

(5) 甲 信 越



甲信越地域では、景気は緩やかに回復している。

- ・ 鉱工業生産は持ち直しの動きがみられる。
- ・ 個人消費は持ち直している。
- ・ 雇用情勢は改善の動きがみられる。

(注) 下線を付した箇所は、前回からの変更のあった箇所を表す (は上方に変更、 は下方に変更)。

前回からの主要変更点

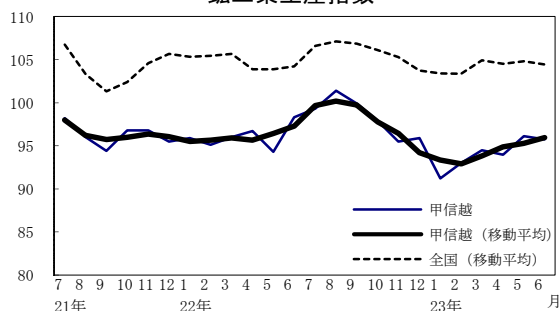
	前回 (令和5年5月)	今回 (令和5年9月)	
雇用情勢	持ち直している	<u>改善の動きがみられる</u>	↑

1. 鉱工業生産の動向

鉱工業生産は持ち直しの動きがみられる。

4-6月期の鉱工業生産は、前期比2.5%増となった。月別にみると、4月は「汎・生産・業務用機械」が減少したこと等により前月比0.6%減、5月は「汎・生産・業務用機械」が増加したこと等により同2.3%増、6月は「輸送機械」が減少したこと等により同0.4%減となった。

鉱工業生産指数



域内主要業種の動向(季節調整値、前期(月)比) (%)

	付加価値 ウェイト	生産				
		1-3 月期	4-6 月期	4月	5月	6月
電子デバイス、電気・情報通信	28.9	▲5.2	2.5	1.8	1.6	▲0.7
汎・生産・業務用機械	24.8	▲3.1	5.1	▲3.0	5.7	▲0.3
食品・たばこ	12.0	▲3.0	—	▲0.5	1.1	—
石油・石炭、化学、プラスチック	10.3	▲2.0	▲0.5	▲0.3	▲0.6	0.9
鉄鋼業、非鉄金属、金属製品	8.8	▲3.2	▲2.0	▲1.5	▲2.0	1.3
鉱工業	100.0	▲3.7	2.5	▲0.6	2.3	▲0.4

- (備考) 1. 2015年=100 (全国は2020年=100)、季節調整値。
甲信越の最新月は速報値。
2. 全国及び甲信越の太線は中心3か月移動平均。
直近月は2か月平均。
3. 甲信越は内閣府にて算出。

- (備考) 1. 地域における付加価値ウェイトの高い5業種。
2. 4-6月期、6月は速報値。速報値において、化学は医薬品を除いたもの、食品・たばこは公表されていない。
3. 業種は内閣府にて分類。

2. 個人消費の動向

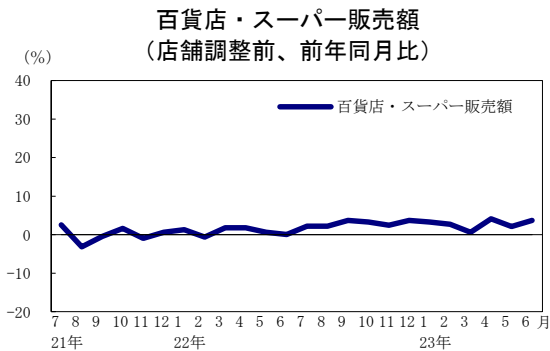
個人消費は持ち直している。

(1) 地域別消費総合指数 (RDEI (消費))

4-6月期は前期比 0.1%減となった。月別にみると、4月は前月比 0.9%減、5月は同 0.4%増、6月は同 0.3%増となった。

(2) 百貨店・スーパー販売額

百貨店・スーパーは、4-6月期は前年同期比 3.3%増となった。月別にみると、4月は前年同月比 4.1%増、5月は同 2.1%増、6月は同 3.7%増となった。



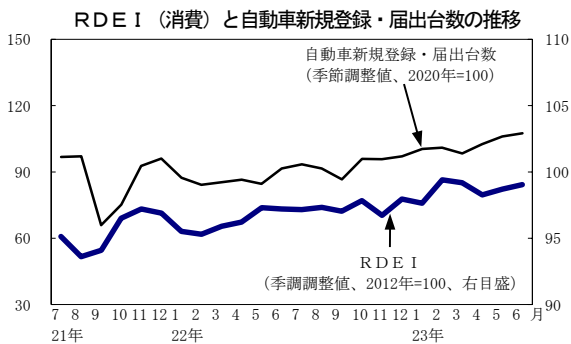
	2023年4-6月	2023年4月	5月	6月
RDEI (消費*1)	▲0.1	▲0.9	0.4	0.3
百貨店・スーパー(*2)	3.3	4.1	2.1	3.7
乗用車(*3)	19.7	18.4	24.8	17.0
(季節調整値) (*3)	5.4	4.2	3.4	1.3

(備考) 1. 季節調整済前期(月)比 (%)

2. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)

