

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)	◎	スナック（経営者）	来客数の動き	・9月の売上は落ち込んだため心配していたが、一時的なものだったようでしっかりと回復しており、安心している。新型コロナウイルスの感染拡大の初期からずっと落ち込んでいたランチの人出も、回復している。世の中が元に戻ってきていることを実感している。
	◎	遊園地（職員）	お客様の様子	・園内イベントやライブイベントが好調に推移し、目的客を十分に確保できており、来客数が増加している。
	◎	その他サービス 〔葬祭業〕（経営者）	お客様の様子	・今月は墓じまいの相談や依頼のほか、葬儀依頼も多い。過去最高に匹敵するほどの多さである。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・10月に入り観光客が多くなっている。特に、夫婦や小グループの旅行とみられる人が増えている。
	○	百貨店（経理担当）	販売量の動き	・3か月前と比べて、化粧品やブランド品の売上が増加している。
	○	コンビニ（経営者）	単価の動き	・客が物価高に慣れてきたような気がする。
	○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、予約状況もかなり改善しているが、このところの物価高が響き、客足は緩やかになってしまっている。
	○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前と比べると上向きではあるものの、緩やかである。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・3か月前と比べて、県外、海外からの宿泊客が大きく伸びている。前年10月は全国旅行支援の恩恵があり良かったが、その前年の来客数とほぼ同じくらいか、若干プラスになっている。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・インバウンドが増加している。特に、韓国、香港、台湾からの観光客が多く来訪している。
	□	スーパー（経営者）	来客数の動き	・商材の価格は上昇するものの、来客数は増加している。買上点数は微減となっているが、客単価は上昇しているため、既存店の売上はプラスを維持している。
	□	スーパー（経営者）	それ以外	・25日時点で、前年比での売上は3%減少、来客数は26%減少である。残念ながら3%減少ではあるものの、実感としては忙しい。月末でどれだけばん回したか気になるところである。29日の日曜日も、サッカーの弁当90個、コンサート会場向けの弁当60個、近隣地区の運動会の弁当60個、夕食用のコンサート会場への弁当60個、近隣で行われている撮影の弁当40個、市議会関係の折詰弁当22個と、1日中、忙しかった。3月からずっと忙しく、このまま忙しければ来年4月の決算が楽しみである。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・天候も徐々に涼しくなり、客の動き自体も悪くなっているため、段々と販売の動きが少なくなってくる。
	□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・季節の割に今月は暖かく推移していた分、売上が若干増えてきたという感じである。
	□	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・来客数は多少増えているものの、オーダーメイドではなくリフォームの客だけで、利益はほとんどない。
	□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・半導体不足の解消に伴う生産制約が緩和され、新車供給も増えて売上は増加している。一方、足元の受注は減少傾向にある。
	□	自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・来客数、客単価共に、前年割れの状況である。
	□	スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数の動きから変わらないと回答したが、相変わらず地方は大変である。何か良いことがあったら教えてほしい。
	□	旅行代理店（副支店長）	販売量の動き	・旅行需要の回復が継続しており、旅行の申込みや相談が変わらず堅調に推移している。全国旅行支援も終了し、需要が減少すると懸念していたが、そのような傾向にならず、むしろ増加傾向である。
	□	タクシー運転手	販売量の動き	・過去1年の様子をみていると、前年比105～110%くらいで推移している。前月に初乗り運賃の値上げをした割には伸びがない。今月も恐らく105～106%で終わるだろう。

