

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)	◎	一般レストラン (統括)	来客数の動き	・元日の能登半島地震の影響により、北陸は一時的に来客数、売上が大きく減少したが、2月からは支援活動の活発化で復興ムードが高まっている。被災しなかった人による地元応援意識が強まり、2月は客の消費行動が活発である。また、例年より暖かく、雪がないことも活動の活発化に寄与しているとみている。
	◎	都市型ホテル (役員)	来客数の動き	・能登半島地震による災害支援関係者の宿泊により高稼働となっている。
	◎	タクシー運転手	販売量の動き	・1月に起きた能登半島地震でタクシー事情が変化している。保険会社が家屋被害調査にタクシーを利用しており、1日に30～40台のタクシーが能登方面に向かっている。そのため夜の街が手薄になり、夜は全体としてタクシー台数が少なく売上が上がらない。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・イベントの人出が回復している。当商店街での能登半島地震の影響は薄れてきている。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・美術館の一部が開館し、少しずつ客足が戻りつつあるが、能登半島地震の影響もあり、全体で見ると相変わらず静かな雰囲気が漂っている。元々観光のオフシーズンということもあり、売上自体は前年並みを達成できたことは喜ばしいことである。
	○	一般小売店〔事務用品〕（店長）	来客数の動き	・需要期になってきたため、土日の来店が多くなっている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・バレンタインの催事や物産展といった企画の来客数が増え、ふだん買えないスイーツや期間限定の弁当などが売れている。外食の代わりに自分への御褒美といった声が多く、プチゼいたく気分で購入をする客が多く見受けられる。
	○	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・能登半島地震の影響で、前月の来客数は大苦戦したが、今月は右肩上がりに回復基調となっている。北陸新幹線の延伸を目にした気運の高まりも感じている。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・元日に能登半島地震が発生し自粛ムードがあったが、活力をつける意味から消費に前向きさも出てきている。
	○	家電量販店（店長）	販売量の動き	・給湯省エネ2024事業の対象期間内であるため、先行して省エネ型給湯器の買換えが増えている。
	○	スナック（経営者）	来客数の動き	・今年に入り来客数が減ってきているが、高級ボトルをキープする客がいたため売上は少々増えている。一方で、仕入価格などの経費が上昇している。中小企業の関係者からは、人手不足や給料アップにより経営面の厳しい話題が多くなっている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・能登半島地震直後は宿泊、宴会、レストランの全部門でキャンセルが相次いだ。現在は宴会部門以外は徐々に予約が戻ってきているが、新型コロナウイルス感染症発生前から比べると2割減少している。
	○	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・能登半島地震による家屋の修繕工事が一段落し、新築や中古住宅を購入してリフォームするなど工事が増えていることに加え、分譲住宅を購入する人も出てきている。小さな仕事から徐々に大きな仕事が増えてくるとみている。
	○	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・住宅展示場への新規の来場者数が3か月前と比べ、20～30%程度増えている。能登半島地震による現状の建物に対する不安が来場を後押ししている印象を受ける。
□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	販売量の動き	・前年同月と比べて売上は悪く、来客数も全く伸びておらず厳しい状況が続いている。	

□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・能登半島地震発災以後、1月は観光客が激減し街中は閑散とした状態が続いていた。しかし、2月に入って日を追うごとに通常に戻りつつあり、2月の店全体の売上は前年を超えている。特に春物衣料品の動きが好調で、被災地から市内のホテルに2次避難している被災者が衣料品を購入している。
□	百貨店（販売担当）	お客様の様子	・能登半島地震の影響や気温変化の激しさにより、セール商材を含めて高単価の冬物商材が苦戦する一方、気温が高いと春物商材に動きが出ており、不安定な売上が続いている。就職や入学、卒業などの祝い事関連や旅行商材などは好調に推移している。2月は天候不順で遠出が少ないためか、週末の百貨店に客足が向いているようである。特に、食催事では来客数が増加している。しかし、目的とする商材以外の購入は少なく、全体としてはやや低調傾向が続いている。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・買上点数は横ばいである。食品などの値上げも一時に比べて落ち着いてきている。前年より1品単価が上がった分で客単価は上昇しているが、客の購買数量は落ちていない。
□	コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上が悪い状態は変わらない。食料品の販売量が例年より減少し、デザートやイベント商材などの利益率の比較的高い商材も値段が高騰しているからか、売れ残りが目立っている。廃棄や値下げで対応しているため余分な経費が掛かり、売上減少以上に利益が圧迫されている。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・例年この時期になると販売量が多くなるが、今年は思うようには増えない状況が続いている。新車価格が高くなっているからか、購入に対して慎重な様子が見えてくる。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・受注停止の車種が複数あり、例年であれば最需要期となる2～3月であるが、新車の販売面では来客数も含め、余り活気がみられない状況となっている。
□	自動車備品販売店（役員）	販売量の動き	・今月は天候が比較的穏やかで、冬季用品の販売量は平年と比較して大幅に減少しており、車販売についても厳しい状況となっている。しかし、買取り査定依頼は増えており、免許返納等の理由もあるが、車両を維持する負担低減のための売却もみられる。
□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・来客数に大きな変動はないが、相変わらず客単価や販売点数は伸び悩んでいる。
□	その他専門店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・テレビでは株価が最高値を記録したなど景気の良い話をしているが、実際の暮らし向きは停滞している状態である。
□	その他小売 [ショッピングセンター]（統括）	来客数の動き	・天候が安定していることから来客数は堅調に推移しているものの、買上状況については業種により好不調が分かれている。
□	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・旅行のオフシーズンに入ってから横ばいである。
□	通信会社（職員）	お客様の様子	・問合せの内容に変化がない。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・放送、通信サービス共に契約者数が前年同期から若干下回っている。
□	通信会社（役員）	販売量の動き	・契約件数や解約件数に大きな変化はみられない。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・会社の業績の良しあしが浮き彫りになっている。多くの客にとってローン金利、物価、住宅価格それぞれの上昇が続き、身の回りの景気が良くなった感覚はない。新築住宅の受注については同業他社との競合が激しくなっている。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・暖かい日もあれば、一転して平年並みの寒い日もあり、寒い日は極端に人出が減っている。寒い日が続けば寒さに慣れてしまうが、今年は天候不順に泣かされている。
▲	スーパー（総務担当）	お客様の様子	・商品の値上げだけでなく、能登半島地震の発生により景気が後退している。

	▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・能登半島地震による避難や断水の影響があり、明らかに来客数が減少している。また、財布のひもも固く、安価なスーパーマーケットやドラッグストアへ客が流出している様子がみられる。
	▲	スーパー（店舗管理）	お客様の様子	・都市部と異なり、地方では賃上げ等の実情が厳しい状況である。物価上昇は浸透しているとはいえ、買上点数の減少が顕著である。商品カテゴリーごとに他の小売業店舗への客の買い回りが更に加速するとみている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・能登半島地震の影響は少しずつ収まってきているが、来客数はまだ戻っていない。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・能登半島地震の影響がまだ続いており、購買意欲を押し下げている。
	▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・省エネ家電購入のための補助金による反動が大きい。
	▲	観光型旅館（経営者）	販売量の動き	・能登半島地震の影響や北陸応援割が3月から開始されるということで、2月に予約が入っていた客のキャンセルや外出控えが発生し、新型コロナウイルス感染症発生前の6割程度の売上になっている。
	▲	タクシー運転手	来客数の動き	・北陸を襲った能登半島地震の影響で観光客が激減し、交通事業の柱になる部分の収益が減っている。しかし、物流は動いているため、これから良くなっていくと考える。
	▲	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	競争相手の様子	・市内の大手競合店舗が能登半島地震被害の影響で2月末で閉店し、撤退することが急ぎょ決まった。同事業所の別の建物で子供水泳教室は継続するということだが、大人の利用場所がなくなる。また、当社でも3年前に開業した特化型ジムの2月末で閉店するため、フィットネスクラブ全体としてのイメージダウンを避けたい。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・ここ半年間ほど連続して来客数が前年を割り込んでいる。物価高から客の来店サイクルが長くなっていることが要因の1つと考えている。
	▲	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・能登半島地震の影響で、景気がやや後退していると考えられる。
	×	一般レストラン（店長）	来客数の動き	・能登半島地震以来、観光客の動きは悪い。北陸応援割が始まるまで、旅行を控えている。
	×	観光型旅館（経理）	それ以外	・能登地区は能登半島地震により多大な被害を受けている。
	×	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・能登半島地震の影響によるキャンセルや風評被害の拡大により、来客数が大幅に減少している。
企業動向関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が少し増えている。
	○	建設業（経営者）	それ以外	・市内の飲食店街に人出が戻ってきている。
	○	通信業（営業）	受注量や販売量の動き	・景気の好調に後押しされ、受注量は増加している。金額の大小関係なく、設備投資も積極的である。
	□	電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注動向に変化がなく、相変わらず悪い状況である。新製品の引き合いに関しては、若干増加傾向にはあるが、新規注文にいまだつながらない状況である。
	□	輸送業（管理会計担当）	受注量や販売量の動き	・企業間の物量が前年比でマイナスが続いている。
	□	司法書士	取引先の様子	・駅周辺では相変わらず各種工事が進んでいるが、取引先の話では受注原価や人手不足など、経営状態について厳しいという話をよく聞いている。
	▲	繊維工業（総括）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震により半数を超える繊維事業者が被害を受け、一時稼働停止を余儀なくされた事業者も多い。
	▲	金融業（融資担当）	受注量や販売量の動き	・小売業等で能登半島地震の影響による一時休業や修繕対応のため業績の下振れがみられる。
	▲	税理士（所長）	取引先の様子	・能登半島地震から2か月がたち、一時的に落ち込んでいた飲食業、小売業はほぼ回復しているが、全体的にまだ静かな様子である。

	×	食料品製造業 (経営企画)	それ以外	・能登半島地震で被災した工場の製品については製造も販売もストップしたままで、復旧を急いでいる状況である。
	×	金融業(融資担当)	それ以外	・能登半島地震の影響により、製造業や飲食業、観光業が低迷している。
	×	不動産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・同業者や個人客から活発な話を聞かない。
雇用 関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	新聞社[求人広告](担当者)	求人数の動き	・2025年卒の学生を対象とした企業説明会などを実施しているが、参加企業からは人材不足のため良い学生がいれば積極的に採用したいという声が多かった。インターンシップへの参加など就職活動の早期化が進み、既に内々定が出ている学生も多いようで、中小企業を中心に採用活動が最も活発化する時期となっている。
	□	人材派遣会社(役員)	求人数の動き	・派遣先企業からの依頼数は増えも減りもしていない状況である。求職者数も同様に減りも増えもしていない。
	□	民間職業紹介機関(経営者)	採用者数の動き	・職業安定所に求人を出している企業から、なかなか紹介がないため民間紹介会社にも求人を出すという事案があったことから、人手不足がずっと続いている様子である。
	▲	職業安定所(職員)	求人数の動き	・北陸新幹線の敦賀開業に向けての求人は見受けられるが、全体的に求人数の微減が続いている。
	▲	職業安定所(職員)	それ以外	・能登半島地震により、避難者や休業者の問合せや雇用保険の手続が多くなっている。
	×	—	—	—