

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) | ◎ | 都市型ホテル（スタッフ） | ・予約が埋まっている上に、値上げ効果で売上も増えている。 |
| | ◎ | その他サービス〔葬祭業〕（経営者） | ・今月は墓じまいと粉骨の依頼が多いが、墓の中が先祖で一杯という人も多く、粉骨依頼は増えている。墓じまいとセットで依頼されることもあるため、今後はますます依頼が増えてくる。 |
| | ○ | 百貨店（店長） | ・春に近隣の大型店が閉店したことによる集客数の増加は1年は続くともみている。3か月後も現在の良い状態が続くと予測している。 |
| | ○ | スーパー（副店長） | ・あらゆる物の価格は上がり、米不足など生活が困窮しているが、今がピークで、参議院議員選挙もあるため、多少なりとも改善されることを期待している。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | ・夏休みに向け、レジャー関連商材の売上増加を期待している。 |
| | ○ | スナック（経営者） | ・物価上昇により景気が悪くなったのは間違いないが、ずっと据え置いてきた商材価格を見直せるようになった面もあるため、利益は残せるようになってきている。デフレより、かなり好ましい状況である。 |
| | ○ | 遊園地（職員） | ・パブリシティの獲得やイベント開催等、積極的な集客施策や情報発信を行うことで、より多くの客の来園を期待している。 |
| | □ | 商店街（代表者） | ・学校関係の販売も終わり、これから先は追加の注文くらいのため、極端には変わらない。 |
| | □ | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・必要に迫られれば購入するという生活スタイルのなかで、季節商材の動きに期待したいが、天候に左右される面もあるため、見通しが付かない。 |
| | □ | 百貨店（経理担当） | ・今後の見通しも変わらず、世界情勢は不安定である。また、国内の物価高も変わらず、生活必需品以外の購買意欲が湧かない状況にある。6月に地域発行のプレミアム付商品券を取り扱う予定のため、消費活性化につながることを期待している。 |
| | □ | 百貨店（営業担当） | ・米国の関税政策が不確実であるため、この先はどちらに転ぶか分からない。直接の消費現場でも、なかなか判断が難しい。 |
| | □ | スーパー（経営者） | ・米価の下落で単価上昇が弱くなり、節約志向が進むと、ディスカウント店との競争となり利益が取れなくなる。 |
| | □ | スーパー（経営者） | ・来年4月までは売上、来客数共に前年を上回る予定である。4月決算がまだ確定していないが、今期は4月が良いため多少黒字になると有り難い。来期は必ず良くなると信じている。 |
| | □ | コンビニ（経営者） | ・夏に向かって来客数はやや復活している。ただし、客単価をみると、冷たい飲料等は売れるが、なかなか販売金額が上がらない。コンビニ業界はどれも苦戦していると考えている。 |
| | □ | コンビニ（経営者） | ・現状の物価高は収まらず、天候の良しあしだけでは、売上は左右されない。 |
| | □ | コンビニ（店長） | ・流れとしてはこのままさほど変わっていかない。流通関係等でも、いろいろと対策が出ているようだが、大きく変わることはない。ただし、余り良い状況にはならないとみている。 |
| | □ | 家電量販店（店長） | ・好景気となるような材料がなく、物価高が続いているため、変わらない。 |
| | □ | 乗用車販売店（経営者） | ・現状を底として、秋以降予定している新型車イベントまでは厳しい販売量で推移するとみている。 |
| | □ | 自動車備品販売店（従業員） | ・物価高の影響もあり、来客数がこのまま前年超えを維持することは難しい。 |
| □ | 高級レストラン（経営者） | ・物価高騰を超える収入アップが見込めないなか、個人消費は増えてこないとみられる。 | |
| □ | 一般レストラン（経営者） | ・悪くなった分が元に戻る動きばかりで、そこから更に良くなるような動きは見当たらない。 | |

