

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) | | 観光型旅館（経営者） | 販売量の動き | ・秋は台風19号の影響で観光や会議、グループ旅行など来客数が激減したが、被災した高速道路や主要道路、北陸新幹線のダイヤも、ほぼ台風以前の状況に戻り、来客数も例年並みに回復した。忘年会需要も、好調な企業を中心に単価も上がっている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・暖冬のおかげで、レストラン等の来客数が伸びている。 |
| | | 遊園地（職員） | 来客数の動き | ・年末年始の9連休の影響や、季節、コラボイベント等の各種施策を実施した結果、来客数は前年並みとなっている。また、中国からの団体及びツアー渡航禁止による影響はあるが、春節期間における中国のF I T（海外個人旅行者）実績は好調に推移している。 |
| | | その他サービス 〔葬祭業〕（経営者） | お客様の様子 | ・今月は暖かいためか、葬儀の依頼は今一つといった感じである。それでも、そろそろ危ないと言われたとか、永代供養墓の相談は多い。 |
| | | 百貨店（売場担当） | 来客数の動き | ・春のリニューアルオープンに向けて、セールを実施している。来客数の増加を見込んでいたが、増えることもなく、なかなか厳しい状況である。 |
| | | 百貨店（店長） | 販売量の動き | ・消費税増税後、徐々に回復すると思っていたものの、思った以上に戻りが悪い。また、百貨店では暖冬の影響も非常に大きい。 |
| | | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・少雪暖冬で、鍋物などが売れず単価が下落している一方で、来客数は堅調である。消費税増税の影響は、一部商材を除き回復するも、マインドは弱い。 |
| | | スーパー（経営者） | お客様の様子 | ・1月23日時点で売上は17%増、来客数も1%増となり、売上は2年連続の増加でうれしい。水害から復興するには、まだ時間が掛かる。被災した住民やボランティアが、復興に向けて頑張っている姿に敬意を表したい。今月下旬に当社の貸店舗の解体工事の打ち合わせをし、3月末には解体終了予定である。 |
| | | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・寒くなり、来客数が少し減りつつあるため、若干、売上が減少傾向である。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・来客数が増えていないことが第1の原因だが、いまだに消費税増税の影響が尾を引いている。 |
| | | 家電量販店（店長） | 来客数の動き | ・来客数は以前から継続して、減少傾向にある。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・新車販売では、消費税増税後の反動減が続いている。また、暖冬少雪の影響でタイヤ販売も大きく減少している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | お客様の様子 | ・車検、一般整備は目標に達したものの、車両販売は、新車、中古車共に、今もなお、消費税増税の影響があると客との会話で感じることもある。 |
| | | 自動車備品販売店（従業員） | 来客数の動き | ・暖冬で冬季商材の需要も少なく、来客数が大幅に落ち込んでいる。 |
| | | 旅行代理店（副支店長） | お客様の様子 | ・台風19号の被害に伴い、依然として台風前の状態には戻っておらず、旅行者の減少が目立っている。また、貿易摩擦の長期化に伴い、中小企業等の先行き不透明感が出ており、旅行見合せ等も発生している。個人客の動きは鈍く、遠出客が減少している。 |
| | | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・良い日と悪い日いろいろだが、今月も最終的には、前年比95%くらいで終わりそうである。夜の動きが少し弱い。 |
| | | 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・4Kテレビなどへの問合せも多少はあるが、全体的に客の反応や関心が薄い。 |
| | 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・例年、年明けは新規加入が冷え込む時期である。他社からの乗換えは極端に減ってはいないものの、全体的な契約数に変動はない。 | |
| | 住宅販売会社（経営者） | お客様の様子 | ・ホームページからの資料請求数が減少している。また、電話での問合せも低調である。 | |
| | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・大寒に4月並みの気温という異常気象が、どれほど影響しているかは不明だが、冬物商材が客の関心を全く引かず不振である。街なかでも正月2日の百貨店の福袋以外は客足がなく、がらんとしている。 | |

