

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)		その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・葬儀から始まった事業だが、墓じまいや永代供養墓、1人暮らしの人が亡くなった後の空き部屋、空き家の遺品整理や片付け、原状回復の仕事や1人暮らしの高齢者を後見人となつて仕事も増えてきている。今後もいろいろ出てきそうな感じがしている。
		百貨店（店長）	・増税や天候の影響もあり、現状は非常に厳しいが、徐々に持ち直してくるのではないかと。ただし、これも今月に比べての話であり、消費が厳しいことは変わらない。
		スナック（経営者）	・復興でお金が回り出せば、一気に良くなると思うが、それまで店が持つかどうかは分からない。
		スナック（経営者）	・11月末くらいから、いよいよ忘年会シーズンに入る。ただし、今までのような大人数の団体客が少なくなったので厳しいとみているが、いつもの月よりは良いと思うので期待したい。
		観光型旅館（経営者）	・台風19号の被害により、当地域でも高原の上の方は道路復旧の見込みが立たず、回復の見込めない施設もある。しかし、それ以外では道路や鉄道の復旧により、予約が回復傾向にあるため、今よりはやや良くなるのではないかと。
		ゴルフ場（経営者）	・天候に左右される業界だが、近年の異常ともいえる自然の猛威には、目を見張る。地球規模での対策が必要である。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・消費税増税に関連したキャッシュレスポイント還元策だが、客が年配のためか、余り利用がない。
		スーパー（経営者）	・どうなるか全く分からないが、建築関係や資源回収業者は忙しい。当店も自衛隊からの仕事は少し入ったが、復興に向けて、仕事が増えれば助かる。被災地の半分は、水災補償の付いた保険に加入していないそうで、当店でも病院の売店は、加入していない。火災保険に水災補償をセットにした保険に加入予定である。
		コンビニ（経営者）	・消費税率が10%になったが、軽減税率やキャッシュレス還元で、多分変わらない。
		コンビニ（店長）	・台風19号の被災地が少し近所だったので、復興の状況にもよるが、余り変化はないのではないかと。流通が戻ってくれば、若干は変わる。
		衣料品専門店（経営者）	・「変わらない」というより期待できない。
		家電量販店（店長）	・社内でも、年末までは景気が低迷する予測である。
		乗用車販売店（経営者）	・しばらくは反動減が続くとみているが、新車購入時の優遇税制に関する理解が浸透すれば、需要は戻る。
		自動車備品販売店（従業員）	・台風19号による災害や消費税増税前の駆け込みの反動で、販売量が下がっている。プレミアム付商品券などの効果も余り感じず、今後数か月は横ばい傾向とみている。
		一般レストラン（経営者）	・回復に時間が掛かる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・フリー客の来店数が非常に落ち込んでいるが、年が変われば、少しは回復するのではないかと。しかし現状では、この先の予約受注が非常に鈍く、前年から大幅に遅れてきている。フリー客の微増と予約の遅れで、結果的には現在と変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・台風19号の影響で、客室売上が前年同時期と比べて10月は32%落ちている。この後の影響がどうなるのか、悪くはならないと思うが、良くもならない。
		タクシー運転手	・夜に飲みに出かける人が減ってきている。夜の運行が少なく、金額が下がっている。
		通信会社（社員）	・消費税増税の影響で、今後は消費者が価格に対して一層シビアになっていくので、売上の底上げには懐疑的である。
		設計事務所（経営者）	・下請に出すほど仕事が間に合わない状況は、更に続く。
	商店街（代表者）	・毎年のことだが11～12月になってくると、徐々にスポーツの時期でもなくなる。また、新たに用品を購入することもなくなるので、例年同様、やや悪くなる。	
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・以前にも増して、必要な物への消費だけで、客の財布のひもは固い。キャッシュレス決済の普及で、現金の動きが鈍く、多少の売上ではレジに現金が入らず、手元に現金がない日もある。異様な現象である。	
	スーパー（経営者）	・今月は様子見で、今後、価格競争は激化する。消費マインドが低下しているなか、利益減少の要因になる。	

