

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）	・新規施設の開業や、コンサート、コラボイベント等の実施により、引き続き多くの客の来場を期待する。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・暑さが戻り、また、消費税関連で、客の消費意欲が上がってくるのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	・秋物の準備が始まれば、多少なりとも客足が増える。
		家電量販店（店長）	・増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		観光型ホテル（支配人）	・観光事業は天候に大きく左右される。今年は梅雨らしい梅雨だったが、今夏は猛暑の長期予報も出ているので、避暑需要に期待している。8月の予約は間際になって伸びてきている。
		観光型旅館（経営者）	・夏に天候不順だったため、秋には天候が安定してくると期待している。天候不順で7月の旅行計画を延期しているような方たちが、秋に動くのではないかと考えているので、現状よりも回復する。
		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・墓じまいや永代供養墓などは順調である。後を見てくれる人がいないとか、離婚して入るお墓がない等、生前予約をしたいという人が今月は何人もいる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・増税前で、販売側には何かとリスクが伴うものの、消費者側には利点もあり、売上の予測がつかない。
		百貨店（営業担当）	・日韓、米中問題等、直接的にはすぐに影響はないと思うが、いずれにしても良くなる要素はない。変わらないか、悪い方向に行くのかということである。
		百貨店（売場担当）	・新規客は増加することなく、既存客だけでは頭打ちである。推進しているSNSからの発信も、今一つ効果が上がっていると感じられない。
		スーパー（経営者）	・1～6月まで半年間売上は前年比を上回ってきたので、とても疲れている。7月の売上は前年比100%だが、来客数は前年比84%である。前年は8～11月まで常にコンサートイベントがあったが、今年はないので残念である。弁当の注文は入っている。引き続きイベントの仕事などもこなして、少しでも売上を前年比100%に近づけたい。
		コンビニ（経営者）	・特別動きが変わらないので、売上も変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後は東京オリンピック景気などプラス要素も考えられるが、人口は減少しているため、大きな消費行動につながるとは考えにくい。
		一般レストラン（経営者）	・地元新聞の分析では、「県内景況感が5期ぶりにマイナス60%となっている。」とのことだが、記事どおりの状況である。
		設計事務所（経営者）	・予定物件が多く対応しきれず、まだしばらくは忙しい状態が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・別荘購入の成約率が、低調な状況が続いている。
		商店街（代表者）	・スポーツ店は毎年同じだが、お盆休みから冬のスポーツの時期になるまでに秋の運動会がある。昔に比べ運動会もだんだんと規模が小さくなり、それに伴って子どもたちの衣料、靴等の販売も落ちるのではないかと。
		商店街（代表者）	・天候が回復し、大型の夏休みに期待はするが、必ず来る反動が期待感をしばめてしまう。景況感は梅雨明けしない。
		スーパー（経営者）	・選挙で増税、年金制度も焦点になった。生活防衛意識が強まる。
		スーパー（店長）	・増税に対する不安が大きいようである。
	コンビニ（経営者）	・消費税が10%になるため、やや悪くなる。	
	コンビニ（経営者）	・消費税増税の影響が、多少あると考えられる。	
	コンビニ（店長）	・当店は消え物を扱っているもので2～3か月後の増税の影響はないと思っていたが、若干、客の緊張感があるようで、買い控えとまでは言わないが、買上点数がやや減っているような気がするのでは、余り良くないのではないかと。	
	乗用車販売店（経営者）	・増税後の反動減もしくは買い控えは避けられないのではないかと。	
	一般レストラン（経営者）	・増税は全ての足かせになる。キャッシュレス化、消費者還元策も消費の拡大にはつながらない。	
	スナック（経営者）	・ボーナスが出てからの来客が少し良くなった。ただし、毎年このことだが、お盆休みを過ぎると売上がぐんと落ちるので、今後も厳しい状況が続いていくのではないかと。	