| | | | |
|--------|---|------------------------|---|
| | □ | 一般レストラン（経営者） | ・前年より天候の影響が強くみられる。夏の異常気象を懸念している。 |
| | □ | スナック（経営者） | ・少し天候が暖かくなってきたからなのか、来客数が若干増えている。基本的には変わらない状況が続いており、この先も余り期待できる材料がないため、変わらない。 |
| | □ | 観光型旅館（経営者） | ・例年この時期は地元の総会などの需要がそこそこあったが、コロナ禍以降、こうした会合の予約がほぼ消滅している。一方で、首都圏からの宿泊客の予約が増加していて、単価を上げているにもかかわらず、それなりに動きも良い。トータルして、現状同様にやや良い状況は変わらないとみている。 |
| | □ | 旅行代理店（副支店長） | ・インバウンド需要増加による観光施設、ホテル代、交通費等が一般的に大きく値上がりしており、一旦足踏み状態となると予想する。海外旅行も長期、長距離は控え、安近短の旅行先を選ぶ傾向が増えている。 |
| | □ | タクシー運転手 | ・米価が2倍になったり、いろいろな物の価格が上がっているため、客の財布のひもが固くなっている。酒を飲む人や買物に行く人も少なくなったということではないかと考える。 |
| | □ | 通信会社（社員） | ・サービス提供エリアの拡張も控えているが、期待値を超える新規契約が見込めるかは不確定である。解約の減少も落ち着いていない。 |
| | □ | 通信会社（社員） | ・上向く要素が少なく、現状維持が精一杯である。 |
| | □ | 観光名所（職員） | ・国内観光客数が増えると消費も動くが、物価高騰による節約、旅行控えの動きを懸念している。ツアーでは、安価な日帰り旅行が増えている。 |
| | □ | その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者） | ・ゴールデンウィークが終わり、夏休み前の6～7月は閑散期に入るため、心配である。企業等の団体予約は例年どおり入っている。 |
| | ▲ | 商店街（代表者） | ・連日の米価高騰の報道や米国の関税政策で、客の消費マインドが悪くなっている。 |
| | ▲ | コンビニ（経営者） | ・4月同様、5月の平均日販も大きく前年割れしている。米価が上昇し、おにぎりでは1個200円を超える商品もあるため、購買意欲は下がっている。 |
| | ▲ | コンビニ（エリア担当） | ・相変わらず、賃金が今の生活水準に追いついていない。物の価格だけではなく、サービス料金も値上げされている。可処分所得が増えない限り、生活は豊かにならない。 |
| | ▲ | 乗用車販売店（総務担当） | ・物価高や値上げが続く、米価高騰の状況も不透明であるため、やや悪くなる。 |
| | ▲ | その他専門店〔酒〕（店長） | ・2～3か月後は、本来なら売上は伸びるはずだが、諸物価上昇、特に、米価が1.5倍から2倍になっており、これが、当店がメインに扱っている日本酒に対する印象にも関わってきている。今後がどのような状況になるか、日本酒に対しても不透明なところがある。客の給料は1.5倍から2倍になるわけではないので、飲食店も価格転嫁が難しい状況ではないかと考える。今後更なる物価上昇が起きるとまだしばらく厳しい状況となる。 |
| | ▲ | 都市型ホテル（スタッフ） | ・法人利用の予約は動きがあるものの、個人利用は予約が鈍く、動きの悪さが続いている。この先、参議院議員選挙等も控えているため、大きな回復や好影響は期待できない。 |
| | ▲ | 都市型ホテル（スタッフ） | ・5月が良かっただけに、6月はこれ以上に上向くとは考えにくい。6月は特殊需要となるイベントが非常に少なく、5月よりも落ちるとみている。また、物価高による消費マインドの低下で、レストラン等の予約も伸び悩んでいる。 |
| | ▲ | その他サービス〔クリーニング〕（経営者） | ・周りの経営者からは悪いという話をよく聞く。ただし、観光業は良いようである。 |
| | × | スーパー（店長） | ・物価高対策がみえてこない。米価が安定的に下がらないと、弁当などの仕入れにも影響が出てくる。 |
| 企業動向関連 | ◎ | 金属製品製造業（総務担当） | ・半導体事業は回復し、良くなる。 |
| | ○ | 建設業（経営者） | ・工事の受注量は増えているものの、資材の値上がりもあるため、利益はそれほど増えていない。 |
| (甲信越) | □ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・秋口頃までは大口受注が続く。また、秋以降も季節商材対応が見込まれる。 |

| | | | |
|-----------------------|---|---------------------|--|
| | □ | 電気機械器具製造業（経営者） | ・物価高の影響で、耐久消費財への消費が抑えられている状況に大きな変化はない。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（経営者） | ・新規生産が始まる物もあれば、生産終了になる物もある。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（従業員） | ・米国の関税政策の影響がいつ出てくるか分からないため、やや不安であるが、影響が出るまでは、現状のままとみている。 |
| | ▲ | 食料品製造業（営業統括） | ・米国の関税政策の影響があらゆる部門に出てきている。特に、嗜好品等には徐々に悪影響が出てくるものと考えている。 |
| | ▲ | 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。 |
| | ▲ | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | ・ルートセールスの売上は何とか前年実績を維持しているものの、出張経費の増加で、利益率は前年より10%ほど下がっている。 |
| | ▲ | 金融業（調査担当） | ・製造業では、米国の関税政策の影響が懸念されており、マインドの低下が予想される。非製造業で賃上げは進んでいる。小売業では物価上昇に伴う消費者の買い控えへの懸念もある。観光面はインバウンドを中心に底堅いが、オフシーズン入りで国内客の落ち込みも懸念される。 |
| | ▲ | 金融業（経営企画担当） | ・米国の関税政策や国内の政治不安による不透明な状況が続く。米国の関税の影響度合いにより、景気が大きく振れると考えている。 |
| | × | 食料品製造業（製造担当） | ・包装資材の値上げの通知がまた届いた。商品を値上げしたばかりなのにこれでは利益を出すことは非常に厳しい。配送運賃等もまた値上げで、価格の下がる物がないので困っている。 |
| | × | 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） | ・米価高騰や参議院議員選挙等もあり、景気は上向かないとみている。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | ・人件費高騰、米国の関税問題等、不安要素の話題は出るものの、求人数、求職者数に大きな動きは見られない。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | ・米国の関税政策や諸物価高騰の動きに大きな動きはないとみている。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（経営者） | ・求人をけん引する製造業では、原材料価格の高騰、人件費の増加等から、採用に旺盛な企業と慎重な姿勢を崩さない企業の2極化が目立ってきている。 |
| | ▲ | 職業安定所（職員） | ・米国の関税政策が今後の日本経済にどの程度悪影響を及ぼすかは不透明である。また、物価上昇が雇用に与える影響も懸念される。 |
| | ▲ | 職業安定所（職員） | ・新規求人数の前年同月比は、10か月連続して減少している。 |
| | × | — | — |