

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） | ・昔は、後のことは頼むと行って亡くなったものだが、今は自分で全てやらなければならない人が多くなっている。記憶が曖昧になる前に、全ての準備を終えたいという人が増えている。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・学校販売の制服の採寸を始めている頃なので、今の形でいけば売上そのものは毎年と同じような形でいくので、春先には幾らか動きが良くなるのではないかと。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・年末の歳暮需要が多少増えていることと、商材価格の値上がりで、客単価が上昇している。 |
| | ○ | コンビニ（経営者） | ・年末に向けて、需要の更なる増加が見込まれる。 |
| | ○ | 乗用車販売店（経営者） | ・新車の納期が若干早くなったので、商談がしやすい。 |
| | ○ | その他専門店〔酒〕（店長） | ・2～3か月後も、まだいろいろな値上がりは続いていると思うが、報道されているように賃上げも始まっているとすると、個人消費を中心に少しずつ前年よりは良くなるのではないかと。どの程度物価の上昇が進むかは不明で、賃上げ分以上の物価高だと財布のひもは固くなっていると思うが、個人消費が伸びてくれば少しは良くなるのではないかと。 |
| | ○ | 一般レストラン（経営者） | ・会食をするか、しないかの選択では、実施を選択するようになっている。 |
| | ○ | 一般レストラン（経営者） | ・インフルエンザは感染拡大しているが、新型コロナウイルス感染症のような危機感はなく、人流の滞りは少ない傾向とみている。 |
| | ○ | スナック（経営者） | ・本当に久しぶりに忘年会の予約がたくさん入ってきており、中には5年ぶりという客もいて、新型コロナウイルス感染症の終わりを実感している。元どおりになるにはまだ時間が掛かると思うが、明るい気持ちになってくる。 |
| | ○ | スナック（経営者） | ・間もなく忘年会シーズンに入るため、団体客が動くケースが増えて今月よりは良くなる。新型コロナウイルス明けから、意外だが深刻な人手不足の問題があるため、大量の客をどのように迎えることができるかが課題になる。 |
| | ○ | 遊園地（職員） | ・新型コロナウイルス感染症の5類移行後も、受入体制を完全に整えて、積極的な集客施策の実施や情報発信を行い、来客数の増加を期待する。 |
| | □ | 百貨店（経理担当） | ・ここ3か月はほぼ前年並みで推移している。今後、大きな案件はないため、変わらずに推移すると予想する。 |
| | □ | 百貨店（営業担当） | ・相変わらず、ガソリンを始めとして諸物価は上がっているが、それに見合った賃上げはなかなか期待できない状況から、特に変化のしようがない。 |
| | □ | 百貨店（店長） | ・地方百貨店ではインバウンドも影響なく、どちらかというと停滞した状況が続いている。物価高による節約志向もみられる。 |
| | □ | スーパー（経営者） | ・物価高で、客は商品購入を控えているようである。当地区はインバウンドも全く関係ないので、地域のプレミアム付商品券事業を実施してもらって、起爆剤にしたい。 |
| | □ | スーパー（店長） | ・客は値段を見て買物をしており、賃上げの話が出てこない限り、財布のひもは固い。物価指数は以前より安定しているため、来年度には一定の改善があるのではないかと考えている。 |
| | □ | コンビニ（経営者） | ・売上を見ると、前年と大体同じ流れになっているので、この先も同じような流れでいく。必要な物は買わざるを得ないため、物価が上がったらその分、メリハリのある動きをするとみている。 |
| | □ | コンビニ（店長） | ・来客数自体は余り伸びていない。また、単価も微妙な状態なので、余り変化はないような気がする。 |
| | □ | 衣料品専門店（経営者） | ・変わらないというより分からない。 |
| | □ | 衣料品専門店（経営者） | ・物価高で、なかなか商材が売れなくて困っている。 |
| □ | 家電量販店（店長） | ・政府からの景気刺激策がない。 | |
| □ | 乗用車販売店（経営者） | ・部品不足からまだ完全に供給が戻ってはいないため、一部不足している部品がある。新車価格の上昇が、新規受注の鈍さにつながる懸念がある。 | |

| | | |
|---|-------------------------|--|
| □ | 自動車備品販売店（従業員） | ・季節商材の購入を中心に、来客数が見込まれる状況は変わらない。 |
