

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<br>動向<br>関連<br><br>(甲信越) | ◎       | その他サービス<br>〔葬祭業〕（経営者）  | お客様の様子 | ・ 今月は、第2永代供養墓が完成し、早速利用が始まっている。また、墓じまいの依頼や見積り、葬儀の依頼も非常に多い。                                                                                                                                                     |
|                             | ○       | スーパー（経営者）              | それ以外   | ・ 前年比では売上は1％減少、来客数は10％減少となっている。近隣の居酒屋の閉店や1日に3回来店する客の老人ホーム入居等が原因のため、減少傾向はしばらく続く。ただし、4月1日から病院売店の仕事が増え、売店販売用の弁当20個、職員用の弁当20個、おにぎり20個を用意するため、4月は確実に前年と比べて売上は大幅に向上するため、楽しみである。                                     |
|                             | ○       | コンビニ（経営者）              | 販売量の動き | ・ 徐々に暖かくなり、来客数も若干上向いているため、これから花見の気分も出てきて売上も若干伸びていく。                                                                                                                                                           |
|                             | ○       | コンビニ（エリア担当）            | 来客数の動き | ・ 前年と比べて来客数は回復基調にある。ただし、相変わらずデザート等のし好品は不振が続いている。生活に余裕が生まれれば、ついで買いが増えて小売が潤う。                                                                                                                                   |
|                             | ○       | 自動車備品販売店（従業員）          | 来客数の動き | ・ 春先の需要に合わせて来客数や客単価共に、前年実績を超えており、景気は良くなっている。                                                                                                                                                                  |
|                             | ○       | 一般レストラン（経営者）           | 来客数の動き | ・ 天候の回復以外に特に大きな要素は見当たらない。時期的に来客数は増えているものの、大きな動きはない。                                                                                                                                                           |
|                             | ○       | 都市型ホテル（スタッフ）           | 単価の動き  | ・ 物価高は続いているが、皆がやや慣れてきたようで、3か月前と比べると、レストランの単価が良くなっている。理由としては、新型コロナウイルスの感染拡大期間から、和食レストラン内の鉄板焼きをクローズしていたが、3月から再開して1万2000円、1万6000円という単価で販売したところ、予想以上に売れて、和食レストランの売上が前年同月比120%となったからである。しかも、高い方の1万6000円のコースが売れている。 |
|                             | ○       | タクシー（経営者）              | お客様の様子 | ・ イベント開催が増えており、人の動きは多い。                                                                                                                                                                                       |
|                             | ○       | 観光名所（職員）               | 来客数の動き | ・ 今年は特に降雪が多く厳しい冬だったが、スキーシーズンが長くにぎわっている。                                                                                                                                                                       |
|                             | ○       | その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者） | 来客数の動き | ・ 学生が春休みに入り、数多く来店している。ファミリー層も週末を中心に伸びている。                                                                                                                                                                     |
|                             | □       | 商店街（代表者）               | 来客数の動き | ・ 客の物価上昇マインドが強く、必要最低限の買物で済ませている。                                                                                                                                                                              |
|                             | □       | 一般小売店〔家電〕（経営者）         | お客様の様子 | ・ 相変わらず商材の動きは鈍く、発生業務件数も少ない。商店街の人通りも少なく、消費者の購入意欲がみえてこない。                                                                                                                                                       |
|                             | □       | 百貨店（経理担当）              | お客様の様子 | ・ 物価高騰により、食料品や身の回り品の動きが鈍い。食料品に関しては、依然としてターミナル駅ビルの商業施設との競合が続いている。梅春物の衣料は堅調に推移している。                                                                                                                             |
|                             | □       | スーパー（経営者）              | 来客数の動き | ・ 野菜、卵、米などの単価上昇で、買上点数は減少しているものの、客単価は若干プラスとなっており、来客数も堅調である。                                                                                                                                                    |
|                             | □       | コンビニ（店長）               | お客様の様子 | ・ 依然として、頻繁な値上げがあり、価格はそれなりに上がっているものの、数量的には特段変わっていない。客も値上げに慣れてきて、また値上げかという様子で、消費に対する変化はみられなくなっている。                                                                                                              |
