

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)	◎	コンビニ（経営者）	・9月はまだ暑さがあり、乗客数を増やすためのセール等を、ずっとやり続けるという本部の意向もあるため、販売数はそこまで落ちないとみている。
	◎	乗用車販売店（経営者）	・中東情勢の影響により、ガソリン、オイル等の供給が懸念されるものの、電気自動車を中心に新車の販売は伸びてくる。
	◎	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・相談に来る人が増えている。また、打合せのときから具体的な依頼の話が出てくる。
	○	スーパー（経営者）	・8月からの仕事になるが、1か月100万円で年間1200万円になる仕事の問合せが来ている。何とか受注したい。
	○	コンビニ（経営者）	・夏休みの行楽需要が増えるため、やや良くなる。
	○	コンビニ（経営者）	・月末から気温が上昇し、少しずつ売上も増えている。この先は気温に左右される日もあるが、飲料や冷凍商材が売れることを期待している。
	○	自動車備品販売店（従業員）	・夏に向けエアコンガスの需要増やETC助成金なども始まるため、やや良くなる。
	○	その他専門店〔酒〕（店長）	・今月より良くなるとみているが、状況が不透明な上に、いろいろな情勢で今後も変化はある。3か月後は需要期になるため、期待も込めて多少は良くなるとみている。価格転嫁も慣れていくしかない状況だが、客の購入頻度は確実に下がっていくと予測している。
	○	高級レストラン（経営者）	・この先、中東情勢が完全に収束し物流が落ち着けば、人の流れも良くなり、売上も上がってくる。
	○	一般レストラン（経営者）	・中東情勢が少しずつ解消されて、必要な物資が動き出せば、多少景況感は上がる。ただし、慢性化した物価上昇傾向が緩和されなければ、景気の回復にはならないとみている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・コンサートや大規模なイベントがこの先も予定されていることから、予約状況は変わらず好調に推移している。また、フリー客も、どちらかという増加傾向にあるため、この先も良い方向に進む。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・年間で1番の繁忙期が8月だが、単価を上げたので予約から宿泊日までの期間が短くなっており、稼働率がここ数か月下がっている。売上は増えるものの、前年度と同じくらいに落ち着く可能性がある。
	○	タクシー運転手	・時期的に、7月からは暑くなることや地元を離れていた学生が夏休みに帰ってくることで、街がにぎやかになることを期待している。
	○	タクシー（経営者）	・梅雨明けに伴って、イベントが多数開催される予定のため、人出に期待したい。
	○	通信会社（社員）	・サービス提供エリアの拡張や新サービスの展開が控えているため、多少の伸びは期待できそうである。
	○	遊園地（職員）	・夏休みシーズンに入り、人気キャラクター等とのコラボやイベント実施を予定しており、積極的な情報発信を行い、より多くの客の来園を期待している。
	○	ゴルフ場（経営者）	・世界情勢の安定を期待する。
	○	設計事務所（経営者）	・行政や民間での建設、設備投資の動きが活発で、社会インフラや建設業関係の業務発注量の増加が見込める。資材単価の上昇により、イニシャルコストは増加する傾向だが、携わる技術者単価の上昇に根拠があるため、事業者として価格転嫁が可能で、賃金に反映する経営計画を立てられている。
	□	商店街（代表者）	・2～3年前との大きな違いは、以前は平日の人出は余りなかったが、今は逆に土日の方が人が出てこず閑散としているほどである。このままでいけば、商店街は長くは持たないほどの人出しかなくなっているため、心配している。
□	商店街（代表者）	・夏休みを中心に観光シーズンが始まるものの、ガソリン価格の動向が気掛かりである。	
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・現在のエアコンやLED照明の動きは前倒しの購入のため、この需要が落ち着いた後の状況が不安である。更なる商品の値上げが報道等されるなかで、先の予測ができず販売側は厳しい状況が続くそうである。	

