

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)	◎	衣料品専門店（経営者）	・春先なので、催事等で盛り上げて良くなると信じている。
	◎	高級レストラン（経営者）	・年度末を迎え、歓送迎会等で景気は良くなる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・2月は1年のなかで最悪の月である。3月になると、イベントがかなりある。日本酒イベントや大型施設でのコンサートなど、毎週末イベントが入っている。また、歓送迎会等で県内、県外問わず、かなり客足が増えてくる。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・旅行会社からの注文が多数入っている。イベント等、催しが多くあるようなので、ホテルの稼働率は良くなりそうである。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今月対応した方はほぼ全員永代供養墓に合葬される。今は、子供が少なかったり、いなくなったりしているため、自分で行く末を考えなければならない時代になっている。
	○	商店街（代表者）	・3月の北陸新幹線延伸や、北陸4県への観光を中心にした支援策が良い方向に向かうとみている。
	○	百貨店（経理担当）	・当県も能登半島地震の影響を受けたが、2月から前年のペースまで戻っている。今後は少しずつだが、消費マインドが回復してくる。
	○	スーパー（経営者）	・暖かくなれば、人の動きも活発になり、イベントも増えるため良くなる。当地区ではインバウンドも全く関係ないが、先日、久しぶりに電車でターミナル駅に行ったら、外国人観光客が多くて驚いた。
	○	コンビニ（経営者）	・徐々に暖かい日が増えてくると、来客数も少し伸びてくる。冷たい商材が売れると金額的に伸びるため、やや良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・ゴールデンウィークの観光客増加が予想される。
	○	コンビニ（経営者）	・暖かい季節になってくれば、飲料等の売上も増えるため客単価も上がってくる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・水道光熱費が落ち着いてきている。前々年と比べて高止まりはしているものの、前年との比較では10万円以上減少している。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	・この先、皆の給料が上がって、景気の好循環がこのまま進めばよいし、実際、景気は良くなっているとみている。ただし、世界情勢や政治等が絡むと、非常に軟弱な部分もあり、予断を許さない場面もある。現状のままで推移すれば、景気は緩やかに伸びていくのではないかと期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・期待感も含め、天候の回復により例年どおりの来客数が見込めるのではないかと。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・北陸応援割の時期や内容が発表になったことで、少しずつだが動きがみられるようになっている。また、近隣企業や個人客についても、能登半島地震後1か月くらいから利用が増加し、先の予約も顕著に増加しているため、良い方向へ進んでいる。
	○	観光名所（職員）	・数か月先の団体予約が、比較的好調に入ってきている。
	○	遊園地（職員）	・修学旅行団体の受入れや、パブリシティの獲得、多様なイベントの開催等、積極的に集客施策を実施し、情報発信も行うことで、多くの客の来園を期待する。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・物価上昇や能登半島地震の影響はあるものの、年度末で人の動きが活発になるため、客足にも良い影響が出るとみている。
○	住宅販売会社（経営者）	・1月の能登半島地震やその後の各地沿岸部で発生している地震を契機に、内陸部の別荘が見直されている。そうした引き合いも散見される。	
□	商店街（代表者）	・特に変わったことはなく、現状の景気は、株高になっているものの、一般的にはまだ株価上昇の恩恵を受けていない。	
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新年度や新生活に向けて、多少の売上増加や商材の動きを期待したいところだが、活気がみえてこない。新型コロナウイルスの感染拡大時の我慢生活が身に付いているのか、消費意欲がなくなってしまったのか、何かをすぐに購入するケースが少なくなっている。厳しい状況がしばらくは続く。	

