

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	・Go To Travelキャンペーンが始まってから9月末頃までは、Go To Travelで旅行することが悪いような世論だった。10月に入り、東京も対象になってからは、Go To Travelで旅行しないと損をしているというような世論が変わった。高齢者の方からも「今騒いでいるGo To Travelはどうしたら使えるのか」という問合せが止まらず、適用方法の説明だけで連日明け暮れている状況である。お陰で、10～11月も連日大変な予約数で、受付担当が大変な状況である。ただし、団体旅行がないので、苦勞の割に売上は前年以下で、いかに団体旅行の効率が良かったのか、しみじみと感じている。
	◎	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・例年なら、3か月前の8月は、12か月の中で一番の客室稼働率となる月である。しかし、今年の場合、今月はGo To Travelの影響で、3か月前よりも客足が20%以上伸びている。前年同月比で客足が伸び、稼働率、売上共に上昇している。
	◎	観光名所（職員）	来客数の動き	・Go Toクーポン利用者が大勢訪れている。紅葉シーズン以降、今までの旅行控えの反動もあるのか、大変にぎわっている。
	◎	その他サービス [葬祭業]（経営者）	お客様の様子	・前月同様、今月も忙しい。2度目、3度目の対応をする家も出てきている。また、そうした方の紹介による葬儀も入っている。好循環が回り出している感じがする。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・11月に入り、Go To Travelが本格的に動き出し、人出が際立って増え、また、クーポンの使用も多く驚いている。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大で、3連休を境に、急に人出が引いている。
	○	百貨店（店長）	販売量の動き	・催事など、新型コロナウイルス流行前の状態に戻ってきているので、売上も上がってきている。
	○	その他専門店 [酒]（店長）	来客数の動き	・当店ではGo To事業に申請はしていないが、当県に遊びやキャンプで来る方が酒を買い求めたり、Go Toで県外客が地方にやってくる状況が顕著である。また、家で酒を飲む機会も非常に多くなっていることから、飲食店とは比較にならないが、新規の客も増えている。
	○	一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・Go To TravelやGo To Eat、地域発行クーポン等で、3か月前よりは多少良い。
	○	都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・Go To Travelによる宿泊予約が圧倒的に増えてきている。当ホテルで渡す地域共通クーポンの利用もあり、近隣の飲食店から「お陰さまで」という声も寄せられている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・Go To Eatが始まってから、週末を中心に、個人利用が大幅に伸長している。また、前年同期が消費税増税後だったこともあってか、前年比でも来客数が伸びている。Go To Eatのお得感もあってか、宿泊、飲食系共に客単価も大幅に伸びている。しかし、数名の個人利用が多く、10名以上の団体、法人利用は相変わらずないに等しい。以前に比べてGo Toキャンペーンの効果が強く出てきており、プラスを感じられる状況である。
	○	ゴルフ場（経営者）	お客様の様子	・例年に近い来場者がある。平日は変わらずシニア層が多く、土日は2～3組の小さなコンペが多くなってきている。
	○	ゴルフ場（経営者）	来客数の動き	・3密を避けられるゴルフは、新型コロナウイルス流行下でのレジャーに最適と認識されている。本来は旅行などに向けられる支出が、ゴルフに集まっているようである。若い世代の参加率も上がっている。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・販売の動きについて、客の買い方自体は変わらないが、地域のいろいろな催しが中止となり、催事関連で使われていた部分が多いのか、催事がなくなった分、やや悪い方向に向かっているのかもしれない。

□	衣料品専門店 (経営者)	販売量の動き	・客が出てこないで、当然販売量は少ない。
□	家電量販店(店 長)	来客数の動き	・来店客の減少が続いており、どこに行っても活気がない。
□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・夏頃から来客数は戻ってきており、販売も徐々に回復している。ただし、新型コロナウイルス感染拡大の不安が残るなか、新車の購入には慎重な動きがみられる。
□	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・車検、一般整備は前年並みである。車両販売は、問合せはあるものの、契約には時間が掛かる状況で、一般ユーザー、取引企業の業種によって、新型コロナウイルスの影響に格差が出ているように感じており、景気の判断がしにくい。
□	自動車備品販売 店(従業員)	販売量の動き	・新型コロナウイルスの収束が思っていたよりも長引きそうな状況である。全体的な販売量は伸びておらず、景気は変わらない。
□	その他専門店 [貴金属](営 業)	お客様の様子	・前月と同様で、変わらない。
□	一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスでコロナ禍の状況だが、Go To 事業のお陰で変わらない。
□	旅行代理店(副 支店長)	販売量の動き	・企業等の旅行自粛は解かれず、団体やグループ旅行が発生してこないが、個人旅行の受注は回復してきており、3か月前と同じ状態である。個人需要が高まって、団体やグループなどまとまった需要がないため、全体的な売上は伸びず、前年比でも現状、90%減収のままである。
□	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が再拡大し、経済の一層の不透明感などからか、休止や解約の動きが増加傾向にある。
□	通信会社(社 員)	販売量の動き	・県内の新型コロナウイルス感染者数を見ても、第3波の影響は少ないものの、上向いている実感もなく現状維持である。一方で、イベント等がほぼ中止になっているため、起爆剤となる材料はない。
□	設計事務所(経 営者)	来客数の動き	・依頼数は多く、人手が足りないために下請に出す物件が多い。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・別荘に関する問合せや見学が、徐々に増えている。
▲	商店街(代表 者)	来客数の動き	・やや戻りつつあった街の人出も、新型コロナウイルス感染者数増加の報道とともに、再びぱったりと途絶えてしまい、開店休業状態が続いている。
▲	スーパー(経営 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスに慣れてきて、徐々に内食、中食が低下しており、買上点数が減少傾向である。
▲	スーパー(経営 者)	競争相手の様子	・スーパーマーケットは巣籠り消費のライフスタイルが定着しつつあるものの、価格競争が激化してきている。
▲	スーパー(経営 者)	来客数の動き	・売上は前年比10%減で、来客数は9%減となっている。前年は100万円規模のイベントがあったが、今年はなく、敬老会もないので売上が減少している。11月初旬から、大手スーパー跡地に弁当の配達を行っている。売上は1日1万円、1年間取引継続の予定である。
▲	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で、やや悪くなっている。
▲	コンビニ(エリ ア担当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの再流行に伴い、来客数の減少が大きい。
▲	コンビニ(店 長)	お客様の様子	・客の来店する様子だが、コンビニの場合、食堂や飲食関係と違い、いわゆる中食を提供しているので、若干でもこちら側に傾くはずだが、まだ増えている状況ではない。今までと違って厳しくなっている。
▲	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拡大の第3波により、客足も少ない。忘年会も早くから中止が進んでいる。
▲	タクシー運転手	販売量の動き	・2週間前に、当社の営業区域内で新型コロナウイルス感染者が発生した。そのせいで大分動きが悪くなっている。

