

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	・期待していた9月の大型連休は、1日のみ多少にぎわった感じはあったが、天候に恵まれず、厳しい結果である。新規感染者数の減少とともに少しずつ若い世代を中心ににぎわいは戻りつつあるように見える。郊外に大型ショッピングモールが開業し、市内中心部では空き店舗が目立ち始めている。
	○	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の新規感染者数が落ち着き、他の業種も来客数が増えているところは多くなっていると考えられる。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・まん延防止等重点措置の解除と9月の大型連休が重なり、家族連れの来店が多くなったため、食の物産催事や食品売場は好調に推移した。レストラン街や寝具などの生活関連品フロアへの買い回りもみられる。
	○	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・県による優待など様々な消費活性化策や、食の物産展やキャラクター催事といった店舗企画があり、来客数が大幅に増加している。コロナ禍とは思えないくらいの来店がある。緊急事態宣言により、旅行などをしない分、金銭的な余裕があるようで、来店時には家族によるレストランでの食事、子供や孫への商品購入が活発化している。高額な工芸品などにも一部動きが出ている。しかし、好調な動きは子供や食に関するものなどに限定され、衣料品やバッグなどの雑貨品の購入は少ない。一方、約2年間止まっていたスーツなどのビジネスアイテムが、気温低下もあってやや回復傾向にあるが、低価格志向は変わらない。
	○	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・外出自粛が少しずつなくなっているのか、来客数も含めて販売量が増加傾向にある。
	○	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、人の動きが少し出てきている。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いてきて、県内の旅行補助キャンペーンが復活したので、僅かながら客が戻ってきている。
	○	通信会社（役員）	販売量の動き	・放送、通信サービス共に、契約者数が前年同期、さらには、コロナ禍前の前々年同期を超えている。
	○	美容室（経営者）	それ以外	・売上、来客数、単価、いずれも前年同月を上回っている。ワクチン接種が進んで、客の購買意欲が少しずつ前向きになってきたようである。
	○	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・活発とまではいかないが、これまで抑制されてきた感じだった客の行動が、ここ最近能動的になってきた印象を受ける。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・デパートの食の催事は例年どおりにぎわいをみせた。衣料品関係、特に婦人物では出掛ける機会が減少しているため、消費意欲は少ない。オープン時に話題となった当商店街の新たな商業施設は開店から1年が経過し、来客数は落ち着いてきたようである。
	□	スーパー（総務担当）	単価の動き	・特売品は売れるが、定番品が売れない状態が続いている。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価も販売量も変わらない。
	□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・徐々に1日当たりの来客数は上昇している。週末も少しずつ来客数が回復してきている。ただ、利益という点では、購入単価が余り高くないため、数か月前と変わっていない。来客数は上昇傾向だが、購入点数や購入単価がそこまで高くない。人の流れがあり、店内がにぎわっている割に売上金額はそこまで多くない印象を受ける。
	□	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・前半から後半になるにつれ、徐々に来客数が増加傾向にはあるものの、月トータルでは3か月前の状況と変わっていない。
	□	コンビニ（営業）	来客数の動き	・コロナ禍前の2019年と比べて来客数の動きが鈍化している。

□	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染は、まだ収まっていない。
□	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染拡大が落ち着いてきており、来客数が多少は増えてきているようである。
□	家電量販店(本部)	販売量の動き	・前年の特別定額給付金の影響か、大型商品で厳しい状況が継続している。
□	観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・緊急事態宣言下のため、人の動きが止まっている。
□	観光型旅館(スタッフ)	来客数の動き	・前年はGo To Travelキャンペーンが実施されたが、今年は緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等が出されたなかで週末のみ予約が入る状態である。売上は前年の54%にとどまっている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が適用されていたことから、タクシー利用者が大変少なかった。しかし、山岳登山のための利用が一定数売上に寄与している。
