

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)	◎	－	－
	○	商店街（代表者）	・夜のにぎわいをけん引していた夜間ライトアップイベントが11月で終了した。毎年のことだが、12月は天候に恵まれないことが懸念材料である。インバウンド需要に期待したい。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・新生活に向けた商材の購入を期待している。
	○	スーパー（仕入担当）	・人の流入が活発になり、観光客やレジャー客に加え、年末の帰省客など来客数の増加に期待できる状況である。
	○	スーパー（経営企画）	・来客数に改善傾向がみられる。
	○	乗用車販売店（経営者）	・現在の様子見している状況も2～3か月たてば落ち着くと考える。また、購入意欲が無くなっているわけではないため、売上は少しずつ増えてくるとみている。
	○	自動車備品販売店（役員）	・業界では明るい情報はないが、客が戻って買物を楽しむ姿も多くなり、多少だが景気は良くなっていくとみている。
	○	観光型旅館（経理）	・新型コロナウイルス感染症の脅威が後退している。
	○	タクシー運転手	・冬場の観光客の入込にも期待ができる。また、飲酒の機会が多くなるため、売上は良くなると考える。
	○	通信会社（営業担当）	・新生活に向けて準備する時期に入り、需要が増えると思ている。
	○	テーマパーク（役員）	・2～3か月先の予約状況を前年同月比でみると、団体客も増加傾向にあり、全体としてプラスに推移している。
	○	住宅販売会社（従業員）	・新築工事の着工数は停滞しているが、リフォーム工事が増加している。
	□	商店街（代表者）	・今年は暖冬の予報であるが、気候不順を感じている。客は本当に必要な物のみ購入しており、買い控えが顕著である。ブランド品の購入数は増えないが、日用品への消費意欲が高まる年末商戦に期待したい。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・贈答品には金を使っているが、日配品の売上が前年より伸びておらず、自分で食べる商材に関しては購入を抑えている。円安などの影響があると考えます。
	□	百貨店（売場主任）	・前回のバレンタイン商戦は1月の改装工事により会期を大幅に短縮したにもかかわらず、売上は大きく伸びた。今回は前回と比べると会期は本来の期間に戻るため、更なる売上の拡大を見込む。
	□	百貨店（販売担当）	・年末年始のクリアランスセールで若干需要は戻ると考えるが、衣料品需要は当面苦戦するとみており、暖冬が更に追い打ちを掛ける可能性もある。帰省客が増えることから単価高騰もあり、伸長するとみている。
	□	スーパー（店長）	・変わらないと回答したが、先の見通しが悪い方向になる可能性も懸念している。
	□	衣料品専門店（経営者）	・客は買物に慎重である。今年は暖冬の予測も出ているため、先行きは不透明である。
	□	乗用車販売店（従業員）	・タイヤ交換の時期に入り整備工場への入庫は多いが、販売は芳しくない。
	□	乗用車販売店（役員）	・自動車メーカー側の生産計画により、当面の間は販売量が一定の台数で推移する。
□	住関連専門店（役員）	・今月はこれまで以上に悪くなっていることに加え、冬場に入りますます客足が遠のくことを見込んでいる。社会全体の消費意欲の減少を感じている。	
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・良くなる材料がない。これ以上悪くならないでほしい。	
□	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・コロナ禍からの回復が一巡してくるなかでインフレが続くことが懸念材料である。より節約志向が強まり、販売量の減少や低価格帯が支持されることで、客単価の下落による売上の伸び悩みを見込んでいる。来春向けの商材の価格帯を注視する必要がある。	
□	一般レストラン（店長）	・コロナ禍以降は宴席控えがみられ、利用も少人数の傾向となっている。	
□	一般レストラン（統括）	・今後も円安傾向の継続により、インバウンド需要は続くと思われている。しかし、国内では原料の更なる高騰や、鳥インフルエンザの流行といった不安材料もあるため、この状態をキープするか、若干下がると見込んでいる。	

□	観光型旅館（経営者）	・団体や小グループの客、インバウンドも戻ってきており、新型コロナウイルス感染症発生前に戻りつつある。
□	タクシー運転手	・物価高騰の状況が変わらないため、必要な物に対しては金を掛けるが、タクシーの利用を最低限に抑えており、タクシーについては乗り控えが進むとみている。ウィズコロナの生活が普通になっていることが消費力の低迷につながっている。
