

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）	・新型コロナウイルスの影響で振出しに戻るおそれがあるが、確実に入込客は増加している。
	◎	コンビニ（店舗管理）	・現在が悪過ぎる。そろそろ異常な自粛も緩和されるはずである。
	◎	観光型旅館（スタッフ）	・Go To Travelキャンペーンが10月から東京も対象になるとの報道で、予約件数が目に見えて増加してきている。
	○	商店街（代表者）	・4連休以降は、いつもの閑散とした雰囲気よりは若干人通りが増えた気がする。Go To Travelキャンペーンなど様々な事業が始まり、新たな日常にも慣れ始めた感じだろうか。とはいえ、高額品の動きやネット通販の勢いに力強さは余りみられない。
	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・政府施策の効果なども少しずつ出てきており、緩やかではあるが回復していくと考える。
	○	コンビニ（エリア担当）	・新しい生活様式への慣れを含めて、人の動きが少しずつ元に戻ってきている。
	○	衣料品専門店（店舗運営）	・マスクチャームやマスクピアスなど、マスクに対してファッション性やオリジナリティを求めている人が増えているようである。今後そういった傾向がより顕著になり、ファッションアイテムの一部として新たな需要が見込めるのではないかと考えている。
	○	乗用車販売店（経営者）	・イベントを再開し始め、新商品の発売予定もあるので、これからは良くなると考える。
	○	乗用車販売店（役員）	・新型コロナウイルス感染症の状況が悪化しないという前提ではあるが、前年10月は消費税の引上げにより若干買い控えが起きたことを考えると、今年10月以降の業績は上向くと考える。
	○	自動車備品販売店（役員）	・夜の飲食面ではまだ自粛傾向だが、Go To Travelキャンペーンで車を利用して旅行する人が多くなり、カー用品やメンテナンス需要に少しだが期待している。
	○	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感染症に対する備えが事業者側にも消費者側にも浸透しつつあり、外出自粛ムードは弱まりつつある。また、新型コロナウイルス禍による生活者の行動変容も少しずつ明らかになってきている。各種Go Toキャンペーンへの取組や新型コロナウイルス禍のライフスタイル提案を適宜適切に行うことで、消費を喚起できると考えている。
	○	一般レストラン（統括）	・冬になるにつれて、新型コロナウイルスとインフルエンザの同時流行という懸念事項はあるが、それ以上に日本の経済再生が優先されるとみられるため、経済活動は活発化すると考える。また、北陸はこれから食材のおいしい季節になるため、県民はもちろん、県外の観光客が年末に向けて増えていくと見込んでいる。そのため外食産業も上向きになっていく。
	○	タクシー運転手	・10月よりGo To Travelキャンペーンで東京発着が開始されることから、観光客が増えることが期待できる。
	○	タクシー運転手	・10月からの旅行予約の問合せが数件入っている。
	○	通信会社（営業担当）	・このまま新型コロナウイルスが終息すれば、例年どおり年末商戦や新商品発売でにぎわうと考える。
□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・売上は戻ってきてつつあるが、集客に関してはまだ鈍い感じがしている。ゴルフイベントが少ないためか、やはり景品等の注文が少なく、前年と同程度の売上まではきていない。	
□	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・年末商戦や営業案件に期待するが、どれだけ売上増加に結び付くのか分からない。	
□	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・新型コロナウイルス次第で何ともいえない。年末には何とか落ち着いてほしい。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・今季の秋冬ファッションは、新型コロナウイルスの影響で生産が大幅に減少し、在庫調整に入っている。前年の商品を販売するため価格が低下する可能性がある。早期のセールが増える上、新型コロナウイルスへの不安から低価格志向の客が増え、セール商品に客が集中すると予測するため、客単価ダウンからの改善にはつながりにくい。一方、トラベル需要の回復には期待が持てる。2泊程度のやや近県への旅行需要が出始めている。手持ち程度の大きさのバッグや低価格ながらジャケットなどが徐々に伸長している。この需要が継続し、この点を強化できれば、現状よりは落ち込みを防止できる可能性がある。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・引き続き競合店の影響があり、地域祭事の自粛もあるため、来客数の動きに大きな変化はないと考える。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響を懸念する。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・Go To Travelキャンペーンなどが続けて行われれば、衣料品の購入にもつながるのではないかと期待している。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・来年の東京オリンピック需要が見込めないため、暖房関連のエアコンの実績次第になりそうである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（本部）	・冬に掛けて新型コロナウイルス禍の影響がなくなると考えると、景気が良くなるとは考えにくい。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・まだまだ新型コロナウイルス感染の不安が続くそうであり、先行きの不透明さがある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	・Go To TravelキャンペーンやGo To Eatキャンペーン、あるいは地域振興券など、政府や行政がいろいろなことをして活性化しようと一生懸命にやっている。