

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (甲信越)	◎	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・小宴会、法事、祝い事等の行事や仲間との飲み会も増えてきている。
	◎	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・全国旅行支援の開始により急激に予約が増えている。長期間の新型コロナウイルス感染症の影響で、受入人員体制が整っていなかったところに、膨大な予約と既に予約している客の旅行割引適用への変更で、予約業務が大混乱するほどの予約が入っている。
	◎	その他サービス [葬祭業]（経営者）	お客様の様子	・今月はホームページを新しくしたところ、早速反響があり、大変うれしい。少しでも客の不安や疑問に答えられるとよいと思っている。問合せも多数来ており、葬儀の依頼も多い。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・10月11日の全国旅行支援開始から、人出が激増している。前回のGo Toキャンペーンを思い出している。
	○	一般小売店 [家電]（経営者）	販売量の動き	・自治体発行のプレミアム付商品券などの利用により、消費が少しずつ伸びている。
	○	百貨店（経理担当）	来客数の動き	・来客数が前年実績を超え、にぎわいが戻りつつある。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年10月はたばこの値上がりがあり、9月の駆け込み需要の反動で10月の売上は悪かったこともあり、今年は前年比では大分プラスになっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年と比べて、販売量の増加率が大きくなってきている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・半導体不足の影響による新車供給遅れは続いているものの、車種によっては解消しつつある。客の購入意欲は旺盛で、新車受注は伸びている。
	○	自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・今年2度目のタイヤの値上げ等もあり、客単価は上昇している。また、新車の納車に伴う関連用品や季節商材購入のため、来客数も前年より伸びてきている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援の開始で、全体的には観光や飲食に対する消費の雰囲気を感じられ、平日でも多くの宿泊客を取り込めている。ただし、支援の割当予算が始まる前の宿泊予約で大半を使い、現在では既に終了してしまったため、予測したよりは取り込めていない。しかし、休日や平日を問わず、来客数は格段に増加傾向にある。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・10月11日以降、政府が海外からの入国に対する規制を解除したことで、ハワイ、インドネシア、シンガポール等の外国人の団体ツアーが来ている。3か月前は外国人客はゼロであった。団体のほかにも個人の外国人客が多数来るようになってきている。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・ここ数か月で、新規加入者が復調傾向にあるが、好調時に比べるとまだまだ底を脱した感じはしない。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援がスタートした日から、徐々に来客が増加している。特に、メディア系の団体ツアーが復活しつつある。
	○	その他サービス [貸切バス]（経営者）	来客数の動き	・全国旅行支援によって来客数が増えてきている。今後に期待する。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症は下火になっても、マスク姿を見る限り、気持ちの上で行動制限がかかってしまい、人出は少しも回復しない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・当店の商売は学校の運動部への納品が多い。必要な物は買ってもらえる感じで、そう極端な悪さもなければ、極端に良いということもない。来春に期待している。
□	一般小売店 [家電]（経営者）	お客様の様子	・長い間のコロナ禍での生活習慣が身につけて、なかなか自粛モードから抜け出せない状況がうかがえる。自治体で発行されたプレミアム付商品券で、多少商材の動きはあるものの、必要な物への出費である。	
□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・値上げの秋と言われているが、ビールの駆け込み需要の反動も少なく、来客数、客単価いずれも堅調である。	

