

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)	◎	高級レストラン（経営者）	・政府の経済対策に期待するところは大きいですが、忘年会や新年会等が控えている時期でもあるため、期待できる。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・寒くなってきた、いまだにヒートショックで亡くなる人がいる。以前、死亡率の季節性は関係ないといったが、むしろ増加要因になっている感じがする。
	○	商店街（代表者）	・全国旅行支援終了の反動もなく、通常の旅行へ移行しているように感じている。商材の値上げも特に大きな影響はなく、客の買上額が増加している。
	○	百貨店（経理担当）	・化粧品やブランド品の売上に加えて、冬物衣料の動きが活発になっているため、やや良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・ボーナス支給、クリスマスや年末年始等、物入りな時期が到来するためである。
	○	家電量販店（店長）	・前年の水害関連の需要が落ち着く時期になるため、前年比での悪化も落ち着く。
	○	乗用車販売店（経営者）	・価格が上昇したとはいえ、冬用タイヤ等の季節需要はありそうである。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	・2か月後の12月は非常に酒自体が動く月なので、良くなっていると思うが、1月になればまた静かになる。いずれにしても燃料や物価高が大きく影響し始めている。飲食店へ通う回数が少なくなっている分、家庭で酒を消費することが多くなっているとは思いますが、物価高もあるので、財布のひもは固くなっているのではないかと。都内では非常に動いているという話を聞くが、地方では少し厳しいのではないかと。
	○	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響がかなり薄くなり、世の中が元に戻り始めている。このまま回復して行って欲しい。酷暑の影響で、農作物の出来が悪いようなので、価格に影響しなければよいと思っている。
	○	スナック（経営者）	・なかなか景気は戻ってきていないが、これから年末に向けて、人の動きも少しは良くなるのではないかと。また、冬のボーナス支給もあり、お金を使う機会も少しは増えると考えている。
	○	観光名所（職員）	・円安のためか、新型コロナウイルス感染症発生前と比較すると、外国人観光客の買物が増加傾向である。
	○	遊園地（職員）	・割得なパック料金等のコンテンツをいかして、積極的に集客施策を実施し、情報発信を行うことで、多くの来園客を期待する。
	○	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・年末年始に向けて、企業や子ども会などの団体予約が新型コロナウイルス感染症発生前の水準にどれだけ戻るのが重要である。物価上昇やインフルエンザの流行なども心配事の1つである。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・年末商戦に入っていくが、消費意欲のない客にどのような施策をして購入意欲を湧かせて、売上を伸ばしていくのかは難しい問題である。
	□	百貨店（営業担当）	・相変わらずの物価高で、野菜等、食品関係が特に値上がりしている。消費については、レジャー等にはお金をかけるものの、日々の生活必需品は抑え気味になるとみている。
	□	スーパー（経営者）	・数か月は持ちこたえられそうだが、実質所得のマイナスの影響が、今後、出てくるのではないかと警戒している。
	□	スーパー（経営者）	・店の来客数は減ってはいるが、イベント、病院、保育園、銀行への野菜や食品の納品が忙しく、今後も忙しくなるとみている。月末の支払にも少し余裕が出てきている。
	□	スーパー（店長）	・物価は高いものの、給料は上がっていない。生活費の高騰分は、食費や交際費等の削減で補う必要がある。
	□	コンビニ（経営者）	・いろいろな商材の値段が上がっているなか、来客数も伸び悩んでいる。そのため、それほど変わらないとは思っているものの、やや前年を下回っているようにも思える。
	□	コンビニ（経営者）	・今月は、週末にイベントがあれば、いつものように人が動いていたが、平日は天候が良くても必要な物以外は買わないような感じである。
□	コンビニ（経営者）	・社会全体が増税ムードになってしまっているため、買い控えがあるのではないかと。節約志向も変わらずにこのままでいくのではないかと。	

