

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)	◎	コンビニ（営業）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少し、天候も良くなることから、良くなるとみている。
	◎	都市型ホテル（役員）	・全国旅行支援や訪日旅行者の受入れ開始により、7月以降は宿泊客数の増加による増収を期待している。一方で電気代や燃料費の高騰、求人難による人手不足が生じており、夏期のハイシーズンにおける施設運営への影響を懸念している。
	○	商店街（代表者）	・外国人客も少しずつ増加しているが、免税金額の上限である5000円以上の買物までには至らない。来客数は増加傾向にあるが、日本人も含めて客の買上単価が伸び悩んでいる。7月から実施される全国旅行支援に期待している。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・客の購買意欲の高まりに期待している。
	○	百貨店（販売促進担当）	・前年の8月中旬にはまん延防止等重点措置が適用されていたが、今年は夏休みやお盆の帰省が新型コロナウイルス発生前の状態になると考えており、売上はプラスに転じると見込んでいる。ただし、アパレルを中心に夏～秋に向けての商品の確保と、物価高の影響がどの程度になるのか見通せない状況である。
	○	コンビニ（エリア担当）	・ウィズコロナの生活様式が定着し人流が増加すると見込んでいるが、その一方で物価高の影響を懸念している。
	○	衣料品専門店（経営者）	・期待をしてみているが、まだ実際の売上には顕著に表れていない。
	○	衣料品専門店（経営者）	・社会不安が薄れ、以前のような落ち着きを取り戻せば景気は良くなると考える。
	○	家電量販店（店長）	・商品の入荷状況が悪いことを見越して早期の購入を検討する客が多く、どうせならと高付加価値商品を選ぶ客が増えている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ゴールデンウィーク以降は週末を中心に来客数が回復しており、今後は夏休みやお盆などの長期休暇で広域からの来店客も見込んでいる。また、旅行や各種催物などが再開していることから、コト消費の拡大にも期待ができる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・人の動きは感じるが、物価高でぜいたくを控えるという声を聞いている。当店は元々単価が高い店舗のため、苦戦を見込んでいる。
	○	観光型旅館（経営者）	・7月中旬から開始される全国旅行支援により、予約が増加すると見込んでいる。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・6～9月までの予約状況は前年同月比で200%を超え、2019年との比較では6月は60%、7～9月は85～90%と夏場は回復傾向である。県民割の期間延長と全国旅行支援による予約の増加を期待している。
	○	タクシー運転手	・この先夏に向かい、いろいろなイベントが実施されるようであり、売上が回復すると考える。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染は対策を採れば大丈夫であると、感染を恐れない人が多くなっている。
	○	通信会社（営業担当）	・夏休みに入り家族での来店が増えるともみられ、トータルの販売台数は伸びると見込んでいる。
	○	テーマパーク（役員）	・来月からは全国的な旅行需要喚起策である全国旅行支援のスタートが予定されており、個人客を中心に更に客の増加が期待できることから、やや良くなるとみている。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がなかなか100人以下にならないが、ほとんどの感染者が無症状や軽症ということで、外出や遠出をする機会が増えている。
	□	商店街（代表者）	・景気が良くなる雰囲気が出てくれば物価高などの影響は薄れると思うが、購買意欲の回復感を取り払うのは難しいと考える。
□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も増えてきていて何ともいえないが、肉の需要は現状のまま横ばいで推移するとみている。	
□	百貨店（売場主任）	・夏休みは、今まで自粛していた国内旅行や海外旅行への需要が旺盛となり、関連商材の購買が好調に推移すると見込んでいる。	

□	百貨店（販売担当）	・新型コロナウイルスの影響よりも燃料費や水道光熱費、各種商品価格の上昇により消費が慎重になると考える。店舗では市場よりも割安な商材やディスカウント商材の扱いを拡大することで利幅が減少し、収益を悪化させる可能性がある。一方、新型コロナウイルスの拡大で止まっていたトラベル需要が、全国旅行支援などによって復活することを期待しており、旅行関連は値上げがあっても消費が減少しにくいとみている。以上の状況からプラスマイナスゼロでしばらくは現状維持を見込んでいる。
□	コンビニ（店舗管理）	・新型コロナウイルス禍による悪影響が減っても各種キャンペーンが落ち着けば相殺されて、景気は変わらないと考える。
□	乗用車販売店（経営者）	・発表された新型車を目的に来る来客数が、以前よりかなり少なくなっている。Webでの検索はある程度あるが、購入には慎重な様子が見られる。
