

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)	お客様の様子	・宴会や食事会等の予約時の料理単価が上がっている。来店回数も増えてきている。
	◎	遊園地（職員）	来客数の動き	・前年は新型コロナウイルス感染症の流行により、団体予約のキャンセルや一般客が大幅に減少していたが、今年は、全国旅行支援が延長となり、旅行に対する機運が高い状況が続いており、前年と比較して、来客数が増加している。
	◎	その他サービス [葬祭業]（経営者）	お客様の様子	・今月は過去最高に並ぶ葬儀依頼の多さである。ここ数か月は、寺を呼ばずにお別れの会の後に、葬儀、火葬をして終了という流れが定着してきている。また、住宅の解体等の依頼もある。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・今月2回の祝日を中心に、旅行クーポンの使用が増加しており、売上の底上げになっている。
	○	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症によるまん延防止等重点措置の反動もあり、買上単価が上がってきている。また、若干のインバウンド需要もある。
	○	スーパー（経営者）	それ以外	・前年比で売上は15%減、来客数は22%減となっている。来客数は20～30%減だろうと予想していたとおりである。ようやく新型コロナウイルス感染症も収束してきたようで、仕出しに関しては、2月半ばから注文が多くなり、2つの地域でほかに頼むところがないからと弁当注文をもらっている。客は「お金はたくさんある、新型コロナウイルス感染症で使っていなかった」という感じであり、これからイベントが多くなると肌で感じている。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・段々天候が良くなって暖くなれば、客の動きや販売量もきっと増えると期待している。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・年度末も近づいているせいか、近隣で工事が多く、現場関係の客の来店頻度が上がっている。
	○	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数の減少に伴い、客の動きが活発になっている。新車購入目的での来場も増加しており、受注は伸びている。
	○	自動車備品販売 店（従業員）	来客数の動き	・来客数の前年割れが続いていた状況から、今月に入って来客数、客単価共に微増ではあるが、前年を超えてきている。
	○	その他専門店 [酒]（店長）	販売量の動き	・3か月前と比べると販売量は非常に増えている。ただし、波も非常に大きい。それでも前年と比べれば非常に良い伸び方をしている。物価が非常に上がっているため、仕入価格が高騰している。新型コロナウイルス感染症が落ち着いてきたので、客も少し動いてきているようだが、トータルで見ると、現状はやや良くなっているものの、先行きは分からない。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の終わりが見えてきたからか、フリーの客が多少増えている。宴会の動きは悪いながらも少し入るようになってきている。平日は駄目なままで、週末に人が出るようになったので、会社などはいまだに宴会禁止のまま個人的に飲みに来ているようである。国から会社の宴会禁止の解除を要請してもらえれば有り難い。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・個人利用は一時の勢いは薄れてきたものの、大幅に減少することなく推移している。また、団体や法人利用が着実に増加傾向にある。各種助成制度の爆発的な勢いはないものの、1組当たりの利用人数が増え、結果として、回復、増収傾向にある。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・前年がかなり悪かったこともあるが、今月は前年比125%くらいになりそうである。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・来客数が増加している。宿泊施設やスキー場で、多くの外国人客を見かけるようになってきている。
□	一般小売店 [薬]（経営者）	お客様の様子	・物価が上がり、皆、非常に困っているものの、消費自体は特に変わらず、今までどおりである。	
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・相変わらず、ピーク時間帯の客の来店が、低調である。一時的に今までのようなピークの時間帯もあるが、その時間は非常に短く、余り良い状況ではない。	

