

(5) 甲 信 越



甲信越地域では、景気は新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、持ち直しの動きがみられる。

- ・ 鉱工業生産は持ち直しの動きがみられる。
- ・ 個人消費は持ち直している。
- ・ 雇用情勢は感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる。

(注) 下線を付した箇所は、前回からの変更のあった箇所を表す（ は上方に変更、 は下方に変更）。

前回からの主要変更点

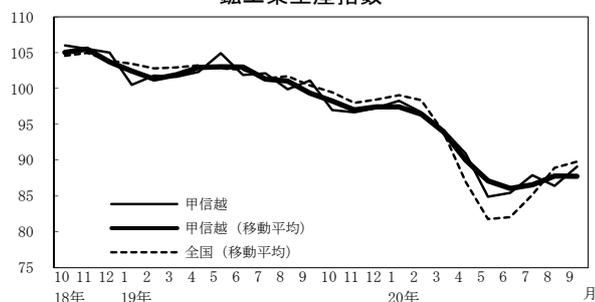
	前回（令和2年9月）	今回（令和2年12月）	
景況判断	新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、このところ持ち直しの動きがみられる	新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況にあるが、持ち直しの動きがみられる	→
鉱工業生産	一部に持ち直しの動きがみられる	持ち直しの動きがみられる	↑
個人消費	このところ持ち直している	持ち直している	→
雇用情勢	感染症の影響により、弱い動きとなっている	感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる	↑

1. 鉱工業生産の動向

鉱工業生産は持ち直しの動きがみられる。

7－9月期の鉱工業生産は、「鉄鋼業、非鉄金属、金属製品」が増加したこと、「石油・石炭製品、化学、プラ製品」が増加したこと等により、前期比0.8%増となった。

鉱工業生産指数



- (備考) 1. 2015年=100、季節調整値。甲信越の最新月は速報値。
 2. 全国及び甲信越の太線は中心3か月移動平均。直近月は2か月平均。
 3. 甲信越は内閣府にて算出。

域内主要業種の動向(季節調整値、前期(月)比) (%)

	付加価値 ウェイト	生産				
		4－6 月期	7－9 月期	7月	8月	9月
電子デバイス、電気・情報通信	28.9	▲6.2	▲2.4	5.4	▲4.1	2.7
汎・生産・業務用機械	24.8	▲7.9	▲3.5	▲1.8	▲4.9	4.5
食品・たばこ	12.0	▲2.4	—	0.8	0.2	—
石油・石炭、化学、プラ製品	10.3	▲10.3	3.1	3.9	3.2	0.3
鉄鋼業、非鉄金属、金属製品	8.8	▲15.9	5.4	2.9	4.7	2.9
鉱工業	100.0	▲9.7	0.8	2.9	▲1.7	3.1

- (備考) 1. 地域における付加価値ウェイトの高い5業種。
 2. 7－9月期、9月は速報値。速報値において、化学は医薬品を除いたもの、食品・たばこは公表されていない。
 3. 業種は内閣府にて分類。

2. 個人消費の動向

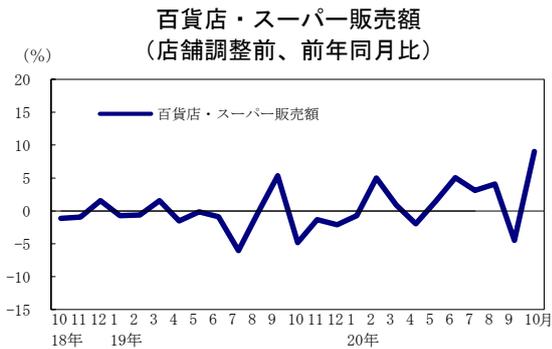
個人消費は持ち直している。

(1) 地域別消費総合指数（RDEI（消費））

7－9月期は前期比4.9%増となった。

(2) 百貨店・スーパー販売額

百貨店・スーパーは、4－6月期は前年同期比1.5%増、7－9月期は同0.9%増となった。



	2020年7-9月	2020年7月	8月	9月	10月
RDEI（消費*1）	4.9	▲1.6	2.4	1.9	—
百貨店・スーパー*2	0.9	3.1	4.1	▲4.5	9.0
乗用車*3	▲14.2	▲9.0	▲16.9	▲16.5	25.3
(季節調整値)*3	30.3	21.0	▲3.4	▲0.5	6.8

