

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)	◎	コンビニ（営業）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少したことや、梅雨明けしたことで良くなっている。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・ビジネス客を中心に個人宿泊客が順調に回復しており、稼働率は2か月連続で新型コロナウイルス発生前の8割の水準となっている。しかし、回復の度合いは地域によって差があり、インバウンド需要が高かった当地では依然として回復に歯止めが掛かっている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・高齢者層が日を追うごとに外出するようになり、平日の売上が少しずつ増加してきている。さらに、6月上旬に大型イベントが3年ぶりに開催され、県外からの観光客を含めた大勢の人でにぎわった。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・6月も2019年の実績を超えて推移していたが最後の3日間で失速し、3月から3か月間続いていた2019年の実績超えは途切れた。原因はクリアランスセールスタートという一過性のものであり、リベンジ消費は引き続き好調を維持している。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・冠婚葬祭に関連したウェアや贈答品などの商材が動いており、各種集まりの中止や延期があった前年とは違う動きが出ている。ランチ中心ではあるが、レストラン街の動きが活発化し、通常に戻りつつある。
	○	コンビニ（店長）	単価の動き	・来客数は減少しているが、1人当たりの買上単価が急上昇し、数年前は500円台だったのが現在は700円台になっている。買上単価が3割程度上がったことで売上は増加している。しかし、物価上昇により売上額が増加しているのでも、景気が良くなっていると捉えるには違和感がある。粗利が増えないなかで運営面での経費が増加しているため、経営側としては景気が良いとは全く感じない。
	○	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍における各種キャンペーンが効果を上げている。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客足が少しずつ戻り、前年の売上はクリアしているが新型コロナウイルス発生前の状態には届かず、まだかなり大きな差がある。
	○	家電量販店（本部）	単価の動き	・来客数は戻っていないが、気温が上がり暑くなっているため、エアコンなどの季節関連商材が好調に推移している。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・新型コロナウイルス発生前と比較しても来客数が回復しており、特にファミリー層が大幅に回復している。これに伴い、飲食店やエンターテインメント関係の利用が増加している。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、客が戻ってきている。しかし、例年6月は大型バスによる県外からの団体旅行が多い月であるにもかかわらず、現状は20人を超える団体での利用は例年の3割以下と厳しい状態である。少人数での利用は回復しているが、全体では7割ほどの集客と低迷している。
	○	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感染拡大が収まり、県民割の駆け込み需要もあることから、やや良くなっているとみている。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・現状も人の動きが活発だが、今後もこの状況がしばらく続くと考えられる。7月中旬以降、全国旅行支援が開始され3年ぶりの行動規制のないお盆に帰省できるなど、人が活発に動く要因があるためである。また、今年の夏はラニーニャ現象が続き、既に空梅雨で梅雨明けしてしまっていることも、更に人が動く要素の1つになるとみている。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響で常連客の一部しか戻っていないが、廃業した他店の常連客が紹介で来店しており、少し明るい兆しが出ている。
	○	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・旅行支援策である県民割や修学旅行の利用により、宿泊客数は新型コロナウイルス発生前の6割近くまで回復している。

○	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・全体の売上は前年同月比で259%と回復しているが、新型コロナウイルス発生前との比較では68%であり、まだ厳しい状況が続いている。
○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・団体旅行に関する問合せや、見積り依頼が増えている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・売上は3か月前と比較すると良くなっているが、新型コロナウイルス発生前との比較では7割程度の回復である。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・夜は週末を中心に繁華街がにぎわっている。朝は県外からの出張者で動きが出ている。
○	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・団体客やインバウンド客は全くない状態だが、週末を中心に個人客がやや回復しつつあり、全体としてはやや上向きの傾向にある。
