

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）	・ワクチン接種を急ぎ、人が集まれる環境にすることが何よりも重要である。
	○	百貨店（販売促進担当）	・ワクチン接種の進み方次第だが、旅行や冠婚葬祭等の集いが回復するとみている。アパレルや雑貨など関連した買物が増えると見込んでいる。
	○	コンビニ（経営者）	・地域共通クーポンの使用が出てきている。
	○	コンビニ（店舗管理）	・集団免疫獲得による新型コロナウイルスの沈静化に期待している。
	○	コンビニ（営業）	・ワクチンに期待しているので、収束に向かえば来客数は戻ってくる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・前年や今年の悪かった点を精査し、学習して修正してくるため、良くなるとみている。
	○	一般レストラン（統括）	・ワクチン接種が進み、現在の新型コロナウイルスの感染拡大も落ち着くため、10月以降は人の動きが活発化すると見込んでいる。
	○	観光型旅館（経営者）	・ワクチン接種率の向上に伴い、行動規制が緩和され、旅行に出掛ける人も増えるとみている。また、秋以降にGo Toキャンペーンの再開も検討されているようで、今後に期待ができる。
	□	商店街（代表者）	・街中のイメージアップのため、商店街でワクチンの職域接種を計画しているが、ワクチン不足のため、まだ予定が立っていない。安心して買物できる環境が整うまで、まだ時間が掛かりそうである。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・ワクチン接種が進んで感染状況が落ち着けば、来客数の増加が見込めるが、まだ先行きが見通せない状況では、現状の変化は見込めない。
	□	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く、今後の動向もどうなるか本当に分からず、何とも言えない。
	□	百貨店（売場主任）	・当初は、今後2回のワクチン接種が進み、それまでの買い控えの反動によるリベンジ消費を期待していたが、ワクチンの3回接種が必要であれば状況の改善は期待できず、しばらくは厳しい状況が続くと見込んでいる。
	□	百貨店（営業企画）	・ワクチン接種が進めば、少しずつ行動範囲が広がり、購買意欲も出るとみている。
	□	百貨店（販売担当）	・東京オリンピック終了まで新型コロナウイルスによる感染者数の大幅な増加を予測しており、10月頃までは引き続き苦戦する。一方、11月をめどにワクチン接種者数の増加を見越せば、現状以上悪化しないとみている。しかし、改善には必需品以外の需要が必要で、年末年始までの改善はほとんどないと考える。来年の春前には、旅行や帰省、人の集まりなどが少し回復すると見込んでいる。店舗側の仕掛け次第では特需が発生する可能性もある。
	□	家電量販店（本部）	・ワクチンの効果に期待はあるが、冬に向けて感染者数が抑えられるかが課題である。
	□	乗用車販売店（経営者）	・異業種と情報交換を行っているが、コロナ禍での景気予測が大変難しい状況である。まだしばらくは変わらないとみている。
□	乗用車販売店（役員）	・ワクチン接種は徐々に進んでいるが、50代以下の世代への接種が年内一杯必要とみられている。その結果、飲食業や宿泊施設を含む観光業界の回復は来年以降となり、それまでは現状とほぼ変わらない状態が続くと考える。	
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・毎回のことだが、これ以上悪くなってほしくないという願望である。日本全国が暑い状態で、冷房による電気代がかさんでいる。店舗には高額の酒類なども置いてあることから、クーラーを切らずにずっとつけたままで店の中を一番涼しい状態に保っている。	