| □ | 高級レストラン（経営者） | ・物価高騰に、収入が追い付いていかない。 |
| □ | スナック（経営者） | ・変わらないと回答したが、いつもと同じで、これ以上悪くならないでほしいという願いを込めての変わらないである。 |
| □ | 観光型旅館（経営者） | ・例年冬季は、地元の自治会や各種団体の役員交代時の総会と宴会の需要があったが、今年は期待できない。代わりにインバウンドは回復傾向だが、従来の客の減少を補完していただくの増加はまだ見込めない。 |
| □ | 都市型ホテル（スタッフ） | ・行動自粛後の反動需要から落ち着いてきたことで、新型コロナウイルス感染症発生前と似たような状況になりつつある。ここから先の状況が、大幅に伸長する要素も見当たらないが、予約状況も大幅に減少しているわけでもないことから、現状と変わらずに推移する。 |
| □ | タクシー運転手 | ・時間帯によってだが、運転手の数が足りない。特に、19時から深夜0時頃までの夜間の運転手が不足している。それさえ解決できれば、もう少し売上が上がる。 |
| □ | 通信会社（社員） | ・サービスエリア拡張で加入者の絶対数は増えるだろうが、単価が下がっていくのは止められない。 |
| □ | 通信会社（社員） | ・法改正の影響で、一時的には良くなるようにみえても、その後の厳しい状況は変わらない。 |
| □ | 観光名所（職員） | ・来客数は新型コロナウイルス感染症発生前の人数に匹敵する程度に増加しているものの、収入はほぼ変わらない。物価高が家計を圧迫しつつある。 |
| □ | ゴルフ場（副支配人） | ・物価上昇は収まる様子がなく、何も手を打たなくても集客できるほど、状況は甘くない。 |
| □ | その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者） | ・寒い時期になり、屋外よりは室内レジャーにシフトしていくので、団体の予約が戻ってくればよいが、インフルエンザ等の不安要素もある。 |
| □ | 設計事務所（職員） | ・物件数も減ってきているため、しばらくは仕事量が少なくなる。 |
| □ | 住宅販売会社（経営者） | ・中古別荘の販売は若干回復しているが、まだ一時的なものかどうかの判断ができない。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | ・上向きになる要因が見当たらない。 |
| ▲ | 一般小売店 [家電]（経営者） | ・年末年始の必需品の購入に出費するだけで精一杯の様子がうかがえる。家電製品等は使える限り使い、購入は我慢できるだけ我慢する傾向にあり、売る側の施策には乗ってこない。全般的に商材の動きは鈍い。新型コロナウイルス感染症とは違い、行政の助成金等もなく、商売人には厳しい状況が続くそうである。 |
| ▲ | スーパー（経営者） | ・賃上げ次第だが、実質可処分所得の減少で消費が落ち込むリスクがある。 |
| ▲ | スーパー（副店長） | ・北国のため、冬季は灯油代や車のガソリン代等が高値であることから、消費は冷え込む若しくは良くて前年と同じくらいだと考えている。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | ・冬になるとどうしても寒くなってくるので、来客数自体がやはり減少傾向になってくる。降雪があると売上は非常に厳しくなるので、降らない方がよい。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | ・クリスマスが控えているものの、材料の価格高騰でクリスマス商材が前年と比べて値上がりしており、買い控える客も多いとみている。冬は元々、来客数は減少するが、物価が高騰したままだとその先も客が戻ってこないのではないかと不安である。 |
| ▲ | 都市型ホテル（スタッフ） | ・12月、1月になると、当地は冬の期間に入り、どうしても客足が鈍ってくる。宿泊に関しては当然ながらビジネス利用の機会も少なくなる。ただし、若干でもインバウンドがこの冬に向けて増えてくることを期待したい。 |
| ▲ | 都市型ホテル（スタッフ） | ・冬に入り、各種大会やコンサート等が落ち着き始めるので、特に日曜日の来客数が下がる。 |
| ▲ | 旅行代理店（副支店長） | ・物価高騰の影響を受け、旅行業界でも値上げせざるを得ない状況のなか、半導体工場の低迷や更なる為替変動により、客の動きが鈍くなる。好調が継続してきたが、冬季に向かうため、受注が減少し始めている。 |
| × | コンビニ（エリア担当） | ・改善に向けてのプロセスが思い付かない。 |

| | | | | |
