でも全国旅行支援の効果は続くものの、割引率の低下が需要の押し上げにつながらないとの声が多く、業況感の悪化が予想される。
	▲	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・諸物価が上昇するなか、一般家庭や取引企業の節約志向が更に強まっているため、商材や折込チラシ出稿が減ることが予想される。旅行部門では、新型コロナウイルス感染症の分類が5類に変更になれば、押さえていた旅行熱も高まり、一定の売上増になると考えている。ただし、当社の主要層である60代以上の顧客は、基礎疾患等から感染への不安も高く、完全回復とまではいかないと予想している。
	×	食料品製造業（製造担当）	・世界的な異常気象で、穀物価格が高止まりし、外国産が国産並みの価格まで上がってきて、外国産の使用をやめる同業者が出始めている。利益を出していくのが、非常に厳しい。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが大変である。
×	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・紙代が今期3回目の値上げになるという話がある。全然、景気が良くなるとは思えない。	
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少や物価高は変わらないものの、各企業が賃金のベースアップを検討しているようである、実際、大企業で賃金を上げているケースが増えてきているので、今後はやや良くなる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・経済状況が変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・全国旅行支援やインバウンドの復活など、プラス要素はあるものの、経営環境の悪化や生産活動の低迷、新型コロナウイルス感染症に対する先行き不安と諸物価や電気料金等の値上げが続くことで、消費が手控えられる。
	□	職業安定所（職員）	・当面は、求人数は横ばいで、求職者の減少傾向は続く。新型コロナウイルス感染症対応による行動制限緩和から、飲食やサービス業等では景気回復が期待できる反面、物価高騰による消費の落ち込みも懸念される。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・海外と取引のある企業は、製造業を中心に堅調な傾向にある。
	▲	*	*
	×	—	—