

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）	・良くなる雰囲気はあるが、新型コロナウイルスの感染が拡大し影響が長引けば、逆に不景気にならざるを得ない。
	○	コンビニ（店舗管理）	・今よりは閉塞感が緩和すると考える。
	○	乗用車販売店（経営者）	・例年この時期は自動車業界の繁忙期になるので、良くなるかとみている。
	○	住関連専門店（役員）	・先行きは不透明だが、本来なら需要期にあたる。学生や新社会人、転勤などの需要がどこまで確保できるかは分からないが、少し上向きになると見込んでいる。
	○	旅行代理店（支店長）	・Go To Travelキャンペーンが再開すれば、ゴールデンウィークの需要を含めて、販売量に必ず良い影響が出る。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・1日の売上は戻ってきているがギフトの動きが良くなく、前年に僅かに至らないところで推移している。新型コロナウイルスがひどくなって、外食が少なくなる状況なので内食需要に期待したい。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・新型コロナウイルスの感染者数がまた増えており、全く見通しが立っていない。
	□	百貨店（販売担当）	・入学や新生活に関する需要は大幅には減少しないとみているが、当面は旅行などの需要は改善しないと考えており、現状のやや悪いペースを維持するとみている。店舗でも価格を意識した商品の拡大や必需を見越した商材を拡大し、少しでも購買を促して悪化を食い止める努力をしていく。
	□	スーパー（店長）	・巣籠り需要が高まってくると考えるが、もともと販売指数の低い3か月間のため、大幅に伸びる要素がない。
	□	スーパー（統括）	・引き続き新型コロナウイルスの影響が残る。
	□	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの情勢から変わらない。
	□	コンビニ（営業）	・Go Toキャンペーンが再開すれば若干の上向きは期待できるが、戻りは弱含みである。
	□	衣料品専門店（経営者）	・政策の変更などがあり、新型コロナウイルスの状況次第で、全く先が見通せない。
	□	家電量販店（店長）	・来客数の変動はみられないと考える。新生活などの需要が減少してきており、売上の増加も見込めない。
	□	家電量販店（本部）	・来客数が今後回復するかは不透明である。数か月は新型コロナウイルスの影響が大きいと考える。エコ家電などの買換えによる下支えに期待している。
	□	乗用車販売店（役員）	・引き続き受注が好調ではあるが、昨今の新型コロナウイルス感染症の拡大により、終息がいつになるのか、又は更に悪化するのか先が読めない状況が続いている。積極的にものを購入したり、消費しようという心理につながっていかないと考える。
	□	自動車備品販売店（役員）	・新型コロナウイルスの感染拡大が加速し、帰省やGo Toキャンペーン等への影響が更に拡大しており、終息までは先の見通しが何も立たない。第1波より深刻なのに日々の状況に感覚が麻痺している。経済より人命優先の対策を期待しているので、景気どころではない。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・とにかくこれ以上悪くなってほしくない。
	□	スナック（経営者）	・国内外の情勢や東京オリンピック関連など、ますます混んとしており、ネガティブになりがちである。
□	観光型旅館（経営者）	・2021年も新型コロナウイルスの状況で先行きが全くみえない。その時々で対応していかなければならない。東京オリンピックが開催されるかどうか大きな潮目になるとみている。	
□	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの状況によるが、冬が終われば多少好転するかもしれない。しかし、冬の期間中は状況が好転するとは考えにくい。	
□	通信会社（営業担当）	・ボーナス商戦でさえ、販売量に大きな変化はみられない。新型コロナウイルスの影響で密にならないよう対応していることも影響していると考ええる。	
□	通信会社（営業担当）	・現在の状況が続けば、新商品の販売増加は見込めない。また、学生対象の割引も例年と比べて既に契約済の人が多いため、販売増加は期待できない。	

□	通信会社（役員）	・商戦期を迎え、例年同様の契約数を獲得できると考える。
□	競輪場（職員）	・場内の3密回避対策が浸透し、新型コロナウイルス禍であっても来場者数に大きな減少がみられない。
□	美容室（経営者）	・今のところ他県と比べて県内の新型コロナウイルスの感染者数は抑えられているが、これから県内にも感染者数が増えるとの不安が常にあり、消費行動が高まらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの終息と人出が戻ってくるまでは、本当の景気回復、受注改善にはつながらないと考える。
▲	商店街（代表者）	・Go To Travelキャンペーンの停止による影響は大きい。改めて観光客頼みであることを実感している。一方でネット通販は好調なので、以前の緊急事態宣言時のようにネットヘシフトしている人が多いとみている。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・新型コロナウイルスの影響が大きい。
▲	百貨店（売場主任）	・新型コロナウイルス第3波により再び緊急事態宣言が発出される可能性が高まっている。こういった一連の報道によって外出を自粛する傾向が更に強まり、消費が更に冷え込む可能性がある。
▲	百貨店（販売促進担当）	・主軸であるアパレル店舗の撤退や、生産調整が継続的に行われるとみている。
