

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） | ・最近は少人数でお寺から僧侶を呼ばない自由葬が増えている。葬儀の在り方や考え方にも変化がみられる。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | ・このまま新型コロナウイルスが収まれば、学校も通常授業ができるようになり、クラブ活動も盛んになっていく。いろいろなスポーツ大会も始まると期待している。 |
| | ○ | 百貨店（店長） | ・新型コロナウイルス感染拡大防止のための自粛解除もあり、人出が戻りつつある。感染拡大がないという前提だが、徐々に戻るのはないか。 |
| | ○ | スーパー（経営者） | ・政府から1人10万円の給付金の入金があった。あと3回ほど給付金があれば消費が回復していくのではないかな。 |
| | ○ | コンビニ（店長） | ・新型コロナウイルス感染第2波の心配もあるものの、感染拡大がなければ、今までが悪かっただけにこのまま少しずつ回復していくのではないかな。 |
| | ○ | 乗用車販売店（経営者） | ・新型コロナウイルス感染の第2波への懸念は残るものの、新型車の発売もあるため、徐々に新車需要は回復してくる。 |
| | ○ | その他専門店〔貴金属〕（営業） | ・現状が営業できていない状態なので、それよりは良くなる。 |
| | ○ | 高級レストラン（経営者） | ・新型コロナウイルス感染拡大の第2波がなければ良くなる。 |
| | ○ | 一般レストラン（経営者） | ・極端には増えなくても、人の流れは多くなる。地方単位で行われる支援の企画の効果が多少は表れるのではないかな。あくまで今と比べればという話である。 |
| | ○ | 観光型旅館（経営者） | ・県をまたぐ移動自粛が緩和され、また、市や県の観光誘客キャンペーンが始まっている。更に夏からは「Go To Travel キャンペーン」もある予定なので、新型コロナウイルスの状況を見ながらではあるが、徐々に客足が戻ってくると予想される。 |
| | ○ | 都市型ホテル（支配人） | ・現在のビジネス利用客に加えて、今後は不要不急の外出を自粛していた方々の宿泊利用が見込まれる。 |
| | ○ | 都市型ホテル（スタッフ） | ・緊急事態宣言解除等が大きく影響し、自粛ムードからの反動で、毎週のように個人利用が活発になっており、夏休み等に期待ができる。ただし、キャッシュレス還元事業終了の影響がどの程度あるのか、また、法人利用の動きが鈍い現状から考えると、大幅な改善にはつながらない恐れもある。 |
| | ○ | 都市型ホテル（スタッフ） | ・6月20日過ぎくらいから、若干個人の動きが良くなっている。19日に県をまたぐ移動の自粛制限が解除され、少しずつだが県外からの客が増えてきているので、6月よりも7月に期待が持てる。ただし、法人需要の宴会はいまだに入ってきていない。 |
| | ○ | タクシー運転手 | ・2月は値上げした関係で前年比105%、3月は同75%、4月は同47%、5月は非常に悪く同42%だった。6月は今のところ前年比70%近くまでは戻りそうである。お盆頃になると同80%ぐらいまで回復するような気がしている。 |
| | ○ | 通信会社（社員） | ・ある程度、底は脱した感はあるが、まだ様子見の段階である。新型コロナウイルス禍のなかで、売上を落とさないように、これまでとは違ったアプローチが必要になる。 |
| | ○ | 観光名所（職員） | ・キャンペーン施策の後押しや、夏のハイシーズンを迎えるため、今後徐々に来客数は増えていくと思うが、1日の来訪者数を制限する等、もろもろの対策を施した上での営業となるため、大幅な景気回復には程遠い状況である。 |
| □ | 商店街（代表者） | ・落ち込んだ分は多少戻ったが、新たな需要があるようには思えない。 | |
| □ | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・新型コロナウイルスの影響による解雇者が身近にみられたり、飲食業や宿泊業の不安定な様子を垣間見ると、先行きの消費動向が良くなるとは感じられない。消費者の購入意欲を出させるためのイベント等の開催も難しいなかでの商売は厳しい。 | |
| □ | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・平常に戻るには時間がまだ掛かる。 | |
| □ | 一般小売店〔薬〕（経営者） | ・新型コロナウイルス感染の第2波は不可避で、なかなか客足が戻らない。 | |

| | | |
|---|------------------------|---|
