

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)	◎	都市型ホテル（スタッフ）	・個人客の動きになるが、Go To Travel、Go To Eatキャンペーンの効果は、10月に東京都が解禁になるので、今月よりも必ず伸びてくる。ただし、法人企業の動きはいまだにやや低迷中である。
	○	スーパー（経営者）	・年末に、1万円で1万5000円分購入できるプレミアム付商品券が発売される。総額48億円の事業で、取扱登録店に申込みもしている。消費が増えると思うので期待している。
	○	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染再拡大と季節性インフルエンザの流行が懸念されるものの、消費税増税後の反動減からの回復、新型車イベントの効果による新車の販売増を見込んでいる。
	○	自動車備品販売店（従業員）	・県外からの人の動きも徐々に増えてきており、今月よりはやや良くなる。
	○	高級レストラン（経営者）	・Go Toなどの景気刺激策がこれからも順次出てくるようなので、多人数の宴会等はなくなっても、個人客の動きには期待が持てる。
	○	一般レストラン（経営者）	・新型コロナウイルス感染拡大の第3波が来ないことを願いつつ、希望的観測も込めての回答である。
	○	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス次第だとは思いますが、多少収まってきているので、人出につながってもらいたい。
	○	観光型旅館（経営者）	・Withコロナの状況で、感染予防の手法が徐々に定着し、人の動きが出てきている。先行きは例年比の60～70%程度で推移するとみている。
	○	都市型ホテル（支配人）	・10月からGo To Travelキャンペーンの東京在住者の利用が可能となるため、問合せや予約が増えてきている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・Go To キャンペーンが分かりにくいという話はよく聞くが、それでも利用しようという客は多くいる。トラベルだけでなく、これからいろいろなキャンペーンがスタートすることから、以前よりは多少消費が伸びると予測している。あとは法人や団体利用が回復すれば、格段に良い方向に向かう。
	○	旅行代理店（副支店長）	・新型コロナウイルス感染拡大にしなければ、旅行需要も徐々に回復してくるのではないかと。Go To Travelキャンペーンにより、個人需要は少し回復感があるものの、やはり新型コロナウイルス次第となりそうである。企業や団体旅行については、いまだ自粛傾向が非常に強い。
	○	通信会社（社員）	・年末商戦は冷え込むと思われるが、通信費を見直すきっかけになると想定されるため、駆け込み需要に期待が持てる。
	○	観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの感染者数の動きにもよるが、今後はWithコロナで徐々に来客数は戻るのではないかと。
	□	商店街（代表者）	・昔は景気が良くて余計な物でも買っていきような雰囲気があったが、今は必要な物以外は買わない。また、人が街に余り出てこなくなったのも一つの原因で、これから先もそれほど変わらない。
	□	商店街（代表者）	・Go To事業が本格化してくるが、新型コロナウイルスのワクチンや治療薬等が普及しない限り、期待は持てない。
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・Go To Travelキャンペーンも拡大し、興味を持つ客もみられる一方、相変わらず商材への出費は必要に迫られての購入が多い。全体的に消費者の購入意欲を出させるにはまだ厳しい状況である。	
□	一般小売店〔家電〕（経営者）	・新型コロナウイルスの流行が早く落ち着き、安心して自由に動けるような世の中にならないと、なかなか良くはならない。	
□	一般小売店〔薬〕（経営者）	・皆、先行きが不安なため、いろいろなことができずにいる。	
□	百貨店（営業担当）	・集客できる物産展やイベント等の催事は、以前のような形で展開できない。どうしても来客数を絞ったり、イートインをやめたりということになるので、良くなる方向には向かわない。	

