

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）	・インフレにより仕入高はあるものの、客単価も上昇し始め、一定の落ち着きを見せており、人の動きも活発になっている。
	◎	その他サービス [葬祭業]（経営者）	・病院や施設のケースワーカーからの問合せや依頼が増えている。また、親族からの遺品整理の依頼も増えている。1人分の持ち物は結構多いため、こうした依頼は今後ますます増えるとみている。
	○	商店街（代表者）	・競合店の改装という特殊事情は終わったが、観光客が増えており期待できる。
	○	百貨店（経理担当）	・天候にもよるが、冬物衣料の販売が堅調に推移し、年末商戦に期待を持てる。前年1月の能登半島地震の影響による反動で、前年を上回る売上が期待できる。
	○	スーパー（経営者）	・少子高齢化、同業他社との販売競争等、来客数には伸びる要素がないものの、外販部門で売上を伸ばしていきたい。
	○	自動車備品販売店（従業員）	・本格的な冬に向け、季節商材の売上は盛り上がりが見込まれる。
	○	スナック（経営者）	・物価が上がり続けて厳しいことは間違いないが、徐々にお金が回りだしている印象を受ける。少しずつ良くなっていくだろうと考えている。
	○	スナック（経営者）	・いよいよ忘年会や新年会シーズンとなる。コロナ禍も明け、それなりの人数での飲み会も可能になったので、前年より多少は良い数字になるのではと期待している。
	○	タクシー（経営者）	・人の動きが多くなるとみている。
	○	遊園地（職員）	・パブリシティの獲得やイベントの開催等、積極的な集客施策の実施や情報発信を行うことで、より多くの客の来園を期待している。
	○	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・冬休みや年末年始は最繁忙期の1つなので、期待している。
	□	百貨店（営業担当）	・現状、冬のボーナスが賃上げで増えてくれば、若干良くなると期待はしている。
	□	百貨店（店長）	・当社のような地方百貨店では、2～3か月先に現状から劇的に変わることはない。旅行者は確実に増えているものの、業績に影響を与えるほどのインパクトはない。
	□	スーパー（経営者）	・為替の円安傾向や中東地域の混乱といった不安要素はあるが、賃金上昇が続けば、消費は安定するとみている。
	□	スーパー（店長）	・全国的に食品の値下げ等は起きないため、買い回り傾向は変わらないと予想している。
	□	スーパー（副店長）	・正直、景気が良いと実感したことはない。新型コロナウイルスの感染拡大の際は、スーパーの売上は上がったが、内食需要が伸びたことによるもので、外食関係は落ちている。ここ1～2年は多くの品目が値上がりし、前年実績を達成してはいるものの、買上点数は減少している。
	□	コンビニ（エリア担当）	・エネルギー価格が高止まっている。物価も同様である。
	□	コンビニ（店長）	・これから年末年始になるため、行事的なにぎわいは出てくるとみているが、基本的な動きはほとんど変わらない。ただし、行事に関しても例年のように盛り上がってくるかどうかは微妙である。例年どおりになれば同じように推移する。
	□	家電量販店（店長）	・特段、景気が回復したとの情報はない。
	□	乗用車販売店（経営者）	・足元の新車受注は堅調なものの、新型車イベントが少ないことから現状水準で推移するとみている。
□	一般レストラン（経営者）	・急激な増加は見込めないものの、現状と同じように緩やかに回復していくという意味で、変わらない。	
□	都市型ホテル（スタッフ）	・11月は非常に悪い状況だったが、12月も年末商材、クリスマスケーキ、パーティーセット、おせち等の販売量が、前年同月と比べて少なくなっている。個人客の購買意欲がなくなっているとみている。	
□	旅行代理店（副支店長）	・先行きの見込み等が現状とほぼ変わらないことから、需要の高まりは継続すると考えられる。為替の状況や燃料費の高騰等が安定化した場合は、若干の上振れが予想される。	

