

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)	◎	一般レストラン (統括)	お客様の様子	・年明け早々は新型コロナウイルスの感染拡大で外出や外食の機会が減少し、2～3月はまん延防止等重点措置の適用などで営業が制限され、特に夜の利用は激減していた。しかし、3月21日をもってまん延防止等重点措置が解除され、春休みも始まったため、外出機会が増えている。県内の観光客も増加し、駅周辺を中心に多くの人でにぎわっている。
	◎	スナック（経営者）	来客数の動き	・今年に入り久しぶりに常連客が来店するようになり、ほっとしている。しかし、まだ本格的な回復ではない。
	◎	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・ビジネス客、レジャー客共に個人予約の増加で堅調に推移し、2か月連続で稼働率が10%アップしている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・4月は久々に全ての商品群で前年実績を超えている。新型コロナウイルス発生前の2019年との比較でも2か月連続で実績を上回っている。旅行などの外出需要が復活したことで、それに伴う婦人、紳士の春夏物衣料品の動きが好調である。
	○	百貨店（販売担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染対策をしながら通常の生活をする傾向が強くなり、特に3月以降の来客数がやや増加している。人気の食催事やイベントでの来客数もやや増えている。販売量も若干増加傾向にあるが、ゴールデンウィークに旅行するという声は少なく、報道されているほど旅行関連商品の需要は活発化していない。特にバッグや衣料品は、必需品や買換えなどによる購入が大半である。
	○	スーパー（総務担当）	それ以外	・今年には花見客が多くみられる。
	○	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・自社のキャンペーン期間中は堅調だったが、その期間以外の来客数は大幅な減少となり、特に夜8時以降の落ち込みが激しい。
	○	衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症に慣れてきたことにより人流が戻りつつあると感じている。それにつれて消費も増加するとみている。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・新規感染者数がピークを過ぎ、県内の警戒が最も低いレベルになり、近隣県でもまん延防止等重点措置が解除され、来客数は少しずつ増加している。しかし、生活必需品の値上げラッシュやガソリン価格の高騰などにより販売量は低調で、消費意欲が戻りつつあるようにはみえない。
	○	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除されてから予約が増加傾向となり、3月は前年同月比で114%となっている。しかし、年間で見ると前年比では87%、前々年比では52%と厳しい状況が続いている。
	○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・県民割の販売が売上の確保に大きく貢献している。特に県内日帰り旅行が好調である。出張や団体旅行の問合せも徐々に入ってきている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・県内でイベントや大型商業施設の開店などがあり、多くの人が集まっている。夜の繁華街は週末のみ人が少し出ているが、遠方から来た客のタクシー利用はほとんどない。
	○	通信会社（職員）	単価の動き	・消費者物価指数の上昇は、景気判断の上下にはあたらないと考えているが、価格転嫁しづらい業種にとっては厳しい。
	○	テーマパーク (役員)	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、社会経済活動が再開したことにより人の動きも戻ってきていることから、やや良くなる兆しがみえる。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・2月は販売額が落ち込み、3～4月にかけては若干良くなってきている。しかし、値上げの影響があり、販売額の増加にはつなげっていない。
□	一般小売店 [精肉]（店長）	販売量の動き	・とり肉や豚肉の動きは好調に推移している。しかし、ギフト関係の動きが悪いことや、気温が高いせいか焼き肉にシフトしているため、牛肉等の高額な肉の動きが良くない。	

□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、人出は増えている。しかし、販売量の増加までには至っていない。
□	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・自治体の観光振興策のクーポンは、実施期間の延長が繰り返され、当初の予定よりも3か月伸びているが、効果がない。また、値上げの影響が大きく、特売のチラシを入れたときしか動かない商品が増えている。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・なかなか売上が回復しないなかで光熱費などの値上げがめじる押しで、結果として業績は回復せず悪化している。
□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・携帯電話の売上に助けられているが、足元は厳しい。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・自動車の受注は、依然として好調に推移している。
□	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新規感染者数は依然として多い状況だが、警戒感が下がり来客数は新型コロナウイルス発生前に戻りつつある。しかし、度重なる値上げで買物には慎重になっている。
□	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・この数年、毎月新型コロナウイルスの新規感染者数が来客数に影響を与えてきたが、感染状況が落ち着いてきた今でも回復する兆しがみえない。
□	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・まん延防止等重点措置が解除され、個人旅行や家族の集まりでの利用増加に手応えを感じるが、企業の接待や宴席による利用はまだまだで、新型コロナウイルス発生前と比べると全体では7割弱の集客となっている。
□	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新規感染者数が余り減らず、客足も思いの外戻らない。特に大人数の利用や夜の客は厳しい。
□	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・4月の売上は、前年同月比で170%となっているが、新型コロナウイルス発生前と比べると60%程度の売上である。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・本来なら若年層向けの新規契約数が伸びる時期だが、携帯電話を持つ年齢が若年化し、契約時期が分散することによって、例年売れていた時期とは重ならないようになってきている。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・3か月前から引き続き、通信、放送サービス共に契約者数は前年同月を多少上回る程度で推移している。
□	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	・コロナ禍の影響で、全ての動きに制限が掛かっているような雰囲気があり、新規会員が増える様子がみられない。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・軽症者が多いとはいえ、新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が高止まり状態で、特に高齢者は外出に抵抗があるよう出人出が戻っていない。
▲	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・3月下旬に駅前商業施設が開業し、土日を中心に来客数は微増したが、天候不順や気温の低下で春の羽織物系の衣料品を中心にファッション関連が苦戦している。また、好調だった生鮮品でも価格志向が強まり、食品スーパー等へ客が流れている。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・現在は来客数が横ばいで購入点数は微減である。買上単価が上昇しており、売上は増加しているように見えるが、その内容が悪い。
▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・値上げが続き、ディスカウントショップへの客の流出が顕著である。さらに、全国規模のショッピングセンターなどでは価格が据置きとなっており、中小企業としては打撃を受けている状況である。
▲	スーパー（統括）	それ以外	・ウクライナ情勢等により国際物流機能が停滞しており、原材料価格や電気料金等が高騰している。
▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染は収まりつつあるが、消費者物価、特に食料品の値上げが相次いでおり、購買については慎重にならざるを得ない。
▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症が商品供給に影響し、人気商品が入荷しない。