| | | | | |
|-----------------------------|------------------------|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・正月なので、もう少し客の流れがあるかと思ってみているが、三が日が過ぎてから、客の動きが本当に悪く、不景気なのではないか。 | |
| | 一般小売店〔家電〕（経営者） | お客様の様子 | ・消費は冷え切っており、客の購買意欲がみられない。暖冬のためか季節商材の動きも悪く、東京オリンピック景気に乗りたいたいところだが、地方にはまだ届いてこない。 | |
| | 一般小売店〔家電〕（経営者） | 販売量の動き | ・天候不順もあるが、年が明けても客の動きが悪く、消費購買意欲も感じられない。 | |
| | スーパー（経営者） | 単価の動き | ・年明けから客単価が下落している。 | |
| | コンビニ（店長） | お客様の様子 | ・当初は客の様子も良く、かなり客も来店していたが、ここ最近では、軽減税率で外食すると10%、持ち帰りは8%のためか、昼のピーク時に、客が車内で飲食する状況がある。そのため、駐車場は一杯だが、店内はがらがらという状況が続いており、昼のピークが厳しい。 | |
| | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・前年10月の消費税増税や台風19号の被害のダブルパンチの影響が、いまだにというか、年明けの今頃になって、顕著に表れてきた感がある。 | |
| | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・客の動きが悪い。新年会の予約は低調で、フリー客も少ない。消費税増税の影響なのか、台風19号による水害の影響なのかは分からない。良くなりそうな気配もないため、長引きそうな気がする。 | |
| | 都市型ホテル（支配人） | 来客数の動き | ・台風19号の復興特需も落ち着き、前年同月に比べて、宿泊者数が減少している。特に、年末年始の宿泊客の落ち込みが激しく、風評被害とスキー場の雪不足が原因と考えている。 | |
| | その他レジャー施設「ボウリング場」（経営者） | 来客数の動き | ・暖かく好天の日が続いた影響もあるのか、来客数、売上共に落ちている。 | |
| | 設計事務所（経営者） | 来客数の動き | ・継続的な仕事は掛持ちが多く、人手が足りていない。 | |
| | × | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・正月連休中にはにぎわいを感じたが、その後は活気が感じられない。冬眠状態である。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | 来客数の動き | ・来客数が少なすぎる。当然販売量も減り、売上も見込めない。 |
| | × | スナック（経営者） | 競争相手の様子 | ・競争相手がとても多くなってきており、客がどのように行動しているか、小遣いがどの程度使えるかという事情が分からない。 |
| | × | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・消費税増税以降に悪くなり、回復傾向が見られない。利用客の消費単価にさほど変化はないが、単純に利用者数が減少している。 |
| | × | 観光名所（職員） | お客様の様子 | ・近年まれな少雪でスキー客が減少し、年末年始に営業ができなかったスキー場もあり、関連業種は痛手を被っている。当地の建設業者は、「除雪車を冬場の主要な収入源としているが、出勤がないため、死活問題だ」と話している。 |
| 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 | ・低価格のチリワインがスーパー等の棚を占めている。さらに、EUの関税撤廃により付加価値の高い商材が値下げとなり、国産ワインはかなり苦戦を強いられている。 |
| | | 食料品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・年末の反動もあるが、今のところ、売上は未達とみている。相変わらず低迷している状態ではないか。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・店頭販売製品の受注はあるものの、特注品の受注がなく苦慮している。 |
| | | 建設業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・消費税増税の影響は一段落したが、大口工事の受注はなく、小口の受注が増えている。 |
| | | 食料品製造業（製造担当） | 受注量や販売量の動き | ・暖冬の影響で物が動いていない。特に、スーパーでは点数が激減している。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・相変わらず受注は減少傾向にあるが、価格面でも厳しい状況である。今までどおりの価格では、新規受注が取りにくい状態である。 | |

| | | | | |
|-----------------------|---|---------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・海外需要の減少により製造業の景況感が悪化したほか、台風19号や消費税増税の影響も重なって、非製造業の景況感も悪化している。 |
| | | 金融業（経営企画担当） | 取引先の様子 | ・例年や全国各地と比べて積雪が多く、ウィンタースポーツの観光客が増えていると感じる反面、受注残などから、製造業の本格的な回復には時間がもう少し掛かる。 |
| | × | その他製造業 [宝石・貴金属]（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・1年の初めを飾る大規模展示会では、春節前ということもあり、中国人バイヤーの数も少ない。また、国内バイヤーの仕入意欲も低く、前年より売上は10%減少している。先行きの不透明さは増している。 |
| 雇用 関連 (甲信越) | | - | - | - |
| | | - | - | - |
| | | 新聞社 [求人広告]（担当者） | 求人数の動き | ・やや悪いままで変わらない。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・景気の先行きに対する不安から、企業は正社員を抑制してパートや派遣等で対応する姿勢が目立っている。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | 周辺企業の様子 | ・各企業ともベースアップに苦慮している様子である。人材不足のなか、4月からの要員配置も例年になく進んでいない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（経営者） | 求人数の動き | ・求人募集はしているものの、応募が極端に少なく採用に至らないため、募集広告を止めて、人手不足のまま様子見をしているようである。 |
| | | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・下請企業の企業整備が、最近出てきている。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・製造業の求人減少に加え、派遣求人も大きく減少している。派遣求人の募集内容も、サービス業や介護関係が目立ち、製造業への派遣は非常に少ない状況となっている。 |
| | × | - | - | - |