

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)	◎	都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・3か月前の1月と比べ、宿泊客は雲泥の差で良くなっており、売上の的にも140%となっている。4月は北陸応援割の恩恵を受けるほか、当地における全国大会の開催、コンベンションホールでのコンサート需要で、1月と比べて来客数の動きが各段に良くなっている。また、外国人客も増えている。
	◎	観光名所(職員)	来客数の動き	・観光シーズンの始まりとともに、多くの観光客が押し寄せている。
	◎	その他サービス [葬祭業] (経営者)	お客様の様子	・暖かくなってきたので、墓じまいや仏壇の処分の依頼が増えている。お別れの会をして、火葬で終わりというパターンが多くなり、もう葬式をしているという感じはない。
	○	スーパー(経営者)	来客数の動き	・前年比で売上は13%増加し、来客数は4%減少している。来客数の減少幅が小さくなってきて、高校生の来客が増えている。イベントも順調で忙しい。当店はインバウンドは全く関係なく、円安も関係ないと考えているが、電気代、ガソリン代、油等の原材料価格の高騰で、売上が回復しても利益が出せるかは不透明である。4月決算なので楽しみである。
	○	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・4月に入り、人の動きが活発になって、新社会人や新入生等の来店も多くある。気温が上昇し、飲料の売上も増えている。
	○	自動車備品販売店(従業員)	お客様の様子	・天候も良くなり、外出機会が増えたこともあり、例年より来客数が増えてきている。また、客単価も徐々に伸びている。
	○	一般レストラン(経営者)	販売量の動き	・お花見、暖かい天候やゴールデンウィークで、お出掛けへの意欲が刺激されている。
	○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・北陸応援割の影響が色濃く出た月となっている。例年だとゴールデンウィーク前で宿泊利用客の動きが少ない時期だが、4月としては過去最高の売上になっている。休前日に関係なく、平日も動きがあり、好調に推移している。
	○	タクシー(経営者)	お客様の様子	・人の流れがかなり戻ってきている。
	○	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・別荘販売は堅調である。
	□	商店街(代表者)	販売量の動き	・今年の3～4月も新学期の始まりに合わせて、学校指定の体育用品の注文が入り、前年と同様に忙しく良かった。
	□	商店街(代表者)	販売量の動き	・お花見シーズンの人出は期待どおりだったが、財布のひもが固く、思ったほどは商材は動かなかった。
	□	百貨店(経理担当)	お客様の様子	・客足は前年比で減少傾向にあるものの、客単価が上昇しており、前年回避できていた円安による景況感の変化や賃上げの反映がみえないなか、売上が良くなるような雰囲気や声は聞こえてこない。
	□	スーパー(経営者)	来客数の動き	・来客数は安定しており、単価を上げて受け入れられている。
	□	スーパー(副店長)	単価の動き	・前年は過去に経験がないほど多くの商材が値上がりし、更に値上げ幅も大きく、1点単価が上がったため、買上点数は減っている。客の節約志向が強まっている。
	□	コンビニ(経営者)	販売量の動き	・売上のみれば、当店は前年と変わらず、余りプラスマイナスがなく、平年並みである。
	□	コンビニ(経営者)	それ以外	・来客数、単価等は上がっているものの、今後、電気代の補助金がなくなると厳しくなる。
	□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・ゴールデンウィークに期待していたが、商圏外に出掛けている人が多いのか、常連客を始め、観光客も少ない。