□	通信会社（営業担当）	・前年と比べて販売数は変わらずに推移している。
□	通信会社（役員）	・特段のイベントもなく、今月同様に前年同期比と同じレベルで新規契約件数が推移すると考える。
□	通信会社（役員）	・現時点で景気変動に係る大きな要因が見当たらない。
□	住宅販売会社（営業）	・国の住宅関連政策も購買意欲の刺激までには至らない感触のため、当面は変化がないものと捉えている。一方で、更なる物価上昇や長期金利上昇に伴う住宅ローン金利アップが発生した場合に景気が一気に冷え込むことを懸念している。
▲	商店街（代表者）	・人手が足りないという企業が多い反面、定職に就いていない人も多い。賃上げをしても、職に就いていないのでは話にならない。物価高が影響し、財布のひもは更に固くなりそうである。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・値上がり品目が相変わらず多く、客の購買意欲が高まるとは考えられない。
▲	百貨店（販売促進担当）	・暖冬が予想され、重衣料の動きが鈍いとみている。食品やレストランは年末年始の帰省客が増えたり、人が集まる場面が増えたりすることで、新型コロナウイルス感染症発生前の動きを考えると考えるが、衣料品については気候次第のところと取引先の生産減少もあり、厳しい動きになるとみている。
▲	スーパー（総務担当）	・ガソリンなども値上がりし、生活必需品といえども満足に買えない状況である。
▲	スーパー（店舗管理）	・年末商材も全て値上げで、メーカーによっては価格を維持しているアイテムでも容量を減少させている商品がある。新型コロナウイルスの感染状況も表面上は落ち着いているため、外食に流れる可能性も高く、肉食需要は減少傾向にある。
▲	衣料品専門店（経営者）	・社会情勢の変化が落ち着き、景気の良しあしが出てくるとみている。特に川下にいる流通業は消費者意識に非常に左右されやすいため、落ち着いた社会になることを願っている。
▲	家電量販店（店長）	・メーカー側の価格上昇が続き、ますます客は買換えに至らない。
▲	家電量販店（店長）	・1会計当たりの購入点数が減っており、目玉商材等で特価だからついでに買おうという客が減少している。
▲	家電量販店（本部）	・季節などの外的要因がないと厳しい。減税施策も支持されていないようで、将来の増税等への不安が客の購買マインドに影響している。
▲	高級レストラン（スタッフ）	・現在の行楽シーズンは県外を含めた団体利用が多いためにぎわっているが、2～3か月後に中心となる客層は個人客のため、この秋口のような集客は見込めない。
▲	スナック（経営者）	・雪の季節になり、天候次第で変化するとみている。また、物価高騰で生活にゆとりのある人しか来店しない雰囲気である。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・国内客の動きが悪い。レストラン部門は夕食を利用する客が少ない。単価上昇には敏感で、おせちやクリスマスケーキにおける予約の滑り出しが弱い。
▲	都市型ホテル（役員）	・12月以降は団体予約が減少し、稼働率の低下により販売価格も下がるとみている。
▲	通信会社（職員）	・国内の経済状況に特段良くなる要素が見当たらず、閉塞感がある。
▲	パチンコ店（経理）	・パチンコ業界の売上鈍化により遊技台などの設備投資ができないため、客離れが起こる。
▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・景気が良くなったと実感できないし、給料の上った割合以上に身近なものの価格がどんどん上がっており、実質、前年と同じことができない状態である。
▲	美容室（経営者）	・11月に入ってからインフルエンザに感染するスタッフや客が増えている。年末の繁忙期を控えて心配である。
▲	住宅販売会社（従業員）	・物価上昇により住宅価格は高止まりしているが、そのうち少し下がると思っ様子見している客もいる。所得が上がらないなかでは、購入の決断はなかなかできない人が多いようにみえる。

	×	住宅販売会社（従業員）	・物価高騰の影響で、住宅に使う資金が減少している。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・客からの注文量が増加傾向である。
	○	建設業（経営者）	・北陸地方は今冬は大雪が予想されているため、道路除雪を担当している当社にとって、オペレーターの確保は厳しくても、一旦出動すれば利益が見込める。
	○	輸送業（管理会計担当）	・物量の回復、運賃改定の進展を見込んでいる。
	○	金融業（融資担当）	・不動産業者によるテナント新築や不動産取得計画、製造業の生産設備や脱炭素関連の設備投資計画、卸売業者のシステム関連投資計画などの相談が出てきている。今後の増収や生産性向上等を見込み、やや良くなると思う。
