

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)	◎	遊園地（職員）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の5類移行や旅行機運の高い状況で、当園の新アトラクションのオープンや園内イベントは好調に推移している。
	◎	その他サービス [葬祭業]（経営者）	お客様の様子	・今月も葬儀の相談や依頼が多く、墓じまいもあった。墓じまいと一緒に檀家抜けの相談も増えている。
	○	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・年末に向けて、クリスマスや正月需要の予約品が増加している。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・部品不足の解消に伴い、新車生産制約が緩和され、売上につながっている。行楽等へ自動車で出掛ける機会が増えてきたことから、整備入庫も増加傾向にある。
	○	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・朝晩の冷え込みにより、冬季用品等の冬支度のため、来客数が前年を超える状況になっており、客単価も伸びてきている。
	○	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症やインフルエンザの流行の影響はあるものの、客は、集まって飲食することへの抵抗はなくなっている。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が落ち着いたというか、付き合い方が分かってきた感じで、ようやく長く続いたコロナ禍が終わったような気がしている。居酒屋は危ないところと思われてしまったこともあって、元どおりにはなっていないが、徐々に回復している。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊客数は3か月前とほぼ変わらずに伸びている。ここ最近では、日本人客に替わり、海外のいわゆるインバウンドが、8月と比べて2倍に増えている。客単価が若干落ちているものの、宿泊客数でカバーしている。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・9月に値上げをした影響もあり、10月、11月と良好である。今月も前年比115%くらいで終わりそうである。
	○	観光名所（職員）	来客数の動き	・インバウンド、特に、台湾や韓国からの観光客が多く訪れており、好調である。
	○	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・中古別荘の売買に、やや動きが出てきている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・当商店街は、ここ2年ほどで閉店が続き、歯抜けの状態になってしまっている。いろいろな催しを実施すると、よここれだけの人が出てくると思うほど人出があるが、売買には全く関係がない。催事だけがにぎわっている状況は街全体のことで、困ったものである。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・アフターコロナで、観光客を中心に人出はある。ただし、前年実施された観光クーポン効果の反動で、高単価の酒の販売が苦戦している。
	□	百貨店（経理担当）	お客様の様子	・3か月前と比べてさほど変化はない。客の来店動機、目的がはっきりしているように感じている。特選ブランドや紳士関連は前年を大きく上回っている。ブランド品に関しては外国人の購入が多く、インバウンドが多少影響している。
	□	スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数が前年より下がっており、月間レベルでもみても上昇がみられない。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・買上点数は余り変わらないが、商材が若干値上がりしている分、来客数が減っているため、差引きではそれほどプラスになっていない。
□	コンビニ（店長）	お客様の様子	・今月前半は、比較的気温が高く推移していたので、以前のように売上が伸びている。催事が通常どおり行われるようになってきたので、売上自体は前年と比べれば良くなっている。ただし、流れとしては余り変わっていない。	
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客から聞いた話では、暑さから一転して急に寒くなり、冬支度が間に合わず、我慢してそのまま着込んでいるとのことである。	

□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・来客数は前年割れが続いている。市場に変化がなく、来客数増加は見込めない。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車両販売は今月も低迷し、整備部門とスタッドレスタイヤ等の冬物用品販売で補っている。
□	その他専門店〔酒〕（店長）	お客様の様子	・全般的に外食の回数が少なくなっている様子がうかがえる。飲食店ではスタッフが足りないこともあるが、夜遅くまで営業していない状況は今も継続中である。また、諸物価が上がっている。酒の単価自体も上がっているが、まだそこまで全体的には影響はない。客の注文本数は単価が上がった分、若干減っている部分もあるものの、全体的には余り変わっていない。
□	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・予約は好調だが、フリーの客足は少ない。
□	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前と微増の動きは変わらない。
□	スナック（経営者）	来客数の動き	・あつという間の1か月である。客の動きから、変わらないと回答したが、本当に地方は大変である。何とかしてほしい。
□	旅行代理店（副支店長）	お客様の様子	・旅行需要の増加は継続している。個人消費は好調で、旅行意欲も高い様子である。団体旅行についても受注は増加傾向であるが、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年までには至らない状況も変わらない。
□	通信会社（社員）	販売量の動き	・特段、売上が向上する材料は見当たらない。最近は再び節約志向が高まりつつあり、スマートフォンや通信料が少しでも安いキャリアへの乗換えの動きが目立つ。
□	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・業界は衰退期だが、当社では戦略転換及び業態創造を行ったことにより事業が成長しているため、変わりはない。
□	ゴルフ場（副支配人）	お客様の様子	・ハイシーズンなので来場者は多いものの、来場者の多い平日はプレー代を安く設定している。こうした対応がなければ来場者は減っていたと考えている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・さすがにコロナ禍が続いているとは思えないが、街の人は絶えて久しい。催事には多少人だかりもできるものの、買物客にならないのは当店の責任だけだろうか。
▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・人の動きや商材の動きは共に悪い。ほとんどの物が値上がりをしていなかで、ボーナスの話題が聞こえてこない。消費意欲がみえてこない。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・既存店の来客数は安定して微増しているものの、単価上昇が一巡しつつあるため、伸び率に影はある。
▲	スーパー（経営者）	競争相手の様子	・前年比で売上は25.3%減少で、来客数は27%減少となっている。10月も25日時点で同様だったが、最終的には売上100%で着地したので、11月はどうなるか。12月も弁当の予約は入っている。1月2日には、今まで受注のなかった地区からの注文を受けている。近隣大型店のスーパーに16時ごろ行くと、既に商材に値引きシールが貼られていた。店側が早めに売りたいのか、別日の18時ごろにも再度行ったが、半額の値引きシールが貼ってあっても、必要でない物は買わないのか、主婦層は買っていなかったが、私は買ってしまった。
▲	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・夏の繁忙期を過ぎたので、来客数の減少はある。商材も飲料や冷凍品等は売れなくなっている。
▲	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・例年、秋は紅葉目当ての団体旅行が多い時期だが、アフターコロナのライフスタイルの変化があるのか、団体旅行需要が回復してこない。前年は全国旅行支援があったので、団体旅行がない分を補完できていたが、今年はその需要がない分、売上が減っている。
▲	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類移行後の活発な人の動きが、夏以降徐々に落ち着いてきている。団体、法人利用はある程度安定しているが、個人の動きが日ごとに落ちている。平日の利用は大幅に減少し、今まである程度は活況だった週末も、来客数が減少している。

