

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)	◎	スーパー（経営者）	・新規の仕事が増え、20%くらいは良くなる予測である。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・元々、冬季は来客数が落ち込む傾向にあるが、インバウンドの増加によってかなり良くなっている。従来、春先は集客が良いため期待できる。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・子供が少なくなり、後を見てもらえる人がいなくなっている。仏壇の処分や墓じまいの依頼、1人暮らしの方が亡くなった後の遺品整理の依頼も増えている。これらの依頼はますます増えるとみている。
	○	高級レストラン（経営者）	・物価高騰に対する賃上げは大手企業にとどまっており、中小企業は追いついていない。個人消費は必要最小限に抑える傾向が予想されるが、年度の区切りでもあるため、景気はやや上昇傾向になるとみている。
	○	一般レストラン（経営者）	・花見やマラソン大会等、春先のイベントが続くので期待したい。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・レストランの客単価は、恐らく今月と横ばいになると予想している。4月の宿泊については、各種イベント、学会、コンサート等のMICE需要があり、県外客がたくさん来る見込みである。また、年度初めで、各企業の宴会等の開催を見込んでいる。
	○	タクシー（経営者）	・年度末や年度初めのため、会合等が増える。
	○	観光名所（職員）	・本格的な観光シーズンを前に、この先の予約状況をみるとインバウンド、国内ツアーの予約は、比較的好調に入っている。
	○	遊園地（職員）	・春休み期間終了後も、パブリシティの獲得やイベントの開催など積極的な集客施策や情報発信を行い、より多くの来園客を期待している。
	□	商店街（代表者）	・物が高くなったという割には、客の様子は余り変わらない。また、景気は良くもみえないが、極端に悪くなったということもない。小売店の売上は徐々に落ちている。
	□	商店街（代表者）	・身近な商材の値上げが多く、厳しい状況が続いている。
	□	スーパー（経営者）	・賃上げ率が相当高いようなので、消費への影響に期待している。
	□	コンビニ（経営者）	・徐々に天候が良くなり、来客数は上向き傾向となるが、現状が続いて、特別良くなるということはない。
	□	コンビニ（店長）	・価格的には、皆かなり厳しくなっているという話だが、必要な物やすぐ使うような物は高くても使うので、消費は変わらないと考える。若干減ってきてはいるが、価格のベースが上がっているため、品数が少なくても売上金額は余り変わらないとみている。
	□	家電量販店（店長）	・政府の景気刺激策の効果がなく、回復していない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新型車イベントの予定もなく、競争激化のなかで販売は伸び悩む。
	□	自動車備品販売店（従業員）	・運賃や工賃を始め、人件費や物価上昇の影響で値上げが続いており、良くなるとまではいえない。
	□	一般レストラン（経営者）	・飲食業の場合、宴会の予算は区切りのよい金額で決められることが多い。内容を調整するものの、金額がプラスされることはないため、物価の上昇がある以上、景気は良くならない。
	□	スナック（経営者）	・本来なら今頃は、歓送迎会の宴会等から流れて来店する客が多い時期である。ただし、コロナ禍明けから、団体で動くケースが余りなくなり、本当に少人数で来店する客しかいない。今後も厳しい状況が続いていくのではないかと日々実感している。
	□	観光型旅館（経営者）	・インバウンドの増加により、宿泊業界全体の需要が増えているため、材料費、人件費、燃料費等の仕入価格の高騰を宿泊料金に転嫁しても、客から一定の理解が得られるようになっている。おかげで、バブル以降続いていた宿泊施設の供給過剰による誰も得をしない価格競争は減ってきている。

