

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (甲信越)	◎	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・10月に入ってから、Go To Travelキャンペーン利用客が急激に伸びている。例年、この時期は団体客がメインだが、今年は団体客の利用が全くないのに、家族やカップルなどのGo To利用で例年並みにまで売上が回復している。元々個人客しか受けていない旅館は絶好調だと思われる。逆に、学校関係や団体がメインのところはまだ苦戦している。当館はその中間なので前年並みといったところである。
	◎	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・除外されていた東京のGo To Travelキャンペーン利用が可能になり、週末を中心に一般客の予約が増えてきている。また、Go To Travelキャンペーンを使用するビジネス客も増えている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・10月1日に東京もGo To Travelキャンペーンの対象となり、宿泊売上が前年並みになっている。今月の伸びは前年の約2倍となっている。また、Go To Eatのお陰で、レストランの売上も前年同月をクリアしている。
	◎	観光名所（職員）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンが始まり、国内観光客だけが、入込は前年並みに戻っている。
	◎	ゴルフ場（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルス対策について理解が進んだことから、予防の徹底を前提とした経済活動が再開されつつある。
	◎	その他サービス 【葬祭業】（経営者）	お客様の様子	・今月は過去最高の葬儀件数である。通過点と思っていた目標件数も超えている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの東京都解禁や、クーポン開始で予想以上に街に人が出ている。
	○	百貨店（店長）	販売量の動き	・ここに来てやっと、百貨店も自粛していた催事等も含めて、通常営業に戻りつつある。とはいえ、以前の売上には到底届かない。前年同時期は消費税増税後の反動による落ち込みもあったため、今月前半はなんとか前年実績を超えていたものの、それも束の間である。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・消費税増税後の反動減は少なくなり、新型コロナウイルスの影響も薄れつつある。来場者数の増加に伴って、新車販売は増加し始めている。
	○	自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・10月に入り、客の外出や遠出が増えたため、来客数、客単価共に伸びてきており、景気が良くなってきている。
	○	その他専門店 【酒】（店長）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンも含めて、週末は客がかなり動くようになってきている。その代わりに、平日はやや静かで、当店では今のところ関係はないが、中心部というか今まで人通りが激しかった場所では、出店していた大手の店が閉店するという話も、11月に掛けて多くなってきている。客の様子自体は、Go Toキャンペーン等や新しい生活様式に対応しながら、少しずつ動いている。
	○	その他専門店 【貴金属】（営業）	お客様の様子	・以前よりは客足が戻ってきている。
	○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・Go Toキャンペーン、地域振興券や応援券等の効果で、客足が戻ってきている。
○	スナック（経営者）	来客数の動き	・3か月前との比較なら少しだけ良くなっているが、前年との比較となると、依然悪い。人の出足は新型コロナウイルス次第であり、感染者が増えてくれれば減るし、落ち着いてくれれば増えるの一進一退である。プレミアム付商品券やGo To Travelキャンペーン等の経済対策効果は出ている。	

○	都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・個人利用は変わらず上向きの状況である。また、Go To Eatが始まったことで、飲食関係には非常にプラスとなっている。当県では一早く、誰でも分かりやすい「食事券」を始めたこともあり、大幅なプラス推移の後押しとなっている。ただし、法人の動きはないので、個人利用分で法人や団体の落ち込んだ分をカバーできているかといえ、そこまでの動きではない。コロナ禍ということで考えれば格段に良くなってきている。
○	旅行代理店(副支店長)	お客様の様子	・Go To事業が開始され、受注状況や来店客等は増加している。Go To事業の期間や給付枠が続く限り、この状況は継続する。東京都の対象除外の解除によって、地方の客の動きが出てきている。
○	タクシー運転手	販売量の動き	・前月までは前年比70%台だったが、今は今のところ、82%まで到達できそうである。
○	通信会社(社員)	販売量の動き	・契約件数、問合せ件数共に、新型コロナウイルスによるコロナ禍以前の水準に戻ってきている。
○	ゴルフ場(経営者)	お客様の様子	・客単価を下げつつも来場者数を伸ばし、売上は確保している。新型コロナウイルスのコロナ禍のなか、せめて、自然の中で、少人数の仲間とゴルフをすることで、開放感を味わっているという様子を強く感じている。
○	設計事務所(経営者)	来客数の動き	・仕事の依頼数が多く、下請への発注も増えている。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスに対する警戒心は多少は薄れたようだが、街の人出は相変わらず寂しい限りである。これが新しい日常だとすると、ただ耐えるだけでは続けていけない。どう変えるかが悩みである。
□	一般小売店[家電](経営者)	お客様の様子	・社会全体がコロナ禍の生活に慣れてきたのか諦めなのか、落ち着いた生活がみられる。様々な振興策等により、多少の消費意欲は出てきているようだが、実際に動き出してみないと分からない。
□	一般小売店[家電](経営者)	お客様の様子	・なかなか客の消費意欲が感じられない。
□	スーパー(経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響は徐々に落ち着いてきているが、まとめ買いによる買上点数は、前年と比べて増加している。
□	スーパー(経営者)	それ以外	・Go To TravelやGo To Eatが始まり、客の動きは大きく変わってきている。スーパーマーケットにとっては厳しい局面を予想している。
□	コンビニ(経営者)	来客数の動き	・アルコール類はそうでもないが、たばこの値上げの影響で、10月は来客数が減り、売上も厳しくなっている。
□	衣料品専門店(経営者)	販売量の動き	・相変わらず客足が悪い。
□	家電量販店(店長)	来客数の動き	・消費税増税後であった前年同時期と比べても、来客数が伸びていない。
□	乗用車販売店(経営者)	販売量の動き	・車検や一般整備に関する問合せや、入庫台数はほぼ前年並みまで回復したが、車両販売は、客との会話からも依然として新型コロナウイルスの影響を受けていると感じる。
□	通信会社(経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況や、それに伴う経済の不透明感からか、新規加入は低調である。
□	その他レジャー施設[ボウリング場](経営者)	来客数の動き	・3か月前と比べて客が戻りつつあり、売上も前年比70%まで戻ってきている。一方、団体予約はまだ戻っていない状況で、企業や育成会等の予約が前年同様に戻ることは期待できない。
▲	商店街(代表者)	来客数の動き	・今年は新型コロナウイルスの影響で、余り運動をしないので、店に来る客も本当に数えるくらいしかない。学校でも余り運動をしないため、4月の学販時の販売以降、子供の関連商材は追加がほとんどない状態である。

