

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)	◎	スナック（経営者）	・3年もの間、宴会は危ないという認識で過ごしてきた社会が、そう簡単には認識を改められないのは仕方ないことであるが、ともかく着実に回復しつつある。今後も感染対策等、手を抜かないようにしつつ、夜の人出を呼び戻していきたい。
	◎	観光型旅館（経営者）	・これから夏～秋にかけて個人客が増えていく時期であり、個人需要については順調に回復をしているため、現状よりも良くなる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・7月中旬から屋上のビヤガーデンを開催する。500円値上げしたにもかかわらず、予約が順調に伸び、6月の予約数で既に前年7月の実績を上回っている。前年までなかった20～40人規模の予約も順調に増えている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・子供のいない高齢者等身寄りのない方の葬儀は、市の福祉課が担当しているようである。遠方に親族がいる場合でも、葬儀は大きくならない。また、税金で賄う葬儀が増えてきたので、どこの地方自治体も予算が足りていない。この流れが今後も増えていく。
	○	スーパー（経営者）	・1月中旬から2月中旬は、イベント用弁当の注文が全くなく、とても困っていた記憶がある。このまま店を続けられるかとても不安だったが、新型コロナウイルス感染症の5類移行で、イベントが再開され、注文がかなり増えてきて、店を続けていける自信が戻ってきた。
	○	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルス感染症も落ち着き、多少は外出機会が増えると思うので、我々コンビニ業界もやや上向くのではないかと期待している。
	○	コンビニ（経営者）	・乗客数の増加、特に外国人客が増えている。
	○	コンビニ（経営者）	・梅雨明け頃から気温上昇に伴って、飲料チルド関連商材が売れてくるため、乗客数、売上共にやや良くなってくる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・良くならないと困る。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新車価格が上がっているなか、新車の受注ペースは落ちていないので、しばらくは売上の向上が期待できる。
	○	スナック（経営者）	・相変わらず、コロナ禍に辞めてしまったスタッフが戻ってこないため、人材不足がずっと続いている。客の動きは、団体等も含めて確実に動いている傾向にあるため、徐々に良くなっていくのではないかと。その動きに伴って、スタッフも急務で確保しなければならない状況である。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は変わらず好調であり、減少傾向をみじんも感じない。しかし、コロナ禍から人手不足が続いているため、受注を完了することができるかが懸念材料でもある。現状からは好調に推移する。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・8月頃は繁忙期で、予約もかなり動いているため、やや良くなる。
	○	通信会社（社員）	・若干ではあるが、エリア拡張や付加サービスの追加等で単価の上昇や加入者数の増加が見込めそうである。
	○	遊園地（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、一層、万全な受入れ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うことで、多くの客の来園を期待する。
	□	商店街（代表者）	・世間では株価が大分上がって景気は良くなってきたというようなことを言っているが、物価ばかりが高くなっている。企業は幾らか良くなってはいるのだと思うが、我々の一般向けの小売店では驚くほど各商材が上がってしまっている。実際のところ思ったとおりの値上げはできないので、大変苦勞している。
□	商店街（代表者）	・これまで我慢していた外出願望のパワーと全国旅行支援終了によるマイナスのパワーの押し問答となる。本格的な夏のシーズンを迎えて今後の方向がみえてきそうである。	
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・物は購入しなければよい話だが、光熱費やガソリン等の出費を抑えることには限度がある。出費の比率を光熱費等が占めている間は物の動きは回復しない。	
□	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、少しずつ客足は伸びてきているものの、大きな消費活動には至っていないと感じている。	

