

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 (北陸)	◎	衣料品専門店 (店舗運営)	販売量の動き	・一時は新型コロナウイルス対策の商品しか見られていなかったが、店頭を秋冬物に入れ替えたことで服飾雑貨やアクセサリーにも動きが出てきている。
	◎	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・7月末で県民限定宿泊割引の補助が終了したが、7月は前年を上回る売上を確保できた。7月22日よりGo To Travelキャンペーンを開始したが予約はまだ低調で、8月は前年比で総売上は84%、宿泊人数は87%、宿泊単価は90%である。
	○	商店街（代表者）	お客様の様子	・デパートの企画展のイベントに合わせて入込客が増加し、駐車場の利用客も戻りつつある。また、近隣地域のイベントなどでも回遊する客が確実に増加している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・今年の9月は大型連休があり、久しぶりに前年並みの連休の人出となった。久しぶりの忙しさにスタッフの動きにぎこちなさはあったが、一安心である。4連休以外はいつもの閑散とした日々である。
	○	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・3か月前の6月との比較ではやや良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスによる客の動きが、Go To Travelキャンペーン等の影響もあり、多少戻ってきている印象を受ける。
	○	コンビニ（店長）	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響から、前年比で20%以上売上が減少していたが、今月の売上は前年比で7%程度の減少となっている。例年に比べると極めて悪い状況だが、3か月前から比べると例年の売上に近づいており、やや良くなっている。
	○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・来客数が少しずつだが増え始めている。以前と変わってネットでの問合せも多くなっているため、動きが出てきたようである。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車の発売が続いているため、週末の来客数が増えている。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・新型車の発売に伴い、客からの問合せも多く、来客数も5月頃までと比べて増えている。新車の受注で好調が続いている。
	○	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・集客面では戻りつつある。連休期間は自粛前のような来客数で、売上も例年並みに戻ってきているが、単価は低い状況である。ガソリンの給油量も増えており車の使用が増えているとみられる。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍の影響をまだ楽観視はできないものの、9月の4連休は帰省客や家族3世代での来店など、6～8月には見られなかった客層の来店があった。消費動向は依然として衣料品や飲食が不調であるが、季節の変わり目となることから今後の販売動向を注視する必要がある。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・9月の大型連休で県内外の消費者が多く動いた。それにより駅周辺が徐々に人のにぎわいを取り戻していた。10月1日からはGo To Travelキャンペーンが東京も対象になるので、北陸の中でも特に当地は首都圏からの観光客が増えていくと考える。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で4月から赤字が続くなか、今月は前年の1割減とささやかな希望がみえた。年配客は警戒心が非常に強く、人が少なければ来店するという感じで、客は5割しか戻っていない。1日に1人や2人の客では成り立たない状態である。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンや県内小中学生の修学旅行などで前年比の70%まで客が戻ってきている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・週末を中心に観光客が増えている。4連休は特に良く、久しぶりに売上が上がっている。	
○	タクシー運転手	来客数の動き	・県外からの出張者が少し増えている。夜の繁華街は全く駄目である。売上も全く芳しくない。	

○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が落ち着き始め、外出を自粛している人も少なくなってきた。
○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況がやや落ち着いている。また、Go To Travelキャンペーンなど様々なプロモーションの影響もあり、3か月前と比べると、国内の個人客を中心に前年同月比ではやや旅行客の動きが戻ってきているように見える。
○	競輪場（職員）	販売量の動き	・来場者が戻りつつあり、インターネットを通じた車券購入が堅調である。
○	住宅販売会社（営業）	販売量の動き	・住宅ローン控除の延長契約対象期限となる月のため、駆け込みが発生している。
□	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	販売量の動き	・9月の大型連休がすごかった。新型コロナウイルスが終息したわけでもないのにあの人出は驚異的である。
