

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）	・年末年始の列車の予約状況は新型コロナウイルス感染症発生前に戻った模様である。また、上海便が12月17日より再開し、徐々にだが中国人の来店も増加傾向となっている。この先は天候に恵まれれば、売上も期待できる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・北陸新幹線の敦賀延伸を見据えて景気が良くなることを期待している。
	○	乗用車販売店（経営者）	・しばらく商品の入荷遅れが続いていたが、入荷状況も随分と改善しているため売上対象となる商品が多くなっていく。
	○	観光型旅館（経営者）	・北陸新幹線の敦賀延伸に向け、マスコミで福井県の露出が増えることによる経済効果が期待できる。
	○	観光型旅館（経理）	・新型コロナウイルス感染症による影響が減少している。
	○	通信会社（営業担当）	・新生活に向けた端末の購入が増えるとみている。
	○	テーマパーク（役員）	・3月の北陸新幹線敦賀延伸の効果もあり、全体としては来客数がやや良くなることを見込んでいる。
	□	商店街（代表者）	・地方では、物価が上昇しても給与は変わらず、実質減少している。インバウンド増加の恩恵も波及してこないため、景気が良くなるにはまだ時間が掛かりそうである。
	□	商店街（代表者）	・通常、暖冬であれば人流は改善してくる。しかし、冬の初めにドカ雪が降り、秋が短くすぐに冬が来てしまった感覚で、晩秋に冬物を準備する期間がなく、どのような影響があるのかよく分からない。
	□	一般小売店〔事務用品〕 （店長）	・年末から春先までの需要期に入り、売上等はやや上向きになってはいるが、政府の指針がしっかりしていない状況と、戦争等の世界情勢から変わらないと考える。
	□	百貨店（売場主任）	・前回のバレンタイン商戦は改装工事の影響で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。今回は通常の期間で催事が開催できるため、更なる売上の伸長を見込んでいる。現在の好調を維持したい。
	□	スーパー（経営企画）	・賃金上昇が物価上昇を上回る状況になるまで景気は変わらない。
	□	コンビニ（店舗管理）	・先行きの景気を左右する事象が思い当たらないことから変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・現状では先行きが全く見通せず、天候次第で大きく売上が左右されると考える。
	□	家電量販店（店長）	・ボーナス支給週でも家計の節約志向が強く、商品ニーズより予算を優先して商品を選定している客が多い。物価上昇により消費が低迷しているように見える。
	□	家電量販店（本部）	・悪い状況のままである。購入理由は、故障や季節要因、補助金以外になく、良くなることはない。
	□	乗用車販売店（従業員）	・整備等の在庫は順調であるが、販売に関しては厳しい状況が続いている。
	□	住関連専門店（役員）	・政治や経済の先行きの不透明さや物価高に加えて、家具インテリア用品を販売する際の指標の1つでもある住宅着工件数の減少など、商品販売を後押しする材料が少なすぎる。
	□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・これといった要因はないが、これ以上悪くなってほしくない。
	□	高級レストラン（スタッフ）	・秋口には個人や団体の観光客で久しぶりのにぎわいがあり、法人利用の回復もみえたが、12月の動きや3か月後の受注状況を見る限り、景気の良さはみられない。
	□	都市型ホテル（スタッフ）	・足元の物価高が、コロナ禍後のペントアップ効果による景気回復の勢いを相殺している。
	□	タクシー運転手	・ライドシェアの認可もよいが、タクシー業界における法律の規制緩和を優先した方が客の乗り控えが減り、タクシー需要も高まると考える。
□	通信会社（営業担当）	・冬のボーナス時期が重なったため今月の販売量は少し伸びたが、この先2～3か月後の販売量が伸びる要素は見当たらない。	
□	通信会社（役員）	・特段イベントはないが、前年と同様に新規契約者数が推移していくと考える。	

	□	通信会社（役員）	・今後の景気については賃上げ状況の影響を受けるとみているが、現時点では不透明である。