▲	百貨店（営業企画）	・新型コロナウイルスの感染者数が増加し続けたら再び外出自粛となり、厳しい環境になると考える。
▲	スーパー（店舗管理）	・降雪の影響にも左右されるが、来客数の回復が見込めない。販促費を掛けても費用対効果が出ない。また、青果物の出荷量も降雪により左右されるため、競合店との差別化が弱まる可能性が高い。
▲	コンビニ（エリア担当）	・新型コロナウイルスが再び広まってきている。
▲	コンビニ（店長）	・現在は新型コロナウイルスの状況が再び悪化しており、週末の売上激減が続いている。生活に必要なものに加え、し好品の売上が上がってきているが、それは電子マネー等のプレミアム付与に起因したものとみている。そのため、そのような施策が終わったり、客がそういう状況に慣れてしまったら、し好品を含む生活に必要なものの売上が激減していた今年の春のような状態に戻るのではないかと危惧している。新型コロナウイルスの終息見込みがあって初めて景気は好転すると日々考えている。
▲	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルスの影響はまだ続くと考える。
▲	乗用車販売店（従業員）	・この地域での新型コロナウイルスの感染者数が徐々に増えており、先が読めない状況である。
▲	一般レストラン（店長）	・Go To Travelキャンペーン停止の影響がどのくらい続くのか、回復するのか分からない。ただ、Go To Travelキャンペーンが再開されてもこれまでのように人が動くか疑問である。
▲	一般レストラン（統括）	・年末年始のGo To Travelキャンペーンの一時停止が、消費者の動きたいという心理にストップを掛けたと考える。1月12日からGo To Travelキャンペーンが再開となるが、一旦停止したことにより、11～12月ほどの消費者の動きまでにはならないとみている。
▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの影響で、新年会を中止にするところが多数あるようである。感染状況にもよるが、現在と同様の状態であれば厳しいと考える。
▲	通信会社（職員）	・新型コロナウイルス禍で来客数だけでなく、機器関係の納期遅延による出荷や工事の進捗にも少なからず影響が出ている。
▲	パチンコ店（経理）	・新型コロナウイルス感染者の増加により、経済が悪化する。
▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・年末年始の期間終了後、市中における新型コロナウイルスの状況が良くなるとは考えられない。
▲	住宅販売会社（従業員）	・今後、新型コロナウイルスの感染拡大が見込まれ、消費者の動きは鈍くなると考える。

		商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの状況は、ここに来て都会と地方で大きな差が出てきている。全部同じように考えてしまう現状では、地方へのしわ寄せは大きく、景気回復には程遠いと考え。
	×	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・新型コロナウイルスの成り行き次第だと考えるが、再び緊急事態宣言が発出されそうで、先行きは明るくないようにみえる。
	×	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの感染拡大が続き、先行きが見通せないなかで景気回復は見込めない。
	×	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルス禍で巣籠り傾向のため、買上単価や買上点数が減るなか、年越し後にもっと景気が悪くなるとみている。
	×	衣料品専門店（店舗運営）	・先の見通しが立たない状況であるため、買い控えが続くと考える。
	×	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・大みそかの東京都の新型コロナウイルス感染者数は、年末年始の外出自粛へメッセージ性が強いニュースになったとみている。さらに、帰省客の減少によってエリア全体で人の増加が伴わないなかでは1月の来客数は厳しくなると考える。消費者の行動自粛が長引くようであれば、今後3か月程度は厳しい状況が続くとみている。
	×	高級レストラン（スタッフ）	・現在はGo To Eatキャンペーンで集客が成り立っているが、3月中旬から開始予定の継続キャンペーンは、規模が小さく大きな効果は期待できない。
	×	観光型旅館（スタッフ）	・12月28日～1月11日までGo To Travelキャンペーンが停止することにより12～1月のキャンセルが多数発生している。1月12日から停止解除になるかによって、今後の経営に大きく影響すると考える。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの影響が更に出てきて、宴会も含め回復のめどが立たない。
	×	タクシー運転手	・外出自粛ムードが続く限り、回復は難しいような状態である。
	×	テーマパーク（役員）	・全国的な新型コロナウイルスの感染状況がまだまだ先行き不透明である。Go To Travelキャンペーンの再開も、2月以降の延長発表もまだであることから、先行きの不透明感が大変強く、悪くなるとみている。
	×	住宅販売会社（営業）	・新型コロナウイルスの感染拡大が続く以上、状況が好転することはない。ワクチン接種が始まっても、安心して暮らせるレベルに至るにはまだ1年近く掛かるのではないかと、悲観的な見通しをしている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・企業の設備投資は依然として低調で、それに関連した需要が戻るにはまだ時間が掛かりそうである。一方、自動車関連の受注は好調に推移しており、国内や輸出についても中国、さらには先進国向けを中心に増加傾向にある。国内は急速に回復した需要に対し人手不足感が強まっており、企業間で人の行き来も出始めている。