□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・他の業界は回復傾向にあるかもしれないが、小売業界は来客数が増えてこず、現状では変わっていない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・近隣店との競合や感染症対策の影響で来店頻度が減少しているが、客単価アップの状況は続いている。
□	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況は依然として変わっていない。
□	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・9月前半は新型コロナウイルス第2波の影響とみられる自粛ムードで、前月の復調に冷や水を浴びせる状況である。後半は持ち直し傾向で救われている。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が少し落ち着いてきているようにも見えるが、衣料品に関してはまだ回復の兆しは見られない。
□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・新築住宅向けに家電一式の販売数が増えてきている。
□	家電量販店（本部）	来客数の動き	・消費税の引上げがあったため前年と比較はできないが、前月と同様に新型コロナウイルスの影響が薄れてきている様子である。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・9月はひやおろしという酒が次々とする月で、いろいろ取りそろえて他の商品と一緒に売りたいと期待していたが、ひやおろしだけしか売れない状態である。結局、余計なものはいらない、今が旬のものは欲しいという感じである。
□	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・4連休から客足が回復してきたが、前半の落ち込みが大きく、トータルでは例年の60%ほどの集客である。
□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・悪い状態のまま一進一退である。
□	旅行代理店（所長）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが開始されて2か月が過ぎ、徐々に利用者の認知が高まってきているが、遠距離の旅行は引き続き自粛傾向が強く、近県への旅行にとどまっている。
□	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	お客様の様子	・9月に外部委託施設で新型コロナウイルス感染者が発生して、2週間の臨時休館を実施した。幸い施設を媒介とした感染はなかったが、利用者のほか、一般の人からも様々な意見を頂いた。無事施設再開にはこぎつけたが、金銭的な影響以上にスタッフへの精神的な影響が気になっている。
□	美容室（経営者）	それ以外	・今月は売上、来客数共に前年をクリアしている。前年の9月は、消費税の引上げ前の月で駆け込み需要もあり、一昨年より10%以上伸ばしていることを考慮すれば、今月の売上は良いといえるかもしれない。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月は税制優遇が受けられる締切の月だったこともあり、受注には強さがみられたが、今後どのような受注数になるかは不透明である。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・展示会の来場者数が増えない。
▲	一般小売店〔事務用品〕（店員）	来客数の動き	・来客数の減少に比例して売上額も減少し続けている。

	▲	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・前半は残暑が厳しく、秋物衣料の動きが鈍い。あわせて大手アパレル不振などの影響でショップの撤退が続き、秋物の投入が遅れるなど悪循環が続いている。継続して新型コロナウイルスへの感染予防の意識が強く、レストラン部門において夕食や宴会などの業績が非常に厳しい。
	▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響により商品生産が遅れたため、秋物商材や新商品の納品が遅れたことと、倒産、撤退したブランドや会社が多く発生したことにより、上位顧客の要望する商品が用意できず購入が遅れている。また、気温の急激な低下により、夏商品が前半で終了し、客が商品購入を迷っている。テレワークによりビジネスアイテムの需要が低下している。トラベル需要も大きく低下し、バッグや靴といった身の回り品などにも興味を示さなくなっている。
	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・ぜいたく品の出費を控え、買物も必要最小限に抑えている。
	▲	コンビニ（経営者）	単価の動き	・季節商材が売れなくなっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・9月の大型連休中は帰省客も来店していたが、連休後は元に戻っている。
	▲	通信会社（店舗統括）	販売量の動き	・緊急事態宣言が出ていた期間よりも、最近の方が販売量が減っている。
	▲	通信会社（役員）	販売量の動き	・放送、通信サービス共に、3か月前と比べて契約数が減っている。前年同月比でも、減少幅が大きい。
	▲	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントへの来客数は予想を下回り、いつもより少なかった。例年は9～10月は客の動きは良いのだが、今年は問合せや相談件数も少なく非常に動きが鈍い。このままでは今年の12月まで受注は厳しいと考える。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・9月の大型連休は久しぶりの人出であったが、若者が圧倒的に多く、年配客はまばらである。財布のひもは固く、人出の割に売上は今一つである。
