

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） | ・天候や気温の変化が激しいので、高齢者は風呂やトイレで亡くなりやすい季節である。 |
| | | 商店街（代表者） | ・1月後半から、4月新学期の学校指定衣料の販売が始まるので、やや良くなって忙しくなる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・暖かくなってくるので、やや良くなる。 |
| | | スナック（経営者） | ・いまだに客の流れが全然良くない。12月はどうなるのかやや不安もあるが、忘年会も多少はあるだろうし、今月よりは幾分良いのではないかと。ただ、例年なら今ごろから忙しくなるが、今年は全くその気配がなく、気掛かりである。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | ・台風19号の災害復旧が長引き、復興関係者や全国からのボランティアの宿泊が続いている。 |
| | | 通信会社（社員） | ・サービスエリアの拡張もあり、分母が増えるという意味では、上昇傾向がしばらく続く。また、大容量サービスへの変更が増え、客単価も上がると見込んでいる。 |
| | | その他レジャー施設「ボウリング場」（経営者） | ・寒い時期になると、屋内レジャーの需要が高まる。年末年始の休み等もあるので、期待はできる。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・いまだに災害からの復旧が遅れているため、年末商戦には余り期待できない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・悪くなることはないと思うが、消費税増税の影響もあったり、現状の沈滞ムードは変わらない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・来月以降は冬物クリアランス待ちの客が増え、定価品の購買を控えると予想される。さらに、暖冬となれば防寒衣料が落ち込み、売上苦戦が必至である。 |
| | | 百貨店（店長） | ・消費税増税前の駆け込みも多くなかったため、増税後の影響はあっても回復は早いと思っていたが、11月も売上は2けたの落ち込みである。増税のほかに台風や大雨災害の影響も多分にあるが、このところの売上の推移をみると、前年実績を確保できる月がほとんどない。特に、地方は根本的な悪さが影響しているのではないかと。 |
| | | スーパー（経営者） | ・キャッシュレス決済のポイント還元が多少浸透してきており、若干の改善は見込まれるものの、変わらない。 |
| | | スーパー（経営者） | ・建築関係はこれから忙しくなるが、1か月以上経っても、まだ操業できない大きな会社が、近くに沢山ある。しばらくは様子見である。 |
| | | スーパー（店長） | ・必要なところに必要な分だけお金をかける。そこが変わらないので、余り景気には左右されない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・消費税増税後、食品関係はほとんどが8%で抑えられていたのさほど変わらなかったが、今後は、寒くなるにつれて、若干動きが悪くなる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・軽減税率で、それほど変わらない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・復興が余り大きく進んでいないので、まだ、現状が続く。そう簡単には変わっていくものではない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・景気が良くない上に、真冬は人も動かなくなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・消費税増税による販売減がしばらく続く。 |
| | | 自動車備品販売店（従業員） | ・ボーナス支給シーズンになるものの、数か月先まで、景気を回復させる材料がない上に節約志向が根強いので、特段変わらない。 |
| | 高級レストラン（経営者） | ・一旦自粛機運が高まると、なかなか戻らない。 | |
| | 一般レストラン（経営者） | ・災害復旧に多くを費やされ、キャッシュレス還元事業の客足はあるものの、多くは見込めない。 | |
| | 観光型旅館（経営者） | ・台風19号による売上の減少は一段落する。忘年会は例年減少傾向だが、年末年始の休みの日並びが良いことと、春節が1月のため、12～1月はそれなりに良くなる。ただし、その反動で2月はかなり落ち込むと予想される。 | |
| | 都市型ホテル（スタッフ） | ・低調な推移から脱却できる動きは感じられない。予約状況も相変わらず鈍く、来客数も大幅に増加する要因がない。「年が明ければ」という淡い期待はあるが、現実的には回復する大きな要因がない。 | |

