

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)	◎	コンビニ（店舗管理）	・新型コロナウイルスの影響による新しい生活習慣も徐々に薄れ、以前のように戻っていくはずである。
	◎	一般レストラン（統括）	・夏休みやお盆期間には帰省などで消費者が動き、海外への渡航ができない分、近隣への外出や国内旅行などの需要が高まる。また、現在行われている各自治体での宿泊補助などの相乗効果もあり、今後、外出に伴う消費者の支出が増えると考ええる。
	○	商店街（代表者）	・夏場には新型コロナウイルスの感染が一旦収束するといわれているので期待したい。冬を越せるように、いかにここ1～2か月で稼げるかが問題だと考える。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの影響が薄れると考ええる。
	○	一般小売店〔精肉〕（店長）	・新型コロナウイルス禍のなかで今までやってきて、3月くらいの水準までには戻ってきている感じである。デイリーの売上がもう少し上がってくればとの期待を込められるまでになっている。感染者がまた出てくればという不安もあるが、良くなる可能性があると思っている。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・今より悪くなることはないと思う。東京からの観光客には来てほしいが、新型コロナウイルスに感染していないか不安はある。
	○	家電量販店（店長）	・特別定額給付金の給付もあり、巣籠り需要が継続されている。省エネ性の高い商品への買換えが多く、来客数、商品単価共に上昇している。
	○	乗用車販売店（経営者）	・月末から通常業務に移行できたので、自動車業界全体も動き出すとみている。イベント開催等も随時計画されているので、少しずつ良くなると考える。
	○	乗用車販売店（従業員）	・今後の見通しは立たないが、少しずつ景気は良くなっている。
	○	乗用車販売店（役員）	・新型コロナウイルスの新たな発症事例も日々減少している。また、この後実施される政府主導のGo To Travelキャンペーンにより公共交通機関を利用せず、車などで旅行をする傾向が増えてくるとみられ、自動車業界にとっては第2、第3の感染拡大がないことを祈るばかりである。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新型コロナウイルスの流行によりけりだが、引き続き感染の影響は徐々に緩和されると考える。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・3か月先を予測することは難しいが、例年に対して15%ほどの受注状況である。
	○	一般レストラン（店長）	・営業再開後も予約はほとんどない。ただ、少しずつ動き始めた感じはする。好評な県の旅行割引で観光客が動き、にぎわいが波及することを期待する。
	○	観光型旅館（経営者）	・県民への宿泊助成金が7月1日宿泊分から始まるのを利用して、宿泊予約が増えてきている。今後、Go To Travelキャンペーンもあり、個人客が動くのは期待できる。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・県民の宿泊割引は7月末で終了となるが、7～8月の予約数は前年に迫る人数となっている。8月からはGo To Travelキャンペーンが開始される予定である。詳細は不明だが、秋以降はキャンペーンによる予約回復を期待している。
	○	旅行代理店（所長）	・県の宿泊割引や国のGo To Travelキャンペーンによる旅行需要の掘り起こしに期待したい。
	○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染者がしばらく出でおらず、外出する傾向にある。また、仕事で出張する機会も増えていることから、タクシー利用が増える傾向にある。
○	タクシー運転手	・新型コロナウイルスの感染者が今後出なければ、急激に人は戻らないものの以前の6～8割まで回復するという期待を持っている。	
○	通信会社（営業担当）	・このまま全体の受付数が増えていけば、利益に直結する販売数が伸びると考える。	

○	競輪場（職員）	・新型コロナウイルスによる自粛要請が解除されていくなかで、客足は戻りつつある。ただ、営業形態は従前どおりまでには至っておらず、今後の感染動向によっては景気の低迷もありうる。
○	住宅販売会社（従業員）	・現在商談をしている件数がある程度あり、土地の問合せや予約の件数も増えてきたので、これから契約が進むとみている。このままの状態が続くかどうかは、例年動きの少ない7月の契約数や客の動きによるが、現状の動きは良くなっていると考ええる。
○	住宅販売会社（従業員）	・緊急事態宣言は解除されたが、人の動きの回復には時間を要すると思われる。少しずつ回復することを期待している。
○	住宅販売会社（営業）	・会社の商談用のテーブルが週末は満席になるなど、客が動き出してきた印象を強く受ける。
□	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・環境衛生商品や飛まつ感染防止商材の売上はあるが、主たる製品が売れない。
□	スーパー（店長）	・今の生活スタイルが今後のベーシックなスタイルになるとみているので、現状の流れから大きな変化はないと考える。
□	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスの感染が収束しない限り、良くなるより悪くなっていくとみている。