	×	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・2019年9月は高額品を中心に消費税の引上げ前の駆け込み需要があり、売上高は2018年比でプラス25%と好調に推移した。今年9月はその反動減と新型コロナウイルス禍での外出自粛、大手アパレルメーカーの退店が要因で前年比25%減少の見込みである。
	×	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・相場の高単価に支えられているのみで、来客数や購入点数は伸び悩んでいる。
	×	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・消費者への還元事業や特別定額給付金などの特需があったことが要因としては大きい。また、今月に入り消費者の来店や購買の動きが急に止まっている。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・4連休は宿泊が直前予約で伸びた。しかし、宿泊部門は前年比で40%、レストラン部門は35%、宴会部門は30%である。夜の宴会が全くなく、昼の会議のみで大変厳しい。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・衣料分野は用途を問わず全体的に悪い。また、資材分野については低位安定という状況である。
	○	精密機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・2～3か月前の新型コロナウイルス感染拡大状況下での売上予測に対しては、国内、海外共に速いスピードで回復してきている。ただし、全体ではまだ新型コロナウイルス禍発生以前の状態には戻っていない。
	○	建設業（経営者）	競争相手の様子	・公共工事の受注と施工をメインとする当社も同業他社も、このところ受注が活発になってきている。
	○	通信業（営業）	取引先の様子	・業種により差異はあるものの、現在は新型コロナウイルス禍が比較的落ち着いているので、感染拡大前に設備更改やリモートワークの整備等を実施する企業は増加していると考えられる。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現在、物件を買いたいという客がかなり少ない。
	□	司法書士	取引先の様子	・市内北部の区画整理終了地区での不動産取引が多い一方、売買が成立しない地区も多い。

	▲	食料品製造業 (経営企画)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍のなか、比較的好調に推移していた市販用がここに来て前年割れ傾向に転じている。巣籠り需要の増加によるものと捉えていたが、直近の不振の原因はつかめていない。引き続き大幅に前年割れの業務用とあいまって、トータル売上は非常に厳しい状況にある。
	▲	プラスチック製品製造業 (企画担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況は落ち着きつつあるものの、経済活動の停滞による影響は引き続き大きく、受注、販売共に厳しい状況が続いている。
	▲	一般機械器具製造業 (総務担当)	受注量や販売量の動き	・引き続き毎週金曜日は一時帰休を行い、生産調整を行なっている。米国市場の受注は戻りつつあるが、欧州、国内市場の回復がまだまだの状況である。
	▲	金融業 (融資担当)	競争相手の様子	・新型コロナウイルスによる自粛期間の影響が具体的に数字となって顕著に表れており、決算や中間報告においても赤字計上する取引先がほとんどである。
	▲	税理士 (所長)	取引先の様子	・落ち込んでいた飲食業、観光業がGo To Travelキャンペーンの力もあり、以前よりも回復しているが、収支が黒字というところまではなかなか追いついていない事業者が多いようである。そういう面では3か月前よりは良くなっているが、まだ本来の形には戻っていないという状況である。製造業の設備投資関係、建設業関係では、新型コロナウイルス禍の影響を受けて計画が中断しているものが多くあり、受注予定が非常に少なくなってきたため、製造業関係や建設業がこれからマイナスになるのではないかと考える。
	×	*	*	*
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	新聞社 [求人広告] (担当者)	周辺企業の様子	・一時に比べ、人の往来の増加やイベントの実施など、少しずつではあるが経済活動が戻りつつある。ウィズコロナを意識しながら、様々な面で動きが活発化しているように感じる。
	□	人材派遣会社 (役員)	求職者数の動き	・有効求人倍率が依然として低調である。派遣登録者数も少ない。
	□	新聞社 [求人広告] (営業)	周辺企業の様子	・どの業種、業界も明るい話がない。これまでの活動のやり方を変え、新型コロナウイルス禍の社会に対応した取組をしていくという話をよく聞く。
	□	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・全産業において求人数は、新型コロナウイルスの影響により、前年同月より大きく減少している。特に、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業での減少が大きい。製造業は先行き不透明という事業所が多いが、復調しつつあるという事業所も少し出てきている。
	□	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・離職者だけではなく、在職者も含め求職者数が増加している。
	□	民間職業紹介機関 (経営者)	求人数の動き	・新型コロナウイルス発生以後、新しい求人が少なく、採用を見合わせている傾向がある。企業業績をにらみ、小規模の休業を行っているところもある。
	▲	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人とは逆に、派遣の打ち切りや派遣期間の短縮が多少増加したようである。
	▲	求人情報誌製作会社 (編集者)	求人数の動き	・1回当たりの掲載件数が少ない。
	×	—	—	—