○	美容室（経営者）	販売量の動き	・数万円もするドライヤー等、単価の高い美容商材の売行きが非常によく、前年の3倍以上の台数を販売している。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響は少なくなったが、各種イベントの再開は今も先延ばしになっており、客足はこれからの状態で売上が回復するにはまだ時間が掛かる。物価が上昇しており購買意欲にも影響が出そうだが、景気が回復すれば物価高の影響は薄れると考える。
□	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・飲食業界の回復に伴い内食需要が低下している。ぜいたく品としての肉の需要が下がってきており、下がったまま横ばいとなっている。
□	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・平日の昼間や夕方はある程度客がいるが、土日の来客数が伸びない。
□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響による自粛が緩和され、来客数は若干の増加傾向にある。しかし、多くの商品が値上げされた影響で購買には慎重さがみられる。価格に敏感な傾向もあり、優待セールや行政による需要喚起策がある間は購入意欲が上がり売上も増加するが、終了とともに減少する。一部の富裕層ではポップアップストアなどで実施するぜいたく品の購入が増えているが、大都市にある正規店舗に向いて購入する傾向が強くなり、販売会での売上が前年実績を下回る状況となっている。
□	スーパー（店舗管理）	来客数の動き	・特売価格やポイントによる販売促進を強化しても、来客数に頭打ち感があり、実際の来客数にも表れている。新規の客層を獲得するためにも、品ぞろえによってドラッグストアやディスカウントストアとの差別化を図るとともに、部門単独ではなく店舗全体でのフェアなどの取組が必要だと考える。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・売上は少しずつ回復傾向にあるが、客は物価の上昇をにらみながら買物をしているようにみえる。
□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・来客数は前年と比べて伸びており活気が戻っていると感じるが、相次ぐ値上げや先行きへの不安から、買物は必需品にとどまっている。
□	通信会社（職員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス禍が落ち着き日常が戻ってきたが、来客数、訪問数共に増加していない。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・他社からの乗換え需要は増加しているが、機種変更などがオンライン手続へ流れているのか、販売台数が伸びない状況である。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信サービスの契約者数は前年同期と比べてプラスで推移しているが、放送サービスは前年を若干下回った状態である。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・住宅価格は上昇中で止まる気配はないが、客の動きは安定している。住宅価格は今後まだ上昇すると考える客が多く、少しでも安い時期に購入しようと考えているようである。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・材料価格の高騰や納期が未定のものがあるといった理由や、こどもみらい住宅支援事業延長などで、多少の駆け込み需要がみられる。
□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・木材や建築資材の価格高騰で住宅の価格が安定せず、景気回復の兆しを感じない。

	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・各種値上がりの影響は大きく、販売量はかなり減少している。
	▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・食料品全般における値上げの影響か、買上点数に落ち込みがみられる。
	▲	スーパー（仕入担当）	販売量の動き	・商品価格の改定があり、買上点数が大きく減少している。
	▲	スーパー（統括）	それ以外	・消費マインドの低下による節約志向は根強い。さらに、業種業態を超えた競争の激化や人件費の増加、原材料価格や電気料金等の高騰もあり、厳しい状況が続いている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・社会は少しずつ落ち着きを取り戻そうとしているが、消費マインドについては警戒感が増したように感じる。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・パソコンなどテレワークで需要の先食いがあった分の反動が出ている。
	▲	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・6月に入ってからはほとんどサービス関係での来店で、新車購入が目的の客は減少している。新車購入に対しては慎重な声を聞いている。
	▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・最近の物価高に円安も絡み、とにかく商品価格が高くなっている。取引先のウナギ店では、暑くなり来客数が増加して売上が伸びたということだが、客はウナギだけ食べてジュースやビールなどを飲まないため、当店にとっては喜ばしくない状態である。
