

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) | ◎ | コンビニ（店舗管理） | 来客数の動き | ・各種の消費者や事業者応援キャンペーンの効果が顕著である。 |
| | ◎ | コンビニ（営業） | 来客数の動き | ・年末商戦が2019～2020年と比べて良くなっている。 |
| | ◎ | 高級レストラン（スタッフ） | お客様の様子 | ・旅行代理店を経由した県民宿泊割引と市の補助が重複して利用でき、最大20000円の割引に観光クーポンが2000円付くので、高額プランの利用が殺到している。 |
| | ◎ | 一般レストラン（統括） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、10月以降は消費者の外出機会が増えている。コロナ禍で消費活動が停滞して貯蓄に回っていたが、この第3四半期で富裕層を中心に旅行や高額商品の購入など、消費に対して積極的になっている。この消費者の傾向により、北陸は県外からの観光客や出張者でにぎわっている。また、地元の人々も外食機会が増え、郊外店でも週末の来客数は増えている。 |
| | ◎ | 観光型旅館（スタッフ） | 来客数の動き | ・ほぼ前年並みの水準となっている。しかし、コロナ禍前と比べて76%とまだ回復しているとはいえない。宿泊者はほぼ個人客であるため、団体客が増加しないと経営的には苦しい。 |
| | ◎ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・年末ということで忘年会等があり、12月は人出が多い。昼間も外出の機会が多くなり、利用客が増加している。新型コロナウイルスの影響が小さくなっているとみている。 |
| | ○ | 一般小売店〔鮮魚〕（役員） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの新規感染者数がやや落ち着いてきたことと、県民割引などいろいろな特典があり、12月の初め頃は飲食店など予約で一杯であった。その後、新規感染者数の微増や新型コロナウイルス新変異株出現の報道で一部予約のキャンセルが出たが、すぐに他の客が予約し、好調が続いていると聞いている。 |
| | ○ | 一般小売店〔書籍〕（従業員） | 来客数の動き | ・来客数も売上も僅かだが伸びている。しかし、今のところ大きく伸びるとは見込めない。 |
| | ○ | 百貨店（売場主任） | 単価の動き | ・外出自粛ムードだった前年から一転し、店頭ではにぎわいが戻っている。特に高額品の売行きが好調で、全体をけん引している。18日からと26日からの最強寒波による積雪で来客数が落ち込んだため売上は失速したが、月全体では前年超えの見込みである。 |
| | ○ | 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・年末年始の帰省や家族の集まりの準備ということで、クリスマスケーキやおせちが前年と比べて2けた増加で推移している。また、企業を中心に、大人数での忘年会や新年会の外食やパーティーなどを控え、カタログギフトやおせちなどの代替商品を従業員へ送付する需要も増えている。 |
| | ○ | 百貨店（販売担当） | お客様の様子 | ・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着き、来客数が増加している。感染対策をしている店内で安心して購入できることや県の景気支援策による後押しがあり、通常では来店が少ない客も来ている。お歳暮に加え、やや高単価商品に動きがある。特にスーツなどのビジネス関連品、成人式などのモチベーション需要が拡大している。気温低下に伴いコートやアウターなどの購入も増加しており、特に定価での購入が目立っている。後半は雪の影響を受け、やや低迷している。 |
| | ○ | スーパー（仕入担当） | 来客数の動き | ・年末商戦を迎えて内食傾向が強くなり、来客数は想定以上であり、買上点数も好調に推移している。生鮮食品、際物商材が1度にそろそろ大型店の来客数が好調であるため、まとめ買いの需要がある。 |
| ○ | スーパー（統括） | お客様の様子 | ・クリスマスや年末に向けて、ケーキやおせちの売行きが好調である。新型コロナウイルスによる感染状況の落ち着きにより帰省が増え、大人数で新年を迎える客が増えているとみている。 | |

| | | | |
|---|-------------------------|--------|---|
