

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連  (北陸)	◎	－	－
	○	商店街（代表者）	・当商店街での大型店開業に伴い、客の回遊性が上がることは間違いなく、イベント等の実施にもよるが、売上アップにつながると考える。
	○	コンビニ（店舗管理）	・5～6月の事業環境が悪すぎた。それよりは良くなるはずだが、売上の前年割れは必至である。
	○	家電量販店（店長）	・巣籠り需要は落ち着いたが、引き続き自宅にいる時間が長いので省エネ家電への買換えニーズが伸びている。
	○	乗用車販売店（経営者）	・来客数も少しずつ多くなり、早く元に戻そうなどと前向きな会話が社内にも出てきている。周囲からも明るい会話が耳に入ってきているので良くなると思う。
	○	一般レストラン（統括）	・経済を優先すると感染者は増加し、感染者を抑えると経済は停滞、低迷する。この相反する2つを国は両立しようとしているが、それは無理である。無理ではあるが、現状では各業種や業態がニューノーマルを確立し、経済を停滞させない活動に移行するとみられる。新型コロナウイルスは終息しないが、しないなかでも経済活動を行っていくことで、現状より若干だが上向きになると考える。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・県民宿泊割引により7～8月は前年に近い予約があるが、9月以降についてはまだ低い水準である。Go To Travelキャンペーンの予約を受注できるかどうか、今後の経営に大きな影響を与えると考える。
	○	旅行代理店（所長）	・Go To Travelキャンペーンの開始による売上増加に期待したい。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響が広がらなければ、観光客が増えてタクシーの利用客も増えるのではないかと考える。
	○	住宅販売会社（従業員）	・これから徐々に住宅展示場の来場者数が増え始めるとみている。
	○	住宅販売会社（営業）	・住宅ローン控除の延長対象期限に間に合わせたい客の動きが9月末までは続くものとみている。
	□	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・新型コロナウイルスの感染者数が減る要素がないので、今の状況が継続するとみている。夏休みのイベントもほとんどなくなっている。
	□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・一般文具などの購買に関しては、ここしばらくは現状と変わらないとみている。
	□	百貨店（販売担当）	・新型コロナウイルスによる影響が続くため、現状の前年同月比85%程度が継続すると予測している。秋物商材の入荷も遅れる予測の上、秋の旅行や各種イベントが減少するなか、関連需要は減少するとみている。給与やボーナスの低下による影響が今後も続き、消費は定価購入ではなく、セールやお買得品の購入が増加し、客単価は低下傾向が続く。しかし、一部の富裕層需要に合致した商材や企画が実施できれば、落ち込みはやや浅くなると考える。
	□	スーパー（店長）	・相場高の状況が変わらないと予想するなかでは、現状と同様の推移になるとみている。
	□	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスの影響次第で変わる可能性がある。
	□	衣料品専門店（店舗運営）	・一部商品の需要は3か月後も高いとみているが、従来の主力商品の動きはまだ戻らないと考えている。
	□	自動車備品販売店（役員）	・新型コロナウイルスの感染が広がっており、2～3か月以上先も我慢の状況が続くと考える。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・ニュースがいつも新型コロナウイルスで始まる。こうした状態が続いている限りは良くならないと考える。
	□	通信会社（職員）	・いまだに客の受注は必要最低限にとどまっている。
□	通信会社（営業担当）	・営業時間を短縮し、予約対応で受けている。販売台数は変わらない見込みである。	
□	通信会社（営業担当）	・今後の状況も新型コロナウイルスの影響で大きく変わると予測するため、はっきり言って分からない。	
□	通信会社（役員）	・セールス活動を再開でき、放送、通信共に獲得契約数が前年比90%程度で推移しており、今後第2波、第3波のリスクはあるが、同程度で推移すると考える。	

□	競輪場（職員）	・景気対策が打ち出されてはいるが、新型コロナウイルスの感染拡大が再び懸念されている状況では判断できない。
□	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	・新型コロナウイルスの影響による退会は大分収まったが、現時点では減ってしまった会員数を増やすための販促活動ができる雰囲気では全くない。したがって、採算割れの営業が当分続くと考えている。
□	美容室（経営者）	・全国的に新型コロナウイルスの感染者が増えているが、地方では4～5月ほど感染者が増えることでの混乱はないと考える。
□	住宅販売会社（従業員）	・住宅団地の売出し後、住宅展示会の開催も10社程度予定している。他社も含めたイベントのため受注の競争はあるが、自社の受注も必ず増えるので、しばらくは良い状態が続くとみている。
▲	一般小売店 [精肉]（店長）	・5月から比べると売上は徐々に戻ってきている感じである。販売としては、来客数は少なめだがギフト等は少しずつ増えてきており、集客が増えれば売上も上がるとみている。しかし、新型コロナウイルスが第2波として広がってくると、またこの先落ち込む可能性があると考えている。
