

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)		遊園地（職員）	・今後も、コンサート、コラボイベント等の実施により、引き続き多くの来園客を期待する。
		スーパー（経営者）	・近隣の酒店が廃業になり、夏祭りや公民館へのビール、オードブルの配達は増えている。初参加の夏祭りもあり、生ビールの予約も受けているので、やや良くなる。
		スーパー（副店長）	・瞬間的には、10月の消費税増税直前の駆け込み需要の影響で売上は上がる。将来の景気を予想すると、増税後は買い控えや節約志向が強まって、衰退する。
		コンビニ（経営者）	・これから夏場に向けて、冷たい商材を中心に売れるので、やや上向くとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が、少しは発生するものと思われる。
		乗用車販売店（管理担当）	・消費税増税による駆け込み需要の増加で、やや良くなる。
		観光型ホテル（支配人）	・比較的単価の高い国内個人客や、企業の小グループの予約が伸びているようである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・山形県沖地震の影響や風評被害も薄れて、やや良くなっていく。また、県庁、市役所の夏のボーナスが発表され、いずれもベースアップということで、マインドの部分でも良くなっていく。個人消費は増えるのではないかと。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・前年の猛暑の影響によるエアコンの動きや消費税増税前の駆け込み需要を期待していたが、増税後の政策もあり、消費者はどう動くのか何ともいえない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節や天候によるが、消費税増税関連の動きは、いまだ感じられないため、現在と変わらないのではないかと。
		スーパー（経営者）	・明るい話題がなく、徐々に消費税増税が近づき、諦め感と不安感が漂っている。
		コンビニ（店長）	・ちょうど消費税増税前だが、大きく変わることはないのではないかと。今の状況からも、関心はあるようだが、生活に特別変化が出てくるような感じはしないので、若干の動きはあっても、余り変わらないのではないかと。
		家電量販店（店長）	・前年に比べ集客数が落ちている。
		一般レストラン（経営者）	・新聞折込広告を出したが、以前のような反応はない。ただ、宣伝がなければ、更なる落ち込みがあったかもしれない。底をついた状況になってほしい。
		スナック（経営者）	・全体的に動きが良くない。消費税増税まではこのまま行くだろうが、その後は悪くなる。
		スナック（経営者）	・7月に入ると納涼会のシーズンなので、小団体が動いてくる。最近の傾向では、なかなか大人数で動く件数が減っているように感じるので、余り変わらない。
		観光型旅館（経営者）	・夏の入り込みが余り良くないので、景気も同様に推移しそうである。
		ゴルフ場（経営者）	・集客活動の一環として、周辺ゴルフ場と協力したゴルフコンペを企画している。
		設計事務所（経営者）	・仕事量は相変わらず多く、納期が遅れる物件も出ている。
		住宅販売会社（経営者）	・見学者は横ばいながら、別荘販売の成約率は低下傾向にあり、売上減が続いている。
		商店街（代表者）	・運賃はこの2～3か月前からだが、それに便乗したのか、このところ当店の仕入価格が皆高くなってきている。小売は高くするわけにいかず、客も必要以上には買わない感じなので、やや悪くなる。
		商店街（代表者）	・梅雨に国政選挙が重なり、夏休みが始まるまでは期待できない。
		百貨店（営業担当）	・すぐにどうこうということはないが、米中の貿易摩擦などに影響されて、国内景気にマイナスではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の減少が続いている。消費税増税による買い控えなども、回復の阻害要因といえる。
		一般レストラン（経営者）	・何とんでも消費税増税は大きい。キャッシュレス化へ向けた一時的なポイント還元や手数料減などあるが、消費停滞は間違いはない。
		都市型ホテル（支配人）	・消費税増税を控えて、客の料金に対する意識が厳しいと感じる。また、選挙や老後資金の問題もあり、余暇や観光目的の予約が弱いようである。