	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・11月になってから、客がほとんど街に出てこない。買物もどうしているのかと不思議なくらい、客がいない。
	×	一般小売店〔薬〕（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染者数が増えてから、来客数が極端に減っている。
	×	スーパー（副店長）	お客様の様子	・日に日に新型コロナウイルス感染者が増え、地方でも感染者が増えている。いつ自分たちや家族が感染するか分からないなかで、不安を感じながら日々を過ごしている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・4～5月がどん底で、そこから徐々に良くなってきている。10月は一息つける程度には、フリー客や団体宴会も戻ってきていたが、また、いきなりどん底まで戻っている。運転資金に余り余裕がないので、困っている。
	×	スナック（経営者）	お客様の様子	・客の様子と回答したが、選択肢の全てを選びたくなる。このご時世で先が見えない状況に、飲食店は本当に困っている。
	×	その他レジャー施設〔ボウリング場〕（経営者）	来客数の動き	・11月に入り、新型コロナウイルス感染者数が日に日に増えており、第3波ということで厳しい状態が続いている。客が徐々に戻り始めていたのに、再び客足が遠のいている。
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	・秋の行楽シーズンに加え、G o T oキャンペーンの効果もあり、数か月前に比べて来客数、売上共に増加している。ただし、前年同期と比べると落ち込んでいる。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・小規模リフォーム工事が増えている。新型コロナウイルスの影響で、打合せや現場が密を避けて少人数でしか作業できないため、工期、経費が掛かっている。
	○	金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・営業エリアの県内地域への観光客が、コロナ禍以前の状況には届かないものの、3か月前と比べて明らかに増加している。それに伴ってホテル、旅館業を始めとする観光産業事業者の事業活動が活発になっている。
	□	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前というと巣籠り需要が終わり、反動で売上が大きく落ち込んだ記憶がある。直近の市場データや売上をみても、なかなか目標に届かない状態が続いている。変わらずに悪いと考える。
	□	電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注に波があり、安定しない。
	□	金融業（調査担当）	取引先の様子	・製造業では、国内、海外の受注が持ち直している。また、観光関連業は、政府の景気対策等もあり、企業の業況感に持ち直しの動きがみられる。
	□	新聞販売店〔広告〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・G o T oキャンペーンの効果により、人の動きが戻りつつあり、広告出稿も少しずつ回復基調ではある。しかし、台風災害や消費税増税により落ち込んだ前年10月の売上や販売との比較では、僅かではあるものの100%を下回っている状況である。
	▲	食料品製造業（製造担当）	受注量や販売量の動き	・G o T oキャンペーンにストップがかかり、前週末から注文量が減ってきている。
	×	窯業・土石製品製造業（経営者）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、受注がほぼなくなり、悪くなっている。
	×	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・前月同様、催事の来場者、売上は20～30%ダウンしている。しかし、落ち込みを予想しながらの開催だったこともあり、ショックよりもこの程度で良かったと感じている。新型コロナウイルスの感染者増加で、関西方面のデパートの12月催事は中止となるなど、マイナス傾向が続く、先が見えない。
雇用 関連 (甲信越)	◎	—	—	—
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・一部の製造業に持ち直しの傾向がみられる。また、G o T oキャンペーンの効果で、ホテル、飲食店等も団体客はまだであるが、個人客は半分戻りつつあるとのことである。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・雇用調整助成金の申請が減少傾向にあり、身の回りでも経済活動が活発になってきた印象がある。

○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人倍率は前年同月比だと大幅な減少になっているが、若干回復基調にある。
□	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響なのか求人が全くなく、相談者が増える一方だが、諦めている方も多い。
□	求人情報誌製作会社（経営者）	周辺企業の様子	・Go To Travel、Go To Eatキャンペーンで、宿泊、飲食業の景気回復は少し感じられる。しかし、製造業は一部職種を除き、悪い状況のまま変わらない。全業種を通して募集広告を掲載する企業は、相変わらず少ない。
▲	*	*	*
×	—	—	—