

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)	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・遺品整理では、他人からは不要にしか見えない物でも当人にとっては捨てることのできない物がたくさんあると分かる。残された人は葬儀も含めて大変なため、葬儀費用を抑えようと、シビアになっている。
	○	百貨店（経理担当）	・前年発生の能登半島地震被災の反動が今後期待できるものの、物価高の影響は、引き続き不安材料となる。
	○	タクシー（経営者）	・人の動きが活発になり、年度末にかけて良い方向に向かうとみている。
	○	遊園地（職員）	・年末年始に向け、パブリシティの獲得やイベントの開催等、積極的な集客施策実施と情報発信を行い、多くの客の来園を期待している。
	□	商店街（代表者）	・商店街は最盛期と比べて、今は本当に半分以下になってしまっている。直接、生活に携わるような商材を売っている店が少ないため、このままでは今後どうなるか、日々人が減っていくような状況で、来年は当店も何か考えなくてはいけない。
	□	商店街（代表者）	・新年からの値上げ品目が多く、客の消費意欲が鈍ることが心配である。
	□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・値上がりした物が値下がりすることは難しく、よもや便乗値上げではないかとみられるものさえ見受けられる。消費者の購入意欲が湧かない限り、売上の伸びや利益はみえてこない。依然として、明るい先行きが見えてこない。
	□	百貨店（営業担当）	・相変わらず物価高の傾向で、ガソリン代は今月も値上げで、なかなか景気向上はしない。実質賃金は余り増えていないようなので、厳しい状況は変わらない。
	□	スーパー（経営者）	・前年の能登半島地震の反動や降雪の状況に左右されそうである。
	□	スーパー（経営者）	・景気は3月までは変わらないとみている。4月から新規の病院の仕事が増えれば、売上が20%ほど大きく増える可能性がある。
	□	コンビニ（経営者）	・コンビニだが、なかなか総体的に接客客数が伸びない。特に1～2月辺りは年間でも非常に売上が厳しい時期である。
	□	コンビニ（経営者）	・競合他社の出店で、全体の消費は増えるものと考えている。
	□	コンビニ（店長）	・ガソリン関係や流通関係がとて厳しくなってきた、値上げもまた出てくるとみており、併せて買い控えも出てくる。ただし、コンビニの業態として、日々の生活に溶け込んで密着しているため、客は余り生活基準を変えないとみている。そうした点から、若干落ちるかもしれないが、余り変わっていかないと考えている。
	□	家電量販店（店長）	・物価高や景気刺激策がないため、変わらない。
	□	その他専門店〔酒〕（店長）	・いろいろな物が非常に高くなっているが、好循環も生まれてきている。米国の新政権がどのような形になるかは予測できないが、もう少し好循環が進めば、価格上昇を補っていくとみている。
	□	高級レストラン（経営者）	・接待や個人の少人数の食事会等は堅調なもの、この先も団体の宴会や食事会は増えていかないと考えている。
	□	一般レストラン（経営者）	・恐らく悪くなっているが、同じ状況が続いているため変わらない。
	□	一般レストラン（経営者）	・年末年始の長期休暇中に客の消費、出費が増えるため、当店への影響も少なからずある。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会同様、新年会等の動きがあるため、大幅に動きが鈍い状況ではなくなっている。ただし、個人利用の動きが鈍く、大幅な伸長傾向にあるとは言い難い状況で、大きなプラスの影響はみえない。	
□	都市型ホテル（スタッフ）	・1月は季節柄もあるが、客が外出を最も控える月である。ただし、居酒屋関係などの忘年会や新年会は、この正月期間に同窓会などが入り、かなり混んでいると聞いている。ホテル等の高額な消費は避けられている。	
□	旅行代理店（副支店長）	・物価高に起因した旅行代金の上昇を受け、客足が伸びず受注も来客数も減少する。製造業の景気に陰りがあり、海外旅行は円安で動きが鈍くなる。	