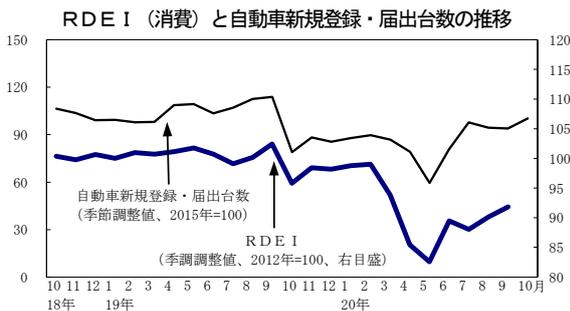
(備考) 1. 季節調整済前期(月)比 (%)

2. 店舗調整前、前年同期(月)比 (%)

百貨店・スーパーは内閣府にて算出。

2020年10月は速報値。

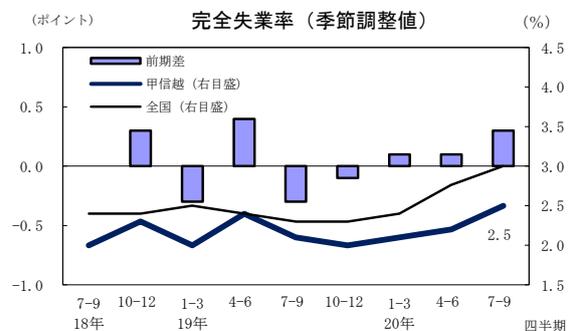
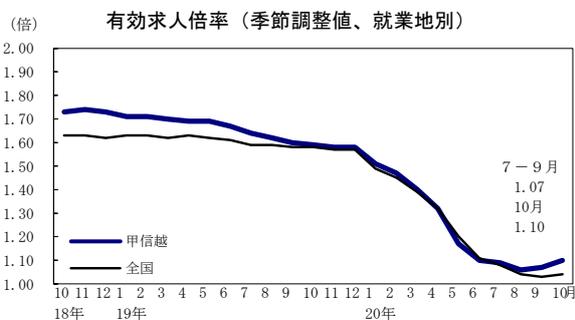
3. 乗用車は、新規登録・届出回数(上段は前年同期(月)比(%))



3. 雇用情勢

雇用情勢は感染症の影響により、弱い動きとなっているなかで、求人数等の動きに底堅さもみられる。

有効求人倍率は低下している。完全失業率は前期を上回っている。



(備考) 内閣府にて算出、季節調整。

(13) 景気ウォッチャー調査（令和2年10月調査）景気判断理由の概要

5. 甲信越

(◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、×悪)

分野	判断	判断の理由
現状	家計 動向 関連	□ ・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することは期待できない（その他レジャー施設 [ボウリング場]）。
		○ ・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（高級レストラン）。
		▲ ・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いない。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（商店街）。
	企業 動向 関連	○ ・Go To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）。
		□ ・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（窯業・土石製品製造業）。
		× ・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（電気機械器具製造業）。
雇用 関連	□ ・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（求人情報誌製作会社）。	
	○ ・Go To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）。	
その他の特徴 コメント	○：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（金融業）。 □：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（家電量販店）。	
分野	判断	判断の理由
家計 動向 関連	□ ・コロナ禍のなかで、少しずつ消費は動いてきてはいるが、今までのように戻る可能性は非常に少ない。これからも現状の低空飛行が続いていく（百貨店）。	
	▲ ・小売業としては催事も多く稼ぎ時となるが、新型コロナウイルスの影響や天候不順が多い当県では外出する回数も減り、消費が冷え込むとみている（コンビニ）。	
企業 動向 関連	□ ・海外需要の回復にばらつきがあることや、新型コロナウイルスの感染再拡大の影響で、先行き不透明感が増しているため、変わらないのではないかと（一般機械器具製造業）。	
	○ ・年末に向け、Go To関連のキャンペーン、各市町村によるプレミアム付商品券等、消費促進対策が実施されることで、イベントや売出等が増えてくれば、現在より良くなる（新聞販売店 [広告]）。	
雇用 関連	×	・多人数での会食の自粛により、人と会ったり会食する機会が減っている。そのため、宝飾品を勧めても、「着ける機会がない」という理由で断られてしまう。この状況が続くと、消費者の宝飾離れが心配である（その他製造業 [宝石・貴金属]）。
	□ ・激減が続く求人は、好転の兆しが無い。一部企業は持ち直し始めているが、ごく僅かである（民間職業紹介機関）。	
その他の特徴 コメント	○：Go To Travelキャンペーンなど、地域活性化の動きもあるため、やや良くなる（自動車備品販売店）。 □：Go Toキャンペーンの効果等により、当地にも観光客が戻りつつあるが、時限的に終わらないよう期待する（住宅販売会社）。	

(D I) 現状・先行き判断D I（甲信越）の推移（季節調整値）