	コンビニ（経営者）	・徐々に寒くなり、来客数は暖かいときに比べて落ちるので、やや悪くなる。
	コンビニ（経営者）	・競合店の復帰で、やや悪くなる。
	コンビニ（エリア担当）	・景気が回復する見込みがない。公共事業やイベント等も全くない。
	一般レストラン（経営者）	・消費税増税だけでも消費を抑える傾向にあるのに、今回の台風19号で地元が被災し、キャンセルが相次いでいる。この先当分は、影響が続く。
	都市型ホテル（支配人）	・台風19号の風評被害と実質被害を受けた北陸新幹線の減便が、今後の不安要因である。
	通信会社（経営者）	・消費税増税に加え台風19号の被害など、不安要素が多くあるため、状況は現在よりも悪くなっていく。
	観光名所（職員）	・交通機関は徐々に回復してきたものの、県内では大きく被災した地域もあり、当地への旅行を抑える傾向を懸念している。
	住宅販売会社（経営者）	・問合せや引き合いはあるものの、販売に結び付いていない。高額な別荘が売れなくなってきている。
×	商店街（代表者）	・市内を走る私鉄は台風19号で鉄橋が流され、再建に最短で1年とのものである。年末贈答品の果物も落下や枝ずれ等の被害があり、年内の景気回復を期待したいが望みは薄い。
×	スーパー（経営者）	・消費マインドの回復が不透明である。
×	スーパー（副店長）	・台風19号の被災地にあり、家屋、車、畑などが水に浸かってしまい、予定外の出費が増える方も多く、祭りや地域行事も自粛するところがほとんどである。今後は、地域全体で節約傾向が強まる。
×	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税に続き、各地で大きな災害が起きているので、ますます景気が悪くなる。
×	高級レストラン（経営者）	・政府による5%還元事業も期待していた効果は感じられない。キャッシュレス化もなかなか進まないように見え、消費が抑えられていくのではないかと。
×	スナック（経営者）	・少し極端かもしれないが、悪くなるとした。とにかく良くなる要素が1つも見当たらない。他の人たちはどうなのだろうか。なかなか周りのことがよく分からないので、良いことがあったら教えてほしい。
×	旅行代理店（副支店長）	・企業は、米中韓の貿易摩擦にめどが立たないため、現状以上に悪くなる。また、台風19号の被害状況が甚大であるため、客足が止まる。現状10月は、台風以降の受注は70%取消となり、今後も拡大傾向にある。自粛ムードや風評被害による景気低迷が懸念される。
×	ゴルフ場（経営者）	・災害の影響が長く続くと想定している。
企業 動向 関連  (甲信越)	-	-
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・11～12月は卸、小売共に催事が多く、今月と比べれば売上は伸びるとみているが、前年比では減少すると見込んでいる。
	食料品製造業（営業統括）	・国産ヌーヴォーの解禁により数量等は見込まれるが、EUからの輸入関税の引下げや消費税増税の影響は避けられない。また、11月下旬にはボジョレーヌーヴォーの輸入もあり、影響が心配される。
	食料品製造業（総務担当）	・市場規模は僅かに縮小傾向である。商材価格は相変わらずの廉売基調で、苦しい状況が続く。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・県下最大の工業展に出展し、新規取引業者が見込まれるほか、クリスマス関連のワークショップ展開にも期待ができる。
	一般機械器具製造業（経営者）	・海外需要が低迷しており、輸出量の回復がみられない。
	電気機械器具製造業（経営者）	・台風被害やその影響もあり、判断できない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・近隣地域の水害等により、先行きは不透明である。
	金融業（経営企画担当）	・消費税増税により、今後の消費が落ち込むと予想される。
	建設業（経営者）	・増税後は物価は上昇傾向で、受注は減少傾向にある。景気は一時的に悪くなる。
	金融業（調査担当）	・引き続き、製造業では米中貿易摩擦に伴う中国の景気減速、また、非製造業では消費税増税に伴う反動減が懸念される。台風19号の影響は、高速交通網の復旧は進んでいるものの、観光面の風評被害が予想される。

		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・台風19号により県内北部を中心に被害を受け、イベントの中止が相次いでおり、今後も自粛傾向が予想される。また、各地で農家も打撃を受けており、野菜価格の高騰が予想されるため、各家計への影響も出てくる。
	×	食料品製造業（製造担当）	・人件費、原料価格の高騰等、売上に対して上がり過ぎの感がある。零細企業は追い込まれてきている。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・売上が伸びず、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）	・雇用条件が安定しないなか甚大な水害があり、秋の収穫祭イベントが中止、被害の影響が大きく、当社も含め各企業共、商談も進まず方向が見えない状況に変わりはない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・消費税率の引上げに伴い、求人募集を積極的に行っている企業は少ない。
		職業安定所（職員）	・業種によって景況感に差が生じている。消費税引上げにより、好調だった販売、サービス業の求人数も少しずつ減少傾向にあり、全体を通じて、企業の景気後退感は払拭されていない。
		職業安定所（職員）	・駆け込み需要の反動もあるが、消費税率アップ後の家計の絶対的な支出増は避けられない。消費税増税による消費の落ち込みは必ず起こる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業では、一部のハイレベルな求職者を除くと、求人数が減り始めている。直近の受注は、契約、派遣社員でしのご方向が顕著となっている。
	×	職業安定所（職員）	・管内に事業再開に数か月かかるという事業所もあるので、2～3か月先も先が見えない状況に変わりはない。