

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)	◎	－	－	－
	○	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、今年の運動会は全て取りやめになるかと思っていたが、小規模に開催した学校も多くあった。やはり運動会があるとすると、関連商材が多少出ている。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・平日は相変わらず最悪の景況感だが、シルバーウィークは新型コロナウイルス流行後で一番の人数が出た。
	○	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・10月からたばこの値上げがあるため、今月の売上は前年をやや上回っている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染拡大の影響は残るものの、店頭来店客数や新車販売は改善傾向にある。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・車検や一般整備等は、問合せも増えて概ね順調である。車両販売も以前に比べれば問合せは増えたものの、販売台数に大きな変化はない。
	○	その他専門店 [酒]（店長）	来客数の動き	・今月の初め頃は、今までと違い急ブレーキが掛かったような状況だったが、月後半になるにつれ、シルバーウィークもあり、徐々に人も戻ってきたと感じている。今月はやや良かったのではないかと。
	○	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・Go To Travel、Go To Eat、応援券、プレミアム付商品券等、政府や行政機関の景気刺激策と自粛生活への疲れから、少しずつではあるが、客足が戻ってきている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比べて、多少動きがあるように感じる。
	○	一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・外出規制緩和の効果が出ていると思われる。消毒、換気、空気清浄機の設置等、対策を講じている。多客が予想される時期は休業していたが、客自身の防疫意識も高まってきているので、入店規制はしないようにしている。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの実施のお陰で、インターネット経由の個人客は例年並みか、9月に関しては例年以上の売上がある。しかし、売上の中心である老人会、企業、自治会、社協、保護者会、医師会、農協、同級会、研修会等の団体利用が全くない。そのため、売上は例年の60%しかない。
	○	都市型ホテル（支配人）	販売量の動き	・観光地や温泉地ほどではないが、Go To Travelキャンペーン利用客が増えてきている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	お客様の様子	・ここ数か月変わらずに、個人利用が上向いてきている。特にシルバーウィークに関しては、明らかに人の流れが多く、自粛疲れなのか、客の雰囲気も消費して楽しむという感じが見て取れる。ただし、法人や団体利用はほとんどない状況に変わりがなく、まだ大幅な回復傾向とは言えない。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・一定期間ではあるが、シルバーウィークの4日間の宿泊稼働率が、今年初めて90%を超えている。また、レストランの来客数も前年9月よりも増えている。
	○	通信会社（経営者）	お客様の様子	・新規加入や問合せが、徐々に増えてきている。
	○	通信会社（社員）	販売量の動き	・新しい生活様式の影響か、在宅時間の活用方法として有料テレビサービスの契約が増えている。キャンペーン効果で、問合せも引き続き安定して入っており、売上は上昇傾向にある。
○	観光名所（職員）	来客数の動き	・個人客は戻りつつあり、団体ツアー客も若干だが来訪し始めている。シルバーウィークは大混雑だったが、入場規制がかかって、相当数の客は入場できなかった。	
○	設計事務所（経営者）	来客数の動き	・仕事の依頼数は多く、下請に依頼する物件が増えている。	
○	住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・8月以降、別荘の見学者数が増加傾向にある。	

□	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・地域のプレミアム付商品券等の発売が始まっているが、経済対策の一環による販売のため、使用条件が付いている物もあり、出回り具合が読めない。余分な出費を控えている消費者に、こうした施策で購買意欲を出して欲しいところである。
□	スーパー（経営者）	単価の動き	・新型コロナウイルスの影響で、巣籠もり需要が旺盛である。来客数の伸びはないものの、客単価が上昇している。
□	スーパー（経営者）	お客様の様子	・残念ながら9月は、前年比で売上は3%減、来客数は7%減となっている。よく注文が入る10地区の秋祭りや敬老会がなくなり、売上につながらない。3%減でも健闘したと思っている。当市発行のプレミアム付商品券の効果もあるが、皆そろそろ使い果たしたようである。年末にまた、プレミアム付商品券が出るということなので期待している。今後注文が増えたときに備えて、2名ほど求人中である。
□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこや酒の増税効果で、客単価上昇は目立つものの、来客数自体は変わらない。
□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・今月は各種キャンペーンなどいろいろな施策をやってもらったお陰で、何とか現状維持という状況なので、余り上向いてるとか下向きになっているとかいうことはない。キャンペーンをやっても駄目ということなら下向きかもしれないが、余り変わっていないような気がする。
□	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で、客足は遠のいており、お金が回らない。
□	家電量販店（店長）	来客数の動き	・前年同時期は消費税増税前の駆け込み需要の影響もあり、売上を前年と比べると大幅な減少となっている。前々年との比較では、若干の売上減で推移している。
□	自動車備品販売店（従業員）	来客数の動き	・前年9月は消費税増税前の駆け込み需要もあり、来客数や客単価など前年とは比較できない。ここ数か月の来客数の動きをみると増えてはいないので、変わらない。
□	その他専門店〔貴金属〕（営業）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で、来客数が減少している。
□	旅行代理店（副支店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が減少したり増加したりで、旅行需要が伸びていない。個人旅行は若干の動きが出てきているものの、自粛感が強く、大きく変わりはない。
□	タクシー運転手	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で悪くなってはいるが、ここ3か月は、ほぼ同じ状態で進んでいる。
□	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・地域のゴルファーが、旅行を控えたり親族の帰省が中止となったりしたため、ゴルフ場がレジャーの中心になってきており、8月の入場客数は前年を超えている。密な遊びができないことから、若者層のゴルファーも増加傾向である。
□	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か月前は前年比45%で、今月は同55%を超えてくる。シルバーウィークの4連休もあり、一般客が徐々に戻ってきている感じはある。団体や予約が戻ってくれば良いが、まだそのような状況ではない。
□	その他サービス〔貸切バス〕（経営者）	お客様の様子	・依然として新型コロナウイルスの影響で、貸切バスの仕事はない。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・店の前の通りには終日ほとんど人影がない。これが新しい日常だとすると、立ち行かなくなりそうである。更にマスク姿は警戒心呼び起こし、購買意欲をそいでしまう現況である。
▲	一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・客の消費意欲が低い。残暑も一段落して、これからというところだが、特にヒット商材もなく、難しい。
▲	スーパー（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる影響は徐々に落ち着いてきている。単価は前年実績を上回るものの、客数は減少している。

