

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)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・消費税引上げ後の落ち込んだ数字との比較にはなるが、今月も前年並みの売上は確保できそうである。来客数はゴールデンウィーク並みで大変多いが、購入単価が低い。法人需要やインバウンド需要が戻ってくればよいと考えている。
	◎	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・北陸は特に冬の観光地となっているため、Go To キャンペーン関連で県外客が多く来ている。また、県外客だけでなく、Go To Eat キャンペーンにより、新型コロナウイルス禍で今まで外出や外食を控えていた県民も一斉に動き始めている。
	◎	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年10月は台風19号の影響で宿泊人数が2100名減少していたが、前年実績と比較して総売上が103%、宿泊人数が100%、宿泊単価は110%である。個人客中心の宿泊となり、大幅に単価が高くなっている。新型コロナウイルス対策で、営業可能な棟のうち1棟を休止して営業している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・入込客は順調に増加しているようだが、新型コロナウイルス感染者が出れば、即店じまいである。決して安心できる状況ではない。団体客の動きは鈍く、受入体制も十分とはいえない。
	○	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・牛の仕入価格が大分高くなってきているので、引き合いが強くなっていると考ええる。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	来客数の動き	・Go To キャンペーンの威力は絶大である。3連休は怖くなるほど多くの客であふれた。市場のなかはソーシャルディスタンスなど守る隙間もなく人でごった返しである。売上の現金を勘定するとき、不特定多数の人が触ったお札を数えることで少し怖い気持ちになる。
	○	スーパー（店舗管理）	単価の動き	・カニの解禁に伴う動きが良い。中食需要の高まりは以前からあるが、ズワイガニ等の高単価商材は小売スーパーでは動きが良くなかった。しかし、今年は動く傾向にある。また、来客数は減少しているものの、店頭販売の売上が伸びている傾向にある。
	○	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・Go To Travel キャンペーンの影響が顕著である。高額購入につながっている。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・企業に新型コロナウイルス対策の補助金申請が下りて、空気清浄機やエアコンの販売が好調である。
	○	家電量販店（本部）	単価の動き	・売上構成比の高い大物商材が比較的好調のため、客単価が好調に推移している。一昨年比では微増である。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・タイヤ交換のシーズンであり、サービス関係の入庫が多くなっている。
	○	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・引き続き新車の受注が好調に推移し、車検入庫も前年に比べて増えている。入庫時のプラスワン商品の提案も客から好評である。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	お客様の様子	・県内では新型コロナウイルスの新規感染者数が抑えられ、かつGo To Eat キャンペーン等の実施により、ファミリー層や複数人での来店が平日、週末共に戻りつつある。業種や業態によって好不調があり全体では前年実績に届かないが、客の来店動向、購買動向は上向きになってきている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・県内の新型コロナウイルス感染者数が少ないこともあり、Go To Travel キャンペーンの行き先として人気である。また、Go To Eat キャンペーンの二次販売でプレミアム付食事券を1世帯5冊まで購入できるため、買いだめした富裕層の利用が目立っている。団体利用は大幅に減少しているが、ほぼ例年並みの集客を確保している。

○	スナック（経営者）	来客数の動き	・当店では持病のある客が来店を控えるケースが多く、売上は例年の8割くらいである。新型コロナウイルス感染者が増えてくると、来店できないとの連絡があり赤字である。客との会話からは、Go To Eatキャンペーンにより飲食店は満席で、何軒も断られたとのことである。当業界は少し不公平さを感じている。
○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンのお陰で来客数、売上共に例年並みで推移している。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客を中心に週末の人出が多い。11月の3連休は特に良く、観光客が多く今年最高の人出となり、タクシーも大変忙しくなった。ウィークデーは少しずつ回復傾向にある。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・朝方や日中の利用客が、観光客以外は大分戻りつつある感じがする。夜の繁華街は相変わらず静かである。
○	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少なくなり、来客数が増えている。また、全体的に若年層の来店も増えたので、学生向けの新規契約も増えてきている。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	・9月以降、ほぼ前年の来客数をクリアするようになってきている。商店街の来客数も増えてきているように見える。
□	一般小売店〔事務用品〕（店員）	販売量の動き	・オフィス家具の新規需要は減少し続けているが、新型コロナウイルス感染対策関連製品の需要が伸びている。