□	その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	・感染力が高い変異株への警戒心はこれまでの波とは異なった感染抑制の行動になる可能性があり、長期化を懸念する。9月中旬頃まで第5波の影響が出るかとみている。65歳以下のワクチン接種が早期に進み、感染者数が抑えられた状態が続かないと本格的な回復には向かわないだろう。
□	高級レストラン (スタッフ)	・8月はまん延防止等重点措置の適用で営業時間が20時までで、アルコール飲料の提供が禁止のため、2～3か月後にはその反動で集客は増えると見込んでいる。また、ワクチン接種が進んでいることは追い風になると考える。
□	一般レストラン (店長)	・ワクチンの効果に期待したいが、まだまだ新型コロナウイルスの波に翻弄されそうである。
□	スナック (経営者)	・新型コロナウイルスの感染がなかなか収まらない状態では目途が立たず、いつまで忍耐が続くか分からない。
□	観光型旅館 (スタッフ)	・県民宿泊割引は7月1日に開始されたが、予約停止となり、さらに、予約済みでも一部日程で県民宿泊割引の適用と観光クーポン配布の対象外となった。夏休みに入り予約は純増傾向になってきていたが、今後の影響を懸念する。
□	旅行代理店 (従業員)	・ワクチンの接種率が上がれば、団体旅行も少し戻ってくるかと思っていたが、東京での感染者数が3000人以上となり、客の希望も打ち砕かれるのではないかと考える。
□	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染者数が収まらないことから大きな変化はなく、まだ暇な状態が続くとみている。
□	タクシー運転手	・外出自粛が定着しており、ワクチン接種が終わる10月後半から11月までは、このような状態が続くのではないかとみている。
□	通信会社 (職員)	・キャンペーンを打っても来客数や販売の増加は大きく見込めず、現状維持で精一杯である。
□	通信会社 (営業担当)	・ボーナス商戦に入る時期だが、今のところ大きな変化がみられない。利用料金について他社との価格競争が激化していると感じる。
□	通信会社 (営業担当)	・特に目立つ新商品がでない限り、大きな販売増加は見込めない。
□	通信会社 (店舗統括)	・なるべく支出を控えるような傾向があるので、今後も変わらないとみている。
□	通信会社 (役員)	・特段ポジティブなイベントもなく、通信、放送共に新規契約者数は良くも悪くもなく推移するとみている。
□	パチンコ店 (経理)	・景気を左右するような要因が見当たらない。
□	その他レジャー施設 [スポーツクラブ] (総支配人)	・やはりワクチン接種の動向による。小規模な市町村では、64歳以下の接種が始まろうとしているが、中核都市ではまだまだ先の話で、年末以降まで世の中の活性化が遅れそうである。
□	美容室 (経営者)	・新型コロナウイルスの感染者数が1週間前から急激に増えているが、ワクチン接種が進んでおり、現在の景気の状態は変わらない。
□	住宅販売会社 (従業員)	・1棟当たりの価格は高くなる要因が多く、今後販売数は減るとみている。住宅の付加価値を高め、割安感のある商品提案が重要になってくる。件数が減っても売上高が余り減らないよう、中身の濃い商品の提案をすることが大切になると考える。
□	住宅販売会社 (従業員)	・ワクチンの効果により経済が上向きになれば、注文住宅の受注高も上昇するのは早いとみている。
▲	一般小売店 [精肉] (店長)	・デリーの動きが悪いということが一番にある。競合店の出店等もあり、その辺りがマイナス要素ではないかと考えている。
▲	スーパー (店長)	・新型コロナウイルスに対する政策が不透明である。
▲	スーパー (総務担当)	・新型コロナウイルスの感染者数が再び増加し始めているため、飲食店は廃業に追い込まれそうである。
▲	スーパー (仕入担当)	・東京オリンピックや気温による売上上昇は一時的なもののみとみている。感染拡大や東京オリンピックの反動による景気への影響は否めないだろう。
▲	スーパー (店舗管理)	・人口が減少しているなかで店舗が増えている。また、大手チェーンも進出してきて、更に競争が激化する。
▲	衣料品専門店 (経営者)	・新型コロナウイルス感染症の終息がみえないなか、景気の回復基調も鈍く、客は全てに慎重である。

	▲	乗用車販売店（従業員）	・売上に関しては当初の計画を達成しており悪くはなっていないが、半導体不足等の不安材料がある。
	▲	自動車備品販売店（役員）	・新型コロナウイルスの感染が再燃し、再び自粛ムードが高まっている。ワクチン接種が進んでいるが、外出や人流の多い所への警戒感が変わっていない。この状況が数か月は続くともっている。
	▲	競輪場（職員）	・変異株の拡大により、緊急事態宣言の発出圏内での場外発売が中止になることが予想され、発売機会の減少に伴って売上も減少する可能性がある。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・東京オリンピックで新型コロナウイルスの感染者数が少しずつ増加し、景気回復は厳しいとみている。
	▲	住宅販売会社（営業）	・現在、住宅ローン控除期間の延長に対する申込期限である9月末に向けた駆け込みが発生していると推察されるが、10月以降の受注に関してはプラス要素はなく、悲観的な予測を立てざるを得ない。
	×	商店街（代表者）	・7月26日より飲食店への時短営業要請が出され、観光客の入込が期待できない。例年8月末から行われる地域の伝統的な観光行事で秋の観光シーズンが始まるが、今年も中止である。そのほか、秋の大型イベントもほとんどが中止である。前年はGo To Travelキャンペーンの影響で売上は好調だったが、今年はキャンペーンが始まる見込みを全く感じない。
	×	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・時短営業や酒類の提供禁止などの措置を執れば、当社の取引先である飲食店や料理店に客が訪れるわけがない。感染拡大の1つの要素であることに疑いはないが、余りにも飲食店への狙い撃ちが過ぎると考える。また、当地に政令指定都市があるわけでもないのに感染が拡大していて、地方で突出した感染者数になったため、まん延防止等重点措置が適用された。どうしてこのようなことになるのか訳が分からない。
	×	コンビニ（店長）	・東京オリンピックが終わり、感染が拡大している状況である。ほぼ以前のような自粛状況になると考える。特に、週末の児童向けスポーツイベントの中止が深刻で、売上の悪化に直結しそうである。
	×	住関連専門店（役員）	・8月を迎えようとする今、全国的に新型コロナウイルスの感染に関する数字が過去最多を更に上回った状態で悪化している。また、消費が旅行など外に向き始めている様子から悪くなる。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	・現状も悪いが、新型コロナウイルスの変異株による感染拡大で更に悪くなると感じている。感染拡大により、政府や県、市の対応も日々変わり、明日何が起こるかも分からない異常な状態で、先行きは全くみえない。
	×	テーマパーク（役員）	・ワクチン接種の加速化によって新型コロナウイルスの感染が落ち着くと考えるが、全体的に現在の政策や取組ではなかなか感染者数が減る傾向は期待できず、厳しい状況が続くとみている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	繊維工業（総括）	・ワクチン接種が進み、消費意欲が高まることを期待する。
	○	食料品製造業（経営企画）	・ワクチン接種が進むことは単純にプラス材料だと考える。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車関係については、半導体不足によるメーカーの生産調整の影響はあるものの、順調に受注は伸びてきている。オートバイ関係は更に好調で、海外市場向けを中心に一部では生産キャパシティを超える受注が入っている。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・生産用機械、工作機械の受注が増えている。
	○	輸送業（管理会計担当）	・足元では新型コロナウイルスの感染拡大が続いているが、ワクチン接種の広がりや、東京オリンピック効果もあり、やや持ち直してくるとみている。
	○	司法書士	・駅周辺の再開発や、新型コロナウイルスの感染状況が良くなることなどを見越しての投資や新規事業が進むとみている。