▲	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着くまで、仕事が不安定だと考える。
▲	コンビニ（エリア担当）	・良くなる要素が見つからない。
▲	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの状況で大きく左右されることから、まだまだ油断ができない状況である。
▲	家電量販店（店長）	・特別定額給付金で需要の先取りをしているので下期は苦戦しそうである。
▲	家電量販店（本部）	・前年は消費税の引上げがあったのでこれからの回復に期待したいが、新型コロナウイルスの影響が深刻になりそうである。
▲	乗用車販売店（従業員）	・新型コロナウイルスの第2波が、当地域にいつ来てもおかしくない状況に不安がある。
▲	乗用車販売店（役員）	・景気低迷による心理面での購買意欲が減退しており、新型コロナウイルス感染症が終息するまでは上向かないと考える。
▲	住関連専門店（役員）	・現時点で感染拡大が再燃しつつあるなか、今後の消費については不透明であり、今以上に感染拡大となれば再度消費が落ち込むとみている。
▲	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	・新型コロナウイルス第2波への警戒感が当面続くと見込む。
▲	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルスの影響で戻りかけた夜の客が再び遠のきそうである。昼の客やテイクアウト販売でしのいでいるが、単価も来客数も下がっている。
▲	スナック（経営者）	・新型コロナウイルスの終息と、企業業績が回復する先々の見通しが立たないなか、最悪の状態を予想している。
▲	観光型旅館（経営者）	・県民宿泊プランは8月7日までで、それ以降はGo To Travelキャンペーンがあるものの予約が伸びていない。秋以降の団体シーズンはキャンペーン除外のために期待できない。前年比50%の売上があれば良い方かもしれない。
▲	タクシー運転手	・飲食店関係で、新型コロナウイルスのクラスターが発生してもおかしくないような店があり、そこで一度感染者が出ると、再び夜の客がさっぱりな状態になるような気がする。
▲	パチンコ店（経理）	・新型コロナウイルスの陽性者の増加により、悪くなることも考えられる。
×	商店街（代表者）	・新規感染者数が増加傾向で第2波とも言われることから、今後人出が増える要因が見つからない。むしろ、ゴールデンウィーク前後の閑散とした街に戻る可能性の方が高いような気がする。
×	商店街（代表者）	・人通りの多くは大学生のような若者が中心である。高額品など購買単価を上げる高齢者層や外国人観光客は相変わらず少ない状況である。次の繁忙期となる秋までには新型コロナウイルスが終息することを願うばかりである。
×	一般小売店 [事務用品]（店員）	・今後ますます買い控えが進むことにより、業界全体が縮小していく。

	×	百貨店（売場主任）	・8月以降、大手アパレルを中心に不採算ブランド廃止や撤退が始まる。ブランドが抜けた後の2～3か月先の状況が見通せない。百貨店はこれからが新型コロナウイルス不況の本番であり正念場を迎える。
	×	百貨店（販売促進担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が予想され、食品物産催事などの集客企画に対して慎重に進めざるを得ない。人数制限や出店制限を考えると売上減少は否めない。
	×	スーパー（店長）	・県内でも目に見えて外食産業の数値悪化が顕著で、回復が見込めない。
	×	スーパー（店舗管理）	・天候不良による青果物の相場高騰と、新型コロナウイルスの影響による収入減少から生活水準を抑制する傾向がみられる。
	×	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの影響がある。
	×	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの第2波は来ていないと言われていたが、確実に第2波の影響を受けており、新型コロナウイルス発生当初に近い感じで売上が減少してきている。特に繁華街やパチンコ店近くの事業所の影響は大きく、店舗運営の継続を左右するほどの売上減少になっている。今年の3月ほどではないが急激に売上が減少しており、3月の水準に急激に近づいている。減少の速度としては、いつ最悪の売上に落ち込んでもおかしくない実感があり、景気は悪くなる。
	×	高級レストラン（スタッフ）	・秋は1年で県外団体旅行が最も多い時期になるため、今年は最も下落幅が大きくなると予測している。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・支払賃借料の減額に応じてもらえず、経営を圧迫している上に、新型コロナウイルス感染拡大で全く先がみえない。サービス業はストックがなく、新型コロナウイルスの影響による業種間格差の拡大を感じる。
	×	テーマパーク（役員）	・夏ということもあり、現在は主に地元客ではあるが、個人客を中心にやや旅行需要が戻ってきている。しかし、2～3か月先の状況を見ると、本来であればグループや法人、団体旅行が多い時期になってくるのだが、それらの予約が全く動いておらず、新型コロナウイルス感染症の拡大が続いている状況では、厳しくなるものとみている。
	×	住宅販売会社（従業員）	・個人消費の悪化による影響で、製造業や飲食業、小売業、観光業等の業績悪化が出てくる。
企業 動向 関連  (北陸)	◎	—	—
	○	化学工業（総務担当）	・今後受注が増える予想する。
	□	食料品製造業（経営企画）	・日々の新型コロナウイルス感染者数が再び高いレベルで推移し始めており、回復のスピードが鈍るのではと考える。