|-----------------------------|---|---------------------|--|---|
| | × | ゴルフ場（経営者） | ・働き方改革は人手不足に直結し、賃上げや原価高騰は個別項目で政府のインフレ目標を大幅に超えている。配偶者控除枠の据置きでパートへの年間支給額は変わらないため、世帯の可処分所得の増加に貢献しない。新型コロナウイルス感染症もあり消費税増税分でさえ価格転嫁できていない企業もあるなかでの増税では、円安や新型コロナウイルスでメリットのない中小や零細事業者の経営が圧迫されるため、悪くなる。 | |
| 企業 動向 関連 (甲信越) | ◎ | — | — | |
| | ○ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・このたび、プレゼン審査を経て、当社商材が地場ブランド品に認定された。幾らかでも知名度や認知が高まることを予想している。 | |
| | ○ | 金属製品製造業（総務担当） | ・半導体需要が回復し、やや良くなる。 | |
| | ○ | 電気機械器具製造業（経営者） | ・最大の需要期である年末年始や、生活必需品の需要が高まる新年度を迎える商戦に入るため、売上増加が見込まれる。 | |
| | □ | 食料品製造業（総務担当） | ・販売量が大きく伸びる見込みがない。 | |
| | □ | 電気機械器具製造業（経営者） | ・年末に向けて盛り返していくと考えるが、製造コストや人件費も上がっているため、終わってみないと分からない。 | |
| | □ | 電気機械器具製造業（従業員） | ・円安による電気代及び燃料の価格高騰が続いており、物価も上昇している。下がる要素は余りないため、変わらない。 | |
| | □ | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | ・売れる催事、売れない催事の差が極端で、一概に市況が良くなってきたとはいえない。小売店も地金価格の高騰による商材価格の値上げに付いてこられず、仕入れは相変わらず厳しい。会場費、経費が大きく上昇しており、地金の高騰も続いているなか、収益は下がっている。 | |
| | □ | 建設業（経営者） | ・これからは冬季に向かうので、今月と変わらない。 | |
| | □ | 金融業（調査担当） | ・製造業では、半導体関連を中心に持ち直しの動きがみられるかどうかポイントになるが、力強さは望めない見込みである。非製造業は、冬季の観光シーズンに入り、スキー場で十分な積雪量を確保できるかが、需要増加の鍵となる。 | |
| | □ | 金融業（経営企画担当） | ・観光業は潤うが、物価上昇はまだしばらくは続く。 | |
| | □ | 新聞販売店〔広告〕（総務担当） | ・様々な物価が上がり、家計が厳しいとの理由から、新聞の購読停止が増えている。急速な回復は見込めず、現状が続くと予想している。 | |
| | | ▲ | 食料品製造業（製造担当） | ・同業者が値上げするなかで、当然、当社も値上げの準備はしている。値上げをしないと確実に厳しくなるが、この状況で安く仕掛けてくる同業者もいて、迷惑な話である。今年の穀物収量が2割ほど減少するといわれているため、原料価格は更に高騰するとみられ、一段と厳しくなる。 |
| | | ▲ | 食料品製造業（営業統括） | ・コロナ禍以降、客足が戻らないワイナリーもあり、営業努力にも限界があって、値上げするかどうか苦慮している。 |
| | × | 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） | ・政治もおかしな方向に動いているため、変わらない。 | |
| | □ | 職業安定所（職員） | ・賃上げが進まずに物価の上昇だけが続く状況は、景気の本動力となる消費の拡大を鈍らせている。人手不足による影響が運賃値上げやバス路線の減便等に出始めており、サービスの低下に拍車を掛けている。製造業の低迷も回復の兆しがなかなかみえてこない。 | |
| | □ | 職業安定所（職員） | ・新規求人数は増減があるものの、3か月前と比較し増加している業種もあり、人手不足感が続いている。 | |
| | □ | 職業安定所（職員） | ・景気が好転する要因が見当たらないことから、現状維持かややもするとじりじりと悪化するのではないか。 | |
| | □ | 民間職業紹介機関（経営者） | ・求人进行けん引する製造業では、製品によって異なるが、一部の大手企業においては残業規制が強化され、フレックス制度を導入して残業を大幅に減らす傾向が出始めている。 | |
| | ▲ | * | * | |
| × | — | — | | |