百貨店・スーパーは内閣府にて算出。

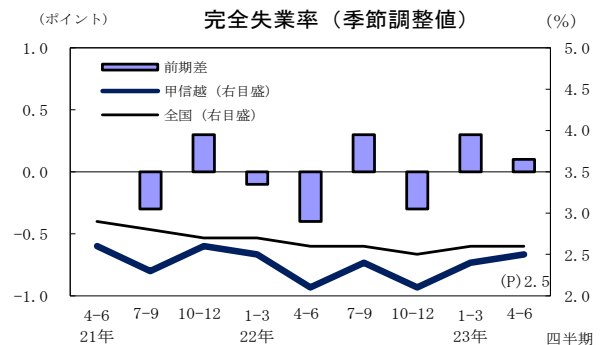
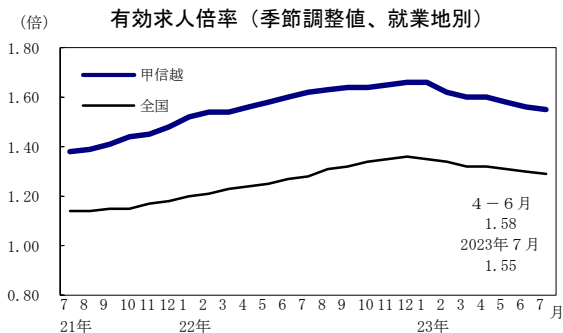
3. 乗用車は、新規登録・届出台数(上段は前年同期(月)比(%))



3. 雇用情勢

雇用情勢は改善の動きがみられる。

有効求人倍率は低下しているものの、前回の景気循環の平均的な水準にある (P10 参照)。一般労働者の定期給与は上昇している (P10 参照)。完全失業率は前期を上回っている。



(備考) 1. 内閣府にて季節調整。

2. 4-6月期の値は暫定値。

(13) 景気ウォッチャー調査（令和5年7月調査）景気判断理由の概要

5. 甲信越

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野		判断	判断の理由	
現状	家計動向関連	□	・このところの猛暑で、やっとエアコンの動きが出てきたところである。買換え需要が多く、買い増しや新規購入は少ない。思いの外、消費意欲がない（一般小売店〔家電〕）。	
		○	・周辺でのイベント再開に伴う予約品や買上点数の増加で、やや良くなっている（コンビニ）。	
		▲	・前月と比べて、車検、一般整備、車両販売のいずれも目標を下回っている。ガソリン代や生活必需品の値上がり等、マイナスの影響が出ているように感じている（乗用車販売店）。	
	企業動向関連	□	・クラフトフェア等、イベントでの動きは回復している（窯業・土石製品製造業）。	
		○	・サービス業の業況が改善傾向にある（金融業）。	
		×	・電気代と原材料価格の高騰が、値上げ分を相殺してしまう（食料品製造業）。	
	雇用関連	□	・求人数は相変わらずで、条件もハードルが高く、該当者がいない。マッチングがうまくいかない（人材派遣会社）。	
		▲	・当社も含めた周辺の求人情報誌に求人掲載する会社が、想像以上に減少している。ただし、理由は不明である（求人情報製作会社）。	
	その他の特徴コメント			◎：7月後半に入り、急激に忙しくなっている。通常、ゴールデンウィーク明けから6月にかけては法人需要や同窓会等の団体需要が多い時期だが、まだ多少新型コロナウイルス感染症の影響が残っていた。7月後半からは夏休みで家族や個人需要がメインの時期となるため、すっかり新型コロナウイルス感染症発生前の人の動きになり、逆に以前よりも増えているぐらいである（観光型旅館）。 ○：企業や団体の予約が増えてきている。一般の来客数も増えている（その他レジャー施設〔ボウリング場〕）。
	先行き	家計動向関連	□	・観光客数が増えてきているため、来客数は増えている。ただし、得意客の来店は増えていない。また、物の値上げが続いており、節約志向がみられる（百貨店）。
○			・地域イベントの復活傾向に伴い、人流が増えるのではないかと（一般レストラン）。	
企業動向関連		○	・物価上昇も落ち着き、旅行業を中心に前年と比べて需要が増えるのではないかと（新聞販売店〔広告〕）。	
		▲	・仕入価格と値上げ価格のバランスは取れているので、景気は大きくは変わらない（建設業）。 ・紙代の値上げ等に伴い、8月から封筒類を値上げする。前年から2度目の値上げであるが、値上げによるマイナス分を取り返すのは大変である（出版・印刷・同関連産業）。	
雇用関連		□	・円安により原材料やガソリン等の価格が高止まりしており、現場技能者以外の採用への影響が続くとみている（民間職業紹介機関）。	
その他の特徴コメント			○：新型コロナウイルス感染症の第9波が落ち着き、供給が更に増えれば、新車や中古車の需要は増加が見込まれる（乗用車販売店）。 □：8月に入ると、連休などもあり、毎年、売上が減少傾向となる。第1の課題は従業員の確保で、集客のためにもスタッフが必要になってくるため、まずはそこから改善していかなければいけない（スナック）。	

(D I) 現状・先行き判断D I（甲信越）の推移（季節調整値）