	百貨店（店長）	・先が見えないなか、いろいろなキャンペーンが実施されているが、百貨店の顧客には恩恵が少ない。現状、客の戻りも鈍く、上向くようには思えない。
	スーパー（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第のため、不透明である。
	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で、減っていた会議や地区の会合が、徐々に回復傾向にあるようで、若干上向いているようにも感じている。
	コンビニ（店長）	・2～3か月後には、プレミアム付商品券等、いろいろと地域の施策がある。それでもやはり買う物は決まっていて、なかなかコンビニには回ってこないで、余り変わらないような気がしている。
	衣料品専門店（経営者）	・いつまでこの状況が続くか分からないものの、当分は引きずりそうである。
	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルスの影響で、景気の先行きが不透明である。
	その他専門店〔酒〕（店長）	・9月は良かった印象だが、10月がどういう結果になるかは楽観できない。悪化する可能性もあるし、不安定要素もまだ含んでいる。現状のままいってくれば非常に有り難いが、なかなか先は見えない。
	その他専門店〔貴金属〕（営業）	・変わる要素がない。
	一般レストラン（経営者）	・良くなることを願うばかりだが、人が動けば新型コロナウイルスの感染者も増える。こうした繰り返しでは目に見える改善はない。
	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの収束次第で、どうなるか分からないが、恐らく今月も前月と同様、75%くらいで終わるはずである。当社は山間部の立地なので、市内の同業者よりは10%近く上向いている。
	通信会社（経営者）	・新型コロナウイルスの地方への感染拡大も収まりつつあるが、今後、消費や消費者の気持ちが順調に回復に向かうかどうか分からない。厳しさが残るのかもしれない。
	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	・今後の新型コロナウイルスの感染状況によるところが大きい。感染予防対策をしての営業は、今後ずっと続けていかなければいけないと考えるが、イベントの人数制限の緩和、Go To Travel キャンペーンなど、明るい材料はある。
	その他サービス〔葬祭業〕（経営者）	・相変わらず、葬儀や永代供養墓の相談は多い。
	設計事務所（経営者）	・現在進行している物件が、3か月先まで継続している。
	住宅販売会社（経営者）	・新型コロナウイルスによる外出や移動の自粛規制等が徐々に緩和され、人出は増加するものと予想される。ただし、地方観光地の景気回復には、まだ時間が掛かる。
	▲ 商店街（代表者）	・新型コロナウイルス以前の状況になるには時間が掛かりそうである。
	▲ スーパー（経営者）	・所得面が心配である。徐々に、消費マインドは低下する。
	▲ スナック（経営者）	・休業要請が終了し、一時的に客が少し戻ってきた感もあったが、ここ最近再び客足が途絶えてしまい、かなり厳しい状況が続いている。今後、インフルエンザなどと新型コロナウイルスの両方が流行してくると、更に客足が遠のき、厳しい状況が続くと予想されるので、今年は本当に難しい。
	▲ ゴルフ場（経営者）	・新型コロナウイルスの実体経済へのダメージが顕在化してくる。
	× コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響で景気は悪くなっている。今月は特にそう感じている。
	× 衣料品専門店（経営者）	・いまだに新型コロナウイルスの収束がみえない。
	× スナック（経営者）	・良くなる要素が1つも見当たらない。ますます悪くなるのではないかと、とても心配している。
企業動向関連	◎	—
(甲信越)	○	食料品製造業（営業統括） ・新酒のシーズンに入り、徐々にではあるが出荷状況は回復しつつある。10月から施行されるワインへの増税により、他の酒類へ移行されるかという点を懸念している。

	○	食料品製造業（総務担当）	・秋が到来し、新型コロナウイルス対策が進んで市況が盛り返してくれば、それに呼応して食品消費も少しずつ回復してくるのではないかと。
	○	一般機械器具製造業（経営者）	・国内受注は回復が見られるものの、海外需要の回復は地域差が大きく、先行きは不透明な状況である。
	○	電気機械器具製造業（営業担当）	・年内の生産量が確保されている。
	○	金融業（調査担当）	・製造業の生産は下げ止まりの状況が続き、観光関連はGo To Travelキャンペーンによる押し上げが期待されるものの、厳しい状況は続く。雇用が持ち直せるかが、重要な鍵となる。
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大または収束に左右される。収束に向かうとすれば、企業が控えていたイベントの開催、個人消費者の旅行への参加も含めた人の往来が増え、景気は良くなる。
	□	食料品製造業（製造担当）	・Go To事業の影響がどこまで及ぶか分からないものの、気持的な部分で、不安要素が消えない。
	□	建設業（経営者）	・今後も新型コロナウイルスの影響が続く限り、景気は一進一退を繰り返しながら、少しずつ良くなるのではないかと。
	▲	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・イベントもなくなり、各企業からの仕事も少なくなっている。景気は更に悪くなっていく。
	▲	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ようやく催事が出来るようになって、売上は徐々に上がってくるのではないかと。また、旅行ができるようになってきたことで、ジュエリーを身に付けて外出をする機会も増えてくる。ただし、依然として他人と接触する機会は大幅に減っており、マスク着用が当たり前になっている現況から、ジュエリーを身に付ける機会は少なくなっている。前年並みの水準までの需要回復は難しいのではないかと。
	×	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・元々、景気が悪いところに新型コロナウイルスの影響で仕事が減り、大変である。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	・取引先の販売、受注とも大幅に減少しており、東京オリンピック関連商材の試作は進んでいるものの、受注予想は未定で、先行きが懸念される。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	・先の見通せる話が出ない。案件の話はあっても注文が確定するまでに時間が掛かっている。
	×	金融業（経営企画担当）	・世界的な新型コロナウイルスの収束には、相当の期間が必要である。特に、冬に向かって感染拡大が考えられる。新型コロナウイルス以前のような経済活動ができないため、悪くなる。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染者数の増加が緩やかになってきて、活気が出てきたと感じている。東京都がGo To Travelキャンペーンの対象になることで、近隣県の集客アップも期待できる。
	○	職業安定所（職員）	・飲食、宿泊、サービス関係の休業が減ってきている印象である。工作機械や自動車部品関係でも、受注回復の兆しがある。
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響も日常化して、少しずつ経済活動が活発化するとみている。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	・新型コロナウイルスの収束が見えないなか、景気回復のめどが立たないため、求人募集は一層厳しくなる。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・企業の実力、持ちこたえる体力とは違った慎重さがうかがえる。マイナスマインドの強さが、雇止め、パートや派遣切りの状況を拡大傾向にしている。正社員のリストラを考え始めている企業もある。
	▲	—	—
	×	人材派遣会社（営業担当）	・地方企業では夏のボーナス支給なしに続き、年末もボーナス支給のない企業が続出するため、消費には回らない。自治体発行のプレミアム付商品券は、ある程度の効果はあるものの、食費に回るだろうことを考えると、一時的な物であり、期待はできない。