	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年比で売上は8%減、来客数は4%減となっている。前月比では売上が6%増、来客数も4%増である。前年の10月はイベント関係も少なく、プレミアム付商品券の売上で良かったのか、はっきりとは分からない。今月は忙しかったので、前年比で減少では、がっかりしてしまう。
	□	コンビニ（経営者）	お客様の様子	・商材価格の値上げが相次ぎ、買い控えが起きているのか、客単価が低下している。
	□	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べても来客数、客単価共に大きな差がない。立地的にも土日は人流が余りないところなのだが、更に減ってきている。平日の売上でカバーしている。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は大分減っているものの、客単価は上がっている。値上げ分で若干上がっているのではないかという感じもするが、売上全体では変わらないか若干減っているのので、やや厳しい状況が続いている。
	□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・新商品で落ち込み分のカバーを試みているが、前年割れとなっている。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検、一般整備は今月の目標どおりとなっている。また、今月は冬用タイヤのオーダーも入ってきている。新車販売に関しては、前月同様、客が納期遅れを承知した上で、契約に至っている。
	□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染第7波は、下げ止まりの感がある。皆が感染状況に慣れており、人の動きはある。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・3か月前との比較だが、7月は5～6月と良かったものが新型コロナウイルス感染症がまた増えて急速に悪くなった月なので、今月も同じような感じである。
	□	スナック（経営者）	お客様の様子	・具体的に客がどのように動いているのかと思っているが、変わらず良くない。新型コロナウイルス感染症、円安等、いろいろな問題が混ざっているが、人のせいにはばかりしているわけにはいかない。何か良い方法があったら、教えてほしい。
	□	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・個人客の旅行需要が増加している。来店数や予約状況、客の動きが活発になってきている。一方で、企業旅行の動きは相変わらず鈍く、大人数の宴会や旅行は敬遠されている。全体的には変わらない。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・8～9月は順調で、前年比120～130%くらいで推移していたが、今月はやや苦しい。最終的には100%を少し超える程度だと思う。
	□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	来客数の動き	・いろいろな行動制限が緩和傾向にあるので、期待はしている。ただし、気を緩めるとすぐに新型コロナウイルスの新規感染者数に反映されるので、手放しでは喜ばない。この先の新規感染者数の増減による部分が大きい、良い方向に行ってもらいたい。
	□	設計事務所（職員）	来客数の動き	・依頼数が多く、人手が足りていない。
	▲	スーパー（副店長）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症に関連する行動制限が緩和されたとはいえ、各商材やガソリン、電気代等、値上がり品が多く、家計に与える影響やこれから先の不安感が大きい。
	×	一般小売店 [薬]（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍で売上が減少している上に、最近では仕入価格が上昇している。客にも物価高騰等の影響があり、売上は鈍い。
	×	遊園地（職員）	来客数の動き	・全国旅行支援が始まり、キャンペーン商材を造成し集客に取り組んだものの、3か月前は新規施設の開業やイベントによる集客効果もあって来客数が大幅に伸びていた時期のため、3か月前と比べると来客数の伸びが悪くなっている。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工事受注は順調で、同業他社も同様である。資材発注を早めにするように心掛けている。
	○	食品品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・値上げはしたものの、前年の値上げ時ほどには、数量は落ち込んでいない。
	○	食品品製造業（営業統括）	競争相手の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響による海外からの入国者数の制限解除に伴い、飲食店関係からの受注が多くなってきている。

	□	食料品製造業 (総務担当)	受注価格や販売 価格の動き	・仕入価格及び光熱費の上昇が止まらないので、利益が出ない。
	□	窯業・土石製品 製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・依然として、受注や販売量は低迷している。
	□	金融業(調査担 当)	取引先の様子	・製造業は中国上海のロックダウンの影響で、前期の受注は減少していたが持ち直した企業がみられる。非製造業は、新型コロナウイルス感染症対策の厳しい行動制限が取られなかったため、やや持ち直している。ただし、物価上昇で収益面にマイナスの影響が生じている。
	□	新聞販売店〔広 告〕(総務担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・物価上昇が一度ではなく複数回に渡っている。特に、消耗品の購入価格が上がっており、経費が増加している。事務機器も来年度から値上がりするとのご案内が来る等、設備投資への影響も出ている。
	▲	電気機械器具製 造業(経営者)	それ以外	・仕事量は変わっていないが、エネルギーコストや資材の高騰、人件費アップ等により、利益が出ていない。
	▲	その他製造業 〔宝石・貴金 属〕(経営者)	受注量や販売量 の動き	・9月の連休以降、店頭へ出向く顧客が大幅に減り、売上が低迷している影響で「今月は仕入れができない」という店舗が多い。ここ数年、クリスマス需要の低迷で年末に向けて商材準備をする店が少なくなっており、売上は厳しさを増している。催事は集客が難しく、ごく少数の上、顧客の来場次第で成否が決まる現状では、参加する問屋にしてみれば、安定した売上の見込みが立たない。
	▲	金融業(経営企 画担当)	取引先の様子	・ウクライナ情勢や円安の影響による原材料価格高騰等が、物理的にも心理的にも景気を悪化させていると感じている。
	×	*	*	*
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	—	—	—
(甲信越)	□	求人情報製作会 社(総務担当)	周辺企業の様子	・求人が増えてはおらず、状況を聞いても変わらないという企業が多い。
	□	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響や原油、原材料価格の高騰等、事業活動への悪影響を招く要因はあるものの、求人数はコロナ禍前の水準に戻りつつある。一方、求職者の減少は続いている。
	▲	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・最低賃金の変更があったものの、求人職種は変わっていない。元々の求人募集賃金がぎりぎりだったためか、変更はなく募集企業も同じところばかりで、活発に就職活動はしていないようである。扶養の概念も変更となり、働く意欲も損なわれている。
	▲	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・シニア層や女性の求職者が増えてきている。物価高などの影響があると思われる。新規求人は前年比でプラスの状況ではあるが、増加幅は小さくなってきている。業種によってもばらつきが見られ、製造業は減少傾向にある一方、行動制限緩和や観光需要の高まりなどにより、卸小売業、飲食、サービス業では増加している。
	×	—	—	—