

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）	・この先は、祭りや土用の丑の日の等のイベントや、夏に向けて帰省や旅行客の増加が期待される。
	◎	スナック（経営者）	・期待も込めているが、新型コロナウイルス感染症の影響がなくなり急激に世の中が元に戻っているため、精一杯ついていきたい。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・8月は野球の大会や大学の体育イベント等で既にかかなりの予約が入っている。
	◎	観光名所（職員）	・新型コロナウイルス感染症発生前と比べると、台湾人を抜いて韓国人の客が圧倒的に増えている。アジア以外の国からの来客も大幅に増えている。国内客の動きは堅調で、インバウンド需要はこのまま推移すると考えられる。
	○	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後1年になる。いまだにマスクはしているものの、イベントは順調に行われている。新規の注文も増えてきている。
	○	コンビニ（経営者）	・盛夏に向かい、観光客等の増加が見込まれる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・春季労使交渉により、過去1番の給与アップが行われた。テレビなどの媒体からの情報では、他の企業も同様の対応を取っているところが多い。賃金上昇分がしっかり消費に反映されれば良くなる。
	○	自動車備品販売店（従業員）	・物価高で収益が確保しにくい状況ではあるが、来客数、客単価共に上昇傾向にある。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	・3か月後は夏になるので、今月よりも景気は良くなっているのではないかと期待している。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、人流が多くなっているため良くなる。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず、先の予約状況は好調に推移している。物価高やエネルギーコストの上昇等、マイナス要因の懸念はあるものの、少なからず定額減税によるプラスの影響もあるため、予約受注の好調分がプラスに向かうとみている。
	○	タクシー（経営者）	・人の動きが増加傾向にある。
	○	通信会社（社員）	・キャンペーンやサービス提供エリアの拡張、周年イベント等を控えており、問合せが増える見込みはある。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・一般利用や常連客は新型コロナウイルス感染症発生前の水準に戻ってきているが、団体利用が戻り切っていない。徐々にではあるが回復傾向となっている。
	□	商店街（代表者）	・ゴールデンウィークを通して、燃料価格の高騰や宿泊費等の値上がり響いているのか、観光客が物販への出費を抑えると話していたことが印象的であった。定額減税があっても、この先のことを考えると、上向かないだろうとみている。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節商材の動きを期待したいところだが、全般に動きは静かで先が見えてこない。厳しい状況は続くとみている。
	□	百貨店（経理担当）	・競合商業施設のオープンによる影響は、現状のまま推移する。
	□	百貨店（営業担当）	・賃金は若干上がっているようだが、全職種で上がっているわけではないので、それほど景気は良くならない。逆に、物価は上がっていて実質賃金が下がっている状況からみると、現状と余り変わらない。
	□	百貨店（店長）	・物価高が売上減少に大きな影響を与えており、いつ収まるのか見通せない。インバウンド需要があれば逆の影響もあるが、そもそもインバウンドも多くない。停滞した現状もまだしばらくは続く。
	□	コンビニ（経営者）	・来客数は横ばいかやや前年を下回っており、客単価を見ても前年を上回ることはないため、売上は前年と変わらないかやや厳しい状況が続いている。
□	コンビニ（経営者）	・客は来店しているものの、必需品や子供のための商材だけを買って、自分のためや余計な物は買わない。特に、デザート等に影響が出ている。地方では物価高の割に給料が上がらず、この先景気が良くなるとは考えられない。	