こうしたことがきっかけとなり、少しでも経済が回り、人が動き、金が回って景気が良くなることを期待している。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・忘年会シーズンに向かうが、15名以上の予約は例年の20%ほどで推移している。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店長）	・新型コロナウイルス禍の影響がいつまで続くか分からないなかでの急激な回復は望めない。10～11月と書き入れ時のシーズンを迎えるが、その分落ち込みが不安である。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・このままの状態が続けば店の体力勝負になるが、新型コロナウイルス感染の波が再び大きく来ると、全体が大きなマイナスとなる。ますます様変わりするのではないかと考える。
<input type="checkbox"/>	都市型ホテル（スタッフ）	・平日の宿泊は20%前後である。Go To Travelキャンペーンに期待している。宴会部門は集まって宴会ができないので大変厳しい。レストランもディナータイムは大変厳しい。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（所長）	・新型コロナウイルスの第2～3波への警戒感があり景気も不透明なため、旅行をしたくても出控えが続く傾向が強くみられる。
<input type="checkbox"/>	通信会社（職員）	・来客数に一定の回復はみられるものの、大型キャンペーンや集客イベントなどへの制限が大きいと、大幅な回復や伸長は見込めない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新型コロナウイルスの影響で来客数は減少しているが、予約制にしているため、それほど大きな影響や変化はみられない。販売数は前年と比べて変わらずの推移となっている。
<input type="checkbox"/>	通信会社（店舗統括）	・新商品の情報が出てきても、問合せが増えてきていない。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（役員）	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、国内の個人客は動きが戻っているものの、団体やグループ、インバウンド客は全く動いておらず、全体としては現状のまま推移すると考える。
<input type="checkbox"/>	競輪場（職員）	・新型コロナウイルスによる自粛が解かれていくなかで、客足が戻ることを期待するが、インフルエンザシーズンの到来や新型コロナウイルス感染者数の下げ止まりなどを懸念する。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・市中の新型コロナウイルスの感染は、確実に下火にはなってきているとみているが、いつ何時、誰に降り掛かってくるかと考えると、新型コロナウイルス発生前の状況に本当に戻れるのが心配である。本当に終息宣言が出されるまでには2年くらい掛かるのではないだろうか考える。
<input type="checkbox"/>	美容室（経営者）	・年末に掛けて、新型コロナウイルスの第3波が来るかどうかにもよるが、客足は徐々に戻りつつある。

	□	住宅販売会社（従業員）	・新規の土地販売が落ち着いてしまえば、新築物件の話は極端に少なくなった。住宅イベントも少なくなり、客も少なくなってきている。新規で家を作る人も少なくなってくるので、需要の掘り起こし活動が重要である。
	□	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルスの影響で、まだまだ客の動きに変化はないと考える。
	▲	百貨店（販売促進担当）	・食品フロアや全国の銘店による物産催事は回復基調にあるものの、ショップの撤退、商品の遅れなどによる衣料品の低迷は非常に根強く、回復には時間が掛かる。
	▲	スーパー（店舗管理）	・ドラッグストアの乱立のためやや悪くなる。安く売るのは資本主義なので分かるが、企業が努力して開発した商品に商品価値を下げる売価を付けるのは、デフレの脱却にはつながらないと考える。
	▲	コンビニ（経営者）	・客単価が低水準のままである。来客数は3か月前よりは戻っている。
	▲	住関連専門店（役員）	・先行きの不透明感が強く、需要が増加するとは考えにくい。冬季に向かい、新型コロナウイルスとインフルエンザの流行がより拡大する懸念、より外出を控える意識が大きくなるなかで景気は良い方向には向かいにくい。
	▲	観光型旅館（経営者）	・11～12月は、飲料などの附帯売上が上がる企業研修や忘年会など団体シーズンになるが、新型コロナウイルスの影響で宴会が自粛傾向にある。個人客はキャンペーンなどで動きはあるが、附帯売上は期待できず、例年より売上は落ち込むとみている。
	▲	通信会社（役員）	・少しずつではあるが、経済的理由による解約が増えてきている。新型コロナウイルスの状況が変わらなければ、放送、通信サービス共に契約獲得数が大幅に増えることは考えにくい。
	×	商店街（代表者）	・人の移動が緩和され、新型コロナウイルスの第3波も予想されている。派遣切りは一段落したようだが、これからは正社員の削減も予想され、明るい見通しが立たない。
	×	百貨店（売場主任）	・大手アパレルメーカーの退店により空いたスペースへの新規出店交渉を絶えず行っているが、各社の出店意欲は低下しており難航している。現在展開している既存ブランドも、いつ撤退の申入れがあるか分からない状況のため、2～3か月先は更に厳しい状況に陥ると見込んでいる。
	×	スーパー（店長）	・収入が減れば、必然的に出費は抑えるようになるだろうと考える。
	×	スーパー（総務担当）	・今から新型コロナウイルスによる倒産が増えるかとみている。
