

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) | ◎ | 自動車備品販売店（従業員） | 来客数の動き | ・来客数は前年を上回っており、洗車やメンテナンス商材を中心に、売上が回復してきている。 |
| | ◎ | 観光型旅館（経営者） | 販売量の動き | ・売上がほぼ0%という4～6月の最悪の状況は抜けたが、いまだに前年比60%程度と、悪い状況は続いている。県や市の誘客事業のお陰で、まずは地元中心に、需要の喚起があった。その後、東京都で新型コロナウイルス感染拡大があり、7月4連休のキャンセルが増えてきたが、Go To Travelキャンペーンの強行実施が決定し、宿泊予約の速度がキャンセル速度を上回り、新型コロナウイルス発生以降で初めて2日間の満室が発生している。お陰でようやく八百屋、魚屋、クリーニング屋、土産物屋等、あらゆる関連企業への注文が出せるようになった。 |
| | ○ | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス禍は残るものの、来店客数は回復している。生産の遅れていた新車が供給され始め、売上台数も戻りつつある。 |
| | ○ | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・7月の4連休で、宿泊の稼働率が初めて80%を超えた。新型コロナウイルス禍になってから稼働が50%を超えたのは、今回が初めてである。宴会、飲み会の法人需要も、6月は5件しかなかったが、7月は20件以上と増えている。 |
| | ○ | 通信会社（経営者） | お客様の様子 | ・ここにきて、新規加入、解約、保留の動き、全てが止まっている。新型コロナウイルスの影響を様子見している状況なのかもしれない。 |
| | ○ | 通信会社（社員） | 販売量の動き | ・ピーク時と比較するとまだ手探りの状態ではあるが、訪問時の客の反応を見ても、面会への拒否反応はほぼなくなってきている。 |
| | ○ | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・Go To Travelキャンペーンが始まり、連休は例年に近い入込となっている。商売上は有り難いが、東京ナンバーの車も時折見られ、複雑な思いである。 |
| | ○ | その他サービス〔葬祭業〕（経営者） | お客様の様子 | ・相変わらず、相談が多い。最近は戒名を付けない人が多くなっている。今月行った葬儀は、全て戒名を付けず俗名のままである。いよいよ行くところまで行ったという感じである。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響は、今も続いている。長期営業休止時と比べれば回復しつつあるが、前年と比べると半分がやっとである。 |
| | □ | 一般小売店〔家電〕（経営者） | お客様の様子 | ・前月は、特別定額給付金により多少の経済効果があったようだが、7月に入ってから天候の影響もあり、商材の動きが止まっている。新型コロナウイルスの収束がみえず、先行きの生活にも不安を抱えるなかで、余計な出費は避けたい様子が見受けられる。 |
| | □ | 一般小売店〔家電〕（経営者） | 販売量の動き | ・10万円の特別定額給付金が消費に回っているのを感じる。ただし、天候不順のため、夏物商材の動きは今一つ伸びていない。 |
| | □ | コンビニ（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響が大きい。 |
| | □ | コンビニ（店長） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響がいろいろと出ているが、前年と比べると若干悪いものの、2～3か月前と比べるとさほど変わっていない。キャンペーンなどもしているが、そこまで大きく上向いたということもなく、状況は余り変わらない。 |
| | □ | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの影響で、来客もほとんどなく、営業にも行けない状態である。 |
| | □ | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・車検及び一般整備は前年同月とほぼ同水準だが、車両販売はいまだに低迷している。新型コロナウイルス感染者が増加傾向にあるなか、新たな問題が出てこないことを期待する。 |
| □ | 一般レストラン（経営者） | 販売量の動き | ・悪い状況は変わらない。 | |

| | | | |
|---|-------------------------|--------|---|
| □ | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・前月は多少良くなってきていたが、今月また少し落ちている。再度、新型コロナウイルス感染が増えてきたためとみている。収束するまではどうしようもない。公的金融機関等で資金繰りは助けてもらったので、1年くらいは耐えられるが、無利子期間後に返済していける状況になるか不安である。 |
| □ | 都市型ホテル（支配人） | 来客数の動き | ・Go To Travelキャンペーンが始まったものの、東京が除外されているため、予約の入りが悪い。 |
| □ | 都市型ホテル（スタッフ） | 来客数の動き | ・一般利用が前月と変わらず増えており、また、法人利用も少しずつ回復傾向にあったが、新型コロナウイルス感染の再拡大により、一気に動きが鈍くなっている。月の前半は良い流れで回復傾向にあったものの、後半の鈍化で結局は前年比で大幅なマイナスで終了している。売上、動き共に3か月前と似た状況となっている。 |
| □ | 旅行代理店（副支店長） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの影響で、旅行に出かける人が上向いてこない。自治体による県内移動の支援策では動きがあるものの、県をまたぐ旅行はほぼない。企業出張や団体旅行も禁止や中止が継続しており、収入は前年比95～98%減と、非常に厳しい。 |
| □ | その他レジャー施設 [ボウリング場]（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染者数が、再び増えている状況であり、依然として厳しい。 |
| □ | その他サービス [貸切バス]（経営者） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの影響で、来客も注文もない。秋の旅行シーズンは、絶望的である。Go To Travelキャンペーンで、県内客だけでも旅行していただきたい。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・7月になったらまた逆戻りで、恒例の七夕祭りを始め、人出を期待する物全てが自粛となれば、よほどのことがない限り、買物客は街に出てくれない。 |
| ▲ | スーパー（経営者） | 来客数の動き | ・来客数は前年と比べて下降しているが、点数増で売上は前年同月を超えている。3～6月に比べると売上は下がっている。 |
| ▲ | スーパー（経営者） | それ以外 | ・売上は前年比1%増で、来客数は同15%減となっている。近隣の橋脚工事のために橋の先に住む常連客が来なくなったことや、亡くなった常連客がいるので影響がある。野菜、肉、食料品を病院、福祉施設に納品する仕事が増えたので、前年を超えることができています。前年7月にイベントが少なかったことも前年比を超えた要因である。しばらくはイベントがないので、増やした納品の仕事でしのいでいきたい。 |
| ▲ | コンビニ（経営者） | 販売量の動き | ・7月に入り雨の日が非常に多く、なかなか来客数が伸びない。また、レジ袋の有料化が始まって、販売量も伸びないため、売上に影響を受けている。 |
| ▲ | 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・特別定額給付金効果も前月で終わり、前年は梅雨明けが早く、季節商材の販売実績が好調に推移していたため、前年と比べると遅れが出ている。 |
| ▲ | 高級レストラン（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルス感染の第2波的な拡大により、再び自粛ムードが高まっており、客の出足が悪くなっている。 |
| ▲ | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染者の増減を、連日報道しているが、感染者数によって日々の売上が変わってくる状況である。 |
| ▲ | 設計事務所（経営者） | 来客数の動き | ・様子見の客も増えており、依頼数は少なくなっている。 |
| × | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、学校が長期間休校していたが、ようやく始まった。ただし、クラブ活動は自粛しているようである。当店はクラブ活動が動き出さないと需要が出ない。このような状況になるとは思ってもいなかった。 |
| × | スーパー（経営者） | それ以外 | ・新型コロナウイルスの影響による移動の自粛や消費の落ち込みが、顕著に表れてきている。 |