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・10月に続いて11月も売上高は前年超えを達成している。お歳暮やおせち、そして期間限定ショップが好調に推移し、全体をけん引している。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・来客数が前年に比べ少ない状況ではあるが、ここ3か月間は大きな変化なく推移している。販売量、単価を上げていく策が必要となる。
□	スーパー（総務担当）	競争相手の様子	・客の買上点数などは増加している様子だが、地域振興券やGo Toキャンペーンの影響があるだけで、景気が上向きになっているわけではない。
□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価が下げ止まっている。
□	コンビニ（営業）	来客数の動き	・繁華街を中心に人出が戻ってきていない状況である。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・商品購入を決めるときにボーナスを気にする客が多い。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・Go Toキャンペーンなどで、売上が少しずつ上がってきているとみていたが、最近は新型コロナウイルスの感染拡大で再び低迷を余儀なくされている。
□	乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・来客数が大変少なくなっているが、来店する場合は前もってネットで十分確認してから、目的を持って来店する人が増えてきている。特に中古車はネットの間合せが多くなっており、新型コロナウイルスの感染リスクを考慮の行動とみている。
□	自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	・冬に向けスタッドレスタイヤの購入客は前年と比較して多く、動きも早い。事前の降雪情報により例年の暖冬化の状況に比べると、早期に準備する動きになっている。単価は平年並みではあるが、他のお買得商品の販売は今までになく低迷しており、直接の安全にかかわる商品には金を掛けるが、それ以外は控える傾向がみられる。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・とにかく寂しい限りである。売上は上がらないが、経費等はいつもと余り変わらず赤字が続いている。毎月貯蓄を切り崩して穴埋めしているような状況である。
□	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・Go Toキャンペーンの施策により、無理やり動かされているように感じる。
□	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・宿泊部門はGo To Travelキャンペーンと県独自の宿泊キャンペーンで前年比80%まで回復したが、レストラン部門と宴会部門は新型コロナウイルスの影響により引き続き悪い。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・3か月前と変わらず前年同期と同じレベルで放送、通信共に契約が取れている。

	□	競輪場（職員）	来客数の動き	・来場者数は3か月前からは若干増加し、おおむね前年の水準まで戻ってきている。
	□	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	・新型コロナウイルス対策を行っているが、いまだに新型コロナウイルス禍なので利用を控える、休止するという申出がある。新規の入会はずいぶん増えない状況である。
	□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・折込チラシ等の集客効果はほとんど見込めない。口コミや紹介からの商談が増えている。
	□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数が増加しない。
	▲	一般小売店 [書籍]（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス第3波の影響は大きく、来客数、販売量共に大きく落ち込んでいる。
	▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染第3波の報道に伴い、3連休を境に来客数が減少してきている。衣料品や高額商品の動きは引き続き鈍化傾向が続いている。
	▲	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・11月前半はGo To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの使用開始や久しぶりの食催事の実施、新型コロナウイルス感染者数の低位安定から来客数が改善した。また、気温低下もあり、防寒商品の肌着やナイティ、衣料品が好調に推移している。中盤以降は新型コロナウイルス感染者数の増加とともに来店客が減少し、さらに、短時間で目的商品のみ購入となっている。全国の新型コロナウイルスの大幅な感染拡大と、店内での感染者の発生、さらに、気温低下が進まず、3連休、週末共に大幅に来客数が減少している。お歳暮や食品などの必需品のみ前年並みを維持している。
	▲	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・ステイホームの影響で一時期伸びた販売量が落ち着きをみせ、先行き不安などから消費マインドの低下がみられる。
	▲	旅行代理店（所長）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの第三次感染拡大、札幌や大阪などの一時Go To Travelキャンペーン除外措置の発表により、不安や自粛ムードが広がっている。他地域への個人旅行を含め予約取消しや見合せの動きが始まっている。