	都市型ホテル（支配人）	・消費税の増税を控えてなのか、夏休みの宿泊予約が前年に比べて鈍い。また、通常は早めに入るビジネス客の予約も、直前傾向で先行きが見通せない。
	旅行代理店（副支店長）	・夏～秋の旅行受注が少なく、前年と比べても60%と、企業などのインセンティブの旅行や団体旅行の足踏みが続いている。特に、中小企業では受注が減速しており、夏以降の繁忙期に大きな影響が出そうである。
	タクシー運転手	・乗務員が不足しており、特に、夜間には客の要求に応えられない場合がある。高齢者が多いため、新人の入社数より、退職者数の方が多い。また、体調不良による病欠も多くなっている。
×	百貨店（店長）	・今夏は梅雨明けの遅れもあり、衣料品を中心に非常に厳しい。この後には消費税増税が控えているが、今までの経験ではある程度駆け込み需要があったが、現状の景気動向からみると、駆け込みも余りないのではないかと。そのくらい売上は厳しい。地方百貨店の客は高齢者が非常に多い。政府の消費税対策のポイント還元は百貨店、高齢者にとってはメリットが少ないのではないかと。
×	スーパー（経営者）	・消費税増税を迎えるに当たって、消費者心理は一層冷え込んでくる。
×	スーパー（副店長）	・参議院議員選挙も終わり、10月からの増税が現実となっている。しばらくは買い控えが続き、少なくとも10月からの3か月間ぐらいは、節約志向が強まる。
×	コンビニ（経営者）	・毎年7～8月が売上のピークになる上、消費税増税の影響も重なり、景気は悪くなる。
×	スナック（経営者）	・増税を控えているので、どんどん悪くなる。
×	スナック（経営者）	・良くなる要素が1つも見当たらない。政治の世界も自分たちの保守だけで、消費者にはほとんど向いていないような気がしている。
×	都市型ホテル（スタッフ）	・前月から、10月以降の予約状況が鈍くなり、更に悪化へ進んでいる。増税、最低賃金上昇、軽減税率の懸念、それらが10月以降であることが影響している。また、輸送費、原価高騰による値上げもあり、非常に落ち込むことが想定される。多くの取引先で、様子見の動きがある。
×	通信会社（経営者）	・年金問題や消費税増税を控え、節約志向が一層強くなると、更に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（製造担当）	・倒産した老舗企業はかなりのシェアがあったため、地域の取引先では、仕入先変更が多々ある。それなりの価格で納品できるので、多少は良くなる。結局、このように淘汰されないと、現状のスーパーでは伸びしろがないので、売上は伸びない。価格で取られた客は戻るが、安値では店が継続できないことを客が理解できたかどうかは定かではない。
	建設業（経営者）	・年内の手持ち工事は一杯だが、来年は増税後の反動が心配である。
	金融業（経営企画担当）	・米中問題は依然として平行線だが、両国にとっても時間をかけることはマイナスである。早期解決となれば、年内にも日経平均株価は上昇する。
	食料品製造業（営業統括）	・国産ワインコンクールで、一部メーカーの製品は引き合いがあるものの、全体的には低価格な輸入ワインに押され、相変わらず厳しい状況にある。
	食料品製造業（総務担当）	・売上は低調に推移しており、この流れはしばらく続く。商品低価格化の流れ、人員不足、原材料の高騰等、明るい材料がない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・厳しい状況のまま、先行きが見えない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・現状は順調に推移しているものの、米中貿易摩擦問題や消費税増税等の影響が、この先は懸念される。
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・今や店頭販売の不振から、展示会等で売上を上げるしかない。8～9月と催事の企画をしているが、消費税増税まであと2か月と迫り、増税前のセールが効果的か、増税後のキャッシュレス消費者還元セールが良いのか、決めかねている。
	金融業（調査担当）	・米中貿易摩擦の影響による先行き不透明感が、製造業を中心に続く見通しで、関連する非製造業でも慎重な見方が広がりそうである。
	一般機械器具製造業（経営者）	・海外需要の回復が見込めない。

		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・先行き不安による企業の経費削減傾向が強まり、広告出稿の減少や一般消費者の家計節約意識の高まりで、販売減につながると予想される。
	×	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）	・ボーナス支給時期だが、前年より少なく購買意欲が湧かない。先行きが不透明でという相談が多い。年金200万円問題も打合せに出るくらいである。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・人手不足の介護、飲食、サービス業などは採用が少なく、厳しい状況が続いている。そのなかでどうにか現体制でできる範囲で、対応をしている。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が3月から減少傾向にある。製造業からは、輸出等も含めた生産量が2～3割減少していると聞いている。ただし、有効求人倍率は依然として高水準にはあるものの、徐々に下降線をたどっている。今後は、現況よりやや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・米中貿易摩擦や韓国とのあつれきや、7月までの長雨、冷夏の影響、消費税増税の懸念等、不安要素が大きい。堅調といわれる個人消費を向上させる材料に乏しい。
	×	-	-