<input type="checkbox"/>	コンビニ（店長）	・物価が随分高くなってきており、お金がないという話はよく聞か が、基本的な生活自体は固まってきているため、何か大きなこと がない限りは変わらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・予想ができない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・新車受注の減速から受注残は減少傾向にある。大型自動車展示会 開催等のイベント効果から、年末に向けて受注が上向くと予想す る。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（従業 員）	・物価高が続いているため、高価格帯での購買意欲は乏しく、現状 と変わらない。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営 者）	・客は物価高慣れしてしまって、消費を抑えることが慢性化してい る。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（経営 者）	・インフルエンザの感染拡大の影響もあるが、急激には回復せずに 緩やかな回復傾向が続くのではないかと。
<input type="checkbox"/>	観光型旅館（経営者）	・客に全国旅行支援実施時の感覚があることと、諸経費の高騰分を 価格転嫁しているため、新型コロナウイルス感染症発生前よりも旅 行費用が割高になっており、特に、団体客の動きがまだ弱い。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッ フ）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、毎月やや良くなり続け ている。特に、8月以降は良くなっているが、これ以上良くはなら ないかと思っている。いろいろな物の価格上昇や、個人のレストラ ン利用がずっと据置きになっており、個人消費が抑えられている様 子がうかがえるからである。また、冬場、寒くなると客足は鈍る。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッ フ）	・海外からの客の増加、ホテル業界全体の慢性的な人手不足により 客室の稼働率維持が不可能となってくることを踏まえ、販売客室数 が減り、需要と供給バランスが需要の方に大きく傾いている。料金 の値上げを行っても稼働率は落ちないと考える。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（副支店長）	・現況の需要増加は続く見込みである。新型コロナウイルス感染症 やインフルエンザの流行といった懸念材料はあるものの、現在の受 注状況から、良い状況は維持されると予想している。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	・売上は合計金額では伸びてはいるが、値上げした割には伸びてい ない。値上げによって客が乗り控えしているのか、当社の場合は、 数か月前と比べて運転手が2～3人減ったことも関係している。ま た、夜の運転手が少ないことも、売上が伸びない原因である。
<input type="checkbox"/>	ゴルフ場（副支配人）	・予約の価格をみると、思うようには値上げができない。
<input type="checkbox"/>	その他サービス〔クリ ーニング〕（経営者）	・戦争などがあり、非常に不安である。
<input type="checkbox"/>	設計事務所（職員）	・まだしばらくは忙しい状態が続く。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（経営者）	・別荘需要は大きな変動がない。
<input checked="" type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・物価上昇もあり、財布のひもは固い。
<input checked="" type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・諸物価が上昇しているが、給料が上がったという話は余り聞か ない。これからますます悪くなる傾向だと思っている。
<input checked="" type="checkbox"/>	百貨店（店長）	・当店のような地方百貨店ではインバウンドの恩恵は少ない上に物 価高の影響もあり、来客数が減ったまま戻らない。3か月後にこの 状況が改善するような理由もない。
<input checked="" type="checkbox"/>	スーパー（副店長）	・物価や光熱費が高騰し、現在、生鮮野菜が非常に高く、暮らしに 大きな影響が出ている。単価は上がるものの、来客数と販売点数が 減少する状況が続くとみられる。北国のため、冬季の灯油代やス タッドレスタイヤ代等、出費がかさみ、景気が良くなるとは考えに くい。
<input checked="" type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・物価の上昇で、地方はとにかく大変で困っている。努力だけ では、もう間に合わないところに来ている。世界では戦争も大変だ が、人のことを言っているときではない。どう商売をしていけばよ いか、本当に大変である。
<input checked="" type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッ フ）	・いろいろな物の値上げや増税というキーワードが色濃く出ている せいか、個人利用の低迷が顕著に表れており、予約の動きも鈍い。 中小規模の予約の動きも鈍く、数か月前の状況とは明らかに変わっ てきている。大規模な利用予約に関しては、まださほど変化は出 ていないが、全体として個人や中小規模の利用が低迷して落ち込む 分、やや悪くなることが想定される。

	▲	通信会社（社員）	・個人消費の増える見込みが少ない。	
	×	コンビニ（エリア担当）	・現状の物価高は資源価格高騰からくるものであり、そこが改善されない限り、消費は増えない。	
企業 動向 関連  (甲信越)	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体が回復してきて良くなる。	
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・年末年始商戦等、売上増加が期待できる時期となる。ただし、物価高による買い控えが懸念材料ではある。	
	○	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ようやく秋らしさが出てきて、寒くなっているため、ジュエリーを着用する季節になっている。催事も多くなっているため、商材が動いてくれるのではないかと期待している。	
	□	食料品製造業（営業統括）	・来場者数及び出荷数量は新酒の影響で回復状況にあるが、原価率が高く、今後の経済環境次第で販売数量が左右され、経営状況を圧迫するおそれがある。	
	□	食料品製造業（総務担当）	・景気が上向きになる要素がないため、変わらない。	
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・地元の大規模イベントに出展したが、来客数は多かった上に、商材への反応も良く、受注に期待感が持てる。	
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・材料の入荷や品質についても、度々問題が発生するため、懸念がある。	
	□	電気機械器具製造業（従業員）	・部品の遅延が解消されておらず、思うような生産活動ができず、出荷も遅れている。しばらくこの様子は変わらない。	
	□	建設業（経営者）	・受注件数は増えているものの、1件当たりの価格が小口化している。	
	□	金融業（調査担当）	・製造業は海外を始めとしたIT需要の落ち込みが、どの程度持ち直すか不透明な状況が続く見通しである。非製造業は観光関連でインバウンド需要の増加が予想されるが、働き手の確保次第では思うような稼働ができない可能性もあり、慎重な見方をする企業が多い。	
	□	金融業（経営企画担当）	・引き続き、海外からの旅行者が多く訪れ、景気は良い方向に向かう部分もある。一方、物価上昇による国内景気の冷え込みにより国内の消費は増えず、結果的には変わらない。	
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・諸物価が上がるなか、新聞購読料も値上げしており、読者からは家計が厳しく購読中止も検討しているという声を聞く。物価高に購読者の収入増加が追いついていない状況は今後も続く。	
		▲	—	—
		×	食料品製造業（製造担当）	・電気代の高騰は落ち着く気配がなく、売れても利益は出ない。
	×	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)	◎	—	—	
	○	求人情報製作会社（総務担当）	・海外からの旅行者も増えており、新型コロナウイルス感染症発生前の状況に戻ってきている。	
	□	人材派遣会社（営業担当）	・国の経済対策や世界情勢が不透明なかで、生活が不安だという話を聞いている。先行きについても、消費にお金回らないため、変わらない。	
	□	職業安定所（職員）	・有効求人数は減少傾向にあるが、医療や福祉等、人手不足感が強い業種では、引き続き求人需要が見込まれている。	
	□	職業安定所（職員）	・不安要因を払拭するほどの好材料のないなかで、企業活動や個人消費が拡大するとは考えにくい。	
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・現場技能者の求人は、派遣、パート、契約、アルバイト等で多いものの、多くの方が望む正社員求人は、現状維持で変わらない。技術や専門性の経験が浅い求職者には、困難な状況である。	
	▲	職業安定所（職員）	・中小企業において、円安や物価高騰等のダメージやゼロゼロ融資返済の影響が懸念されるところである。生産活動の沈滞と価格転嫁による買い控えや人手不足によるサービスの低下が、消費低迷につながることも懸念される。	
	×	—	—	