	□	パチンコ店（経理）	・景気に影響を与える特段の事由が見当たらない。
	□	美容室（経営者）	・スタッフ不足が深刻で、すぐには解決しそうでない状況であり、将来に不安がある。
	□	住宅販売会社（従業員）	・物価高騰の影響で大きな受注を期待できない。
	□	住宅販売会社（従業員）	・客に住宅着工の意欲がみられない。
	□	住宅販売会社（営業）	・良くなる印象は全くないが、大きく悪くなるような感覚もない。ずっと安定的な低空飛行が続くイメージしか持てない。
	▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・年が明けても、資材や人件費の高騰、いろいろな商品群の値上げも控えており、更に景気は悪くなるとみている。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・気温が高めで推移するためファッション部門に影響が出ると考える。また、クリアランスセールや福袋といった目玉商品の投入がかなり減るため初売りに影響するとみている。食関連は話題の商品や取り寄せ企画が好調で、引き続き取り組んでいく。1月下旬からのバレンタイン企画では首都圏で話題となっているスイーツの投入で集客を図りたい。
	▲	百貨店（販売担当）	・今後、気温が低下してもアウターなどの購入にはつながらないとみており、衣料品は春の新生活まで苦戦を予想している。一部トラベルバッグなどは非常に好調で、旅行や飲食に費用を掛けるため、衣料品にまで消費が回らないとみている。低価格帯商材の動きは悪くないため、今後デフレのような価格帯に流されることも予想している。
	▲	スーパー（店舗管理）	・北陸新幹線の延伸効果は駅最寄りの地区に限定されるため、広範囲にわたっての集客にはつながらない。依然として人口減少、さらには高齢化が続くため、厳しい状況でしかない。
	▲	家電量販店（店長）	・新生活のための商品が低価格のものしか売れなくなっている。
	▲	乗用車販売店（役員）	・円安傾向や金利の上昇により消費の減少を見込んでいる。
	▲	自動車備品販売店（役員）	・新車販売は相変わらず車両の確保が厳しく、自動車業界の度重なる不祥事の発生で客も購入に慎重になっている。今後、自動車の販売数が落ち込むことを予想するため、先行きは不安である。
	▲	一般レストラン（統括）	・好調だった12月を基準とした場合、2～3月は90%から95%程度になると予測している。理由としては、12～1月はクリスマスや年末年始の忘年会、新年会、成人式など行事が続くため、外出や外食をする機会が増えるが、それ以降は一旦落ち着くためである。
	▲	タクシー運転手	・12月が良すぎた反動で来月以降は悪くなるとみている。1月は新年会があるが、2月以降は減少傾向になると考える。
	▲	通信会社（職員）	・経済の停滞を感じるためやや悪くなる。
	▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・経費増加は今後もいやおうなしであるが、収入源である会員数の増加は期待薄である。やるべきことは経費削減になるが、削れる要素は段々と少なくなっているのが現実である。
	×	—	—
企業 動向 関連  (北陸)	◎	—	—
	○	化学工業（総務担当）	・受注量が増加する予定である。
	○	プラスチック製品製造業（広報）	・2024年3月16日の北陸新幹線敦賀延伸に向けた各種イベントなどが業種を問わず計画されており、一定の経済効果を期待している。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・主原料である鉄鋼材の価格転嫁はおおむね済んだものの、副資材や燃料関連、人件費などに係るコスト上昇分の転嫁が遅れている。しかし、上期の状況と比べて下期は価格転嫁が進むことから、売上、利益共に改善する見通しである。
	○	精密機械器具製造業（財務担当）	・客先である小売店からの引き合い、店頭での販売共に堅調さを維持している。
	○	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス感染症の影響からの回復、半導体不足の解消などにより、売上、受注共に回復傾向が続く見通しである。コストは高止まりするものの、上昇には落ち着きもみられ、価格転嫁が徐々に進むことで、利益面の改善も期待できる。