	旅行代理店（副支店長）	・大型連休が終わり、夏休みや9月の連休などに関心が向かないのか、受注が前年比6割ほどである。団体や企業についても、先行き不透明感があり、旅行の延期や旅行先が安・近・短に変更となっている。今後の景気低迷が懸念される。
	タクシー運転手	・年金問題や消費税増税の関係で、やや悪くなるのではないが。
	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・テレビや雑誌の影響が、まだしばらくは続くと思うが、相談は少しずつ入ってきている。この風評被害が早く終わると良い。
×	百貨店（店長）	・消費税増税もあり、一時的な駆け込み需要もあるとみるが、その効果は一時的ではないか。現状、百貨店は主力の衣料品が不振で、増税を控えた2～3か月後に、上向くとは思えない。
×	スーパー（経営者）	・消費税増税を控えて、消費マインドは減退していく。
×	衣料品専門店（経営者）	・紳士服の注文縫製販売業界では、材料の服地や工賃、運送料金の値上げなどで販売単価の見直しも余儀なくされている。さらに、消費税増税などもちらつき始め、その影響で消費は落ち込む。
×	スナック（経営者）	・いつもと変わらず、悪くなるという回答だが、良くなる要素が1つも見つからない。
×	都市型ホテル（スタッフ）	・予約は順調に推移しているが、消費税増税を控え、9月に予約が集中してきて、10月以降が鈍い状況である。また、以前から選挙が実施されると、選挙が終わるまで消費が落ち込む日が続くため、非常に懸念材料である。選挙、増税、軽減税率導入等で、確実に悪くなる。
×	通信会社（経営者）	・節約志向が強くなってきており、他社の安いコースに流れていくケースが増えつつある。厳しい状況が続くそうである。
企業 動向 関連	-	-
	*	*
(甲信越)	食料品製造業（営業統括）	・国産ワインは資材及び諸経費の高騰等により、利益率が圧迫され厳しい状況に置かれている。今後は、東南アジア、中国への輸出にかかっている。
	食料品製造業（総務担当）	・原材料や副材料の値上げ、人材確保の難しさ、売行き不調等、良い材料が見つけれられない。悪い状況が続くと考えざるを得ない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・国内の受注量に変化がないことに加え、海外需要も低迷している。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・当面、現状維持で推移する。
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・低迷したままで推移しており、小売市場の回復が見られない。いよいよ消費税増税まで、残すところ3か月となり、増税前のセールに期待している。
	建設業（経営者）	・景気は良くなっていると思うが、物価上昇の勢いもあり、最終利益が心配である。
	金融業（経営企画担当）	・観光業は、インパウンド需要から予約状況は良く、売上は堅調に推移している。建設業や建築業関連では、公共工事は減少しているものの、今後の売上を「不変」とする見通しが多い。
	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・消費税増税が実施され、各家庭では自己防御のため、節約することは必至である。各小売店の販売量は落ちると予想される。
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・印刷代に、紙代の値上げ分をプラスできないことが、やや悪くなる大きな要因である。
	電気機械器具製造業（経営者）	・部品の入荷が悪いこともあり、流通が良くない印象を受ける。
	金融業（調査担当）	・米中間の交渉が改善に向かわなければ、製造業を中心に外需の落ち込みが、更に広がる恐れがある。
×	食料品製造業（製造担当）	・商品そのものが売れない。同業者に聞いても同様で、良くなる兆しがみえない。
×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが本当に大変である。
雇用 関連	-	-
	-	-
(甲信越)	求人情報誌製作会社（経営者）	・例年、これから夏物商戦に入るのので、パート、アルバイトの求人募集が多くなる。

	職業安定所（職員）	・求人倍率は高水準にあり、引き続き、人手不足で求人募集する企業が多い。先行きが不透明と心配する声も一部あるものの、景気が後退、減退したとの話はなく、また、従業員等の解雇の動きも、現状ではない。
	職業安定所（職員）	・全体として、やや悪い方向に向かっているように見えた状況が、平行線で動いているようである。
	人材派遣会社（営業担当）	・ボーナス支給時期だが、先行きが不透明で、購買意欲が湧かない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・米中貿易摩擦のためか、求人をけん引する製造業で受注に陰りがみられる企業が増えてきている。
x	-	-