	▲	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・全国で新型コロナウイルスの最多感染者数更新等の報道があり、現在は団体客やインバウンド客の利用がずっとない状況である。唯一動いていた個人客も、動きがやや悪くなっている状況である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントの来場者数、新しい分譲地への問合せ数が共に減っていること、新型コロナウイルス感染者数が増えていることがあって、イベントを自粛せざるを得ない。現在打合せが続いている客を大切に、しっかりと契約まで進めることが大事だと考える。
	▲	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・例年の同時期に比べ、20～30%集客がダウンしている。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・ただでさえ新型コロナウイルスの影響で人出が少ないなか、再開発の解体工事による道路の縮小などが始まり、ほとんど兵糧攻めにあっているような状況である。車も人出も極端に減ってきている。このままでは3年後の再開発完成までに町が消滅してしまいそうである。
	×	スーパー（店長）	販売量の動き	・必需品以外の売行きが鈍い。
	×	衣料品専門店（店舗運営）	来客数の動き	・例年より早くスタートした冬物の先行セールで客単価は伸びているが、来客数が前年を下回っている。
企業動向関連	◎	*	*	*
(北陸)	○	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下、前年比ベースで市販用製品が微増する一方、業務用製品の大幅減少のパターンが定着しつつあったが、このところ業務用に持ち直しの傾向がみられる。Go Toキャンペーンの影響かもしれない。

	○	繊維工業（経営者）	取引先の様子	・10～12月の受注状況は7～9月と比較すると数量は増えており、少し良くなっていると考え。衣料分野では、婦人スポーツ衣料の小ロット化が進んでおり、忙しいのだが非常に苦労している。また、婦人用でも実用衣料が良くなっている。1～3月については産業資材分野が安定している。
	○	精密機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・売上金額としては十分ではないし、今後への不透明感もあるが、3か月前と比べれば売上が増えている状況である。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・土木工事の公共事業をメインとする当社の受注は、順調に推移している。同業他社も同様である。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は変わらずに推移している。
	□	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	・経済活動も少しずつ回復してきているが、新型コロナウイルス感染の影響はまだ大きく、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	・新型コロナウイルスの影響で、欧米市場、国内市場共に受注が伸びない状況が続いている。
	□	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・販売量は3か月前と比べ前年に戻りつつあるものの、補助金活用案件が多い。そのため、今後も補助金が継続するのであれば景気は上向き傾向になり、打切りの場合は現状維持若しくは停滞すると考える。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・取引先の9月末時点における四半期ベースの業況では、前四半期と比べて、一部企業で売上の回復傾向がみられる。経費面で出張費や交際費が減少し、減収分をカバーした状態で、経常利益ベースでは横ばいが続いている。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今は個人客からの問合せがかなり少なくなってきたということから、景気は変わらない。
	□	司法書士	取引先の様子	・債務整理の相談が増加した一方、住宅新築や土地購入案件が多くなっている。
	▲	税理士（所長）	取引先の様子	・観光業や飲食業は一時持ち直していたが、ここに来て急ブレーキが掛かりキャンセルが多くなっている。製造業、建設業については、以前からの受注案件をほぼ消化している。新しい案件がまだ具体的に中小事業者のレベルまでできていないことから、先行き等も含めて現在の受注状況はそれほど良くない。
	×	*	*	*
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	—	—	—
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・依然として求人数が伸びない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人情報を掲載している会社の数が伸びない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・Go Toキャンペーンがあったが、観光やレジャー業種は変わらず、飲食店も厳しい状況と聞いている。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の申込状況は、前年同時期の状況と比べ低い水準が続いている。介護、清掃関連など人手不足が慢性化している一部業種を除いては新規求人の動きが鈍い。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・職業紹介及び人材派遣の依頼が少ない上に、新しい求人依頼がない。社内に対応して乗り切ろうとしているようである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・前年同時期に比べて求人社数が少ない。
	▲	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・季節的な業務である既存の案件依頼はあるが、従来よりも期間を縮小している。新規求人は社内要員の活用を重視するためか、ほぼない。
		×	*	*