

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）	・今月は、紹介の紹介で、墓じまいや仏壇処分の依頼が多い。新型コロナウイルス感染症の影響もあるが、それにかこつけて、小さな葬儀が本当に増えている。この流れは変わらない。
	○	商店街（代表者）	・毎年のことだが、秋は「スポーツの秋」ということで、スポーツも盛んになる。いろいろな道具や着る物などを新しくしようということで、良くなることを期待している。新型コロナウイルス感染症の影響かどうか分からないが、今年もこれまでずっと、クラブ活動の少ない状況が続いていたので、これからはもう少し良くなると期待している。
	○	商店街（代表者）	・国の新型コロナウイルス感染症への対応が、諸外国並みに変わってくれば人流も増え、経済も良い方向に向かうのではないかと。
	○	百貨店（店長）	・催事等は新型コロナウイルス感染症の発生前に戻ってはいないものの、地方百貨店の売上自体はまだ戻っていない。今後、新型コロナウイルス感染症が減らなくても、以前のような規制をかけることはなさそうなので、徐々にではあるだろうが、売上も回復してくるのではないかと。ただし、そのスピードは非常に遅いとみている。
	○	スーパー（経営者）	・9月から、購入した店でのみ使用できる当市独自のプレミアム付商品券が販売される。5000円券が3000円で買え、2000円分は市の補助となっている。当店では170冊×5000円＝85万円の売上が見込まれている。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いて、部品供給が増えることで、販売台数増加が見込まれる。
	○	高級レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの感染拡大第7波が、秋になり落ち着いてくれば、会食の機会も増えてくる。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症ありきの経済活動なので、本当の景気回復にはならないし、消費者に根付いた防御心理は、今後、大きな影響を及ぼす。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少に転じれば、客席数を増やし座席の間隔を狭める等の受入態勢を変更して、売上が増加するよう対応したい。
	○	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波の状況下でも行動制限がなく、皆が感染対策をしながら旅行をする等、行動に変化が見られる。また、県民割などの後押しなどもあって、徐々に以前のように旅行をする方が増えてきている。今後も緩やかだが回復傾向が続くとみている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加することで団体や法人関係の利用は極端に減少する。ただし、徐々にではあるものの、感染者数に関係なく予定のまま実施、利用する団体も増えてきている。新規感染者数の全数把握を止める方向に進んでいるので、これも利用者数増加につながり、同じ状況下でも良くなっていくのではないかと。
	○	旅行代理店（副支店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響は大きいですが、以前とは違い行動制限がないことで、確実に旅行需要は増加している。秋口の個人、団体ともに、受注状況は前年を大きく上回っている。為替変動や原油高で海外旅行の需要は少ないが、その分、国内旅行は長期や高額商材への需要が高まっている。新型コロナウイルスの感染状況に左右されるものの、徐々に景気回復傾向と捉えている。
	○	遊園地（職員）	・引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響が懸念されるが、感染対策を徹底し万全な受入体制を整えるとともに、積極的に集客施策の実施や情報発信を行うことで、多くの来園客を期待する。
	○	設計事務所（職員）	・多くの物件が進んできているので、これから忙しくなる。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・行政の新型コロナウイルス感染症対策は、多少は始まっているものの、どの程度浸透して消費動向がどこへ向かうかが見えてこない。必要な物を必要ときに調達している様子が見えてくるので、出費は抑えているようである。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・物価の値上がり心配されるものの、各種プレミアム付商品券の発行により、客の買換えが促進されるのではないかと。	
□	百貨店（経理担当）	・新型コロナウイルス感染症と物価高が今後、どのようになっているのか、先行きが不透明なため、変わらない。	