□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・気温がかなり低く推移したので、売上や客の動き、購買量が大きく落ちている気がする。気温や周りの状況が変わっているだけで、景気自体は変わっていない。
□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・修理関係の仕事が多少増えたものの、オーダーの注文が2件入っただけなので変わらない。
□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・商店街に全く人通りがない。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・夏物商材の動きが悪いので、集客力が上がっていない。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車供給の改善により納期が早まり、順調な販売状況が続いている。
□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・車検、一般整備に関しては、当社目標をクリアしている。車両販売は、ある程度お金に余裕のある客だけが購入しているが、これだけ諸物価が上昇し、円安も一層進んでいるため、客は車に限らず、高額商材の購入には、様子見といった感じである。
□	その他専門店 [酒]（店長）	お客様の様子	・円安の影響かとみているが、ホテルや富士山周辺の観光地で、非常にインバウンド需要が高く、日本酒や高額商材も売れている。一方、円安による食材価格の高騰で、飲食店に行く回数が減っている状況は顕著で、3月の来客数は多かったものの、4月は落ち込んでいる。個人消費は依然として堅調で、飲食店の代わりに家で飲んでいる状況で、相殺すると3か月前とそれほど変わらない。
□	スナック（経営者）	お客様の様子	・客の給料が上がらないため、地方の飲食店は本当に困っている。給料が上がる方法を考えてほしい。
□	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・地元の自治会や組合、会社等、団体客が新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻らない。多くの団体で、新型コロナウイルス感染症発生前から会合の継続を思案していたところに、コロナ禍で中止となり、そのまま自然消滅してしまったようなところが多い。家族や夫婦など、個人客は新型コロナウイルス感染症発生前と同じレベルまで回復してきているが、団体利用がない分、売上が大きく落ちている。
□	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・客の動向は余り変化がなく、旅行需要の増加は維持されている。特に国内旅行が好調で、北海道、沖縄、九州方面の受注が多い。一方、海外旅行は為替の影響もあり、足踏み状態である。
□	タクシー運転手	販売量の動き	・今年の1～2月は前年比110%から115%で推移していた。3～4月は若干落ちて、同104%から107%という状態である。新型コロナウイルス感染症発生前の2019年と比べると、1～2月は90%まで回復しているが、3～4月は90%を切っただけで88%くらいに回復にしかっていない。
□	通信会社（社員）	販売量の動き	・新規加入数もほぼ前年並みに推移しており、特段顕著な伸びはみられない。
□	遊園地（職員）	来客数の動き	・土日祝日にイベント等を開催したが、春休み期間に比べると来客数は落ち着いている。
□	ゴルフ場（副支配人）	来客数の動き	・土日の客層は、動きも単価も好調だが、平日の客層は原価の値上がり分を価格転嫁することが難しく、集客が厳しい。全体としては厳しい状況が続いている。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	来客数の動き	・春休みが終わり、ゴールデンウィーク前で出費を抑えているのか、来客数が伸びていない。近隣の施設が閉鎖したが、その影響も余りない。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・開店休業という言葉が広まる気配がある。朝夕の通勤、帰宅の人を除けば、人影がない。閉店する店が目につく。
▲	一般小売店 [家電]（経営者）	お客様の様子	・来客数及び業務発注の電話は共に少ない。商店街にも人の姿がなく、静かな状況が続いている。季節的にこれといった施策もなく、厳しい状況である。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数が前年を下回っており、客単価も低下傾向である。

	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年と比べて来客数の回復が遅れている。
	▲	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・急激な物価高騰により、外食や会食の機会が減っているのか、ゴールデンウィーク前で絞っているようである。
	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・3月までは徐々に良くなっていたが、4月に入って急に景気が悪くなっている。
	▲	ゴルフ場（経営者）	競争相手の様子	・インボイス制度の導入、働き方改革、インフレ、賃上げ、配偶者特別控除枠の据置き等、中小零細企業の負担が増えるばかりで厳しい。
	▲	設計事務所（職員）	来客数の動き	・依頼数は減ってきており、業務に余裕ができています。
	×	—	—	—
	◎	*	*	*
企業 動向 関連	○	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・急激な円安の影響で、輸入品の価格が高騰して、国産品への回帰が若干みられる。
(甲信越)	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・特注品の受注数が増加傾向にある。
	□	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・小売店頭での販売状況が好調とはいえないため、変わらない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・海外からの部品や材料の入荷が遅れており、効率が悪い状態だが、量産が続いている間は、何とか続けていられる。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量の先行きに明るさがみえてきている。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業はIT関連の在庫調整の影響が長引いており、受注に弱さがみられる。一方、非製造業は観光関連需要を中心に改善している。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・折込チラシの出稿が前年比で減少している。取引先との話では、インターネット広告への切替えもあるが、人手不足による求人関連に予算を取られ、思うようには商品や販売喚起の広告予算が取れないとのことである。
	▲	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・4月から価格を上げて販売しているので、取引先が減少し、スーパーの販売量も落ち込んでいる。
	▲	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月に引き続き、国内市場は地金の高騰や円安が響いている。ルートセールでは、売れていないとの理由から、訪問を断られることが多い。ただし、新製品、新デザインには関心が高く、売り頃価格で開発した新規デザインの商材の動きは良い。材料高に伴う製品価格の上昇で、売上は前年より上昇しているものの、販売量、利益率は落ち込んでいる。
	×	*	*	*
雇用 関連	◎	—	—	—
(甲信越)	○	—	—	—
	□	人材派遣会社（営業担当）	周辺企業の様子	・地方の賃金形態は変わらず、ベースアップの見込みはない。コンビニのアルバイト募集の貼り紙が変わっているだけで、内容は変わらない。
	□	求人情報製作会社（総務担当）	求人数の動き	・当社は求人情報誌を発刊しているが、特別に求人件数の変動はない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・宿泊業ではインバウンド需要や観光シーズンへの期待から、大人数での宴会や会議の回復に対応するため、大手ホテルの求人数の増加が認められる。飲食店や卸、小売業での求人数はさほど伸びていないが、小規模店や宅配業者等からは、反応の早さから民間の求人サイトを重用しているといった声も聞かれ、人手不足の状況は変わらないとみられる。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・前年同月と比べて、新規求職者数が増えていない。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—