	▲	通信会社（役員）	単価の動き	・半導体不足や新型コロナウイルスの感染拡大によるサプライチェーンの混乱に加え、ロシアのウクライナ侵攻や円安が重なり物価が全般的に上昇している。当社に直接関連する電子機器の価格も上昇しており、今後も上昇若しくは高止まりになるのではないかと大きな懸念を抱いているが、料金等への転嫁はできない状況である。
	▲	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	・連日100人前後の新型コロナウイルス新規感染者が出ている。新型コロナウイルス禍において、まだマスク着用が必須の現状では前向きな行動がとりにくく、会員の新規獲得は思うようにできていない。夏休みの子供向け特別教室の募集を開始したが集客は良くない。燃料費等の値上がりも続いており、大変厳しい状況である。
	▲	住宅販売会社（営業）	お客様の様子	・原材料価格高騰のあおりを受けて価格改定が障害となり、商談の遅延が増えてきている。また、受注の先細り感も現場に出てきている。
	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・食料品は買上単価が下がり、それ以外のものについては顕著な買い控えがみられる。悪い意味で客に消費還元の割引が浸透していて、割引がない期間は買物を控えている。その一方で高額品の購入もみられるが、設備投資など補助金絡みの購入が多いようである。
	×	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・商品の仕入価格の値上がり影響している。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	取引先の様子	・製造業では全体的に繁忙な状態が続いており、新卒を中心に採用が活発になっている。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	受注量や販売量の動き	・特に大手取引先からの受注が増加している。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年同期と比べ公共工事の受注が増加している。
	○	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による行動制限が解除され、若干だが物量は回復傾向にある。
	○	税理士（所長）	取引先の様子	・3か月前と比較すると、新型コロナウイルスの感染状況が落ち着いており、企業規模や物流ルートによって違いはあるものの、半導体などの部品が動き始めてきたことにより、製造業は良くなっている。販売業も人出が徐々に戻ってきたことで良くなっている。
	□	食料品製造業（経営企画）	それ以外	・市販用は苦戦気味だが業務用は好調に推移し、全体の売上はプラスの傾向である。一方で、原材料や包装資材などの材料費が上昇を続けており、急激に採算が悪化している。

	□	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	・半導体不足や新型コロナウイルス感染症、ウクライナ情勢の長期化に伴う供給制約、物流費や原材料の価格高騰などの影響は大きく、引き続き厳しい状況が続いている。
	□	金融業（融資担当）	取引先の様子	・取引先の話では、売上は回復傾向にあるが、資源価格の高騰が影響して経費が増加し収益を圧迫しており、売上改善のペースが落ちているということである。
	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・現状は客が少なく、動きも鈍いと聞いている。
	□	司法書士	取引先の様子	・会社解散登記の依頼が多かったが、事業譲渡の不動産取引や役員変更目的の変更等の会社登記も同数みられる。
	▲	繊維工業（総括）	受注価格や販売価格の動き	・受注状況は引き続き回復傾向にあるが、原材料価格の高騰に拍車が掛かり収益を圧迫している。
	▲	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・3か月前は決算期の駆け込み需要による多くの受注があったが、現在はそれが落ち着き、景気も落ち着いている感じである。
	×	—	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新規の人材募集が増加傾向である。
	○	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年同月と比べて増加が続いている。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・求人数は緩やかに増加しているが、それに対する応募者が少ないため、人材探しに苦労している。
	□	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・求人の動きに大きな変化がない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・ガソリン価格の高止まりや食品類の値上げなど、生活に直結する物価がなかなか元に戻らないが、新型コロナウイルス禍の影響を感じる事が少なくなり、各企業の営業活動や催事などが活発になってきたように感じる。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人の受理件数は、変わらず好調である。
	▲	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・派遣先の企業のなかに、売上は好調だが原材料価格の高騰によって利益が圧迫されるため、人件費を抑えてその分を利益に補おうと、派遣の契約を一部解除する動きがある。また、それと同時に派遣の求人依頼が取下げられている。
	▲	職業安定所（職員）	それ以外	・求人は出ているが、物価高で求職者の動きが少し鈍くなっている。
	×	—	—	—