	□	旅行代理店（副支店長）	・国内旅行の需要増加は継続するとみている。大阪・関西万博開催や企業旅行等が微増である。前年の同時期と比べると、受注額では90%を超えてきているものの、海外や団体募集旅行は厳しい状況である。
	□	タクシー運転手	・売上が上がらない理由は、1年前30人いた乗務員が26人と、4人減ったことである。1割ほど減ったため、夜勤乗務員が少なくなっていることがあるが、客も夜は出歩かなくなっている。
	□	通信会社（社員）	・今後も段階的にサービスエリアの新規開局を控えてはいるが、爆発的な加入増加につなげるのはなかなか厳しい状況である。解約防止にも注力し、減少を少しでも食い止めたい。
	□	通信会社（社員）	・物価上昇に見合った賃上げがないと、現状は改善しにくい。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・平日来場者の大半を占める高齢者のうち、以前はよく来ていた方がゴルフをやめるなど、課題である平日の集客については、今後も難しい。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・春休みが終わって学生利用は減る傾向になるが、企業等の団体が増えることを期待する。
	□	住宅販売会社（経営者）	・別荘の建築費が高止まりしていることなどから、新築数が伸び悩み傾向にある。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	・全ての物と違ってよいほどの値上げが発表され、消費者の購入意欲は、必要なこと以外へは向かない。買い控えの状況もあり、売る側とすれば、厳しい状況は続きそうである。
	▲	百貨店（経理担当）	・不安定な世界経済の影響や物価高騰で、継続的に消費が冷え込むと予想する。特に、米価の高騰や燃料費の補助金縮小に伴う価格上昇が、衣料品や食品動向にも影響すると考える。
	▲	百貨店（営業担当）	・4月以降も値上げによる物価高は進みそうである。米国の関税政策による先行き不安のなか、株価も落ちている。プラスの要因というか、道すじがみえてこない。
	▲	コンビニ（経営者）	・売上は前年とそれほど変わらないが、物価が高くなっている分、実質的に下がっているとみている。無駄に出歩かないということなのか、以前と比べて夜間の来店客が少なくなっていると夜シフトの従業員から、聞いている。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・賃金と税金のバランスが悪い。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・物価高の影響でやや悪くなる。
	▲	その他専門店〔酒〕（店長）	・4月から値上げがある予定だが、消費活動にどれだけ影響が出るか分からない。今までは値上がり分だけ前年より売上が増えているが、どれほどの利益を確保できるかは非常に不透明な部分もある。余り良くないことを想定、予測しながら経営をしていくことになる。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・個人利用の消費が下がり続けている。法人関係はある程度例年並みの動きが出始めているものの、個人予約の動きは非常に鈍い。主要な観光地と比べて、インバウンドが非常に少ない地域のため、悪くなる要素が強い。
	▲	ゴルフ場（経営者）	・可処分所得が数年間減少傾向にあるため、やや悪くなる。
	×	スーパー（店長）	・主食に関わる商材のコスト増加は家計を圧迫し、製造コストの増加にもつながっている。このまま何も対策がされないのであれば、家庭の財布のひもは固くなるばかりである。
	×	コンビニ（経営者）	・今の日本には希望がない。
	×	コンビニ（経営者）	・収入は増えずに物価高が続けば、景気は悪くなる一方である。ただし、これからは気温が上がり、飲料等の売上も伸びてくるため、店としては大幅に悪くなることはない。
	×	スナック（経営者）	・デフレが終わることは歓迎するが、現状のようなハードランディングでは死者が出るのではないかと心配である。もう少しコントロールしてくれないと困る。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	窯業・土石製品製造業（経営者）	・特注商材の受注対応で、数か月先までは数字的に上向く見込みである。
	○	食料品製造業（製造担当）	・4月から取引先全てで価格が上がるため、スーパーでは売れなくなる。時間ができたら出張販売を行い、独自価格で販売する予定のため、多少は内容が良くなる。

	○	金属製品製造業（総務担当）	・半導体の需給が回復し、やや良くなる。
	○	建設業（経営者）	・工事金額や値上げ時期等の問合せが出てきている。
	□	食料品製造業（営業統括）	・相変わらず、消費者の購買意欲は減退しており、工場出荷量は変わらないとみている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・耐久消費財への支出が抑えられている状況は余り変化がない。賃上げ後の消費行動に期待したいが、食料品の物価高騰の影響もあり、不透明な状況である。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・潜在的な需要はあるものの、材料である地金の高騰が止まらない限り、マーケットが求める価格帯での商材作りができない。
	□	金融業（経営企画担当）	・物価高騰による支出増加で、景気が良くなる雰囲気はない。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・通信販売や小売業の折込チラシは、前年比微増が3か月ほど続いている。
	▲	食料品製造業（総務担当）	・原材料価格の上昇が続いているため、やや悪くなる。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・単発案件が増えているため先の見通しが立たない。様々な費用が値上がりしており、先行きは懸念しかない。
	▲	電気機械器具製造業（従業員）	・以前と比べて、設備投資が少なくなっているようである。また、先行きが不透明であるため、対応が非常に難しい。
	▲	金融業（調査担当）	・非製造業は、観光関連のほか賃上げに伴う消費の押上げも予想されるが、物価高の影響が消費の下押し要因となるため、大きな改善は見込めない。製造業も米国の本格的な関税引き上げの影響を受けることから、先行きへの慎重姿勢が強まる見通しである。
	×	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)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（営業担当）	・米価の高騰もあり、物価上昇のためか週末のスーパーではいつも以上に安売りコーナーに客が多い。地方はベースアップ等が少ないため、購買意欲はますます上がらない。
	□	職業安定所（職員）	・半導体需要の回復や海外資本の大手スーパーの進出等、景気が良くなる要因はあるものの、物価高騰や米国との貿易の影響などが危惧されるため、変わらない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・大手企業を除き、物価高騰による価格転嫁が難しいようで、売上増加への不安が続いている。
	▲	職業安定所（職員）	・中国経済が依然低迷していること、米国政権の対外政策が、日本経済に今後どれだけ悪影響を及ぼすか不明であること、そのほか、依然として物価上昇の影響も懸念される。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比が、8か月連続で減少している。
	×	—	—