

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）	・客から、次回来店時の料理内容について相談を受けることが多い。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・今月は葬儀が多かったが、問合せや予約も過去最高に多かった。今はWebの会社案内だけで、広告は一切打っていないが、客の口コミなどで当社のことが知られている。
	○	商店街（代表者）	・秋の観光シーズンは期待できる。ただし、宿泊費の上昇が目立ち、土産等物販への消費は弱い。
	○	スーパー（経営者）	・9月から、保育園と銀行への食品の納品が増えている。日々業務をこなすことで精一杯で、少し気が休まるのは週末のみである。月曜日からは朝6時台に病院、7時には銀行と保育園2～3か所を回り、8時に戻るということで、毎日忙しくしている。
	○	コンビニ（経営者）	・クリスマス頃は需要が増える。
	○	コンビニ（経営者）	・今後、増税などがなく賃金が上がれば、それなりに景気は上向いてくる。
	○	自動車備品販売店（従業員）	・新車の納車が早まってきている状況もあり、新たな需要が見込めることから、やや良くなる。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	・今後は、日本酒の売上が伸びていく時期なので、少し良くなると思うが、新型コロナウイルスの感染拡大時とは異なるものの、客が飲食店に足を運ぶ回数が減っており、今後も少なくなる可能性がある。家で飲む酒については変わらないかもしれないが、外に出掛けて飲食をするのは、もう少しすると落ち着くのではないかと。諸物価高騰の関係で、飲食店での外食を控える傾向が見え始めている。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、感染拡大第9波は高止まり気味であるが、インフルエンザの流行がどの程度で収まるか次第である。先行きは好転するかもしれない。慎重にみて、横ばいと見込んでいる。落ち込まないように策を練って対応したい。気持ち的にも落ち込まないようにしたい。
	○	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症がピークアウトしたようである。ワクチン接種も再開するため、徐々に落ち着いていく。
	○	観光名所（職員）	・国内一般旅行やツアーが好調である。海外、特に、欧米圏からのインバウンドも、このところ増加している。
	○	遊園地（職員）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行により、より万全な受入体制を整えるとともに、積極的な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。
	□	百貨店（経理担当）	・客の動きは活発になっているものの、価格上昇の傾向は変わらないので、消費の鈍化につながっている。
	□	百貨店（営業担当）	・コロナ禍からの回復と世の中の物価上昇のせめぎ合いで、基本的には変わらない。
	□	百貨店（店長）	・現状、コロナ禍から平常に戻っているものの、売上は新型コロナウイルス感染症発生前には全く戻っておらず、前年実績並みである。これは景気の問題ではなく、地方百貨店の問題というか傾向であると思う。周囲ではホテルは大変良いそうであるが、今後は業種による格差が広がるのではないかと。
	□	スーパー（経営者）	・実質可処分所得が低下しているものの、消費は強そうである。持続的なことなのかどうかは、次回の賃上げの状況に影響されそうである。
	□	スーパー（副店長）	・今のところ、景気が良くなりそうな理由はない。
	□	コンビニ（経営者）	・ドラッグストア等が24時間営業しているため、我々コンビニ業界の売上は伸びているわけではなく、やや横ばいとみている。状況は余り良くない。
	□	コンビニ（経営者）	・この夏は、祭り等のイベントが復活して、人が動いて売上も上がったように思う。9月は前年と同じような売上だが、物価高になっている分、実質的な売上は下がっているのかもしれない。
	□	コンビニ（店長）	・今のところ、日々の売上よりも行事の際の売上の伸びが大きく、それに頼っているような状況である。今後も、日々の売上は変わっていかないのではないかと。
□	衣料品専門店（経営者）	・期待できない。	
□	家電量販店（店長）	・家電の売上規模が縮小傾向にある。	
□	スナック（経営者）	・毎回同じ回答になるが、本当に地方は大変である。	