| □ | 百貨店（営業担当） | ・依然として新型コロナウイルスの収束の先行きが分からないので、来客数も現在同様、少ない傾向が続く。 |
| □ | 衣料品専門店（経営者） | ・期待できない。 |
| □ | 自動車備品販売店（従業員） | ・新型コロナウイルスの第2波、第3波を警戒しているためか、来客数は戻りつつあるものの、客単価は伸びていない。消費に慎重な姿勢がみられるため、変わらない。 |
| □ | 一般レストラン（経営者） | ・依然として回復基調にならない。変わらないと回答したが見通しは暗い。 |
| □ | スナック（経営者） | ・新型コロナウイルスの影響で、売上は当然激減している。少し収まった感のあった感染者が、また少しずつ増え始めてきており、若干だが戻ってきた客が再び来なくなるのではないかと危機感を抱いている。 |
| □ | 旅行代理店（副支店長） | ・Go To Travelキャンペーンの骨子が定かでないこともあるが、新型コロナウイルスの感染状況を見ていると、キャンペーン以外の旅行需要、企業出張等は激減である。また、修学旅行や秋の団体旅行の中止、取消しも多く見られ始めている。 |
| □ | 通信会社（経営者） | ・先が全く見通せない現状で、良い材料が見つからない。相変わらず厳しい状態が続くとみている。 |
| □ | ゴルフ場（経営者） | ・今後も新型コロナウイルス感染防止のため、パーティーの中止、昼食の一部カット等、客単価の低下が顕著になっている。 |
| □ | その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者） | ・夏休みに入れば、多少客足の動きを期待はするが、それほど大きく動くとは考えられない。自粛が解除され経済活動が再開されるなか感染者は減っておらず、今後感染の第2波の恐れもあり、厳しい状況は依然として続くと考えられる。 |
| □ | 住宅販売会社（経営者） | ・県外客相手の当社にとって、新型コロナウイルス渦の影響が大きく、別荘需要の回復には時間を要する見込みである。 |
| ▲ | スーパー（経営者） | ・ボーナスや残業代の減少、失業等、家計へのマイナス要因が心配である。 |
| ▲ | スーパー（経営者） | ・6月でキャッシュレス5%還元キャンペーンも終了し、消費者心理が節約志向に移行するため、先行きは不透明である。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | ・会社関係の出勤日数が減ることにより、来客数が減って、やや厳しい状態が続く。今後はすぐに良くなるとは思っていない。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | ・当店はコンビニなので、今はそれほど変わりが無いが、周りは新型コロナウイルスで結構打撃を受けている。景気は悪くなる。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | ・レジ袋有料化やキャッシュレス還元の終了で、客の買い控えが起きそうな気配で、やや悪くなる。 |
| ▲ | コンビニ（エリア担当） | ・新型コロナウイルス感染の第2波への懸念や東京のり患率増加に伴い、外出がシビアになることが予想される。 |
| ▲ | 家電量販店（店長） | ・世界的な景気低迷が報道されているため、収入減により購買意欲が低下する。 |
| ▲ | スナック（経営者） | ・また少し新型コロナウイルス感染者数が増えてきているので、若干悲観的になっている。何とか治まってほしい。 |
| ▲ | 設計事務所（経営者） | ・しばらく様子を見てから判断しようとする客が多くなるのではないかと。 |
| × | 商店街（代表者） | ・夏休みの短縮や団体旅行の自粛等、当面の間は元に戻ると思われる要素がない。秋から新型コロナウイルス感染拡大第2波がくることが予想されており、年内の希望が持てない。 |
| × | スーパー（副店長） | ・今後、新型コロナウイルスで大きな影響を受けた経済も、どこまで戻れるかが不透明である。こうした影響も周り回って、いろいろな業種に影響を及ぼすので、景気は悪くなる。 |
| × | 衣料品専門店（経営者） | ・新型コロナウイルスの収束がはっきり分からない限り、今の状況のままでは全く売上がない。 |
| × | その他専門店〔酒〕（店長） | ・新型コロナウイルス感染第2波の前兆の状況にあるのではないかと。2～3か月先は、非常に目測が厳しい。まず飲食店のスリム化が今から起きる。我々も非常に厳しいと思うが、できるだけ地域に目を向けながら、営業をしなければいけない。 |