□	コンビニ（経営者）	・天候次第で、今より飲料等の売行きが上がってくるとみているが、このまま物価高や国民負担の増加が続けば、財布のひもも固くなり、前年割れする日も多くなるのではないかと不安である。
□	コンビニ（店長）	・長期予報によると、今年の夏は大分気温が高く推移するとのこととで、それに伴って売上が上がってくればよいが、今月と同じような状態で、ずっと期待どおりに上向く状況ではないとみているため、余り変わらない。
□	衣料品専門店（経営者）	・物価高のため、なかなか客の購買意欲が湧いてこない。
□	家電量販店（店長）	・前年と比べて市の補助金がなくなっている。
□	乗用車販売店（経営者）	・受注残の解消が進み販売台数が安定する一方で、競合他社との価格競争が再燃することで、粗利単価の低下が予想される。
□	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、変わらないでほしい。本当に地方は困っている。我慢も限度がある。
□	スナック（経営者）	・企業が、朝のアルコールチェックを始めるようになってから、夜11時過ぎの新規の来客が全くと言っていいほどなくなっている。この状況を改善する余地はないため、もうこれが普通だと思って営業していかなければならない。厳しい状況は今後も続く。
□	観光型旅館（経営者）	・これから露天風呂の改修工事が始まり、その間の客の動きは減るものの、8月には工事が完成し、需要の大きい月に入るため、かなり忙しくなりそうである。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・5月の落ち込んだ分、多少6月は上向くと予想している。前年5月8日の新型コロナウイルス感染症の5類移行から、6月は客足が動いた。その分、前年比では客足が鈍くなると予想している。
□	旅行代理店（副支店長）	・客の旅行意欲や需要の増加は、この先も維持されていくと捉えている。ただし、インバウンド増加により需給バランスが悪く、受入れ施設等の値上がりもあり、要望があっても足踏みするケースが増加してきている。
□	タクシー運転手	・物価が上がったり、実質賃金下がったりと、世間では高くて物が買えずタクシーにも乗れないという方が多いようである。
□	遊園地（職員）	・パブリシティの獲得や、イベントの開催等、積極的な集客施策の実施や情報発信を行い、夏休みに向けて多くの客の来園を期待している。
□	ゴルフ場（副支配人）	・新規の来場客も見られるものの、既存客の来場減少もあるため、良くなるとは考えられない。
□	設計事務所（職員）	・急な依頼はなく、計画案件もなかなか進まない。
□	住宅販売会社（経営者）	・前年と比べて問合せ等が増加しており、中古別荘の販売も好調が続く見通しである。
▲	商店街（代表者）	・何をしても先行きが暗い。
▲	スーパー（経営者）	・中小の賃上げが物価上昇に追い付いていない。公共料金増加で消費減退は徐々に進むとみられる。定額減税の効果が期待したいが、実感されない可能性が大きい。
▲	スーパー（副店長）	・景気が良くなる理由はなく、物価上昇も前年よりは落ち着いたとはいえ、前年から引き続き物価高傾向にある。客の節約傾向が強くと、価格によるスーパーへの来店動機が強まっている。
▲	コンビニ（経営者）	・政治不信が募っており、やや悪くなる。
▲	一般レストラン（経営者）	・前年の今頃は、新型コロナウイルス感染症の5類移行で経済活動も活気を見せつつあった。今年の動きはかなり静かな上に歯止めの掛からない物価上昇と、良くなる要素が見当たらない。
▲	通信会社（社員）	・単価が上がりと、買換えサイクルが一段と長くなるため、やや悪くなる。
▲	ゴルフ場（経営者）	・日銀の金融政策の転換、原材料費及び人件費の高騰、配偶者特別控除枠据置きの影響も含む人手不足、後継者不足、複雑な税制、ゼロ融資の弁済、不安定な国際情勢等、様々な問題が中小企業経営の負担として激増しているため、やや悪くなる。

	×	スーパー（店長）	・補助金が終了し電気代が上昇するため、財布のひもは固くなる。今後も値上げがあるため、購買にはつながらない。
企業 動向 関連  (甲信越)	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体需要が回復して良くなる。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・特注品の受注が増えており、期待感が持てる。また、新商材の投入による展開も期待している。
	○	建設業（経営者）	・一部の資材を除いて、価格の上昇が落ち着いてきている。
	□	食料品製造業（営業統括）	・新製品を投入して新規飲食店等への販売拡大の努力はしているが、ビールと他の酒類に押されて、苦戦している。
	□	食料品製造業（総務担当）	・小売店頭の販売状況が良くなるとは考えられない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・物価高による買い控えと、消費のモノからコトへのシフトが継続している分、耐久消費財への支出が抑えられている。
	□	金融業（調査担当）	・当面は一進一退の状況が続くとみられるが、円安の更なる進展や金利上昇等、外部環境の変化による悪化も予想される。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・例年と比べて受注や見積りの数に伸びがない。数量調整が入ったり、見積りから受注までに時間が掛かっており、慎重さがみられる。
	▲	電気機械器具製造業（従業員）	・円安の影響か、銅の販売価格が4月から350円も値上がりしている。今後、銅価格が高値で安定となると、非常に厳しい状況となる。また、銅を使っている部品の価格もまた値上がりするのではないかとということで、非常に困っている。
	▲	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・地金の高騰や円安の影響は、毎月徐々に経営を圧迫している。
	▲	金融業（経営企画担当）	・金利上昇による家計への圧迫が続いており、企業による賃金上昇が続けられるかどうか不透明である。
	▲	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・折込チラシへの出稿量が減少しているが、インターネット広告への移行が大きい。新規出店の出稿はあるものの、レギュラー広告の減少が目立っている。
	×	食料品製造業（製造担当）	・原材料の価格は20年前の2.5倍になっているのに、商材価格を同じようには値上げできない。
×	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)	◎	—	—
	○	*	*
	□	人材派遣会社（営業担当）	・消費動向は相変わらずで、財布のひもは固い。
	□	求人情報製作会社（総務担当）	・現状、変わる要素が見当たらない。
	□	職業安定所（職員）	・海外経済の不安定さ、原材料価格の高騰、物価高の状況は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・物価の上昇により、新規求人数及び有効求人数が前年同月比で減少し、これまでの改善の動きに足踏み感がある。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・円安が改善しないと、積極的なマインドが出てこない。
	▲	—	—
×	—	—	