| | | | | |
|-------------------------|-------------------|---------------------|------------|---|
| | × | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス感染の第2波の到来により、外出が減っている。 |
| | × | スナック（経営者） | お客様の様子 | ・ともかく、本当に景気が悪い。何がなんだか分からないくらいである。どこにぶつけようもなく、大変なことになっている。これから何か月続くのか、とても心配である。 |
| | × | ゴルフ場（経営者） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスと長梅雨の影響で、客足が鈍っている。 |
| 企業 動向 関連 (甲信越) | ◎ | — | — | — |
| | ○ | 食料品製造業（営業統括） | 受注量や販売量の動き | ・インターネットを通じて消費拡大を図っているが、十分な成果を得られていない。また、工場見学者は従来のような増加が見られず、売上も前月よりは増えているものの、前年実績には程遠い状況である。 |
| | ○ | 窯業・土石製品製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・数年振りの大口受注対応で、一時的ではあるものの、多忙である。 |
| | ○ | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・3か月前からストップしていた案件が動き始めている。 |
| | ○ | 新聞販売店〔広告〕（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・5～6月は販売量が少しずつ回復してきていたが、7月は落ち込みはしないものの、回復度合いが鈍化している。 |
| | □ | 建設業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・依然として景気は停滞したままであり、回復の見通しも不透明である。 |
| | □ | 金融業（調査担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスの感染拡大が、県内主力産業である観光業に大きな影響をもたらしている。また、製造業でも遅れて新型コロナウイルスの影響が生じており、特に、自動車産業に影響が広がっている。 |
| | ▲ | 食料品製造業（製造担当） | 受注量や販売量の動き | ・週4～5回あった発注が、いまだに週1回とか飲食店等や土産物店からは注文が入らない状況で、依然として回復の兆しがみえない。 |
| | ▲ | 食料品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・販売そのものが減少している。暑くなってきたので、自家消費分が減少してきたのかと考えている。 |
| | ▲ | 出版・印刷・関連産業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・前年と比べて約8割の受注である。 |
| | ▲ | 金融業（経営企画担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルス感染拡大に係る緊急事態宣言の解除及び経済活動の緩やかな回復により、新型コロナウイルスの影響を受けていた観光業、飲食業等の業種で業況が好転してきているように感じる。また、新型コロナウイルスに関連する融資の申込みや、条件変更もやや落ち着きを見せている。 |
| | × | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・緊急事態宣言解除後、ブライダル商材や真珠等を買いたい客が続き、売上の回復が期待されたものの、7月に入って一段落している。新型コロナウイルスの影響で、いまだに外商部門が客の自宅を訪問できないため、高額商材の売上は見込み薄である。また、連休以降に感染者の増加が伝えられてからは、店舗売上も大幅に低下している。 |
| | 雇用 関連 (甲信越) | ◎ | — | — |
| ○ | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・従業員を解雇する企業が減少し、飲食、宿泊、小売、サービス等の求人が戻ってきている。 |
| □ | | — | — | — |
| ▲ | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・7月に入っても製造業では休業日を設定している企業が目立ち、求人の申込みが前年度を大きく下回っている。 |
| ▲ | | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・求人をけん引する製造業で、求人がかなり冷え込んでいる。 |
| × | | 人材派遣会社（営業担当） | 求人数の動き | ・ハローワークも含めて、とにかく求人が減っている。求職者も諦めかけており、求職の方向を変えている。この傾向はしばらく続く。 |
| × | | 求人情報誌製作会社（経営者） | 求人数の動き | ・新型コロナウイルスの影響で、求人の動きは減少傾向のままである。特に、飲食、宿泊、小売業は厳しい状況が続いている。通常7～9月は、季節的に夏の商戦でパート、アルバイトの募集が多い時期だが、今年は少ない。 |

| | | | | |
|--|---|-----------|---------|---|
| | × | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子 | ・助成金で辛うじて首がつながっているだけで、倒産までの時間が延びただけである。 |
|--|---|-----------|---------|---|