

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）	・もう一息で新型コロナウイルスが落ち着くとみられるため、リベンジ消費も期待できる。
	○	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第ではあるが、前ほど深刻に捉えられていない感じがする。ワクチン接種が今以上に浸透すれば、良くなるとみている。
	○	一般小売店〔精肉〕（店長）	・まん延防止等重点措置が解除された期待を含めてだが、ゴルフの景品や入学祝い等の動きが活発になることを願っている。平日の売上が3か月前と同程度と考えると、少し良くなると見込んでいる。
	○	一般小売店〔鮮魚〕（役員）	・第7波があるかもしれないが、県民割引などが好調な出足をみせているようなので期待したい。
	○	スーパー（仕入担当）	・まん延防止等重点措置が解除され、地域の祭りやイベントの開催が予定されている。観光客が流入し、買上点数が大幅に増えるとみている。
	○	衣料品専門店（経営者）	・社会情勢が落ち着くことが前提だが、消費意欲が上がるとみている。
	○	自動車備品販売店（役員）	・新型コロナウイルスの影響が落ち着いており、来客数は増えている。外出する人が多くなり交通量も増え、多少は良くなっている。
	○	その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・新規感染者数の減少傾向が続き、3回目のワクチン接種が進むことを期待している。年明けから長引いていた警戒心が少しずつ薄れ、これまでの傾向から上昇トレンドになると見込んでいる。Go To Travelキャンペーン関連のほか、ゴールデンウィークに向けて外出への期待が高まるのがチャンスだと捉えている。
	○	観光型旅館（経営者）	・新型コロナウイルスの新規感染者数も減少傾向になり、Go To Travelキャンペーンの話も出てきている。まだまだ予約数は少ないが、Go To Travelキャンペーンが始まれば個人客を中心に宿泊客が増えるとみている。
	○	観光型旅館（スタッフ）	・まん延防止等重点措置が解除され、予約が大幅に増加している。これにGo To Travelキャンペーンが始まれば弾みがつくとみている。
	○	都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門はまだまだだが、宿泊部門とレストラン部門は回復に向かっており、ようやく新型コロナウイルスの感染状況と経済対策に期待が持てるようになってきている。
	○	都市型ホテル（役員）	・まん延防止等重点措置が解除され、引き続き週末を中心にレジャー客の増加を期待する一方、燃料や食料品の値上げによる消費意欲の抑制を懸念している。
	○	旅行代理店（従業員）	・まん延防止等重点措置の解除により、遠方の旅行手配が少しずつ増えてくると見込んでいる。
	○	タクシー運転手	・3回目のワクチン接種を受けた人が増加している。新規感染者数が減少傾向にあり、夜の街も人出が増えてきている。
	○	タクシー運転手	・ロシアによるウクライナ侵攻は、人の動きには余り影響がないようである。また、新型コロナウイルスについては、県独自の警戒レベルが一番低いレベルになるようで、人の交流が増えると考えられる。
	○	美容室（経営者）	・3回目のワクチン接種がここに来て順調に進んでいるようなので、消費者の行動は活発になる。
□	商店街（代表者）	・コロナ禍の影響が続き、大型イベントの予定が全くない。原材料費の値上げなどコスト増加が続いており、経営も厳しい。Go To Travelキャンペーンの1日も早い再開に期待したい。	
□	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・値上がりが続く、厳しい状況がこれからも続くと考えられる。	
□	百貨店（売場主任）	・まん延防止等重点措置は解除されたが、直近では再び新規感染者数が増加傾向となっている。2～3か月後の状況は、3回目のワクチン接種の進捗状況が分からないので、現状維持を見込んでいる。	

<input type="checkbox"/>	百貨店（販売担当）	・好調なビジネス需要も3月で終了し、5月にはクールビズになるため、数値が伸びる要素は少ない。ポイントは新型コロナウイルスの感染状況である。悪化しなければ、旅行や出張などの需要回復が見込め、ゴールデンウィーク前には感染拡大に転じるとみている。一方、感染が拡大すれば現状維持である。リベンジ消費という言葉が出ており、ラグジュアリー品やアートなどの一部で動きはあるが、地方では堅実な客が多く、全体数値を大きく押し上げるには至らない。食需要のみ、現状維持か拡大傾向が継続すると考える。
<input type="checkbox"/>	スーパー（総務担当）	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているとはいえ、これからの飲み会シーズンで新規感染者数が増加すれば、今の状況は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店舗管理）	・県全体での人口減少と高齢化が進む状況にもかかわらず、ショッピングモール、食品スーパー、ドラッグストアと出店が続くため、既存店舗における改善策を見いだすのが困難な状況である。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（経営者）	・新型コロナウイルスの感染状況次第である。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	・新型コロナウイルス感染症の影響は、当面は一喜一憂しながらの状況で、売上の急回復は難しいと考える。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（店長）	・特別なことは起こらないとみられ、平年並みである。