	○	通信業（営業）	・新型コロナウイルス禍の影響に左右されるとみているが、例年は年度末決算企業が多く、特に2～3月は投資等が旺盛となり、良くなると考える。
	○	金融業（融資担当）	・受注や消費に持ち直しの動きもみられるが、足元では新型コロナウイルスの感染再拡大やGo To Travelキャンペーン中断の影響を受ける事業者が増加することを懸念している。先行きを悲観して事業継続を断念する事業者の動向にも注意していく必要がある。
	□	食料品製造業（経営企画）	・新型コロナウイルス禍がもうすぐ1年になる。自社に関していえば、末端での消費パターンは変わっても、マクロ視点での消費量は変わらないようにもみられ、第3波の拡大いかんにかかわらず堅調に推移するのではないかと考える。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・新型コロナウイルスについてはまだまだ予断を許さない状況が続くと考える。本格的な回復にはかなり時間を要するとみられ、先行きは不透明である。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合をみて、変わらない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・英国での新型コロナウイルス変異などにより、欧州市場は再度厳しい状況が続くと考える。米国、国内市場も設備投資意欲が上がってこないとみている。

	□	精密機械器具製造業（役員）	・製造部門はキャパシティに対し受注残が増えている状況で、一部休日出勤なども始まっているが、国内、海外での新型コロナウイルス感染者増加による外出自粛やロックダウンなどの影響を心配している。
	□	不動産業（経営者）	・一般の個人客関係の問合せがかなり少なくなっており、状況が変わらない。同業者も同様である。
	□	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・12月も前年同月比を割っている。しかし、10月より3か月でみると減収率は平均化しており、上半期からの売上回復の天井に達した様相に映る。今後、100%の回復見込みはないが、この状況で推移していけばと願うばかりである。
	□	司法書士	・事業をやめざるを得ないという愚痴も聞くが、競争力を付けるための子会社再編、事業の見直し関連の仕事も多く、一方的に悪くなるともいえない。
	□	税理士（所長）	・ここ半年間、非常に厳しい状態が続いている。この厳しい状態が続くという意味で、景気は変わらない。見通しは新型コロナウイルス次第のところ非常に大きい。最近のニュースをみると、どうしても気持ちが上に向かないのは経営者も同じであり、将来が心配である。
	▲	建設業（経営者）	・建設業界では建築関係需要の落ち込みが続くが、土木工事を主とする公共事業は年度末に向けて発注されるとみている。建設業界以外では、新型コロナウイルス禍で落ち込んでいる業界の中には、今年は何とか持ちこたえても、2021年3月頃には破綻する会社や商店が激増するとみている。
	×	建設業（役員）	・前年と比べて手元の受注量が減少しており、先行きも依然として不透明である。
	×	輸送業（役員）	・新型コロナウイルスの影響がある。
	×	金融業（融資担当）	・Go To Travelキャンペーンが停止となり、回復基調にあった観光や飲食関係が再度打撃を受け、年末年始の人や経済の動きが停滞するため、個人消費は落ち込む見通しである。
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（役員）	・派遣登録者が激減し、マッチングが厳しい。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルスの状況が落ち着かないと求人伸びない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・治療薬やワクチン接種で新型コロナウイルスが落ち着くまで、この流れは変わらないのではないか。安心があって、そこから徐々に元の生活に戻っていくのではないかと考える。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスが終息しない限り、雇用への影響は引き続き大きいとみている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルス禍が終息していない現状では、企業の求人が増える見込みはないように見える。できるだけ現状の戦力で対応しようとしている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・状況が変わる要素はない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・外部からの要員充当ではなく、自社における役割見直し等で派遣要員の需要は低下するとみている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内でも新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向に転じ、人々の経済活動に影響が出るものと考え。年末年始も家で静かに過ごすという話を多く聞く。
	▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染拡大、Go To Travelキャンペーンの停止などで先行きが見えず、雇用維持がやっとという事業所が運輸業や飲食サービス業で多い。
	×	—	—