| ○ | コンビニ (店長) | 来客数の動き | ・前年や前々年と比べて来客数、売上共に上昇している。クリスマス商材などもコロナ禍前と同程度まで販売量が回復している。ただし、ここ数年では良いという数字で、コロナ禍前の売上まで完全に回復しているわけではない。むしろ人件費などの経費が増加している分、利益では厳しい状況である。 |
| ○ | その他小売 [ショッピングセンター] (統括) | 来客数の動き | ・来客数は前年から回復している。生活者の行動範囲が拡大していることに加え、小旅行や帰省などの移動や成人式が例年どおり開催予定であることなど、ハレ型消費に回復傾向がみられる。 |
| ○ | スナック (経営者) | 来客数の動き | ・本来は師走で忙しい月だが、2年前の新型コロナウイルス発生前の状態にはなかなか戻らない。ただ、今月は家族連れでの来店があり、8~9割近くまで戻っている。 |
| ○ | 観光型旅館 (経営者) | 販売量の動き | ・12月はGo To Travelキャンペーンがあった前年とほぼ同様の売上である。 |
| ○ | 都市型ホテル (スタッフ) | 販売量の動き | ・新型コロナウイルス発生前には戻らないが、宿泊部門とレストラン部門では、Go To Eatキャンペーンや県及び市の支援企画もあり、小グループや個人客が戻りつつある。巣籠り需要のおせちは堅調に受注しているが、売上の3分の1を占める宴会が振るわず、全体として前年をやや上回る程度である。 |
| ○ | 都市型ホテル (役員) | 来客数の動き | ・平日はビジネス利用を中心に微増、週末のレジャー利用は微減となり、10月から続いていた来客数の回復基調は緩やかな横ばいに転じている。 |
| ○ | 旅行代理店 (従業員) | 来客数の動き | ・出張の手配依頼が少し戻っている。 |
| ○ | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・病院への通院や買物など、日常生活がコロナ禍前の状態に戻っている。 |
| ○ | テーマパーク (役員) | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染が落ち着き、人の移動や人流が増えて観光客も増加しており、個人客を中心に旅行需要がやや回復傾向にある。 |
| □ | 商店街 (代表者) | 来客数の動き | ・デパートの食品売場はおせちを含め好調である。今年は年初の大雪が記憶に新しいが、年末も大雪の予報が出ている。冬物衣料の動きに期待しているが、一挙に大雪となれば、消費にも悪い影響が出てくる。新型コロナウイルスの感染状況は落ち着いているが、新型コロナウイルス新変異株の感染が拡大すれば一挙に景気は後退する。 |
| □ | 商店街 (代表者) | 単価の動き | ・毎年のことながら、12月は天候が悪く人通りが少ない。商売にはなかなかつながらないが、コロナ禍の影響で修学旅行生が大幅に増加している。ネット通販は高額品も売れ始めており好調である。とはいえ、様々な人の話を聞いていると商品や店によって格差が激しい。 |
| □ | スーパー (総務担当) | 来客数の動き | ・チラシの掲載商品目当ての来客数は多いが、通常商品が伸び悩んでいる。 |
| □ | コンビニ (経営者) | 販売量の動き | ・販売量も単価も変わらない。 |
| □ | 衣料品専門店 (経営者) | お客様の様子 | ・人出は戻っているようにみえるが、まだ新型コロナウイルスに対する警戒感が解消されておらず、特に外出用の衣料品などへの反応は悪い。 |
| □ | 衣料品専門店 (経営者) | 単価の動き | ・新型コロナウイルスの感染状況は3か月前よりは落ち着きをみせているが、用心する意識が以前よりも働いているようである。 |
| □ | 家電量販店 (店長) | 販売量の動き | ・前年実績と比較すると落ち込んでいるようにみえるが、前々年の実績とは変わらない。 |
| □ | 家電量販店 (本部) | 来客数の動き | ・前月と状況が変わらない。来客数が伸びていない。 |
| □ | 乗用車販売店 (経営者) | 販売量の動き | ・毎年12月は販売量がふくらむ月だが、この2~3か月はほとんど変わらない量しか売れていない。購入にはまだまだ慎重な姿勢であるように見受けられる。 |
| □ | 乗用車販売店 (役員) | 来客数の動き | ・例年、冬場は来客数が減少する月だが、今年は落ち込みが少ないようにみえる。早く注文しないと希望の納期に間に合わないとの思いがあるのかもしれない。 |

| | | | |