|                             | □       | 家電量販店（店長）              | 来客数の動き | ・ 自治体から省エネエアコンにかかる助成金が交付されているため、やや良くなっている。                                                                                                                                                                    |
|                             | □       | 乗用車販売店（経営者）            | 販売量の動き | ・ 需要時期のため既存客の代替車購入は一定数あるものの、新規客が全く増えていない。                                                                                                                                                                     |

|                             |                          |                 |            |                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------|--------------------------|-----------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                             | <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（経営者）     | 販売量の動き     | ・前月同様、車検、一般整備は目標の1.5倍程度に増加している。車両販売は、3月というのに低迷しており、物価高などの影響で、車両を買換える客、控える客の2極化が進んでいる。                                                                                                                   |
|                             | <input type="checkbox"/> | その他専門店〔酒〕（店長）   | お客様の様子     | ・客の様子は3か月前と比べると、年度末であることや値上がり前の駆け込み需要がある。今後は値上がりによるデメリットが出る。本当に2極化が進んでいる印象があり、高い物、特に皆が欲しい物に関しては単価が高くても引き合いはあるものの、値上げに対して非常にセンシティブになっている様子もうかがえるため、単純には捉えられない。                                           |
|                             | <input type="checkbox"/> | 観光型旅館（経営者）      | 単価の動き      | ・宿泊者数は新型コロナウイルス感染症発生前と同じくらいだが、日帰り宴会の人数は60%と減少している。ただし、平均宿泊単価は新型コロナウイルス感染症発生前と比較して147%まで上昇させることができたため、物価高騰や宴会の減少分を差し引いても、新型コロナウイルス感染症発生前と同様の売上と利益を出せている。また、最近では1人旅など、宿泊料金が高額であっても、それぞれのスタイルで宿泊する客が増えている。 |
|                             | <input type="checkbox"/> | 旅行代理店（副支店長）     | 来客数の動き     | ・旅行需要の受注増加は変わらないが、世界情勢の変化が起因となり旅行を見送る客も多少出てきている。相変わらず国内旅行は好調だが、海外旅行は海外出張を含めて低迷している。                                                                                                                     |
|                             | <input type="checkbox"/> | タクシー運転手         | お客様の様子     | ・ここ6か月間は前年比では84～90%くらいで推移している。今月については、前年比87%で終わりそうである。                                                                                                                                                  |
|                             | <input type="checkbox"/> | 通信会社（社員）        | 販売量の動き     | ・年度末や決算月ではあるものの、大きな動きはない。来月開始予定の新サービスを、新年度のスタートダッシュの足掛かりとしたい。                                                                                                                                           |
|                             | <input type="checkbox"/> | 通信会社（社員）        | 来客数の動き     | ・例年ピークとなる年度末でも、年々集客が減ってきている。                                                                                                                                                                            |
|                             | <input type="checkbox"/> | ゴルフ場（経営者）       | 来客数の動き     | ・前年と変わらない。                                                                                                                                                                                              |
|                             | <input type="checkbox"/> | ゴルフ場（副支配人）      | 単価の動き      | ・原材料の値上げが続くなか、価格転嫁ができない。                                                                                                                                                                                |
|                             | ▲                        | コンビニ（経営者）       | 来客数の動き     | ・前月に続き、来客数はいまだ前年実績を割っている。客単価は上がっているものの、物価高が一因だとみられる。このまま米価高騰等で、おむすびなどの値上げが続けば、現状が続いて更なる来客数減少につながりかねない。                                                                                                  |
|                             | ▲                        | 乗用車販売店（総務担当）    | お客様の様子     | ・客は米価高騰などを話題に出し、価格を気にする様子が見受けられる。                                                                                                                                                                       |
|                             | ▲                        | 都市型ホテル（スタッフ）    | 来客数の動き     | ・客足が鈍い状況は前月から変わらない。祝い事や送別時期で利用が増加しているが、例年と比べて明らかに減少している。物価高疲れやぜいたく品への消費を控えている様子がうかがえる。                                                                                                                  |
|                             | ×                        | スーパー（店長）        | 単価の動き      | ・値上がりが進み、低単価品の購入が増えている。                                                                                                                                                                                 |