□	乗用車販売店（従業員）	・新車納期の長期化など、状況は変わらない。
□	自動車備品販売店（役員）	・新車の納入遅れやガソリン価格の高騰が続き、さらに、今後も様々な分野で値上げが続くと考えられ、明るい兆しが全くない状況である。
□	一般レストラン（店長）	・現在は県民割のお買い得感が消費を喚起しており、次の全国旅行支援にも期待している。ただし、原材料の値上がりなどの不安要素も多い。
□	一般レストラン（統括）	・6～8月は景気が良くなるとみているが、その反面、原材料の価格高騰が継続して物価が上昇すれば、夏休み後に人々の消費マインドが停滞若しくは低下し、消費意欲が一旦落ち着くと考える。
□	スナック（経営者）	・先々の明るい様子が見えてこず、ただ今を一生懸命に過ごす日々である。
□	通信会社（職員）	・あらゆる面で物価高がマイナスに作用している。
□	通信会社（営業担当）	・ボーナス商戦に期待しているが、今のところ変わらずに推移しており、大きな変化を感じられない。
□	通信会社（役員）	・解約数が少し増加している。また、経済的な理由による低額コースへの変更も若干増加している。
□	住宅販売会社（従業員）	・住宅価格の上昇だけでなく借入金利の上昇も加われば需要は減少すると思うが、金利が多少上昇してもまだ低金利であり、需要はまだ衰えないと考える。
□	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの低金利や、こどもみらい住宅支援事業の延長などの追い風はあるが、円安や新型コロナウイルス感染症、ウクライナ情勢などの問題で先が見通せず、客の動きがつかめない状況である。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・7月以降も紙製品やPET商材など多種の値上げが控えており、現状よりも更に悪くなりそうである。
▲	スーパー（仕入担当）	・今後も商品の価格改定が予定されており、販促強化などは様子見の状態が続くため、来客数や販売量に影響が出るとみている。
▲	スーパー（店舗管理）	・商圏内人口が減少しているなかで店舗数が増加しているため、買いため需要が期待できない。商品の値上げは更に継続するため、価格に見合った品ぞろえと売場展開が重要である。
▲	スーパー（統括）	・原材料価格の更なる上昇や金融資本市場の変動、原油や天然ガス、穀物や半導体等の供給面における制約により、製品価格への転嫁や値上げなど、先行きは依然として不透明な状況が続くと考える。
▲	家電量販店（店長）	・巣籠り需要が多かった家電から、旅行などの外出へと消費がシフトしていると考えられる。
▲	家電量販店（本部）	・季節関連商材以外は厳しい状況が続いており、この先の物価高の影響も懸念される。
▲	乗用車販売店（役員）	・ウクライナ紛争や円安の影響により、電気やガソリンなどの販売価格の高騰が続き、消費が縮小して景気が減退すると考える。
▲	その他専門店〔酒〕（経営者）	・全てのものが値上がりしており、年内は更に値上げが続くという大変苦しい状況である。消費者の財布のひもが固くなり、悪循環が始まると考える。

	▲	旅行代理店（従業員）	・7月から全国旅行支援がスタートするが、具体的な内容が全く不明な状態であり、その内容が旅行代理店に良い効果をもたらすかどうかは判然としていないため、期待はしていない。
	▲	通信会社（役員）	・現状が変化する兆しはみえない。
	▲	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	・地元の同業者が廃業したという情報を聞いているが、新型コロナウイルス感染症の影響で入ってくるものは少なくなり、施設の老朽化への対応や経費の増加などで出ていくものだけが確実に増えている状況では、企業の体力が限界なのはどこも同じである。夏のボーナスの金額が増えていると聞くが、どこの企業の話だろうか。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・建築資材価格の値上げが続く状況で、景気が良くなるとは考えられない。
	×	商店街（代表者）	・7月から値上げする商品が多く、更なる買い控えを予想している。値上げして売れなければ値段を下げざるを得ず、最終的なしわ寄せは小売店にくると考える。
	×	スーパー（店長）	・今後も商材全般の更なる値上げが確定しており、買上点数は落ち込むと考える。また、猛暑が続く間は来店頻度も落ちると見込んでいる。
	×	コンビニ（店長）	・物価上昇で買上単価が上がっているなか、商品の値上げで買いたい物が自由に買えない、購入する商品の量が減った、コンビニは高いからスーパーに行くと家族から言われているなど、常連客からはネガティブな話を多数聞いている。客の利用頻度が減少しており、中長期的にみれば景気は最悪の状態となりかねない大変に危険な状況だと考える。
	×	住関連専門店（役員）	・食料品や生活用品、ガソリンなどの値上げに加え、取り扱っている商品の仕入価格の上昇もあり、消費マインドの大きな低下につながっている。
	×	住宅販売会社（営業）	・原材料価格高騰の終息が全く見通せないことから、生活への影響も顕著になっており、消費行動を大きく阻害する要因になるとみている。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・受注状況が上向き傾向にある。
