

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）	・5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行されれば、以前のような人の動きが期待できる。
	◎	スナック（経営者）	・ようやく世の中がアフターコロナになったという意識が変わってきたようである。無料でワクチン接種できる間は接種に行くが、そろそろコロナ禍も終わりだと思っているように感じる。
	◎	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、大企業、公務員、教職員の内規が緩和されるようで、今まで中止していた歓送迎会や社員旅行の予約が入り始めている。5月以降の予約の入る早さが、コロナ禍と比較してかなり早いいため、今までよりも良くなる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・5月8日に、新型コロナウイルス感染症の分類が5類移行することにより、企業や個人のマインドもかなり変わってきている。1年前の4月と比べて、この先の大型宴会や懇親会付きの宴会がかなり増えている。恐らく5倍程度のリクエストは来ている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・以前のように、季節に左右されることは少なくなったように感じている。今後、高齢者が増えれば、ますます季節は関係なくなっていくだろう。
	○	商店街（代表者）	・夏に向かい、新型コロナウイルス感染症の5類移行による景気回復が期待できる。
	○	一般小売店〔薬〕（経営者）	・人通りが多く、人の流れが増えている。特に、金曜日、土曜日の人出は多い。ただし、日曜日は余り出ていない。
	○	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の行動制限等の緩和により、5月からは、客の動きがより一層活発になると見込んでいる。
	○	百貨店（営業担当）	・新型コロナウイルス感染症対策がやや緩和されるため、旅行や消費は増える方向にいくのではないかと。ただし今後も、物価高、再びの値上げがあるので、その辺りのバランスで、どちらになるかなというところである。
	○	百貨店（店長）	・新型コロナウイルス感染症発生前には戻っていないが、確実に前年は上回ってきている。特に、催事への来客数は大きく増加している。ただし、物価の影響もあるのか、客単価は下がっている。
	○	スーパー（経営者）	・5月8日から新型コロナウイルス感染症の5類移行があるので、以前の状態に戻っていく。少子高齢化や競合の出店などで、来客数を伸ばしていくのは難しいが、外販を頑張っていきたい。
	○	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症への対応が変わり、イベント等の復活もある。焼き肉セット等の高単価商材が売れるのではないかと期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・春になったこともあるが、今年に入ってから1週間ごとに人の動きが活発になってきている。この2～3か月はこのままの状態で行くと思う。
	○	コンビニ（経営者）	・久しぶりの行動制限のない夏休みとなり、行楽客等は多くなりそうである。外出する方が多くなれば、来客数も増え、景気は上昇する。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症に対する慣れと物価高の影響で、消費の動きは芳しくない。ゴールデンウィークも5月3～5日にかけて集中した動きになるとみられる。
	○	一般レストラン（経営者）	・4月から、当店の値上げを機に割引クーポンを発行し、客のリピートを促している。値上げはしたもの、他店に比べると安価なため、客の反応は悪くない。ゴールデンウィーク明けに、本格的なリピート対策を仕掛けるので、効果を期待している。
○	タクシー運転手	・今月に入って、特に中旬辺りから、夜の動きが良くなっている。時間的には夜8時から12時頃までの時間帯で、車が足りなくなりそうな感じである。暖かくなり、夜に外に飲みに出る人が多くなったのかとみている。	
○	観光名所（職員）	・インバウンドが大半で、新型コロナウイルス感染症発生前に匹敵する来客数に戻っている。ただし、国内観光客はまだ少なく、旅行に出掛けても節約している印象も受けている。費用や物価高騰の割に、収入は変わらない人が大半ではないだろうか。	

