

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)	◎	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染症が再流行しても、それほど大きい波にはならない感じである。きちんとワクチン接種さえしていれば、社会活動の妨げになるようなことはないのではないか。ここからは回復というか再成長していく流れになるとみている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・1人暮らしの人が増えている。時代なのか、高齢者ばかりではなく、40～50代の孤独死もある。葬儀の形態が変わってきており、この傾向はこれからもっと増える。
	○	商店街（代表者）	・年末の客の動きを見ると、令和6年は期待ができると考える。
	○	百貨店（経理担当）	・化粧品や特選品の売上が堅調で、客の様子からも今後も継続していく傾向が強いと考える。
	○	スーパー（経営者）	・前年は、1月15日から2月15日まで仕事が止まってしまい、とても不安な時期だった。今年は期待も含めて、必ず良くなると信じている。
	○	観光型旅館（経営者）	・春になると、客層が個人旅行者に変わってくる。個人は団体と違って、旅行者が回復しており、全体としても新型コロナウイルス感染症発生前の90%程度までは回復すると予想しているため、現状よりはやや良くなる。
	○	観光名所（職員）	・宿泊の予約もおおむね良好で、スキー客の増加も見込んでいる。
	□	商店街（代表者）	・12月はボーナス支給月でもあり、商店街では日曜のたびにいろいろな催しを行っている。人は出てくるが、買物は大型店にほとんど行ってしまふ。催しを見て帰ってしまう街になっており、これから先どうなっていくか心配である。また、商店街の店舗の半分以上が歯抜け状態になっている。本当にどうなっていくかが読めず、心配である。
	□	百貨店（営業担当）	・現状、やや高単価の商材が売れつつあるが、全体的なマインドとしては余り変わらない。
	□	百貨店（店長）	・この数か月、売上が前年比100%前後で変わらない。都内の百貨店のように、新型コロナウイルス感染症発生前に戻るような兆候もみられない。この先も、目新しい材料もなく変わらないのではないかと。
	□	スーパー（店長）	・買上点数は前年を割る状況のため、給料が上がるまではこの傾向は変わらない。
	□	コンビニ（経営者）	・物価高が収まらず、世の中が現状から変わらなければ、節約志向はまだしばらく続く。
	□	コンビニ（店長）	・景気という面では若干落ちるかもしれない。当店の売上は、価格上昇分と販売量が多少下がっている分が相殺されて、数字的にはそれほど変わらないが、動きとしては少し厳しい。
	□	衣料品専門店（経営者）	・2～3か月先には、春夏物の準備が始まる頃のため、多少は期待はしたい。変わらないというより本当のところは分からない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新車供給制約は緩和されてきているが、受注残が減少傾向なので、最大需要期の2～3月は前年並みの販売量で推移する。
	□	高級レストラン（経営者）	・政府が過度にデフレに戻ることを危惧している。世界的なことではあるが、インフレを抑えることはなく、企業に対して賃上げを求めているが、物価高には追い付いていないため、クーポン券等の割引が終われば、消費は下がる。
□	一般レストラン（経営者）	・例年同様、冷え込みが1番厳しい時期なので、出足の鈍さが予想される。	
□	スナック（経営者）	・変わらないと選択したが、悪いなかでこれ以上は悪くならないようにしたい。とにかく地方は大変である。	
□	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス感染症の5類移行後の特需に、陰りが見え始めてきている。法人や団体利用は新型コロナウイルス感染症発生前と同等の推移だが、個人利用については減少傾向にあり、この先伸長する要素も見当たらないため、現状と変わらずに推移するとみられる。	