	□	スナック（経営者）	・アフターコロナで、客はそれなりに戻っては来ているものの、相変わらずのスタッフ不足と、企業で朝の始業時にアルコールチェッカーを導入した企業もあり、皆早く帰る傾向になって、2回転目がなかなか厳しい状況が続いている。今後この状況が改善していくことはないと思うので、何とかしのいでいくしかない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・国内観光客の動きはこれから少し落ち着き、多少下がってくるとみている。10月以降、紅葉シーズンにかけて、国内客の代わりにインバウンドの引き合いで予約をもらっている。当地の空港の国際線が、台北線に続き、上海、韓国線も就航再開が決定した影響とみている。
	□	旅行代理店（副支店長）	・インフルエンザや新型コロナウイルスの感染拡大等のマイナス要因は懸念されるものの、現在の景気上昇傾向は変わらない。今後の受注状況や顧客の様子、海外旅行需要の増加や販売量等からみても、上昇のまま2～3か月先を迎えたとみている。
	□	タクシー運転手	・乗務員が減っている。特に、夜間に勤務する乗務員が少ないため、なかなか売上が伸びない。値上げがどのように影響してくるか、注視していきたい。
	□	通信会社（社員）	・試用期間を設けたり、サンプルで使ってもらう等、まずは実際に触ってもらう機会を増やしていきたい。
	□	通信会社（社員）	・前月から厳しい状況が続いており、明るい兆しがみえない。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・周辺のコースや物価の状況が変わらなければ、変化はない。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・団体予約が戻り始めている。新型コロナウイルス感染症発生前の水準とまではいかないものの、年末年始に向けて明るい材料である。
	□	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・客は大分動き出しているが、原油価格の高騰のほかにも、ガスや電気等いろいろと使っているため、皆、大変困っている。
	□	設計事務所（職員）	・しばらくは物件数の多い状況が続くとみている。
	□	住宅販売会社（経営者）	・別荘の見学数はほぼ横ばいで推移しているが、売買契約にまで至るケースは減少している。
	▲	商店街（代表者）	・現状のままでは戻すばみで、やや悪くなる。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	・値上げムードのなか、消費者は慎重である。必要のない物には興味すら示さない。年末に向かって購入意欲を高めるように仕掛けていきたいところだが、厳しい状況である。
	▲	コンビニ（エリア担当）	・売上は前年比100%を超えているものの、天候と物価高の影響で、来客数は伸びていないため、やや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・供給制約の緩和が続き、バックオーダーが減少することから、売上台数の減少が懸念される。夏から秋に増加した人流により、新型コロナウイルス等の感染拡大で迎える冬のシーズンに、再度外出自粛ムードにならないか心配である。
	▲	一般レストラン（経営者）	・人の流れは多くなっているものの、飲食業なので、物価上昇分をまともに価格転嫁した場合、販売量はそれほど多くはならない。
	▲	観光型旅館（経営者）	・グリーンシーズンはほぼ個人客なので、新型コロナウイルス感染症発生前の水準まで回復したが、年末は、忘年会など会社や官公庁等の需要が多いため、冬季の売上は新型コロナウイルス感染症発生前の水準には戻らないだろうと考えている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・夏の終わりとともに人の動きが落ち始めている。また、これからのエネルギー価格の高騰や食材等の値上げ、加えてインボイス制度施行の報道が多いせいか、全体的に自粛傾向がみられ、先の動きも鈍くなっている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	・例年、2～3か月先は少し悪くなる。団体や大会の情報も余りない。
	×	—	—
	◎	—	—
企業 動向 関連  (甲信越)	○	食料品製造業（営業統括）	・円安の進行により、輸入ワインの高価格化への移行が見込まれるため、国産ヌーヴォーにとっては、有利に働くものとみられる。
	○	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。

	○	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ようやく涼しくなり、ジュエリーを身に着ける状況になっている。催事も増えているため、商材も動くようになるのではないかと。
	○	金融業（経営企画担当）	・世界から多くの観光客が入国し、インバウンドは回復している。物価上昇に対応して、賃金を引き上げる動きがみられる。企業行動が活発化し、賃金が上昇していくと期待ができる。
	□	食料品製造業（総務担当）	・店頭で、特段、当社商品が売れている実感がないため、変わらない。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新商品を展開しても受注にはつながらず、ワークショップの予約も減ってきており、対策に苦慮している。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・物価高による耐久消費財の買い控えが続くのではないかと。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向け受注につながりそうな見積案件が増えている。ただし、物価高や賃金上昇等で、企業としては厳しい状況もあり、堅実さを求められている。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	・官公庁及び民間の工事入札が不調となっている。物価上昇に追い付いていないのかもしれないが、いずれにしろ工事は出てくるだろうと予測している。
	□	建設業（経営者）	・人手不足はしばらくは続くと考えている。今後は、仕事内容及び人員配置を厳しく考えなければならない。
	□	金融業（調査担当）	・半導体市場の低迷が続くとみられるほか、新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの感染拡大、物価高による節約意識の高まりから、個人消費も弱い見通しで、当面は足踏み状態が続く。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・折込広告の出稿は、紙代、インク代の高騰により、依然として控えられている。旅行業では需要が回復してきているものの、人員の募集をしても集まらない状況が続いており、売上増加に結び付けられていない。
	▲	*	*
	×	食料品製造業（製造担当）	・今年の原料農作物は出来が良くなく、2割ほどの減少を見込んでいるため、間違いなく原料価格が高騰してくる。
	×	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）	・求人情報誌に掲載する求人は依然として増えてこない。当社以外でも同様に求人件数が減少している。人手不足のはずなのに、掲載への動きがない状況はこの先も変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・中小企業において、円安、物価高騰等のダメージやゼロゼロ融資返済の状況が懸念されるところであり、先行きは不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・依然として、人手不足感が強い業種もあるが、有効求人数は減少傾向にあり、先行きはやや不透明である。
	□	職業安定所（職員）	・物価上昇が止まらず、積極的な消費を控える傾向の影響を受け、企業業績は思うほど伸びないと考えられる。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業において、原材料の価格高騰が影響してか、企業間のばらつきがはっきりしている。海外を商圏とする企業は採用意欲が旺盛だが、国内を商圏とする企業では様子見が目立っている。円安が異常なところまできている。
	▲	人材派遣会社（営業担当）	・年末に向けて出費が増えると予想されるため、一段と買物を控えるのではないかと。
	×	—	—