

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)	◎	一般レストラン（統括）	・過去2年の傾向と同じく、9月で新型コロナウイルスによる感染が一旦落ち着き、10～12月は新規感染者数が右肩上がりになると見込んでいる。
	◎	都市型ホテル（役員）	・急速な新型コロナウイルスの感染拡大による予約キャンセルを懸念していたが、キャンセルはあるものの、直前での新規予約が増加しており、夏休みシーズンに向けて宿泊需要は底堅く推移するとみている。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルス新規感染者数の爆発的な増加がなければ、良い方向に向かうとみている。しかし、過去最高の新規感染者数が続いており、夏休みに向かって感染状況が落ち着くかどうかは景気回復の決め手になると考える。
	○	コンビニ（店舗管理）	・新型コロナウイルス感染症のまん延による購買行動への悪影響は、少しずつではあるが鈍化していると考えます。
	○	家電量販店（店長）	・今月は天候の影響があり来客数は少なかったが、物価上昇をきっかけにした買換えは増加している。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・新型コロナウイルス新規感染者数の推移がこれまでと同様であれば、8月中旬に新規感染者数のピークを迎え、2～3か月後には改善に向かうとみられるため、来客数の回復を見込んでいる。
	○	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況にもよるが、秋以降の全国旅行支援策に期待したい。
	○	通信会社（営業担当）	・新商品のスマートフォン発売開始に伴い、需要が増加すると見込んでいる。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の第7波は9月頃にはピークアウトして、消費行動が再び活発になるとみている。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・外食が回復していることで、ぜいたく品である肉の店頭での売上が減少する動きは、前月から変化していない。加えて、旅行ができるようになり、ギフトを実際に持って行けるようになったため、ギフト配送用の需要が余り良くない。
	□	百貨店（売場主任）	・相次ぐ値上げによる物価高の影響や、新型コロナウイルスの新規感染者数急増で、消費に対する慎重な行動は変わらないとみている。
	□	百貨店（販売促進担当）	・物価高や新型コロナウイルスの感染拡大が、アパレルを中心にマイナスの影響になると考えているが、外商客を中心とした富裕層における時計やブランド品などの高額品の購入が引き続き好調に推移し、アパレルのマイナスをカバーするとみている。
	□	百貨店（販売担当）	・当面は新型コロナウイルス感染症による影響のため、夏休みや秋の外出需要の伸長は期待できず、カジュアル衣料品は秋も苦戦を見込んでいる。一方で結婚式や葬儀がほぼ通常に戻りつつあり、リモートワークや出張停止の影響でこの数年購入が減少していた礼服やスーツ、シャツ、靴などのビジネス関連は、低価格商品に限定されると考えるが、やや回復すると見込んでいる。プラスとマイナスの両面がありしばらくは現状維持と考える。
	□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染症の影響、円安、値上げなど、先の見通しが全く立たない。
	□	スーパー（統括）	・新型コロナウイルスの感染再拡大はあるが行動制限には至っておらず、為替やエネルギー価格にも当面は大きな変化がないと考える。
	□	家電量販店（本部）	・商品価格の上昇や新型コロナウイルス変異株の影響もあり、景気が上向くのはまだ先になるとみている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響で依然として個人の行動が控えられている状況下では、販売量を増やすことはしばらく困難だと考える。
□	住関連専門店（役員）	・各企業の動きから分かるが、3月後半から家具や家電業界の動きが鈍化している。経済不安や原材料価格の高騰に伴う値上げにより、生活用品や食品の価格変更が家計を圧迫する大きな要因となっている。	
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・今後も新型コロナウイルスの感染状況に左右される状態が続くとみている。また、高騰している原材料価格の販売価格への転嫁なども考えられ、消費者の節約志向が一層強まることによる日常消費の低迷が懸念材料である。	

□	スナック（経営者）	・前月同様、混とんとした状態で全く先が見えない。ただし、良い方向に向かうとは考えられない。
□	観光型旅館（スタッフ）	・新型コロナウイルスオミクロン株の感染拡大による予約減少に対し、県民割が8月末まで延長され、7月からは市独自の支援策も開始されている。これらの利用による予約の増加を期待している。
□	旅行代理店（従業員）	・新型コロナウイルスの感染状況がどうなるか次第で、先行きは全く見通せない状況である。
□	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の第7波に入って、新規感染者数の状況や4回目のワクチン接種者数の増加が、どのように人出に影響するか不明である。
□	通信会社（営業担当）	・ボーナス時期を迎え多少の動きはあるが、大きな変化へつながら要因が見当たらない。
□	通信会社（役員）	・放送、通信サービス共に契約者数は、前年同月と比べると同程度で推移するとみている。