□	タクシー運転手	・昼間の客も少ないが、夜11時以降の客が激減している。物の値上がり影響しているのか、現在の生活に不安を抱いているのか、外出機会が少なくなっている。特に、夜の飲み屋の動きが全く駄目である。
□	通信会社（社員）	・年末年始に向けて、テレビサービスのニーズが高まっていく頃ではあるが、コンテンツの弱さから伸び悩んでいる。現状維持を目標に活動していく予定である。
□	観光名所（職員）	・来客数は増えているものの、原材料費や光熱費の高騰が収支を圧迫している。また、スキーシーズンは降雪状況に左右されるため、先の見通しが難しい。
▲	商店街（代表者）	・中心的な商店街がなくなり、マンション街になる雰囲気さえている。
▲	商店街（代表者）	・1年半ほど前に当商店街のメインとなる食品スーパーが撤退してから、どんどん客が減り、これで商店街といえるのかというくらい少なくなっている。小売店も商品構成ができなくなって、このままだと当商店街は終わりになるのではないかと心配している。
▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	・年末商戦に乗りたいが、目新しい商材や購入意欲を誘う商材もなく、厳しい年末年始になりそうである。年が明けても厳しい状況は続きそうである。
▲	コンビニ（経営者）	・当地区は冬になると比較的降雪の機会が多い。そうなると来客数が伸び悩んで、売上の伸びは厳しくなる。
▲	コンビニ（経営者）	・11月はイベント開催時や休日の天候が良かったため、売上は前年並みである。12月はクリスマスや年末のイベントのみで、寒い日は人が動かなくなる。前年は近くの工事関係者が毎日来店していたが、今年は工事も終わり、その分売上は下がっていくとみている。
▲	コンビニ（経営者）	・経済が安定していないため、物価高や経費増加で経営する側としては悪くなる。売上が上がったとしても経費の負担が増えているため、景気が良いとは言い難い。
▲	その他専門店〔酒〕（店長）	・米価が4年前と比較すると1.5倍から2倍くらいに上がっているが、これが日本酒にも転嫁されることを懸念している。来年早々に米国の大統領も変わるため、そういったことから、消費の動向がどのように変わるのか懸念するところである。このままではいいが、そこまで良いかどうかは不確定要素が多い。
▲	一般レストラン（経営者）	・このまま物価上昇が続けば、この状況に慣れてしまうか消費意欲が落ちるかどちらかである。消費したとしても量が減る。
▲	観光型旅館（経営者）	・当旅館の主要な商圏は首都圏であり、首都圏からの客が減少する冬季は新型コロナウイルス感染症発生前と比較して100～105%の売上を予想している。地方都市では、まだインバウンドの影響は極めて少なく、売上への影響も余りない。オーバーツーリズムが叫ばれているが、ぜいたくな悩みで幾らでも対策はあると考えるが、インバウンドのない地域では、それ以前の商売が死活問題となっている。また、新型コロナウイルス感染症発生前と比較して売上は増えているものの経費も増えており、それほどうまくはいない。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・物価高の影響が続くことで、来客数や利用回数の減少が続いていくとみている。先の予約状況も動きが鈍く、能登半島地震の影響があった月と比較しても、大幅に伸長しているわけではない。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・今年は例年と比べてもかなり高水準で稼働している。単価も上がっているため売上も増えている。さすがに1月は落ちるとみているが、読めない。
▲	通信会社（社員）	・年末の電気通信事業法改正により、年末までに特需があればあった分だけ、法改正以降の落ち込みが、それ以上に来てもおかしくはない。
▲	ゴルフ場（副支配人）	・以前はよく来場していた高齢客の来場が減ったり、来場しなくなっている。また、新型コロナウイルス感染症による行動制限がなくなり、他の催事への動きからか、ゴルフ場への来場は減少傾向にある。
▲	住宅販売会社（経営者）	・別荘販売の動きが鈍化傾向にあるため、やや悪くなる。

	×	コンビニ（経営者）	・人件費等の経費が毎年増加しているため、小さな会社はこのままだと存続できなくなる。事業者負担となる政策が多すぎる。
企業 動向 関連	◎	—	—
(甲信越)	○	金属製品製造業（総務担当）	・半導体需給が回復することで、やや良くなる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・年末に向けて受注は増える見込みがある。しかし、物価高のため材料費等は増えている点が懸念される。
	□	食料品製造業（営業統括）	・インバウンド効果やボジョレーヌーヴォーの一時的な引き合いはあるものの、諸物価の上昇に加えて、一般消費者の購買意欲が減退してきており、今後の景気動向の見通しは厳しい。
	□	食料品製造業（総務担当）	・引き続き、原材料価格の上昇が見込まれている。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・予想が立たない。
	□	建設業（経営者）	・普通は冬季になると受注が落ち込むが、今年は落ち込み幅が少ない。
	□	金融業（調査担当）	・現状が続く見通しである。
	□	金融業（経営企画担当）	・物価高騰により、国内の消費が増えないため、変わらない。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・年末に向けての広告は、前年実績維持がやっとのペースで推移している。営業先でも年末年始にかけて、例年とほぼ変わらない動きである。
	▲	電気機械器具製造業（従業員）	・10月中旬から再び部品の納入が悪くなっている。納期が7か月先という物もかなり出てきているため、売上は伸びない。
	▲	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・通常11月から12月はクリスマス商戦用の需要が出てくるが、店頭販売の不振が続いているため、その気配がない。海外向けの国際展示会も今年後半は低調になっており、明るさがみえてこない。
	×	食料品製造業（製造担当）	・現状の単価設定では黒字化には相当に無理がある。仮に数量が伸びても赤字が増えるだけで、商品単価や原価を相当上げないと黒字にならない。ただし、その単価設定で買ってもらえるかは厳しいところである。
雇用 関連	◎	—	—
(甲信越)	○	職業安定所（職員）	・求職者数が増えない一方、求人数は増加の可能性が高いことから、やや良くなる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・働く意欲を出せるように、労使は国も含めて早急に対策を打つべきである。
	□	職業安定所（職員）	・前月同様、観光シーズンであることや年末に向けて消費行動は活発になるが、物価高騰に賃金上昇が追い付いておらず、年金生活者も節約を強いられている状況がある。政界再編で経済政策は流動的で、かつ米国前大統領の政権復活による世界経済への影響や中国経済の動向等、不安要素も多々あり、景気の先行きは不透明である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・目先の受注に追われているようで、数か月先は読めないとしている企業が多い。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比が4か月連続で減少している。
	×	—	—