		スーパー（経営者）	お客様の様子	・10月の前年比は売上3%減、来客数7%減となっている。イベントや地区の行事もないなかで、健闘している。また、新規開拓で穴埋めしている部分もある。当地は前年10月13日の水害と翌年2～3月辺りからの新型コロナウイルスのダブルのダメージに苦しんでいる経営者が多い。当店はイベント関連の売上比率が高いので、どのように回復していくのか、多少不安がある。余り先のことは考えず、今の売上が伸びるように営業したい。
	▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・9月はたばこや酒類の増税による値上げ前だったため、今月は反動で購買の冷え込みが大きい。
	▲	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月はキャンペーンを行ったが、例年並みか例年より若干落ちるような状況になっている。やや厳しい状況で終わりそうである。
	×	スナック（経営者）	お客様の様子	・客の様子と回答したが、新型コロナウイルスの影響で、まるで商売にならない。他にも理由はいろいろあるが、客が来ないことには、どうしようもない。
企業 動向 関連	◎	—	—	—
(甲信越)	○	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・G o T o事業の影響で、ホテル関係の受注が大分戻り、良い方向には向いている。
	○	食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・各種キャンペーンにより、客足は戻りつつある。売上も回復傾向にあるが、各メーカーとも在庫を抱えているので、今後の新型コロナウイルスの感染状況が心配である。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工事の受注量は少しずつ増えているが、商店街の人出は少なく、イベントも中止が多い。本来の姿になるには、もう少し時間が必要だと思われる。
	○	金融業（調査担当）	受注量や販売量の動き	・足元の県内企業の景況感が、低水準ながら7期ぶりの改善となっている。業種別でも製造業、非製造業共に改善し、最悪期からは脱却したとみられる。
	○	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の第2波も懸念されるなか、少しずつではあるが、人の往来等も増え、受注に動きが出てきている。
	□	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・イベント等の中止により、仕事が減っている。前年より低下している。
	□	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・例年の季節商材受注に加えて、東京オリンピック関係の記念品受注の動きも僅かながらある。
	□	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・国内の新型コロナウイルス感染者は、徐々に落ち着きを取り戻しつつあると考えるが、欧州を中心とした世界各国の感染者が依然増加しているため、景気動向は厳しい。
	▲	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・通常なら、寒くなるにつれ売上が良化するはずだが、なかなか上向いていかない。連続の販売目標未達も考えられる。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量に波がある。今月は仕事量が激減し、休業も行っている。
×	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き続き、催事での来場者数や売上が減少しており、特に、高額商材の販売不振が続いている。どこの店も、上顧客である高齢者の来店がないため、仕入れに慎重になっている。マスクを外す際に落ちやすいため、イヤリングの売行きが落ちている。	
雇用 関連	◎	—	—	—
(甲信越)	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・G o T oキャンペーン等の政府の施策が効果を表し始めている。宿泊、飲食業に動きが出てきた感がある。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・周辺企業の休業規模の減少などからも、やや良くなっている。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・現在は新型コロナウイルスの感染状況も落ち着いているが、全体的に景気低迷が続き、求人広告件数は少ない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・雇用調整助成金の申請事業所をみると、飲食、宿泊や製造業からの申請が落ち着いている反面、建設、建築関係からの申請が目立ってきている。
	▲	—	—	—

	×	人材派遣会社 (営業担当)	採用者数の動き	・前月より求人企業がさらに激減している様子で、ハローワークにも事務職種の求人が全くないと将来を悲観する相談者が多く、年末に向かって更に増えるとみている。当社の受注案件でも、「経済環境を見てから」とストップの掛かる企業もある。
--	---	------------------	---------	--