| × | スナック（経営者） | ・前年の台風被害と新型コロナウイルスで、本当にぶつけるところがない状態で、路頭に迷っている。 |

| | | | |
|----------------|---|---------------------|---|
| | × | ゴルフ場（経営者） | ・新型コロナウイルス感染の第2波への不安も含めて、長期化するのではないかと。 |
| 企業 動向 関連 | ◎ | — | — |
| (甲信越) | ○ | 食料品製造業（製造担当） | ・ようやく県をまたぐ移動ができるようになり、店も集客ができるので、今よりは良くなる。 |
| | ○ | 食料品製造業（営業統括） | ・今年19日に文化庁が甲州市のワイナリー数社を日本遺産に認定したのをきっかけに、今後、ワインに関心のある多くの見学者の来場が見込まれる。ただし、今の状況だと急激に戻ることは期待できず、秋に向けて徐々に、ぶどう狩り等で増加するものとみている。 |
| | ○ | 一般機械器具製造業（経営者） | ・客からの受注が少しずつではあるが回復してきている。ただし、海外で受注低迷が継続している地域はある。 |
| | ○ | 新聞販売店〔広告〕（総務担当） | ・今月中旬に、県をまたぐ移動の制限も解除となり、人、物、お金が動き始めれば現在よりは良くなってくる。しかし、新型コロナウイルス以前の水準に戻るにはかなりの期間がかかると予想している。 |
| | □ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・特注品の対応があるため、しばらくの間は良好な見通しである。 |
| | □ | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・受注、生産ともに、当面は現状維持で推移する。 |
| | □ | 建設業（経営者） | ・緊急事態宣言が解除されても、景気が元に戻るには考えにくく、現状を踏まえ受注を考える必要がある。 |
| | □ | 金融業（調査担当） | ・景気は底打ちの動きがみられるものの、戻り方が鈍く、当面は厳しい状況が続く。 |
| | ▲ | 食料品製造業（総務担当） | ・夏の暑さは年々ひどくなる。また、新型コロナウイルスの余波で、大事なイベント関係がことごとく中止になること等を考えると、前年より売上は減少する。 |
| | × | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・新型コロナウイルスの影響もあり、どんどん悪くなっている。 |
| | × | 電気機械器具製造業（経営者） | ・見通しが立つ案件が少ない。 |
| | × | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | ・小売市場は多少動きが出てきたとはいえ、業況改善には程遠い。金融機関の後押しのお陰で何とか持ちこたえている。海外との往来規制から、中国人バイヤー向けの販売はいまだゼロで、国内でも本格的な展示会開催までには、まだ数か月かかることから、厳しい状況はしばらく続く。 |
| | × | 金融業（経営企画担当） | ・海外では新型コロナウイルス感染の第2波に対する懸念が大きくなってきている。再び、先進国の中心都市がロックダウン等になった場合には、更なる景気悪化の可能性もある。正常に戻るにはまだ時間がかかる。 |
| 雇用 関連 | ◎ | — | — |
| (甲信越) | ○ | 職業安定所（職員） | ・新型コロナウイルスが完全な終息とはなっていない。感染対策を施した上での営業再開のため、多少は良くなるかもしれないが、以前と同じ業績にすぐ戻せるとは思えない。 |
| | □ | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・新型コロナウイルスの影響で、先行き不透明となっており、求人については今後しばらく見通しが立たない状況である。 |
| | □ | 職業安定所（職員） | ・新型コロナウイルス禍の終息する兆しが、まだみえない。 |
| | ▲ | 民間職業紹介機関（経営者） | ・製造業では、米国、EU、中国等アジア諸国と密接な関係にある企業が多い。受注減が続いており、先の見通せない状況が続いている。 |
| | × | 人材派遣会社（営業担当） | ・新型コロナウイルス対策で、在宅ワーク等、社員も含め要員の配置転換を検討し始めた企業もあり、全体的に人員削減傾向で失業者は増えるのではないかと。 |
| | × | 職業安定所（職員） | ・財源の確保もなく、助成金などをばらまいているため、将来の不安要素が大き過ぎる。増税等、問題を今後先送りしているため、悪くなる。 |