	□	ゴルフ場（副支配人）	単価の動き	・ハイシーズンになり単価は上がってきているが、例年のことであり、経費の上昇分を相殺するための今以上の価格転嫁は難しい。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・企業や団体の予約が徐々に戻り始めているが、新型コロナウイルス感染症発生前の水準までにはまだ戻っていない。天候も落ち着き、屋外のレジャーや運動会等の行事も多く、一般客やファミリー層の集客が悪かった。
	□	設計事務所（職員）	来客数の動き	・仕事の依頼数は多く、1人が受け持つ物件数が多い状況は変わらない。
	▲	商店街（代表者）	販売量の動き	・秋の運動会、スポーツシーズンで、さぞかし商材が動くかと期待していたが、逆に以前よりも悪く、驚いている。
	▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・客の動きや商材の動きは相変わらず静かである。身近な物がどんどん値上げされていくなかでは、家電など我慢できる物は購入を控える様子がかがえる。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・客が価格を意識して買物をしている。買物する場所も、特売価格などを見ながら選んでいるようである。販売促進のため割引を行っている木曜日と土日の来客数、売上は、前年と比べて上がっており、お買い得な日にまとめて購入していることがうかがえる。
	▲	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・娯楽につながるくじやプリペイド式の電子マネーカード、デザート等の売上が減少している。節約志向になっており、余計な物は買わないという印象を受けている。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年、当地域は水害による需要があったため、実績が前年比で大幅に悪化している。
	▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車両販売は、新車、中古車共に、低迷した月である。車検に関しては期日が来れば受検しなければならないが、板金等は材料の価格高騰により、見積りが以前より高くなっているため、修理をせずにそのまま乗るという客が多くなっている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・物価上昇で、やや悪くなっている。
	▲	その他専門店〔酒〕（店長）	来客数の動き	・メリハリのある消費の動きになっていて、動くときは非常に集中的に動くが、ふだんは静かなときもあり、振幅が激しい。お金を出す、引き締めるときのメリハリがはっきりしているのではないかと。総じて厳しくなっているとは思っている。
	▲	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・コロナ禍明けの旅行需要が一段落したことや前年までの全国旅行支援のようなインセンティブがないため、宿泊費用が割高になっていること、猛暑の影響か紅葉が遅く、秋の行楽シーズンの雰囲気が出てきていないこと等から、新型コロナウイルス感染症発生前と比較して90%弱の状況である。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後、今までの反動が大きく、来客数は伸びていたものの、夏の終わりを迎えるとともに、急激に人の流れが落ち着いてきている。大人数、法人関係は大半が数か月前から予定しているため、利用がなくなることはないが、個人利用は利用頻度、人数が大幅に減少傾向にある。
	▲	通信会社（社員）	販売量の動き	・前年と比べて、減収のため、やや悪くなっている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・異常気象の影響もあるだろうが、夏物から秋物を飛ばして冬物になる気配があるなか、暖冬予報が出て客は買う物に迷っている。人通りはほとんどなく、何を突破口にするのか模索中である。
	×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の増加が見込めない。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・観光業については、国内客のみならずインバウンドで盛況である。観光目的で訪れるバスや電車をみても、多くの外国人が見受けられる。
	□	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・原料価格の高騰や資材価格及び物流費の値上がりにより、売上は伸びているものの、利益は圧迫されており、厳しい状況にある。

	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・店頭販売商材の受注が多少増えている。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の様子から、製造現場が動いている感覚はあったものの、このところ、若干ブレーキが掛かってきているように見える。部材の入りが悪くない。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・受注件数は多少増える傾向にあるが、受注金額は若干減っている。
	□	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は順調だが、1件当たりの価格が小口化している。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業は主力の電子部品やデバイス等、IT関連需要の低迷から、厳しい環境が続く。一方、車載向け半導体の需要改善から自動車部品が持ち直しており、全体としては弱い動きが続いている。非製造業は、観光関連需要の増加から新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつあるが、働き手が不足しており、稼働率を高められないことがネックになっている。
	▲	その他製造業 [宝石・貴金属]（経営者）	受注量や販売量の動き	・催事を行っても高額品が売れない。問屋、小売店を訪問しても仕入れてもらえない。金地金の高騰や円安の固定化で、海外で作らせている製品価格が更に高騰し、2年前の1.5～2倍の価格になってしまっているため、売れ筋の価格帯での商品開発ができない。高騰している新価格に、消費者についてきてもらうまでの当面の間は、国内市場は不振のままではないか。
	▲	新聞販売店 [広告]（総務担当）	受注量や販売量の動き	・原材料等の高騰により、新聞各社は値上げを行っており、販売店としても売上が増加している。ただし、販売量は前年比で微減が続いており、厳しい状況である。
	×	食料品製造業（製造担当）	それ以外	・電気代が3年前の2.4倍になり、到底売上が追い付かない。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・国の経済対策や世界情勢が不透明ななか、生活が不安で仕方ないという話が多い。消費に回らず景気は変わらない。
	□	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5類移行後の環境や人々の行動変化に乗じたサービス業や宿泊関係業種、介護分野での求人が増加している。また、半導体不足の緩和により自動車関連の生産が回復基調にあり、金属製品、電子関連の製造でも求人が増加している。一方、物価高やエネルギーコストの上昇等の影響も依然として続いており、総体的に景気上昇の感触は薄い。
	□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・人手が圧倒的に不足しているという基調には変化がないものの、価格転嫁が進まないなかで、人件費確保、賃上げが困難な状況が見受けられる。また、新型コロナウイルス感染症関連融資の返済開始に伴う小口の廃業や倒産も確認されている。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—