

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	・7月もインバウンド需要に助けられている。新型コロナウイルス感染症発生前は、アジアからの観光客が中心だったが、欧米を中心とした幅広い国々からの客が購入している。特に米国からの若い世代が増加している。
	◎	コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・原材料やエネルギー価格の高騰が容認されているのか、1人当たりの買上単価が1割弱増加している。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・7月に入り、インバウンドを含めて観光客の数が増加している。さらに、毎日暑い日が続くため、タクシー利用が多くなっている。
	○	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・観光客数が増加している。
	○	コンビニ（店長）	単価の動き	・1日の売上が前年比8%程度上昇している。経費の増加はあるが、売上増加により利益も前年と比べて微増しており、夏に向けて好調に推移している。ただし、来客数は減少しており、商品単価の上昇による売上増加であるため、不安が残る。
	○	自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	・マスクをしないう人が多くなり、週末の客も戻ってきている。買上単価はまだ低いが買上点数は増えており、ほぼ新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻っている。
	○	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・地域行事の再開などで活性化していることや、気温上昇に伴うマスク着用率の低下で、生活様式が元に戻った感覚がある。来客数が回復しており、買上率も上昇しつつあるが、一方で各種値上げに対する生活防衛意識から、セール実施日の来客数と買上率が上昇する傾向にある。
	○	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・4月に外出や外食が活発化し始めたことに加えて、5月に新型コロナウイルス感染症の分類が5類感染症に移行し、客の行動が更に活発化した。それ以降も同様の状態を維持している。
	○	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・7月に入り、宿泊客数は新型コロナウイルス感染症発生前の2019年より減少しているが、売上は同程度に戻っている。
	○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・個人旅行、団体旅行共に、取扱件数が増加している。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・売上が高止まりしている。働き手の数は3年前の半分になっているが、安定している。
	○	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・新しい料金プランが発表されスマートフォンを安く使える環境が整ってきた。それに伴い料金プランの見直しや追加提案ができるようになり、数か月前より販売数が増加している。
	○	美容室（経営者）	単価の動き	・7月からカット料金を10%値上げしたが来客数に変動はなく、1人当たりの単価が上昇した分だけ売上が増加している。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・売上不振で衣料品は早くからバーゲンセールに入っている。高額商材は売れ始めているが勢いが無い。平日の夕方は人出も少なく、まだ不景気風に吹かれている。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・イベント開催時の人出は多いが、通常時は余り増加しているようにみえない。インバウンドも昼の飲食には寄与しているようだが、夜の来客数増加には結び付いていない。小学校など一部にまだ新型コロナウイルスへの感染懸念があるようだが、大方落ち着いており、夏休みの街中のにぎわいに期待している。
□	一般小売店 [書籍]（従業員）	来客数の動き	・平日の来客数がかなり減少している。	
□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・7月は婦人衣料やメンズファッション、食品は好調に推移したが、ラグジュアリーブランドが不振だったことから、全体ではほぼ前年並みである。コロナ禍において地元で消費していた富裕層が5月以降外出機会が増えたことで、首都圏や関西圏に高額商材の需要が流出している。	

□	スーパー（仕入担当）	単価の動き	・商品価格の改定に加え、市場で取引される商材や輸入品の高騰があいまって、商品価格が急速に高騰している。
□	スーパー（店舗管理）	お客様の様子	・値上げの影響により売上は確保できているが、光熱費の高騰を鑑みると実質はマイナスだと考える。更に物価高が続くと、生鮮食料品以外の商品購入はドラッグストアに流れる可能性が高い。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症は、客の仕事や生活を変えており、その変化を受け入れなければならないと考える。
□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・リベンジ消費も一段落し、売上は伸び悩んでいる。新型コロナウイルス感染症発生前の状態にはまだ戻っていない。
□	家電量販店（本部）	販売量の動き	・気温上昇の影響でエアコンの販売は伸びているが、景気が回復しているとは考えられない。
□	乗用車販売店（役員）	単価の動き	・原材料価格の高騰も売価への価格転嫁が完了しており、販売量が変わらない状態が数か月間続いている。
□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・全体の買上点数が減少したまま回復しない。必要なもの以外は買わない傾向が続いている。
□	その他専門店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・人の動きが活発になりイベントの開催も確実に増えているが、物価高や原油不足などの影響で開催できないものも多くある。
□	スナック（経営者）	来客数の動き	・7月中旬から暑さが続き、高齢者が外出を控えている。新規客の来店により新型コロナウイルス感染症発生前の状態に戻っているが、付近は人通りが非常に少ない。
□	通信会社（職員）	お客様の様子	・問合せ内容に変化がみられない。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・通信、放送共に新規契約者数は、引き続き前年同月と同レベルで推移している。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・契約状況を見る限り、消費拡大、消費縮小いずれの兆候も見受けられない。
□	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・梅雨の大雨や猛暑の影響により、個人客の動きは前年同月と同様になっている。
□	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	・この3年間に減少した会員数がほとんど増加していない。新規会員獲得のために実施する夏休み特別教室も集客が悪く、そこからの入会がないため当然会員数は増えていない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・例年お盆までの1か月間は、客の動きが緩慢で契約者数も契約高も伸びない。今年も同様の動きだが、今後のために地道に客への対応を行い、これからの契約につながるような行動を繰り返している。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・1戸当たりの平均受注額が増加しており、客層が限定されてきている。早期に客層の拡大と掘り起こしを行う必要がある。
□	住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・建築資材の高騰による商品の値上げなどで、回復が期待できない。
□	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・展示場の来場者数の低迷が長期にわたっているが、今のところ改善の気配がみられない。
▲	一般小売店 [精肉]（店長）	来客数の動き	・お中元ギフトは早期割引商材にシフトしている。7月は暑さで来客数が少なくなっているようである。
▲	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・各種値上げの影響で節約傾向となり、お中元ギフトの動きが良くない。個人客、法人客共に送り先の見直しや予算の削減などを行っていることが影響し、前年より10%程度のマイナスとなっている。梅雨明け以降の猛暑により、昼間の来客数が減少していることも影響している。
▲	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・セールになり価格が低下するため販売増加を期待したが、客は変わらず吟味して購入しており、今まで以上に買物に慎重である。また、県の支援策がなくなった影響も出ている。月末にかけてバッグやスーツケースなどの旅行雑貨の需要が高まっており、旅行などの外出消費に向かっているようである。さらに、高い気温による外出控えや、集会、宴会などの飲食関連消費の増加で、衣料品などを扱う店舗での販売が減少していると考えられる。