<input type="checkbox"/>	家電量販店（本部）	・ウクライナ問題の長期化や石油価格等、先が見えない。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（経営者）	・自動車業界ではいまだに納期の遅れや未定の状況が続いている。この状況がまだ長引くと見込んでいるので、景気は変わらないと考える。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（役員）	・新型コロナウイルスの感染状況の推移が不透明な上、食品や生活用品の値上げなどもあり、客の耐久消費財やし好品への購入意欲は抑え込まれると考える。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔酒〕（経営者）	・毎月同じだが、とにかくこれ以上悪くなってほしくないという思いである。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	・新規感染者数が増えると集客が悪化し、新規感染者数が減るとGo Toキャンペーンで奮起する流れだが、飲食店利用が悪者になっている以上、期待は持てない。新型コロナウイルスの毒性が弱まることのみが集客回復への道筋と考える。
<input type="checkbox"/>	一般レストラン（店長）	・新規感染者数がなかなか減らないので、客は戻らない。このような状態が通常と考えると対応しなければいけないのかもしれない。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	・国内外とも有事が続く、物価が上昇する状況では、ますます悪くなる気配である。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新入学の時期も終わり、大きな変化が起こり得る商材が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	通信会社（営業担当）	・新商品が発売される時期で、順当に在庫が納入されればある程度の販売数は見込めるが、在庫納入が少ないと見込んでいるため、予測値以下になりそうである。
<input type="checkbox"/>	通信会社（役員）	・これまでと変わらず前年同期と同程度の契約者数で推移すると見込んでいる。
<input type="checkbox"/>	テーマパーク（役員）	・新規感染者数が高止まっており、一部では増加傾向もみられるため、社会経済活動への影響は不透明である。Go To Travelキャンペーンの再開などに期待はするものの、全体としては現状維持の状況が続くとみている。
<input type="checkbox"/>	その他レジャー施設〔スポーツクラブ〕（総支配人）	・春先や新年度の新規入会が見込める状況ではなく、新年度における第1四半期の状況は良くならないとみている。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・見込み客が増えないことに加え、価格上昇の勢いが止まらず、営業現場での価格設定も混乱するような状況である。営業マン自体が落ち着いて客と話づらい状況であり、価格が落ち着くまでバタバタするだけで、客が増えるとは見込めない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・年度計画は達成できている。製品の確保が不透明であり、この状態が続くのか先が読めない。
<input type="checkbox"/>	住宅販売会社（従業員）	・木材価格が安定しない限り、景気回復にはつながらない。
<input checked="" type="checkbox"/>	一般小売店〔事務用品〕（店長）	・新型コロナウイルス感染症やウクライナ戦争等の要因による物価上昇や商品供給が不安定なため、消費者の購買意欲が上がるとは見込めない。

	▲	百貨店（販売促進担当）	・ウィズコロナの生活が通常となり、休業など大きく営業に影響することは少ないとみているが、ガソリン価格の高騰など生活必需品の値上げの影響と、遠方や宿泊を伴う旅行の回復が見えづらく、アパレルを中心とした売上の回復は依然として厳しいと考える。
	▲	スーパー（店長）	・値上げがどこまで進むか分からない状況では景気の拡大を見込めない。
	▲	コンビニ（営業）	・新型コロナウイルス発生前と後の生活様式の変化やロシアのウクライナ侵攻による原材料等の値上げのため、やや悪くなる。
	▲	乗用車販売店（役員）	・ウクライナ情勢、地震による交通や電力への懸念など不安要素が高まり、消費者心理が冷え込むとみている。
	▲	通信会社（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況に加え、ウクライナ侵攻による資源価格の高騰や物価上昇を懸念する。
	▲	通信会社（役員）	・半導体不足により電子機器不足が顕在化する可能性があり、新規契約者数等に影響が出る懸念がある。
	▲	パチンコ店（経理）	・ロシアとウクライナとの戦争により諸物価の上昇が予想され、消費が減退するとみている。
	▲	住宅販売会社（営業）	・ウッドショックや世界的インフレによる原材料価格の高騰及び高止まりが、消費マインドを押し下げるものとみている。加えてウクライナ情勢に伴う世界経済の不安定さの拡大など、景気を引き下げる要素しか思い当たらない。