| | | |
|-----------------------------|-------------------|--|
| | タクシー運転手 | ・今月に入ってやや上向きになっているものの、前年比96～97%ぐらいで落ち着く。12～1月に期待したい。 |
| | 通信会社（経営者） | ・年末にかけては競合他社の営業強化等により、再び客の争奪が激しくなり、厳しさが増しそうである。 |
| | 遊園地（職員） | ・各種イベントの実施などにより、更なる話題性の喚起を図り、引き続き、多くの来園客を期待する。 |
| | 設計事務所（経営者） | ・相変わらず、計画数が多く、対応しきれしていない。 |
| | 商店街（代表者） | ・台風19号による地域鉄道の被害からの回復に、1年以上かかる。この間、観光客の売上減少が続く。 |
| | スーパー（経営者） | ・消費税増税後の冷え込みと貿易摩擦の影響を懸念している。 |
| | スーパー（副店長） | ・台風19号の被災地が近く、祭りの自粛など、明るい話題が少ない。寒冷地のため、雪が降ると暖房費等、今まで以上に生活費がかかり、やや悪くなる。 |
| | コンビニ（経営者） | ・上がっていく要素が見当たらない。 |
| | コンビニ（エリア担当） | ・人口増加や公共事業拡大による景気の上昇等は難しく、市場が急激に好転するとは思えない。 |
| | 家電量販店（店長） | ・消費税増税後の影響で、景気の良い話を聞かない。 |
| | 一般レストラン（経営者） | ・台風19号の被害の影響が、日に日に大きくなっているように感じている。先行きも暗い。 |
| | スナック（経営者） | ・忘年会の予約が低調で、予約単価も前年よりかなり安めである。仕入原価だけは上がっているのに、経営的にはここ2～3年で一番良くない。 |
| | 旅行代理店（副支店長） | ・企業、農業、個人客のいずれも、台風19号によるダメージが大きく、今後の旅行にかなり影響を受ける。また、風評による自粛ムードで、旅行の低迷は避けられない状況が続く。 |
| | 観光名所（職員） | ・異常気象で多大な影響を受けた観光シーズンも今月で終わり、スキーシーズンが始まる。ただし、近年は積雪が遅いので、雪不足を心配している。 |
| | ゴルフ場（経営者） | ・冬季の集客営業を、雪によるクローズのある県に向かって開始している。しかし、高齢者の来場が多いコースなので、冬にゴルフを休む方が多くなり、冬季は厳しい。 |
| | 住宅販売会社（経営者） | ・土地の賃貸契約期限が到来する別荘が増加するため、解約が増増すると予想している。 |
| | スナック（経営者） | ・良くなる要素が全然見つからない。当店で忘年会の話など、ほとんど聞くことがない。都会に一極集中している。地方では台風19号の影響も随分出ているような気がしている。 |
| | × | |
| 企業 動向 関連 (甲信越) | - | - |
| | * | * |
| | 食料品製造業（営業統括） | ・ワインツーリズムなどでの工場見学が活発になってきているものの、急激な来客数の増加にはつなげていない。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | ・消費税率アップで、印刷物特需があるかとみていたが、現状、特に目立った成果は上がっていない。今後も変わらない。 |
| | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・新製品の受注や、商品見本市での受注が多少見込まれる。 |
| | 金融業（調査担当） | ・政府の経済対策による下支えが期待されるが、消費者マインドの悪化がどの程度で持ち直すのか、注視する必要がある。 |
| | 金融業（経営企画担当） | ・年末年始に向けて消費の拡大を期待したいが、次世代ネットワーク「5G」を含む新たな需要増には、まだ時間がかかると考える。 |
| | 新聞販売店〔広告〕（総務担当） | ・取引先の話からも、年内はもちろん、年明けも自粛ムードが解消されるかは不明である。また、被災企業が復興に進むのか、そのまま廃業するのか難しい選択の時期にきている。 |
| | 食料品製造業（製造担当） | ・暖冬傾向で鍋の具材等が余り売れないため、やや悪くなる。 |
| | 食料品製造業（総務担当） | ・原料第一主義、主力商材の絞り込み等の政策を行うが、季節的要因もあるため、今年よりも厳しいことが予想される。 |
| | 一般機械器具製造業（経営者） | ・海外需要が低迷しており、売上の増加が見込めない。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | ・量産案件が少ないので見通しが立たない。当社や取引先でも部材の納品時期が懸念されている。 |
| | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・景気が低迷しており、回復の兆しがみえない。 |

| | | | |
|-----------------------|---|---------------------|--|
| | | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | ・消費税増税の影響で買い控えが続いており、クリスマス商戦も以前のように盛り上がらないため、苦戦が予想される。 |
| | | 建設業（経営者） | ・冬季を迎え受注ペースも弱く、先行き不透明感もあり、景気動向がよく分からない。 |
| | × | 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) | | - | - |
| | | - | - |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・ボーナス時期だが消費税増税もあり、消費には回らないようである。 |
| | | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・年末に向けて商業、流通業関係で、パートやアルバイトの募集が一時的に増加するものの、全体的に正社員募集は少なくなっている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・当所管内の主要産業の1つでもある販売、サービス業では、消費税の引上げの影響は多少あったものの、年末商戦を控え、極度に落ち込むことはないと予想している。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・求人をけん引する製造業で、中国市場に深く関連する企業の業績停滞が続いている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・不穏な海外情勢や、消費税増税、自然災害等のマイナス要因が、じわじわと企業業績や消費者購買意欲等に影響を及ぼし、下降傾向となっている感がある。 |
| | × | - | - |