	○	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス感染症が終息し、北陸新幹線の敦賀延伸による観光業を中心とした経済効果で、やや良くなる。
	○	税理士（所長）	・これまで余り動いていなかった一般消費者向けの小売業、飲食業、観光業等で上向きになるとみている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・中国の日本産水産物輸入禁止問題の動向次第だが、時間がたてばたつほど元には戻らないかもしれない。
	□	プラスチック製品製造業（広報）	・現在、受注見込みについて増減の要因が特に見当たらない。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の注文の入り具合から変わらないとみている。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・原油価格高騰や円安を主要因としたインフレ基調が続いており、引き続き製品への価格転嫁を進めるものの、四輪車、オートバイメーカーからの受注に大きな変化はない。企業の設備投資を背景とした産業用関連製品についても、米中景気の影響を受け低調に推移している。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・不透明な状況がまだ続くと考える。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	・2～3か月後に上向きになるには、既に新規製品の受注が現在できている、若しくはほぼ決定に向けて動いていることが条件である。しかし、客からの情報ではその動きがなく、更なる情報収集及び新規獲得への動きを活発にする必要がある。
	□	建設業（役員）	・ある程度の受注は確保できるかもしれないが、人員確保が予想以上に難しい状況である。
	□	輸送業（経理）	・戦争による原油価格の高止まりや販売価格の乱高下で、消費者の購買意欲が減退している。
	□	通信業（営業）	・ここ数年は年度末の駆け込み需要が少なく、分散傾向であるため、変化は少ないものとみている。
	□	司法書士	・来年4月の相続登記の義務化に伴い、相続した物件の処分依頼が多い。
	▲	繊維工業（総括）	・世界的なインフレにより需要が減退したスポーツ、アウトドア用途の回復が特に欧州市場で遅れているなど、先行きに不透明感が強くなっている。
	▲	不動産業（経営者）	・個人客からも法人客からも、問合せや依頼が全く出てこない状況である。
×	—	—	
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・集客を伴うイベントの増加や年末年始商戦に向けて新聞広告がにぎわう時期となる。一方、求人関係の動向でいえば、2025年新卒の採用活動に向けた求人広告企画がスタートしているものの、合同企業説明会への参加を希望する企業は今のところ例年どおりの顔ぶれとなっており、今後も劇的な増減はなさそうである。
	○	新聞社〔求人広告〕（営業）	・現状の経済状況に各企業が対応することに慣れ、これから積極的な企業活動を行っていくとみている。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・製造分野では、原料価格高騰などコスト面の高騰により収益面が厳しい状況だと聞いている。消費者も購入商品の値上がりで価格を比較しながら買物をしている。一方で、来客数が増えてきているようで、消費は徐々に拡大に向かうとみている。雇用数も増えていくことを期待している。
	□	人材派遣会社（社員）	・企業担当者との対話からは積極的な求人に至っていない。

□	職業安定所（職員）	・人流や物流の回復により人手不足の状況は続いている。しかし、ガソリンを始めとした光熱費や原材料の価格高騰が続いているため求人を探える事業所もあり、求人数全体の増減幅が少ない状態が続いている。
□	職業安定所（職員）	・物価上昇等の懸念材料があるものの、新規求人数は底堅く推移している。
□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続き、求人数について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（役員）	・派遣依頼数が減少傾向にある製造業関係の取引先と、増加傾向にあるサービスや販売関係の取引先を比較すると、依頼数全体としては若干減少傾向が強くなっている。
▲	職業安定所（職員）	・飽くまでも感覚的なものだが、コロナ禍からの回復の勢いが弱く、回復しきらないまま上昇局面が終わる。物価上昇が収束する見込みがないまま、異常気象や国際情勢の悪化等から下降局面に入っていくようである。
×	—	—