	×	商店街（代表者）	・陽気が良くなり、桜や春祭りの時期になれば人出は期待できるが、財布のひもは固いと考える。
	×	衣料品専門店（経営者）	・資源エネルギー価格の高値感強く、利益確保を目的とした諸物価の上昇はまだ続くとみられ、消費はますます不安定にならざるを得ない。
	×	乗用車販売店（従業員）	・コロナ禍とロシアによるウクライナ侵攻で、良くなる要素が全くみえない。
企業 動向 関連  (北陸)	◎	—	—
	○	化学工業（総務担当）	・3か月後の売上は上がる予定である。
	□	プラスチック製品製造業（企画担当）	・ウクライナ問題は長期化のおそれがあり、この影響により食品からエネルギーに至るまで物価上昇が予想される。また、新型コロナウイルス感染症の終息もなかなか見込めないなかで、当面、個人消費は本格的に回復しないとみている。
	□	金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注状況を見て変わらないと考える。
	□	一般機械器具製造業（経理担当）	・オートバイ関連の需要がグローバルに高まっているものの、輸送用船舶の手配がひっ迫しており、在庫過多になってきている。また、主原料や副資材の値上げ、輸送費の高騰等、コスト上昇による価格転嫁が避けられず、今後の需要動向に影響が出ると懸念している。
	□	一般機械器具製造業（総務担当）	・ロシア、ウクライナ情勢による影響が不透明である。
	□	精密機械器具製造業（役員）	・シーズンのには売上が伸びていく時期であり、実際そういう傾向にはあるが、レベル的には期待する本来の水準よりはまだまだ低い状況である。身近なところでの各種の値上げ攻勢やウクライナ問題の不透明感もあり、しばらくこの状況が続くとみている。
	□	通信業（営業）	・景気の状況が3か月後に更に延伸するとは考えづらい。積極的な補助金や助成金等政府の施策拡大がない限り、現状並みを想定している。
	□	金融業（融資担当）	・原料価格の高騰、円安進行による輸入物価の上昇、燃料価格の上昇などが企業収益を圧迫している。一方、新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりしているが、まん延防止等重点措置が解除され、飲食や観光業における需要回復の兆しもあり、一進一退の状況が続く。ロシアのウクライナ侵攻が長期化すれば経済制裁の影響が顕在化してくる可能性がある。
	□	不動産業（経営者）	・個人客からの問合せはほとんどない状態である。法人客からの問合せに期待していたが、なかなか期待どおりになっていない。
	□	司法書士	・建築資材の高騰、住宅機器不足により、新築住宅や園舎の建築が遅れたり、予定が変更されたりといった案件が多く、変わらないとみている。

	□	税理士（所長）	・分からないというのが正直なところである。ウクライナ情勢などの国際情勢による大きな影響を中小企業が受けている。仕入れや仕入価格がどう変わるかによって、非常に変動が大きいようである。仮に売上が増加しても利益率が上昇しない、円安による材料価格上昇などの不安もある。不安定な状況が続いている。
	▲	食料品製造業（経営企画）	・ロシアのウクライナ侵攻は、ありとあらゆる面でマイナスに作用すると考える。
	▲	繊維工業（総括）	・ウクライナ情勢や円安により、原材料価格の高騰に拍車が掛かることを懸念している。
	▲	建設業（経営者）	・ウクライナ情勢から建設資材の価格が上昇し、品薄の資材も出てくるだろうが、設計価格に反映されるまでにはタイムラグが生じると考える。
	▲	建設業（役員）	・材料価格の先行きの不透明さが拭えないのに加え、世界情勢等による景気動向が不安定である。
	▲	輸送業（管理会計担当）	・ロシアのウクライナ侵攻が燃料価格の高騰に拍車を掛けている。さらに、国際物流の低迷、資材価格の高騰もあり、国内貨物も低迷すると見込んでいる。
	▲	金融業（融資担当）	・ウクライナ情勢や円安の影響で4月から更に物価が上昇することから、予断を許さない状況である。まん延防止等重点措置の解除による経済活動の更なる活発化に期待するしかない。
	×	輸送業（役員）	・ロシアによるウクライナ侵攻の先行きが不透明である。また、トラックの構造が複雑化しており、修繕費が高騰している。
雇用 関連 (北陸)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（役員）	・新型コロナウイルス感染症が終息すれば、経済活動がより活発になるとみている。ただし、働き手の確保が難しいため、飛躍的に景気が良くなることも考えられない。
	○	新聞社 [求人広告]（営業）	・人流が回復すれば、上向きになることは間違いない。
	○	職業安定所（職員）	・徐々に求人を出す事業所や初めて求人を出す事業所が多くなっている。
	○	民間職業紹介機関（経営者）	・新型コロナウイルスの感染に警戒しながら行事や催しなども復活し、徐々にではあるが経済も活発化するとみているが、ロシアへの経済制裁によるデメリットの影響が不安材料である。
	□	人材派遣会社（社員）	・年度替わりから3か月を経過するタイミングで新たな雇用が増加するとは考えにくく、しばらく現状維持であるとみている。
	□	求人情報誌制作会社（編集者）	・大きな雇用の話が出てこない。
	□	学校 [大学]（就職担当）	・求人数について、状況が変わる要素や気配が見受けられない。
	▲	新聞社 [求人広告]（担当者）	・ロシアによるウクライナ侵攻が世界経済全体に影を落としており、国内でもエネルギー関連を筆頭に影響が大きい。あらゆる分野で仕入価格が上昇し、企業収支に大きな影響が出ることは避けられないとみている。
	▲	職業安定所（職員）	・ガソリン価格が安くならない。
	×	—	—