	□	百貨店（経理担当）	・中東情勢は安定したかのようにみえたが、まだ予断を許さない状況が続いており、景気の底上げ、回復基調になるとはいえない。株高や政策金利上げは、ほとんど売上に影響しない。
	□	百貨店（営業担当）	・変わらないというか分からないというのが率直なところである。中東情勢がこの先どうなるのかは不確実性があるため、それによって良くも悪くもなるという状況である。
	□	コンビニ（経営者）	・コンビニ業界では、比較的来客数が伸び悩んでいる。こうした状況を考えても、前年の売上以上に伸ばすことはやや難しくなっている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・物価の上昇は今後も続くため、変わらない。
	□	コンビニ（総務担当）	・高額商材の購入は抑えられるものの、気温の上昇に伴って、ドリンクや氷菓、冷麺などの需要は伸びていく。
	□	家電量販店（店長）	・工事枠などは、1か月間予定が埋まっており、新規工事ができない。
	□	一般レストラン（経営者）	・キャッシュレス決済の比率が上がってきている。プレミアム付商品券の動きはそれほど多くはない。
	□	スナック（経営者）	・これから夏に向けて暑くなり、納涼会や飲み会が増えると考えている。ただし、依然として団体客の動きが悪く、コロナ禍以降、少人数の宴会が主流となっている。なかなか厳しい状況で、大きな売上は期待できない。
	□	旅行代理店（副支店長）	・物価高はそれほどの影響はないが、世界情勢、特に原油供給の不安定さが解消されない限り、景気上昇にはならない。一般消費が増えているのは、物価高の影響にすぎない。
	□	通信会社（社員）	・中東情勢等を含めても、サッカーワールドカップの盛り上がり以外は、景気上昇の気配が余り見受けられない。
	□	ゴルフ場（副支配人）	・物価上昇が収まらない限り、年金受給者や所得増加が見込めない客のプレー回数の減少、ゴルフ離れが続く。
	□	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・夏休みは屋外レジャーが盛んになる時期だが、猛暑になれば屋内レジャーの利用が増える可能性はある。物価高騰など社会情勢の影響も、今後の不安要素ではある。
	▲	商店街（代表者）	・不要不急な物は買わない雰囲気である。
	▲	百貨店（店長）	・夏物商戦はロングランなので、このまま盛り上がりがないことが懸念される。世の中全体的に消費マインドにプラスに働くようなモノやコトが希薄になっていることも、消費者心理の底辺に潜んでいるとみている。
	▲	スーパー（経営者）	・価格上昇で、客の節約志向は高まる。
	▲	スーパー（企画担当）	・中東情勢の影響による石油化学製品関連の値上がりが見込めると考えている。
	▲	コンビニ（店長）	・今月、近所に同業他社がオープンするため、当店の景気は若干悪くなるとみている。
	▲	乗用車販売店（総務担当）	・中東情勢に対する不安がある。
	▲	観光型旅館（経営者）	・中東情勢を受けて、2001年の同時多発テロのときのように、海外旅行をキャンセルして国内旅行にシフトする動きが増えると考えていたが、今回はそうした動きはない。また、前年6月は猛暑だったため、早い段階で、夏休みに涼しい当地への旅行を計画する動きもあったが、今年は前年ほどは暑くないため、8月の予約の伸びが遅い。
	▲	観光名所（職員）	・燃料や宿泊代が高いため、レジャーも節約傾向なのか、夏の行楽シーズンを前に、個人の予約に伸びがない。
	×	スーパー（副店長）	・中東情勢が落ち着かない限り、真の景気回復はあり得ないため、将来に不安を感じながら過ごしている。
	×	コンビニ（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
	×	スナック（経営者）	・もう、昔のようには戻らない。かなりの数の居酒屋が潰れるとみている。
企業 動向 関連  (甲信越)	◎	金属製品製造業（総務担当）	・半導体の需給が回復し良くなる。
	○	食料品製造業（営業統括）	・夏に消費が落ち込む分をカバーするアイテムを発売し、そちらの受注件数が増えている。
	○	電気機械器具製造業（経営者）	・継続性のある受注が増えている。原材料の入荷遅延や価格高騰に懸念はあるが、見積案件も増えており、良くなるとみている。

	○	建設業（経営者）	・ 価格上昇は避けられないが、各業界の工夫で対処することで、結果的に全体の景気は落ちないとする。
	○	金融業（経営企画担当）	・ 中東情勢が落ち着き、原油や原材料が市中に安定的に出回り、建設、製造と幅広く円滑な受注が見込まれる。
	□	食料品製造業（総務担当）	・ 原材料価格が下がらないうちは、景気の向上はない。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	・ 円安が継続し原価が高止まりの状態、業績を圧迫している。また、小売業者のSPA化（企画製造販売の自社一貫化）の進展により競争環境が激化しており、販売方法の転換が課題となっている。
	□	電気機械器具製造業（従業員）	・ 7月から値上げが予想されている影響もあって、原材料の入荷遅延が生じているようである。現状どおりならばよいが、遅延がひどくなると少し厳しくなる。
	□	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ 金相場は今後まだ下がるとみている。現在の下落状況からすると、売上は減少するものの、秋口の商品作りにはプラスとなる。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ 特注品の納品以降の受注状況は未定で、予測が立てにくい。材料価格の高騰が加工賃料にも影響し始めており、受注数の減少が予想される。
	▲	金融業（調査担当）	・ 不透明な中東情勢の影響が当面続くとみている。在庫で対応できていた企業でも、石油関連のコスト増加などの影響が顕在化する可能性がある。また、賃上げ率が想定していたよりも低いため、個人消費が下押しされることも懸念される。
	×	食料品製造業（製造担当）	・ 系列スーパーの全店で数量が減っており、前年並みまでにもっていくのが非常に厳しい状況である。
	×	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)	□	人材派遣会社（営業担当）	・ 世界情勢が直接生活に関わっているため、変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・ 中東情勢の不安定さを懸念する状況が続くなか、原材料の調達難や価格の高止まり、更なる上昇などを憂慮して積極的な事業展開を図りにくい状況は、今後も続く。
	□	職業安定所（職員）	・ 将来の景気は、製造業に復調の兆しがみられるものの、中東情勢の不透明感が強く、依然として先行きへの不安が大きい状況にある。
	□	職業安定所（職員）	・ 月間有効求職者数、月間有効求人数共にほぼ横ばいで、余り上向き要素も下がる要素も見当たらないため、変わらない。
	▲	民間職業紹介機関（経営者）	・ 著しい円安が輸入価格に影響し、物価高が止まらない。企業は採用に慎重な姿勢を崩さず、明るい話がなくなっている。
	×	—	—