	<input type="checkbox"/>	百貨店（営業担当）	・電気料金や食品の値上げが依然として続いており、これからも続くが、それに見合った賃金上昇はなかなか難しい。特に、中小企業では難しいと思うので、なかなか庶民レベルでは良くなる傾向はみえない。
	<input type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・少し前には新型コロナウイルス感染症の5類移行後、来店者も増えるのではないかと期待していたが、思ったほど業績は上がっていない。当然、物価高の影響もある。この流れから、3か月後も余り変わらないのではないかと。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・5月頃までは少しずつ売上が良くなっているかと思ったが、6月に入って少し下がっている。電気代が上がり、物価高もあったからだとみている。これからもこのような推移となる。
	<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・季節的な関係で若干変わってくると思うが、余り大きな変化があるような気がしない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・理由はよく分からないが、当分変わらない。
	<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・諸物価や燃料費等の高騰で、消費者の購買意欲がなくなっている。
	<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・夏場は天候状況に影響を受けるため、例年と変わらない。
	<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（従業員）	・なかなか来客数が戻らず、減少している状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	高級レストラン（経営者）	・物価高騰の先が見えてこないことや、政府の対応に安心感がないため、消費は控えめになる。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・メニューとしてやっていなかった物をやるようになってきたが、個人レベルの消費が悪い。物価高とコロナ禍での意識変化が大きく影響しているように思う。
	<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営者）	・やや上向きの状態が続きそうである。
	<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・変わらないと回答したが、これ以上悪くならないよという意味である。
	<input type="checkbox"/>	旅行代理店（副支店長）	・現状の需要の増加が継続し、さらに団体旅行や海外旅行の受注も規制緩和で増加傾向となる。夏休みから秋のトップシーズンに向けて、回復が見込める。
	<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・夜の動きは少しずつ良くなっている。ただし、高齢者の退職や病欠者が出てきて、夜の乗務員及び車両が足りなくなっている。
	<input type="checkbox"/>	通信会社（社員）	・原材料の価格高騰や物価高は変わらず、好材料が見当たらない。
	<input type="checkbox"/>	観光名所（職員）	・観光客は増えているものの、人手不足により店舗数、営業時間等を縮小したまま、受入れ態勢を戻せないでいる。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（経営者）	・日本株の急騰や急激な円安等、分かりにくい状況だと感じている。
	<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（副支配人）	・物価の上昇が終わる気配がないことや、新型コロナウイルス感染症による人の動きの変化は、今後は余り大きく変わることはない。
	<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・企業や団体、育成会等の予約が戻ってくれば、回復が期待できる。
	<input type="checkbox"/>	設計事務所（職員）	・物件数が多いためなかなか仕事が進まず、業務遅延の状況は変わらない。
	<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・別荘の購入に際し、価格面など客の条件がシビアになっているため、販売の伸び悩みが続く。
	<input checked="" type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・マイナス要因は多いが、プラスに働く要因はない。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（経営者）	・しばらく値上げが続くので、消費マインドへの影響を懸念している。
	<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・物価の上昇がまだ続くからである。
	<input checked="" type="checkbox"/>	その他サービス [クリーニング]（経営者）	・ロシアとウクライナの問題や中国と台湾の関係等、何も解決していないため、毎日が不安である。
	<input checked="" type="checkbox"/>	その他専門店 [酒]（店長）	・非常に悪くなるのではないかと。円安や燃料油価格激変緩和補助金が終了することで、ガソリン代や配送運賃等も高くなる。非常に物の動きが悪くなり、極端な話だが、物価だけが上がって給料に反映されない現状が、2～3か月後にはある程度、消費を圧迫してくるのではないかと予測している。軽いスタグフレーションのような気もしている。
企業	<input checked="" type="checkbox"/>	—	—

動向 関連 (甲信越)	○	食料品製造業（営業統括）	・全国旅行支援が6月30日で終了する都道府県もあるが、ここにきて円安が更に進んでおり、東南アジアへの輸出促進やインバウンド効果もあるため、前年を上回るものと考えている。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品の発表イベントや数年ぶりの大きなクラフトフェア出店等もあるため、期待感も持てる。夏休みに向けてワークショップの予約増加が見込まれるが、未知数である。
	○	金融業（経営企画担当）	・人流の回復により、景気の先行きに期待ができる状況である。
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・個人及び社内旅行が順調に増えてきている。イベント等も開催の動きになっている。折込広告はインターネット広告との競争が激しく、厳しい状況ではあるものの、出稿枚数を増やすチャンスと捉えている。
	□	食料品製造業（総務担当）	・今後の動向を注視しなければいけない。
	□	金属製品製造業（総務担当）	・半導体業界は横ばいである。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・生産量は増産傾向にあるが、部品の再値上げ、在庫増加等、収益を考えると厳しい状況にある。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・人々の動きが活発になることで、経済が回ることを期待している。一方、円安で生活インフラの高騰に追い付いていけない懸念もあり、ぜいたく品である宝飾品の将来需要への不安もある。今後の為替動向は製品づくり、販売、いずれにおいても大きな影響がある。
	□	建設業（経営者）	・今後、工事価格は仕入れと売上のバランスが取れてくると思う。
	□	金融業（調査担当）	・製造業の在庫調整の動向次第だが、引き続き下振れが続くとみられる。非製造業については、観光需要や個人消費が底堅く推移するとみている。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・円安による調達コスト上昇に加え、消費行動がモノからコトへ移ってきていることから耐久消費財の販売が伸び悩んでいる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が減っている。今まで受注していた仕事が海外へ移管されるという話もあり、会社の維持に尽力している。
	×	食料品製造業（製造担当）	・他の資材価格もいまだに上昇しており、その分を吸収していくためには当社も価格を上げなければならないが、それもまた厳しい状況である。
	×	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。
	雇用 関連 (甲信越)	◎	—
○		求人情報製作会社（総務担当）	・現時点で悪くなる要素が見当たらない。
□		人材派遣会社（営業担当）	・ボーナス等が減っており、購買意欲が湧かないために消費しないので、景気は良くなるらない。
□		職業安定所（職員）	・原材料不足や諸物価の上昇、人手不足などが景気に及ぼす影響は当分続く。商材価格への転嫁がもたらす家計への影響や、中小、零細企業のゼロゼロ融資の返済状況など、先行きには不安な要素が多い。
□		職業安定所（職員）	・半導体製造関連では落ち着きが見られる一方、観光関連や医療、福祉では人手不足で求人数が増加しているため、変わらない。
□		職業安定所（職員）	・需要という点では伸びが見込めるものの、需要に対する人材確保がますます困難になっている。また、光熱費、原材料等の価格高騰が予想されており、需要を賄えるほどの業績アップが見込めないことなどが変わらないと判断した理由である。
□		民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含め引する製造業において、高止まりしている円安の影響が強く、輸出関連中心の企業と国内販売を中心とする企業間では原材料高のために業績のばらつきが一層顕著になっている。
▲		—	—
×	—	—	