	▲	スナック（経営者）	来客数の動き	・6～7月にかけて、徐々に人出が上向き回復しつつあったが、新型コロナウイルス感染拡大の第2波がきて、再び一気に冷え込んだまま、回復していない。
	▲	その他サービス 〔葬祭業〕（経営者）	単価の動き	・子供が少なくなって、後をみてくれる人がいなくなっている。親戚なので葬儀を出すがお金は掛けずに済ませたいという声が非常に多くなっている。また、葬儀業界では今、価格競争が起きていて、安いことは当たり前前の時代になっている。
	×	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はもちろんあるが、天候不順の影響もかなりある。
	×	スナック（経営者）	お客様の様子	・全部の理由が当てはまる。とにかく、客が動いていない。人のせいにしたくはないが新型コロナウイルスの影響はとて大きく、なかなか収束する気配がないので心配である。
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	・Go To Travelキャンペーンに加え、秋のぶどう狩りシーズンが重なった影響もあって、来客数、売上金額共に、戻りつつある。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・お盆明け以降、客も少しずつ落ち着きを取り戻しつつある。先行きの不安感はあるが、受注は上向いてきている。
	○	新聞販売店〔広告〕 （総務担当）	受注量や販売量の動き	・政府が進める新型コロナウイルスへの経済対策等で、イベント等が徐々に実施され始めている。前年とはまだ差が大きいものの、広告出稿が少しずつ戻ってきている。
	□	食料品製造業 （製造担当）	競争相手の様子	・売上が毎月減少しており、過去最悪の状態、資金不足に陥っている。
	□	食料品製造業 （総務担当）	受注量や販売量の動き	・前月に続き今月も売上は思わしくない。酷暑だけが問題ではない。今後はWithコロナ対策の違いによって、各社で差が生じてくるのではないかと。
	□	金融業（調査担当）	競争相手の様子	・製造業は生産に下げ止まりの動きがみられる。非製造業は観光関連で持ち直す動きがみられるものの、低水準の状態が続く。
	▲	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年の年末商材受注はあるものの、新型コロナウイルスの影響で出張ワークショップ等が中止になっており、打撃は大きい。
	▲	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、外国人観光客が皆無の状態、観光業等は大きな影響を受けている。新型コロナウイルス以前の水準を取り戻すには、相当の期間が必要である。
	×	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・取引先から、仕事量の減少、休業や外注引上げといった話を聞いている。新規案件の話はなかなか進まない。
	×	その他製造業 〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・催事は徐々に再開されているが、来場者、特に年配者の来場が減っている。来場客の購入率は前年の50～70%まで上昇したものの、売上は20%程度低下している。デパート関係は大都市を中心に、総じて今まで催事ができなかったり、顧客への積極的な販売を自粛してきた影響で、当面は仕入れがストップしている。金地金の高騰から、秋冬用の新企画製品の価格が上昇しており、各店舗で在庫が売れていないことから、新企画商材との価格差が大きくなり過ぎて、話が進まない。助成金や経費削減でバランスを取っているのが現状である。
雇用 関連  (甲信越)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	それ以外	・求人の落ち込みは前年同期に比べて小幅になってきている。また、雇用調整助成金の申請も落ち着いてきている。
	□	求人情報誌製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・当地周辺の夜の飲食街で、新型コロナウイルス感染者のクラスターが発生し、組合や振興会加入の多くの店で、8月下旬～9月にかけて2週間休業した。その後、営業再開したが、客足は極端に少ない。求人募集については、特に、飲食をはじめ、宿泊、サービス業で減少している。

□	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・低調ながらも動きが出始めた事業所と依然として厳しい状況の事業所の明暗が分かれている。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響の長期化で、やや悪くなっている。
▲	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・企業の採用意欲は慎重なまま、推移している。
×	人材派遣会社（営業担当）	雇用形態の様子	・対外的には新型コロナウイルス対策やその影響のためと言っているが、実際は60歳再雇用制度で席がなく、正社員以外への玉突きが出始めている。既に来年4月以降の契約更新相談が始まっており、こちらの方が大変なことになる。