□	通信会社（役員）	・半導体不足が続くことに加え、ロシアのウクライナへの軍事侵攻や円安傾向の収束がみえてこないことから、状況は変わらないと考える。
□	競輪場（職員）	・新型コロナウイルスの感染再拡大により、この先どのように推移するか不明である。
▲	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・最近、新型コロナウイルス感染症が再びまん延し始めていることや、不安定な世界情勢による様々なジャンルでの値上げなどにより、各家庭での買い控えがますます増えると考ええる。
▲	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・新型コロナウイルス感染症の影響によって、宴会や会合等での注文増加の見込みがない。また、物価高による消費の落ち込みを懸念している。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・8月以降も商品の値上がりは続くため、まだ落ち込むのではないかと考える。
▲	スーパー（仕入担当）	・現在は客単価を維持できているが、今後は競合店との価格競争が過熱し、来客数についての対策が必須になるのではないかと懸念している。
▲	コンビニ（エリア担当）	・コロナ禍や物価高の影響で、やや悪くなると見込んでいる。
▲	衣料品専門店（経営者）	・物価の上昇傾向が、今後も続いていくと考える。
▲	衣料品専門店（経営者）	・夏休みやお盆もあるが、しばらくは新型コロナウイルス感染症の影響が続くと考える。
▲	家電量販店（店長）	・メーカーによる商品価格の値上げが続き、購入まで至らないケースが続きそうである。
▲	乗用車販売店（役員）	・物価の上昇や新型コロナウイルス感染症の拡大に加え、所得がなかなか増えず、改善の見通しが立たないことから、やや悪くなるとみている。
▲	自動車備品販売店（役員）	・政府の抜本的な対策がないと、長引く物価高で今後も消費の低迷が続き、更なる景気後退が起こるのではないかと考える。
▲	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルス感染症の急拡大により、戻りつつあった客足が一気に減少した。感染のピークがみえないため不安である。
▲	タクシー運転手	・新型コロナウイルス感染症の第7波による感染拡大が続くと考える。
▲	通信会社（職員）	・物価上昇が影響すると考える。
▲	テーマパーク（役員）	・現状の感染状況が続き、全国旅行支援の開始もずれ込むと、現状より更に悪化すると考える。
▲	パチンコ店（経理）	・物価高に加え、新型コロナウイルス感染症の第7波で経済活動が低下するとみている。
▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・スタッフ本人や家族が新型コロナウイルスに感染することで、勤務スケジュールの調整が困難になっている。代替スタッフの確保が難しい状況が非常に多くあり、これが続けばプログラムの変更や休講にせざるを得ず、客離れが心配である。入会者は減少し、休会も更に増加している。
▲	住宅販売会社（従業員）	・短期間に住宅価格が2割以上上昇しており、駆け込み受注は減少している。金利が上昇する可能性があり、今後受注する戸数は徐々に減少し、売上も減少すると見込んでいる。
▲	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの感染再拡大で、客の様子にも変化が現れると考える。

	×	商店街（代表者）	・8月には新型コロナウイルス感染のピークが過ぎるといわれているが、過ぎた後に明るい未来が待っているとはとても思えない。何か手を打たないと、物価高と新型コロナウイルス感染症によるダブルパンチの影響が、徐々に深刻さを増してくると考える。
	×	商店街（代表者）	・過去のデータから考えると感染状況が落ち着くのは11月から翌年1月初旬で、この間にどれだけの上を確保できるかが勝負である。しかし、飲食を伴う秋のイベントは今年も延期されることになった。例年3月末からの学生の卒業旅行シーズンは購入単価が低いため、難しい状況になると考える。
	×	スーパー（店舗管理）	・値上げの継続による購買意欲の低下が、買い控えにつながると考える。
	×	コンビニ（店長）	・7月はようやく新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いて売上が回復したと安心していましたが、7月の最終週の状態をみて危機感を募らせている。新型コロナウイルスの新規感染者数が過去最大になり、行動自粛の要請がなくても自主的に外出自粛をしていると思われるほど来客数が減少し、特に週末は先週比で1割以上減少している。この状況は確実に8月の売上に影響すると考える。
	×	衣料品専門店（経営者）	・高齢者ほど警戒心が強まり、人の動きに制限が掛かると考える。
	×	乗用車販売店（従業員）	・納期の長期化や半導体及び部品不足など、良くなっていくとは考えられない状況である。
	×	その他専門店〔酒〕（経営者）	・現在は行動制限が全くなく、都会でも地方でも新型コロナウイルスの新規感染者数が増加している。このような状態で景気が良くなるとは思えない。景気がこのまま低迷していくとは考えにくい、商品の値上がりもあり、ますます悪くなるのではないかと非常に懸念している。
	×	住宅販売会社（従業員）	・部材価格の上昇から製品価格が高くなり、販売が困難になっている。商品の販売価格や利益率にも影響が出てきている。
	×	住宅販売会社（営業）	・住宅業界において景気が良くなる要素は一切なく、国による景気対策がなければインフレによる物価上昇で、客足が遠のくことは必定である。
企業 動向 関連  (北陸)	◎	—	—