	▲	その他レジヤ施設 [ボウリング場] (経営者)	来客数の動き	・企業や団体の予約は入っているが、思ったほどは伸びていない。ファミリー層も同様である。インフルエンザの流行も一因ではないか。
	▲	設計事務所 (職員)	来客数の動き	・完了した物件もあり、落ち着いてきている。
	×	コンビニ (エリア担当)	競争相手の様子	・近隣製造業者から、売上実績が過去最低と聞いている。また、近隣の飲食店では、21時閉店が20時閉店に変わっている。
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	その他製造業 [宝石・貴金属] (経営者)	受注量や販売量の動き	・11月は旅行シーズンということもあり集客が心配されたが、どの催事も前年並みの来場者数を得ることができている。売上についても、購入客数は減少したものの、売上単価は10%ほどアップし、前年並みを確保している。
	□	食料品製造業 (営業統括)	競争相手の様子	・国産のボジョレーヌーヴォーは各メーカー共に前年よりは伸びているが、10月からの酒税増税や諸物価の上昇もあって、今後も厳しい経営を迫られそうである。
	□	窯業・土石製品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・来年の季節商材対応はあるものの、店頭販売品の受注は少ない。
	□	電気機械器具製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・自動車関係は製造を海外に移行するとのことで、引上げとなってしまった。その一方で、受注が取れた製品もある。ただし、製造コストが上がっているため、利益が出るか危ういところではある。
	□	電気機械器具製造業 (従業員)	競争相手の様子	・関東では非常に受注が多いと聞いているが、当地では時折、問合せがある程度で、余り変化はない。
	□	建設業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・資材関係は高値で落ち着いている。
	□	金融業 (調査担当)	取引先の様子	・製造業は海外需要の減少により、電子部品の生産面で弱い動きが続いている。非製造業は物価上昇により大型店等の名目上の販売額は伸びているが、足元では物価上昇への警戒感から消費マインドが悪化し始めている。
	□	金融業 (経営企画担当)	取引先の様子	・国内外の観光客が増加し、平日や休日の観光業は活発化している。ただし、物価高騰に伴い、食品や物品の購入は控えている。
	▲	食料品製造業 (製造担当)	競争相手の様子	・値上げはしないと公言していた同業者の最大手がとうとう価格を上げてきた。値上げしないのは、到底無理な話である。最大手の値上げは影響があり、県内の同業者も値上げをしている。
	×	*	*	*
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社 (営業担当)	求人数の動き	・案件は変わらないものの、条件が厳しく適任者がいないため、困っている。
	□	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5類移行後の環境や人々の行動変化を反映して、夜の飲食復活に伴う酒の卸売業や観光業、大人数の宴会を期待するホテル、清掃業、警備業等の業種で求人は増加している。一方、原材料費等、諸物価の上昇により、食料品を始めとした製造業等では求人の減少傾向が続いていることから、一般的に景気が上向いているという印象は薄い。
	□	職業安定所 (職員)	周辺企業の様子	・半導体や食品製造等の企業では、生産増強の問合せなどを受けるものの、対応する人員が確保できず、売上の増加につながらないという声がある。一方で、衣料品製造等は受注が回復しないと聞いている。賃上げと労働時間の兼ね合いから、従業員の就業時間に影響を与える状況も確認している。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—