

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)	○	一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・前月同様、来客数や販売量は微増である。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・家の中や近場でできる娯楽が主となっており、食を中心とした需要がある。食品の物産催事やバレンタインの企画等は高額品から品薄となり、自分への御褒美需要が顕著にみられる。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・自治体の景気浮揚策に若干良い効果がみられる。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店の出店が続くなか、新型コロナウイルス禍で下がっていた来客数が上昇傾向に変化してきている。客の話では、食品スーパーとしてワンストップで買物できる利便性が再評価されているようである。
	○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・今月に入り週末の来場者が少しずつ増えてきて、商談数も増えてきている。競合他社でもイベント等が活発に実施されていることで、来場者が増えていると考える。
	○	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・子供向けの新規契約や、既存の子供向けの機種をスマートフォンに替える客が増えている。また、ガラケーから替えると購入価格が安くなるため、スマートフォンを購入する傾向が目立つ。
	○	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・2月中旬から来客数が増えてきている。県が新型コロナウイルスに対する警戒レベルを1段階引き下げたタイミングと符合している。
	□	一般小売店〔精肉〕（店長）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、ほぼ横ばいで推移している。
	□	一般小売店〔事務用品〕（店員）	販売量の動き	・一部の官公庁や民間企業はオフィスじゅう器等の整備をし始めているが、会社全体の売上増加には程遠い。
	□	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・前年2月は中旬以降に県内初の新型コロナウイルス感染者が発生し、来客数が大幅に減って売上が低迷した。今年2月はその反動もあり、前年11月以来3か月ぶりに前年実績を超える見通しである。ただし、前年実績を超えたとはいえ、一昨年実績には程遠い状況である。バレンタイン商戦は店頭もWe bも好調に推移している。
	□	コンビニ（経営者）	販売量の動き	・客単価が変わらない。
	□	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・月半ばに雪が降り、春物商材の出ばなをくじかれている。また、ワクチン接種の予定も不透明で、なかなか売上が戻ってこない。
	□	衣料品専門店（店舗運営）	単価の動き	・例年であれば、新生活や卒入学用品などで定価品が売れる時期であるが、今年は割引商品ばかり売れている状況である。
	□	家電量販店（店長）	販売量の動き	・県外へ移動するための新生活需要が減っている。
	□	家電量販店（本部）	単価の動き	・テレビ等の大物商材が維持できている。
□	乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・1年のうちの最需要期となる2～3月に向け、来客数が徐々に増えてきており、例年と変わらない受注が見込める。	
□	自動車備品販売店（役員）	お客様の様子	・一部地域限定の還元企画では今までになく客が来店し、ふだんは余り動きの良くない商品が本当に飛ぶように売れている状況である。客は価格等に敏感で、生活が厳しい状況は変わっていない。	
□	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・節分が終わってからというもの、商材が動かなくなっている。また、当店取引先の飲食店で、Go To Eatキャンペーンの恩恵が段々と少なくなっている。	

□	その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	来客数の動き	・2月前半は緊急事態宣言の延長に加え、県内の新型コロナウイルス感染者数の増加による夜間飲食店の時短営業や外出自粛などの動きが影響し、来客数が週末を中心に少なく、夕方以降の来客数の減少が顕著だった。20日以降は平日、週末共に前年並みかそれ以上の来客数となり、持ち直しつつある。
□	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・前年の新型コロナウイルス禍以来、最悪な状況が続いている。
□	旅行代理店 (従 業員)	来客数の動き	・この1年間ずっとどん底である。
□	通信会社 (店舗 統括)	来客数の動き	・相変わらず来客数が増えていない。
□	通信会社 (役 員)	販売量の動き	・3か月前同様に、通信、放送共に前年同期並みに契約者数を獲得できている。
