

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感染者が当地ですぐに増加するとはみていないが、インフルエンザの流行と重なれば閑古鳥が鳴くと考える。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・G o T oキャンペーンの成り行き次第だと考えるが、徐々に人は動き始めていると感じる。
	○	コンビニ（店舗管理）	・現状の売上は大幅に前年割れである。前年比で100%にならずとも、近いところまでの回復を期待している。
	○	タクシー運転手	・新年会などで外出の機会が増えると考えるが、新型コロナウイルス感染症発生前のような新年会は余り期待できないのではないかと考える。
	○	通信会社（営業担当）	・学生向けの販売数は伸びていくとみている。
	○	美容室（経営者）	・新型コロナウイルスのワクチンに期待しているという声を周囲でよく聞く。ワクチンが出れば消費も活発になる。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ギフト時期に入り、仕入価格がかなり高騰している。ものの動きが活発になってきている証拠だと考える。当店でもかなり注文を受けている。ただし、今後今より良くなるかという点、そのまま足踏み状態だと考える。新型コロナウイルスの状況にもよるが、まだ客が前年並みに戻ってきているとはいえ、この先はまだ横ばいだとみている。
	□	百貨店（売場主任）	・冬番を迎え、新型コロナウイルスの感染拡大が脅威である。今のペースで感染者が増えていけば外出を控える動きが加速する可能性が高く、来客数に大きく影響し売上の低迷につながる。
	□	百貨店（営業企画）	・少しずつ来客数は増加しているが、感染がまた広がるなど新型コロナウイルスの状況によっては外出を控えるようになるとみている。
	□	コンビニ（営業）	・新型コロナウイルスの影響が継続しており、生活様式が余り元に戻らない。
	□	衣料品専門店（経営者）	・様々なキャンペーンにより少し明るい兆しが見られるが、新型コロナウイルスの流行前に戻るには、なかなか時間が掛かりそうである。
	□	衣料品専門店（店舗運営）	・新型コロナウイルスの感染拡大が続くなか、先の見通しが立てづらい状況である。
	□	家電量販店（店長）	・新型コロナウイルス禍の影響により、単身赴任や新生活向けの需要が遅れそうである。
	□	家電量販店（店長）	・G o T oキャンペーン等もあり、週末の来客数は一時的に減少したが、まだ家庭で過ごす時間が長いこともあり、大型冷蔵庫やテレビなどの需要が伸びている。
	□	乗用車販売店（経営者）	・県内でも新型コロナウイルスの感染者情報を毎日報道している状況なので、客への訪問活動が制限され、売上に大きく影響が出てくると考える。
	□	乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売が続いたため、特に週末の来客数は多くなっているが、この先の新型コロナウイルスの状況次第である。
	□	乗用車販売店（役員）	・他産業も含め、全体的な回復とはいえない。
	□	自動車備品販売店（役員）	・自動車業界としては新車販売の低迷と納車日の遅れが多く、関連商品の販売にも影響している。今後も大きな変化が期待できない状況は続くとみている。
	□	住関連専門店（役員）	・冬季に入り外出の自粛や消費の低迷が十分に考えられる。また、昨今の解雇問題や事業規模縮小、ボーナス見直しなど、先行き不透明な状況が今後の消費に与える影響は大きいと考える。
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	・飽くまでも希望的な見方だが、これ以上悪くなってほしくない。	
□	観光型旅館（スタッフ）	・今後のG o T oキャンペーンの延長、及び新型コロナウイルス感染の第3波への対応など状況の変化によって、景気が左右されると考える。	
□	タクシー運転手	・1年で一番忙しい時期であるが、夜の飲食店でのタクシー利用は期待できない。	
□	通信会社（営業担当）	・新機種を発売し来客数は増えているが、販売数が大きく変化することは見込めない。	
□	通信会社（役員）	・新型コロナウイルス禍で、契約数が大幅に増えることは予想し難い。これから閑散期を迎えるが、例年どおりの契約数で推移すると考える。	

□	競輪場（職員）	・新型コロナウイルス第3波の影響は楽観視できないものの、ここ数か月で大きな来場者数の減少はみられない。
□	住宅販売会社（従業員）	・ワクチンなどの防御策を確立し、新型コロナウイルスが終息して経済が動き始めないと先は読めない。
□	住宅販売会社（営業）	・新型コロナウイルスの感染拡大に歯止めが掛かるまで、活発な動きにはなり得ない。
▲	商店街（代表者）	・最近の売上が多い理由は、Go To Travelキャンペーンの地域共通クーポンの影響である。報道によるとホテルのキャンセルが増えているので、今後來客数が増える見込みは少ない。
▲	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・テレワークが今以上に進み、オフィス関連製品の需要はますます減少する。
▲	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・周りの状況が悪い。新型コロナウイルスの影響もあり、良くなるわけがない。
▲	百貨店（販売促進担当）	・外出自粛の動きが強くなり、来客数の減少を見込む。また、帰省や年末年始の行事が減り、装いや食事、ギフト関連にも影響が出ると考える。