	×	コンビニ（店長）	・新型コロナウイルスの影響が収まってきているという意味で景気は良くなるかと考えるが、単純な売上ベースの話である。事業を維持する観点では景気は最悪である。たとえ売上が例年どおりに回復したとしても、今年2月からの赤字を埋めるだけの余裕は出てこない。単純に売上だけ考えた場合は、今よりは良くなるかと考えるが、事業の経営面では極めて悪くなる状況である。飽くまでマイナスがゼロに戻ってきているということで客の様子はやや上向きだが、経営者の立場では悪くなるかと考える。
	×	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス感染拡大の影響により個人の消費がどうなるか次第である。
	×	住宅販売会社（営業）	・住宅ローン控除延長に対する駆け込みの終了以降、追い風要素が一切見当たらない。
企業 動向 関連  (北陸)	◎	—	—
	○	繊維工業（経営者）	・周囲をみると人の動きが増えつつあるようである。従って消費が進むと考える。また、消費が進むことを期待したい。
	○	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合から、やや良くなる。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	・世界的に生産活動が動き出し始めているので、設備投資が動き始めることを期待している。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車メーカーの生産が回復基調にあることから、受注が大きく改善してきており、当初の休業予定を取り下げて生産に当たっている。一方、産業機械向けは新型コロナウイルス関係需要も落ち着き、受注は減少していないものの増加傾向にもない。

	○	精密機械器具製造業（役員）	・ウィズコロナの生活様式が定着しつつあり、幾つかのクラスターを除いては感染者数も減少傾向にあることから、再び緊急事態宣言が出るようなことがなければ、少しずつ店舗への来客数も増えていくのではないかと期待感がある。
	□	食料品製造業（経営企画）	・今のところ先行きに明るい材料は見当たらない。当面は低空飛行が続くだろうと考える。
	□	化学工業（総務担当）	・この先の売上は、変わらず推移していく予定である。
	□	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は今後も当分続くと思われる。特に今後、感染拡大の第3波の懸念があることから、収束まではかなりの時間を要すると考える。当社が関わる建築業界や自動車業界での大きなマイナス影響は、当面継続するものとみている。
	□	建設業（経営者）	・公共事業の予算執行による工事発注が続き、年末までそこそこ多忙な状況が続くと考える。
	□	通信業（営業）	・今後の新型コロナウイルス感染拡大の程度に左右されると考える。第2～3波等が発生すれば悪くなり、そうでなければ回復するとみている。
	□	金融業（融資担当）	・取引先の決算や試算表の中身からも雇用調整助成金等で何とか保っている状況であり、本業のもうけを示す営業利益ベースで赤字が続いている。
	□	税理士（所長）	・特に冬のボーナスは下がる傾向がはっきりとしてきており、一般消費者の収入は厳しいと考える。しかし、これまで使えなかった分を使うことから、新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、飲食や観光関係は今後回復していくのではないかとみている。製造業や建設業関係では、業種によっては新型コロナウイルス対策で伸びている業種もあるが、全体としては厳しい状況が否めない。全体としては余り良い見通しではない。
	▲	金融業（融資担当）	・観光、宿泊、飲食業の需要回復には時間を要し、損益、資金繰りが悪化する企業が増えている。一部で業績回復の兆しもみられるが、前年同月比マイナスの企業が多く、景気回復には時間を要する。
	▲	不動産業（経営者）	・個人客からの問合せがかなり少なくなっている。さらに、法人客からの活発な話も聞かない。
	▲	司法書士	・現在は助成金や特別定額給付金で何とかしのいでいるが、新型コロナウイルスが落ち着いても完全には回復しないだろうという事業者の話聞く。
	×	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・9月も前年比を下回っている。チラシのサイズダウンが止まらない。全体のチラシ出稿量も前年の8割程度で、しばらくはこの状況で推移しそうである。
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（役員）	・求人数が少ない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用に関わる話が出てこない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・新型コロナウイルスに萎縮して企業活動を展開する次元はもはや超えており、しばらくは現状がスタンダードになっていくと考える。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・相変わらず人々の行動は制限され、消費者心理的にも急激な上昇や変化はないと考える。各種Go Toキャンペーン事業の後押しで、一部業界では明るい兆しもあるが、秋から冬に掛けて新型コロナウイルス禍が再拡大する懸念もあり、慎重な動きが続くとみている。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続くと考える。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルス感染が収束に向かえば、求人も増えてくると考えるので、期待したい。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新型コロナウイルスの影響により失職した人など、最低限の生活をするための求職者は増加するだろうが、従来のような求職状況にはならないのではないかと考える。
	▲	職業安定所（職員）	・秋から冬に掛けて、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念され、採用計画を見直している事業所がある。
	×	—	—