|                             | ×                        | コンビニ（経営者）       | お客様の様子     | ・物価高がひどく、政策への諦めがある。                                                                                                                                                                                     |
|                             | ×                        | スナック（経営者）       | 来客数の動き     | ・物価高で急激にお金を使わなくなってきた。酒を飲む人が減っているだけでなく、ランチ客まで減っており、弁当を作るなどして積極的に生活防衛をしている。景気という意味ではかなりまずいことになっている。                                                                                                       |
|                             | ×                        | 遊園地（職員）         | 来客数の動き     | ・春休みの学割キャンペーンなどを打ち出すことで、学生客への訴求を図ったものの、3月に入ってから降雪の影響を大きく受けている。                                                                                                                                          |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(甲信越) | ◎                        | ＊               | ＊          | ＊                                                                                                                                                                                                       |
|                             | ○                        | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・大口の受注が決まり、しばらくはその対応で多忙となる見込みである。                                                                                                                                                                       |
|                             | <input type="checkbox"/> | 電気機械器具製造業（従業員）  | 受注量や販売量の動き | ・現在は受注を確保できてはいるものの、この先は価格上昇等もあり、多少不安がある。                                                                                                                                                                |

|                       |   |                         |              |                                                                                                         |
|-----------------------|---|-------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | □ | その他製造業<br>〔宝石・貴金属〕（経営者） | 受注量や販売量の動き   | ・売上は前年より10%程度良いものの、相変わらず地金の高騰が進んでおり、収益が圧迫されている。国内のマーケットは相変わらず低調である。海外バイヤーの購入はほとんどが中古品である。               |
|                       | □ | 建設業（経営者）                | 受注量や販売量の動き   | ・工事内容、金額、期間等の問合せが、少しずつ出てきている。                                                                           |
|                       | □ | 金融業（経営企画担当）             | 取引先の様子       | ・取引先は観光業を中心に、活気が出る傾向にある。ただし、物価高騰により、全般的に資金繰りは改善していない。                                                   |
|                       | ▲ | 食料品製造業（製造担当）            | 受注価格や販売価格の動き | ・値上げをしたため、大手とは大分開きが出てきている。全ての物が値上がりしているなかで、消費者の財布のひもは大変厳しく、やはり安い方になびいてしまう。                              |
|                       | ▲ | 電気機械器具製造業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・前月より若干ではあるものの、受注件数が増えている。ただし、近々の単発受注が主なので、先行きは見通せない。                                                   |
|                       | ▲ | 金融業（調査担当）               | 取引先の様子       | ・非製造業は観光関連を中心に、需要は底堅さを維持している一方、製造業は半導体関連の在庫調整の遅れや米国の通商政策への対応等によるマインド低下が強まっている。                          |
|                       | × | 食料品製造業（営業統括）            | 受注量や販売量の動き   | ・業務筋からの引き合いが弱まっており、在庫が増えている。                                                                            |
| 雇用<br>関連<br><br>(甲信越) | ◎ | —                       | —            | —                                                                                                       |
|                       | ○ | *                       | *            | *                                                                                                       |
|                       | □ | 人材派遣会社（営業担当）            | 求人数の動き       | ・どの企業からも人がいないかという問合せは多いものの、採用条件が変わらないため、採用に向けた打合せが進まない。                                                 |
|                       | □ | 民間職業紹介機関（経営者）           | 求人数の動き       | ・中小企業は賃上げに苦慮しており、新規社員採用に慎重な姿勢となっている。                                                                    |
|                       | ▲ | 職業安定所（職員）               | 求人数の動き       | ・2月の求人受理状況をみると、管内主要産業の1つであるサービス業のうち、労働者派遣業の求人数が前年同月と比較して半減している。要因は、製造業の業績不振、人件費の上昇等による求人の手控えによるものとみられる。 |
|                       | × | —                       | —            | —                                                                                                       |