	▲	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・今月に入りメーカーからの新車入荷が極端に遅れている。客にも新車の納車時期が正しく伝えられない状況が続いているなかで、販売量の確保が困難になっている。
	▲	その他専門店 [酒] (経営者)	販売量の動き	・全てのものが値上がりし、この先のことを考えると大変不安である。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・当地の新型コロナウイルスの新規感染者数が連日300人前後の高止まりで推移し、なかなか減少しない。夜の街の人は多少増えてきているが、全体的にはまだ回復していない。
	▲	美容室 (経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスの新規感染者数が200人台で高止まりし、自分の周辺でも感染する人が増えている。当店では特に高齢者の来客数が落ち込んでいる。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・イベントや展示場への来場者数は極端に減少している。新規感染者数の高止まりが続いており、イベントへの来場は見込めない状況である。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・木材や住宅設備などの不足及び価格高騰により、必要資金がかなり上昇している。また、資材の入手時期も分からない状況が続いており、見積り提示から契約までに時間が掛かるようになっている。
	▲	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・天候が良くなったにもかかわらず、住宅展示場の来場者数が少ない。
	▲	住宅販売会社 (営業)	お客様の様子	・木材を中心に原材料価格が高騰し、単価を上げざるを得ず、客が対応できない状況が出てきている。
	×	商店街 (代表者)	来客数の動き	・期待していた桜の開花シーズンは、人通りはかなり多かったものの地元客が多く、売上は前年並みと厳しい結果になっている。まん延防止等重点措置が解除され、人通りは徐々に回復しつつあるが、客の買上単価は低く、高額品が動く気配がない。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	金融業 (融資担当)	取引先の様子	・3月決算企業における業況見通しは、前年と比べて改善している取引先が多い。
	○	税理士 (所長)	取引先の様子	・建設業はおおむね順調である。2～3か月前と比べてマイナスになっている事業所はない。製造業の一部の会社では価格はともかく資材が順調に調達できているようで、会社によって差はあるものの上向きの状況である。
	□	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	・半導体不足や世界的な新型コロナウイルスの感染状況に加え、ウクライナ情勢の緊迫化による物流や原材料費高騰等の影響が大きく、引き続き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	・3か月前から引き続き、受注量はコロナ禍直前よりもやや多くなっている。
	□	輸送業 (管理会計担当)	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスや原油価格の高騰、世界情勢等の影響で企業間での物量は低迷が続いており、変化はない。
	□	不動産業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・同業者の情報では、余り動きが活発ではないという意見が多い。
	□	司法書士	取引先の様子	・新築住宅において、長期優良住宅やグリーン住宅といった建築資金に余裕のある案件が多くなっている。
	▲	食料品製造業 (経営企画)	それ以外	・受注量や販売量は引き続き堅調に推移しているが、それに対応するのが難しくなっている。輸入原材料価格の上昇が止まらず、原油由来材料のコストアップも重なって採算性は急激に悪化している。また、外国人労働者数の減少により必要な労働力が確保できない状況である。
	▲	繊維工業 (総括)	受注価格や販売価格の動き	・全体の受注は回復傾向にあるが、原材料価格の高騰が収益を圧迫している。
	▲	建設業 (経営者)	それ以外	・2月24日のロシアによるウクライナへの軍事侵攻を受け、原油や液化石油ガスの価格が高騰するという心理的な不安から景気の悪化を見込んでいる。
	×	輸送業 (役員)	取引先の様子	・ロシアのウクライナ侵攻による原油価格の高騰及び円安の影響がある。

雇用 関連 (北陸)	◎	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・飲食業や販売業の店がかなり一杯になっており、活気が出てきている。
	○	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先企業全体の求人数は増加しているが、ロシアのウクライナ侵攻の影響から、求人を取り下げたり、求人数を減らしたりする派遣先企業が若干みられる。
	○	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・継続案件、スポット案件共に求職者数が増加傾向である。
	○	新聞社「求人広告」（営業）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルス感染症による行動規制がなくなり、観光業に活気が出てきている。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の増加が続いている。
	□	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・大きな変化はない。
	□	新聞社「求人広告」（担当者）	求人数の動き	・一時期と比較すると、求人広告の出稿意欲は戻りつつある。ただし、業種や雇用形態に偏りがあり、全体として上向きになったとは言い切れない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数は増えていない。求職者については、長期よりも短期勤務の仕事への応募が多い。
	▲	—	—	—
	×	—	—	—