	○	輸送業（管理会計担当）	・新型コロナウイルス感染症により制約を受けていた経済活動が正常化に向けた動きを見せるなか、企業間物量が回復すると見込んでいる。また、早い梅雨明けと猛暑により関連商品の物量が増加することも見込まれる。
	○	税理士（所長）	・取引先からは景気が徐々に回復しているという話を聞いており、それが数字にも表れている。円安が追い風となる業界もあるため、この先が悪くなることはないかと期待している。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・新型コロナウイルスのワクチン接種の進展や行動制限の緩和等、経済活動の正常化に向けた取組が進められる一方で、ウクライナ情勢の混迷により食料品や日用品を始めとした商品の値上げが相次いでおり、個人消費は当面本格的に回復しないと考える。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・オートバイ用部品の受注が引き続き堅調なもの、資源価格の高騰が企業業績を押し下げている。生産しても利益が出ないにもかかわらず、直ちに価格転嫁するのが難しい状況である。消費者の購買力が低下し、需要に影響を与えるという悪循環に入りつつあるのではないかと危惧している。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・円安の進行など為替の状況や参議院選挙の動向など、この先が読みにくい要素がある。
	□	通信業（営業）	・新型コロナウイルス禍の影響は落ち着いているが、ガソリン価格の高騰や各種商品の値上げによる買い控えなど、下向きの材料はあるが上向きの材料はないため、景気は現状維持若しくは悪くなると考える。政府の抜本的な支援で、景気が上向きになることを期待したい。
	□	金融業（融資担当）	・円安の進行や原材料価格の高騰が急速に進んでおり、価格転嫁の成否で企業収益に変化が出始めている。新型コロナウイルスの新規感染者数は横ばいで推移し、観光業や飲食業は改善の傾向にあるが、新型コロナウイルス発生前の水準には回復していない。
	□	不動産業（経営者）	・多少期待はしているが、個人客からの問合せの動きは少なく法人客の動きも鈍っている。

	□	司法書士	・北陸新幹線関連による積極的な不動産取引の動きが見られる一方で、負の不動産相続問題などで県全体の地価は下落傾向が続いている。
	▲	食料品製造業（経営企画）	・今年の春に販売価格の値上げを実施したが材料費の上昇が収益を圧迫し続けており、更なる値上げに踏み切ることになりそうな状況である。売上が維持できるかどうか鍵になると考える。
	▲	繊維工業（総括）	・ウクライナ情勢や円安により、原材料価格の高騰が長期化することを懸念している。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の状況から、やや悪くなると見込んでいる。
	▲	建設業（経営者）	・ロシアのウクライナ軍事侵攻が続き食料や燃料の輸入が滞っているが、この状況が今後数か月は続くと考え。アスファルトプラントの材料や燃料、重機や車両のガソリン代、軽油代の値上がりは建設資材の価格調査に反映されるまでにタイムラグがあり、収益の減少を見込んでいる。
	▲	建設業（役員）	・建築資材価格の高騰により、単価が上昇基調にあるなかで原価も厳しい状態になり、先行きの利益確保が難しくなるとみている。
	▲	金融業（融資担当）	・多くの取引先で売上の回復が進まず、経費の高止まりも続くという見通しを立てている。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・求人と求職がうまくマッチングして新規契約が増加し、景気が良くなると考える。
	○	職業安定所（職員）	・間もなく夏休み期間に入るが、旅行やレジャー、飲食業関連で、前年からの回復が見込まれる。
	○	職業安定所（職員）	・求人数は前年同月と比べて増加が続いており、特に製造業や宿泊業の求人数が増加している。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルス感染症対策で中止や延期となった催しや行事、旅行などが復活しつつある。今後の経済効果を大いに期待している。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人の動きに大きな変化がない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ウクライナ侵攻の影響があり、活気を取り戻してきた業界とそうではない業界がはっきり分かれているように見える。観光産業などでは、旅行関係の広告掲載も戻り回復基調であると感じる反面、自動車ディーラーなどでは製造部品の供給が不安定な影響で、売上の回復に4～5年は掛かるという話も聞いている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人の状況が変化する気配や、そのための要素が見受けられない。
	▲	人材派遣会社（役員）	・原材料が入ってこないため生産ができない派遣先企業や、原材料価格の高騰を人件費の削減によって補おうとする派遣先企業が増えているのではないかと懸念している。
	▲	職業安定所（職員）	・これから夏に向かい人の動きは多くなるが、2～3か月後の景気は少し後退すると考える。
	×	—	—