□	その他レジャー 施設 [スポーツ クラブ] (総支 配人)	お客様の様子	・子供向けのスクール事業は通常どおり動き始めている。しかし、成人会員では、いまだに新型コロナウイルスの影響による退会や休会希望が出ている。
□	美容室 (経営 者)	来客数の動き	・特に高齢者の来店頻度が落ちたままである。来客数が減少した分の売上を客単価のアップでカバーしている。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・2月は雪の日が多かったため、商談が進まず契約者数は少なかった。また、月初めは問合せも少なく、雪のせいで土地を見ることができず、販売が進まなかった。
□	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・悪い状態が続いている。契約を取るにも時間を要し、1人ではなくチームを組んであらゆる分野の社員が力を合わせないと結果が残せない。
▲	商店街 (代表 者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響に加え、まれにみる大雪で経済活動は完全に停止した。通勤もままならない状況があり、春に向けた売出しに影響している。雪が多過ぎて冬物は消化不良である。春の大型イベントも中止が発表され、明るい話題が少ない。早く平常に戻らなければ、大変な不況になる心配がしている。
▲	百貨店 (販売担 当)	お客様の様子	・思ったより客が多い感じはするが、購入につながらない。時期的なものでは、バレンタインなどのギフト需要も非常に少ない。外出自粛に加え、イベント自粛に伴うギフトの自粛も見受けられる。一方、必需品の需要はあるが、安価な商品に目を向ける傾向である。また、旅行や出張の需要は皆無に等しく、旅行バッグなどは動かない状況である。外出で金をほとんど使わないためか、一部に上質で高額な商材を購入する傾向がある。
▲	スーパー (店舗 管理)	来客数の動き	・固定客の購入点数は横ばい状態では変化は見受けられない。流動客に関しては必要な商品以外は購入しない傾向である。
▲	コンビニ (営 業)	来客数の動き	・特に駅周辺の人の動きが弱まっている。
▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響による先行きの不透明感はまだ続きそうである。ワクチン接種が始まったことで、多少の安心感は生まれてきていると感じる。
▲	スナック (経営 者)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染が終息しないと来店しないという常連客からの声があるなかで、売上は前年同月の9割で少しほっとしている。しかし、まだまだ厳しい状態が続く心配を感じている。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・繁華街の中心部で新型コロナウイルスの感染クラスターが発生したため、飲食店の営業時間が21時までとなったことから、夜の街に客がほとんど足を運ばなくなっている。タクシー業界は全く仕事にならない。
▲	住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響か、客の動きに活気がないように見える。
×	商店街 (代表 者)	お客様の様子	・会計時の釣り銭を両替する頻度が少なくなってきた。むしろ小銭の使用が以前より多くなっていて、両替が必要ないほどである。要するに客単価が減少しており、紙幣を持ち歩かない、金を使わない傾向が顕著にうかがえる。

	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・少しずつだが、週末を中心に若年層の客足が戻りつつある。しかし、全体としてはまだまだ厳しい状況が続いている。
	×	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	販売量の動き	・大都市における緊急事態宣言は大都市ばかりではなく、当然地方都市にも影響している。当県では第4波が来ているかのように感染者数が増加していて、緊急事態宣言並みの様相である。当然人々は外出を控え、消費は低迷している。
	×	コンビニ（店長）	来客数の動き	・今月は前月同様大雪の影響で来客数が激減している。2月に入ってからも異例の大雪で、店舗の駐車場に客の車が入れられないほどの状況が数日続いた。新型コロナウイルスの影響で前年比で10%程度減少しているなかで、雪の影響からあり得ないほどの来客数の減少となった。売上ベースでは、前年の4割強減少しており、1～2月と2か月続けて固定費の支払もできないほどの状況である。
	×	コンビニ（店舗管理）	来客数の動き	・2月前半は来客数の減少が顕著であった。後半は徐々にではあるが、回復基調にある。
	×	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・大雪以降、販売、サービス共に厳しい状況が続いている。
	×	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・当地の繁華街を対象に、2月22日から飲食店の時短営業が要請されたが、外食が悪いような報道や風潮により、来客数は4割程度に落ち込んでいる。