	▲	スーパー（店長）	競争相手の様子	・各種商品の値上げが止まらない。その一方で給料は上がっていないため、無駄な物は買わず、必要最低限の商品しか買わない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・消費者はお買い得感がなければ購入しない雰囲気である。コロナ禍では行政の手厚い支援策によるお買い得感が購入につながっていたが、それも順次終了してきたために消費が低迷していると考ええる。
	▲	家電量販店（店長）	販売量の動き	・猛暑が続いているが、エアコンの売上が伸びない。
	▲	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・イベントを開催しても来場者数が少ない。購入に対して慎重な状態が続いているようである。
	▲	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・観光客も少ないが、地元客の動きも悪くなっている。
	▲	観光型旅館（経理）	来客数の動き	・材料費やエネルギーコストの増加により、現状はやや悪くなっている。
	▲	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・7月に入り、前月までの売上回復の勢いが急に弱くなっている。特に宿泊部門は、日本人の個人旅行、団体旅行共に宿泊者数が伸びず、単価もなかなか上げられない。レストラン部門も来客数が伸びない。
	▲	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・全国旅行支援の終了により、個人の宿泊予約の伸びが鈍化している。その結果、新型コロナウイルス感染症発生前の同月稼働率を下回っている。
	×	*	*	*
企業 動向 関連 (北陸)	◎	税理士（所長）	取引先の様子	・全体的に高揚感があり、特に新型コロナウイルス感染症の影響でダメージを受けた飲食、小売、観光、イベントなどの業種に勢いがある。しかし、その一方で人手不足が深刻である。
	○	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・原材料価格やエネルギーコストは現在も高止まり状態だが、人々の動きが活発になっている影響か、外食や中食向け商品がけん引する形で全体の売上が増加しており、収益は改善傾向にある。
	○	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社は土木舗装工事や電気設備工事、アスファルト合材の製造販売をメイン事業としている。6月決算の売上は目標を下回ったが利益は目標を上回り、利益率も9%と満足できるものとなっている。
	○	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・サービス業を中心に販売量が増加傾向にあり、当面は好調を維持すると考える。
	○	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・業種によりばらつきがある。売上が増加している企業が多いが、原材料高やエネルギー高、人件費の増加などによりコストが上昇しており、利益を圧迫している。前年度から原材料価格の上昇分は価格転嫁して値上げしているが、各種コストアップまではカバーできていない企業が多いと考える。
	○	金融業（融資担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着き、製造業では半導体などの部品調達が改善し、出荷が進んでいる。飲食業は地元の宴会やインバウンドを含めた観光客の回復で収益が改善している。宿泊業もインバウンドを中心に平日を含めた宿泊が回復している。
	○	司法書士	取引先の様子	・新事務所の用地取得や、賃借していた主たる営業所の土地買取、親会社から賃借していた不動産の買取など大きな取引が複数ある。
	□	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行により国内ファッション衣料の売行きが好調であるなど、受注は引き続き堅調である。その一方で、原材料価格の高騰、特に電気料金の値上げが経営に深刻な影響を及ぼしている。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に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	・コロナ禍からの需要回復に一部期待していたが、エネルギー価格の高止まりや様々なものの価格上昇、賃上げの不服感などで消費意欲が減退しており、状況は変わっていない。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・国内企業間の物流量は前年割れが続いている。
	□	輸送業（経理）	受注量や販売量の動き	・物流の配送量がゴールデンウィークから減少し、現在も余り回復していない。

	□	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・個人客からの問合せが少ないことに加えて、同業者の動きも悪い。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・今期に入り自動車関係、産業用関係共に想定を下回る受注状況で推移している。自動車に関してはメーカーの生産回復の遅れ、産業用関係は設備投資ペースの鈍化のためと考える。
	×	—	—	—
雇用 関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・新規の派遣先や、過去に取引のあった派遣先からの募集が微増している。
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・周辺企業の採用活動は一旦落ち着いたが、2025年以降の採用に向けたインターンシップや、社会人と学生による座談会など、各種イベントへの企業からの関心が高く、参加希望企業数が前年を上回っている。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・訪問する事業所の採用意欲は引き続き高いが、採用には至っていない。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・コロナ禍が落ち着きをみせるなかで人手不足が続いており、求人数は少しずつ増加し、当県の有効求人倍率も前月より上昇している。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・物価高や光熱費高騰などの影響が大きいと考える。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数が減少している。
	×	—	—	—