▲	百貨店（販売担当）	・冬季の新型コロナウイルス感染者の増減が売上に大幅に影響する。家で過ごす時間が増え、店舗では短時間のショッピングで、必需品だけを目的とする購入がより拡大するとみている。しかし、家で過ごすために必要な商品は、やや高額でも購入する傾向があるため、一部の売場では前年並みかそれ以上の売上を期待する。食材、料理道具や周辺アイテム、部屋着などは期待できる。逆に旅行関連やビジネス関連は大幅な苦戦を見込んでいる。
▲	スーパー（店長）	・新型コロナウイルス第3波の影響による年末帰省客の減少、親族の集まりや忘年会、新年会の中止などによる消費の減少を懸念する。また、自粛期間が明けるとGo Toキャンペーンの影響でスーパーでの買物頻度が減り、悪くなる要因と考える。
▲	スーパー（店舗管理）	・新型コロナウイルス第3波による景気後退は免れない。業種による冬のボーナスは期待できず、所得の維持すら困難な状況で、生活費への配分が減少し財布のひもは必然的に固くなると考える。
▲	家電量販店（本部）	・新型コロナウイルスの状況が急激に悪化している。現状でも来客数が前年割れしていることから、今後の厳しさを見込んでいる。
▲	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・国内の新型コロナウイルス感染者数の増加に加え、県内の感染者数も増加傾向にあり、消費者の行動が再び慎重になる可能性がある。さらに、企業業績の悪化による冬のボーナス支給額の減少が予想され、現状は少し緩んでいる消費者の消費傾向が節約志向になるとみている。
▲	高級レストラン（スタッフ）	・北陸の新型コロナウイルスの感染者数は全国的にも非常に少ないが、観光地は混雑状態ですぐに悪化すると考える。
▲	一般レストラン（店長）	・いろいろ意見はあるようだが、Go To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンによって客が戻っているのは事実である。しかし、新型コロナウイルスの影響で、再び客足が細ると考える。
▲	一般レストラン（統括）	・Go Toキャンペーンで人が動くと、新型コロナウイルス感染者が増える。現状は経済を活性化し続けながら新型コロナウイルスの感染を抑制しようとしているが、年末年始に向かってこのまま感染者数が増え続けると、経済を止めなくても消費者が行動することに不安を抱く結果、景気が鈍ると考える。
▲	観光型旅館（経営者）	・1月末まではGo Toキャンペーンのお陰で予約は順調に入っているが、2月以降は非常に厳しい予約状況である。また、新型コロナウイルス感染者数の状況により、今後どうなるか全く予測が付かないのが現状である。
▲	都市型ホテル（スタッフ）	・新型コロナウイルス第3波の到来により、年始の宴会キャンセルが発生し、さらに宿泊のキャンセルも予想され、予断を許さない状況である。
▲	旅行代理店（所長）	・新型コロナウイルスの感染拡大により、回復傾向が見え始めた個人旅行を含め、旅行需要の冷え込みが更に続きそうである。
▲	通信会社（職員）	・全国的な新型コロナウイルス感染者の増加により、あらゆる活動や意欲の低下は避けられないと考える。

	▲	パチンコ店（経理）	・新型コロナウイルス第3波の到来により、経済活動が冷え込むと考える。
	▲	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	・新型コロナウイルスの感染拡大が続いており、新型コロナウイルスの脅威を自分事と捉えている人が今まで以上に自粛に向かうと考える。特に年末休暇後の新年早々の感染拡大が不安である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・世の中が外出自粛ムードになってくるとイベントでの集客ができなくなるので、人脈頼りの営業活動しかできなくなる。年末に向けては通常の年でも契約数が減りやすいのに、自粛ムードによって期待を持ちにくい状況である。
	▲	住宅販売会社（従業員）	・新型コロナウイルス感染者が増加し、住宅展示場等への来場などの動きが鈍くなるとみている。
	×	商店街（代表者）	・寒くなるにつれ新型コロナウイルス感染者の増加は避けられず、外出制限が始まると人出は見込めない。バーゲンセールを開催しようとしても、3密状態が怖くてとても従来のように大々的には開催できない。売上減少は必至だと考える。
	×	スーパー（店長）	・Go Toキャンペーンで観光や飲食関連では持ち直しの向きがあるが、先行きが不透明ななか、企業の投資は見込めず、製造業に不況の兆候がみられる。
	×	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスの影響が今後より深刻になりそうである。
	×	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスが再流行している。
	×	スナック（経営者）	・新型コロナウイルス感染拡大の第2波、第3波と言われたり、不穏な世界情勢では明るい予測ができず期待できない。
	×	テーマパーク（役員）	・新型コロナウイルス感染の全国的な拡大と、冬季における流行などへの懸念から、比較的動いている個人客のキャンセルや利用減少が前年同月と比べて多くなるとみている。また、団体客やインバウンド客は全く見込めない状況である。
企業 動向 関連 (北陸)	◎	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況から良くなるとみている。
	○	繊維工業（経営者）	・この先1～3月をみると数値が少しずつ出てきており、やや良くなっていくと考える。