○	ゴルフ場（経営者）	・予約は順調で、土曜日祝日のキャンセル待ちが多くなっている。しかし、平日は相変わらず、シニア客が中心だが、春本番を迎えて皆元気で、活発な様子がうかがえる。
□	商店街（代表者）	・変わらないとしたのは、郊外に大型店が出店していて、客も何となくその郊外店利用がメインになっているからである。旧商店街は、今の客を何とか維持しようと精一杯で、景気が良くも悪くなるわけではない。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・猛暑を期待し季節商材の動きを望みたいところだが、消費がどこまで伸びてくれるのかは不透明である。展示会等、イベント的なことも計画するものの、来場を促進できるほどの目新しい商材もなく、厳しい状況は続きそうである。
□	スーパー（経営者）	・賃上げ効果で可処分所得が上昇すれば、物価上昇を吸収できると思うので期待している。
□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で、外で飲食する機会が少なかったため、その分、当店の売上は若干良くなっていた。今後は、外で飲食する機会が増えると思われるので、アルコールなどの販売量はやや下火になる。
□	コンビニ（経営者）	・依然として物価高が続き、単価の高い商材の販売量が少なくなっていく。
□	コンビニ（エリア担当）	・持っている原資が少ないため、余暇に使えるお金がない。
□	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響も大分解消されるので、ある程度人は動くと思うが、特別、財布のひもが緩むような気配は、まだちょっと感じられないので、余り変わらない。
□	衣料品専門店（経営者）	・売上がよほど伸びない限り、良くならない。
□	家電量販店（店長）	・単価、購入点数も伸びていないため、変わらない。
□	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行による感染再拡大や物価高騰に伴う新車価格の値上げ等、景気減速の懸念材料はあるが、新車販売はしばらく堅調に推移する。
□	スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、今以上に悪くならないよう、変わらないでほしいという意味である。飲食は本当に大変である。何か良い方法があったら教えてほしい。
□	スナック（経営者）	・歓送迎会も落ち着いてきており、新型コロナウイルス感染症の影響なのか、遅い時間まで飲む人が少なくなってしまうようで、なかなか2回転目の売上が伸びない。それに加え、朝のアルコールチェッカー等を企業が導入することで、更に遅い時間まで飲まなくなっていると、本当に肌で感じている。今後、売上を伸ばしていくのは非常に大変だと日々実感している。
□	通信会社（社員）	・新規サービス提供エリアの開局予定はあるものの、サービス自体に目新しさがないため、新規事業等も必要だと思っている。
□	通信会社（社員）	・物価高や電気代高騰感が続いていて、必需品以外の買い控えが続くと思われる。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・企業コンペや団体利用が戻ってくれば、回復も期待できる。
□	住宅販売会社（経営者）	・別荘地内には12基の深井戸があり、地下100メートルから地下水をくみ上げ、水道水として各別荘に供給している。動力は電気ポンプなので、電気料金の値上げが経営を直撃し、収益を確保することが困難になってきている。
▲	商店街（代表者）	・先行きは、楽観的な材料が全くない。
▲	自動車備品販売店（従業員）	・タイヤの値上げ後の反動もあり、来客数の減少が予想される。
▲	その他専門店〔酒〕（店長）	・非常に厳しい状態になるのではないかと。諸物価も高くなり、資材等の価格上昇で酒の値段もかなり上がってきて、配送運賃の上乗せも始まっている。また、飲食店もクーポン等の割引が終わり、空きが出て厳しくなっているという情報もある。3か月後、若しくは半年後辺りから、大分厳しくなってくるのではないかと。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援の自社保有枠がなくなったため、やや悪くなる。
×	*	*
◎	—	—

動向 関連 (甲信越)	○	食料品製造業（総務担当）	・ゴールデンウィークも控え、新型コロナウイルス感染症の第9波も噂されているが、人流が良くなれば景気も上向くものと考えてる。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の発表やフェアでの出品による期待度はある。また、ゴールデンウィークや夏休みに向けてワークショップの予約数にも期待感が持てる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・賃上げの影響や夏のボーナス支給による消費拡大を期待している。ただし、生活必需品の値上げによる耐久消費財への支出抑制は懸念されるところである。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・納品に向けて、6月から徐々に生産量が増加する予定である。
	○	金融業（経営企画担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、人や物の流れが活発化していく。
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・依然として、物価高は続くと思われるが、イベントや企画等の開催が復活し、人の流れが多くなることで、折込広告業と観光業には、追い風になってくる。
	□	食料品製造業（営業統括）	・給与を大幅に上げることが幅広く浸透してきているものの、インバウンド効果と景気が上昇するまで、しばらくは今の厳しい状況が続くものと考えてる。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・装置開発が好調である。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・部材調達に良くなる見込みはなく、調達にムラがある状況は変わらないだろうとみている。周囲の企業も同様な様子である。資材やエネルギー価格の高騰も続いているので、経営も厳しい。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・中国からの入国も緩和されたことにより、宝飾業界も海外向け商材を扱うところは売上を伸ばしていくとみられる。国内マーケットが低調なので、業者間でも良しあしが分かれている。
	□	建設業（経営者）	・当面は現状が続くものの、値上げの好影響が出てくれば、景気は良い方向に向かうものと期待している。
	▲	金融業（調査担当）	・ゴールデンウィークの観光需要増加は期待できるが、それ以降が鍵となる。コスト上昇の影響もあり、価格転嫁が進むのかも重要なポイントになる。
	雇用 関連 (甲信越)	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）
◎		求人情報製作会社（総務担当）	・世の中の動きが出てきたので、良くなる。
○		職業安定所（職員）	・企業の採用マインドが今後も同様の傾向を示すことから、緩やかに改善するものと考えてる。
□		人材派遣会社（営業担当）	・求職者だけでなく求人側もハードルが高いのか、なかなか難しい。ハローワークも含めて、うまくマッチングしていない。
□		職業安定所（職員）	・観光シーズンを迎えて、主にサービス業関連で業況の回復は見込まれる。ただし、コロナ禍に行われた政府の財政融資の返済が始まることから、景気の先行きはその状況次第になるものと思われ、諸物価上昇の影響がどこまで続くのかは見通せない。
□		職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行することで、観光関連は動きが出る。一方、製造業では半導体不足や物価高騰等の影響もあるので、全体としては変わらない。
□		民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業において、現場作業者は不足しているものの、設計、開発、生産技術、品質等の業務の求人は、慎重な採用姿勢を崩していない。
▲	—	—	
×	—	—	