□	通信会社(役員)	販売量の動き	・新規契約者数、解約件数共に大きな変化はみられない。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・今月の受注高は新築、リフォーム共に北陸3県において好調である。しかし、これが住宅ローン控除の特例による有利な条件を選択するための駆け込みであったかどうかは、10月以降の状況を見る必要がある。もしそうであれば、今後の反動が怖い。
▲	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・8月2日～9月30日までまん延防止等重点措置が適用され、外出を控える動きが継続しており、来客数の大幅な減少に歯止めが掛かっている。9月の売上は4か月連続で前年割れの見込みである。
▲	スーパー(仕入担当)	来客数の動き	・競合店の出店や相場高で、来客数、買上点数が下がっている。ワクチン接種が進み、外食や外出需要の高まりも要因の1つと考える。
▲	家電量販店(店長)	販売量の動き	・残暑がなく夏物商材が売れ残っている。パソコンの販売数量が前年の6割に落ち込んでいる。
▲	自動車備品販売 店(役員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染が収束に向かっており、来客数や買上単価が戻るだろうと期待したが、飲食店を筆頭に自粛ムードは変わらない。来客数自体が悪かった前年を下回る状況となり、更に景気は悪化している。
▲	その他小売 [ショッピング センター](統括)	販売量の動き	・新規感染者数の動向が来客数の増減に影響を与えている。今月は県内の感染状況の悪化や飲食店への時短要請等もあり、来客数が減少している。併せて今月は行楽シーズンを迎えるが、外出自粛や外出しても近場で済ますことが多いことから、依然として外出関連需要の販売量は厳しい状況である。さらに、コロナ禍の長期化により家庭内の大型商材も需要が一巡した様子で、動きが小さい。一方で日常的な実需に関しては引き続き堅調に推移している。
▲	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・今月はまん延防止等重点措置適用のため、12日までは酒類の提供ができず、20時までの営業だった。13日から4人までの利用客に酒類の提供ができるようになったが、営業時間は20時までのため、夜の来客数は例年の20%ほどに過ぎず、今年最も来客数が少ない月となっている。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・9月30日までまん延防止等重点措置の適用により、夜の街は火の消えた状態で人出は全くない。昼間もなるべく外出を避けていることから、タクシーの利用が少ない。
▲	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	・県をあげての新型コロナウイルス対応で、自粛や外出控えが大変多い。体験入会も新規会員も増える様子は全く見受けられない。
▲	住宅販売会社 (従業員)	単価の動き	・ウッドショックによる木材の価格高騰が続いている。
×	商店街(代表者)	来客数の動き	・9月中旬頃までは恐ろしいほど人出が少なかったが、下旬になって少し人出が戻ってきている。しかし、購買にはなかなか結び付いていないのが現状である。非常に財布のひもが固くなっている。

	×	一般小売店〔事務用品〕(店長)	来客数の動き	・当店では来客数の少なさが目立っている。
	×	一般小売店〔鮮魚〕(役員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、来客数が激減している。
	×	衣料品専門店(経営者)	単価の動き	・アパレルの婦人衣料に関して、特に年配向けの高単価な外出着を取り扱っている店は苦戦している。年配の方は新型コロナウイルスの感染に関して用心深くなり、外出を自粛する傾向が強い。
	×	乗用車販売店(経営者)	それ以外	・メーカーからの新車の入荷が大幅に遅れており、売上が大きく下がっている。それに伴い下取り車も入庫が少なくなるため、中古車も品不足になっている。
	×	その他専門店〔酒〕(経営者)	販売量の動き	・とにかく暇である。長い間商売をしてきたが、最悪の状態である。景気が良くなる兆しもなく、大変厳しい状態である。
	×	一般レストラン(統括)	それ以外	・緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置の延長により、酒類販売の制限や営業時間短縮となったため、飲食店における夜の営業で売上を上げられない状況が続いた。その結果、県内では60日間もの長期の自粛期間が続き、売上に大きく影響している。
	×	スナック(経営者)	それ以外	・9月27日から営業を再開したが、月末までの4日間は閑散としている。会社関係が新型コロナウイルス対策を解除しない限り、客は戻らないとみている。
	×	都市型ホテル(スタッフ)	販売量の動き	・まん延防止等重点措置の延長による自粛とキャンセルにより宿泊の売上は、Go To Travelキャンペーン事業を実施していた前年の30%程度にとどまっており、厳しさが更に増している。来客数の減少に加え、客単価も低い。宴会部門は引き続き自粛で宴会はなく、レストランは休業しているため、今年度で売上が最も悪い月となっている。
	×	都市型ホテル(役員)	来客数の動き	・8月下旬以降、客室稼働率が大幅に減少している。特に金沢と富山の施設に関しては2人利用の宿泊客が減少しており、観光レジャーのための利用が減っているものと考える。
	×	テーマパーク(役員)	来客数の動き	・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の延長があり、人の移動や人流の制限が求められ、今月の予約数は前年同月や2～3か月前と比べて大幅に減少している。
