

日銀の視点

木々の葉が色づく季節となった。この間に緊急事態宣言が全国で解除され、人出の増加を実感する機会も増えた。実際、高頻度データをみると、10月入り後の県内の人出や飲食店情報の閲覧数には持ち直しの兆しがある。もっとも、感染症への警戒感や先行きの事業環境を巡る不透明感がなくなったわけではない。こうした中でいかに事業を行っていくのか頭を悩ませている県内事業者も多いと思われる。

日銀地域経済調査課 足立 祐一

日本銀行では感染症の影響を大きく受けている飲食・宿泊業を含む消費関連企業を対象に、感染症のもとでの取り組みについて全国で聞き取り調査を行った。その内容をさくらレポート」別冊として9

入店者数の制限など安心して顧客が来店できるための取り組みであり、厳しい環境を乗り切るために極めて重要なものである。二つ目は先行きの需要の回復に備える取り組みである。例えば、インバウン

の変化に着目した取り組みである。感染症をきっかけにデジタル化が加速する中、eコマースやSNS（会員制交流サイト）の活用が域外需要の獲得にもつながった例や非接触対応と省人化の両方を意識してセルフレジ

長い目で見た家族構成・ライフスタイルの変化も意識されて拡充が進められている。このように、感染症という一時的と思える変化への対応であると同時に、より長期的な変化への対応が意識されていることも少なくない。他方で、こ

コロナ契機に変革加速

月28日に公表したが、今回は、そのポイントを紹介したい。同レポートでは、消費関連企業の取り組みを三つに整理している。まず一つ目はウィズコロナに特化した取り組みである。アクリル板の設置や

ドの回復を念頭に客室の改装を進める、あるいはSDGs（持続可能な開発目標）に関する社員教育を実施するなど、今のうちにといいことでの取り組みを進める動きがある。三つ目は感染症のもとで

企業が従来から抱える商圏縮小や人手不足といった課題の解決にもつながりうるものとして広がりを見せている。このほか、テークアウトやデリバリーは共働き世帯や高齢者・単身世帯の増加など、

うした取り組みを進めるうえで、人材・ノウハウの確保が難しいことや、債務の増加が将来の返済負担となっていくことなどの課題も指摘されている。県内でも、さまざまな課題を乗り越えるべく企業間・地域内で連携を進める動きがあり、今後の展開を注目したい。（次回は12月11日掲載）