	○	化学工業（総務担当）	・受注量は今後増加していく予定である。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・受注の勢いは前月より弱まっているが、数か月前と比較すると増加傾向にある。
	○	税理士（所長）	・事業者にとって一番のネックは資材の調達に滞っていたことである。まだ十分ではないが、調達力のある会社は生産が軌道に乗ってきている。いろいろな波があるにしても、全般としては流通関係も流れが良くなってくるとみており、価格転嫁がスムーズにいくかどうかが一番重要だと考える。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・ウクライナ情勢の長期化による食料品や日用品などの相次ぐ値上げに加え、新型コロナウイルスの感染再拡大の動きも見られ、当面、個人消費は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）	・オートバイ関係の受注は引き続き好調のまま推移しているが、自動車関係はメーカーの生産回復が半導体不足の影響で遅れていることから、受注が低調のまま推移している。この傾向は当面変わらないとみている。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・今後の受注も好調に推移すると感じているが、原材料費や人件費の高騰がネックとなる可能性もあり、確実に良くなるとは言えない。
	□	建設業（経営者）	・工事受注は例年並みに上向くとみている。しかし、ロシアによるウクライナ軍事侵攻の影響から、アスファルト合材の材料や燃料価格が高騰し、それが販売価格に転嫁されることで工事原価が上昇するため、設計価格の見直しまでの数か月間は採算が悪くなると考える。
	□	建設業（役員）	・原材料価格の動向が依然として不透明なことに加え、資材の確保にもまだ相当期間を要するなど、不安材料が多くなっている。
	□	通信業（営業）	・新型コロナウイルスの新規感染者数がこのまま増加し続ければ、消費も低迷し景気は後退すると考える。しかし、以前のような冷え込み方はしないとみており、現状レベルで推移するものと考えている。

	□	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が急増しており、観光業や飲食業に影響が出始めている。また、原材料価格や燃料価格の高騰が企業収益を押し下げているが、価格転嫁が進まない企業も多く、当面厳しい状況が続くとみている。
	□	不動産業（経営者）	・同業者からは活発に動いているという話は聞かず、法人客、個人客共に問合せがかなり減少している。
	▲	食料品製造業（経営企画）	・多少の増減はあっても売上は比較的安定して推移すると考えるが、原材料や包装資材などのコストアップにどこまで耐えられるかが大きな課題となっている。
	▲	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懸念がある。
	▲	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から、やや悪くなると考える。
	▲	輸送業（管理会計担当）	・第7波による新型コロナウイルスの感染拡大や燃料費の高騰、競争激化など、先行きのマイナス要素が多いと考える。
	▲	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス感染症の第7波による感染拡大で、先行きの不透明さが増している。原料などの経費上昇の問題もあり、価格転嫁ができない場合には企業にとって更に厳しい状況になるとみている。
	▲	司法書士	・契約済みの事案が終わり、今後は資材不足や、燃料費などの価格高騰の影響が出るという話を聞いている。
	×	—	—
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・ロシアによるウクライナ侵攻や中国でのロックダウンによる影響が落ち着いてきたのか、派遣先企業から減産による契約解除や休業要請が減少している。
	○	職業安定所（職員）	・求人数は前年と比べ増加が続いており、特に製造業や宿泊、サービス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が第7波に入り新規感染者数が増加しているが、飲食や観光などでは客が徐々に戻ってきてつつある。そのため消費の増加につながり、景気が良くなると見込んでいる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用を考える企業が出てくる気配がみられない。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・食料品やガソリンなど、生活必需品の物価高がなかなか解消されず、厳しい状況が続いている。自動車通勤が多い地域でもあり、生活が楽になるという見通しはなかなか立たないと考える。
	□	職業安定所（職員）	・一定の業種では円安が続くことで輸出の好調が続くと考えられるため、求人数が多い状況は継続するとみている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数については、状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルス感染症の第7波による影響が大きいため、一旦は上向きになりかけた新規求人数及び求職者数が停滞、若しくは減少へと変化するのではないかと考える。
	▲	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの感染再拡大により、人の流れが更に悪くなると考える。
	×	—	—