|----------------|---------------------------|------------|---|
| | 自動車備品販売店（役員） | お客様の様子 | ・11月に冬商戦が前倒しになったことも要因だが、今月は悪かった前年から更に来客数が減少している。冬の必需品は前年の豪雪による影響から販売量は上がっているが、高額商品の動きは変わっていない。 |
| □ | その他専門店 [酒]（経営者） | 販売量の動き | ・12月はお歳暮の時期であるが、前年と同様に余り期待せず、必要最低限で仕入れたつもりだったが、やはり売上は予定より下回っている。 |
| □ | 一般レストラン（店長） | 来客数の動き | ・大人数の忘年会や新年会はほとんどないが、おせち関連は少し伸びているようである。 |
| □ | 通信会社（職員） | 販売量の動き | ・解約が一定数あるが、新規契約も同程度獲得できている。 |
| □ | 通信会社（営業担当） | 販売量の動き | ・思っていた以上に販売量が伸び悩んでいる。要因は半導体不足による在庫不足である。また、既存契約者が増えているためか、学生向けの新規契約者数が思ったより伸びていない。 |
| □ | 通信会社（役員） | 販売量の動き | ・3か月前同様に通信サービスにおいては、契約者数が前々年同期を上回っており、放送サービスにおいては、契約者数が前年同期を上回っている。 |
| □ | 通信会社（役員） | 販売量の動き | ・新規契約者数に大きな変動はなく、当社事業からみて景気は横ばいの感覚である。 |
| □ | 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 | ・新型コロナウイルスによる感染状況のステージが下がり、平常時に戻りだすかと期待した矢先に新型コロナウイルス新変異株の拡大懸念が出て、平常時への動きに皆がブレーキを掛けたようである。慎重さは大切だが景気に対する足取りを再び鈍らせてしまい、冬の特別教室等の集客が伸びなくなっている。 |
| □ | 美容室（経営者） | 単価の動き | ・来客数や技術単価は前年とほぼ変わらないが、美容器具等の高額品がよく売れていて、結果として売上が増えている。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・材料の値上がりにより自社の価格を見直し値上げしたが、買い控えはなく、今後も物価上昇の懸念があるためか先買いの傾向があるように感じている。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | 販売量の動き | ・契約数は決して多くないが、大きく落ち込むわけでもない。周りの状況が良いと思えないが、前々年と同等の実績を残している。 |
| □ | 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感染が収束しないと、景気回復の見込みは難しい。 |
| □ | 住宅販売会社（営業） | 来客数の動き | ・来客数の低迷に歯止めが利かない。前年同期比でも2割近く数字を落としている。 |
| ▲ | 一般小売店 [精肉]（店長） | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの感染が一段落して皆遠出ができるようになったことで、前年は当店から県外に送っていた商品需要が今年はなくなり、大分マイナスとなっている。 |
| ▲ | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの感染が落ち着きをみせてからスーパーマーケットとしては悪化している。 |
| × | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・高額商品の動きが良いと聞いているが、一部のことで、大半の客単価は相変わらず低い。2年ぶりに来街したという客もおり、まだまだ客足が戻ったとはいえない。 |
| × | スーパー（店舗管理） | お客様の様子 | ・来客数と買上点数と単価の全てにおいて悪化している。開店から16時までは前年並みだが、生鮮を取り扱うドラッグストアの相次ぐ出店で夕方以降の流動客化が止まらない。 |
| × | 住関連専門店（役員） | 販売量の動き | ・10月を過ぎてから、月ごとに来客数と販売数が減っている。 |
| ◎ | — | — | — |
| ○ | 化学工業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注が増えている。 |