□	都市型ホテル（スタッフ）	・12月頃からかなり稼働率が落ち込んでいる。リードタイムもかなり短く、直前にならないと稼働状況が分からない。年末年始の予約も、例年と比べて50%程度しかまだ埋まっていない。
□	タクシー運転手	・少しずつ前年を上回っているが、新型コロナウイルス感染症発生前の状況まで復活するにはまだ時間が掛かりそうである。いろいろなところで値上げもあるので、良くなるのは徐々にではないか。
□	通信会社（社員）	・年明けから、徐々に学生を中心に引っ越しが増えてくる。新規契約が増える時期ではあるが解約も多くなるため、防止策を講じていきたい。
□	ゴルフ場（経営者）	・増税、労働時間制限、インフレ、賃上げと、中小企業は厳しい状況にあるとみられるが、株価は上昇している。正直よく分からない。
□	ゴルフ場（副支配人）	・水道光熱費や原価上昇のため、経費が増加している。増加分を料金に上乘せたいが、集客に影響が出るため、価格転嫁しにくい状況が続いている。
□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・諸物価が高くなっている状況で、レジャーに掛ける費用が抑えられていくのではないかと心配である。
□	その他サービス〔クリーニング〕（経営者）	・原油価格の高騰、人手不足に苦しんでいる。
□	設計事務所（職員）	・物価上昇もあり、依頼数は減っていく。
□	住宅販売会社（経営者）	・中古別荘の売りにやや動きがみられるものの、別荘の新築数は伸びていない。
▲	商店街（代表者）	・今までどおりではやっていけなくなる。
▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	・全ての物が値上がりムードにあるなかで、収入増加はみえてこないため、消費者の財布のひもは固くなる一方である。必要ない物事への出費はみえてこない。
▲	スーパー（経営者）	・徐々に支出を引き締める動きが続く。ただし、賃上げ状況にも影響される。
▲	コンビニ（経営者）	・今の政権が続けばよいが、長くは続かないとなると、対外的に景気が若干下向き可能性があるため、現状の景気が持続するのは厳しいかと思う。
▲	コンビニ（経営者）	・12月は全般的に前年より売上が下がっている。今年のクリスマスは特にひどい。それでもやるべきイベントはやらなければならないため、客は日々の生活で買い控えるようになる。
▲	コンビニ（経営者）	・年末年始疲れで、通年と同じようにゴールデンウィークまで財布のひもは固くなりそうである。
▲	家電量販店（店長）	・物価高騰のため、客の買い控えが発生している。
▲	自動車備品販売店（従業員）	・新車販売等の低迷が予想され、それに付随する商材は売れない。
▲	その他専門店〔酒〕（店長）	・給料が上がらないと、今後はなかなか難しい。新型コロナウイルス感染症の影響で、かなり飲酒の習慣が変わってきている。個人客が圧倒的に多いが、大きな宴会がない状態は変わらない。2～3か月後の雰囲気が良いかどうかは慎重に考えている。
▲	スナック（経営者）	・忘年会シーズンにもかわらず、平日は企業が朝の出勤時にアルコールチェッカーを行うようになったので、早く帰るケースがほとんどで、12月後半になっても次の来店客がない状況である。12月がこれでは来年はかなり厳しい。
▲	旅行代理店（副支店長）	・県内においては、為替の変動、物価高、燃料価格高騰の影響を受ける大規模企業が多く、3か月先の受注量が悪い。旅行控えが見受けられ、ここにきて、バス運賃等の改定もあり、影響を受けている。
▲	通信会社（社員）	・電気通信事業法の改正により、スマートフォンの買換え需要が更に落ち込むことが予想される。
×	コンビニ（エリア担当）	・可処分所得が増えない状況が続いている。コンビニでいえば、デザートへの落ち込みが顕著である。客の自由に使えるお金がなくなっている。
×	都市型ホテル（スタッフ）	・12月は個人の購買力がぐんと上がった。1月に関しては少し、財布のひもが締まってくるのではないか。

企業 動向 関連 (甲信越)	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体需要が回復し、良くなる。
	○	窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品が地域のプレミアム商品に認定され、各方面で紹介されたため、Webショップ、店頭等での展開に期待感が持てる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・新生活準備の需要が期待できる。ただし、消費動向が耐久消費財の購入に向かわない傾向が続いているため、前年程度まで回復するとは考えられない。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・年明け以降、案件にはめどが立っている。
	□	食料品製造業（製造担当）	・依然として、電気代は高止まりしている。また、既に資材の更なる値上げの話が来ているため、経費の上昇は避けられない。
	□	食料品製造業（営業統括）	・円安で東南アジアへの輸出を試みているが、十分な成果が得られておらず、酒税の増税、諸物価の上昇等の影響で、大変厳しい状況に置かれている。
	□	食料品製造業（総務担当）	・小売の店頭で売れているという感じがしないため、変わらない。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ルートセールでは、11月は店舗への来客数が少なく、売上が余り良くなかった店が多かったため、仕入意欲が少なかった。また、今まで好調だった真珠を中心とした海外への輸出も、11月に開催された香港の展示会が低調であったことから、来年を不安視する見方もあり、国内外とも見通しは楽観できない。
	□	建設業（経営者）	・暖冬なので、景気は大きくは変わらない。
	□	金融業（調査担当）	・製造業は一部企業で持ち直しの動きがみられるものの、明確な方向感が出るのはしばらく先となる様子である。非製造業は観光関連で多くのスキー場が順調にオープンできており、インバウンドを含めた集客が期待される。
	□	金融業（経営企画担当）	・今後も今の状態が続く。
	▲	電気機械器具製造業（従業員）	・電線の仕入れが非常に難しくなっている。場合によっては生産停止も考えられる。
	▲	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・折込広告の出稿枚数は減少している。印刷の紙やインク代の高止まりが続き、スポンサーも枚数や1か月の出稿回数を減らすことで予算の維持をしているため、当社の売上は減少している。今後の回復の兆しや話題は出てきていない。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月、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）	・クリスマス商戦などと世間では言っているが、収入は増えないため財布のひもは固く、消費には回らない。
□		求人情報製作会社（総務担当）	・現状より良くなる要素が見当たらない。
□		職業安定所（職員）	・11月に、地元有力紙が県内企業に対して行ったアンケートの結果、非製造業では人手不足を懸念しつつも、高い景況感を維持しており、製造業では中国経済の停滞や長期化する原材料の価格高騰等により、景況感は鈍いとされている。今後の物価高についての見通しが立たず、賃上げムードもどこまで浸透しているのか不鮮明で、景気の停滞は当面続くのではないかと。
□		職業安定所（職員）	・新規求人数は増減を繰り返しているが、求人倍率は上昇している。
□		職業安定所（職員）	・賃上げの原資である価格転嫁がなかなか進まない等、現在と比べ大きく変化する要因が見当たらない。
□		民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含ん引する製造業において、現場技能系の求人は少し減り始めたが、設計等の開発系求人は高止まりしている。
▲		—	—
×		—	—