		税理士（所長）	・良い意味か悪い意味か分からないが、新型コロナウイルスに皆が慣れてきている感じである。慣れて油断していると思うが、その分だけ前年より目に見えて活動が活発になっていると考える。間違いなくワクチンによって、ある程度新型コロナウイルスのパンデミックが終息するという期待もあり、恐らく景気は、今までのリベンジも含めて良くなるのではないかとみている。
	○		
	□	化学工業（総務担当）	・受注状況は、今後も変わらず推移するとみている。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・全国各地での感染者数のリバウンド、及び東京オリンピック関係の国内外からの人流増加による感染拡大への懸念もあり、なかなか本格的な回復には至らないと考える。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注量から見て、変わらない。
	□	輸送業（役員）	・まだしばらくコロナ禍は続く。
	□	通信業（営業）	・ワクチン接種の進捗度合いや東京オリンピック後の感染拡大状況を見据えると、当面は現状と変化がなく、市場も様子見の状況が続くとみられ、景気の活性化も望める状況にはない。
	□	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルスの感染拡大が続いており、業種により企業業績は二極化している。需要期を迎える観光関連業種は大きなマイナスである。飲食業も同様に厳しい状況である。底打ちの兆しがあった景気も一時的に冷え込む可能性がある。
	□	不動産業（経営者）	・法人関係で物件を取得したい、あるいは賃貸で借りたいという話が少しずつ出てきている。また、住宅会社関係に少しずつ動きが出てきている。
	▲	精密機械器具製造業（役員）	・ワクチン接種率の伸びを超える感染者数の増加に伴い、残念ながら緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の対象エリアが増えてきている。現時点では2～3か月先までのスパンで、景気の好転をイメージできる材料がなかなかない。
	▲	建設業（経営者）	・国土強靱化政策は継続されるとみているが、東京オリンピック後は新型コロナウイルスの更なる感染拡大が予想され、この対策に国費が費やされるとみている。しかし、交通、飲食、宿泊関係の回復が見込めず、個人消費が回復しない。
	▲	建設業（役員）	・新型コロナウイルスの終息が依然として不透明である。資材価格の動向も先行きは依然として不透明である。
	▲	金融業（融資担当）	・東京オリンピックのなか、緊急事態宣言の延長や地域拡大措置となっている。自粛の動きが限定的な状況とはいえ、活動に制限が課せられることになり、先行き不透明感が増し、悪影響を与えることになるかと考える。
	▲	広告代理店（経営者）	・新型コロナウイルスの感染者数が急増している。
	×	—	—
雇用 関連	◎	—	—
	○	—	—
(北陸)	□	人材派遣会社（役員）	・派遣の登録件数が全く増えない。僅かな求人件数のマッチングに苦労している。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・積極的な雇用の話が余りない。
	□	職業安定所（職員）	・直接雇用の求人ではなく、派遣求人が増加傾向にあり、景気回復にはもう少し時間を要するとみている。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・若年層にも、ワクチン接種率が高くなっていくにつれて、求人等を含む経済活動も活発になるとみているが、まだ時間が掛かりそうである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数について、状況が変わる要素が見受けられない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・契約期限切れとなる案件の更新依頼が減少している。自社社員が担う範囲の拡大、体制変更にて乗り切りを図るためか、求人数が伸びない状況である。
	▲	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの感染が全国的に再拡大の傾向にある。県内も例外ではなく、再び経済活動が停滞するものとみている。

	▲	職業安定所（職員）	・ワクチン接種は進んでいくが、新型コロナウイルスの威力がそれよりも勝る。そのため、特に飲食や宿泊サービス、販売等の人気のある職種や求人の多い職種で、非常に厳しい状況が続くと考え。
	×	—	—