| ○ | 精密機械器具製造業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・10月以降上向き傾向が続いており、特に12月は季節要因を除いても高い売上を上げることができている。 |
| ○ | 輸送業（管理会計担当） | 受注量や販売量の動き | ・11～12月と物量は戻りつつある。新型コロナウイルス発生前の前々年の水準に近づいている。 |
| ○ | 通信業（営業） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は前年同期比で増加傾向にある。また、来年度の導入に向けた見積書の提出依頼も増加しており、景気は上向き傾向に推移しているとみている。 |
| 企業動向関連 (北陸) | | | |

| | | | | |
|------------------|---|-------------------|--------------|---|
| | □ | 繊維工業（総括） | 受注価格や販売価格の動き | ・受注は企業や用途によってばらつきがあるものの、全体としては回復基調にあり、コロナ禍前の水準に回復している。ただし、外国人技能実習生を中心とした人手不足や原材料価格の高騰による収益圧迫を課題にあげる企業が増加している。 |
| | □ | 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 | ・半導体不足等による自動車減産や原油高による原材料費高騰、輸送コスト増大のため、引き続き厳しい状況が続く。 |
| | □ | 一般機械器具製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・2021年初頭からずっと販売量が増加傾向であったが、その増加量にも落ち着きが見え始めている。 |
| | □ | 建設業（経営者） | 競争相手の様子 | ・公共事業をメインに営む当社も同業他社も、受注量が大きく増えた様子は見えない。 |
| | □ | 金融業（融資担当） | 取引先の様子 | ・新型コロナウイルスによる新規感染者数の低水位を背景に経済活動が回復しており、取引先の売上も回復しつつある。また、ボーナス支給の復活や前年から増加させる取引先も多く、マインドは改善している。 |
| | □ | 不動産業（経営者） | 受注量や販売量の動き | ・同業者に聞くと、忙しいという人、全く忙しくないという人が半々である。法人関係での問合せが少ないため、変わらないとみている。 |
| | □ | 司法書士 | 取引先の様子 | ・材料費の高騰など、経営が厳しい話をよく聞くが、新しい事業の開始や会社設立も多い。 |
| | □ | 税理士（所長） | 取引先の様子 | ・半導体を中心に中国を含む東南アジアのサプライチェーンが非常に滞っており、部品の納入ができず製造業の生産が進まない状況である。実際に稼働している受注工事についても予定期間内に完成しないこともあり、完成予定が延びることで収入が減る傾向になっている。 |
| | ▲ | 食料品製造業（経営企画） | 受注量や販売量の動き | ・年末年始という最需要期のなか、平常月をはるかに上回る受注量に対して労働力が負けている状態で、一部では欠品や販売調整を余儀なくされている。 |
| | × | 輸送業（役員） | 取引先の様子 | ・燃料などの仕入高の影響がある。 |
| 雇用 関連 (北陸) | ◎ | — | — | — |
| | ○ | 新聞社〔求人広告〕（営業） | 周辺企業の様子 | ・業種を問わず高額商材が売れていると企業側から話が出るようになってきている。また、飲食店に活気が出ている。 |
| | ○ | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・業種を問わず、臨時雇用の求人が少しずつ活発になっている。 |
| | ○ | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・介護職、警備職など元々求人が盛んな職種で人員が不足している。一方で新型コロナウイルス発生前に求人が盛んだった飲食、宿泊、サービスなどでは戻り切っていない。 |
| | □ | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・求人数が伸びない。 |
| | □ | 民間職業紹介機関（経営者） | 求人数の動き | ・緊急事態宣言が解除されても、まだ回復速度が遅く、求人は増加していない。 |
| | ▲ | * | * | * |
| | × | — | — | — |