

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）	・人の集まる機会が増え、価格転嫁もしやすくなってきている。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・葬儀の相談や予約がたくさん入っている。墓じまいや粉骨、ペットの粉骨も増えている。この流れは続くとみている。
	○	コンビニ（経営者）	・これから行楽等に向かうような客が、移動中に飲食する物を購入することが増えている。中食向けや飲料等が好調である。
	○	コンビニ（経営者）	・お盆時期で売上は下がる見込みだが、それ以外の日は猛暑が続けば来客数は増えるため、売上は例年以上になるのではないかとみている。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	・当店は日本酒等を中心とした醸造酒を扱っているのですが、2～3か月後は暑さも少し落ち着いてきて、今月よりも日本酒やワインのニーズが出てくるのではないかとみている。価格転嫁に対する許容は、今も2～3か月後も変わらず厳しいのではないかと。ただし、厳しいところもあれば、その反面伸びてくるようなところも出てくるような気がしている。
	○	観光型旅館（経営者）	・露天風呂の工事が完了することもあるが、比較的順調に予約が入ってきている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・当県で新たな世界遺産登録が決定されたことで、何かしらの好影響が期待できる。元々、インバウンドが他の地域より活況ではなかったため、この先インバウンド関係の増加が期待でき、観光関係は伸びるのではないかと。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・8月の宿泊に関しては、1年の最繁忙期であり高単価で売れる月となる。県内各地の祭りやアイドルのコンサート等、県内でイベントのある日に関しては、高単価で販売できている。お盆の個人宿泊が、例年より若干弱くなっているが、いずれにしろ、高価格でも利用してくれる客が多くなる月である。
	○	タクシー（経営者）	・猛暑の影響が出る可能性はあるものの、イベント等の開催に比例して、人出が増える。
	□	商店街（代表者）	・世間では給料が上がって景気が良くなったというが、それ以上に物価が上がっており、何のために給料が上がったのか理解できないところがある。
	□	商店街（代表者）	・定額減税、夏休み、インバウンド等、期待はするものの実態は伴っていない。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・このまま猛暑が続けば、季節商材の売上も伸びて関連業種においては多少の利益も得られそうである。ただし、全般的な値上げのなかで、消費者の財布のひもが緩むことはなさそうである。
	□	百貨店（経理担当）	・今後もしばらくはターミナル駅に開業した商業施設の影響を引きずると推測する。晩夏から秋物向け衣料商材の売上動向次第で、回復するか更に悪くなるかの岐路に立たされている。
	□	百貨店（営業担当）	・世間的に賃金はある程度上がっているとみられるが、やはり物価の方が上昇率が高い。そのため、相変わらず消費については慎重である。これはと決めた物については買うが、日用品は慎重になる。
	□	百貨店（店長）	・商材価格の上昇の影響がみられる。物価高騰の影響で客の節約志向が強く影響している。都内百貨店のようにインバウンドが来るわけでもなく、また、高額品が特別伸びているわけでもないため、非常に厳しい状態が続いている。
	□	スーパー（経営者）	・夏の天候安定と中小企業のボーナス支給後に期待する。
	□	スーパー（経営者）	・大型ホールで行われるイベント向けの仕出し注文を受けたところである。店頭販売以外の仕事も頑張って対応したい。
	□	スーパー（店長）	・米の入荷状況が安定せず不透明であるため、今後の米価によっては、消費動向が悪化していく可能性も考えている。
□	スーパー（副店長）	・今までこの先も、良くなる理由が見当たらない。	
□	コンビニ（経営者）	・今の売上は若干良いものの、すぐに涼しくなるので、今までと変わらない売上になる。	