□	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染第7波が終息しないような気がしている。追い風の方で、人手不足が営業維持へのリスクにもなっている。
□	コンビニ（店長）	・変わらないと回答したが、良くなる材料もないので、今の良くない状況が変わっていくとは思えない。
□	衣料品専門店（経営者）	・先の見通しが立たない。
□	家電量販店（店長）	・物価高に対する対策がないため、変わらない。
□	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が大分落ち着いてきて、客が若干戻ってきてくれたらと思っていたら、また、新規感染者数が増え始め、急に来客数が半減してしまった。なかなか出口が見えないので、このまま新規感染者数が減ってくればよいが、しばらく続くようだとなかなか厳しく、出口を抜けられない感じである。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が増加しており、当県内でも3000人ほど出ているため、行動マインドがかなり低下しており、この先どうなるか全く読めない状況である。これ以上悪くならぬまい。
□	タクシー運転手	・現状、やや良い状態だが、このまま新型コロナウイルスの感染状況が落ち着くかどうか次第なので、先行きは不透明である。皆が慣れてきた昼間は動いているが、夜はどうしても酒を飲みに行く人がなかなか増えない。
□	通信会社（社員）	・今期もまだ折り返し段階なので、巻き返しを図る意味で、購買意欲を刺激する新サービスや広告手法が必要である。
□	ゴルフ場（経営者）	・高原コースなので暑さはしのげる環境にあるが、天候不順によるキャンセルが多い。感染第7波のコロナ禍で、プレーヤーはクラブハウス内はしっかりとマスクをしている。また、施設側でも換気対策に十分に努めている。
□	ゴルフ場（経営者）	・戦争、新型コロナウイルス感染症、災害等の影響が強ければ、どちらかに振れると考えるが、当社の事業環境においては余り変化はないだろうと予測している。
□	住宅販売会社（経営者）	・別荘の売却依頼が徐々に増加している一方、購入希望者は減少傾向にある。
▲	百貨店（営業担当）	・ガソリン等の価格高騰が続いていることと、食品関係やその他、電気等、生活に直結した値上がりや、じわじわと効いてくるので、若干買い控えが起こり、景気は悪くなる。
▲	コンビニ（経営者）	・段々、涼しくなるというか寒くなる傾向にあって、客の動き自体も来客数を比べても暖かいときよりは厳しくなるし、物価が上がっていることもあるので、厳しい。
▲	コンビニ（経営者）	・夏は人も騒ぎ、行事もいろいろあるので、売上は伸びている。特に、今年は暑かったので、前年よりも売上があったように思う。3か月後は秋なので、売上は当然落ちる。
▲	コンビニ（経営者）	・電気代、燃料費が下がらない限り、景気は冷え込む。
▲	コンビニ（経営者）	・物価も上がり、これからは節約傾向になる。賃上げもあるだろうが、大して購買意欲には変化がないとみている。
▲	コンビニ（エリア担当）	・最低賃金が31円上昇しているが、数か月前から行われている商材の値上げに対応した上昇幅ではない。無駄に従業員の給料が増え、雇用側の費用が増えるだけとなっている。
▲	自動車備品販売店（従業員）	・自動車メーカーの減産状況はいまだに解消されておらず、新車が売れないことによる関連販売の伸び悩みや再値上げによる反動なども見込まれる。
▲	その他専門店〔酒〕（店長）	・酒の値段も資材高騰等の影響から上がり始めている。非常に高額な商材から、極端な上がり方をし、その次くらいの非日常的な酒の値段も上がり、9～12月に向けては値上がりラッシュが続く。かなり生活に近い酒の値段までもが上がる予想が出ている。そうなるとじわじわと影響が出て、当業界の景気は悪くなってくると危惧している。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・現状、余り予約が入っていないため、やや悪くなる。
▲	観光名所（職員）	・原材料や燃料費等の値上げによる販売価格の上昇が懸念される。その割に収入は変わらない国民が大半ではないだろうか。
×	商店街（代表者）	・中心街がその機能を果たせなくなる。

	×	一般小売店〔菓〕（経営者）	・客の財布のひもがかなり固くなってきている。余り消費喚起は起きていない。物価高並びに新型コロナウイルス感染症の収束が見えない。また、いろいろな資源やエネルギー等の状況が非常に苦しく、不安感が大きいので、消費に結び付かない。政府には、新型コロナウイルスの対策も含めて、至急、しっかりとした経済対策を実施してほしい。
	×	衣料品専門店（経営者）	・これから秋冬を迎えるが、燃料費が高騰している状況だと、買い回り商材や物が売れなくなる。