	□	繊維工業（経営者）	・新型コロナウイルス感染拡大による影響の収束が少しみえればいいのだが、一向にみえない。また、新型コロナウイルス第2波による感染拡大の懸念や米中貿易摩擦等、不安材料も非常に多く、厳しい状況が続いている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況からみて変わらない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・本格的に景気回復を図るためには、世界各地で新型コロナウイルスの感染が収束に向かわないとならない。人々が安心して経済活動を行える状況にならないと、設備投資は難しい。
	□	精密機械器具製造業（役員）	・新型コロナウイルス感染者急増のペースが落ちれば、良い方向に向かうと考えるが、ここしばらくの急激な感染者増加の影響で、再び自粛機運が高まる可能性もある。どちらもあり得る状況が悩ましい。
	□	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスによる感染拡大の収束が見通せない。
	□	通信業（営業）	・営業活動は増えているが見込み案件の増加を伴っておらず、上向き傾向という状況ではない。
	□	不動産業（経営者）	・不動産業界の状況としては、消費税の引上げがあった後の反動による落ち込みも大きいのだが、新型コロナウイルスの影響下では客との面談もなかなかできない。しばらくは様子見である。
	▲	プラスチック製品製造業（企画担当）	・世界規模での新型コロナウイルスの感染拡大は当分続くとみている。日本国内でも第2波の懸念が高まっており、収束まではかなりの時間が掛かる。経済の回復も非常に厳しく、当社が関わる建設業界や自動車業界はもとより、景気全般での大きなマイナス影響は当面継続するものと考え。

	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・第1四半期は後半に掛けて新型コロナウイルス第1波の収束により、回復の兆しがみえ始めたものの、第2波と思われる感染者の増加により、更に受注が減少してきているように見える。中国以外の各国への輸出は減少する一方であり、国内需要の冷え込みと合わせると、第2四半期はこれまで以上の休業を余儀なくされる見通しである。
	▲	金融業（融資担当）	・一部業種に持ち直しの動きがみられるが、自動車関連、工作機械メーカーの受注は弱含んでいる。三大都市圏を中心に新型コロナウイルスの感染者数が増加傾向にあり、経済活動が停滞するおそれがある。
	▲	司法書士	・東京出張を自粛している結果、仕事が少ないという話を数社から聞いている。関わっている事業団体の大きなイベントも中止が続いている。
	▲	税理士（所長）	・一時的に景気が若干戻ったかという動きもあったが、新型コロナウイルスで中断したものが再開したということである。各企業とも基本的に事業活動は縮小方向であり、新型コロナウイルス発生以前に計画したものを今やっている面が強いと考える。業種によっては新型コロナウイルスによる特需も実際にあるが、全体でマイナス方向になるのは変わらない。いろいろな給付金が一時的な支えになっている。新型コロナウイルスの感染が再び広がっており、これで経済が止まることのないように祈るばかりである。
	×	建設業（役員）	・新型コロナウイルスの終息見通しがなく、景気後退の懸念が大きい。
	×	金融業（融資担当）	・現在の商取引規模の縮小は今後も続き、新型コロナウイルス発生前の規模まで回復するには時間を要する見通しである。また、新型コロナウイルスの第2波によっては廃業、倒産する業者が増え、商取引縮小の悪循環となる。
	×	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・7月に入り、コロナ禍でチラシ出稿を控えていた広告主もほぼ戻りつつある。しかし、チラシがサイズダウンしており、まだ新型コロナウイルス発生前に戻ったとはいえない状況である。8月は新型コロナウイルス第2波の影響により、チラシ出稿の減少を懸念している。
雇用 関連  (北陸)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（役員）	・求職者が就職活動に苦勞している。派遣登録者も増えない。
	□	人材派遣会社（社員）	・求職者が増加傾向ではあるが、派遣切りにあった人々が次を求めているだけで、求人が増加しない限り景気は良くならないと考える。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・新型コロナウイルスが終息しない現状では、企業や人の活動が悪くはなれども、良くはならない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの感染が再び拡大傾向にあり、物理的にも精神的にも積極的な動きが制限されるなか、金を使って何かしようという空気にはなっていないし、当面はならないとみている。
	□	職業安定所（職員）	・受注は回復傾向にあるが、休業を継続している事業所が多い。また、新型コロナウイルスの感染拡大状況が読めず、先行き不透明ではあるが、本来の状態に戻ったときのために、求人を出しておきたいという事業所も多い。
	□	職業安定所（職員）	・現状では新型コロナウイルス感染症による影響の収束が不透明である。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルスの影響からまだまだ求人数が増えない。
	▲	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルスの終息がみえない現状では、業績回復にも時間が掛かる。求人が減って失業者が増え、景気悪化の材料ばかりが増える。
▲	学校〔大学〕（就職担当）	・好転する材料がない。	
×	—	—	—