	○	一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車メーカーが軒並み業績を上方修正するとともに、生産も大きく回復してきていることから、ほとんどのサプライヤーでは前年同期並みまで生産が戻ってきている。一方で産業用は上期ほどの堅調さはみられず、受注が若干下方気味に推移してきている。
	○	司法書士	・住宅新築のための土地購入の依頼や新規事業のための会社設立の依頼が多くなっている。
	□	食料品製造業（経営企画）	・ここに来ての第3波である。新型コロナウイルスの感染拡大が止まらない状況で前年とは全く異なる年末年始の需要期を迎えることになる。プラス要因もあればマイナス要因もあるが、トータルでどちらに転ぶか見通しは立っていない。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・国内の感染者数が再び増加するなど、まだ予断を許さない状況が続くと考える。本格的な回復にはかなりの時間を要するとみられるものの、経済活動も徐々に回復基調にある。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・欧米でも新型コロナウイルスの感染が拡大しているため、営業活動の制限が続いている。また、国内も設備投資意欲が上がってこない状況である。
	□	精密機械器具製造業（役員）	・プラスとマイナス両方の要因があり、正直何とも言えない。海外については、新型コロナウイルス感染状況の悪化に伴いマイナスであり、国内については新しい取組によるプラスと、自粛ムードが進めばマイナスになるという状況が混在している。
	□	建設業（経営者）	・これまで受注した工事の完成に向かって、現場の忙しさは変わらないだろう。また、今冬はここ2年の小雪とは違いかなりの降雪が予想されている。除雪作業が加わり、工事部門は休日出勤も見込んでいる。
	□	通信業（営業）	・販売量は3か月前と比べ前年に戻りつつあるものの、補助金活用案件が多い。今後も補助金が継続するのであれば景気は上向き傾向になり、打切りの場合は現状維持若しくは停滞すると考える。
	□	金融業（融資担当）	・観光や飲食関連の需要は回復傾向を示し、全体的な景況感は底を脱した感はある。しかし、足元で新型コロナウイルスの感染が拡大しており、年末に掛けて経済活動が再び停滞するおそれがある。

	□	不動産業（経営者）	・時間の掛かる案件である法人関係の間合せが激減している上に、個人の事業者関係の話も出てこないという状況である。
	▲	税理士（所長）	・ニュースでもあるように、新型コロナウイルス感染症の状況が最近厳しくなり、若干回復していた観光業や観光バス事業関係でキャンセルが増え、冬に向けての見通しが暗くなっている。また、製造業では請負製造を中心に、工事関係では請負工事を中心に、手持ち案件が減少しているのが現在の状況ではないかと考える。ボーナスも下がる予定で、非常に先行きが心配である。
	×	建設業（役員）	・先行きの不透明感がより一層強くなっていると考える。
	×	輸送業（役員）	・新型コロナウイルスの影響がある。
	×	金融業（融資担当）	・新型コロナウイルス第3波がG o T oキャンペーンの経済効果を打ち消しつつある。年末年始に向けての季節的な需要は大きく落ち込む見込みが強い。また、取引先のヒアリングによると、夏に続き冬のボーナスも大幅カット、若しくは支給見送りを予定している所が多く、個人消費についても冷え込む見通しである。
	×	新聞販売店〔広告〕（従業員）	・11月も前年割れである。G o T oキャンペーンについては、旅行、飲食共に折込広告の売上には反映されていない。12月の折込予定も例年の勢いは感じられず、新型コロナウイルス第3波の影響を被るのではないかとみている。
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	—	—
	□	人材派遣会社（役員）	・派遣登録者が少ない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人情報に掲載している会社の数が伸びない。
	□	新聞社〔求人広告〕（営業）	・良い要素がない。新型コロナウイルス感染者数が増え、年末年始に向かってマインドが落ち込むと考える。
	□	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新型コロナウイルスの感染収束が見通せないなか、当面は先行きが不透明な状況が続き、求人や投資への意欲はすぐには改善しないものと考ええる。
	□	職業安定所（職員）	・新型コロナウイルスによる影響の改善がみえず、一部業種以外の新規求人の増加がみられない。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	・人事担当者によると、まだしばらくは求人を抑える雰囲気があり、景気回復による生産の増加次第で雇用を考えたいとのことである。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・状況の変わる要素がない。
	▲	人材派遣会社（社員）	・新年度に向けた要員計画が始まっており、役所関連の2部署から更新しない旨の連絡を受けている。派遣要員の雇用打ち止めとなり、2名が失職となる。既存要員の活用、分担見直しによる影響だと推測する。
	▲	職業安定所（職員）	・冬季に新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されていることが影響してか、年明けの状況が不透明という事業所が多い。
	×	—	—