□	百貨店（営業担当）	・大企業では賃上げムードがかなり出ているようだが、中小零細では、なかなか思うような賃上げにはならないであろうし、物価が上昇しているため、実質賃金が増えるともなかなか想像できない。
□	百貨店（店長）	・ここ数か月、本当に売上の変動がなく、前年実績前後かやや弱い数字が続いている。今後上がっていく要素も見当たらない。また、ここに来て客の節約志向が強くなっているとみている。
□	スーパー（経営者）	・賃上げが物価上昇に追い付くかどうか。生活防衛意識が強まる可能性もある。
□	スーパー（店長）	・客の購入動向に変化はみられない。
□	スーパー（副店長）	・長年にわたり、景気が良くなったと実感したことがなく、この先も変わらない。
□	コンビニ（店長）	・かなり給料が上がってきている状況のようだが、物価はそれ以上に上がっている。当店の商材は消耗品中心なのでそれほど変動はなく、その辺りは有り難いが、客の反応がなかなか出にくいので、余り変わっていかないのではないかと。
□	家電量販店（店長）	・景気の低迷は続く。物価は高騰しているが、賃金のベースアップが追い付いていない。
□	自動車備品販売店（従業員）	・新車等の買換えが少ない分、車検シーズンに入り、メンテナンス需要は好調である。ただし、カーナビ等を中心に、高価格商材は不調だとみられる。
□	一般レストラン（経営者）	・賃上げに対応する企業が増えている反面、物価上昇は収まらないため、景気回復はそれほど望めない。
□	スナック（経営者）	・新規開店が増え、客が分散しているような気がする。景気自体は悪くないのかもしれないが、当店には少し厳しい。
□	スナック（経営者）	・変わらないを選択したが、これ以上悪くならないように変わないでほしいという意味である。努力だけではもう無理だと、本当に困っている。何とか良い方法があればと思う。
□	スナック（経営者）	・企業の歓送迎会シーズンに入るが、会社等で朝のアルコールチェックを始めたことで、客の帰る時間が本当に早くなってしまっている。歓送迎会があっても、ふだんと余り変わらない程度の来客数しか見込めないとみている。
□	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルス感染症発生以降、いまだに団体客の動きが鈍く、現在の予約状況から推察すると、今月と同様に例年の77%程度になりそうである。コロナ禍以降、旅行の形態が大きく変化しているようである。
□	タクシー運転手	・客の数はやや増えている状態だが、これからは、従業員である運転手が高齢化してくるため、心配である。
□	通信会社（社員）	・入居の入替え時期のため、月単位では多少の変動はあるものの、四半期ベースでみると大きな変動はない。
□	通信会社（社員）	・上向きになる要素がないため、変わらない。
□	ゴルフ場（副支配人）	・4～5月の予約状況は前年よりは良いものの、今後の平日予約の伸びに不安がある。
□	設計事務所（職員）	・幾つかの物件を同時進行するため、仕事量は多くなっていく。
▲	商店街（代表者）	・上向き要因は全くない。
▲	コンビニ（経営者）	・2月は天候が良くても、給料日後でも売上が悪い。どんなに悪いときでも週末には人が動いていたが、2月に入ってから毎週のように1割減少となっており、どうしたのかと驚くほど暇である。好天の日は公園だけが芋洗い状態で混んでおり、客は先の危機意識に駆られている。
▲	コンビニ（経営者）	・政治が不安定なことの影響もあり、やや悪くなる。
▲	乗用車販売店（経営者）	・足元の受注の伸びは鈍ってきており、年度末に受注残の解消が進むと、2～3か月後の新車販売は減少に向かう。
▲	旅行代理店（副支店長）	・春先まで燃料や物価高、為替相場の不安定さが続くと、客足が足踏み状態になる。物価高騰も深刻で、特に海外旅行は直接売価に転嫁されるため、説明時に、一旦客の腰が引けている状況である。
▲	ゴルフ場（経営者）	・働き方改革による人手不足、人件費高騰、給料アップにもかかわらず、配偶者特別控除枠が拡大されていないため、余計に人手不足になっている。物価高騰、インボイス制度、消費税増税等、株価上昇の恩恵が受けにくい中小零細事業者にとっては、負担だけが重くのし掛かっている。国の指標がどうであろうとも、身の回りからは厳しい声が聞こえてくる。

企業 動向 関連 (甲信越)	×	—	—
	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体が回復し、良くなる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・入荷が遅延していた部品が動き始めれば、生産も波に乗っていく。それまでの間の人員過剰が、会社にどう影響してくるか不安ではある。
	○	建設業（経営者）	・季節的にも、人々の往来が活発化する。
	□	食料品製造業（営業統括）	・国産ワイン業界の数社が欧州で試飲会を開き、好評を博したそうだが、販売結果が出るまでには時間が掛かりそうである。
	□	食料品製造業（総務担当）	・店頭での販売実績が大きく伸びていないので変わらない。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今後2～3か月で、身の回りの景気が良くなるとは考えられない。ただし、当社も人員不足で、営業が大変苦勞している。受け持つ担当先が多過ぎて、目一杯の状態が続いている。求人しても応募してもらえない状況が続いている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・現状の受注は一時的な物で、今後の予想はできない。当社新商品が地域のふるさと納税の返礼品に選定されたため、期待感はある。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・金の価格高騰により製品価格が上がっているため、新製品は小売の売れ筋価格帯を大幅に上回るようになっている。3～4月用のセール商材の間合せはあるものの、セール価格に見合う商品作りができていないため、売上の回復は期待薄である。
	□	金融業（調査担当）	・製造業は現状が続くとみられる。非製造業は賃上げの動きが中小企業に広がり、消費の押し上げにつながるかどうか、注目している。
	□	金融業（経営企画担当）	・物価の上昇は鈍化するが、賃金上昇も限定的であることが予想され、景気は変わらない。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・企業の宣伝費は微増だが、インターネット広告への移行が進んでいる。用紙、インク代等の高騰で、紙類の出稿は前年比90%を切るなど、大きく減少している。
	▲	食料品製造業（製造担当）	・商材の卸価格を値上げしたところだが、追いかけるようにまた資材の値上げ案内がきている。本当にいつまでこの状態が続いていくのか、非常に不安である。
	▲	電気機械器具製造業（従業員）	・2024年問題による物流コストの上昇と、それに伴う物資の値上げが心配である。また、商材の入手が困難になりそうで、その辺りが気掛かりである。
×	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)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・食料品製造業では、外食産業やホテル等の大手の需要増加で業務用の伸びが期待されること、半導体不足の改善により関連する製造業で受注の増加が期待されること、今後もインバウンドを中心とした観光需要や消費拡大が期待されることから、やや良くなる。
	○	職業安定所（職員）	・人材不足解消のため、物価上昇に見合う賃上げが緩やかに浸透する。また、物価高に対する消費控えの傾向が徐々に緩和すると考えられる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・地方の企業ではベースアップの話は少なく、小売店は店舗数減少等、マイナス要因のみである。
	□	求人情報製作会社（総務担当）	・変わる要素が見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・前年同月比で1月の有効求人数は減少し、有効求職者数は増加しているものの、引き続き人手不足感が強い。
	▲	—	—
×	—	—	