□	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・修理関係の仕事はほんの少し出てきたものの、オーダーはまだまだである。
□	家電量販店(店 長)	来客数の動き	・世界情勢による先行き不安と品不足による物価高騰が影響している状況に変わりはない。
□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・車検、一般整備は若干、目標を上回っている。車両販売は例年2月から、問合せや販売台数が増加するが、今年は例年に比べて低い。物価の高騰がボディブローのように、じわじわと家計を圧迫しているのではないかと。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・前回同様、期待感を含めて、若干上向き感があるため、変わらないとしている。例年どおり、2月と8月は閑散期である。
□	スナック(経営 者)	来客数の動き	・来客数の動きが悪いまま変わらないと回答したが、これ以上悪くならないようにするため、毎月、本当に大変である。
□	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・3か月前の11月は、全国旅行支援は40%の割引があった。2月は割引率が20%と下がっており宿泊客は若干減っているものの、11月と変わらず動きはある。また、先日はアイドルのコンサートが開催され、市内の宿泊施設が満室になる等、動きは出ている。
□	旅行代理店(副 支店長)	お客様の様子	・国の施策である全国旅行支援が終了する予定が延長になった期間なので、本質的なところがかめないが、旅行需要が高まってきていることは確かである。3か月前より若干のこぼこはあるものの、売上は良いまま推移している。しかしながら、地方によってやや需要の差が出ているようである。
□	通信会社(社 員)	販売量の動き	・前月と比較して、特に上向いている様子はない。一時的な刺激策としてイベントの活用があるが、費用やリソースを考慮すると、継続して実施できない。
□	通信会社(社 員)	来客数の動き	・現状では新規顧客につながる来店が、年々落ちてきている。これが変わることはない。
□	ゴルフ場(経営 者)	お客様の様子	・今年の前予約状況も例年と変わらない。
□	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の新規感染者数が減少傾向になってきているものの、客の動きは余り変わっていない。団体や法人の利用が戻っていない。
□	設計事務所(職 員)	来客数の動き	・相変わらず依頼数は多く、1人で数件の担当を抱えている。
▲	一般小売店[家 電](経営者)	お客様の様子	・自治体のプレミアム付商品券等の施策も終了したが、消費意欲は全く見えてこない。地方では賃上げの話題さえなく、物品の値上げだけが騒がれるなかで、消費は冷え込んでいる。
▲	スーパー(経営 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染第8波の反動か、価格上昇による節約志向か、買上点数に陰りがある。
▲	スーパー(副店 長)	お客様の様子	・多くの商材や電気代の高騰により、1品単価は上がっているものの、客の買い控えにより買上点数が減り、結果として売上は横ばいか低下傾向である。
▲	コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・収入が変わらず、食品、日用品、燃料等に掛かる費用が増えているため、やや悪くなっている。
▲	乗用車販売店 (経営者)	お客様の様子	・光熱費や燃料代の価格上昇が影響している。
▲	設計事務所(経 営者)	お客様の様子	・資材の値上がりの影響で、工事計画が先送りになる事例が増えている。
×	商店街(代表 者)	来客数の動き	・街のシンボルだった百貨店が閉店し、中心街の魅力とは何かを改めて考えさせられる。商店街に新規開店する店もあるものの、夜の飲食店ばかりで、昼間の物販はますます寂れる。
×	コンビニ(経営 者)	それ以外	・電気代の高騰で悪くなっている。

	×	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・3か月前の秋は団体客はなかったものの、行楽シーズンと全国旅行支援が重なり、首都圏からの個人客の需要が増えたため、新型コロナウイルス感染症の発生前と同等の売上まで回復していた。冬季は地元団体客の新年会や自治会の会合等が主な売上になっているため、いまだに団体客需要がないため売上はコロナ前の66%しかない。年明けから第2期の全国旅行支援が実施されているが、当地では降雪があるため、首都圏からの個人客の動きは少ない。
企業動向関連	◎	*	*	*
(甲信越)	○	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は多くなってきているが、エネルギーコストが高騰しており、利益を圧迫している。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・短納期で少量生産ではあるものの、受注は続いて入っている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先の主要店舗のインバウンド需要に期待をするものの、受注量は一向に改善しない。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・材料高や円安による製品価格上昇を少しづつ受け入れてもらえるようになってきており、売上は前年を上回っているものの、各種値上がり分を100%商材価格に転嫁できないため、利益率は下がっている。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業は、IT関連の需要で弱い動きが続いている一方、非製造業では、観光関連でスキー客を中心にインバウンド需要の持ち直しがみられる。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症対策が緩和され、徐々に観光客が増えているようである。ただし、それとは逆に食料品等の価格高騰により、家計は圧迫されている。
	▲	食料品製造業（営業統括）	取引先の様子	・降雪の影響もあり、工場見学者の減少や業務関係、酒販店からの引き合いも弱含みで推移している。
	▲	建設業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・4月には諸物価の値上げがあると思うので、値上げ幅が心配である。
	×	食料品製造業（製造担当）	競争相手の様子	・前月辺りから、同業者の廃業や会社を売却する等、大変厳しい経営環境になってきている。
雇用関連	◎	—	—	—
(甲信越)	○	*	*	*
	□	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・相変わらず、求人側企業、求職者共に条件が厳しく、マッチングしていない。世間一般ではベースアップ等が騒がれているものの、大手企業のみのお話であり、中小零細企業は何ら変わらずにいる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人倍率は依然高い水準で推移しているものの、事業縮小や事業譲渡等、経営を維持していくことが困難な企業も見られる。また、円安や物価上昇、公共料金の値上げなども企業に大きな負担となっていることから、大きな変化はみられない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・直近月の新規求人数は、前年同月比で増加しているものの、3か月前との比較では目立った変化はない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人は高止まりしているが、選考に時間を掛けているため、高止まりに影響している。
	▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・今後の新型コロナウイルス感染症対策の方向性が示され、景気回復機運は高まりつつある。ただし、折からの原材料価格や物価高騰、電気代、燃料費の値上げ等が、製造業を中心に経営を圧迫しており、景気回復の足かせとなっている。
	×	—	—	—