	○	金融業（融資担当）	・北陸新幹線の敦賀延伸、インバウンドを含めた観光客の増加、製造業の部品供給の正常化による出荷台数の改善などが良くなる理由として挙げられる。
	○	司法書士	・北陸新幹線の延伸までは、駅周辺での依頼が続くと考える。
	○	税理士（所長）	・従業員給与のベースアップを検討しているところが多いため、うまく消費につながれば、期待できる状況である。
	□	食料品製造業（経営企画）	・外部環境にポジティブな要素が余り見当たらず、今より良くなるとは考えにくい。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況をみて、変わらないと考える。
	□	建設業（経営者）	・12月は初雪を観測し、当社も2晩除雪にあたったが、その後は雪が降らず道路除雪による収益がなく経費倒れであった。今後も道路除雪による利益は見込めないが、その反面、受注工事での除雪経費が不要になり、工事ははかどるであろうから、収益面では変わらないとみている。
	□	輸送業（管理会計担当）	・特別積合せ業務での物量回復の兆しがみえない。
	□	輸送業（経理）	・原油やエネルギーなどのコストが高止まりするなかで、すぐに運賃に価格転嫁するのは厳しい状況である。
	□	通信業（営業）	・現状の受注量の動きは変わらず、1月以降も低調である。3月決算期の企業における駆け込み需要を期待したい。
	□	不動産業（経営者）	・個人客も法人客も動きがないという話を同業者からもよく聞いている。
	▲	繊維工業（総括）	・欧州向けのスポーツやアウトドア用途の回復が遅れているなど、月を追うごとに先行きの不透明感が強くなっている。
	▲	一般機械器具製造業（総務担当）	・経済が好転する材料が見当たらず、政治についても大きな変化はなさそうであるため、やや悪くなるとみている。
	▲	電気機械器具製造業（営業担当）	・一般消費者向け関連及び産業機器関連の電子部品に関しては、コロナ禍での受注増加への対応により、流通在庫がかなり多くあるという情報が入っている。また、産業機器関連に関しては、コロナ禍での生産販売数量が余りにも多かったため、次に新型コロナウイルス感染症発生前程度の数量で動き始めるのが2026年になるとの情報も入っている。
	▲	建設業（役員）	・先行きの受注増加は期待できないとみられ、悪くなる要因として、資材単価上昇の影響もあるが、依然として続く人手不足がより大きく影響すると考える。
	×	—	—
	◎	—	—
雇用 関連 (北陸)	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新卒採用が本格的にスタートする時期となる。売手市場の景況感相変わらずで、新型コロナウイルス感染症の分類が5類移行してから初めてとなる採用活動に向け、オンラインから対面型に戻す企業も多い。合同企業説明会などへの参加が増える見込みで、不調であった中途採用広告企画からの巻き返しを期待している。
	□	人材派遣会社（社員）	・企業担当者によると、前年同期と各需要は余り変動がないという話が多い。求人と求職者のアンマッチが依然として続いている。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は前年同月より僅かであるが減少が続いていることから、ガソリンを始めとした光熱費や原材料費の上昇が雇用と与える影響に注意する必要がある。
	□	職業安定所（職員）	・求人担当者からは、仕事はあるが人手不足で受注を調整せざるを得ない状況といった話をよく聞くため、当面の新規求人数は底堅い状況で推移するものとみている。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・物価上昇や円安傾向が続き、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）	・今までは派遣依頼件数が減っている状況はあったが、現在派遣している企業から1か月後の派遣契約解除通知がちらほら出てきている。
	▲	職業安定所（職員）	・都市部では余り悪くないと聞くが、インバウンド効果や景気回復の恩恵が地方においては少ないようである。
	▲	民間職業紹介機関（経営者）	・機械や部品製造業で、資材関連高騰の影響による業績低迷を理由に、要員の絞り込みや削減の話が具体的にでてきている。
	×	—	—