□	コンビニ（店長）	・今年の夏も暑く推移するようなので、現状と変わらず余り良くないのではないかと。天候が大きく変わったとしても、販売量は期待できない気がするため、変わらない。
□	家電量販店（店長）	・来客数は前年からの変動は少なく、景気は横ばいと予想する。
□	乗用車販売店（経営者）	・当面は新型車イベントもなく、新車代替を促進する材料が見当たらない。
□	一般レストラン（経営者）	・このまま円安が続けば物価上昇も続けば、景気は変わりようがない。
□	スナック（経営者）	・全体としてはかなり良くなっているが、ここに来て、再び新型コロナウイルスの新規感染者数が増えているとの話もある。公費負担のワクチン接種が終わってある程度時間がたったので、多少の不安がある。
□	スナック（経営者）	・いつものことだが、あつという間のひと月で本当に困っている。地方は本当に大変である。何か良い策があったら教えてほしい。
□	スナック（経営者）	・ボーナス支給時期に入ったが、前月、今月と今までと変わらない売上しか上げられない。企業の朝のアルコールチェック実施により、早く帰る客がほとんどで、今後も売上を期待するのはなかなか難しい。
□	旅行代理店（副支店長）	・秋までは好調が維持される。旅行業界に関連する運輸、宿泊施設、レストラン等の値上げで、旅行控えや秋以降の景気後退が懸念される。
□	タクシー運転手	・金曜日以外は余り売上は伸びないし、期待もできない。夜の売上が伸びるかどうか次第なので、先のことは分からない。世間では物の値上げが頻繁に行われており、そちらの方が心配である。
□	通信会社（社員）	・新規エリアの開局が予定よりも遅れている分、見込みの新規加入にも多少影響がある。既存エリアの掘り起こしで穴埋めが必要である。
□	通信会社（社員）	・賃上げや定額減税が直接消費に結び付いていない。
□	観光名所（職員）	・当地は車でアクセスする旅行者が多いが、燃料価格の高騰によりマイカーでの遠出を控えることの影響を心配している。また、多くの人は物価高騰に見合う収入増加を得ていないのではないかと。旅客は戻ってきているが、財布のひもは固い感覚である。
□	遊園地（職員）	・パブリシティの獲得やイベント開催等、積極的な集客施策の実施や情報発信を行い、より多くの来客数を期待している。
□	ゴルフ場（副支配人）	・当ゴルフ場を取り巻く周辺環境や原価の高騰は変わらない。
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・コロナ禍で利用を中断していた団体客が戻ってきている。
□	その他サービス [クリーニング]（経営者）	・仕事でたまに海外に行くが、日本の物価が安く、このままで良いのだろうかと思いつくたびに懸念している。物価が安い方が生活は楽だが、世界基準にならないものかといつも考えている。
□	住宅販売会社（経営者）	・今後も猛暑が続く予報が出ており、高原の別荘地への関心度は高い。
▲	商店街（代表者）	・閉店する店が少し出ている。
▲	コンビニ（経営者）	・6月、7月は暑い日が続き、売上は少し上がっていたものの、7月は前年より雨が多かったこともあるのか、1日当たり3万円程度割っている。全般的に土日の客入りが、前年より少なくなっている。
▲	コンビニ（エリア担当）	・経費の高騰に対して売上が追いついていないため、やや悪くなる。
▲	自動車備品販売店（従業員）	・大手自動車メーカーの不正問題もあり、新車販売は前年割れが続いている状況下で、カー用品も伸び悩んでいる。
▲	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染拡大第11波の影響で、多少なりとも影響が出始めている。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊数やイベント数は、毎年8月がピークのため、少しずつ来客は減少する。
×	コンビニ（経営者）	・良くなる要素がない。

	×	衣料品専門店（経営者）	・物価高と猛暑により、売れるべき商材が売れなくなっている。
	×	ゴルフ場（経営者）	・米国大統領選挙の状況次第だが、日経平均株価が下落し、実質的な購買力低下の実態が浮き彫りになるだろう。
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。
	○	食料品製造業（営業統括）	・7月に開催された国産ワインコンクールを起爆剤として、関係先や消費者からの引き合いが期待できる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・事前情報として、9月、10月に向けて生産量が増える話が出てきている。
	□	食料品製造業（総務担当）	・小売店頭での販売動向が良いとはいえないため、変わらない。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・先行きは不透明だが、作品販売サイトでの売上が予想外にあるため、出品数等を増やして展開していきたい。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・消費動向に大きな変化はみられない。一部で猛暑による需要増加はあるものの、全体として耐久消費財への支出は抑えられる傾向が続く。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	・受注量は回復傾向にあるとみられるが、資材値上げのため内容が伴わない受注となり、経営を圧迫している。
	□	建設業（経営者）	・人手不足や物価上昇は続いているが、現状の景気は続くともみている。
	□	金融業（調査担当）	・製造業は在庫調整が緩やかに進むため、大幅な改善は期待できない。非製造業は、観光関連を中心に堅調だが、コスト増加の影響や人手不足の影響が懸念される。
	□	金融業（経営企画担当）	・賃金上昇はあるものの、実質賃金がプラスとならなければ景気は良くならない。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・折込広告の出稿数減少やサイズダウンによる単価の低下等で、前年比マイナス5%超となっている。
	▲	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・定額減税はジュエリーの消費喚起にはつながらなかった。円安から若干円高が進んできているとはいえ、本来の円の実力からは大きくかけ離れているため、景気が回復するにはしばらく時間が掛かる。
	×	食料品製造業（製造担当）	・当社としてはやはり値上げせざるを得ないものの、大手企業の価格据置きが続いているため、ますます価格差が広がり、売れなくなる傾向が続く。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが本当に大変である。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（営業担当）	・最低賃金上昇の報道等もあり、今後の商談内容は今まで以上に慎重に進めたい。
	□	求人情報製作会社（総務担当）	・変化がありそうな動きや変化自体がみられない。
	□	職業安定所（職員）	・インバウンドや国内旅行、大人数での宴会や会議の回復、イベントの復活等により、観光や宿泊、飲食、交通輸送業等は引き続き堅調に推移するものとみられる。ただし、人手不足やエネルギー価格、諸物価上昇の影響が、依然として懸念され、賃上げの浸透や定額減税等による消費拡大の状況も不透明である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・円安を改善しないと、厳しい状況が続く。
	▲	職業安定所（職員）	・世界経済の不安定さや減速、原材料費等の高騰、物価高などがマイナスの影響を与え続けている。
	▲	職業安定所（職員）	・物価高や円安による原材料価格の高騰等により、有効求人数の前年同月比は3か月連続で減少している。
×	—	—	