	×	一般レストラン（統括）	来客数の動き	・3か月前の11月は、特に北陸では冬の海の幸を求めて多くの県外客がGo Toキャンペーンで来ており、新型コロナウイルス禍とは思えないほどのにぎわいをみせていた。しかし、2月は緊急事態宣言中で、かつ当地は新型コロナウイルスの感染が拡大傾向にあり、県外客の訪問もなければ県民や市民の外出も少なく、外食産業だけでなく北陸全体が低迷している。
	×	観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染者数の増加で、1月の入込数は前年比で85%の減少である。今月もほぼ前月並みの減少になる。
	×	観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・前年比で総売上は26%、宿泊人数は23%、宿泊単価は120%となっている。15名以上は4組のみで、個人客が96%を占めている。Go To Travelキャンペーンの一時停止が大きく影響している。
	×	都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンの休止と首都圏等の緊急事態宣言の発出により、旅行客はもとより地元客の動きも止まっている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・夜の飲食店は閑散としており、県外からの出張者は非常に少ない。
	×	テーマパーク（役員）	来客数の動き	・緊急事態宣言の発出により観光客が大幅に減っていることから、ほぼ週末のみの営業であり、大幅に来客数も減少している。
企業 動向 関連  (北陸)	◎	*	*	*
	○	プラスチック製品製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・引き続き新型コロナウイルスの影響が大きいものの、受注、販売共に厳しい状況からやや明るさがみえてきている。特に自動車関連部材が上向いてきている。
	○	一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・今年に入り、国内市場が回復基調にある。欧米市場も少しずつ動きが出ている。
	○	精密機械器具製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・前年末頃に比べると、1～2月の販売実績や受注状況は増えてきている。
	□	食料品製造業（経営企画）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルス禍で、家庭消費向けを中心とした市販用が前年同月を上回り、低迷が顕著な外食向けを含む業務用が前年同月を下回るパターンが固まりつつある。
	□	化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注状況は変わらずに推移している。
	□	建設業（経営者）	取引先の様子	・当社のような公共土木事業をメインとする建設業者は、1～2月の大雪による除雪作業が加わって収入を確保できているが、行きつけの居酒屋や会合で出掛けるホテルなどは閑散としていて、業種間の格差を感じる。

	□	通信業（営業）	受注価格や販売価格の動き	・上期との比較では明らかに良くなっているが、3か月前と比べると、一部の補助金が終了しているため、特段景気が良くなったようにはみえない。
	□	税理士（所長）	取引先の様子	・前月と同じく、製造業でも特に設備投資につながる機械製造において受注の先細りが続いている。細々と需要はあるのだが、大口の需要が少し遠のいたままという状態である。一部業種では回復の動きがあるが、トータルすると余り芳しくない状況である。
	▲	不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者から、今は購入客がなかなかいないという話を多く聞いている。
	▲	司法書士	取引先の様子	・金融機関への融資依頼のための議事録作成や定款作成、商業登記手続の依頼が多い。
	×	金融業（融資担当）	取引先の様子	・年末年始の大雪に加えて、緊急事態宣言の延長が重なり、取引先の1月の売上は前年比で大幅に減少している。無利子制度融資が取扱延長や限度額の増額により、相談が増加している。
雇用 関連  (北陸)	◎	—	—	—
	○	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・採用の動きが鈍い状態に変わりはないものの、少しずつだが求人広告数が上向きになりつつある。
	□	人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人件数が減少している。
	□	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・職業紹介、人材派遣共に新規の受注が少ない。行政関係の派遣や業務委託などの発注はあるが、短期間の案件ばかりで回復には程遠く感じる。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数が減っている。
	▲	新聞社〔求人広告〕（営業）	周辺企業の様子	・年明けの緊急事態宣言の後、どの業種も再び人が動いていないと話すようになっている。
	×	—	—	—