	×	スナック（経営者）	・閉店する店は増えてきているが、分かる気がする。この不景気に物価まで上がってはやっていけない。何とか生き残っていけるように知恵を絞りたい。
	×	スナック（経営者）	・現状が本当に悪いので、この先も悪くなると回答したが、本当に前を向く良い回答が1つもできない。ただぼう然とするばかりである。
	×	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・新規感染者数が減らないことには、客は戻ってこない。新型コロナウイルスの感染第7波が早く収まることを願う。新型コロナウイルス感染症以外にも物価や光熱費の上昇が、今後どのように影響を及ぼすかも心配なところである。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体不足で好調である。
	○	食品製造業（営業統括）	・今年は天候に恵まれていて、今のところ、ヴィンテージイヤーが期待できる。また、円安に振れており、輸入ワインの価格がかなり値上がりしているので、国産ワインには有利に働く。秋からの需要が望まれる。
	○	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・11月には催事も本格化することから、3か月後は売上も前年並みまでは戻るとみている。宝飾業界の景気は今が底なので、隔離期間の短縮や海外からの旅行者の受入緩和等、新型コロナウイルス感染症対策が進み、人が動くようになれば、回復は期待できる。
	□	食品製造業（製造担当）	・取引先との値上げ交渉が全て終わったが、交渉中も最低賃金の30円以上アップが決まり、人件費が増大している。値上げによる生産数の減少で売上も落ちると予測するなか、今回の値上げがどこまで持つのか、とんとん以上になれば幸いだが、この様子だと変わらない気がする。
	□	食品製造業（総務担当）	・新型コロナウイルス感染症の終息次第である。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ワークショップのPRや企業マッチングの展開など、取組を種々行っているものの、先行きは予想が立たない。取引先からの受注も激減状態であり、経営も非常に厳しい。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・調達コストを価格に転嫁した後の売上や数量の減少が予測される。円安による調達コスト上昇の影響が、更に収益性を圧迫する要因になる懸念もある。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・部材が入荷すれば短納期対応で忙しくなるが、部材の納入が滞れば、機械も手も空いてしまう。常に部材との兼ね合いになっている。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・受注は月によりばらつきがあるものの、ある程度の生産量は確保されている。
	□	建設業（経営者）	・資材の値上がりが続いているので、景気はもう少し現状が続く。
	□	金融業（調査担当）	・製造業では、半導体不足の影響が続く見込みである。非製造業は新型コロナウイルス感染症の影響がピークを迎えることが予想され、その後の物価上昇も踏まえた消費への影響、観光面の動向を注視する必要がある。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が多いなか、行動制限はせずに経済を動かしてはいるものの、物価上昇が続くことが予想されるため、厳しい状況になる。
	▲	*	*
×	×	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)	◎	—	—
	○	求人情報製作会社（総務担当）	・人が動いているため、サービス業などが活発になっていくとみている。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大や、物価高騰による雇用への影響が懸念されるが、巣籠り需要や行動制限緩和による人流の活発化により、サービス業を中心に人手不足感がうかがえる。

□	人材派遣会社（営業担当）	・就職活動状況に変化はなく、求職者は自分のスキル、会社側は給与等の見直しもせず、互いに好条件ばかりを求めている。将来に不安が募るばかりではないか。
□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業では、正社員求人は増えている。ただし、円安や新型コロナウイルス感染症の今後の見通しが立たないため、慎重な姿勢が続き、充足しない求人が増加して、求人数を押し上げている。
▲	職業安定所（職員）	・原材料不足や輸送コスト、電力コストなどの相次ぐ値上げによる影響が懸念される。
×	—	—