□	コンビニ（エリア担当）	・県をまたぐ移動の戻りがまだみえず、来客数の大きな増加が期待できない。
□	衣料品専門店（経営者）	・先行きについては、新型コロナウイルス感染の第2波、第3波の影響が心配されるため楽観できず、売上もなかなか元に戻らないと考える。
□	衣料品専門店（店舗運営）	・客単価と購買点数は前年を超えているが、来客数が元に戻るまでには時間が掛かる。
□	家電量販店（本部）	・長期予報どおりに暑くなればこのままエアコンや冷蔵庫が好調に推移する。ただし、これからは特別定額給付金の効果が落ち着くとみている。
□	自動車備品販売店（役員）	・当分は新しい生活様式で支出を抑える行動が続くとみられる。最低でも年度内は我慢のときだと考えるが、自動車販売の商売に適した政府の経済対策次第である。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・希望的観測であるが、これ以上悪くならないということを前提に変わらぬと回答する。しかし、世間でいわれている第2波、第3波が来たら、今よりはるかに景気が悪くなる心配がある。飽くまでも希望的観測である。
□	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス次第だが、企業も一部を除き全て弱体化しているため、今のままかマイナスの状態だと考える。
□	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルスの感染状況次第であり、今の最悪の状況から、回復は見通せない。
□	通信会社（職員）	・安価なサービスへの見直しなど、これからの家計を考慮した問合せが散見される。
□	通信会社（営業担当）	・明らかに新型コロナウイルスの影響が出ている。自粛解除により通常時に戻ることを期待したい。
□	通信会社（役員）	・新型コロナウイルスによる感染拡大の第2波のリスクは伴うが、今月同様に前年同月比で80%くらいの契約を獲得できると考える。
□	テーマパーク（役員）	・今後、政府のGo To Travelキャンペーンなど、観光施策が実施される予定だが、まだ具体的な内容がみえにくく、現状が続くものとみている。
□	美容室（経営者）	・客の購買意欲は順調であり続けると考えるが、新型コロナウイルスの第2波が不安材料である。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・新型コロナウイルス発生以前のように元に戻ることはなく、今のところ良くなる要素はない。
▲	百貨店（販売促進担当）	・取引先の商品投入がタイトになる様子である。特にアパレルでは秋冬物の新作の投入が不十分になるとみている。また、ギフト品や販促品等は周辺の法人需要が低迷するため、回復には時間が掛かる。
▲	百貨店（販売担当）	・特別定額給付金などによる金銭的余裕があり、予想以上に購買行動に火がついている。しかし、この購買行動は、4～5月の反動と7月セールの前倒しによる需要と考える。夏のボーナス支給の低下の影響が出てくる7月以降は、購入には慎重さが出るとみている。さらに、客が低単価志向に流れことも予測され、単価ダウンにより売上全体に影響が出ると考える。企業のお中元に減少傾向がみられることも要因である。

	▲	スーパー（総務担当）	・キャッシュレス決済のポイント還元終了による落ち込みがある。
	▲	家電量販店（店長）	・特別定額給付金のおかげで販売が好調であるが、先に販売している分の反動がくる。
	×	商店街（代表者）	・若者世代を中心に客足は戻りつつあるが、閑散とした店舗で購入までつなげることは難しい。誰かが買っているから私も買うという購買の連鎖が起きない限り、売上アップは望めない。客足が戻ったとしても前年比50～70%で推移するとみている。
	×	百貨店（売場主任）	・全国的に新型コロナウイルスによる不況でアパレル各社が不採算のブランド廃止や販売員削減の動きが加速するとみている。衣料品では今年の秋冬物商材の確保が見通せない。地方百貨店は極めて厳しい状況に陥る可能性が高い。
	×	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス感染の第2波がいつ拡大するか分からない状況では景気回復は望めない。
	×	コンビニ（経営者）	・財布のひもは固くなっている。
	×	コンビニ（店長）	・現在、県内での新たな新型コロナウイルス感染者は0名となっており、客も平常時に近いような動きである。ただ、最近では東京などいまだに感染者が発生している地域との往来が盛んになってきている。そのため、再び県内で感染者が新たに発生してもおかしくない状況になっている。新型コロナウイルスそのものの脅威より、風評からくる自粛が売上に影響している。県内で再び感染者の報道が出ると、今年の3～4月同様に自粛からくる売上減が発生すると考えるので、今後景気は悪くなると考える。現状も非常に不安定であり、経営者としては不安な毎日を過ごしている。
	×	住関連専門店（役員）	・新型コロナウイルスによる感染拡大の第2波の可能性に加え、現在の一時的な駆け込み需要が終わると、再び厳しい状況になると考える。
	×	その他レジャー施設「スポーツクラブ」（総支配人）	・年間で一番入会数が多いはずの第1四半期での入会がほとんどなく、子供向けの夏の特別教室も中止にせざるを得ないため、大幅に減っている会員数を増やすことへの希望がない。この現状では、採算分岐の会員数を上回ることが今年度中はまず無理である。