	タクシー運転手	・県庁所在地の繁華街と違って、我々のところは少し田舎なので、観光客の影響も余りなく、夜の動きは悪く、昼の動きもなかなか良くない。	
□	通信会社（社員）	・特段、加入者が増える期待材料はないが、冬が本格化して降雪が多くなると、着雪障害等でケーブルテレビの需要が高くなる可能性がある。セールスポイントとして利便性を訴えていきたい。	
□	観光名所（職員）	・旅客は増えても物価高が利益を圧迫している。ガソリン等の補助金縮小による燃料代の高騰も懸念される。	
□	ゴルフ場（副支配人）	・今後の予約状況をみても、伸びが悪い。	
□	その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者）	・屋内レジャーは気温や天候に左右される部分もあり、寒い時期は屋外に比べ屋内が選ばれることが多くなる。個人や団体の利用が増えることを期待する。	
□	その他サービス [クリーニング]（経営者）	・景気は米国次第である。	
▲	百貨店（店長）	・この数か月、大きな変動はみられない。現在の物価高が続く限り、客の消費動向が大きく変わることはない。また、こうした状況が長引くと、徐々にではあるが購買に悪影響が出てくる。	
▲	スーパー（店長）	・ガソリン価格の上昇で、地方のスーパーでは買物頻度が減少し、財布のひもはより固くなると考える。	
▲	コンビニ（エリア担当）	・エネルギー高は変わらず、補助金の縮小や更なる値上げで可処分所得が減っていくため、やや悪くなる。	
▲	乗用車販売店（経営者）	・新型車イベントがしばらくないため、販売が上向き気配はない。供給不足が解消されてきたことで、需要期の価格競争は厳しくなると予想される。	
▲	自動車備品販売店（従業員）	・年末年始の燃料費高騰等の影響を受けるため、節約傾向がやや強くなり、厳しい状況が予想される。	
▲	スナック（経営者）	・新年会の予約は余り増えていない。また、自転車の飲酒運転の取締り強化以降、自転車で来店していた常連客がかなり減っている。これはもう回復しないとみているため、かなり長期に影響が出てくる。	
▲	スナック（経営者）	・今年も忘年会シーズンだが、さほど動きはなく、例年と比べるとかなり減っている。また、当地では降雪すると一気に来客数が減ってしまうため、1～2月はかなり厳しいと見込んでいる。	
▲	観光型旅館（経営者）	・近年、予約が宿泊や利用の間際になっている傾向だが、3月の予約は新型コロナウイルス感染症発生前の同時期の予約状況と比較して95%程度と余り良くない。やや悪くなると予想している。	
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・冬季は出張が減るのか、宿泊客数が減少しがちである。例年、1年を通して最も低迷するのが1月で、やや悪くなる。	
▲	通信会社（社員）	・電気通信事業法施行規則の一部改正の施行による影響が少なからず出てくる。	
▲	住宅販売会社（経営者）	・別荘に関する問合せはやや減少程度であるが、売買成約率が徐々に低下している。	
×	商店街（代表者）	・買物の習慣が変わったのだろうかというほど悪くなっている。	
×	コンビニ（経営者）	・冬場になり、物価高が響いているような客の買物の様子である。今年の1～3月は前年と比べると売上が10%ほど下がって、夏場は5%くらい低下している。この様子を見ると、来年はどうなるかと心配になってくる。	
×	コンビニ（経営者）	・増税や人手不足で、中小企業は生き残れない。	
×	コンビニ（経営者）	・1～2月は売上が回復するイベントなどがなく、物価高も続くと想定されるため、売上が回復する見込みがない。	
企業 動向 関連 (甲信越)	◎	—	
	○	金属製品製造業（総務担当）	・半導体需給が回復し、やや良くなる。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・春に向けた新生活需要による販売増加が見込まれる。ただし、食料品等、多くの商材が値上げしており、低価格の耐久消費財に売上が偏ることが懸念される。
	○	新聞販売店 [広告]（総務担当）	・消費喚起の出稿が増えてきており、年末年始の売上につながるような出稿等も増えている。

	□	食料品製造業（営業統括）	・一部の後発酒造メーカーは、インターネット販売等で消費者のマインドを捉えているが、ほとんどのメーカーでは、物価高騰、消費の落ち込みで、苦慮している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	・来春からの受注に期待感はあるものの、冬場の受注低迷期の予想はできない。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	・受注量自体は3か月分くらい確保できているため、変わらない。ただし、度重なる値上げのため、メーカーに受注が殺到しており、今後の部品供給が滞ることもありとみており、その点に多少不安がある。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・今年になって、金価格の高騰や円安が続いたため、価格が2倍近くになってしまった商材もある。客の購入希望額をはるかに超えるものばかりで、客はジュエリー離れしつつある。小売店側はようやく商材価格が高くなっていることに理解を示すようになってきているが、ここ数か月の売上低迷から、まだ積極的に新商品を仕入れる状況には至らない。
	□	建設業（経営者）	・売上金額的には変わらないが、数量的には落ちてくるとみている。
	□	金融業（調査担当）	・米国の新政権の通商政策の影響も懸念されるが、製造業は現状の弱さが続く見通しである。非製造業は、観光関連が本格的な冬季シーズンを迎え、底堅く推移するとみている。
	□	金融業（経営企画担当）	・日本銀行による金融政策の修正がされ、早ければ1月、遅くとも3月には利上げが行われる公算が大きい。大企業による賃上げの動向が徐々に出てきてはいるものの、中小企業まで賃上げが期待できるかと考えると厳しいとみている。物価の上昇に対して、全体の賃上げが追い付かない懸念もある。
	▲	食料品製造業（総務担当）	・引き続き原材料価格の上昇が予想される。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・11～12月にかけて、紙が値上がりしたため、受注量も減っている。特に、年賀状印刷は郵便料金の値上げに伴い、例年の3割減少の状況が続いている。2～3か月先も仕事はどうなるかと大変心配である。
	▲	電気機械器具製造業（経営者）	・案件はあるものの、受注の数量や頻度がやや悪い。見積依頼から受注につながらないこともあり、厳しい状況である。
	×	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)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・半導体関連等の製造業の改善と大型スーパー出店に伴う波及効果が期待できる。
	□	人材派遣会社（営業担当）	・地方企業のボーナスは少ないかまだ支給されていないため、非常に残念な状況である。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・円安、ガソリン等を含めた諸物価高騰が影響してか、企業マインドを下げる慎重な姿勢が続いている。
	▲	職業安定所（職員）	・求人の出方からは景気動向が不透明であること、また、物価上昇に賃上げが追い付かず、年金生活者も節約を強いられている状況が続くなか、経済政策が流動的であり、かつ米国の新政権発足による影響、中国経済の動向など不安要素も多い。このところ、燃料や原材料費の上昇等の影響による人員縮小や整理も若干見受けられる。
	▲	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比、5か月連続で減少している。
	×	—	—