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	・コロナ禍における各種施策がうまくはまっていると感じる。市販用、業務用とも変わらず堅調に推移しており、特に直近では海外向けの受注増加が際立っている。
	○	一般機械器具製造業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・製造業では設備投資に対して積極的になっている。
	○	建設業(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数が全国的にも県内でも著しく減少に向かっている、それに伴いこれまで痛手を被っていた旅行、宿泊、飲食業界に明るさが戻り、設備投資再開の動きも見られる。
	□	繊維工業(統括)	受注量や販売量の動き	・国内ファッション衣料は依然として低調であるが、自動車用途は早くに回復している。今年度に入ってからは大手SPA向けや海外向けに動きが出ており、企業や用途によってばらつきはあるものの、コロナ禍前の水準にまで回復した企業もある。ただし、自動車関連は半導体不足の影響が出ており、先行き不透明となっている。
	□	化学工業(総務担当)	受注量や販売量の動き	・受注量は大きく変わらず推移している。
	□	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	・新型コロナウイルスの感染拡大による消費の冷え込み及び半導体不足等による自動車生産停止の影響があり、今一つ回復に力強さが欠ける状況が続いている。
	□	精密機械器具製造業(役員)	取引先の様子	・来客数が制限されているため、店頭は厳しい状況が続いている。しかし、特に大手を中心とした高付加価値路線に力を入れている取引先に関しては、当社商品を含めて予測以上に仕入れが増えている。

	<input type="checkbox"/>	輸送業（役員）	受注量や販売量の動き	・前年のコロナ禍に比べると荷動きが活発な感じはするが、設備投資等の経費がかさんでいる。
	<input type="checkbox"/>	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・前年と比べると物量は増加しているが、コロナ禍前と比べて依然として物量が戻り切っていない。
	<input type="checkbox"/>	金融業（融資担当）	取引先の様子	・緊急事態宣言明けの状態であり、新型コロナウイルスによる経済活動への影響の割合は少ない。最近、ワクチン接種率も向上しており、景気は悪化していないが良くもなっていない。
	<input type="checkbox"/>	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・期待をしていたが、意外と客からの問合せや反応が少ない。特に個人客からの問合せが少なくなっている。
	<input type="checkbox"/>	広告代理店（経営者）	取引先の様子	・まん延防止等重点措置が解除されたが、これといって目立った動きが見られない。
	<input type="checkbox"/>	司法書士	取引先の様子	・前月に引き続き、6月決算の会社の売上、利益、役員報酬等が前年より悪いところが多い。
	▲	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・年度当初より予定していた大型受注取引により、受注額は6月と変化がないものの、緊急事態宣言が長引いていることにより受注量は減少しており、景気が悪化しているように見える。今年に入り、緊急事態宣言を繰り返している状況で世間が慣れてしまっているようだが、緊急事態宣言に左右されない抜本的な景気対策がない限りは一時的な回復にとどまり、本来の回復とはいえない状況が続くと考える。
	▲	税理士（所長）	取引先の様子	・取引先の中小製造業で景気が下向きである。様々な部品関係や大手の下請をしているところで、厳しい会社が多くなっている。半導体も含め、ねじなどの細かいものに至るまで部品における中国やアジア、国内のサプライチェーンが非常に混乱している。既に部品獲得競争も始まっており、中小事業所で仕入れがうまくいっていない。請負の機械、設備投資関連の製造が部品不足で完成までなかなか至らず、売上もうまく上がっていない。
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	*	*	*
(北陸)	<input type="checkbox"/>	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・企業からの求人数が少ない。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・まん延防止等重点措置解除の期待感はあるものの、やはり新型コロナウイルスへの警戒感が否めない雰囲気の企業が多い。
	<input type="checkbox"/>	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・ここ数か月、求人数の動きに大きな変化は見受けられない。長期にわたるコロナ禍の影響で企業の体力が削られ、積極的な人的投資に踏み出せないものとみている。
	<input type="checkbox"/>	民間職業紹介機関（経営者）	周辺企業の様子	・事務所や機械備品などの卸業で、部品不足でメーカーから製品が入荷せず、商売にならないとの話がある。輸入先がコロナ禍で生産体制ができていない影響のようである。国内の景気にも影響している。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数が伸びない。
	×	—	—	—