	×	住宅販売会社（従業員）	・個人用の注文住宅、商業用の店舗などの受注も厳しい。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	食料品製造業（経営企画）	・新型コロナウイルス発生以前の状態にどこまで近づき、回復するかといったところではあるが、現状よりは確実に良くなるだろうと考えている。
	○	精密機械器具製造業（役員）	・緊急事態宣言の解除後、幾つかの大手小売では外出自粛の反動があり、以前の水準まではいかないにしても予想以上に回復している状況が耳に入るようになってきている。ただ、新型コロナウイルスの感染状況が再び悪化した場合は、更に回復には長時間を要することが心配である。
	○	通信業（営業）	・見込み案件が徐々に増えてきている。
	□	繊維工業（経営者）	・とにかく目先どころか、1年先まで悪くなるような状況である。
	□	金属製品製造業（経営者）	・この先の注文が、まだ入ってきていない。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・国内市場は補助金の関連などで受注活動が動き始めている。しかし、欧米市場は引き続き厳しい状況である。
	□	不動産業（経営者）	・それほど活発な話を聞かない。法人からも、個人からも問合せがないことから変わらない。
	▲	プラスチック製品製造業（企画担当）	・世界規模での新型コロナウイルスの感染拡大による影響は当分続くと考えられる。完全な終息までは経済の本格的な回復も難しいものとみられ、当社が関わる建設業界や自動車業界のみならず、世の中全般での大きなマイナス影響は避けられない。
	▲	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車メーカー等の生産減の影響により、大きく受注が落ち込んでいる。今後はメーカーの回復次第ではあるが、見通しは当面厳しいと考えている。海外においても欧州を中心に大きな受注減が続いていることから、全体への影響は大きい。

	▲	金融業（融資担当）	・経済活動は再開し始めたが回復の動きは鈍い。足元の新型コロナウイルスの感染者数は増加傾向にあり第2波を警戒している。各種経済統計や上場企業の第1四半期の開示が進み、消費マインドが低下することも懸念材料である。
	▲	司法書士	・建物の新築など、数か月前から準備が必要な案件について、3～5月はほとんど話がなかったと記憶している。
	▲	税理士（所長）	・これからボーナスの季節になるが、民間のボーナスは非常に厳しくなると考える。特に中小企業や業種によっては、ボーナスゼロのところが多くなる。特別定額給付金等もあるが、消費自体が冷え込むことは間違いないので心配である。製造業や建設業も、これから徐々に新型コロナウイルス発生以降の受注の先細りが目立ってくると思う。非常に心配な時期が続く。
	×	建設業（経営者）	・新型コロナウイルスによる不況対策として公共事業投資をしようにも、新型コロナウイルス対策で前例のない超大型補正予算を組んだためできない。新しい生活様式が浸透し、これまでのような消費に金が使われない。訪日外国人も急には増えないだろう。
	×	輸送業（役員）	・異常気象と新型コロナウイルスによる影響がある。
	×	金融業（融資担当）	・担当先や他の担当者様子から、新規融資の申込件数は落ち着いてきているが、条件変更の申込みは増加している。信用保証協会の応諾に時間が掛かっているのは、審査件数がまだまだ多いからとのことである。各企業の資金繰り状況は前月から余り変わっていないことから、しばらく不安定な業況が続く見込みである。
	×	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・前月ほど売上の落ち込みはなく、徐々に売上は復調してきている。あと20%程度上がれば新型コロナウイルス発生以前の数字に戻る。前年比100%の戻りは今後も期待できない見通しである。
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスの影響がやや収まるとみている。
	□	人材派遣会社（役員）	・新規の派遣依頼が全く発生していない。また、派遣登録者も増えていない。
	□	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響がまだまだ続く恐れがあり、求人は減少している。求職者も、危険を冒してまで仕事に就こうとしないのではないかとみている。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・良い話を聞かないし、手探りで社業を再開している企業がほとんどである。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新しい生活様式のもと、徐々に経済活動が活発になると考えるが、先々まで大規模イベントの中止が発表されたり、新型コロナウイルスの第2波襲来に備えたりするなかでは、急激な回復は期待できない。
	□	職業安定所（職員）	・求人数は徐々に増加しているが、サービス関連の求人数は、客足が戻らないため伸び悩んでいる。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・今年中止でなくなった事業も徐々に復活すると考えるが、営業収支等への影響はかなり大きくなっている。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・積極的に採用を考える企業が少ない。
	▲	学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用活動が活性化するための材料がない。
	×	—	—